

《酒店产品营销》

图书基本信息

书名：《酒店产品营销》

13位ISBN编号：9787504746375

10位ISBN编号：7504746371

出版社：刘晓明 中国财富出版社 (2013-05出版)

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介以及在线试读，请支持正版图书。

更多资源请访问：www.tushu111.com

《酒店产品营销》

书籍目录

第一章 认识酒店营销部 第一节 酒店营销部的工作任务 第二节 酒店营销部的岗位设置与职责 第三节 酒店营销部服务标准与服务规范 第四节 酒店营销的发展与演变第二章 旅行社销售 第一节 旅行社的基本常识 第二节 旅行社销售处的工作任务 第三节 旅行社销售处的岗位设置与职责 第四节 旅行社销售处工作的程序与服务规范 第五节 旅行社销售策划方案的制订 第六节 与旅行社客户的沟通技巧 第七节 旅行社客户的档案建立与回访 第八节 酒店市场竞争策略第三章 商务销售 第一节 商务销售处的工作任务 第二节 商务销售处的岗位设置与职责 第三节 商务销售工作的程序与关键 第四节 商务销售操作规范 第五节 长包房的销售程序、规范和技巧 第六节 客户关系的维护技巧与方法 第七节 市场细分及目标市场定位 第八节 市场营销组合战略第四章 会议和宴会销售 第一节 会议与宴会销售处的工作任务 第二节 会议与宴会销售处的岗位设置与职责 第三节 会议与宴会销售处工作的程序与关键 第四节 酒店会议与宴会销售方案制订 第五节 宴会营销的策划第五章 礼品销售 第一节 酒店礼品销售处的工作任务 第二节 礼品销售处的岗位设置与职责 第三节 礼品销售处工作的程序与关键 第四节 酒店礼品销售的作用与分类 第五节 礼品销售方案的制订与礼品设计要求 第六节 酒店礼品的采购方法与渠道 第七节 酒店全员销售节日礼品的奖励办法第六章 预订工作 第一节 预订处的工作任务 第二节 预订处的岗位设置与职责 第三节 预订工作的程序与关键 第四节 预订咨询报价策略与技巧 第五节 电话预订基本规范 第六节 预订异常处理方案 第七节 团队沟通技巧第七章 公关与宣传 第一节 公关与宣传处的工作任务 第二节 公关与宣传处的岗位设置与职责 第三节 市场调研的工作程序与关键 第四节 大型活动的组织程序与关键 第五节 赞助活动的操作程序与关键 第六节 新闻发布会组织程序与关键 第七节 酒店广告宣传与公关工作参考文献

《酒店产品营销》

编辑推荐

《酒店产品营销》以酒店市场营销中的典型业务为任务载体，让学生在完成具体业务操作的过程中，学习必要的知识，掌握酒店营销的基本技能。力争实现理论课程实践化、实践内容项目化，注重实践、贴近实际。教材设七个章节，包括认识酒店营销部、旅行社销售、商务销售、会议和宴会销售、礼品销售、预订工作和公关与宣传。本教材由深圳职业技术学院刘晓明任主编。

《酒店产品营销》

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:www.tushu111.com