

现代宾馆饭店
高手丛书

XIAOSHOU
GAOSHOU

武彬 卢龙周 宣焕阳 赵昕东 编著

现代饭店 销售高手

广东旅游出版社

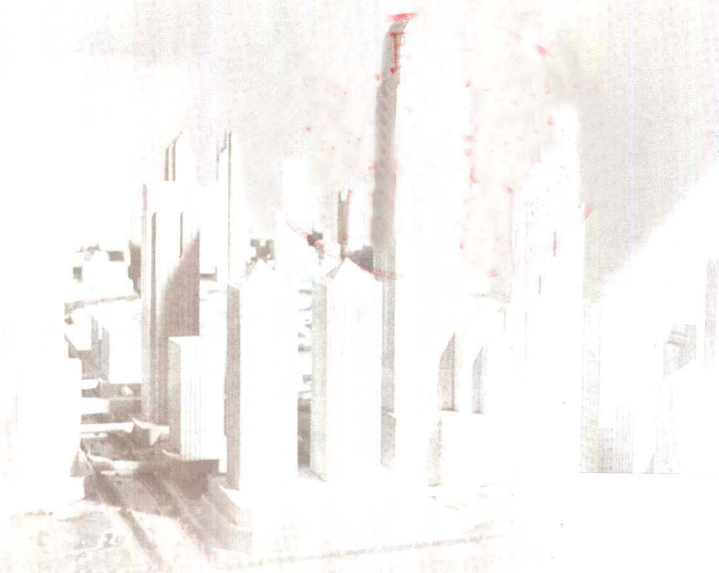
Xiandai Fandian Xiaoshou Gaoshou

147661



武林 卢龙周 宣焕陶 赵昕东 编著

现代饭店 销售高手



广东旅游出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

现代饭店销售高手/武彬等编著. - 广州: 广东旅游出版社, 1999. 10

ISBN 7-80653-045-2

I. 现… II. 武… III. 饭店-销售管理 IV. F719

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (1999) 第 28691 号

广东旅游出版社出版发行

(广州市中山一路 30 号之一 邮编: 510600)

湛江日报印刷厂印刷

(广东省湛江市赤坎康宁路 17 号)

850 × 1168 毫米 32 开 21.5 印张 497 千字

1999 年 10 月第 1 版 1999 年 10 月第 1 次印刷

印数: 10,000 册

定价: 29.50 元

序言一

读丛书《现代宾馆饭店经理/营销/ 销售/服务高手》有感

随着我国旅游业快速、健康地发展，我国现代饭店业也得到了蓬勃发展。根据最新统计资料披露，截止 1999 年 6 月底，我国已有近 6000 家旅游涉外饭店，其中星级饭店近 2500 家，至此以旅游涉外饭店为主体、以星级旅游饭店为核心的我国住宿接待业格局已经基本形成。

当然，饭店业面临的问题和挑战也是极为艰巨的，导致当前饭店经营难的问题和矛盾有许多，诸如饭店设施供过于求、平均利润率大幅度下降、税费过重、直接成本持续上涨等，这样一幅饭店业的经营画卷又与我国宏观旅游经济形势的现实不太相符：来华旅游入境人数依然大幅度增加，度假休闲旅游日益普及，中国经济依然保持着良好的发展势头，招商引资形势比以往任何时候都更加喜人，旅游景观项目建设和旅游节庆活动越来越多。在如此大好形势下，为什么我国旅游饭店的客房出租率还呈现出连年下跌的趋势？利润率大幅度下降？经济效益持续滑坡？本套丛书的主编及作者在他们创造性的作品中力图揭示出矛盾的规律所在，并提出解决问题的方案。

《现代宾馆饭店经理高手》以经营理论为指导，吸取国外饭店经理职业及生涯的先进经验，结合我国饭店业的现状，在打好扎实的管理基本功的基础上，创造性地提出我国饭店业当务之急是抓好经营，并系统地探讨饭店经理人员决策技能、领导技能、管理技能、经营技能；并围绕各部门自我开拓客源、产品设计与销售、内部财务控制、经营效益分析等入手，传授、交流了饭店前厅、房务、餐饮、商场、歌舞娱乐、桑拿、康体运动等经营场所的经营技巧。

《现代宾馆饭店营销高手》注重吸收国外饭店业营销理论与营销运作经验，并汇集了部分实用案例，旨在开阔读者眼界，启发创新营销思路。同时，本书根据我国饭店业发展趋势，采纳了当今国际饭店业在营销方式、营销手段和营销战略上的新动向、新技术和新技巧。在理论与实践的结合下，本书系统介绍了饭店营销人员涉足市场营销的技巧、企划市场策略的技巧、分析市场经营的技巧、开拓市场销售力的技巧、创意营销战略的技巧。

《现代宾馆饭店销售高手》从两个方面展开了对销售高手培育的陈述，一是饭店管理者对销售人员的管理，二是销售人员自我管理。由于销售工作重在实践，有着很强的实战性，因而技巧对销售人员而言就显得格外重要。本书展示了饭店销售员管理、推销、媒体销售、培训等方面的技巧习得，指导销售员提高实战技能与临场应变技巧，完成从经验销售员向专业销售员的转变，从而实现质的飞跃，成为饭店迫切需要的销售高手。

《现代宾馆饭店服务高手》渗透着浓厚的现代宾客服务意识。饭店服务是一个相当注重实际效果的技能操作过程。要成为饭店服务高手，除了要有爱岗、乐业精神及一定的专业理论知识之外，相当的实践经历、工作技能及专业技巧，更不可或缺。本书从服务人员的培训技能、概念技能、关系技能及服务技能入手，为饭店岗位服务人员开启了一扇练功习武的大门；特别是从产品知识考评、岗位规范与独立工作技能的角度，传授了饭店前厅、房务、餐饮、商场、歌舞娱乐、桑拿、康体运动等服务场所的服务技巧。

《现代宾馆饭店经理/营销/销售/服务高手》丛书寓饭店经理/营销/销售/服务的概念、态度、技能、技巧于饭店塑造、培养经营服务高手的实际情景中，书中对在宾馆饭店经营服务高手培养的实践中感到迫切需要掌握的概念、态度、技能、技巧等进行了系统归类、分析、演示及强化，结合饭店创新经营、智慧经营模式的核心内容，诸如风格、思想、流程、标准、技巧等，阐明了饭店在创新经营、智慧经营过程中应遵循的新原则、新理念与新作风，整套书不失为宾馆饭店人才培养理论原则与实践技巧相结合的示范式教科书。可见，作者们花费了很多的心血，可谓用心良苦。

丛书主编及作者精心策划，将饭店经营服务与利润效益这一大题目，放在了经理、营销、销售及服务的具体实践环境中，通过深入浅出的阐述，循循善诱的演示，为我们提供了有思想、有观点、更有实践经验和实战技巧又颇具理论功底的好书，这对广大饭店从业人员来说实在是太有必要了。当丛书主编武彬先生将原稿送我过目并邀请我作序时，我感到很欣慰，

因为这套丛书为我国饭店业提高开房率、提升平均利润率、增强经济效益做了一项很有益的开拓性工作，愿我国旅游涉外饭店在进入新世纪的第一年里，在经营成就方面能出现新气象，能更上一层楼。

浙江大学旅游学院

院长：陈纲博士/教授

1999 年 7 月 12 日

序言二

我国饭店业人力资源 培训一套难得的好书

可以十分肯定地说，在新世纪里，人力资源依然是旅游经济增长的主要途径，对人力资源开发的依赖也将更为迫切，将成为中国旅游饭店企业实现经营现代化、实现利润最大化的唯一选择，要求也更为严格；而培训作为人力资源发展的一种重要手段，必然提到突出的议事日程上来。

成功培训能给旅游饭店企业带来什么？

- 快出人才、多出人才、出好人才
- 高士气
- 低流动率
- 更易督导
- 成本节约
- 更好的企业文化
- 更高的市场占有率
- 顾客满意
- 胜过竞争对手

- 更好的企业形象和经济效益
- 成为世界一流饭店企业

培训离不开好的教材，值得庆幸的是武彬先生怀着一种崇高的时代使命感和责任感，在《现代宾馆饭店经理/营销/销售/服务高手》丛书中，在理论与实战相结合的基础上，以科学、严谨、求实的态度展现了现代宾馆饭店在经理、营销、销售、服务等人力资源培训四个核心层面的科学研究成果及实践经验与技能总结，为我们提供了现代宾馆饭店人力资源培训一套难得的好书。武彬先生主编并主创的四卷本丛书：《现代宾馆饭店经理高手》，《现代宾馆饭店营销售高手》，《现代宾馆饭店销高手》和《现代宾馆饭店服务高手》，以其极高的实用性、可操作性以及极强的适应性，将对 21 世纪我国宾馆饭店人力资源的培养作出巨大贡献。

我愿向我国饭店业郑重地推荐武彬先生主编并主创的这四卷本论述饭店业人力资源培训的专著。

浙江大学旅游学院

副院长：吕建中教授

1999 年 7 月 12 日



武彬，1960年生于上海，研究生毕业，获硕士学位。攻读过三门专业，一是英语语言文学专业，二是公共关系专业，三是工商管理专业。1982年起至今，在杭州大学旅游学院从事旅游管理教育工作，曾任旅游学院研究生秘书及旅行社管理教研室代理主任，参观考察过东南亚及欧洲的一些饭店和旅行社，感触颇深。主要科研成果有：《旅游饭店企业形象系统策划》、《旅行社经营管理》、《国际商务》等五本著译作；《论旅游饭店薄利多销的经济学原理》、《略论包价旅游手册中法的规定性》、《内部推销——饭店新的经济增长点》等近二十篇论文；《我国旅游市场竞争规制》、《国际旅游教育研究》、《我国饭店业销售力管理和研究》等包括国家级、国际级在内的五项课题。



卢龙周，1956年11月生，杭州大学旅游学院旅游经济专业研究生，从事酒店管理工作二十多年，1995年公派到美国拉斯维加斯“UNLV”旅游管理学院进修，现任职广州市越秀宾馆总经理助理。



宣焕阳，1963年生于诸暨。先后毕业于绍兴师专中文科和原杭州大学新闻学院新闻专业。杭州大学旅游学院旅游管理专业研究生进修班结业。1983年开始从事新闻工作，后从事旅游工作。任《江南游报》经济部主任，浙江省旅游企业经营管理研究会副秘书长，浙江省国内旅游协会常务副秘书长。已出版《星级服务案例评析》等三部著作。



赵听东，1969年生于上海，毕业于杭州商学院企业管理系，获得浙江大学旅游管理专业硕士学位。曾在杭州花港饭店、杭州五洲大酒店做过销售经理，现为杭州香溢大酒店公关销售部经理。参加过多次国际性、地区性的旅游展览会、交易会，如德国柏林、香港等。

目 录

序 言

第一篇 现代饭店销售员管理技巧

第一章 销售员管理概述 (1)

第一节 饭店产品销售与经理经营哲学

创新 (1)

一、经营理念新突破——销售创造价值 (2)

二、角色新定位——总经理甘当销售员 (3)

三、组织新体制——以销售为中心 (4)

四、促销新形式——全员销售 (5)

五、企业文化新焦点——销售员是最可爱的人 (6)

第二节 饭店内部销售管理 (7)

一、饭店内部推销的界定及其特点 (8)

二、饭店内部推销的作用 (9)

三、饭店内部推销的管理 (12)

第三节 正确处理销售管理中的八大矛盾

..... (25)

一、用“自我”还是“他我”方式管理销售人员 ... (25)

二、在销售人员的激励、考绩问题上,制度化与随意性哪个更富有实效	(26)
三、依靠杰出人才还是平庸之辈	(26)
四、先付出还是后付出	(26)
五、加强控制还是放任自流	(27)
六、“疑人不用,用人不疑”与“疑人可用,用人可疑”	(27)
七、销售管理是侧重人员的流动性还是稳定性	(28)
八、“竞争力”与“平衡术”哪一个是管理者手中的常规武器	(29)
第四节 销售承包管理	(29)
一、销售承包的步骤	(30)
二、销售承包的责权	(32)
三、销售承包的结算	(33)
 第二章 销售员管理实务	(38)
第一节 饭店销售队伍建设	(38)
一、销售队伍规模确定	(38)
二、销售队伍结构确定	(42)
三、选择销售员	(43)
四、管好销售员	(44)
五、用好两种销售员	(47)
第二节 销售员行动标准策划	(50)
一、销售员每日行动标准策划	(50)
二、销售员每周行动标准策划	(54)
三、销售员行动管理图表策划	(60)

第三节 销售员劳动与酬赏策划	(67)
一、销售员薪金构成	(68)
二、“适度”原则在销售员酬赏制度中的灵活运用	(69)
三、销售员酬赏的目标模式	(72)
第四节 销售员培训、评估与考核	(76)
一、销售员的培训	(76)
二、销售员的评估	(77)
三、销售员的考核	(80)
 第三章 销售员形象管理技巧	 (87)
第一节 销售员的仪表	(87)
一、销售员的外表	(87)
二、销售员的礼仪	(90)
三、销售员仪表形象策划	(93)
四、销售员体态语言形象策划	(96)
五、不良体态语言克服技巧	(102)
第二节 销售员的个性	(104)
一、积极健康的个性	(105)
二、需要改进的个性	(110)
第三节 销售员沟通技巧	(113)
一、谈话的技巧	(113)
二、谈话原则	(115)
三、交流沟通的要点	(116)
四、交流沟通的润滑剂——幽默	(117)
五、交流沟通中需要注意的三件事	(118)

六、销售人员招呼语形象策划	(120)
第四节 销售员的态度	(121)
一、态度与销售员的类型	(121)
二、销售员需要有热忱的态度	(123)
三、两种有助沟通的态度	(125)
第五节 销售形象自我评估	(127)
一、评估自我销售形象	(127)
二、改善自我销售形象	(129)
 第四章 销售员自我管理技巧	(131)
第一节 销售员心理素质管理	(131)
一、销售人员多重角色适配技巧	(131)
二、销售人员心理障碍解除技巧	(135)
三、销售人员想象力实战运用技巧	(138)
第二节 销售员时间管理	(141)
一、时间管理的方法	(141)
二、避免时间浪费的方法	(143)
三、充分利用销售时间	(145)
四、销售员规范化的一天	(148)
第三节 销售员安全管理	(154)
一、身体健康管理	(154)
二、旅行安全管理	(156)
三、女性销售员性安全管理	(159)
第四节 销售员业务核心要素管理	(163)
一、销售区域管理	(163)
二、产品品质管理	(167)

三、预订取消管理	(169)
四、预订额管理	(171)
第五节 销售员业务流程管理	(175)
一、对日常业务实行 ABC 分析	(175)
二、销售管理策略	(179)
三、判断客户的好坏	(182)
四、实现销售额目标	(187)
 第五章 客户管理技巧	(192)
第一节 客户管理概述	(192)
一、客户管理的内容	(192)
二、客户管理的方法	(200)
三、客户管理途径	(203)
四、客户管理信息反馈	(209)
第二节 大客户管理技巧	(211)
一、正确处理与大客户的关系	(212)
二、大客户管理技巧	(213)
三、大客户侃价管理	(216)
第三节 客户抱怨化解技巧	(217)
一、客户抱怨原因分析	(218)
二、客户抱怨处理的准则	(219)
三、客户抱怨处理的方法	(220)
 第六章 应收款回款技巧	(223)
第一节 树立回款信念	(223)
一、树立坚定的回款信念	(224)

二、完全回收账款	(224)
三、应收款回款开始于销售之前	(228)
四、杜绝来自饭店销售员的风险	(230)
第二节 客户资信调查与经营分析	(232)
一、客户资信调查	(233)
二、客户经营状况分析	(238)
三、杜绝来自客户的风险	(245)
第三节 应收款回款技巧	(247)
一、促进应收款回款的方法	(247)
二、应收款回款策略的应用原则	(250)
三、应收款回款策略的灵活运用	(252)
四、应收款回款技巧	(256)
附录：旅行社总经理如芒刺背	(259)
第四节 加强应收款回款的管理工作	(260)
一、回款管理的关键环节	(261)
二、警惕赊订风险	(262)

第二篇 现代饭店销售员推销技巧

第七章 销售员接触客户的预备技巧

.....	(265)
第一节 客户搜寻技巧	(265)
一、客户搜寻的重要性	(265)
二、客户搜寻方法	(267)
三、制定潜在客户的搜寻计划	(271)

第二节 客户资格鉴别技巧	(272)
一、鉴别客户资格的条件	(272)
二、鉴别客户资格的关键	(273)
第三节 接触客户的预备技巧	(275)
一、整理潜在客户的信息	(275)
二、整理产品与服务信息	(277)
三、约定会面的技巧	(278)
四、确定初次接触客户的目标	(280)
五、制定初次接触客户的拜访计划	(281)
六、准备销售陈述	(286)
七、检查准备情况	(288)
第四节 初次接触客户的技巧	(292)
一、与客户初次接触的目的	(292)
二、初次接触时与潜在客户交谈的开场白	(292)
三、开场白的话题	(295)
四、初次接触时的表达方式	(296)
五、初次接触的注意事项	(300)
六、为再访做准备	(301)
七、再访时的注意事项	(303)
 第八章 销售员销售陈述技巧	 (306)
第一节 销售陈述类型	(306)
一、记忆型陈述	(306)
二、提纲型陈述	(307)
三、视听辅助型陈述	(307)
四、需求确认型陈述	(308)