

现代酒店



礼仪规范

李莉 / 编著



 Hunan Science & Technology Press

湖南科学技术出版社

现代酒店

礼仪规范

李莉 / 编著

Hunan Science & Technology Press

湖南科学技术出版社

图书在版编目(CIP)数据

现代酒店礼仪规范 / 李莉主编. —长沙: 湖南科学技术出版社, 2005. 10

ISBN 7-5357-4215-7

I. 现... II. 李... III. 饭店—商业服务—礼仪
IV. F719.2

中国版本图书馆CIP数据核字(2005)第129610号

现代酒店礼仪规范

编 著: 李 莉

责任编辑: 王 燕

出版发行: 湖南科学技术出版社

社 址: 长沙市湘雅路 276 号

<http://www.hnstp.com>

邮购联系: 本社直销科 0731-4375808

印 刷: 长沙市银北盛印务有限公司

(印装质量问题请直接与本厂联系)

厂 址: 长沙市岳麓区观沙岭

邮 编: 410013

出版日期: 2005 年 11 月第 1 版第 1 次

开 本: 700mm × 1020mm 1/16

印 张: 12.25

字 数: 183000

书 号: ISBN 7-5357-4215-7/TS·229

定 价: 24.00 元

(版权所有·翻印必究)

目录

第一章 现代酒店礼仪

第一节 礼仪概述	2
一、什么是礼仪	2
二、什么是酒店礼仪	4
三、酒店服务礼仪的特点	5
四、酒店服务礼仪的重要作用	6
第二节 沟通技巧在酒店礼仪中的运用	7
一、沟通概述	8
二、酒店礼仪中的沟通技巧	12
★沟通技巧	18

第二章 酒店服务礼仪原则

第一节 人本原则	20
一、“以人为本”的酒店经营管理理念	21
二、以顾客为本，以员工为本	22
第二节 平等原则	23
一、什么是平等	24
二、平等在酒店服务礼仪中的重要性	24
三、平等待客	25
四、平等待己	26
第三节 适度原则	26
一、正确理解并充分满足客户的合理要求	26
二、发现客户隐性需求	28
三、拒绝客户的不合理需求	29
★面对客户不合理要求的五大对策	30
四、认真对待客户投诉	31

第三章 酒店服务个人礼仪

第一节 仪容礼仪	35
一、头发	35

目录

二、美容化妆	37
★脸型与眉型的完美结合	38
★让眼睛“说谎”	39
第二节 仪表礼仪	42
★仪表美的三大原则	43
★制服穿着七忌	46
第三节 仪态礼仪	48
一、站如松	49
二、坐如钟	50
三、行如风	51
★酒店服务人员行走四忌	52
四、蹲姿	52
五、手势	53
★各国的手势语言	54
六、目光	57
七、微笑	59
★讲究个人卫生“五勤”、“三要”、“五不”和 “两个注意”	60
第四节 言谈礼仪	60
一、礼貌用语	60
★“十字”礼貌用语	63
二、言谈技巧	66
第五节 日常礼仪	68
一、打招呼	68
二、介绍	69
三、名片的使用	70
四、握手	71
★其他问候礼节	72
五、交际的空间距离	73

第六节 花卉礼仪	74
----------------	----

一、迎宾献花	74
--------------	----

二、室内摆花	74
--------------	----

★花“言”花“语”	76
-----------------	----

第四章 酒店服务岗位礼仪

第一节 酒店前厅服务礼仪	79
--------------------	----

一、迎宾员	80
-------------	----

二、行李员	81
-------------	----

三、总服务台礼仪	83
----------------	----

★总服务台服务礼仪的总体要求	83
----------------------	----

★泄密事件	91
-------------	----

四、电梯服务礼仪	92
----------------	----

★电梯紧急情况的处理	93
------------------	----

五、寄存处服务礼仪	93
-----------------	----

六、大堂清洁员服务礼仪	94
-------------------	----

★清洁员的敬业精神	95
-----------------	----

七、洗手间服务礼仪	95
-----------------	----

第二节 酒店客房服务礼仪	96
--------------------	----

★给客人一个惊喜	96
----------------	----

一、楼层领班服务礼仪	97
------------------	----

★潇洒走一回的惯偷	100
-----------------	-----

二、客房服务人员服务礼仪	103
--------------------	-----

三、客房送餐服务礼仪	104
------------------	-----

四、客房主管服务礼仪	105
------------------	-----

五、其他服务礼仪	105
----------------	-----

★巧擦各种皮鞋	107
---------------	-----

第三节 酒店餐厅服务礼仪	107
--------------------	-----

★察言观色，营造良好的就餐环境	108
-----------------------	-----

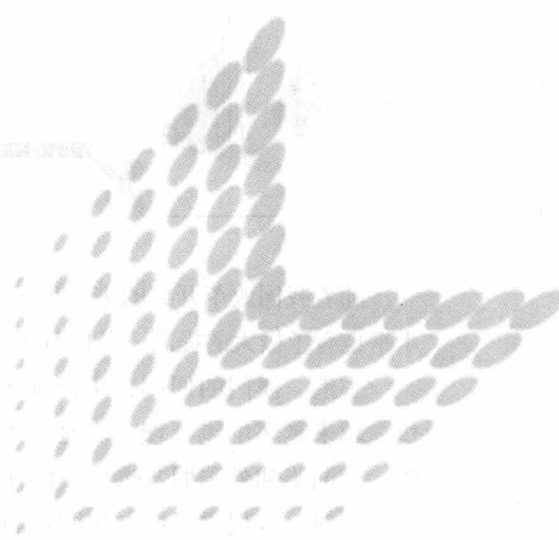
一、餐厅服务人员卫生礼仪	110
--------------------	-----

目录

二、餐厅服务人员服务礼仪	111
★托盘的正确使用	117
三、餐厅领班服务礼仪	118
第四节 酒店酒吧服务礼仪	118
一、点酒	119
二、上酒	119
三、其他服务	120
四、结账送客	121
五、调酒师	121
第五节 酒店商场服务礼仪	122
一、导购服务礼仪	122
二、收银服务礼仪	124
三、退换商品服务礼仪	125
四、配货服务礼仪	125
第六节 酒店电话总机服务礼仪	125
一、酒店话务员应具备的基本素质	126
二、接听电话礼仪	127
三、拨打电话礼仪	128
第七节 酒店安全保卫服务礼仪	129
一、酒店安全保卫人员必备的基本素质	129
二、安全保卫服务礼仪	130
第五章 酒店服务冲突协调	
第一节 酒店服务冲突的避免	134
一、沟通障碍	134
二、酒店服务工作人员应具备的基本素质	138
三、如何避免冲突	144
★有效沟通的 15 个窍门	147
第二节 酒店服务冲突的协调	148

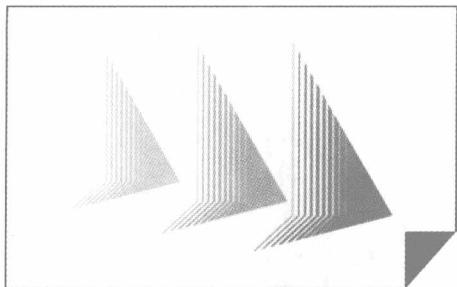
CONFLICTS

一、协调冲突的基本原则	149
二、协调冲突的结果——双赢	150
三、协调冲突的五个基本方法	150
四、工作中常见问题的处理	153
★1 元钱与代金券	153
★停电事故	154
★跑账风波	155
★人际沟通黄金四原则	157
附录 1: 领带的打法	161
附录 2: 酒店常用英语礼貌用语	164



现代酒店礼仪

XIANDAI JIUDIAN LIMI GUYIFAN



第一章 现代酒店礼仪

随着我国改革开放的进一步深入，市场经济的发展越来越快，人们的生活水平也有了极大的提高，节假日出游已成为人们时尚和喜欢的度假方式之一。

香港、澳门的回归，中国加入 WTO，加快了我国与世界各国竞争的步伐。越来越多的港、澳、台地区和外国公司来华投资建厂，越来越多的港、澳、台同胞和外国朋友选择中国作为他们的旅游目的地，在加快中国经济发展的同时，也促进了中国旅游业的发展。

作为旅游业的三大支柱之一的酒店业，是旅游综合接待能力的重要构成因素，在旅游业中占有重要的地位，发挥着举足轻重的作用。

无论是旅游，还是因公出差，无一例外地都牵涉到了各地各具特色的酒店。现代酒店作为一个服务性行业，集住宿、餐饮、娱乐于一身，向顾客提供各式各样的服务商品。近几年来，我国的酒店业得到了飞速的发展。但随着行业进入门槛的降低，我国的酒店行业不但受到来自国内同行业的竞争，更面临着激烈的国际竞争。如何在激烈的国际竞争中站稳脚跟，跟上世界前进的步伐是我们酒店行业面临的重大问题。那么，在所有的硬件设施都相差无几的情况下，我们要比的是什么呢？是服务。只有也只能是服务，而且是优质的服务。谁能有一套规范、一流的服务标准，谁就能站稳脚跟，成为时代的英雄。

如果说个人礼仪是一张人际交往的名片，那么，现代酒店礼仪就是一个地方、甚至是一个国家对外交往的名片。使用好了这张名片，也就成功了一半！

第一节 礼仪概述

一、什么是礼仪

礼仪是人类交往的表现形式之一，是人们在社会交往中由于受历史传统、风俗习惯、宗教信仰、时代潮流等因素的影响而约定俗成的为人们所认同的

并为人们所遵守的各种行为准则和规范的总和。它是礼貌、礼节和仪式的总称。

礼貌是礼仪的基础。礼貌一般是指在人际交往中,相互表示敬重和友好的语言和行为。它侧重于表现人的品质与素养。礼貌是一种无声的行为,一个微笑、一个点头、一个鞠躬、一次由衷的鼓掌,都能表现出对他人的尊重;礼貌是一种有声的语言,一声“先生”、“小姐”,一句“欢迎光临”都能体现出对他人的友好。在人际交往中,讲究礼貌,不仅能调节人与人之间的相互关系,而且还能避免不必要的冲突和麻烦。

礼节是礼仪的基本组成部分。礼节通常是指人们日常生活中,特别是交际场合,相互表示尊重、友好的惯用形式。它实际上是礼貌的具体表现形式。没有礼节,就无所谓礼貌;有了礼貌,就必然有具体的礼节。各个国家、地区、民族都有自己独特的礼节。在相互交往中,只有对这些礼节都有了充分的了解,才不至于闹笑话。

仪式是指为了表示尊重和友好,为着一定目的在一定场合举行的具有一定规范化程序的正式的礼节形式。仪式有很多种:外宾来访时,有迎宾仪式;签订合同时,有签字仪式;获奖时,有颁奖典礼;以及备受世人瞩目的奥运会、亚运会、世界杯、世博会的开幕式、闭幕式等等。仪式是表达礼貌、礼节的形式,是礼仪的重要组成部分。

中国是人类文明的发祥地之一,素来有“礼仪之邦”的美誉。在五千年的文明进程中,“礼”一直作为中华文明的重要组成部分,贯穿于中华民族文化的始终。早在春秋战国时期,“礼”就被写入了统治者的典章制度里,并随着儒家文化的兴起和发扬光大,渗透到社会生活的各个方面,深入人心。经过几千年中华文化的沉淀,“礼”不但没有没落,反倒集各家之长,在继承古代礼仪的基础上形成了现代礼仪。现代礼仪强调人格平等、社会平等,以尊重人作为自己的立足点与出发点,追求人际关系的和谐与顺利,成为评价现代社会的一个重要标准。

综上所述,礼仪是人们在日常生活和人际交往中的行为规范,是人们文化程度和道德修养的表现形式,是一个国家、社会文明程度的重要标志。礼仪是人际交往的通行证。

二、什么是酒店礼仪



图 1

在现代社会，酒店是向客人提供住宿、餐饮、购物、娱乐、健身、商务等诸多功能的综合性服务企业，宛如包罗万象的“城中之城”。一方面，酒店为客人提供各式各样的酒店设施，让客人得到某段时间的使用权；另一方面，酒店为客人提供丰富多彩的活动和周到的服务，使客人在入住酒店期间得到身体和心灵的双重享受。

与此同时，作为一个企业，酒店的最终目的必定是创造效益。酒店是一个劳动密集型企业，酒店为客人提供的产品——服务和种种形式的服务项目，许多都是靠手工来完成的，所以，产品（服务）的质量具有极大的不稳定性。并且由于酒店所特有的性质，酒店产品质量的检验要靠客人来评定。客人的满意程度，可以认为是酒店产品检验的最高标准、最终标准。因此，酒店要获得利益，就必须将酒店的产品（服务）销售出去，让客人了解并吸引他们使用酒店的产品。

但是酒店应如何将自己的产品（服务）销售出去呢？仅有非常好的对外宣传促销的方法就可以了吗？这显然是不够的。人们常说：“好事传千里”。良好的体外口碑推销，远比酒店自己的对外宣传促销好得多。客人来酒店下榻或消费，感受到酒店良好的产品（服务）质量，除了他们本人会产生下次

再来的欲望,而且还会向自己周围的亲朋好友、同事同行宣传;但如果客人第一次来就未能享受到酒店对外宣传里所说的“宾至如归”,一定会一有种上当受骗的感觉,不但不会介绍熟人来往,还很有可能就酒店的服务质量不好进行许多负面宣传。如此下去,酒店就会失掉原本的市场份额,也会失去酒店自己的市场竞争力。

虽然服务和销售都是酒店经营活动中的主要环节,但销售要以服务为基础和前提,并要靠良好的服务质量来保证。那么良好的服务质量来源于哪里呢?来源于我们的服务礼仪。只要酒店每个环节、每个岗位的员工都严格按照酒店的服务礼仪来规范自己的行为和服务,相信酒店良好的口碑是不难形成的。

综上所述,现代酒店服务礼仪是酒店员工为入住酒店的客人提供服务时,用以维护酒店形象和个人形象、对客人表示尊重和友好,并以此为酒店赢取利益的行为准则和规范。它是一般礼仪在酒店服务活动中的运用和体现,但又比一般人际交往的礼仪更加丰富和具体化。它不仅以对客人的尊重为基础,而且以提供优质的服务来体现这种尊重。

三、酒店服务礼仪的特点

前面我们讲到酒店服务礼仪是一般礼仪在服务活动中的运用和体现,是一般礼仪的具体化。所以,酒店服务礼仪除了具备一般礼仪的特性——时代性、限定性、可操作性、继承性以外,还具有自己独有的特点:

1. 特殊性

酒店服务礼仪的特殊性在于,酒店是为满足客人的价值需求服务的。而对于客人的价值需求,唯有优质的服务可以令其得到满足。所以,酒店服务礼仪这一标准的形成在于是否满足了客人的需求,客人对我们的服务是否满意。它不像其他行业礼仪一样,有着自己的评判标准。酒店服务礼仪的一切标准都在客人。

2. 灵活性

由于酒店的客流量大,客人往来频繁,客源广泛,而且我们都很容易受到环境或其他因素的影响,所以酒店服务礼仪还具有灵活性的特点。我们都知道,人都是很情绪化的,容易受周围环境的影响。很有可能早上某位客人

还笑呵呵地和你打了招呼，中午就气呼呼地跑来责问你为什么忘了更换他房间的床单。所以，作为酒店的工作人员，一定要掌握酒店服务礼仪灵活的特点，发挥自己的专业知识和沟通技巧，机动灵活地为客人提供服务。

3. 科学性

酒店服务礼仪的科学性是说酒店服务礼仪对于酒店员工的专业知识和专业技能有着严格的科学的规定，而且这些规定都是以让客人最满意、最舒适为标准制定出来的，例如客户房间的布置、餐厅的营业时间等等。酒店员工在为客人提供服务的时候，应严格遵守酒店的规定，为客人提供最周到、最热情、同时也是最科学的服务。

4. 发展性

酒店服务礼仪的发展性是指酒店服务礼仪需要创新。酒店服务礼仪并不是一成不变的，它需要我们在实践礼仪的过程中不断地运用我们所学的知识对日常工作出现问题的加以思考、根据客人的需求不断地创新，提供给客人满意加惊喜的服务。如别的酒店的客人常常要在询问是否提供礼品袋后等上好几分钟才能拿到由行李员前往相关部门领取的物品，而另一家酒店却为缩短客人等候时间，在大厅里设立小百宝箱（相当于五星酒店的 AYS 库），准备了火柴、针线包、礼品袋等常用物品，以便客人在需要时不用等得过久。如果你是客人，你会选择去哪家酒店呢？因此，只有不断创新，我们的服务才会越来越好，酒店的“回头客”才会越来越多，酒店才能在同行的竞争中立于不败之地。

四、酒店服务礼仪的重要作用

1. 酒店服务礼仪是做好酒店接待工作的前提和先决条件。

随着我国对外开放的进一步扩大，外事交往频繁，旅游事业迅猛发展，越来越多的人来华访问、洽谈经商、文化交流，酒店就成为他们首先接触的一个环节。用优质的服务做好接待工作，不但是为经济建设做了贡献，也为国家交出了一张漂亮的“名片”。

2. 酒店服务礼仪是避免矛盾和冲突的重要方式。

矛盾和冲突的产生往往是由于协议双方无法达成共识，而酒店服务礼仪就很好地避免了这一点。因为酒店服务礼仪要求酒店员工在实践酒店服务礼

仪的时候要以客人的标准为最高标准,这就形成了矛盾双方妥协的一方,在这种情况下,客人和酒店就更容易达成共识。所以,酒店服务礼仪能帮助酒店员工很好地避免与客人之间的冲突,化解矛盾。

3. 酒店服务礼仪是酒店,也是一个地区的形象。

现代酒店一般都选在经济较为发达、交通便利的市中心或是风景优美的旅游胜地,成为人们旅游休假的好去处,各种会议的举办场所以及国家领导人接见外国贵宾的接待地。因此,现代酒店已不再是已经传统观念里“吃饭的地方”了,很多时候,现代酒店都扮演着重要的角色,代表一个地区甚至是一个国家的形象。因此,酒店员工的服务也就成为外地游客或是外宾评判本地区的一个重要标准。所以,酒店服务礼仪关系到的不仅仅是酒店的“面子”问题,更是关系到一个地区甚至一个国家的形象。

4. 酒店服务礼仪是酒店最好的促销方式。

酒店服务礼仪是优质服务的体现,是客人对酒店的最高要求,是客人对酒店服务的内心期望。酒店员工在为客人提供服务时,若严格地按照酒店服务礼仪来规范自己的服务,就能达到客人对酒店服务的内心期望。一旦达到了客人的这种内心期望,毫无疑问,客人对酒店的服务就会很满意。而这种满意就会在客人与其他人交流的过程中体现出来,不经意地流露出对某家酒店的赞许之情;而这种不经意之间的情感流露会给客人的朋友留下深刻的印象,在不经意间客人就为酒店做了宣传。这种消费者之间满意度的宣传可以说是一种最好的产品促销方式了。

5. 酒店服务礼仪是酒店效益的有力保障。

服务是酒店的生命线,酒店的竞争就是服务的竞争,服务的优劣决定酒店经营的成败。酒店服务礼仪令酒店服务达到客人的内心期望,客人为酒店做免费的“口碑宣传”,也就是为酒店赢得了最广泛的客源和最忠诚的消费者。酒店的产品(服务)销售出去了,酒店的效益也就自然得以实现。因此,酒店服务礼仪是酒店效益的有力保障。

第二节 沟通技巧在酒店礼仪中的运用

要从理论上对沟通下一个定义是很困难的,也是没有必要的,所以我们在这里就将沟通简单地概括为:人与人之间的信息交流。

我们都知道人本身就是一种很复杂的高等生物，有感情又有思想，在与他人沟通的过程中，自然而然地就会夹杂着很多个人情感、个人情绪以及个人理解，所以在沟通的过程中就难免会出现这样或那样的误会，导致人际交往的不顺利。但是，即使是这样，我们还是能看到这样一些人，无论在哪里他们都受到大家的欢迎，不论在何种交际场合，他们都能游刃有余……也许私下我们都羡慕着这样的人，也不止一次地问自己“他”凭什么就能得到众人的“景仰”？如果要问我的话，我想答案只有一个，那就是他良好的沟通技巧。正是一些看似不起眼的“举手投足”，引领着他一步一步地走向成功。

酒店的经营过程也和人与人之间的交往一样，是一个沟通的过程，只不过不再是人与人之间的沟通，而是酒店与顾客之间的沟通，酒店员工与客人之间的沟通。与顾客沟通好了，客人就会心甘情愿地在酒店花钱消费；与客人的沟通出现了问题，不但会失去客源，酒店的声誉也会受到极大的损失，酒店就会有倒闭的可能。同时，酒店还是一个多个部门共同运作的庞大工程，离开了哪一个部门酒店就会出现这样那样的困难，无法正常运营下去。酒店的员工更是酒店不可或缺的一分子，是酒店的根本。所以，酒店的经营管理者在协调各部门工作以及对待员工时，更要作好沟通工作。只有沟通好了，上下一心了，酒店才能正常运转，才能发展壮大！

一、沟通概述

1. 沟通的过程

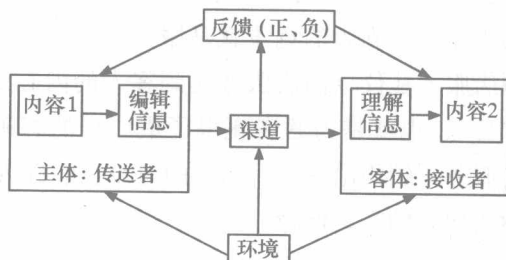


图2

上图描述了一个简单的沟通过程。沟通过程就是传送者将需要沟通的内

容通过选定的渠道传递给接收者的过程，它包括图中的七个要素。从图中我们也看出，传送者将信息传递出去了，并不意味着沟通的成功，只有当接收者真正正确地理解了我们所传递的信息，使得“内容1”和“内容2”完全吻合，也就是说编辑信息和理解信息完全“对称”，我们才能说这样的沟通是成功的。而这样的一个过程又是通过各种各样不同的途径来完成的。所以，作为信息的传送者，在编辑信息的过程中必须充分考虑到接收者的经验背景，注重内容的可读性和易懂性，并讲究方式方法。只有这样，才能保证传递的信息不会走样，确保“内容1”和“内容2”的完全吻合。

2. 沟通的类型

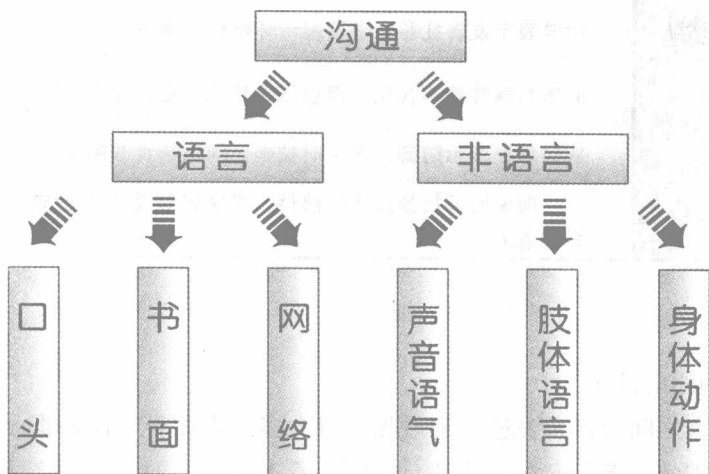


图3

前面我们说了，沟通是人与人之间的信息交流，是我们为了设定的目标，把信息、思想、情感在个人或群体之间传递，并达成协议的过程。协议达成的方式有很多种，按照沟通的形式，沟通可以是语言的，也可以是非语言的；可以是口头的、书面的，也可以是肢体的。

通过研究证明，在沟通中有55%的信息是通过非语言传递的。可见，沟通表面上看主要是嘴、耳的运用，事实上表情、姿态、声调等的作用却远远超过语言本身。有一次，意大利著名悲剧影星罗西应邀到别国参加一个迎宾