

# 酒店行业策划书的五个要点

产品名称	酒店行业策划书的五个要点
公司名称	北京摩高林投资顾问有限公司
价格	.00/个
规格参数	
公司地址	北京市朝阳区建外SOHO西区18号楼12层
联系电话	18911212529

## 产品详情

### 酒店行业策划书的五个要点

1世纪以来，中国酒店的品牌拓展事业蓬勃发展，各品牌特许商为了抢占市场、细分市场，纷纷采取多品牌策略。但对比各新生品牌，其品牌特征基本都大同小异、高度同质化，为此，一线营销策划结合中国酒店市场的实际情况，对酒店品牌策划的要素进行了总结（如下）：

### 酒店品牌策划—品牌属性及定位

品牌是品牌特许

经营的灵魂。成功的品牌策划可

使酒店在消费者的心智中形成一种具有**忠诚度**

的心理占位，并区隔其它产品及服务，方便消费者识别、采用，从而给酒店的产品及服务带来增值收益，形成一种**无形资产**，这就是品牌的属性及定位。

### 酒店品牌策划--利益

品牌应准确地向消费者传达出消费利益。每个品牌分别针对不同的问题，明确提出不同利益诉求，使消费者一旦遇到上述问题就会向这些品牌寻求解决之道，指名购买。即品牌要向消费者传达产品的具体卖点和购买利益。

### 酒店品牌策划—品牌价值

品牌也代表着产品及服务的价值。比如，**沃尔沃**

品牌代表着世界上Z安全的汽车。这种品牌价值随着市场传播扩大、深入，产品的溢价性就越高。因此，YL经营者对“金字招牌”都视为生命加以呵护。

### 酒店品牌策划—品牌个性

品牌也反映酒店的个性。例如宾客一旦迈入酒店大堂，就能体验到一种舒适、温馨如家的感觉。这种专

属于酒店的独特氛围标签，也是品牌的个性基因。

## 酒店品牌策划—品牌消费群体

品牌暗示了消费人群类型。一个时尚的酒店品牌，暗示着80、90后消费群体。一个品牌久远的酒店，暗示着白领和成功人士的消费群体，品牌也代表着一种文化。

品牌商针对上述五个要素进行完整、明确和有效地策划，对品牌的显性特征进行固化：理念识别固化、行为识别固化、视觉识别固化。从而引发消费者对品牌的认同。