

着力打造凯旋世纪酒店管理品牌

作者: 保继刚

文件分类: 酒店管理

发表于: 2005-8-3

核心提示语: 世纪酒店管理

汇集了一批以《中国旅游业要览》编委成员为核心的中国旅游界一流的专家、学者和权威人士,以2006彩色精装版《中国旅游业要览》、中国旅游信息网、论坛及推广活动等三个层面展开运作,共同打造建立一个跨行业的中国旅游高端交流平台,对中国旅游发展中的前端课题,以及旅游发展中出现的难点、热点,从不同学科领域和角度展开广泛的交流研讨,积极为政府旅游决策和旅游企业的发展建言献策。

推荐文章

- 从实践中寻找规律 用科学理论..
- 监测与预警: 为旅游业又好又快..
- 旅游高等院校人才培养 贵在特..
- 消费券非福利 带薪假期不现实
- 2008年旅游经济回顾与20..
- 2008中国饭店业十大发展动..
- 2007年中国酒店产业发展新趋势
- 中国旅游饭店业的投资策略介绍
- 旅游品牌建设研究
- 国际国内外饭店投资管理的成功启示

阅读排行榜

- 中国旅游规划发展状况及前景展望
- 中国旅游业的发展趋势浅谈
- 旅游业软硬文章各不同
- 加强旅游设施建设 提高企业..
- 专业专注打造“西部假期”
- 打造“清文化第一品牌”主题公园
- 舞出龙狮威风 武显中国气派
- 论以科技园区为背景的农业旅游..
- 市场经济条件下风景资源管理体..
- 注重服务细节,创立海悦品牌

集团公司根据改革改制的整体思路,今年初对酒店主业进行了重组,成立了凯旋世纪酒店管理公司。为了尽快实现酒店的统一运行管理,董事会对各酒店经营班子进行了调整配备,对机关职能部门进行了调整设置,并将职能由行政管理型转换为经营服务型。我们当前所做的一切工作,都是围绕如何尽快推出“凯旋世纪酒店管理”这个品牌,如何着力打造这个品牌,使之不断扩大知名度,形成广泛的品牌影响力,增强企业的市场竞争力,从而把企业做强做大。

一、专业化集约化是公司发展的必由之路。

改革开放20多年来,我国酒店旅游业已经从改革开放初期的朝阳产业逐步步入到竞争性行业。目前全国有星级酒店7300多家,我们所处的广州市也有近200家。据有关资料显示,随着我国加入WTO和广州国际大都市格局的逐渐形成,国内外著名酒店集团纷纷抢滩广州,在国际会展中心和新机场等新城区斥巨资兴建高档酒店。在广州并非旅游城市的情况下,必将引起酒店业市场的更加白热化。而白天鹅、中酒、花园等广州著名酒店也都在纷纷转型,有的实行所有权与经营权的分离,由外资方承包运作酒店;有的正在加紧吸纳外资与民营资本参股,进行产权的多元化改造;有的则聘请国内著名学府进行流程再造,培育国际一流酒店品牌。在这种严峻的市场形势面前,我们只有把五个手指收拢起来,捏成拳头迎击市场,才能够抢占市场先机,求得生存与发展。目前,我们将亚洲国际大酒店、凯旋华美达大酒店、三寓宾馆、五羊城酒店、华海大酒店等五家酒店统一在凯旋世纪酒店管理公司的麾下,进行整体的运行操作,就是要通过挖掘整合现有资源,实现优势互补,形成“船大好冲浪”的整体优势,盘活存量资产,把成本降下来,把效益搞上去。要通过资源整合与整体运作,逐步强化公司的核心竞争力,使企业在激烈的市场竞争中立于不败之地。

二、按照国际惯例运作酒店。

六洲、雅高、万豪等国际著名酒店集团以及锦江、建国等国内知名酒店集团为我们提供了十分有意义的借鉴。凯旋华美达大酒店自开业起就引进国际先进的管理模式,通过10多年的运作,取得了显著的成功。亚洲国际大酒店今年下决心推行所有权与经营权分离的运作模式,聘请职业总经理进行酒店的经营管理,几个月来收到明显成效,酒店的成本得到有效控制,经营利润不断得到攀升。凯旋世纪酒店管理公司确立“统一运行操作、统一营销、统一采购、统一人力资源管理、统一培训、统一财务管理”的指导思想,就是要按照国际惯例来运作酒店,在全公司形成统一的运作模式,真正实现两权分离,让酒店的经营班子甩掉债务包袱,专心于酒店的日常管理与市场开拓,想方设法实现经营利润。与此同时,我们不仅要注意引进专业的酒店管理人才,同时还要注意注重培养自己的专业管理人才。3月份,我们输送了8名中高层酒店管理人员出去进行专业培训,5月份,我们又输送了38名中高层酒店管理骨干到中山大学管理学院进行酒店管理专业的学习进修,这是公司在这个方面走出的第一步,今后还将进一步加大培训进修的力度,要通过多种渠道,不断造就企业所需的高级管理人才,使企业越来越多的管理者掌握国际酒店先进的管理运作方法,不断丰富和提升“凯旋世纪酒店管理”品牌的素质。

三、大力加强品牌的策划与推广。

凯旋世纪酒店管理公司的战略定位,就是发展成为专业的酒店管理公司。因而从公司到酒店的各级管理者,必须牢固树立品牌观念,增强品牌意识。公司在这方面将进行统一的品牌策划,通过专业的策划设计,形成公司统一的视觉识别系统。在此基础上,公司将适时组织各酒店参加国内外大型的旅游推介会,以此不断扩大品牌的知名度。同时公司要进行统一的品牌推广运作,确立主导媒体,并根据各酒店的客源群体结构特点,加大广告宣传的力度,使之不断提高品牌的认知度。公司还将在盘活存量资产,实现效益最大化的前提下,有把握地进行管理输出,一方面实现低成本扩张,另一方面借助他人资本提升品牌影响力。在凯旋世纪酒店管理公司刚刚起步运作的短时间内,公司以租赁经营与托管经营的方式,先后发展了中山国宾大酒店、云浮凯旋大酒店等两家四星级酒店,这预示着公司在输出管理方面有了一个良好的开端,公司将根据企业发展战略的需要,主要采取委托经营管理的方式,从省内到省外,从华南地区到全国,逐步实现品牌的延伸与资本的扩张。

四、服务是品牌生命之所在。

无论是品牌的推广还是品牌的延伸,并不是单靠营销传播和输出管理就得以实现的,打造品牌最终的落脚点还在于服务,没有优质的服务作保障,就没有品牌可言。在接待的工作实践中,各酒店都逐步形成了独具鲜明的服务特色,集团公司连续两年被省工商管理机关评为诚信企业,亚洲国际大酒店、凯旋华美达大酒店分别获得2003年度广州市最具竞争力百强企业称号。各酒店由面客服务员全过程负责处理客人问题的“一站式”服务特色,受到广大宾客的高度评价。在各酒店按照“凯旋世纪酒店管理”模式实行统一运作后,最近形成了统一的管理规定,同时还将根据酒店服务的操作要求,制定出统一的操作规程,无论是辖内酒店还是托管酒店,都按照统一的操作规程进行操作,从而形成鲜明独特的“凯旋世纪酒店管理”模式,这才是真正意义上的“凯旋世纪酒店管理”品牌。

热门城市酒店	成都酒店预订	青岛酒店预订	大连酒店预订	苏州酒店预订	南京酒店预订	重庆酒店预订	东莞酒店预订	福州酒店预订	哈尔滨酒店预订
	宁波酒店预订	温州酒店预订	沈阳酒店预订	天津酒店预订	武汉酒店预订	厦门酒店预订	太原酒店预订	南宁酒店预订	九寨沟酒店预订
	郑州酒店预订	澳门酒店预订	西安酒店预订	珠海酒店预订	昆明酒店预订	桂林酒店预订	长沙酒店预订	长沙酒店预订	石家庄酒店预订