



HOTEL PRACTITIONERS ETIQUETTE STANDARD

宾馆酒店 从业人员礼仪规范

DVD

宾馆酒店主要岗位礼仪
与技能规范指导

宾馆酒店职业礼仪培训专家
现场示范

李国辉 杨静怡 编著 成都时代出版社

“我们是为女士和绅士提供服务的女士和绅士。”

——凯撒·丽兹（最著名的丽兹卡尔顿酒店创始人、世界酒店业之王）

世界星级酒店员工服务培训必备教程
宾馆酒店业最系统、最实用的工作指南

客人不“请”自来的服务礼仪与行为规范

★热情周到的态度 ★良好的表达能力
★敏锐的洞察力 ★规范灵活的处事能力

“客人永远是对的”——凯撒·丽兹

适用：宾馆酒店/餐饮娱乐/商务会所/高级社区物管等服务行业





**HOTEL PRACTITIONERS
ETIQUETTE STANDARD**

宾馆酒店
从业人员礼仪规范

李国辉 杨静怡 编著
成都时代出版社

IP)数据

宾馆酒店从业人员礼仪规范 / 李国辉, 杨静怡编著.
—成都: 成都时代出版社, 2012.8

ISBN 978-7-5464-0696-1

I. ①宾… II. ①李…②杨… III. ①饭店业—商业
服务—礼仪 IV. ①F719

中国版本图书馆CIP数据核字(2012)第124574号

宾馆酒店从业人员礼仪规范

BINGUAN JIUDIAN CONGYERENYUAN LIYIGUIFAN

李国辉 杨静怡 编著

出品人	段后雷 罗 晓
责任编辑	周 慧
责任校对	傅代彬
装帧设计	中映良品 (0755) 26740502
责任印制	干燕飞

出版发行	成都时代出版社
电 话	(028) 86621237 (编辑部) (028) 86615250 (发行部)
网 址	www.chengdusd.com
印 刷	深圳市濠江实业有限公司
规 格	787mm×1092mm 1/16
印 张	10
字 数	180千
版 次	2012年8月第1版
印 次	2012年8月第1次印刷
印 数	1-15000
书 号	ISBN 978-7-5464-0696-1
定 价	35.00元

版权所有·违者必究。

本书若出现印装质量问题, 请与工厂联系。电话: (0755)29827111

序言 PROLOGUE

经济的高速发展，旅游、商务的高速增长，给宾馆酒店业带来了蓬勃的生机。随着各类宾馆酒店的陆续开张，市场竞争也越来越激烈。在现代市场经济条件和行业激烈竞争的环境中，酒店要用什么打动客人？用什么留住回头客？这是酒店需要面对的主要问题。

现代市场竞争是服务的竞争。对宾馆酒店而言，设施设备只是经营的基础，优质的服务才是核心竞争力。把服务放在首位，最大限度地为客户提供规范、主动、热情、周到、个性化的服务，才能满足客人的不同需求，才能在同行业中获得持续、较强的竞争力。

优质的服务可以满足客人精神与物质双重的需求。对于酒店员工来讲，要做好服务工作，不仅要掌握必要的职业技能，更要学习和掌握宾馆酒店行业服务礼仪与行为规范。在工作的过程中，酒店员工的仪容、表情、举止、行为、语言将直接展示在客人的面前，成为酒店的形象。如果酒店员工拥有周到热情的态度、良好的表达能力、敏锐的洞察力，以及规范、灵活的处事能力，那么他们训练有素、精湛的服务将给客人留下美好的印象，从而提高客人的体验度和满意度，为酒店赢得强大的竞争力。

本书将酒店各岗位日常工作需要的礼仪、行为规范以及基本职业技能，以深入浅出的形式作了重点的介绍，不仅包含了仪表仪容、仪态举止、交谈礼仪、电话礼仪、见面常用礼仪、涉外礼仪以及酒店各个部门岗位的服务技能规范，还收录了酒店各种常见问题的处理技巧与案例分析，以及在接待外宾时常用的职业基础英语句型。内容通俗易懂、图文并茂、详尽充实，是酒店行业员工培训的必备教程，也是有意从事宾馆、酒店等服务业人员最贴心、最实用的工作指南。

目录 CONTENTS

第一章 CHAPTER ONE

01

服务是酒店经营的核心 Service, Key to Hotel Operation

树立优质服务理念 -----02

服务态度决定服务质量 -----04

1. 主动服务——要有吸引宾客、聚焦宾客的意识

2. 热情服务——殷勤待客 3. 周到服务——细致入微的特色服务

第二章 CHAPTER TWO

11

熟悉礼仪是做好服务的前提 ——酒店员工应了解的各种基础礼仪

Basic Etiquette Knowledge for Hotel Practitioners

仪容仪表礼仪 -----12

1. 发型 2. 面容 3. 个人卫生 4. 衣着 5. 饰品

仪态举止礼仪 -----19

1. 站姿挺拔 2. 坐姿优雅 3. 走姿稳重 4. 眼神交流 5. 微笑服务

交谈礼仪 -----35

1. 语言规范 2. 语言艺术 3. 交谈礼节 4. 服务员与客人沟通的六忌

电话礼仪 -----41

1. 接听电话的基本礼仪 2. 接听电话时的语言规范

3. 接听电话时特殊情况的处理 4. 注意事项

见面常用礼仪 -----44

1. 握手礼 2. 致意礼 3. 注目礼 4. 鞠躬礼 5. 介绍礼 6. 指引礼仪

涉外礼仪 -----51

1. 基本要求 2. 基本原则 3. 涉外礼仪禁忌

第三章 CHAPTER THREE

54

掌握技能，塑造优质服务

——酒店各部门员工服务礼仪与技能示范

Etiquette and Skills for Hotel Staffs of Different Department

前厅部员工服务礼仪与技能规范-----55

1. 服务职责
2. 前台接待员礼仪与技能规范
3. 礼宾人员礼仪与技能规范
4. 总机话务员礼仪与技能规范
5. 咨询服务礼仪与技能规范
6. 大堂经理服务礼仪与技能规范

客房部员工服务礼仪与技能规范-----85

1. 服务职责
2. 客房服务员礼仪与技能规范
3. 楼层接待员礼仪与技能规范

餐饮部员工服务礼仪与技能规范-----103

1. 服务职责
2. 餐厅服务员礼仪与技能规范

安保部员工服务礼仪与技能规范-----120

1. 服务职责
2. 安保人员礼仪与技能规范

“康乐部”员工服务礼仪规范-----129

1. 服务职责
2. 康乐部员工礼仪规范

第四章 CHAPTER FOUR

134

解决问题，完善行为

——酒店员工问题处理礼仪实例

Etiquette for Hotel Staffs to Handle Customer Issues

酒店意外事故和投诉的原因及处理要点-----135

1. 正确看待客人投诉
2. 对客人投诉的处理原则
3. 处理投诉的基本方法

常见问题应对-----141

附录：宾馆酒店员工常用英文100句-----149

APPENDIX Commonly used English of Hotel Staff

第一章

CHAPTER ONE

服务是酒店

经营的核心

Service, Key to Hotel Operation

世界著名酒店经理人科迪斯·塞缪尔斯曾说过：“酒店本身就是商品，任何酒店实质上都没有什么特别之处。除极少数与众不同的酒店外，消费者最看重的只有价格，他们对这家或那家酒店并无特殊偏好。因此，要在酒店行业的竞争中取胜，就必须勇于提高自身的服务水平。”

在酒店业激烈的竞争环境中，服务质量是一切工作的重中之重，它是决定酒店能够持续发展下去的生命线，谁能始终提供优质服务，谁就能在激烈的行业竞争中脱颖而出，反之必然会被淘汰。服务质量不仅关系着酒店的经营、效益、声誉，更关系着酒店的兴旺与发展，这已是酒店业人士的共识。

Establish The Concept of Quality Service

树立优质服务理念

现代社会，人们对酒店服务质量的要求日益提高，因此，酒店的经营管理观念和方法应与时俱进、不断改进。酒店的根本职能是为顾客提供无差错的服务，使客人百分之百满意。为此，酒店纷纷以多样化的手段来营造自身的服务优势，打造有核心竞争力的服务产品。

衡量酒店经营的好坏，除了酒店的设备设施是否完备外，员工提供的服务质量的好坏是最关键的因素。员工素质的优劣、服务水平的高低，直接影响到酒店的形象和生意。

“服务”这一概念可以用英语单词Service（服务）每一个字母所代表的含义来解释，其中每一字母的含义实际上都是对服务人员行为的一种要求。第一个字母S，即Smile（微笑），其含义是服务员应该对每一位宾客提供微笑服务。第二个字母E，即Excellent（出色），其含义是服务员应该将每道一程序、每一次微小的服务都做得很出色。第三个字母R，即Ready（准备好），其含义是服务员应该随时准备好为宾客服务。第四个字母V，即Viewing（看待），其含义是服务员应该将每一位宾客都看作是需要提供优质服务的贵宾。第五个字母I，即Inviting（邀请），其含义是服务员在每一次接待服务结束时，都应该显示出诚意和敬意，主动邀请宾客再次光临。第六个字母C，即



Creating（创造），其含义是每一位服务员应该想方设法精心营造出能使宾客享受其热情服务的氛围。第七个字母E，即Eye（眼光），其含义是每一位服务员应该始终以热情友好的眼光关注宾客；适应宾客心理，预测宾客要求，及时提供有效的服务。

客人越满意，说明服务质量越高。随着生活水平的提高，人们的消费观和价值观都发生了巨大的变化，对酒店的要求已不仅仅局限于能否提供整洁、舒适的住宿设施与美味的食物，而是期望酒店能提供多功能的产品，使自己在精神和物质上都能得到充分享受，尤其是心理上、精神上的享受。客人享受到不同酒店特色服务的同时，能感受到真诚的对待，得到个性、自尊与荣耀的满足，这种精神与心理的需求实质上是对酒店产品提出了更高的要求。酒店服务工作已经不能仅仅把方便饮食起居作为最高的服务目标，不能仅仅提供满足客人一般需要的服务，必须善于了解发现不同客人的不同需要，提供个性服务与超常服务，千方百计地创造自己独特的服务项目，让客人感受到这种服务是酒店对他的关怀，而有别于其他酒店，并且是不可替代的。

优质服务是一种需要在规范服务的基础上不断完善，灵活多变，有特色，以便随时满足客人一些特殊的、偶然的和个性的需求的服务。优质服务并没有固定的模式，它除了与酒店的管理模式密切相关，还直接取决于每个员工的责任感和灵活的应变能力，它能强烈地体现出酒店鲜明的文化特色和员工的价值观。这就要求酒店员工在工作中努力做到多观察、揣摩客人心理，善于发现客人的潜在需求，服务于客人未开口之前；多记忆，了解客人的个性特征与习惯偏好，才能有针对性地对其服务；多学习，拓宽自己的知识面，掌握较多的服务技能，认真领会服务的深刻内涵，时刻了解客人所想、所需，处处为客人释疑解难。只有具备了以上规范服务和超常服务，才是真正意义上的酒店优质服务。

优质服务能够增强酒店的竞争力并扩大市场份额。竞争是需要实力的，要想在竞争中取胜更是需要综合实力的。这种综合实力来自于企业内部，除了酒店企业必要的硬件、软件及优质的服务外，还要有优质服务的理念。无论服务人员的文化水平有多高、素质有多好，如果没有一整套优质的服务理念，不能够一如既往地重视

服务质量，坚持优质服务，酒店企业的竞争力照样会降低，同时自身所应有的市场份额自然就有所削弱。

总而言之，提高服务质量是树立酒店企业品牌、创立酒店企业文化的需要，也是参与行业竞争、扩展市场份额的需要。优质的服务是增强酒店企业生命力的万应灵药。

Good Service Depends on Attitude

服务态度决定服务质量

服务质量是客户对服务人员的态度、行为、穿着、仪表等外在表现的感受。而一个人的态度决定了他的行为，因此优质的服务首先是个态度问题，即要求服务人员对客户表现出足够的热情、尊重和关注。如果每位酒店员工在服务时都能端正态度，提高各方面的酒店服务意识，那么酒店提供给客人的将不再是简单的机械化、程序化的服务，而是更加规范化、个性化、情感化的服务。酒店员工面对客人的微笑将不再是“职业性的”，而是发自内心的，是与人友善、为他人服务的真情流露。每一位工作人员将不仅仅是优秀的酒店从业者，也是社会精神文明的倡导者和传播者。



1. 主动服务——要有吸引宾客、聚焦宾客的意识

一座酒店，无论其星级如何，仅仅拥有一流的硬件设施是不够的，宾客对服务的要求多种多样，酒店的服务能不能上档次、创品牌，往往通过许多细微之处反映出来。

主动服务是酒店一切服务的基础，是满足客人消费心理的首要条件。一次简单的主动服务包含着深刻的含义：主动服务表现了酒店功能的齐全，主动服务意味着酒店员工更多的情感投入。



有了酒店的服务规范和工作标准，并不等于就有了一流的服务，员工们只有把自己的情感投入到一招一式、一人一事的服务中去，从心里理解客人，关心他们，才能使自己的服务更具有人情味，让客人倍感亲切，从员工的个人工作中体会到酒店的服务水准。

深受客人欢迎的主动服务，要求酒店员工具有敏锐的洞察力、迅捷的行动和广博的知识面。在酒店业竞争日趋激烈的今天，酒店员工要在服务上不断创新，不断改进，适时拓展，与时俱进，才能让自己的服务得到客人的肯定。

（1）敏锐的洞察力是酒店员工做好主动服务的前提

实验表明，通常情况下，人们视线相互接触的时间大约占交流时间的30%~60%。如果超过60%，则表示彼此对对方的兴趣可能大于交谈的内容；低于30%，则表明对对方本人或谈话的内容缺乏兴趣。视线接触的时间除关系十分密切的人外，一般连续注视对方的时间在1~2秒内。

“眼睛是心灵的窗户”，眼睛在一定程度上是内心世界的反映。因此，作为一

名优秀的酒店员工，要在与客人眼神交流的瞬间，去洞察其内心世界。虽然只有一到两秒钟的时间，也要争取在最短的时间内通过观察客人的外表、言谈、举止等，再经过大脑的思维、推断，揣摩出客人的心理，进而推断出客人究竟希望得到什么样的服务。这就为紧接着的有的放矢的服务行为奠定了基础。

（2）迅捷的行动是做好瞬间服务的关键

通过观察、分析、推断之后，酒店员工就要在脑海中得出下一步服务的指示，并在最短的时间内，用迅捷的行动去完成下一个瞬间服务。例如，当服务人员看到客人掏出香烟，没有随即点火，却扫视周围，哪怕这只是不经意的动作，服务人员应在最短的时间内做出反应，上前为客人提供打火机。从做出反应到送上打火机的这一过程，就是服务人员完整的一个瞬间服务，也正是这一系列迅捷的动作，可以留给客人瞬间美好的印象，使客人感受到服务人员会关注他，并随时为他提供贴心的服务。

（3）广博的知识面是做好服务的基石

没有广博的知识面，面对客人的疑问时一问三不知，就不可能正确推断出客人的真正需求是什么，潜在需求是什么，满足后心动的需求是什么，因此，准确地为客人提供能让客人产生思想的瞬间服务也就无从谈起。所以，优秀的酒店员工应该成为一名知识型的员工，让广博的知识为服务工作插上双翼，提高悟性、服务意识以及观察分析问题的能力，在每一个瞬间为客人创造“思想”，制造“惊喜”。酒店员工具备了广博的知识面，加之在接待客人时，通过观察、了解，按照自己的观察进行分析，并为客人设计个性的服务程序，就能给客人带来最好的服务，给客人留下深刻的印象。

2. 热情服务——殷勤待客

所谓热情服务，是指服务人员出于对自己从事的职业有肯定的认识，对客人的心理有深切的理解，因而富有同情心，发自内心地、满腔热情地向客人提供的良好服务。

服务态度的好坏,与是否热情、微笑、耐心等都有关系。另外,是否具有积极热情为客人解决困难的意识,也能体现酒店员工的服务态度。

提供热情服务的同时,也应注意恰到好处,多一分即过,少一分不足。换言之,就是“需要即提供”,“满意适可而止”。例如,客人与朋友谈意正酣,却因餐厅的服务员上菜,一而再、再而三地被干扰打断,尽管是彬彬有礼的,但客人的心情也许就不是那么惬意了。再比如,在酒店的高档酒吧,当一位欧洲客人喝完一杯啤酒时,服务员主动向前问道:“Sir, do you want more?”(先生,您想再来些吗?)这个似乎无可指责的问话却引起客人的不悦:“你把我看成什么人了?难道我是一个酒鬼吗?”这里当然有文化背景问题,或者有不同语言表达方式的问题,但是作为一名服务员,要时时想到客人在什么时候需要什么样的服务,也就是说究竟什么样的服务能使不同的客人满意。这确实需要酒店的管理者和服务人员认真研究并增强应变的能力。



3. 周到服务——细致入微的特色服务

所谓周到服务,是指服务内容和项目上,设计得细致入微,处处予客人方便、体贴客人,千方百计帮助客人排忧解难。这些服务是实质性的,客人能直接感受到的。周到服务还体现在不但能做到、做好共性规范服务,还能做到、做好特色个性服务。

个性服务是上世纪70~80年代以来,国外酒店业为进一步提高服务水平而摸索总结出的新的服务领域。著名心理学家马斯洛把人的需



求划分为心理需求、安全需求、归属需求、尊重需求和自我实现需求这五个等级。宾客来到酒店后，除了要求得到吃饱、睡好、安全等基本的要求外，还希望得到其他方面的满足，如个人癖好的满足、隐私问题被保护的满足、人格被尊重的满足和特殊要求被解决的满足等。宾客的这些深层次的要求，往往不是按标准程序操作及规范服务所能完全解决的，这就需要针对不同宾客的国籍、年龄、性别、职业、身份、性格等等情况，因人而异地向他们提供周到、细致的优质服务，这就是个性服务的基本内涵。

服务员善于将心比心，在力所能及的范围内主动为客人提供更贴心的服务，能收到理想的效果。个性化服务之所以能赢得客人的喜爱，是因为它服务的对象是特定的，提供的服务是特别的、有针对性的。它的意义不在于所做事情的大小，而在于所做的事情是否是客人希望得到的。

许多酒店利用评估筛选出宾客的个人偏爱和嗜好，然后出乎意料地提供更贴心的新服务，使宾客喜出望外。

无论个性化服务，还是精神化服务，说到底其实都是以人为本的人性化服务。提供这种服务的载体，就是所谓人性化的酒店，就是能真正读懂人性，并以豁达的胸怀和真诚的关怀，给人以充分的理解、尊重、宽容与关注的酒店。人性化的酒店服务，其关键是必须关注宾客，用心服务。关注客人，就是不能只把客人当做“钱袋”而无视他们的“脑袋”，必须努力“读懂”客人。

酒店的客人是非常复杂的个体。

首先，客人是具有优越感的人。客人是给酒店带来财富的“上帝”，所以在与酒店员工的接触交往中，通常喜欢扮演特殊的“角色”，往往表现为居高临下，习惯使唤别人。而作为酒店员工，必须把客人当作领导一样尊重，在工作场合乐于被客人“使唤”。

其次，客人是情绪化的“自由人”。客人在自己的工作单位，作为工作角色，其行为举止不可避免地受到各种职业规范约束，而一旦来到酒店，在新的空间，他则是一位“自由人”，扮演的是与以往不同的角色，人性的某些弱点也相对会暴露无遗。为此，酒店员工对客人必须懂得宽容、理解和设身处地为其着想。

第三，客人无论出于何种原因来到酒店，都渴望在酒店寻求身心的彻底放松，使紧张的情绪得以缓和。所以酒店应该尽量营造宽松、舒适的氛围，使客人切实感受到温馨。要真正做到这些，酒店服务必须注重细节，追求完美，为客人提供舒适的环境和舒心的服务。

第四，客人是在特定的场景中喜欢表现自己的人。人人都喜欢听赞美的话，这是人类的天性之一。他们大都用不同的方式表现自己，引起别人的注意，显得自己很聪明和重要。酒店员工应该体谅到这些心理因素，给客人提供充分表现自己的机会，帮助客人展现长处，维护并且隐藏客人的不足与短处，从而使客人在酒店中获得更多的自豪感和成就感。

第五，客人是希望被特别关注的人。酒店员工对待客人必须像对待自己的朋友一样关注，为每一位客人献上一份特别的爱。

周到服务，就是要求酒店员工必须时刻将客人放在心上，对不同的客人给予不同的、符合人之常情的高标准服务。

酒店的服务到位当然要讲求态度，但仅有态度显然还是不够的，还必须有相应的技能技巧作坚实的保证。比如对外宾服务，就要求酒店员工有一定的外语会话水平。目前在劳动力密集型的酒店，技能技巧体现在服务的各个方面和各个环节。不同岗位既有共性的要求，如沟通能力、协调能力、投诉处理能力、语言表达能力、预见能力等，也有个别特殊性的要求：如前台服务员识别客人类型和察言观色的能力；客房服务员排除房间设备简单故障的能力、分析客人爱好的能力；保安人员的案情分析能力；餐厅服务员的点菜能力、分菜能力、对食品营养的解释能力；商务服务人员的计算机技能等。具备了这些能力，服务人员在服务时才有可能较好地满足客人对酒店所期望的基本要求和某些特殊的要求，从而使服务到位的要求在实际工作当中得到有效落实。



第二章

CHAPTER TWO

熟悉礼仪是做好服务的前提

酒店员工应了解的各种基础礼仪

Basic Etiquette Knowledge for Hotel Practitioners

服务礼仪是各种服务行业人员必备的素质和基本条件。出于对客人的尊重与友好，在服务中要注重仪表、仪容、仪态和语言的规范。

有形、规范、系统的服务礼仪，不仅可以树立服务人员 and 酒店良好的形象，更可以形成受客人欢迎的服务规范和服务技巧，能让服务人员在与客人的交往中赢得理解、好感和信任。所以，作为酒店员工来说，学习和运用服务礼仪，已不仅仅是自身形象的需要，更是提高酒店效益和提升酒店竞争力的需要。

