

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，可能就会顺利得多。

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。

[评析]

按照国际惯例，宴会预订要有书面的确认，客户偿付订金以后宴会预订才正式成立。宴会预订成立后，客户应保证在规定的时间内按规定的人数前来就餐。订金是保证预订程序规范进行的制约手段。没有订金的制约，很多预订会成为一纸空文，饭店的利益将会受到损失。预订规范的饭店一般将未经正式确认的预订用铅笔登记在宴会厅预订登记卡上，等正式确认后再用钢笔正式登记。这些都值得饭店在预订时借鉴。

1. 口头预订后一定要进一步确认，直到收到订金后预订才能正式生效。

2. 正式预订后，仍应与预订方联系，不断了解客户的需求状况。即使超过取消时间，客户要求取消预订，饭店不能退订金时，也应从客户的利益出发，提出有利于客户的建议。在情况允许时，饭店可考虑价格优惠、取消订金和改变时间等策略。因为，饭店的生意和信誉完全取决于宾客。

【案例 3】

一天晚上，厦门某饭店的门前驶来一辆出租车，4 位台湾来的客人先后下车走进饭店，直奔二楼的风味餐厅。

“欢迎各位到我们餐厅用餐，请问先生贵姓，有没有预订？”接待小姐很有礼貌地问道。

“我姓黎，三天前电话预订了‘佛跳墙’，请你查看一下。”黎先生迫切地说。

接待小姐查了预订记录，发现有两个姓李的人都预订了四人餐，一个是李永昌（海鲜宴），另一个是李佳明（外订“佛跳墙”）。

“先生，请看这是不是您的预订？”接待小姐请先生确认预订记录。

“哦，不，我叫黎嘉铭，这外订‘佛跳墙’是什么意思呢？”黎先生

用笔更正了姓名后，不解地问道。

“‘佛跳墙’这道菜需要 18 种原料 其中鱼唇、金线鲍鱼等原料我们这里今天刚进货，加工需要很长时间，在接到您预订时制作时间已经不够，但考虑到您对饭店的信任，我们已经为您在其他地方预订了这道菜，希望您不介意。”小姐耐心地向黎先生解释了外订的原因。

“那不行 你们这么大的饭店连‘佛跳墙’都做不出来 还开什么餐厅！同意了您的预订就要兑现，我就要吃你们做的‘佛跳墙’，其他地方做的不要。”黎先生突然生起气来。

“十分抱歉 我们没有向您解释清楚 让您误会了。这几天预订‘佛跳墙’的顾客只有您一位 原料和时间都紧张 我们就派厨师到关系单位亲自为您加工，现在已经准备好了，口味绝对正宗。请您先到里面入座 先品尝其他菜，‘佛跳墙’马上就上桌。”餐厅经理急忙走过来回答。

“谢谢你们想得周到，但以后预订时，不要把人家的名字搞错。”黎先生和家人跟随领位小姐走进了餐厅。

事实上，由于黎先生预订时间晚，又是电话预订，餐厅因为原料不全来不及准备，确实在外面为他预订了“佛跳墙”，一旦他来，就开车去取。

当黎先生一家吃到那满堂馥郁的“佛跳墙”时，不禁食欲大增，对服务员伸出大拇指连声说好。

[评析]

预订时，一定要注意程序的规范化，确保预订者的权益。此例中预订员误把“黎嘉铭”写成“李佳明”，引起了顾客的不满。因此，即使是同音或近音的姓名也要确认清楚。

预订员不仅要掌握餐厅的供应情况和加工能力，还要考虑到饭店的信誉，不要只为利润而预订那些不能落实的菜肴，否则容易在实际服务中造成被动。此例中外订的“佛跳墙”如果取不到 或客

人没有来，均会造成饭店声誉或经济上的损失。因此，对电话预订的菜肴，特别是贵重的菜肴，一定要有十分的把握，否则不要同意预订。

此例中，预订还缺乏细致和周全，但接待小姐的耐心和餐厅经理的及时应答弥补了工作上的不足。此外，预订记录最好不要给客人看，以免造成服务上的被动。

【案例 4】

徐先生带着 9 位客人来到北京一家饭店的某餐厅用餐。接待小姐微笑着问道：“请问先生有没有预订？”

“我姓徐，三天前和你们电话联系，在这里预订的烤鸭。”徐先生答道。

“对不起，先生。今天有几个重点国外旅游团队在这里用餐，已经把这里包满了。以前预订的客人，我们已经在昨天分别通知改期或改地了。”小姐解释道。

“昨天我不在北京，没有接到你们的通知。既然预订了就应该有我们的座位。”徐先生不耐烦地带着客人走进了餐厅。在餐厅里，他看到餐位上都坐满了外宾，确实没有座位了。

“您是不是阳光科技开发公司的徐先生？”随后追进来的接待小姐问道。

“不错，请你马上给我们安排座位，我的客户都很重要。”徐先生有点激动了。

“您的预订已经改在其他餐厅，我们昨天已经和您公司的马先生联系过了。”小姐把更改过的预订单递给徐先生。

“好的，只要保证我们的座位就行。请你带我们去吧。”徐先生催促着小姐。

接待小姐请别人带徐先生一行人来到了另一个餐厅。由于徐先生等人来到饭店时超过了预订时间，所以这里的餐厅也没有空位了。餐厅经理走过来抱歉地说：“我们已经按预定时间为您延长

了 15 分钟 实在无法再等了 请在休息厅休息一下 我们会尽快安排你们入座。今天客人太多，请您多多原谅。”

又过了 10 分钟后，徐先生一行终于在餐厅用上了餐。

〔评析〕

对方预订后，饭店如遇特殊接待任务需要更改原预订的事项，应尽快通知原先预订的客户，并应做好即使通知了也传达不到当事人的应急准备。此例中饭店虽已在前一天通知了徐先生公司的马先生，但马先生并未告知徐先生。这种事是可能发生的，服务人员对此应有思想准备，才可能把解释工作做得更加委婉和周全。从本例中可以看出，接待小姐对此准备不足，如刚一接触就问明徐先生的单位并及时解释引领，恐怕会使客人的心情更加轻松。此外，如通知不到订户，应尽量保留订户的餐位。

预订的客户迟到是件较难处理的事情。因为面对口头预订和未收订金的预订，很难查明宾客的信誉程度。因此，在预订时应与客户明确规定一个时间期限，讲清超过期限便可将餐座售出。此例中宾客虽然超过了等候期限，但餐厅仍承诺尽快为客人安排座位，这一点体现出了星级饭店服务的周到之处。

【案例 5】

刘小姐是北京某四星级饭店粤菜餐厅的预订员，星期一她接到某旅行社的电话预订，要求安排 120 位美国客人的晚餐，每人餐费标准 40 元 酒水 5 元 其中有 5 人吃素。时间定在星期五晚 6 时，付账方式是由导游员签账单（某些饭店与一些旅行社有合同，可收取旅行社的餐饮结算单 定期结账）刘小姐将预订人姓名、联系电话、客人人数、旅游团代号、导游员姓名、宾客的特殊要求等一一记录在预订簿上。

星期五晚 6 时该旅游团没有到达。此前刘小姐曾与旅行社联系进行过确认，但都没有更改预订的迹象，因此，刘小姐对其他预

订均已谢绝。6 时 30 分 该团仍无踪影。刚巧 这天餐厅的上座率非常高,望着那一桌桌布上凉菜的餐桌,大家都着急起来。餐厅经理急忙作出决定,一方面让刘小姐继续与旅行社联系,一方面允许已经上门没有预订的散客使用部分该团预订的餐桌。并与其他餐厅联系,准备万一旅游团来了使用其他撤台的餐桌。经联系,旅行社值班人员讲,预订没有改变,可能是由于交通堵塞问题造成团队不能准时到达饭店。7 时 30 分 旅游团才风风火火地来到饭店。导游员告诉餐厅 有 30 人因其他事由不能来用餐。还有 90 人用餐,其中有 3 人吃素。经理急忙让服务员安排,并回复导游员,按规定要扣除这 30 人的预订超时和餐食备餐成本费用,比例是餐费的 50%。

由于团队到达时间晚,有些预订餐桌没有动,餐厅内散客的撤台率较快,加上旅游团少来了 30 人 所以 90 个美国客人到达后马上得到安排。望着这些饥餐渴饮的旅游者,大家终于松了一口气。

[评析]

餐厅接受团队预订时应注意:

1. 详细记录预订人的单位、姓名、预订时间、电话号码、BP 机号码、团队编号、人数、特殊要求等。
2. 进一步与预订方确认,了解是否有变更的情况,以便随时调整工作。
3. 对预订团队迟到、多人、少人的情况要有充分准备,预订时应对此有所约定。因为团队的订餐时间和人数变化将对餐厅的其他服务程序和营业收入有至关重要的影响。

此例中因旅游团的迟到,影响了餐厅的生意;交通堵塞和通讯设施的不利,造成了餐厅与旅游团的联系不便。餐厅经理的补救措施降低了餐厅的营业损失,但要避免这种被动局面的出现,还要严格预订的程序,坚决按预订程序的要求和步骤进行。如果在预订严格的饭店,生意又很好时,对于这种迟到和少人的预订断然不会等

待。当然，对于关系单位和宝贵的客源，饭店又不敢得罪，所以在预订时多想一些突发因素和处理突发因素的方法是完全必要的。本例中，如在预订时规定迟到的期限和迟到前应该通知等要求，以及预订方迟到应对此作出赔偿，旅行社方面就会引起充分重视，要求导游员务必将迟到和迟到的预计时间通知饭店，以避免餐厅过多的损失。

【案例 6】

丽萨小姐是纽约某饭店一个餐厅的电话预订员，她每天都有固定的客户，某些客户的桌位还是固定的。汤普森夫妇喜欢订在星期六晚上，一般坐在 3 号桌；亨利夫妇则喜欢坐在 10 号桌，花瓶里要放红玫瑰。这些固定的客户预订的时间也相对比较稳定。

这天餐厅接到一个社会团体的年会预订，时间订在星期六晚上 7:00~8:30。这与一些固定客户的预订发生了冲突。为了争取做成这笔生意，同时又保证老客户的利益，餐厅决定让几个电话预订员紧急与老客户联系，与他们商讨改时、改期或改地，并对他们实行优惠。

丽萨通知了自己的几个老客户，将汤普森夫妇的预订由原来的晚 7:30 改为晚 8:40；将莱顿夫妇的晚餐由原先星期六晚 7:00 改为星期日晚 7:00，并向他们道歉，给他们一定的优惠。只有亨利夫妇的更改遇到了一些麻烦。

“亨利先生，您预订的在星期六晚上 8 点钟的晚餐，由于餐厅业务变动，需要更改时间，对此造成的不便我们将给您相应的补偿，不知可否？”丽萨在接通电话后问道。

“可是我已经通知了几个朋友，星期六晚上 8 点到你们饭店去。要知道你们餐厅的信誉不错，我特意请了朋友去庆祝我的生日，所以预订时间不能更改。”亨利先生说。

“原来星期六是您生日，恭喜您啦。能不能换一个餐厅，我保证给您营造一个良好的生日气氛。”丽萨热心地建议道。

丽萨在征得亨利先生的意见后，为他预订了小宴会厅的餐桌，安排了冰雕、烤牛肉、火鸡、海味等美味佳肴，并免费赠送亨利先生一个生日大蛋糕。亨利先生对这次变更感到很满意。

[评析]

前面提到饭店餐厅对宾客的预订要给予保证，这有关饭店的声誉问题。有时因餐厅的原因需要更改预订时，要征得预订者的同意，向他们解释清楚，就改变预订向他们道歉，并在价格上让利。

此例中，饭店因接待一个年会需要更改一些老客户的预订，采取了改时、改期、改地的方法，并对他们实施价格优惠。这些措施充分体现了星级饭店预订程序中的应变能力。因饭店方引起的变更，很容易造成饭店与预订者之间的矛盾，因此预订员要妥善处理好与客户的关系，对于老客户更是如此。如在协调中不能取得一致，就要在价格上进一步让利，直至订户满意为止。要知道年会的影响和所取得的利润，会远远超过零散的预订。所以，牺牲小利益而赢取大利益是一种可取的经营策略。

【案例 7】

一天，北京某酒店宴会部的预订员孟小姐接到了某大公司总经理秘书赵先生打来的预订电话。对方在详细询问了餐厅面积、餐位、菜肴风味、设备设施、服务项目等情况后，提出预订一个三天后 200 人规模的高档庆典宴会。孟小姐热情地向客户介绍了各种情况，双方开始约定见面的时间。

赵先生提议道：“小姐，请你明天上午 9 点到我们公司来签一下宴会合同，并收取订金。”

“我们这几天业务繁忙，人手不够，还是请您抽空到我们酒店来一趟吧。”孟小姐答道。

最后，赵先生同意下午来查看场地，并签订合同。

放下电话，孟小姐感到十分高兴，暗自寻思：没想到今天预订

的生意这么好，这已经是第十个预订电话了，看来这个星期的预订任务是没有问题了。

此后，孟小姐又接了几个预订电话，都是小宴会厅的中、低档客户。孟小姐对待他们的态度显然没有那么热情了，接电话的时间也显得拖拉起来。这些电话中有一位山西口音的李先生，要求预订当晚淮扬风味的 8 人小型宴会 每人标准 100 元。孟小姐很不耐烦地告诉他，预订已满，请他到其他地方预订。

下午，孟小姐一心在等赵先生的到来，结果却只等到一个回复电话。

“对不起 小姐 我们李总不想在你们酒店预订这次宴会了。”赵先生说。

“为什么 是不是需要我亲自到你们公司去一趟。”孟小姐急忙问。

“不必了。我们李总就是刚才给你打电话预订 8 人宴会的那个山西人。他说连 8 个人的小宴会都接待不了，还谈什么 200 人的大宴会呢？所以他指令我把宴会订到其他地方。”赵先生含有歉意地解释着。

“这……”孟小姐顿时感到茫然。

[评析]

饭店餐厅的预订要求面向社会各个阶层，对待高层、中层和低层的消费者都应一视同仁，热情接待。另外，要利用电话预订的有利形式积极开展推销活动。根据这个案例，在电话预订中应注意：

1. 对待顾客不可厚此薄彼，这首先要要求预订人员具有良好的服务素质和道德意识。应该认识到，那种势利的做法是十分可鄙的，从长远的角度看问题，势利的做法将影响饭店的声誉和利益。

2. 在可能的情况下，预订员应主动到客户单位去完成预订手续。打电话最好与决策者通话，准备好简短精彩的语言以引起对方注意和兴趣并正确处理对方提出的问题，然后再约定见面的时间。