

旅游服务案例教学丛书

星级饭店餐饮服务

XINGJIFANDIANCANYINFUWU

AN LI XUAN XI

案例选析

程新造 编著

旅游教育出版社

旅游服务案例教学丛书

星级饭店餐饮服务 案例选析

程新造 编著

旅游教育出版社

· 北 京 ·

责任编辑:王立东

图书在版编目(CIP)数据

星级饭店餐饮服务案例选析/程新造编著. —北京:
旅游教育出版社, 2000. 11

ISBN 7-5637-0862-6

I. 星… II. 程… III. 饭店-商业服务-案例-研究
IV. F719.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2000)第 47152 号

旅游服务案例教学丛书
星级饭店餐饮服务案例选析
程新造 编著

出版单位	旅游教育出版社
地 址	北京市朝阳区定福庄南里 1 号
邮 编	100024
印刷单位	北京市京东印刷厂
经销单位	新华书店
开 本	850×1168 1/32
印 张	5.625
字 数	124 千字
版 次	2000 年 11 月第 1 版
印 次	2002 年 8 月第 2 次印刷
定 价	8.80 元

出版说明

旅游业的快速发展,使我国旅游教育的规模不断扩大。据国家旅游局统计,至1999年末,我国高等旅游院校及设旅游系(专业)的普通高校和旅游中等职业学校共有1187所,在校生达28万人。

旅游教育的这种发展形势,对旅游教材建设提出了更高的要求。为此,我社计划以旅游服务的实际工作为主要内容,围绕前厅、客房、餐饮、导游等一系列服务环节,陆续推出一套配合中等和高等旅游教学的案例教材。这套教材采用丛书形式,每本一个主题,以实用性为特点,力求释难解疑、深入浅出、生动可读。它不仅是一套配合院校教学的辅助教材,也适用于旅游从业人员的在岗培训,还能对旅游管理人员和服务人员的实际工作起到借鉴和帮助的作用。

我们正在迈入一个新世纪,在新世纪参与国际竞争的中国旅游业,应该重在提高服务质量和管理水平。希望这套丛书的出版,能为我国旅游服务水平的提高作出应有的贡献。

目 录

第一章 星级饭店餐饮服务概论	(1)
第一节 餐饮服务的种类	(1)
一、岗位服务	(1)
二、程序服务	(2)
三、环境服务	(2)
第二节 餐饮服务的特点	(2)
第三节 餐饮服务发展的趋势与措施	(4)
一、改变意识 提高素质	(4)
二、创新产品 突出特色	(4)
三、建立模式 提高质量	(5)
四、改善环境 突出文化	(5)
五、注重效果 积极推销	(6)
第二章 预订	(7)
第一节 预订方式简介	(7)
第二节 预订程序案例(案例 1~9)	(7)
第三节 预订程序分析	(21)
一、时间的规范	(21)
二、内容的规范	(22)
三、程序的规范	(22)
第三章 餐前准备	(24)
第一节 餐前准备的内容	(24)
一、环境布置	(24)
二、摆台	(24)

第二节 餐前准备案例(案例 10~15)	(25)
第三节 餐前准备程序分析	(33)
一、餐饮环境	(33)
二、餐饮设备用品	(34)
三、餐饮食品与酒水	(35)
四、餐饮人数	(35)
第四章 迎宾和领位	(36)
第一节 迎宾、领位的作用及服务内容	(36)
一、迎宾	(36)
二、领位	(36)
第二节 迎宾和领位案例(案例 16~21)	(37)
第三节 迎宾和领位程序分析	(46)
一、礼貌服务	(46)
二、友好服务	(47)
三、超值服务	(48)
第五章 点酒和点菜	(50)
第一节 点酒和点菜简介	(50)
一、基本程序	(50)
二、基本要求	(50)
三、服务方法	(51)
第二节 点酒和点菜案例(案例 22~30)	(52)
第三节 点酒和点菜程序分析	(65)
一、服务知识	(65)
二、服务能力	(66)
三、服务方法	(67)
第六章 制作和加工	(68)
第一节 制作和加工简介	(68)
一、可见性服务	(68)
二、不可见性服务	(69)

三、协助性服务	(69)
第二节 制作和加工案例(案例 31~34)	(70)
第三节 制作和加工程序分析	(76)
一、技术要求	(76)
二、质量要求	(77)
三、服务要求	(78)
第七章 供餐和餐间服务	(79)
第一节 供餐和餐间服务简介	(79)
一、程序简介	(79)
二、基本要求	(79)
第二节 供餐和餐间服务案例(案例 35~55)	(81)
第三节 供餐和餐间服务程序分析	(113)
一、心理素质对程序的作用	(113)
二、服务技能对程序的作用	(114)
三、处事能力对程序的作用	(115)
第八章 结账	(116)
第一节 结账简介	(116)
一、结账的种类	(116)
二、结账的程序	(116)
三、结账的要求	(117)
第二节 结账案例(案例 56~60)	(118)
第三节 结账程序分析	(125)
一、结账服务的一贯性	(125)
二、结账服务的技术性	(126)
三、结账服务的综合性	(126)
第九章 送客和翻台	(128)
第一节 送客和翻台简介	(128)
一、送客	(128)
二、翻台	(129)

第二节 送客和翻台案例(案例 61~64)	(129)
第三节 送客和翻台程序分析	(135)
一、送客程序	(135)
二、翻台程序	(135)
第十章 推销	(137)
第一节 推销简介	(137)
一、餐饮产品推销的类型	(137)
二、推销的基本要求	(138)
第二节 推销案例(案例 65~69)	(139)
第三节 推销程序分析	(146)
一、推销中的问题	(146)
二、推销中的策略	(147)
第十一章 突发事件	(150)
第一节 突发事件简介	(150)
第二节 突发事件案例(案例 70~78)	(150)
第三节 突发事件分析	(166)
一、突发事件的防范	(166)
二、突发事件的处理	(167)

第一章 星级饭店餐饮服务概论

星级饭店的餐饮服务是饭店整体服务的重要组成部分。餐饮水平的高低,餐饮服务形式的多寡优劣,往往影响到饭店的声誉,关系到饭店产品的整体质量。因此,发现餐饮服务中出现的问题,找到解决问题的对策,提高饭店的餐饮产品质量,规范餐饮服务的程序,顺应餐饮服务的发展潮流,是赢取市场份额,兴旺饭店餐饮事业的关键。

第一节 餐饮服务的种类

星级饭店的餐饮规模与服务形式直接体现出其接待能力和等级标准。当你步入宾馆时,可找到舒适的咖啡厅、豪华的餐厅和悠闲的酒吧,这些餐饮部门可为宾客提供形式多样、品种齐全的餐饮服务。

餐饮服务种类可从功能和市场需求的不同角度,划分为岗位服务、程序服务和环境服务等类型。

一、岗位服务

岗位服务主要强调领班、预订员、领位员、服务员、厨师、调酒员、出纳员等不同岗位中的职能服务,其中包括各工种的岗位职责和技能技巧。这种服务类型因职业功能的不同,可进一步分为前台服务和后台服务。如领班、领位员、服务员等直接接触宾客,面对客人服务,属于前台服务;而厨师、调酒员等生产餐饮实物产品的岗位,除了为宾客当面表演切片烤鸭和调制鸡尾酒之外,很少与宾客

见面,属于后台服务。前台服务需要语言、表情、动作、心理、环境等多种综合因素所组成的表现形式来体现,后台服务则将烹饪加工的技巧艺术化地体现在餐饮实物产品当中。相比较而言,前台服务要直接面对顾客的审视与监督,因此代表餐饮岗位服务水平的成分显得多一些。

二、程序服务

程序服务主要是从饭店餐饮工作实际程序出发来划分的。如预订、摆台、领位、点酒点菜、生产加工、进餐服务、结账、撤台等。由于程序服务直接牵涉到餐饮文化背景,反映出宾客的需求和口味,集中了餐饮服务的各种特点,比较结合实际,因此,从餐饮程序服务的实例中分析和总结一些常见的问题,对于完善服务程序,提炼心理服务等高级的服务方法,具有重要的意义。

三、环境服务

环境服务是指饭店餐饮的客观条件。如优雅的气氛、优质的设备以及卫生、安全等均属于环境服务的范畴。良好的环境可增加餐饮服务的信誉,提高服务的质量;而差劣的环境则会降低餐饮产品的等级。因此,环境服务也是星级饭店餐饮服务中的重要组成部分。

第二节 餐饮服务的特点

星级饭店是高消费的场所,又是旅游者进行吃、住、行、游、购、娱等活动的基地,因此,星级饭店的餐饮服务除了具有经济性、文化性、社会性等饭店服务的共性特征之外,还具有高消费和综合性的基本特点。

高消费特点的延伸意义是,星级饭店的服务水平要高,服务程序要规范,餐饮实物产品要有质量,餐饮环境要高档。这些因素均

包含在星级饭店的餐饮产品之中,从而体现出不同的等级。例如,我国三星级以上饭店的餐厅服务员要求能用外语为宾客点菜和服务,而二星级饭店的餐厅则不必如此;三星级以上饭店设有客房送餐服务,而二星级以下的饭店则没有客房送餐服务。由此可见,高消费概念包含着星级饭店的餐饮服务比一般饭店或餐馆更高一层的含义。这里所说的服务水平包括服务人员的礼节、礼貌、仪表、仪容、态度等内容;服务程序的规范表现为各个程序乃至各种动作的合理与标准;餐饮实物产品的质量不仅体现在星级饭店菜肴的色、香、味、形、器均要有高品位的艺术特征,而且要求其厨师的技艺、设备设施、餐具用品和风味特色也强于一般的餐馆;高档的餐饮环境则往往体现在豪华和方便之中。

综合性的特征主要表现在,星级饭店的服务项目和形式要多样化、规模化,不断创新,要能满足不同客人的需求,突出方便和实用的特点。星级饭店的餐饮部门既有咖啡厅、酒吧、零点餐厅、风味餐厅等满足个人和家庭的服务设施,又有组织宴会、团队用餐、会议用餐的宴会厅和多功能厅等大型餐饮活动的服务设施,要充分利用这些设施开展餐饮服务活动,搞活经营,扩大影响。在服务方式上要体现“超值”服务的特点,在时间、价格、方便、尊重等方面满足宾客;在服务项目上广开渠道,标新立异,开展各种宴会、自助餐、风味餐、美食节等丰富多彩的餐饮服务活动,给饭店的经营带来活力。

从服务功能的视角上看,规范化和标准化始终是餐饮服务的程序特征。标准和规范的目的是从精神上和物质上满足宾客的需求。服务过程中要体现出及时服务、针对服务和心理服务。及时服务指在服务时间上减少宾客的等候,不断提高服务效率;针对服务强调对不同的顾客要灵活服务,不能采用千篇一律的方式;心理服务包括个性服务和无干扰服务等创新形式,目的是在了解宾客心理需求的前提下,通过体现科学与新颖的服务方式去满足宾客的精神需求,如在推销服务中主动帮助宾客点高级菜肴,在宾客无意

点高档酒水时不去干扰客人等。心理服务属于餐饮服务的高级形式,要求餐饮服务人员自身具有较高的服务素质与能力。

星级饭店的餐饮服务是餐饮产品的重要组成部分,因此还具有销售服务的主导性、价值和使用价值,产品的无形性,服务的时效性、差异性,生产和服务的同一性,服务对饭店等级、硬件和软件的依赖性,服务技能和程序的复杂性等多元化的特征。

上述特征表明,餐饮服务并不是一个简单的操作过程,而是服务人员凭借饭店的设备设施、环境和气氛,通过优质服务,向宾客提供服务和实物产品,从而满足宾客精神和物质需求的复杂过程。

第三节 餐饮服务发展的趋势与措施

星级饭店的餐饮产品比社会上的餐饮产品在价格上并不占有优势,在当今餐饮市场竞争日趋激烈的情况下,发挥自身的硬件和软件优势,创新产品特色,争夺有限的市场份额,是现代星级饭店餐饮服务的发展趋势。

一、改变意识 提高素质

以往,星级饭店的餐饮服务被认为主要是面对住店宾客,如今,这种意识已被面向社会服务的意识所代替。由于餐饮业的市场竞争日趋激烈,星级饭店一定要适应形势,充分利用自己设施齐全、供餐条件优越、烹饪技术强的优势,提高服务人员的素质,加强竞争意识,使星级饭店的餐饮服务在社会上的影响日益扩大。

二、创新产品 突出特色

产品特色是吸引宾客、保证市场的关键。很多星级饭店在保持团队套餐、零点餐、客房送餐、夜间供餐、中西自助餐、高档风味餐、宴会餐等基本产品的同时,还针对市场的需求推出创新菜、改良菜、特色菜等产品。在制作方法上,采用中菜西做、西菜中用的方

法,中西结合,博采众长,赢得了宾客的青睐。

三、建立模式 提高质量

提高星级饭店餐饮服务质量的关键在于建立健全符合餐饮服务发展规律的服务模式。在服务中重点抓好服务形象、服务效率、服务规范、服务心理、服务文化等与服务质量关系密切的关键环节,注意餐饮服务无形性、一次性、差异性、生产与销售同时性等服务特点,明确服务质量在餐饮服务中的重要意义,在服务中更加自主、灵活、机动地满足宾客的特别需求,体现个性化服务的特点,以达到更新更好的标准化要求。个性化服务实际上是一种带有创造性和灵活性的超价值服务,即服务员对客人特别需求的预知、超前服务、特别尊重、特别照顾等超出规范服务程序要求的高级服务形式。它往往给客人以出乎意料的满足和愉快,达到服务的最佳效果,因此是不断提高服务质量的一种新型发展形式。

四、改善环境 突出文化

星级饭店的餐饮环境是与其风格、特点、等级成正比发展的。餐厅的环境设计一定要突出文化内涵,为宾客创造在星级饭店进餐的良好感觉。如中餐厅的布置可采用中国传统的宫灯、仿古家具、盆栽植物和盆景,女服务员的服饰可用漂亮的旗袍,餐具采用精美的仿古瓷器,配以别致的屏风、高雅的书画,结合室外中国式庭园景色,把宾客带入一种幽雅舒适的中国传统文化氛围之中,使其呼吸到中国餐饮文化的浓郁气息。

餐饮产品本身也具有丰富的文化内涵。菜品的起源、制作、风味中均有值得关注的文化价值,这些都需要服务人员向宾客做必要的介绍,如果餐厅的服务员能像导游员或讲解员那样为宾客就餐饮产品进行一番颇有情趣的介绍,将会增加菜品的文化价值,使客人在物质和精神上均得到满足。

五、注重效果 积极推销

星级饭店餐饮服务的目的是获得令人满意的社会效益和经济效益,因此,产品推销和促销活动就成为每一个餐饮服务员的本职工作。在推销时,一定要注意效果,对不同的服务对象采取相应的推销策略,绝不能不顾宾客的反应而口若悬河地生硬推销,这样往往适得其反。推销策略要根据宾客的要求、消费水平、兴趣等具体情况而定,要适时地向宾客推荐饭店的特色菜肴、厨师推荐菜肴、招牌名菜、名点、名煲、靓汤等与众不同的菜肴,以突出饭店餐饮特色,提高饭店餐饮的品位。

星级饭店餐饮服务的发展趋势说明,竞争意识、产品创新、服务质量、文化内涵、营销思维等现代文化所特有的因素,已经进入餐饮服务的全过程之中,如果缺少这些思想和意识的控制,星级饭店的餐饮服务将会因循守旧,落后于形势的发展。因此,分析实际服务程序中的问题,找到原因,得到启发,提出解决问题的对策,进而完善餐饮服务的程序,创新和发展服务的标准和规范,对星级饭店的餐饮工作具有十分重要的意义。

第二章 预 订

第一节 预订方式简介

预订业务是很多星级饭店的餐厅、宴会厅等开展团队或大型餐饮活动的必要程序。预订的方式可分为来店预订、通讯预订、指令性预订、上门预订和委托预订等多种。来店预订是宾客亲自来店面洽,交纳订金;通讯预订是客人通过信函、电传、电话等通讯设施来进行预订;指令性预订主要指政府部门的会议用餐和宴会等;上门预订是指饭店亲自到有关单位开展业务、开拓市场的积极方式;委托预订即宾客委托饭店员工和他人向饭店预订餐饮。

预订的内容一般包括用餐标准、菜单与酒单的确定、服务规格、服务项目、用餐时间等。饭店在确认预订后,将向有关餐厅和宴会厅下达通知单。

由于预订程序有利于把握客人的数量和姓名,有利于保证服务工作的效率和质量,因此是星级饭店餐饮服务必不可少的服务程序。一些餐位周转率高的餐厅则不必采用预订程序。

第二节 预订程序案例

【案例 1】

北京某机场附近的饭店接到一个旅行社的晚餐预订,预订时间是晚 7:30。由于飞机晚点,直到深夜导游员才接到客人。在候机

期间导游员曾多次给饭店打电话,要求餐厅务必留餐,头两次饭店餐厅答复将尽量等候,晚9点以后则无人接电话。导游员在接到旅游团后怀着忐忑不安的心情急奔饭店。到饭店后餐厅早已关闭,厨师都已下班,食品也已收藏入库。等在大厅的客人知道这种情况大为不满,将飞机延误带来的恼怒都向导游员发泄。导游员请客人先在大厅休息,并告诉客人一定让他们在最短的时间内吃上饭。导游员找到值班经理,质问他餐厅为什么不等候已预订的宾客。经理回答,餐厅预订由少数几个预订员负责,晚餐用餐时间也只到9点,超过预订时间过久,很可能已被视为预订自动取消。导游员要求经理联系订餐员查看一下订餐单,并将订餐的旅游团编号交给了经理。经理在联系查实后答复,此预订因超时过久已经取消,但可以与咖啡厅联系尽量解决。经过接洽商榷,双方同意该团30余人在咖啡厅用餐,并破例为客人准备了面条等餐食,餐费按原定标准计价。值班经理又说,咖啡厅一般只解决本店宾客用餐,团队用餐也需事先预订。

由于宾客旅途比较劳累,对可口的热汤面和食品都很满意,特别是在餐厅得到了休息,用餐后大家十分高兴,把刚才的恼怒都丢到了九霄云外。在去住地的路上,大家对此顿“夜宵”赞不绝口。

[评析]

在饭店用餐需事先预订,预订时应将时间、餐费标准、是否改餐等因素都考虑进去。此例中出现了导游员多次让饭店留餐,但饭店餐厅并没有留餐的现象。为避免这种现象出现,饭店应做到:

1. 告诫订餐单位应尽量遵守时间。如遇特殊情况需改时改餐,一定要提前与饭店商量,给饭店留出时间,请饭店协助更改。此例中,导游员如通过旅行社值班内勤与饭店联系更改用餐时间和地点,可能会顺利得多。

2. 饭店餐厅在与预订单位确定更改时间或客人一定来的情况下,应尽量等候,即使在无法继续等候时,也应将任务妥善移交给

其他餐饮部门,以保证接待质量。此例中,如餐厅事先将该旅游团的晚餐安排在咖啡厅,则不会出现宾客着急和等候的现象。

3. 遇到无预订和预订过时的宾客时应尽量接待,这样做有时虽然会与饭店服务的常规制度或程序标准发生矛盾,但在特殊情况下的服务也应是饭店的责任,所以超常服务和有针对性的个性服务就十分必要。本例中除了值班经理认为的“咖啡厅一般只解决本店宾客用餐”的语句外,饭店还是做到了超常服务。

【案例 2】

新加坡文华酒店的预订员接到某房地产开发公司业务部经理黄先生的宴会预订。黄先生讲,因业务需要,两个月后公司要宴请一批香港客户,因此在当地著名的文华酒店预订 20 人的宴会。预订员告诉黄先生,预订宴会除了要确定主要客人名单、时间、费用标准外,还需交纳 25% 的订金,最低不能少于 300 新元;客户若在两个月以前取消宴会不扣订金,否则订金不予退还。黄先生看到宴会时间、规格和费用标准都符合公司的要求,就和酒店签订了合同,交付了 600 新元的订金。酒店预订员对此做了登记。

此后,酒店又接到该公司另一位先生取消预订的电话。原来黄先生在预订后不久接到电传,告之此批客户取消了来新的行程,由于业务繁忙,黄先生忘记通知文华酒店取消宴会预订。以后黄先生与开发部经理一同到香港与这批客户联系,在对方宴请他们时,黄先生突然记起曾为对方在新加坡文华酒店预订过宴会,急忙通知公司同事取消预订,此时,离预订时间还有两星期。酒店讲,由于超过了取消期,订金不退还,希望预订方以其他的宴会取代,以免造成双方不必要的损失。宴会的费用和规模双方还可以进一步商量。

在酒店善意的建议下,黄先生决定将其他的业务宴请改在文华酒店举行,便再次与文华酒店联系恢复了原预订。酒店感谢黄先生对他们的信任,并在价格上作出了一定的让步。