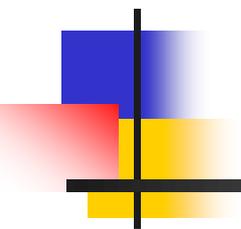
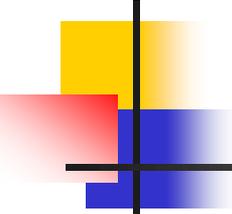


第九章

酒店市场营销策划





一、酒店市场营销策划的内涵

什么是策划？

是一项立足现实面向未来的、有创意的谋划活动，是一种包含创造性的策划。

策划与计划是否相同？

策划近似英文 Strategy + plan

计划则是 plan

策划与计划的区别：

策划	计划
必须有创意	不一定有创意
自由, 无限制	范围一定, 按部就班
开放性	保守性
把握原则与方向	把握程序与细节
灵活, 变化多端	灵活性小
挑战性大	挑战性小



(一) 酒店营销策划:

是酒店对将要发生的营销行为进行超前规划和设计，以提供一套系统的有关营销的未来方案，这套方案是围绕酒店实现某一营销目标或解决营销活动的具体行动措施。



(二) 营销策划三要素

1. 创意

2. 目的（方向）

3. 可行性（可操作性）



二、酒店市场营销的策划类型

(一) 市场营销战略的策划

1. 市场定位策划
2. 市场竞争策划
3. 酒店形象策划
4. 顾客满意策划



(二) 酒店市场营销战术策划

4P` s组合：产品策划、价格策划、分销策划、促销策划

(三) 酒店常见的8类策划

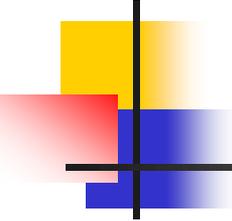
CI策划、酒店创立策划、破产与兼并策划、危机策划、竞争策划、产品策划、促销广告策划、公关策划。



三、酒店市场营销策划的流程

(一) 市场营销策划的原则

1. 战略性原则
2. 信息性原则
3. 系统性原则
4. 时机性原则



5. 权变性原则

6. 可操作性原则

7. 创新性原则

8. 效益性原则



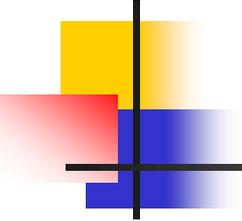
(二) 市场营销策划的步骤

1. 了解现状

市场形势； 产品情况； 竞争形势；
分销情况； 宏观环境。

2. 分析情况

机会与风险 、 优势与弱点



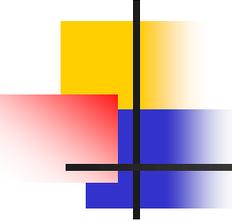
3. 制定目标

4. 制定营销战略

(1) 目标市场战略

(2) 营销组合策略

(3) 营销预算

- 
-
5. 拟定行动方案
 6. 预测效益
 7. 设计控制和应急措施
 8. 撰写市场营销计划书



四、酒店微博营销策划

2012年5月9日，新浪微博的企业版宣布运行，同时，新浪微博向酒店业递送了《新浪微博酒店成长计划》。



(一) 微博营销概念

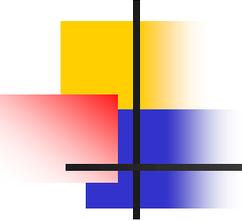
微博营销就是以微博为主、整合多种媒体资源开展营销活动，包括收集市场信息、与消费者深入互动、宣传企业文化理念、促销产品、提供服务、处理突发事件，进一步扩大品牌影响力，以获得低成本的预期效果。



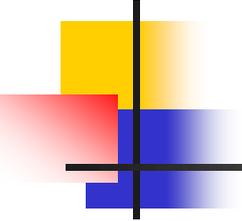
(二) 酒店微博营销意义

1. 注册简单，操作便捷，运营成本低

充分利用微博的“自媒体”属性，
做好“内容营销”即是微博营销的王道。



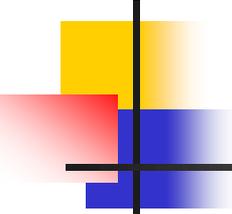
你企业的粉丝超过100，你是本企业内部杂志；超过1000，你是一个公告板；超过10000，你是本外部杂志；超过100000，你是一个“大都市”报纸；超过1000000，你是一个国家报纸；超过10000000，你就是普通的电视台；但是当你的粉丝超过100000000的时候，你就是中国中央电视台。



2. 更广的覆盖面和客户拓展价值

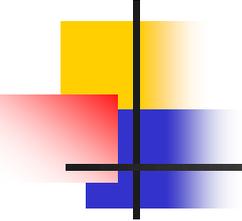
(1) 客户拓展价值

企业微博就等同于一个自有的广告媒体，随时向粉丝们传播各种信息，并轻松实现与粉丝的互动沟通，在情感氛围中潜移默化的将众多粉丝转化为客户群体。

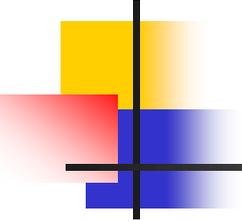


(2) 更广的覆盖面

DCCI 2012调查数据显示：超过70%的微博粉丝都会留意微博上的广告信息；大概有25%的微博用户在微博上会关注大概15个企业官方账号；其中有5个左右是酒店的官方微博；而有34.3%的微博用户对品牌折扣信息感兴趣。特别是酒店的折扣信息，体验住房等互动活动，更具有吸引力。

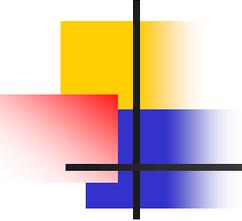


微博更广的覆盖面可以让酒店目标消费群体集聚在一个平台上，酒店可以通过各种微博营销策略赢得更多的潜在消费者的目光。



3. 借助微博进行病毒式营销

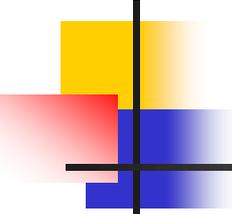
病毒式营销是口碑营销的主要方式之一,是一种信息传递战略,它通过公众的积极性和网络社区,让营销信息像病毒一样快速的大规模的扩散。



4. 利用微博进行精准营销

精准营销就是以顾客为中心, 凭借现代的信息技术, 建立精准的顾客沟通体系, 以满足顾客的需求并实现企业低成本扩张。

其理论基础是4C



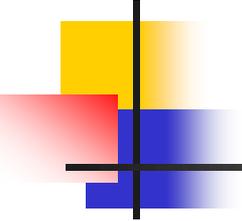
5. 高度互动客服价值

①关注模式

以“加关注”的方式主动的将某个用户作为自己的信息源头,形成关注者和粉丝的互动。

②对话模式

跟帖、转发、评论和私信,一点对多点的互动模式



(三) 酒店微博营销策略

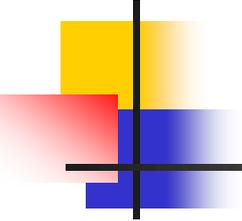
微博营销4I原则：

Interesting趣味原则；

Interests利益原则；

Interaction互动原则；

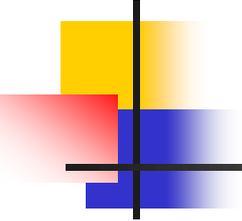
Individuality个性化原则。



1. 正确选择微博发布的信息结构

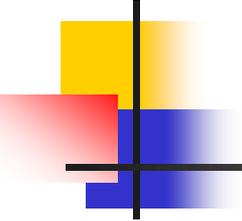
以图文或者文字介绍+网页(内容或视频)链接作为主要的微博信息结构。

视频资料是微博上不可缺少的资源



2. 借助明星效应，增加明星和社会名流在
微博上的曝光率，提高微博的关注度

**注意：酒店微博≠狗仔队的平台
把握度和信息的使用方法**



3. 注意与高影响力用户互动，将名人的影响力转化成酒店的影响力

意见领袖是传播中的重要角色

主动寻找话题@名人、明星、加“V”用户等高影响力用户，通过被转发吸引对名人关注的用户。

置顶 法国时间12月19日9点，@开元旅业集团 正式签约收购法国波尔多地区碧萝酒庄。开元旅业集团董事长陈妙林和碧萝酒庄原庄主Eric 作为双方代表在收购协议上签字。这是继去年4月成功收购德国法兰克福金郁金香酒店后，开元品牌迈出国门的又一重大事件。@浙江日报@钱江晚报@杭州日报@中国旅游报@环球旅游周刊



12月20日 19:18 来自 皮皮时光机

收藏

转发 3

评论 1

👍 3



4. 互动营销，以人为本

①制定有人情味微博语言风格

微博有新闻以及生活两个方面的特征

人情味分数= $3.365 \times$ 每百字中的人称词数目
 $+0.314 \times$ 每百句中的人称词数目

酒店一定要以“人”的形式出现，与用户进行“朋友式的交流”。



真爱！鉴定完毕！小7永远敞开怀抱等你到来~~~❤️ #年轻的选择#

@空城旅人 ★

说不上你有多么好，但每次在外都首要搜索你的存在，在没有你的城市只好由他人代替。橙色的主色调，给人活力无限之感。一米八的你，任由翻滚，荞麦双枕，美梦好眠，封包浴巾，舒心放心，十秒来水的速度，也着实让人称赞，全程无线之旅，让其遨游在网络之间。这就是年轻的选择，幸运，有时一样可以任性。



12月13日 01:58 来自 iPhone 6

转发 4 | 评论 34 | 点赞 4

今天 09:23 来自 微博 weibo.com

想要问问你敢不敢~像你说过那样的爱我💰小7敢！冬天这么冷，我来给你温暖🥰

@裙角飞扬_11

上海7天浦东店真是惊喜连连~下了地铁来接店，还能免费送机。最意外的是荒山野地天寒地冻的不用出去找吃，楼下就有这家装修美美的广式茶楼，连大门都不用出！一份套餐也才29块！给64个👍

@7天连锁酒店



12月15日 17:39 来自 iPhone 5s

转发 2 | 评论 | 点赞 1

12月15日 17:46 来自 微博 weibo.com

#家叮咛#你不是超人，你会累，你会痛，你会哭，你会难过，你会无助，你会无力。可你要理解这样的自己，并学会治愈这样的自己。不要太过苛求，更不能轻易落后。



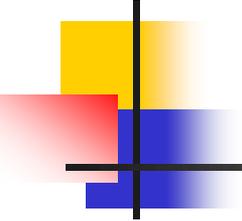
今天 08:00 来自 微博 weibo.com

收藏

转发 4

评论

👍 2



②制定个性化的微博语言

酒店可以创造出富有特色的语言风格，能够引起粉丝的转发欲望。

微博语言风格要符合品牌格调。

#皇冠圣诞狂欢# 前方一大波圣诞惊喜正在逼近！快来加入吧！ 😄

前方一大波圣诞狂...



前方一大波圣诞狂欢汹涌来袭！还...

平安夜圣诞晚宴

发布者：上海复旦皇冠假日酒店

马上阅读



12月15日 17:26 来自 微博 weibo.com

美食太诱人，为了让@杭州钱江新城假日酒店 的拉仇恨行动失败，朋友们快来和假日君一起来消灭这些好吃的吧！

@杭州钱江新城假日酒店

又到了大快朵颐的时候了，今天你的晚餐是什么？？？来吧来吧！逸廊餐厅诱惑你的味蕾！主页君就是来拉仇恨的，啦啦啦啦。。。。。



11月11日 18:02 来自 360安全浏览器

转发 16 | 评论 | 2

11月20日 18:04 来自 微博 weibo.com

收藏

转发 12

评论 5

1

逃离都市水泥钢筋的石室森林，到索诺兰沙漠进行探险，晚上睡在沙漠中的屋子中，巨大仙人掌影子映在窗前，新的日子在白天的欢声笑语，夜晚的寂静虫鸣中慢慢展开。【鸽子山丽思卡尔顿酒店】



12月15日 21:02 来自 微博 weibo.com

收藏

转发 1

评论



在一天的旅行后，走到离【萨拉索塔丽思卡尔顿酒店】不远处的萨拉索塔海滩，浅啖一口鸡尾酒欣赏落日是放松的好选择。如果想要欣赏这场自然演出的整个过程，最好提前一个半小时到场哦。



12月18日 17:00 来自 微博 weibo.com

收藏

转发 1

评论

👍 2

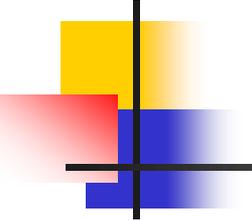


③制定酒店微博的发布规律

酒店微博要坚持细水长流的原则

5. 发动酒店典型人物开设微博，形成营销网络

总经理、西餐大厨、贴身管家、调酒师、健身教练等等，均可开设自己的微博，并在微博上主动亮明自己的身份，配合酒店官方微博形成一个全面的微博营销网络。



6. 尽可能的利用微博平台，通过参与活动加大微博的影响力

- ①征求意见、转发有礼；
- ②直接运用发私信的方式报名参加抽奖活动；
- ③在微博创预订链接，设立奖品；
- ④不定期开展秒杀活动，使酒店微博在短期内成为热议的焦点。

#浓情感恩季，我想说#即刻起至11月30日，关注@开元酒店集团，转发此条微博并@ 3位好友，对TA说出一句感谢的话，即可参与抽奖。在这个最适合表达谢意的节日里，感谢身边的每一个人：亲人、爱人、闺蜜、同事、朋友.....开元酒店感谢2014有你们的支持和陪伴！



感恩节住五星，感...



感恩节住五星，感谢有你

已结束

参与人数：8292

我想说...



马上参与



5

11月25日 19:08 来自 微博活动

收藏

转发 7534

评论 91



2

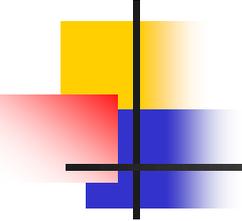
@华住酒店集团 

#我用华住APP#华住APP升级新版本喽！完成预定后即可获得刮刮卡资格，iPhone 6、4999元大红包坐等主人<http://t.cn/RzamHFR>！即日起至12月28日，发微博晒预定页面，说出你的华住APP使用感受并@华住酒店集团，华掌柜每天随机抽取1位晒单用户，获得华住百元红包奖励！晒起！



12月8日 15:11 来自 iPhone客户端

转发 56 | 评论 13 |  1



7. 要善于利用微博进行危机公关、处理突发性事件

实时监控、快速应对；

以人为本，顾客至上

8. 建立微博客户服务

延长酒店服务链条

没关系没关系，酒店里的水会暖暖的，为您放下旅途奔波的疲惫。假日君欢迎您的到来！

@爱与生命-shery ★

贵溪没飞机到广州，只能熬了一个晚上火车到广州！俺这宜春老表进城，本以为方位感强，打算公交到翡翠皇冠假日酒店，弄了半天步行的导航去坐公交，结果不得不承认，俺这老表进大城市就迷路了🤔 打车算了...就这样衣冠不整素面朝天不要脸（没洗脸😁，火车上水太冷）的进了人家酒店。



11月12日 10:38 来自 iPhone 5s

转发 12 | 评论 4 |

11月21日 17:52 来自 微博 weibo.com

收藏

转发 11

评论 5



#我用华住APP#给给给！😄又晒单又晒卡的，恭喜获得百元晒单红包一个！🧧快把会员姓名和手机号私信我们吧！👀

@Crazy米老头

一百块钱你都不给我@华住酒店集团



12月19日 10:23 来自 诺基亚Lumia920

转发 3 | 评论 3 |

32分钟前 来自 iPhone客户端

#我用华住APP#一年四五十天住汉庭，华掌柜怎么忍心让如此忠诚的华人哭鼻子呢？🙄
恭喜成为今日的预定晒单获奖者👏，赢得百元大红包一个！🧧快把您的会员姓名和手机号码私信我们吧！👉

@-所谓双鱼-

#我用华住APP#每次出差都是住华住旗下的酒店，一年得有四五十天住在汉庭。APP订房打折还能用优惠券，干嘛不给自己省钱呢👏提前订一月的酒店享受五折，不知道你们享受了没有，反正我订了五间！👏@华住酒店集团不给我红包我可就哭了啊！👏

📍 体育南大街



12月14日 17:37 来自 iPhone 6 Plus

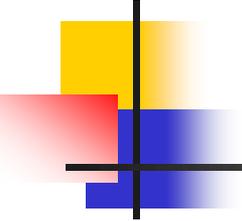
转发 14 | 评论 1 |

12月15日 14:40 来自 微博 weibo.com

收藏

转发 10

评论 4



9. 社会公益性活动营销策略

参与社会性活动，提升影响力

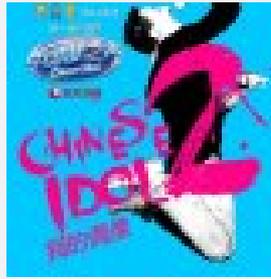
参与公益性活动，履行社会责任



决赛就是明晚了！你紧张吗？不知道是谁夺冠呢！总之，来参加活动才是王道呀！

@7天连锁酒店 

@中国梦之声 决赛进入倒数阶段，各位客官看的还开心吗？小7家的活动也华丽升级啦！#中国梦之声
#现场门票、百万间免费房、抵用券等你来抢  2015新年之前，只要一次入住就可以升级银卡啦！
九折入住，延迟退房等专属优惠等着你哟！更有天天半价钟点房！快来参加活动吧！#年轻的选择#



12月4日 14:45 来自 微博 weibo.com

转发 22 | 评论 5 |  4

12月13日 20:10 来自 皮皮时光机

#12.3国际残疾人日#他们或看不到，或听不到，或肢体残缺……然而，他们与我们一样，有着健全、独立和渴求尊重的灵魂。我们承诺，让每个生命得到同样的尊重，为他们传递爱与勇气，不止在今天！



12月3日 16:07 来自 专业版微博

收藏

转发 1

评论



置顶 【分享有礼】2014#圣诞拥抱季#仍在进行！当你将一张含有“拥抱”寓意的原创照片分享并@上海外滩茂悦大酒店，酒店将向“图书馆计划”捐出人民币1元，以用于偏远地区小学的儿童图书馆建设。同时，你还有机会获得酒店圣诞节日好礼。点击大图了解详情。



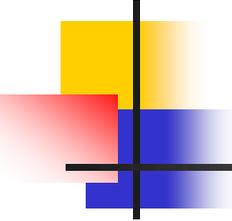
12月8日 10:51 来自 微博 weibo.com

收藏

转发 48

评论 7

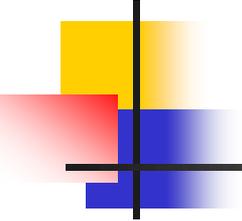
👍 7



10. 发挥微博的手机预订功能

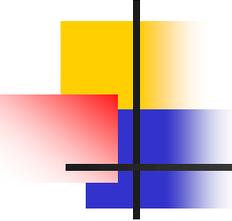
①开通一个专门提供预订的酒店微博帐号

②开通私信预订功能



11. 重视微博营销的人员配备

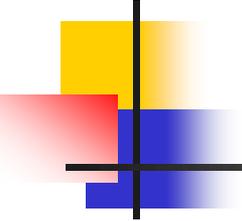
维护人员必须有市场营销和客户
服务背景，而不是技术背景，而且必
需专职专人。



案例：桔子酒店12星座系列微电影营销

2011第四届网络营销大会案例获得“今典”
年度最佳创新营销大奖

1. 内容：拍摄十二星座的人住宿桔子酒店的情景，从不同的侧面展现桔子酒店适应和满足各种需求的优势。
2. 传播方式：以微博和视频网站作为核心传播阵地，进行病毒式传播



3. 内容设计：“星座+爱情+奖品”

微博最热衷话题：星座、爱情

植入营销：奔驰、珂兰钻石、漫步者、麦包包等

有奖竞答活动：搞笑问题+丰厚奖品