

哈尔滨市道外区美华管理人才学校

《酒店营销策划学》

全国职业经理MBA双证班

认证系列：职业经理、人力资源总监、营销经理、品质经理、生产经理、物流经理、项目经理、企业培训师、酒店经理、市场总监、财务总监、行政总监、采购经理、营销策划师、企业管理咨询师、企业总经理等高级资格认证。

颁发双证：高级经理资格证书+MBA 高等教育研修结业证书（含2年全套学籍档案）

证书说明：证书全国通用、电子注册，是提干、求职、晋级的有效依据

学习期限：3个月（允许工作经验丰富学员提前毕业） **收费标准：**全部学费 **1280** 元

咨询电话：13684609885 0451- 88342620 **招生网站：**<http://www.mhjy.net>

电子邮箱：xchy007@163.com **颁证单位：**中国经济管理大学 **主办单位：**美华管理人才学校

全国招生 函授教育 颁发双证 权威有效



职业经理 MBA 整套实战教程

千本好书 **免费** 下载 学校网址：www.mhjy.net

管理是一种社会行为，它与人类群体是俱生的，有着与人类文明一样悠久的历史。但做为酒店管理则是近代商品经济高度发展的产物。

一定义：

酒店管理：--是指在一定生产方式条件下，遵循客观经济规律的要求。依照一定的原则，程序和方法。对酒店的人力，物力，财力及其经营活动过程进行有效的计划，组织，指挥，监督和协调，以保证酒店经营活动的顺利进行。达到最少的劳动耗费取得最大的经济效益的活动过程。

全国Mini-MBA职业经理双证班



精品课程 权威双证 全国招生 请速充电

你可能准备跳槽或者求职, 却为缺少行业经验和专业证书而被用人单位百般挑惕!

你可能目前衣食无忧, 但随着年龄的增长和社会竞争压力的增大, 因为得不到专业的全新培训而失去竞争的机会和面临被淘汰的危机。

美华教育携手中国经济管理大学面向全国举办迷你 MBA 职业经理双证书班, 毕业颁发双证书。

招生专业及其颁发证书

认证项目	颁发双证	学费
全国《职业经理》MBA 高等教育双证书班	高级职业经理资格证书+2 年制 MBA 高等教育研修结业证书	1280 元
全国《人力资源总监》MBA 双证书班	高级人力资源总监职业经理资格证书+2 年制 MBA 高等教育研修证书	1280 元
全国《生产经理》MBA 高等教育双证班	高级生产管理职业经理资格证书+2 年制 MBA 高等教育研修结业证书	1280 元
全国《品质经理》MBA 高等教育双证班	高级品质管理职业经理资格证书+2 年制 MBA 高等教育研修结业证书	1280 元
全国《营销经理》MBA 高等教育双证班	高级营销经理资格证书+2 年制 MBA 高等教育研修结业证书	1280 元
全国《物流经理》MBA 高等教育双证班	高级物流管理职业经理资格证书+2 年制 MBA 高等教育结业证书	1280 元
全国《项目经理》MBA 高等教育双证班	高级项目管理职业经理资格证书+2 年制 MBA 高等教育研修结业证书	1280 元
全国《市场总监》MBA 高等教育双证书班	高级市场总监职业经理资格证书+2 年制 MBA 高等教育研修结业证书	1280 元
全国《酒店经理》MBA 高等教育双证班	高级酒店管理职业经理资格证书+2 年制 MBA 高等教育研修结业证书	1280 元
全国《企业培训师》MBA 高等教育双证班	企业培训师高级资格认证毕业证书+2 年制 MBA 高等教育研修证书	1280 元
全国《财务总监》MBA 高等教育双证班	高级财务总监职业经理资格证书+2 年制 MBA 高等教育研修结业证书	1280 元
全国《营销策划师》MBA 双证书班	高级营销策划师高级资格认证证书+2 年制 MBA 高等教育研修证书	1280 元
全国《企业总经理》MBA 高等教育双证班	全国企业总经理高级资格证书+2 年制 MBA 高等教育研修结业证书	1280 元
全国《行政总监》MBA 高等教育双证班	高级行政总监职业经理资格证书+2 年制 MBA 高等教育结业证书	1280 元
全国《采购经理》MBA 高等教育双证班	高级采购管理职业经理资格证书+2 年制 MBA 高等教育结业证书	1280 元
全国《医院管理》MBA 高等教育双证班	高级医院管理职业经理资格证书+2 年制 MBA 高等教育结业证书	1280 元
全国《企业管理咨询师》MBA 双证班	高级企业管理咨询师资格证书+2 年制 MBA 高等教育结业证书	1280 元



【授课方式】 全国招生、函授学习、权威双证

我校采用国际通用3结合的先进教育方式授课：远程函授+视频光盘+网络学院在线辅导（集中面授）



【颁发证书】 学员毕业后可以获取权威双证书与全套学员学籍档案

- 1、毕业后可以获取相应专业钢印《高级职业经理资格证书》；
- 2、毕业后可以获取2年制的《MBA研究生课程高等教育研修结业证书》；



【证书说明】

- 1、证书加盖中国经济管理大学钢印和公章（学校官方网站电子注册查询、随证书带整套学籍档案）；
- 2、毕业获取的证书与面授学员完全一致，无“函授”字样，与面授学员享有同等待遇，证书是学员求职、提干、晋级的有效证明。



【学习期限】 3个月（允许有工作经验学员提前毕业，毕业获取证书后学校仍持续辅导2年）



【收费标准】 全部费用1280元（含教材光盘、认证辅导、注册证书、学籍注册等全部费用）

函授学习为你节省了大量的宝贵的学习时间以及昂贵的MBA导师的面授费用，是经理人首选的学习方式。



【招生对象】

- 1、对管理知识感兴趣，具有简单电脑操作能力（有2年以上相应工作经验者可以申请提前毕业）。
- 2、年龄在20—55岁之间的各界管理知识需求者均可报名学习。



【教程特点】

- 1、完全实战教材，注重企业实战管理方法与中国管理背景完美融合，关注学员实际执行能力的培养；
- 2、对学员采用1对1顾问式教学指导，确保学员顺利完成学业、胸有成竹的走向领导岗位；
- 3、互动学习：专家、顾问24小时接受在线教学辅导+每年度集中面授辅导



【考试说明】

1. 卷面考核：毕业试卷是一套完整的情景模拟试卷（与工作相关联的基础问卷）
2. 论文考核：毕业需要提交2000字的论文（学员不需要参加毕业论文答辩但论文中必修体现出5点独特的企业管理心得）
3. 综合心理测评等问卷。



【颁证单位】

中国经济管理大学经中华人民共和国香港特别行政区批准注册成立。目前中国经济管理大学课程涉及国际学位教育、国际职业教育等。学院教学方式灵活多样，注重人才的实际技能的培养，向学员传授先进的管理思想和实际工作技能，学院会永远遵循“科技兴国、严谨办学”的原则不断的向社会提供优秀的管理人才。



【承办单位】

美华管理人才学校是中国最早由教委批准成立的“工商管理MBA实战教育机构”之一，由资深MBA教育培训专家、教育协会常务理事徐传有教授担任学校理事长。迄今为止，已为社会培养各类“能力型”管理人才近10万余人，并为多家企业提供了整合策划和企业内训，连续13年被教委评选为《优秀成人教育学校》《甲级先进办学单位》。办学多年来，美华人独特的教学方法，先进的教学理念赢得了社会各界的高度赞誉和认可。



【咨询电话】13684609885 0451--88342620

【咨询教师】王海涛 郑毅

【学校网站】<http://www.mh.jy.net>

【咨询邮箱】xchy007@163.com



【报名须知】

- 1、报名登记表格下载后详细填写并发送邮件至 xchy007@163.com (入学时不需要提交相片，毕业提交试卷同时邮寄4张2寸相片和一张身份证复印件即可)
- 2、交费后请及时电话通知招生办确认，以便于收费当日学校为你办理教材邮寄等入学手续。



【证书样本】(全国招生 函授学习 权威双证 请速充电)

(高级职业经理资格证书样本)

(两年制研究生课程高等教育结业证书样本)



【学费缴纳方式】(请携带本人身份证到银行办理交费手续，部分银行需要查验办理者身份证)

方式一	学校地址	<p>邮寄地址：哈尔滨市道外区南马路 120 号职工大学 109 室</p> <p>邮政编码：150020 收件人：王海涛</p>
方式二	学校帐号 (企业账户)	<p>学校帐号：184080723702015 账号户名：哈尔滨市道外区美华管理人才学校</p> <p>开户银行：哈尔滨银行中大支行 支付系统行号：313261018018</p>
方式三	交通银行 (太平洋卡)	<p>帐号：40551220360141505 户名：王海涛</p> <p>开户行：交通银行哈尔滨分行信用卡中心</p>
方式四	邮政储蓄 (存折)	<p>帐号：602610301201201234 户名：王海涛</p> <p>开户行：哈尔滨道外储蓄中心</p>
方式五	中国工商银行 (存折)	<p>帐号：3500016701101298023 户名：王海涛</p> <p>开户行：哈尔滨市道外区靖宇支行</p>
方式六	建设银行帐户 (存折)	<p>中国人民建设银行帐户(存折)： 1141449980130106399</p> <p>用户名：王海涛</p>
方式七	农业银行帐户 (卡号)	<p>农业银行帐户(卡号)： 6228480170232416918 用户名：王海涛</p> <p>农行卡开户银行：中国农业银行黑龙江分行营业部道外支行景阳支行</p>
方式八	招商银行 (卡号)	<p>招商银行帐户(卡号)： 6225884517313071 用户名：王海涛</p> <p>招商银行卡开户银行：招商银行哈尔滨分行马迭尔支行</p>

可以选择任意一种方式缴纳学费，收到学费当天，学校就会用邮政特快的方式为你邮寄教材、考试问卷以及收费票据。

酒店管理中（计划职能是指预测未来制定合理行动方案）

（组织职能是指按照方案组织实施。划分职责与权力等）

（指挥职能是指酒店的管理者或管理机构，通过下达各种信息，引导推动下级完成酒店经营计划的的活动。）

（监督职能是指通过一些考评依据来督促员工更好的完成任务）

（协调职能是指酒店根据工作中出现了新问题而重新制定的或改进的一些行动方案）

以往的中小型酒店多是家族式买卖，由于规模小，经营活动行为简单。所以经营者仅凭自己的知识，经验，能力去组织经营管理活动。根本不需要专门的管理。从而使管理者三位混为一体，也就是说酒店在业务活动中，管理与经营往往结合在一起，所以很多人就认为经营就是管理。管理就是经营。其实经营与管理是酒店经济活动过程中缺一不可的两方面。是两种不同的职能它们既相互联系又相互区别。

二\酒店经营与管理的关系。

1、管理产生于经营之中，又相对独立。

没有经营，就不需要管理，有什么样的经营就必然有什么样的管理与其相适应。同时管理是经营中分化出来的。自然就成为一种不同于经营的专门职能，有相对的独立性。

2、管理即为经营服务，又驾驭经营。

管理从经营中分离出来的目的就是为了更好地经营。帮助经营活动从可能性变成现实性，所以管理之为经营服务的。

管理驾驭经营是指管理把经营活动过程及其要素作为施加作用的对象，通过制定经营方向，目标，决策以及具体措施，运用各种管理方法，手段来推动经营活动。

市场营销是酒店经营管理的核心。也是决定酒店经济效益与市场竞争实力大小的关键。它是一门建立在经济学，管理学，行为科学，心理学，价格学等学科的理论基础上，专门研究现代酒店市场营销活动规律的综合应用科学。

正确掌握酒店营销学，对饭店的生存与发展将起着决定性的作用。

酒店营销学概述

定义：

饭店营销学是一门研究饭店在激烈竞争和不断变化的市场环境中如何识别，分析，评价，选择和利用市场机会，如何开发适销对路的产品，探求饭店生产和销售的最佳形式和最合理途径：

一、 饭店营销的四个时代：

第一个时代——是数量中心时代：中国 80 年代关闭了 30 多年的国门聚然打开。海外游客蜂拥而至，而当时的接待能力明显不足。很多饭店把办公室都改成用来接待客人用了，那时的酒店。一个城市也只有那么几家。酒香不怕巷子深的时代，就是我们所说的数量时代。

第二个时代——是产品质量时代：看到投资建酒店有利可图，于是大家争先恐后地建造饭店。一批批饭店拔地而起，原先是排队去饭店，饭店的服务质量还是菜品好坏都不重要。也没人敢挑，现在则不同了，饭店越建越多。人们开始有所选择。饭店之间也开始学会竞争了当时很多的管理者都已意识到了“要以质量求生存”酒店进入质量时代。

第三个时代——企业形象时代：随着人们生活水平评的不断提高，人们对酒店的选择上也有了观念上的转变，人们去酒店消费。已不仅仅是为了请客或饥饿了，更上一层楼了，人们去酒店是去享受去了。酒店业者这时已注意到了硬件大战已不能稳扎稳打了开始进入企业形象。注意自己的酒店品牌等等。顾客永远是上帝的名言由此产生。

第四个时间——定位时代：现如今的酒店竞争，可谓激烈。什么有形的产品，无形的服务。还应该想出更多的措施。以使自己的酒店立开不败之地——酒店进入了营销定位时代。酒店必须通过各种，各种营销策略的开发给酒店来一个定位点，以获取营销上的成功。但是定位失误的例子比比皆是。

如：美国希尔顿大酒店的定位点是“商人一出差，就住希尔顿”可是美国商人并不买帐。就象现如今很多大型酒店的卖钱额根本比不上经营有道的小饭店。

酒店经过了四个营销时代都是以说明酒店要发展必须适应时代的发展。营销学，在如今的酒店管理的地位又是如此之重要。酒店营销学不是一个简单的学科。而是高层次的现代酒店经营管理者的必修课程。否则营销失败。即使管理能再强人也无法使酒店经营的好。比如说“老华西自助餐厅，四年前（也就开业前）策划的一次。开业前三天所有人持报纸全天白吃白喝。结果当天的报纸突然多了印了几万份，酒店老板万万没有哈尔滨的老百姓这么热情。排队去吃——如果同行再借机反弹，雇几位找工人去大吃。那后果就难说了，也许今天人们已经不知道老华西这个名字了。

再如：广东一家“人吃鱼”酒店，周六日免费送一盘鱼活动，结果很多客人，只要一盘鱼和一碗米饭。一盘鱼 60 元，一碗饭 1 元结果酒店挣 1 元损失 59 元。

通过举例说明大家就会知道，正确与营销该有多重要啊！

二、 酒店营销学的任务。

今天的酒店在经营管理之中第一个问题就是饭店的需求问题。而酒店营销学也可以说就是研究市场需求的管理科学。它的任务就是针对客源市场的需求状况进行管理。以便更好的实现饭店经营目标。那么如今的市场到底有几种状况呢？

（一）负需求状况与扭转性营销。

负需求状况是指客人不喜欢或厌恶某个饭店，故意避开购买这个饭店的产品。

比如：某大酒店有两位客人被人在店内谋杀了，在相当长的时间内，客人都不原意去这家酒店消费。再比如：原来的汇丰酒店，一场电火化为乌有，现在改名为哈特商务酒店重新开业后，至今仍是客人极少极少的，据说又要关门了。

这种负需求，真是太糟糕了，在这种情况下，酒店管理人员就要分析客人不喜欢的原因。提高服务质量，用强有力的促销手段来重新塑造酒店形象。此时酒店的营销任务是扭转性营销。扭转人们的抵制态度。使负需求（不需求）变为正需求。

（二）无需求与刺激性营销。

无需求状况是指市场对饭店的产品不关心，没有兴趣。

比如：一新建的大酒店，由于客人对它们不了解，光顾的人就很少，在这种情况下饭店必须设法使消费者对其感兴趣。刺激需求使无需求转变为有需求即实施刺激性营销。

例如：一些大酒店在开业前多采用五折折扣来吸引消费者以刺激消费者认识。

（三）潜在需求与开发性营销

潜在需求：指顾客对市场上现在的产品或服务不能满足的。或隐而不见的需求。（例如：一些工薪层对高档酒店即向往对惧怕。想去享受一些，又怕消费不起，口袋里钱少）

针对这种情况饭店应了解这一市场需求，开发合适的产品与服务来满足这一需求，开发性营销运用的实例比如说“北京五星级的长城饭店，全国之内首先推出面向工薪层的开发性营销策略。推出五个5（55555）自助餐服务。让工薪层花不了几个钱就可以在五星级饭店享受一次。五个五是指：成人50元一票到底50种菜肴任意选用酒水五折儿童5折五星级的优质服务。长城饭店的五伍服务推出后很受欢迎。

（四）下降需求与恢复性营销

任何一家酒店，如果长期保持它的菜式及口味不变，必定遭至需求大降的局面（光顾的人也少了）比如人们已经不再原意吃粤菜了，你还以出售粤菜为主，那么谁还愿意去吃呢？所以餐厅要想恢复到以前与市场份额，必须使其产品和服务常变常新。举一个成功的例子：北京一家酒店每年都推出圣诞晚宴由于年年如此，客人的兴趣淡了，顾客一年比一年少，后来酒店的一位主管提议开发新的销售热点。在2月14日推出情人节情人套餐以及情人礼品。情人晚会等创新产品并在报纸上大肆宣传。结果营业额大大超过了圣诞晚宴。营销学运用的好那么不怕酒店需求下降了。

（五）不规则需求与同步营销

酒店有着明显的淡旺季，客人的需求不规则，一般4月5月，9月10月，为最高峰。12月1月为低峰（淡季）饭店管理者必须通过灵活的价格及其它方法来调整。供求关系实施与不规则的淡旺季同步的营销方案。（比如实行淡季价格与旺季价格；冬季养客，夏季吃客）

（六）过渡需求与压缩性营销

客人很多的季节里。往往会出现饭店接待水平不高，忙不过来的现象。这种情况下酒店的超负运转，会大大降低服务质量，因此必须通过提高价格。减少促销等手段来压缩需求或持续性的使客人减少需求。

（七）不健康需求：

比如说有的客人偏爱走台小姐，走台先生，以及赌博，吸毒等服务。酒店绝对不能为了满足这种不健康需求而为其提供服务。必须及时运用抵制性营销进行抵制（抵制清除本饭店的这种需求应注意自己酒店的正常环境和气氛。

（八）充分需求与维护性营销

一些回头客对我们的饭店很满意。我们就采用维护性营销使顾客更好喜欢我们这里如发议会员卡。优惠餐，赠送礼物等，投其所好。

课程连接： 南方酒店经营谋略

我们问一问同学们你们认为餐饮业或者是说开酒店赚不赚钱？

事实上，现在已经被无数的实例所证明，开酒店赚钱，而且能赚大钱。这是千真万确的道理，只是经营成功的太少了，其实大家可能常遇到这样的一个例子，两家互为邻居，规模差不多的酒店，其中一家生意非常的好，另外一家就生意惨淡，就以哈尔滨为例，酒店经营得不好的一般都是北方人开的酒店，南方人开的，或者有南方人负责管理运营的酒店基本

上生意都挺好，这不是说外来的和尚会念经，或者贬低北方人是否具有经营头脑，

所话说，一人一把号各吹各的调，虽然是那不同的号子，却能吹出不同的调子来，南方人与北方人的经商理念不同，而经商观念正确与否正式决定酒店赚钱与不赚钱的关键因素。

不光是酒店业，在经商的各个方面南方人都比北方人略胜一筹，南方人善于思考，善于竞争。

南方人善于竞争，在爱情上也强调竞争，他们对三角恋爱特别喜欢，我可以选择别人，别人也可以选择我，来到终点，究竟鹿死谁手，谁也不能妄加定论。

南方人在爱情上都这么样，在经商上那就更不用说了，因此可见南方人经营酒店时成功那就是一种必然的了。我们应该认真学习。

一、两种版本的生意经

什么叫生意经：在商场上每个商人都有自己的经商哲学，指导思想，这就是它们的生意经。

由于地理位置等原因，自明清以来至今南方的商品经济都比北方发达，所以南方人在经商看法和态度都比北方人成熟，更加懂得赚钱的窍门。

那么北方人和南方人根本上相差是什么呢？

它们之间的生意经的具体内容又是什么呢？

二、北方老板——这宰你没商量

一次我请几位朋友去一家北方人一家酒店吃饭，进去以后，一看菜单，上面的菜价那真叫高呀，有心离去却又不好意思。因为我请的朋友驯有几位是刚认识不久的，咬牙点了几个菜以后，服务员又问我。“先生您还要点什么酒”我说“先每人来一听百威啤酒吧”服务员又问“先生，我们这新进的矿泉水，是带汽泡的，你要几瓶吧！”而且越说越来劲，我想“哎花钱买个清静吧”一人一瓶汽泡矿泉水。”我的客人美美的吃了我一顿后，要结帐了，接过帐单一看，我不禁暗吃一惊。原来 1800 元的结帐单，10 瓶矿泉水竟占了 800 元，我不得不去帐台问一下，小姐咱们的矿泉水 80 元一瓶，是金水呀，“先生那是世上最好的法国矿泉水，是吗刚才服务员为什么不告诉我价格呢。水比酒还贵呀，付完帐之后，我很不痛快地离开了这家酒店。

第一菜价加价率太高，第二没设酒水服务时不报价，第三推销介绍菜品的时候，没完没了的让你购买，等等吧。实在让我这个工薪层感到这个酒店太黑了下次我可再不来了。

这就是北方老板惯用的生意经：宰你没商量

后来我再没有光顾过那家酒店，就算路过，也不愿意看上一眼，以至在它倒闭关门很久了，我才发现，原来这家酒店已经不存在了

经商做生意，其目的无疑是为了赚钱，而且，赚的钱越多越好，越能体现出自己的能力和价值。然而运用不当手段去赚“昧心钱”，不看民情盲目上马大酒店，服务员素质低，服务质量差等，这些所谓的“生意经”它们赚钱所用的方法与抢劫相类似，只是程度不同，但实质上却可以说是一样的。

那么谁还敢去你的酒店消费呢？久而久之，没有顾客了，你不善待上帝，上帝就会处罚你，开论你酒店开业时投入多以人力，物力，财力，都会变成泡影。

忠告：见谁宰谁，结果只能是宰自己

学生可能会问老师，你的说法是不是太偏激，太片面了，在我讲过南方老板的生意经后，你就会知道。我讲的是否正确了。

二 南方老板——君子爱财取之有道

君子爱财取之有道，这句至理名言“出自圣人之口（孔子）孔子是北方人，其实南方人，北方在金钱观上是一致的，圣人都爱财，何况俗人呢。（人为财死鸟为食亡）

南方人与北方人都爱财，只是获得财富的方法有所不同。

南方老板生财有道，道中包含两上含义：

1 是道德——即商业道德

2 是道路——是指赚钱的方法和技艺

A 先讲一下——商业道德

南方某市梅地亚宾馆的粤菜餐厅，顾客盈门，生意红火。一家大公司的经理王先生在宴请客户。服务员小罗开始为客人上加过温的花雕酒。她先为第一位客人王经理酒杯中放上一颗话梅，正要倒酒，不料王经理伸手挡住酒杯说“小姐您的操作方法不对。喝话梅泡的黄酒，应该先倒酒，后放话梅。”小罗一愣，心中暗忖道“先放话梅后倒酒，这是餐厅的一贯做法，从没有人提出异议。即然现在这位先生有意见，先倒酒后放话梅也未尝不可，就依客人的要求办吧。于是她说了一声：对不起，先生。说完便用夹子取出话梅，倒上酒，再把话梅放进去，并照同样方法给其他客人一一斟酒。王经理这才表示满意。

上菜了第一道是滑炒虾仁，王经理随即邀同桌趁热动筷，刚尝了一口，不觉眉头一皱，脱口说道“这虾仁味道太淡”。小罗听说随口问了一句是吗？未等对方回答，她便接着说：哦，这样吧。我马上端到厨房去请厨师加工一下。说完便把虾仁端进厨房，并立即把餐厅蒋经理和厨师长仔细品尝了炒虾仁，都认为咸淡适中，是严格按照标准烹制的。蒋经理分析，可能那位先生的口味偏咸，但联系刚才他对话梅泡的挑剔，似乎还有一种可能，即这位客人要面子，好炫耀，想在大庭广众面前自我表现一番。他认为应该因势利导，尽量满足他的自尊心，妥善处理此事。于是他让厨师长稍放了点盐炒一下，请小罗端出去，并嘱咐她加强注意，小心伺候。小罗把滑炒虾仁端上餐桌，对王经理说道：“王经理说道：先生，对不起，刚才确实淡了些，现在加咸了，请品尝。王经理当即先尝了一口，含笑点头道：“这还差不多，”小罗顿时松了一口气。

过了一会儿，酒宴最高档的一道菜肴——鱼翅上来了，王经理照例邀大家趁热品尝，他刚尝了一口，果真又“发难”了，对小罗说“这钱翅质量有问题”。小罗听了大吃一惊，她问道，餐馆烹制这类名贵海鲜，质量把关严上加严，通常是不会有问题的。正想作适当的解释，早就在远处留心观常的蒋经理及时赶上前来，和气地对王经理说“我是餐厅经理，欢迎您对这道鱼翅多提宝贵意见。王经理一口咬定鱼翅质量有问题，只见蒋经理毫不犹豫地說道”那就取消。取消就是白送一个名贵菜，这时在座的客人都有点看不过去了。经理也没想到店方会主动提出取消，听了众人的劝告，更觉得过意不去，便对蒋经理说：取消就不必了，蒋经理见形势缓和下来，就退一步说：那就打8折。这时，王经理颇有点不好意思。又显得洋洋得意。

从此，王经理和他的公司属员便成了梅地亚宾馆这个餐厅的常客。俗话说：挑剔的顾客是真正买货的。在酒店也是如此南方的这家大宾馆明知王经理是在故意炫耀自己，却还在努力做到真情服务，争取把王经理这位头回客，变成回头而不是一锤子买卖。而这种真情服务，也正具体表现了餐饮业的商业道德。换句话说“南方人更重视顾客就是上帝”“客人总是对的”这一原则，这就是商业道德的最好表现。

大家可能会说了，这两句话谁都知道，北方老板也知道，很多酒店将这两句话做为座右铭，但真正做到的却少的可怜。

传说有一个年迈的老神仙，掌握着智慧，问他什么，他都能给你答案。一次一个淘

气的小孩手里拿着一只小鸟问神仙是死的还是活的。如果老人说是活的小孩就用手提掐死，如果老人说是“死的”小孩就放飞这只鸟，老神仙沉默片刻说“孩子，答案就在你手里呀”。

实际上开酒店，是否赚钱，就掌握在经营管理人的手中就看你怎么去开启致胜的大门。

所以每一位经营酒店的人员都应细心的去运用：“客人是上帝，客人是对的”这两句话，不是去说的，而是用心去做的。

B、所谓道路——拽赚钱的方法和技巧其方法就是“和气生财”“与人为善”

南方人重视这一点，北方人则不行，脾气暴躁，动不动就大打出手，蛮不讲理，酒店要想赚钱，必需不断提高领导与员工的修养，素质，做到，“和气生财”。

广东酒店老板的商业意识

南方人善于发现，运用生意经这一点主要来自它们具备了更完美的商业意识。

在全国来看广东人的商业意识现在都是首屈一指的。

广东人最崇拜神，尤其是财神爷，它们崇拜的不仅仅是那个穿古装衣服的老头，更主要的是生意上所有顾客，朋友都是他们的财神爷，只要有钱给我你就是财神。

广东人一心一意想发财，更会想办法的去寻找生财之道，这就是商业意识。

北方人也想发财，但是商业意识淡薄，盲目学习，盲目做事，所以生意做不好的占多数。

一、那么什么叫商业意识呢？

所谓的商业意识就是对于商业的理解，怎样看待经商以及运用何种方法去经商。

二、什么叫酒店商业意识？

商业意识如此重要，在酒店经营中该怎么运用呢

酒店商业意识：就是必须对餐饮的状况深入了解，具备对市场的敏锐感觉和强烈的竞争意识。知道该如何经营管理酒店的方法。

三、怎样培养酒店商业意识？

酒店商业意识，应从以下几个方面去培养。

第一，应走出自我，敢为天下先。中国的八大菜系。京、鲁、川、粤、苏、湘、皖、豫之中只有粤菜的存在时间较短，仅有几百年的时间，它是清朝才发展成形的然而目前为止，但是粤菜馆几乎全国各地都有，而且生意都不错，这是为什么呢？

这就是广东人的高明之处，不断打破自己的记录，敢为天下先，吸取各种菜系的精华，大胆变化。广东人所吃的野味，让别的地方的人听了都会发寒，什么蛇、猫、耗子、虫子、穿山甲都成它们心中的美味，也正是这种敢为天下先吃的商业精神，才使广东的吃文化独具特色。使粤菜独成体系。

第二、必须不断学习。改革开放以前，广东和其他地方一样，没有什么特别的经营商业的经验。广东人经营酒店的方法在很大程度上是从香港人那里学来的。香港人在广东投资酒店的特别多。精明的广东人，怎能忍耐外人挣自己的钱呢（北方人没有这种想法）（北方人特豪爽，谁挣不是挣，挣去吧）广东人开发智力，努力向香港学习。香港一直处于自由竞争的商业社会，因而他们积累的商业知识和经营技巧，策略都是十分丰富的，广东人学会了揣摩消费心理，以及运用某种手段去吸引更多的顾客等等，先进的经营谋略，和香港人一争高下。

(香港的酒店经营谋略另设章节详细讲解,先和同学们一起学习一下这种先进的思想)

第三、对于学会的东西,要细心转化为自己的东西,更要不断创新。

如果广东人只是简单的学习香港酒店老板的做法,那么他们是决不会取得今天如此辉煌的成就的。广东人可贵之处就在于善于创新。

比如顾客就是上帝,这种经营谋略就是广东人同香港人学会的。但却被广东人发展成了新的东西。

顾客就是上帝:上帝的权力:顾客应享有上帝的服务与待遇(香港说法)

上帝的义务:既然你是上帝,仁慈的主(被热情服务后)不施恩惠,何谓上帝(让顾客心甘情愿的去消费或成为回头客)

广东人让人们真正理解了上帝的全部意义:

广东人认为“不进步就是退步,如果饭菜总是千篇一律,经营方式总是墨守陈规。

那就无法满足上帝顾客的心愿。久而久之,您将成为被上帝抛弃的人。

第四、树立自信心(我一定能行,我比你强,我只要第一,通过努力去争取)

第五、善于运用(师傅领进门修行在各人,运用不好,学了也白学。同样在一个教室里学习有的学生就能听出老师讲课重点,有的学生则听个热闹一点也用不上)

通过以上五点的领悟,你一定会培养出与从不同的酒店商业意识

全国职业经理MBA双证班

认证系列: 职业经理、人力资源总监、营销经理、品质经理、生产经理、物流经理、项目经理、企业培训师、酒店经理、市场总监、财务总监、行政总监、采购经理、营销策划师、企业管理咨询师、企业总经理等高级资格认证。

颁发双证: 高级经理资格证书+MBA 高等教育研修结业证书(含2年全套学籍档案)

证书说明: 证书全国通用、电子注册,是提干、求职、晋级的有效依据

学习期限: 3个月(允许工作经验丰富学员提前毕业) **收费标准:** 全部学费 **1280** 元

咨询电话: 13684609885 0451- 88342620 **招生网站:** <http://www.mhjy.net>

电子邮箱: xchy007@163.com **颁证单位:** 中国经济管理大学 **主办单位:** 美华管理人才学校

全国招生 函授教育 颁发双证 权威有效



美华论坛
www.mhjy.net



职业经理 MBA 整套实战教程

千本好书 **免费** 下载 学校网址: www.mhjy.net

南方酒店常用经营方法

（简单讲几种代表方法，质在开拓一下同学们经营思路）

代表方法一：合法传销式经营（口碑营销）。

有一家广东餐馆的老板突发奇想，匠心独运，采用了传销式的经营策略，而且效果很好。他的具体做法是：当 A 顾客第一次到该餐馆用餐时，他收取全部餐馆费，而当 A 第二次带别人来时，他便只收九折餐馆费，另外的一折交给 A 顾客，当 A 顾客第三次带别人来时，他又只收八折餐饮费，其余的全部归还给 A。

这样，A 顾客来的次数越多，所带的人越多，A 所得的回扣便越多。

当然，这种回扣也是有一定限度的，一般到五折为止，而不可能把全部餐饮费都交给 A。同样道理，对于 B 顾客、C 顾客——他也都采取这种方式。

如此一来，这家餐馆的生意就越来越兴旺发达，把其他餐馆的顾客也都陆续地吸引过来了。

由此可以看出，经营餐馆的具体方法的确是多种多样的。

只要肯动脑筋，就会想出许许多多生财之道。

代表方法二、双管齐下（软，硬件）

就餐馆而言，都是有两个部分组成的，即：看得见的部分和看不见的部分

所谓看得见的部分，就是指餐馆的硬件，所谓看不见的部分，就是指餐馆的软件。

大凡赚钱的餐馆，其软件部分和硬件部分都有一些相同的特点。

具体说来，有如下几个方面：

a) 软件——看不见的部分的特点主要是：

1、给人一个好的印象

必须使客人在用餐时和用餐后，都能对餐馆产生深刻的好印象。

2、给人一个好感觉

感觉是难以说清的东西，却非常重要。因此，必须在餐馆的陈设，布局，色调等方面多下功夫，让人感觉好。

3、让人有种好心情。

餐馆人员的服务态度应当温和、细致、不要惹客人厌烦。

4、让人在进餐馆后，会由衷地感到一种特有的温柔和快乐。

餐馆与别处不同，客人在吃饭时应该快乐才对。

b) 硬件——看得见的部分的主要特点是：

1、店的选址要合理，尽量占地利之便，有人光顾。

2、便宜的价格；

3、清洁的店面，尽量用柳橙和象牙色，给人一种清洁的印象；

4、食品要丰富；

5、上菜的速度要适度，不可过快，也不能太慢；

6、好吃的味道；

7、只用女店员，雇佣女店员的餐馆，会使客人有一种好感觉；

代表方法三——开发吃中三味新、奇、特、

中国人是世界上最注重吃的民族，经过几千年的发展，逐渐形成了博大精深的食文化。这一点，是其他任何国家和民族都无法与比拟的。而广东人更是中国食文化的开拓者、实践者和传播者。在中国这样大的一个国家里，既然有食在广东的说法，就足可以看出广东在中国食文化中的地们之重要。

之所以会出现如此一边倒和一枝独秀的状况，绝非偶然。

这是因为，广东人最了解吃中三味：新、奇、特、

所谓新，是指广东人非常喜欢吃新鲜的美味。

海鲜和河鲜尽管都很名贵，可是广东人却对他们情有独钟，十分喜爱。

所谓奇，是指广东人十分喜欢吃那些奇怪的食品。这些食品之奇怪，是因为一般人不会想到去吃他们，而广东人却独具慧眼，做成各种美味佳肴。

比如说，很多人都不知道鼠肉的美味，而广东人却发明了做鼠肉的方法，把大家都感到可恶的老鼠拿来烹食。这一点，已足可说明广东人的好奇心与大胆程度。

所谓特，包含两方面的意思：1 特产、2、风味独特、

代表方法四：生猛海鲜不生猛

生猛海鲜几呼成了粤菜的代名词，然而南方人的服务却一点也不生猛，采取温柔的正规服务（不断加强员工素质与培训，并建立服务级制）

信息时代，多打信息版——信息酒店

前不久，某报刊载了一条“拉客报”击败拉客女的新闻，说的是某地国站外拉客女遍布，生拉硬拽地争旅客上她们旅馆饭店去住宿，还真逮到了不少生意。可后来车站外出现了一些手执报刊、颇有礼貌的旅店员工，同样是拉客，角度却很独特：上我们那儿去住吧。我们店订有多种报刊杂志，免费提供服务。引得旅客纷纷前往，拉客女因此而生意大跌。

信息比女色更诱人

报刊拉客，听起来好象很玄乎，但仔细一想便感到这个点子实大巧妙。如今已是信息时代，信息是事物的核心，是成功的钥匙，谁掌握的信息越多，知道得越细，谁就就会有取胜的把握。有人说，上帝创造人类时，让每个人都有两只眼睛，两只耳朵、一张嘴巴，就是希望大家多看，多听、多传递信息。即然，我们是信息社会现代人就越离不开信息的传递，那么你何不投报拉客、抛砖引玉？打出一张信息牌呢？

广州最近则出现了别开面的“信息酒家”在这个酒家的墙上，分类张贴着不同城市的供求信息，食客可即时发布自己行业的信息，由工作人员抄录上去，食客在看中某条信息后，可请服务人员即时引荐提供供求双方合一而坐，变消闲餐为工作餐。

到信息酒家就餐的客人，均可获得一份从上千份报刊中搜集整编而成的专题资料剪报，客人的名片可集入酒家的行业名片簿中，信息酒家从周一到周日还推出不同的信息

专题日来吸引客人，如周一为装饰、建材日，周二为房地产日，周四为股市、期货日、周六为医药器械日等。

信息酒店建立方案

一、建立信息墙

二、当日剪报派送

三、名片交流册

四、建立特定日：周一、装饰建材日

周二、房地产日

周三、股票日期货日

周日、人才交流日

周五、娱乐指南健身指南日

周六、人才交流日

周日、信息游戏日

五、全天提供天气预报股市行情

店名招牌这是酒店业的第一推销员

一、取个好店名

餐厅的名字可以说是餐厅开张时打出的第一份广告。一个好的餐厅名，其功用和价值远远超过名字本身的意义，具有巨大的促销作用。

美国旧金山华人区，有一家餐厅名叫乡音阁，生意十分兴隆。客人多是中国人。长年漂居海外的华人，多有一种思乡之情。

c) 招牌的推销功能大

招牌是餐厅十分重要的宣传工具。招牌要大而醒目，使其可见性大，要让坐车经过的人远远就能看见。晚上招牌要有灯光照明。设计人要试验从马路的各个方向观察，并且还要在晚上观察。

招牌有直立式（二面或四面都设计餐厅名字或采用##或采用人、动物造型）（便于发现体现档次）

壁挂式（贴于墙上的招牌应配以特色图案）

悬吊式（配以霓虹灯设计成厨师造型为佳，没看到餐厅，光凭图案就知道这是大酒店）

高收入酒店经营秘诀——素材经营谋略

不用大牌厨师，才能经营出赚钱的餐厅，这是现时代餐饮业中一句非常流行的经营格言。这似乎与传统背道而驰，然其中并不乏道理。

持这种观点的人士认为，只要原始素材的品质优良就能令人喜爱的菜肴包括有蟹、虾、龙虾、贝类、海带类以及牛肉、羊肉、鸡肉、猪肉、蔬菜、水果等不需要多少加工，就会非常好吃。

同时，他们认为大牌厨师大多有墨守成规的特性。因此，很多时候，他们会无视客人的喜好，也不在乎经营者的想法，只是一味地想展现自己的技艺，形成独断专行、盲目经营的局面。因而做不到顾客想吃什么我就做什么的经营策略。

一、创高收入必须选择好吃的素材

新鲜的好吃的素材“鸡”“虾”“牛肉”不用大牌厨师也会被加工后很有味道，因此必须直接会原产地采购，物美价廉而且味道极好的素材。

好吃的东西卖得贵，但每家餐厅都可以这样做，如果是这样，你也不会占有什么优势。但是要将好吃的食物便宜卖，就不是每家餐厅都可以做的，因此，竞争决胜的诀窍，就是将进货价格压低。

为了做到这一点就要从原产地进货，去中间环节，免去三道贩子的中间盘剥。并且

考虑到仓库租金、利息、耗损以及鲜味减退等因素，素材运送必须快速。

二创高吸入必须开发让人惊奇的新素材

平时常会听到这样的抱怨：几家餐厅的菜都是一个味。在顾客产生这样想法之后，进哪家餐厅也就无所谓了，进去无非就是为了填饱肚子。假如你的餐厅属于这样的餐厅，那么你的餐厅一事实上不会有太多的客人。与你同味道的餐厅已经分流了你的客从。如果你经营的是与众家不同风味，且是顾客喜欢的菜肴，那么，在竞争中你就占领制高点，客人们也会蜂涌而至。

因此，一家餐厅要注重开发味道甘美的新样菜式。

要开发新菜式，就不要模仿别家餐厅的菜肴，很多经营餐厅的商家只知道向别人“看齐”，你有什么菜，我就为我所用，引进自己的餐厅，成为菜单上的一道菜色，这样做的结果就是你顾客脸上会出现一脸的无可奈何，发出如上的抱怨。

要开发新菜式，就要去原材料产地。那里是开发新商品的宝库，里面隐藏着很多你前所未闻的食用方式和未开发的素材。

嫩柳叶能吃，恐怕对许多生活在都市里的青年人来说，是闻所未闻的。当你把嫩柳叶从树上取下，洗净后切成细丝，然后用清水泡上几天，就可食用。吃时，你只需撒上点盐，滴上几滴香油，其风味之独特定会令你大吃一惊。

要开发新菜式，还要有热爱艺术的心灵、服务的诚意和自行采购的热诚。

烹饪是一门技艺，因此餐厅经营者必须具有热爱艺术的心灵，要有善于捕捉隐藏在所见所闻事物中的美的那份灵感。再加上对顾客的关怀，就一定能创造出让客人心动的各式佳肴。

三素材维持原貌“生”“活”为主保持野味回归自然。

四、选择天然调味品如牛骨头、蒜、葱、等尽量避免使用化学调味品。

五、提供半成品，更适于现代范筹。

3.5 让：“头回客”变“回头客”——迎客谋略

美国两位经济学者切海德和赛士尔在《哈佛商评》的一篇文章时指了：“对一家企业最忠实的顾客，也是给这家企业带来最多利润的顾客。

厚待“回头客”更要善待“头回客”

头回客与回头客虽然一字不差，仅仅是颠倒了个顺序，但两者却有质的区别。

消费者之于商家，即有可能头回客，也有可能是回头客。对于绝大多数商家来说“回头客”对于绝大多数商家来说，回头客往往要比头回客多，尤其是由于地理位置等方面的原因。一些头回客要多次充当回头客，甚至变成常来常往的常客。可能说，一家餐厅就是靠无数个回头客支撑起来的。因此，你要想占领市场，必须招徕回头客。

然而，回头客又都是从头回客开始的。没有头回客，也没有回头客。回头客一定是头回客不一定能成为回头客。因此你要招徕回头客，还必须善待头回客。

回扣留宪法

把客从拴住，首先是让客人吃得放心，吃得开心，吃得顺心，要使客人感觉到自己的利益受到尊重，因此顾客乐于回头。当然，使顾客回头的方法是很多的，只要你苦心求索，定能使你客人盈门。

有个名叫阿汉的越南人，只身漂洋过海到美国谋生，他靠打工积攒的 200 美金开了一家小餐馆，并创意不凡地公开宣称，凡来本店的顾客，看底可赁发票金额获得 10% 的回扣。一招即出，果然招致常客盈门，使他的小餐馆生意异常兴隆。19 年之后，他成了腰缠万贯的富翁。

阿汉采取了回扣留客法，10% 回扣的承诺像一只饵料，吸引着顾客们，使他们有一种在阿汉小店就餐不但不亏而且有的赚之感。

先赔后赚法

与阿汉不同，南京某餐厅为了招徕回头客则采取了先赔后赚法。南京某俱乐部在报上刊

了一则不起眼的广告称：凡在 10 月 22 日晚去该俱乐部餐厅就餐的客人，均能化一元钱吃到一个鲜活的基围虾，每斤基围虾，每斤贴 60 元，计赔了 1.8 万元。对此，负责财务的女经理认为，从来客爆满及一脸的惊讶来看，顾客已经对该餐厅产生了良好而深刻的印象。对于客人们的日后“回头”她充满了乐观。

欲取先予，先给顾客以实惠，后掏顾客腰包，这种充满创意的生意经可谓高明之举。

总之不管你采用何种方法，客人是否回头，一在于服务二在于你的经营诀窍和营销艺术，你的客人就会由头回客成了回头客。

3.6 市场定位谋略

开一家餐厅，作为老板，你首先应明确你面向何方？你要赚谁的钱？这就是市场的定位。

通常的市场定位主要反映在菜系和价格上，即菜谱帮派和价格的高中低档方面，以此通过市场细分来吸引各种消费层次和口味的顾客。但采用多种定位则是经营者的必胜之道。

在香港远离市区的西沙有一家馆子，虽然前不着村，后不着店，巴士半小时才有一班经过，然而生意却十分红火。

这家馆子的老板叫黄威言，以前是做美发生意的，开了多年的发型，于天在外面吃饭，吃得多了也厌，便常和一班朋友，特意开车跑到很远的地方，吃一顿饭或喝一杯咖啡。推己及人，黄威言想到很多在闹市工作，生活的年轻人，把开车兜风视作一种情调，甚至是一种生活方式。当车停下来，他们仍需要有情调和有别于烦嚣市区的餐厅，静静地坐下，享受郊外的山风，辽阔的海景，甚至夜空中闪烁的星月—————

看准了这点，黄威言大胆地开了这家馆子。为了该意营造热带气氛，他特意购买了一些低矮的热带树木，种植于四周。每当夜幕降临，馆子外部便亮起七彩灯泡，在轻轻而极富节奏感的爵士乐声中，树影婆娑，身穿夏威夷彩色制服，头带草帽的年轻侍者，穿梭往来。十分富有情调。

黄威言的成功原因之一在于他的市场选位好。香港的生活是一种快节奏的生活。激烈的竞争、紧张的工作环境常常使人感受到一种无形的压力，因此工作之余便希望放松一下。

举几个例子

一、女人为定位点餐饮业

在台北也有家女性餐厅，其经营方式也甚是别具一格，店主，服务员，调酒师歌手等都是清一色的男士。老板此举立足于女士们做腻了家务及不甘受人摆布的心理。女士们来此可享受到男人们为他们提供的一流服务，所以，生意异常兴隆。

把自己的目标市场定在女士身上，都觉得这块市场有潜力可挖，有钱可赚，这可谓是两家饭店老板的眼光独到之处。

二、价格取胜，大众化经营

有人说：麦当劳的标志 M 像一把叉子住了中国小皇帝和他们父母的钱袋。那么你若是老板，你要赚谁的钱，这应该是你首先要明确的，深圳一家饭店一桌饭菜价值 188888 元。南京和永和园花 15 元能让人吃个饱。两家各有所向，消费者层次又不一样。自然也就产生了饭店的高中低档之别。

现在的国内市场可分为两部分——公款消费和私款消费。公款吃喝不花自己的钱，花起来自然大方，因而趋向高档。所以如果你要想赚公家的钱，不妨把饭店档次开高一些。但这部分消费波动大，常常受到政治环境的影响。宏观经济紧缩，企业业务交流减少和政府反腐倡廉，禁止公款娱乐宴请，使得餐饮业团体消费明显下降。据河北省石家庄市饮食公司所属的 10 家饭店对 3 月份双休日消费情况调查，公务团体消费收入只占全部营业额的 3.6%。其余均为家宴和个人消费。广州、上海、杭州、北京、沈阳等城市，公款消费也明显降低。

与公款消费相反，私款消费因花的是自己的钱。出手时都会顾及自己的钱袋子，因而趋向低档。这是大众化消费，而这部分消费的特点是比较稳定。在餐饮业市场竞争激烈和普通老

百姓囊中尚且羞涩的情况下，一些高档餐馆纷纷向左转，面向了普通的中国老百姓。

上海的丰裕餐厅最近被炒得滚烫，出了大名，它每天早上7点至晚上10点，连续不断供应生煎馒头，任何时间顾客都要排队，成了一大景观。在此基础上，它又连续开出三家连锁生煎馒头店，开一家成一家，生意甚是鼎盛。丰裕现象在餐饮业产生了不小的震动波，小小生煎馒头，何以具有如此大的魅力？究其原因是丰裕餐厅面向了大众。

原来的丰裕点心店也是面向大众的，一直经营面条，豆浆、油条，生煎等，生意颇兴。几年前，它进行了一次大规模装修，竣工后便想上档次，将大众化点心取消，改为经营当时颇为时髦人的三黄鸡，但顾客却寥寥无几，一招不成又换一招，再次装修成了灯光诱人环境雅致的小餐厅，经营较高档次的酒菜、火锅等，还配上了卡拉OK设备，但事与愿违，生意惨淡，二次装修投资付诸东流。最后，它终于下定决心简单整修后，专营生煎馒头与油豆腐细粉汤——典型有大众化，结果却出现了意想不到而人合乎情理的结果。

在丰裕餐厅买上两个生煎3元加一碗汤1.50元，合计4.50元，这笔开支，大约占人们全月收入的0.3%—0.5%左右，一个月吃上十次又何妨。“丰裕”现象给人最深该的启示是：大众消费是市场的主旋律，价廉物美是消费者永恒追求的目标。

当然：丰裕现象并不能说明你的餐馆档次越低，就越火。高档次的饭店、餐厅照样有赚、低档次的饭店，餐厅照样赔。问题的关键是选好你自己的市场。

三、文化主题定位

除了菜系定位和价格定位外，你还不妨来点文化定位。

当今的世界是丰富多彩的，各个地方都有其独具个性的人文景观或文化遗产。谁会利用开发这座文化宝库为经营所用，就取得好的经营效果。

有家不同寻常的海盗餐馆，它座落在地中海之滨一处幽静的海湾边，四周绿树繁荫，鲜花盛开，风景秀丽，相传，在古罗马时代，这时曾是海盗的宿营地。如今海盗作为一个特定历史时期的产物已经消逝，但这块土地上美丽的自然风光和传奇般的产物已经消逝，但这块土地上美丽的自然风光和传奇般的故事却吸引了成千上万的游人，成为著名的旅游胜地。商人们借海盗揽客以奇趣竞争，于是就办起了有趣味的海盗餐馆。

海盗餐馆刻意依照当年在海上神出鬼没、杀人越货的盗贼们的生活习惯建造布局，与现代餐馆大不相同。餐馆没有围墙，只是在平地上竖着一个大门，大门两边地上各放了一条5米长的大铁链和一个大铁锚。迎面的一堵墙旁边砌有两座一人多高的壁炉。据说，这正是古时海盗们烤肉煮汤的地方。现在，炉子已重新砌过，烹调时烘、烤、煎、炸、熏、煮、都用这两座炉子。到了晚上，熊熊的火光把四周海面照得通红。景色十分壮观。餐馆里没有店堂、餐厅、门的左侧是长着椰子树和棕榈树的一个庭院，树下放着木制的椅子和桌子，供客人进餐。旅客在这里可以一边品尝佳肴，一边欣赏海上景致。下雨刮风时，可将桌椅搬至旁边的小屋中。

小屋盖成山洞模样，窗户很小，里面点着油灯，亮光如豆，随风摇曳别具风情，餐馆用具也十分简单粗糙，客人们用大陶碗喝葡萄酒，用橄榄枝扎成的小筐盛名的美味，而鲜牡蛎则是来客必点的菜肴。其制作之精细、味道之鲜美，就连来自牡蛎家乡——法国的食客也拍手叫好。

游人们坐在绿荫树下，品鲜美之海味，听拍岸之涛声，羡水天一色，发思古之幽情，无不感到心旷神怡，乐而忘返。因此，海盗餐馆终日生意兴隆，宾客如云。

文化品位可以从不同方面来定位再如办一个电脑乐园，幽默、魔术、杂技酒店，其实，无论何种文化定位都营造了一个主题。比如在文化定位下可以借用：红楼梦设定主题，设置假定大观和红楼菜系，可以借用西游记等为主题。

香港某酒楼推出满汉席，它是由前宫廷的满汉全席衍化而来的，酒家提供可摆40桌的宴会场地。划分娱乐和御膳两区，依照清廷宫女及侍卫打扮的服务员站立两旁，娱乐厅搭置亭台楼阁，备有金龙缠身的黄袍，客人还可穿戴龙袍扮皇帝。席间还有乐队演奏，“宫廷舞女”翩翩起舞，民间艺人献艺，文人骚客弄墨，真是好不热闹。光顾过的客人说：眼福多于口福，

排场胜过佳肴。豪门大贾们趋之若鹜，不少人竟用 10 万港元之巨吃一席皇帝饭。

在独具匠心的环境中，在鲜明的文化主题之下，饭店也可组织与之相关的专题活动，可向客人提供服装，道具（以出租或售形式），并提供基本的脚本，使客人充当赏，而饭店职工当然是基本角色，在他们的组织和秘而不宣的导演下，有声有色的剧情可实现任意的发展。参加活动的客人还可填写一张自己的介绍表，其中有本人的职业，爱好等档目，内容可部分虚拟或全部虚拟。整个活动进行录相摄制，事后提供给参与的客人。可以肯定，这样的活动会深受客人们的欢迎。因为在店方和策划下，客人们成为宴席中的新娘、新郎、海盗大侠、皇帝——古今中外文学剧本中的特定人物。客人在参与中显示了自己的表演才华，体验了独特的人生经历，这种有趣的活动必须吸引许多客人。

可以设想，先行实施文化定位的饭店将带来较大的新闻性和新鲜感，从而会使你赢得顾客的心。

仅做到基本方面是不够的

目前，饭店业的低层次竞争已无戏可唱。因为，仅仅是优雅的环境、可味的菜肴、可味菜肴已无法对客人产生更大的吸引力。客人进入饭店已不仅仅是要满足口、胃上需要，而是渴望获得全身心的享受。同时优雅的环境、可口的菜肴，这是一家饭店就做到的最基本的服务。所以，你如果仅仅做到这些，在激烈的竞争中，你便没有什么优势可言。因此，饭店业应进入高层次的文化氛围竞争。进入多种定位时代。

针对目前酒店所面临了几种需示，以及我们所采取营销策略。不难看出市场营销观念是饭店经营管理的核心指导思想，是酒店开尽营销活动了必须出发点酒店竞争如此激烈了今天，酒店的管理者，更应是一位高层次的经营管理者。

第四章营销计划的制订

好的酒店经营管理都在制订营销计划，营销方案之前，必须经过严格而周密的准备工作之后，才能更好的开展工作和制订出更完善，更周全，更合理、更适用的营销计划来。

4. 1 市场调研与市场分析

一、了解消费需求：

不同类型的消费者对于饭店的需求是不一样的，消费者的主要需求大概有以下几种

1. 摆脱束缚的需求，（生活累，工作枯燥。为情所困等等需要摆脱一下原来的环境，去酒店娱乐一下，当然是最好的选择。）
2. 显示身份地位的需求（大公司经理，知名人士，工商人士，国家干部以及先富起来的个体户等等在消费的时候往往只在意酒店的档次，是否能满足自己显示地位和身份的需求，另外一些低收入者为了招待重要客人，或者过生日，聚会等原因也会光顾高档次的饭店）
3. 得到尊重的需求，任何人都渴望得到尊重，很多人去饭店消费就是为了得到这种希望得到的尊重，因此，饭店必须不断的提高服务质量以更好的为客人服务，如果客人在饭店得到了满意的服务，必然对此店留下深刻的印象，下次还会再来，或者推荐朋友光顾，服务质量好与坏是影响饭店消费者多与少的，消费时间长短的主要原因之一。因此，为了满足消费者的这种需求，我们必须提高质量提供星级服务。
4. 娱乐的需求：长期的工作劳累，上班，下班以及永远干不完的家务活，使人感到无聊和疲惫，因此，再有时间的时候需要去娱乐一下，放松一下，饭店因该改变传统方式，在双休日提供工薪消费的全家套餐。
5. 社会交往的需求：饭店本来就是人们进行社会交往的场所，可以交朋友或是谈生意，或者三五成群，的知己朋友，搞周末小沙龙聚会，饭店可以提供空间。

通过对消费者不同消费需求的分析，可以与我们现有的硬件，软件相对比，看看我们提供的

服务和现有的营销策略是否能满足客人的所有需求，如果不能怎样才能有针对性的满足呢 / 这将为我们制定营销计划提出依据，另外可以展开调研，客人现在还需要什么？我们能否满足什么

二. 了解消费动机

通过消费者消费动机的分析，我们将不难看出，

1. 光顾我处的消费者使我们满足了他们什么动机，（或者说客人出于什么动机光顾了我们的酒店）
2. 不光顾我们酒店的消费者又是为什么 / 我们将怎样使其来消费呢？

那末消费者到底有哪些消费动机呢？

1. 健康的动机：（客人出于对健康的追求而来我处消费，因为我们环境气氛比较适合他）
- 2、求吃的动机（追求物美价廉的各种美味）
- 3、求知的动机（又叫求奇动机）（因为好奇，而想来想消费，比如我们提供的某某表演吸引了他，或者之举办某某开业大打折服务客人对酒店不了解，好厅，而来消费一次）
- 4、求往的动机（追求社会交往往人越来越多，希望结识趣味相同的朋友，饭店可以利用这一动机组织俱乐部，联谊会，友好协会等组织和互动，以满足客人交往的心理需求。
- 5，求名的动机：通过高消费来显示自己，为了炫耀和扬名，而来消费的客人。

只要采取不同的营销策略，来满足不同类型的客人，不同的消费需求，消费动机才能使其转化为消费行为，才能稳定客源使酒店显著。

另外在制定计划与调研的过程中，除了对消费者的消费动机，消费需求展开调研之外，还应该确认市场的调研分析活动。

三. 确认市场

确认市场是餐饮营销的首要任务，通过市场确认潜在消费者。

4—2 酒店营销战略计划的制定

战略规划主要是指酒店的长期计划，他要解决企业未来 3—5 年的发展目标和经营战略。要制定营销战略计划必须包括，计划概要，企业现状分析，机会和威胁的分析，目标和问题，制定的营销方案。

一、计划概要

营销战略计划概要，通过简单的描述与说明，将计划的目标。主要内容的目标，主要内容，以及实现的手段营销措施，昭示需要该计划的各种使用者面前。

它是营销战略计划的纲要，使用者能迅速掌握计划了核心与要点。

二、酒店现状的分析

在战略规划中，这一部分的内容是非常重要的，通过对饭店现状的分析。能充分认识自己，认识市场和竞争者，只有做到知己知彼，才能为下步找出有利或不利的因素打下基础。

（一）饭店内部现状分析

- 1、资金分析（通过分析酒店资金投放的方向是否合理，可以制定攻进方案可以及今后几年内我们将有多少流动资金用来扩大与发展我们的酒店，通过这样资金分析将为制订方案提供依据）。

2、员工素质分析（我们酒店现有的员工的服务技能，专业知识，礼节，礼貌是否已经达到了饭店服务的标准要求了，员工素质中存在哪些需要解决了问题）

通过对员工素质的分析，能找出我们酒店服务质量与同行差距，与星极标准的差距，以便更好的提高服务质量（可在员工岗上再培训，或重新选拔招收素质好的员工）。

3、硬件分析：我们酒店的有形设施（本身的建筑，内部与装修（是否高于竞争或是在品味上高于竞争者。

如果不是的话，进一步更新，以增加客源吸引力，刺激其消费。

（二）市场与宏观环境分析

1、有形设施和无形服务是否符合市场需求。

比如根据美国“饭店工业杂志”报道，未来的餐旅业，商业旅游，会议餐旅，政府团体会议将会增多，那么，面对市场这一变化作为饭店，就必须分析我们的饭店硬件设施是否具备了召开国际大型商会的场所，是否可以提供现代的会议厅，我们的现代通讯设备与电脑信息系统是否完备，等等。从中可以确定我们需要改建和增加哪些具体项目。

为了满足客人的享受心理，我们提供了无形服务是星极服务吗？（包括礼节礼貌仪表———）

2、销售能力与销售渠道分析：

酒店销售人员是否具有销售能力，销售渠道是否正确，竞争对手与销售能力是否很强大？

通过这样的分析能看出不是之处。

3、竞争形势分析（饭店应确立谁是主要竞争对手。并详细收集，分析和评价对方）

详细分析竞争对手的规模实力，市场卖钱额。服务标准与范围。定价促销等营销策略等。

从中判明，竞争对手对我们可能构成了威胁与影响。以及将会为我们提供怎样了机会

4、宏观环境分析（这是主要研究一下，人口、经济、技术、法律、社会文化的变化发展过程中，对我们酒店会产生怎样的影响）。

三、机会和威胁分析

在市场营销中，机会与威胁是饭店不可控制的，它是对饭店发展造成有利或者不利的外部环境因素。

机会——是指因环境变动而产生的，给饭店市场营销带来或可能带来的有利条件和时机。

威胁——是指环境中某些因素的变化给饭店市场营销造成或可能造成的压力和危害。

1、科学松柏营销机会；很多酒店经理都不断的思考着——

面对竞争对手。我们有哪些优势，面对市场我们又可以争取到哪些营销机会呢？

A、我们的主要竞争对手有哪些弱点？（抓住弱点，进行反攻击）

中艺瑞宝面对日月潭开了综合营销。

B、目前了竞争市场中有哪些顾客需求的，但还没有被开发出来？（积极开发新产品做到一招先，谁先占领市场，谁就会拥有更多的顾客）

C、面对竞争对手我们的地理位置优越，经营管理人员年富力强，（发挥优势，树立形象）

酒店应注意发觉营销机会，大力开发，使其转化成为经济效益。

2、科学分析营销威胁：尽管经营威胁是任何一个酒店都尽力回避了。但市场竞争中，威胁总是现实的。存在的。我们必须正确了认识威胁积极采取措施。

A、今年必须解决了问题还没解决

B、我们的产品质量与服务质量不如同行。

C、我们是新建企业知道度低

D、与竞争对手比我们的定价过高或过低

E、某大的竞争对手有新的营销方案出台

F、我们的营销策略已经不适用了，新策略未出名。

G、营销经费大大减少了

H、竞争激烈同行太多

饭店进行机会与威胁分析，目的就是要充分掌握各种信息，采取相应的措施。有效的利用机

会。避免转化，弱化威胁，战胜威胁。
因此，在饭店制订战备计划中，对机会与威胁了分析是十分关键了。

四、目标和问题分析

目标是一个饭店在一定时期内经营发展的方向，制定战略计划时应详细分析

- 1、财务目标（要确立总销售额度，并使饭店全体职工了解，本饭店经济指标）
- 2、营销目标，（饭店的财务目标，都必须转化为具体的营销目标，为实现营销目标，我们必须确定 A、我们的服务质量服务项目如何提高。B、是否有必要开拓新的服务项目内容是什么。如何定价 3、我们怎样扩大市场份额，采取何种形式来实现）。
- 3、问题分析，（根据营销威胁的分析，我们会发现很多问题，如我们价格与促销策略是否应该进一下服务水准是否有不如意之处，积极发现问题解决问题）

六、制定营销方案

营销方案一是指企业在今后数年内特别是下一年将采用的各种营销策略。
确定目标后，营销经理就必须考虑制订实现目标的相应的营销方案，作为营销方案就解决两个问题。

- 1、针对目标制订营销策略，并予简要说明：如，饭店的目标客人，市场定位，服务价格。广告和促销，服务项目等问题的策略。
饭店的市场营销策略多种多样，（产品策略，价格策略，分销策略，促销策略）

- 2、营销方案是营销目标的进一步具体化，它必须非常具体地规定出为实现目标。各部门该做些什么，什么时候去做？何人去负责，只有这样才能保证计划的执行反馈和控制。设立行动日程是使任务更加具体化（计划表至 1 年了计划，也有以季度为单位的）

营销战略计划行动安排表

行动内容	负责部门	负责人	开始日期	完成日期	实际完成日期	预算费用	实际费用
关于改进广告计划方案	广告部		年月日	年月日		元	
十月份促销计划	企划部		年月日	年月日		元	

注：其中实际完成日期和实际费用两栏应在某项计划完成后填写，以便考核评定成绩，搞高营销控制。

另外在制定营销方案时，应系统的进行营销预算，其中包括。

- 1、广告、印刷和制作和预算
- 2 营业推广，展销会和特殊活动
- 3、员工工资和津贴
- 4、本部门间接费用（比如电话费）
- 5、出差及招待费

发放每一个执行部门，使每一个执行者都应做到明确工作，积极开展。

在现代市场营销活动中，促销比之早期的商品推销有更为重要的作用。早期的商品推销，作用仅仅局限于直接促进商品所有权的转移。现代促销活动的作用则更为广泛和深刻。通过促光彩活动，不仅帮助或说服潜在顾客购买，而且更刺激了消费需求的产生，现代市场营销所需要的，不仅是开发价廉物美的产品，方便消费都购买，而且要有高效率的促销活动与之相配合。一件出色的产品，只有为消费都所欣赏，并惬意地买下来，才能成为现实的产品，

造福于公众和社会。由于竞争和消费者的购买特性，市场日益广阔，潜在顾客不断形成，使促销策略变得十分重要。

（二）、活动促销：

根据节日及重要时推陈出新一些大型的促销活动。将是餐饮推销的重要手段，并能吸引大批客源，积极把握机会，举办大家喜闻乐见的活动。会为企业带来莫大效益，活动促销应严格遵循的原则之：要集新厅特，新潮性参与性于一体，（让更多人参与进来）

1、促销常采用的形式

1、节日促销：节日是酒店推销的好机会，情人节元宵节中秋节，重阳节等等中国的所有传统节日，以及外国的著名节日都要考虑到。要抓住消费者的求新，出奇了心理，采以喜庆节日为背景，大量进行宣传。活动内容要丰富多彩。

（以圣诞节为例，采取促销活动，策划活动，及营销计划书）

2、演出促销：酒店应经常邀请著名的歌星影星乐队来举办演出，以刺激追星

全国职业经理MBA双证班

认证系列：职业经理、人力资源总监、营销经理、品质经理、生产经理、物流经理、项目经理、企业培训师、酒店经理、市场总监、财务总监、行政总监、采购经理、营销策划师、企业管理咨询师、企业总经理等高级资格认证。

颁发双证：高级经理资格证书+MBA 高等教育研修结业证书（含2年全套学籍档案）

证书说明：证书全国通用、电子注册，是提干、求职、晋级的有效依据

学习期限：3个月（允许工作经验丰富学员提前毕业） **收费标准：**全部学费 **1280** 元

咨询电话：13684609885 0451- 88342620 **招生网站：**<http://www.mhjy.net>

电子邮箱：xchy007@163.com **颁证单位：**中国经济管理大学 **主办单位：**美华管理人才学校

全国招生 函授教育 颁发双证 权威有效



美华论坛
www.mhjy.net



职业经理 MBA 整套实战教程

千本好书 **免费** 下载 学校网址：www.mhjy.net