

<<饭店营销学>>

图书基本信息

书名：<<饭店营销学>>

13位ISBN编号：9787503217692

10位ISBN编号：7503217693

出版时间：2001-01

出版时间：中国旅游出版社

作者：尼尔，沃恩

页数：327

字数：388000

译者：程尽能

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>

<<饭店营销学>>

内容概要

在饭店营销领域里向来很少有人著书立说，因此一本出色的饭店营销专著的问世是一件令人感到很惊喜的事情。

多年以来，尼尔·沃恩一直致力于实用型饭店营销的基础研究工作。

如今，《饭店营销学》一书成为这一工作的完美结果。

对于正在从事或将要从事饭店行业的人来说，《饭店营销学》是一本必读书。

今天，竞争激烈的市场要求相关从业人员掌握各种饭店营销技能与重点，而《饭店营销学》正是这样一本出版及时的重要书籍。

<<饭店营销学>>

作者简介

尼尔·活恩从1989年起就一直是南澳大利亚摄政饭店学院的讲师与营销专家。在此期间，他开设了营销课程并为商务证书班的学生授课。尼尔以其丰富的营销管理经验与沟通才华为饭店营销专业的学生编写过一些教材。他在人类行为研究、沟通、讲解和写作等方面的天赋使得《饭店营销家》一书侧重营销的实用功能，因此学生很容易读懂。尼尔一直与饭店业保持着联系，因而可以很生动地向学生讲述当今饭店营销的各种实践。尼尔对营销学的研究深入透彻。他的活力与创新的治学方法让同事和学生们对他难以忘怀。

不幸的是，尼尔·沃恩于1993年6月4日溘然去世了。

<<饭店营销学>>

书籍目录

前言第一章 市场营销的功能第二章 市场营销环境第三章 市场营销组合第四章 市场分析第五章 购买
细分第六章 顾客组合：根据“旅行或外出就餐动机”细分第七章 目标营销第八章 产品组合：评估与决
策第九章 服务理念第十章 服务策略：取得竞争优势第十一章 营销管理第十二章 规划准则第十三章
审核第十四章 营销信息第十五章 市场与市场营销调查第十六章 获取可持续竞争优势第十七章 市场定
第十八章 饭店本地化策略第十九章 定位策略第二十章 策略调整方案第二十一章 增长策略第二十二章
定价策略第二十三章 促销策略：销售与战术组合第二十四章 接待式销售策略第二十五章 主动式销
售策略第二十六章 广告策略第二十七章 广告：创意策略第二十八章 广告：媒体和预算第二十九章
销售推广和宣传策略第三十章 直接营销策略第三十一章 产品开发策略第三十二章 预测市场需求第三
十三章 产品策略：如何为顾客提供好的体验译后记

<<饭店营销学>>

编辑推荐

《饭店营销学》将饭店营销的重点由主要依靠外部促销转变为以饭店内部出色的服务与顾客的口碑效应来开拓业务。

《饭店营销学》鼓励市场营销人员通过不断地在销售地点改善顾客体验来建立基本顾客群体。

<<饭店营销学>>

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>