



- 普通高等教育“十二五”规划教材
- 高职高专旅游类专业任务驱动、项目导向系列化教材

前厅客房 服务与管理

QIANTING KEFANG FUWU YU GUANLI

主编 阚志霞 黄志刚 汪锋



国防工业出版社

National Defense Industry Press

选题策划:  江苏分社

责任编辑: 江 浩

责任校对: 钱辉玲

封面设计: 王晓军

前厅客房服务与管理

QIANTING KEFANG FUWU YU GUANLI

普通高等教育“十二五”规划教材

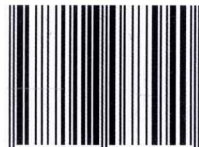
高职高专旅游类专业任务驱动、项目导向系列化教材

旅游学概论
客源国概况
中国旅游地理
中国旅游景观
旅行社经营管理
旅游市场营销实务
景区规划与管理
导游基础
导游实务
模拟导游
模拟导游实训
旅游政策与法规
旅游礼仪
英语导游实务——导游业务部分
英语导游实务——导游讲解部分
现代酒店服务与管理
餐饮服务与管理
前厅客房服务与管理
酒店市场营销实务
调酒技术
酒店服务心理学
现代酒店礼仪
酒店岗位服务英语

上架建议: 旅游类

<http://www.ndip.cn>

ISBN 978-7-118-07794-0



9 787118 077940 >

定价: 25.00 元

普通高等教育“十二五”规划教材

高职高专旅游类专业任务驱动、项目导向系列化教材

前厅客房服务与管理

主 编	阚志霞	黄志刚	汪 锋
副主编	高联辉	唐 艳	易玉婷
参 编	唐欣然	徐小冬	

国防工业出版社

· 北京 ·

图书在版编目(CIP)数据

前厅客房服务与管理/阚志霞,黄志刚,汪锋主编. —北京:
国防工业出版社,2012.1
ISBN 978-7-118-07794-0

I. ①前... II. ①阚... ②黄... ③汪... III. ①饭店 -
商业服务 - 高等职业教育 - 教材 ②饭店 - 商业管理 - 高等
职业教育 - 教材 IV. ①F719.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2011)第 251297 号

※

国防工业出版社 出版发行

(北京市海淀区紫竹院南路 23 号 邮政编码 100048)

北京奥鑫印刷厂印刷

新华书店经售

*

开本 787 × 1092 1/16 印张 12½ 字数 283 千字

2012 年 1 月第 1 版第 1 次印刷 印数 1—4000 册 定价 25.00 元

(本书如有印装错误,我社负责调换)

国防书店: (010)88540777

发行邮购: (010)88540776

发行传真: (010)88540755

发行业务: (010)88540717

普通高等教育“十二五”规划教材

高职高专旅游类专业任务驱动、项目导向系列化教材

编写委员会

一、编委会主任

张树夫(南京师范大学)

华国梁(扬州大学)

二、编委会主任委员

高菊生(南通职业大学)

张超一(南通农业职业技术学院)

袁忠霞(南通农业职业技术学院)

覃晓康(苏州信息职业技术学院)

费寅(无锡商业职业技术学院)

蔡丽巍(江苏信息职业技术学院)

章飞(常州纺织服装职业技术学院)

周丽(常州轻工职业技术学院)

王志民(镇江高等专科学校)

胡强(江苏经贸职业技术学院)

董正秀(南京铁道职业技术学院)

王春华(江苏经贸职业技术学院)

任孝珍(扬州环境资源职业技术学院)

赵军(江苏食品职业技术学院)

张海红(连云港职业技术学院)

孙宅俊(金肯职业技术学院)

姜锐(钟山职业技术学院)

姜华(应天职业技术学院)

赵丽华(青海交通职业技术学院)

吴翔(开封文化艺术职业学校)

三、编委会委员

陈燕	陈宁	陈慧敏	程春旺	常娜	蔡海燕	曹文捷	崔玲
邓宏宝	方小燕	高雯雯	高联辉	胡晓涛	胡强	何调霞	黄志刚
黄艳婷	郝芳	贺云	贾凌红	焦慧	金丽娇	蒋艳君	阚志霞
梁平	李华	陆一萍	卢常艳	刘陆燕	刘文涛	刘晓梅	林又佳
梅玲玲	米阳	倪雪华	饶艺梅	阮瑾	沙蕾	涂玮	汤丽娜
王艳蓉	汪锋	吴英鹰	魏海波	魏琰	吴翔	吴成罡	徐婷
杨艳	杨绪光	杨荣斌	易玉婷	唐欣然	唐燕	徐小冬	于丽曼
袁斌	张月明	张红英	张昊	张玲	周贵平	周桔飞	

前 言

“前厅客房服务与管理”是高职高专院校旅游管理专业学生必修的一门专业核心课程,是一门培养并强化“饭店服务与管理”的专业必修课,对于实现专业培养目标具有重要意义。该课程是培养房务部的基层服务员、领班、主管和一线经理必须的技能课程。其功能在于让学生通过本课程的学习,熟练掌握前厅客房专业操作技能,使学生的职业能力和基本素质都达到酒店行业要求。

本教材根据“项目导向、任务驱动、工学结合、能力培养”的原则,围绕客人的活动:客人抵店前一客人抵店时一客人抵店后一客人离店时一客人离店后,而展开的服务项目进行教材内容的安排,是按照客人与酒店发生关系的先后顺序将前厅客房部的实际工作过程和任务进行整合序化,形成7个项目,也就是前厅预订业务、前厅迎宾服务、前厅接待业务服务、前厅其他服务业务、宾客关系管理业务、客房服务业务、收银服务与送客服务业务,包括预订准备、客房预订、处理订房纠纷、机场代表迎接客人服务、门童迎接客人服务、行李服务、接待准备、接待服务、建立客史档案、问讯服务、电话总机服务、商务中心服务、委托代办服务、贵重物品保管服务、掌握与客人沟通技巧、处理客人投诉、宾客关系管理工作、客房接待、客房清扫服务、客房安全管理、客房部设备用品管理、结账服务业务、结账业务特殊情况处理、送客服务业务共24项任务。本教材颠覆了传统的学科型的教学体系,每个项目均以房务部真实的业务工作内容为原型,学生通过分组完成各项任务,实现教学目标。

在教材编写前,教材编写组成员深入到饭店企业一线与饭店前厅客房部的管理人员及优秀员工就前厅客房业务工作进行了广泛而深入的调研,并召开了由教材编写组和校外兼职教师组成的课程和教材建设会议,主要针对饭店前厅客房服务与管理课程的课程培养目标和建设思路进行探讨。对在课程教学中的做法进行总结和反思,找出教学中存在的难点问题,提出改革的方法。教材在内容的组织上,在每个任务教学之后,都设计了本模块的模拟场景实训题和技能技巧训练题,加强学生课后的实际能力的培养。

本教材由南通职业大学阚志霞担任第一主编,负责拟定编写提纲、统稿和定稿;常州轻工职业技术学院黄志刚、南通职业大学汪锋担任第二、三主编;邢台职业技术学院高联辉、唐艳和南通职业大学易玉婷担任副主编;南通职业大学唐欣然、徐小冬参与了本书部分内容的编写。具体分工如下:阚志霞编写项目一,高联辉编写项目二,阚志

霞、汪锋编写项目三,黄志刚编写项目四和项目七,阚志霞、易玉婷编写项目五,唐艳编写项目六。本书可作为旅游管理、饭店管理专业的教学用书,也可作为饭店从业人员的自学用书。

本书在编写过程中参考和借鉴了大量的国内外论著和教材及网络资源,已列于书后参考文献部分,但仍可能有遗漏。在此谨向各位作者表示诚挚的谢意!由于时间仓促,加之编者水平有限,书中不足之处在所难免。希望大家在使用过程中提出宝贵意见和建议,以便日后的修订。

所有意见、建议请发往 kanzhixia0224@yahoo.com.cn。

编者
2011年7月

目 录

项目一 前厅预订业务	1
任务1 预订准备	1
任务2 客房预订	14
任务3 处理订房纠纷	23
项目二 前厅迎宾服务业务	29
任务1 机场代表迎接客人服务	29
任务2 门童迎接客人服务	34
任务3 行李服务	38
项目三 前厅接待服务业务	48
任务1 接待准备	48
任务2 接待服务	62
任务3 建立客史档案	76
项目四 前厅其他服务业务	81
任务1 问讯服务	81
任务2 电话总机服务	89
任务3 商务中心服务	95
任务4 委托代办服务	99
任务5 贵重物品保管服务	106
项目五 宾客关系管理业务	110
任务1 掌握与客人沟通技巧	110
任务2 处理客人投诉	116
任务3 宾客关系管理工作	124
项目六 客房服务业务	131
任务1 客房接待	131
任务2 客房清扫服务	137
任务3 客房安全管理	144
任务4 客房部设备用品管理	148
项目七 结账业务和送客服务	155
任务1 结账服务业务	155

任务2 结账业务特殊情况处理	166
任务3 送客服务业务	171
附录1 前厅英语专业术语解释	177
附录2 星级饭店客房用品质量与配备要求	180
参考文献	190

项目一

前厅预订业务

◇ 任务目标 ◇

掌握客房预订各种方法和程序以及客房销售技巧,学会处理订房过程中产生的各种纠纷,并能尽量减少酒店的“空房”现象。

任务1 预订准备



案例引入

某天,南通有斐大饭店前厅部的客房预订员小王接到一位美国客人从上海打来的长途电话,想预订两间每天收费在150美元左右的标准双人间,三天以后开始住店。

小王马上翻阅了一下订房记录表,回答客人说,由于三天以后饭店要接待一个大型会议的多名代表,标准间客房已经全部订满了。小王讲到这里并未就此把电话挂断,而是继续用关心的口吻说:“您是否可以推迟两天来,要不然请您直接打电话与南通XX饭店去联系询问如何?”

美国客人说:“我们对南通来说是人地生疏,你们饭店比较有名气,还是希望你给想想办法。”

小王暗自思量以后,感到应该尽量不要使客人失望,于是用商量的口气说:“感谢您对我们饭店的信任,我们非常希望能够接待像您这样尊敬的客人,请不要着急,我很乐意为您效劳。我建议您和朋友准时前来南通,先住两天我们饭店内的豪华套房,每套每天也不过收费260美元,在套房内可以欣赏到我们南通的4A风景区——濠河的优美景色,同时室内还有红木家具和古玩摆饰,提供的服务也是上乘的,相信您们住了以后肯定会满

意的。”

小王讲到这里故意停顿一下,以便等客人的回话,对方沉默了一些时间,似乎在犹豫不决,小王于是开口说:“我料想您并不会单纯计较房价的高低,而是在考虑这种套房是否物有所值,请问您什么时候乘哪班车来南京?我们可以派车到车站来接,到店以后我一定陪您和您的朋友一行亲眼去参观一下套房,再决定不迟。”

美国客人听小王这么讲,倒有些感到情面难却了,最后终于答应先预订两天豪华套房后挂上了电话。



案例分析

前厅客房预订员在平时的客房预订中,一方面要通过热情的服务来体现;另一方面则有赖于主动、积极的促销,这要求前厅预订员首先要对酒店的产品非常熟悉,同时还要很好地掌握对客销售心理和良好的语言技巧。

上面案例中的客房预订员小王在受理预订时充分掌握“利益诱导原则”,即将客人的注意力集中于他付钱后能享受哪些服务,也就是将客人的思路引导到这个房间是否值得甚至超过他所付出的。小王之所以能干,在于他不引导客人去考虑房价的高低,而是用比较婉转的方式报价,以减少房价对客人的直接冲击力,避免使客人难于接受而陷于尴尬。小王的一番话使客人感觉自己受到尊重并且小王的建议是中肯且合乎情理的,在这种情况下,客人反而很难对小王的建议说“不”字,终于实现了饭店积极主动促销的正面效果。



相关知识

客房预订是指在客人抵店前对酒店客房的预先订约。即客人使用电话、电传、网络等各种方式与饭店联系预订客房,饭店则根据酒店客房的状况决定是否满足客人的订房要求。这种预订一经酒店的确认,酒店与客人之间便确立了一种合同关系。据此,酒店有义务以预先确定的价格和客房类型为客人提供客房。

预订是酒店前厅部一项重要业务。大型酒店一般在前厅部都设有预订处,专门受理预订业务,对于酒店来说,通过预订便于统筹安排工作,提前做好接待的准备工作,如人员的安排,设施设备的更新,低值易耗品的采购等;此外,通过预订可以使酒店提前占领客源市场,提高客房利用率。

预订前做好充分准备工作,对酒店的各种产品非常熟悉,并且熟练掌握各种销售技巧,才能给订房客人一个迅速而准确的答复。

一、预订员的素质与职责

(一) 预订员的素质要求

预订处作为前厅部的一个重要组成部分,在展示饭店形象,销售饭店服务产品等方面

起着非常重要的作用。作为预订处的工作人员,应具备相应的素质:

- (1) 对整个饭店有深入的了解,尤其应该熟悉饭店有关客房销售的各项政策,充分了解所有客房的类型(包括房间式样、朝向、内部装璜等)、价格等情况。
- (2) 熟悉本部门的业务,掌握相应的工作技巧和服务技能。
- (3) 工作认真、负责、有耐心。
- (4) 具备相应的外语听、说、读、写能力。
- (5) 能够熟练运用现代办公设备,如计算机、传真机等。

(二) 预订员的职责范围

预订员的职责范围具体为:

- (1) 受理各种类型的预订及预订的更改、取消等工作。
- (2) 保持预订总表及预订状况始终一致性。
- (3) 与有关部门保持密切联系,做好客人抵店前的各项准备工作。
- (4) 制作预测客房出租情况的报表及其他统计分析报表,为饭店决策层及其他部门提供经营信息。
- (5) 客史档案的创建和管理。

二、预订员需要掌握的预订知识

(一) 客房预订的渠道

客房预订是一项较为复杂和细致的工作,预订人员除认真执行服务工作标准外,还应掌握各种预订渠道、方式和预订类型,使预订工作得心应手。

客人可通过两大类渠道在饭店订房:一类为直接渠道,另一类为间接渠道。直接渠道是指客人不经过中介直接与饭店预订处联系,办理订房手续。间接渠道则指订房人通过旅行社等中介机构代为办理订房手续。从饭店方面看,总是希望把自己的产品和服务直接卖给消费者,以期能获得最大利润,但由于人力、财力所限,饭店必须借助于中介商,并利用他们的网络、专业特长及规模等优势,来帮助推销饭店产品,扩大客源。随着预订业务的开展,预订会更加多样化。除客人直接与饭店订房外,饭店客源还主要来自以下几个渠道:

- (1) 旅行社订房。旅行社通常与饭店订有合同,负责为饭店提供客人,并按房价的一定比例收取回扣。一般来讲,旅游者通过这种渠道在异国饭店订房的较为多见。旅行社订房可以保证饭店有一定数量的稳定客源。
- (2) 连锁饭店或合作饭店订房。连锁饭店可以相互提供免费订房服务,这是连锁饭店在促销上具有的明显优势。为了与连锁饭店竞争,一些独立的饭店之间开展了订房业务合作来建立自己的订房网络,通过相互推荐的方式接受客人的订房要求。
- (3) 航空公司订房。随着航空事业的发展,由航空公司代为订房的客人越来越多,主要包括乘客、团队客人、机组人员、本公司职员订房要求。

(4) 与饭店签订合同的单位订房。为发展业务,许多商务机构、大公司或与饭店订有合同,为来本公司的人和(或)本公司职员订房等。

(5) 会议组织机构订房。会议组织机构在为会议客人订房时,一般还要对饭店的其他产品进行预订,主要包括会议室及会议设备、餐饮、用车等。

(6) 政府机关事业单位订房。主要包括政府或事业单位邀请的团队、贵宾、专家学者订房等。

(二) 客房预订的方式

客房预订的方式多种多样,各有不同的特点,客人采用何种方式进行预订,受预订的紧急程度及客人设备条件的制约。

当前,客人的预订方式主要有以下几种:

(1) 电话预订:电话预订较为普遍,它的特点是速度快、方便,而且便于客人与酒店之间的沟通,以便客人能够根据酒店客房的实际情况,及时调整其预订要求,订到满意的客房。但由于语言障碍、电话的清晰度以及受话人的听力水平等影响,电话订房容易出错。因此,预订员必须将客人的预订要求认真记录,并在记录完毕之后,向对方复述一遍,得到客人的确认。

在电话预订时,如因某种原因,预订员不能马上答复客人,则请客人留下电话号码和姓名,待查清预订情况后,再通知客人是否可以接受预订,注意不能让客人久等。因此,要求预订员必须熟悉本月、本季度可提供客房情况。

(2) 传真订房:是一种较为先进的订房方式,其特点是方便、快捷、准确、正规,它可以将客人的预订资料原封不动地保存下来,不容易出现订房纠纷。

(3) 国际互联网订房:通过互联网进行预订,是目前国际上最先进的订房方式。随着计算机的推广使用,越来越多的散客开始采用这种方便、快捷、先进而又廉价的方式进行预订。

(4) 信函订房:是一种古老而正式的订房方式,多为旅行社所采用。

(5) 口头订房:客人直接来到酒店当面预订客房。对于客人的口头预订,订房员应注意以下事项:

① 书写清楚。客人的姓名要大写,不能拼错,必要时可请客人自己拼写。

② 在旺季,对于不能确定抵店时间的客人,可以明确告诉客人,预订保留到下午6点。

③ 如果客人不能确定逗留的确切天数,也要设法说出最多天数和最少天数。

(6) 合同订房:酒店与旅行社或商务公司之间通过订房合同,达到长期出租客房的目的。

(三) 客房预订的种类

酒店通常有三种类型的预订

1. 临时预订

临时预订是客人即将抵达酒店前很短的时间内或在到达的当天联系订房。在这种情

况下,酒店一般没有足够的时间(或没有必要)给客人寄去确认函,同时也无法要求客人预付订金,所以,只能口头确认。

当天的临时性订房通常由总台接待处管理,这是因为接待处比其他部门更了解酒店当天客房的出租情况。临时性预订的客人如在当天的“取消订房时限”(通常为下午6点)还未到达酒店,该预订即被取消。

2. 确认类预订

通常是指以书面形式确认过的预订。对于持有确认函来店登记住宿的客人,可以给予较高的信用,因为这些客人的地址已被验证,向他收取欠款的风险比较小。

对于确认类预订,酒店依然可以事先声明为客人保留客房至某一具体时间,过了规定的时间,客人如未抵店,也未与酒店联系,则酒店有权将客房出租给其他客人。

3. 保证类预订

保证类预订使饭店与客人之间建立了更为牢靠的关系。客人通过预付订金,订立合同等方法来保证饭店的客房收入,而酒店在任何情况下都应保证落实预订。

保证类预订又有三种类型:

(1) 预付款担保。即客人通过交纳预付款而获得酒店的订房保证。对于饭店来说,为了避免损失,通常要求接待团队客人的单位(在旺季也要求散客或他们的代理人)在住客抵店前预先交纳部分订金,订金可以是一天的住宿费也可能是整个住宿期的房费,具体情况应根据酒店的具体政策和客人的实际情况而定。

(2) 信用卡担保。客人在订房时,向饭店声明将使用信用卡为所预订的房间付款,并将信用卡的种类、号码、有效期及持卡人姓名告诉饭店。这样,如果客人届时未到酒店入住,也未作预订取消,酒店就可以通过信用卡公司收取客人的房费,以弥补酒店的损失。

(3) 合同担保。这种预订方法虽不如预付款和信用卡那样被广泛使用,但也不失为行之有效的订房担保方式。它是酒店与经常使用酒店设施的单位签订合同,合同对于双方的权利、义务做了明确的规定。酒店保证单位所需的预订房间,而单位则有义务保证酒店的客房收入。

总之,保证预订保护了客人,使其免遭由于饭店超额预订而得不到客房,同时也确保酒店在客人失约的情况下,能收回房费。需要注意的是,除非接到客人取消预订的通知,酒店必须为客人保留客房。保留的时间应从客人预定的入住时间起,一直到次日的退房时间为止。

(四) 客房价格的种类

1. 标准价

标准价又称客房牌价、门市价、散客价,即在酒店价目表上明码公布的各类客房现行价格。该价格不含任何服务费或折扣等因素。

2. 商务合同价

酒店与有关公司或机构签订房价合同,并按合同规定向对方客人以优惠价格出租客房,以求双方长期合作,房价优惠的幅度视对方能够提供的客源量及客人在酒店的消费水

平而定。

3. 团队价

主要针对旅行社的团队客人制定的折扣价格,其目的是与旅行社建立长期良好的业务关系,确保酒店长期、稳定的客源,提高客房利用率,团队价格可根据旅行社的重要性的和所能组织客源的多少以及酒店淡、旺季的客房利用率的不同加以确定,为了吸引团队客人,很多酒店给团队客人的优惠价往往低于酒店标准价的 50%。

4. 小包价

小包价是酒店为客人提供的一揽子报价,除了房费以外,还可能包括餐费、交通费、游览费等,以方便客人做好预算。

5. 折扣价

折扣价是指饭店向常客、长住客或有特殊身份的客人提供的优惠房价。

6. 家庭租用价

家庭租用价是指饭店为携带孩子的父母所提供的折扣价格,例如,对未满 6 周岁儿童免费提供婴儿床等,以刺激家庭旅游者。

7. 免费

由于种种原因,酒店有时需要给予与饭店有双边关系的客人免费招待的待遇。免费房的使用,通常只有总经理才有权批准。

8. 淡季价

在营业淡季,为了刺激需求,提高客房利用率,而为普通客人提供的折扣价。通常是在标准价的基础上,下浮一定的百分比。

9. 旺季价

在营业旺季,为了最大程度地提高酒店的经济效益,而将房价在标准价的基础上,上浮一定的百分比。

10. 白天租用价

在下列情况下,酒店可按白天租用价向客人收取房费:

- (1) 客人凌晨抵店入住;
- (2) 客人离店超过了酒店规定的时间;
- (3) 入住与退房发生在同一天。白天租用价,大部分酒店按半天房费收取,也有些酒店按小时收取。

11. 加床费

加床费是指饭店对需要在客房内临时加床的客人加收的一种房费。

(五) 酒店常用的计价方式

在国际酒店业,通常按照对客人的房费报价中是否包含餐费和包哪几餐的费用而划分为不同的收费方式。

1. 欧式计价

欧式计价是指饭店的客房价格仅包括房租,不含任何餐费。在通常情况下,只要饭店

未向客人做特别说明的报价,均为欧式计价方式。世界各地的绝大多数饭店均属此类。

2. 美式计价

美式计价是指饭店的客房价格包括房租以及一日三餐的费用。美式计价形式曾一度被几乎所有的度假型饭店采用,但随着交通的发展,旅客的流动性增强,美式计价形式逐渐被淘汰,目前只有少数位于偏远地区的度假饭店沿用此种形式。

3. 修正美式计价

修正美式计价是指饭店的客房价格包括房租和早餐以及一顿正餐(午餐或晚餐)的费用。修正美式计价形式也称“半包餐”计价,它既可使客人有较大自由安排白天活动,又能为饭店带来一定的效益。

4. 欧陆式计价

欧陆式计价是指饭店的客房价格包括房租及一份简单的欧陆式早餐(咖啡、面包和果汁)的费用。欧陆式计价形式也称“床位连早餐”报价,此类报价形式较多地被很多的汽车旅馆所采用。

5. 百慕大计价

百慕大计价是指饭店的客房价格包括房租及一份美式早餐的费用,美式早餐除了包含有欧陆式早餐的内容外,通常还包括鸡蛋和火腿或香肠或咸肉等肉类。这种计价形式对商务旅客具有较大的吸引力。

三、预订员应掌握的销售技巧

(一) 预订销售必须具备的条件

1. 预订员必须接受良好的培训

对预订员实施的培训要体现计划性、系统性和专业性。预订员首先要全面了解并掌握饭店服务产品的构成、价格及饭店产品的特点,可以通过带领预订员参观饭店客房的布局、设施、家具配置、客房的规格等,以及餐饮、娱乐等方面服务设施的位置、特点等,加深对饭店产品的感性认识;其次,对预订员进行推销知识、技巧方面的培训,使他们懂得在预订过程中向谁推销、推销什么以及如何推销等,并且不失时机地主动宣传和询问客人是否需要接机、订餐、订票等特殊要求,这样既能主动服务和推销,又使客人加深了对饭店其他服务产品的进一步了解;最后,对预订员进行专业技能方面的培训,包括熟练掌握服务程序、设备使用、礼貌用语、外语口语和听力等方面的岗位知识和技能,以及如何利用电话进行推销、控制谈话节奏、讲话技巧等。

2. 拥有完善的客户资料

在拥有系统的客房销售历史统计数据的基础上,还要拥有各种历史资料,包括订房客户的“排行榜”,例如,入住人次、间/晚、平均消费额、最高消费额、累计消费额、预订未到、提前离店、延期离店等专业统计数据等,从而为销售部和预订处进行有针对性的推销提供依据。

3. 制定明确的销售政策

销售政策中应明确折扣、优惠、差价、佣金、信用升级、奖励方式等内容及运作规定。