

经济型酒店营销推广



[经济型酒店营销推广_下载链接1](#)

著者:赵永秀

出版者:中国时代经济

出版时间:2008-1

装帧:

isbn:9787802215139

《经济型酒店营销推广》首先分析经济型酒店目前的市场营销环境及该如何定位，接着介绍营销计划与控制的方法，最后着重适合于经济型酒店的各种营销方法和策略，尤其

重点介绍会员制营销、特许连锁加盟和品牌建设与管理的重要和实操方法，为经济型酒店在激烈的竞争中找到一条适合自己的道路。

作者介绍:

目录: 导读 经济型酒店的营销环境 一、中国经济型酒店行业环境
二、中国经济型酒店SWOT分析 三、经济型酒店营销关键点第1章
经济型酒店市场定位1—1 经济型酒店市场营销分析 一、经济型酒店的广阔前景
二、巨大的产业拓展空间 三、经济型酒店市场营销机会
四、经济型酒店市场营销环境1—2 经济型酒店市场细分与定位
一、经济型酒店市场细分 二、经济型酒店的市场定位第2章
经济型酒店营销计划与控制2—1 营销计划设计 一、营销计划的要求
二、营销计划设计步骤2—2 市场营销计划的执行和控制 一、市场营销计划的执行
二、营销计划的控制第3章 经济型酒店营销策略与方法3—1 酒店内部营销
一、酒店内部营销的概念 二、酒店内部营销的层次和过程 三、全员营销
四、酒店内部推销资料的设计、摆放与更换3—2 酒店人员推销
一、酒店人员推销的作用 二、酒店推销队伍的建设 三、推销人员的选拔
四、推销人员的结构设计 五、推销人员的训练 六、推销人员的考核3—3 直接通信推销
一、DM直接通信的特点 二、寄发邮件种类 三、直接通信推销的前提——名单的制定
四、DM寄发的时机 五、邮件发送的时间 六、直邮函件的设计3—4 酒店网络营销
一、互联网经济型酒店营销带来的好处 二、互联网营销的迫切性
三、互联网营销策略要点 四、网络营销的阶段性特征3—5 广告营销
一、广告对消费者的意义 二、广告对酒店的意义 三、酒店广告目标市场
四、制定广告方案3—6 促销 一、促销的特点 二、经济型酒店促销的类型
三、成功促销的要诀 行业参考：7天连锁酒店的促销 行业参考：莫泰168促销活动举例
行业参考：锦江之星促销活动第4章 会员制营销4—1 会员制营销
一、会员制营销的魅力 二、经济型酒店实行会员制的原因
三、经济型酒店发展会员的方式4—2 会员制设计与运营 一、会员制的设计与运营
二、会员管理 三、会员制的会员服务 四、客服中心能帮会员制营销做什么第5章
特许连锁加盟5—1 认识特许经营 一、什么是特许经营 二、特许经营的优势
三、特许经营的基本原则 四、特许经营的纽带 五、特许人提供支持的项目
六、加盟商的责任 七、特许商可能面临的风险 八、特许商成功的八个要素5—2
特许加盟招募 一、加盟流程 二、加盟操作规程 三、加盟手册 四、加盟申请表
行业参考：如家特许加盟手册 行业参考：速8加盟申请表5—3 特许经营加盟
一、准加盟阶段 二、意向加盟阶段 三、正式加盟阶段 四、续约与合同终止
行业参考：7天连锁酒店选址标准第6章 经济型酒店品牌管理6—1 经济型酒店品牌战略
一、经济型酒店品牌类型 二、经济型酒店品牌策划
行业参考：国内经济型酒店分布统计6—2 经济型酒店品牌建设
一、全面导入CIS(CI)战略 二、将质量管理作为品牌的保证 三、强化品牌意识
四、加强酒店的环境管理 行业参考：“锦江之星”的品牌建设与发展战略6—3
经济型酒店品牌忠诚 一、客人对品牌忠诚度分类 二、客人对品牌忠诚度提升途径
行业参考：格林豪泰真情回馈，推出全新会员优惠制度参考书目与网站
• • • • • [\(收起\)](#)

[经济型酒店营销推广_下载链接1](#)

标签

经济型酒店

营销推广

D2商场

D2商业

评论

随便翻了一下，内容没有可读性.

[经济型酒店营销推广_下载链接1](#)

书评

[经济型酒店营销推广_下载链接1](#)