



Управление продажами в гостиничном бизнесе.фг_МАГ

- 1 Главной задачей отдела продаж в гостинице является:
- 2 В гостинице обязательно выделение функции продаж в отдельный отдел при номерном фонде свыше ...
- 3 Сферы бизнеса, похожие на продажу гостиничных услуг:
- 4 Установите соответствие между вариантами сегментов и их определениям:
- 5 Разновидностями материальной мотивации являются:
- 6 К прямым продажам не относится...
- 7 Параметром для включения отеля в список конкурентов не является...
- 8 В вашем отеле будет проводиться крупный фестиваль. Обязательно использовать метод ценообразования...
- 9 Установите соответствие между подходом к ценообразованию и их характеристиками:
- 10 Установите соответствие между ограничением по длительности проживания и их характеристиками:
- 11 Динамическое ценообразование — это...
- 12 Универсальная система счетов для анализа и управления отелем называется...
- 13 Оптимально пересматривать прогноз...
- 14 Если загрузка приближается к 100%, а спрос велик и бронирования продолжают поступать, тариф нужно ...
- 15 Пересматривать набор конкурентов оптимально ...
- 16 Право одного из владельцев многоквартирной собственности на использование самой собственности в отведенные ему участки времени – это ...





- 17) Методика постановки задач SMART значит, что задача должна быть ...
- 18) Менеджер по продажам reactive ...
- 19) Сегментация гостиничного рынка — это:
- 20) Самый дорогой канал продаж обычно ...
- 21) Менеджер каналов помогает ...
- 22) Особенностью бизнеса B2B не является ...
- 23) Материальные привилегии для гостей:
- 24) Установите соответствие между каналом продаж и минусом размещения объекта размещения в нем:ОТА
- 25) Менеджер каналов – это...
- 26) В современных реалиях на бронирования по телефону и на ресепшен приходится в среднем не более ...
- 27) Примером B2B в гостиничной индустрии являются...
- 28) Взаимоотношения гостя B2C с гостиницей регламентируются...
- 29) Установите соответствие между каналом продаж и преимуществом размещения объекта размещения в нем ...
- 30) Программы лояльности приносят выгоды отелю ...
- 31) Программа лояльности известных брендовых гостиниц дает прирост в среднем ...
- 32) Система вознаграждения и поощрения гостей, которые в отель приезжают часто, чтобы они приезжали еще чаще - это...
- 33) К метапоисковикам относятся ...
- 34) Максимальное количество каналов продаж, которое можно подключить к Channel Manager ...
- 35) Овербукинг — это ...





- 36 Импульсивный характер покупки свойственен для сегмента...
- 37 Особенности продажи объекта на OTA ...
- 38 Задачи кадровой службы на стадии интенсивного роста предприятия состоят в ...
- 39 Окно бронирования у B2B:
- 40 Привлечению клиентов B2B может помочь ...
- 41 Современная воронка продаж включает в себя этапы:
- 42 Техника продаж ХПВ — это ...
- 43 Чем занимается Revenue Manager:
- 44 Установите соответствие между названиями и определениям:
- 45 Главная обязанность менеджера по доходам в отеле:
- 46 Мотивы гостя — это...
- 47 Количество товаров и услуг, которое потребитель готов приобрести по в единицу времени ...
- 48 Цели маркетингового исследования в гостиничном бизнесе. Исключите лишнее: ...
- 49 Установите соответствие между техникой продаж и ее описанием:
- 50 Установите соответствие между составляющими в SWOT-анализе и их характеристиками:
- 51 Суть ценовой политик заключается в ...
- 52 Навязчивая боязнь пропустить интересное событие или хорошую возможность – это ...
- 53 Цены, содержащие больше символов, кажутся потребителям значительно ...
- 54 В названиях брендов премиальных сегментов зачастую используются шрифты ...





- 55 Преимущество скрипта по продажам ...
- 56 Мероприятия, проводимые отелем которые должны сподвигнуть потенциальных гостей забронировать отель, приобрести ужины или СПА-услуги, побуждает гостя подписаться на страницу отеля в социальных сетях и на маркетинговые рассылки - это...
- 57 Туризм позволяет реализовать потребность в уважении – это потребность по пирамиде Маслоу ...
- 58 Продажа начинается с...
- 59 Выберите предложение услуги по типу ХПВ:
- 60 Инструментами стимулирования сбыта сегменту B2B являются ...
- 61 Сотрудники по работе с турагентствами и туроператорами сокращенно...
- 62 Демографические критерии сегментации рынка:
- 63 Потребитель в выборе гостиничного продукта ведет себя...
- 64 Географический критерий сегментации рынка:
- 65 Нематериальное стимулирование сотрудников включает в себя ...
- 66 Оптимально пересматривать прогноз на ...
- 67 Принципы динамического ценообразования могут применяться при ...
- 68 Особенность продажи гостиничного продукта ...
- 69 Спад продаж и объема прибыли – это...
- 70 Сегмент рынка – это ...
- 71 Известные бренды используют косметические наборы ...
- 72 Большому корпоративному запросу на групповое размещение в период низкого спроса целесообразно предложить...
- 73 Показатели ADR и Rev Par используются:





- 74 Услуги гостиницы — это
- 75 Комплементарные номера для организаторов группы относится к методу ...
- 76 Функциональные техники продаж относятся к ...
- 77 «Мы позаботимся о вас и подберем самый тихий номер» - отсылка к выгоде...
- 78 «При бронировании 100 ночей в год вы получаете высший уровень программы лояльности и становитесь членом закрытого клуба» - отсылка к выгоде...
- 79 Лишнее в SWOT- анализе, это определение:
- 80 В небольших гостиницах:
- 81 Типичный профиль гостя отеля помимо всего прочего включает:
- 82 Профессиональное маркетинговое исследование отеля важно для:
- 83 Инструменты составления профиля гостя:
- 84 ОТА расшифровывается как:
- 85 Виртуальный тур по отелю ...
- 86 B2B расшифровывается как ...
- 87 B2C расшифровывается как ...
- 88 Этап «позиционирование» включает в себя ...
- 89 Примерном B2B является
- 90 Примерном B2C является
- 91 Брендинг включает в себя:
- 92 Маркетинговые бюджеты выше при продвижении на рынок:
- 93 Скидки на размещение сегменту B2B предлагаются на основе ...





- 94) Партнерам со схожими характеристиками ...
- 95) Самый популярный среди туристов канал продаж ...
- 96) Суббренд -это ...
- 97) Неправильной стратегией является ...
- 98) Обновление информации о номерах на страницах продаж ОТА является ответственностью ...
- 99) Семья, которая приобрела номер в гостинице на ресепшен относится к сегменту..
- 100) Семья, которая приобрела пакетный тур через туристическое агентство относится к сегменту..
- 101) Пара, которая забронировала зал и 20 номеров для предстоящей свадьбы относится к сегменту:
- 102) Привилегии для гостей в рамках программы лояльности бывают ...
- 103) Гарантированный ранний заезд относится к формату вознаграждения гостей в рамках программы лояльности:
- 104) Обязательный элемент при прослушивании разговора менеджера по продажам с гостем:
- 105) «Во время отдыха человек восстанавливает физические и психологические силы» — это относится к
- 106) К рациональным мотивам по классификации Шварца относятся:
- 107) Экономия относится к ...
- 108) Страх упустить ценные характеристики отеля относится к феномену...
- 109) Какая теория подходит к описанию «Если мы используем эталонную транзакцию в качестве отправной точки, все что ухудшает наше положение является «потерей», а всё, что улучшает положение — это «выгода»....
- 110) Классическое правило маркетинга гласит, что цена должна заканчиваться на цифре ...
- 111) Не относится к демографическому признаку ...





- 112) Создание положительного опыта в гостинице у гостя начинается с ...
- 113) Долгий ответ гостю в личном кабинете OTA ...
- 114) Приветственное письмо (welcome email) - это:
- 115) Менеджер, который привлекает новый бизнес в отель, то есть нацелен на то, чтобы звонок от гостей или партнера поступил называются...
- 116) Основная задача отдела продаж в отеле...
- 117) Мероприятие в отеле «Сотрудник месяца» относится к ...
- 118) Объединение части гостей на основе набора общих характеристик, которые делают гостей похожими друг на друга...
- 119) Онлайн ресурс, на котором представлены цены отелей в конкурентном окружении в режиме реального времени...
- 120) Эталонный набор статей доходов, расходов, подразделений, KPI, должностей и форм отчетности, разработанный в 1926 году...
- 121) Моменты соприкосновения клиента с компанией или специалистом, влияющие на решение о начале или продолжении сотрудничества, о покупке товара либо отказе от нее...
- 122) Для извлечения максимальной выгоды в период высокого спроса используют ...
- 123) Для управления менеджером каналов сколько нужно сотрудников ...
- 124) Временной период, за который отель начинает получать бронирования на ту или иную дату..
- 125) Контекст потребительского поведения при покупке, взаимодействии и отказе от туристических услуг..
- 126) Внутренние побуждения, которые заставляют людей предпринимать действия для удовлетворения своих потребностей..
- 127) Технология создания и продвижения фирменных отелей с целью формирования долгосрочного предпочтения к ним:
- 128) Сопоставьте параметр для включения в список конкурентов и описание параметра





- 129 Сопоставьте сотрудника и его функцию:
- 130 Соотнесите критерий по методике постановки задач SMART и расшифровкой критерия
- 131 Установите соответствие между подходом к ценообразованию и их характеристиками
- 132 Соотнесите показатель и его описание
- 133 Сопоставьте расшифровку MICE
- 134 Зачем нужна отчетность по действиям сотрудников отдела продаж?
- 135 Зачем звонить в отели конкуренты, представляясь гостем:
- 136 Система KPI приводит к следующему результату:
- 137 Как часто нужно изучать тенденции на рынке электронной коммерции:
- 138 Как менеджер каналов помогает динамическому ценообразованию:
- 139 Отдел бронирования отвечает за:
- 140 Продажа с сфере индустрии гостеприимства – это реализация:
- 141 Почему люди покупают дорогие услуги?
- 142 Каким будет наиболее профессиональный ответ менеджера по продажам на возражение клиента: «Слишком дорого»?
- 143 Задача участия в профильных выставках:
- 144 В чем смысл создания суббрендов:
- 145 Правильно подобранный цвет может повысить узнаваемость бренда:
- 146 Идеальными для остановки туристов, имеющие бизнес-цели, можно назвать ...
- 147 Информация в маркетинговых рассылках, которая способствует продажам:





- 148) Маркетинговая рассылка о запуске нового романтического специального предложения ко Дня Святого Валентина будет целесообразна для гостей:
- 149) При бюджетировании:
- 150) Расставьте процесс работы в порядке очередности:
- 151) Расставьте по порядку этапы в классической воронке продаж:
- 152) Расставьте по порядку блоки продаж гостиничных услуг
- 153) Расставьте характеристики компании расшифровки SWOT-анализа по порядку:
- 154) Расставьте шаги при создании программы лояльности в отеле:
- 155) Расставьте шаги при создании программы контроля менеджеров отдела продаж:
- 156) Расставьте процесс анализа гостей по этапам:

