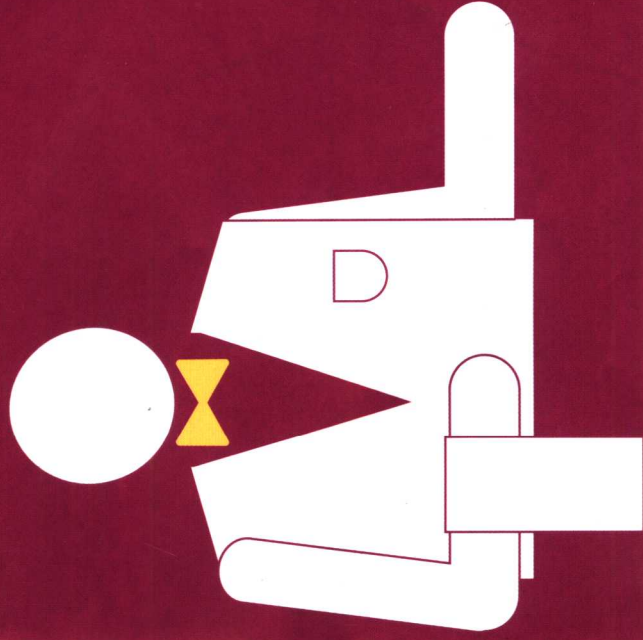


全国中等职业技术学校饭店服务专业教材

饭店服务心理

第三版

习题册



中国劳动社会保障出版社

本习题册与《饭店服务心理(第三版)》一书配套,供学生课后练习使用。本习题册按照教材的章节顺序编排,题型丰富多样,知识点分布均衡,难易配置适当。

本习题册由贺湘辉、胡丽丽编写。

图书在版编目(CIP)数据

饭店服务心理(第三版)习题册/贺湘辉,胡丽丽编. —北京:中国劳动社会保障出版社,2007
全国中等职业技术学校饭店服务专业教材

ISBN 978-7-5045-6481-8

I. 饭… II. ①贺…②胡… III. 饭店-商业心理学-专业学校-习题 IV. F719.2-44

中国版本图书馆CIP数据核字(2007)第097293号

中国劳动社会保障出版社出版发行

(北京市惠新东街1号 邮政编码:100029)

出版人:张梦欣

*

新华书店经销

北京京安印刷厂印刷 北京顺义河庄装订厂装订
787毫米×1092毫米 16开本 2.25印张 47千字

2007年7月第1版 2007年7月第1次印刷

定价:3.00元

读者服务部电话:010-64929211

发行部电话:010-64927085

出版社网址: <http://www.class.com.cn>

版权专有 侵权必究

举报电话:010-64954652

ISBN 978-7-5045-6481-8



9 787504 564818 >

目 录

第一章 饭店服务中的人际交往心理..... (1)	第三章 提供令人满意的饭店服务..... (12)
一、填空题..... (1)	一、填空题..... (12)
二、不定项选择题..... (1)	二、不定项选择题..... (12)
三、判断题..... (3)	三、判断题..... (13)
四、名词解释..... (4)	四、简答题..... (14)
五、简答题..... (4)	五、论述题..... (14)
六、论述题..... (5)	六、案例分析..... (15)
七、案例分析..... (5)	
第二章 掌握饭店客人的消费心理..... (7)	第四章 饭店服务中的缺陷与弥补..... (16)
一、填空题..... (7)	一、填空题..... (16)
二、不定项选择题..... (7)	二、不定项选择题..... (16)
三、判断题..... (9)	三、判断题..... (18)
四、名词解释..... (10)	四、连线题..... (19)
五、简答题..... (10)	五、简答题..... (19)
六、案例分析..... (10)	六、论述题..... (20)
	七、案例分析..... (20)

第五章 饭店服务人员必备的心理素质	(21)	三、判断题	(29)
一、填空题.....	(21)	四、名词解释	(29)
二、不定项选择题.....	(21)	五、简答题	(30)
三、判断题.....	(23)	六、案例分析	(30)
四、名词解释.....	(23)	第七章 团队意识的培养	(32)
五、连线题.....	(24)	一、填空题.....	(32)
六、简答题.....	(24)	二、不定项选择题.....	(32)
七、案例分析.....	(25)	三、判断题.....	(33)
第六章 保持良好的服务心理状态	(26)	四、名词解释.....	(33)
一、填空题.....	(26)	五、简答题.....	(33)
二、不定项选择题.....	(26)	六、案例分析.....	(33)

第一章 饭店服务中的人际交往心理

一、填空题

1. _____指的是在社会认识过程中，第一次印象对人们的认知所产生的重要影响，这种影响通常会左右对后来获得的新信息的解释。
2. _____是指最后的印象对认知主体的认知过程所产生的重要影响。
3. 如果某人的某些方面被感知是好的，故把他的一切个性特点都认知为“好”的；反之，则往往把他的任何个性特点都认知为“不好”的。这种认知效应就是_____效应。
4. 饭店服务中客我交往的特点是_____、_____、_____。
5. 饭店心理学中“双赢”论的宗旨是_____。
6. 双方都得到了自己想要得到的东西，即使没有得到自己想得到的一切，但双方都得到了自己最想得到的东西；或者没有得到自己最想得到的东西，但是双方都得到了自己应该得到的东西，这就是_____。
7. 为了实现优质服务，饭店企业提出了_____这样一个

口号，要求饭店服务人员不论是在客人“对”的情况下，还是在客人“不对”的情况下，都要把“对”让给客人。这样，客人胜利了，服务人员也因为成功地扮演了自己的社会角色而成为胜利者，这就是“双赢”的结局。

8. 所谓_____，是指人对现实的认知与事实不符。
9. 服务态度对客人的影响既有积极的一面，也有消极的一面，即_____与_____相结合。
10. _____是指服务人员本身工作上的不热情、不主动、不耐烦，致使客人产生情绪波动、意志失控、心理冲突加剧。
11. _____是服务初始阶段的主要工作目标。
12. 饭店服务人员的_____是写在客人眼里、刻在客人心里的，它反映的是饭店企业的信誉和服务质量。

二、不定项选择题

1. 第一印象具有（ ）特征，所以难免以偏概全，妨碍人们准确地感知事物。
A. 层次性 B. 表面性 C. 推延性 D. 片面性
2. 服务人员要想在服务初始阶段给客人留下良好的第一印象

象, 必须 ()。

- A. 情绪稳定、精神饱满
- B. 有诚挚的笑容、热情的语言、熟练的操作技能
- C. 语言精练、动作轻盈
- D. 有端庄的仪表、优雅的姿态

3. 影响人际吸引的因素有 ()。

- A. 邻近因素
- B. 相似因素
- C. 互补因素
- D. 个体因素

4. 团队在消费过程中经常出现 () 等群体消费特征。

- A. 从众
- B. 模仿
- C. 暗示
- D. 对比

5. 组织人际关系良好时, 员工之间感情关系融洽, 对工作的影响是 ()。

- A. 员工的士气提高
- B. 员工对生产、工作产生积极性和热情
- C. 生产和工作效益提高
- D. 削弱组织的内聚力, 降低生产和工作效益

6. 从管理条件上讲, 管理者要有意识地创造 () 的组织气氛, 就能促进成员间的交往, 建立良好的人际关系。

- A. 优美的工作环境和优越的工作条件
- B. 团结的集体和有竞争性的工作任务
- C. 和谐的上下级关系
- D. 有发表意见的自由和有趣的集体活动

7. 以 () 为目标——这是饭店工作者在服务工作中的人际交往中必须坚持的一项基本原则。

- A. 我胜你败
- B. 客人满意
- C. 双赢
- D. 赢利

8. 个性化服务分为两个层次: ()。

- A. 第一层次是按大部分客人的统一要求, 饭店工作者设法给予满足
- B. 第一层次是按客人的个别要求, 饭店安排人员设法满足
- C. 第二层次是饭店服务工作者出于对客人的理解和负责, 为满足客人的要求, 而不得已提供给客人的服务
- D. 第二层次是饭店出于对客人的尊重和关心, 或为满足客人心理方面或物质方面的要求, 而主动提供给客人的服务

9. 认知不协调是一种紧张状态, 这种紧张状态发生在一个人同时持有两种在心理上不一致的认知的時候。认知不协调的产生是件不愉快的事情, 人们努力减少它的主要办法是 ()。

- A. 扩大认知范围
- B. 增加认知不协调因素, 改变认知协调因素与认知不协调因素的比例
- C. 降低原有认知不协调因素的重要性
- D. 扩大认知协调因素

10. 服务态度的负向功能是指低劣的服务态度作用于客人所产生的恶劣后果。负向功能分为 ()。

- A. 逐客功能
- B. 激化功能
- C. 感召功能
- D. 感化功能

11. 感化功能有以下作用：()。

- A. 能使客人和饭店工作者更加亲近
- B. 能促使客人加快实现由购买动机向购买行为的转化
- C. 吸引客人再次惠顾和为企业塑造光辉的形象，赢得客人好评
- D. 化解客人的不满情绪及转变客人对企业和服务的看法

12. 服务人员让客人感受到良好的服务态度必须考虑以下因素：()。

- A. 建立良好的第一印象
 - B. 自我提高
 - C. 完善服务行为
 - D. 改善服务环境
13. 服务人员要提高自己的()，因为一个人的文化与职业知识能使一个人眼界开阔、意志成分增强，从而影响其职业观念和处世态度。良好的心理素质，如忍耐力、克制力和稳定、乐观的心境，能使一个人自觉地形成和保持良好的服务态度。

- A. 专业知识
 - B. 文化修养
 - C. 职业素养
 - D. 心理素质
14. 饭店工作者的服务行为常表现在()方面。
- A. 服务形象
 - B. 服务态度
 - C. 服务举止
 - D. 服务语言

15. 有很强优越感的人通常表现为()。

- A. 能实事求是地对待自己，他们为自己“行”的方面而感到自豪，但也从不否认自己还有“不行”的一面

B. 自己瞧不起自己，同时也不相信别人会瞧得起自己，容易觉得自己受伤害

C. 总是想方设法地要让别人相信他们什么都行，最不愿意的就是承认自己也有不行的时候

D. 表面上比强者还要强，实际上却是软弱的、容易受伤害的

16. 作为饭店工作者，一定要有()的性格特征。

- A. 自信
- B. 自尊
- C. 自强
- D. 自立

17. 饭店服务人员应该重视仪容仪表，其仪表的最基本要求应该是()。

- A. 装扮要给客人以高贵、华丽的感觉
- B. 服饰穿着要给客人以舒适、端庄的感觉
- C. 行为风度要给客人以稳重、文雅、亲切、潇洒的感觉
- D. 容貌要给客人以健康、精神的感覺

18. 服务人员的风度是指()。

- A. 良好的体形、容貌
- B. 穿着整洁得体、美观大方，与环境相和谐，与特定职业相符合
- C. 服务人员在待客接物时所表现出来的行为举止
- D. 容貌端庄、自然，体格健壮，卫生清洁

三、判断题

1. 服务人员仪表美可以产生极大的魅力，客人较容易接受他们介绍的菜式和商品。()

四、名词解释

1. 认知效应

2. 第一印象具有表面性和片面性的特征,其中包含的信息并不能真实地反映一个人的全部特征。 ()

3. 第一印象对搞好服务工作很重要,所以我们要把第一印象的作用夸大。 ()

4. 认知者与陌生人交往时,近因效应起较大的作用;而认知者与熟人交往时,首因效应起较大的作用。 ()

5. 首因效应是从时间上说的,由于前面的印象深刻,后面的印象得到补充;晕轮效应则是从内容上说的,由于对对象的部
分特征印象深刻,这部分印象泛化为全部印象。 ()

6. 对长期伴侣来说,相似的价值观是推动吸引的主要动力;而对短期伴侣来说,互补性因素是发展更为密切关系的主要动力。 ()

7. 在一个组织中,成员都同时参与“双重关系”——公务关系和私人关系。 ()

8. 组织中的人际关系对于工作和生产效率没有影响。 ()

9. 在人际交往的初期,空间距离和交往频率对人际关系的
发展起着重要作用。 ()

10. “客人总是对的”是对事实的判断,可以粗浅地理解为:即使真的是客人不对,也要把“对”让给客人。 ()

11. 饭店服务人员在与客人的交往中,只要做到彬彬有礼就
够了。 ()

12. 心理服务与功能服务是不可截然分开的,两者有着同样
的重要性。 ()

2. 晕轮效应

五、简答题

1. 建立良好第一印象的素质包括哪些内容?

2. 简述刻板印象对人们的社会认知产生了哪些影响。

3. 改善组织中人际关系的途径有哪些?

六、论述题

人际交往中认知效应具体表现为哪几种?作为饭店工作者,了解了这几种认知效应之后,在日常工作中应该如何做好?

4. 人际交往理论在饭店服务中应如何应用?

5. 如何才能达到饭店及客人“双赢”的目的?

七、案例分析

上海客人老张到南昌出差,住在某饭店,第二天晚上10点,他疲惫地回到饭店,却怎么也打不开门,便到前台询问。当班的正好是昨天帮他办理入住手续的服务员小马。小马告诉他,因为他昨天办理入住登记时说的是住一晚,因此,过了今天中午12点,房卡就失效了,所以打不开门。老张不满地说自己明明说的是住两晚。小马也不示弱,强调自己昨天清楚地听到他说是住一晚。结果为“一晚”还是“两晚”两人争执起来。

值班经理迅速到场，了解了事情原委后，一方面制止小马要她别再多说话；另一方面诚恳地向老张道歉，承认是饭店不对，并主动提出房费可以打八折。在值班经理的安抚下，老张渐渐平静下来，准备拿房卡回房休息。但是，没想到不再说话的服务员小马很不高兴地将重新做好的房卡从台面推向老张。这使得本已消气的老张又被激怒了，任凭值班经理好话说尽，也不肯原谅，坚决要求结账退房，最后离开了饭店。

服务人员在为客人提供服务时要采取正确的服务态度。在本章节的学习中我们了解了饭店服务中的人际交往心理，并学习了如何在客我交往中实现“双赢”的局面。请对上述案例中客人和服务人员交往时的心理进行分析，并提出正确、合理的建议。

第二章 掌握饭店客人的消费心理

一、填空题

1. 客人的一般消费心理有____、____、____、____和____。
2. 人有时会在简单和复杂、熟悉和新奇、稳定和变化之间寻求平衡，即为____。
3. ____是饭店工作者服务的对象，为其提供服务是饭店工作者在客我交往中应该做的。
4. ____就是要在饭店消费中摆脱日常生活中的精神紧张。
5. ____是指想在住店过程中获得日常生活中所缺少的新鲜感、亲切感和自豪感。
6. 要想了解客人的消费心理，必须了解客人的____以及客人选择____的原因。
7. ____是个体和社会的客观需求在头脑中的反映，是个人的心理活动与行为的基本动力。
8. 当生理需要和安全需要都比较好地得到满足后，就会产生____。

9. ____需要是人生追求的最高目标。它包括能充分发挥自己的最大潜能（智能和体能）、完成有成就的任务等。

10. 饭店客人的消费动机通常可以概括为____、____和____三大类。

11. ____是建立在客人对饭店服务工作的客观认识基础之上，经过分析、比较之后而产生的一种消费动机。

12. ____是客人在可供选择的若干种消费方案中选定一种自认为是最佳方案的过程，包括消费目的的确立、方式和动机的取舍等。

13. 饭店服务的最低目标是用____去避免客人不满意，最高目标是用____去赢得客人满意。

14. 服务中的____是指所有的客人都应该受到尊重，对客人绝不能厚此薄彼，要求尊重每一位客人，提供标准化服务，绝不随意“偷工减料”。

15. 个性化服务源于____，它是个性化服务的基础。

二、不定项选择题

1. 客人的求平衡心理表现在（ ）。

- A. 通过饭店消费来纠正日常生活中的失衡
- B. 在饭店消费过程中保持必要的平衡
- C. 通过饭店消费来改变日常生活中的习惯
- D. 在饭店消费过程中保持日常工作生活中的平衡

2. 马斯洛认为, () 是所有需要中最重要。当一个人饥饿时就会产生紧张感, 这种紧张感就会驱使他寻找食物, 这种紧张程度及与之相应的动机就会强烈地使他置其他需要于不顾。

- A. 生理需要
- B. 安全需要
- C. 社交需要
- D. 尊重需要

3. 住店客人对安全的需要是多方面的, 包括 ()。

- A. 客人需要保障人身安全, 在住店期间不受伤害
- B. 客人需要保障财产安全, 在住店期间不被抢劫、盗窃等
- C. 客人需要心理上的安全感, 不希望安全受到威胁, 希望他所住的饭店治安秩序好
- D. 客人都愿意被肯定, 而不愿意被否定

4. 尊重需要可分为以下几类: ()。

- A. 取得成就、独立、自主, 希望有地位、有威望, 希望得到别人的尊重、信赖和高度评价
- B. 希望有实力和成就, 能胜任工作
- C. 有信心, 以及要求独立和自由
- D. 渴望有名誉或威信, 被赏识、关心、重视和高度评价等

5. 饭店客人的社交需要表现在以下几方面: ()。

- A. 在进行消费的过程中希望通过交往获得友谊
- B. 希望得到别人的信任和友爱
- C. 希望置身于一个和谐、热情、宽松的交往环境之中, 使自己有一种真正的宾至如归的感觉
- D. 需要饭店为其提供必要的设施设备, 以满足社会交往的需要

6. 饭店客人在消费过程中的尊重需要表现在以下几方面: ()。

- A. 希望听到别人对他的尊称
- B. 希望听到别人对他某一特长的赞赏
- C. 希望自己的意愿要求、生活习惯、民族风俗、宗教信仰受到尊重
- D. 在享用服务成果、消费物质产品的同时, 表现出一种求新、求美、求知的需要

7. 饭店消费动机的产生还需要具备一定的客观条件, 包括 ()。

- A. 经济条件
- B. 文化条件
- C. 时间条件
- D. 社会条件

8. 生理性消费动机支配下的消费行为具有 () 的特点。

- A. 经常性
- B. 重要性
- C. 习惯性
- D. 相对稳定性

9. 心理性消费动机一般又可分为 ()。

- A. 感情动机
- B. 理智动机
- C. 信赖动机
- D. 好奇性动机

三、判断题

10. 从购买意图的初步形成到行动, 还会受到 () 因素的影响。

- A. 个人价值观
B. 别人的态度
C. 意外情况
D. 经济条件

11. 客人完成消费行为之后, 会产生满意或不满意的感受, 这将影响客人作出是否再次消费的决策。下面表述正确的是 ()。

- A. 感受 < 期待时, 客人会不满意
B. 感受 < 期待时, 客人会满意
C. 感受 > 期待时, 客人会不满意
D. 感受 > 期待时, 客人会满意

12. 就客人对服务的要求而言, 必要因素就是客人认为少了它就不行的, 所以 () 属于必要因素。

- A. 安全
B. 一视同仁
C. 卫生
D. 特别关照

13. 做到对所有客人都一视同仁, 至少要注意以下几点: ()。

- A. 绝不能对客人说一些歧视性质的话
B. 避免因把注意力集中在某些客人身上而冷落了其他客人
C. 避免因操作时的粗心而让某些客人觉得自己受到不平等的待遇
D. 要求饭店工作者了解每位客人的独特个性与需求, 将每位客人与其他客人区分开来, 使客人有特别优

1. 饭店经营者在用许多新奇的东西吸引客人的同时, 还应提供一些为客人所熟悉的东西, 以此来保证客人在饭店服务工作中的心理平衡。 ()

2. 饭店向客人出售的不仅是有形的产品, 还有无形的服务。 ()

3. 饭店工作人员能让客人经历轻松愉快的人际交往, 并不能让客人得到一种可贵的精神享受。 ()

4. 饭店服务工作主要是为客人提供各种物质条件, 不需要以认清客人各种需要之间的联系来满足客人的各种需要。 ()

5. 心理性消费动机的引发, 不仅要受到主体本身所具有的心理特征的影响, 还要受到主体所处的自然条件、社会条件的制约。 ()

6. 在现实中, 人们出于消费因素的考虑而选择饭店是一种普遍现象。 ()

7. 客人从个人来源接收到的信息最多, 而最有效的则是商业信息来源。 ()

8. 购买者实施购买行为后, 就意味着饭店营销工作已经结束。 ()

9. 客人对饭店服务基本上只有“满意”和“不满意”两种不同的评价。 ()

10. 饭店服务人员应在坚持为所有客人提供一视同仁的标准化服务的前提下, 去为客人提供特别关照的个性化服务。 ()

四、名词解释

1. 饭店客人的消费动机

3. 简述饭店客人的消费决策过程。

2. 心理性消费动机

4. 信息的来源渠道有多种，试列举出较普通的几种。

3. 社会性消费动机

5. 特别关照在服务工作中有十分重要的作用，简述在服务工作中如何对客人实施特别关照。

五、简答题

1. 饭店客人的消费需要分为哪几类？

2. 饭店客人消费需要的特点是什么？

六、案例分析

晚上8点，某饭店中餐厅响起了阵阵吵闹声，大厅中央一位男客人正在和领班争吵，只听见客人不断地重复着一句话：“你们做什么生意，一张单有3个价格，你们不是明摆着欺骗客人吗？”

原来事情是这样的：那张台有4位客人在用餐，一共点了6道菜、3瓶白酒，其后还加了1份西餐。用餐完毕后，客人要求结账，并向领班要一张稿纸。于是，领班去结账，一共是390元，领班收了客人400元后准备去找零。此时，因为去接一个电话，领班让一位服务员去找零给客人。客人结账后仍在聊天，这时递上一张作废的账单给客人当稿纸。客人结账后仍在聊天，这时收银员发现那张台还有1份西餐没有收钱，重新结算的账单为418元。当领班接完电话后，收银员向领班反映了情况，领班按实际账单要求客人补交余款。客人听后，又看看手中的稿纸，吭声道：“饭店发疯了，结了3次账，张张不同，是不是饭店诈骗客人？”领班不得已向客人解释，但客人只顾自己交谈，不予理睬。

不久，主管走了过来，了解了事情原委后，再次向客人解释。这时，客人要求对饭店所结的3次不同账单作出解释，却被主管、领班漠视。于是，客人的情绪激动起来，场面变得混乱无序。

主管经理听明白事情的经过后，也很不情愿地走了过来。客人见状，以不尊重客人为由与主管经理吵闹起来。主管经理很恼火，让保安上来。客人的情绪立刻变得很暴躁，大声吵嚷起来。

在本章节中，我们学习了客人的一般消费心理。试分析一下客人在该案例中存在什么样的消费心理，客人对餐厅有什么要求，而服务人员又该如何针对客人的这种消费心理进行适当的处理。

第三章 提供令人满意的饭店服务

一、填空题

1. 饭店客房的销售是通过_____工作实现的,在接待过程中,如何有效地针对客人的需求提供相应的房间是其服务的重
要功能。

2. _____作为饭店的“门面”和“中枢神经”,在饭店经
营管理中起着重要作用。

3. 餐饮服务的功能包括_____,_____,_____。

4. 餐饮服务的特点有_____,_____,_____。

5. 在消费多样化的当今社会,_____,_____是餐厅
的核心竞争力。

6. _____是饭店吸引客人的一个重要手段。例如,很多
餐厅要求每周必须有新的菜品推出,给客人一种“我们一直在改
变”的感觉。

二、不定项选择题

1. 优质的前厅服务包括了()的结合,这不是靠个人
力量能够完成的,需要前厅部所有员工和饭店相关部门的团结与
协作。

- A. 丰富的内涵 B. 优雅的环境
C. 高效礼貌的接待 D. 个性化的服务

2. 客房环境氛围由()几个方面共同构成,这几个方
面结合得越好,客人的感觉就越好。

- A. 硬件设施给人的使用效果
B. 服务和管理人性化给人的满意度
C. 前厅服务给人的高效时尚现代感
D. 色彩装饰给人的视觉效果

3. 为了给客人以方便实用,客房的硬件要求(),当某
一个环节的设计和配置给客人带来不便或伤害时,会令客人感到
不满或愤怒。

- A. 通道不能过窄,电视机的高度设计恰当
B. 电源插座的位置和高度要适宜,沙发和床垫不能过软
或过硬

C. 房间内的灯光不能太强或太弱

D. 卫生间的洗浴设施标志应明确,以便于客人使用

4. 客房标准化服务包括()等诸多环节。每位服务人

员在日常工作过程中,只有按照标准化的要求认真执行,才能保证客房服务的工作质量和工作效率,令客人满意。

- A. 迎送客人服务标准、接待来访客人工作标准
B. 洗衣服务标准、酒水服务标准
C. 清扫客房卫生标准、物品配备标准
D. 客房服务中心服务标准、VIP 接待服务标准
5. 若要提供令客人惊喜和感动的个性化服务,必须遵守()的原则,真正从客人的需求出发,才能得到客人的认同,达到良好的效果。

- A. 灵活性 B. 细致性 C. 情感性 D. 超常性
6. 产品的定价有不同的方法,可取的有()。

- A. 尾数定价法
B. 吉祥数字“6”“8”等定价法
C. 利用各种节日、特殊事件等开展折扣优惠活动,让客人得到实惠,吸引消费者
D. 追求高价,提高产品档次,可以不顾及客人的心理感受

三、判断题

1. 前厅是饭店的一扇窗户,透过这扇窗户,客人可以看到饭店服务水平和管理水平的高低。()
2. 个性化是饭店服务的基础,而标准化、规范化服务则是饭店服务的灵魂。()
3. 仅靠标准化服务是无法满足所有客人的需求的。饭店只有探究、揣摩客人的心理,以客人需求为主体,提供灵活多变的

服务,才能让客人感到惊喜。()

4. 当客人租用了某间客房后,在住宿期间他拥有了对房间的使用权,饭店则只有服务和管理的权利,而且有时候饭店所提供的服务还必须得到客人的同意,只有这样才能真正体现出对人的尊重。()

5. 客房作为饭店的一个重要组成部分,其地位和作用不可替代,让客人住得安心、舒心是客房服务的努力方向,只要做好接待工作,饭店就无须再加强对客房服务质量的管理和搜集客人的消费信息了。()

6. 充分了解客人的需求、定位服务对象,才是餐饮业取胜的关键所在。()

7. 餐饮部的收入可达整个饭店收入的50%~70%,是饭店赢利的重点部门。()

8. 当客人提出结账要求后,如果服务人员不能在5分钟之内将一份准确的结账单送到客人手里,客人的不满程度将迅速提高。()

9. 餐厅的设施和环境不容易模仿和改进,服务人员所提供的优质服务也并不是每一家餐厅都能够做到的。服务人员提供个性化的服务也无法弥补餐厅在硬件方面的不足。()

10. 客人对食品和环境的要求是最重要的也是最为基本的,当客人觉得餐厅的环境、食品或服务存在卫生问题时,一是会投诉,二是会选择离开。()

11. 餐厅在进行产品定价时,一定要充分考虑消费对象的接受能力和承受能力,让客人感到公平合理、物有所值。()