

# 酒店服务质量提升方案 6 篇

## 酒店服务质量提升方案篇 1

作为旅游业的三大支柱产业之一，赋予了酒店业的服务特性。作为服务性的产业，面对日益激烈的市场竞争，提高服务质量，向宾客提供优质的服务，更是酒店业得以生存和发展的的重要途径。

服务，是酒店向客人出售的特殊商品，而这种服务适合和满足宾客需要的程度就是检验其品质优劣的标准，即服务质量，服务质量不仅是管理的综合体现，而且直接影响着经营效果，因此对酒店来说，经营是前提，管理是关键，服务是支柱。作为酒店的管理者只有了解了客人的这些情感需求，提升酒店人员的服务意识，才能为客人提供满意的服务，才能使自己的客源永不萎缩。

### 一、客人对酒店的情感需求是提高服务质量的突破口

著名心理学家马斯洛在“人类需求论”中，把人的需求从低到高分五个层次：(1)生理需要；(2)安全需要；(3)社交需要；(4)尊重需要；(5)自我实现需要。酒店是人们社交、休闲、

居住的家外之家，除了向客人出售客房、餐饮等有形产品，用于满足人们的基本生理需求以外，更重要的是要向客人提供优质、高效、快捷、尊重、真诚、体贴的人性化、亲切化、个性化的“软件”服务产品，来满足客人变化万千的服务需求。作者通过对部分住店客人的调查，绝大多数客人对酒店的情感需求主要体现在以下两个方面：

（一）人文关怀是客人对酒店服务的第一情感需求。每一位客人在踏入酒店大门时，都希望见到服务人员亲切的微笑，热情而真诚的问候，彬彬有礼的举止，这是酒店留给客人的第一印象，也是客人得到尊重的第一感受和情感需求。因此在服务过程中，服务人员时时处处想顾客所想，急顾客所急，一切以顾客满意为标准，这就首先需要把礼貌和尊重作为满足客人受尊重心理需求的基本出发点和服务精要。此外关心、体贴客人是酒店留住老顾客，吸引新顾客，提高服务质量，与客人建立朋友、亲人般关系的基础，是服务行业经营管理的生命，也是满足客人受尊重、受关爱心理需求的基本出发点和服务精要。

（二）规范化是酒店具有良好服务的前提条件。无论顾客在前台登记入住，还是餐厅用餐、客房服务，过久的等待，都将使我们的服务大打折扣。每一位入住酒店享受服务的客人，都希望酒店的服务规范、高效、准确。宾客对酒店的最高需要可以说就是对安全的需要，客人需要酒店必须有一个

良好安全的环境，包括人身和财产安全，设备设施的使用安全，食品卫生安全，电话网络的安全，都必须得到保障。

同时，客人都希望酒店能够地理位置优越、交通便捷，无论出游、购物、观光、就医、存取款、探亲访友等都能十分方便。最后客人对酒店更高层次的需求是希望酒店有特色、有文化，经营服务有创新，因此绿色、环保、洁净是中外客人对任何一家宾馆、酒店提出的基本情感要求。总之，宾客对酒店的情感需求是纷繁复杂的，酒店不但要满足众多客人的共性情感服务需求，也应满足客人个性心理需求，这样才能做到宾至如归，以客为本。通过分析客人对酒店的情感需求，我们可以找出客人的需要，这是提升酒店服务质量的突破口。

## 二、树立“以客为本”的服务意识是提升酒店服务质量的前条件

服务质量的好坏取决于两个方面的因素：一是物的因素；二是人的因素。其中人的因素尤为重要。酒店全体员工必须树立高度的“顾客”意识，遵循“顾客至上”的宗旨。“意识”在《辞海》中被这样解释：“在心理学上，意识一般指自觉的心理活动，即人对客观现实的自觉的反映，也就是有意识的反映。”。在酒店服务中，服务意识则是指酒店从总经理到全体员工在与一切酒店利益相关的人或组织的交往中

所体现的为其提供热情、周到、主动的服务的欲望和意识，也就是以顾客为核心开展工作，以满足顾客需求，让顾客满意为标准，全面体现“顾客至上”，时刻准备为顾客提供精品服务的一种意识。服务意识包括 1) 服务仪表。所谓服务仪表，就是服务人员在服务中的精神面貌、容貌修饰和着装服饰等方面的要求和规范。2) 服务言谈。服务言谈，是指服务人员在迎宾接待服务中语言谈吐方面的具体要求。3) 服务举止；服务举止，是对服务人员在工作中的行为、动作方面的具体要求。4) 服务。服务，是对服务人员在服务工作中，在礼遇规格和礼宾顺序方面应遵循的基本要求和规范。

面对国内国外酒店统一大市场的形成，酒店业竞争必将变得日趋复杂、激烈，优胜劣汰、弱肉强食的局面必将形成。酒店要想在激烈的竞争中求生存、求发展，就必须重视员工队伍的培养建设，重视基层服务人员的学习塑造。服务不是简单的端茶倒水，服务是一门科学、是一种文化，服务还是一个产业。作为酒店的员工，可以说服务是基础、服务是灵魂，服务是酒店中最容易做好，又最难做好的工作，要树立“宾客满意，是对服务工作的最高奖赏与评价”的思想，始终牢记，酒店给宾客提供的最重要的产品是服务，而服务这种产品，一旦提供给宾客的是劣质的、不合格的、不满意的，那将是永远无法退换和改变的。总之，酒店服务意识，不仅是前台、客房、餐厅、商场等传统的一线员工理所当然应该具备的基本素质，也应该是职能部门(财务、采购、人力资

源、工程维修、安全等)甚至高层管理者必备的,换句话说,酒店的全部员工都应具有强烈的服务意识。

### 三、打造精品服务是提升酒店服务质量的主要内容

(一)显示积极热情的态度,主动地为顾客服务。有好的态度不一定有好的结果,但没有好的态度肯定不会有好的结果,一般来说,你对别人是什么态度,别人对你也是什么态度。因此在服务过程中,要随时考虑顾客的需要,为顾客提供一切所能提供的服务,在顾客到来、提出需求的时候,员工首先展现给顾客的应当是积极热情的态度,对顾客提出的常规的基本的需求,通过规范的合乎标准的服务,及时准确地给予满足,保证服务的有效性。

(二)识别出客人的需求,让客人惊喜感动。识别顾客的需求,就是了解顾客需求、预测顾客需求,就是领先顾客一步,用心去服务,帮客人想到做到。向顾客提供个性化服务,让顾客从满意达到惊喜,要进一步提高顾客的满意度,必须向顾客提供个性化的服务,挖掘顾客潜在需求,并且在顾客提出之前及时识别他们的潜在需求,这样,才会给顾客惊喜。此外高质量的酒店服务都非常关注细节,细节到位往往能给客人留下深刻的印象,为客人口口相传打下较好的基础。在服务过程中,时时处处动之以情,想顾客所想,急顾客所急,用亲情交换亲情,以心灵沟通心灵。

(三) 尊重顾客，对顾客一视同仁。酒店服务人员应该有这种观念：凡是在酒店消费的，无论富贫，贵贱，职位高低都是酒店的顾客，都应该受到公平平等的对待。每一个顾客都是一个独立的个体，都有独立的人格，在服务过程中，有时服务人员可能因为意见相异而同顾客产生摩擦。此时就要求服务人员注意自己的言谈举止，一切从顾客出发，尊重顾客。因为服务人员的态度可能成为顾客和酒店良好关系建立的起点，也可能成为引发顾客和酒店之间战争的导火线。总之，不管什么情况，服务人员都应该遵循顾客至上的原则。此外尊重顾客的另一个方面就是诚信待客，酒店的美誉与诚信永远不可分开，诚信的企业赢得市场，诚信的领导赢得员工，诚信的员工赢得顾客。一个企业不仅要关注服务产品、资金、人才等有形要素，还要更多地关注诚信、责任感等诸多无形因素，因此真正做到真诚服务、守信经营，进而才能创造出自己的服务品牌，形成核心竞争力。

#### 四、监督酒店服务质量管理是提升酒店服务的重中之重

(一) 实行部门负责制。服务是酒店的产品，服务质量是酒店的生命，而各部门的服务范围又有所不同，在酒店管理中，服务质量可实行部门负责制，即由本部门的服务质量由各部门的正职经理负责，全酒店的服务质量则由酒店总经理负责。各部门或系统的副职，在协助正职开展工作是要把服

务质量管理作为各项工作的重中之重。

(二)实行走动式管理。由于服务工作具有瞬时性，酒店服务出现的问题也大多是在服务现场发生，发现服务质量的“最短的木板”也只能在现场发现，如礼貌、语言、争执、服务不到位等，就要求管理人员不能整天坐在办公室，应实行现场管理和走动式管理，加强现场管理的力度，观察、了解部门的员工在岗情况、观察、了解顾客的情况，观察了解服务的情况。酒店总经理、部门经理每天在各工作现场、服务现场巡视、停留时间，就很有必要加以量化限制。

古语云：“水能载舟，亦能覆舟”。顾客就好比作水，酒店就好比作舟。成就顾客，顾客就能为酒店创造意想不到的价值；反之，酒店就会因为失去客户而淹没于茫茫的商海里面。只有真正了解了顾客的需求，才能为顾客提供物超所值的服务；只有用心服务，才能感动顾客，从而发掘顾客的深层次需求，提升顾客的满意度，让顾客的价值最大化，从而实现酒店价值的最大化。

## 酒店服务质量提升方案篇 2

在现如今经济全球化的时代，酒店行业内的竞争越来越激烈，酒店的服务质量逐渐变成了酒店行业竞争以及未来酒店发展的关键。酒店经营者也希望拥有更多回头客，所以酒

店不能只专注于短期发展，忽视酒店的长期生存。只有提高酒店的服务质量，力求为顾客提供优质服务，才能树立良好的酒店品牌形象，使酒店在激烈的竞争中脱颖而出。特别是提升高档型酒店的服务质量标准，对酒店行业以及整个服务行业的服务品质将起到很大的引领和提升作用[1]。

酒店服务是指酒店的服务人员通过付出智能和必要的劳动力为客户提供住宿服务、设施服务和生活服务。是酒店中无形的产品，也是不可用价格衡量的产品。酒店服务质量可分为两个类别，即有形服务和无形服务。酒店通常以有形服务为主，以无形服务为辅，以满足客户物质上和精神上双重层面的需求。

有形的产品是酒店发展的核心基础，是一家酒店生存的首要保障，其中包括酒店的整体外观建筑，整洁舒适的内外环境，菜品，酒水等等有形产品。无形的产品是指酒店提供的无形服务，通过顾客亲身体会才能感知的产品。比如良好的服务态度，专业的服务技能，以满足顾客的心理需求。有形服务和无形服务两者是相辅相成的，缺一不可。若空有硬件设施，缺少专业贴心的服务，顾客的心理需求也无法得到满足；若没有硬件设施的保障，只有专业的服务，也无法让顾客感受到酒店的服务质量。

随着经济的飞速发展，酒店行业内不断变化的客户群体

和愈发激烈的竞争，高档型酒店的硬件设施也都相差无几，所以酒店的服务质量是酒店在激烈的竞争中生存发展的重要条件，也是提高酒店竞争力的重要途径。提升服务质量也是有益于满足客户多样化的消费需求，不仅可以提升酒店的口碑和知名度，还可以促进酒店销售额的增长，也为酒店的长远生存和发展奠定基础。因此提升酒店的服务质量意义重大，不容小觑。

酒店在日常运营中会受到许多因素的影响，国内酒店业服务质量存在问题大致分为以下几点：首先，客房内基础设施老化，客房内卫生质量有待提升。多数酒店并没有意识到顾客的真正需求，还是试图通过豪华的装潢吸引顾客，但却忽视了服务质量存在的问题。例如酒店的客房内设施老化、隔音效果差，影响住宿体验感；房内卫生清洁不达标，以及新闻爆出的“换客不换床单”等问题。多数顾客对于高档型酒店有着更高的期待值和服务体验，如果酒店客房卫生无法满足顾客的期望值，会增加顾客的失落感，以及对酒店品牌产生负面影响。其次，员工服务效率低，各部门协调性较差。整体服务意识是酒店的长期发展的重要基础，是指公司或者员工向顾客或者是其他利益相关者提供热情而又周到服务的一种观念和意识。例如常常出现的顾客投诉酒店，顾客登记入住和退房排队时间和呼叫客房服务等待时间过长，甚至在网上预定成功后到店仍需要等待空房打扫后才可入住等等。除此而外，员工服务意识淡薄。

如何提升高档型酒店服务质量的有效对策笔者认为：首先，提升客房标准，及时检查并改进酒店服务设施。相对于一些客流量较大的酒店来说，酒店要对客房的品质标准要有更严格的要求。针对新闻频繁爆出酒店客房卫生质量存在问题，酒店应加强对客房卫生质量的监管，同时还要重视顾客的投诉和建议，及时做出补偿计划以及分析问题并制定相应可行的解决方案，对方案的实施进行严格的监管，避免对损害酒店的品牌形象。同时，酒店在追求节约成本的情况下也要保证有良好的服务质量。要定期对客房内基础设施的检查和维修，对有故障和房内老化的设备及时进行维修或更换，例如加装一些隔音板来保障顾客有良好的休息环境，为顾客提供好的住宿体验，让客人有种“宾至如归”的感觉，也有益于维护酒店的良好口碑。其次，提升酒店各部门的协调性也非常重要。提升整体服务意识也是对酒店经济效益、竞争力和综合能力有着积极的影响和意义，帮助酒店在激烈的竞争中脱颖而出[2]。

提升企业部门协调性的具体方案可分为以下几点：提高企业高层领导者的重视。领导的决策与酒店的长远发展息息相关。在企业中难免会存在部门与部门之间互相孤立的情况，但酒店是一个以团队合作为基础的服务业企业，员工能否有良好的服务意识和酒店能否建立良好的服务质量息息相关，所以企业高层管理者不应一味关注酒店的竞争效益和

门之间的协调合作，例如定期举办团体活动促进员工直接的感情，例如聚餐、外出踏青等活动，增加团队的凝聚力。同时也要加强对员工的企业文化相关内容的培训。酒店的企业文化对于一个酒店的发展来说是至关重要的，也是企业运营的根本关键所在。高品质的文化内涵是企业隐形的财富，如果顾客从员工服务中感受到浓厚的企业文化，也会提高顾客对酒店服务质量的认同感。例如积极开展各种相关活动加深员工对企业文化的理解和记忆，为员工形成共同的价值取向，进而增加员工对酒店的归属感。再者，建立提升员工整体服务质量方案也非常重要。在酒店业中，提升服务质量的关键就是员工的整体素质要有所提升。定期进行员工培训，提升对服务人员的文化教育、道德素质、服务意识和员工自身的创新意识，学习相关服务知识是提升员工整体素质和加强员工服务意识的有效途径之一[3]。

员工满意度是员工对企业的各方面综合性反应，主要分为两个方面，一方面是员工对于在企业从事的职位和工作任务；另一方面是对员工自身的日常工作环境，包括自然环境以及人文环境两方面，以及所体现的主观性较强的态度。因此，员工满意度又称之为企业内部员工的整体性满意程度[4]。

合理提升优秀员工的薪资待遇。过低的薪资是无法让酒

报得不到正比，导致失去对待工作的热情导致服务质量下降。所以企业应该合理地提高员工薪资待遇，建立公平合理的奖惩制度，增强员工对企业的归属感，可以有效提升员工工作质量。酒店高层管理者还需要加强与员工的沟通和关注。让每一位员工都感受到企业对员工的重视。与此同时，酒店要公平对待每一位员工，为他们提供个人施展才能发挥潜力的平台，搭建晋升空间，并注重人才发展计划的发展，给员工足够的晋升空间。

当前随着人们生活品质的不断提升，人们对酒店服务品质的要求也在不断提升，每一位顾客对酒店的看法都会影响酒店的业绩和口碑，所以高档型酒店在发展的同时也要注意提升酒店的服务质量，要重点关注酒店服务方面存在的问题并实施有效的改进计划，一切从“使顾客满意”的角度出发，只有拥有优质的服务才会拥有不断地客源，酒店未来才能有更广阔的发展空间，因为使“顾客满意”的服务是现代化酒店出售给顾客的重要产品。

### 酒店服务质量提升方案篇 3

#### 一、建设酒店行业服务水平支持体系

针对酒店行业员工准入门槛低的情况，应强化高星级酒

统管理知识。建设酒店行业员工培训认证体系，对欲从事高星级酒店工作的人实行自愿考证上岗制度。通过培训，让新员工掌握一定的酒店行业业务知识。

## 二、建立完善的服务质量管理体系

### 设立服务质量管理组织结构

通过一定的制度、规章、方法、程序等，使酒店质量管理活动系统化、标准化、制度化，把酒店各质量活动纳入统一的质量管理系统中。

### 制订质量标准和质量目标

酒店要对各服务项目的日常管理和服务环节明确质量标准，制定工作规范和工作程序，使员工服务行为有章可循。

## 三、提高酒店内部协调性

### 加强沟通管理

部门合作以沟通为基础，没有沟通，人与人之间会陷入一种相互隔绝的心理状态，就不可能形成默契的配合。可通

员一起用餐、设立员工意见箱等。

## 培育企业文化

企业文化是一个企业的灵魂，是企业凝聚力的最重要内涵和外延。好的酒店文化能够提升员工的服务意愿，发自内心为顾客服务，而消费者在接受这种服务、感受这种企业文化的同时，会提升对酒店服务质量的认同感。

## 四、加强员工管理

### 员工培训

提高员工素质是酒店服务质量管理的当务之急，培训能够起到好的作用。将技能培训与知识培训有机结合，真正全面提高员工的素质与技能，真正提升其服务品质。

### 提高员工满意度

提高员工对酒店的满意度，对员工队伍稳定和团队精神建设都有帮助，进而会对酒店服务质量管理工作带来正面促进作用。

## 结语

服务质量是酒店生存与发展的基础，酒店之间的竞争，本质上是服务质量的竞争。只有将酒店服务的三个“凡是”标准做到了，而且做到出色了才能进一步提高顾客的满意度酒店才能在周围的市场竞争中取得优势：

1. 凡是客人看到的必须是整洁美观卫生的；
2. 凡是提供给客人使用的必须是安全有效可靠的；
3. 凡是客人享受到的服务必须是热情礼貌周到的。

## 酒店服务质量提升方案篇 4

在当前酒店市场竞争激烈的情况下，要获取客源，创造经济效益，维护酒店的生存与发展，必须提高酒店服务质量，让客户感到温馨舒适，有宾至如归感觉，愿意下次再来入住本酒店。在提高酒店服务质量中，认真落实首问责任制，起着至关重要的作用。因为，客户来酒店，情况不熟悉，总要询问，如果不落实好首问责任制，就会造成客户的不满意，对酒店产生不良影响，久而久之，势必影响酒店经营业务的发展。我们酒店是个二星的小酒店，硬件设施欠缺，在这情况下，更要通过提高服务质量，来促进酒店经营业务的发展。

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/686052101122010215>