



21世纪高职高专规划教材

旅游酒店类系列

饭店前厅 管理与服务

徐文苑 严金明 编著



清华大学出版社

<http://www.tup.tsinghua.edu.cn>



北京交通大学出版社

<http://press.bjtu.edu.cn>



21 世纪高职高专规划教材·旅游酒店类系列

饭店前厅管理与服务

徐文苑 严金明 编著

清华大学出版社
北京交通大学出版社

· 北京 ·

内 容 简 介

前厅管理与服务是现代饭店运行与管理的重要组成部分。本教材内容共分8章,对前厅管理与服务中涉及的预订、接待、行李、问讯、商务等服务,以及销售管理、服务质量管理、人力资源管理等内容,做了较为系统的介绍。另外,本教材还突出介绍了近几年发展较快的旅游电子商务中的在线订房、网络营销及金钥匙服务、饭店管理信息系统等内容。本教材注重知识的应用性和可操作性,侧重理论指导下的管理实务与运作,简化以学科知识新体系为背景的知识要点的陈述,适当增大图表和典型案例等内容的比例,力求反映饭店业先进的管理理念、服务手段与方法。

本教材主要适用于高等职业院校饭店管理专业教学,也可作为饭店从业人员的培训和自学之用。

版权所有,翻印必究。

本书封面贴有清华大学出版社激光防伪标签,无标签者不得销售。

图书在版编目(CIP)数据

饭店前厅管理与服务 / 徐文苑, 严金明编著. —北京: 清华大学出版社; 北京交通大学出版社, 2004.5

(21世纪高职高专规划教材·旅游酒店类系列)

ISBN 7-81082-299-3

I. 饭… II. ①徐… ②严… III. ①饭店-商业管理-高等学校: 技术学校-教材
②饭店-商业服务-高等学校: 技术学校-教材 IV. F719.2

中国版本图书馆CIP数据核字(2004)第031241号

责任编辑: 张利军 特邀编辑: 麦伦丁

出版者: 清华大学出版社 邮编: 100084 电话: 010-62776969

北京交通大学出版社 邮编: 100044 电话: 010-51686045, 62237564

印刷者: 北京瑞达方舟印务有限公司

发行者: 新华书店总店北京发行所

开本: 185×230 印张: 26.5 字数: 594千字

版次: 2004年5月第1版 2004年5月第1次印刷

书号: ISBN 7-81082-299-3/F·40

印数: 1~5000册 定价: 34.00元

出版说明

高职高专教育是我国高等教育的重要组成部分,它的根本任务是培养生产、建设、管理和服务第一线需要的德、智、体、美全面发展的高技术应用型专门人才,所培养的学生在掌握必要的基础理论和专业知识的基础上,应重点掌握从事本专业领域实际工作的基本知识和职业技能,因而与其对应的教材也必须有自己的体系和特色。

为了适应我国高职高专教育发展及其对教学改革和教材建设的需要,在教育部的指导下,我们在全国范围内组织并成立了“21世纪高职高专教育教材研究与编审委员会”(以下简称“教材研究与编审委员会”)。“教材研究与编审委员会”的成员单位皆为教学改革成效较大、办学特色鲜明、办学实力强的高等专科学校、高等职业学校、成人高等学校及高等院校主办的二级职业技术学院,其中一些学校是国家重点建设的示范性职业技术学院。

为了保证规划教材的出版质量,“教材研究与编审委员会”在全国范围内选聘“21世纪高职高专规划教材编审委员会”(以下简称“教材编审委员会”)成员和征集教材,并要求“教材编审委员会”成员和规划教材的编著者必须是从事高职高专教学第一线的优秀教师或生产第一线的专家。“教材编审委员会”组织各专业的专家、教授对所征集的教材进行评选,对所选教材进行审定。

目前,“教材研究与编审委员会”计划用2~3年的时间出版各类高职高专教材200种,范围覆盖计算机应用、电子电气、财会与管理、商务英语等专业的主要课程。此次规划教材全部按教育部制定的“高职高专教育基础课程教学基本要求”编写,其中部分教材是教育部《新世纪高职高专教育人才培养模式和教学内容体系改革与建设项目计划》的研究成果。此次规划教材按照突出应用性、实践性和针对性的原则编写并重组系列课程教材结构,力求反映高职高专课程和教学内容体系改革方向;反映当前教学的新内容,突出基础理论知识的应用和实践技能的培养;适应“实践的要求和岗位的需要”,不依照“学科”体系,即贴近岗位群,淡化学科;在兼顾理论和实践内容的同时,避免“全”而“深”的面面俱到,基础理论以应用为目的,以必要、够用为度;尽量体现新知识、新技术、新工艺、新方法,以利于学生综合素质的形成和科学思维方式与创新能力的培养。

此外,为了使规划教材更具广泛性、科学性、先进性和代表性,我们希望全国从事高职高专教育的院校能够积极加入到“教材研究与编审委员会”中来,推荐“教材编审委员会”成员和有特色的、有创新的教材。同时,希望将教学实践中的意见与建议,及时反馈给我们,以便对已出版的教材不断修订、完善,不断提高教材质量,完善教材体系,为社会奉献更多更新的与高职高专教育配套的高质量教材。

此次所有规划教材由全国重点大学出版社——清华大学出版社与北京交通大学出版社联合出版。适合于各类高等专科学校、高等职业学校、成人高等学校及高等院校主办的二级职业技术学院使用。

前言

随着知识经济时代的到来,传统旅游企业的组织和功能、管理理念、营销哲学、经营手段、服务方法等正在受到全面挑战,发生了重大变化。面对日趋激烈的市场竞争和挑战,旅游业发展的关键在于人才。目前,旅游企业的管理人员在知识结构、技能水平、管理水平等方面还难以与迅速发展的旅游业相适应,因此培养适应新世纪旅游业发展需要的管理人才已经成为一个十分紧迫的问题。而伴随着旅游业的迅速发展,我国的旅游教育事业也取得了很大的发展。旅游专业是应用型专业,只有紧贴旅游行业的实际,才会有生命力。目前,我国高等职业院校的旅游专业在知识结构、课程设置、教材建设等方面仍然存在一些急需解决的问题。为适应旅游业快速发展的需要,我国的旅游管理学科建设必须有较大发展,教材建设必须与之同步。当前针对旅游专业大专及高职层次,较为科学、系统地单独阐述前厅管理与服务,且侧重于管理的教材较少。本书旨在弥补我国高职高专旅游管理专业教材建设的相对不足与滞后,特别是新时期国内高等职业技术教育对旅游管理专业新教材的需求,同时也满足课程改革及专业建设的需要。

本教材在编写过程中,坚持适应高职院校教育改革和发展的需要,立足于提高学生的整体素质和培养学生的综合能力,贯彻了科学性、实用性、先进性、规范性原则,吸取了国内外前厅管理与服务的最新知识和技术,注重知识的应用性和可操作性。侧重理论指导下的管理实务与运作,简化以学科知识新体系为背景的知识要点的陈述,适当增大图表和典型案例等内容的比例,着眼于旅游企业新岗位群的诸多最新的现实需要。本教材坚持全面系统、先进实用的原则,既注重阐述有关管理理论,又系统地介绍对客服务的内容和要求,力求理论联系实际。本教材还考虑与国际市场接轨的要求,充分吸收反映学科发展和中外旅游实践新动态的国内外研究新成果,强化知识的应用性和可操作性。本教材注重突出高职高专教材的特征,适应高等职业教育以能力为核心,以培养技术应用性人才为根本任务,使学生达到基础理论适度,技术应用能力强,知识面宽,综合素质高的要求。本教材深入浅出,难易适度,适用性强,学术性与普及性兼顾,理论性与应用性并重,知识性、科学性、实用性、创造性相结合,借以提高学生的专业技能和整体素质。

本教材内容共分8章,在借鉴天津职业大学饭店管理专业与英国合作的以公用能力为核心的BTEC模式的基础上,对前厅管理与服务中涉及的预订、接待、行李、问讯、商务等服务,以及销售管理、服务质量管理、人力资源管理等内容,进行了更深入的研究与全面系统的论述。每章都有案例分析,并采用了BTEC课业形式。另外,本教材还突出介绍了近几年

发展较快的旅游电子商务中的在线订房、网络营销及金钥匙服务、饭店管理信息系统等内容。

本教材由天津职业大学徐文苑老师编著。本教材的编写总结了作者十几年从事饭店管理、培训实践工作及专业教学的经验。本教材除参考了国内外有关论著，还得到了许多业内人士的帮助，在此一并表示感谢。同时，由于本人水平所限，书中难免存在不足之处，敬请广大读者指正。

编 者

2004 年 5 月

目 录

第1章 前厅部概述	(1)
1.1 前厅部的地位、作用与任务	(2)
1.1.1 前厅部的地位	(2)
1.1.2 前厅部的作用	(3)
1.1.3 前厅部的任务	(4)
1.1.4 前厅部的业务特点	(7)
1.2 前厅部的组织机构、岗位设置及职责	(8)
1.2.1 机构组成、设置特点及原则	(8)
1.2.2 前厅部的岗位职责	(18)
1.3 前厅部对客服务的过程及任务	(21)
1.3.1 工作阶段划分	(21)
1.3.2 对客服务各阶段的工作任务	(23)
1.4 前厅的设计、布局与环境	(26)
1.4.1 饭店大堂的设计	(27)
1.4.2 饭店前厅的布局	(34)
1.5 前厅服务员的基本素质要求	(49)
1.5.1 仪容仪表	(49)
1.5.2 仪态要求	(50)
1.5.3 礼貌和礼节	(51)
1.5.4 心理素质与基本技能	(56)
思考题	(59)
第2章 客房预订业务	(60)
2.1 预订业务的相关知识	(60)
2.1.1 预订处员工的岗位职责和工作任务	(61)
2.1.2 客房类型与房价	(63)
2.2 预订的方式与种类	(68)
2.2.1 预订方式	(68)

2.2.2 预订种类	(75)
2.3 客房预订程序	(77)
2.3.1 受理预订 (Handing Reservation)	(77)
2.3.2 确认预订 (Confirmation)	(82)
2.3.3 预订记录存档 (Reservations Record Keeping)	(83)
2.3.4 预订变更与取消 (Amendment & Cancellation)	(84)
2.3.5 抵店前的准备工作	(84)
2.3.6 预订控制	(88)
2.4 网络预订与预订推销	(95)
2.4.1 饭店订房网络系统	(95)
2.4.2 主要预订系统	(98)
2.4.3 预订推销	(99)
思考题	(109)
第3章 总台接待业务	(110)
3.1 总台接待业务概述	(111)
3.1.1 接待处的岗位职责	(111)
3.1.2 接待准备工作	(113)
3.1.3 客房状况控制	(113)
3.2 入住接待程序	(118)
3.2.1 住宿登记的目的	(118)
3.2.2 入境人员住宿登记的要求	(120)
3.2.3 入住接待程序	(123)
3.2.4 团队客人入住接待程序	(134)
3.2.5 住宿条件变化的处理	(135)
3.2.6 常见问题的处理及对策	(137)
思考题	(139)
第4章 前厅服务	(140)
4.1 礼宾服务	(140)
4.1.1 行李处的主要岗位职责	(141)
4.1.2 迎送宾客服务	(143)
4.1.3 行李服务	(148)
4.1.4 委托代办服务	(156)
4.2 金钥匙服务	(159)

4.2.1 金钥匙概述	(159)
4.2.2 国际金钥匙组织的历史	(160)
4.2.3 中国饭店金钥匙的发展	(162)
4.2.4 金钥匙的作用	(163)
4.2.5 中国饭店金钥匙服务项目	(166)
4.3 问讯服务	(170)
4.3.1 问讯服务	(170)
4.3.2 留言服务	(172)
4.3.3 客房钥匙的发放与控制	(174)
4.3.4 邮件服务	(175)
4.4 结账服务	(176)
4.4.1 客账管理	(176)
4.4.2 外币兑换业务	(184)
4.4.3 贵重物品保管	(186)
4.5 电话总机服务	(188)
4.5.1 总机房员工岗位职责	(189)
4.5.2 话务员的素质要求	(191)
4.5.3 总机服务项目及服务规程	(193)
4.6 商务中心服务	(197)
4.6.1 商务中心员工岗位职责	(197)
4.6.2 主要服务项目及服务规程	(198)
4.7 商务楼层服务	(202)
4.7.1 商务楼层的需求特征	(203)
4.7.2 商务楼层的布局特色	(205)
4.7.3 商务楼层的管理及服务特色	(205)
4.7.4 商务楼层的日常工作流程	(208)
4.7.5 商务楼层的服务程序	(209)
思考题	(213)

第5章 前厅部销售管理	(214)
5.1 客房销售基础知识	(214)
5.1.1 客房销售的一般工作要求	(215)
5.1.2 客房销售的具体要求	(215)
5.1.3 客房分配技巧	(217)
5.1.4 客房销售技巧	(217)

5.2 房价管理	(231)
5.2.1 客房价格的构成	(231)
5.2.2 客房定价目标	(232)
5.2.3 影响房价制定的因素	(238)
5.2.4 常用的定价方法	(239)
5.2.5 客房经营统计分析	(244)
思考题	(250)
第6章 计算机技术在前厅部的应用	(251)
6.1 计算机技术在饭店管理中的应用	(251)
6.1.1 饭店计算机技术应用的发展过程	(252)
6.1.2 饭店管理信息系统概述	(252)
6.2 计算机技术在前厅部的应用	(264)
6.2.1 计算机技术应用对前厅管理与服务的意义	(264)
6.2.2 前厅计算机管理系统的主要功能	(265)
思考题	(287)
第7章 前厅服务质量管理	(288)
7.1 前厅服务质量管理与控制	(289)
7.1.1 前厅服务质量管理的内容	(289)
7.1.2 前厅服务质量特点	(293)
7.1.3 前厅服务质量标准	(295)
7.1.4 前厅服务质量控制	(299)
7.1.5 前厅服务质量管理方法	(304)
7.1.6 提高前厅服务质量的途径	(317)
7.2 客人投诉处理	(339)
7.2.1 投诉产生的原因	(339)
7.2.2 投诉的类型	(340)
7.2.3 对投诉的正确认识	(342)
7.2.4 处理投诉的原则	(344)
7.2.5 受理客人投诉的程序	(345)
7.3 前厅信息管理	(350)
7.3.1 前厅部内部的沟通协调	(350)
7.3.2 前厅部与各部门的沟通协调	(351)
7.3.3 客史档案管理	(353)

思考题	(359)
第8章 前厅部人力资源管理	(360)
8.1 前厅部的员工招聘	(360)
8.1.1 员工招聘的途径	(360)
8.1.2 员工招聘的程序	(364)
8.1.3 员工招聘应注意的问题	(367)
8.2 前厅部的员工培训	(368)
8.2.1 培训的意义	(368)
8.2.2 培训的原则	(369)
8.2.3 培训的内容与分类	(370)
8.2.4 培训计划与实施	(371)
8.2.5 提高培训质量的途径	(383)
8.3 前厅部的员工激励	(387)
8.3.1 激励的重要性	(387)
8.3.2 激励的基本形式	(388)
8.4 前厅部员工的工作评估	(393)
8.4.1 工作评估的作用	(393)
8.4.2 工作评估的常用方法	(393)
8.4.3 工作评估的基本程序	(395)
8.4.4 评估工作容易出现的问题	(401)
思考题	(404)
参考文献	(411)

“如果把饭店看成是一个巨大的轮胎，那么这轮胎中间的中心轴就是前厅。”不仅如此，那轮胎的中心轴不是静止不动的，而是作为能动的中枢神经来完成其职能。

第1章 前厅部概述

- 学** ◎ 了解前厅部在饭店经营管理中的地位、作用及基本任务。
- 习** ◎ 掌握前厅部组织机构的设置原则、组成与主要职能，以及管理岗位职责设计要
- 目** 求。
- 标** ◎ 了解前厅环境设计要求。
- ◎ 熟悉前厅部人员素质要求。

现代饭店是设施设备完善、功能齐全、智能化控制的综合性群体建筑，是以提供住宿、餐饮、商务、购物、娱乐和健身等不同服务项目为主的系列化多样性产品，从而满足社会大众对社交、休闲、文化、健康需求的大众性、公开型、开放式的服务机构。对许多客人而言，前厅实际上代表了整个饭店。前厅是客人与饭店接触的主要场所，是协调饭店所有对客服务的部门，涉及饭店提供的对客服务的诸多内容，应为客人提供客房预订、入住登记、行李、电话、留言、问讯、票务、邮件、商务、外币兑换、委托代办、结账离店等服务项目。前厅是每一位客人抵达、离开饭店的必经之地，是饭店对客服务开始和最终完成的场所，也是客人形成对饭店的第一印象和最后印象之处。前厅接待服务及管理区域所设置的相关岗位及结构单元组成了饭店组织机构中十分重要的部分——前厅部。前厅部（Front Office）是饭店组织客源、销售客房商品、组织接待和协调对客服务，并为客人提供各种综合服务的部门，是提供总经理和市场销售部门做出经营决策的最高参谋机构。前厅部是饭店经营管理中的一个重要部门，是整个饭店服务工作的核心。前厅部又名客务部、前台部、大堂部，是饭店对外的“窗口”，是饭店的“大脑”、“神经中枢”，是联系宾客关系的“桥梁和纽带”。前厅部是饭店管理的关键部位，其运行的好坏，将直接影响到饭店的整体服务质量、管理水

平、经济效益和市场形象。由此可见,前厅部及其员工对树立饭店的形象和声誉,起着重要的作用。前厅部的管理体系、工作程序,前厅部每个员工的服务意识、职业道德、服务质量、知识结构、操作技能和应变能力及言谈举止等,无一不对饭店的形象和声誉产生重大影响。

1.1 前厅部的地位、作用与任务

1.1.1 前厅部的地位

前厅部的业务涉及面较广,具有系统性、灵活性、协调性的特点。因此,对服务人员的素质要求较高,要求能够为客人提供准确高效的服务。前厅部与饭店的营业收入直接相关,而且前厅部所处的位置,使其能够最大范围地接触客人,所以,前厅部是饭店的重要组成部分,在饭店的经营管理中,占有举足轻重的地位。

(1) 前厅部是饭店业务活动的中心。

前厅部服务贯穿于客人在饭店内活动的全过程,是饭店服务的起点和终点。从前厅部所处位置来看,其管辖区域的主要结构集中设立在饭店大堂,是所有客人抵、离饭店必经之处和活动场所;从服务角度来看,其所属员工与客人接触面最广。前厅部所提供的服务贯穿于客人来店、住店和离店的全部过程。前厅部每一位员工的言谈举止,都处处体现出饭店对待客人的关心程度,而主动、热情的接待及周到、细致的服务,使客人就像生活在自己的家里一样方便、舒适,没有陌生感,真正感受到“宾至如归”,最终赢得客人的信赖和满意。从信息传递角度来看,前厅部不但要向客人及时提供准确的各类信息,而且还必须把有关客人的各种信息准确地传达至客房、餐饮、财务等相关经营服务部门,才能使各部门依据接待服务标准、工作流程及特殊要求等,有计划地完成各自的服务接待任务。因此,前厅部的工作在服务接待过程中起着联系内外、沟通上下左右,发挥着承上启下、信息集散和总体协调的关键作用。

(2) 前厅部是饭店的代表,是建立良好的宾客关系的重要环节。

前厅是饭店服务工作的“橱窗”,代表着饭店的对外形象。前厅部通过自身的销售与服务,在客人抵店、住店和离店的全过程中始终与客人保持密切联系。客人遇有疑难问题时,通常都会找前厅服务员联系解决。如果客人对饭店服务不满意,也会到前厅投诉。另外,前厅部掌握全部住宿客人的相关资料和信息,并将这些信息反馈到饭店管理机构和相关管理部门。前厅部的工作效率和服务质量直接代表饭店的管理水平,就像一条无形的情感纽带,维系并加深饭店与客人之间互相依赖和信任之情。在市场经济条件下,客人就是“皇帝”,饭店是

为客人提供食、宿、娱乐等综合服务的行业，饭店服务质量好坏最终是由客人做出评价的，评价的标准就是客人的“满意程度”，建立良好的宾客关系有利于提高客人的满意度，争取更多的回头客，从而提高饭店的经济效益。因此，饭店都非常重视改善宾客关系，而前厅部是接触客人最多的部门，因而是建立良好宾客关系的重要环节。

(3) 前厅部是饭店管理机构的参谋和助手。

由于前厅部与客人有着最广泛的接触，从而可以及时收集到客人对饭店管理和服务的意见及反映，并传达给饭店质检部门进行有针对性和有成效地分析，为制定改进管理和提高服务的措施提供了第一手资料。另外，前厅部还保存大量的实时经营管理数据，通过认真整理和分析，可按日、月、年，定期或不定期地向饭店决策和营销机构提供反映市场各种信息的报表及数据，以此作为制定和调整饭店计划及经营策略的重要依据。前厅部还会同销售部、财务部制定年度客房营销预算计划，发挥着重要的参谋和助手作用。

综上所述，前厅部工作效率、服务质量和管理水平的高低，会直接影响饭店的整体形象和市场竞争力，直接影响饭店的经济效益。因此，前厅部是饭店组织机构中的关键部门，其地位和作用是十分重要的。

1.1.2 前厅部的作用

前厅部的作用是与其所承担的任务相联系的，前厅部担负着销售客房及饭店其他产品的重任，对饭店市场形象、服务质量乃至管理水平和经济效益有至关重要的影响。

(1) 前厅部是饭店的营业橱窗，反映饭店的整体服务质量。一家饭店服务质量和档次的高低，从前厅部就可以反映出来。有一位客人曾经说过：“每当我们走进一家饭店，不用看它的星级铜牌，也不用问它的业主是谁，凭我们四海为家的经验，通常就可以轻而易举地‘嗅’出这家饭店是否合资饭店，是否外方管理以及大致星级水平。”正是从这个意义上讲，有人把前厅誉为饭店的“窗口”，它的好坏不仅取决于大堂的设计、布置、装饰、灯光、设施设备等硬件，更取决于前厅部员工的精神面貌、工作效率、服务态度、服务技巧、礼貌礼节以及组织纪律性等软件。

(2) 前厅部是饭店的门面，对于客人及社会公众形成深刻的第一印象和最后印象及饭店整体印象起着重要作用。前厅部是客人抵店后首先接触的部门，因此，它是给客人留下第一印象的地方。从心理学上讲，第一印象很重要，客人总是带着这种第一印象来评价一个饭店的服务质量。如果第一印象好，那么即使在住宿期间遇到不如意的地方，客人也会认为这是偶尔发生的，可以原谅；反之，如果第一印象不好，那么，客人就认为这家饭店出现这类服务质量问题是必然的，饭店在客人心目中的不良形象就很难改变。此外，客人离店时也是从前厅部离开的。因此，这里也是给客人留下最后印象的地方，而最后印象在客人脑海里停留的时间最长。最后印象的好坏，在很大程度上取决于前厅部服务员的礼貌礼节和服务质量，如果服务员态度不好，工作效率不高，就会给客人留下不良的最后印象，使其在客人住

店期间为客人提供良好的服务前功尽弃。

(3) 前厅部具有一定的经济作用。前厅部的主要任务之一就是销售客房产品, 客房收入通常在饭店营业收入占有很大比重。它还可以通过提供邮政、电信、票务以及出租车服务等, 直接取得经济收入, 而且其销售工作的好坏还直接影响到饭店接待客人的数量。因此, 前厅部应积极主动地推销饭店产品, 决不能被动地等客上门。尤其目前饭店供过于求, 市场竞争激烈时, 更是如此。例如, 当客人到店时, 接待员可以抓住时机向客人推销饭店产品, 使客人尽量在饭店内消费, 增加饭店收入。

(4) 前厅部的协调作用。前厅部犹如饭店的大脑, 在很大程度上控制和协调着整个饭店的经营活动。由这里发出的每一项指令, 每一条信息, 都将直接影响饭店其他部门对客人的服务质量。例如, 当客人来到总台办理入住手续时, 接待员应在为客人安排好房间后立刻将客人入住信息传达到客房服务中心, 使其可以做好接待的准备工作。

(5) 前厅部的决策作用。前厅部是饭店的信息中心, 它所收集、加工和传递的信息是饭店管理者进行科学决策的依据。前厅部每天都要接触大量有关客源市场、产品销售、营业收入、客人意见等信息, 通过统计分析, 及时将整理后的信息向饭店决策管理机构汇报, 并与有关部门协调沟通, 采取对策。前厅部管理人员还经常参与客房营销分析和预测活动, 进行月、季和年度的销售统计分析, 提出改进工作和提高服务水平的有关建议。例如在国外的一些饭店里, 管理者就是根据前厅部所提供的客人的预订信息来决定未来一个时期内房价的高低。因此, 前厅部的工作可以为饭店管理层提供科学性的决策依据。

1.1.3 前厅部的任务

前厅部的基本任务就是最大限度地推销客房商品及其他饭店产品, 并协调饭店各部门, 向客人提供满意的服务, 使饭店获得理想的经济效益和社会效益。具体来说, 前厅部的任务包括下述 7 项内容。

1. 销售客房

销售客房商品是前厅部的首要任务。客房是饭店的主要产品, 其销售收入在整个饭店收入结构中占主要部分。同时, 客房商品具有不可储存的特点, 因此, 能否有效地推销客房, 将直接影响饭店的经济效益。前厅部客房销售主要由以下三个方面的工作组成。

(1) 预订销售。预订是前厅管理和服务的中心环节之一, 通过预订可以保证客源。前厅部总台一般设有预订处, 负责客房预订业务, 订房是否成功往往取决于订房员的主动推销意识、推销技巧、熟练程度以及对饭店产品的熟悉程度, 因为客人对饭店的“第一印象”往往产生于此。订房员应树立“没有销售, 就没有企业”的观念, 努力成为一名优秀的营销员。预订销售是饭店客房销售的重要组成部分, 积极开展预订业务, 是饭店销售客房商品的重要手段, 也是前厅部的中心任务。

(2) 接待销售。总台接待员对那些未经预订而直接抵店的客人销售客房。接待员在接待这类客人时,需要表现出强烈的服务意识和良好的推销能力。在客人感到宾至如归、温馨舒适的同时,适时向客人推销客房或其他服务产品。尤其在办理入住手续过程中,对于已经预订了客房的客人来说,主动介绍店内其他服务项目等,都会对客人的消费产生刺激和导向作用,这就是二次推销。也就是说,前厅服务员在销售客房的同时,也要不失时机地进行饭店其他服务产品的推销。实践证明,这种促销行为及结果会提高饭店的综合效益。

(3) 合理排房与价格控制。客房营业收入的高低取决于客房销售的数量、价格及时间。总台接待员不仅要注意客房销售的数量和价格,执行饭店的价格政策、优惠政策及促销政策,还要注意合理排房,最大限度地符合客人需求的房间安排给客人。正确地排房有利于提高客房使用率和客人的满意度。所以,衡量一位总台服务员的工作是否出色,往往也要看其客房销售的推销能力和实际业绩。另外,客房营业收入还是检验和评估前厅部管理水平的重要考核依据之一。

2. 提供各种综合服务

作为直接向客人提供各类相关服务的前台部门,前厅服务范围涉及机场和车站接送服务、行李服务、留言问讯服务、票务代办服务、邮件服务、电话总机服务、商务中心服务、贵重物品保管服务等,实际上是“大前厅服务”理念。这种服务理念的核心思想是:在完成前厅各项服务的过程中,促使前厅服务与饭店其他服务,诸如客房服务、餐饮服务、安全服务等方面共同构成饭店的整体服务,表现为“服务链条”的紧密衔接,避免推诿、扯皮等现象,强调“服务到位”,使客人对饭店留下满意和深刻的印象。

3. 提供信息服务

前厅是客人汇集活动的场所,前厅服务人员与客人保持着最多的接触。因此,前厅服务员应随时准备向客人提供其所需要和感兴趣的信息资料。例如:饭店近期推出的美食周、艺术品展览等活动,这可以使住店客人的生活更加丰富多彩。前厅服务人员还应充分掌握并及时更新有关商务、交通、购物、游览等详细和准确的信息,使客人“身在饭店内便知天下事”,处处让客人感到温馨、方便。同时,前厅部作为饭店的信息传递中心,还要及时准确地将各种经营信息加以处理,传递给饭店管理机构,作为饭店经营决策的参考依据。

4. 协调对客服务

现代饭店是既有分工,又有协作,相互联系、互为条件的有机整体,饭店服务质量好坏取决于宾客的满意程度。而宾客的满意程度是对饭店每一次具体服务所形成的一系列感受和印象的总和,在对客服务的全过程中,任何一个环节出现差错,都会影响到服务质量,影响到饭店的整体声誉。所以,现代饭店要强调统一协调的对客服务,要使分工的各个方面都能

有效地运转，都能充分地发挥作用。前厅部作为饭店的神经中枢，承担着对饭店业务安排的调度工作和对客服服务的协调工作。主要表现在：第一，将通过销售客房商品活动所掌握的客源市场、客房预订及到客情况及时通报其他有关部门，使各有关部门有计划地安排好各自的工作，互相配合，保证各部门的业务均衡衔接；第二，将客人的需求及接待要求等信息传递给各有关部门，并检查、监督落实情况；第三，将客人的投诉意见及处理意见及时反馈给有关部门，以保证饭店的服务质量。

前厅部根据客人需求和饭店营销部门的销售计划，衔接前后台业务以及与客人之间的联络与沟通工作，达到使客人满意以及内部业务运作顺畅的目的。例如：客人向前厅服务人员反映房间设施问题，前厅服务人员就应立即通过管理渠道向工程部反映客人意见，并检查监督落实情况，给予客人圆满的答复。

5. 控制客房状况

前厅部一方面要协调客房销售与客房管理工作，另一方面还要能够在任何时候正确地反映客房状况。在协调客房销售与客房管理方面，前厅部应向销售部提供准确的客房信息，防止过度超额预订，避免工作被动。另外，前厅部应及时向客房部通报实时及未来的预订情况，便于其安排卫生计划或调整劳动组织工作。正确反映并掌握客房状况是做好客房销售工作的先决条件，也是前厅部管理的重要目标之一。要做好这项工作，除了实现控制系统计算机化和配置先进的通信联络设备设施外，还必须建立和健全完善和行之有效的管理规章制度，以保障前厅与相关部门之间的有效沟通及合作。

6. 管理客账

前厅部向客人承诺并提供最终一次性结账服务。客人经过必要的信用证明，即可在饭店内各营业点签单。建立客账是为了实时记录并监督客人与饭店之间的财务关系，达到方便客人、保障饭店声誉并获取经济效益的目的。总台可以在客人预订客房时商定并建立客账（收取定金或预付款），也可以在客人办理入住手续时建立客账。在提供了客人累计消费额和信用资料的基础上，总台收银处按服务程序和饭店财务政策规定，与相关部门或各营业点协调沟通，及时登账，迅速、快捷地为客人办理离店结账手续，主动征求客人意见，使客人满意而去。

7. 建立客史档案

前厅部为更好地发挥信息集散和协调服务的作用，一般都要为住店客人建立客史档案，记录客人在饭店住宿期间的主要情况和有关针对性的信息，掌握客人动态，取得第一手资料。无论采用计算机自动记载、统计或手工整理统计等方法，建立客史档案时，一般都要将客人的姓名、身份、公司、抵离店日期、消费记录及特殊要求作为主要内容予以记载，并定期进行统计分析，作为饭店提供周到、细致、有针对性服务的依据，以不断改进饭店的服务