

<<星级酒店服务手册>>

图书基本信息

书名：<<星级酒店服务手册>>

13位ISBN编号：9787802061125

10位ISBN编号：7802061121

出版时间：2006-1

出版时间：光明日报出版社

作者：宿春礼

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>

<<星级酒店服务手册>>

内容概要

改革开放政策使我国旅游业得以蓬勃兴起，酒店行业也随之迅速发展。

酒店行业的发展和规模的扩大使酒店从业人员的数量迅速增加。

随着酒店行业竞争日趋激烈，酒店对从业人员的要求将越来越高。

同时，随着经济发展和社会的进步，消费者的消费心理日趋成熟。

客人在星级酒店的消费越来越理智，对星级酒店的要求也越来越高。

因此，星级酒店在全方位提高员工素质的同时，还必须提供个性化服务，以满足客人的需求，从而吸引更多客人，提高星级酒店的经济效益。

这种个性化服务是指根据客人的不同生理、心理需求，提供具有针对性的超常服务，即要求星级酒店服务人员在工作时“心里想着客人，眼里看着客人”，给予每位客人以“特殊关照”，并根据客人要求随时提供超出常规的、主动的、灵活的服务。

酒店对客人提供个性化服务的根本目的，其实就是为了提高酒店服务的质量。

而服务质量对于酒店来说是一个常说常新的话题。

服务质量不仅关系着酒店的经营、效益、声誉、更关系着酒店的兴衰，这已是业内人士的共识。

为此，服务质量越来越受到业内人士的关注。

可以说，服务质量是酒店兴衰的关键，所以，酒店要通过各种途径，千方百计地提高服务质量。

在酒店行业中，有一个被普遍接受的等式，即 $100-1=0$ 。

它有两层含义：一是酒店出售的产品由多种服务项目购成，每项服务产品如客房、餐饮、娱乐等都代表着一个整体的酒店形象，如果其中任何一项产品出了质量问题，损害的不仅是这项产品的声誉，而是整个酒店的名声，故 $100-1=0$ 。

二是客人入住酒店消费，其消费项目由多种服务项目购成，顾客对服务项目的任何一项不满意，他们的满意度不会因此按减法递减，而是全面否定，因为他不可能体验所有的服务项目。

在他看来，他体验的那个项目就代表了所有项目的服务质量。

在市场竞争日趋激烈的条件下，他不会当“回头客”，再消费这家酒店提供的服务，对这家酒店来说，它的服务收益便等于零。

所以从根本上说，服务质量是酒店的生命。

它告诉我们，对顾客而言，服务质量只有好坏之分，不存在较好较差的比较等级。

好就是全部，不好就是零。

然而酒店的优质服务归根结底是由广大服务人员来完成的。

这些服务人员分散在前厅、客房、餐厅、商场等各个环节，劳动过程中大多由服务人员独立操作。

人员分散的特点，决定了管理人员不可能时时监督。

所以说，服务质量的高低对广大服务人员的依赖性很大。

因此员工素质的提高才是酒店提高服务质量和经济效益的根本。

基于此，我们编写了《星级酒店服务手册》一书，全书分为十章，涵盖了从星级酒店服务理念、基础知识、礼仪常识、服务质量管理，到前厅、客房、餐厅、娱乐、商场销售和安全保卫服务的各个知识点及服务环节。

书中所总结出的酒店服务基准，是酒店的员工在各个工作岗位上服务客人的基本准则，也是酒店管理者进行酒店管理和员工培训的基本准则。

因此，本书的实际操作性极强，是一本不可不得的酒店管理、员工工作的参考工具书，并将会极大的提高酒店的服务质量和经济效益。

<<星级酒店服务手册>>

书籍目录

第一章 星级酒店服务理念概述第一节 酒店服务的含义和特点第二节 酒店优质服务的构成要件第三节 树立正确的服务意识第四节 酒店服务的发展趋势第二章 星级酒店服务基础知识第一节 酒店服务的职业道德第二节 酒店服务的礼貌修养第三节 酒店服务知识与能力的途径第四节 环境卫生和安全服务标准第三章 星级酒店服务礼仪常识第一节 酒店服务行为礼仪规范第二节 我国主要少数民族习俗礼仪第三节 我国主要客源国习俗礼仪第四节 宗教礼节常识第四章 星级酒店服务质量管理第一节 酒店服务质量概述第二节 公共卫生服务质量管理第三节 酒店服务质量管理的特征与内容第四节 酒店服务质量管理体系与方法第五章 前厅部服务第一节 前厅服务要求第二节 前厅部员工的素质要求第三节 前厅部员工服务职责第四节 前厅礼宾服务.....第六章 客户部服务第七章 餐饮部服务第八章 康乐服务基准第九章 商场部服务第十章 保安部服务

<<星级酒店服务手册>>

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>