



MARKETING
DEPARTMENT

酒店营销部

精细化管理与标准化服务

李 雯 / 编著

做好互联网+ 用好大数据 酒店业转型升级必读

岗位职责+绩效标准

工作程序+关键问题

执行标准+工作规范

常用文书+工作表单

执行技巧+解决方案



中国工信出版集团



人民邮电出版社
POSTS & TELECOM PRESS

酒店营销部

精细化管理与标准化服务

李 雯 编著

人 民 邮 电 出 版 社
北 京

图书在版编目(CIP)数据

酒店营销部精细化管理与标准化服务 / 李雯编著

— 北京 : 人民邮电出版社, 2016.4

ISBN 978-7-115-41872-2

I. ①酒… II. ①李… III. ①饭店—商业管理②饭店—商业服务 IV. ①F719.2

中国版本图书馆CIP数据核字(2016)第037258号

内 容 提 要

互联网技术和大数据技术的快速发展,给酒店业带来了机遇与挑战。就酒店营销部来说,大数据带来的挑战和工作方式的变革是酒店管理人员,尤其是酒店营销管理人员不可避免的现实。

为了帮助酒店营销部在新形势下做好转型和精细化管理,提升竞争能力及内外部用户体验,本书从“精细化管理”和“标准化服务”两个角度出发,全面细化了酒店营销部的各大工作事项。全书采用图文并茂的形式,将酒店企划组、旅行社销售组、商务销售组、会议销售组、宴会销售组、预订业务组等部门的岗位设置、岗位职责、岗位绩效考核、工作程序、服务标准等一一展现。同时,为了方便读者开展相关工作,本书还给出了工作执行过程中所需的大量实用文书与表单。

本书适合酒店管理人员阅读,也适合作为酒店营销部一线人员的岗位培训教材和高校酒店管理专业的教材教辅。

◆编 著 李 雯

责任编辑 包华楠

执行编辑 付微微

责任印制 焦志炜

◆人民邮电出版社出版发行

北京市丰台区成寿寺路11号

邮编 100164 电子邮件 315@ptpress.com.cn

网址 <http://www.ptpress.com.cn>

北京圣夫亚美印刷有限公司印刷

◆开本: 787×1092 1/16

印张: 14.5

2016年4月第1版

字数: 311千字

2016年4月北京第1次印刷

定 价: 45.00 元

读者服务热线: (010) 81055656 印装质量热线: (010) 81055316

反盗版热线: (010) 81055315

广告经营许可证: 京东工商广字第8052号

前言

互联网的快速发展，大数据的风起云涌，给传统的酒店业带来了机遇与挑战。有业内人士表示，酒店行业已经从“连锁时代”进入了“互联网时代”，急速扩张的互联网周边应用是酒店业未来发展的大势所趋。但是，不管技术手段如何先进，服务手段如何创新，在这个行业，一餐一宿的质量和品质依旧重要，甚至可以这么说，用户体验和服务正在成为酒店行业新的竞争重心。

紧跟潮流，不断创新，是“互联网+”大潮对酒店业提出的新挑战、新要求，酒店业在迎接这个挑战的过程中，除了要引入互联网思维、应用互联网技术，更要回归商业的本质，找到用户真正的痛点、痒点，为用户创造价值。

为了帮助酒店业做好转型、提升服务质量，顺利实现“互联网+”，普华经管联合弗布克管理咨询公司，从“精细化管理”和“标准化服务”两个最具价值也是酒店业在互联网时代转型突围的重要角度入手，开发了《酒店财务部精细化管理与标准化服务》《酒店营销部精细化管理与标准化服务》《酒店餐饮部精细化管理与标准化服务》《酒店前厅部精细化管理与标准化服务》《酒店客房部精细化管理与标准化服务》共五本图书。

五本图书分别阐述了酒店财务部、营销部、餐饮部、前厅部、客房部五个部门的管理事宜和具体工作开展的标准。同时，为了迎合当下酒店业转型和互联网+的趋势，加入了之前酒店管理类图书极少涉及的内容，比如大数据对酒店财务部管理的影响、餐饮部如何应用大数据、大数据在酒店前厅业务中的应用、互联网+对酒店营销工作的影响、移动互联网在客房部运营中的应用等。

《酒店营销部精细化管理与标准化服务》一书对大数据时代酒店营销部的运作趋势进行了分析，并从新形势出发，对酒店营销部的岗位设置、岗位职责、绩效目标、工作程序、关键问题逐一展开论述。

岗位设置：针对酒店营销部提供的每一项服务，设定相应的服务岗位，明确岗位名称、

岗位数量和层级关系。

岗位职责描述：针对酒店营销部每一个具体的工作岗位，对岗位职责予以详细描述，明确任职者的具体工作事项和在组织中所处的位置。

岗位绩效考核：针对酒店营销部每一个具体的工作岗位，设计考核内容、考核指标及目标值，以便于管理人员、人力资源部开展绩效考核评价工作。

工作程序设计：针对酒店营销部日常工作，均进行工作程序和步骤设计，设定明确、具体的服务目标，并就关键问题点进行特别提醒和说明。

服务标准说明：针对酒店营销部每项具体工作要达到的要求，给出详尽的服务标准和规范，让读者清楚每项工作应达到的标准。

文书表单制定：针对酒店营销部的每项工作，给出执行过程中所需的文书与表单，方便读者参照使用。

问题解决方案：针对酒店营销人员在工作中经常会遇到的问题，给出了具体的解决方案，帮助酒店营销人员解决现存的问题、预防可能发生的问题。

在本书编写过程中，彭召霞、孙立宏、刘井学负责资料的收集和整理，贾月、邹霞、贾晶晶负责图表的编排，姚小凤负责编写本书的第一章，刘俊敏负责编写本书的第二章，宋丽娜负责编写本书的第三章，高春燕负责编写本书的第四章，陈里负责编写本书的第五章，毛文静负责编写本书的第六章，阎晓霞负责编写本书的第七章，全书由李雯统撰定稿。

目录

第一章 营销部岗位设置与规范制度设计	1
第一节 营销部服务事项与岗位设置	3
一、“互联网+”对酒店营销服务的影响	3
二、营销部服务事项	4
三、营销部岗位设置	6
第二节 营销部岗位职责描述	7
一、营销总监岗位职责	7
二、营销部经理岗位职责	8
第三节 营销部岗位考核量表	9
一、营销总监绩效考核量表	9
二、营销部经理绩效考核量表	9
第四节 营销部服务标准与服务规范	10
一、营销服务质量标准	10
二、酒店介绍服务标准	11
第五节 营销部精细化管理制度设置	13
一、营销部员工工作纪律守则	13
二、营销部员工出差管理制度	14
三、营销部档案资料管理规范	16
四、营销部营业月报管理规范	17
五、营销部交际宴请管理制度	19
六、营销部销售合同管理制度	19

七、营销部客户接待管理制度	20
八、营销部工作例会管理制度	22
第二章 酒店企划组精细化管理	25
第一节 酒店企划组职责描述	27
一、酒店企划组岗位设置	27
二、企划主管岗位职责	28
三、公关主管岗位职责	29
四、市场调研专员岗位职责	31
五、广告策划专员岗位职责	32
六、营销企划专员岗位职责	33
七、公关代表岗位职责	34
八、美工岗位职责	35
第二节 酒店企划组岗位考核量表	36
一、企划主管绩效考核量表	36
二、公关主管绩效考核量表	36
三、市场调研专员绩效考核量表	37
四、广告策划专员绩效考核量表	37
五、营销企划专员绩效考核量表	38
六、公关代表绩效考核量表	39
七、美工绩效考核量表	39
第三节 酒店企划组工作程序与关键问题	40
一、市场调研工作程序与关键问题	40
二、大型活动组织程序与关键问题	41
三、赞助活动操作程序与关键问题	42
四、广告策划工作程序与关键问题	43
五、微信营销平台构建程序与关键问题	44
六、微信、微博营销活动策划程序与关键问题	45
七、危机公关应急程序与关键问题	46

八、新闻发布会组织程序与关键问题	47
第四节 酒店企划组工作标准与工作规范	48
一、美工制作申请规范	48
二、公关人员工作规范	49
三、广告策划人员工作规范	49
四、酒店广告宣传发布规范	50
五、公关人员接受采访规范	51
六、客户生日服务工作标准	52
七、与媒体、政府沟通工作规范	53
八、危机公关应急预警工作规范	54
九、酒店自媒体营销活动开展规范	55
第五节 酒店企划组工作常用文书与表单	56
一、公关活动计划表	56
二、公关费用预算表	57
三、酒店年度广告计划表	57
四、年度市场调研计划表	57
五、竞争酒店调查报告表	58
六、年度公关活动统计表	58
七、酒店重大活动记录表	59
八、客户满意度调查报告	60
九、公关活动拜访计划表	63
十、公关活动统计情况表	63
十一、月度公关拜访汇总表	63
十二、重要客户接待计划表	64
十三、美工使用申请表	64
第六节 酒店企划组工作质量提升方案	65
一、开业广告策划方案	65
二、公关营销策划方案	67
三、酒店形象塑造活动方案	73

四、圣诞节促销活动方案	75
五、中秋节营销策划方案	77
六、酒店网络营销策划方案	79
七、酒店微信营销策划方案	81

第三章 旅行社销售组精细化管理

83

第一节 旅行社销售组岗位职责描述	85
一、旅行社销售组岗位设置	85
二、旅行社销售主管岗位职责	86
三、旅行社销售协调员岗位职责	86
四、旅行社销售客服专员岗位职责	87
第二节 旅行社销售组岗位考核量表	88
一、旅行社销售主管绩效考核量表	88
二、旅行社销售协调员绩效考核量表	89
三、旅行社销售客服专员绩效考核量表	89
第三节 旅行社销售组工作程序与关键问题	90
一、旅行社走访工作程序与关键问题	90
二、旅行社销售签约程序与关键问题	91
三、现场参观介绍工作程序与关键问题	92
第四节 旅行社销售组服务标准与服务规范	93
一、销售计划制订标准	93
二、旅游团队服务标准	94
三、信函文件往来规范	95
四、销售访问工作规范	96
第五节 旅行社销售组服务常用文书与表单	97
一、旅行社销售拜访记录	97
二、每日销售拜访报告表	98
三、每月销售活动报告表	98
四、旅行社订房契约合同	98

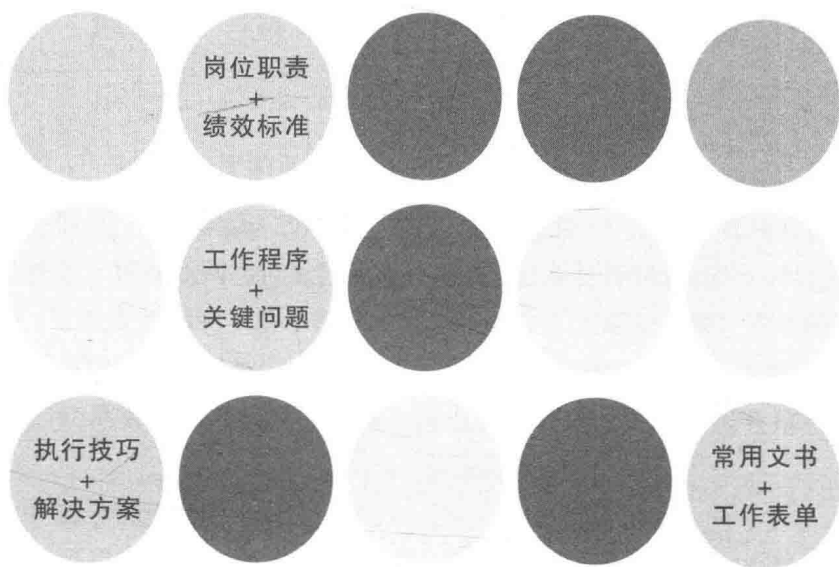
五、旅行社销售计划审批表	101
六、月度销售统计表	101
七、销售协议审批表	102
第六节 旅行社销售组服务质量提升方案	102
一、旅行社节假日销售方案	102
二、旅行社合作谈判方案	104
第四章 商务销售组精细化管理	109
第一节 商务销售组岗位描述	111
一、商务销售组岗位设置	111
二、商务销售组主管岗位职责	112
三、商务销售专员岗位职责	113
四、长包房销售专员岗位职责	114
第二节 商务销售组岗位考核量表	115
一、商务销售主管绩效考核量表	115
二、商务销售专员绩效考核量表	115
三、长包房销售专员绩效考核量表	115
第三节 商务销售组工作程序与关键问题	116
一、商务客户销售程序与关键问题	116
二、客户订单跟进程序与关键问题	117
三、客户挂账操作程序与关键问题	118
四、长包房销售操作程序与关键问题	119
第四节 商务销售组服务标准与服务规范	120
一、商务销售工作规范	120
二、客户拜访工作规范	122
三、订单跟进操作标准	123
四、商务客户管理标准	124
五、长包房服务跟进规范	125

第五节 商务销售组服务常用文书与表单	127
一、客户信息档案表	127
二、客户挂账申请表	128
三、客户拜访记录表	128
四、销售人员业绩报表	129
五、客户订房协议书	129
六、宾客意见征询函	130
七、长包房租赁协议	133
八、长包房客户优惠政策	135
第六节 商务销售组服务质量提升方案	136
一、客户走访前准备方案	136
二、新客户实地拜访方案	137
三、大客户关系维护方案	138
第五章 会议销售组精细化管理	141
第一节 会议销售组岗位描述	143
一、会议销售组岗位设置	143
二、会议销售主管岗位职责	144
三、会议销售专员岗位职责	145
第二节 会议销售组岗位考核量表	146
一、会议销售主管绩效考核量表	146
二、会议销售专员绩效考核量表	146
第三节 会议销售组工作程序与关键问题	147
一、会议业务拓展程序与关键问题	147
二、会议销售操作程序与关键问题	148
三、会议室出租操作程序与关键问题	149
第四节 会议销售组服务标准与服务规范	150
一、会议销售服务标准	150
二、会议销售洽谈规范	151

三、会议销售记录标准	152
四、会议室出租服务规范	153
第五节 会议销售组服务常用文书与表单	155
一、客户访问报告表	155
二、销售拜访计划表	156
三、会议销售确认书	157
四、会议接待计划书	158
第六节 会议销售组服务质量提升方案	161
一、酒店会议销售方案	161
二、会议室预订处理方案	162
三、会议预订更改与取消处理方案	164
第六章 宴会销售组精细化管理	167
第一节 宴会销售组岗位职责描述	169
一、宴会销售组岗位设置	169
二、宴会销售主管岗位职责	170
三、宴会销售专员岗位职责	171
四、宴会销售客服专员岗位职责	172
第二节 宴会销售组岗位考核量表	173
一、宴会销售主管绩效考核量表	173
二、宴会销售专员绩效考核量表	173
三、宴会销售客服专员绩效考核量表	174
第三节 宴会销售组工作程序与关键问题	175
一、宴会销售操作程序与关键问题	175
二、宴会销售洽谈程序与关键问题	176
三、宴会预订落实程序与关键问题	177
第四节 宴会销售组服务标准与服务规范	178
一、宴会销售工作标准	178
二、咨询接待服务标准	179

三、宴会订单执行标准	181
第五节 宴会销售组服务常用文书与表单	182
一、销售拜访报告表	182
二、宴会厅报价表	182
三、月度宴会预订单	183
四、宴会订餐合同书	183
五、宴会预订登记表	185
六、宴会预订确认单	185
七、自助餐会确认书	185
八、宴会订席合约书	186
九、宴会意见调查函	188
第六节 宴会销售组服务质量提升方案	189
一、宴会销售服务方案	189
二、销售人员电话回访方案	190
第七章 预订业务组精细化管理	193
第一节 预订业务组岗位描述	195
一、预订业务组岗位设置	195
二、预订主管岗位职责	196
三、预订员岗位职责	197
第二节 预订业务组岗位考核量表	198
一、预订主管绩效考核量表	198
二、预订员绩效考核量表	198
第三节 预订业务组工作程序与关键问题	199
一、预订信息处理程序与关键问题	199
二、预订信息更改程序与关键问题	200
三、超额预订处理程序与关键问题	201
四、取消预订处理程序与关键问题	202
五、预订信息归档程序与关键问题	203

第四节 预订业务组服务标准与服务规范	204
一、酒店预订工作规范	204
二、客房预订服务标准	205
三、VIP 预订服务标准	207
第五节 预订业务组常用文书与表单	208
一、客房预订确认书	208
二、会议接待通知单	209
三、宴会预订通知单	210
四、团队客房预订单	211
五、团队变更通知单	211
六、会议变更通知单	212
七、宴会变更通知单	212
八、费用减免申请书	213
九、网络预订确认单	214
第六节 预订业务组服务质量提升方案	215
一、预订异常处理方案	215
二、预订咨询报价方案	216



第一章

营销部岗位设置与规范制度设计

第一节 营销部服务事项与岗位设置

一、“互联网+”对酒店营销服务的影响

如今,“互联网+”被大众广为关注。所谓“互联网+”战略,就是利用互联网的平台及信息通信技术,将互联网和传统行业结合起来,在新的领域创造出一种新的生态。

“互联网+”改变并影响了多个行业,如电子商务、互联网金融、在线旅游、在线影视等。鉴于“互联网+”对传统行业的变革作用,如何利用互联网、大数据开展营销活动已成为酒店迫切需关注及探讨的问题,这也促使酒店营销部的服务事项产生了一些变化。

(一) 大数据分析及应用

大数据分析可以为酒店营销目标的制定、营销活动的调控等工作决策提供依据。因此,酒店营销部应不断收集、累积大数据资源,将大数据运用逐步完善和深化。

(二) 互联网营销

很多酒店都致力于通过互联网元素的加入和智能化设备的改造来提升在线营销的效率,提高粉丝活跃度和客户黏性。通常,酒店“互联网+”线上营销渠道的“标准配置”有官方网站、微博、微信和APP等。

(1) 官方网站。官方网站是酒店在互联网上的一个窗口,起到了企业名片的作用,它比传统的杂志、电视、报纸和其他广告形式的营销渠道更能体现出成本效益。

(2) 微博。微博的实时实地性可以促进酒店与客户更及时、便捷地沟通,以用较低的成本达成营销目的。这种及时性与便捷性已让微博逐渐成为一种新兴的营销渠道。

(3) 微信。随着微信的应用及其用户人数的增加,其已成为大众使用率较高的一种沟通和分享平台,这就让基于微信平台的酒店在线营销体系变得尤为重要。

(4) APP。伴随着高端智能手机用户的快速增长,其带动了包括酒店业在内的各类“移动应用”的快速及多样化发展,酒店APP营销也逐渐成为营销人员的重要工作之一。