

استراتيجية تنشيط المبيعات في المؤسسات الفندقية

دراسة على الفنادق فئة الخمسة نجوم في البتراء

أ. عماد حجازين

أ. أشرف ياسين

"ملخص"

تعد السياحة إحدى القطاعات الهامة التي تركز عليها العديد من دول العالم في دفع عجلة النمو فيها، وتقوم في مساهمتها في ذلك القطاعات الأخرى كالقطاع الصناعي والزراعي وغيرها، ويؤكد ذلك التزايد الكبير في أعداد السياح والبالغ أكثر من ستمائة مليون سائح، ويرافق ذلك النمو في حجم الإيرادات والذي يفوق 480 مليار دولار سنوياً فضلاً عن مساهمته في تشغيل أعداد كبيرة من العمال المستخدمين في مختلف فئات هذا القطاع والبالغ عددهم 240 مليون عامل أو مستخدم، كما وان المؤشرات المستقبلية تؤكد بأن هنالك نمواً متواصلاً في أعداد السياح والإيرادات وبمعدل 4% سنوياً.

أما بالنسبة للأردن فقد بلغ عدد السياح لعام 2000 (1,199) مليون وبمساهمة بلغت 11% من الناتج المحلي الإجمالي، فضلاً عن استيعابه لأعداد كبيرة من القوى العاملة والبالغة 110 آلاف عامل.

وانعكس هذا النمو الكبير في الأردن على ضخامة الاستثمار في الفنادق والتي يفوق عددها 190 فندقاً من مختلف الدرجات لخدمة أعداد كبيرة من السياح والذين يرغبون في ارتياد الفندق الذي يرقى إلى مستوى توقعاتهم واحتياجاتهم من خلال تقديم خدمات بأسعار مناسبة وجودة عالية، مما دفع بهذه الفنادق إلى خصوصية التعامل مع هذه التفاصيل والاحتياجات متبعة لتحقيق ذلك العديد من الاستراتيجيات والتي من بينها استراتيجية تنشيط المبيعات، والتي تهدف إلى دفع العديد من السياح لارتياح هذه الفنادق من خلال تقديم عروض سواء كانت خاصة بالسعر أو بال نوعية لتشكيل بمحصلتها مبررات رئيسية لزيارة هذه الفنادق ولبيان مدى استخدام هذه الاستراتيجية في المؤسسات الفندقية الموجودة في مدينة البتراء قمنا بهذا البحث للكشف عن واقعها وبيان أهم الأدوات المستخدمة في ذلك. وقد احتوت هذه الدراسة على اتجاهين الأول بالكشف عن مفهوم استراتيجية تنشيط المبيعات ومدى أهمية استخدامها، أما الاتجاه الثاني تناول واقع استراتيجية تنشيط المبيعات في فنادق البتراء فئة الخمسة نجوم، والتعرف على مبررات استخدام ومتى تستخدم فضلاً عن الأدوات التي تحرص الفنادق على استخدامها باستمرار.

بيت الأبحاث