

XIANDAIFANDIANFUWUJINENGYUANLI

现代饭店服务技能 与案例

张荣华 / 主编



吉林人民出版社

现代饭店服务技能与案例

张荣华 主编

吉林人民出版社

图书在版编目(CIP)数据

现代饭店服务技能与案例/张荣华主编.—长春:吉林人民出版社,2006.2
ISBN 7-206-04898-6

I.现… II.张… III.饭店—商业服务
IV.F719.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2006)第 014321 号

现代饭店服务技能与案例

主 编:张荣华

责任编辑:关 静 封面设计:小 丫 责任校对:刘 畅

吉林人民出版社出版 发行(长春市人民大街 7548 号 邮政编码:130022)

印 刷:长春市华艺印刷有限公司

开 本:880mm×1230mm 1/32

印 张:8.5 字数:230 千字

标准书号:ISBN 7-206-04898-6

版 次:2006 年 3 月第 1 版 印 次:2006 年 3 月第 1 次印刷

印 数:1-3 000 册 定 价:22.00 元

如发现印装质量问题,影响阅读,请与印刷厂联系调换。

编委会名单

主 编 张荣华

副主编 陆建平 蒋 洪 徐 琛 何卫星

编 委 崔兆成 顾震宇 陈彦艳 汪天寅

时光明 薛 华 王燕萍 程 洁

孙振浩

前 言

本书是我们多年从事宾馆饭店管理实践经验和理论研究的结晶，是一本面向宾馆饭店管理人员和普通员工的读物及培训教材。

俗话说：成事在天，谋事在人。笔者认为，在相同的经营体制和经营环境下，宾馆饭店经营状况的优劣、服务质量的高低主要取决于人——经营管理者 and 员工。而绝大多数管理者又来自于员工，来自于员工中的佼佼者。因此，拥有一支高质量的优秀员工队伍对于宾馆饭店而言就显得尤为重要。

无论是星级宾馆，还是社会饭店，是每一位员工用自己的服务理念和服务品质为来宾们营造了宾至如归的氛围，是每一位员工用自己的服务技能和服务技巧为来宾们提供了规范而周到的服务。在管理工作中，我们常常颇多感触：同样的服务，不同的员工同时操作，可能会取得绝然相反的效果；同样的服务，同一个员工不同时间操作，有时也会得到不同的结果。笔者的结论是：服务工作的优劣来自于服务的细节，而细节取决于员工。笔者的体会是：员工是宾馆饭店最必须重视的资源，优秀员工是最值得珍惜的宝贵财富，而关爱员工、帮助员工、培训员工是经营管理者应尽的义务。

正是为了上述理念，我们在多年宾馆饭店管理实践基础

上，总结编撰了这本通俗易懂且实在实用的《现代饭店服务技能与案例》。

笔者在员工中一直强调：不会微笑的青年男女不适合做宾馆饭店的服务员。或许你可以成为现代化生产车间的一名合格的操作能手，或许你可以成为一名优秀的流水线操作工，但是在宾馆饭店工作，你如果不会微笑，就难以成为一名优秀的服务员。服务的过程与流水线的操作过程的最大不同之处就在于服务的过程是服务员与人打交道，它是一个服务员与客人互动的过程。专业人士称此为“特殊表演”的过程，“表演”不能重复，重复是因为出错，而流水线的操作过程是操作工与机器打交道的过程，操作程序的设定、操作人员的动作只需简单的重复。不难得出的结论是：服务工作较之流水线要求更高、操作更难。为了确保服务的过程不出现差错，每一个服务员必须首先拥有较强的服务意识和服务理念，掌握规范的服务技能和服务技巧，领悟现代服务的真谛。同时，要树立“第一次就要做好”的观念，把面向客人的每一次服务都作为“第一次”，就一定能够达到“习惯成自然”、“量变到质变”的境界。

为使每一位服务员尽快达到上述要求，本书第2-5章重点阐述了宾馆饭店员工需要具备的服务观念、服务意识、服务技巧等内容，尤其在接待服务的过程中，如何控制和提高服务质量，如何把握投诉处理原则、灵活运用投诉处理方法，如何成为一个训练有素的服务员，等等；第1、6-9章着重让宾馆饭店员工了解饭店主要结构及主要岗位的职责、管理技能和服务技能。作为一本针对基层主要岗位的管理人员和普通员工学习、培训的参考教材，我们不追求大而全，

我们崇尚把难的事情做易，把复杂的事情做简单，力争做到深入浅出、通俗易懂，以便有利于管理人员和普通员工在学习收获、在实践中操作、在工作中成长。

亚里斯多德曾经说过：“出众不是行动，而是一种习惯”。服务技术的提高过程从来就是一个从量变到质变、习惯成自然的过程。服务员既要知其然，更要知其所以然，才能做到训练有素。十多年来的星级评审工作和日常管理经验告诉我们，所谓训练有素其实就是大量经验的积累、熟能生巧的体现。这是一个循序渐进的过程。我们期待着为这个循序渐进的过程提供经验、作出贡献。

众多的跨国公司、独资企业、连锁饭店的调查显示，在提倡成本节约的现代企业里，只有培训投入一项非但不减，反而越来越得到管理层的重视。据权威教育机构统计，企业每投入一元用于培训，便可有三元的产出。当今很多大公司的经验和一些民营企业的教训告诉我们，不花大量的时间和金钱去做有效的培训，企业将很难实现其发展目标和劳动生产力的逐步提高。宾馆饭店行业的发展实践证明，培训可以让员工找到自我定位，培训可以让企业降低成本，培训可以让员工和企业一起成长。

目 录

前 言	1
第一章 饭店管理与服务概述	1
第一节 饭店基础知识	1
第二节 饭店管理及组织制度	9
第三节 饭店服务及其特征	18
案 例 服务的真谛就是客人钦佩“想不到”	21
第二章 饭店员工基本素质和服务意识	23
第一节 饭店员工基本素质	23
第二节 提高饭店员工素质的途径	34
第三节 饭店员工服务意识	36
案 例 没有时间的服务员	39
第三章 饭店服务质量管理	41
第一节 质量与服务的质量	41
第二节 饭店服务质量管理	46
第三节 绿色饭店质量管理	55
案 例 管理就是事前清除“钉子”	64
第四章 饭店培训与服务礼仪	66
第一节 饭店员工培训	66
第二节 迎送服务礼仪	73
第三节 总台服务礼仪	76

案 例 光有服务热情还不够	84
第五章 前厅部服务技能	87
第一节 前厅部岗位职责	87
第二节 前厅服务技能	94
案 例 总台接待员应该给客人正确的信息	111
第六章 客房部服务技能	113
第一节 客房部岗位职责	113
第二节 客房服务操作规程	121
案 例 遥控器可以减肥	139
第七章 餐饮部服务技能	142
第一节 餐饮卫生管理	142
第二节 餐厅服务技能	155
案 例 客人买了银质餐具	176
第八章 营销管理与公关技能	178
第一节 营销部岗位职责	178
第二节 饭店营销与公关活动技能	184
第三节 饭店营销新理念	188
案 例 不同的合同价	195
第九章 饭店安全与工程管理技能	197
第一节 安保部岗位职责	197
第二节 安全常识与突发事件处理技能	200
第三节 工程部管理技能	220
案 例 会务组房间物品被盗	225
附录一 苏州大学东吴饭店 2006 年度	
员工培训计划	227
附录二 饭店员工服务忌语	232

附录三 绿色饭店标准·····	236
附录四 饭店常用英语 100 句·····	245
参考文献·····	252
后 记·····	255

第一章 饭店管理与服务概述

第一节 饭店基础知识

一、饭店的概念和特征

饭店 (Hotel) 一词源于法语, 原指接待宾客的别墅。现在意义上的饭店是指具有客房、餐饮、会议、康乐等设施, 为宾客提供食宿、通信、商务、会议、旅行、娱乐、购物等服务, 以赢利为目的的经济组织。饭店在各地有多种称谓, 如宾馆、酒店、旅馆等。

作为现代饭店应具备以下几个基本条件:

第一, 是一座设备完善的建筑物。饭店建筑物是向宾客提供食宿空间与服务的有形依托, 饭店建筑物及其设备的完善是现代饭店的基本硬件要求, 没有建筑实体, 或者建筑设施不完善, 就无法建成现代饭店。

第二, 为顾客提供住宿和餐饮。提供住宿和餐饮是满足宾客旅途的基本需求——吃和住的需求, 这是饭店类接待设施早期发展就有的基本功能, 现代饭店必须保持和发挥这一功能。

第三, 有娱乐和健身设施。随着时代的发展和生活水平的提高, 现代旅行者不仅要求旅途食宿方便, 更要求在旅行游览过程中能丰富业余生活, 娱乐及健身设施对现代饭店来

说就成为必不可少的项目。

第四，有食宿、娱乐、购物、通信、商务、会议、旅行等服务项目。现代饭店不再是客棧、客舍或旅店，它不仅要为顾客提供基本的食宿条件，而且还要为顾客提供综合性服务，因此，食宿、娱乐、购物、通信、商务、会议、旅行服务等项目的设置是现代饭店区别于只提供简单食宿条件的旅店、客舍、客棧、招待所的主要标志。

第五，通过优质服务实现合理利润。现代饭店是具有商业性的建筑设施与机构，是社会的基本经济单位，以赢利为目的。饭店通过出售设施设备的使用价值和服务而获得经济收益并实现利润，通过赢利来维持自身的运转和生存。

第六，以满足社会需要为前提。社会的需要就是饭店存在的理由，饭店正是在满足宾客食宿及其他综合性需求中赢利的。在获得这种经济效益的同时，饭店又会与社会各方面发生关系或这样那样的矛盾，因此，现代饭店不仅具有经济性，同时也具有社会性。这就要求饭店不仅要追求经济效益，还应注重社会效益。

上述六项基本条件表明，现代饭店的概念突出了以硬件设施为凭借、具有多种服务功能、谋求经济效益和社会效益三方面的含义。

就饭店的特征而言，与其他类别的企业相比，主要有以下几点：

1. 饭店具有综合性功能

无论从饭店的建筑物及设施设备来看，还是从饭店的服务项目来看，饭店都是一种综合性功能强的企业。从有形物体看，饭店拥有众多的服务设施：大堂、客房、餐厅、商品

部、会议室、洗衣房、商务中心、娱乐中心、健身中心等，可以为宾客提供旅行居住所需的各种使用价值；从服务项目的内容和性质看，饭店同时具有旅游服务、生产加工、商业零售的功能，一些高星级宾馆饭店近年来还开发提供物业管理服务、钟点保姆服务、中秋月饼销售等现代服务项目。饭店的硬件设施是以出租使用价值为主，提供服务功能；餐饮经营则以食品原材料制造成食物产品出售，具有生产加工性质；商品部和其他实物产品的销售则是零星分散的，属于商业零售性质。因而，饭店较之其他企业综合性更强。

2. 饭店是资金密集型企业

饭店的服务项目多，建筑物特色突出，设施设备舒适以至于豪华，在建设上投资较大，且回收期较长。中档以上的饭店平均每间客房投资少则几十万元，多则一两百万元，平均每劳动力占有的固定资产亦达几十万至几百万元，高于其他产业。投资回收期多在8~10年，甚至更长。在饭店的经营过程中，每5~6年还需对设施设备进行更新改造，需要追加大量投资，因此，饭店是一个资金密集型企业。

3. 饭店业的手工操作比重大

现代饭店先进的物质技术设备是为宾客提供服务、创造享受条件的物质凭借，它们不能代替手工操作，大量的对客服务、厨房生产和设备设施的维护保养都以手工操作为主，设备越先进，技术越发达，越离不开人工服务，对人工服务的要求也越高。

4. 饭店产品的供给弹性低

由于饭店的地理位置不能移动，因而饭店产品销售过程是客人向饭店企业运动，而不是饭店产品位移。饭店建成

后，客房数量和接待能力是相对稳定的，而市场需求则是变化迅速的，于是形成需求高弹性和供给低弹性的矛盾。这种特点决定了饭店必须广泛开辟市场，吸引客人前来消费，使供给与需求保持相对平衡，从而取得整体经济效益。

二、饭店产品及其特点

饭店产品是指饭店员工以有形设施设备为依托向顾客提供的劳务或服务，是一种特殊的综合性产品，包括饭店能向宾客销售的满足其住宿需求的任何东西，如宾客使用的前厅、电梯、客房、餐厅、娱乐健身设施、庭园、环境（灯光、装潢、背景音乐、氛围、气味）等服务项目，饭店员工提供的劳务等。它由两大部分构成，即有形的实物产品和无形的劳务服务，因此，饭店产品是一个整体概念。

饭店有形产品包括饭店主体建筑物、附属建筑物及各类客房、饭店的设施设备、环境、服务项目、各种商品、消耗用品、餐饮食品等。有形产品是饭店产品构成的基础，是饭店向宾客提供服务的硬件依托。饭店有形产品的质量对满足宾客需求有着重要作用，甚至饭店的地点对宾客是否前往都会产生很大影响。如饭店所在地交通是否方便，有无发达的经济活动，基础设施如通信设施、水电供应、物资供应是否充足，饭店的地理位置周围环境是否美观等，往往成为宾客选择饭店的重要因素。

饭店无形产品是由饭店员工向宾客提供的劳务服务，包括服务员的衣着、仪表、气质、服务态度、服务技能等，它是饭店产品构成的必要条件。仅有饭店建筑物及其设施设备等硬件，而没有服务人员提供相应的服务，也不可能构成饭店产品。因此，饭店产品从本质上说就是服务产品。服务是

由人提供的，只有人才能将设施设备等有形产品融入饭店服务产品的整体中，因此，饭店应针对不同宾客设计不同形式和不同方式的服务程序，才能将有形产品和无形产品结合起来构成饭店整体服务产品。

饭店产品不同于一般商品，也不同于其他企业所生产的产品，与众不同之处就是特点，主要有以下几点：

1. 产品形态的无形性

饭店产品在本质上属于非物质性的，虽然有物质的部分，但最终是以劳务服务的形式体现出来的。宾客在购买饭店产品时不能触摸、无法尝试，全凭销售人员的介绍来了解产品，购买者的风险较大；饭店产品不仅要满足消费者物质方面的需求，而且要满足其精神方面的需求，客人消费时比较注重感受，饭店产品的好坏、质量的高低是可以感受到的，因此，宾客购买和消费饭店产品后不能带走任何物质的东西，带走的只是感觉和印象。

2. 生产与消费的同时性

饭店产品是服务，提供服务就是饭店产品的生产过程，服务者和服务对象同在一个场所，服务的消费者必须在提供服务活动的现场进行消费，服务结束，消费即结束。不像其他产品，生产出来后投放市场，消费者购买后进行消费，因此，可以说饭店产品的生产过程就是消费过程，消费者必须介入生产过程，边生产、边消费。

3. 供需调整过程的不可储存性

物质产品可以储存，所以在供求发生变化时可以用库存手段加以调整。饭店产品是当面进行服务当时消费，无法储存，因此，在供需发生变化时只能通过接待能力与市场需求

的把握来进行调整。

4. 购买消费的一次性

物质商品购买后可以反复使用，而饭店产品由于生产与消费是同次完成的，所以购买后只能一次性使用，要再次使用必须重新购买。

5. 产品质量的不稳定性

饭店产品是面对面的服务过程，服务状况和服务质量与服务者和消费者的心理需求反应的适应性紧密相连。不论是提供服务的人，还是接受服务的人，其情绪都会有波动，不论是哪一方的情绪波动，都会对饭店产品质量产生影响，服务人员的情绪波动会导致饭店产品的生产质量不稳定，宾客的情绪波动会导致饭店产品的消费质量不稳定，因为住店客人的兴趣、喜好、习惯千差万别，对同样的服务会有不同的评价，同一位客人对同样的服务在不同时间段的感受不尽相同，对服务质量也会有不同的评价，所以饭店产品质量难以保持一致。

6. 劳动价值补偿的渐进性

饭店产品销售形式是出租硬件产品的使用价值和提供劳务服务，不发生实物的转让，客人买到的是某一时间段的享有权，因此，饭店只能通过零星分散的接待服务来获取劳动价值的补偿和合理的利润，而且每次只能获得价值补偿的一部分。与一般企业的产品通过一次性交换、出卖所有权而获得全部价值补偿不同，饭店的劳动价值补偿是渐进完成的。饭店的客房、餐厅等设施一天不能租出使用，就失去了当天的效用，同时也就失去了当天的价值，造成的经济损失是永久的，即使第二天用更高的价格销售了，也无法补回前一天

的损失。

上述特点要求饭店人员自始至终以同等优质的服务面对消费者，任何环节的失误便意味着整个产品的失败。饭店必须不断提高服务产品的质量才能增强饭店的竞争力，争取宾客的多次光临。

三、饭店等级划分标准及评定制度

世界饭店等级的评定大多采用星级制。我国饭店从硬件和软件两方面引入西方先进管理和技术，实行星级标准及评定制度，并根据饭店业和市场需求的发展，结合我国国情，不断进行修订和完善。国家旅游局于1988年制定了《中华人民共和国旅游涉外饭店星级标准》，1993年发布了《旅游涉外饭店星级的划分与评定》（GB/T 14308 - 1993）。1997年，国家旅游局再次修订了星级标准。2003年6月25日，国家质检总局发布了《国家标准批准发布公告2003年第6号（总第54号）》，其中批准发布了国家旅游局修订的国家标准《饭店星级的划分与评定》（GB/T 14308 - 2003），于2003年12月1日起实施。

饭店星级标准与星级评定工作实行分级管理。全国饭店星级评定最高权力机关是国家旅游局，省、自治区、直辖市旅游局设饭店星级评定机构。国家旅游局负责全国饭店星级标准与星级评定的领导工作，并具体负责全国五星级（含预备五星级）饭店的评定工作；省、自治区、直辖市旅游局在国家旅游局的指导下，具体负责本地区四星级（含预备四星级）以下饭店的评定与复核工作，并向国家旅游局推荐五星级（含预备五星级）饭店；计划单列市、副省级城市旅游局和地（市）级旅游局具体负责本地区三星级