



福建省高职高专旅游大类规划教材 前厅客房服务与管理

主编◎郑燕萍



厦门大学出版社
XIAMEN UNIVERSITY PRESS

国家一级出版社
全国百佳图书出版单位



福建省高职高专旅游大类规划教材

前厅客房服务与管理

主 编 ◎ 郑燕萍

参编人员 ◎ 陈 蕾 黄宇方 苏华南 林秋英 林伟宏



厦门大学出版社
XIAMEN UNIVERSITY PRESS

国家一级出版社
全国百佳图书出版单位

图书在版编目(CIP)数据

前厅客房服务与管理/郑燕萍主编. —厦门:厦门大学出版社, 2011. 8

(福建省高职高专旅游大类规划教材)

ISBN 978-7-5615-3956-9

I. ①前… II. ①郑… III. ①饭店-商业服务-高等职业教育-教材②饭店-商业管理-
高等职业教育-教材 IV. ①F719.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2011)第 121566 号

厦门大学出版社出版发行

(地址:厦门市软件园二期望海路 39 号 邮编:361008)

<http://www.xmupress.com>

xmup@public.xm.fj.cn

厦门集大印刷厂印刷

2011 年 8 月第 1 版 2011 年 8 月第 1 次印刷

开本:787×1092 1/16 印张:24.75

字数:588 千字 印数:1~3 000 册

定价:42.00 元

本书如有印装质量问题请直接寄承印厂调换

福建省高职高专旅游大类规划教材编写委员会

主 任 黄克安(福建商业高等专科学校 校长)

副主任 黄亚惠(闽北职业技术学院 院长)

林松柏(黎明职业大学 校长)

王 瑜(福建商业高等专科学校旅游系 主任)

秘书长(兼) 王 瑜(福建商业高等专科学校旅游系 主任)

委 员

王喜华(漳州职业技术学院管理系 主任)

李冬梅(黎明职业大学外语系 主任)

宋文艳(厦门大学出版社 总编)

陈白璧(福州对外贸易职业技术学院 旅游专业负责人)

张完英(闽北职业技术学院管理系 主任)

林 东(福州职业技术学院管理系 副主任)

喻荣春(厦门城市职业学院 旅游专业负责人)

檀小舒(闽西职业技术学院旅游系 主任)

李建中(香港柏美规划设计研究院 董事副院长,浙江远见旅游规划设计
研究院 副院长)

金文龙(福州阳光假日大酒店 总经理)

林军华(福州最佳西方财富大酒店 总经理)



前言

在未来5—10年,中国饭店业将进入黄金发展期,世界上排名前10位的国际饭店管理集团均已进入中国市场。为培养适合现代饭店业发展需要的新型高素质技能型专门人才,促进海西旅游经济发展,在福建省教育厅实施《高等职业教育服务海峡西岸经济区改革与建设工程》,加强高等职业教育教材建设规划指导下,由福建商业高等专科学校组织实施,我们成立了《前厅客房服务与管理》高职教材编写组。

“前厅客房服务与管理”是一门涉及前厅、客房部服务技术和管理方法,理论性与实践性都很强的旅游饭店高职专业课程。在教学过程中,既要强调学科的理论性,又要注重实践应用中的实用性和科学性;编写时,不仅需要满足前厅与客房服务日趋多样及顾客个性化服务的要求,在理论上能对前厅与客房的管理进行指导,而且要在技术和方法上能适应现代饭店前厅客房服务与管理的实践需要。在这种指导思想下,我们借鉴了众多国内外饭店业成功的经验和众多专家、前辈的研究成果,并根据十多年来教学和实践经验,编著了《前厅客房服务与管理》一书,以满足高职旅游饭店专业教学和饭店业管理实践的需要。

本书分为前厅篇与客房篇两大部分。立足于高职院校人才培养的核心——“职业化”教育,基于饭店前厅、客房部的工作岗位要求、服务内容和流程、管理方法和技能,设计了16个学习情境,共72个工作任务,帮助学生学习和掌握饭店前厅、客房服务与管理的专业知识、服务技能,培养学生的综合能力。内容和形式有所创新,特别是书中的“案例分析”、“综合训练”为没有实践经验的在校学生提供了很好的素材和能力训练;每个学习情境的“学习目标”和“小结”也为学生明确了学习目的。本书既是一本饭店前厅、客房服务与管理的教科书,也可以作为饭店从业人员进行服务和管理实践的参考书。本书主编厦门城市职业学院郑燕萍负责组织全书大纲设计、撰写、初稿修改、最后统稿和定稿工作,并负责本书前言,学习情境八、十一、十三、十四的编写(约19万字);第一副主编福建商业高等专科学校陈函负责学习情境一、九、十五的编写(约15万字);第二副主编厦门城市职业学院蔡颖负责学习情境二、五、十的编写(约10万字);福州职业技术学院陈蕾负责编写学习情境六、七(约3万字);闽西职业技术学院黄宇方负责编写学习情境三(约4万字);泉州华光摄影艺术职业学院苏华南负责编写学习情境四(约2万字);福州黎明职业技术学院林秋英负责编写学习情境十二(约3万字);福州黎明职业技术学院林伟宏负责编写学习情境十六(约4万字)。参与本书编写的编者均是来自高职院校饭店管理专业教学一线教师,具有丰富的饭店管理专业教学与实践经验。



本书在编写过程中,参考、借鉴了大量的相关文献、教材和专著(详见书末参考文献),更得到了福建商业高等专科学校、厦门城市职业学院以及参编教师所在院校领导的大力支持及专家的指导和帮助,谨此表示衷心感谢!本书在编写过程中,力求体例合理、内容新颖、文字规范。但由于时间仓促、个人认识水平和实际工作环境所限,书中难免存在疏漏和不妥之处,恳请各位专家学者和广大读者不吝赐教,以便作进一步修订,使之日臻完善! 主编联系方式:543428316@qq.com

编者

2011年5月8日

目 录

前 厅 篇

学习情境一	走进前厅部	(1)
任务 1	前厅部认知	(2)
任务 2	前厅部编制与岗位职责	(9)
任务 3	前厅部环境布局 and 主要设备	(18)
任务 4	前厅部员工应具备的素质要求	(23)
学习情境二	客房预订	(33)
任务 1	认识房型及客房销售价格	(33)
任务 2	客房预订方式和种类	(36)
任务 3	客房预订程序	(41)
任务 4	客房预订控制管理及纠纷处理	(49)
任务 5	客房销售的艺术与技巧	(53)
任务 6	预订与收益管理	(56)
任务 7	宾客抵店前的准备工作	(59)
学习情境三	前台服务	(63)
任务 1	入住登记的相关知识	(63)
任务 2	房态的显示、排房及转换	(66)
任务 3	入住接待程序	(68)
任务 4	入住期间常见问题的处理	(70)
任务 5	入住收银服务	(73)
任务 6	夜审工作	(77)
任务 7	离店结账服务	(78)
任务 8	问讯及留言服务	(81)
学习情境四	礼宾服务	(90)
任务 1	机场接送服务	(90)
任务 2	饭店门口迎送服务	(91)
任务 3	行李服务、代客停车服务	(93)
任务 4	金钥匙服务	(100)



学习情境五 日常服务	(105)
任务 1 电话总机服务	(105)
任务 2 商务中心服务	(109)
学习情境六 宾客关系管理	(114)
任务 1 大堂副理服务	(114)
任务 2 宾客投诉处理	(117)
任务 3 服务补救	(120)
任务 4 住店客户回访	(122)
学习情境七 前厅信息管理	(126)
任务 1 客流预测与信息传递	(126)
任务 2 报表制作与文档管理	(129)
任务 3 客史档案管理	(132)
学习情境八 前厅服务质量控制与员工管理	(135)
任务 1 前厅服务质量内涵与控制	(135)
任务 2 前厅员工的招聘与培训	(148)
任务 3 前厅员工工作绩效考评	(161)
任务 4 前厅员工激励机制的建立	(165)

客 房 篇

学习情境九 走进客房部	(170)
任务 1 客房部认知	(171)
任务 2 客房部编制与岗位职责	(177)
任务 3 客房设备用品	(184)
任务 4 客房功能布局与装饰布置	(191)
任务 5 客房部员工的素质要求	(200)
学习情境十 客房清洁卫生与管理	(208)
任务 1 客房日常清扫	(208)
任务 2 客房计划清洁	(216)
任务 3 客房清洁卫生质量控制	(218)
任务 4 创建“绿色客房”活动	(223)
学习情境十一 客房服务接待	(228)
任务 1 迎送宾客服务	(228)
任务 2 VIP 宾客接待服务	(231)
任务 3 房内小酒吧服务	(235)
任务 4 开夜床服务	(238)
任务 5 客房其他服务	(240)
任务 6 遗留物品处理	(250)

学习情境十二 客房部物品与设备管理	(254)
任务 1 客房物品与设备的种类与特性	(254)
任务 2 客房物品与设备的采购、保管和使用	(259)
任务 3 客房物品与设备档案的建立	(271)
学习情境十三 公共区域清扫保养与管理	(284)
任务 1 公共区域清洁保养工作的流程与管理	(285)
任务 2 地面材料及保养	(293)
任务 3 墙面材料及保养	(299)
任务 4 玻璃、镜面、木质家具、清洁器具的清洁保养	(301)
任务 5 公共卫生间的清洁保养	(303)
任务 6 定期消杀“四害”	(305)
学习情境十四 洗衣房运营管理	(312)
任务 1 洗衣房的职能和组织机构	(312)
任务 2 洗衣房设备与保养	(314)
任务 3 收发洗涤布草	(320)
任务 4 洗涤饭店各种布草及客衣	(323)
任务 5 制服编码、保养与管理	(331)
学习情境十五 客房安全管理	(343)
任务 1 客房职业安全	(344)
任务 2 防盗与防火	(346)
任务 3 意外事故的防范	(353)
学习情境十六 客房部服务质量控制与员工管理	(359)
任务 1 客房部服务质量的内涵与控制	(359)
任务 2 客房部员工的招聘与培训	(362)
任务 3 客房部员工的绩效考核	(373)
任务 4 客房部员工激励机制的建立	(377)
参考文献	(385)



学习情境一

走进前厅部

学习目标

知识目标

1. 学习饭店前厅部在饭店运营体系中的地位和作用
2. 学习饭店前厅部的任务
3. 学习饭店前厅管理的发展趋势
4. 学习饭店前厅部的主要岗位构成和岗位职责
5. 学习饭店前厅部的环境布局和特点
6. 学习饭店前厅部的主要设备和用品

能力目标

1. 熟练使用前厅常用办公软件
2. 熟练应用前厅部组织架构设计和人员编制设计
3. 熟练使用常用的前厅信息化管理系统
4. 熟练运用常用前厅服务礼仪

前厅部是饭店经营管理的神经中枢,是饭店宾客关系建立的桥梁和纽带,是饭店服务水平的窗口。前厅部员工的服务态度、服务效率和服务技术,无不对饭店的形象和声誉产生重要的影响。前厅部通常由预订处、接待处、问讯处、收银处、礼宾部、宾客关系中心、商务中心、电话总机等组成,各项服务机构有序地分布在前厅的大堂。前厅部的服务管理将直接反映饭店的服务质量和管理水平,影响饭店的经济效益和市场形象。



任务1 前厅部认知

任务布置

1. 学生分组,3~5 人组成调研小组。
2. 实地参观调研一家星级饭店的前厅,亲自感知,获得第一手资料。
3. 每组带回该饭店的宣传册、房价表、饭店名片等资料。
4. 形成一份调研报告,包括:该饭店基本情况、大堂基本情况、总台岗位和设施、总台接待服务态度与效率、大堂副理工作位置及设备物品、大堂吧装饰布置情况、营业情况、总台服务台风格、岗位设置、员工人数等。
5. 画出一张该饭店前厅大堂布局平面图。
6. 谈谈你对该饭店大堂的印象及存在的不足。

知识准备

一、前厅部的发展

前厅(front office)又称大堂、大厅,是饭店最重要的公共区域。

前厅部又称前台部、客务部,主要职能是向宾客销售客房,为宾客入住饭店提供必要的接待、礼宾、问讯、行李、电话接线、商务中心、投诉处理等多方面的优质服务,协调饭店各部门的对客服务,为饭店的经营决策提供各种信息。

饭店的前厅部是随着饭店业的发展才出现的。

在世界范围内,现代饭店基本格局的确立是以饭店总服务台的设立为标志之一,而饭店总服务台源于何时、何地,目前还没有确定的记载,一般认为,饭店前台起源于19世纪欧洲小饭店的吧台。目前,绝大多数饭店已经把大堂吧台和前台分别设于大堂中相邻的不同位置。

世界上第一家设立前厅的饭店是1829年在美国波士顿开业的特里蒙特饭店(Tremont Hotel)。这家拥有170间客房的饭店开创了单人房和双人房的先河,也首次设立了前厅,作为专门为宾客办理入住手续和退房的场所。而在此之前,入住饭店的宾客往往在饭店的酒吧办理入住登记。

现代饭店的发展,推动了饭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。



我国的饭店前厅部的发展经历了五个主要阶段。

(一) 单工种单功能——附属于客房部的阶段

20 世纪 70 年代末以前,我国的各类饭店绝大多数都是等客上门的事业单位,往往在客房部下设一个总台组,负责接待宾客并兼前厅收款业务。此时的总台员工人数少,往往是单一工种——总服务台服务员,通常也不是 24 小时为客户服务的。

(二) 少工种少功能的阶段——前厅部独立于客房部之外的阶段

20 世纪 80 年代初,随着饭店业的发展,前厅部的预订和问讯功能日益突出与独立,逐步形成了独立的前厅部。接待与预订逐步分离成两个工种,原属客房部的总机组转属于前厅部,此时前厅部还承担了公关及营销功能。

(三) 多工种多功能的阶段——营销、公关部及前厅收银员从前厅部中分离出来的阶段

20 世纪 80 年代中期以后,市场竞争日益激烈,饭店的营销、公关功能日趋重要,于是营销、公关部逐步从前厅部中分离出来,成为两个独立的部门,前厅收银员也归属于财务部。各部门的功能更明确,分工更细,同时也逐步产生了独立的大堂副理、驻外代表、门卫、行李员、商务中心文员、商务楼层接待员、订房员、接待员、问讯员等班组或工种,前厅部的机构空前庞大,前厅部变成一个以服务为主的部门。

(四) 少工种多功能阶段

20 世纪 90 年代中期开始,许多隶属于不同国家、部门、行业的旅游涉外饭店投入运营,形成了许多不同的前厅部组织机构。从方便宾客及降低成本出发,前厅部普遍开始合并工种,如:问讯员与接待员的合并,前厅文员与商务中心文员的合并,接待员与前厅收银员的合并,夜班总机话务员与夜班接待员的合并。这一系列的合并对前厅部员工的素质及前厅部的管理提出了更高的要求。饭店与饭店之间前厅部的组织机构区别越来越明显,有利于饭店提供特色服务、超常服务及个性化服务。

(五) 新型多样化前厅部阶段

伴随着网络订房的发展,电脑性能的提升,饭店类型的多样化,客源市场的多元化以及一系列新技术在前厅部的应用,饭店前厅部的发展出现了多样化的特点,如连锁饭店、经济型饭店、度假型饭店这三者的前厅部就有着很大的区别。座式前台出现后,前厅部对客户服务的理念有了很大变化,前厅部操作程序也有了很大变化,前厅部进入了多样化阶段。

二、前厅部的职能

前厅部又被称为饭店的“大脑”和“中枢神经”,在饭店经营管理中起着极其重要的作用。前厅部虽然不是饭店最主要的营业部门,但它对饭店的市场形象、服务质量、管理水平有着重要的影响。

(一) 前厅部的地位与作用

1. 饭店品质的窗口展示作用

饭店前厅部是饭店形象的展示窗口,前厅的硬件和软件水平从侧面反映了饭店的档



次和服务管理水平。前厅大堂的设计、装饰、布置是体现饭店整体风格的重点,前厅部员工的精神面貌、办事效率、服务态度和技巧展示了饭店服务的优质品质。

2. 顾客满意的心理效应作用

饭店前厅是给宾客留下第一印象和最后印象的场所。前厅的迎送服务是宾客消费环节的起点和终点,前厅的机场代表、预定、接待等服务岗位是最先接触宾客的重要岗位,前厅部员工的礼貌礼节、服务态度、服务效率均会给宾客留下“首因效应”和“近因效应”的深刻印象,并深深影响宾客的消费满意度。

3. 宾客关系及内部管理的协调作用

前厅部是接触宾客最频繁的部门,是建立和维护良好宾客关系的重要环节。前厅部通过各种方式,收集、加工、整理不同背景的宾客信息,而且获得最多、最直接的信息,是宾客信息的汇集地。前厅部处理各类的宾客投诉,协调着宾客与饭店的关系。同时,前厅部又是饭店的业务调度中心,与饭店其他部门关系紧密,许多影响饭店运作的指令信息都是由前厅部提供的,前厅部协调着饭店客房部、餐饮部等一线营业部门的关系。

4. 增加销售收入,提高经济效益

前厅部是饭店的业务活动中心,其主要任务是销售客房,前厅部接待员和预定员的主动推销会直接影响到接待宾客的数量,前厅部的有效运转能提高客房的出租率,增加客房的销售收入,并最终影响到饭店的经济效益。同时,前厅部通过提供邮政、电信、票务及出租车等服务也直接取得经济收入。

5. 辅助饭店经营决策

前厅部是饭店的信息枢纽,是饭店经营管理的“参谋”和“助手”。前厅部收集的宾客满意度情况是制定改进管理和提高服务质量的第一手资料。前厅部加工、整理的客源市场、客房销售、营业收入等信息,通过定期或不定期地向饭店经营决策层提供反映市场情况的各类报表和经营数据,是饭店制定和调整经营计划和经营策略的重要依据,有利于提高饭店经营管理决策的科学性。

(二) 前厅部的主要任务

1. 销售客房(sell rooms)

前厅部的客房销售是饭店多元化销售渠道的重要组成部分,销售客房是前厅的首要任务。前厅部的客房销售主要由预定销售、接待推销、合理排房和房价控制等工作组成,通过超额预定、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。

2. 建立客账,进行账单管理(bill)

账单是处理宾客账目的基本依据,宾客在饭店的所有消费都要汇集到总台并审核统计,处理宾客账目要准确及时,同时随时掌握房价的变动、房价的折扣等要素。前台结账直接影响到饭店的形象和经济效益。

3. 控制客房状态(control room status)

随着计算机技术在饭店的广泛应用,功能强大的饭店管理软件成为饭店高效管理的重要工具。管理软件直观的房态盘为前厅部提供了适时房态管理的可能。前厅部对房态的控制主要集中为预定、入住和退房三大模块,并定时与客房部核对房态信息,保障房态控制的准确性。



4. 提供系列前厅服务(correlate work)

前厅部的服务范围除了预订、接待服务外,还包括:问讯、叫醒服务、邮件服务、订票服务、留言服务、礼宾服务、兑换货币、委托代办、贵重物品寄存、总机话务、商务中心等多项服务。前厅部对客服务流程如表 1-1 所示:

表 1-1 前厅部对客服务流程表

区域	任务	岗位	备注
1	客房预订	预订部	
2	机场接机 门童迎宾 行李接待与分发	礼宾部	
3	入住登记 客房分配 发放钥匙 换房 问讯及邮件服务入账 贵重物品寄存 外币兑换	前台接待	
4	电话转接	总机	
5	退房行李处理	交通安排	礼宾部
6	结账退房	前台收银	

5. 协调对客服务(assort with service for guest)

前厅部的工作涉及饭店的众多部门,所以必须首先树立整体服务意识。一方面要将宾客的需求信息以及反馈意见及时传递到各个部门进行协调控制,另一方面要充当饭店代言人的角色,解决宾客在入住中碰到的各种问题,以保证整个饭店的服务质量和工作效率。

6. 统计并预测经营信息(forecast demand)

前厅统计报表是根据饭店经营管理的要求而设置的,是饭店管理者了解经营情况的首要途径,是饭店管理者做出正确决策的依据,也是饭店其他各部门获取信息的重要来源。前厅部常用的统计报表有营业日报表、营业情况对照表、房价与预订情况分析表、客源结构分析表、客情预报表等,前厅部的统计报表显示了客房出租率、平均房价等信息,为饭店分析、判断、预测市场,制定营销策略提供直接的依据。

7. 建立客史档案(set up the guest history)

客史档案记录了宾客的基本信息和消费偏好情况,是宾客入住饭店的主要资料,是饭店了解宾客需求特点、提供个性化服务的最重要的依据和基础,是饭店寻找客源、研究消费市场的信息来源。前厅部的客史档案管理需坚持规范建档和保存制度化两项原则。



三、前厅部服务的特点

(一)全面直接对客服务

前厅部是一个提供综合性服务的经营部门,在为饭店开辟市场、保证客源、推销饭店其他产品的过程中,承担着主要的直接对客服务。由于参与全过程的对客服务,它还是饭店少数几个 24 小时运转的部门之一。

(二)服务规格要求高

前厅部的工作决定了它会在宾客心目中留下关于饭店的“第一印象”和“最后印象”,而这些印象常常决定着宾客对饭店的总体评价,直接影响饭店的整体形象。由于前厅部的管理效果直接关系到饭店的声誉和经营成败,所以又要求前厅部在管理上要注重员工的服务态度、文化素养和业务技能的培训,以求与宾客建立起良好的关系,给宾客留下良好的印象。

(三)岗位数量多,工作内容庞杂,工作涉及面宽

前厅部的业务包括预订、接待、问讯、行李寄存、迎宾、机场接送、电话、票务、传真、复印、打字、旅游服务、收银、建档等,并且每项工作都有相应的规范与要求,在具体的操作过程中必须严格遵守。同时,前厅部在整个饭店的管理过程中具有协调功能,必然与各个相关部门发生联系,不仅需要熟悉本身的业务,还要了解其他部门的情况,才能帮助宾客解决问题。

(四)专业要求高,人员素质要求高

随着时代的进步,现代科技不断引入到各行各业的管理中,饭店前厅大都实行了电脑管理,员工必须经过专业培训才能上岗操作。另外,在帮助宾客解决困难、回答其提出的问题时,也需要员工具备相应的能力与业务知识背景,这就对员工的素质、专业技术水平、业务水平提出了较高的要求。

(五)信息量大,变化快,要求高效运转

前厅部是饭店信息集散的枢纽、对客服务的协调中心,因此其收集、整理、传递信息的效率决定了对客服务的效果。宾客的要求每时每刻都会有变化,这就要求前厅部在信息处理上效率要高。另外,前厅部所掌握的一些重要信息,如当日抵达或离开的 VIP 宾客、营业日报、客情预测等都必须及时传递给总经理室及其他有关部门。

(六)政策性强

前厅部关于客房价格的销售、客房的折扣、特殊接待的处理以及处理宾客投诉事宜都具有较强的政策性,每一项决定都可能会影响饭店今后的政策。除了饭店本身经营、管理上需要有许多政策、制度外,还必须执行国家有关法令及涉外条例,其工作有很强的政策性。

四、前厅部管理的发展趋势

(一)服务过程整合,组织结构的扁平化

现代饭店前厅部全方位的服务要求对服务过程进行整合,前厅部的组织机构趋于扁



平化,管理层级缩小,工种趋于减少,人员少而精。

(二) 信息功能的强化

在计算机技术的帮助下,客史档案的顾客信息越加完善,为前厅个性化服务提供了重要基础,高科技和高情感的有效融合成为前厅管理的新理念。

(三) 服务创新,增加消费互动

市场供求关系的变化,宾客需求的变化,促使前厅服务进行创新,不断加大消费互动的服务项目,这也使得前厅部的变化加快,前厅的座式柜台将更为普及,且具体式样也会有一些变化,由此带来前厅服务程序、运转表单的变化。

(四) 服务外包,经营方式社会化

更多的饭店前厅非核心的服务项目选择进行外包,把部分经营项目社会化,如大堂地面石材的养护、大堂花卉的租摆、总机计费、大堂吧经营等。

(五) 程序简化,服务快捷

前厅部的各项程序将趋于简化,强调在规范、标准、程序化服务的基础上增加超常、灵活、个性化服务,追求快速入住和快速退房。

(六) 岗位整合,培训中心转移

前厅服务流程的整合带来了前厅的岗位整合,饭店管理软件的运用实现了前厅接待与收银服务的合并,预定与商务文员的整合平衡了忙闲不一的现象。前厅培训的重点也将从程序培训转向态度、知识、技能的三位一体的培训,专业培训更细,更有针对性。

(七) 全面质量管理,追求零缺陷服务

对前厅部的管理既注重结果,又注重过程,而管理方式也较以前更活,更注重把软、硬件结合起来,充分发挥两者的作用。通过全员参与、全过程控制实现服务零缺陷。

(八) 灵活销售,实现收益最大化

前厅部成为饭店全员推销的中心环节,对其他各部门的全员推销具有指导和示范作用。总台的推销功能增强,员工除具备推销知识外,还应更灵活地因人而异地进行推销。房价打折制度将更为灵活,门市价与实际达成的房价的差价进一步扩大。

(九) 网络订房改变传统预定模式

中央预定系统(CRS)、第三方网站订房、网络 WEB 订房成为饭店新的客房预订方式,而且比重不断增加。网络订房弱化了前厅的预定功能,提高了预定的便利性。

【阅读材料】

欧美饭店集团的主要发展阶段

现代饭店集团诞生于 20 世纪 40 年代的欧美国家,至今已有 50 多年的发展历史了。在过去的半个多世纪之中,欧美国家的饭店集团在市场需求和经济利益的牵引作用下,逐步完成了从无到有、从小到大、从单一到多元、从国内到国外的成长发展过程,并先后经历了三大发展阶段:



第一阶段:区域性发展阶段(20 世纪 40—50 年代)

第二次世界大战之后,伴随着欧美等国出现的相对持续的和平、稳定、繁荣、发展的历史机遇和 5 天工作制、高速公路及私家汽车的日趋普及,局限在某一国家及其周边地区的休闲度假旅游或商务公干旅游对制度化、规范化和标准化管理的连锁饭店产生了强烈的市场需求。1946 年成立的洲际酒店集团(Inter-Continental Hotels Company)、1949 年成立的希尔顿国际集团(Hilton Hotels Corporation)、1950 年成立的地中海俱乐部集团(Club Med)。期间这些饭店集团扩张发展的方向是由其本国或本地游客的批量流向来决定的,哪里拥有本国或本地的游客最多,哪里就有这些跨市、跨州、跨国、跨区经营的现代饭店集团的身影。市场的需求和利益的牵引最终使一大批现代饭店集团应运而生并脱颖而出。

第二阶段:跨国发展阶段(20 世纪 60—70 年代)

伴随着波音 707 飞机的问世(1958 年)和波音 747 飞机的大批量投用(1969 年),世界各国的民航业在 20 世纪 60—70 年代都取得了长足发展。以“波音”与“协和”为代表的高速度、大容量、远距离、低价位的喷气式飞机逐步取代了涡轮机,从而使乘飞机出行逐渐成为大众休闲度假或商务旅游的首选。在欧美国家逐渐普及的带薪年假制度又进一步催生了跨国旅游和跨洋度假的大众旅游消费市场。为了满足国际旅游的市场需求,并使本国出境游客在异国他乡也同样能感受到“家外之家”的温馨、安全与舒适,众多的欧美饭店集团纷纷联姻航空公司,并先后走出国门到本国出境游客流量较大的外国旅游目的地或中心门户城市接管或开设饭店。譬如:美国的希尔顿国际集团与环球航空公司(TWA)的联姻(1967 年)、美国的最佳西方国际集团(BWI)与联合航空公司(UA)的联姻(1970 年)、法国的子午线饭店(Meridien)与法航(AF)的联姻(1972 年)等成功案例,催生了一大批跨国、跨洲、跨地区经营的国际饭店集团。这些国际饭店集团发展到 20 世纪 70 年代末已基本完成了对全球饭店市场的瓜分。

第三阶段:整合发展阶段(20 世纪 80 年代至今)

伴随着 20 世纪后期社会主义国家的政治改革和经济开放,以及信息技术和网络平台在各国饭店经营管理业务中的日益普及,那些兼具规模经济和范围经济效益的欧美饭店集团在基本完成了全球饭店市场的瓜分之后又呈现出整合发展的趋势,即:饭店集团的扩张模式逐渐从单一饭店接管向管理公司或饭店集团之间的兼并、收购与联盟的转型。从 1981 年大都会酒店(Grand Metropolitan)兼并洲际酒店集团开始,这种趋势一直延续到今天。其中最引人注目的莫过于香港新世界集团(New World Development Company)对华美达集团(Ramada International)的收购兼并(1989 年),英国巴斯有限公司(Bass)对假日集团和洲际集团的收购兼并(分别为 1989 年、1998 年),以及法国雅高(Accor)集团对 6 号汽车旅馆公司(Mobile 6)的收购兼并(1990 年)。通过重新整合,在全世界范围内出现了一大批横跨国界、纵跨行业、品牌多元、管理统一的超级饭店集团,如:英国的洲际集团、美国的万豪集团和法国的雅高集团等。2004 年,洲际酒店集团(即前“六洲”)就是通过 2003 年成功地收购兼并了美国的“蜡木酒店式公寓集团”(Candlewood Suite)而跃居国际饭店集团三百强首位,并把连续六年稳坐世界三百强头把交椅的美国温德姆集团(Wendham)拉下马来。目前,洲际酒店集团是世界上客房拥有量最大(多达 646679 间)、跨国经营范围最广(多达 100 个国家与地区)、在中国接管和在建饭店最多(多达 200 家)的超级