

<<共管公寓度假村和度假产权管理>>

图书基本信息

书名：<<共管公寓度假村和度假产权管理>>

13位ISBN编号：9787503220289

10位ISBN编号：7503220287

出版时间：2002-9-1

出版时间：中国旅游出版社

作者：Jack Rush,Pedro Mandoki,Robert A.Gentry

页数：202

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

<<共管公寓度假村和度假产权管理>>

前言

前言 《共管公寓度假村和度假产权管理》一书的目的，是向拥有常规住宿业背景的经理、雇员和接待服务业学生，介绍独特的“非常规”住宿设施——共管公寓度假村和度假产权业。在此之前，非常规住宿物业的总经理在试图解释常规与非常规住宿设施的差别时，多数不得不从零碎的只言片语开始。

现在，他们有了大量的说法，可以提供给来自常规住宿业方面的热切的新人：“这里，请先读读这本书——然后我们再谈。

”在读完本书后，新来的员工应该更为熟悉非常规住宿设施的术语、度假村的类型及其他独特的方面。这样，忙碌的总经理可以在基础常识方面少

<<共管公寓度假村和度假产权管理>>

内容概要

目前，全世界有60多个国家引进了AH&LA的教材，有1400多所大学、学院、职业技术学校将其作为教科书及教学辅助用书。

全球45个国家有120多个授权机构为饭店35个重要岗位颁发AH&LA职业资格证书，该证书在饭店业内享有最高的专业等级。

中国旅游出版社引进了AH&LA系列教材，使读者能够从中见识到饭店工作的真正挑战，并能从中获得解决实际问题的方法和技巧的训练，它将帮助您全面了解国际现代化饭店的管理与运作实务，提高饭店经营和管理的专业水准。

<<共管公寓度假村和度假产权管理>>

作者简介

Robert A.Gentry (罗伯特·简德利) CHA。

RCI度假地管理公司的区域副总裁。

曾经担任过的职务包括：美国饭店业协会共管公寓委员会主席、AH&LA董事会成员、罗得岛饭店业协会主席等。

钟海生 美国夏威夷大学工商管理学院旅游管理系访问学者，北京大学城市与环境学系博士研究生。历任国家旅游局旅行社饭店管理司副司长、规划发展与财务司副司长、国家旅游局信息中心主任。

杜军平 北京工商大学信息工程学院副院长、教授、博士，清华大学计算机科学与技术系博士后。丹麦Aarhus大学计算机系访问学者。

主持开发全国黄金周假日旅游预报选编、中国旅游投资信息网等项目。

<<共管公寓度假村和度假产权管理>>

书籍目录

献辞前言致谢学习教育学院课程的提示1 非常规住宿设施运营概述 什么是非常规住宿设施 非常规住宿设施物业的结构2 市场营销和销售 营销全产权共管公寓度假村 促销方法与媒体 营销和销售效果的监测、评估3 预订和前台 预订部 接待中心 宾客/业主关系的重要性4 客房管理业务 饭店和共管公寓度假村客房管理的主要差异 共管公寓和分时产权度假村的客房管理日常工作 与其他部门的关系5 维护与工程 由业主付费的修理 作为收入/利润中心的维护与工程部 公共区域与度假单元 董事会的职责6 财务会计 全产权共管公寓度假村的预算 财务报表 附录主要术语译后记

<<共管公寓度假村和度假产权管理>>

章节摘录

书摘 现场考察旅行 现场考察旅行,也称为“熟悉”或“考察”之旅,是向潜在客户介绍共管公寓度假村的有效途径。

在组织旅行之前,销售人员应沿线步行一遍,确保度假村的公共区域和展示用的度假单元处于完好状态。

导游必须学会在随意交谈中,辨识潜在客户的度假偏好和风格,这样他或她可以按照买家的需求提供适当的产品。

导游也可以向预定考察旅行的人士询问潜在客户的偏好和需求的信息。

拥有这些资讯,可使导游按照潜在客户的要求和需要定制其演示,从而节约时间,在潜在客户中层现度假村的优势。

包价旅行和协作广告 很多共管公寓度假村单元的租赁,从一开始就设计成包价旅行。

这些促销性包价旅行的目的,是向租户提供自足的住宿、餐饮和娱乐体验。

租赁项目经理已经发现了多种吸引各类细分市场的促销性包价旅行的方式。

共管公寓度假村可以提供围绕着娱乐活动而设计的包价旅行(高尔夫、滑雪、网球包价旅行)、特殊项目(谋杀一神秘游戏、超级大会餐周末)或浪漫之旅(浪漫逍遥游或“第二次蜜月”包价旅行)。

这些促销性包价旅行一般包括食品、饮料等物品,娱乐设施以及住宿;它们也可以包括交通、商品(例如,带有度假村标志的礼品),或在度假村物业内外的节目或景点的门票。

在这些基本收费之外,部分共管公寓度假村也可能对特殊优待项目进行收费——如骑马。

任何娱乐设施都可能成为收入中心,因为大多数业主和租户将使用这些设施看作是一种特权,而非基本权益或权利。

与潜在包价旅行合作伙伴的谈判应分阶段推进,这样,度假村代表不会在谈判中花费不可接受的资源。

经理们应选择可以补充强化其度假村形象的合作伙伴,并确保潜在合作伙伴的目标市场与他们是重合一致的。

目的地营销 目的地营销对共管公寓度假村非常有效,因为大多数业主和租户希望能够得到确定的信息,如果他们重复在同一个度假村度假,周边地区不会总是老一套。

共管公寓度假村可以自行做目的地营销,也可与当地商会、会议旅游局或旅行商业公司和机构合作。

仅仅让业主和租户关注本地景点是不够的。

多数业主和租户期望度假村提供景点营业时间和门票费的资讯。

他们也希望度假村设有可靠的指示图和地图,设有到景点的公共交通的信息,甚至有到景点的免费交通的信息。

商品推销 共管公寓度假村的礼品商店是利润中心,当业主或租户在此储存礼品衣服、餐具以及其他印有物业标志的物品时,它也是“公共关系”的外设点。

共管公寓度假村利用商品推销建立名称品牌认同,对其他内部营销战略给予补充。

度假村经理们发现,商品推销的成功,至少部分是因为他们度假村的惟一性和与在该度假村成为一位业主或租户相关联的社会地位。

商品推销成功的另一个原因是业主或租户在其逗留期间能与其他人年复一年的相见,穿戴衣服(或使用、展示一件物品)表示穿戴者正逗留在度假村内,这可以成为业主或租户感觉到同道间友谊的非常自然的表现。

内部营销技巧 共管公寓度假村既参与内部营销,也参与外部营销。

共管公寓度假村的管理层向现有的业主和租户营销产品和服务。

现时的住户在未来还会租赁;现时未参加租赁项目的业主是潜在的租赁项目的参加者;这两类都有可能成为所有度假村收入中心的主顾。

内部营销涉及交叉销售、联想式销售、关系网络营销。

共管公寓度假村采取交叉销售和联想式销售的方式,与常规饭店和度假村相同。

关系网络营销值得在共管公寓度假村的范围内给予特别注意,因为它鼓励口碑宣传,这种方法对共

<<共管公寓度假村和度假产权管理>>

管公寓度假村行业至关重要。

关系网络营销包括建立度假村和其业主、租户之间的沟通模型和信任。

关系网络营销对共管公寓度假村比对常规饭店更容易也更可行，原因是：
· 共管公寓度假村日益设计为服务功能齐全、自足的社区。

由于这个缘故，业主和租户在度假村内花费的时间，比饭店宾客逗留在饭店内的时间更长。

经理们有更多机会认识业主和租户。

· 度假单元业主和租户留在其单元内的时间和频率比饭店宾客留在常规客房或套房内更长、更频繁。
因此，业主和租户一般希望与管理层建立起能够年复一年帮助其愉快逗留的关系。

由于现时的业主和租户对度假村的基本特点已经熟悉，向他们做销售的方法应与销售人员向潜在的首次租户所使用的方法不同。

销售人员可以指出度假村向业主和租户如何提供物有所值的服务的更精细的细节，或者，他们可指出那些经常逗留的人也没有关注到的服务设施或服务，也可介绍本地社区的活动和节目，这类活动可丰富和完善业主或租户的假期生活。

前台 客房管理必须与前台和登记中心在入住、离店和可用单元方面保持良好的沟通。

共管公寓出租有时在抵达、办理入住手续前已经预付费用，因此，宾客有时并没觉得需办理离店手续。

在这种情形下，客房部需要到单元去检查宾客是否已经离开。

客房部需要让前台知道在预定日程之前的什么时候单元可以准备就绪，这样前台可以通知早到的宾客。

当前台和客房部运行同一预订系统时，两个部门都可以检查一套单元是否被占用、是否可用、是否未打扫或是否处于维修状态。

与饭店一样，前台是信息交换的中心。

宾客要求更多的毛巾、特殊清洁服务或提出投诉，都会给前台打电话。

前台应将这些信息传达给客房部。

前台可以打印出每晚客房管理报告，指明宾客和业主的特殊要求。

特殊要求(如摇床、有栏童床、高椅、烧烤)也将被显示在电脑预订系统中用于客房管理备注的区域中。

维护与工程部 由于客房服务员定期进入度假单元内，充当报告问题的角色，在客房管理和维护 / 工程部门之间应建立良好的沟通系统。

宾客填写意见卡时，他们常因为损坏了的灯泡、墙纸开裂等责备客房管理人员，所以最好是将这些问题尽快报告给维护部门。

在一座度假村，在交换日的客房管理中，来自维护部门的人员进入度假单元做预防性维修检查。他或她要常带着用于漏水龙头的垫圈，用于触摸处的油漆，空调器的空气滤罩以及快速修理工具等，以防范问题于未然。

安全 / 保安部 度假村应设计一些客房部控制宾客单元所有楼层钥匙的方式。

客房部常常雇用大量的人员。

通过有效的保安训练，这些雇员能对物业的热情款待 / 保安项目做出显著贡献。

由于客房服务员熟悉单元内的物品，他们能够提醒保安人员注意可能的业主物品被盗，如小挂件或其他个人物品。

但是，如果业主发现丢失物品，他们可能会盘问究竟是宾客还是客房管理人员偷盗。

当这类事情发生时，会给管理层造成问题。

卡式钥匙系统的出现，增强了控制和监控进出房间的能力。

尽管每个门的费用在200美元至400美元之间，还是很值得为安全花这笔钱。

现在可以根据每日的房间清洁任务，为特定客房服务员或工程师配备钥匙。

管理层可以通过卡式钥匙的使用，跟踪员工的工作效率，确定任何时刻工作人员所处的位置。

白天劳动的人员或兼职员工可以不必配钥匙，检查员或主管可为这些人员提供出入方便。

<<共管公寓度假村和度假产权管理>>

餐饮部 客房部必须与餐饮部沟通,在宾客抵达前协调好果篮、糖果、酒之类物品的派送和摆放。客房部也可以处理好餐桌、室内餐馆促销资料的摆放和更新。

客房部也负责在各类餐饮业务中使用的亚麻织品的洗涤,以及度假村就餐区的清洁。

销售/市场营销部 客房部负责维护房地产销售部使用的向潜在业主展示的样板间。这些房间必须完美无缺,要求客房管理部门每天数次打扫保新。

娱乐/活动部 客房部可能负责度假村娱乐设施的清洁和织品洗涤。

在洗衣要求方面,也许最常见的是宾客使用的毛巾、在娱乐区工作的员工的制服。

如果客房部负责清洁娱乐区,客房部和娱乐部经理需合作确定工作要求和时间安排。

采购部 在大型物业中,客房主管与采购代理一道工作,确定客房管理所需材料和供应品的规格,对经常性的和专项的客房管理物品的采购提出要求。

在小型物业中,客房主管与总经理一起处理采购事务。

客房主管的采购清单包括床单、毯子、枕头和枕头套、窗帘、地毯、毛巾、浴罩、清洁用品、纸晶、瓷器、玻璃制品、扁平餐具和其他消费品。

亚麻织品的标准数量根据客房服务的频率和室内洗衣设备的情况而有所变化,一般为2套至3套。

附属在饭店的物业一般遵照饭店的标准。

亚麻织品通常按一套单元最大的出租率配备。

洗衣业务 每个物业的洗衣业务均不相同。

在规划共管公寓度假村的洗衣业务时,需注意的问题是:物业内的亚麻织品是归管理公司、业主还是租赁者的,洗衣业务在度假村内处理还是度假村外处理。

由于多数度假村位于生态环境脆弱的地区,规划洗衣业务时还必须考虑到环境问题。

.....

<<共管公寓度假村和度假产权管理>>

媒体关注与评论

前言《共管公寓度假村和度假产权管理》一书的目的，是向拥有常规住宿业背景的经理、雇员和接待服务业学生，介绍独特的“非常规”住宿设施——共管公寓度假村和度假产权业。

在此之前，非常规住宿物业的总经理在试图解释常规与非常规住宿设施的差别时，多数不得不从零碎的只言片语开始。

现在，他们有了大量的说法，可以提供给来自常规住宿业方面的热切的新人：“这里，请先读读这本书——然后我们再谈。

”在读完本书后，新来的员工应该更为熟悉非常规住宿设施的术语、度假村的类型及其他独特的方面。

这样，忙碌的总经理可以在基础常识方面少花时间，将更多精力用于其物业中的具体问题。

接待服务领域的教学专家现在也有了相应的资源，这些资源是与整个非常规住宿业的专家们合作开发和推出的。

《共管公寓度假村和度假产权管理》将注意力集中在共管公寓度假村和度假产权业的接待服务层面——具体来说，这一行业内非常规住宿业务与常规住宿业务如饭店、汽车旅馆、会议中心等如何不同。

本书没有涵盖所有非常规住宿物业，例如，没有讨论仅提供睡床和早餐的设施，而是集中讨论全产权共管公寓度假村和固定期产权物业(包括度假俱乐部)。

有眼力的读者会注意到，本书强调该行业的全产权部门。

这主要是因为讲述全产权方面的必要性更大。

多年来，固定期产权部门对固定期产权物业的特点进行了卓有成效的宣传。

这本书使全产权部门有机会为大家所了解。

由于我们将注意力集中在非常规住宿设施的“接待服务层面”——也就是非常规住宿物业的经理们和受职员们欢迎的服务单元业主、业主的宾客、租用他们物业的租户的租赁方式——我们没有涉足非常规住宿设施一个非常重要的侧面：向业主销售度假村单元。

因为这个题目已经涉及房地产领域，本身或其中一部分都是一个综合的和复杂的话题，我们将非常规住宿设施的这个层面的问题留给别人。

对非常规住宿设施房地产方面内容感兴趣的读者，可以从很多地方获取资讯。

美国度假村开发协会(the American Resort Development Association)是一个很好的资讯来源。

我们对非常规住宿设施的法律和财务会计方面也未做深入的考察。

一个简单的理由是管理非常规住宿设施的法律和财务会计规则在州与州之间极不相同。

总经理和其他寻求指导的人们应咨询专于该事务的本地律师。

尽管本书书名十分清楚，一些读者可能还是希望有“第一居所”共管公寓(封闭式社区或类似的地方)的材料。

再强调一次，在随后的各章中，我们集中研究向业主、业主的宾客和租户提供非常规临时住宿设施的物业。

对共管公寓社区感兴趣的读者，应与社区联合会研究所(the Community Association Institute)联系，获取更多资料。

最后，读者应该预先知道：由于

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介, 请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>