团队需要激励

案例编号：TJVI-A&G-024

案例名称：团队需要激励

发生部门：总经理办公室

案例描述：

近几年的时间里，豪华酒店成为了中国酒店业竞争最为激烈的领域。尽管在二星酒店市场以及经济型酒店市场上本土酒店集团占据绝对优势，但在高星级酒店市场上，本土酒店品牌受到外资酒店品牌的强烈冲击，发展艰难。未来几年里中国经济性连锁酒店的投资将继续保持高速增长。

在旺盛的旅游度假需求的推动下，众多世界顶级的酒店管理集团正在中国迅速布阵，未来几年度假型酒店有良好的发展前景。

这家在北京的酒店在当地算得上是一家中上档次的酒店，但是这段时间不知道什么原因，这家酒店的酒店业务销量都不理想，于是他们的高层就决定召开处理会议，来针对这件事情，做出一个设计方案，对于酒店来说，拥有大量的旅游团体业务的旅行社与很多酒店的关系一直都是很特殊很微妙的，确切的说，他们之间的关系就像是一对恋人一样，忽远忽近，爱恨交加，总之，就像是一对冤家一样的存在着，发展着。

鉴于自家酒店的情况不太理想的状况来说，他们花了很多心思来讨论钻研解决这个现状的办法，最后选择了一个最为直接和有效的方法——他们打算走自己的特色营销路子，他们计划盯准旅游团体，与各大旅行社建立长远且稳定的合作关系，而不是像过去那样的“朝三暮四”的传统做法，为了实现酒店的指定目标，他们管理层得出了这样的一致意见和决定：准备采取运用“奖励积分制度”、“优先安排制度”和“非正式走访制度”三管齐下的方法来解决这个问题。

案例分析：

旅行社制定这样的战略计划，第一，采用奖励积分制度，酒店承诺都会按照流程以正常的折扣以外的返利或是其他形式的奖励来吸引顾客；第二，为了努力争取获得旅行社的长期稳定的合作，酒店在一定程度上的牺牲了商务旅客在市场上的份额，对于酒店来说，拥有一个比较稳定并且比较牢靠的客源的话，这就是对他们酒店来说，是非常的可观的；第三，全世界最好的一位销售大师曾经说过：“一个从事销售的人员必须明白一点道理——当你想试图把一个产品和服务卖给别人的时候，你首先要做到的就是，一定要真诚的有技巧的让别人喜欢上你，对你产生真挚的情感，只有有了这样进一步的信任以后，我们才可以取得别人的好感，推销东西的成功率就会大的很多很多。”只有建立了良好的感情纽带，这样生意才会做的舒心和顺畅。

后续跟进：

作为酒店行业，这家专门旅游接待的酒店的利润虽然有些下降，但是业务总量确实直线上升的，尤其是旅游淡季的时候，这家酒店的客源还是比较多的，门前的热闹着实让别人羡慕。

案例反思：

每一个行业都有它的规则，我们不能贸然的去打破这个规则，也不能无视这个规则，但是我们可以用发展的眼光去引申这个规则，找到一个最好的点，去想一个合理的方案去解决酒店中的各样的管理问题。

案例启示：

1. 对于酒店来说，有的业务是一块大饼，我们一个人很难吃下去，那么高层经理人在制定计划的时候，一定就要做到分利于人，学会适度的舍才会有更大的得；

酒店管理人员还是执行人员，在落实计划的时候一定要学会坚持不懈的去努力，不能够松懈。