

酒店培训

第一章

酒店职员任职通常要求

第一节 职员基础素质培训

培训对象 酒店全体职员

培训目标 提升酒店全体职员素质，为
客人提供优质服务

培训关键点 职员服务知识

职员从业能力

职员从业观念

职员从业心理

酒店职员基础素质包含思想素质、业务素质、心理素质等方面。在日常酒店工作中，能够将其具体化为丰富酒店服务知识、随机应变服务能力和热情周到服务态度等方面。

一、职员服务知识

酒店服务知识是酒店职员为了愈加好地提供服务而应该知道多种和服务相关信息总和。掌握酒店服务知识是酒店各项工作得以开展最基础性东西，只有在了解了丰富知识基础上，才能顺利地向客人提供优质服务。

1.了解丰富服务知识作用

(1)增加服务熟练程度，降低服务中差错

假如酒店职员能熟练地掌握自己所在岗位服务知识，就会在为客人服务中游刃有余，妥帖周到。不然就轻易发生差错，引发客人不满。

(2)增加服务便捷性，提升酒店职员对客人工作效率

丰富知识能够使服务随口而至，随手而来，使客人所需要服务能够立即、熟练地得到正确提供。而酒店也能因效率极大提升为更多客人提供更为周到服务。

(3)降低酒店职员在提供服务中不确定性

丰富服务知识能够在很大程度上消除服务中不确定方面，从而使酒店职员在服务中更有针对性，降低差错率。

(4)降低客人对于环境状态了解不确定性

假如酒店职员能比较熟悉地向客人介绍当地交通、旅游、饮食等方面信息，使客人对所处环境有一个比较清楚了解，客人对酒店满意度自然就会增加。

2.职员服务知识培训内容

(1)酒店及酒店所处环境基础情况

一般而言，当客人对陌生环境能够很快了解时，客人心理就会产生稳定感。而这种稳定感便起源于酒店职员对对应环境背景知识掌握。酒店职员必需掌握环境方面知识关键有：

- ①酒店公共设施、营业场所分布及其功效。
- ②酒店所能提供关键服务项目、特色服务及各服务目标分布。
- ③酒店各服务目标具体服务内容、服务时限、服务部门及联络方法。
- ④酒店所处地理位置，酒店所处城市交通、旅游、文化、娱乐、购物场所分布及到这些场所方法、路径。
- ⑤酒店组织结构、各部门相关职能、下属机构及相关高层管理人员情况。

⑥酒店管理目标、服务宗旨及其相关文化。

(2)职员应含有文化知识

为了服务好客人，使客人产生宾至如归感觉，酒店职员必需掌握丰富文化知识，包含历史知识、地理知识、国际知识、语言知识等方面。从而能够使酒店职员在面对不一样客人时能够塑出和客人背景对应服务角色，和客人进行良好沟通。酒店职员除了利用业余时间从书本上学习知识外，还能够在平时接待客人中积累；同时酒店也应该进行有针对性培训。

(3)职员岗位职责培训内容

- ①本岗位职能、关键性及其在酒店中所处位置。
- ②本岗位工作对象、具体任务、工作标准、效率要求、质量要求、服务态度及其应该承担责任、职责范围。
- ③本岗位工作步骤、工作要求、奖惩方法、安全及国家行政机关对对应行业管理要求。
- ④本岗位工作任务所包含酒店相关硬件设施、设备工具操作、管理，机电等设备、工具使用，应该知原理、知性能、知用途，即通常所说“三知”；另外还应该会使用、会简单维修、会日常保养，即“三会”。
- ⑤掌握酒店软管理方法如相关票据、账单、表格填写方法、填写要求和填写要求。

二、职员从业能力

1.驾驭自如语言能力

语言是酒店职员和客人建立良好关系、留下深刻印象关键工具和路径。

语言不仅是交际、表示工具，它本身还反应、传达酒店企业文化、职员精神状态等辅助信息。酒店职员语言能力利用关键表现在以下多个方面：

(1)语气

酒店职员在表示时，要注意语气自然流畅、和蔼可亲，在语速上保持匀速表示，任何时候全部要心平气和，礼貌有加。

(2)语法

语法利用要正确。关键讲是语句成份结构搭配正确无误，其关键指句子成份搭配是不是正确，词性是不是被误用等。

(3)逻辑

逻辑讲是语句因果关系、递进关系等方面正确使用。这是语言表示中一个很关键方面，逻辑不清或错误句子很轻易被客人误解。

(4)身体语言

身体语言在表示中起着很关键作用，在人际交往中，身体语言甚至在某种程度上超出了语言本身关键性。酒店职员在利用语言表示时，应该合适地使用身体语言，共同结构出让客人感到易于接收和感到满意表示气氛。

(5)表示时机和表示对象

酒店职员应该依据客人需要服务项目、酒店地点、客人身份、客人心理状态等具体情况采取合适得体语言进行表示。

2.牢牢吸引客人交际能力

人际交往所产生魅力是很强大，它使客人对酒店职员及酒店产生很深刻印象，而良好交际能力则是酒店职员在服务中实现这些目标关键基础。

(1)酒店职员在和客人交往中，首先应把客人看成“熟悉陌生人”

每一位新来客人尽管对于酒店职员全部是陌生，但在交往时，却要把客人看成已经相处很长时间老朋友来看待，这么，酒店职员在提供服务时，便会摆脱过于机械客套和被动应付状态，使客人感觉到一个比较自然但又出自真心诚意礼遇。

(2)给客人留下美好第一印象

第一印象对人际交往建立和维持是很关键，给人记忆最深常常是第一次接触所留下印象。而仪表、仪态优美，真诚微笑，无微不至礼貌则是给客人留下美好第一印象关键。

(3)人际关系建立还应该始有终，持之以恒

每一个酒店职员全部应该持之以恒地和客人建立良好人际关系，不能因自己一时失误和思索不周而使客人感到怠慢，从而断送自己在其它时候和其它职员和客人所建立良好人际关系。

3.敏锐观察能力

观察能力实质就在于善于想客人之所想，将自己置身于客人处境中，在客人开口言明之前将服务立即、妥帖地送到。酒店职员敏锐观察能力关键表现在以下方面：

(1)善于观察客人身份、外貌

客人是千差万别，不一样年纪、不一样性别、不一样职业客人对服务需求也是不一样。客人在不一样场所、不一样状态下，其需求也是不一样。

(2)善于观察客人语言，从中捕捉客人服务需求

酒店职员从和客人交际谈话或客人之间谈话、客人自言自语中，往往能够分辨出客人心理状态、喜好、爱好及欠满意地方。

(3)善于观察客人情绪

不合适亦步亦趋，只会使客人感到心理上压力。所以，既要使客人感到酒店职员服务无处不在，又要使客人感到轻松自如，这么使客人既感到自由空间被尊重，又时时能体会到酒店关切性服务。

(4)善于观察客人心理状态

客人心理很微妙地表现在客人言行举止中，酒店职员在观察那些有声语言同时，还要注意经过客人行为、动作、仪态等无声语言来揣度客人细微心理。

4.深刻记忆能力

(1)深刻记忆能力能够产生作用

①使客人所需要服务能够得到立即、正确提供。

a.提供资信立即服务

在酒店服务中，客人常常会向酒店职员提出部分如酒店服务项目、服务设施、特色菜肴、烟酒茶、点心价格特点或周围城市交通、旅游等方面问题，酒店职员此时就要以自己平时从经验中得来或有目标积累为客人一一解答，使客人能够立即了解自己所需要多种信息。

b.实体性延时服务

客人会有部分托付酒店职员办理事宜，在这些服务项目提出到提供之间有一个或长或短时间差，这时就需要酒店职员能牢牢地记住客人所需服务，并在稍后时间中正确地给予提供，不会使客人所需服务被迫延时或干脆因为被遗忘而得不到满足。

②使酒店职员在提供服务中利用自如，不出差错。

酒店中各部门服务工作已经形成了比较稳定和成熟服务程序和服务规范，只有严格地推行这些服务要求，酒店服务工作才会做得完美得体。这就需要酒店职员切记相对复杂服务规范，在这个基础上才能谈得上在服务中娴熟自如地利用。

③使酒店服务资源能够得到最大程度挖掘利用。

酒店相对复杂服务设施分布、特色对于初来乍到客人来说，是比较陌生。但作为酒店职员却应该对其中服务设施了如指掌，在客人需要时候，酒店职员就能够如数家珍地一一加以介绍，从而使酒店服务资源能够立即地为客人所知。

④使客人能够得到个性化、有针对性周到服务。

客人是一个异常复杂群体，她们喜好、个性特点等是千差万别，所以酒店对于客人所提供服务也是因人而异，这就需要酒店职员对客人情况有一定程度了解。当一位再次光临酒店或第二次消费同一项目客人到来，酒店职员便能够依据自己记忆能力快速地把握客人特征，从而能够为客人提供更有效、更有针对性服务。

⑤使客人能够从职员细节记忆中感受到自己关键性和被尊重。

假如一位客人姓名、籍贯、职业、性格、爱好爱好、饮食习惯等被酒店职员记住，并在和客人交往中能够被酒店职员合适地表现出来，客人将会感到有种受尊重、被重视感，从中感受到自己存在意义和价值，这有利于客人对酒店产生相当良好印象。

(2)常见记忆方法

①反复式强化记忆

记忆是靠数次反复不停强化脑神经细胞结果，通常来说，反复记忆次数越多，一样东西就轻易被记住。这就要求酒店职员不仅在平时服务中记忆，在休息或待命状态时，也要不停地反复强化。

②了解式记忆

当一样东西被了解了时候，记忆就深刻。所以，对那些一时难以记住复杂事物，能够先搞清楚它是凭什么原理工作，为何要这么，搞清楚了以后，“骨头”就会很快地被啃下来。

③特征式记忆

当大家把握了某一事物特点时，记忆就会比较深刻。比如一位客人鼻梁比较高，或像自己认识某个人，这位客人其它隶属特征就轻易被顺带地记住。

④实践中校错记忆

有部分东西确实并不是一下子就能记住，而是需要和实践结合起来。经过实际操作几次，再对照服务程序、规范，看有哪些和之不相符合，然后再校正过来，这么记忆印象就比较深刻。

5.灵活机智应变能力

灵活机智应变能力，对酒店职员而言，关键表现在突发事件处理上。

遇上突发事件，酒店职员应该做到：

- (1)快速了解矛盾产生原因，客人动机，并善意地加以疏导。
- (2)用克制和礼貌方法劝说客人心平气和地商议处理，这么态度常常是使客人忿忿之情得以平息“镇静剂”。
- (3)立即采取多种方法使矛盾快速得四处理，使客人能得到较满意答案。并尽可能使事情影响控制在最小范围，在其它客人面前树立酒店坦诚、大度、友好服务形象。
- (4)酒店职员应该本着“客人永远是正确”宗旨，善于站在客人立场上，在维护酒店声誉基础上尽可能设身处地为客人着想，而不要过多地想维护自己面子。所以，在处理突发性事件时，不管过失在自己方还是在客人方，职员均要作合适让步。

6.主动热情营销能力

酒店职员除了完成自己本职员作外，还应该主动地向客人介绍酒店多种服务项目，向客人推销酒店。即使酒店设有专门人员进行营销，但她们关键职责是一个外部营销，内部营销则需要各个岗位职员共同来做。

- (1)酒店职员应该对酒店各项服务有一个通盘了解，并善于观察、分析客人消费需求、消费心理，在客人感爱好情况下，让酒店项目产品得到充足知悉和销售。
- (2)酒店职员不能坐等客人要求提供服务，而应该善于抓住机会向客人推销酒店多种服务产品、服务设施，充足挖掘客人消费潜力。
- (3)只有全员全部关心酒店营销，四处感受一个市场意识，酒店职员才能抓住每一个时机做好对客人内部营销工作。

三、职员从业观念

树立正确观念对于酒店职员来说是很关键，它不仅能有效地预防酒店职员在工作中消极行为，而且有利于使酒店职员工作变得更有针对性和更有意义。

1.树立正确从业观念关键性

(1)它是酒店职员工作时参考坐标

①观念对职员平时工作起着不可或缺标准指导作用，它能够使酒店职员在工作中，自己一言一行随时参考这些观念，判定正误，纠正过失，使职员言行规范到酒店所需要轨道上来。

②观念是对日常管理中比较复杂关系处理便捷化概括总结，是酒店实现职员自我教育、自我管理关键手段。

(2)它使酒店职员和酒店紧密地融合到一起

酒店给每一名职员全部要求了具体工作职责，把整体目标分解到了每一名职员身上，这就轻易使职员本身微观工作目标和酒店宏观战略相脱离，对酒店管理产生不良影响，而经过树立和酒店生存亲密相关多个稳定观念有利于每一名职员愈加清楚直接地把本身工作微观目标和酒店紧密地联络到一起，产生很强责任意识、集体意识。

2.树立正确从业观念内容

(1)大局观念

①每个职员全部要树立牢靠大局观念，时时想着酒店整体利益，考虑酒店整体形象，不为图个人一时之快，使酒店受到不应有损失。

②

酒店职员应该认识到自己言行对整个酒店意义，做好了获益就大，做差了酒店就受损，每个职员全部是酒店这座大厦支柱，只有每一个人全部充足发挥自己才能，酒店经营基础才会异常牢靠，酒店经营才会蒸蒸日上。

(2)主人翁观念

①要想酒店之所想，把酒店整体目标看成自己目标，努力在岗位上推行自己职责，不仅使酒店整个服务链不在自己岗位上受到损失，并要使自己这一环为酒店整体形象作出突出贡献。

②要想客人之所想，把客人所需要服务立即、完善、高效地提供到位，使客人在酒店受到热情礼遇和完满接待，使客人慕名而来，尽兴而去。

③要想酒店客人之所未想，把酒店所可能取得和可能受到损失全部和自己利益得失联络起来，在充足推行岗位职责基础上，把那些酒店没有想到，要求所没有包含，她人所没有想到或考虑不周，客人所没有想到等等，全部要纳入自己服务范围。

(3)商品观念

酒店职员从较深层次上认清酒店这种特殊商品本质有着特殊意义。

①酒店是一个生产商品、销售商品行业，所以就要遵守商品生产销售规律。最关键就是生产产品必需符合客人需求。所以每个酒店职员全部要尽自己最大努力生产出符合客人需要产品，以其中高价值含量博得客人满意。

②

酒店是一个提供给客人享受产品，而且客人为这种商品生产进行了成本上赔偿，酒店职员就要使自己参与提供这种商品让客人体会到物有所值感觉。酒店职员假如在提供服务中态度粗鲁，礼节不周，便会使酒店服务产品价值含量大打折扣，以这种价值含量不高产品去向客人索取高要求成本赔偿，则是一个不公平交易行为。

③酒店产品包含有形和无形两个部分，尤其是无形那部分商品是酒店产品区分于其它行业一个关键特征，所以酒店职员就要对酒店所提供无形产品给尤其重视，意识到自己一言一行全部是组成酒店商品价值、使酒店产品价值升值关键原因。

④酒店服务是酒店和客人取得双赢经营过程。酒店职员在为客人服务过程中经过自己付出，使劳动得到了增值。客人经过物质和精神上享受取得了身心上满足。而酒店和酒店职员所取得则不仅是成本上赔偿和经济上收益，即有形收益；酒店经过这种商品交换过程还取得了另外一个特殊无形收益，酒店优质产品提供使自己在社会中声名远播，这是一个高价值无形资产。酒店这种无形收益是更关键、更长远。而作为酒店职员，则从客人满意评价中取得成就感，这是简单经济收获所无法替换。

(4)市场观念

树立市场观念要求酒店职员要做到：

①对市场需求进行细分

来酒店每一位客人需要全部不一样，这么便使市场展现出多样性和复杂性，这就需要酒店对市场进行细分，对不一样需要客人提供对应服

务。

②正确把握市场周期改变规律

假如酒店不能依据市场改变立即地推出适合市场服务，就轻易被市场所淘汰。酒店要使自己适合于市场，就要在设备使用价值、服务使用价值及食品饮料使用价值这三个方面下功夫，依据市场周期和产品改变规律，立即地对酒店一些服务和管理作必需调整更新。

③重视市场心理，立即推陈出新

不停发展成熟酒店业对酒店经营管理提出了越来越高要求，假如酒店一味根据常规进行管理，不突破旧观念束缚，不立即掌握客人心理，酒店一样无法适应市场。

酒店依据市场规律对酒店实施管理，实际上就对每一名职员提出了更高、更严格要求，酒店职员假如没有强烈市场意识，没有适应市场改变所需要个人从业素质，那么酒店职员就赶不上市场节拍，从而被市场所淘汰。轻则四处犯错，给客人留下不好印象；重则影响整个酒店声誉，给酒店改革造成阻力。

(5)质量观念

酒店职员树立质量观念，首先应该对酒店产品质量有一个全方面而深刻认识。

①酒店产品质量组成特殊性

工业产品质量重在产品实物本身，和围绕产品所衍生出来售前和售后服务质量。而酒店产品却不一样，它既包含实物产品部分质量，又包含酒店设备设施质量，安全保卫质量，和酒店职员服务水平质量。在这全部质量中，酒店职员服务水平质量又是最为关键，它最终表现为客人享受酒店提供服务后所感受到舒适度和满意度。

②酒店产品质量整体性

整体性是指一个人过失会使全体职员劳动付之东流。因为酒店产品生产和消费是立即性，它和工业产品有很大区分，酒店产品质量是由一次次服务质量综合组成，每一次服务质量使用全部是一次性，不像其它产品一样能够更换返修，即其质量含有不可赔偿性，并伴随时间延续，付出赔偿成本成倍翻升。

(6)效益观念

酒店职员树立效益观念，应该注意到以下多个方面：

①酒店应该经过市场不停扩大和客人不停增多，最大程度地摊薄成本，使成本得到立即赔偿。

②经过酒店职员劳动效率提升使效益增加

酒店职员假如能高效率地开展工作，就会为客人提供更多服务，使职员一直保持高昂士气，直接或间接地使酒店效益得到增加。

③酒店职员应该经过成本节省来增加酒店效益

成本是易变，花出去就是成本，省下来就是效益。当然，节省控制前提是不影响酒店服务质量。

④酒店要处理好长久效益和短期效益关系

在一线直接面对客人酒店职员全部会从客人数量中直接感觉到酒店效益，这是直接效益、可见效益，但和此同时，还有一个效益是短期内所看不到、间接、长远效益。这种效益起源于两个方面，一是酒店职员令客人感到满意服务，这种周到服务既产生了直接效益，也产生着间接效益，它使酒店在客人心目中留下了很良好印象，为酒店长远效益打下了良好基础。另外一个长远效益则产生于酒店所开展营销推广活动，酒店为了取得连续发展，不停占有、巩固和稳定市场，便经过公关部门开展大量工作，可是这一劳动消耗并不像单纯酒店一线工作那样能产生直接效益，它所发挥作用最终要在一段时间后经过一线职员努力才能表现出来。这些长远潜在效益对酒店来讲是更为关键，酒店职员确立效益观念就应该将二者很好地结合到一起，使酒店效益取得连续发展动力。

四、职员从业心理

酒店行业有着区分于其它行业特殊性，假如没有好心态来面对酒店服务这一行业，那么就无法做好酒店服务工作。

1.酒店行业特点

(1)酒店是无选择地必需热情地为她人提供服务行业

酒店服务是来者不拒，一视同仁，没有也不能有选择性，还要满腔热忱地为客人提供周到服务，不能使客人产生丝毫不满。

(2)酒店是提供全方位服务行业

酒店所提供服务相当齐全，饮食、住宿、购物、娱乐等服务一应俱全，简直就是一个小社会，客人足不出户，便能够在衣食住行等方面得到

满足。在酒店提供服务项目中，又以“住”最为关键，这也是酒店和其它服务行业显著区分。

(3)酒店是没有任何权力服务行业

酒店作为有组织服务提供方来说，即使相对于单个客人来说，也是处于强势地位，但酒店和行政机关那种服务是完全不一样。

(4)酒店是和人近距离打交道行业

①酒店是和人进行接触行业，而和人接触就决定了酒店服务复杂性。它和其它一样和人接触工作是不一样，军队中是一切服从命令听指挥，而在酒店服务和被服务方中，则以被服务方一客人为尊，客人就是上帝。

②酒店职员和人接触方法和其它行业是不一样。酒店职员和人接触方法关键是自己所提供服务，包含亲切语言、和蔼可亲神态、快捷服务等。

2.职员应该含有从业心理

(1)态度

态度是酒店职员从业心理中一个关键组成部分，是否能树立正确从业态度，决定着酒店职员从业中努力程度、待人接物情绪等等，这要从以下两方面进行叙述：

①有职员认为酒店是专门给人赔笑脸行业，地位低下，工作起来没干劲，这是一个很消极从业态度。酒店职员确实应该对客人笑脸相迎，这是酒店服务业性质所决定，也是人和人之间起码表示尊重方法。但对客人笑脸相迎并不意味着酒店职员就低人一等，而是让客人在酒店有一个宾至如归感觉，让客人感觉到酒店对她欢迎，态度友好和热忱。

②有些酒店职员对客人不是采取一视同仁态度，而是因人而异，对贵客热情备至，对通常客人则冷脸相迎。客人之间相互不管背景、地位、经济情况、国籍、外观衣着，在人格上全部是平等，假如酒店职员在服务中厚此薄彼，那么受到轻慢客人肯定会对酒店留下不好印象，使酒店发展受到损失。

(2)意志

意志是一个人在面对事物时所表现出来克服困难、达成目标决心，这是一个很成熟从业心理状态，酒店职员意志培养关键表现在以下多个方面：

①恒心。酒店职员即使天天所面临客人不一样，但所从事工作含有相当反复性。假如没有足够恒心作支持，就会轻易畏难而退，对客人服务工作就无法很好地开展。

②耐心。当客人产生误会时，要耐心地向客人给予解释，直到客人了解为止；当客人所问询事情没有听明白时，酒店职员要耐心地将事情说清楚，直到客人得到满意回复为止。

③自律。自律就是将工作要求内化为自己言行举止。所谓内化，强调是在无须外来监督管理前提下，充足地发挥自己主观能动性，自觉、自主地将工作做得井井有条。

④自控。每个酒店职员全部有自己情感、尊严和正当权利，在酒店服务工作中，常常会碰到客人和职员之间发生误会，有时候原因可能出现在客人身上。这时酒店职员产生情绪，采取一定行为，纯粹地来看可能是合理。但这一关系所包含双方也不是纯粹人和人关系，而是职员和客人、服务和被服务、拥有权利者和负担义务者关系，所以这类矛盾处理方法、处理主导思想就要强调酒店职员自控意识。

(3)情感

情感是一个人对所从事工作和和工作相关人、事喜爱、爱好、厌恶等主动或消极情绪。情感是坚定意志基础，是紧紧联络职员和酒店纽带，是促进职员忘我地投入工作催化剂，这关键表现在以下两方面：

- ①作为一名酒店职员，首先应该充足地认识到酒店服务业光荣、高尚。
- ②酒店职员应该热爱自己同事，处理好和上、下级关系。拥有良好和同事和上、下级关系，有利于自己在工作中时时保持愉快、健康心态，假如职员之间因为关系不友好，则会影响对客人整体服务，给客人留下不好印象。

第二节 职员优质服务意识培训

培训对象 酒店全体职员

培训目标 职员优质服务意识培训

职员优质服务意识培训

培训关键点 优质服务组成

优质服务对酒店更高要求

客人至上理念

一、优质服务含义

“优质服务”含义，不一样人有不一样了解，但有一点是共同，即优质服务含有超出常规和通常性服务内容和满足。通常了解是“规范服务+超常服务=优质服务”，即优质服务是在规范服务基础上有超乎常规表现。规范化服务能够使客人无法感到不满意，而超常服务则是在完成规范服务基础上，使自己服务效率更高，或增加部分规范服务中所没有包含到、依据特定情况所额外提供服务内容。

二、优质服务对酒店要求

1.优质服务对酒店所提出尤其要求

(1)优质服务对酒店职员素质及管理提出了更高要求

优质服务是全方位，对酒店要求也就包含到方方面面。其中关键两条就是酒店职员素质和酒店管理，它要求酒店职员所含有种种素质足以达成酒店优质服务所提出高要求，而对于酒店管理者来说，则需要含有高超管理能力，能够常常拿出富有创意策划，紧密把握酒店市场竞争每一点动向，细微地掌握客人需求最新改变，同时能够经过强有力组织方法、组织手段将优质服务高要求根当地落实下去。

(2)优质服务尤其强调服务质量整体性

酒店优质服务是一个系统概念，能够说，它所组成链条是很微弱，比起通常服务，优质服务显得更为脆弱。因为客人入住酒店时，对优质服务期望很高，看待任何事情总是带着挑剔眼光。而酒店在一些事情上提供优质服务轻易，但最难是不能确保服务链条上全部步骤全部保持高度质量一致性。

(3)优质服务尤其强调前后服务质量高度一致性

提供优质服务酒店不仅强调一次服务中优质，而且还尤其强调不一样层次服务前后质量一致性。因为对于已经打出名声提供优质服务酒店来说，客人中常客和慕名客百分比占了很大一部分。她们或对酒店优质服务已经很熟悉，或对酒店优质服务形象有着很多了解。优质服务易扩散性尤其强调酒店形象整体维护，这里包含两个方面，一是优点扩散，另外一个缺点是缺点扩散，对于能做到优质服务酒店来说，这两种扩散速度全部是很快，所以酒店就要善于利用优点扩散，预防缺点扩散。

2.必需满足客人对优质服务心理需求

(1)舒适畅快

客人进入酒店，第一印象和第一要求就是舒适畅快，它是决定客人对酒店服务是否感到优质决定性评价标准，假如酒店给客人留下印象是狭窄压抑、沉闷乏味，那么，即使酒店职员表现再出色，也难使客人对酒店服务留下优质印象，这关键表现在以下方面：

①宏观环境

a.地理位置上既要考虑到交通方便，又要兼顾酒店所处环境平静。

b.酒店建筑要和周围建筑环境相协调，视野开阔，酒店外观形象设计要新奇别致、风格独具，整个建筑要气派典雅富有艺术魅力。

c.酒店各个建筑全部要给客人留下对应空间感受，不能给人以局促、狭窄、气闷感觉。

d.酒店内部装修要气派美观，造型新奇，富有情趣，整家酒店内部色调要友好典雅，品位独具。

②微观环境

a.视觉上要求采光良好，室内宽大，外部视野开阔，物品摆放整齐，布局合理，硬件设备清洁卫生，电视画面清楚。

b.视觉上要求音响设备声音友好悦耳，冰箱、空调、电话、电梯等设施运行状态良好。

c.味觉上要求酒店所提供食品色香味俱佳，盛放食品器物美观别致，用餐环境卫生舒适，总体上能够引发客人良好味觉享受。

③流动环境

酒店职员着装整齐统一，美观大方，别具特色，服装颜色和环境相协调，面料质量好；言谈举止大方得体，彬彬有理，四处表现出对客人礼貌。

(2)方便快捷

酒店服务内容、服务项目、服务设施全部能充足考虑到大部分客人要求，使客人基础上不用出酒店就能使自己大部分要求得到满足，而且这些要求能够根据客人吩咐不打折扣、快速按时高效优质地完成。

(3)物美价宜

酒店应该注意到客人对酒店服务和价格之间心理接收状态。首先，要确保酒店服务质量；其次，要确保酒店所制订各项服务价格和所提供服务质量、服务档次适宜，只有这么，客人才会感到酒店服务正规、管理严格，感到在酒店消费称心如意，为酒店树立良好形象。

(4)谦让照料

酒店职员在提供服务过程中，难免会和客人产生矛盾，这些矛盾起因或来自酒店职员，或来自客人。酒店职员应尽力满足客人要求，态度和蔼，语言礼貌，语气温和，方法诚恳，尽可能把不良影响控制到最低程度。

(5)安全卫生

酒店应该采取对应方法确保客人隐私权、人身不受到伤害，人格、荣誉、自尊、精神不受到挫伤，生命、健康不受到威胁，使客人时时体验到安全感。

三、优质服务组成

1.服务环境幽雅

环境幽雅是使客人心情愉悦、轻松关键路径，也是酒店区分于其它场所一个关键标志。

2.服务设施完善

优质服务实现，一个关键硬件指标就是服务设施完善。这既是优质服务实现基础，也是优质服务实现前提条件。所以酒店应该经过平时严谨、认真、立即地维修、保养、管理使酒店全部设施保持在良好运行状态。

3.服务项目齐全

酒店应该依据客人需要，设置尽可能齐全服务项目，使客人足不出酒店就能使大部分需求得到满足。酒店除了设置基础服务项目外，还能够开辟部分有针对性特殊服务。这些有针对性服务项目，有本身就是一个优质服务，同时，它们也为酒店优质服务奠定了良好基础。

4.服务效率快捷

(1)前厅

①不管是客人前来登记入住还是向酒店进行咨询，一旦客人步入酒店前厅服务台，酒店职员就必需在 **60** 秒钟内对客人进行问候，表示酒店对客人欢迎。

②当客人前来办理入住登记手续时，酒店职员应该给予热情接待，同时还要限定服务时间，要求快速就能为客人办完入住手续。

③当客人办理结账及收款事宜时，酒店职员应该以高效率完成。

④酒店职员应该在电话铃响三声时，便将电话接接通，同时总台必需提供二十四小时电话服务。

(2)客房

①当客人临时提出加床、增添浴巾服务时，酒店职员必需在服务需求发出 **10** 分钟内将客人所需物品送入客房内。

②客房部职员整理床铺要达成舒适、方便、整齐、安全等标准，同时必需将整理一间客房服务时间限制在 **25~30** 分钟之内。

(3)餐厅

①餐厅服务员必需在客人进入餐厅落坐以后 **2** 分钟之内迎接客人，送上菜谱，等候客人点菜。

②从客人点完菜到第一道菜送到餐桌，早餐必需限定在 **10** 分钟之内，中餐、晚餐则须限制在 **15** 分钟内。

③客人就餐离席后，餐厅职员快速将餐桌收拾完成，并在清桌后完成重新摆台，全部时间不得超出 **4** 分钟。

④客人在客房内进行电话点餐，餐厅职员要在电话订餐完成后一定时间内将客人所需点菜立即服务到位，早餐送达间隔时间为 **25** 分钟，午餐送达间隔时间为 **30** 分钟，晚餐送达间隔时间为 **35** 分钟。

(4)大堂酒吧或酒廊

①酒店职员要在客人落座后 **30** 秒之内前往迎候客人，为客人提供服务。

②在客人点好所需要酒水后，酒店职员通常要在 **3** 分钟之内将酒水送到客人桌上；假如出现营业高峰，职员也应该 **5** 分钟之内完成服务。

③当客人用完酒水后，酒店职员要快速完成清桌工作，准备迎接新客人，完成这些工作必需在 **2** 分钟以内。

(5)工程维修

①工程维修人员要在客人打电话通知前厅或总机后 **5** 分钟之内，赶到客人所住客房，问询情况，展开维修服务。

②当餐厅、会议厅等公共场所向工程维修人员发出维修通知后，维修职员要在 **15** 分钟之内抵达需要维修地点，立即展开维修工作。

③当客人需要使用酒店多功效厅召开大小型研讨会或进行贸易洽谈时，酒店工程人员应在会议开始一小时之前完成全部部署工作，确保多功效厅或会议厅音响、灯光正常运作。

5.安全保障可靠

酒店是为客人出行时提供方便场所，同时也是提供消费和享受场所，酒店和客人这一合约关系完成一个基础前提便是客人安全能够得到确保。

6.仪态优雅端庄

仪态是酒店优质服务一个关键方面，它贯串于酒店整个服务过程，这关键表现在以下方面。

(1)酒店职员在外表上注意着装和发型，外表形象要显得不落俗套，大方得体，端庄典雅。

(2)在表情上要求酒店职员热情真诚，和蔼可亲，对客人不卑不亢，不能机械刻板地对待客人，要对客人发出源自于内心微笑。

(3)在语言上要求语气友好委婉、谦虚、细腻有致，语气温和，表示富有艺术性。

(4)在动作上要求大方得体，轻松自如，举止优雅，动作幅度适宜，杜绝那些让客人反感小动作和不良姿势，一直表现良好精神状态和服务礼仪。

四、客人至上理念

1.客人和酒店职员关系

客人和酒店、酒店职员之间关系，因为各自在社会和经济中角色特征，客人和酒店就存在着丰富多元关系，这些关系也从不一样角度丰富地阐释了酒店对客人应该承担责任。

(1) 选择和被选择关系

现代酒店市场竞争很猛烈，对于客人来说，选择机会很多。客人选择酒店全部不是盲目随意，而是有着自己选择标准。如酒店地理位置适宜是否，酒店职员服务态度，酒店所提供服务有没有尤其之处等等。

(2)客人和主人关系

相对于客人来说，酒店就是主人，但酒店这个概念是很抽象，酒店建筑物不可能被视为主人；酒店经营者、管理者即使是酒店法人代表、实际投资者和最高决议者，但在酒店服务中，她们通常并不直接出面，而只是负责部分重大事件决议和处理工作。所以，在实际工作中客人便会把在酒店为她们提供服务职员视为酒店当然主人。

(3)服务和被服务关系

客人到酒店所要购置是酒店服务产品，她不仅为得到这一服务产品对酒店进行了成本赔偿，而且还为酒店利润取得奠定了基础。酒店作为对客人回报唯一路径就是为客人提供质优价宜服务产品。客人购置酒店服务产品就是为了在酒店取得需求满足，而且这种满足是高要求，客人需要是高素质、专业化、规范化服务。而这种服务是经过酒店职员提供，通常无须客人自己动手。这种服务是人和人接触，客人在得到服务时要得到精神上舒畅满足，经过服务感到自己是酒店最为关键最受欢迎客人。

(4)好友关系

客人在入住酒店过程中，酒店和客人双方经过相互间了解和合作，一段时间相处，很轻易在相互之间留下较为深刻印象，轻易结下友谊。客人不仅是酒店消费者，也是酒店好友，酒店新、老好友多了，酒店经营就有了很坚实基础。

2.对待客人意识

(1)客人就是上帝

客人就是上帝其含义是客人在酒店中享受至高无上地位。时代在变，“上帝”需求也在不停改变，“上帝”对酒店左右力量也变得越来越强大。酒店只有在对“上帝”进行深入调查研究基础上，深深把握客人需求规律，并辅之以独到营销策略，才能吸引“上帝”，得到让“上帝”满意机会。

(2)客人永远是正确

在酒店服务中强调“客人永远是正确”，强调是当客人对酒店服务方法、服务内容发生误会或对酒店职员服务提出意见时，酒店职员首先站在客人立场上看问题，从了解客人、尽可能让客人满意角度来处理问题。另外，强调客人总是正确，关键是指酒店职员处理问题态度要委婉，富有艺术性，当错误确实是在客人一方，或客人确实是对酒店职员服务发生了误会时，酒店职员应该经过巧妙处理，使客人自尊心得到维护，尤其是有其它客人在场时则更要如此，不能让其它客人认为某一位客人判定力有误或是非不明。当然，假如客人出现严重越轨或违法行为，这一标准就不能适用了。

3.服务客人方程式

在酒店服务中，有多个简单方程式能够帮助职员了解自己所处地位和对待客人态度关键性。酒店职员应该认识到自己在酒店所饰演关键角色，而不能把自己看成简单一个一般职员。

(1)每个职员良好形象=酒店整体良好形象，即 $1=100$

这一方程式所表示是，酒店任何一个职员全部是酒店形象代表，酒店职员对待客人一言一行全部代表着酒店管理水平、全体酒店职员素质、酒店整体服务水平。

(2)酒店整体良好形象-一个职员恶劣表现，即 $100-1=0$

这一方程式其含义是酒店服务形象是由一个个职员共同来决定，即使其它职员表现出色，但只要其中任何一个职员表现恶劣全部会使酒店形象受到严重损失。

(3)客人满意=各个服务职员表现乘积

在这一方程式中，酒店职员表现出色，服务优质，其得分为 **100**，表现恶劣，态度极差，得分则为零。酒店形象并不是每个职员表现简单相加结果，而是一个乘积。

培训练习 1

酒店服务人员不能只是将服务简单化，而且应将服务做到更深层次——优质服务，让客人感到满足基础要求同时，还要让其感到快乐和愉快。

附

酒店职员手册

一、职员入职培训基础要求

- (1)新职员在上岗之前应对酒店全方面了解，熟悉酒店规章制度，树立基础服务意识。
- (2)培训期间需要打卡，不得漏打或代打。
- (3)进出酒店要走职员通道，使用职员电梯，不准使用客用设施，不准在任何一个非岗服务区域内出现。
- (4)在培训教室内不准吸烟、进食，也不得大声喧哗、喧华。
- (5)服装整齐、大方。
- (6)参与培训职员需认真做好笔记。
- (7)在培训结束时将进行考评，考评经过者方可进入工作岗位。
- (8)若在培训期间严重违反要求者，酒店将不予录用。

二、职员奖惩制度

1.职员奖励

(1)奖励形式

酒店通报、大会表彰、授予称号、颁发奖品和奖金、晋升工资或职务。

(2)奖励行为

- ①拾金不昧，为酒店赢得声誉。
- ②维护酒店正常秩序，揭发、检举坏人坏事。
- ③工作中坚持标准，秉公办事，廉洁奉公。
- ④主动参与培训并取得优异成绩。

- ⑤整年出满勤，安全无事故，表现良好。
 - ⑥为客人提供优质服务，工作主动、认真负责，受到客人表彰。
 - ⑦发觉事故苗头，立即汇报，预防重大事件发生。
 - ⑧严格控制开支，节省费用，成绩显著。
 - ⑨在技术革新、设备改造方面作出贡献。
 - ⑩为酒店发展和服务质量提升提出合理化提议，并经实施有显著成效。
- 为保护和抢救国家、酒店、客人财产及生命安全奋不顾身。
- 在技术考评方面成绩尤其优异。
- 努力拓展业务，使酒店取得很好经济效益。
- 在其它方面有突出贡献。

2.职员纪律处分

(1)口头警告

- ①进出酒店拒绝保安部职员检验。
- ②上下班不打卡或委托她人打卡、替换她人打卡。
- ③上班不佩戴名牌工卡。
- ④上班时仪容仪表不整，如歪带名牌工卡、头发不整、手插口袋、倚靠墙壁、佩戴除婚戒之外饰物、浓妆艳抹、穿拖鞋上班等。
- ⑤上班迟到、早退。
- ⑥不按指定职员通道出入。
- ⑦上班时打私人电话或私自会客。
- ⑧上岗前或下班后无故在酒店内逗留。
- ⑨公共区域逗留串岗，使用客人设施。

⑩和客人交谈有不礼貌行为举止。如在客人面前梳头、打呵欠、伸懒腰、吹口哨、剪指甲等。

上班时间吃零食、看报纸、聊天等。

下班时间私自穿制服在酒店内消费。

随时吐痰，乱扔果皮、纸屑、烟头等杂物。

在客用场所内粗言秽语、高声喧哗、争吵或嬉笑唱歌。

工作时服务效率差，工作粗心。

在非吸烟区吸烟。

(2)书面警告

①30 天内迟到、早退三次。

②工作不认真，纪律松懈，工作时间听、做和工作无关事情。

③对上级有不礼貌言行举止。

④不服从上级正当、合理命令。

⑤和客人发生争吵或对客人不礼貌。

⑥工作疏忽使酒店财产受到损失。

⑦私自动用客人使用物品或器具。

⑧私自翻动客人物品。

⑨出示假病假条。

⑩未经部门经理同意私自调班、调休。

严重违反酒店职员餐厅或宿舍管理条例。

非工作需要，未经同意进入客房。

擅离岗位。

当班时打瞌睡。

泄露酒店机密。

工作时间喝酒或酒后上班。

对可能发生事情不汇报或隐瞒。

违反酒店安全条例和安全管理制

度。将客人、同事财物遗失、破坏，却没有立即上报，对调查提供假信息。

未经同意在自己更衣柜内存放酒店、客人或其它职员财物。

(3)严重警告

①30 天内连续旷工三天。

②在酒店内挑拨打架事件。

③未经许可私自使用酒店长途电话、传真机、复印机和电脑等。

④未经许可私自将酒店财产移到别处。

⑤拒不接收上级或相关部门调查。

⑥损坏客人和酒店财产。

⑥对聚众赌博或其它违法行为知情不报，不劝戒，相互偏护。

⑦管理不善，造成酒店严重损失。

⑧违反安全防火规章，造成事故隐患。

⑨利用公职谋私利。

⑩私自经商，倒买倒卖。

向客人索取财物、小费等。

偷钱、伪造单据、和客人串谋损害酒店利益。

传输、收看黄色淫秽书刊、录像等黄色物品。

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/607104026031006121>