

酒店管理中市场营销策略创新探究

李鑫

中国北方车辆研究所, 北京 100072

[摘要]近年来,我国加大了对经济开放的力度,从而有效的推动了社会经济水平的显著提升,为国内各个领域的发展壮大带来了诸多的机遇,在这种发展形势下,有效的推动了我国酒店行业的快速发展,与此同时也加剧了整个行业的内部竞争形势,在这种现实状况下,酒店要想在激烈的竞争中得稳定健康的发展,那么最为重要的就是需要充分结合实际情况和需要来对市场营销策略进行优化创新,设立以市场需求为发展目标的现代化酒店管理模式,从而为社会和谐稳定发展打下坚实的基础。

[关键词] 市场营销; 酒店管理; 策略; 问题

DOI: 10.33142/mem.v2i1.3357

中图分类号: F719.2;F274

文献标识码: A

Research on the Innovation of Marketing Strategy in Hotel Management

LI Xin

China North Vehicle Research Institute, Beijing, 100072, China

Abstract: In recent years, China has increased the opening-up of the economy to the outside world, which effectively promoted the remarkable improvement of social and economic level, and brought many opportunities for the development and growth of various fields in China. Under this development situation, it effectively promoted the rapid development of the hotel industry in China, and at the same time, it also intensified the internal competition situation of the whole industry. In this reality In order to develop steadily and healthily in the fierce competition, the most important thing is to combine the actual situation and needs to optimize and innovate the marketing strategy, and establish a modern hotel management mode with the development goal of market demand, so as to lay a solid foundation for the harmonious and stable development of society.

Keywords: marketing; hotel management; strategy; problems

引言

社会经济的快速发展,促进了民众生活质量的显著提升,从而使得人们将目光从物质方面转移到精神方面的追求,大量的民众都选择到各个地区进行旅游,从而加快了旅游行业的发展,与此同时也为酒店行业的发展壮大创造了良好的条件,这样就使得大量的新型投资者涌入到了酒店行业之中,在推动了行业的快速发展的同时也导致行业内竞争形势越发的严峻。在酒店管理工作中,市场营销是其中较为重要的一项内容,其与酒店的运营情况以及未来发展密切相关。在当前行业快速发展的形势下,怎样提升市场营销工作的效率和效果是当前酒店行业内各个企业迫切需要解决的问题。

1 酒店管理的概念及其重要性

酒店管理其实质就是指酒店管理层工作人员利用当前最先进的管理理念和管理方式来提升员工的工作质量和工作效率,推动酒店各项运营工作得以有序高效的开展。就当前实际情况来说,酒店管理表现出了金字塔的模式,管理从塔底到塔顶,管理工作的难度逐渐的递增。当前我国酒店管理模式通常采用的都是直线职能制度,在这种管理机制中,各个层级工作人员都需要对自身的管理工作内容以及职责加以全面的了解,这样才能确保工作的效率和效果。在社会经济整体水平不断提升的形势下,酒店行业得到了飞速的发展,在缓解当前我国就业问题方面起到了积极的作用。酒店管理工作整体水平与酒店的发展情况密切相关,所以之后制定完善的酒店管理策略,才可以促进酒店市场综合竞争实力的提升。酒店上层管理人员也需要对管理工作的重要性加以正确的认识,不断提升自身的专业水平和实践能力,确保酒店能够在未来保证持续健康发展^[1]。

2 酒店的市场营销目标

酒店的市场营销工作的实施所侧重的是结合其服务的对象以及工作内容,对酒店拥有的各类资源加以全面的动态

化的把控。酒店服务属于无形资产，其实质就是为客户提供需要的服务，促使顾客对酒店的满意度的不断提升，从而形成良好的社会形象。为了实现上述目标，需要不断提升硬件设施的整体水平，并且要加大服务管理力度，促使企业树立良好的社会形象，形成独具一格的酒店管理机制，从而为企业创造更多的经济和社会效益^[2]。

3 酒店管理中市场营销存在的问题

3.1 管理者缺乏营销意识

当前酒店管理人员大多没有较强的营销意识，目光较为短浅，仅仅关注眼前的经济效益，却没有料想到企业未来所面临的竞争危机。实际上酒店管理不仅仅是对现有企业进行管理，也是对企业内的人员进行管理。与其他行业不同的是，酒店行业属于服务性行业，在推销自身商品的时候，也要让消费者有舒适、温馨的感觉。可是如今酒店内部没有营造酒店文化，也没有给全体工作人员探索发现问题的积极性，这样的管理者是缺乏营销意识的表现，对企业的未来发展将会带来影响^[3]。

3.2 市场营销手段落后

据现如今实际情况来说，我国酒店市场营销方法通常都是采用一些传统方式方法，这些方法在实践运用的过程中往往会遇到诸多的困难，并且还可能会被其他同行所效仿，并且酒店也不能对自身在市场中份额加以准确的判断，所以营销工作往往无法实现既定的效果目标，在整个营销工作的开展中，企业通常都会将工作的侧重点放在同行酒店的运营情况的了解方面，所以在设计营销方案的时候，往往会对自身的优越性有所忽视，在营销方案方面缺少良好的出创新，这样不但会影响到大众对酒店丧失兴趣，并且也不能吸引更多的新的顾客群体。在当前新的历史时期中，科学技术的发展使得信息技术水平不断提高，将信息技术合理的运用到酒店行业运营之中，对于整个行业的未来稳定健康发展起到了积极的推动作用。但是就当下我国酒店行业来说，将网络技术运用到运营之中的酒店较少，这样就导致了当下就先信息化建设整体水平低下的不良后果，最终会对酒店网络营销工作的实施形成巨大的制约^[4]。

3.3 轻视品牌建设

因为受到以往老旧营销管理理念的影响，很多的酒店并没有形成系统化的营销理念，并且对于品牌的建设工作较为忽视，这样对于酒店行业的未来发展是非常不利的。详细的来说集中表现在下面几个方面：首先，酒店品牌形象整体效果较差。品牌形象可以说是酒店利用各种有效的方法带给顾客的第一印象，良好的品牌形象能够促进消费者的认可，调动消费者的购买欲望。但是就当下实际情况来说，很多酒店市场定位缺少良好的准确性，品牌形象较差，最终造成酒店在消费者眼中缺少持续性的印象。其次，品牌国际化建设工作效率较低。在当前世界经济快速发展的形势下，酒店不但会参与到国内同行业内的竞争，并且还会涉及到国际酒店行业的竞争问题，但是当前我国高品质的酒店品牌较少，并且得到国际认可的酒店寥寥无几，品牌国际竞争实力较差。

3.4 营销人员专业性不足

现如今，酒店营销工作人员从业门槛较低，很多非营销专业工作人员参与到了酒店营销工作中，这部分人员在上岗之前也没有接受过专业的培训工作，自身不具备良好的专业能力以及综合素质，在实施营销工作的时候，很多员工都是按照原有模式进行生搬硬套，很少会自行进行研究创新^[5]。

3.5 没有投入足够的营销资金

完善的营销策略离不开足够的营销资金，人们在选择酒店的时候不仅仅考虑价格，还考虑内部的环境，当价格与环境成正比的时候，才会使消费者感到平衡。当然不同地区、不同地域的消费水平也不一样。酒店管理者在制定价格的时候应当多考虑当地的市场价格、人们的消费水平、人流量等因素。好的居住环境会让消费者进行二次消费，甚至多次消费。而上述细节都需要酒店有足够的资金投入去改变。

4 酒店管理中市场营销策略的有效发挥与运用

经济对外开放为我国经济的发展带来了良好的主动动力，国内外商业往来越发的频繁，这样就为我国酒店行业的未来良好发展创造有力的条件，国外一些酒店品牌也先后入驻中国，在为我国酒店行业带来良好的前沿运营理念的同时也加剧了行业内的竞争形势。国内酒店企业要想保证自身的良好发展，那么最为有效的方法就是与市场充分的融合，结合市场需求来对自身运营管理模式以及市场营销方案加以优化创新，不断促进酒店企业的综合实力的提升，详细的来说可以从下面几个方面入手：

4.1 运用广告宣传策略，打造独具特色的酒店服务品牌

在进行酒店挑选的时候，往往大部分人更看重的是社会的口碑，口碑的应在首先是来源于客户的认可，其次是广

告效应。酒店企业要想保证持续稳定的发展,就需要做好广告宣传工作。综合市场各个群体的不同需要,制定系统的广告宣传方案。首先,可以利用媒体的力量,合理地运用各种媒体,扩展广告宣传的覆盖面。其次,综合酒店各方面实际情况以及特征,运用有效的文化宣传来形成酒店的独具一格的服务品牌^[6]。最后,从各个细节入手来对酒店的服务、表示、社会口碑进行造势,设计良好的企业文化的标识,吸引客户的注意力。

4.2 制定科学的公关策略,实现酒店资源最优化配置

首先,应当对酒店拥有的资源进行合理地调配和利用,特别是需要设立专门的客户回访机制,对于所有客户以及消费者实施统一的信息登记,在确保客户信息安全的基础上,对客户进行回访,收集客户对酒店的意见和建议,结合实际情况来对酒店的运营进行适当的调整。其次,将重点工作放在提升酒店客流量以及消费回头客方面,编制适当的优惠政策以及人性化的服务机制,利用高品质的公关策略来促使酒店在客户中形成良好的形象。

4.3 加强创新,引入先进的管理手段提升酒店管理效率

充分结合其他国家成功的酒店管理经验,结合自身实际情况对酒店管理工作加以优化和创新,并且也可以将我国先进文化元素引入到酒店运营之中。合理地运用电子计算机设备、对媒体技术以及前沿企业管理方式,制定出良好的企业管理方案,不断提升酒店的综合实力。积极的组织员工进行专业培训工作,从整体上提升员工专业水平和综合素质,为企业未来持续稳定发展创造良好的基础。

4.4 加强对营销人员的培训

市场营销工作的整体水平往往与营销工作人员的综合能力存在直接的关联,所以酒店可以组织营销人员进行定期的培训工作,从而切实缓解当前营销人员专业水平较差的问题。首先,酒店需要对员工培训工作加以侧重关注,制定针对性的培训计划,促使营销工作人员可以全面地学习营销理念和营销方法,引导员工树立正确的营销理念。其次,培训工作的实施还需要保证良好的效果。合理地运用培训模式,调动工作人员培训参与积极性,从而将培训工作的作用切实的发挥出来。

5 结论

总的来说,在社会经济快速发展的影响下,我国各个行业尽管在不断地发展和壮大,但是也导致了各个行业内部的竞争问题逐渐加剧。酒店企业要想确保未来的稳定发展,那么就需要积极的对原有市场营销工作进行优化和创新,对于自身营销工作中所存在的问题加以合理地解决,最终实现酒店的可持续发展。

[参考文献]

- [1]王巧慧,钟昕琰,耿雪健.探讨酒店管理中的市场营销策略应用[J].商讯,2020(2):182.
- [2]秦玉蓓.酒店管理中的市场营销策略[J].现代商业,2020(26):29-30.
- [3]齐春潇.探析酒店管理中的市场营销策略及应用前景[J].现代营销(下旬刊),2018(12):82.
- [4]马雨星.浅谈酒店管理中的市场营销策略[J].纳税,2019,13(10):288.
- [5]孙丽钦.酒店管理中的市场营销策略研究[J].农家参谋,2019(13):210-211.
- [6]刘婧.浅谈酒店管理中的市场营销策略[J].佳木斯职业学院学报,2016(2):430.

作者简介:李鑫(1980.2-)女,毕业院校:北京中医药大学;现就职单位:中国北方车辆研究所。