
Роль маркетинговых технологий в повышении эффективности деятельности гостиничного предприятия

План лекции

Роль маркетинговых технологий в повышении эффективности деятельности гостиничного предприятия

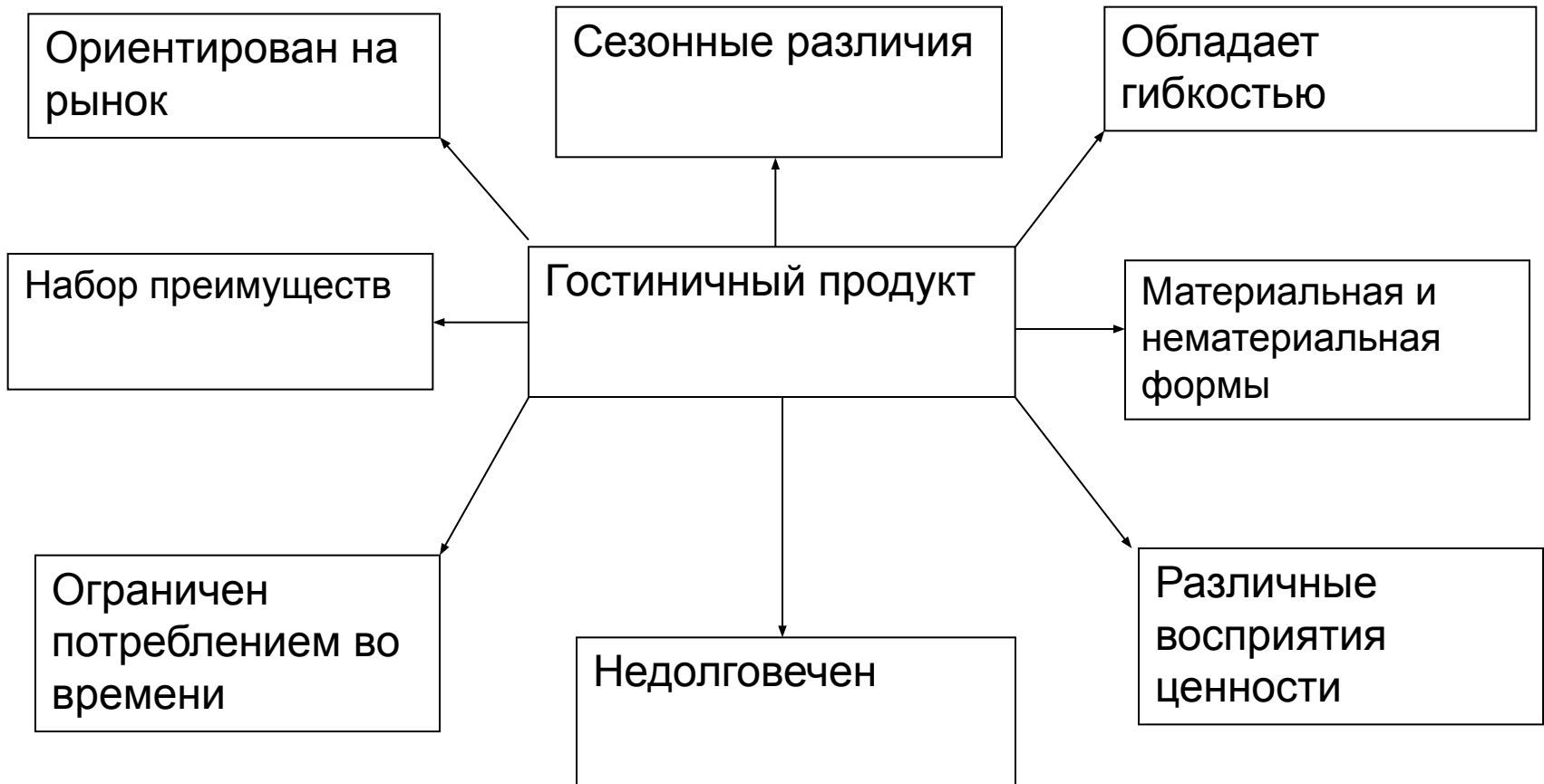
1. Роль маркетинга в формировании гостиничного продукта
2. Типология маркетинговых технологий
3. Каналы продаж гостиничного продукта
4. Практическая работа №2. Разработать программу внутреннего маркетинга гостиничного предприятия

Роль маркетинговых технологий в повышении эффективности деятельности гостиничного предприятия

Концепция маркетинга базируется на утверждении, что в основе деятельности производителя должны лежать знания о потребностях людей, и задача производителя заключается в достижении своих целей через удовлетворение этих потребностей более эффективными и продуктивными, чем у конкурентов, методами. Именно лучшее предложение должно решить исход борьбы за деньги потребителей

Внутренняя маркетинговая среда производителя - это совокупность активных сил, действующих в организации производителя и влияющих на деятельность производителя в процессах обмена

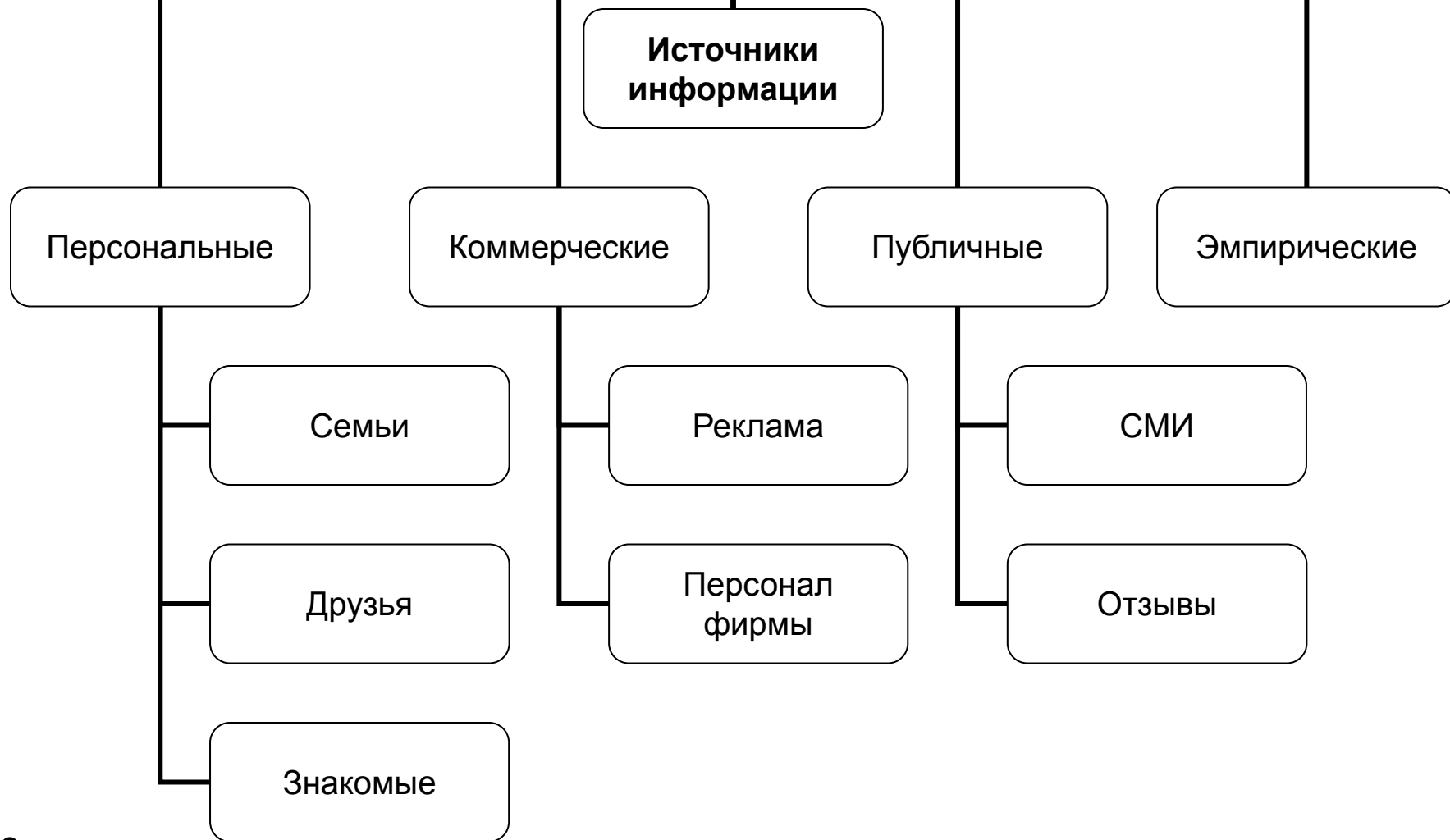
Характеристики гостиничного продукта



Каналы продаж гостиничного продукта



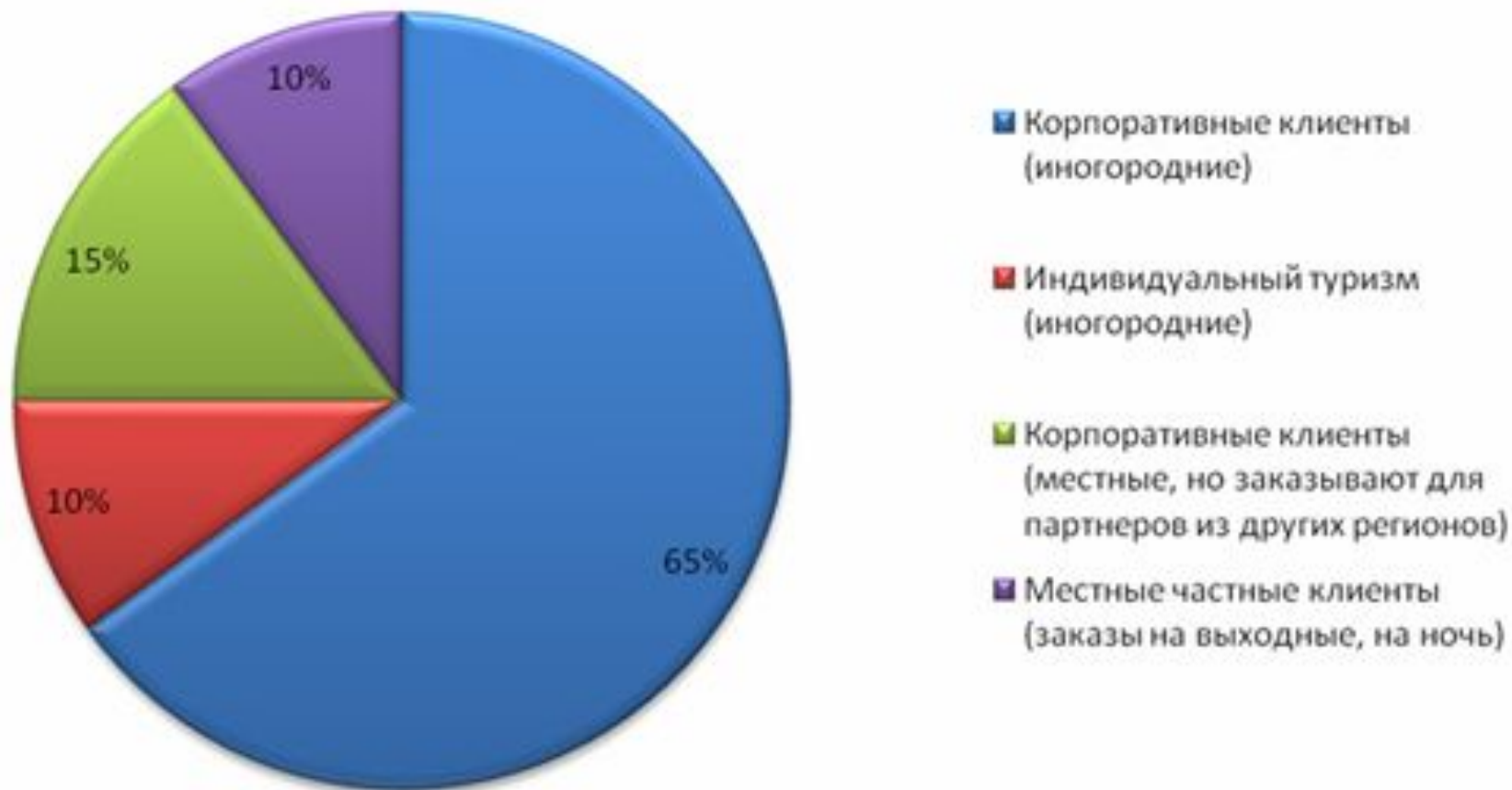
Источники информации при принятии решения о приобретении гостиничных услуг



Алгоритм применения маркетинговых технологий



Структура спроса на услуги размещения в сети Интернет



Печатная продукция гостиниц



- Буклет
- Флаер
- Визитка
- Гостевая карта

Виды PR акций в гостиничной индустрии

- разного рода благотворительные мероприятия
- организация в гостинице выставок по искусству
- презентация косметической продукции для клиентов гостиницы
- проведение детских карнавалов, показов моды
- недели кухонь различных регионов
- музыкальные вечера в гостинице
- джазовые пивные вечера
- показы мод в сотрудничестве с домами мод
- «ток-шоу» со знаменитостями
- дегустация вин для знатоков
- совместное приготовление блюд под руководством вашего шеф-повара
- «курсы домохозяек» (готовим десерт)
- рождественский базар
- всевозможные дискуссии

Виды PR акций, направленные на внутреннюю среду организации

- опрос сотрудников, исследование и оценка их мнения о предприятии
- персональные характеристики
- информация «с черного хода»
- отрегулированные предложения
- ориентиры для новых сотрудников
- день открытых дверей для членов семьи
- программа проведения свободного времени
- семинары по повышению квалификации и справочная литература
- проведение совместных коллективных мероприятий (экскурсий, юбилеев)
- приобщение сотрудников к планированию и проведению мероприятий по PR
- сообщения в прессе с упоминанием лучших работников предприятия
- участие в кулинарных соревнованиях

Вопросы для самопроверки

Роль маркетинговых технологий в повышении эффективности деятельности гостиничного предприятия

- Дать характеристику маркетинговой политике гостиничного предприятия
- Определить роль печатной продукции гостиничного предприятия
- Определить роль социальных сетей, их влияние на развитие гостиниц
- Перечислить основные каналы сбыта гостиничного продукта
- Перечислить факторы, влияющие на принятие решения о покупке гостиничного продукта

Практическая работа №2

Разработка маркетинговых технологий в повышении эффективности деятельности гостиничного предприятия

Задание 1. Разработать систему мероприятий внутреннего маркетинга для загородной гостиницы:

- 1) Тип и категория гостиницы, местоположение
- 2) Наименование
- 3) Количество номеров
- 4) Перечислить службы, имеющиеся в гостинице
- 5) Дать характеристику номера «люкс» Вашего предприятия
- 6) Структура управления гостиницы
- 7) Дополнительные услуги, реализуемые в гостиницах
- 8) Мероприятия по маркетингу (реклама)

Задание 2. Разработать систему PR акций гостиницы в период новогодних праздников