




全国财政职业教育教学指导委员会审定

全国高职高专院校旅游与酒店管理专业规划教材

前厅客房服务与管理

费寅◎主编

 中国财政经济出版社



全国财政职业教育教学指导委员会审定
全国高职高专院校旅游与酒店管理专业规划教材

前厅客房服务与管理

费寅 主编

中国财政经济出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

前厅客房服务与管理/费寅主编. —北京: 中国财政经济出版社, 2008.2

全国高职高专院校旅游与酒店管理专业规划教材

ISBN 978 - 7 - 5095 - 0397 - 3

I. 前… II. 费… III. ①饭店 - 商业服务 - 高等学校: 技术学校 - 教材②饭店 - 商业管理 - 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 (2007) 第 206383 号

前厅客房服务与管理

费寅 主编

中国财政经济出版社 出版

URL: <http://www.cfeph.cn>

E-mail: cfeph@cfeph.cn

(版权所有 翻印必究)

社址: 北京市海淀区阜成路甲 28 号 邮政编码: 100036

发行处电话: 88190406 财经书店电话: 64033436

北京富生印刷厂印刷 各地新华书店经销

787 × 1092 毫米 16 开 15.25 印张 306 000 字

2008 年 1 月第 1 版 2008 年 1 月北京第 1 次印刷

印数: 1—3060 定价: 24.00 元

ISBN 978 - 7 - 5095 - 0397 - 3/F · 0328

(图书出现印装问题, 本社负责调换)

编委会名单

主任 贾杰 李炳昌

副主任 李乃君 费寅

编委 (以姓氏笔划为序)

丁宗胜 于永滨 公学国 王纪忠 甘华蓉

刘春玲 刘晓芬 孙光 闫毅 李玉国

李红梅 杨静达 肖树青 柏杨 赵利民

赵爱华 涂利平 郭峻 黄明亮 彭绪娟

雷引周

总序

旅游业是一个全球性的朝阳产业。随着社会的发展，它已成为全球经济中发展势头最强劲和规模最大的产业之一。据世界旅游组织 2007 年初发表的年度报告统计，2006 年世界各国和地区入境旅游人数达 8.42 亿人次，创历史最高纪录。时至今日，旅游业在经济发展中的产业地位、经济作用逐步增强，旅游业对经济的拉动性、社会就业的带动力以及对文化与环境的促进作用日益显现。

旅游业也是中国经济发展的支柱性产业之一。2005 年我国旅游业保持了较快增长，入境旅游人数 12 029.23 万人次，实现国际旅游外汇收入 292.96 亿美元，分别比上年同期增长 10.3% 和 13.8%。国内旅游人数 12.12 亿人次，收入 5 286 亿元人民币，分别比上年增长 10% 和 12.2%；中国公民出境人数达到 3 102.63 万人次，比上年增长 7.5%；旅游业总收入 7 686 亿元人民币，比上年增长 12.4%，占国内生产总值比重的 4.2%。

未来 10 年间，我国旅游业将保持年均 10.4% 的增长速度，其中个人旅游消费将以年均 9.8% 的速度增长，企业、政府旅游的年均增长速度将达到 10.9%。到 2010 年，我国旅游总收入占 GDP 的比重将达到 8%。到 2020 年，中国将成为世界第一大旅游目的地国和第四大客源输出国。快速发展的旅游业需要有一支专业素质高、数量足的从业人才队伍给予支撑。2005 年全国旅游院校的在校生人数 56.6 万人，其中高等院校的在校生人数为 30.8 万人，中等职业学校的在校生人数为 25.8 万人。高等职业技术学院以为生产、建设、管理、服务第一线培养高技能专门人才为己任，因而在办学上，旅游与酒店管理专业应当贴近旅游行业，努力培养一大批适应旅游产业发展需要的高技能专门人才。

为了满足职业院校适应旅游产业发展、培养高技能专门人才对旅游教育教材的迫切需要，中国财政经济出版社精心组织、策划，汇集了全国旅游人才培养第一线、有代表性的高职院校的专家、学者，组织编写了一套旅游与酒店管理专业系列教材。本套教材在课程的选择上，涵盖了旅游管理、酒店管理和导游三个专业的基础理论课和基本技能课，还兼顾了国家旅游从业资格证考试内容，具有较完整的体系和较强的操作性、实用性。

本套旅游与酒店管理专业系列教材的主要特色如下：

1. 在体例上改变了传统教材固定的结构体系，每一章都由一系列的学习目标、关键概念和案例导读开始，向读者简要概括和提示本章的结构及关键知识，由案例及思考导入新课。每一章都穿插有图表、资料，章后还并附有小结和思考与练习，使全文尽可能易于理解且生动有趣，便于老师由浅入深地引入教学内容，也易于激发学生的学习兴趣和。

2. 在内容的选取上，力求满足旅游产业活动的基本要求，确保科学性、实用性及一定的前瞻性，使三者达到有机的统一；在职业能力的培养上，注重实践性内容的教学编排，并为实践操作性强的课程专门编写了实训教材。力求技能培养实用与理论够用的有机统一，确保本专业核心能力培养目标的实现。

3. 为了使学生毕业就能就业、就业就能顶岗，各教材的章后思考与练习的设计更加注重分析问题能力和操作能力的培养；尤其是各实训教材的编写更加注重企业流程各环节的实际操作和各种问题及突发事件的处理，为学生就业提供了很好的岗前培训。

4. 为了给考生考取旅游与酒店管理专业各种职业资格证书提供帮助，相关教材专门配备了相关的题库及参考答案，供教师使用和学生练习。

5. 为了便于授课教师运用多媒体进行教学，每门课程均精心制作了电子教案（授课文件）。

同时，对于那些正致力于形成自己的专业能力和独立的专业见解的学生来说，书中所提到的参考书和网站为其提供了大量的资料，他们可以依靠这些资料拓展自己的学习空间。

本套教材可作为高等职业院校、高等专科院校、成人高等院校旅游专业学生学习用书，也可供五年制高职院校、中等职业技术学校及其他需要了解旅游产业的有关人员使用，还可作为政府旅游管理部门和科研机构、旅游学校、旅游培训机构以及有志于从事旅游行业的人员的参考资料。

由于水平所限，书中难免有疏漏之处，敬请广大读者批评指正。

旅游与酒店管理专业教材

编审委员会

2007年7月

编写说明

本书是全国高职高专院校旅游与酒店管理专业规划教材,是为高职高专院校旅游与酒店管理专业及相关专业开设前厅客房服务与管理课程而编写的。

我国职业教育必须贴近行业实际,紧跟时代发展步伐,才能培养符合实际需要的人才。为配合职业教育课程改革,我们在充分调研酒店业对从业人员职业能力要求的基础上,总结多年从事职业教育的经验,编写了这本教材。

前厅客房服务与管理是旅游高等职业学院和旅游高等专科学校酒店管理专业和旅游管理专业的一门专业主干课程。本教材适用于以普高生及三类生为生源的三年制、二年制酒店管理及相近专业的高职生和大专生,也可供酒店管理和旅游专业的五年一贯制学生、夜大学及函授大学本、专科学生使用。我们以学生应掌握的基本知识和前厅客房管理的实际需要作为教材编写的出发点,在编写过程中,本着前瞻性、实用性和可操作性的原则,全面、系统地介绍了酒店前厅和客房管理的专业知识与服务操作技能,同时也对近几年来前厅和客房服务与管理中新出现的问题进行了分析与探讨,例如前厅环境的创新与改良、“金钥匙”服务、客房设备配置的新趋势等。本书的最大特色是:我们针对教学内容,在书中穿插了大量的“案例解析”、“重点提示”和“相关链接”等模块内容,力求使本教材生动活泼,帮助读者提高学习和阅读兴趣,更好地理解知识要点。

为了便于任课教师教学,我们还精心制作了与本教材配套的电子教案。用书学校任课老师若需要,请以电子邮件方式向中国财政经济出版社索取, E-mail: liurs@cfeph.cn。

本教材由无锡商业职业技术学院费寅老师担任主编,并负责全书的大纲制定和统稿工作,成都电子机械高等专科学校李红梅老师任副主编。参加编写的人员有:费寅老师(第一、六、七、八、十章)、李红梅老师(第二、三、四、十一章)、山东省贸易职工大学李秀梅老师(第五章)、安徽工商职业学院牟婉琼老师(第九章)。

无锡商业职业技术学院陈春英老师(高级考评员)、徐志伟老师(高级考评员)和中国财政经济出版社编辑以及无锡市邮政局马玲女士等为这本教材的编

| | | |
|-------------------------|--|--------|
| (02) | | |
| (03) | | |
| (04) | | |
| (06) | | |
| (08) | | |
| (09) | | |
| (10) | | |
| (101) | | |
| (102) | | |
| (103) | | |
| (104) | | |
| (105) | | |
| (106) | | |
| (107) | | |
| 第一章 前厅部概述 | | (1) |
| 第一节 前厅部的含义..... | | (2) |
| 第二节 前厅部的组织结构..... | | (7) |
| 第三节 前厅部的环境..... | | (17) |
| 第四节 前厅部与其他部门之间的关系..... | | (21) |
| 思考与练习..... | | (24) |
| 第二章 客房预订管理 | | (25) |
| 第一节 客房预订的渠道、方式和种类..... | | (26) |
| 第二节 客房订房价格常识..... | | (31) |
| 第三节 客房预订业务程序..... | | (34) |
| 第四节 客房网络预订..... | | (45) |
| 思考与练习..... | | (49) |
| 第三章 总台接待管理 | | (50) |
| 第一节 总台接待服务概述..... | | (51) |
| 第二节 入住接待程序..... | | (55) |
| 第三节 客房商品推销..... | | (60) |
| 第四节 宾客档案管理..... | | (63) |
| 思考与练习..... | | (66) |
| 第四章 前厅服务 | | (67) |
| 第一节 迎送服务..... | | (68) |
| 第二节 行李服务..... | | (70) |
| 第三节 总机服务..... | | (76) |
| 第四节 问讯留言服务..... | | (78) |
| 第五节 商务中心服务..... | | (82) |
| 第六节 前厅收银服务..... | | (86) |
| 第七节 “金钥匙”服务..... | | (87) |

| | |
|---------------------|---------|
| 思考与练习 | (92) |
| 第五章 前厅客户沟通管理 | (93) |
| 第一节 沟通的概念 | (94) |
| 第二节 前厅客户关系机构 | (96) |
| 第三节 客户投诉处理 | (98) |
| 思考与练习 | (105) |
| 第六章 客房部概述 | (106) |
| 第一节 客房部内涵 | (107) |
| 第二节 客房部机构设置与岗位职责 | (110) |
| 第三节 客房部与其他部门关系 | (117) |
| 思考与练习 | (121) |
| 第七章 客房产品设计 | (122) |
| 第一节 客房空间布局 | (123) |
| 第二节 客房设计 | (129) |
| 第三节 特殊客房楼层配置 | (135) |
| 第四节 客房发展新趋势 | (138) |
| 思考与练习 | (142) |
| 第八章 客房卫生管理 | (143) |
| 第一节 清洁剂与清洁设备 | (144) |
| 第二节 客房清洁整理 | (151) |
| 第三节 客房计划卫生 | (165) |
| 第四节 公共区域清洁卫生 | (170) |
| 思考与练习 | (175) |
| 第九章 客房服务质量管理 | (176) |
| 第一节 客房服务模式 | (177) |
| 第二节 客房服务项目与内容 | (180) |
| 第三节 提高客房服务质量的途径 | (195) |
| 思考与练习 | (201) |
| 第十章 客房安全管理 | (202) |
| 第一节 客房安全管理概述 | (203) |
| 第二节 客房消防安全管理 | (205) |
| 第三节 客房财物安全管理 | (210) |
| 第四节 其他事故的防范 | (213) |

| | |
|----------------------------|--------------|
| 思考与练习····· | (218) |
| 第十一章 客房部人力资源管理····· | (219) |
| 第一节 客房部人员编制····· | (220) |
| 第二节 客房部员工的招聘与培训····· | (222) |
| 第三节 客房部员工的评估与激励制度····· | (226) |
| 思考与练习····· | (230) |
| 主要参考文献····· | (231) |

前厅服务从细节着手，从记住客人开始。

第一章

前厅部概述

学习目标

- 了解前厅部的组织机构及岗位设置
- 理解前厅部门在酒店中的地位
- 重点掌握前厅部门员工应具备的职业素质及前厅环境美化

关键词 前厅 前厅部 前厅部组织结构 人文环境

案例导读

前厅：从记住客人开始

一位常住的外国客人从酒店外面归来，当他走到服务台时，还没有等他开口，问讯员就微笑地把钥匙递上，并轻声称呼他的名字，使这位客人大为吃惊，并产生一种强烈的亲切感。

还有一位客人在服务台高峰时进店，服务员问讯小姐突然准确地叫出：“××先生，服务台有您一个电话。”这位客人又惊又喜，感到自己受到了重视，受到了特殊的待遇，不禁添了一份自豪感。

另外一位外国客人第一次前往住店，前台接待员从登记卡上看到客人的名字，迅速称呼他的名字以示欢迎，客人先是一惊，然后陌生感顿时消失，感到非常高兴。简单的招呼迅速缩短了彼此间的距离。

马斯洛的需要层次理论认为，人们最高的需求是得到社会的尊重。自己的名字为他人所知晓就是对这种需求的一种很好的满足。在酒店及其他服务性行业的工作中，主动热情地称呼客人的名字是一种服务的艺术，也是一种艺术的服务。目前，国内著名的酒店规定：在为客人办理入住登记时至少要称呼客人名字三次。前台员工要熟记VIP的名字，尽可能多地了解他们的资料，争取在他们来店报家门之前就称呼他们的名字，当再次见到他们时能直称其名。前厅作为酒店的“形象窗口”，应该让100%的客人101%满意。

资料来源：<http://www.51inn.com>。

【问题】 从上述案例中可以看出，前厅部员工应具备什么样的职业素质？

第一节 前厅部的含义

前厅是指进入酒店大门后,在进入各营业场所之前,供宾客自由活动的公共区域,又称大堂或大厅(Lobby)。前厅部(Front Office)是指设在酒店前厅,销售酒店客房等产品,组织接待工作,调度业务经营,为客人提供订房、登记、分房、行李、电话、留言、邮件、委托代办、退房等各项服务,以及为酒店各部门提供信息的综合性服务部门。

重点提示:

前厅是每一位客人抵达酒店,离开酒店,开始和酒店的客人和最后印象之

前厅部也可称为客务部、前台区、总服务台,在有些小型酒店中,通常不设独立的前厅部,其功能主要由客房部下设的总服务台组来承担。前厅部是酒店经营管理中的一个重要部门,是整个酒店服务工作的核心。前厅部是酒店的对外“窗口”,是联系宾客关系的“桥梁和纽带”,也是酒店管理的关键部门,其运行的好坏将直接影响到酒店的整体服务质量、管理水平、经济效益和市场形象。



相关链接

前厅岗位座右铭:热情、守信、高效、创新。

热情:以情服务,用心做事,“对待客人要像夏天一样火热”。

守信:待客服务信誉第一。

高效:为客人节省每分每秒。

创新:客人需要创新服务,酒店需要创新未来。

资料来源: <http://www.veryeast.cn>。

一、前厅部的特点与功能

(一) 前厅部的特点

提示:

由于参与全过程对客服务,而且要求24小时运转,从时间上看,管理存在着一定的难度。这就要求前厅部具有完善的管理体系和制度以及训练有素的员工队伍。

1. **综合性。**前厅部是一个提供综合性服务的经营部门,它在为酒店开辟市场、保证客源、推销酒店其他产品的过程中,承担着主要的服务与经营责任。其服务好对客人整个住店过程中的影响起着至关重要的作用,它的工作质量还关系到其他部门的服务效果。前厅部业务24小时运转,保证不间断地为客人提供优质的服务。

2. **复杂性。**前厅部的工作范围广,业务繁杂,技术性强。前厅部包括礼宾组、问讯组、接待组、总机组、商务组、收银组等部门,这些工作直接面对客人,需求随机性强。因此,要求前厅员工必须具备高效、准确、周密的工作素质,较强的协调能力、应变能力及高超的服务技能技巧;同时,由于前厅部的管理效果直接关系到酒店的声誉和经营成败,所以又要求前厅部在管理上要着重于员工的服务态度、文化素养和业务技能的培训,以求与客人建立起良好

的关系,给客人以良好的印象。

3. **高效性**。前厅部是酒店信息集散的枢纽及对客服务的协调中心。因此,其搜集、整理、传递信息的效率决定了对客服务的效果。由于前厅属于一线服务部门,与客人的接触较多,因而其信息量也相对较大。客人的要求每时每刻都会发生变化,这就要求前厅在信息处理上效率要高。前厅部的这一特点,决定了前厅部的员工必须具备信息观念、时间观念和价值观念,重视信息的搜集、整理和传递工作,以提高工作效率和服务质量。

4. **灵活性**。酒店服务的对象来自不同的国家和地区,具有不同的职业、年龄、教育程度、身份地位、宗教信仰、需求心理、价值观念,这些差别必然会使客人对服务效果评价上存在较大差异。这就要求前厅服务员能够因人、因地、因时制宜,以恰当的方式,灵活地为客人提供有针对性的个性化服务,最大限度地满足客人的需求。

5. **信息量大(变化性)**。客人的要求随时都会发生变化,这就要求前厅部员工在搜集、整理、传递信息时效率要高,要有较强的信息观念、时间观念和对客服务观念。所掌握的信息必须及时传递给总经理及其他有关部门。

6. **政策性**。前厅是酒店的“门面”和“窗口”,同时又是一个具有特殊意义的舞台。前厅服务员的仪表仪容、言谈举止、待客接物等行为,处处都在展示着酒店文化特点和员工礼貌修养的文明程度、服务技能技巧的熟练程度等,实际上是在向客人展示酒店的服务和管理水平。前厅部在处理客房销售、接待规格、问讯、接转电话、解决投诉等问题时,既要维护酒店的利益,又要使客人满意,政策性强,稍有疏忽就可能造成失误。所以,前厅员工必须熟悉并熟练掌握对客服务中的各项政策与要求。

(二) 前厅部的功能

前厅部在酒店运行中起着推销、沟通、协调等重要作用,是酒店的“神经中枢”。为了更好地了解、掌握这“神经中枢”所发挥的作用,我们有必要剖析一下前厅部所具有的下列八大功能,如图1-1所示。

1. **销售客房**。前厅部的首要功能是销售客房。客房是酒店最主要的产品,其收入是酒店营收的主要来源。我国和世界上相当数量的酒店一样,客房的盈利占整个酒店利润总和的50%以上。因此,能否有效地发挥销售客房的功能,将影响酒店的经济效益。

2. **提供信息**。除了发挥销售客房的功能外,前厅还应成为信息提供的中心。地处酒店显眼地段的前厅总台是服务人员与客人的主要接触点,前厅服务人员应随时准备向客人提供感兴趣的资料,如将餐饮活动(举行美食周、厨师长特选等)的信息告诉客人。这样做,不但能方便客人,还能起到促进销售的作用。

提示:

前厅所掌握的一些重要信息,如当日抵、离的VIP客人,营业日报,客情预测等,都必须及时传递给总经理室及其他有关部门。

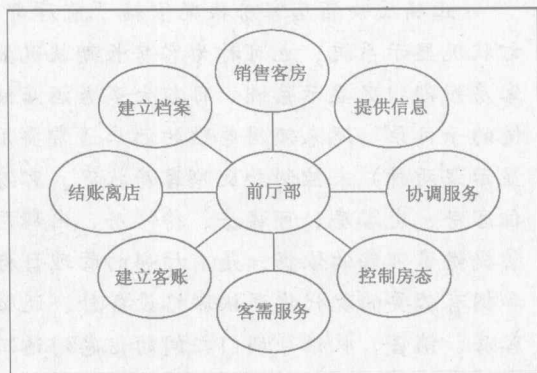


图1-1 前厅部功能

前厅部服务人员还应向客人提供酒店所在地、所在国的有关信息和指南。例如，向客人介绍游览点的特色；购物中心的地点及营业时间；外贸公司及科研机构的地址、联系人、电话号码；本地区及其他城市主要酒店的情况；各类交通工具的抵离时间等。

前厅部的服务人员应始终做好准备，充分掌握和及时更新各种固定的与变动的信息，以亲切的态度、对答如流的技能，给客人提供正确无误的信息。

提示：

前厅部的责任是根据客人的需求，发挥其信息的集散点和总经理室的参谋部的作用。

重点提示：

协调好客房销售与客房管理之间的合作关系是前厅部的重要职责。

3. 协调服务。为了使客人能享受到区别于其他地方的高水准的服务，前厅部服务人员应以优质服务来衔接酒店前、后台之间及管理部门与客人之间的沟通联络工作。为了达到使客人满意的目的，前厅部应在客人与酒店各有关部门之间牵线搭桥。例如，客人投诉房内暖气不足，前台服务人员应及时向有关方面反映，并通过适当途径给客人以满意的答复。

4. 控制房态。控制客房状况是前厅部的又一重要功能。这项功能主要由两个方面的工作组成：一是协调客房销售与客房管理；二是在任何时候都正确地反映酒店客房的状态。

协调客房销售与客房管理，一方面主要是指前厅部必须正确地向销售部提供准确的客房信息，避免超额预订和销售部工作被动；另一方面是必须向客房部提供准确的销售客情，以使其调整工作部署。例如，总台排房时应注意将团队、会议用房相对集中，以便客房的清洁和管理；在客情紧张的旺季，应将客情随时通报客房部，以便其安排抢房和恢复待修房。前厅部和客房部双方都必须抱着理解与合作的态度，努力为每一位客人提供准备好的房间，最大限度地



相关链接

正确反映酒店客房状况依赖于前厅部负责管理的两种客房状况显示系统：一种为预订状况显示系统，也可称为客房长期状况显示系统；另一种为客房现状显示系统，也称为客房短期状况显示系统。目前大多数酒店使用电脑管理，其应用软件内含有了这两种控制系统的子目录。还未使用电脑的酒店通常要用客房状况显示架（分为预订显示架和总台开房显示架两种）来控制并反映客房状况。客房状况控制系统要随时反映整个酒店每间房——住客房、走客房、可售房、待修房、内部用房等的状况。正确地掌握酒店状况，为客房销售提供了可靠的依据，是前厅部的管理目标之一。要做好这一工作，除了控制系统电子化和拥有必要的现代化通讯联络设备外，还必须建立健全行之有效的管理制度，切实做好与客房、销售、收银等部门之间的信息沟通工作。

5. 客需服务。作为对客服务的集中场所，前厅部还是一个针对住店客人所需提供各种服务的前台服务部门，如电话服务、商务服务、行李服务、接受处理投诉、邮件服务、票务代办、钥匙收发、迎宾接站、物品转交、留言问讯服务等。这些众多工作内容构成了其直接对客服务的功能，其中有一些还担负着为酒店创收的任务。前厅部的服务质量亦是其重要的考核内容之一。高质量的前厅服务能使客人对酒店的总体管理水平留下良好的深刻的印象。基于此，目前世界上一些酒店奉行“大堂区域”管理理论，其核心思想是使客人在酒店

客人集中处的一层大厅内形成对酒店气氛、服务与档次的良好感觉,以便使其他各项服务工作的进行有一个良好的基础,从而使客人对酒店总体留下良好的、深刻的印象。前厅的服务与管理显然是这“大堂区域”管理中最为关键和重要的一环。因此,前厅部的管理人员要在积极销售的同时,将自身所提供的各种服务的质量抓好,以圆满实现其服务功能。

6. 建立客账。目前,大多数酒店为了方便客人、促进消费,都已经向客人提供了统一结账服务。客人经过必要的信用证明、查验证件后,可在酒店营业点(商场部除外)签单赊账。前台收款处不断累计客人的消费额,直至客人离店或其消费额达到酒店政策所规定的最高欠款额时,才要求客人付款。要做好这项工作,必须注意建立客人账户、对客人消费及时认真地登记和监督检查客人信用状况这三个环节。

说明:

最主要的是通过日常完善的机制和管理将各种服务工作做好。



相关链接

客人账单可以在预订客房时建立(记入定金、预付款和信用卡号码),或是在办理入住登记手续时建立。建立客账的目的是记录和监视客人与酒店之间的财务关系,以免酒店发生经济上的损失。前厅部的职责是区别每位客人的情况,建立正确的客账,提供客人以往消费和客人信用的资料,以保持酒店良好的信誉及保证应有的经营效益。

7. 结账离店。客人离店前,应核查其账单。客人办理离店手续时,应将账单交给客人,请客人检查。离店手续办理完毕,前台应按程序与有关部门进行及时的沟通。

重点提示

做好客人离店工作是十分重要的。客人住店期间,全体员工千方百计地提供优质服务,如果在最后一刻,由于某一环节上的疏忽,而使客人对酒店的美好印象受到损害,那是十分令人遗憾的。让客人满意地离去是酒店的目标,满意而归的客人很可能成为酒店的回头客,酒店的良好声誉在很大程度上取决于常客的间接宣传。

8. 建立档案。由于前厅部为客人提供入住及离店服务,自然成为酒店对客服的调度中心及资料档案中心。大部分酒店为住店一次以上的零星散客建立客史档案。按客人姓名字母顺序排列的客史档案记录了酒店所需要的有关客人的主要资料。这些资料是酒店给客人提供周到的、具有针对性服务的依据,同时也是酒店寻找客源、研究市场营销的信息来源,所以必须坚持规范建档和保存制度化两项原则。

从以上介绍的八项功能中可以看出,前厅部是酒店的营业中心、协调中心和信息中心,它在酒店经营中起着销售、沟通、控制、协调服务和参与决策的作用。前厅部管理的好坏与上述功能是否正常发挥作用密切相关,特别是与首要功能——销售客房有关,也就是与酒店的经营效益有关。因此,在日常运转与管理中,前厅部必须重视以上各方面功能的正常发挥。

二、前厅部的地位

前厅部是现代酒店的重要组成部分，在酒店经营管理中占有举足轻重的地位。前厅部的运转和管理水平，直接影响到整个酒店的经营效果和对外形象。前厅部在酒店中的重要地位主要表现在以下几个方面：

1. 前厅部是酒店业务活动的中心。从位置上看，前厅部的主要机构集中在客人来往频繁的大厅，其总服务台是所有客人抵、离酒店所必经的交汇场所。从服务上讲，前厅部所属员工与客人的接触面最广，前厅部提供的服务贯穿于客人抵店、住店及离店三个阶段。从销售上讲，由于客房是酒店最主要的产品，前厅部通过其客房预订、总台接待等销售渠道来积极地进行宣传及推销，从而带动酒店其他各部门的经营活动。从信息传递角度来看，前厅部不仅要正确地向客人提供各类信息，同时还必须将客人的信息准确地传达到客房、餐饮等有关经营服务部门，完成总体协调工作。

2. 前厅部是酒店组织客源、创造经济效益和社会效益的关键部门。酒店的基本功能是为客人提供食宿，客房又是酒店销售额最大、最主要的商品。据统计，目前国际上客房收入一般占酒店总营业收入的50%左右，在我国，还要高于这个比例。酒店组织客源时，及时处理好住店客人和前来就餐、开会、购物、参观游览、会客交谈、检查指导等各种客人的关系，热情地为每位来店客人服务，营造良好的社会人文环境，是提高酒店社会效益的关键之一。

3. 前厅是酒店形象的代表。酒店形象是公众对于酒店的总体评价，是酒店的表现与特征在公众心目中的反映。酒店形象对现代酒店的生存和发展有着直接的影响。一个好的形象是酒店的巨大的精神财富。酒店前厅部的主要服务机构通常都设在客人来往最为频繁的大堂。任何客人一进店，就会对大堂的环境艺术、装饰布置、设备设施和前厅部员工仪容仪表、服务质量、工作效率等，产生深刻的“第一印象”。而这种第一印象在客人对酒店的认知中会产生非常重要的作用，它产生于瞬间，但却会长时间保留在人们的记忆表象中。客人入住期满离店时，也要经由大堂，前厅服务人员在为客人办理结算手续、送别客人时的工作表现会给客人留下“最后印象”，优质的服务将使客人对酒店产生依恋之情。客人在酒店整个居留期间，前厅要提供各种有关服务，客人遇到困难要找前厅寻找帮助，客人感到不满时也要找前厅投诉。在客人的心目中，前厅便是酒店。而且，在大堂汇集的大量人流中，除住店客人外，还有许多前来就餐、开会、购物、参观游览、会客交谈、检查指导等各种客人。他们往往停留在大堂，对酒店的环境、设施、服务品头论足。因此，前厅管理水平和 service 水准往往直接反映整个酒店的管理水平、服务质量和 service 风格。

4. 酒店决策机构的参谋与助手。作为酒店业务活动的中心，前厅部与客人有着最广泛的接触，能及时搜集到客人的各种意见，并反馈给质检部门。另外，它还贮存着大量的经营管理数据，每日或定期向酒店管理机构提供各种反映酒店管理经营情况的报表和数据。在认真整理和分析各种信息的基础上，定

说明：

前厅部的高效运转是提高客房出租率、增加客房销售收入、提高酒店经济效益的关键环节之一。

重点说明：

前厅部被誉为酒店的“窗口”，它的优劣不仅取决于大堂的设计、装潢、灯光、设施等硬件，更取决于前厅员工的精神风貌、办事效率、服务态度、礼节礼貌及操作技巧等。