



面向“十二五”高等教育课程改革项目研究成果

前厅客房服务与管理

*Service and Management of Front Office
and Guestrooms*

■ 主编 陈宁



 **北京理工大学出版社**
BEIJING INSTITUTE OF TECHNOLOGY PRESS



面向“十二五”高等教育课程改革项目研究成果

前厅客房服务与管理

Service and Management of Front Office and Guestrooms

主 编 陈 宁

副主编 王金茹

参 编 殷开明 刘巍 杨士英



北京理工大学出版社

BEIJING INSTITUTE OF TECHNOLOGY PRESS

内容提要

本书阐述了前厅部与客房部的业务知识和管理知识,详细介绍了前厅业务的经营策略与管理方法,探讨了前厅业务管理的基本内容、前厅机构的设置、前厅营销活动的开展;介绍了客房产品的设计、客房服务活动的开展与服务质量管理、客房设备物资管理与客房经济效益的分析,以及客房经营的趋势及最新发展动态。

为了培养学生发现问题、分析问题和解决问题的能力,本书各章均配有案例分析和思考题,以期达到培养、提高学生综合能力的目的。对于关键知识点,还尽可能地用图表来总结,并配以相关知识链接,以利于学生更准确地掌握重点。

本教材既可作为高等院校旅游服务类专业教材,也可作为旅游企业高级管理人员的参考资料。

版权专有 侵权必究

图书在版编目(CIP)数据

前厅客房服务与管理/陈宁主编. —北京:北京理工大学出版社, 2010. 7
ISBN 978-7-5640-3361-3

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

中国版本图书馆CIP数据核字(2010)第128635号

出版发行 / 北京理工大学出版社

社 址 / 北京市海淀区中关村南大街5号

邮 编 / 100081

电 话 / (010) 68914775 (办公室) 68944990 (批销中心) 68911084 (读者服务部)

网 址 / <http://www.bitpress.com.cn>

经 销 / 全国各地新华书店

印 刷 / 北京市通州京华印刷制版厂

开 本 / 710毫米×1000毫米 1/16

印 张 / 17

字 数 / 331千字

版 次 / 2010年7月第1版 2010年7月第1次印刷

责任校对 / 王 丹

定 价 / 38.00元

责任印制 / 母长新

图书出现印装质量问题, 请与本社市场部联系, 电话: (010) 68944990

出版说明

Publisher's Note

根据世界旅游组织的预测, 2020年中国将成为世界第一大旅游目的地国, 并成为世界第四大旅游客源国。在我国旅游业迅速发展的过程中, 需要大量优秀的专业人才。旅游业是我国“十一五”期间发展的重点领域之一, 据国家旅游局统计数据显示, 2009年全国旅游业从业人员约为600万人, 而实际需要专业旅游人才在800万人以上, 因此人才缺口至少在200万人以上, 平均每年需求约增40万人。

教材建设是旅游人才培养的基础。随着我国旅游教育层次与结构的完整与多元化, 高等教育对旅游专业人才的培养目标更为明确, 也急需一套与我国旅游教育发展相匹配并符合高等院校旅游教育现状的专业教材。

根据教育部提出的“要紧紧抓住提高人才培养质量这条生命线, 确保教学工作的中心地位, 以培养满足国家和地方发展需要的高素质人才为目标, 以提高学生国际竞争能力为重点, 整合各类教学改革成果, 加大教学过程中使用信息技术的力度, 加强科研与教学的紧密结合”的宏观要求, 为配合各高等院校进一步贯彻落实《教育部关于加强高等学校本科教学工作提高教学质量的若干意见》《教育部关于启动高等学校教学质量与教学改革工程精品课程建设工作的通知》及《教育部办公厅关于印发〈国家精品课程建设工作实施办法〉的通知》的精神, 切实推进教育创新, 深化教学改革, 促进现代信息技术在教学中的应用, 共享优质教学资源, 进一步促进教授上讲台, 全面提高高等教育教学质量, 提升我国高等教育的综合实力, 推动全国高等院校“精品课程”建设工作, 并着眼于“十二五”国家级规划教材的申报工作, 北京理工大学出版社策划出版了《面向“十二五”高等教育课程改革项目研究成果》。

本系列教材由四川大学历史文化(旅游)学院、四川师范大学历史文化与旅游学院等十多所高等院校联合编写, 全面地研究和借鉴国外相关教材的教学方法, 融入国内著名学校先进的教学成果, 根据教育部相关教学大纲的指导思想进行编写, 使教材建设具有实用性和前瞻性, 与市场结合得更加紧密, 并面向全国高等院校旅游专业课程的建设, 大力推广, 在全国范围内普及。

本系列教材适合高等院校旅游类专业使用, 也可作为企事业单位相关高级从业人员业务素质提高的拓展培训教材, 欢迎广大师生及专家学者对本套教材提出批评和意见。

前 言

Preface

我国加入WTO和经济改革的深入发展,以及2008年北京奥运会的举办,给旅游服务行业带来了巨大的发展机遇,酒店从业人员的需求量也相应增多。由于酒店前厅与客房是展现我国服务行业的“窗口”,所以对员工的素质要求也越来越高。目前我国高等教育中旅游院校毕业的学生正成为旅游服务业中的主要力量。为了从理论上对前厅与客房管理进行指导,在技术和方法上适应现代酒店前厅与客房的实践需要,我们编写了这本教材。

“前厅客房服务与管理”是一门涉及内容广泛、理论性与实践性较强的旅游专业课程。本教材既可作为高等院校旅游管理类专业的教学用书,也可作为从事旅游管理、酒店管理人员的培训用书和参考读物。

本教材围绕酒店客房产品的生产和销售这一主线展开,主要介绍房务部两大营业部门——负责客房产品销售的前厅部和负责客房产品生产的客房部的服务与管理的相关知识。高等教育教学内容的确定应以职业岗位的专项性和操作性为依据,使学生具备扎实的职业技能、专深的岗位业务知识、较强的全面素质为目标,对理论的要求以“够用”和“实用”为度。本教材根据职业岗位所需的智能结构来确定大纲,强调职业岗位的针对性。在把握理论科学性、现代性的同时,将理论进行变通,体现出理论的实用性和可操作性,使学生不仅能够掌握知识,还能学会如何去运用知识,做到学以致用。本教材采用图片、表格的形式进行说明和讲解,可以帮助学生更好地理解各章内容;章首案例、知识链接等内容可帮助学生较直接地理解应掌握的内容,真正体现其实用性。

在编写过程中,我们立足行业市场,力求突出行业特色,以满足前厅与客房服务日趋变化及顾客个性化服务的要求。根据酒店运营的特点,结合高等院校学生掌握知识的需要,我们将本书分为十二章。第一章至第六章对前厅服务与管理的内容进行了介绍;第七章至第十一章着重介绍了客房服务与管理的内容;第十二章综合介绍了前厅客房人力资源管理的相关知识。

在本书编写的过程中得到了有关部门、学校领导和酒店行业专家的指导与大力支持,在此表示衷心的感谢。

由于时间仓促,再加上编者专业水平有限,书中难免存在不妥之处,敬请各位专家和读者指正。

编 者

课程介绍

Course Introduction

一 课程性质

“前厅客房服务与管理”是高等院校旅游管理专业的一门专业核心课程，主要介绍前厅及客房部的工作任务、特点和作用，要求学生掌握客房预订、入住登记、前厅服务与客人离店结账服务等技能，了解客房卫生整理、楼面接待服务等服务技能，是一门实践性很强的课程。通过教学，向学生灌输从事前厅和客房管理与服务工作必备的观念及意识，训练学生掌握酒店前厅和客房服务的基本操作程序与技能，培养学生从事酒店前厅和客房服务与管理的能力。

二 培养目标

本课程通过精心设计章首案例、课堂讨论以及技能操作等板块，培养学生的实际工作能力，目的是达到以下三个目标。

◎知识目标

通过本课程的学习，使学生理解前厅部与客房部的业务知识和管理知识、前厅业务管理的基本内容、前厅机构的设置、前厅营销活动的开展、前厅业务的经营策略及管理方法、客房服务活动的开展与服务质量的管理等内容，掌握做一名合格的酒店从业人员必须具备的理论知识，各种前厅、客房服务的程序与规范化管理知识。

◎能力目标

本课程以使具备扎实的职业技能、专深的岗位业务知识、较强的全面素质为目标，使学生在理论的指引下，能够为酒店宾客提供规范化和个性化的服务，掌握接待、问讯、收银服务等操作技能；提高学生语言沟通的能力、组织协调的能力、分析处理问题的能力及应变能力；使学生具备成为酒店高级管理人才的发展潜力。

◎素质目标

通过本课程的学习，使学生具备良好的职业道德、较好的身体素质和心理素质、较强的语言能力，在情感、礼仪等各方面都有所提高，并培养学生的团队精神和协作共事的能力。

由于本课程是依据职业岗位分析设置的，因此较好地体现了素质教育和职业能力培养这一主线，能够满足预期就业岗位的要求。课程体系结构科学、合理，专业课程体系符合高技能人才培养目标和相关专业技术领域职业岗位的任职要求。

三 学科定位

本课程是在饭店管理概论、旅游服务礼仪、旅游心理学等课程之后开设的专业核心课程，也为旅行社经营与管理、景区规划与开发等后续课程的学习打下了良好的基础，是旅游专业的支撑课程。

第一章 前厅部概述 / 1

- 第一节 前厅部的地位、作用及工作任务 / 3
- 第二节 前厅部的组织机构 / 5
- 第三节 前厅部的岗位职责 / 11
- 第四节 前厅部人员的素质能力要求 / 16
- 第五节 前厅环境 / 19

第二章 前厅部客房预订 / 25

- 第一节 客房预订概述 / 27
- 第二节 客房预订的程序 / 34
- 第三节 超额订房及订房纠纷处理 / 39
- 第四节 减少空房现象的程序与方法 / 43

第三章 前厅部系列服务 / 47

- 第一节 礼宾服务 / 48
- 第二节 接待服务 / 52
- 第三节 问讯服务 / 57
- 第四节 总机服务 / 62
- 第五节 商务中心服务 / 65
- 第六节 收银服务 / 69

第四章 前厅部销售管理 / 77

- 第一节 前厅部的销售策略 / 79
- 第二节 前厅部销售价格的制定 / 83
- 第三节 客房销售 / 90
- 第四节 客房安排 / 94

第五章 前厅部的沟通协调 / 97

- 第一节 沟通协调的基本原理 / 98
- 第二节 前厅部内部的沟通协调 / 100
- 第三节 前厅部与其他部门的沟通协调 / 102
- 第四节 客人投诉的受理 / 106
- 第五节 沟通协调的主要障碍及纠正方法 / 110
- 第六节 客史档案管理 / 112

第六章 前厅服务质量管理 / 117

- 第一节 前厅服务质量概述 / 118
- 第二节 前厅部全面质量管理 / 124
- 第三节 前厅部安全管理 / 129



第七章 客房部概述 / 135

- 第一节 客房部的地位、作用及主要任务 / 136
- 第二节 客房部的组织机构设置及主要岗位职责 / 138
- 第三节 客房的类型、功能空间及布置 / 144
- 第四节 客房部的业务特点及人员素质要求 / 149
- 第五节 客房服务与管理的发展趋势 / 152

第八章 客房部清洁卫生管理 / 157

- 第一节 客房的日常清扫 / 158
- 第二节 客房的计划卫生 / 166
- 第三节 客房清洁卫生质量的控制 / 168
- 第四节 公共区域的清洁卫生与保养 / 174

第九章 客房部设备用品管理 / 179

- 第一节 客房部设备用品管理概述 / 180
- 第二节 布件的管理 / 184
- 第三节 洗衣房的管理 / 188
- 第四节 客房日用品的管理 / 191

第十章 客房部安全管理 / 197

- 第一节 客房安全管理概述 / 198
- 第二节 防火与防盗 / 203
- 第三节 其他意外事故的处理 / 211
- 第四节 劳动职业安全 / 214

第十一章 客房服务质量管理 / 219

- 第一节 客房服务项目及客房服务的特点 / 220
- 第二节 客房服务的组织模式 / 230
- 第三节 客房服务质量管理的内容、标准及方法 / 233
- 第四节 客房优质服务 / 237

第十二章 前厅客房人力资源管理 / 243

- 第一节 人力资源管理概述 / 245
- 第二节 前厅客房人力资源招聘 / 247
- 第三节 员工服务意识的培养 / 251
- 第四节 对前厅和客房员工的培训 / 254
- 第五节 员工的考核与评估 / 258
- 第六节 员工激励与管理艺术 / 260

参考文献 / 264



01

目录

第一章 前厅部概述
第一节 前厅部的概念
第二节 前厅部的地位与作用
第三节 前厅部的组织模式
第四节 前厅部从业人员的素质要求
第五节 现代酒店前厅环境的建设

第一章 前厅部概述

CHAPTER ONE

■本章导读

前厅部也称客务部、前台部、大堂部，是酒店组织客源、销售客房商品、沟通和协调各部门对客服务，并为宾客提供前厅服务的综合性部门。前厅部是酒店最重要的一线部门之一，它的软硬件水平对酒店总体服务质量的高低有着至关重要的作用。本章介绍了前厅部的概念，突出了前厅部在现代酒店中的地位与作用，提出了目前酒店前厅部组织模式的三种模式，强调了对前厅部从业人员的素质要求，并且阐述了现代酒店前厅环境的建设。

学习目标

- 理解前厅部在酒店中的地位与作用
- 了解前厅部主要的工作任务
- 了解前厅部的组织机构及岗位职责
- 掌握前厅部人员的素质能力要求
- 了解酒店前厅环境的基本要求

章首案例

客人总是对的

某日晚上6时许,某酒店的大堂内灯光辉煌,宾客如云。总服务台的接待员小马正为团队客人办理入住手续。这时两位香港客人走到柜台前对小马说:“我们要一间房。”小马说:“请您稍等一下,我为这个团队办好手续,就为你们办理。”其中一位香港客人李先生说:“今晚7点半我们约好朋友在外面吃饭,希望你先给我们办一下。”于是小马一边继续为团队办手续,一边用计算机查找空房。但是,所余空房全都是每间218元的,他如实告诉了客人。此时另一位香港客人张先生突然对小马大发脾气:“今天早上我曾打电话给你们酒店询问房价,回答说双人标准间是每间186元,为什么忽然调成218元了呢?真是漫天要价。”小马刚要回话,这位张先生突然挥手向小马的面孔打去,小马没有防备,结果挨了一记耳光:他翘起了一下,面孔变得煞白,小马真想回打对方一下。但他马上想到自己的身份,决不能意气用事,于是尽量克制自己的情绪,用正常的语气向客人解释说:“186元的房间已经住满,218元的还有几间空着,由于楼层不同,房金也就不一样,我建议你们先住下,尽快把入住手续办好,也好及时外出赴宴。”这时,李先生见他的朋友张先生理亏,想为他找个台阶下,于是就劝张先生说:“这位接待员还算有耐心,既然如此劝说,我们就答应住下吧。”张先生见势也就软了下来。小马立刻招手行李员把客人的行李送到房间。然而当时从小马紧握着的那只微微颤抖的手上可以看出他正在极力压抑着内心的委屈。在周围的其他客人都纷纷对张先生的粗鲁行为表示不满时,那位张先生一声不响地和李先生办好手续便匆匆去客房了。张先生事后深感愧疚,终于在离店时到总台向小马表示歉意,对自己的冒失行为深表遗憾。

问题:接待员小马这样做对吗?

案例分析：客人张先生的所作所为肯定是不对的，而小马的表现则是无可非议的。他既不还手，也不用恶语回答，他懂得作为酒店的从业人员就是得理也应该让人，这样才会留住两位客人，并让他们拥有一次愉快的住店经历。当然，小马在客人突然袭击之际自然会感到委屈，这就需要用意志克制自己不与客户发生冲突。小马的宽容很典型地体现了“客人总是对的”这句话的真谛。如果酒店员工都能从这个高度来要求自己，酒店的服务质量就会有质的飞跃。

第一节 前厅部的地位、作用及工作任务

一 前厅部的地位和作用

前厅部（Front Office）是为宾客提供各种综合服务的部门，负责招徕并接待宾客，销售酒店客房及餐饮娱乐等产品和服务，协调酒店各部门的对客服务，为酒店高级管理决策层及各相关职能部门提供各种信息参考。前厅部通常由客房预订处、大厅/礼宾服务处、接待处、问讯处、前厅收银处、电话总机、商务中心、大堂值班经理/大堂副理等组成，其主要机构均设在宾客来往最频繁的酒店大堂地段。前厅部虽不是酒店的主要营业部门，但其运转好坏却直接反映酒店的服务质量和管理水平，影响酒店的经济效益和市场形象。

二 前厅部的工作任务

前厅部在酒店中的地位 and 作用，决定了它的基本工作任务就是推销客房商品及酒店其他产品，协调酒店各部门向客人提供满意的优质服务，使酒店获得理想的经济效益和社会效益。具体来讲，前厅部主要有以下几项工作任务，如图1-1所示。

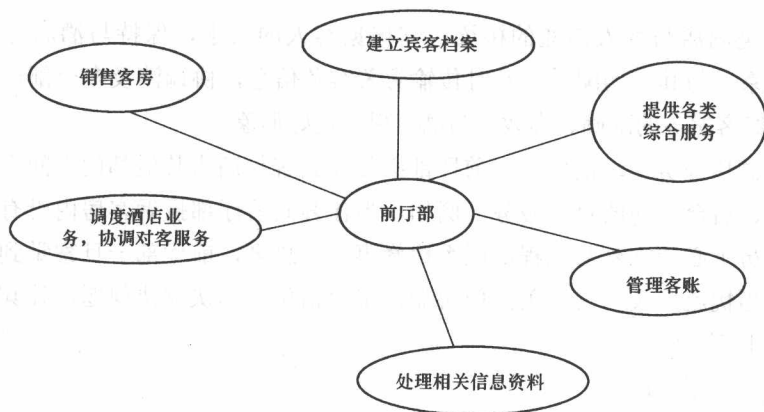


图1-1 前厅部的工作任务

（一）销售客房

前厅部的首要任务是推销客房。客房的营业收入一般要占酒店全部营业收入的40%~60%。根据美国的PKF国际咨询公司有关世界范围酒店经营情况的统计资料,客房营业收入占全酒店营业收入的平均比例为58.6%,而餐饮营业收入所占的比例为31.6%,电话与其他经营收入所占的比例为9.8%。在我国的涉外旅游酒店中,客房营业收入占全酒店营业收入的比例为48.17%,而餐饮营业收入所占的比例为32.52%,商品与其他经营收入所占的比例为19.31%。酒店每日客房出租率的高低在很大程度上取决于前厅部的销售工作。客房是酒店出售的最大、最主要的产品,客房收入是酒店经济收入的主要来源。同时,客房商品具有不可储存性的特征,是一种“极易腐烂”的商品。因此,前厅部的全体员工应全力以赴,按酒店制订的价格政策推销出更多档次和更多数量的客房。前厅部销售客房商品通常包括以下工作内容:

(1) 参与酒店的市场调研和房价及促销策划的制订,配合营销部、公关部进行对外联系,开展促销活动。

(2) 开展客房预订业务。

(3) 接待有预订和未经预订而直接抵店的客人。

(4) 办理客人的登记入住手续,安排住房并确定房价。

(5) 控制客房的使用状况。

（二）提供各类综合服务

前厅是对客服务的集中点,担负着为宾客服务的各项工作,如在机场、车站或在酒店大门迎送宾客的服务;问讯、邮件、留言服务;分发和保管客用钥匙及处理投诉的服务;为客人提供行李搬运、出租车服务;贵重物品的寄存服务等。

（三）调度酒店业务,协调对客服务

前厅是酒店与客人沟通的桥梁,它根据客人的要求,保持与酒店各部门之间的有效联系,与其密切配合,及时传输有关客务信息,协调涉及多个部门的宾客事务,保证对客服务的准确、高效,为酒店树立良好形象。

作为酒店业务活动的中心,前厅部必须在宾客与酒店其他部门之间牵线搭桥,协调前台、后台之间的对客服务。例如,当住客向前厅部投诉客房内没有热水供应时,前厅员工必须立刻与工程部联系检修事宜。总之,前厅部一旦察觉到宾客有任何不满或担忧就应及时与相关部门协调,采取措施,尽快解决问题,让宾客愉快地享受住店生活。

（四）管理客账

前厅部还是酒店业务运行过程中的财务处理中心,主要是做好宾客账单的管

理工作。一般来说,前厅需为住店宾客分别建立账户,根据各营业部门转来的客账资料及时记录宾客在住店期间的各项用款,进行每日核计、累加,保持账目准确,保证在宾客离店前为其顺畅地办理结账事宜。建立、控制客账的目的是为了记录和监视宾客与酒店之间的财务关系,以保持酒店的良好信誉和保证酒店应有的经济效益。

(五) 处理相关信息资料

前厅部是酒店经营活动的主要信息源,它包括酒店经营的外部市场信息(如旅游业发展状况、国内外最新经济信息、宾客的消费需求与心理、人均消费水平、年龄结构等)和内部管理信息(如出租率、营业收入、宾客投诉、客情预测、宾客住店和离店以及在各营业点的消费情况等)。前厅部不仅要有意识地收集这类信息,而且要对其进行加工处理,并将其传递到客房、餐饮等酒店经营部门和管理机构,以便采取相应的决策,搞好对客服务。同时,前厅部还应为宾客提供酒店内外有关活动的信息(如有关日程安排、服务项目、服务地点、服务价格、服务时间等)和酒店所在地、所在国的信息等。因此,前厅部应努力搜集资料,并与酒店其他部门共享信息资源,为宾客提供出色的服务。

(六) 建立宾客档案

宾客档案是以宾客姓名字母顺序排列的有关宾客的主要资料,例如,宾客的个人情况资料,每次住店期间的爱好、习惯、所需的特殊要求、投诉等。这些资料是酒店给客人提供周到的、具有针对性服务的依据,同时也是酒店寻找客源、研究市场营销的信息来源,所以必须坚持规范建档和保存制度化两项原则。通过对客史资料、市场调研与预测、客人预订、接待情况等信息收存归类,并定期进行统计分析,便形成了以前厅为中心的收集、处理、传递及储存信息的系统,通过已掌握的大量信息不断地改进酒店的服务工作,提高酒店的科学管理水平。

第二节 前厅部的组织机构

一 前厅部的机构设置原则

1. 组织合理

前厅部的机构设置、职责划分、人员配备应根据酒店的性质、规模、地理位置、经营特点与管理方式来确定。如规模小的酒店或以内部接待为主的酒店就可将前厅部归入房务部,而不必独立设置前厅部。

2. 机构精简

前厅部的机构设置，应防止出现机构臃肿、人浮于事的现象，应“因事设岗”，而不能“因人设岗”，应避免出现运作过程中的“交叉地带”。但机构精简并不意味着机构的过分简化，不能出现职能空缺现象和“无人问津的地带”。管理幅度是指一个管理者能够直接、有效地指挥和控制的下属的人数。而影响管理幅度的因素有很多，如管理者的知识结构、能力水平、服务形式等。如果管理幅度过小，就会导致人力资源浪费；如果管理幅度过大，则必然影响工作效率和服务质量。

3. 分工明确

在明确各岗位人员工作任务的同时，还应明确上下级隶属关系，明确指挥体系、信息上传下达的渠道以及相关信息反馈的渠道、途径和方法等，防止出现职能空缺、业务衔接脱节等现象。

4. 便于协作

前厅部机构设置不仅要便于前厅部内部各岗位、各环节间的协作，而且要有利于前厅部和其他部门间的协调与合作。因此，各机构与各岗位的设置应考虑到酒店的工作流程，小型酒店一般不单独设立前厅部，其业务由客房部代为管理；大中型酒店前厅部一般单独设置，但也有一些大型酒店设有客房总部，而将酒店前厅部归其所属，但仍然保持部门建制。

三 前厅部组织机构模式

总的来说，前厅部组织机构的设置应既能保证前厅运作的质量和效率，又能方便客人，满足客人的需求。一般来说，酒店按客房数量和接待规模可分成大型（500间客房以上）、中型（200~500间）、小型（200间以下）酒店。

根据酒店规模大小的不同，前厅部组织机构设置有很大区别，主要表现在以下三个方面：

（1）大型酒店前厅部管理层次多，而小型酒店层次少。如大型酒店前厅部组织机构中有部门经理级、主管级、领班级、员工级四个层次，而小型酒店可能只有经理级、领班级（或主管级）、员工级三个层次。

（2）大型酒店前厅部组织机构内容多、范围广，而小型酒店内容少。如大多数大型酒店的前厅部设有商务中心、车队等，而小型酒店则没有。

（3）大型酒店前厅部职能划分精细，由不同的岗位负责，而小型酒店则可能将其合三为一，甚至合四为一（如将客房预订、接待、问讯、前厅收款一并归入前厅部接待）。

大、中、小三种不同规模酒店的前厅部组织机构，如图1-2~图1-4所示。

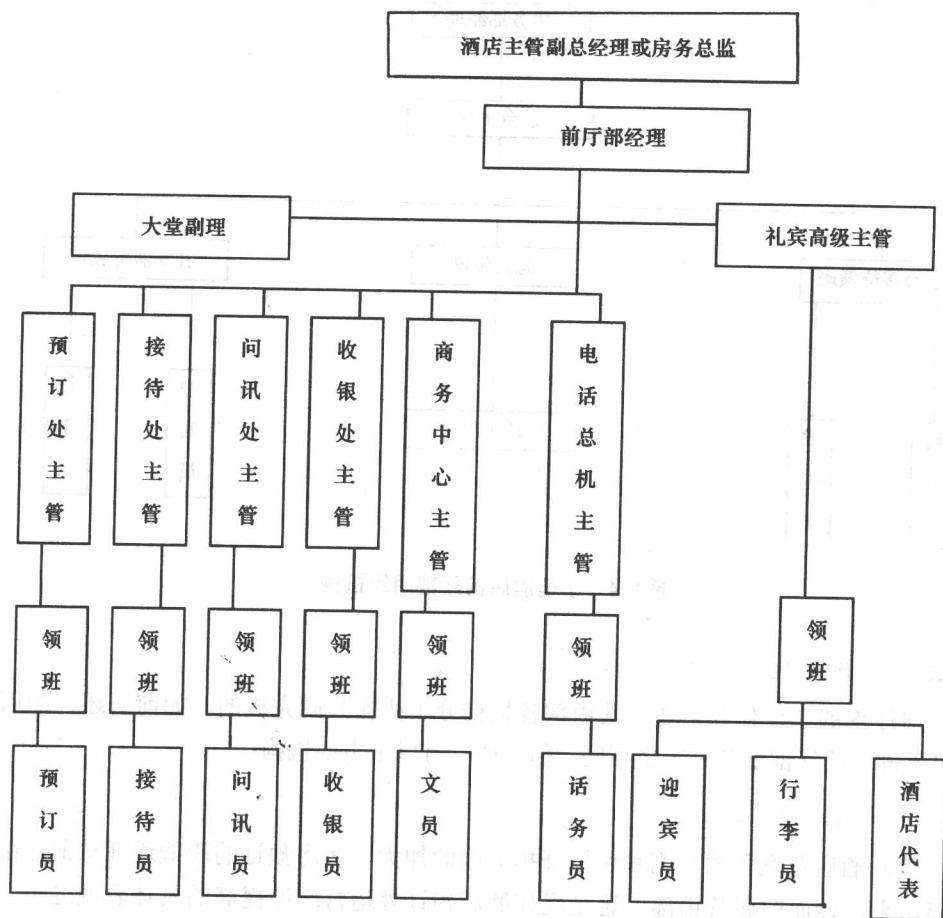


图1-2 大型酒店前厅部组织机构

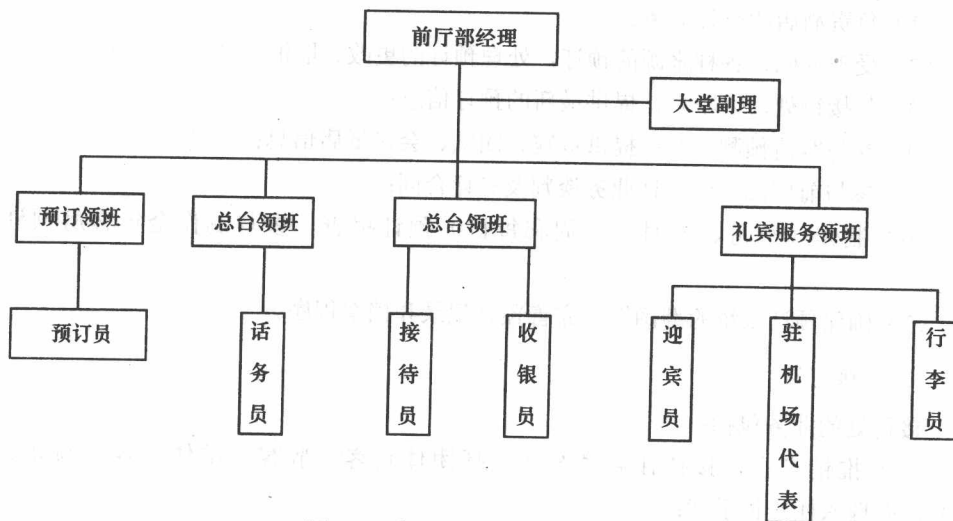


图1-3 中型酒店前厅部组织机构

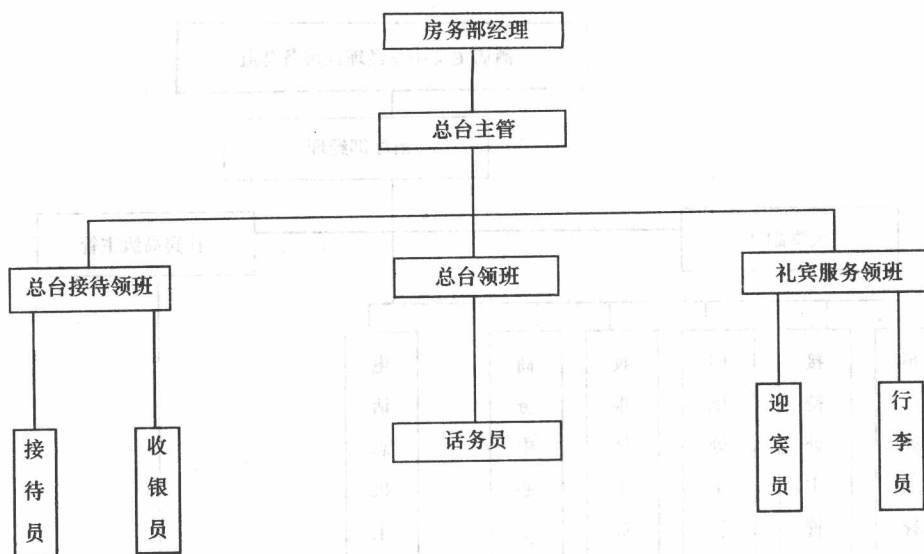


图1-4 小型酒店前厅部组织机构

三 前厅部下属各机构的主要业务

前厅部的工作任务是通过其内部各机构分工协作共同完成的。如前所述，酒店规模不同，前厅部业务分工也不同，但一般设有以下主要机构：

（一）客房预订处

随着酒店业竞争的加剧和市场开拓力度的加大，客房预订的职能逐渐从前厅部剥离出来，转而归属营销部，这是现代酒店预订处运营职能提高的具体表现之一。传统意义上，客房预订处的主要业务范围包括：

- （1）负责酒店的预订业务；
- （2）受理并确认各种来源的预订，处理预订的更改、取消；
- （3）与接待处密切联系，提供最新的预订信息；
- （4）参与客情预测，及时提供贵宾、团队、会议抵店信息；
- （5）参与前厅部对外预订业务谈判及签订合同；
- （6）制作（每月、半月、一周和每日）预订报表，参与制作全年客房预订计划；
- （7）确保预订系统的准确性，完善预订记录和档案程序。

（二）接待处

接待处的业务包括：

- （1）推销客房，接待住店宾客（包括团体宾客、散客、常住宾客、预订宾客），办理入住登记手续；

- (2) 准确控制客房状态, 有效排房;
- (3) 掌握住房动态及信息资料, 协调对客服务;
- (4) 积极参与酒店各项促销活动(如餐饮营业推广月等);
- (5) 确定宾客的付款方式, 建立客账;
- (6) 制作客房营业日报表及其他统计分析报表。

(三) 问讯处

问讯处的主要职责有:

- (1) 掌握住客动态及信息资料, 解答宾客问讯;
- (2) 处理宾客邮件、留言;
- (3) 接待访客;
- (4) 分发和保管客房钥匙;
- (5) 积极参与酒店各项促销活动;
- (6) 协调对客服务。

(四) 电话总机

电话总机的主要职责有:

- (1) 转接电话;
- (2) 提供叫醒服务;
- (3) 回答电话问讯、电话找人及受理电话留言;
- (4) 办理长途电话事项;
- (5) 提供“请勿打扰(DND)”电话服务;
- (6) 受理电话投诉;
- (7) 传递和消除紧急通知或说明;
- (8) 播放背景音乐, 保守通信机密。

目前越来越多的酒店要求总机提供更多的服务资讯, 如酒店各部门的所在位置、营业时间、经营项目、收费标准等, 以便为宾客提供更快捷的优质服务。

(五) 礼宾部

礼宾部一般由礼宾服务主管、领班、驻机场代表、迎宾馆、行李员、委托代办员等组成(在一些大型豪华型酒店特设有“金钥匙”), 其主要职责有:

- (1) 在门厅或机场、车站迎送宾客;
- (2) 负责宾客的行李运送与寄存, 并确保行李安全;
- (3) 引领宾客进房并介绍服务设施、服务特色;
- (4) 分送客用报纸、宾客信件与留言;
- (5) 在酒店公共区域提供找人服务;
- (6) 代客召唤出租车, 协助管理和指挥门厅入口处的车辆停靠, 确保酒店门厅