

Организация гостиничного обслуживания

Направление подготовки: 43.03.02 «Туризм»
43.03.03 «Гостиничное дело»

Руденко Людмила Лазаревна

**Роль маркетинговых технологий в
повышении эффективности
деятельности гостиничного
предприятия**

План лекций

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. Роль внутреннего маркетинга в гостиничном предприятии

В настоящее время наиболее эффективным средством завоевания гостиничным предприятием потребителей и увеличения продаж является маркетинг.

- Гостиничные предприятия, используя основные приемы маркетинга, могут выбрать правильную стратегию и тактику своего поведения в условиях:
- продолжающегося мирового экономического кризиса,
- повышения нестабильности деятельности,
- прихода на российский рынок сетевых гостиничных структур и на этой основе стабилизировать, существенно повысить эффективность своей деятельности

Каждая гостиница стремится выделиться среди других, предлагая свой набор основных и дополнительных услуг, основываясь на исследованиях потребностей клиентов.

Потребители гостиничных услуг очень отличаются по целям использования данных услуг, своим предпочтениям и пожеланиям, уровню дохода.

Так,

- **многие туристы предпочитают** низкие или умеренные цены за гостиничные номера при достаточно качественном обслуживании, а при отсутствии данных условий могут поменять место отдыха.
- **представители различных организаций** не имеют возможности изменить место командировки, останавливаются в номерах гостиницы с более комфортными условиями, с присутствием телефонной связи и Интернета.
- **групповые корпоративные клиенты** предпочитают гостиницы с наличием зала для проведения семинаров и конференций.
- **отдыхающие с высокими доходами** желают получить индивидуальное обслуживание в гостиницах.

Ориентация деятельности большинства гостиниц на клиента, а не на получение прибыли.

- **Вся деятельность администрации и персонала полностью подчинена удовлетворению требований клиента.** Как показывает опыт, деятельность гостиниц, ориентированных на клиента, более перспективна и, в конечном счете, более прибыльна.

Поэтому можно считать, что

- **маркетинг гостиничных услуг должен быть ориентирован на процесс разработки, вывода на рынок и реализацию гостиничного продукта, направленного на удовлетворение потребностей покупателей.**
- **Те гостиницы, которые в большей степени стараются удовлетворить текущие и перспективные потребности клиентов и начинают заботиться об этом уже на этапе исследований рынка и разработки нового продукта, по сравнению с другими гостиницами, действующими на данном рынке, имеют больше шансов повысить эффективность своей деятельности.**

Результат сбора данных

Обобщенный портрет пользователя



Светлана Владимировна

Поведение:

- 1) Много путешествует по работе или для отдыха
- 2) Есть секретарь/личный помощник
- 3) Ценит безопасность, комфорт и быстрый сервис
- 4) Большое внимание уделяет своему питанию, занимается спортом
- 5) Чистота, работники и их компетентность превыше всего
- 6) Важна быстрая реакция на пожелания и выполнение просьб
- 7) Всегда сообщает о своих нуждах
- 8) Пользуется консьерж-сервисом

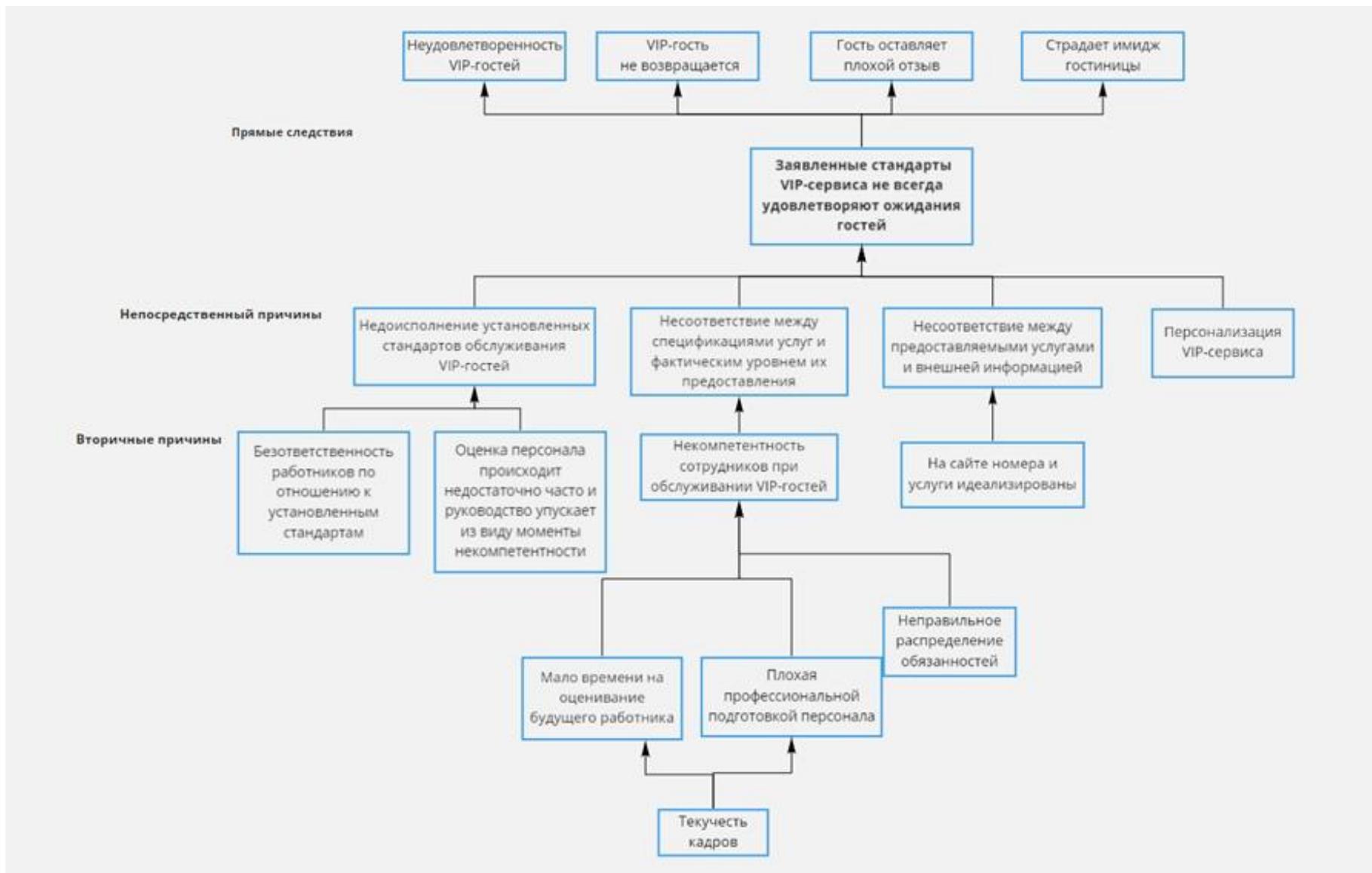
Характеристика:

- 1) 40 лет
- 2) Живет в Хабаровске
- 3) Бизнесвумен
- 4) Замужем, 1 ребенок

Нужды и цели:

- 1) Предпочитает останавливаться в уютных номерах люкс или сюит
- 2) Необходима отличная шумоизоляция или номер в отделении
- 3) Трансфер из аэропорта и обратно
- 4) Важна экономия времени при регистрации и заселении
- 5) Хороший вкусный ресторан при гостинице
- 6) Завтрак в номер
- 7) Услуги химчистки
- 8) Наличие тренажерного зала или СПА-центра в отеле
- 9) Хороший интернет
- 10) Услуги конференц-зала
- 11) Информация об интересных местах города, ресторанах и т. д.
- 12) Считает, что для VIP-клиентов должна быть отдельная зона

Дерево проблем



Требования к знаниям, умениям и навыкам

Студент должен получить знания и умения:

- Типологию каналов продаж гостиничного продукта
- Источники информации о гостиничном продукте
- Методы внутреннего маркетинга
- Виды печатной продукции

Материал для восстановления знаний

Взаимодействие гостиничных предприятий с туристскими организациями

- Виды договоров на предоставление гостиничных услуг
- Принципы ведения переговоров представителей гостиничных и туристских предприятий
- Основные пункты договора на предоставление гостиничных услуг

Содержание

Роль маркетинговых технологий в повышении эффективности деятельности гостиничного предприятия

1. Ключевые понятия
2. Учебный материал
3. Вопросы для самопроверки
4. Рекомендуемая литература

Ключевые понятия

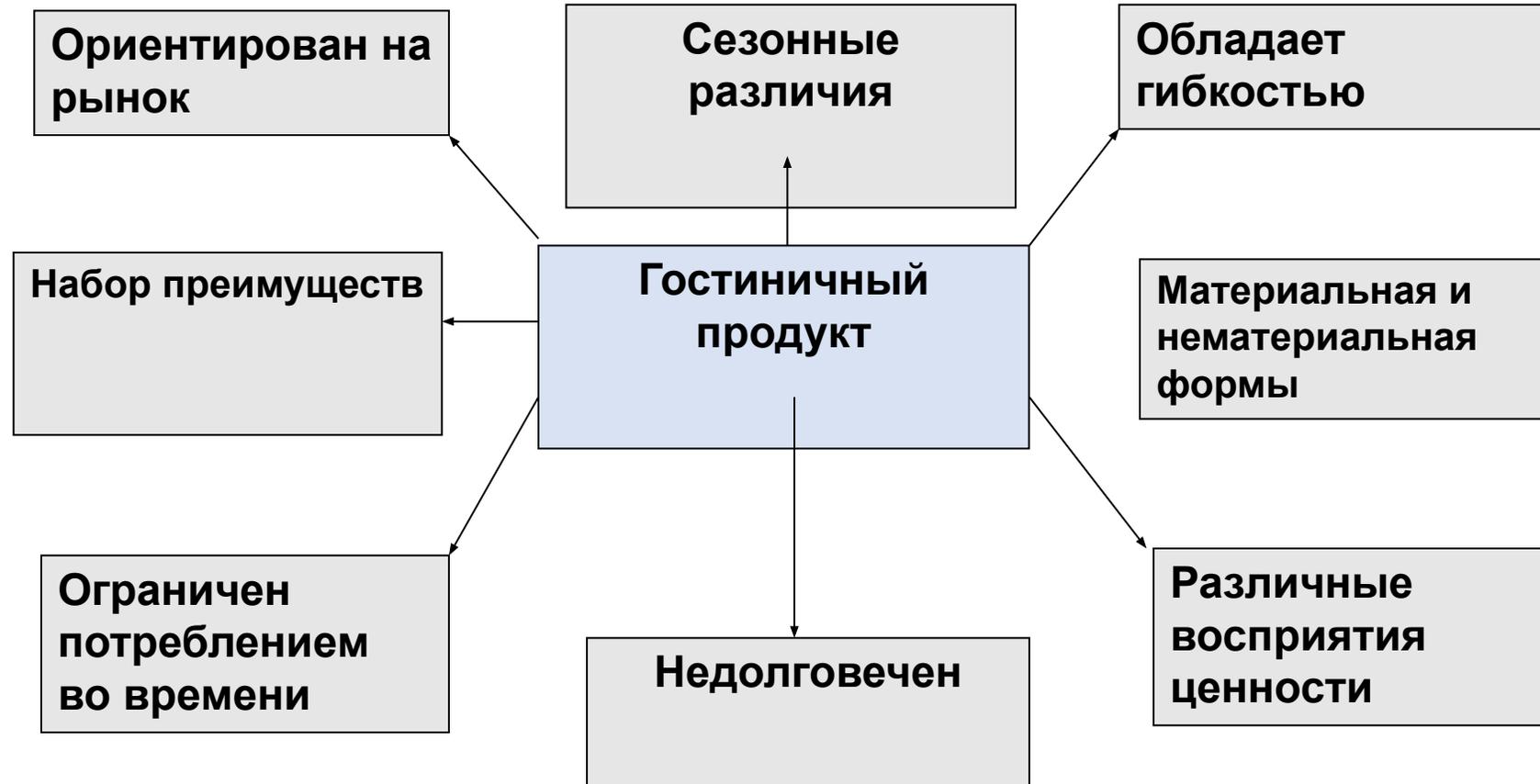
Роль маркетинговых технологий в повышении эффективности деятельности гостиничного предприятия

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

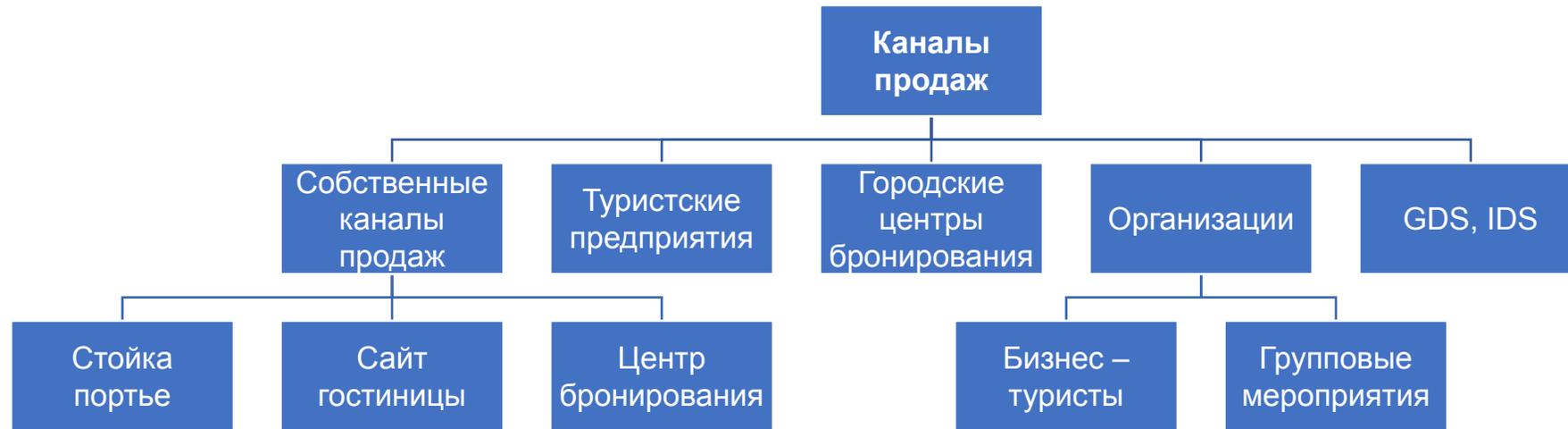
Учебный материал

Характеристики гостиничного продукта



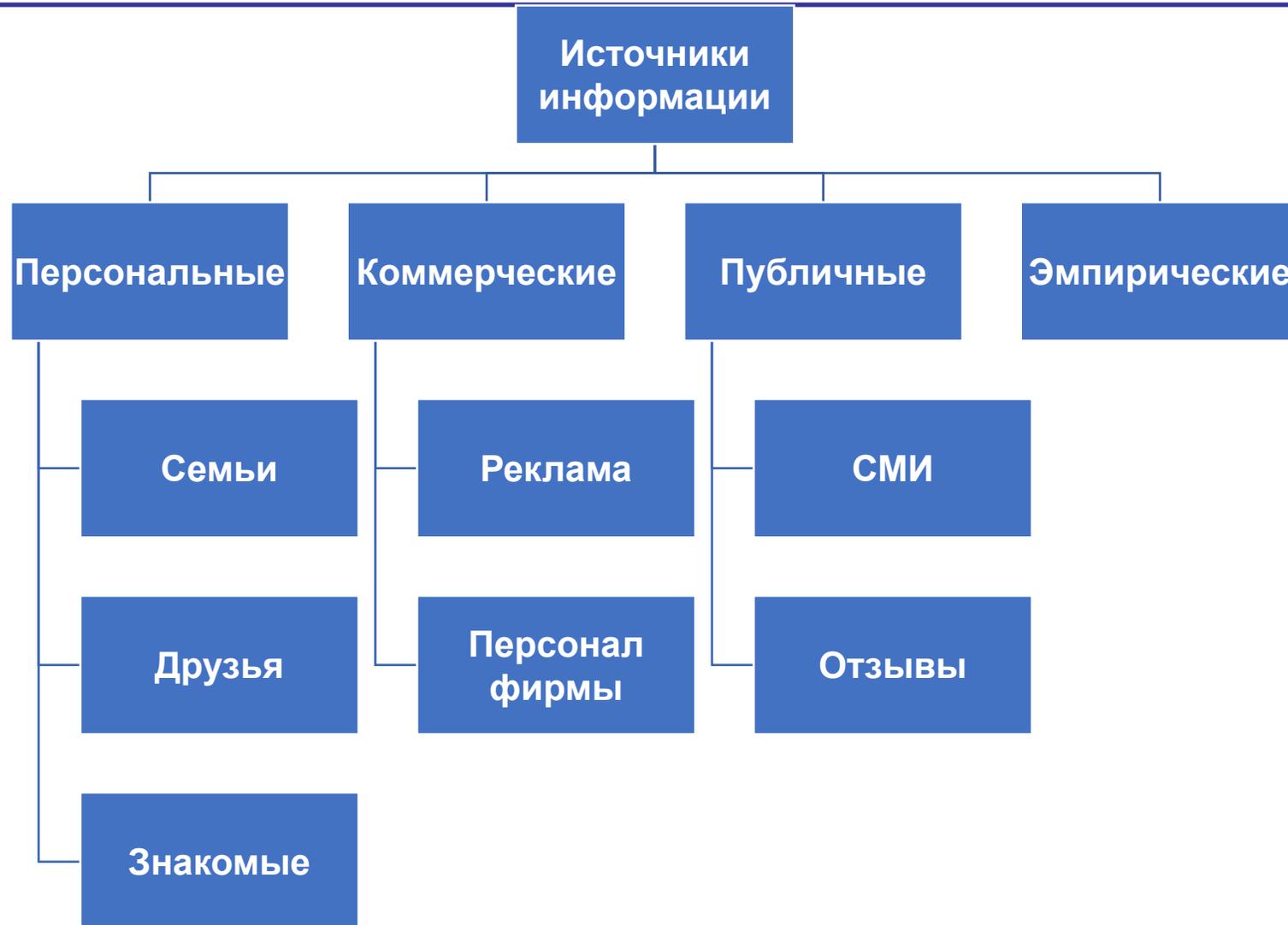
Учебный материал

Каналы продаж гостиничного продукта



Учебный материал

Источники информации при принятии решения о приобретении гостиничных услуг



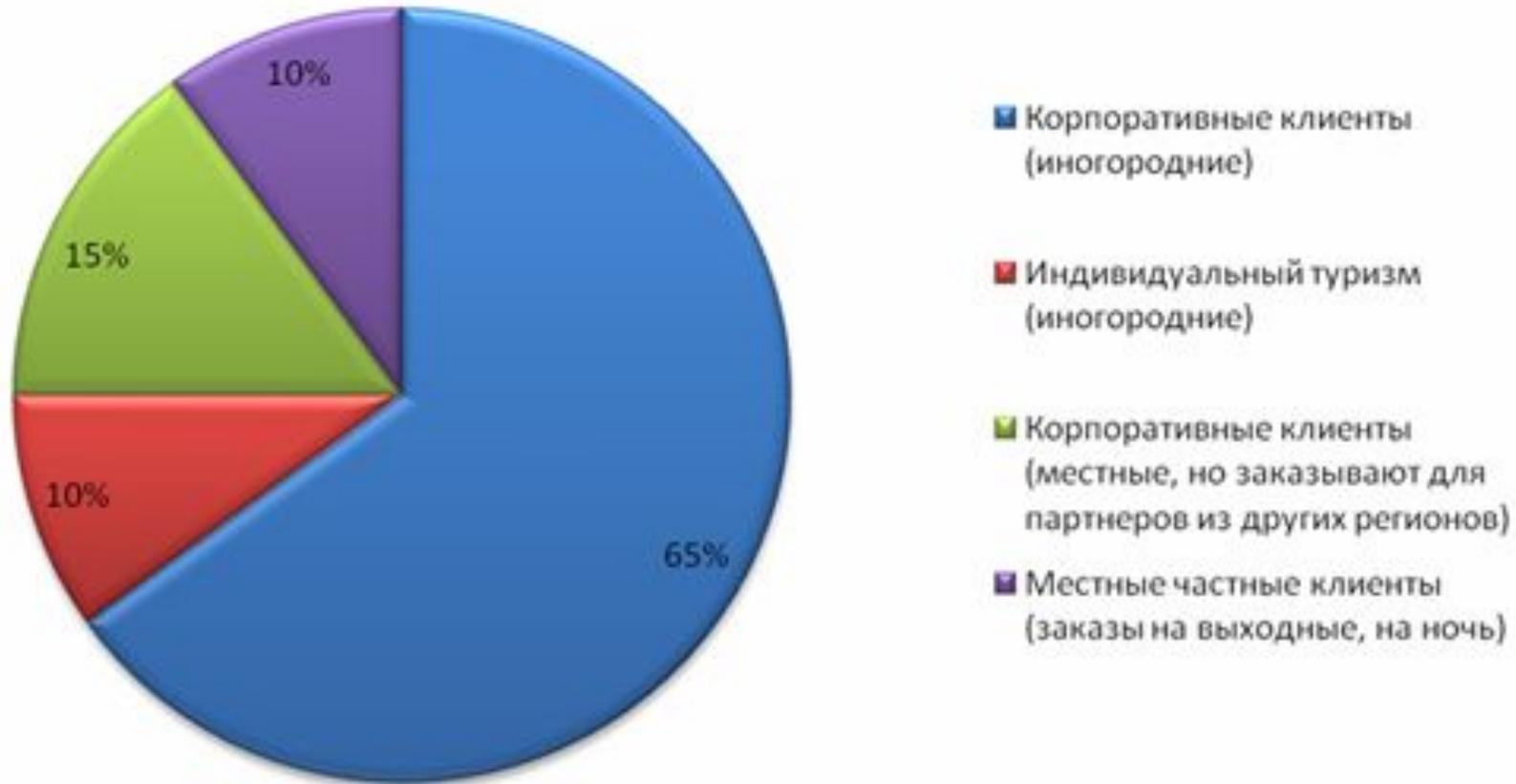
Учебный материал

Алгоритм применения маркетинговых технологий

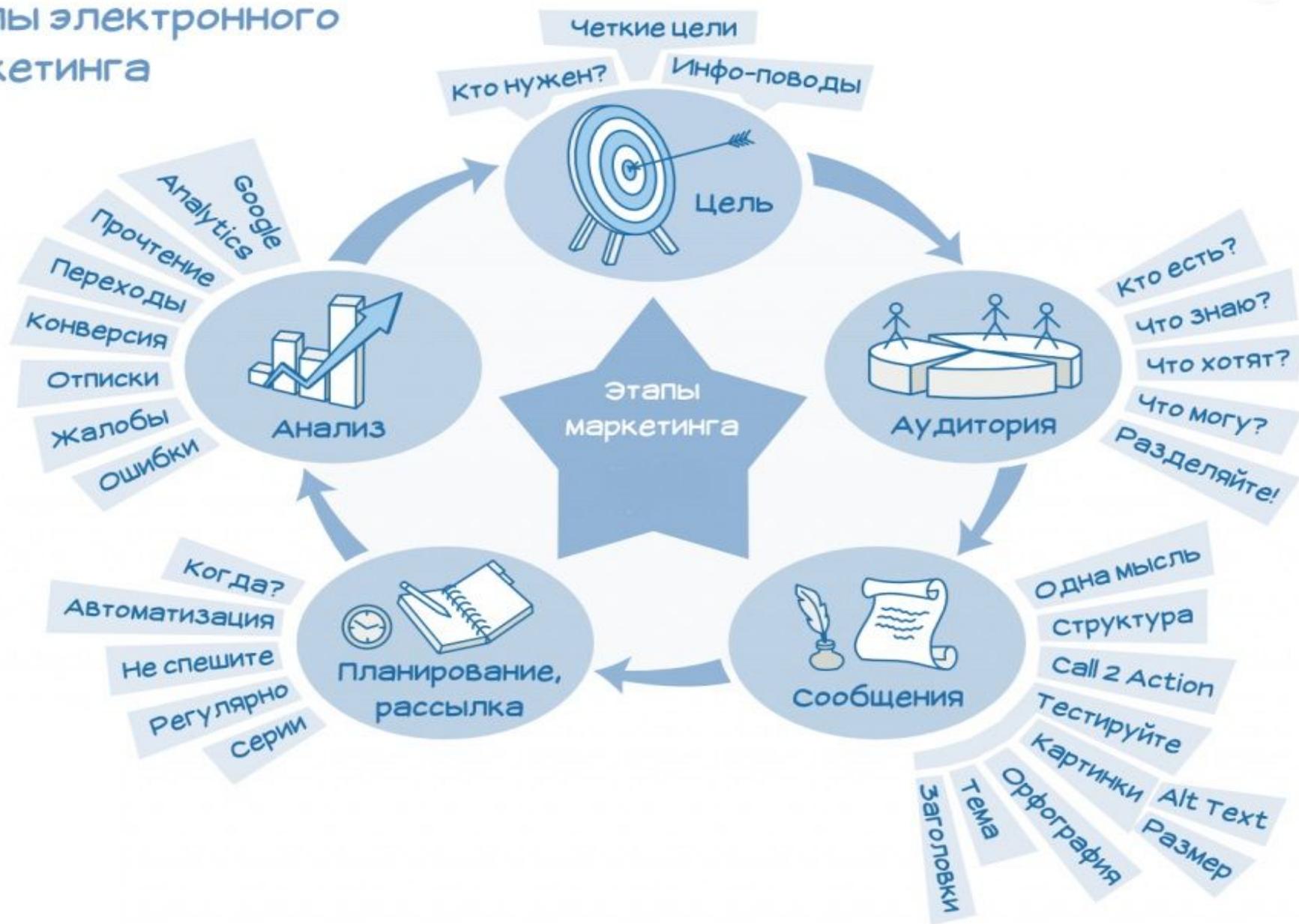


Учебный материал

Структура спроса на услуги размещения в сети Интернет



Этапы электронного маркетинга



Учебный материал

Виды PR акций в гостиничной индустрии

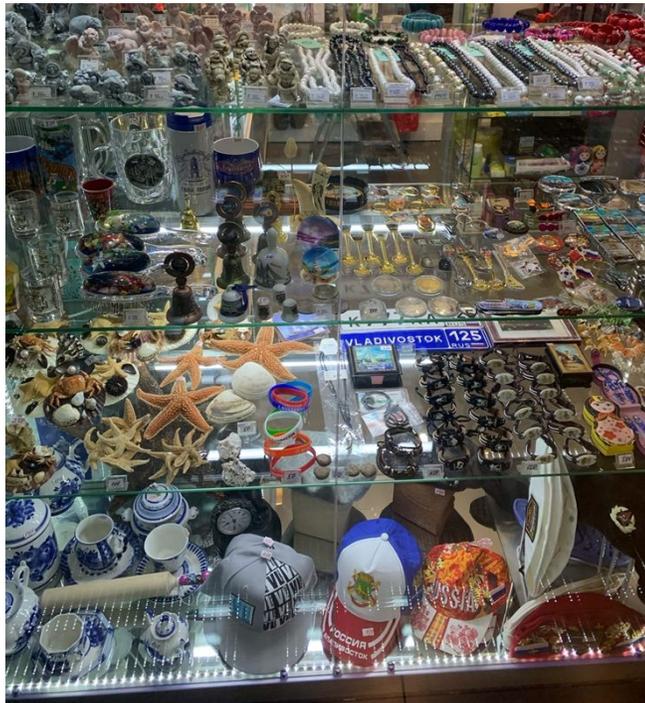
- разного рода благотворительные мероприятия
- организация в гостинице выставок по искусству
- презентация косметической продукции для клиентов гостиницы
- проведение детских карнавалов, показов моды
- недели кухонь различных регионов
- музыкальные вечера в гостинице
- джазовые пивные вечера
- показы 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

Учебный материал

Виды PR акций, направленный 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

Ритейл в отелях Владивостока



азимут Отель • Владивосток			
215	АVERKOVA студия ногтевого дизайна	228	ООО «СИМПЛ ИНКОРПОРЕЙШН»
216	ООО «Эллада Интур»	229	Юридические услуги
217	ООО «Медиа Тур» ООО «ДИ КУНСТ ГРУП»	230	ООО «СИМПЛ ИНКОРПОРЕЙШН»
218	АVERKOVA студия ногтевого дизайна	231	Helencinic
219	ООО «СМ Групп»	232	ООО «ТК Хотэй» ООО «МедМаркет» профессиональная косметика
220	ООО «РИКАРД-М»	233	ООО «ЭкспоСерТ» Сертификация
221	ООО «БАУ-Флагман»	234	ООО «НОМИНЕЙШН-ДВ»
222	АVERKOVA студия ногтевого дизайна	235	ООО «СК-ИНТЕР» таможня и логистика
223	ПСИХОЛОГИ	236	ООО «КЛАРАНС»
224	ООО «АСТИОН ТРЕЙД»	238	Подбор персонала. Психологическое консультирование. Курсы.
225	ООО «Чайна Торг»	240	ООО «Лотус Групп» торговая компания
226	ООО «КОМЕК МАШИНЕРИ»	242	Les Elixirs селективная парфюмерия
227	ООО «Олив Три Интернешнл Рус» ООО «РУКОТОРГ»	244	ООО «ПРОФСПЕЦЦЕНТР»





- **Ритейл** – это розничная торговля, ориентированная на массового покупателя. В широком смысле слово ритейл – это весь процесс организации розничной торговли, когда потребителям предлагается широкий ассортимент разнообразных товаров и услуг, которые можно приобрести в одном месте.
- **Ритейл в гостинице** – это розничная торговля (в качестве дополнительных услуг в гостинице), ориентированная на гостей отеля и, возможно, местного населения



Приобретенные знания

Роль маркетинговых технологий в повышении эффективности деятельности гостиничного предприятия

- Виды маркетинговой деятельности гостиничного предприятия
- Особенности рекламной деятельности гостиничного предприятия
- Типология каналов продаж гостиничного продукта
- Роль внутреннего маркетинга в гостиничном предприятии

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 паблик рилейшнз в маркетинговой деятельности гостиничного предприятия
- Перечислить основные каналы сбыта гостиничного продукта
- Перечислить факторы, влияющие на принятие решения о покупке гостиничного продукта

Рекомендуемая литература

1. Саак А.Э., Якименко М.В. Менеджмент в индустрии гостеприимства (гостиницы и рестораны) – СПб.: «Питер», 2017. – 432с.
2. Скобкин С.С. Маркетинг и продажи в гостиничном бизнесе: Учебно-практич. Пособие. – М.: Юристъ, 2012. – 224с.

Использование инструментов внутреннего маркетинга для формирования вовлеченности сотрудников отеля

Исследование возможностей контент-анализа онлайн-отзывов для определения клиентских предпочтений и уровня их удовлетворенности в отельном бизнесе

Исследование приоритетности детерминант выбора отеля и уровня клиентской удовлетворенности в российском выездном туризме