

# ENGLISH FOR HOTEL

Marketing



# The 7 Ps of Services Marketing





**People**



**Planning**



**Product  
(Service)**



**Price**



**Promotion**



**Place**



**Partners**



**Presentation**



**Passion**

# Marketing Tools

- The goal of marketing and sales is to produce revenue through selling rooms, meetings, and events and conventions.
- Marketing tools – Basic Tools (4 P's)
  1. Product: combination of service, brand, quality, benefit, value
  2. Pricing: stimulate sales, achieve financial goals
  3. Promotion: advertising, sales promotion, merchandising, PR
  4. Place: manner to sell the product, distribution

# 1.Product

โปรดัก

## Product- (Learn)

- A **tangible object** or an **intangible service** that is **mass produced** or manufactured on a large scale with a specific volume of units.
- Intangible products are often **service based** like the tourism industry & the hotel industry or codes-based products like **cell phone load and credits**.

# Service

เซอร์วิส

➤ Brand

แบรนด์

➤ Quality

ควอริตี้

➤ Benefit

เบเนฟิต

➤ Value

วาลู

INTERNATIONAL BRANDS

REGIONAL BRANDS

LUXURY

SOFITEL  
LUXURY HOTELS

SOFITEL  
*Legend*

So  
SOFITEL

UPSCALE

 pullman  
HOTELS AND RESORTS

 M  
GALLERY

 GRAND MERCURE  
THE SEBEL  
ASIA-PACIFIC

MIDSCALE

 NOVOTEL

 NOVOTEL

 Mercure  
HOTELS

 adagio  
aparthotel

ECONOMY

 ibis

 ibis  
STYLES

 ibis  
budget

 adagio  
aparthotel

hotelF1  
FRANCE





# 2.Price

# ไพรีซ

11-4

## How Price Fits into the Positioning Strategy



### 3. Place

เพลส

Distribution Channel    ดิสทริบิวชัน ชาเนล

- Tour Operators    ทัวริ ออเพอร์เรเตอร์ส
- Travel Agents    แทรเวล เอเจ้นส์
- Wholesalers    โฮลเซลเลอร์
- Direct sales    ไดเร็ค เซลส์

# Distribution Chanel ดิสรทริบิวชั่น ชาเนล

## - Online Reservation Agents

ออนไลน์ เรเซอ์เวชั่น เอเจ้นส์

- Agoda                      อะ โกด้า
- Booking.com              บุกกิง ค็อท คอม
- AirBnB                      แอร์บีแอนบี

# Online Reservation Agents

ออนไลน์ เรเซอร์เวชัน เอเจ้นส์

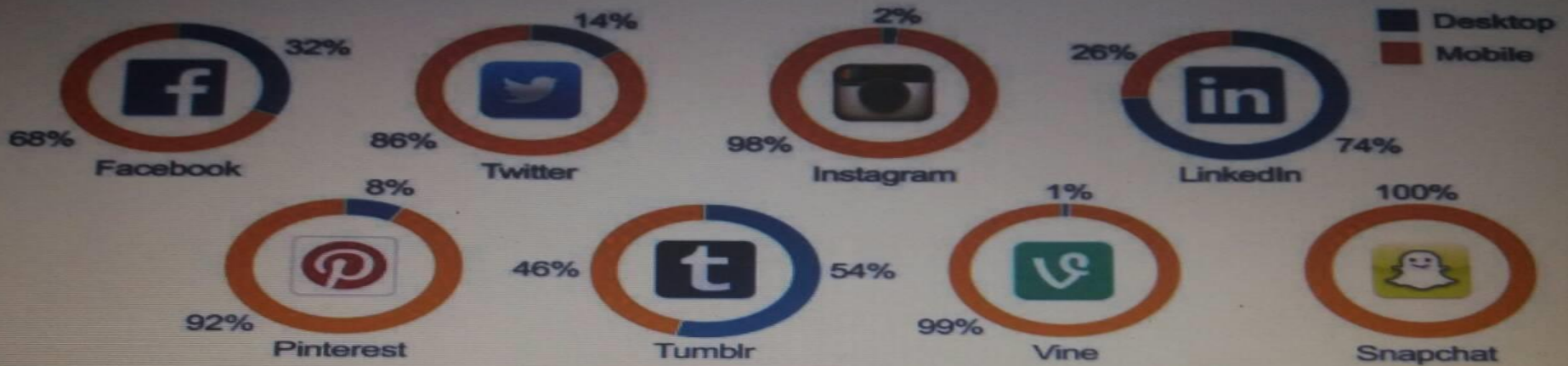
- ▶ Traveloka      แทรเวลโลก้า
- ▶ Expedia      เอ็กซ์พีเดีย
- ▶ Hostelworld      โฮสเทลเวิร์ล
- ▶ TripAdvisor      ทริปแอดไวเซอร์

# Social media

# โซเชียลมีเดีย

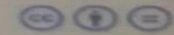
## Social Network Activity: Mobile vs. Desktop

% of time spent on social networks in the United States, by platform\*



THE WALL STREET JOURNAL. \* December 2013, Age 18+

Source: comScore



statista

TIKI BUSINESS MUSIC LIVECAST SOCIAL QMR  
NETWORK SOCIAL NETWORK MIND CONVERSATION APPS  
PUBLISHING social VIDEO SHARING SOCIAL  
GING 12 AGGREGATORS EVENTX

om/wsasia/status/452296177351135232

### The 5-3-2 Rule of Social Sharing

Content From Others

### SOCIALPLOT

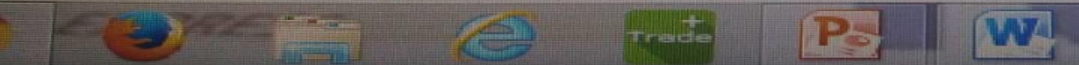
Connect a Social Network

ollIAE....jpg\_large

social media.jpg\_large

Social Media.jpg\_large

integrate



# 4.Promotion

โปรโมชั่น

Communication Mix

คอมมูนิเคชั่น มิกซ์



# News Release      นิวส รีลีส

Featured Article      ฟีเจอร์์ อาติคัลด

Interview      อินเทอร์วิว

Press Conference      เพรส คอนเฟอเรนซ์

Social Events      โซเชียล อีเว้นท์ส

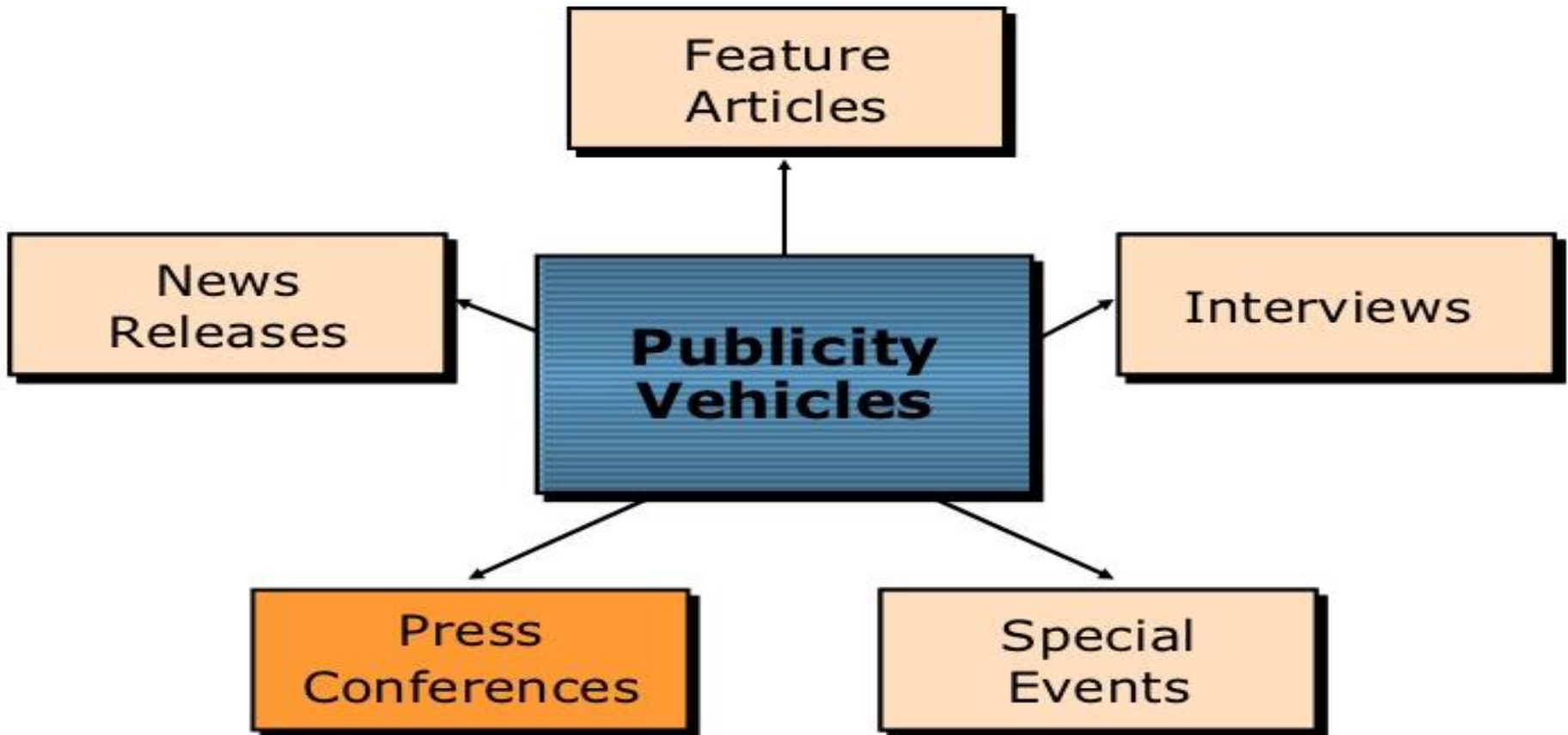
# Public Relations    พัชบลิค รีเลชั่น





# Publicity      พิธีบลิคซิด

## Publicity Vehicles



# Target Market    ทาร์เก็ต มาร์เก็ต



# Demographic ดีโมกราฟฟิก

## Country

## คันทรี



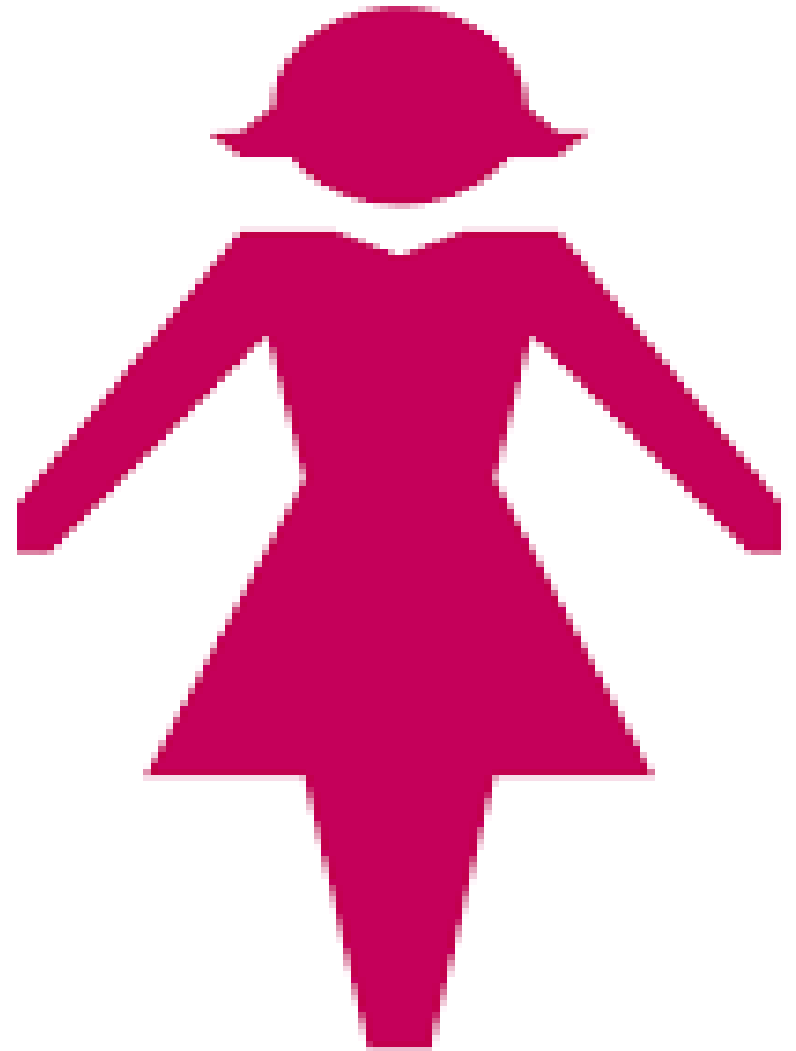
# Age

# အေ့



# Gender

# เจนเดอร์



# Education

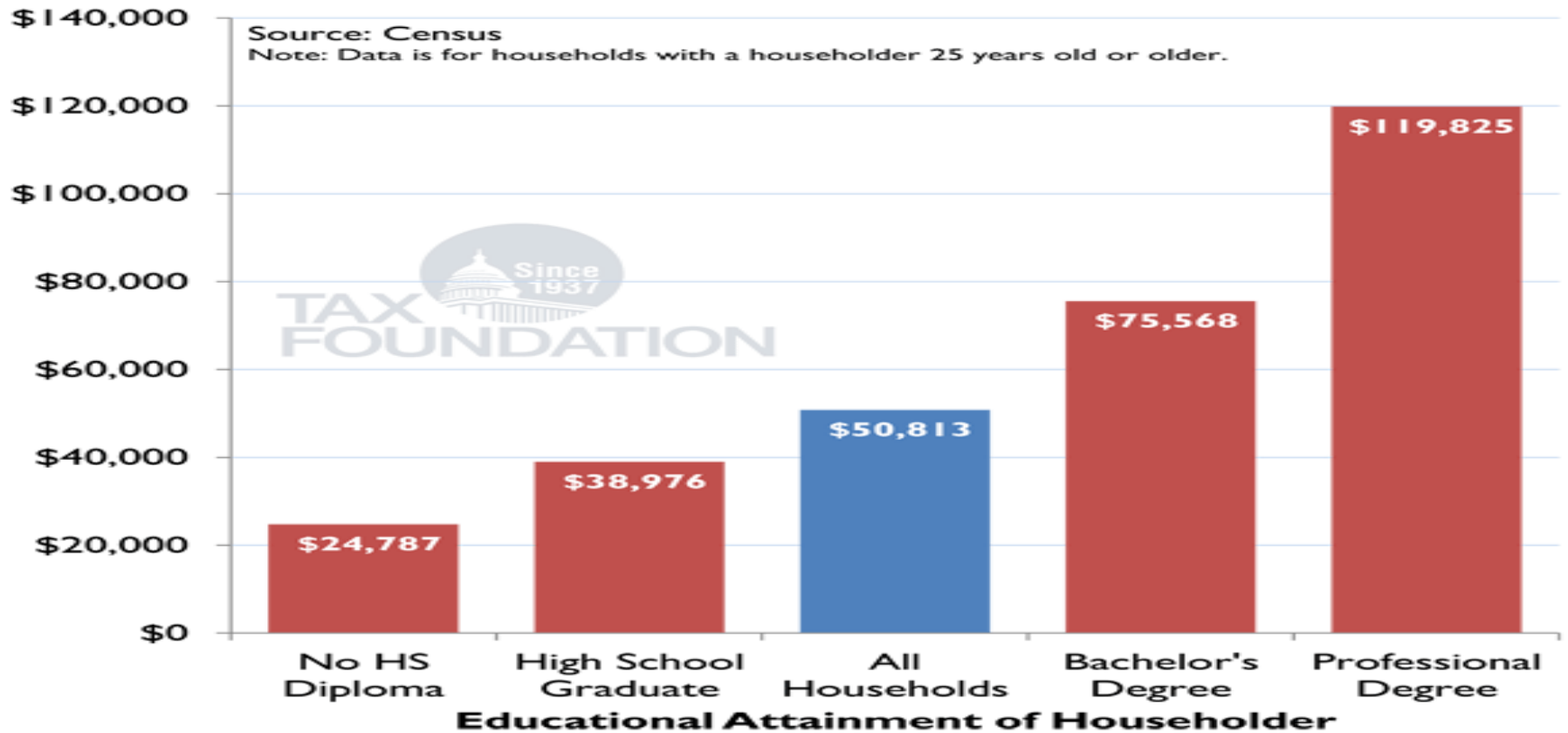
# เอดูเคชัน



# Income

# อินคัม

## Median Incomes Vary Greatly by Educational Attainment



One of the biggest contributors to rising inequality in America today is the growing earnings gulf between workers with college degrees and those without. Indeed, the median income for a worker with a 4-year college degree was \$75,568 in 2010. By contrast, the median income for a worker with only a high school diploma was nearly half as much—\$38,976. There is an even greater income disparity between those with high school diplomas and those with advanced degrees.

# Disposable Income ดิสโพสซาเบิล อินคัม





# Market Segmentation

มาร์เก็ต เซ็กเมนต์เทชั่น

## Main Bases of Segmentation

### Geographic

E.g. "Customers within 10 miles of the M25"

Customer location  
Region  
Urban / Rural  
ACORN classification

### Demographic

E.g. "A Level & University Students"

Age  
Gender  
Occupation  
Socio-economic group

### Behavioural

E.g. "Customers wanting a value for money impulse buy"

Rate of usage  
Benefits sought  
Loyalty status  
Readiness to purchase

### Psychographic

E.g. "Customers who prefer to buy organic food"

Personality  
Lifestyles  
Attitudes  
Class

# Value for money      วัสดุ ฟอรั่ม นันนี่



# Personality

# เพอร์สันนาลิตี



# Lifestyle

# ไลฟ์สไตล์



# Attitudes

## แอดทิทูดส

### Attitudes Towards Work

---

People have different attitudes toward work.

Some take it as a:

1. **Job:** Necessary way to make money.
2. **Career:** Opportunity to advance from one position to another.
3. **Calling:** Fulfilling a socially useful activity.

# **A. In What Areas of My Life Do I Need to Develop New Attitudes?**

7. Working
8. Treating my family correctly
9. Having proper attitudes toward sex
10. Obeying people in authority
11. Accepting myself
12. Changing my attitudes towards using drugs
13. Forgiving others

# Behavior

# บิเฮฟวิเออร์

## Attitudes and behavior

- consistency between attitudes and behavior is likely
- people tend to be consistent in different attitudes they hold
  - liberalism
  - vegetarianism...

# Corporate Social Responsibility

คอร์ปอเรต โซเชียล เรสปอนซิบิลิตี้





# Customer Relation Management

คัสตอมเมอร์ รีเลชั่น แมเนจเม้นท์





# Product- (Learn)

- A **tangible object** or an **intangible service** that is **mass produced** or manufactured on a large scale with a specific volume of units.
- Intangible products are often **service based** like the tourism industry & the hotel industry or codes-based products like **cell phone load and credits**.

# 1.Product

โปรดัก

## Product- (Learn)

- A **tangible object** or an **intangible service** that is **mass produced** or manufactured on a large scale with a specific volume of units.
- Intangible products are often **service based** like the tourism industry & the hotel industry or codes-based products like **cell phone load and credits**.

➤ Brand

แบรนด์

➤ Quality

ควอริตี้

➤ Benefit

เบเนฟิต

➤ Value

วาลู

# Service

เซอร์วิส

➤ Brand

แบรนด์

➤ Quality

ควอริตี้

➤ Benefit

เบเนฟิต

➤ Value

วาลู

INTERNATIONAL BRANDS

REGIONAL BRANDS

LUXURY

SOFITEL  
LUXURY HOTELS

SOFITEL  
*Legend*

So  
SOFITEL

UPSCALE

 pullman  
HOTELS AND RESORTS

 M  
GALLERY

 GRAND MERCURE  
THE SEBEL  
ASIA-PACIFIC

MIDSCALE

 NOVOTEL

 NOVOTEL

 Mercure  
HOTELS

 adagio  
aparthotel

ECONOMY

 ibis

 ibis  
STYLES

 ibis  
budget

 adagio  
aparthotel

hotelF1  
FRANCE



# How Price Fits into the Positioning Strategy





# 2.Price

# ไพรีซ

11-4

## How Price Fits into the Positioning Strategy



# Distribution Channel    ดิสทริบิวชัน ช่อง

- Tour Operators    ทัวริ ออเพอร์เรเตอร์ส
- Travel Agents    แทรเวล เอเจนส์
- Wholesalers    โฮลเซลเลอร์
- Direct sales    ไคเร็ค เซลส์

### 3. Place

เพลส

Distribution Channel    ดิสทริบิวชัน ชาเนล

- Tour Operators    ทัวริ ออเพอร์เรเตอร์ส
- Travel Agents    แทรเวล เอเจ้นส์
- Wholesalers    โฮลเซลเลอร์
- Direct sales    ไดเร็ค เซลส์

## - Online Reservation Agents

ออนไลน์ เรเซอร์เวชัน เอเจนส์

- Agoda                      อะโกด้า
- Booking.com              บุกกิง ค็อต คอม
- AirBnB                      แอร์บีแอนด์บี

# Distribution Chanel ดิสรทริบิวชั่น ชาเนล

## - Online Reservation Agents

ออนไลน์ เรเซอ์เวชั่น เอเจ้นส์

- Agoda                      อะ โกด้า
- Booking.com              บุกกิง ค็อท คอม
- AirBnB                      แอร์บีแอนบี

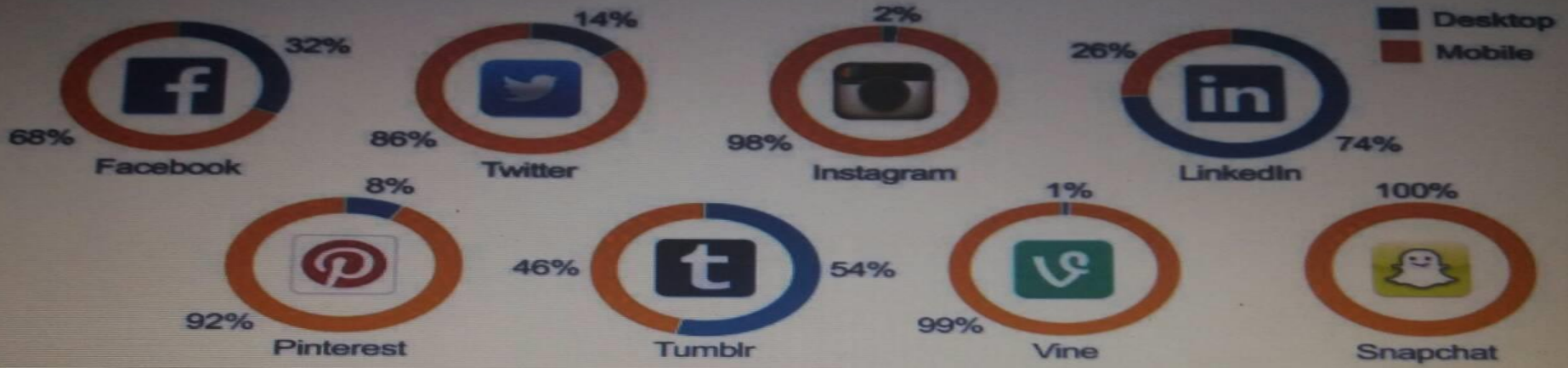
# Online Reservation Agents

ออนไลน์ เรเซอร์เวชัน เอเจ้นส์

- ▶ Traveloka      แทรเวลโลก้า
- ▶ Expedia      เอ็กซ์พีเดีย
- ▶ Hostelworld      โฮสเทลเวิร์ล
- ▶ TripAdvisor      ทริปแอดไวเซอร์

# Social Network Activity: Mobile vs. Desktop

% of time spent on social networks in the United States, by platform\*



THE WALL STREET JOURNAL \* December 2013, Age 18+

Source: comScore



statista

social media sharing aggregators

### The 5-3-2 Rule of Social Sharing

Content From Others

### SOCIALPLOT

Connect a Social Network

om/wsasia/status/452296177351135232

ollAE....jpg\_large social media.jpg\_large Social Media.jpg\_large integrate

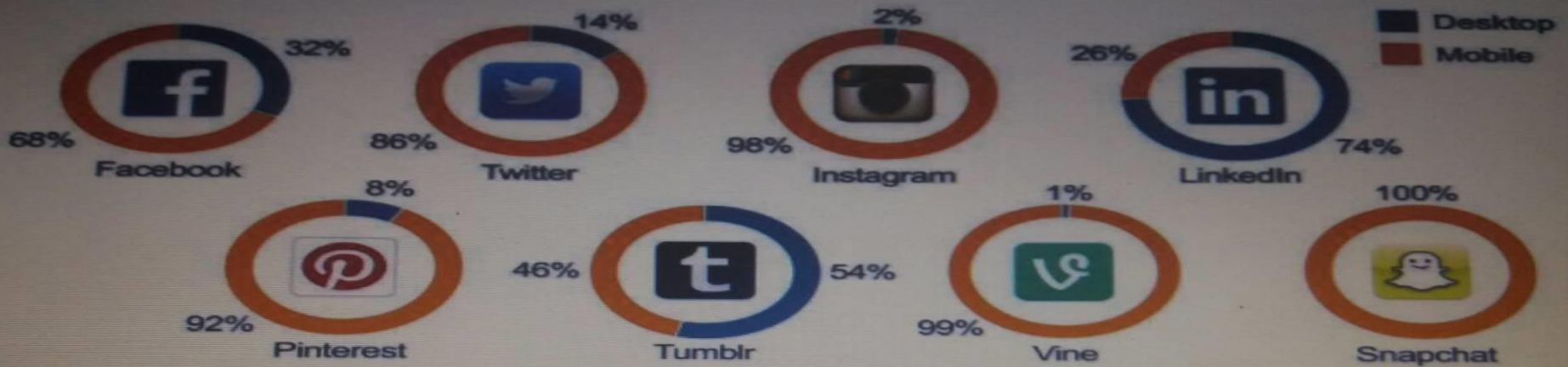


# Social media

# โซเชียลมีเดีย

## Social Network Activity: Mobile vs. Desktop

% of time spent on social networks in the United States, by platform\*



THE WALL STREET JOURNAL \* December 2013, Age 18+

Source: comScore



statista

TIKI BUSINESS MUSIC LIVECAST SOCIAL QMR  
NETWORK SOCIAL NETWORK MIND CONVERSATION APPS  
PUBLISHING social VIDEO SHARING SOCIAL  
GING 12 AGGREGATORS EVENT

om/wsasia/status/452296177351135232

### The 5-3-2 Rule of Social Sharing

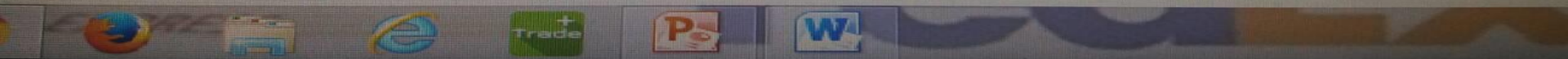
Content From Others

### SOCIALPLOT

Connect a Social Network

Facebook Twitter LinkedIn

ollAE....jpg\_large social media.jpg\_large Social Media.jpg\_large integrate





# Communication Mix คอมนูนิเคชัน มิกซ์



# 4.Promotion

โปรโมชั่น

Communication Mix

คอมมูนิเคชั่น มิกซ์



Featured Article

พีเจอร์ อาติกัล

Interview

อินเทอร์วิว

Press Conference เพร็ส คอนเฟอเรนซ์

Social Events

โซเชียล อีเว้นท์ส

# News Release      นิวส รีลีส

Featured Article      ฟีเจอร์์ อาติคัลด

Interview      อินเทอร์วิว

Press Conference      เพรส คอนเฟอเรนซ์

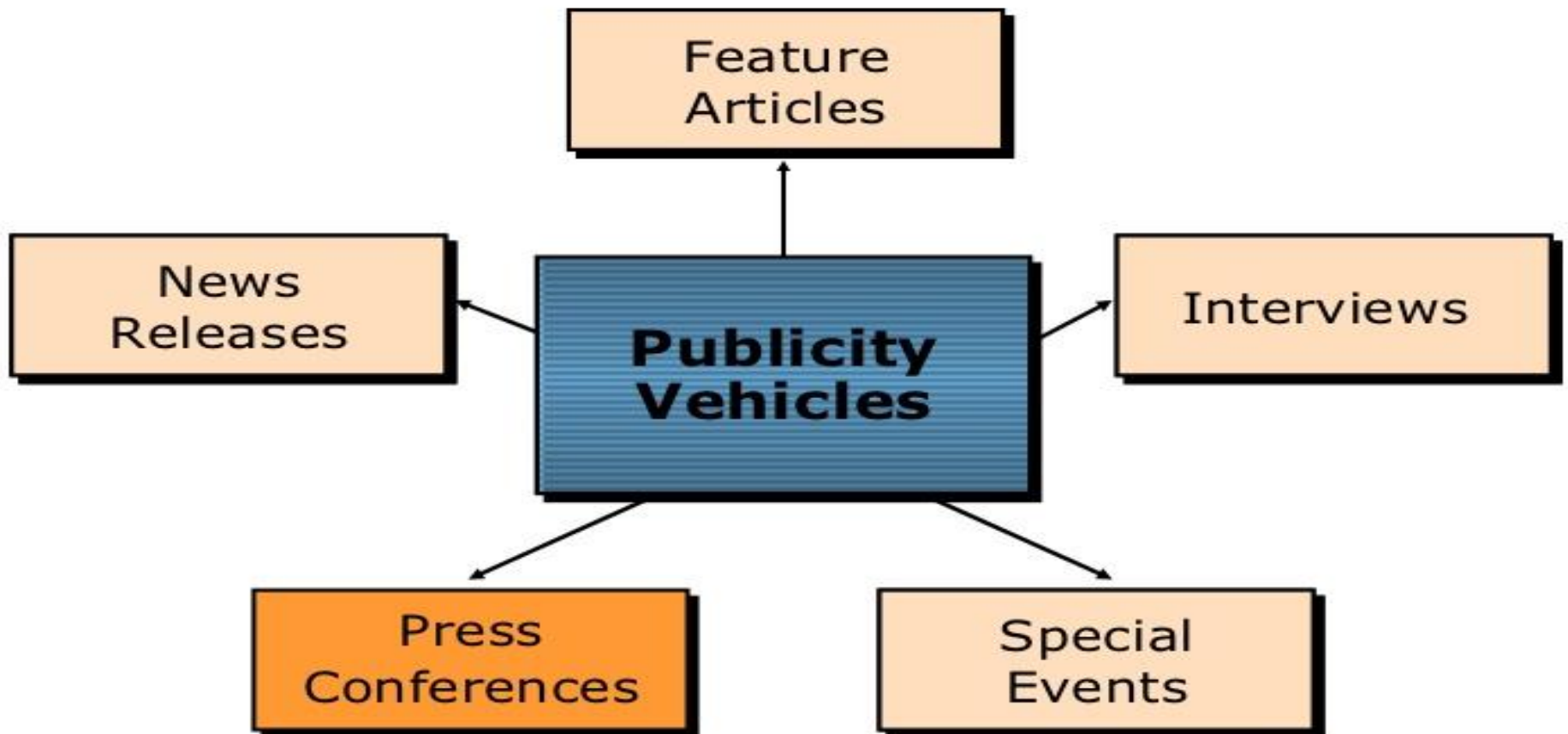
Social Events      โซเชียล อีเว้นท์ส



# Public Relations    พัชบลิค รีเลชั่น

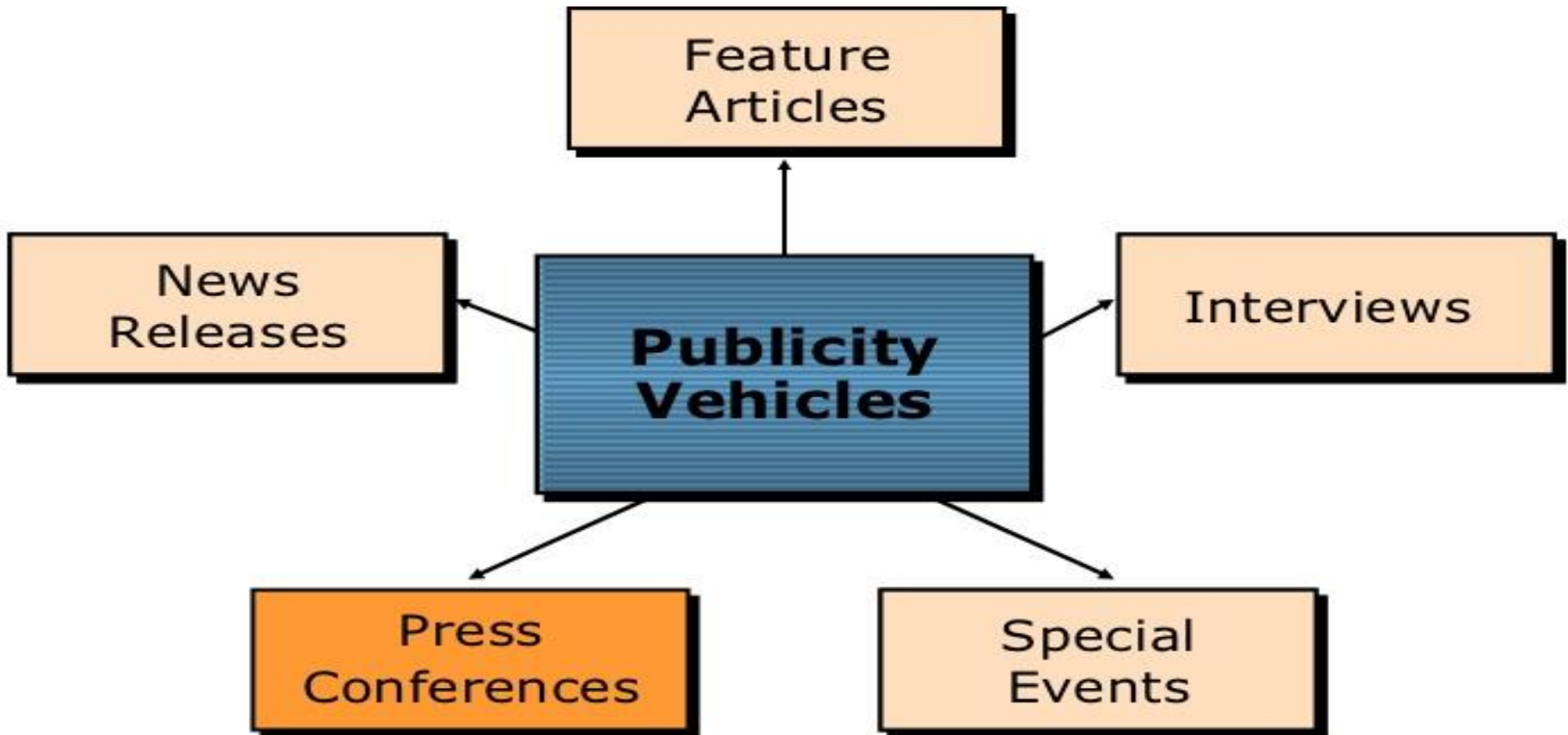


# Publicity Vehicles



# Publicity      พิบบลิตซิด

## Publicity Vehicles





**COUNTRY/REGION**

**URBAN/COUNTRY**

**AGE**

**GENDER**

**EDUCATION**

**CLASS**

# Target Market    ทาร์เก็ต มาร์เก็ต



# Country

# คัณฑ์



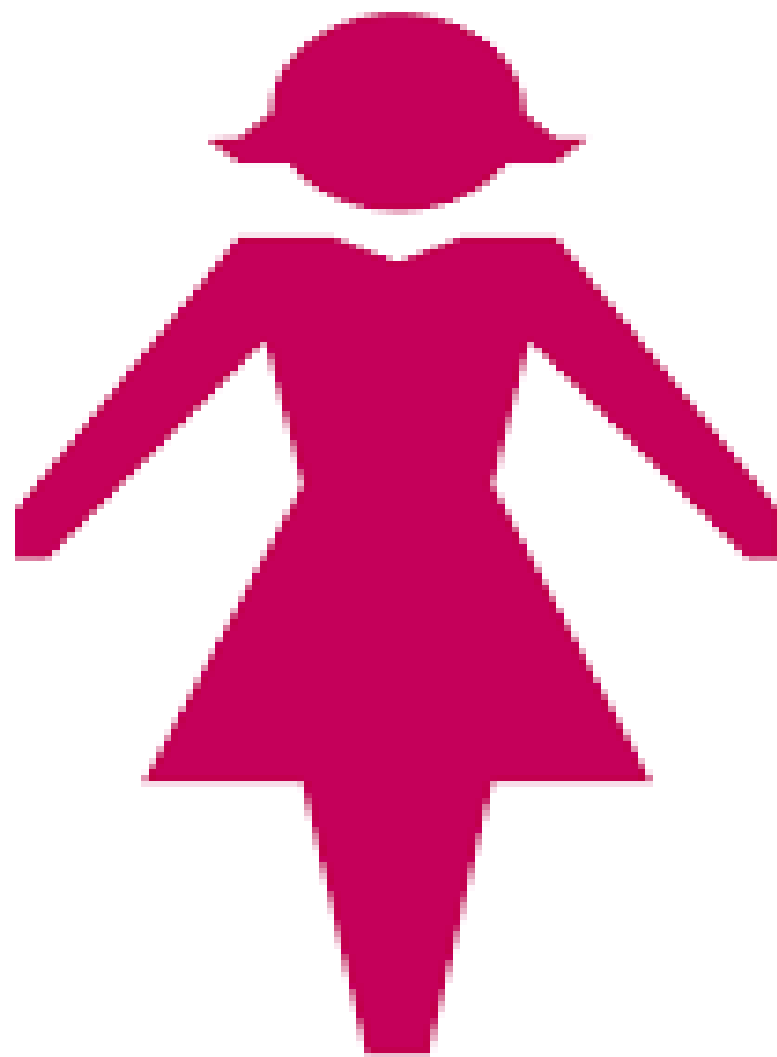




# Age

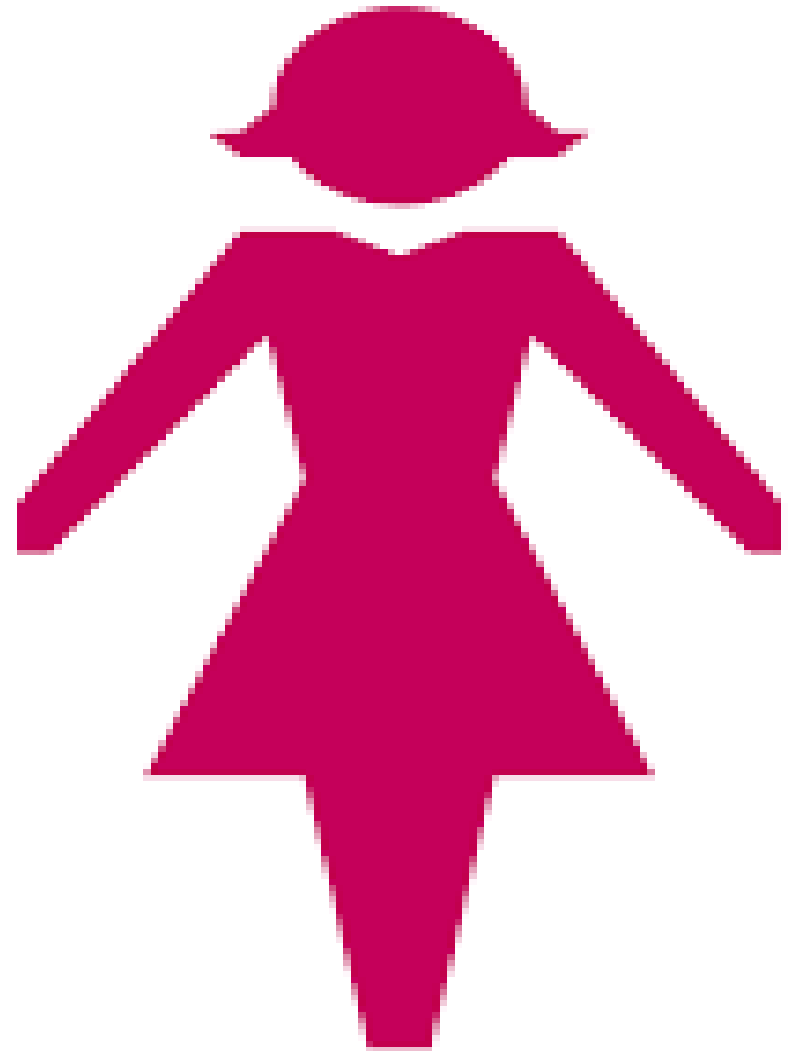
# အေ့





# Gender

# เจนเดอร์





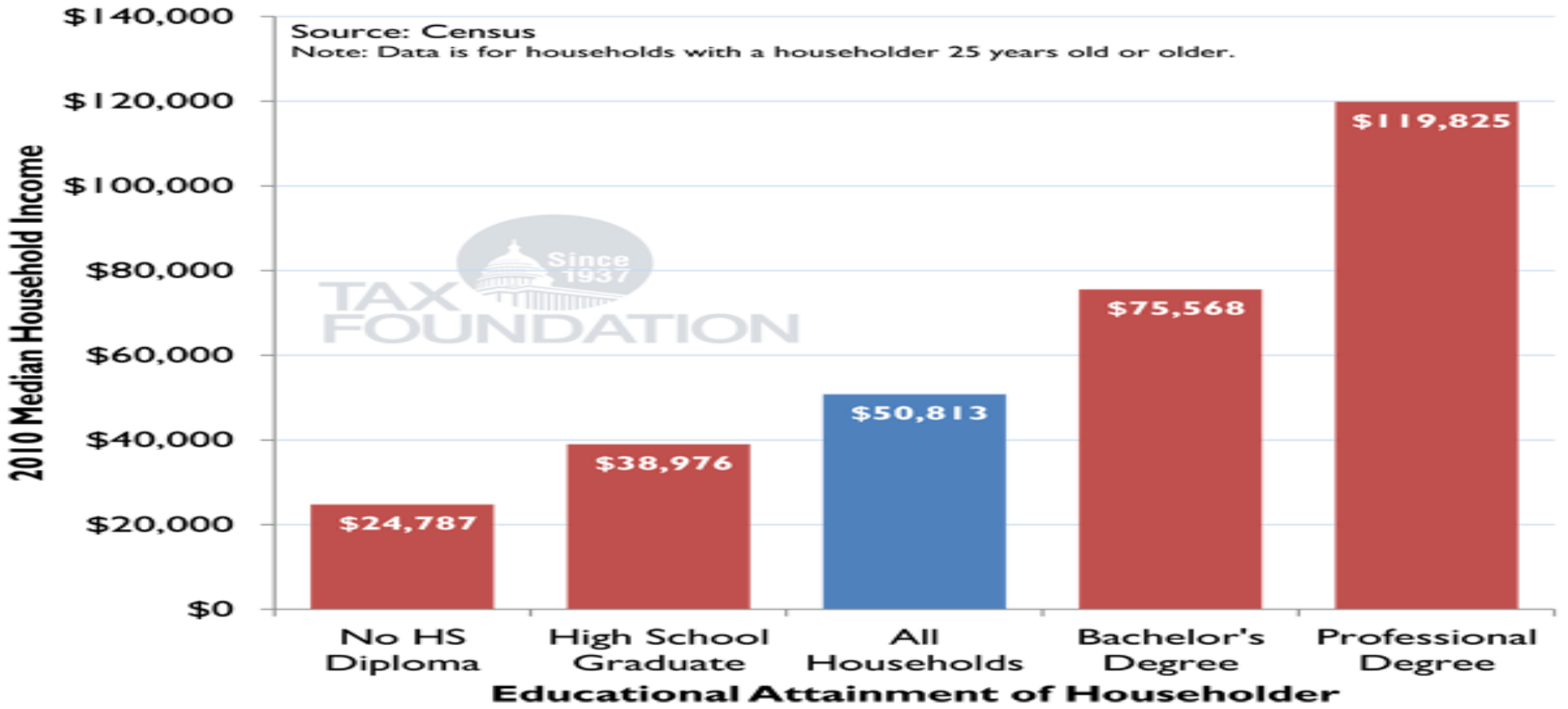


# Education

# เอดูเคชัน



## Median Incomes Vary Greatly by Educational Attainment

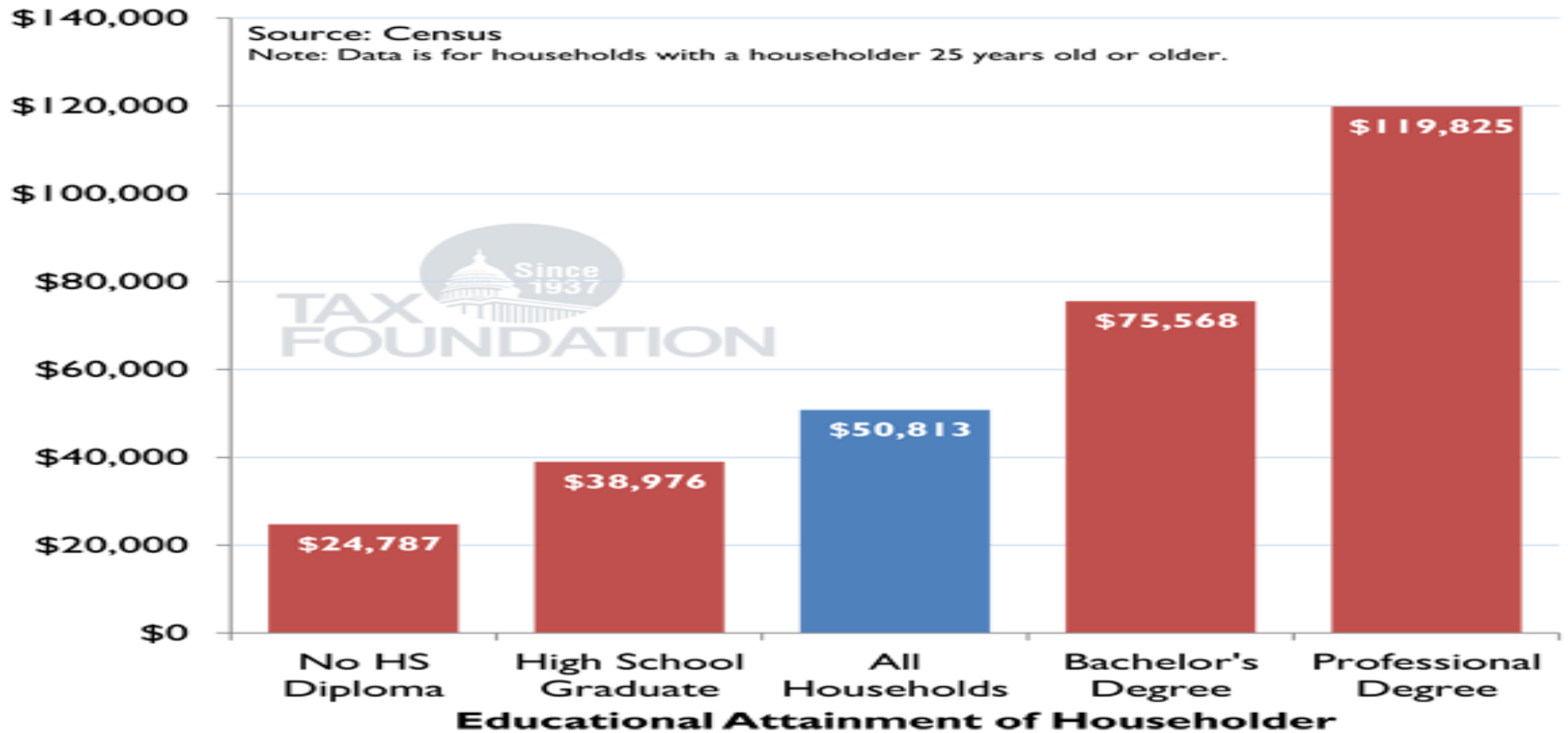


One of the biggest contributors to rising inequality in America today is the growing earnings gulf between workers with college degrees and those without. Indeed, the median income for a worker with a 4-year college degree was \$75,568 in 2010. By contrast, the median income for a worker with only a high school diploma was nearly half as much—\$38,976. There is an even greater income disparity between those with high school diplomas and those with advanced degrees.

# Income

# อินคัม

## Median Incomes Vary Greatly by Educational Attainment



One of the biggest contributors to rising inequality in America today is the growing earnings gulf between workers with college degrees and those without. Indeed, the median income for a worker with a 4-year college degree was \$75,568 in 2010. By contrast, the median income for a worker with only a high school diploma was nearly half as much—\$38,976. There is an even greater income disparity between those with high school diplomas and those with advanced degrees.



# Disposable Income ดิสโพสซาเบิล อินคัม



# Main Bases of Segmentation

## Geographic

E.g. "Customers within 10 miles of the M25"

Customer location  
Region  
Urban / Rural  
ACORN classification

## Demographic

E.g. "A Level & University Students"

Age  
Gender  
Occupation  
Socio-economic group

## Behavioural

E.g. "Customers wanting a value for money impulse buy"

Rate of usage  
Benefits sought  
Loyalty status  
Readiness to purchase

## Psychographic

E.g. "Customers who prefer to buy organic food"

Personality  
Lifestyles  
Attitudes  
Class

# Market Segmentation

มาร์เก็ตติ้ง เซ็กเมนต์เทชั่น

## Main Bases of Segmentation

### Geographic

E.g. "Customers within 10 miles of the M25"

Customer location  
Region  
Urban / Rural  
ACORN classification

### Demographic

E.g. "A Level & University Students"

Age  
Gender  
Occupation  
Socio-economic group

### Behavioural

E.g. "Customers wanting a value for money impulse buy"

Rate of usage  
Benefits sought  
Loyalty status  
Readiness to purchase

### Psychographic

E.g. "Customers who prefer to buy organic food"

Personality  
Lifestyles  
Attitudes  
Class





# Value for money    วัสดุ ฟอรั่ม นันนี่





# Personality

# เพอร์สันนาลิตี





# Lifestyle

# ไลฟ์สไตล์





# Attitudes Towards Work

---

People have different attitudes toward work.

Some take it as a:

1. **Job:** Necessary way to make money.
2. **Career:** Opportunity to advance from one position to another.
3. **Calling:** Fulfilling a socially useful activity.

# Attitudes

## แอดทิทูดส

### Attitudes Towards Work

---

People have different attitudes toward work.

Some take it as a:

1. **Job:** Necessary way to make money.
2. **Career:** Opportunity to advance from one position to another.
3. **Calling:** Fulfilling a socially useful activity.





# Corporate Social Responsibility

คอร์ปอเรต โซเชียล เรสปอนซิบิลิตี้





# Customer Relation Management

คัสตอมเมอร์ รีเลชั่น แมเนจเม้นท์



**The end**