

中国饭店业职业经理人
执业资格认定考试指定用书



酒店前厅 管理实务

INPORO TRAINING
HOSPITALITY SERIES

徐文苑 贺湘辉◎编著

广东省出版集团
广东经济出版社

中国饭店业职业经理人
执业资格认定考试指定用书



酒店前厅 管理实务

INPORO TRAINING HOSPITALITY SERIES

徐文苑 贺湘辉◎编著

广东省出版集团
广东经济出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

酒店前厅管理实务/徐文苑, 贺湘辉编著. — 广州: 广东经济出版社, 2005.10

(新博亚酒店丛书 6)

ISBN 7-80728-066-2

I. 酒… II. ①徐…②贺… III. 饭店—商业管理 IV. F719.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2005) 第 080256 号

出版发行	广东经济出版社 (广州市环市东路水荫路 11 号 5 楼)
经销	广东新华发行集团股份有限公司
印刷	湛江日报社印刷厂 (湛江赤坎康宁路 17 号)
开本	787 毫米 × 1092 毫米 1/16
印张	17.5 2 插页
字数	300 000 字
版次	2005 年 10 月第 1 版
印次	2005 年 10 月第 1 次
印数	1 ~ 6 000 册
书号	ISBN 7-80728-066-2/F·1262
定价	32.80 元

如发现印装质量问题, 影响阅读, 请与承印厂联系调换。

发行部地址: 广州市合群一马路 111 号省图批 107 号

电话: (020) 83780718 83790316 邮政编码: 510100

邮购地址: 广州市越秀中路 125 号大院八号 邮政编码: 510055

广东经济出版社读者服务有限公司 电话: (020) 83801011 83803689

网址: www.jj1234.com

·版权所有 翻印必究·

总 序

随着中国经济的飞速发展，中国酒店业面临越来越激烈的竞争。虽然中国酒店业早已与国外同行接轨，但多为硬件的有形引进，直接的模仿多于深层次的借鉴，而对服务水平、员工素质、管理理念等“软件”的引进比较缺乏。这使所形成的饭店管理模式一开始就存在着经营内涵、管理理念等方面的缺陷，严重影响我国酒店业的市场竞争力。

为了改变这种被动的局面，在国内酒店业的“硬件”水平日益接近国际水平的情况下，“软件”成为了竞争的焦点，而教育正是酒店“软件”建设之本。通过教育，提高员工素质、工作效率、敬业精神和职业道德水准，并培养其持续学习的能力，才能实现酒店以人为本的整体优化目标，才能适应集约化经营的需要，才能在激烈的竞争中立于不败之地。

要成为一家有竞争力的酒店，这家酒店必须是学习型企业。

要成为学习型企业，就要在酒店内部建立学习氛围，就要对全体员工开展定期/不定期的脱产/在职培训。

要开展各种培训，必须有合适的培训师和教材，以及一种良好、互动的培训体系/机制。平心而论，目前非常缺乏能够满足酒店从业人员培训需要的合格的培训师和教材。我们因此产生了策划、出版一套崭新的酒店丛书的想法。

从2003年8月开始，由广东经济出版社总策划，中国饭店协会、中国饭店业职业经理人专业委员会、南京/海南新博亚酒店管理培训中心共同主持，并特邀国内酒店培训业和酒店教育业的多位专家共同参与，启动了《新博亚酒店丛书》工程。两年来，我们引进国际酒店行业先进的培训教育方法，依据国内酒店管理现状和人员素质，并反复征求多家星级酒店管理者和一线员工的意见，终于编写、出版了

《新博亚酒店丛书》第一辑，共 16 本书。与传统酒店教材不同，《新博亚酒店丛书》侧重于酒店从业人员实际技能的培养。本丛书作者，除了大学酒店专业的教师，绝大部分是酒店培训师和资深从业人员。因此，《新博亚酒店丛书》是目前国内不可多得的实用酒店培训教材。

经过中国饭店协会、中国饭店业职业经理人委员会严格审核，确认《新博亚酒店丛书》为《中国饭店业职业经理人执业资格认定考试》指定用书。

广东经济出版社擅长出版实用管理图书，在业内享有较高声誉。南京/海南新博亚酒店管理培训中心擅长做酒店管理培训，在中国酒店业培训中处于领先地位。中国饭店协会和中国饭店业职业经理人专业委员会是中国著名的酒店专业协会。我们愿意通过三方精诚的合作，发挥各自的优势，长期持续出版《新博亚酒店丛书》，提升中国酒店从业人员素质，提高中国酒店的国际竞争力。我们希望，通过作者、出版社、读者、酒店培训机构、酒店协会等多方的共同努力，若干年后，《新博亚酒店丛书》将成为中国酒店培训行业著名的图书品牌。

《新博亚酒店丛书》能及时和广大读者、同仁见面，应该说是集众人智慧。他们主要是本丛书作者、为本丛书提供研究成果资料的专家，以及许多业内人士。同时还得到了广州华立学院、广州白天鹅宾馆、中山大学酒店管理培训中心、天津职业大学、广东省中旅培训中心、湖南女子职业大学、白天鹅酒店管理培训中心等单位的大力支持和帮助。在此一并致以深深的谢意。

随着中国经济持续稳定的发展，中国酒店业迎来了发展的黄金时期。大量从业人员的进入，酒店培训和教育任重道远。我们希望借助《新博亚酒店丛书》这个平台，推动中国酒店培训行业的健康发展。我们也希望酒店从业人员对已经出版的《新博亚酒店丛书》提出修改意见。

是为序。

《新博亚酒店丛书》总策划 赵世平
(联系电话：020-83801011 83803689)

2005 年 8 月仲秋于广州

前言

Foreword

改革开放以来,我国的酒店业发展迅速,目前已有旅游酒店 1 万余家。酒店业是我国对外开放以来发展最迅速、国际化程度最高的现代朝阳产业。伴随旅游业的快速发展,酒店业也面临许多新的机遇,如国内旅游需求的普遍增长,假日旅游经济的兴起,国家把发展旅游作为刺激内需的一项重要政策,并提出了旅游业作为国民经济新的增长点战略,西部大开发的贯彻实施也极大地带动了西部旅游业的会展热潮等,这些都给全国酒店业带来了新的机遇。此外,国内外企业管理和酒店管理领域也出现了许多新的研究进展和动态。

在酒店市场需求普遍增加的同时,全国酒店市场供给也呈现了新的特点,如酒店管理水平普遍提高,酒店经营形式、所有制形式多元化。尤其是随着国有企业产权制度改革的深入、现代企业制度的推进和减员增效等措施的实施,国有酒店管理水平有了较大的提高。我国酒店业竞争更加激烈,竞争手段、竞争策略也日益加强和深入。尽管我国大多数酒店的管理水平有了很大提高,但仍存在着管理水平不稳定、经营不够灵活、缺乏创新性管理方法等问题,与国外先进的酒店管理相比较还有一定的差距。为加快我国酒店业的发展,全面提高我国酒店业的管理水平和从业人员的素质,迫切需要具有较高水平的酒店管理教材和有关参考资料。

本书的特点是:第一,突出了内容的系统性。酒店是一个特殊的行业,酒店管理是一个独特的学科体系。本书遵循已成型的酒店管理学科体系,在内容安排上既有重点又有系统性。所谓系统性是依循酒店业务运行和经营管理的逻辑演进突出主线。本书描述了酒



JD

酒店前厅管理实务

JIUDIAN QIANTING GUANLI SHIWU

店前厅部的概貌和业务规律,阐述了酒店前厅部的客房预订、前厅服务、销售管理、服务质量管理等,并把其他教材鲜有涉及的计算机及网络环境下的前厅部管理等内容充实到教材中去,力求教材的系统性。第二,注意了服务质量基础理论的阐述,如对全面质量管理的基础理论作了简要的阐述。另一方面,注意将酒店业理论研究已取得的成果,有选择地进行取舍和提炼,形成理论主干。同时,本书在力所能及的情况下,尽量把国内外对酒店管理的最新理论吸收在内,使本书具有新鲜感和时代感。社会的发展迫使酒店面临新形势的挑战,面临许多新的课题。例如,新时代酒店服务的内涵、服务对象的个性化特点、服务质量差距模型等等。新的问题被解决,新的规律被揭示,也就会产生新的理论。第三,密切联系实际。酒店管理是一门实践性很强的学科。酒店管理理论直接来源于实践,又要为实践服务。本书各章的演绎都紧扣着酒店的实际运行,紧紧地围绕着酒店的运行规律而展开。本书既有理论阐述,又有着很强的对酒店前厅部管理的可操作性。第四,具有中国特色。本教材在编写过程中有一个非常明确的宗旨,即突出中国式的旅游酒店和中国式的酒店管理。教材把酒店放在中国的社会、国情、文化、历史阶段的大背景中,使其具有浓郁的中国特色。

本书由徐文苑、贺湘辉编著。在编写过程中,曾多次听取业内有关专家、教师的意见,并得到一些单位的支持和帮助,在此一并表示感谢。由于时间和水平的限制,本书在编写中难免存在不足之处,恳请指正。

编者

目 录

Contents

第一章 前厅部概述

1

第一节 前厅部的地位、作用与任务 3

前厅部的地位和作用

前厅部的任务

前厅部的业务特点

第二节 前厅部的组织机构 11

设置原则与机构组成

前厅部的岗位职责

第二章 客房预订业务

23

第一节 预订的方式与种类 25

预订方式

预订种类

第二节 客房预订程序 29

受理预订

确认预订

预订记录存档

预订变更与取消

抵店前的准备工作

预订控制

第三节 网络预订与预订推销 47

开展网络订房必须要有网络营销意识

酒店订房网络系统

主要预订系统

预订推销



第三章 总台接待业务

71

第一节 总台接待业务概述 73

接待准备工作 客房状况控制

第二节 入住接待程序 78

散客入住接待程序 团队入住接待程序

接待工作中常见问题及对策

第四章 前厅服务

101

第一节 行李服务 103

迎送宾客服务 行李服务

委托代办服务

第二节 金钥匙服务 119

金钥匙概述 金钥匙的作用

中国酒店金钥匙会员的任职资格和素质要求

中国酒店金钥匙服务项目

第三节 问讯留言服务 130

问讯服务 留言服务

客房钥匙的控制 邮件服务

第四节 结账服务 138

客账管理 外币兑换业务

贵重物品保管

第五节 电话总机服务与商务中心服务 149

总机服务项目及服务规程

商务中心主要服务项目及服务规程

第六节 商务楼层服务 156

管理及服务特色 商务楼层服务程序

第七节 计算机技术在前厅部中的应用 164

计算机技术应用对前厅管理与服务的意义

前厅计算机管理系统的特点

前厅计算机管理系统的主要功能

第五章 前厅部销售管理

173

第一节 客房销售基础知识 175

客房销售要求与方法 客房销售技巧

第二节 房价管理 187

客房价格构成 客房定价目标
影响房价制定的因素 常用的定价方法
客房经营统计分析

第六章 前厅服务质量管理

205

第一节 前厅服务质量管理与控制 207

前厅服务质量管理的内容 前厅服务质量特点
前厅服务质量标准 前厅服务质量控制
前厅服务质量管理方法 提高前厅服务质量的途径

第二节 客人投诉处理 257

投诉产生的原因与正确认识 处理投诉的原则
受理客人投诉的程序

参考文献

269



第一章

前厅部概述

前厅是每一位客人抵达、离开酒店的必经之地，是酒店对客服务开始和最终完成的场所，也是客人形成对酒店的第一印象和最后印象之处。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（Front Office）又称客务部，是酒店组织客源、销售客房商品、组织接待和协调对客服务，并为客人提供各种综合服务的部门。前厅是客人与酒店接触的主要场所，是协调酒店所有对客服务的部门，涉及酒店提供的对客服务的诸多内容，要为客人提供客房预订、入住登记、行李、电话、留言、问讯、票务、邮件、商务、外币兑换、委托代办、结账离店等服务项目。前厅是每一位客人抵达、离开酒店的必经之地，是酒店对客服务开始和最终完成的场所，也是客人形成对酒店的第一印象和最后印象之处。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。前厅部是酒店对外的“窗口”，是酒店的“大脑”、“神经中枢”，是联系宾客关系的“桥梁和纽带”，也是酒店管理的关键部位，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。

第一节 前厅部的地位、作用与任务

一、前厅部的地位和作用

前厅部的地位与作用是与它所承担的任务相联系的，前厅部担负着销售客房及酒店其他产品的重任，对酒店市场形象、服务质量乃至管理水平和经济效益有至关重要的影响。因此，酒店前厅部对服务人员的素质要求较高，要求能够为客人提供准确高效的服务。前厅部在酒店的经营管理中占有举足轻重的地位，这与其业务复杂、接触面广的特点密切相关。

1. 前厅部是酒店的营业窗口，反映酒店的整体服务质量

一家酒店服务质量和档次的高低，从前厅部就可以反映出来。有一位客人曾经说过：“每当我们走进一家酒店，不用看它的星级铜牌，也不用问它的业主是谁，凭我们四海为家的经验，通常可以轻而易举地‘嗅’出这家酒店是否是合资酒店、是否由外方管理以及大致的星级水平。”正是从这个意义上讲，有人把前厅誉为酒店的“窗口”，它的好坏不仅取决于大堂的设计、布置、装饰、灯光、设施设备等硬件，更取决于前厅部员工的精神面貌、工作效率、服务态度、服务技巧、礼貌礼节以及组织纪律性等软件。

2. 前厅部是酒店信息中心和对客服务协调中心

由于前厅部与客人有着最广泛的接触，因而可以及时收集到客人对酒店管理和服务的意见及反映，并传达给酒店质检部门进行针对性和有成效的





分析,从而为制定改进管理和提高服务的措施提供第一手资料。前厅部是酒店的信息中心,它所收集、加工和传递的信息是酒店管理者进行科学决策的依据。前厅部每天都要接触大量有关客源市场、产品销售、营业收入、客人意见等信息,通过统计分析,及时将整理后的信息向酒店决策管理机构汇报,并与有关部门协调沟通,采取对策。前厅部管理人员还经常参与客房营销分析和预测活动,进行月、季和年度的销售统计分析,并提出改进工作和提高服务水平有关建议。例如在国外的一些酒店里,管理者就是根据前厅部所提供的客人预订信息来决定未来一个时期内房价的高低。因此,前厅部的工作可以为酒店管理层的决策提供科学性的依据。

前厅服务贯穿于客人在酒店内活动的全过程,是酒店服务的起点和终点。从前厅部所处位置来看,其管辖区域的主要结构集中设立在酒店大堂,是所有客人抵、离店必经之处和活动场所;从服务角度来看,其所属员工与客人接触面最广。前厅部每一位员工的言谈举止,都能体现出酒店对客人的关心程度。主动、热情的接待及周到、细致的服务,能使客人感觉就像生活自己的家里一样,方便、舒适、没有陌生感,真正感受到“宾至如归”,最终赢得客人的信赖和满意。从信息传递角度来看,前厅部不但要向客人及时准确地提供各类信息,而且还必须把有关客人的各种信息准确地传达至客房、餐饮、财务等相关经营服务部门[详见本书第六章第一节(二)前厅信息管理]。唯其如此,才能使各部门依据接待服务标准、工作流程及特殊要求等,有计划地完成各自的服务接待任务。

前厅部犹如酒店的大脑,在很大程度上控制和协调着整个酒店的经营活动。由这里发出的每一项指令、每一条信息,都将直接影响酒店其他部门对客人的服务质量。例如,当客人来到总台办理入住手续时,接待员应在为客人安排好房间后立刻将客人入住信息传达到客房服务中心,使其可以做好接待的准备工作。因此,前厅部的工作在服务接待过程中起着联系内外、沟通上下左右,发挥承上启下、信息集散和总体协调的关键作用。

3. 前厅部是酒店的代表,是建立良好宾客关系的重要环节

前厅部通过自身的销售与服务,在客人抵店、住店和离店的全过程中始终与客人保持密切联系(前厅部与客人循环互动关系见图1-1)。客人遇有疑难问题时,通常都会找前厅服务员联系解决。如果客人对酒店服务不满意,也会到前厅投诉。另外,前厅部掌握全部住宿客人的相关资料和信息,并将这些信息反馈到酒店管理机构和相关管理部门。前厅部的工作效率和服务质量直接代表着酒店的管理水平,就像一条无形的情感纽带,维系并加深酒店与客人之间互相依赖和信任之情。在市场经济条件下,客人就是“上帝”,



前厅部是客人抵店后首先接触的部门，因此，它是给客人留下第一印象的地方。从心理学上讲，第一印象很重要，客人总是带着这种第一印象来评价一个酒店的服务质量。如果第一印象好，那么即使在住宿期间遇到有不如意的地方，客人也会认为这是偶尔发生的，可以原谅；反之，如果第一印象不好，那么，客人就认为这家酒店出现这类服务质量问题是必然的，酒店在客人心目中的不良形象就很难改变。此外，客人离店时也是从前厅部离开的。因此，这里也是给客人留下最后印象的地方，而最后印象在客人脑海里停留的时间最长。最后印象的好坏，在很大程度上取决于前厅部服务员的礼



貌礼节和服务质量,如果服务员态度不好,工作效率不高,就会给客人留下不良的最后印象,使其在客人住店期间为客人提供良好的服务“前功尽弃”。

5. 前厅部的销售业绩,直接关系到酒店的经济效益

前厅部的主要任务之一就是销售客房产品,客房收入通常在酒店营业收入占有很大比重。它还可以通过提供邮政、电讯、票务以及出租车服务等,直接取得经济收入,而且其销售工作的好坏还直接影响到酒店接待客人的数量。因此,前厅部应积极主动地推销酒店产品,绝不能被动地等客上门。尤其在目前酒店供过于求、市场竞争激烈时,更应如此。例如,当客人到店时,接待员可以抓住时机向客人推销酒店产品,使客人尽量在酒店内消费,增加酒店收入。

综上所述,前厅部工作效率、服务质量和管理水平的高低,会直接影响酒店的整体形象和市场竞争能力,直接影响酒店的经济效益。因此,前厅部是酒店组织机构中的关键部门,其地位和作用是十分重要的。

二、前厅部的任务

前厅部的基本任务就是最大限度地推销客房商品及酒店其他的产品,并协调酒店各部门,向客人提供满意的服务,使酒店获得理想的经济效益和社会效益。具体来说,前厅部的任务包括以下内容:

1. 销售客房

销售客房是前厅部的首要任务。客房是酒店的主要产品,其销售收入在整个酒店收入结构中占主要部分。同时,客房商品具有不可储存的特点,因此,能否有效地推销客房,将直接影响酒店的经济效益。预订销售是酒店客房销售的重要组成部分,积极开展预订业务,是酒店销售客房商品的重要手段,也是前厅部的中心任务。另外,前厅部还要对那些未经预订而直接抵店的客人销售客房。通过强烈的服务意识和良好的推销能力,适时向客人推销客房或其他服务产品。尤其在办理入住手续过程中,对预订了客房的客人主动介绍店内其他服务项目等,都会对客人的消费产生刺激和导向,这就是二次推销。也就是说,前厅服务员在销售客房的同时,也要不失时机地进行酒店其他服务产品的推销。实践证明,这种促销行为及结果会提高酒店的综合效益。

2. 提供各种综合服务

作为直接向客人提供各类相关服务的前台部门,前厅服务范围涉及机场和车站接送服务、行李服务、留言问讯服务、票务代办服务、邮件服务、电

话总机服务、商务中心服务、贵重物品保管服务、结账收银服务等。在完成前厅各项服务的过程中，促使前厅服务与酒店其他服务，诸如客房服务、餐饮服务、安全服务等方面共同构成酒店的整体服务，表现为“服务链条”的紧密衔接，避免推诿、扯皮等现象，强调“服务到位”，使客人对酒店留下满意和深刻的印象。前厅部所提供的各项服务内容见图 1-2。

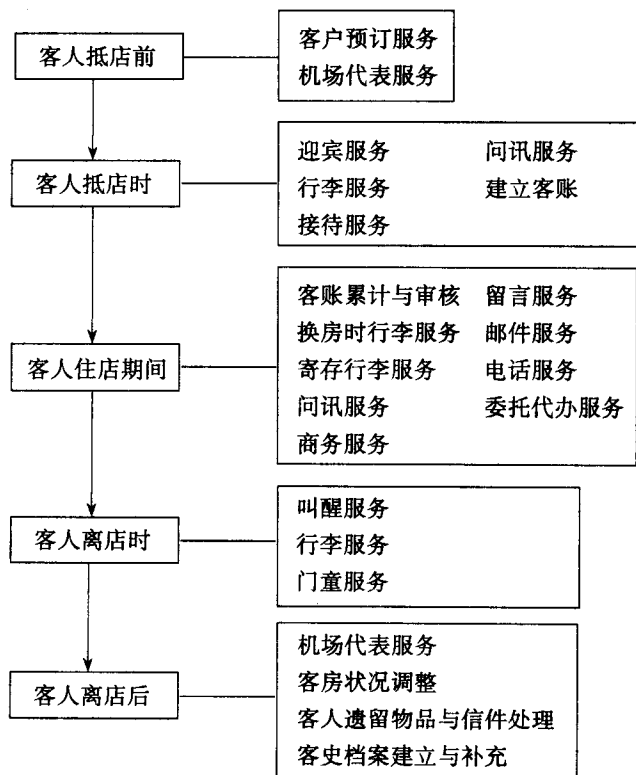


图 1-2 前厅部所提供的各项服务

3. 提供信息服务

前厅是客人汇集活动的场所，前厅服务人员与客人保持着最多的接触。因此，前厅服务员应随时准备向客人提供其所需要和感兴趣的信息资料。例如，向客人介绍酒店近期推出的美食周、艺术品展览等活动，可以使住店客人的生活更加丰富多彩。前厅服务人员还应充分掌握并及时更新有关商务、交通、购物、游览等详细和准确的信息，使客人“身在酒店内能知天下事”，

