第一图书网, tushu007.com

<<经济型酒店标准化管理手册>>

图书基本信息

书名：<<经济型酒店标准化管理手册>>

13位ISBN编号：9787802213982

10位ISBN编号：7802213983

出版时间：2007-1

出版时间：中国时代经济出版社（原中国审计出版社）

作者：赵永秀

页数：234

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：http://www.tushu007.com

内容概要

本书旨在让经济型酒店的经营管理者知晓该如何经营经济型酒店，如何使服务标准化，如何通过一个细微环节省、出利润来，让酒店利益最大化。
本书共分8章，从介绍经济型酒店的概念人手，简述了国内外经济型酒店的发展状况，继而着重就经济型酒店的规划、品牌管理、营销策划、前台管理、客房管理、餐饮管理、安全管理等具体运作进行了翔实而精辟地解说。

书籍目录

第1章 经济型酒店全景描述 1—1 经济型酒店解析　一、经济型酒店的定义　二、经济型酒店的条件 1—2 经济型酒店的划分　一、按运营模式划分　二、按目标市场定位划分　三、按产品要素的复合程度划分 1—3 我国经济型酒店发展　一、中国经济型酒店的行业现状　二、中国经济型酒店行业环境　三、中国经济型酒店SWOT分析　四、中国经济型酒店的应对策略第2章 经济型酒店规划管理 2—1 经济型酒店选址规划　一、选址影响因素　二、选址要求　三、开发模式　四、成立注册　行业参考：7天连锁酒店的选址标准　行业参考：锦江之星加盟方式　行业参考：7天连锁酒店加盟合作 2—2 经济型酒店组织规划　一、经济型酒店组织特性　二、经济型酒店组织构架　三、经济型酒店制度规划 2—3 经济型酒店形象规划　一、形象规划原则　二、形象规划要求第3章 经济型酒店品牌管理 3—1 经济型酒店品牌战略　一、经济型酒店品牌类型　二、经济型酒店品牌策划　行业参考：国内经济型酒店分布统计　行业参考：“ 锦江之星 ”的品牌战略 3—2 经济型酒店品牌忠诚　一、客人对品牌忠诚度分类　二、客人对品牌忠诚度提升途径　行业参考：天天客栈旅行奖赏制度第4章 经济型酒店营销策划 4—1 经济型酒店市场定位　一、经济型酒店市场定位内容　二、经济型酒店更需要市场定位.　三、经济型酒店市场定位的过程　四、经济型酒店的市场定位策略.　行业参考：宜必思统一要求的全面服务 4—2 经济型酒店营销模式　一、人员营销　二、电话营销　三、会员制营销　四、互联网营销　行业参考：天天客栈的会员计划第5章 经济型酒店前台管理 5—1 前台管理概述　一、前台的特点　二、前台的任务　三、前台组织设置　四、前台对客服务作业 5—2 客房预订作业　一、客房预订任务　二、客房预订要求　三、客房预订方式　四、客房预订程序　五、客人抵店前的准备工作　六、订房纠纷处理　七、客房预订常用表格第6章 经济型酒店客房管理 6—1 客房人员管理　一、客房的工作任务　二、客房的组织结构　三、员工指导管理　四、员工日常作业监控　行业参考：如家快捷员工培训　行业参考：莫泰员工培训　行业参考：锦江之星员工培训 6—2 客房服务管理　一、客房接待的规程设计　二、客房服务人员的配备　三、客房服务任务的分配　四、客房服务质量的控制　五、突发事件处理　六、客人投诉的处理　七、针对性服务作业 6—3 客房设备用品管理　一、客房设备用品配备　二、客房设备管理及控制　三、客房布件管理及控制　四、客用品管理与控制第7章 经济型酒店餐饮管理 7—1 餐饮质量管理　一、餐饮服务质量标准　二、餐饮服务质量控制　三、菜肴质量控制 7—2 餐饮卫生管理　一、作业人员卫生管理　二、环境卫生管理　三、设备、餐具卫生管理　四、食品卫生控制 7—3 餐饮安全管理　一、厨房安全操作　二、仓库安全管理第8章 经济型酒店安全管理 8—1 制定安全计划　一、安全计划制定的目的　二、安全计划制定的要求　三、安全计划内容及制定要领 8—2 安全实施要点　一、安全人员必须有素质　二、安全管理任务确定　三、预防灾害事故发生　四、建立自动安检制度　五、运用监视系统　六、安全联防作业　七、制定消防安全措施主要参考文献

章节摘录

1.发展迅速，出现一些自创品牌　　中国经济型酒店行业发展迅速，出现了一些影响颇广的民族自创品牌。
其中具有全国影响力的有：锦江集团于1996年创建的“锦江之星”，首都旅游国际酒店集团与携程旅行服务公司于2002年共同投资组建的“如家”酒店连锁等。
另外，还有一些地区品牌的经济型酒店，如上海地区的“莫泰168”和“宝隆居家”、华南地区的“7日”、北京地区的“欣燕都”等。
这些品牌呈现蓬勃的发展趋势，在短短几年时间里得到迅速的扩张，一些地区品牌正在积极地向着全国品牌的方向努力。
2.市场需求旺盛，形成热点城市　　中国经济型酒店市场需求旺盛，几个大型城市和几块区域成为热点。
北京、上海、广州、成都等大型城市的经济型酒店需求非常突出，市场条件比较成熟。
而长江三角洲、珠江三角洲、京津地区这三个地区较高的总体经济发展水平，也决定了经济型酒店的需求水平。
所以，经济型酒店在中国是以点面结合的格局迅速在经济发达地区发展起来的。
3.经济型酒店吸引了各类资本的大量涌入　　由于经济型酒店的投资比较少，而投资回报率明显高于一般的酒店；同时，中国目前的投资环境比较好，资金供给充足，很多闲散资金一直在努力寻找合适的投资项目，这种结合了物业与酒店的优质项目格外吸引资本的涌入；另外，中国房地产的升值空间也导致了投资者对经济型酒店地产的升值预期，所以，来自社会各个行业的资金纷纷看好这类项目。
4.外来品牌与民族品牌的竞争日益加剧　　近年来，众多国外酒店业的知名品牌极为看好中国这块“大蛋糕”，加快进入中国经济型酒店市场的步伐，而众多国内酒店巨头们对经济型酒店也进行了疯狂投入和扩张，部分品牌甚至以每年200%-300%的速度扩张，竞争呈现白热化。
国内外酒店集团的竞争犬牙交错，如今已经初步形成了三大阵营：第一大阵营是全国性的经济型酒店品牌，如锦江之星、如家连锁；第二大阵营是一些区域性的经济型酒店品牌，如上海的莫泰168、广州的7日酒店连锁等；第三大阵营是国际酒店管理集团，如法国的雅高Ibis和美国的速8。
二、中国经济型酒店行业环境　　行业环境对企业确立竞争原则和制定可能采取的战略有着巨大影响，因此行业分析是制定企业经营战略最主要的基础。
根据战略管理学者波特的观点，经济型酒店经营者在制定经营战略和决策时，要认真分析五种竞争力量的大小及来源，确定该行业中决定和影响这些力量的基本因素，才能弄清企业生存的优势和劣势，以制定出有生命力的企业经营战略。
经济型酒店目前所面临的竞争力量有以下几种：　　1.竞争对手　　经济型酒店的竞争对手是：
（1）以四星级、五星级酒店为代表的高级酒店。
（2）以只提供简单住宿为主的社会旅馆、招待所。
由于出行旅客固有的消费水平和我国日益巨大的酒店消费人群这两个主要原因，对经济型酒店来说，这两个竞争对手并不是很强大。
但有两个因素要引起经营者注意：其一，随着经济的发展，人们的生活水平不断提高，会有一部分客源流向高星级酒店；其二，高星级酒店的价格竞争策略，会削弱经济型酒店的竞争能力，影响到经济型酒店的消费市场。
……

第一图书网, tushu007.com

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:http://www.tushu007.com