

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Локтионова Оксана Геннадьевна

Должность: проректор по учебной работе

Дата подписания: 19.01.2022 11:31:13

Уникальный программный идентификатор:

Ob817ca911e6668abb13a5d426d39e5f1c11eabbf73e943df4a4851fda56d089

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования

«Юго-Западный государственный университет»
(ЮЗГУ)

Кафедра истории и социально-культурного сервиса

УТВЕРЖДАЮ

Проректор по учебной работе

О.Г. Локтионова

« М »

2021 г.



Технологии продаж в гостинично-ресторанном бизнесе

Методические указания для подготовки к практическим занятиям для студентов
направления подготовки 43.03.03 Гостиничное дело

Курск 2021

УДК 37

Составитель А.С. Третьяк

Рецензент

Кандидат исторических наук, доцент А.А. Колупаев

Технологии продаж в гостинично-ресторанном бизнесе: методические указания для подготовки к практическим занятиям для студентов направления подготовки 43.03.03 Гостиничное дело / Юго- Зап. гос. ун-т; сост. А.С. Третьяк. – Курск, 2021. – 15 с. – Библиогр.: с. 15.

Содержат сведения по технологии продаж в гостинично-ресторанном бизнесе.

Методические рекомендации соответствуют требованиям программы, утвержденной учебно-методическим объединением по направлению подготовки гостиничное дело (УМО АМ).

Предназначены для студентов направления подготовки 43.03.03 Гостиничное дело очной и заочной форм обучения.

Текст печатается в авторской редакции

Подписано в печать 14.12. Формат 60x84 1/16.

Усл.печ. л. 0,9 . Уч.изд.л. 0,8. Тираж 100 экз. Заказ 1934 Бесплатно.

Юго-Западный государственный университет.

305040, г. Курск, ул. 50 лет Октября, 94.

ВВЕДЕНИЕ

Методические рекомендации предназначены для студентов направления подготовки 43.03.03 Гостиничное дело, изучающих дисциплину федерального компонента государственного стандарта высшего образования «Технологии продаж в гостинично-ресторанном бизнесе».

Содержат базовый вариант рабочей программы, планы семинарских занятий, темы реферативных работ, рекомендуемый список литературы для их подготовки и примерные тестовые задания.

Методические рекомендации позволят повысить качественный уровень подготовки студентов.

Предлагаемые методические рекомендации содержат перечень теоретических вопросов, которые необходимо обсудить при подготовке к каждому занятию и практические задания, выполнение которых будет способствовать лучшему усвоению теоретического материала.

К каждому практическому занятию приводится список литературы, в котором можно найти ответы на поставленные вопросы теории дисциплины.

Содержание учебного курса

1. Продажи как структурированный процесс.
2. Организация обслуживания клиентов.
3. Специфика реализации продаж в индустрии гостеприимства
4. Разрешение конфликтных ситуаций.
5. Оценка эффективности функционирования гостинично-ресторанного предприятия

Практическое занятие №1 Продажи как структурированный процесс.

Обсуждение теоретических вопросов

1. Проанализируйте особенности технологии продаж в сфере услуг.
2. Определите выбор целевых сегментов рынка.
3. Выявите специфические особенности продаж в сфере услуг.
4. Охарактеризуйте особенности продвижения, продаж и сбыта.

Выполните практические задания:

1. Сфера услуг – особая отрасль продаж, требующая постоянного взаимодействия и переговоров с клиентом. Не все переговоры приводят к оформлению сделки и подписанию договора. Чтобы минимизировать риски, нужно тщательно проанализировать ход каждой встречи. Создайте для этого свой дневник, Самостоятельно предложите меры минимизации рисков.

2. Изучите программу тренинга «Эффективные продажи в сфере услуг»:

1. Продаваемые услуга и товар – различия в стратегиях продаж:

Отличие услуги от товара;

Специфика продажи услуг;

«8 Р» – как комплекс маркетинга в сфере продажи услуг;

Каналы и методы продвижения услуг компании;

Специфика продажи юридическим и физическим лицам.

2. Имидж и репутация - как инструменты продаж:

Формирование целостного образа компании в глазах потенциальных клиентов;

Позиционирование компании и её услуг;

Цена на услугу как элемент имиджа;

Эффективная реклама и PR.

3. Подготовка к переговорам с клиентом:

Структура подготовки к переговорам;

Содержательный, процедурный, командный аспект подготовки;

Сбор информации о рынке;

Сбор информации о потенциальном клиенте;

Инвентаризация интересов – своих и партнера по переговорам;

Формулирование целей сторон;

Выработка предложения (вариантный подход);

Анализ возможных препятствий;

Выработка стратегии переговоров;
 Выработка тактических приемов на переговорах;
 Подготовка презентационных и рекламных материалов о своих услугах;
 Подготовка стиля презентации своих услуг;
 Согласование процедурных элементов переговорного процесса;
 Многоуровневая подготовка команды переговорщиков;
 Психологическая подготовка к встрече с клиентом;

4. Опосредованное взаимодействие с клиентом – 1 этап контакта:
 Особенности использования различных каналов коммуникации; Телефонные переговоры;

Письменная коммуникация;

Пробное предложение – как элемент формирования потребности клиента;

5. Процесс переговоров с клиентом: Четыре стадии встречи с клиентом и их задачи;

Установление делового контакта – формирование характера отношений с конкретным клиентом;

Выяснение потребностей клиента / помощь в детализации потребностей клиента;

Использование СПИН-технологии для фокусирования потребности;
 Презентация своего предложения партнеру по переговорам; Визуализация предложения;

Подача преимуществ и выгод («язык презентации»);

Демонстрация возможностей услуги и последующих эффектов от использования;

Презентация конкурентных преимуществ услуги – технология предоставления информации во внешнюю среду;

Работа с вопросами, возражениями, сомнениями клиента при продаже услуги;

Аргументация рациональная / иррациональная; Заключение соглашения;

Фиксация достигнутых договоренностей;

Выход из контакта – задел к будущему взаимодействию;

Выстраивание системы работы с клиентской группой по стабилизации взаимоотношений – технологии, методы.

6. Анализ результатов переговоров:

Содержательный анализ;

Процессуальный анализ;

Анализ персональных поведенческих паттернов в процессе переговоров при продаже услуги.

На основании вышеизложенного опишите планируемые результаты тренинга.

Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины

1. Голова, А.Г. Управление продажами : учебник / А.Г. Голова. – Москва : Дашков и К°, 2017. – 279 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=495767> (дата обращения: 18.08.2019). – Биб-

лиограф. в кн. – ISBN 978-5-394-01975-3. – Текст : электронный.

2. Джоббер, Д. Продажи и управление продажами=SELLING & SALES MANAGEMENT : учебное пособие / Д. Джоббер, Д. Ланкастер ; пер. В.Н. Егоров. – Москва : Юнити, 2015. – 622 с. : табл., граф., схемы – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114548> (дата обращения: 17.08.2019). – ISBN 5-238-00465-6. – Текст : электронный.

Перечень методических указаний

3. Самостоятельная работа [Электронный ресурс]: методические рекомендации по организации самостоятельной работы студентов и магистрантов всех направлений подготовки очной и заочной формы обучения / Юго-Зап. гос. ун-т; сост. А.А. Колупаев. – Электрон. текстовые дан. (349 КБ). – Курск, 2017. – 40 с.

4. Технологии продаж [Электронный ресурс] : методические рекомендации для самостоятельной подготовки к занятиям по дисциплине для студентов направления подготовки 43.03.03 Гостиничное дело всех форм обучения / Юго- Зап. гос. ун-т ; сост. Н. Н. Коротеева. - Курск : ЮЗГУ, 2016. - 16 с. 6.

5. Технологии продаж [Электронный ресурс] : методические рекомендации для подготовки к практическим занятиям по дисциплине для студентов направления подготовки 43.03.03 Гостиничное дело всех форм обучения / Юго- Зап. гос. ун-т ; сост. Н. Н. Коротеева. - Курск : ЮЗГУ, 2016. - 27 с.

Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)

1. Windows 7
2. Windows 10
3. DreamSparkPremiumElectronicSoftwareDelivery
4. MicrosoftOffice 2016
5. LibreOffice
6. OpenOffice
7. 7zip
8. AbbyyFineReader 9
9. KasperskyEndpointSecurity RussianEdition

Практическое занятие №2

Организация обслуживания клиентов.

Вопросы для обсуждения

1. Проанализируйте особенности обслуживания клиентов в индустрии гостеприимства.
2. Определите направления взаимодействия с клиентом.
3. Выявите психологические особенности взаимодействия с клиентом.
4. Охарактеризуйте направления привлечения клиентов

Выполните практические задания:

В приведенной ниже таблице представлено оптимальное поведение работника при

взаимодействии с клиентами разного темперамента.

Характер клиента	Поведение работника
Спокойный	Необходимо быть терпеливым и не торопить клиента
Нервный	Нужно быть осторожным в выражениях. Во избежание конфликта клиента от неправильной услуги предостеречь от выбора
Придирчивый	Ни в коем случае нельзя отвечать на нападки и грубость клиента, нужно проявлять максимум самообладания
Нерешительный	
Решительный	
Недоверчивый	

Самостоятельно закончите описание.

Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины

1. Голова, А.Г. Управление продажами : учебник / А.Г. Голова. – Москва : Дашков и К°, 2017. – 279 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: [https:// biblioclub.ru/index.php?page=book&id=495767](https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=495767) (дата обращения: 18.08.2019). – Биб- лиогр. в кн. – ISBN 978-5-394-01975-3. – Текст : электронный.
2. Джоббер, Д. Продажи и управление продажами=SELLING & SALES MANAGEMENT : учебное пособие / Д. Джоббер, Д. Ланкастер ; пер. В.Н. Егоров. – Москва : Юнити, 2015. – 622 с. : табл., граф., схемы – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114548> (дата обращения: 17.08.2019). – ISBN 5-238-00465-6. – Текст : электронный.

Перечень методических указаний

3. Самостоятельная работа [Электронный ресурс]: методические рекомендации по организации самостоятельной работы студентов и магистрантов всех направлений подготовки очной и заочной формы обучения / Юго-Зап. гос. ун-т; сост. А.А. Колупаев. – Электрон. текстовые дан. (349 КБ). – Курск, 2017. – 40 с.
4. Технологии продаж [Электронный ресурс] : методические рекомендации для самостоятельной подготовки к занятиям по дисциплине для студентов направления подготовки 43.03.03 Гостиничное дело всех форм обучения / Юго- Зап. гос. ун-т ; сост. Н. Н. Коротева. - Курск : ЮЗГУ, 2016. - 16 с. 6.
5. Технологии продаж [Электронный ресурс] : методические рекомендации для подготовки к практическим занятиям по дисциплине для студентов направления подготовки 43.03.03 Гостиничное дело всех форм обучения / Юго- Зап. гос. ун-т ; сост. Н. Н. Коротева. - Курск : ЮЗГУ, 2016. - 27 с.

Практическое занятие №3

Специфика реализации продаж в индустрии гостеприимства.

Вопросы для обсуждения

1. Проанализируйте роль коммуникативного маркетинга в сфере услуг.
2. Проанализируйте, что является инструментом коммуникативного маркетинга.
3. Определите основную цель коммуникативного маркетинга.
4. Выясните роль коммуникативного маркетинга в сфере услуг.
5. Выявите взаимосвязь между управлением корпоративной культурой и максимизацией продаж.

Выполните практические задания:

1. Изучите программу бизнес-тренинга «Эффективные продажи»:
 1. Экспресс-диагностика профессиональных компетенций менеджеров по продажам (метод «Колесо компетенций»). Выявление «областей развития» профессионализма. Матрица стилей взаимодействия клиентов и МП (параметры: активность менеджера по продажам и степень независимости клиента). Имидж и роли в ежедневной работе МП. Драйв в работе МП. Приемы самомотивации для повышения профессиональной эффективности.
 2. Установление контакта с клиентом.

Разведка: получение первичной информации о Клиенте (до встречи и вначале встречи). Классификация типов Клиентов.

Самоподготовка: Что нужно знать (информация)? Какое настроение необходимо для успеха (эмоции)? Как и в каких формулировках Вы думаете о конечном результате Ваших действий (цель)? Как Вы настраиваете Ваше самочувствие (физический тонус)? Диагностические признаки (особенности поведения) различных психологических типов Клиентов.

Методика «Профиль Клиента».

Коммуникативные техники установления контакта (положительные, отрицательные и нулевые знаки внимания, вербальные и невербальные сигналы готовности к контакту). Личные психотехники эффективного общения.

Конгруэнтность поведения МП.

3. Коммуникация для прояснения потребностей Клиентов.

Основные типы потребностей Клиентов (соотношение личных и профессиональных потребностей).

Явные и скрытые потребности: идентификация. Клиентцентрированный или товароцентрированный диалог.

4. Презентация Клиентам продукта (услуги).

Определение параметров продукта, которые необходимо знать в совершенстве.

Техника доступного изложения (перевода информации с профессионального на русский язык).

Принципы организации презентационного материала (модель маятника, модель пирамиды, фактологическая модель, модель перевернутой пирамиды).

Подстройка стиля презентации и психологическому типу Клиента. Формирование предложения на основе выявления значимых для Клиента критериев.

Работа с невыгодными критериями выбора. Повышения значимости выгодных критериев.

Обсуждение цены. Ценообразование. Оптимальная цена. Нижние и верхние границы нормы. Формы предъявления цены. Работа с финансовыми сомнениями.

5. Работа с возражениями.

Типичные возражения и их скрытые причины. Анализ наиболее часто встречающихся возражений и конструирование оптимальных ответов на них.

Алгоритмы работы с возражениями (техники легитимизация возражения, техника признания значимости Клиента и др.).

Работа с Клиентом в сложных ситуациях (например, в случае нарушения обязательств Вами или Клиентом). Трудные Клиенты: профессионализм против конфликтов.

Соотношение личных и профессиональных мотивов в процессе продажи.

6. Подходы к завершению сделки.

Использование потребностей клиента в процессе завершения сделки.

Соотношение эмоций и аргументов в принятии клиентом решения о приобретении продукта (услуги).

Выход из контакта с Клиентом (после успешного и после неудачного взаимодействия).

На основании вышеизложенного опишите планируемые результаты тренинга.

Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины

1. Голова, А.Г. Управление продажами : учебник / А.Г. Голова. – Москва : Дашков и К°, 2017. – 279 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: [https:// biblioclub.ru/index.php?page=book&id=495767](https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=495767) (дата обращения: 18.08.2019). – Биб- лиогр. в кн. – ISBN 978-5-394-01975-3. – Текст : электронный.

2. Джоббер, Д. Продажи и управление продажами=SELLING & SALES MANAGEMENT : учебное пособие / Д. Джоббер, Д. Ланкастер ; пер. В.Н. Егоров. – Москва : Юнити, 2015. – 622 с. : табл., граф., схемы – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114548> (дата обращения: 17.08.2019). – ISBN 5-238-00465-6. – Текст : электронный.

Перечень методических указаний

3. Самостоятельная работа [Электронный ресурс]: методические рекомендации по организации самостоятельной работы студентов и магистрантов всех направлений подготовки очной и заочной формы обучения / Юго-Зап. гос. ун-т; сост. А.А. Колупаев. – Электрон. текстовые дан. (349 КБ). – Курск, 2017. – 40 с.

4. Технологии продаж [Электронный ресурс] : методические рекомендации для самостоятельной подготовки к занятиям по дисциплине для студентов направления подготовки 43.03.03 Гостиничное дело всех форм обучения / Юго-Зап. гос. ун-т ; сост. Н. Н. Коротева. - Курск : ЮЗГУ, 2016. - 16 с. 6.

5. Технологии продаж [Электронный ресурс] : методические рекомендации для подготовки к практическим занятиям по дисциплине для студентов направления подготовки 43.03.03 Гостиничное дело всех форм обучения / Юго-Зап. гос. ун-т ; сост. Н. Н. Коротева. - Курск: ЮЗГУ, 2016. - 27 с.

Практическое занятие №4 Разрешение конфликтных ситуаций.

Вопросы для обсуждения

1. Охарактеризовать отличительные признаки возражений и сомнений.
2. Проанализировать психологические особенности работы с сомнениями клиентов.
3. Выясните возможности работы с возражениями клиентов.
4. Определите возможные благоприятные последствия работы с возражениями и сомнениями клиентов.

Выполните задания

1. Изучите программу тренинга «Теория эффективной работы с возражениями»:
Причины возникновения возражений
Откуда берутся возражения в продажах и переговорах
Правила преодоления возражений
Универсальная классификации возражений
«Отстраненный от продажи»
«Запрещающий продажу»
«Продающий навстречу»
«Ожидающий продажу»
«Создающий продажу»
Практика преодоления возражений
Преодолеваем уровень «Отстраненный от продажи»
Техники создания доверия и контакта
Секреты эффективного звонка и первой встречи
Правильный комплимент
Техника «Нужное время и место»
Техника «Телепатическая атака»
Преодолеваем уровень «Запрещающий продажу»
Правило «пяти секунд»
Техника «обозначить ориентир»
Техника «застолбить клиента»
Перехват инициативы
Преодолеваем уровень «Продающий навстречу»
Техника выявления

потребностей клиента Алгоритм работы с вопросами

Техника «Анализ клиентской истории»

Технология презентации «для клиента»

Техника работы с аргументами

Преодолеваем уровень «Ожидающий продажу»

Техника «Вытащить проблему»

Техника «Формулирование проблемы» Техника «Увод в сторону»

Преодолеваем уровень «Создающий продажу» Перевод клиента к завершению сделки

Техника «Не ешьте на ночь сырых помидоров» Техника «Поцелуй жизни»

Финишная прямая

На основании вышеизложенного опишите планируемые результаты тренинга.

2. Решите ситуационную задачу: На заключительном этапе процесса продажи услуги клиент засомневался в правильности своего выбора. Какие убедительные доводы Вы приведете, чтобы клиент заключил с Вами сделку.

Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины

1. Голова, А.Г. Управление продажами : учебник / А.Г. Голова. – Москва : Дашков и К°, 2017. – 279 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: [https:// biblioclub.ru/index.php?page=book&id=495767](https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=495767) (дата обращения: 18.08.2019). – Биб- лиогр. в кн. – ISBN 978-5-394-01975-3. – Текст : электронный.

2. Джоббер, Д. Продажи и управление продажами=SELLING & SALES MANAGEMENT : учебное пособие / Д. Джоббер, Д. Ланкастер ; пер. В.Н. Егоров. – Москва : Юнити, 2015. – 622 с. : табл., граф., схемы – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114548> (дата обращения: 17.08.2019). – ISBN 5-238-00465-6. – Текст : электронный.

Перечень методических указаний

3. Самостоятельная работа [Электронный ресурс]: методические рекомендации по организации самостоятельной работы студентов и магистрантов всех направлений подготовки очной и заочной формы обучения / Юго-Зап. гос. ун-т; сост. А.А. Колупаев. – Электрон. текстовые дан. (349 КБ). – Курск, 2017. – 40 с.

4. Технологии продаж [Электронный ресурс] : методические рекомендации для самостоятельной подготовки к занятиям по дисциплине для студентов направления подготовки 43.03.03 Гостиничное дело всех форм обучения / Юго-Зап. гос. ун-т ; сост. Н. Н. Коротева. - Курск : ЮЗГУ, 2016. - 16 с. 6.

5. Технологии продаж [Электронный ресурс] : методические рекомендации для подготовки к практическим занятиям по дисциплине для студентов направления подготовки 43.03.03 Гостиничное дело всех форм обучения / Юго-Зап. гос. ун-т ; сост. Н. Н. Коротева. - Курск : ЮЗГУ, 2016. - 27 с.

Практическое занятие №5

Оценка эффективности функционирования гостинично-ресторанного предприятия.

Вопросы для обсуждения

1. Охарактеризуйте навык правильной диагностики.
2. Проанализируйте CRM – технологию взаимодействия с клиентами гостинично-ресторанного комплекса.
3. Назовите основные способы концентрации на удовлетворении потребностей клиента.

1. Потенциальные клиенты могут быть разделены на следующие типы:

- клиенты, ориентированные на цену (узнать можно по следующим признакам: никогда не согласен с ценой, обладает информацией о рыночных ценах, но не дает ее поставщику, не нацелен на долгосрочное сотрудничество, «перекупщик»)

- вовлеченные клиенты (узнать можно по следующим признакам: требует повышенного внимания, желание быть в деле, высокая самооценка «корона на голове», навязывает свое мнение, оказывает давление)

- стратегический бизнес-партнеры (узнать можно по следующим признакам: готов к стабильному и долгосрочному сотрудничеству, часто звонит сам, рассказывает о ситуации на рынке, не боится сказать об ошибках, даже если это отразится на его цене, неформальное общение приветствуется, информирует о ситуации в компании, предостерегает о возможных ошибках в закупке, рекомендует для работы другим клиентам.

Самостоятельно разработайте рекомендации по взаимодействию с каждым из них.

2. Для правильной концентрации на удовлетворении потребностей клиента необходимо учитывать психологические особенности, связанные с полом и возрастом. Например, мужчина реагирует на внешность и возраст работника, легче общается с женщинами, может простить оплошность за улыбку, легко принимает решение, часто нетерпелив. В то время, как женщина не всегда доверяет работнику, чаще выражает претензии. Охарактеризуйте особенности лиц молодого, пожилого и среднего возраста.

Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины

1. Голова, А.Г. Управление продажами : учебник / А.Г. Голова. – Москва : Дашков и К°, 2017. – 279 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: [https:// biblioclub.ru/index.php?page=book&id=495767](https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=495767) (дата обращения: 18.08.2019). – Биб- лиогр. в кн. – ISBN 978-5-394-01975-3. – Текст : электронный.

2. Джоббер, Д. Продажи и управление продажами=SELLING & SALES MANAGEMENT : учебное пособие / Д. Джоббер, Д. Ланкастер ; пер. В.Н. Егоров. – Москва : Юнити, 2015. – 622 с. : табл., граф., схемы – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114548> (дата обращения: 17.08.2019). – ISBN 5-238-00465-6. – Текст : электронный.

Перечень методических указаний

3. Самостоятельная работа [Электронный ресурс]: методические рекомендации по организации самостоятельной работы студентов и магистрантов всех направлений подготовки очной и заочной формы обучения / Юго-Зап. гос. ун-т; сост. А.А. Колупаев. – Электрон. текстовые дан. (349 КБ). – Курск, 2017. – 40 с.

4. Технологии продаж [Электронный ресурс] : методические рекомендации для самостоятельной подготовки к занятиям по дисциплине для студентов направления подготовки 43.03.03 Гостиничное дело всех форм обучения / Юго-Зап. гос. ун-т ; сост. Н. Н. Коротева. - Курск : ЮЗГУ, 2016. - 16 с. 6.

5. Технологии продаж [Электронный ресурс] : методические рекомендации для подготовки к практическим занятиям по дисциплине для студентов направления подготовки 43.03.03 Гостиничное дело всех форм обучения / Юго-Зап. гос. ун-т ; сост. Н. Н. Коротева. - Курск : ЮЗГУ, 2016. - 27 с.

Вопросы для подготовки к собеседованию

1. Особенности технологии продаж в сфере услуг.
2. Технология продаж в гостиничном бизнесе.
3. Исследования: сбор полноценной информации.
4. Определение целевых сегментов рынка.
5. Выбор целевых сегментов рынка.
6. Продвижение.
7. Продажи.
8. Сбыт.
9. Особенности обслуживания клиентов в гостиничной индустрии.
10. Организация обслуживания клиентов в гостиничной индустрии.
11. Корпоративная культура.
12. Взаимодействие с клиентом.
13. Управление корпоративной культурой.
14. Правила обслуживания клиентов.
15. Максимизация продаж как инструмент коммуникативного маркетинга.
16. Маркетинговые коммуникации в индустрии гостеприимства.
17. Методы взаимодействия с клиентами в индустрии гостеприимства.
18. Межличностные коммуникации.
19. Психология взаимодействия с клиентом.
20. Общение с клиентом.
21. Деловой этикет.
22. Способы концентрации на удовлетворении потребностей клиента.

23. Обеспечение комфортной внутренней среды при продаже.
24. Обеспечение комфортной внешней среды при продаже.
25. Классификации жалоб.
26. Работа с жалобами.
27. Работа с возражениями.
28. Работа с сомнениями клиента гостиницы.
29. Виды конфликтов.
30. Разрешение конфликтных ситуаций.
31. Завершение сделки.
32. Метод завершения продаж услуг.
33. Рентабельность.
34. Затраты.
35. Доходы от деятельности.
36. Виды доходов.
37. Прибыль.
38. Виды прибыли.
39. Основные правила ценообразования.
40. Зависимость цены от состояния рынка спроса.
41. Координация маркетингового и финансового подходов к ценообразованию.
42. Схема расчета цены.
43. Расчет цен на основе безвалютного обмена.
44. Дифференциация цен.
45. Скидки.

Вопросы к зачету

1. Особенности технологии продаж в сфере услуг.
2. Технология продаж в гостиничном бизнесе.
3. Исследования: сбор полноценной информации.
4. Определение целевых сегментов рынка.
5. Выбор целевых сегментов рынка.
6. Особенности обслуживания клиентов в гостиничной индустрии.
7. Организация обслуживания клиентов в гостиничной индустрии.
8. Корпоративная культура.
9. Взаимодействие с клиентом.
10. Управление корпоративной культурой.
11. Правила обслуживания клиентов.
12. Максимизация продаж как инструмент коммуникативного маркетинга.
13. Маркетинговые коммуникации в индустрии гостеприимства.
14. Методы взаимодействия с клиентами в индустрии гостеприимства.
15. Межличностные коммуникации.
16. Психология взаимодействия с клиентом.
17. Деловой этикет.

18. Способы концентрации на удовлетворении потребностей клиента.
19. Обеспечение комфортной внутренней среды при продаже.
20. Обеспечение комфортной внешней среды при продаже.
21. Классификации жалоб. Работа с жалобами.
22. Работа с возражениями и сомнениями клиента гостиницы.
23. Виды конфликтов. Разрешение конфликтных ситуаций.
24. Завершение сделки. Метод завершения продаж услуг.
25. Рентабельность. Затраты.
26. Доходы от деятельности. Виды доходов.
27. Прибыль. Виды прибыли.
28. Основные правила ценообразования. Зависимость цены от состояния рынка спроса.
29. Координация маркетингового и финансового подходов к ценообразованию.
30. Схема расчета цены. Расчет цен на основе безвалютного обмена.