

酒店管理
经典必读



酒店服务技能培训必读



Hotel

酒店服务 常见问题情景应对

酒店管理人员的得力助手，酒店服务人员提升职业
素养和技能的实用宝典



贺政林◎编著

酒店日常服务中可能遇到的问题，
在本书中几乎都能找到解决方案，
酒店服务人员可随时查阅，
即学即用。

细化酒店工作流程，独特而实用的情景设置



中国纺织出版社



酒店服务技能培训必读

★★★★★



Hotel

酒店服务 常见问题情景应对

贺政林◎编著



细化酒店工作流程，独特而实用的情景设置



中国纺织出版社

内 容 提 要

本书将酒店工作流程细化,精选出有针对性的案例,训练酒店服务人员在面对不同工作情景时的应对方法,从而培训并提高员工规范操作能力与灵活解决问题的能力。同时,书中还结合优秀酒店的成功案例加以导向说明,给读者提供了操作性极强的可借鉴的范例,是酒店服务人员提高服务水平和工作能力的培训用书。

图书在版编目(CIP)数据

酒店服务常见问题情景应对 / 贺政林编著. —北京:
中国纺织出版社, 2013. 2
ISBN 978-7-5064-9329-1

I. ①酒… II. ①贺… III. ①饭店—商业服务
IV. ①F719. 2

中国版本图书馆CIP数据核字(2012)第255803号

编委会成员: 贺政林 刘长江 王 旭 贺 卓 曾其全 胡又红
李 强 郭育煌 王亚龙 李春兰 罗益飞 田小芳
谢恩菊 孙 超

策划编辑: 向连英 特约编辑: 倪天琪 责任印制: 陈 涛

中国纺织出版社出版发行
地址: 北京东直门南大街6号 邮政编码: 100027
邮购电话: 010-64168110 传真: 010-64168231
[http: //www. c-textilep. com](http://www.c-textilep.com)
E-mail: faxing@c-textilep.com
三河市华丰印刷厂印刷 各地新华书店经销
2013年2月第1版第1次印刷
开本: 710×1000 1/16 印张: 19
字数: 275千字 定价: 35.00元

凡购本书,如有缺页、倒页、脱页,由本社图书营销中心调换



前言

Preface

随着我国社会经济的日益发展，人民生活水平的不断提高，以及在经济全球化的带动和影响下，旅游业已经发展成为我国的支柱产业，而酒店业作为旅游业的主体之一，也呈现出了迅速成长的趋势。

1978年，全国只有137家相当于星级的酒店，客房15000多间。2012年6月28日，国家旅游局监督管理司发布《2011年度全国星级酒店统计公报》，公报指出，截至2011年底，全国星级酒店共11676家，其中五星级酒店615家，四星级酒店2148家，三星级酒店5473家，星级客房总数为147万间。经过三十余年的发展，全国星级酒店的数量以及客房总数均增长了近100倍。

酒店业迅猛发展，必然会加剧该行业内的竞争。酒店之间的竞争，实际上就是服务质量的比拼，而酒店服务质量的高低主要取决于两个因素，即物的因素和人的因素。物的因素指的就是酒店的硬件设施，如客房、餐厅、会议室等。如今，同等水平的酒店之间，在硬件设施、服务操作标准等方面已不存在明显的差别，因而真正决定胜负的就是服务人员提供的服务。也就是说，酒店间的竞争更多的体现为员工素质的竞争。员工素质的优劣，服务水平的高低，将直接影响到酒店的形象和营利能力，而只有优质的服务才能吸引更多的客人，继而提高酒店的知名度和竞争力。

什么样的服务才能被视为优质的服务呢？有人认为，让客人感受到“宾至如归”就是优质服务；有人则认为，服务人员“微笑服务”、“主动服务”就是优质服务；也有的人认为“拾金不昧”、“不收小费”是优质服务。其实，上述这些服务只能算是规范化服务，或者说是标准化服务，类似的服务还有行李员搬运客人行李，餐厅服务员按散餐或宴会要求摆台等。酒店对这些日常服务都做了一系列的规定，服务人员只要按照规范去做，就能够满足客



人的日常基本需求，服务质量也就有了基本的保证。

但是，随着社会经济的发展，人们的消费观和价值观都在不断地改变，对酒店提出了更高的要求，消费者不再满足于干净、舒适的住宿设施或者是美味可口的餐品，而是希望酒店能够开拓和发展新产品，使顾客在物质上和精神上都能得到充分地享受，尤其是心理上、精神上的享受。要满足客人心理与精神的需求，服务人员只提供规范化、标准化的服务是远远不够的，必须善于观察了解不同客人的不同需求，然后根据客人的这些需求提供个性化服务与超常服务，使客人感受到酒店对他的重视与尊重。

因此，酒店一定要重视对服务人员综合素质的培养，让服务人员能够在规范服务的基础上，关注细节，灵活多变，以随时满足客人特殊的、偶然的和个性的需求。规范服务加上超常服务就等于优质服务，这已成为酒店业普遍认可的服务理念。就服务人员自身而言，在日常的服务工作中既要做好规范服务，也要注意细心观察，揣摩客人心理，善于发现客人的潜在需求，将服务工作开始于客人开口之前，并且还要勤奋学习，不断总结积累经验，同时汲取新的、有价值的知识，尽可能多的掌握服务技能。既能够为客人提供规范服务，又能够及时地提供超常服务，处处为客人排忧解难，这才是一名优秀的服务员。

本书所列案例都是经过反复研究，精心筛选出来的，其内容涉及服务礼节、服务态度、服务素养、服务技能、顾客心理，以及应变处理及投诉应对等诸多方面。每则案例均配有详细的专业点评，运用当代管理理念来分析酒店服务案例中的成功与不足。本书全篇文字通俗易懂，内容丰富且具有较强的实用性和可操作性，在日常服务工作中遇到类似的案例，服务人员可随时查阅，即学即用。本书是酒店服务人员充实自我、实现自我提升的最佳读本，也是酒店培训和管理的必备参考书。

作 者

2012年11月于北京



目录

Contents



第一章 服务礼节类

第一节 服务礼节无处不在	002
情景一：欢迎光临	002
情景二：女士优先	004
情景三：礼宾顺序不能乱	006
情景四：重视服务手势	008
情景五：乘坐电梯的礼仪	011
情景六：主动与客人打招呼	013
情景七：日常用语引起的误会	015
情景八：要不要与客人握手	017
情景九：客人打来电话	019
情景十：急于“超越”客人	022
情景十一：送别客人	023
第二节 良好修养带来舒心感受	026
情景一：整理好仪容再做事	026
情景二：保持优雅的仪态	028
情景三：礼貌用语的无穷魅力	031
情景四：营造安静的环境	033
情景五：不要以貌取人	035
情景六：客人提出批评意见	036



情景七：这也是你该做的·····	039
第三节 习惯工作中的错综复杂·····	041
情景一：服务不能缺乏变通·····	041
情景二：递接物品的规范·····	043
情景三：把握好服务距离·····	045
情景四：尊重风俗习惯·····	047
情景五：过于热情反而令人尴尬·····	049
情景六：客人被“关”在电梯里·····	051
情景七：T恤衫归还客人·····	053
情景八：睡衣哪里去了·····	054



第二章 服务态度类

第一节 善用微笑方程式·····	058
情景一：真诚地微笑服务·····	058
情景二：不合时宜的微笑·····	060
第二节 积极态度是做好服务的基础·····	063
情景一：别摆出一张“愁眉苦脸”·····	063
情景二：我的情绪很糟糕·····	065
情景三：任何时候都不能缺耐心·····	067
情景四：这样的要求我能拒绝吗·····	069
情景五：再委屈也应做好服务工作·····	070
第三节 站在客人的立场上·····	072
情景一：客人的袜子刮破了·····	072



情景二：请问是否需要打包	073
情景三：请别打扰我	075
情景四：漂亮旗袍惹怒客人	077
情景五：灵活运用敬语	078
情景六：兑换人民币	080



第三章 服务素养类

第一节 真诚拉近你我	084
情景一：金钥匙服务	084
情景二：特殊的客人，别样的服务	086
情景三：长住客人的买菜单	088
情景四：给客人的生日礼物	090
情景五：不打折的优质服务	092
第二节 高效尽责才能成功	094
情景一：泄露折扣清单	094
情景二：喝醉酒的客人	096
情景三：帮同事做事错了吗	097
情景四：及时的送餐服务	099
第三节 雁怕离群，人怕掉队	101
情景一：三个臭皮匠顶个诸葛亮	101
情景二：服务人员通力合作	103
情景三：沟通不畅险些误事	104



第四章 服务技能类

第一节 中餐服务中的技能与智慧	108
情景一：精美餐具失而复得	108
情景二：催促客人结账	110
情景三：热汤洒在客人身上	111
情景四：菜怎么还不上	113
情景五：客人迟到了	115
情景六：严总经理是主宾	116
情景七：误以为是小费	118
情景八：一根头发	120
情景九：小菜单的大智慧	122
第二节 西餐、宴会服务情景分析	124
情景一：不合格的西餐服务	124
情景二：坚守服务岗位	125
情景三：服务员是实习生	127
情景四：宴会前的检查	128
情景五：不适时的出菜	130
第三节 客房服务应注意细节	132
情景一：客人在房间内滑倒	132
情景二：让客人赔偿损失	133
情景三：小宣的委屈	135
情景四：舒适温馨的夜床	137
情景五：代客转交物品	139
情景六：深夜访客未走	142



情景七：增强安全防范意识	144
情景八：空调出了故障	145
情景九：如此防范不可取	147
 第四节 公共区域服务	 149
情景一：会“跑动”的烟灰缸	149
情景二：走廊地毯被弄脏	151
情景三：窗户外面的“蜘蛛侠”	153
 第五节 洗衣房服务	 156
情景一：名贵西服被洗坏	156
情景二：客衣风波	158
情景三：客人什么时候要衣服	159
 第六节 前厅服务需谨小慎微	 162
（一）礼宾服务	162
情景一：小提示卡有大作用	162
情景二：挂错行李寄存单	163
情景三：破损的行李箱	165
情景四：寒冬里的一杯热水	167
（二）前台服务	168
情景一：非住店客人寄存箱子	168
情景二：现金寄存不安全	170
情景三：有人找总经理	172
（三）预订服务	173
情景一：我要预订房间	173
情景二：擅自取消预订房	176
情景三：开错房间	178
情景四：超额预订	179
情景五：客人取消预订	181



(四) 收银服务	183
情景一：押金没有退回	183
情景二：给客人留颜面	185
情景三：如何识别假币	186
情景四：防止客人逃账	188
情景五：请您核对账单	190
情景六：按行规收房费	192
(五) 总机服务	194
情景一：拒接客人的电话	194
情景二：客人睡过了头	196
情景三：接转电话引起的误会	197
(六) 商务中心	199
情景一：订错了火车票	199
情景二：模糊不清的文件	201
情景三：传真没发出去	203
情景四：客人无理取闹	204
 第七节 康乐服务让客人更享受	207
情景一：残疾人也要健身	207
情景二：跑步机上受伤	209
情景三：游泳注意安全	211
情景四：上房按摩服务	212
情景五：禁烟区棋牌室	214
情景六：咖啡厅内请保持安静	216
情景七：桑拿室抢救	217
 第八节 会议服务全程周到细心	220
情景一：紧张有序的会前准备	220
情景二：会议室改地方了	222
情景三：摆放指示牌	224



情景四：流畅的会议服务	226
情景五：完整的会后服务	228
第九节 提升客户忠诚度的营销技巧	230
情景一：灵活运用折扣权限	230
情景二：巧妙推销豪华套房	232
情景三：降价引致客人退房	234
情景四：出色的商场推销员	236
情景五：法国的名牌矿泉水	238
情景六：特色服务留住客人	240
情景七：积极补救服务失误	242



第五章 投诉沟通类

第一节 前厅部投诉情景分析	246
情景一：现在没有空房	246
情景二：如此草率行事	248
情景三：多收了几房费	249
情景四：房卡还没退还	251
情景五：分房引发的误会	252
第二节 客房部投诉情景分析	255
情景一：日常服务要做好	255
情景二：客人淋浴时被烫伤	256
情景三：遗失现金被冒领	258
情景四：为什么没打扫卫生	260
情景五：不及时加床服务	262

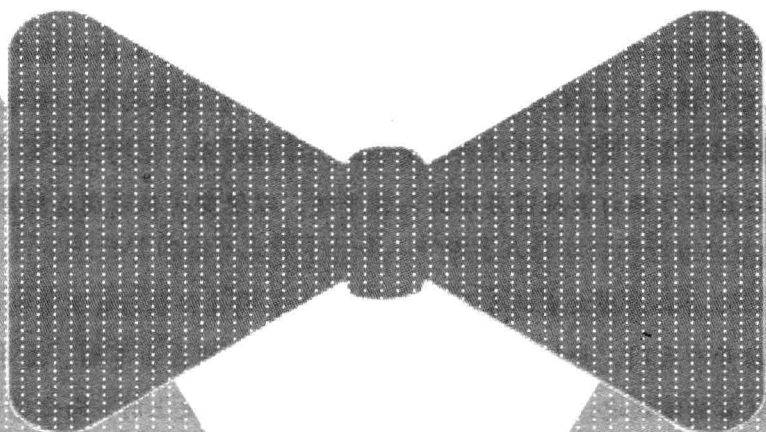


情景六：限量版可乐瓶	264
第三节 餐饮部投诉情景分析	267
情景一：服务员写错菜名	267
情景二：不能享受会员价的葡萄酒	268
情景三：按量计价的菜肴	270
情景四：让不让客人签单	272
情景五：账单出错了	274
第四节 保安部投诉情景分析	276
情景一：做好防范不吃亏	276
情景二：泊车风波	278
情景三：疏忽的代价	279
第五节 康乐部投诉情景分析	281
情景一：免费足浴券	281
情景二：要求挂账	282
情景三：我也是你的客人	283
情景四：小孩能进游泳馆吗	285
情景五：丢失了电话本	287
情景六：按摩师提前下班了	288
参考文献	291



第一章

服务礼节类



· 酒 · 店 · 服 · 务 · 常 · 见 · 问 · 题 · 情 · 景 · 应 · 对 ·



第一节 服务礼节无处不在



情景一：欢迎光临

早上7点，在某四星级酒店的大堂门口，一群身着统一服装的迎宾人员在忙碌着。贵宾孙教授将在上午下榻该酒店，那些工作人员正在紧张地彩排，届时将以隆重的仪式迎接孙教授的到来。

孙教授搭乘的飞机将于8点抵达机场，酒店已派专车在机场等候迎接。8点20分，机场人员打来电话告知酒店工作人员已顺利接机，专车将于30分钟后达到酒店。酒店总经理亲自督导此次接待任务，他先让迎宾员列队站好，然后让前厅预订员提前办理好入住手续，以便贵宾抵达酒店后能尽快入住客房。

8点50分孙教授乘坐的专车驶入酒店门口，待车停稳后礼宾员面带微笑，为客人拉开车后门，并把手悬置于车门顶端。孙教授走出车厢，看见迎宾员个个微笑着鼓掌欢迎。酒店总经理陪同政府接待人员走上前，与之亲切握手，并让身旁的工作人员献上一束鲜花，热情地表达了酒店人员对孙教授的欢迎。接着，总经理走在一行人的左前侧，引导着孙教授走向通往五楼贵宾房的电梯。

打开房门，孙教授入住的房间已经打扫得非常干净，桌子上摆放了一篮新鲜的水果。看着宽敞明亮、干净温馨的房间，孙教授对总经理说：“谢谢你们细致的服务，我很满意。”总经理微笑着回答说：“能为您服务我们感到非常荣幸，如果哪里还需要改进，还请您随时向我们反映。”稍作交谈后，总经理再次表示了对孙教授的欢迎，随后便退出房间并把门带上。

三天后，孙教授离开酒店，酒店总经理同样以隆重的方式欢送，并表示期待孙教授再次光临酒店。



情景分析

这是一个关于酒店如何接待客人的典型案例。在情景中，从机场迎接客人到安排客人入住，再到为客人举行欢迎仪式，整个接待过程做得有礼有节，正因如此，孙教授当面表示了对酒店热情款待的感谢。

礼宾服务是酒店服务工作的重要组成部分，甚至可以说是最重要的。因为在客人入住酒店的过程中，首先接触到的是酒店的迎宾员、行李员、门童等一线的接待服务人员，他们的表现如何将直接影响到客人对酒店的第一印象。那么，在礼宾服务的礼仪方面，酒店和相关服务人员应该怎样操作，又要注意哪些问题呢？

(1) 准确掌握客人乘坐的飞机、火车、船舶抵达的时间，并派迎接人员提前到达机场、车站或者码头，等待客人的到来。如有变化，应及时通知并做出调整。

(2) 迎宾员保持微笑，讲敬语，向每一位进店、离店客人致以问候。为上下车客人开关车门，下雨天要为上下车客人撑伞。必要的时候还需协助行李员装运行礼。

(3) 行李员热情地为客人卸下行李，并请客人核对行李数量和状况，之后将行李装在行李车上。贵重或易损物品应尽量让客人提拿保管。将客人引导至前台办理登记手续，并站在行李旁面对客人等候。

(4) 客人走到前台时，服务员要面带微笑热情服务，并为先到的客人办理入住登记手续。办理入住手续时要做到热情周到，快速敏捷，尽量缩短办理时间。

(5) 登记完毕后，客房服务员或行李员向客人主动询问房间号，然后引导护送客人进电梯到房间。在此期间，可以为客人介绍酒店的服务设施和服务项目。到了门口，主动为客人打开房门，然后将钥匙插入电源孔开关。按客人的意愿将行李摆放到位，并请客人清点行李件数。

根据具体情况，需要灵活处理，客房服务员或行李员向客人介绍客房设备设施，认真回答客人提出的问题。征询客人是否还有其他吩咐，如没有则退出房间，轻轻关上房门。在退出客房时，可面向客人微笑点头致意：“祝您



住得愉快，有什么需要请随时吩咐。”

以上是安排客人入住时，酒店各岗位服务人员需要完成的工作和遵循的礼宾礼仪。当然，由于客人身份有所差别，酒店应根据具体需要做出接待安排。但需要提醒的是，接待规格虽有大小之分，但绝不能有优劣之别，酒店对每一位前来入住的客人都应提供热情周到的接待服务。



情景二：女士优先

一天上午，接有来自英国商务考察团成员的轿车，缓缓地驶进了某市的一家四星级酒店的大堂门口。待车停稳后，迎宾员看到车上后两排坐着四位男士，前排副驾驶座上则坐着一位外国女宾客。通常，轿车的后排为上座，一般坐着身份较高的人士。于是，迎宾员以优雅的姿态和规范的动作，先为后排客人打开车门，面带微笑做好护顶，待四位男宾客走出车厢后关好车门。接着，迎宾员快速走到前门，以同样的礼仪迎接外国女宾下车，然而女宾却露出不悦的神情，这让迎宾员一时茫然不知所措。

此次接待规格非常高，总经理亲自迎接客人，还特意安排了一位翻译小姐全程陪同。在上电梯的时候，考察团的一位男宾客按住电梯按钮并请女宾和翻译小姐先上，不过这位小姐谦让了半天，执意请客人先行。在随后的活动中，英国客人几次按“女士优先”的礼节来照顾酒店的翻译小姐，但都未能如愿。后来这些英国客人抱怨说，在中国他们表现不了绅士风度，因为接待他们的女士们都太有礼貌了，总是让他们优先。比如出入房间或上下汽车时，接待他们的女士坚持让他们先行，这让他们感到非常尴尬。对此，酒店了解释，中国是“礼仪之邦”，遵循“客人第一”的原则。对于这样的解释，英国客人表示赞赏，但仍然为不能显示绅士风度而感到遗憾。

情景分析

在西方国家，如法国、英国等对古典礼仪比较推崇的国家，流行着“女士优先”的交往原则。所谓“女士优先”，是指在社交场合或公共场所，每一