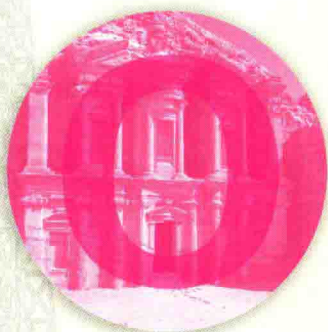




全国普通高等院校旅游管理专业类“十三五”规划教材
教育部旅游管理专业本科综合改革试点项目配套规划教材

总主编 © 马 勇



酒店前厅客房管理

Hotel Front Office and Housekeeping Management

主编 © 罗 伟 刘保丽



华中科技大学出版社

<http://www.hustp.com>



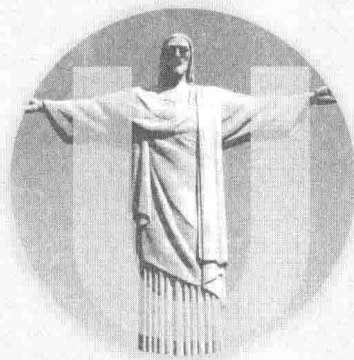
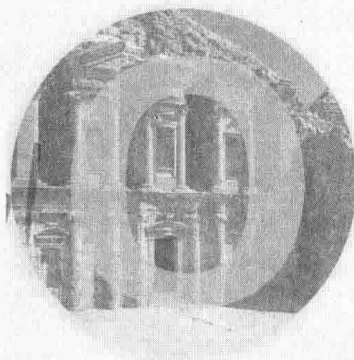
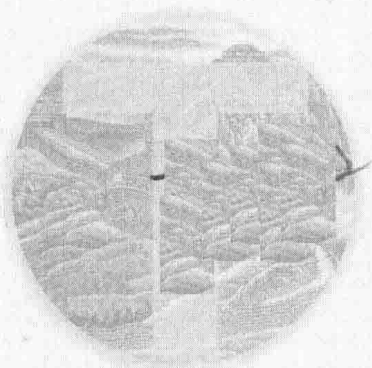
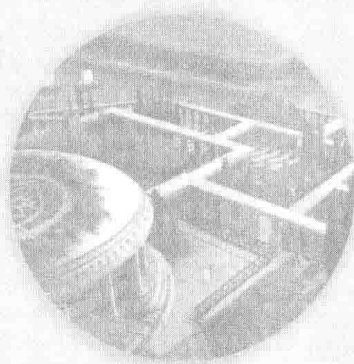
全国普通高等院校旅游管理专业类“十三五”规划教材
教育部旅游管理专业本科综合改革试点项目配套规划教材

总主编 © 马 勇

酒店前厅客房管理

Hotel Front Office and Housekeeping Management

主 编 © 罗 伟 刘保丽
副主编 © 江东芳 张 苛
参 编 © 郭 瑞 陈惠敏 杨向格



华中科技大学出版社

<http://www.hustp.com>

中国·武汉

内 容 提 要

本书针对酒店前厅客房服务与管理的工作内容、程序和方法进行了系统全面的介绍,共分为三个部分,第一部分是酒店前厅部服务与管理,包括前厅部概述、前厅部接待业务管理、前厅部日常服务与管理、前厅部销售管理、前厅部客房价格管理和前厅部宾客关系管理等六章内容;第二部分是酒店客房部服务与管理,包括客房部概述、客房部清洁卫生管理、客房部对客服务与管理、客房部设备用品管理、客房部安全管理和客房部服务质量管理等六章内容;第三部分介绍了酒店前厅客房服务管理存在的问题、解决对策与未来发展趋势。

本书内容覆盖面广,深入浅出,通俗易懂,注重管理理论与酒店实践、服务技能与管理水平相结合,既可作为普通高等院校旅游管理、酒店管理专业学生的教材,又可作为酒店从业人员与管理培训人员的参考用书。

图书在版编目(CIP)数据

酒店前厅客房管理/罗伟,刘保丽主编. —武汉:华中科技大学出版社,2017.3
全国高等院校旅游管理专业类“十三五”规划教材
ISBN 978-7-5680-2593-5

I. ①酒… II. ①罗… ②刘… III. ①饭店-客房-商业管理-高等学校-教材 IV. ①F719.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2017)第 033141 号

酒店前厅客房管理

罗 伟 刘保丽 主编

Jiudian Qianting Kefang Guanli

策划编辑:李 欢 周清涛

责任编辑:李家乐

封面设计:原色设计

责任校对:张会军

责任监印:周治超

出版发行:华中科技大学出版社(中国·武汉) 电话:(027)81321913

武汉市东湖新技术开发区华工科技园 邮编:430223

录 排:华中科技大学惠友文印中心

印 刷:湖北新华印务有限公司

开 本:787mm×1092mm 1/16

印 张:20 插页:2

字 数:487千字

版 次:2017年3月第1版第1次印刷

定 价:48.00元



本书若有印装质量问题,请向出版社营销中心调换
全国免费服务热线:400-6679-118 竭诚为您服务
版权所有 侵权必究

旅游业在现代服务业大发展的机遇背景下,对全球经济贡献巨大,成为世界经济发展的亮点。国务院已明确提出,将旅游产业确立为国民经济战略性的支柱产业和人民群众满意的现代服务业。由此可见,旅游产业已发展成为拉动经济的重要引擎。中国的旅游产业未来的发展受到国家高度重视,旅游产业强劲的发展势头、巨大的产业带动性必将会对中国经济的转型升级和可持续发展产生良好的推动作用。伴随着中国旅游产业发展规模的不断扩大,未来旅游产业发展对各类中高级旅游人才的需求将十分旺盛,这也将有力地推动中国高等旅游教育的发展步入快车道,以更好地适应旅游产业快速发展对人才需求的大趋势。

教育部2012年颁布的《普通高等学校本科专业目录(2012年)》中,将旅游管理专业上升为与工商管理学科平行的一级大类专业,同时下辖旅游管理、酒店管理和会展经济与管理三个二级专业。这意味着,新的专业目录调整为全国高校旅游管理学科与专业的发展提供了良好的发展平台与契机,更为培养21世纪旅游行业优秀旅游人才奠定了良好的发展基础。正是在这种旅游经济繁荣发展和对旅游人才需求急剧增长的背景下,积极把握改革转型发展机遇,整合旅游教育资源,为我国旅游业的发展提供强有力的人才保证和智力支持,让旅游教育发展进入更加系统、全方位发展阶段,出版高品质和高水准的“全国普通高等院校旅游管理专业类‘十三五’规划教材”则成为旅游教育发展的迫切需要。

基于此,在教育部高等学校旅游管理类专业教学指导委员会的大力支持和指导下,华中科技大学出版社汇聚了国内一大批高水平的旅游院校国家教学名师、资深教授及中青年旅游学科带头人,对“十三五”规划教材做出积极探索,率先组织编撰出版“全国普通高等院校旅游管理专业类‘十三五’规划教材”。该套教材着重于优化专业设置和课程体系,致力于提升旅游人才的培养规格和育人质量,并纳入教育部旅游管理本科综合改革项目配套规划教材的编写和出版,以更好地适应教育部新一轮学科专业目录调整后旅游管理大类高等教育发展和学科专业建设的需要。该套教材特邀教育部高等学校旅游管理类专业教学指导委员会副主任、中国旅游协会教育分会副会长、中组部国家“万人计划”教学名师、湖北大学旅游发展研究院院长马勇教授担任总主编。同时邀请了全国近百所开设旅游管理本科专业的高等学校知名教授、学科带头人和一线骨干教师,以及旅游行业专家、海外专业师资等加盟编撰。

该套教材从选题策划到成稿出版,从编写团队到出版团队,从内容组建到内容创新,均展现出极大的创新和突破。选题方面,首批主要编写旅游管理专业类核心课程教材、旅游管理专业类特色课程教材,产品设计形式灵活,融合互联网高新技术,以多元化、更具趣味性的形式引导学生学习,同时辅以形式多样、内容丰富且极具特色的图片案例、视频案例,为配套数字出版提供技术



支持。编写团队均是旅游学界具有代表性的权威学者,出版团队为华中科技大学出版社专门建立的旅游项目精英团队。在编写内容上,结合大数据时代背景,不断更新旅游理论知识,以知识导读、知识链接和知识活页等板块为读者提供全新的阅读体验。

在旅游教育发展改革的新形势、新背景下,旅游本科教材需要匹配旅游本科教育需求。因此,编写一套高质量的旅游教材是一项重要的工程,更是承担着一项重要的责任。我们需要旅游专家学者、旅游企业领袖和出版社的共同支持与合作。在本套教材的组织策划及编写出版过程中,得到了旅游业内专家学者和业界精英的大力支持,在此一并致谢!希望这套教材能够为旅游学界、业界和各位对旅游知识充满渴望的学子们带来真正的养分,为中国旅游教育教材建设贡献力量。

丛书编委会
2015年7月

2015年,我国旅游产业保持较快发展,国内旅游市场持续高速增长,入境旅游市场平稳回升,出境旅游市场增速放缓。据《2015年中国旅游业统计公报》显示,全国10550家星级酒店共拥有客房146.3万间,床位259.4万个,其中五星级酒店789家,四星级酒店2375家,三星级酒店5098家,二星级酒店2197家,一星级酒店91家;拥有固定资产原值5461.3亿元,实现营业收入总额2106.8亿元,上缴营业税金136.5亿元,全年平均客房出租率为54.2%。2016年9月,喜达屋酒店与度假酒店国际集团正式加入万豪国际集团。至此,万豪国际集团旗下汇聚了30个领先酒店品牌,在全球110多个国家和地区拥有逾5700家酒店,客房总数超过110万间,成为全球最大的酒店集团。

旅游产业与酒店行业的快速发展,为我国旅游与酒店管理高等教育带来了前所未有的机遇,也带来了巨大的挑战。在“十三五”的开局之年,为了加快推进应用型、国际化、精英型人才的培养,向社会输出更多优秀的酒店服务与管理人才,我们组建团队编写了这本教材。本教材是武汉轻工大学校级青年教学研究项目和“饭店管理”校级精品资源课程的立项建设成果,在编写过程中不仅注重将酒店前厅客房服务技能的提升和酒店管理水平的提升相结合,而且注重将酒店服务理论知识和酒店管理实践相结合。本教材不仅适合高等院校旅游与酒店管理专业师生使用,同时也可作为酒店从业人员与培训人员的必备参考用书。

本教材由武汉轻工大学旅游管理系罗伟副教授、武汉生物工程学院旅游管理系刘保丽老师担任主编并负责全书编写大纲的拟定和统稿工作,郑州工业应用技术学院江东芳、张苛两位老师担任副主编,无锡城市职业技术学院郭瑞老师、郑州科技学院陈惠敏老师和郑州铁路职业技术学院杨向格老师参与编写。各章节编写分工如下:罗伟(第七、八、九章),刘保丽(第十二、十三章),江东芳(第一、六章),张苛(第三、五章),郭瑞(第十、十一章),陈惠敏(第二章),杨向格(第四章)。武汉轻工大学经济与管理学院硕士研究生周慧琳、田野参与了大量文献资料的收集整理和全书文字的校对工作。

本教材在编写过程中,力求反映酒店前厅客房服务与管理的最新理念和方法,参考了许多国内外的文献、书籍和互联网资料,吸收了国内外学者的最新研究成果,在此谨向各位专家、学者表示衷心的感谢。本书的编写和出版得到了武汉轻工大学经济与管理学院、教务



处、教师发展中心,华中科技大学出版社及各作者所在高校的大力支持与帮助,在此一并致谢。由于时间有限,加之作者水平有限,本教材难免有不足和疏漏之处,敬请各位学界同仁和广大读者不吝赐教、批评指正,以便再版时修改和完善。

罗 伟

2016年11月于武汉金银湖畔

编委会

全国普通高等院校旅游管理专业类“十三五”规划教材
教育部旅游管理专业本科综合改革试点项目配套规划教材

总主编

马勇 教育部高等学校旅游管理类专业教学指导委员会副主任
中国旅游协会教育分会副会长
中组部国家“万人计划”教学名师
湖北大学旅游发展研究院院长，教授、博士生导师

编委（排名不分先后）

田里 教育部高等学校旅游管理类专业教学指导委员会主任
云南大学工商管理与旅游管理学院原院长，教授、博士生导师

高峻 教育部高等学校旅游管理类专业教学指导委员会副主任
上海师范大学旅游学院副院长，教授、博士生导师

韩玉灵 全国旅游职业教育教学指导委员会秘书长
北京第二外国语学院旅游管理学院教授

罗兹柏 中国旅游未来研究会副会长，重庆旅游发展研究中心主任，教授

郑耀星 中国旅游协会理事，福建师范大学旅游学院教授、博士生导师

董观志 暨南大学旅游规划设计研究院副院长，教授、博士生导师

王琳 海南大学旅游学院院长，教授

梁文慧 澳门城市大学副校长，澳门城市大学国际旅游与管理学院院长，教授、博士生导师

薛兵旺 武汉商学院旅游与酒店管理学院院长，教授

舒伯阳 中南财经政法大学工商管理学院教授、博士生导师

朱运海 湖北文理学院管理学院副教授

罗伊玲 昆明学院旅游管理专业副教授

杨振之 四川大学中国休闲与旅游研究中心主任，四川大学旅游学院教授、博士生导师

黄安民 华侨大学城市建设与经济发展研究院常务副院长，教授

张胜男 首都师范大学资源环境与旅游学院副教授

毕斗斗 华南理工大学经济与贸易学院副教授

史万震 常熟理工学院经济与管理学院酒店管理系副教授

黄光文 南昌大学经济与管理学院旅游管理系教研室主任，副教授

窦志萍 昆明学院旅游学院教授，《旅游研究》杂志主编

李玺 澳门城市大学国际旅游与管理学院副院长，教授、博士生导师

王春雷 上海对外经贸大学中德合作会展专业副教授

朱伟 河南师范大学旅游学院教授

邓爱民 中南财经政法大学旅游管理系主任，教授、博士生导师

程丛喜 武汉轻工大学旅游管理系主任，教授

周霄 武汉轻工大学旅游研究中心主任，副教授

黄其新 江汉大学商学院副院长，副教授

何彪 海南大学旅游学院会展系系主任，副教授

1	第一章 前厅部概述	
	第一节 前厅部概况	/1
	第二节 前厅部的组织结构及岗位职责	/6
	第三节 前厅部的业务特点及业务流程	/12
	第四节 前厅部工作人员的素质要求	/17
26	第二章 前厅部接待业务管理	
	第一节 客房预订管理	/26
	第二节 前厅接待服务	/40
	第三节 收银业务管理	/48
	第四节 前厅部其他服务管理	/53
	第五节 行政楼层管理	/64
69	第三章 前厅部日常服务与管理	
	第一节 门童与行李服务	/69
	第二节 商务中心	/81
	第三节 机场代表与车辆服务	/83
	第四节 金钥匙服务理念	/85
93	第四章 前厅部销售管理	
	第一节 前厅客房销售计划	/93
	第二节 前厅销售产品分析	/95
	第三节 客房分配的艺术	/97
	第四节 前厅销售的艺术和技巧	/98
106	第五章 前厅部客房价格管理	
	第一节 客房价格管理的原则与目标	/106



第二节	客房价格的特点、构成与影响因素	/110
第三节	客房定价的方法	/114
第四节	客房价格的控制与调整	/117

124

第六章 前厅部宾客关系管理

第一节	大堂副理的岗位职责及素质要求	/124
第二节	客史档案的建立及其内容	/127
第三节	掌握与客人沟通的技能	/131
第四节	正确处理客人的投诉	/135

143

第七章 客房部概述

第一节	客房的基本类型	/143
第二节	客房部的地位及任务	/147
第三节	客房部组织机构	/150
第四节	客房部的岗位职责及素质要求	/151
第五节	客房部与其他部门的沟通	/165

2

171

第八章 客房部清洁卫生管理

第一节	客房清洁剂与清洁用具	/171
第二节	客房清洁卫生服务	/177
第三节	公共区域的清洁保养	/187
第四节	客房清洁卫生质量控制	/191

200

第九章 客房部对客服务与管理

第一节	客房部日常对客服务项目	/200
第二节	客房部对客服务的特殊情况处理	/216
第三节	客房部人员配备	/222
第四节	客房部人员日常督导管理	/227

235

第十章 客房部设备用品管理

第一节	客房设备管理	/235
第二节	客房设备的清洁保养	/241
第三节	客房用品管理	/243
第四节	棉织品及洗衣房管理	/247

259	第十一章 客房部安全管理	
	第一节 客房安全管理概述	/259
	第二节 防火与防盗	/262
	第三节 其他事故的处理与防范	/267
	第四节 客房部安全管理措施	/270
273	第十二章 客房部服务质量管理	
	第一节 客房服务的组织模式	/273
	第二节 客房服务质量的特点和要求	/276
	第三节 客房服务质量管理的方法	/280
	第四节 提高客房服务质量的途径	/287
294	第十三章 酒店前厅客房服务管理的现状与发展趋势	
	第一节 酒店前厅部服务管理的现状与发展趋势	/294
	第二节 酒店客房部服务管理的现状与发展趋势	/299
309	参考文献	/309

第一章 →

前厅部概述

学习导引

前厅部是现代酒店的关键部门,是联系宾客的“桥梁与纽带”,是酒店的“神经中枢”与“橱窗”。本章通过学习前厅部的地位和作用、基本功能,前厅部的组织机构设置与职责,前厅部的环境氛围要求和对管理人员、服务人员的基本素质的要求,使学生对现代酒店前厅部有基本的认识。

学习重点

通过本章学习,重点掌握以下知识要点:

1. 前厅部的地位和作用;
2. 前厅部的任务;
3. 前厅部的组织结构类型;
4. 前厅部主要管理岗位职责;
5. 前厅部的业务流程。



第一节 前厅部概况

前厅被称为酒店的“门脸”或“门面”,包括酒店的正门、总服务台、大堂经理处、大堂吧、客人休息区、商务中心、商场和公共洗手间等。前厅是客人办理入住登记手续、结账、休息和会客的公共场所,一般追求宁静、安逸、轻松的气氛。前厅是酒店客人抵达和离开的必经之地,也是对客服务开始和结束的地方,直接影响着客人对酒店整体的印象。

前厅部,又称为总服务台,或称为总台、前台等。它通常设在酒店的大堂,为客人提供客房预订、入住登记、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。它负责推销酒店产品与服务,组织接待,调度酒店的各项经营业务,具有全面性、综合性和协调性的特点,是酒店的“神经中枢”。前厅部是整个酒店服务工作的核心,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。

酒店的前厅部是随着酒店业的发展才出现的。一般认为,酒店前厅起源于19世纪欧洲小酒店的吧台。世界上第一家设立前厅的酒店是1829年在美国波士顿开业的特里蒙特酒店(Tremont House)。特里蒙特酒店被称为第一座现代化酒店,也是第一座建有前厅,负责为客人办理入住、退房手续的酒店。

现代酒店的发展,推动了酒店前厅部功能的全面化,前厅部已经成为提供全方位、一条龙服务的综合性部门。

一、前厅部的地位和作用

前厅部是酒店对外经营的重要部门,担负着销售客房及酒店其他产品的重要任务。前厅部的运转及管理水平,直接影响着整个酒店的经营效果及市场形象。在现代化的星级酒店里,前厅部往往被认为是整个酒店的核心部门,有着举足轻重的地位,无论是前厅部的设置、员工的素质,还是管理的手段都要求高于其他部门。

(一) 前厅部是酒店业务活动的中心

前厅部是酒店经营管理的“窗口”,在酒店经营管理中起到了连接内外、协调整体的作用。前厅部的管理水平、工作程序和员工素质与表现,对酒店的形象和声誉都会产生重要影响。前厅部的主要任务有销售客房,为抵店的客人办理登记入住手续及安排住房,积极宣传和推销酒店的各种产品,并通过客房的销售来带动酒店其他各部门的经营活动。同时,前厅部还要及时将客源、客情、客人需求及投诉等各种信息通报有关部门,共同协调酒店的对客服务工作,以确保服务工作的效率和质量。同时,前厅部是客人与酒店联络的纽带。前厅部的工作从预订、登记入住到退房结账、建立客史档案,贯穿于客人在店消费的全过程。前厅部运转的好坏反映了酒店的服务质量和管理水平,并直接影响酒店的经济效益和市场形象。

(二) 前厅部是酒店的形象代表

前厅部通常设置在酒店大堂最醒目的地方,是客人在酒店活动的必经之地。星级酒店的前厅一般装饰华丽、温度适宜、宽敞明亮,并有独特的香氛,给客人身体上和心理上带来一定的舒适感和优越感。一般情况下,酒店前厅的面积(不含总服务台、商场、商务中心、大堂酒吧、咖啡厅等前厅的营业区域面积)按客房间数推算比例确定,一般按照每间客房0.8~1.0平方米计算。也就是说,酒店规模越大,拥有的客房数量越多,其前厅面积越大。

良好的前厅环境会使客人对酒店产生良好的印象,但酒店前厅部工作人员的工作状态、对客服务的态度则会直接决定客人对酒店整体的评价(见图1-1)。前厅部是酒店对外的形象橱窗,在客人心目中它是酒店管理机构的代表,也是客人对酒店产生第一印象和最终印象的场所。客人办理入住登记、离店结算、问题咨询等都会在前厅寻求帮助,客人感到不满时投诉也会找前厅部。前厅工作人员的言行举止会给客人留下深刻的第一印象,客人入住期满离店时,也要经过大堂,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,如果前厅工作人员能够礼貌待客,以娴熟的技巧为客人提供服务,或妥善处理客人投诉,认真有效地帮助客人解决疑难问题,那么客人对酒店的其他服务,也会

感到放心和满意。反之,客人对一切都会感到不满。

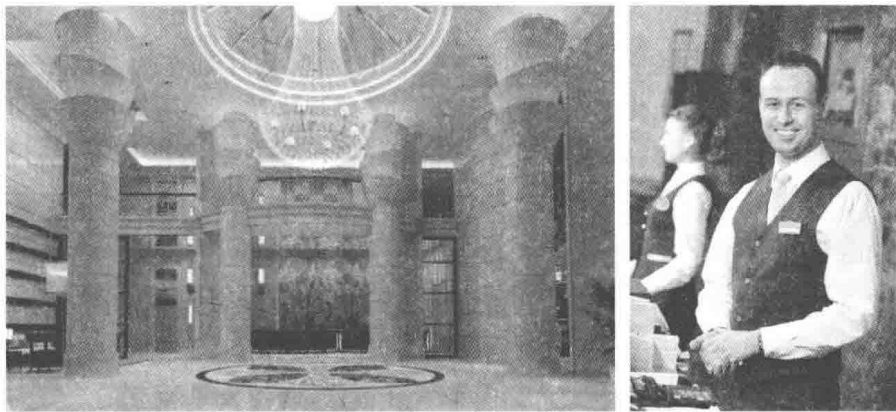


图 1-1 酒店大堂与服务人员

(三) 前厅部是酒店管理机构的参谋和助手

前厅部作为酒店业务活动的中心,能为来店消费的客人提供及时、精准的信息,满足客人的各种需求。同时,前厅部还需把收集到的有利于酒店经营管理的客人信息传达到客房、餐饮、娱乐、财务等相关部门,并对这些信息进行整理和分析,每日或定期向酒店管理机构提供真实反映酒店经营管理情况的数据和报表。前厅部还定期向酒店管理机构提供咨询意见,作为制定和调整酒店计划和经营策略的参考依据。

(四) 前厅收入是酒店收入的重要来源

客房是酒店收入的主体,客房营业收入在酒店总收入中占到 50% 左右的比重,最高的可达 80% 以上。衡量一个酒店经营管理情况的重要指标就是客房收入占酒店总收入的比重。客房创利润越高,对酒店的营业带动性越强。前厅部作为酒店的一线对客服务部门,其主要任务是接受客房预订,并为客人办理登记入住、离店结账等手续。前厅部按规定的服务程序与宾客直接或间接接触,形成了酒店最主要的经营活动部门,可以说没有任何一家酒店不重视前厅部销售客房的经营活动。客房消耗低,纯利高,初建时投资大,但耐用性强,一般客房可以产生几十年的经济效益。客人入住以后,还要饮食、购物、娱乐、洗衣等,所以重视前厅部的管理,提高前厅部的服务水平,不仅会增加客房的经济收入,还可以增加其他服务设施的收入,提高整个酒店的经济效益。

二、前厅部的任务

(一) 销售客房

前厅部的首要任务是销售客房。前厅部销售客房的数量、房型和价格不仅直接影响酒店的收入,也间接地影响酒店其他营业部门的收入。前厅部的客房销售主要由预订销售、接待推销、合理排房和房价控制等工作组成,通过超额预订、折扣配置、升档销售、时滞控制等技巧实现客房销售的收益最大化。因此,前厅部必须参与酒店的市场调研和市场预测;参与房价及促销计划的制订;配合销售部进行宣传促销活动;开展客房预订业务并对预订工作进行计划、安排和管理;接待有预订和未经预订而直接抵店的客人;办理客人的入住登记手续



及安排住房并确定房价等事宜。

(二) 前厅服务

前厅是客人来往必经的场所,是客人的主要集中场地,前厅部作为对客服务的集中点,担负着直接对客服务的繁杂工作,其服务除了入住登记、离店结账,还涉及接送服务、礼宾服务、票务代办服务、总机服务、商务中心服务等。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、深刻的印象,这就是“大前厅服务”理念的体现。

(三) 提供信息

前厅是客人汇集活动的场所,也是酒店经营活动的主要信息源。前厅部要有意识地收集出租率、营业收入、宾客投诉、宾客基本信息等酒店经营的内部管理信息,并对其进行加工处理,及时将其传递到客房、餐饮等经营部门和管理机构,以便采取相应的决策,搞好对客服务。同时,前厅部还应为宾客提供商务、交通、购物、游览、医疗等酒店内外有关活动的信息,为宾客提供优质服务。

(四) 协调沟通

前厅部作为酒店业务活动的中心,是沟通酒店与客户的桥梁。前厅部要根据客人的要求和酒店营销部门的销售计划,与酒店各部门之间进行有效联系,协调前台、后台之间的对客服务,达到使客人满意以及内部业务运作顺畅的目的。

(五) 控制房态

正确反映并掌握客房状况是做好客房销售工作的先决条件,也是前厅部管理的重要目标之一。前厅部员工在客房产品的销售过程中,必须以正确的客房状态作为基础,保证客房销售、预订等工作的顺利进行。控制房态主要有两个方面的工作:一是协调客房销售与客房管理;二是正确地反映客房的销售状态。要做好控制房态这项工作需要酒店采用电脑化系统和配置先进的通讯联络设备,建立行之有效的管理规章制度,以保障前厅与相关部门之间的有效沟通及合作。前厅部的客房状态显示系统可分为客房预订显示系统和客房现状显示系统,以反映客房预订、住客、走客、待售、维修等状况。只有做好客房状况的实时显示,掌握正确的客房状态,才能更好地开展对客服务。

(六) 建立客账

建立客账是为了实时记录并监督客人与酒店的财务关系,达到方便客人、保障酒店声誉并获取经济效益的目的。酒店一般采用统一结账服务。住店客人经过必要的信用证明,除商品购物外,其他可在酒店内各营业点签单结账,直至客人离店或其消费额达到酒店所规定的最高欠款额时,才要求客人付款。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。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。前厅部要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应有的经营效益。

(七) 客史建档

前厅部作为酒店与客人联系的纽带,要为住店一次以上的客人建立客史档案,以更好地

发挥信息集散和协调服务的作用。在建立客史档案时,可采用电脑记载、统计或手工整理统计等方法,记录客人的主要资料,如姓名、身份、公司、抵/离店日期、消费记录及特殊要求等。客史建档作为酒店为客人提供个性化服务的依据,也是酒店完善顾客关系管理,进行市场分析的重要信息资料。

(八) 辅助决策

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,因此,前厅部应当充分利用这些信息,将统计分析工作制度化和日常化,及时将有关信息整理后向酒店的管理机构汇报,与酒店有关部门沟通,以便其采取对策。

三、前厅部的发展趋势

(一) 组织机构扁平化趋势

前厅部的组织机构将化繁为简。酒店会根据来年预计的营业情况,重新定编,人力上讲求最大限度的节约。同时,充分发展第三方外包业务,利用社会上的专业公司为酒店服务,如将酒店外围的保安工作(正门、停车场等)交由专业的保安公司承包,或将商务中心出租等。

(二) 定价策略灵活化趋势

前台接待人员将得到更大的组织授权,根据客人及酒店的实际情况,在合理的范围内调整房价。前台销售人员的奖金会与其每月的销售情况挂钩,最大限度地提高酒店的经济效益。前厅工作人员会根据当天的客房出租率情况来调整房价,以创造最大的利润。部分酒店会保持其相对固定的客房价格水平,以维持其档次及其在消费者心中的信誉。

(三) 酒店预订网络化趋势

随着互联网技术的发展,人们生活方式的改变,散客预订将越来越少,网上客房预订将成为一种新的发展趋势。这就要求酒店要利用多种渠道来提高客房的预订,并重视网络预订。酒店要建立健全的网站,推出集客房预订、旅行攻略、生活服务等多功能为一体的 App,以实现更好的客源预订及客源互推。酒店要借助携程、途牛等 OTA(在线旅行社)争取更多的网络预订。为了提高市场占有率和客房出租率,将利用包括价格在内的各种手段鼓励客人提前预订客房。根据预订期的长短,酒店将会在房价上给予客人不同程度的优惠。

知识关联

OTA(online travel agent):是指在线旅游社,是旅游电子商务行业的专业词语。其代表有携程、去哪儿、途牛、驴妈妈、艺龙等旅游网站。OTA 的出现将原来传统的旅行社销售模式放到网络平台上,更广泛地传递了线路信息,互动式的交流更方便了客人的咨询和订购。

App(application):指的是智能手机的第三方应用程序。随着智能手机和平板



电脑等移动终端设备的普及,人们逐渐习惯了使用 App 客户端上网的方式,目前国内各大电商,均拥有了自己的 App 客户端,通过 App 进行盈利也是各大电商平台的发展方向。由于手机移动终端的便捷,为企业积累了更多的用户,更有一些用户体验不错的 App 使得用户的忠诚度、活跃度都得到了很大程度的提升,从而为企业的创收和未来的发展起到了关键性的作用。

(四) 收益管理的普及化趋势

收益管理能够使酒店的客房等资料得到最有效的利用,使酒店管理从经验管理上升为科学管理,从而较大程度地提高酒店的经济效益。因此,越来越多的酒店和酒店集团逐渐重视并实施收益管理。就发展的现状和趋势而言,收益管理已经从一种管理思想转化为一种先进的计算机管理系统,好的酒店计算机管理系统都会引入收益管理的内容。

知识关联

收益管理(revenue management):又称产出管理、价格弹性管理,亦称效益管理或实时定价,它主要通过建立实时预测模型和对以市场细分为基础的需求行为分析,确定最佳的销售或服务价格。收益管理是一种谋求收入最大化的新经营管理技术,诞生于 20 世纪 80 年代,最早由民航开发。它通过价格剥离将那些愿意并且消费得起的客户和为了使价格低一点而愿意改变自己消费方式的客户区分开,最大限度地开发市场潜在需求,提高效益。在酒店业,由于收益管理系统对公司决策和创利有巨大影响,世界许多著名酒店集团,特别是欧美的主要酒店集团管理层都对收益管理高度重视,先后建立了专门的收益管理部门,并配置了能进行大量数据分析和实时优化处理的计算机系统。世界著名的酒店集团 Marriott(万豪国际)就是收益管理最成功的使用者,也是最大的获益者。



第二节 前厅部的组织结构及岗位职责

前厅部组织机构的设置存在较大的差异,受到酒店类型、规模、目标市场、业务特点及发展需要的影响。不同酒店的前厅部要遵循组织结构设计的统一指挥,根据各酒店的实际情况,设置各自最适合的组织结构形式。

一、前厅部组织机构的设置原则

前厅部组织机构的设置,应既能保证前厅运转的效率和质量,又能满足客人的需求。前