

<<星级酒店公关营销部经理案头手册>>

图书基本信息

书名：<<星级酒店公关营销部经理案头手册>>

13位ISBN编号：9787501784967

10位ISBN编号：7501784965

出版时间：2008-5

出版时间：中国经济出版社

作者：中国酒店员工素质研究组

页数：204

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>

<<星级酒店公关营销部经理案头手册>>

内容概要

本系列图书从酒店工作的实际情况出发，将酒店职能细分为九个部分：前厅部、客房部、康乐部、财务部、公关营销部、工程部、餐饮部、安全保卫部、行政人事部。

从标准化、规范化层面，阐述了各个部门工作人员的岗位职责，提供了一套行之有效的工作标准与操作规范，并附有大量的与工作相关的制度模板与实用表格。

该系列图书内容详尽务实，可操作性强，是酒店管理人员进行高效率、规范化管理和迅速提升下属能力的参照范本，为酒店每个工作岗位、工作环节进行专业化、规范化服务提供了有效解决方案，为酒店建立专业化、规范化服务管理体系提供了权威借鉴。

书籍目录

第1章 公关营销部概述 1.1 公关营销部的地位及作用 1.2 公关营销部的工作内容及特点第2章 公关营销部工作人员岗位职责 2.1 公关营销总监 2.2 公关经理 2.3 公关副经理 2.4 公关经理助理 2.5 内勤兼文员 2.6 美工设计师 2.7 公关销售员 2.8 市场营销经理 2.9 销售部秘书 2.10 商务销售经理 2.11 商务销售主管 2.12 地区销售经理 2.13 地区销售主管 2.14 长包房、商务散客销售员 2.15 会议、团队销售员 2.16 美工 2.17 文员第3章 公关营销部工作规范 3.1 旅游团队接待工作规范 3.2 政府代表团、商务散客接待工作规范 3.3 长住客订房接待工作规范 3.4 接待重要客人(VIP)工作规范 3.5 新客户拜访工作规范 3.6 大型活动安排工作规范 3.7 与旅行社信函往来处理工作规范 3.8 重点宾客公关接待等级划分及接待标准 3.9 公关活动工作规范 3.10 重点宾客公关接待工作规范 3.11 长住客房销售工作规范 3.12 长包房入住前工作规范 3.13 长包房包租期间工作规范 3.14 长包房终止合同工作规范 3.15 商务市场销售代表促销访问工作规范 3.16 电话推销工作规范 3.17 旅行社销售代表销售工作规范 3.18 会议销售工作规范 3.19 团队推销工作规范 3.20 团队预订更改、取消工作规范 3.21 团队接待工作规范 3.22 公关突发事件处理工作规范 3.23 客用印刷品制作工作规范 3.24 客户档案建档工作规范 3.25 “生活委托书”填写工作规范 3.26 组织新闻发布会工作规范 3.27 销售访问工作规范 3.28 拟定拜访计划工作规范 3.29 接待客户参观工作规范 3.30 客户维护工作规范 3.31 销售代表工作规范 3.32 大中型促销活动工作规范 3.33 广告促销工作规范 3.34 酒店宣传册制作工作规范 3.35 参加展览会、博览会工作规范 3.36 赞助活动工作规范 3.37 商务客户推销工作规范 3.38 会议客户推销工作规范 3.39 会议客户预订更改、取消服务工作规范 3.40 长住客户推销工作规范 3.41 宴会预订推销工作规范 3.42 电话业务工作规范 3.43 业务信函工作规范 3.44 宴请客户工作规范 3.45 拍摄重要资料工作规范 3.46 开业庆典活动工作规范 3.47 展销会活动工作规范 3.48 参观活动工作规范第4章 公关营销部管理制度模板 4.1 办公室环境卫生制度模板 4.2 工作汇报制度模板 4.3 会客制度模板 4.4 仪容仪表要求模板 4.5 接待管理制度模板 4.6 办公室环境管理制度模板 4.7 营销部资料管理规定模板 4.8 营销部例会制度模板 4.9 营销工作汇报制度模板 4.10 营销部工作业绩考核制度模板 4.11 美工室管理制度模板 4.12 公关部接待工作管理制度模板第5章 公关营销部工作实用表格举例 5.1 竞争酒店调查报告表 5.2 每日销售拜访报告表 5.3 公司散客流量统计月报表 5.4 销售情况统计月报表 5.5 重要宾客接待计划书 5.6 每周销售公关拜访计划表 5.7 每月销售公关拜访汇总报告表 5.8 每日销售报告表 5.9 美工申请表 5.10 团队预定确认书 5.11 公关活动情况统计报表 5.12 重要客人接待计划表 5.13 酒店商务中心收费单 5.14 走访客人记录表第6章 酒店销售策略 6.1 市场定位策略 6.2 产品策略 6.3 广告促销策略 6.4 价格策略 6.5 客户策略附录1: 酒店营销策划方案一附录2: 酒店营销策划方案二

章节摘录

第1章 公关营销部概述 1.1 公关营销部的地位及作用 公关与营销在酒店工作中具有举足轻重的作用。

公关与营销因二者的特点与工作方式具有一定的紧密关联性，人们在很多时候将两者并立而谈。

但是在实际工作中，酒店对公关与营销方面的工作设立存在着不同的形式。

根据酒店规模的大小、特色等因素，目前酒店一般主要存在公关与营销工作按职责不同分立两个独立部门(即公共关系部、市场营销部)与合成一个部门(即公关营销部)两种情况。

为了可以顾及不同酒店的情况，方便读者学习，本书采取以两个部门的工作合成一个公关营销部的总体阐述方式，但在具体阐述的过程中，尽量将公关与营销的工作分开加以阐述。

1. 公共关系部的地位及作用 酒店形象是酒店公共关系概念的核心，是贯穿于酒店公共关系工作中的一条主线。

公共关系部是酒店进行产品设计、宣传促销、拓展公共关系，为酒店的经营管理活动创造天时、地利、人和的内外部环境的职能部门。

担负着酒店招徕客源，建立销售网络，推销产品，对外联络，提高知名度，树立在公众中良好形象，获得良好经济效益和社会效益的重要责任。

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>