CONCEPT

مبيعات الفنادق وتسويقها: مزيج شرائح السوق والحسابات الرئيسية والحجز المباشر

10 – 14 يناير 2027

جدة - فندق أربع نجوم على الكورنيش



مبيعات الفنادق وتسويقها: مزيج شرائح السوق والحسابات الرئيسية والحجز المباشر

المرجع: 969_21910 **التاريخ:** 10 – 14 يناير 2027 **المكان:** جدة - فندق أربع نجوم على الكورنيش **الرسوم:** SAR 19500

مقدمة:

مبيعات الفنادق وتسويقها محور هذه الدورة التي تمتد أسبوع لمديري حسابات الشركات ومبيعات المجموعات والفعاليات والحملات التسويقية والحجز المباشر في الفنادق، وتنتهي بإعداد خطة سنوية للمبيعات والتسويق لفندق افتراضي. فكثير من الفنادق تلاحق نسب الإشغال بزيارات بيعية متفرقة وعروض ترويجية غير مخططة وعمولات متصاعدة لوكالات السفر الإلكترونية، من دون خطة واحدة تربط أهداف الشرائح بإنتاج الحسابات وإنفاق التسويق. والمشاركون يمارسون أعمال البيع أو التسويق فعلا، ويعملون على دراسات حالة لفنادق المدن والمنتجعات والمطارات. وتقدم الدورة كور كونسبت.

أهداف الدورة:

- تحليل مزيج شرائح السوق في الفندق بين الشركات وسياحة الاجتماعات والحوافز والمؤتمرات والمعارض MICE والمجموعات والترفيه والجملة، وتحديد أهداف إنتاج لكل شريحة
- تموضع الفندق أمام مجموعته التنافسية ببيان تموضع مكتوب وعروض قيمة لكل شريحة
- إدارة الحسابات الرئيسية للشركات عبر خطط الحسابات والرد على طلبات تقديم العروض والتفاوض على أسعار الشركات بشرائح الحجم والتنازلات
- تنفيذ مراحل التنقيب عن العملاء والزيارات البيعية وبيع المجموعات من أول استفسار إلى العقد الموقع وتسليم أمر تنفيذ المناسبة
- تحويل الأعمال نحو القنوات المباشرة بتحسين موقع الفندق والحملات الرقمية وتقييمات النزلاء وعروض الولاء وإدارة علاقات العملاء
- إعداد خطة سنوية للمبيعات والتسويق متسقة مع توقعات الإيرادات ومتابعتها عبر لوحة مؤشرات أداء المبيعات

الفئة المستهدفة:

- المديرون الذين يتولون حسابات الشركات والجهات الحكومية ووكالات السفر وإنتاجها من الليالي الفندقية
- المديرون المسؤولون عن استفسارات المجموعات والفعاليات وMICE وعروضها وعقودها
- المديرون المسؤولون عن الحملات التسويقية للفندق وموقعه الإلكتروني ووسائل التواصل الاجتماعي وقاعدة بيانات النزلاء
- المديرون الذين يقودون الفريق التجاري لفندق واحد أو مجموعة فنادق ويعتمدون ميزانية المبيعات والتسويق
- المديرون الذين يتولون عقود الجملة ومنظمي الرحلات وشركاء السفر الترفيهي

محاور الدورة:

اليوم 1: الوظيفة التجارية في الفندق وخط الأساس لمزيج الشرائح

- هيكل الفريق التجاري في الفندق وأدوار مكتب المبيعات
- مراجعة مزيج شرائح السوق بين الشركات وMICE والترفيه
- عقود الجملة ومنظمي الرحلات ضمن مزيج الشرائح
- اختيار المجموعة التنافسية وصياغة بيان تموضع الفندق
- خريطة الأسواق المصدرة ومولدات الطلب حول الفندق

اليوم 2: تخطيط الحسابات ومشترو MICE وعروض القيمة لكل شريحة

- تصنيف الحسابات الرئيسية لمشتري سفر الشركات
- تقويم موسم طلبات تقديم العروض RFP وقالب الرد عليها
- قالب خطة الحساب بأهداف إنتاج الليالي الفندقية
- رحلة مشتري MICE من الاستفسار إلى زيارة المعاينة
- لوحة عرض القيمة للفندق حسب شريحة السوق

اليوم 3: بيع الغرف والاجتماعات والفعاليات عمليا

- مسار العملاء المحتملين وتأهيلهم في نظام CRM لإدارة علاقات العملاء
- تخطيط الزيارة البيعية للفندق ونصها والتعامل مع الاعتراضات
- التفاوض على أسعار الشركات بشرائح الحجم والتنازلات
- مراحل بيع المجموعات من العرض إلى العقد الموقع
- تسليم أمر تنفيذ المناسبة BEO إلى فرق التشغيل

اليوم 4: الحجز المباشر والتسويق الرقمي وتكلفة التوزيع والولاء

- استراتيجية الحجز المباشر وتدقيق معدل التحويل في موقع الفندق
- تكلفة عمولات وكالات السفر الإلكترونية OTA مقابل تكلفة الاستحواذ المباشر
- تقويم حملات التواصل الاجتماعي والبحث المدفوع للفندق
- روتين الرد على تقييمات النزلاء وتتبع مؤشر السمعة
- عروض الولاء للفندق وحملات تقسيم النزلاء في CRM

اليوم 5: دراسة حالة: الخطة السنوية للمبيعات والتسويق لفندق افتراضي

- ملف الفندق الافتراضي بتاريخ الشرائح وبيانات الحسابات
- أهداف الشرائح المتسقة مع توقعات إدارة الإيرادات
- خطة الأنشطة البيعية وورقة توزيع ميزانية التسويق
- لوحة مؤشرات أداء المبيعات بتقارير التحويل والإنتاج
- عرض الخطة السنوية لمبيعات الفندق وتسويقه ومناقشتها

المهارات التي ستكتسبها:

- تخطيط مزيج الشرائح
- تموضع الفندق
- إدارة الحسابات الرئيسية
- التفاوض على أسعار الشركات
- بيع المجموعات والفعاليات
- تسويق الحجز المباشر
- حملات إدارة علاقات النزلاء
- تقارير أداء المبيعات

لماذا تحضر هذه الدورة:

- إعداد خطة سنوية للمبيعات والتسويق لفندق افتراضي يراجعها المدير العام والمالك ويكيفانها مع الفندق
- تحديد حسابات الشركات والمجموعات وعقود الجملة التي تستحق وقت فريق المبيعات بناء على إنتاج الحسابات وأهداف الشرائح
- تجنب دفع عمولات وكالات السفر الإلكترونية على أعمال يستطيع موقع الفندق ونظام CRM كسبها مباشرة
- نقل قوالب خطة الحساب والزيارة البيعية وعقد المجموعات إلى بقية الفريق التجاري

الخاتمة:

بعد عودة المشاركين يستطيع المدير العام ومسؤول الإيرادات والفريق التجاري استخدام الخطة السنوية للمبيعات والتسويق للاتفاق على أهداف الشرائح وتوزيع الحسابات الرئيسية وتمويل الحملات قبل اعتماد الميزانية. وتمنح لوحة مؤشرات أداء المبيعات الاجتماع التجاري الشهري صورة موحدة لإنتاج الحسابات ونسبة تحويل المجموعات وحصة الحجز المباشر. وبعد الربع الأول تقارن الوحدة الإنتاج الفعلي لكل شريحة وقناة بالخطة، وتعيد ترتيب أولويات الحسابات وإنفاق التسويق حيث تكون الفجوات أكبر.