

Chinese Hotel
Marketing Experience

Top 100 Forms

刘超 编著

中国式酒店 市场营销 百大表格

中国式酒店顾问机构
WBSA世界商务策划师联合会
大连理工大学出版社

F719.2

170

KD00938399

Chinese Hotel Marketing Experience

TOP 100 FORMS

中国式酒店 市场营销 百大表格

湖南科技大学图书馆



KD00938399

刘超 编著

中国式酒店顾问机构
WBSA世界商务策划师联合会
大连理工大学出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

中国式酒店市场营销百大表格 / 刘超编著. --大连:
大连理工大学出版社, 2012. 6
ISBN 978-7-5611-6975-9

I. ①中… II. ①刘… III. ①饭店—市场营销学—
研究—中国 IV. ①F719.2

中国版本图书馆CIP数据核字(2012)第114432号

出版发行: 大连理工大学出版社

(地址: 大连市软件园路80号 邮编: 116023)

印 刷: 大连金华光彩色印刷有限公司

幅面尺寸: 165mm×240mm

印 张: 15.5

出版时间: 2012年6月第1版

印刷时间: 2012年6月第1次印刷

责任编辑: 裘美倩

责任校对: 王丹丹

装帧设计: 金鳞品牌形象策划(大连)有限公司

ISBN 978-7-5611-6975-9

定价: 45.00元

电话: 0411-84708842

传真: 0411-84701466

邮购: 0411-84703636

E-mail: designbooks_dutp@yahoo.com.cn

URL: <http://www.dutp.cn>

如有质量问题请联系出版中心: (0411) 84709246 84709043

序

Preface

随着我国饭店业新一轮兴建热的到来，外国大型饭店集团纷纷进入国内市场，攻城略地；国有饭店和饭店公司也积极调整策略，或集团化，或创建新品牌，或积极开拓市场和业务，扩大市场份额。管理理念也由模仿西方饭店管理思想向管理模式创新发展。仅仅依靠传统的市场营销策略已经难以与掌握先进管理理念和经营决策方法的世界饭店业大鳄们抗衡。中国饭店业呼唤新知识、新方法，尽快武装自己，以提高竞争力，加快与国际接轨的步伐。

学习、实践，再学习、再实践，在饭店业对于市场营销管理的应用与实践，作者摸爬滚打已20年了。饭店管理者、MBA 学院教授、学术研究、高级管理顾问诸多工作交叉在一起，一直致力于创建体现中国人智慧的饭店管理思想与新营销模式。“凡事都有规则”，可以说是西方饭店管理的一大特色。《中国式酒店市场营销百大表格》，是作者在深入实践的过程中，直接管理并参与实践，深化学习并借鉴，帮助解决中国饭店业市场营销存在的一些普遍性的问题而形成的，通过表格规范管理也形成了解决问题的独特风格。自古就有“无图不成志，有志必载表”的定例。表体的创立始于司马迁，他在《史记》中运用大量表体，将历史上那些传不胜传的历史人物，以表存其事，既节省文字，又与世家列传相补充。

本书在多年实践的基础上，通过借鉴西方饭店技术与文化两个系统，并进行有效的本土改良，用表格形式通过化繁为简、取零为整、纵横比较、概括综合等方法将大量的市场营销信息情报、资料、数据进行处理总结，使营销管理工作更加规范化、系统化，并极大地提升酒店收益管理，是在20年解决问题的过程中所进行的提炼和总结。

本书的写作过程，也是思想和理论不断实践与检验的过程。在这一过程中，我的同事们也给予了我无私的帮助，这本书也融入了他们的智慧和心血。这本书是我们共同努力的成果，也是我们深厚友谊的见证。李戈、许晶、苏志先、卢乐、董志明、赵林芳、宋媛媛等同事参与了其中部分章节的写作和修改。徐艳对书稿进行了认真的整理和编辑。渠道开发经理牟忠华以他的睿智和细致帮我对全书做了全面的策划编排与归纳整理。精美插图的选择与配设由资深美编张国顺设计提供。这份用心和辛苦真的令我十分感动，在此对他们付出的劳动表示感谢。

无论是作为一名研究者，或高层管理人员，我为中国式酒店业不断进步的期望和努力是永恒的，与朋友们共同推动中国饭店业走向国际化的信心是坚定不移的。

细想起来，我对饭店业市场、管理诸多方面能有今天的认识，还要感谢助我“圆梦”的领导、事业知己、业内资深专家，现任大连百年汇豪生酒店总经理蒋伟跃先生。没有平台的支持、没有思想的融合与大胆实践、没有引导与鼓励，就没有今天读者所看到的这本书。

“百大表格”也许难以全面地解决营销管理问题，中国式酒店的营销创新也不是单纯靠哪一个人能够完成的，需要我们每一个人从自己可以操作的层面和范围去勇敢地实践。

我们一定会成功！

刘超
2012年6月
大连

CONTENTS

目录

● 序	
● 第一章 销售员的培训与评估管理	007
● 第二章 销售员销售管理类	023
● 第三章 市场调研分析管理类	045
● 第四章 市场营销策划及促销管理类	065
● 第五章 市场渠道开发与维护管理类	079
● 第六章 网络市场渠道营销及深度销售管理类	089
● 第七章 广告宣传管理类	099
● 第八章 会奖市场销售管理类	109
● 第九章 旅行社市场销售管理类	135
● 第十章 长住房市场销售管理类	147
● 第十一章 预订管理类	159
● 第十二章 市场收益管理类	175
● 第十三章 协议汇总篇	203
● 第十四章 市场营销制度	237
● 鸣谢	246

第Ⅰ章

CHAPTER ONE

销售员的培训与 评估管理

Sales Staff Training
and Evaluation Management

我承认浮躁是一种时代必然。

同样教育背景的人，

有人月薪几万人民币，有人千元百元，人心不可能不浮躁。

但是你必须把手头的工作做好，才能真正进入一个成功者的境界。

所谓成功者，并不单纯指亿万千万富翁，

也包括那些完美地完成一项工作，

进而完成每项工作的人。

第一章

CHAPTER ONE

- 销售员培训计划样本
- 服务标准培训记录表
- 销售员岗位基础工作量化考核表
- 销售部员工行为评估表
- 销售员行动目标标准汇总表
- 留下良好第一印象的自我检查表
- 销售人员必须具备的基本能力
- 订立访问计划的十一条重点
- 一个良好接触阶段的指导方针
- 销售结构
- 销售部员工离职通知函
- 离职交接单

销售员培训计划样本

编号	培训项目	培训项目具体化	培训目标	培训标准	培训时间
1	饭店概况	机构设置、管理模式、员工福利计划、销售政策等			
2	市场	行业、客户类型、趋势、增长机会			
3	产品	什么产品、价格、规格、特点、利益			
4	报告和记录	如何写业务报告、记录			
5	区域管理	区域销售力量培植、客户拜访、日程安排等			
6	销售技巧与艺术	联系沟通的技巧、销售陈述的技巧等			
7	销售工具	哪些销售工具更有效，如何使用销售工具			
8	应付拒绝	客户为什么拒绝，对付拒绝的策略有哪些			
9	察言观色	如何把握预订暗示，如何使之成为现实			
10	工作习惯	工作习惯的受益，销售员应养成哪些良好的习惯			

备注：培训项目将根据自身需要及实际情况进行内容扩充，一般与每项细化的《服务标准培训记录表》配合使用。

服务标准培训记录表

部门： 分部门： 岗位/职位： 姓名：

序号	培训课程名称	培训日期	培训时间	培训者 签名	达到标准			备注	员工 签名
					熟练	掌握	了解		
1									
2									
3									
4									
5									
6									
7									
8									
9									
10									
11									
12									
13									
14									
15									
16									
17									
18									
19									
20									
21									
22									
23									
24									
25									

入职日期： 年 月 日 请部门培训员在 天内完成培训并将表返回HR，期间有抽查。培训经理：

备注：此表是员工接受部门培训的记录，培训者签字即承诺认真执行培训工作的；员工签字即表示已接受培训，并保证在岗位上执行相关服务标准，此表是双方的文字承诺记录。

销售员岗位基础工作量化考核表

员工姓名		销售员1		销售员2		销售员3		销售员4		工作量总计	
工作任务类型	定额	周	月	周	月	周	月	周	月	周	月
外出销售拜访	8个/天										
电话销售	80个/天										
传真销售	80个/天										
短信、E-mail销售	160个/天										
店内拜访	4个/周										
市场新开发	4个/周										
竞争对手数据收集	1次/周										
公寓长住客信息收集	3个/周										
宴会及会议信息收集	3个/周										
月饼年礼团购信息收集	每天采集										
店内外宴请	2次/周										
会员奖赏计划推介	每周20个名片										

备注：如果不能外出拜访客户，则需按照规定数量完成店内销售工作。

销售部员工行为评估表

姓名_____ 员工编号_____

部门_____ 级别_____

职务_____

时间：从_____ 至 _____

评估项目	评分	满分	评语
出勤			
仪表			
人际关系			
工作热情			
专业知识			
工作效率			
主动性			
语言表达			
纪律遵守			
其他总体能力			

总体评价

☐杰出 ☐优良 ☐一般 ☐不合格

审核人意见：

同意转正

☐延长试用期从_____ 至 _____☐同意升职从_____ 至 _____☐工资调整从_____ 至 _____☐不合要求

改进和提高意见：

培训和发展建议：

评审人_____

职员签名_____

职务_____

日期_____

部门总监_____

总经理_____

备注：评估内容根据自身实际情况可进行扩充。

销售员行动目标标准汇总表

	饭店目标	销售员1	销售员2	销售员3	销售员4
客户管理	每日平均联系拜访的客户数				
	联系、拜访总次数（每月）				
	每一客户平均停留时间				
	每一客户平均联系拜访次数				
	负责的客户数				
	每一客户每月平均客源量				
开发新客户	联系、拜访客户数（每月）				
	联系、拜访次数（每月）				
	合同签约数量				
	每一客户每月平均客源量				
销售额等	每日平均接受预订量				
	每月销售额				
	毛利				
	每月回款率				
	其他				

留下良好第一印象的自我检查表

	具体的内容	自我检查	
		合格	不合格
1 自信	1.对公司及商品好好研究一番，并充满自信 2.对销售活动充满自信和自尊 3.好好地做好访问的心理准备		
2 服装	4.整理好自己的服装仪容 5.随身携带的物品必须清洁整齐 6.皮箱及皮包里也要井然有序		
3 仪态	7.保持良好的体能状态 8.努力去发掘对方的长处所在 9.在镜子前面检查一下自己的仪表		
4 打招呼	10.使用优美的寒暄言词 11.自我介绍必须简洁有力， 才能留给对方深刻的印象 12.介绍公司时必须简洁，并富有魅力		
5 感谢	13.由衷地感谢对方与你会面 14.称赞对方或公司的长处 15.用明朗的声音、清晰的口齿说话		
6 动作	16.熟悉基本动作 17.留心机敏的动作 18.对客户要抱着尊敬之心		

销售人员必须具备的基本能力

能力	能力表现在行动上的结果
1. 理解力·判断力	1. 正确地了解事情，并能判断事情
2. 记忆力	2. 正确地记住重要的事情
3. 决断力	3. 在必要的情形下能当机立断
4. 意志力·忍耐力	4. 忍耐力强，坚持到底
5. 感情安定性	5. 情绪稳定
6. 协调性	6. 能够接纳并协助他人
7. 主体性	7. 不依赖他人，能自己思考、行动
8. 积极性	8. 就算没接到命令，自己也能事先展开行动
9. 创造性	9. 能够想到新点子
10. 感受性	10. 对于各种资讯都很敏感
11. 面对面影响力	11. 能够留给别人良好的第一印象
12. 表现力	12. 充分用语言或文字表达自己的想法
13. 说服力	13. 让对方了解你，帮助你
14. 求知的欲望	14. 对各种事物都抱着好奇心
15. 问题分析力	15. 能分析问题的本质及原因所在
16. 要点掌握能力	16. 正确地掌握住事情的重点
17. 目标达成欲望	17. 在质和量两方面，都能向更高的目标挑战
18. 企划及计划力	18. 创造新的构想，并按计划实行
19. 控制力	19. 掌握计划进行的状况，并付诸实现
20. 应变力	20. 脑筋灵活，能随机应变
21. 执著	21. 对凡事都抱着执著之心，绝不放弃
22. 压力忍耐力	22. 能承受压力
23. 同理心	23. 理解对方的心理
24. 挑战心	24. 勇于尝试新的事情
25. 社交能力	25. 善于与人交际来往