第一图书网, tushu007.com

<<新编现代酒店星级服务培训1本通>>

图书基本信息

书名：<<新编现代酒店星级服务培训1本通>>

13位ISBN编号：9787506453523

10位ISBN编号：7506453525

出版时间：2009-3

出版时间：中国纺织出版社

作者：文通 编

页数：300

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

内容概要

该书语言简洁，内容通俗易懂。
对酒店员工的优质服务意识培训、礼仪礼节培训、前厅部服务培训、客房部服务培训、餐饮部服务培训、销售部服务培训、公关部服务培训、商场部服务培训等都作了详细的介绍，其目的是使客人所需要的服务都能够得到保证。
本书极具可操作性。

第一图书网, tushu007.com

<<新编现代酒店星级服务培训1本通>>

书籍目录

上编　现代酒店星级服务培训基本知识　第一章　酒店服务培训概述　第一节　酒店服务的含义和特点　一、酒店服务的含义　二、酒店服务的特点　第二节　酒店员工优质服务意识　一、优质服务的含义　二、优质服务的功能　三、优质服务的表现形式　四、宾客至上的服务理念　五、优质服务语言　第二章　酒店礼貌、礼节　、礼仪基本知识　第一节　礼貌和礼貌修养　一、礼貌　二、礼貌修养　第二节　礼节　、礼仪知识　一、礼节　二、礼仪　第三节　礼貌服务的主要内容　一、热情服务　二、主动服务　三、周到服务　第四节　礼貌服务的基本要求　一、酒店员工仪表的基本要求　二、酒店员工个人仪容的塑造　三、酒店员工个人仪容保健　四、酒店员工要讲究仪态　五、酒店员工要讲究语言艺术　六、酒店员工要树立良好的服务态度　七、熟知和自如地运用见面时的礼节　第三章　酒店礼仪礼节　培训标准　第一节　礼宾服务礼仪培训标准　一、迎宾员服务礼仪　二、行李员服务礼仪　三、派送员服务礼仪　第二节　门卫服务礼仪培训标准　一、在岗时的服务礼仪　二、车辆到店时的服务礼仪　三、客人进店时的服务礼仪　四、客人离店时的服务礼仪　第三节　总台服务礼仪培训标准　一、总台接待服务礼仪　二、总服务台问询服务礼仪　三、总服务台留言服务礼仪　四、总服务台预订礼仪　第四节　电话总机服务礼仪培训标准　一、对电话总机服务人员的要求　二、电话接挂服务礼仪　三、电话交谈服务礼仪　四、对声音的要求　五、注意事项　第五节　客房服务礼仪培训标准　一、客房预订服务礼仪　二、客人入住前的准备工作　三、客人入住登记服务礼仪　四、客人入住时的服务礼仪　五、客人特别要求服务礼仪下编　现代酒店各部门星级服务培训标准　第四章　前厅部星级服务培训标准　第一节　前厅部岗位职责认知　一、前厅部经理岗位职责　二、前厅部副经理岗位职责　三、前厅部值班经理岗位职责　四、大堂经理服务职责　五、前台主管服务职责　六、前台文员服务职责　七、商务中心主管服务职责　八、商务中心领班服务职责　九、商务中心服务员服务职责　十、预订员服务职责　十一、接待员服务职责　十二、迎宾主管服务职责　十三、行李员服务职责　第二节　前厅服务管理知识培训标准　一、客房预订服务管理　二、接待服务管理　三、总机服务管理　四、文书服务管理　第三节　前厅优质服务培训标准　一、大堂助理服务培训标准　二、前厅礼仪小姐迎宾服务培训标准　三、电梯服务培训标准　四、住宿登记服务培训标准　五、委托代办服务培训标准　六、场站接待服务培训标准　七、总服务台推销服务培训标准　八、商务中心文员服务培训标准　第五章　客房部星级服务培训标准　第一节　客房部岗位职责认知　一、客房部经理岗位职责　二、客房部值班经理岗位职责　三、洗手间值班员服务职责　四、客房清洁员服务职责　五、客房杂工服务职责　六、夜班主管服务职责　七、楼层领班服务职责　八、白班楼层服务员服务职责　九、中班楼层服务员服务职责　十、服务中心领班服务职责　十一、服务中心服务员服务职责　十二、服务中心夜班服务员服务职责　第二节　客房部员工必备知识培训　一、客房类型及房态　二、客房内的设备用品及摆放规格　三、客房清洁工具与清洁剂的使用　四、客房设备的日常保养维护　第三节　客房部员工业务培训要求　一、客房部经理业务要求　二、财物经理业务要求　三、客房部领班业务要求　四、低值易耗品保管员业务要求　五、清洁用品类保管员业务要求　六、酒水类保管员业务要求　第四节　客房部优质服务培训标准　一、客房餐饮服务工作培训标准　二、拾物认领服务培训标准　三、电话及留言服务培训标准　四、开夜床服务培训标准　五、客房部物资设备管理培训标准　六、客房小酒吧服务质量培训标准　七、物品的验收工作培训标准　第五节　客房卫生知识培训　一、客房清扫卫生标准　二、客房清扫要求　三、客房清扫顺序　四、客房清扫前准备　五、客房清扫步骤　六、清扫客房时的注意事项　七、公共区域的清洁要求　第六节　客房棉织用品管理技能培训　一、制服管理　二、布草房管理　第七节　客房服务质量提升培训　一、客房服务质量的基本要求　二、提高客房服务质量的途径　第八节　客房洗涤技能培训　一、洗衣房工作要求　二、店外客衣洗涤处理程序

三、棉织品洗涤工作程序　　四、客衣收发工作程序　　五、棉织品洗涤质量标准　　六、客衣洗涤质量标准　　第九节　客房设备管理技能培训　　一、客房设备、用品摆设规则　　二、客房物品、设备管理　　三、客房设施、装饰清洁与保养　　第十节　客房安全管理技能培训　　一、客房部安全服务准则　　二、火灾的预防、通报及扑救　　三、对客人失窃的处理　　四、对客人急病的处理　第六章　餐饮部星级服务培训标准　　第一节　餐饮部岗位职责认知　　一、餐饮部经理服务职责　……　第七章　销售部星级服务培训标准　第八章　公差部星级服务培训标准　第九章　商场部星级服务培训标准　第十章　娱乐部星级服务培训标准　第十一章　安全保卫部星级服务培训标准　第十二章　后勤部服务培训标准

章节摘录

第一章　酒店服务培训概述　　第一节 酒店服务的含义和特点　　一、酒店服务的含义　　国际酒店业界认为，每一位酒店从业人员，不管是总经理还是门厅迎接员，都要掌握服务这一概念的国际含义和酒店服务的十把金钥匙。

服务这一概念的国际含义可以从构成Service（服务）的每个字母所代表的含义来理解。

第一个字母s，即Smile（微笑），其含义是要对每一位宾客提供微笑服务。
第二个字母E，即Excellent（出色），其含义是要将每一项细小的服务工作做得很出色。
第三个字母R，即Ready（准备好），其含义是要随时准备好为宾客服务。
第四个字母V，即viewing（看待），其含义是要把每一位宾客当成需要提供特殊照顾的贵宾。
第五个字母I，即Inviting（邀请），其含义是服务结束时，要邀请宾客下次再来光临。
第六个字母C，即Creating（创造），其含义是要精心创造出使宾客能享受其热情服务的氛围。
第七个字E，即Eye（眼光），其含义是要用热情好客的眼光关注宾客，关注宾客需求，并及时提供服务。

酒店服务的十把金钥匙：　　第一把金钥匙：顾客就是上帝。
酒店提供的产品就是服务，只有提供优质的服务，宾客才会购买你的产品，因此，宾客就是酒店的上帝。

美国商业饭店的创始人斯塔特勒（Statlar）先生有句名言：The guest is alwaysright（客人永远是对的），这句话成为了酒店业的经营准则。
首先，它体现了顾客至上的经营理念，给予顾客极大的尊重，获得顾客对产品与服务的满意，以此取得长期良好的酒店整体效益。
其次，它规定了酒店员工处理与顾客关系的原则与方式。
任何情况下先暂且认为顾客是对的，使顾客受尊重的心理得到满足，再去解决矛盾，以避免出现双方对立的局面。
再次，它表明了酒店的立场与发展宗旨，即以顾客为中心，从顾客的角度设计与提供酒店产品。
所以，在酒店业中，顾客永远是对的。

第二把金钥匙：微笑。
微笑是一种各国宾客都能理解的欢迎语言。
酒店业普遍提倡“微笑服务”，它可以缩短与宾客的心理距离，融洽双方关系，表示出对宾客的热情；作为优质服务的一部分，它可以增加宾客对酒店产品的信任度和满意度，对酒店产品留下美好的印象。
同时，“微笑服务”也是员工自身素质的体现，反映了员工对工作的热爱和对宾客的关怀。

第三把金钥匙：真诚、友好和热情。
这就要求酒店员工一定要真诚地为顾客服务，一定要用友好热情的语言与顾客沟通。
就算难以满足顾客的要求，也要表现出愿意努力的态度。
另外，在拒绝客人的要求时，要说明理由，然后婉言谢绝，并在可能的情况下，为其提供其他补偿性或相关性的服务。

第四把金钥匙：提供快速敏捷的服务。
对于顾客的服务要求和投诉问题，要及时采取行动，以表示时刻在关心顾客。
要知道顾客往往是缺乏耐心的，他们有强的时间观念，所以酒店要随时提供快速敏捷的服务，使客人满意。

第五把金钥匙：文明、礼貌的语言。
在国外，要求酒店服务员至少要经常使用两句具有魔术般魅力的话。
一句是顾客向你走来时，你要说：“我能帮助您吗？
”（May I help you.g）；另一句是顾客向你道谢时，你要说：“不用谢”（No thanks.）。

在我国，要求服务员提供文明、礼貌、简明、清晰的普通话服务，对宾客提出的问题无法解决时，应予以耐心解释，不能推诿和应付。
第六把金钥匙：要佩戴好你的服务牌。
这主要是为了便于客人与你联系。
如果客人需要你的服务，他们可以随时叫你。
第七把金钥匙：仪容仪表要端庄、大方、整洁。
这就要求每一位员工注意个人卫生，仪表形象。
不同部门的员工要穿不同的制服，制服都要经过烫熨，以提升酒店员工整体的精神风貌。
第八把金钥匙：员工间的互助合作。
酒店服务是一项综合性的工作，员工必须树立互助合作的团队精神，这样才能做好每一项工作，体现出饭店的整体服务意识和服务质量。
第九把金钥匙：用尊称向顾客问候。
要求员工在顾客问候你之前，先用尊称向顾客问候。
熟悉的顾客，可以加上他的姓氏，使顾客有一种宾至如归的感觉。
第十把金钥匙：熟悉自己的酒店及各种相关信息。
这一点是为了在顾客询问时，有问有答。
由此，我们可以总结出酒店服务的含义：酒店服务是有形的实物和优质的服务行为所构成的综合体。
它通过服务者提供一系列的服务行为和活动所体现，它能够满足客人住店期间的各种需求，解决客人解决不了或不愿解决的问题。
二、酒店服务的特点　　酒店服务的使用价值，是它能满足宾客在物质方面或者精神方面的需要。
它不是表现为物，而是表现为活动，具有与其他物质产品不同的特点。
1.同一性　　一般物质产品的交换和消费是相互独立的，从生产到消费，必须通过中间环节，即流通领域，且交换先于消费；而酒店服务这一产品则不同，它的生产和消费是同步进行的，在时间和空间上是统一的，即在生产者（酒店工作人员）与消费者（宾客）之间是直接、面对面进行的。
当面生产，当面消费。
也就是说，服务的好坏，要受到客人的直接检验，并对酒店产生直接的影响。
同时，消费者在购买前不能看、听、嗅、尝或感觉到饭店服务。
这种产品的不可预先触知性、购买时无法试验产品质量的不可选择性，以及购买后如有质量问题的无法退换性，使得消费者对酒店服务质量的选择实际上就是对酒店信誉的选择。
选择的根据一般有三种：一是经验和判断；二是亲朋好友的间接经验和介绍；三是报刊、广播、电视等媒体宣传。
2.固定性和共享性　　酒店服务是不可转移的，不像其他物质产品，可以买回家使用。
酒店服务的使用价值，只有在酒店才能实现。
因此，宾客只有入住酒店，才能消费酒店服务。
这就使得酒店服务具有固定性和共享性的特点，如酒店的床位是固定的，但它可以接待一批又一批的客人，并创造较高的收益。
3.不可重复性　　酒店服务的使用价值，对于宾客来说是暂时的，宾客入住酒店时开始享用，即实现服务的使用价值；当宾客离开饭店，服务随即终止，酒店服务的使用价值不复存在。
酒店服务的一次性，决定了服务会随着时间、地点及服务人员心情的变化而不同，即使是同一名服务员提供的服务，其质量也会有所不同，因此，宾客在一生中不可能有机会消费完全相同的服务。
这就要求我们重视每一次服务，做好每一次服务。
4.综合性　　酒店服务是从物质和精神方面满足宾客的多种需求。
这种使用价值的综合性体现在酒店服务不仅能够提供基本的生活需要，还能提供更高层次的精神享受的需要。
因此，各个环节的服务构成整个酒店的服务价值。

同时，酒店要接待来自不同地区、不同民族及不同国家的宾客，各种不同性别、不同年龄、不同职业、不同文化程度和不同宗教信仰的宾客，不仅有着不同的爱好、.兴趣和习惯，而且有着不同的服务需求。
‘尽管他们在基本生活需要方面有着相同之处，但在很多方面又各不相同，如商务客人不同于度假客人，对于商务客人，他们要求酒店提供更好的会议服务、秘书服务、方便快捷的通讯服务等。
可见，酒店服务的综合性一方面要求有关部门互相配合，加强合作；另一方面要求服务人员善于观察和了解客人的需求，提供有针对性的服务，即个性化服务或超常规服务。
第二节 酒店员工优质服务意识　一、优质服务的含义　“优质服务”的含义，不同的人有不同的理解，但有一点是共同的，即优质服务含有超出常规的和一般性的服务内容和服务满足。
一般理解是“规范服务+超常服务=优质服务”，即优质服务是在规范服务的基础上有超乎常规的表现。
规范化的服务可以使客人无法感到不满意，而超常服务则是在完成规范服务的基础上，使自己的服务效率更高，或者增加一些规范服务中所没有涉及的，根据特定情况所额外提供的服务内容。
二、优质服务的功能　服务功能是指提高服务质量满足客人需求所能够发挥的效能。
酒店优质服务的功能主要包括以下几种：　1.舒适性与安全性　酒店一般属于高级消费场所，具有明显的前端消费性质，要求住店的舒适性。
因此设施设备、消费环境必须保证舒适、美观，布置典雅，整洁卫生。
服务态度必须主动、热情、耐心、周到，能够让客人始终感到优良的物质和精神享受，产生舒适感。
安全是酒店优质服务的基本要求，也是客人的基本要求。
酒店优质服务不仅要确保客人和酒店的人身与财产安全，而且要使客人具有安全感。
为此，必须严防火灾、食物中毒、盗窃、客人和员工的人身伤害等各种事故的发生。
2.方便性和时间性　客人外出住店，来到一个陌生的环境，人生地不熟。
能否为客人提供方便的服务，就成为酒店优质服务的重要功能。
为此，酒店必须从设施配置、用品配备、活动安排、服务方式、服务内容等各个方面为客人提供方便、周详的服务，使客人有方便感和宾至如归感。
另一方面，现代社会是讲求效率的。
酒店向客人提供优质服务，要注重服务效率，特别是对公司客人、商务客人、会议客人的服务，都必须在规定时间或客人要求的时间内，要做到及时、准时、守时和省时，提高服务效率。
所以，时间性也是现代酒店优质服务的基本功能之一。
3.情感性和文明性　现代旅游服务的目的之一是加强人与人之间的交往，增进友谊、促进相互了解。
所以，酒店业又称为感情工具。
客人住店，总是希望能够在一个自由、亲切、尊重、友好、和睦的气氛中与他人交往，为此，酒店提供优质服务，要注重与客人的情感交流，特别是要为客人之间的交往创造良好的环境和条件。
另一方面，酒店优质服务的情感性和文明性是相辅相成的。
现代酒店作为高级消费场所和各种社交活动中心，十分讲究文明服务。
为此，酒店提供优质服务，必须做到文明礼貌、热情大方、举止文雅、态度和蔼、仪容整洁、仪表端庄、讲究风度，充分体现精神文明服务。
三、优质服务的表现形式　1.运动形式的服务　运动形式的服务是指服务和消费同处于运动过程中，边服务，边消费，服务过程就是客人的消费过程。
生产的消费和消费的生产同时充分地表现出来，其产品是无形的，它只有使用价值，没有实物形式。
服务过程和消费过程在时间和空间上都是同时发生、同时结束，如酒店的门卫服务、接待分房服务、行李服务、客房服务等。
运动形式的服务质量主要表现为服务人员的着装仪表、服务态度、礼节礼貌、形体动作、服务语言等各种服务操作、服务技能的现场发挥程度，即活动本身的质量高低。
因而其优质服务的程度具有紧迫性、现实性。

为此，要提高酒店运动形式的服务质量，关键是要解决好两个问题：一是充分调动服务人员的主动性、积极性，认真做好每次对客人服务的现场发挥。
二是管理人员，特别是主管、领班级人员每天要加强巡视检查，做好走动式管理和现场管理。
……

编辑推荐

一个成功的现代酒店必须有高标准的星级服务。
现代酒店经营管理人员必读，现代酒店星级服务培训最佳读本。

第一图书网, tushu007.com

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