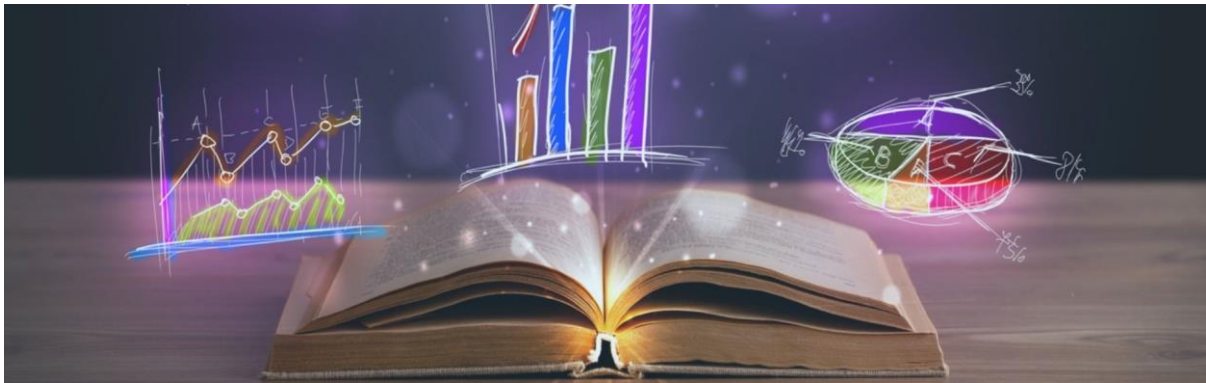


ОТ ТАКТИКИ РЕАГИРОВАНИЯ К СТРАТЕГИЧЕСКОМУ ПЛАНИРОВАНИЮ: как создать маркетинг-план отеля и успешно реализовать его



программа о том, как перестать зависеть от колебаний рынка и взять инициативу в свои руки, как, используя исторические данные по рынку и операционной деятельности отеля, поставить реалистичные цели на год, правильно составить план продаж, разработать стратегию и тактику его реализации, а также контролировать продвижение к успеху

ПОЧЕМУ ЭТО ВАЖНО

Ситуация на рынке меняется постоянно, иногда резко и непредсказуемо: политические и экономические кризисы, снижение покупательной способности, санкции и прочие неприятности. Но есть отели, которые реагируют на любые перемены спокойно. Со стороны кажется, что у них всегда «все в шоколаде». Как будто они знали, что будет именно такой поворот событий. Пока конкуренты пытаются разобраться в сложившейся ситуации, мечутся из крайности в крайность, занимаясь «тушением пожаров», лидеры рынка продолжают уверенно гнуть свою линию и получают больше бизнеса, чем конкуренты.

В чем отличие? Ведь они работают на одном и том же рынке и существуют в одинаковых условиях??

Секрет прост. Он заключается в умении планировать и управлять продажами. Успех отеля зависит от умения разработать реалистичный план действий и осуществить его. Процесс работы над маркетинг-планом позволяет глубоко проанализировать бизнес отеля, сопоставить его с возможностями рынка, поставить реалистичные цели и разработать стратегию и тактику их реализации, а также проанализировав ресурсы, использовать их с максимальной отдачей.

Программа обучения «ОТ ТАКТИКИ РЕАГИРОВАНИЯ К СТРАТЕГИЧЕСКОМУ ПЛАНИРОВАНИЮ: как создать маркетинг-план отеля и успешно реализовать его» поможет отельерам справиться с этой непростой задачей.

КАКИЕ ПРОБЛЕМЫ РЕШАЕТ ЭТА ПРОГРАММА

- непредсказуемость продаж и высокая зависимость отеля от колебаний рынка
- отсутствие скоординированной стратегии продаж
- отсутствие аналитической базы для принятия решений
- неэффективное и нерациональное использование ресурсов отеля и отдела продаж и маркетинга

ЦЕЛЬ КУРСА

- повысить выручку отеля за счет стратегического подхода к планированию продаж
- познакомить с азами стратегического планирования
- дать инструменты для анализа и оценки результатов работы отдела продаж

КОМУ БУДЕТ ПОЛЕЗНА

- ✓ руководителям отдела продаж и маркетинга в отеле
- ✓ заместителям директоров отдела продаж и маркетинга
- ✓ руководителям направлений
- ✓ сотрудникам, готовящиеся стать руководителями отдела продаж и маркетинга

КРАТКОЕ СОДЕРЖАНИЕ ПРОГРАММЫ

- ⇒ Цели и задачи плана продаж и маркетинга
- ⇒ Три уровня анализа ситуации: анализ внешней среды, сравнительный конкурентный анализ продукта, анализ внутренней среды, SWOT-анализ
- ⇒ Сегментация. Анализ бизнеса по сегментам
- ⇒ Тарифная политика. Ценовое позиционирование
- ⇒ Бюджетирование выручки. Прогнозирование в отеле
- ⇒ Постановка целей, каскадирование целей
- ⇒ Стратегия и тактика достижения поставленных целей
- ⇒ Ресурсный потенциал отеля, необходимые и достаточные ресурсы
- ⇒ Методы контроля и оценки продвижения к цели

РЕЗУЛЬТАТ

Участники программы обучения смогут:

- анализировать внешнюю и внутреннюю бизнес-среду, использовать преимущества в разработке стратегии продаж
- проводить объективный анализ конкурентного набора и правильно позиционировать свое предложение
- формулировать реалистичные цели и, базируясь на преимуществах отеля и возможностях рынка, с учетом существующих недостатков и угроз
- осмысленно строить тарифную политику отеля
- увеличить выручку за счет разработки стратегии и тактики продаж
- составлять прогноз и план продаж на год
- объективно оценивать необходимые ресурсы для реализации бюджета
- контролировать результаты своей работы по достижению поставленных целей

ФОРМАТ ПРОВЕДЕНИЯ И СТОИМОСТЬ

- 3-дневный корпоративный тренинг-семинар
 - длительность: 24-25 академических часов
 - стоимость: 210 000 рублей за группу
 - количество человек в группе: не более 10 человек
- Онлайн курс 24 занятия + финальный тест
 - длительность: 2,5 месяца (занятие по 60-90 минут 2 раза в неделю + домашние задания от 30 до 90 минут, финальный тест около 60 минут)
 - стоимость: 49 000 рублей за человека
 - количество человек в группе – от 2 до 10

