

<<饭店营销技巧>>

图书基本信息

书名：<<饭店营销技巧>>

13位ISBN编号：9787504550781

10位ISBN编号：7504550787

出版时间：2005-9

出版时间：中国劳动社会保障出版社

作者：刘明会

页数：162

字数：227000

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>

<<饭店营销技巧>>

内容概要

本书是旅游与饭店管理专业的高等职业技术学院的专业用书。

本书详细介绍了饭店市场环境分析与市场调研技巧、饭店消费者购买行为分析技巧、饭店市场细分与定位技巧、饭店产品策略、定价策略及技巧、饭店营销手段及技巧、饭店客户关系管理技巧等。

本书的编写面向旅游与饭店管理专业的工作实际，是高等职业技术学院旅游与饭店管理专业的必备教材，也可供在职培训和从事相关工作的人员参考使用。

本书由刘明会主编，钟建伟副主编。

全书分工为：第一、四、五、六、七、八、九章及附录由刘明会编写，第二、三章由钟建伟编写，最后由刘明会对全书进行统一修改、补充、总纂和定稿。

<<饭店营销技巧>>

书籍目录

第一章 饭店营销概论 第一节 市场营销的产生、发展和研究对象 第二节 饭店营销概述 第三节 饭店营销观念的发展 第二章 饭店市场环境分析与市场调研技巧 第一节 饭店营销环境概述 第二节 饭店营销的宏观环境 第三节 饭店营销的微观环境 第四节 饭店营销市场调研与市场预测 第三章 饭店消费者购买行为分析技巧 第一节 饭店消费者购买行为分析 第二节 影响饭店消费者购买行为的主要因素 第三节 饭店消费者的购买决策过程 第四章 饭店市场细分和定位技巧 第一节 饭店市场细分及技巧 第二节 饭店目标市场选择及营销策略 第三节 饭店市场定位技巧 第五章 饭店产品策略 第一节 饭店产品构成与整体产品观念 第二节 饭店产品策略选择技巧 第三节 产品生命周期理论及其在饭店业中的应用 第四节 饭店新产品开发 第六章 饭店产品定价策略及技巧 第一节 饭店产品定价的影响因素 第二节 饭店产品制定合理价格的方法 第三节 饭店价格策略及技巧 第七章 饭店基本营销手段与技巧 第一节 饭店人员推销及技巧 第二节 饭店的销售促进 第三节 饭店广告促销及技巧 第八章 饭店推销策略与技巧 第一节 电话推销及技巧 第二节 因特网推销及技巧 第三节 直接通信推销及技巧 第四节 店内推销 第九章 饭店客户管理技巧 第一节 客户关系管理概述 第二节 大客户管理技巧 第三节 客户异议处理技巧 第四节 化解客户抱怨技巧 附录 现代宾馆酒店营销必备表格

<<饭店营销技巧>>

章节摘录

第一章 饭店营销概论 饭店营销技巧是一门新兴的应用学科。

是市场营销学在饭店业这个特殊行业中的实际应用。

要大力发展我国的饭店业，提升饭店业的竞争能力和发展能力，必须在现代营销理论的指导下，树立正确的营销观念并将各种营销技巧熟练运用于饭店实践。

本章主要介绍市场营销的产生与发展，饭店营销的含义与特点。

饭店营销观念的发展历史等内容。

第一节 市场营销的产生、发展和研究对象 一、市场营销学的产生 市场营销作为一门科学来系统地研究市场营销活动的规律性问题，起源于19世纪末的美国。

资本主义市场经济的发展，推动人们对市场营销活动的认识从经验走向了理论。

但市场营销作为一种实践活动，却有着悠久的历史，可以说市场营销是伴随着商品而出现的。

据《史记》《汉书》等记载，在中国古代历史上曾经出现过许多成功的商人，实际上，这些人同时也是市场营销活动的能手。

其中，范蠡、白圭是义利两全的代表人物。

他们在经商活动中提出了“乐观时变”“与时逐”等观点，强调了商业活动要把握经营时机，预测市场行情；“务完物”“取上种”，则强调了要通过商品的质量保证，赢得市场信誉。

中国古人的这些经商观点在一定程度上已经表现出了市场营销观念的科学萌芽，但由于社会生产力发展的局限，这时的商品交易和市场营销活动在整个社会活动中仅占很小一部分，商品交换活动仅仅是自然经济活动的一种补充。

这就不可能产生现代的市场营销观念。

市场营销能够从经验走向科学，形成专门的一整套系统的理论，是人类社会工业化和市场化发展的产物。

.....

<<饭店营销技巧>>

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>