

УДК 338.48:339.138(075)

ББК 65.43-32я73

М16

Рецензенты:

Роздольская И. В., д-р экон. наук, проф., зав. каф. маркетинга и менеджмента
Белгородского университета кооперации, экономики и права;

Куксова И. В., д-р экон. наук, проф. каф. туризма и гостиничного дела
Воронежского государственного университета инженерных технологий

Авторы:

Макринова Елена Игоревна — доктор экономических наук, профессор, заведующий кафедрой гостинично-туристического сервиса, коммерции и рекламы Белгородского университета кооперации, экономики и права

Симонова Татьяна Юрьевна — кандидат экономических наук, доцент кафедры гостинично-туристического сервиса, коммерции и рекламы Белгородского университета кооперации, экономики и права

Святая Елена Олеговна — кандидат экономических наук, доцент кафедры гостинично-туристического сервиса, коммерции и рекламы Белгородского университета кооперации, экономики и права

Макринова, Е. И.

М16 Технологии продаж в туризме и гостеприимстве : учебное пособие / Е. И. Макринова, Т. Ю. Симонова, Е. О. Святая. — Москва : Директ-Медиа, 2022. — 180 с.

ISBN 978-5-4499-3162-7

В учебном пособии раскрываются сущность и специфика рынка туристского и гостиничного продукта, анализируются тенденции и перспективы его развития. Рассмотрены основные формы продаж в туризме и гостеприимстве, представлены особенности современных технологий продаж. Особое внимание уделено проблеме продвижения и стимулирования продаж туристского и гостиничного продуктов.

Пособие предназначено для студентов направлений подготовки «туризм», «гостиничное дело» (бакалавриат), слушателей программ дополнительного профессионального образования, а также для практических работников туристской индустрии и гостиничного бизнеса.

УДК 338.48:339.138(075)

ББК 65.43-32я73

ISBN 978-5-4499-3162-7

© Макринова Е. И., Симонова Т. Ю., Святая Е. О., текст, 2022
© Издательство «Директ-Медиа», оформление, 2022

Оглавление

Введение	5
Тема 1. Комплексный продукт индустрии туризма и гостеприимства и его особенности как объекта продаж	7
1.1. Особенности продукта индустрии туризма и гостеприимства и их влияние на технологию продаж	7
1.2. Понятие и виды продаж в туризме и гостеприимстве	22
Тема 2. Мотивационные аспекты поведения потребителей услуг в туризме и гостеприимстве.....	27
2.1. Систематизация туристских мотиваций.....	27
2.2. Оценка потребительских предпочтений в индустрии туризма и гостеприимства	32
2.3. Драйверы и барьеры потребительской мотивации к приобретению продукта индустрии туризма и гостеприимства.....	39
Тема 3. Стратегический маркетинг как инструмент продвижения в туризме и гостеприимстве	49
3.1. Сущность стратегического маркетингового планирования.....	49
3.2. Ситуационный анализ деятельности в туризме и гостеприимстве	55
3.3. Планирование целей предприятий индустрии туризма и гостеприимства.....	59
3.4. Разработка альтернативных стратегий	61
Тема 4. Технологии персональной продажи в туризме и гостеприимстве	67
4.1. Процесс персональной продажи в туризме и гостеприимстве	67
4.2. Управление возражениями клиента в процессе продажи	74
4.3. Влияние продавца на принятие клиентом решения о покупке. Послепродажное обслуживание	79

Тема 5. Технологии телефонной коммуникации в процессе продаж.....	92
5.1. Сущность телефонной коммуникации в туризме и гостеприимстве	92
5.2. Речь продавца как инструмент воздействия на клиента	95
5.3. Рекомендации по ведению телефонных переговоров.....	101
Тема 6. Сбытовая стратегия в системе управления продажами.....	108
6.1. Формирование сбытовой стратегии предприятий индустрии туризма и гостеприимства	108
6.2. Показатели экономической эффективности продаж туристских и гостиничных продуктов	117
6.3. Выставочная деятельность как способ активизации продаж в туризме и гостеприимстве.....	121
6.4. Продвижение туристского продукта на российском и международном рынках.....	130
Тема 7. Стимулирование продаж как средство воздействия на рынок туристских и гостиничных услуг.....	138
7.1. Способы стимулирования сбыта в туризме и гостеприимстве.....	138
7.2. Роль программ лояльности в обеспечении роста продаж.....	142
Тема 8. Цифровые технологии продвижения и продаж в туризме и гостеприимстве.....	149
8.1. Использование инструментов цифровой экономики в туризме и гостеприимстве.....	149
8.2. Влияние средств связи и социальных платформ на покупательское поведение путешественников.....	155
8.3. Инновационные форматы продвижения гостиничных продуктов	161
Список литературы	167