

<<酒店营销部精细化管理与服务规范>>

图书基本信息

书名：<<酒店营销部精细化管理与服务规范>>

13位ISBN编号：9787115198037

10位ISBN编号：7115198039

出版时间：2009-4

出版时间：人民邮电出版社

作者：李雯

页数：160

字数：150000

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：<http://www.tushu007.com>

前言

“弗布克酒店各部门精细化管理与服务规范系列”编写的总体原则是分部门、精细化、规范化、实用化。

分部门：本丛书囊括了酒店的十大部门，即前厅部、餐饮部、客房部、营销部、康乐部、保安部、采购部、工程部、财务部、人事行政部。

精细化：把酒店各部门的主要工作从岗位到目标、从目标到职责、从职责到程序、从程序到问题进行层层分解，形成了一套可执行的工作体系。

规范化：为重要工作设定了规范、提供了工具、给出了技巧、制定了方案，通过这些内容的组合，为各项工作提供了可供执行的标准和规范。

实用化：本丛书为酒店各部门的工作者、培训者、管理者提供了一套“拿来即用”的行事规范和工作指导书。

在上述总体原则的指导下，针对酒店各个职能部门的服务事项，我们从岗位设计出发，明确了各岗位的具体职责，给出了各岗位的目标考核方案，对各项工作进行了执行层面的细化，并且对关键问题进行了详细说明。

岗位设计：针对酒店提供的每一项服务，我们设定了服务职能岗位，明确了岗位职能和层级关系。

职责描述：针对每个具体的职能岗位，我们对岗位职责进行了详细描述。明确了执行者的具体工作事项和在组织中所处的位置。

绩效考核：针对每个具体的职能岗位，我们设计了考核内容、考核指标及目标值。以便于管理人员对其进行考核。

工作程序：针对每一项工作，我们都进行了工作程序和步骤设计，并指出了具体的工作目标。

关键问题：在设计工作程序和工作步骤时，我们对关键程序和关键步骤辅以关键问题点，进行了特别提醒和说明。

弗布克希望通过“精细化、规范化、实用化”的指导原则和对以上五个方面的层层分解，把酒店各部门的工作落到实处，从而为广大的酒店从业者提供一套完整的、精细的、规范的、实用的操作规程。

<<酒店营销部精细化管理与服务规范>>

内容概要

本书以精细化、规范化、实用化为原则，细化了酒店营销部六大工作事项。

全书内容包括酒店营销部岗位设置与岗位职责、旅行社销售组精细化管理、商务销售组精细化管理、会议销售组精细化管理、宴会销售组精细化管理、预订处精细化管理、公关处精细化管理7个部分。

本书适用于酒店管理人员、酒店营销管理人员、高校酒店管理专业师生等各类人员使用，也可以作为酒店销售人员、市场人员培训的实务教材。

<<酒店营销部精细化管理与服务规范>>

书籍目录

第一章 营销部岗位设置与岗位职责 第一节 营销部服务事项与岗位设置 一、营销部服务事项 二、营销部岗位设置 第二节 营销部目标分解与岗位职责 一、营销部目标分解与绩效考核 二、营销总监岗位职责与目标考核 三、营销部经理岗位职责与目标考核 第三节 营销部精细化管理制度设计 一、营销部员工工作纪律守则 二、营销部员工出差管理办法 三、营销部档案资料管理规范 四、营销部营业月报管理办法 五、营销部客户拜访管理制度 六、营销部交际宴请管理制度 七、营销部销售合同管理制度 第二章 旅行社销售组精细化管理 第一节 旅行社销售岗位职责与绩效目标 一、旅行社销售主管岗位职责与目标考核 二、旅行社销售专员岗位职责与目标考核 第二节 旅行社销售工作程序与关键问题 一、旅行社走访工作程序与关键问题 二、旅行社销售签约程序与关键问题 三、现场参观介绍工作程序与关键问题 第三节 旅行社销售服务标准与服务规范 一、销售计划制订标准 二、旅游团队服务标准 三、酒店服务介绍标准 四、信函文件往来规范 第四节 旅行社销售服务常用文书与表单 一、旅行社拜访记录 二、月销售活动报告 三、订房预约合同书 第五节 旅行社销售服务质量提升技巧与方案 一、合作洽谈应知技巧 二、假日游客销售技巧 三、旅游散客销售技巧 第三章 商务销售组精细化管理 第一节 商务销售岗位职责与绩效目标 一、商务销售主管岗位职责与目标考核 二、商务销售专员岗位职责与目标考核 三、长包房销售专员岗位职责与目标考核 第二节 商务销售工作程序与关键问题 一、商务客户销售程序与关键问题 二、客户订单跟进程序与关键问题 三、客户挂账操作程序与关键问题 四、长包房销售操作程序与关键问题 第三节 商务销售服务标准与服务规范 一、商务销售工作规范 二、客户拜访工作规范 三、订单跟进操作标准 四、商务客户管理标准 五、长包房服务跟进规范 第四节 商务销售服务常用文书与表单 一、客户信息档案表 二、客户挂账申请表 三、客户拜访记录表 四、销售员业绩报表 五、客户订房协议书 六、宾客意见征询函 七、长包房租赁协议 八、长包房客户优惠政策 第五节 商务销售服务质量提升技巧与方案 一、客户走访前准备方案 二、新客户实地拜访技巧 三、大客户关系维护技巧 第四章 会议销售组精细化管理 第五章 宴会销售组精细化管理 第六章 预订处精细化管理 第七章 公关处精细化管理

章节摘录

三、大客户关系维护技巧 酒店的大客户是影响酒店经营的重要因素，维护好大客户关系，能够使酒店的营销工作事半功倍，在处理大客户关系时，酒店可以根据实际情况灵活运用以下方法。

1. 了解大客户需求 (1) 酒店要弄清大客户的需求，诸如对产品报价的时间要求，预订房间、设施的数量要求，折扣与奖励的利益要求等。

(2) 酒店还要了解自己的产品能在多大程度上满足大客户的需求，并尽可能满足大客户需求。

2. 正确处理大客户关系 (1) 大客户要求优先满足：对大客户关于产品数量以及产品系列化、一条龙服务的要求优先满足，能够提升大客户对酒店的好感和忠诚度。

(2) 主次兼顾的处理关系：不但要处理好与掌握着产品选择和预订等权力的客户中上层主管的关系，而且要处理好与客户部门职员的关系。

3. 为大客户提供援助 酒店应积极主动协助大客户开展各种活动，利用一切可以利用的机会加强与大客户的感情与情报资料的交流。

特别是大客户在开业周年庆典、获得特别荣誉、重大商业举措的时候，酒店应充分关注他们的一切动向与活动并及时给予恰当的支援或协助。

4. 以大客户意见评价销售人员 酒店管理者可以从客户那里比较全面地了解销售人员为大客户服务的情况，对销售人员的工作实施必要的监督与考核，对于工作不力的人员要提出培训或调动等方面的处理意见。

5. 加强信息相互传递 大客户管理中一项很重要的工作就是及时、准确地统计、分析、汇总大客户销售数据和情报，并呈报营销总监和总经理办公室，以便针对市场变化及时进行调整，保证与大客户的信息传递及时、准确，紧紧把握市场脉搏，这是酒店以客户为导向的一个重要前提。

<<酒店营销部精细化管理与服务规范>>

编辑推荐

《酒店营销部精细化管理与服务规范》适用于酒店管理人员、酒店营销管理人员、高校酒店管理专业师生等各类人员使用，也可以作为酒店销售人员、市场人员培训的实务教材。

职责与目标	明确岗位职责，找出绩效目标；	程序与关键	给出工作程序，指出关键问题；
标准与规范	制定执行标准，细化操作规范；	文书与表单	制作工具表单，列出文书示范；
技巧与方案	提升操作技巧，提供解决方案。		

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:<http://www.tushu007.com>