



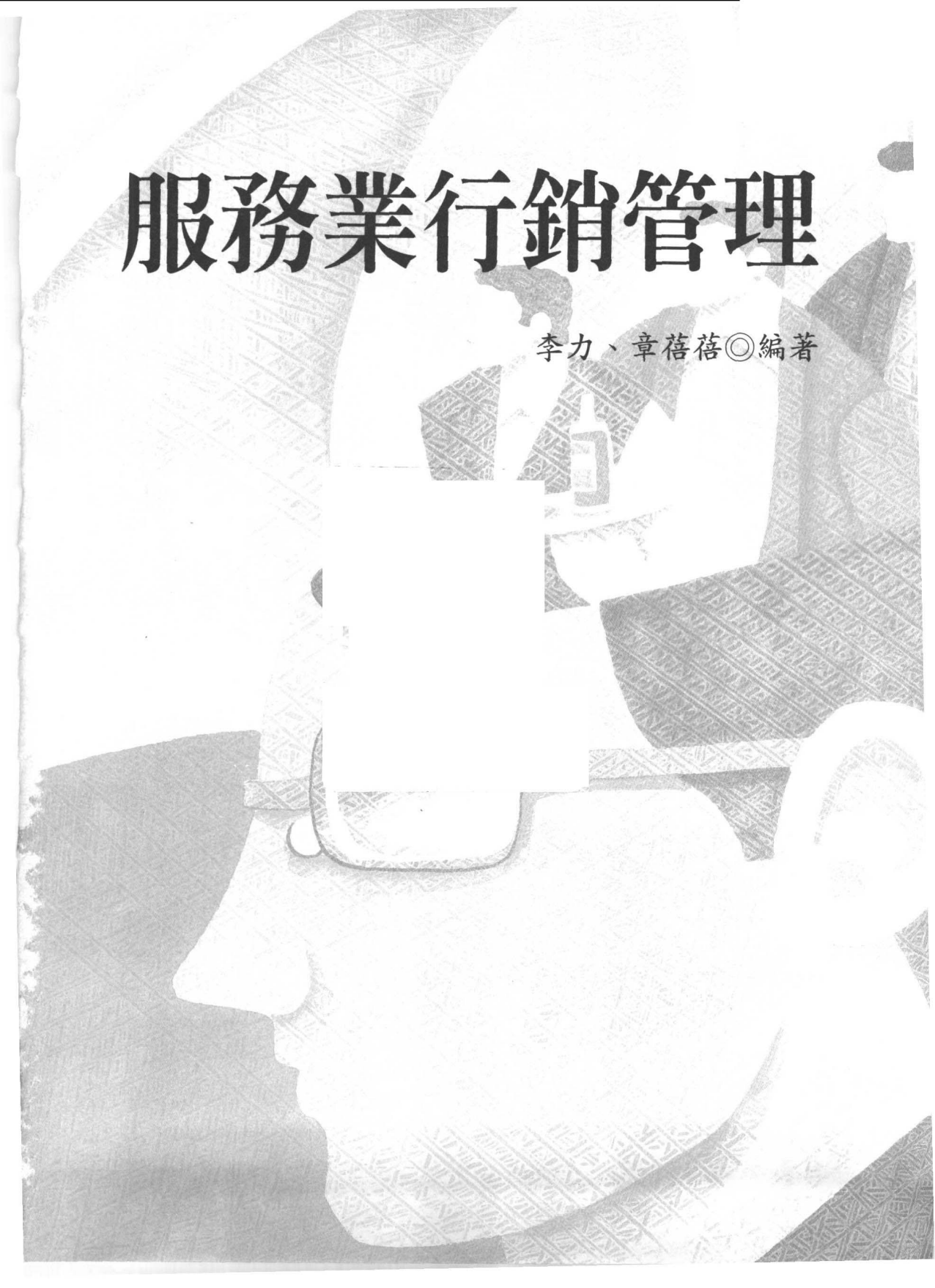
服務業行銷管理

李力、章蓓蓓◎編著



服務業行銷管理

李力、章蓓蓓◎編著



餐旅叢書

服務業行銷管理

編著者／李力·章蓓蓓
出版者／揚智文化事業股份有限公司
發行人／葉忠賢
總編輯／林新倫
執行編輯／晏華璞
登記證／局版北市業字第1117號
地址／台北市新生南路三段88號5樓之6
電話／(02)2366-0309
傳真／(02)2366-0310
E-mail／book3@ycrc.com.tw
網址／<http://www.ycrc.com.tw>
郵撥帳號／14534976
戶名／揚智文化事業股份有限公司
印刷／鼎易印刷事業股份有限公司
法律顧問／北辰著作權事務所 蕭雄淋律師
初版一刷／2003年2月
定價／新台幣600元
I S B N／957-818-465-4

本書如有缺頁、破損、裝訂錯誤，請寄回更換。

版權所有 翻印必究

◎本書由遼寧科學技術出版社授權出版發行◎

序

此書編寫歷時很長的一段時間，從資料的搜集、翻譯、整理，到結構的最後確定，以及語言文字的加工，都消耗了相當大的心血，現在回頭想想都覺得那是一段苦難的歲月。

摸著現在已經成書的「它」，真是有點感慨萬千！當時國內有關此方面的書還是比較陳舊的，而且缺乏新鮮的實例，當然更沒有人將飯店業與旅遊業作為一個整合的行業去看待，此書的編寫恰恰是在這樣的一個背景下醞釀的。

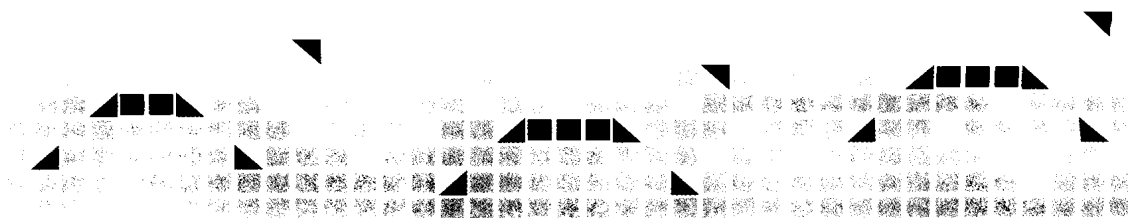
我們搜集了許多世界聞名的飯店、旅館、速食店、旅遊公司、遊輪公司、度假村等經典的行銷實例，並在理論體系中著重闡釋了此整合行業各部分之間的相互關係：為了使本書在實務上更為有效，還製作了相當多的圖、表，以使理論闡述更加細緻化和具體化，使讀者更形象地理解本書理論，並能在工作實務中應用；繼承是為更好地創造，因此本書在結構上除了本章複習，還有延伸思考，讓讀者應用所學的東西去實踐、去思考，將普遍性的理論放到具體的環境中，會有更深刻的領悟和新的發現。

本書在編寫的過程中，得到了陳慈良老師的大力幫助，他給我們提供了很多資料，並以其獨到的市場眼光提供了很好的建議。當然，還要感謝在編寫過程中一直鼓勵我們的身邊的親人和朋友，是你們無私的奉獻，才促成這本書最終的問世。

本書在編寫的過程中可能還有一些不夠完善的地方或是錯誤，敬請各位讀者批評、指正。

章蓓蓓

（註：李力現在英國讀書，本文由章蓓蓓執筆）



編 著 者 簡 介

李力

男，一九五九年生。原東北財經大學酒店管理學院院長、創始人之一，亞洲旅遊業協會副理事。現於英國留學、遊歷。

章蓓蓓

女，一九七五年生。一九九七年畢業於東北財經大學國際金融系，現於大連理工大學出版社從事對外合作、圖書策劃和編輯工作。

餐旅叢書

- ◆餐飲採購學 陳堯帝/著 NT: 400元
- ◆餐飲實務 陳堯帝/著 NT: 500元
- ◆旅館資訊系統——客房電腦
蕭君安、陳堯帝/著 NT: 500元
- ◆餐飲資訊系統——餐飲電腦
蕭君安、陳堯帝/著 NT: 450元
- ◆俱樂部的經營管理 徐堅白/著 NT: 350元
- ◆餐飲服務(附光碟) 陳堯帝/著 NT: 650元
- ◆餐飲英語(附光碟) 蔡淳伊/著 NT: 400元
- ◆餐飲行銷實務 胡夢蓓/著 NT: 450元
- ◆飲料管理——調酒實務 陳堯帝/著 NT: 400元
- ◆餐飲管理(第三版) 陳堯帝/著 NT: 480元
- ◆宴會管理 許順旺/著 NT: 600元
- ◆旅館英語(附光碟)
Andrew W. Peat/著 NT: 500元
- ◆國際禮儀 朱立安/著 NT: 400元
- ◆觀光導論(第二版) 劉修祥/著 NT: 480元
- ◆航空業務 朱雲志/著 NT: 350元
- ◆餐飲冰雕裝飾藝術 胡本源/著 NT: 600元
- ◆旅遊實務 蔡必昌/著 NT: 450元
- ◆航空地勤服務管理 楊政樺/著 NT: 550元
- ◆國際禮儀實務 徐筑琴/編著 NT: 320元
- ◆觀光遊憩資源實務 吳坤熙/著 NT: 350元
- ◆旅館經營實務 詹益政/著 NT: 680元
- ◆旅遊銷售技巧 黃榮鵬/著 NT: 400元
- ◆休閒事業概論 張宮熊/著 NT: 450元
- ◆休閒事業管理 張宮熊、林鉦琴/著 NT: 600元
- ◆旅館營運管理與實務 鈕先鉞/著 NT: 600元
- ◆旅館餐飲經營實務 詹益政/著 NT: 350元
- ◆旅館管理實務 詹益政/著 NT: 550元
- ◆旅館房務理論與實務 張麗英/著 NT: 550元
- ◆解說概論 張明洵、林玥秀/著 NT: 580元
- ◆餐旅心理學
張琬菁/校閱 喬正康/主編 NT: 350元
- ◆旅遊心理學
張琬菁/校閱 劉純/編著 NT: 550元
- ◆主題餐廳設計與管理 黃瀾英/著 NT: 400元
- ◆酒店會議經營 吳克祥、周昕/著 NT: 400元
- ◆餐飲品質管理 趙建民/著 NT: 450元
- ◆服務業行銷管理
李力、章蓓蓓/編著 NT: 600元

目 錄

序 i

第1章 市場行銷概述 1

- 第一節 行銷的定義 2
- 第二節 行銷的發展 3
- 第三節 核心的行銷概念 11
- 第四節 市場行銷環境 14
- 本章概要 19
- 本章複習 20
- 延伸思考 20
- 經典案例一：社會市場行銷導向 21
- 經典案例二：市場行銷導向 23

第2章 旅遊與飯店業的服務市場行銷 27

- 第一節 什麼是服務市場行銷？ 28
- 第二節 服務市場行銷的特殊性 30
- 第三節 旅遊與飯店業的行銷特點 35
- 第四節 旅遊與飯店業的市場行銷方法 40
- 本章概要 45
- 本章複習 46
- 延伸思考 46
- 經典案例：服務的標準化——Red Lobster海鮮連鎖店 47

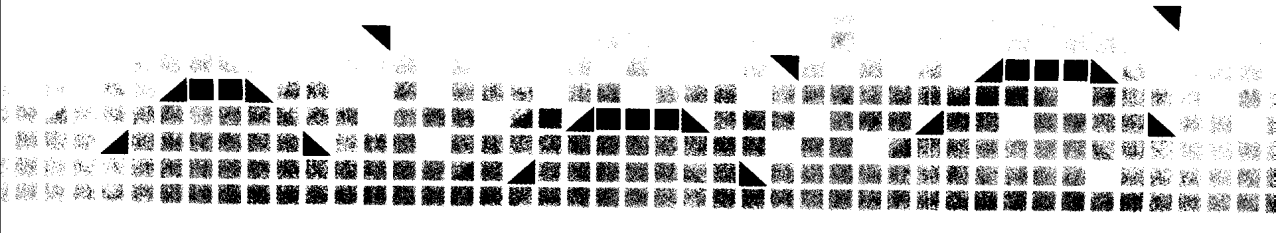
第3章 旅遊與飯店業市場行銷系統 49

- 第一節 系統的行銷方法定義 50
- 第二節 旅遊與飯店業的系統特徵 51
- 第三節 旅遊與飯店業市場行銷系統 54
- 本章概要 62
- 本章複習 63
- 延伸思考 63

第4章 客戶行為 65

- 第一節 客戶行為的個人因素 66
- 第二節 客戶行為的社會因素 79
- 第三節 客戶的購買程序 84
- 第四節 團體客戶的行為 90
- 本章概要 91
- 本章複習 91
- 延伸思考 91
- 經典案例：理解客戶的行為——「花被單」鄉村旅館 92

第5章 行銷機會分析 95

- 第一節 成功必備的分析 96
 - 第二節 狀況分析 97
 - 第三節 市場分析 117
 - 第四節 可行性分析 120
 - 本章概要 123
- 

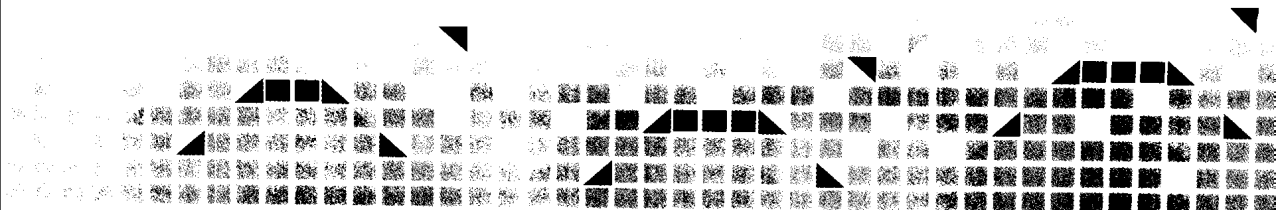
- 本章複習 123
- 延伸思考 123
- 經典案例：旅遊對紐約市的影響 124

第6章 行銷研究 129

- 第一節 市場行銷研究的定義 130
- 第二節 市場行銷研究的必要性 133
- 第三節 市場行銷研究的訊息 138
- 第四節 市場行銷研究的程序 139
- 第五節 市場行銷研究的方法 148
- 本章概要 156
- 本章複習 157
- 延伸思考 157
- 經典案例：強調市場行銷研究的馬里奧特公司 158

第7章 市場細分及趨勢 161

- 第一節 市場細分的標準和作用 163
- 第二節 市場細分的依據 169
- 第三節 市場變化趨勢與市場細分 181
- 本章概要 189
- 本章複習 189
- 延伸思考 189
- 經典案例：市場細分——Contac假日公司 190



第8章 市場行銷策略 193

第一節 市場行銷策略的選擇 195

第二節 市場定位 206

第三節 市場行銷目標 211

本章概要 213

本章複習 213

延伸思考 214

經典案例：隨時間變化而重新定位——Club Med 215

第9章 市場行銷計畫和行銷組合 219

第一節 行銷計畫的定義 220

第二節 行銷計畫的內容 224

第三節 旅遊與飯店業市場行銷組合 233

第四節 市場行銷的資金預算 235

本章概要 238

本章複習 239

延伸思考 239

經典案例：溫哥華旅遊公司——市場行銷計畫 240

第10章 產品發展與合作 247

第一節 旅遊與飯店業的構成 248

第二節 旅遊產品組合與發展決策 262

第三節 產品合作 267

本章概要 269

本章複習 270

延伸思考 270

經典案例：跨行業的融合——卡爾森公司 271

第11章 人員服務及其品質 273

第一節 旅遊與飯店業市場行銷中的人 274

第二節 服務品質的重要性 275

第三節 全面品質管理 276

第四節 員工管理 277

第五節 服務品質的測量 282

第六節 關係市場行銷——待客如上賓 285

第七節 客戶組合 287

本章概要 288

本章複習 288

延伸思考 289

經典案例：提升服務品質——卡爾頓旅館公司 290

第12章 包裝和特別規劃 295

第一節 包裝和特別規劃的定義 296

第二節 包裝和特別規劃流行的原因 297

第三節 包裝和特別規劃的作用 302

第四節 包裝的分類 305

第五節 有效包裝的步驟 310

第六節 包裝和特別規劃的關係 316

本章概要 317

本章複習 317

延伸思考 318

經典案例：特別規劃——Mohonk山間俱樂部 322

第13章 分銷與旅遊貿易 325

第一節 分銷組合和旅遊貿易 326

第二節 分銷管道 330

第三節 分銷與市場行銷 338

本章概要 343

本章複習 343

延伸思考 343

經典案例：旅遊貿易市場行銷——北美的遊輪業公司 344

第14章 溝通與促銷組合 349

第一節 溝通與促銷 350

第二節 促銷和客戶購買程序 356

第三節 促銷組合 363

第四節 影響促銷組合的因素 373

本章概要 375

本章複習 375

延伸思考 376

經典案例：促銷組合——奇奇飯店 377

第15章 廣告 381

第一節 廣告計畫 382

第二節 廣告媒介 396

第三節 廣告代理機構的作用 411

本章概要 413

本章複習 413

延伸思考 414

經典案例：廣告——哥倫比亞旅遊部 415

第16章 促銷和交易展示 419

第一節 促銷、交易展示和促銷組合 420

第二節 促銷和交易展示計畫 424

本章概要 439

本章複習 439

延伸思考 439

經典案例：促銷——雞寶寶速食連鎖店 440

第17章 人員推銷與銷售管理 443

第一節 人員推銷與促銷組合 445

第二節 人員推銷的作用 446

第三節 人員推銷的種類 448

第四節 人員推銷策略 449

第五節 銷售程序 453

第六節 銷售計畫和銷售管理 463

第七節 旅遊與飯店業中的人員推銷 470

本章概要 472

本章複習 472

延伸思考 473

經典案例：人員推銷——「標誌」客棧 473

第18章 公共關係及宣傳 479

第一節 公共關係與促銷組合 481

第二節 公共關係計畫 485

第三節 公共關係諮詢人 502

本章概要 503

本章複習 504

延伸思考 504

經典案例：公共關係——麥當勞公司（羅納德·麥當勞之家） 505

第19章 定價 509

第一節 價格的雙重作用 510

第二節 定價的目標 515

第三節 價格的影響因素 517

第四節 定價方法的選擇 520

第五節 定價的評估 531

本章概要 531

本章複習 532

延伸思考 532

經典案例：定價——Rent-A-Wreck公司 533

第20章 市場行銷管理、評估和控制 535

第一節 行銷管理的定義 537

第二節 行銷管理組織 538

第三節 行銷管理人員 541

第四節 行銷活動預算	542
第五節 行銷控制和評估	546
第六節 市場行銷的未來	552
本章概要	553
本章複習	554
延伸思考	555

第1章

市場行銷概述

爲什麼市場行銷是今天的旅遊與飯店業如此熱門的一個話題？爲什麼它被預料成二十一世紀核心的管理功能？本章透過解釋市場行銷的發展來闡述這些問題。它不僅包括生產和市場行銷導向的區別，同時還強調了在今天的旅遊與飯店業日益激烈的競爭環境中市場行銷的重要性。

第一節 行銷的定義

你如何給市場行銷下定義？可以寫下你的觀點，並和這本書所做的定義相比較。如果你像許多人那樣對市場行銷並不了解，你可能會列上這樣一些東西，比如廣告、銷售和其他的促銷方法（例如贈券、傾倉展銷等），但你將很快意識到，這些表面的特徵只是冰山的一個尖罷了。更多的市場行銷管理工作是在幕後展開的。一個公司如何並且爲什麼決定花幾百萬元做廣告？促銷的原因是什麼？應該採用何種促銷方式？這些就是公司在幕後必須作出的幾個市場行銷決策。

這本書的定義是建立在如下六個市場行銷活動基本要素的基礎之上的：

- (1)消費者需求的滿足：市場行銷活動的中心是滿足消費者需求。
- (2)市場行銷活動的持續性：市場行銷是持續的管理活動，不是某一時期的一組決策。
- (3)市場行銷是一個過程：好的市場行銷是遵循一些連續步驟的過程。
- (4)市場調查的核心作用：運用市場行銷研究預測方法來確認消費者需求，這是有效的市場行銷的本質。
- (5)旅遊與飯店業組織之間的相互依賴性：我們所在行業的各個企業或組織在市場行銷領域內有許多合作的機會。
- (6)廣泛的組織和多部門的努力：市場行銷活動不是單一的某一部門的責任，爲了做到最好，它需要所有部門或組織的努力。