

飯店客房服務指南

賈春跃

萬象出版社

饭店客房服务指南

贾 春 跃

商务出版社

(京) 新登字046号

内 容 摘 要

几年来北京的饭店象雨后春笋般林立在市区内, 无论是内资饭店还是合资饭店都有一定的规章制度及服务标准。客房部通常是饭店内的重大部门之一。本书针对客房部的服务一一列出了各部位每一项的标准程序, 并详述了一些服务细节及清洁常识。本书内容充实, 实用性强。

饭店客房服务指南

贾 春 跃

责任编辑: 黄元燕

*

东 方 出 版 社 出 版

(北京西郊白石桥路46号)

中国科学技术情报所印刷厂印刷

新华书店总店科技发行所发行 全国各地新华书店经销

开本: 787×1092 1/32 印张: 4.875 字数: 107千字

1991年12月第一版 1991年12月第一次印刷

ISBN 7-5029-0836-6/Z·0059

印数: 1—6000册

定价: 2.90元

前 言

客房部 (Housekeeping Department)，有些饭店称为房务部或管家部。通常是由客房（包括公共区域）、布巾／制服室和洗衣房组成，它是一个服务性很强的部门。

保证饭店的客房舒适，区域卫生装饰得当，优美的绿化以及高质量的服务水准是客房部的责任。

一切为了顾客是所有饭店所提倡的，满足客人的需要，无疑会给饭店带来显著的经济效益。要维持一个高水准的饭店，除了具有良好的设施外，最主要的还要具有大批高水平、训练有素的员工。服务得好与坏会直接影响到饭店的声誉及经济效益。所以，良好的服务除了服务态度外，还要有标准的工作程序及严格的规章制度。

本书是作者从事客房工作多年来的一些经验积累，有些是大家共同感兴趣的常识性问题。本书收录涉及到饭店客房的大量英文词汇。在日常工作中，这将无疑提供给广大合资饭店的员工一个与客人及外方员工沟通的便利条件。

目 录

前言

第一部分 饭店服务

第一节 什么叫饭店	(1)
一、饭店的定义	(1)
二、饭店的等级	(1)
三、饭店的商品	(2)
四、协调工作的重要性	(2)
第二节 顾客与商品	(3)
一、顾客	(3)
二、商品	(3)
三、最基本的住宿服务	(4)
四、最基本的餐饮服务	(5)
第三节 礼貌礼节及身体语言	(5)
一、礼貌礼节	(5)
二、礼仪	(6)
三、身体语言	(7)
第四节 饭店的计帐方式及市场销售	(9)
一、饭店的计帐方式	(9)
二、市场销售	(9)
第五节 对来华住店客人的服务方法	(10)
一、政府官员	(10)

二、各种形式的观光代表团·····	(11)
三、商人及常驻机构人员·····	(11)
四、新闻记者·····	(11)
五、了解客人的生活习惯·····	(12)
第六节 客房的装饰布置及色彩知识·····	(13)
一、客房的装饰·····	(13)
二、色彩知识·····	(14)

第二部分 客房部

第一节 客房管理·····	(16)
一、客房部的组织机构·····	(16)
二、客房部办公室的作用·····	(42)
三、客房部的目标及其重要性·····	(43)
四、客房部的职能·····	(43)
五、客房部与其它部门的关系·····	(44)
第二节 客房部的工作程序指南·····	(45)
一、房间布置的最低标准·····	(45)
二、钥匙的管理·····	(49)
三、早班清洁房间的程序及标准·····	(51)
四、中班开夜床的程序及标准·····	(59)
五、公共区域及卫生间服务员的工作程序及标准·····	(63)
六、如何处理客人的投诉及异常住客行为的处理·····	(66)
七、器具和机械设备的使用介绍·····	(71)
八、清洁技巧·····	(78)
九、地毯去污常识、防虫程序及床垫的保护·····	(89)
十、拾物招领·····	(93)
十一、布巾/制服室的作用及重要性·····	(95)

十二、布巾/制服室的工作程序及标准	(95)
十三、客房部的安全工作	(103)
第三节 洗衣房的管理	(108)
一、简介洗衣房各部位员工的工作职责	(108)
二、洗衣常识问答	(122)
三、各类衣物的熨烫标准	(125)
四、洗衣房的工作程序及注意事项	(127)
附录 饭店客房专用词汇	(130)

第一部分 饭店服务

第一节 什么叫做饭店

一、饭店的定义

饭店是一座为公众提供住宿、饮食和服务的 建筑 设施 (A Building or Institution providing lodging, meals and service for the public).

今日的饭店业，被称为“无烟工业”，亦称为度假工业 (Hospitality industry)。所谓工业，它应具有大量的、科学的、专业的，以及有效率的事业。现在的饭店，应具备以下基本条件：

1. 它是一座设备完善的建筑实体。
2. 它必须提供顾客的饮食和住宿。
3. 它可为顾客提供娱乐设施。
4. 它能提供热情、周到的服务。
5. 它是盈利的，并可收取合理的利润。

二、饭店的等级

1. 分级制度在欧洲较为普遍，现在国内也陆续实施评星制度。

2. 饭店等级一般以〔★〕来表示

- | | | |
|----|----|--------------------|
| 一星 | ★ | 经济型 (Economy) |
| 二星 | ★★ | 实用型 (Some comfort) |

三星 ★★★ 标准型 (Average comfort)

四星 ★★★★ 舒适型 (High comfort)

五星 ★★★★★ 豪华型 (Deluxe)

三、饭店的商品

有形的设备(facility)和空间(space)及无形的服务(service)和感受(feeling), 就是饭店的商品。

要使饭店保持最高的销售, 最重要的在于饭店的环境, 内部的设施以及一切的服务是否良好。服务是无形的, 但顾客会直接或间接地感受到, 它存在于每一个人看不到的地方。美国饭店大王史特莱拉讲过: “人生就是服务。服务质量好的饭店就是一个出色的饭店。服务差的饭店将是一个糟糕的饭店。” (A hotel has just one thing to sell; That one thing is service. The hotel that sells poor service is a poor hotel, that hotel that sells good service is a good hotel.)

四、协调工作的重要性

1. 饭店的经营是一天24小时, 一年365天不断的运营。除了有形的设施使顾客感到舒适便利外, 最重要的就是服务。饭店的服务工作是整体的, 并非某一部位、某一部门或某一个人做好就可以的。一位客人住进了饭店, 他所要求的服务, 并不是单独的一种, 所以, 连接、协调及合作是决定服务质量的好坏。

2. 连接与协调不好的原因有:

- 1) 本位主义太重;
- 2) 彼此之间没有尊敬与体谅;
- 3) 缺乏团结协作精神;

4) 员工训练不够, 不知怎样连接以及和谁协调;

5) 说话缺乏技巧。

3. 如何协调

1) 利用会议沟通意见 (communication)。部门与部门之间相互沟通;

2) 举办员工在职训练, 培训相互合作 (cooperation) 联系 (coordination) 的方法;

3) 举办员工集体活动, 例如: 郊游、聚餐是最好消除相互隔阂的方法。

第二节 顾客与商品

一. 顾客 (customer)

饭店所接待的顾客, 可以说是来自世界各地。不同肤色的人, 讲着不同的语言。其中有白种人、黄种人、黑种人, 要想完全分辨不同人种, 不是很容易的事; 要想准确无误地区别不同地区、不同国家的人, 就更是难上加难了。因为, 世界上没有绝对的“纯”人种。历史的变更, 人类为适应自然环境, 促成了不同种族的人们。他们使用不同的语言, 一方面保留着种族延续下来, 根深蒂固的习俗; 一方面又不同程度地被所在国家的环境及风俗习惯所制约、渗透, 形成了不同种族的同一民族体系。

顾客入住饭店, 一般有政府官员、各种形式的代表观光团、商务及常驻机构人员、记者以及陪同人员。他们入住饭店的目的只有一个: 那就是在饭店进行消费, 欣赏享受饭店的商品。

二、商品

以上我们讲过饭店的商品就是：有形的设备、空间以及无形的服务与感受。

有形的设备与空间可以用金钱来增修以达到客人的要求——便利、舒适、安全。

无形的服务与感受却无法用金钱来增添或弥补，与在员工的待客技巧和服务的意愿密切相关。

应该让顾客了解饭店的商品：

1) 饭店的类型 (type of the hotel)：让消费者知道，你的饭店是属于什么类型：商业型、度假型、会议型、娱乐型。

2. 地点 (location) 清楚而详细地告诉消费者：饭店的地理位置，如何走、有多远。

3. 设施 (facility)：饭店设施的详细介绍，以引起顾客的兴趣。

4. 价格 (price)：客人最会精打细算，你要根据饭店的类型、地点、设施、交通状况、服务水准而制订出合理的价格，让消费者乐于接受并肯惠顾。

5. 服务 (service)：服务质量关系着消费者的利益。花了钱而没有得到应有的服务，是顾客最反感、最痛恨的事情，即使设施再好，价格再便宜，顾客也就只有这一次。

三、最基本的住宿服务

它包括：

1. 清洁的房间与环境。

2. 舒适的床铺，大的、小的随意选择。

3. 好的床垫——不软也不硬。

4. 好用的电话，方便使用。

5. 浴室设备齐全, 空间够大。
6. 毛巾充足且柔软干净。
7. 隔音好、安静。
8. 安全性的门锁, 有安全措施, 顾客有安全感。
9. 有遮光窗帘, 室内湿度可调。
10. 有好的文具、纸张可用。
11. 有快速及周到的洗衣服务。

四、最基本的餐饮服务

它包括:

1. 热的食品摆在顾客面前须是热的。
2. 冷的食品摆在顾客面前须是冷的。
3. 干净的食品。
4. 色香味美。
5. 高效率服务。
6. 服务人员干净、利落、笑容可掬。
7. 精美的餐具、舒适的环境、优美的乐曲。

第三节 礼貌礼节及身体语言

礼貌礼节反映着一个国家的精神素养, 一个民族的道德风尚。是饭店服务的重要组成部分。服务人员是否以礼待客、热情周到地为宾客服务, 将直接影响饭店的服务质量、宾客的情绪、饭店的声誉及经济收益, 所以必须引起大家的重视。

一、礼貌礼节 (courtesy & politeness)

礼貌礼节是从客人一入饭店到离开饭店这一过程所表现出来的服务态度。

1. 问候礼——是指对客人进出饭店时的一种接待礼节。

2. 称呼礼——是指日常服务中和客人接触时所用的称谓。

3. 应答礼——是指同客人交谈时的礼节。

4. 迎送礼——是指服务人员迎送客人时的礼节。

5. 操作礼——是服务人员在工作中的一种礼节。

二、礼仪 (etiquette)

1. 仪表仪容 (personnal grooming)

1) 穿着规定的制服、整齐干净、无污迹、无汗味。将所有钮扣扣好，皮鞋光亮，布鞋要干净。不能赤足穿鞋，工作服上配带好个人名牌。

2) 头发干净整齐：男不留大鬓角、小胡须。女不留披肩发，不浓妆艳抹，强调淡雅自然。

3) 身上不涂过多的香水，除结婚戒指和手表外，不配带其它饰物。

2. 仪态举止 (bearing)

1) 坐、立直身体。

2) 握手要适度。初次见面，应由女方先伸手，不可紧握，不可向上级或尊者先伸手。眼睛应注视对方，并面带笑容。

3) 右为大，左为小。二人同行，右为尊。三人并行，中为尊。三人前后行，前为尊。上楼时，尊者、妇女在前；下楼时则相反。上电梯时，妇女、尊者优先。

3. 介绍

1) 男士介绍给女士，职低者介绍给职高者；年幼者介

介绍年长者，未婚者介绍给已婚者。

2) 同级、同身份、同年龄时，将前者介绍给后者。

3) 如坐着介绍时，通常女士可不起立，点头微笑即可。

4) 正式介绍时，如有职称者，应说出其职位。

4. 送花

1) 花可分花束、花篮和花盆几种。

2) 送花束时枝数不宜为13枝。

3) 喜事尽量送红色花并束上红缎带。

4) 花的颜色：

——结婚……不拘，最好为百年红，花篮、花束均可。

——生日……不拘，最好为玫瑰花，康乃馨。

——就职……不拘，花篮、花束均可。

——开业……以花篮配飘带题字为佳。

——迎接……不拘，最好是兰花，花束不可太大。

——病伤……红色，最好是玫瑰，宜用花束。

——丧事……紫色和白色，最好是喇叭花、豌豆花，花束、小花篮均可。

三、身体语言 (body language)

人的举止、表情往往是人自身内在心理素质、文化层次、道德修养和真实情感自然的反映和流露，实际上这也是一种“语言”，这种由人体各部位的动作、姿态表述出来的“语言”被称为“身体语言”。

“身体语言”是人类的第二衣著，也是人们行为的表现。它包括走路的姿势、握手、打招呼的手势，坐、立的姿态，面部表情和一些习惯性动作等，是人的内心活动和内在

素质的一种流露。概括地讲，人的行动举止端庄稳重，富有朝气，诚恳大方、朴素自然。具体说明有以下几点：

1) 在与人打招呼时，眼睛应直视对方眉心处，面带笑容，不可东张四望。

2) 交谈时，不剔牙挖耳，指指点点，注意听对方讲话，正视对方，不摆膝抖腿，摇头晃脑；最好是把手放在膝盖上，女士不要夹腿而坐，应适当合拢，最好用左腿压在右腿上；不大笑、狂笑，面带自然微笑。

3) 进房间时，要先敲三下，答话后方可进入。要向室内人员微微点头致意，说明来意。若请你坐沙发上，要坐在沙发的前部，而不应满坐在沙发里仰着身子同人家谈话。如迎客，要起立相迎，手臂自然下垂。握手时男士之间应有力相握。男士如初次与女士相见，最好由女方先伸手再相握。只握其手指，不宜用力及时间过长，避免上下抖动。男士不可戴手套握手。客人辞别时，要出门相送，对来客要一视同仁，感情平和；不卑不亢，自尊自重。

4) 站立时应挺胸抬头，不可叉腰、弯腿，靠墙等。

5) 走路要稳，不要一步三晃，不要在客人面前急跑，不做作。

6) 餐桌上，起身时要收腹，用左手挡住衣襟，右手高抬，防止袖口落入盘中，然后再夹菜或让客人。

总之，粗俗的举止会产生出丑的“身体语言”，当然会使人产生恶感；举止文雅，即“身体语言”美，必然会使人产生好感。

第四节 饭店的计帐方式及市场销售

一、饭店的计帐方式

1. 欧式计帐——(European plan—EP)

是只计房租，不包括餐饮和其它费用。

2. 美式计帐——(American plan—AP)

是计算房租且包括三餐餐费。

3. 美式修正计帐——(modified American plan—MP)

是计算房租且包括二餐餐费（早餐、午餐、或晚餐任选）。

4. 欧陆式计帐——(continental plan—CP)

是计算房租且包括欧陆式早餐 (continental breakfast)。

5. 百慕大计帐——(Bermuda plan—BP)

是计算房租，包括美式早餐 (American breakfast)。

二、市场销售

要做好饭店的销售与推广，首先要掌握旅游市场，就是要了解顾客需要什么，了解后要想办法满足客人，从而求取合理的利润。在旅游市场进行饭店销售时，要做好以下三个分析：

1. 商品分析 (product analyses)

销售的商品是什么？有多少设施可提供多少服务？员工的素质，饭店商品的位置地点。

2. 市场分析 (market analysis)

客人的来源，饭店的顾客对象，商品适合什么样的客人

——商人、会议、团体。

3. 竞争分析 (competition analysis)

同等级的竞争对象有多少？竞争的能力？商品的比较？

做好饭店的销售，是饭店所有员工的责任。所有的员工都是销售员。客人是至高无上的“皇帝”。所以，饭店所提供的服务，要特别注意了解：客人需要什么？饭店的设备及服务能让他满意吗？为客人提供合理的价格，决定因素在于饭店商品在什么位置，什么时间，提供什么程度的服务。

市场的计划，要注意做好以下几点：

1. 饭店设备的状况，可供使用的程度；
2. 饭店的装潢程度；
3. 饭店餐厅供应如何；
4. 饭店可提供的娱乐消遣设施；
5. 如何做广告；
6. 饭店的服务阵容；
7. 远程和短程的销售计划。

第五节 对来华住店客人的服务方法

来自世界各地的宾客到达饭店都有同一个目的，即吃饭和住店。我们要及时了解和掌握宾客的生活特点，风俗习惯和宗教信仰，以便更有利地为宾客进行服务。日常工作中，我们要认真研究宾客的特点，针对性地采取不同的服务方法。

一、政府官员

一般政府官员入住饭店其特点是身份高，服务要求及招待标准高，重视礼仪，店外活动多，店内活动少。