

饭店服务新理念

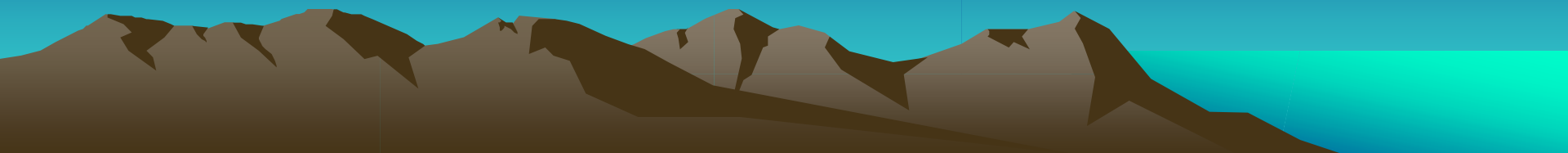
主讲 檀孝林



目的：

思想决定行为
脑袋决定口袋
观念决定财富
思路决定出路

- ◆变“手脚管理”为“头脑管理”，提升管理品质
- ◆思想高度统一的员工队伍是企业效劳质量建设的根本保证



第一讲：效劳意识

一、酒店产品的概念

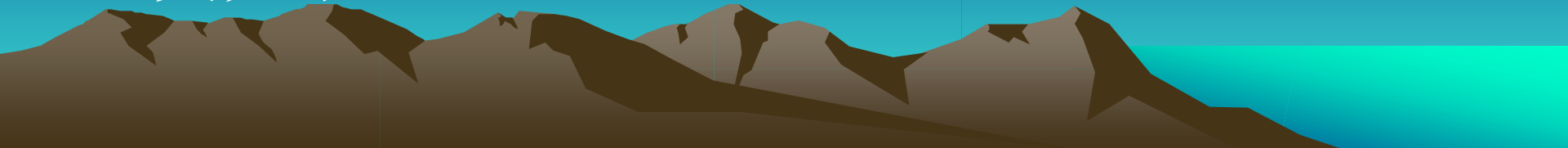
◆中方观点

酒店产品=硬件+软件〔更重要〕

是以有形的设施和空间及无形的时间和劳动向客人提出的各种效劳。

◆西方观点

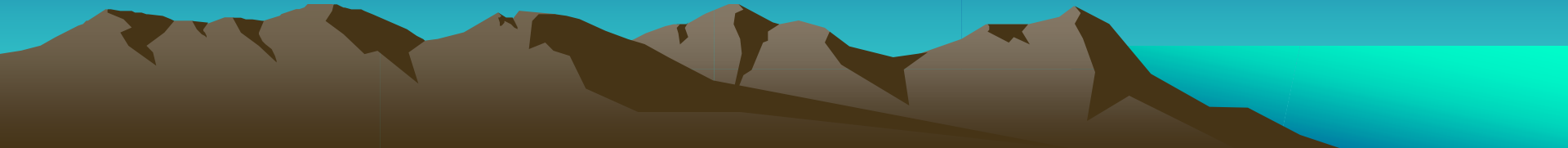
认为效劳就是**SERVICE**，组成字母含义如下：



S----smile〔微笑〕：指效劳员应该对每一位宾客提供微笑效劳。

E----excellent〔出色〕：指效劳员应该将每一道效劳程序，每一微小效劳都做的很出色。

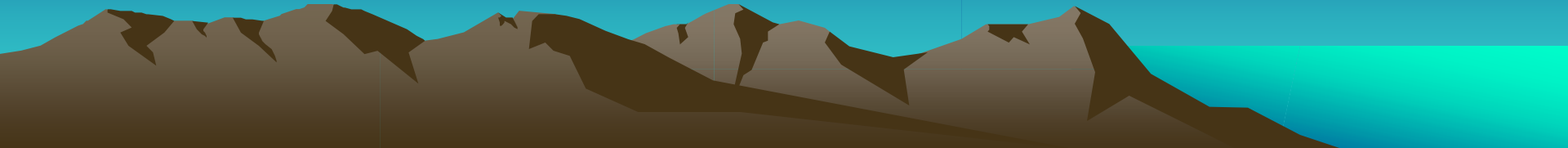
R----ready〔准备好〕：指效劳员应准备好随时为宾客提供效劳。



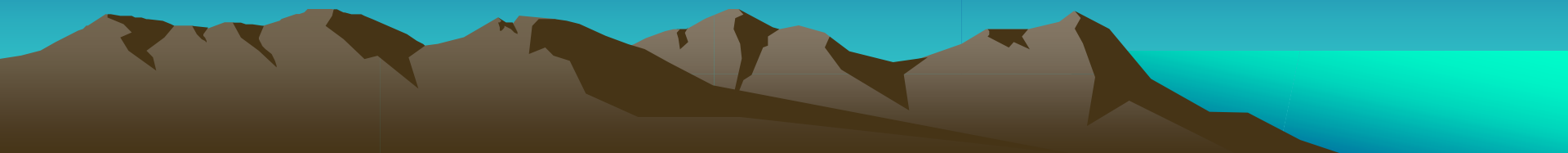
V---viewing〔看待〕：是指效劳员应该将每一位宾客都看着贵宾。

I---inviting〔邀请〕：指效劳员在每一次接待效劳结束时，都应该显示出诚意和敬意，主动邀请宾客再光临。

C---creating〔创造〕：指每一位效劳员都应该想方设法精心创造出使宾客能够享受其热情效劳的气氛。

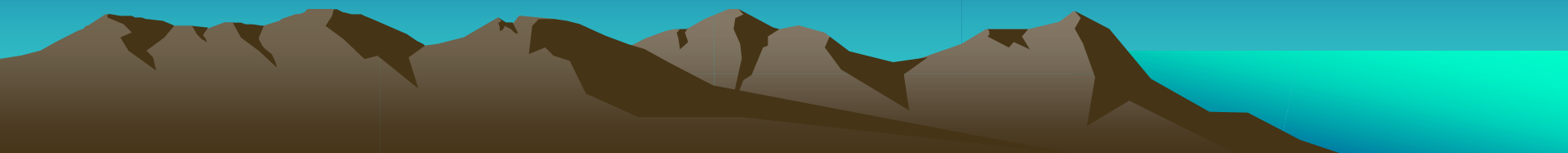


E----eye〔眼光〕：目光关注、效劳及时。使宾客时刻感受到效劳员在关心他。



二：酒店产品的根本特征

- 1、无形性
- 2、即时性或生产和消费的同时性
- 3、不可贮藏性
- 4、产品质量的可变性
- 5、季节性
- 6、酒店的社会形象对酒店顾客的影响。
(金杯银杯比不上消费者的口碑)



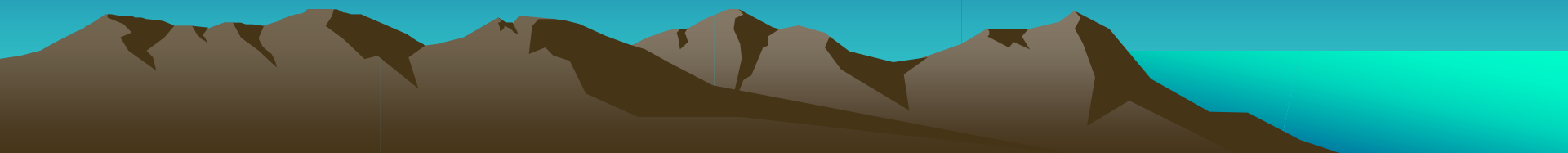
三、效劳意识的含义

◆概念

效劳意识是对饭店效劳员的职责、义务、标准、标准、要求的认识要求效劳员时刻保持“客人在我心中”的敏感意识。

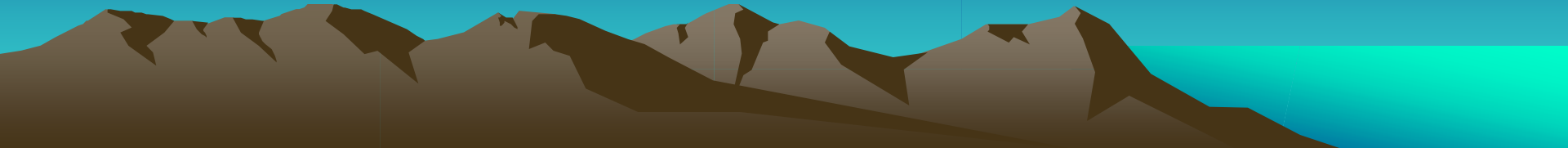
◆核心内容

宾客至上



四、效劳意识的开展历程

客人永远不会错〔1898年，贵族饭店时期代表人物里兹提出来的〕→客人永远是对的〔1908年商业饭店时期代表人物斯塔特勒提出来的〕→客人非常满意理论。



五、酒店效劳意识根本内容

1、效劳仪表

1) 微笑效劳

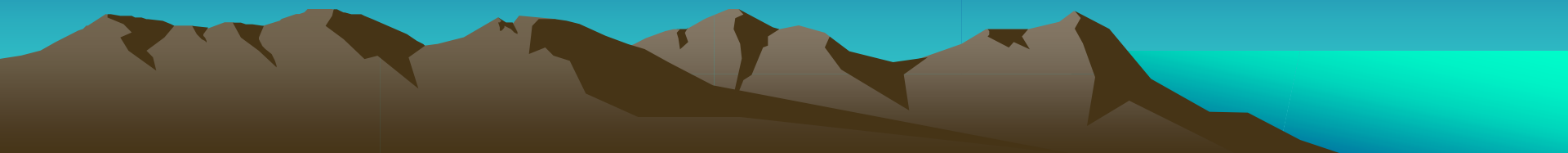
2) 容貌修饰

3) 个人卫生

4) 着装整洁

2、效劳言谈

1) 遇到宾客时



2) 谈话距离

3) 说话语气

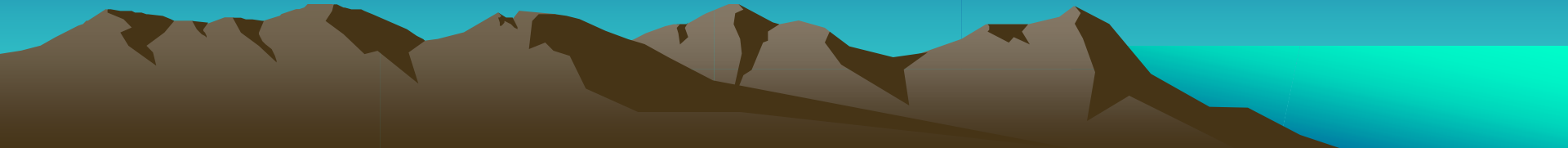
4) 提问艺术

5) 倾听

3、效劳举止

1) 坐、立、行符合国标

2) 不吃强异味食品



3) 三轻效劳

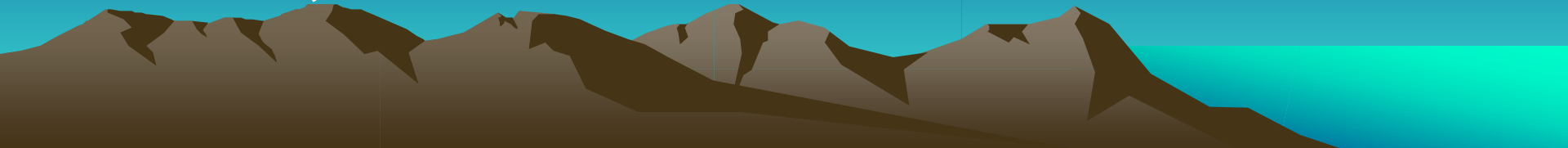
4) 客人“挡道”时语言技巧

5) 对特殊客人〔着装怪异、生理残缺〕禁止议论

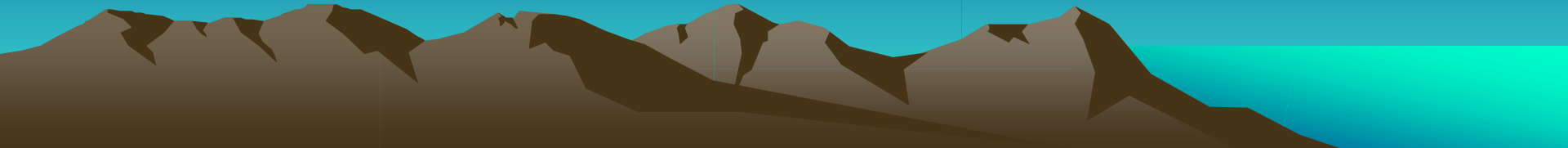
4、效劳礼仪

1) 效劳礼宾顺序

2) 不打听宾客忌讳的信息〔年龄、职务及收入等〕

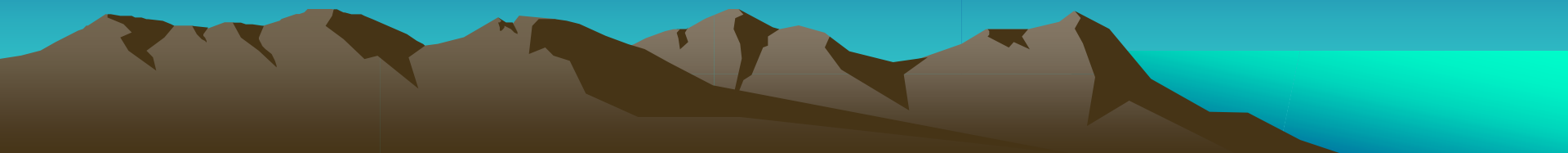


- 3) 接受赠品的策略
- 4) 其他礼貌行为



六、如何争创宾客非常满意效劳

- 1、了解宾客角色〔研究客人是“什么”〕
 - 1) 客人是具有优越感的人〔供求关系〕
 - 2) 客人是情绪型的自由人〔工作角色〕
 - 3) 客人需要善意的骗
 - 4) 客人是寻求享受的人
 - 5) 客人是最爱表现的人
 - 6) 客人是最爱面子的人



◆客人是我们的领导和朋友

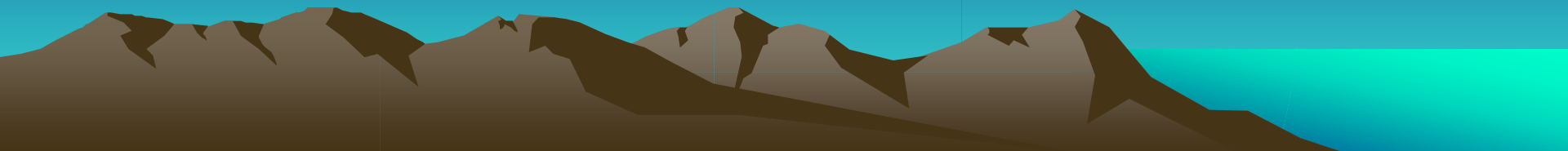
A尊重

B绝对服从

C尽量把事情做好

D如果事情执行确有难度，先诚恳接受后
委婉拒绝

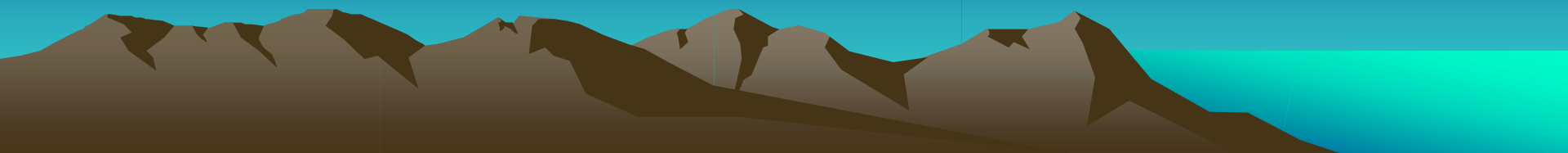
E要学会换位思考，时刻树立“他人在我
心中”的观念



2、了解内容、有效工作

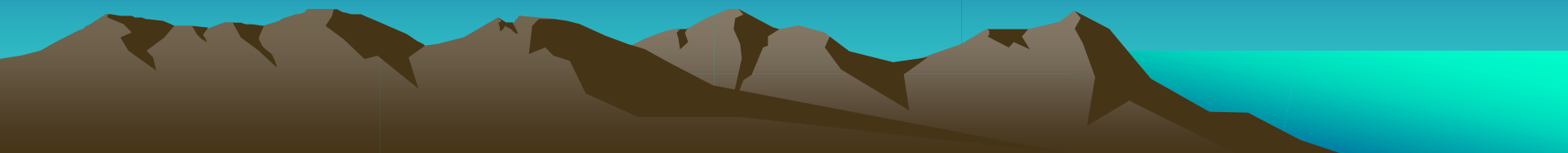
- 1) 效劳的标准化和有效性
- 2) 效劳的个性化和人情味
- 3) 欢送客人投诉，改善效劳质量
- 4) 推行“首问负责制”，不要让客人带着不满

离开饭店

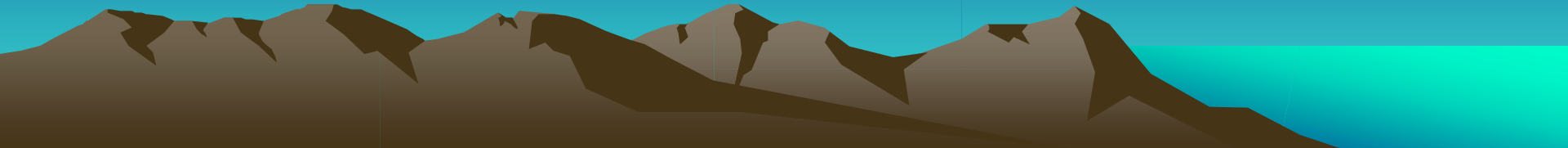


名言

- ◆我们的收入来自客人的消费，客人是我们的衣食父母。
- ◆客人不是慈善家，客人需要我们提供舒适完善的效劳。
- ◆客人的需求和饭店的效劳标准是我们提供效劳的根本依据。



- ◆我们要以我们优良行为去感化客人，而不被社会上的传统陋习而同化。
- ◆宁可自己辛苦麻烦一点，也要给客人提供方便，创造欢乐。
- ◆尽管你有很好的口才，但是客人不是你争论的对象。



第二讲、质量意识

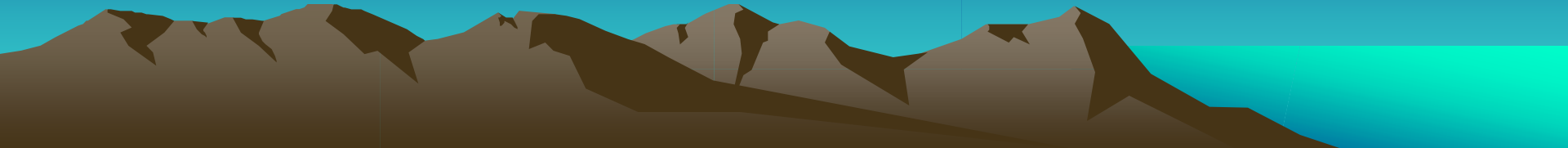
一、效劳质量的含义

效劳质量，是指酒店为宾客提供的效劳适合和满足需要的程度，或者说，是指效劳能够满足宾客需求特性的总和。

二、效劳质量的特性

效劳质量的特性主要表现在以下几个方面：

1、功能性



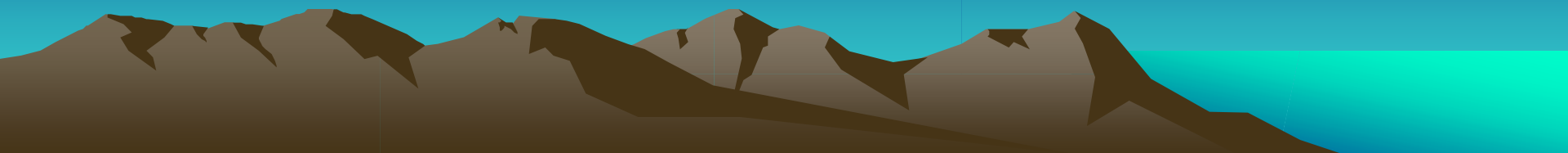
2、经济性

3、平安性

4、时间性

5、舒适性

6、文明性

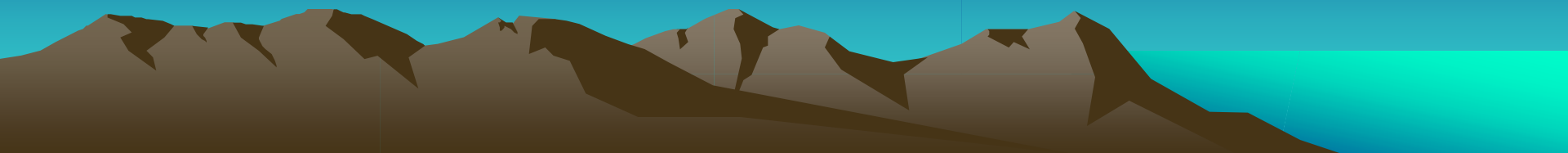


三、效劳质量的重要性

以质量求生存，以质量求信誉，以质量赢得市场，以质量赢得效益，效劳质量是酒店的生命线，质量就是效益。

四、效劳质量的根本内容

酒店效劳质量的内容，可分为总体内容和根本内容两种：



就总体内容来讲，有“硬件” 和“软件” 内容
之分；就根本内容之分，大致可包括以下7个方面：

1、优良的效劳态度

〔1〕 主动热情

〔2〕 耐心周到

〔3〕 文明礼貌

2、完好的效劳设备

3、齐全的效劳工程

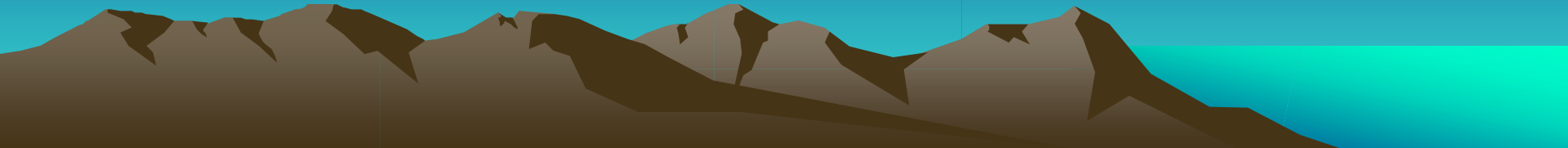
4、灵活的效劳方式

〔1〕适当的营业时间

〔2〕简便的业务手续

〔3〕舒适的休息场所

〔4〕得力的应急措施



〔5〕 份外的主动效劳

〔6〕 方便的规章制度

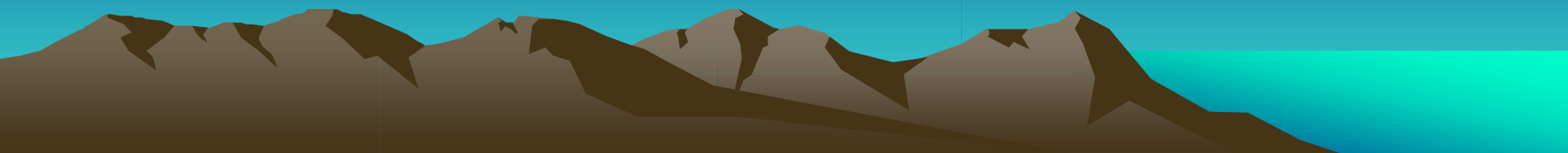
〔7〕 机动的收费标准

5、 娴熟的效劳技能

6、 科学的效劳程序

7、 快速的效劳效率

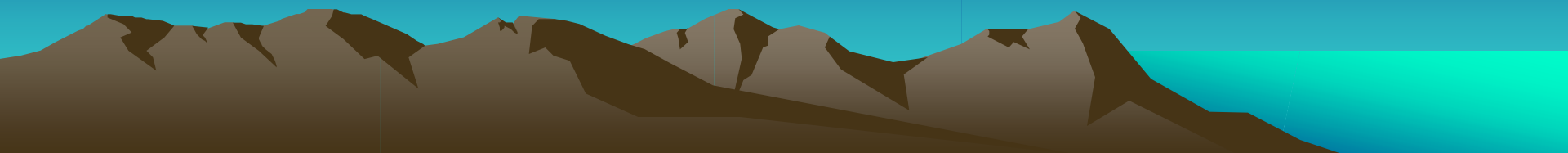
酒店效劳质量的黄金标准：



- ◆但凡客人看到的都必须是整洁美观的
- ◆但凡提供给客人使用的都是平安有效的
- ◆但凡客人需要的都必须及时满足
- ◆但凡饭店的员工见到客人都必须是亲切礼貌的

五、精品意识

精品意识是“宾至如归”的突破，她强调“饭店提供给宾客的是一种经历，一种美好而值得回味的经历”



以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：<https://d.book118.com/376015201123010132>