

国家中等职业教育改革发展示范学校建设系列成果

GUOJIA ZHONGDENG ZHUYE JIAOYU GAIGE FAZHAN SHIFAN XUEXIAO JIANSHE XILIE CHENGGUO



# 前厅服务与管理

QIANTING FUWU YU GUANLI

主 编 / 李家铭 兰江艳 副主编 / 彭丽丽



重庆大学出版社

<http://www.cqup.com.cn>

图书在版编目（CIP）数据

前厅服务与管理/李家铭，兰江艳主编. —重庆：  
重庆大学出版社，2015.8  
ISBN 978-7-5624-9432-4

I. ①前… II. ①李… ②兰… III. ①饭店—商业服  
务②饭店—商业管理 IV. ①F719.2

中国版本图书馆CIP数据核字（2015）第199684号

前厅服务与管理

主 编 李家铭 兰江艳

副主编 彭丽丽

策划编辑：陈一柳 章 可

责任编辑：杨 敬 版式设计：胡本万

责任校对：关德强 责任印制：赵 晟

\*

重庆大学出版社出版发行

出版人：邓晓益

社址：重庆市沙坪坝区大学城西路21号

邮编：401331

电话：（023）88617190 88617185（中小学）

传真：（023）88617186 88617166

网址：<http://www.cqup.com.cn>

邮箱：[fxk@cqup.com.cn](mailto:fxk@cqup.com.cn)（营销中心）

全国新华书店经销

POD：重庆书源排校有限公司

\*

开本：787×1092 1/16 印张：5.75 字数：129千

2015年8月第1版 2015年8月第1次印刷

ISBN 978-7-5624-9432-4 定价：12.00元

本书如有印刷、装订等质量问题，本社负责调换

---

版权所有，请勿擅自翻印和用本书  
制作各类出版物及配套用书，违者必究



根据《国务院关于加快发展现代职业教育的决定》和各产业、行业规划及教育部《现代职业教育体系建设规划（2014—2020）》的精神，中等职业学校要坚持科学发展观，以服务为宗旨，以就业为导向，以学生为中心，面向市场、面向社会、面向未来；根据经济结构转型升级和就业市场的需要，调整专业结构，加快发展新兴产业和现代服务业的相关专业，改革职业教育课程模式、结构和内容，开发新的课程和教材。为了适应当今职业教育发展的要求，为了更好地提升专业内涵建设，为了配合我校专业课程体系的改革，在共同听取学校领导以及在北京金百万餐饮管理有限责任公司黄胜利经理的意见和建议后，编写了本教材，力求让教材更贴近教学实际。

本书结合酒店前厅服务与管理工作的实际，由认识前厅部、预订服务、礼宾服务、前台接待服务、前厅问讯、商务及总机服务、客户关系维护、安全保障八大项目组成。从完成工作项目的角度出发，综合了从事岗位操作必须掌握的知识、技能、态度，设置了教学效果检查与评估项目，制订了每个项目的学习目标和能力目标。每个项目分别以任务的形式提出要求，并提供现场模拟情景和知识链接，最后通过学生、教师和自我评价来衡量学习的收获。形式新颖，实用性强。

本书有以下3个特点。

1. 针对性。针对高星级酒店运营与专业的培养目标和实际需要，强调理论联系实际，在实践中着重培养学生的技术应用能力和创新能力。

2. 实用性。本教材在内容安排上，结合酒店业前厅服务与管理实际，具有很强的可操作性，而且内容翔实、要点突出。

3. 先进性。《前厅服务与管理》在编写过程中吸收了大量的国内外酒店前厅服务与管理的先进经验，加入了酒店业实践和研究的新成果，具有鲜明的时代特色和前瞻性，符合现代职业教育的需求。

本书由贵州省财政学校李家铭、兰江艳教师担任主编，彭丽丽教师担任副主编，杨



媛、李涛教师参与编写工作。本书以酒店前厅对客服务的工作过程为依据，从认识前厅开始，客人通过预订接触酒店前厅的第一个部门。抵达酒店有礼宾部的迎接，到前台办理入住登记手续，入住期间有前台、总机等部门提供服务，之后结账离店。以客户关系的维护作为主线来整合、序化教学内容，既遵循学生职业能力培养的基本规律，又符合企业的岗位要求。

本书既可以作为中等职业教育的教材，也可以作为前厅服务从业人员的培训用书。不足之处，敬请广大读者指正。

编者

2015年8月



# 目 录

## contents

<b>项目 1 认识前厅部</b> .....	<b>1</b>
任务 1 前厅部的地位与作用 .....	1
任务 2 掌握前厅部的组织机构 .....	7
<b>项目 2 预订服务</b> .....	<b>13</b>
任务 1 认识预订服务 .....	13
任务 2 电话预订 .....	24
任务 3 书面预订服务 .....	27
任务 4 了解其他预订形式 .....	30
<b>项目 3 礼宾服务</b> .....	<b>34</b>
任务 1 门童的迎送服务 .....	34
任务 2 行李服务 .....	38
任务 3 “金钥匙”服务 .....	43
<b>项目 4 前台接待服务</b> .....	<b>49</b>
任务 1 认识接待服务 .....	49
任务 2 散客、团队客人入住办理 .....	53
任务 3 换房、续住、延迟退房服务 .....	57
<b>项目 5 前厅问讯、商务及总机服务</b> .....	<b>60</b>
任务 1 问讯服务 .....	60
任务 2 商务服务 .....	64
任务 3 总机服务 .....	67



# 目 录

## contents

<b>项目 6 客户关系维护</b> .....	<b>71</b>
任务 1 VIP 接待服务 .....	71
任务 2 处理客人投诉 .....	74
<b>项目 7 安全保障</b> .....	<b>78</b>
任务 1 服务安全 .....	78
任务 2 消防安全 .....	81

# 项目1 认识前厅部

前厅部(Front Office)是酒店的重要职能部门之一,它负责组织和管理其分支机构,如礼宾部、预订部、前台、总机、商务中心等。前厅又被称为酒店大堂,是客人到达或离开酒店时必经的重要服务场所。

在现代化酒店企业中,前厅部担负着至关重要的作用。它主要负责向客人提供预订、入住接待、行李、分房、换房、退房、电话接打、留言、问讯、商务办公等服务。同时,还负责与其他职能部门进行协调与沟通,并提供必要的信息和资料的工作。可以看出,前厅部的工作与服务贯穿于客人入住酒店的始终。



## 任务1 前厅部的地位与作用

### [任务描述]

前厅部是用来招待并接待客人,推销客房及餐饮等服务,同时为客人提供各种综合服务的部门。

前厅部在酒店中的地位与作用是与它所担负的任务相联系的,它虽不是酒店的主要营业部门,但它对酒店市场形象、服务质量乃至管理水平和经济效益均有至关重要的影响。

### [知识目标]

能了解前厅部的地位、作用与任务。

## [能力目标]

具备掌握前厅部各职能的能力。



### 1.1.1 前厅部的地位作用

#### 1) 酒店的“门面”

前厅部是最先向客人提供服务的部门。在未到店前,客人就已经通过预订服务对酒店产生了一定的印象。到达酒店后,前厅是客人接触的第一个营业场所。客人对酒店印象的好坏在很大程度上会受到第一印象的影响。也就是说,前厅是酒店的“门面”。客人首先会通过前厅硬件设施、设备质量、豪华程度以及整体氛围来判断酒店的规模、档次和服务质量的高低。同时,前厅部员工的精神面貌、气质、服务态度、服务技巧、办事效率等也代表着酒店形象。从心理学角度出发,第一印象非常重要,客人总是带着第一印象来评价一个酒店的服务质量。如果第一印象好,客人住宿期间遇到的一些不如意也会淡化;但如果前厅带给客人的印象欠佳,那么无论入住后提供的服务多么好,客人也有可能带着不悦的心情对服务百般挑剔。

#### 2) 酒店的“神经中枢”

酒店对客服务的过程包括入住前、入住过程和入住后3个阶段。前厅部的服务在这3个阶段中贯穿始终,且在其中起着积极协调各部门之间工作的作用。首先,从预订环节至客人结账离店,前厅部工作人员就开始记录和存档各类信息、数据,为不同部门做好前期工作准备或为后期资料分析提供真实有效的依据。其次,酒店提供给客人的是包括吃、住、购、娱等多方面的综合性服务产品,这一产品的生产需要酒店各职能部门相互协调,共同努力完成。前厅部作为直接对客服务的职能部门,在整体工作中起着重要的联系和沟通作用。例如,客人无论对哪个部门的服务产生不满,首先要想到的投诉处理部门就是前台或大堂副理,前台应立刻协调相应部门进行调整或改进;再如团队、会议、VIP等接待需求,都由前厅部受理并及时通知各相关部门做好接待准备工作。

### 3) 酒店的主要创收场所之一

客房是酒店的主要产品,酒店的前厅部通过抓住预订、前台接待等服务时机直接进行对客销售。同时,前厅部还会通过各种途径向客人推销酒店的娱乐、商务等类型的产品。这些推销工作不仅体现在酒店经济效益的增加上,同时也将酒店和其产品的形象推广到宾客心目中,会直接影响酒店客人的品牌忠诚度和品牌推介度。

### 4) 决策依据的提供者

前厅部是酒店的信息中心。通过收集、整理和存档,积累大量资料,然后加以分析,传递给相关部门。这些信息是酒店在市场定位、产品定位、营销策略等方面作出科学决策的依据。

## 1.1.2 前厅部的工作任务



前厅部的工作总体来说包括两点:一是推销酒店的综合性服务产品,获得利润;二是提供各项优质服务,提高顾客满意度,最终实现酒店的经济效益和社会效益。前厅部的具体工作任务如下:

- ①接受预订:客人到酒店入住前,可采用传真、电话等方式预订房间。
- ②礼宾服务:机场接送服务、咨询服务、行李服务、委托代办等。
- ③入住登记服务:团队、会议、散客换房、延期住房、留言、转交服务等。
- ④房态控制:通过房态显示架或计算机系统正确显示或变更客房状态,以提高排房、定价的效率和受理预订的决策力,同时提供客房销售情况的分析依据。
- ⑤财务管理:客人进店入账、离店挂账、结账等。
- ⑥信息管理:包括各类数据的收集、加工和传递等工作,并通过此项工作向有关管理和决策部门提供相关材料。
- ⑦客房销售:虽然销售部主要负责酒店各项产品的营销工作,但前厅预订和前台接待同时也担负着推销客房等产品的重任。

## [知识窗]

酒店常见房态表

序号	中文	英文	缩写
1	住客房	Occupied Room	OCC
2	可售空间	Vacant and Available for Sale Room	VAC
3	脏的空房	Vacant and Dirty	VD
4	离店房	Cheak-out Room	C/O
5	待修房	Out-of-Service	OOS
6	维修房	Out-of-Order	OOO
7	携少量行李房间	Occupied-with-Light Luggage	O/L
8	双锁房	Double Blocked Room	D/B

## 1.1.3 工作中注重细节服务

①凡是让宾客感动的,服务人员注重并提供了的服务都叫细节服务。在服务行业中,想要让宾客认可我们的服务并做到优质服务,是我们最容易忽略的,就是细节服务。

②其实,宾客的具体需求从表面上看来,虽然形形色色、不一而足,要求似乎也很高,但细究起来,其实也很简单:一个温馨的笑容,或是一声亲切的问候,一个关切的动作,一番诚恳的道歉……这些往往会胜过美丽的许诺千百倍。

③出门在外,有许多宾客(特别是回头客)并不很在乎酒店富丽堂皇的装修和墙上贴着怎样动人的词句,宾客在乎的是我们如何对待他,我们的服务是否受他欢迎,甚至使他感动。从提高亲和力的角度来说,有时哪怕是嘘寒问暖的几句客套话,都会充分地体现出服务的巨大魅力!

④酒店管理千头万绪,做好小事,才能成就大事。服务质量的高低往往取决于对某些细节的处理,只有将服务的细节做到位,客人才能感觉到服务的存在,酒店才能实现体验营销。在事无巨细的管理中,细微之处才能显示出管理的水平。只有将一般人不注意的小事做好,才能将自己的酒店与其他酒店区别开,因为所有的酒店都大同小异。

⑤细节服务应以人为本。“宾客是上帝”不能只停留在口号上,尊重并满足他们是最基本的要求。宾客需要甜美的笑容、周到的服务、对人格的尊重。微笑服务、文明服务、诚信服务等都体现了对人的尊重。不仅要关注宾客,还要真诚地关心宾客,唯有如此,才能赢得宾客。

⑥细节服务须全程关注。服务没有句号,细节体现在服务的整个过程之中,正如没有“点”就没有“线”一样。做好细节服务,就是从小事做起,就是对“简单”的重复,并持之以恒。

⑦紧紧抓住“细节”,充分展现服务的魅力,一定能增强酒店的竞争力。细节就是那些琐碎、繁杂、细小的事,因为我们日常大量的工作就是这些琐碎、繁杂、细小事的重复。

⑧从观察中得到信息、从细节中完善服务、管理是由细节组成的,细节是酒店管理水平的

体现。细节出口碑、细节出真情、细节出效益，小事成就大事、细节成就完美。

⑨酒店的成功取决于细节的积累，这种积累是日常的工作程序、服务规程、服务标准的体现，尤其是对个例的解决。成功与失败之间是由细节相连接的，做好了才能走向成功，否则就会因小失大，由小错导致大错而失败。

⑩细节是一种习惯，是一种积累，也是一种眼光、一种智慧。只有保持这样的工作标准，才能注意到问题的细节，才能使工作达到预期目标。

#### 1.1.4 服务员应戒的4种忌语

##### 1) 不尊重的语言

①对老年的服务对象讲话时，绝对不宜说“老家伙”“老东西”“老废物”“老没用”。

②跟病人交谈时，尽量不要提“病鬼”“病号”“病秧子”一类的话语。没有什么特殊的原因，也不要提什么身体好还是不好。

③面对残疾人时，切忌使用“残废”一词。一些不尊重残疾人的提法，诸如“傻子”“呆子”“侏儒”“瞎子”“聋子”“麻子”“瘸子”“拐子”之类，更是不宜使用。

④接触身材不甚理想的人士时，尤其是对方对自己最不喜欢的地方，例如体胖之人的“肥”，个低之人的“矮”，都不应当直言不讳。

##### 2) 不友好的语言

在任何情况之下，都绝对不允许服务人员和服务对象采用不够友善，甚至满怀敌意的语言。例如，客人要求服务人员为其提供服务时，服务人员以鄙视前者的语气询问：“你买得起吗？”“这是你这号人用的东西吗？”这类不友好的语言。

##### 3) 不耐烦的语言

服务人员在工作岗位上要做好本职工作，提高自己的服务质量，就要在接待服务对象时表现出应有的热情与足够的耐心。不论自己的初衷是什么，也不允许给对方答以“我也不知道”“从未听说过”之类的话语。

##### 4) 不客气的言语

服务人员在工作之中，有不少客气话是一定要说的，而不客气的则坚决不能说。例如，在需要服务对象交零钱，或没有零钱可找时，直截了当地要对方“拿零钱来”，或告知对方“没有零钱找”，都极不适当。

#### 1.1.5 服务人员服务忌语举例

在服务中，严禁使用下列语言：

①喂！

②老头儿。

- ③土老冒儿。
- ④你吃饱了撑的呀!
- ⑤谁让你不看着点儿。
- ⑥问别人去!
- ⑦听见没有,长耳朵干什么用的。
- ⑧我就这态度!
- ⑨有能耐你告去,随便告哪儿都不怕。
- ⑩有完没完。
- ⑪到底要不要,想好了没有。
- ⑫喊什么,等会儿!
- ⑬没看我正忙着吗,着什么急。
- ⑭我解决不了,愿意找谁就找谁去!
- ⑮不知道。
- ⑯刚才和你说过了,怎么还问?
- ⑰有意见,找经理去。
- ⑱到点了,你快点儿。
- ⑲价签上都写着呢(墙上贴着呢),你不会自己看呀。
- ⑳你问我,我问谁。
- ㉑没上班呢,等会儿再说。
- ㉒干什么呢,快点。
- ㉓我不管,少问我。
- ㉔不是告诉你了吗,怎么还不明白。
- ㉕现在才说,早干什么来着。
- ㉖越忙越添乱,真烦人。
- ㉗怎么不提前做好。
- ㉘我有什么办法,又不是我让它坏的。

### 1.1.6 服务员与客人沟通的“八忌”

#### 1) 忌抢

忌抢就是忌在谈话时,突然打断客人的讲话或抢过别人的话题去随心所欲发挥,扰乱对方说话的思路,粗鲁地“剥夺”他人说话的机会。

#### 2) 忌散

忌散就是忌说话内容庞杂,重心不明,主旨不清,语句散而乱,使客人有“你不说我还清楚,

你越说我越糊涂”的感觉。

### 3) 忌泛

忌泛就是忌讲话泛泛而谈,没有中心,使客人不得要领,无所适从;看似健谈,但废话连篇,浪费客人时间,给人以哗众取宠之嫌。

### 4) 忌急

忌急就是忌说话连珠炮似的,使客人应接不暇;发问过急过密,使客人穷于应付;使用步步紧迫的口吻,同样使人难以接受。

### 5) 忌空

忌空就是忌只唱高调,没有实际内容,把服务宗旨挂在嘴上,但没有行动表现,就会成为“说话的巨人,行动的矮子”。

### 6) 忌横

忌横就是忌在谈话中,突出自我,个人意见第一,轻率地下结论,丝毫不尊重客人的意见;当客人对某些话题谈兴正浓时,却武断地把话题转移到自己感兴趣的方面去。

### 7) 忌虚

忌虚就是忌说话故弄玄虚,云山雾罩,让对方迷惑不解;说话虚情假意,缺乏真诚,使客人感到服务人员根本不想为其解决困难助一臂之力。

### 8) 忌滑

忌滑就是忌说话躲躲闪闪,回避矛盾,避重就轻,敷衍塞责;用语油腔滑调,低级庸俗。

## [任务作业]

请结合酒店前厅部的具体工作任务,分析前厅部所扮演的4个重要角色。

## 任务2 掌握前厅部的组织机构

### [任务描述]

不同规模、等级的酒店,前厅部的组织机构具体设置不尽相同。对于一般酒店而言,尽管有差别,但几个分支部门是必不可少的。根据对客服务的具体内容进行划分,前厅部包含以下分支:预订部、前台接待处、礼宾部、总机、商务中心、商务楼层等。

### [知识目标]

能熟悉前厅部各岗位及其职能。

## [能力目标]

具备适应前厅部各岗位的能力。

前厅部典型岗位及其职能如下：

### (1) 前厅部经理 (Department Manager)

①直接上司：驻店经理、总经理。

②下属对象：接待经理、大堂副理、前厅各岗位督导。

③主要职能：直接管理所有前厅部员工并确保正确履行前厅职责。负责大堂副理、总台、预订、礼宾部、总机、商务中心、商场、医务室等各区域和各项对客服务的指挥协调。

### (2) 大堂副理 (Assistant Manager)



①直接上司：前厅部经理。

②下属对象：各岗位主管。

③主要职能：监督前厅部各岗位的服务工作，保持前厅的良好运作，处理客人投诉，解决客人提出的问题，与其他部门保持良好的沟通与协作，负责接待酒店贵宾客人。

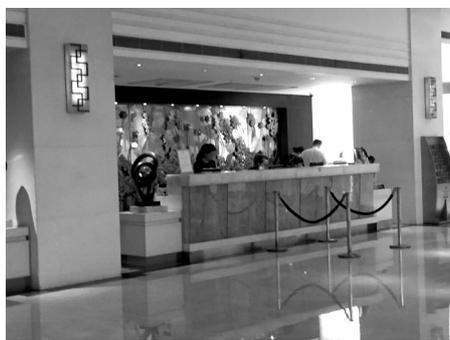
### (3) 前台接待主管 (Reception Supervisor)

①直接上司：前厅部经理。

②下属对象：前台接待员。

③主要职能：直接管理总台员工并确保其履行岗位职责，保持总台良好运作。

### (4) 前台接待员 (Receptionist)



①直接上司: 前台接待主管。

②主要职能: 在宾客住宿期间, 代表饭店与宾客打交道, 确认宾客的预订种类和居住天数; 帮助宾客填写登记表、安排客房; 尽可能地落实宾客的特殊要求; 提前询问宾客付款方式, 按检查步骤跟踪监管宾客信用, 将宾客和客房的有关信息分别记录在前厅栏目中, 并将有关信息通知到酒店相关人员。

#### (5) 预订部主管 (Reservation Supervisor)

①直接上司: 前厅部经理。

②下属对象: 预订部工作人员。

③主要职能: 直接管理预订部员工并确保预订工作正常、有效地开展。

#### (6) 预订员 (Reservationist)

①直接上司: 预订部主管。

②主要职能: 负责用邮件、电话、传真等方式或通过计算机预订管理系统与宾客、旅行社和合作单位就预订事宜进行沟通; 起草确认预订的信函, 准确受理各种预订取消、预订变更和预订更新。

#### (7) 总机督导 (Operator Captain)

①直接上司: 前厅部经理。

②下属对象: 总机话务员。

③主要职能: 酒店总机房的负责人, 在前厅部经理的领导下, 负责总机的管理工作; 培训下属为店内外宾客提供优质服务。

#### (8) 总机话务员 (Operator)

①直接上司: 总机督导。

②主要职能: 使用聆听技巧, 让来电者能流畅地说出需求以便获得正确、完整的信息; 接听电话并通过总机系统转接客房或店内的个人和部门。

#### (9) 首席礼宾司 (Chief Concierge)

①直接上司: 前厅部经理。

②下属对象: 迎宾员、行李员、店外迎接等。

③主要职能: 负责监督礼宾部员工的服务工作, 为客人提供迎接、搬运行李、代订出租车以及代办客人提出的其他杂项服务。

#### (10) 迎宾员 (Doorman)

①直接上司: 首席礼宾司。

②主要职能: 迎宾员位于酒店服务的最前沿, 对于所有光顾酒店的客人, 他们都要代表全酒店人员致以问候, 热情迎送, 维持酒店正门前的交通秩序。





### (11) 行李员 (Bellman)

①直接上司: 首席礼宾司。

②主要职能: 行李员是大堂服务的主体。

③主要任务: 为客人提供迅速、准确的行李运送服务, 同时也提供委托代办等服务。



### (12) 商务中心督导 (Business Center Captain)

①直接上司: 前厅部经理。

②下属对象: 商务中心文员。

③主要职能: 商务中心是为宾客提供传真、复印、中英文打字、国际国内长途直拨电话、洽谈室服务、国际互联网接入、特快专递等商务服务的岗位, 商务中心督导负责商务中心的服务管理和监督。

### (13) 商务中心文员 (Business Center Clerk)



①直接上司: 商务中心督导。

②主要职能: 商务中心是为宾客提供传真、复印、中英文打字、国际国内长途直拨电话、洽谈室服务、国际互联网接入、特快专递等商务服务的岗位。商务中心文员负责上述服务的具体执行。

### (14) 商场经理 (Gift Shop Manager)

①直接上司: 前厅部经理。

②下属对象: 商场服务员。

③主要职能: 酒店商场是以旅游消费者为中心, 根据旅游消费者需求组织货源, 以旅游商品、纪念品、日常用品为主。商场经理负责监督商场营业员的服务水准, 对商品的采购、销售、成本、利润等负有经营管理的重要责任。

### (15) 商场员工 (Shop Assistant)

①直接上司: 商场经理。

②主要职能: 酒店商场是以旅游消费者为中心的消费场所, 商场营业员要做到礼貌热情待客、主动周到服务, 为宾客购买商品做好“参谋”。

### (16) 商务楼层经理 (Executive Floor Manager)

①直接上司: 前厅部经理。

②下属对象: 商务楼层主管及下属服务人员。

③主要职能: 负责管理并督导下属的工作。

### (17) 商务楼层主管 (Executive Floor Supervisor)

①直接上司: 商务楼层经理。

②下属对象: 商务楼层服务人员。

③主要职责: 负责管理和监督下属工作, 安排班次, 布置任务; 熟悉商务楼层的各种信息、