

会议服务工作计划和目标 酒店下半年工作计划(通用9篇)

在现代社会中，人们面临着各种各样的任务和目标，如学习、工作、生活等。为了更好地实现这些目标，我们需要制定计划。怎样写计划才更能起到其作用呢？计划应该怎么制定呢？下面是小编为大家带来的计划书优秀范文，希望大家可以喜欢。

会议服务工作计划和目标篇一

20xx年，新年到了，给自己订立一个新的目标和计划。将主要围绕节假日进行活动策划，拉动消费，提高收益，下面是具体的工作计划：

1、情人节营销计划

以中、青年为主题，推出情侣套餐、情侣洗浴，情侣客房、大型晚会现场速配游戏活动。前50对报名参加的免收夜总会门票费用，并评选出当晚最佳情侣奖，最佳默契奖，最佳人缘奖。以此来吸引我们的目标客户。并同时推出美容卡、健身卡等的销售活动。扩大我们的市场份额，提高竞争力。

2、五一国际劳动节营销计划

以餐饮为主题，推出五一美食七天乐，来酒店用餐，天天有惊喜，天天有优惠。依次来提升长假期间餐厅上座率。同时加大与旅行社的合作，争取更多的旅行团队。

3、端午节

随着餐饮美食节同期推出粽子风味大赛，设置奖项：评出最佳造型奖，最佳口味奖，最佳组织奖，最佳参与奖，最大的

粽子和最小的粽子奖。以此来带动酒店的餐饮发展和其他配套设施的盈利。以此扩大社会影响，提高公司的美誉度。评选最优秀的，前十名有不同的奖励。邀请到酒店参观并入住酒店，以次来表达酒店对员工劳动成果的肯定。提高公司的美誉度，从而提升酒店的社会形象，酒店的社会形象良好，随之会给酒店带来可观的经济效益。

4、六一国际儿童节营销计划

以儿童为主题，推出儿童夏令营活动，从各小学选出年度最优秀的学生共计100人，由公司出费用组织带领儿童旅游，举办篝火晚会活动，并免费洗浴一次。随团记者随时报道有关活动情况，以获得免费的新闻宣传。以此扩大社会影响，提高公司的美誉度。从而提升酒店的社会形象，酒店的社会形象良好，随之会给酒店带来可观的经济效益。

5、教师节营销计划

以我最敬爱的老师为主题，推出有奖征文及诗歌比赛。对被评年度优秀教师的，给予免费提供一次洗浴门票及其他节日礼品。获奖作品也有相应的奖励。

6、中秋节营销计划

以迎中秋、庆团圆为主题，举办歌舞冷餐酒会来答谢酒店重要客户，以次来维护酒店与客户的关系。同时推出中秋月饼系列，中秋礼包等，并在楼顶花园赏月。借此扩大社会影响，提高公司的美誉度。从而提升酒店的社会形象，酒店的社会形象良好，随之会给酒店带来可观的经济效益。

通过举办一些活动计划，邀请各界知名人士及会员参加，加强与他们的沟通，巩固客户的忠诚度。并加强会员卡的销售工作，并告知我们的下一季度的计划，会推出哪些产品及优惠措施。借助媒体宣传，扩大社会影响，提高公司的知名度、

美誉度。从而提升酒店的'社会形象，酒店的社会形象良好，随之会给酒店带来可观的经济效益。

会议服务工作计划和目标篇二

即将开始下半年来的工作，这让我感觉非常的充实，酒店的采购工作还是需要做得更加到位的，即将开始的下半年在这一点上面其实非常的明确的，做的细致一点才是关键的，我坚定的相信这些都是能够规划到位的，对于采购工作我非常喜欢，经常能够在工作当中看到自己的变化，也能够从这个过程当中积累足够的知识，对于这下半年的工作还需有个规划。

我作为酒店采购，其实还是有很多事情是需要做的更加到位，在下一阶段的工作当中我本着积极乐观的心态去做好自己的本职工作，这是对自身能力的一个提高，下半年还是会出现更多的挑战等着我去做，我也做好了准备，下半年的工作当中我认为我是需要进一步提高能力的，我在这方面准备的还是不够充分，有些事情需要给自己一个方向和目标，上半年其实是做好的一些计划，但是随着工作上面的变故现在有些规划也是变动了很多，所以说还是需要给自己的一个更加清晰的方式去落实好这些细节。

下半年或许会有更多的事情等着大家去做好，我们酒店采购工作并不只有我一个，但是我需要进一步提高自己，我的工作经验相比之下反而就不是那么丰富了，所以我去落实的东西就更加的多，激发自己的能力，还是需要保持一个好的心态才是，周围有一些同事是我要去学习的，虽然说有些事情自己也是经历过，但是做到了什么程度还是需要细细斟酌的，在未来的一段时间的工作当中这些是我应该去钻研的，下一阶段会有很多事情是我需要去做好的，一点点的积累自己的专业能力这一点毋庸置疑，我也肯定会落实到位，我坚定的相信这是可以维持好状态，现在我也不断的在积累，酒店采购的这份工作其实相对而言需要细心。

即将到来的下半年是有很多我应该去做好的，我打算去学习更多的采购知识，关于这方面的书籍我也会去多多看一些，再有就是我会提高自己采购方面得劲经验，我们酒店还是有很多这方面优秀的同事，紧密的维护供应商的关系，把控好采购物品的质量，让供应商跟我们一起合作互赢，这是接下来我着重努力的地方，我会持续去做好这份采购工作，让我们酒店的采购工作更加优秀，提高自己能力，严格的把控质量，很是期待下半年的工作。

会议服务工作计划和目标篇三

根据半个多月在集团公司及各个酒店的调研与日常工作，发现目前存在的.问题：

- 1、制度不健全或是制度表面化。没有良好的执行力与督导。
- 2、厨房技术力量薄弱，菜品单菜质量合格率较低，成品量化较为自由，宴会搭配不能迎合市场。
- 3、全员的仪容仪表与服务意识不能达到一个品牌酒店应有的水平。
- 4、集团公司对于酒店掌控力还需提高或需加强督导。
- 5、基层管理人的业务知识欠缺导致在日常工作中降低了服务价值
- 6、酒店卫生不达标、基础设施维护和保养不及时。
- 7、集团公司对于产品及服务统一性较差。品牌意识模糊，
- 8、市场销售人员对于开发性与客户维护欠佳
- 9、后续管理人员的培养不能满足本企业发展的需求。

10、主打产品不能在传统技艺和现场表演技艺不能完美结合。针对目前公司存在的问题下半年的工作主要围绕几个方面开展：

1、加强对制度的健全以及落实和督导：

(1)不能否认，我们酒店制定的制度相对来说比较健全，但是往往都没有很好的执行，而经常受个人主观的控制，甚至很多制度只是一种摆设。可能有许多管理者会把所谓人性化管理作为一种理由来解释。这种认识上的差异，关键还是来自于我们很多人忽略人性化的一个基本立足点，即它是一种责任，一种对自己和企业的责任。不规范执行制度，造成制度形同虚设。

“只要你敢碰它，它就烫你，而且当时就烫你；第一次就烫得很厉害；它只烫你碰它的那部分，而不会烫你全身；对谁都一样——谁碰它，它就烫谁；你不碰它，它就不烫你。这就是“热火炉”的定律，当然指的就是制度和规范。其实，这样执行制度，才可以理解为人性化的管理。人性的认识，是一个逐步深化的过程，对人性面的理解不是简单以待人宽厚善良为标准，它需要靠管理者在实践中不断的探索和提炼。首先要在制度化基础上，大家已经具备了一种行为规范，才可以讲所谓人性化的软化管理。

(2)企业的发展离不开管理。而管理对象就是企业的员工，为了更好地适应现代社会餐饮的发展以及在未来餐饮市场占有率和影响力，在公司现有的基础上，结合公司及各个酒店特点，切合实际的不断地完善、修改、制定公司制度和相关岗位以及工作程序，使之良性运转，增加企业凝聚力，上下同欲，形成制度管人、流程管事、团队打天下、管理定市场的企业概念。

2、人员的调整

(1)局部中层以及技术人员的调整，公司三个酒店厨房整体技术力量薄弱，没有良好的整体意识，已经严重的影响了酒店的社会声誉和酒店效益，所以，厨房人员技术人员的充实和核心管理的调整将采取唯才是举的方式，从而带动厨房整体管理水平以及良好的饭菜质量。前厅与其他各岗位根据公司人事部评估和店总建议在提升服务意识和打造团队的基础上不断升华。

(2)中高层人员调整，增强市场竞争力，打造核心团队，店总以及部门负责人，在围绕节能增收，创造良好的社会效应和经济效益的基础上调整到位，为下一年工作打好基础，实施店长和部门管理人员负责制，为将来全新的考核机制做好准备。

3、产品质量的稳定与提升，使之与公司品牌相匹配。

(1)餐饮管理就是味道管理，菜品管理已是现代酒店管理的一个重要环节，全聚德一个文化餐饮和餐饮文化相结合的餐饮品牌，在社会上已有150年历史，但是除了主产品外，附属产品质量稳定以影响企业发展，故此，在技术人员到位的基础上，公司产品的稳定统一将会是下半年的一个工作重点，包含：产品的包装、色泽、主辅料的配比、口味、和调味品统一标准，为将来的统一配送制作走好第一步，做到“款款特色，道道精品”始终如一，稳步提上，在产品综合质量上成为同行业的标杆。同时，主打产品再结合传统技艺的工艺上，增强现场操作的观赏性与文化底蕴，从而达到食与美的结合，在保证单菜质量稳定的基础上调整宴会配套产品。

(2)产品的提升，在技术支持与产品稳定的情况下，开始产品的提升与传统鲁菜的挖掘，不断地推陈出新，迎合市场，让产品说话，让产品体现水平，打造鲁菜之都，让企业产品定位更为明确，让产品为每一食客个留下良好的印象，弥补前厅服务中的不足，赢取社会口碑。

4、紧抓市场销售，拉动业绩提升，树立企业形象

(1)树立全员销售理念，全员销售不是全员都是销售，即是全员尽心尽职做好自己本职工作，全员营销的价值链是否流畅，要取决于执行力，全员营销的效果好与坏，要取决于全体员工的工作，全员营销就像是一个团队，他们之间有互补性和协调性，相互之间始终保持有效的及时沟通，管理者指出工作方向、灌输工作思想，二线人员为一线人员做好后勤、辅助性工作，全力为一线人员服务，一线人员在和客户沟通时，客户提出的或遇到的种种的合理要求和问题，及时反馈，由二线人员甚至管理者作出决策和解决方案，然后由一线人员快速地执行下去，只有建立了这套完整的营销价值链，一线人员才能更好的为客户提供服务，为客户解决实际问题，真正为客户创造价值，让客户满意，这样才能最终实现全员营销。

(2)督导按月度的相关节日制定销售方案、开发新产品、新活动项目外，更要推出独特的宣传方式来吸引客源，在广告策划推销上多做软广告文章。可选择电视、电台、报刊等媒体，经常性地报道酒店新近推出的特色菜肴、活动项目等，提高宾客对酒店的感官印象。

5、调整管理机制，实施店长负责制，直接责任到人，调整激励机制

定期或不定期的检查各酒店仓库已经厨房原材料，杜绝食品安全问题出现，针对采购、仓管、使用部门、加工部门进行抽查，对于三五产品和变质物料杜绝进入酒店。餐饮消费者到酒店、餐厅进餐时，最关心的问题就是菜品等食品是否卫生安全，对于酒店来说，要想赢得广大客人的信赖，首先的问题是要维护客户的人身利益为首要，这就要求我们必须加大对卫生的监管力度。

7、对基层以上管理人员培训，定期评估考核，完善晋升体制，

为将来的发展奠定基础

(1)人员的培训，丰富管人人员的酒店基础，提升管理水平和部门掌控力，增强对企业的忠诚度和日常管理中技巧，逐步的培养成酒店的中坚力量。

(2)管理人员的储备，为公司将来的发展储备一批优秀的管理者，在以后的发展中以备不时之需。

8、主动出击，代表公司做好与外界监管部门良好沟通以及同行业的交流。

会议服务工作计划和目标篇四

我来xx潍坊店工作13天的时间,首先感谢领导给我一个发展的平台,作为大堂经理直接负责前厅的正常运营,代表着执行经理受理顾客投诉,对顾客反馈的一些建议和意见给予积极的采纳与解决,为本店今后的发展奠定良好的基础.

毕竟我来这里只有十来天的时间,对本店有了一定的了解但还不太熟悉,这里有一个优秀的管理团队,为公司创造了巨大的经济效益,同时也体会和意识到我们存在的问题和不足之处:

- 1、前厅人员配置不够,存在着招人难、用人难、留人难的问题.
- 2、前厅员工都是新员工,基本的业务知识和技能还存在很大的欠缺.
- 3、服务方面缺乏积极性和主动性,更谈不上超前的服务意识
- 4、前厅用品工具摆放不合理,存在安全隐患和影响大厅环境的问题.

5、部分设备老化甚至坏掉,没有及时更新和维修

由于以上原因导致部分顾客有不愉快的用餐经历,以至流失,生意日渐清淡.针对以上问题,特制定本年度工作计划:

好员工不是管出来的,是带出来的.前厅管理层要认清自己的身份,摆正自己的位置,工作中要言以律己,事事要在员工面前树立自己的形象,让员工认为你是一个信得过的领头羊,值得尊敬的带头人.生活中多去关心他们,把员工当成自己的兄弟姐妹,经常和他们谈心聊天,多倾听他们的声音,了解他们心中的想法,及时掌控员工的状态,员工有问题和困难时及时帮他们解决,以防员工出现问题时处于被动.

前厅作为饭店的门面,每个员工都要直接面对形形色色的客人,员工的工作态度和服务质量,反映一个饭店的服务水准和管理水平以及档次,因此对员工培训是工作重点,培训内容主要包括三个大的方面:

- 1、前厅员工的服务知识和基本的业务技能.
- 2、前厅员工的从业能力和超前的服务意识.
- 3、前厅员工的从业理念.

前厅用品工具定位定人,责任到人.住宿的员工督促节约用水、电,控制好办公用品,用好每一张纸,每一支笔,通过这些控制,为本店创收做出前厅应有的贡献.

饭店是一支团队,部门之间的协调是很关键的,前厅是饭店的中枢部门,它同后厨有着紧密的关系,如出现问题,我们都应主动和该部门进行协调解决,避免事情的恶化,因为大家的目的都是为了本店.

时时刻刻检查设备运转是否正常,如出现故障和损坏,及时

解决，如自己不能解决的，应及时上报相关职能部门进行维修和更换。

很高兴总公司和数十家知名媒体进行营销和宣传合作，为本店带来莫大的支持和客源，在本年度我想充分利用本店的力量和资源，加强一下促销和宣传，比如：利用老顾客资料和顾客定餐留下的电话进行手机短信促销活动。

以上是我本年度不成熟的工作计划，有不足之处，望领导指正！

会议服务工作计划和目标篇五

计划的种类很多，可以按不同的标准进行分类。主要分类标准有：计划的重要性、时间界限、明确性和抽象性等。以下是小编整理的酒店下半年工作计划最新5篇，欢迎大家借鉴与参考！

一、建立酒店营销公关通讯联络网

今年重点工作之一建立完善的档案，对宾客按签单重点客户，会议接待客户，有发展潜力的客户等进行分类建档，详细记录客户的所在单位，联系人姓名，地址，全年消费金额及给该单位的折扣等，建立与保持同政府机关团体，各企事业单位，商人知名人士，家等重要客户的业务联系，为了巩固老客户和发展新客户，除了日常定期和不定期对客户进行销售访问外，在年终岁末或重大节假日及客户的生日，通过电话、发送信息等平台为客户送去我们的祝福。今年计划在适当时期召开次大型客户答谢联络会，以加强与客户的感情交流，听取客户意见。

二、建立灵活的激励营销机制，开拓市场，争取客源

今年营销部将配合酒店整体新的营销体制，重新制订完善年

市场营销部销售任务计划及业绩考核实施细则，提高营销代表的工资待遇，激发、调动营销人员的积极性。营销代表实行工作日记志，每工作日必须完成拜访两户新客户，三户老客户，四个联络电话的二、三、四工作步骤，以月度营销任务完成情况及工作日记志综合考核营销代表。督促营销代表，通过各种方式争取团体和散客客户，稳定老客户，发展新客户，并在拜访中及时了解收集宾客意见及建议，反馈给有关部门及总经理室。

强调精神，将部门经理及营销代表的工薪发放与整个部门总任务相结合，强调互相合作，互相帮助，营造一个和谐、积极的工作团体。

三、热情接待，服务周到

接待团体、会议、客户，要做到全程跟踪服务，“全天候”服务，注意服务形象和仪表，热情周到，针对各类宾客进行特殊和有针对性服务，限度满足宾客的精神和物质需求。制作会务活动调查表，向客户征求意见，了解客户的需求，及时调整营销方案。

四、做好市场调查及促销活动策划

经常组织部门有关人员收集，了解旅游业，宾馆，酒店及其相应行业的信息，掌握其经营管理和接待服务动向，为酒店总经理室提供全面，真实，及时的信息，以便制定营销决策和灵活的推销方案。

五、密切合作，主动协调

与酒店其他部门接好业务结合工作，密切配合，根据宾客的需求，主动与酒店其他部门密切联系，互相配合，充分发挥酒店整体营销活力，创造效益。

加强与有关宣传新闻媒介等单位的关系，充分利多种广告形式推荐酒店，宣传酒店，努力提高酒店知名度，争取这些公众单位对酒店工作的支持和合作。

一、从内部管理入手，提高保安综合素质。

建立目标管理责任制，层层分解落实工作任务，有效地解决干与不干、干好与干坏都一样的被动局面，起到鼓励先进、鞭策后进的作用。制定全年工作目标，将各项任务分解落实到各班组及员工，使人人有目标、有任务，个个有压力、有动力。

二、努力提高业务素质，增强处理突发事件的能力，培养一支纪律严明，作风顽强的保安队伍。

首先、做好思想工作，加强业务培训，培养员工吃苦耐劳和爱店如家的思想。各级管理人员要融入队员中，和队员一起训练，以便发现问题，有针对地解决问题。其次、增强服务意识，提高为客服务能力。在工作中要尊重客人，主动向客人打招呼，主动礼让。再忙也不能怠慢客人、忽视客人，必须用心服务，注重细节，追求完美。第三，必须注重策略，理解客人，尊重客人。对待客人的无理要求或无端指责，要采取引导和感化的方法，不能和客人发生正面冲突。教育员工从心里明白我们所做的一切，都是为了客人的满意。

三、利用行业优势，加强保安信息工作。

首先，根据公安、消防部门的要求，充分发挥保安部的职能作用，严格管理，严格要求，切实落实好各项安全防范措施，保证饭店的正常秩序。其次，加强与公安、消防部门的沟通，协助饭店把好用人关，进一步净化饭店的治安环境。及时消除各种不安全隐患，有效的遏制各类事故的发生，确保饭店各项消防工作安全顺利。

四、加强各种设施设备的维护保养，提高技防工作效率。

首先、完善维保制度，明确维保责任。根据不同设备、不同区域，明确维保责任和 workflows，确保设备处处有人管，件件有人护。其次、制定具体的维护保养计划，确保设备在规定的时间内能得到维护保养。第三、执行正确的维护保养技术标准，以技术参数为核心准确的反映设施设备的运行状态和维护保养的情况，整体提高维护保养的水平。第四、加强消防检查人员的业务素质 and 业务水平，凭借过硬的业务技能，保证设施设备维护工作的有序进行。

五、做好协调工作，加强业主单位员工的消防安全意识。

广泛开展消防安全宣传教育，利用大家喜闻乐见的形式开展消防宣传活动，普及消防知识，对具有典型教育意义的案例，要及时对业主单位进行报道，形成互动，使大家充分认识火灾的危害性，增强做好消防安全工作的自觉性。

一、保安全促经营

在当前形势下，为了保证酒店的各项工能正常进行，经营不受任何政策性的影响，酒店将严格按照要求，要求前台接待处做好登记关、上传关，按照市公安局及辖区派出所的规定对每位入住的客人进行入住登记，并将资料输入电脑，认真执行公安局下发的其他各项通知。其次，再对全员强化各项安全应急知识的培训，做到外松内紧，不给客人带来任何感官上的紧张感和不安全感；在食品安全上，出台了一系列的安全卫生要求和规定以及有关食品卫生安全的应急程序，有力的保证奥运期间不发生一起中毒事件；在治安方面，夜间增岗添兵，增加巡查次数，对可疑人、可疑物做到详细询问登记制度。

二、抓培训，提素质

业务知识与服务技巧是体现一个酒店的管理水平，要想将业务知识与服务技巧保持在一个基础之上，如果培训工作不跟上，新老员工的更新又快，将很容易导致员工对工作缺乏热情与业务水平松懈，特别是对一个经营六年的企业会直接影响到品牌。下半年年度的员工培训将以总公司及酒店的发展和岗位需求为目标，提高员工认识培训工作的重要性，积极引导员工自觉学习，磨砺技能，增强竞争岗位投身下一步企业各项改革的自信心。培养一支服务优质、技能有特色的高素质员工队伍，稳固企业在秦皇岛市场中的良好口碑和社会效益。达到从标准化服务到人性化服务再到感动性服务的逐步升华。也为此，酒店将计划每月进行必要的一次培训，培训方式主要是偏向授课与现场模拟方法。

三、开源节流，降低成本，提高人均消费

节能降耗是酒店一直在宣传的口号和狠抓落实的日常工作，上半年各项能耗与去年同期比都有所下降和节约，下半年按照付总讲话精神，管理将更细化，在“节能降耗”的基础上企业提出了“挖潜降耗”的口号，既是如何在现有做了六年的“节能降耗”基础上再努力，寻找、挖掘各环节各程序，使各类能源在保证经营的基础上再“降”一点。酒店下一步将在各区域点位安装终端计量表，如水龙头端安装水表、各区域安装电表以及与邮政分清各自费用区域。同时对空调的开关控制、办公室用电都将再次进行合理的调整与规划；其次，酒店将根据物价上涨指数和对同行业调查、了解，及时、随时的对产品（房、餐）进行价格浮动，使企业更能灵活的掌握市场动态和提高业绩，不错过机会；还有酒店在具体分工上将各区域所使用的设备要求到各部门，各部门又要求到班组或个人负责。服务员及管理人员在正常服务和管理过程中，应随时注意检查设备使用情况，配合工程部对设备保养、维修，更好的正确的操作设备。还要求管理人员要定期汇报设备情况。客房方面，各种供客人使用的物品在保证服务质量和数量的前提下，要求尽量延长布草的使用寿命，同时，控制好低值易耗品的领用，建立发放和消耗记录，实行节约有奖，

浪费受罚的奖惩制度。(这个我们一直在做)如眼下由于奥运会举行，北京车辆受到单牌号和双牌号在时间上的受限，部分客人来秦必须住上两天才可返回北京，这样客用品就可以在节约上做文章。这些都是细小的潜在的节约意识，是对市场情况的掌握体现。

四、坚持创新，培养创新意识

创新是酒店生存的动力和灵魂，有创新才有活力和生机，有创新才能感受到酒店成长的乐趣，在目前对酒店产品、营销手段大胆创新的基础上，在新的市场形势下，将要大力培养全员创新意识，加大创新举措，对陈旧落后的体制要进行创新，对硬件及软件产品要进行创新，对营销方式、目标市场的选择也要创新，再进一步开展创新活动，让酒店在创新中得到不断的进步与发展，如，马上酒店要举行的出品装盘比赛，目的就是让厨师从思想上懂得什么叫艺术装盘的同时又节约了成本和提高了菜肴整体档次。在保证眼下推出的“5515”基础上，还要创新出很多类似的买点和思路。更进一步走在市场的最前列，影响市场。

五、严格成本控制，加强细化核算

控制各项成本支出，就是增收创收。因此，今年下半年酒店将加强成本控制力度，对各部门的各项成本支出进行细化管理，由原来的每月进行的盘点物资改为每周一次，对各项消耗品的使用提出改进意见和建议，从而强化员工的成本控制意识，真正做好酒店各项成本控制工作。

六、加强设备设施维修，稳定服务

酒店经过了六年的风风雨雨，硬件设施也跟着陈旧、老化，面对竞争很激烈的市场，也可说是任重道远。时常出现工程问题影响对客的正常服务，加上客租率频高，维保不能及时，造成设施设备维修量增大。对于高档次的客人会随着市场上

装修新型、豪华酒店的出现而流失一部份，(年底酒店旁边将增开两家，一家定位三，一家商务酒店)为此，酒店在有计划的考虑计划年底更换客房、餐厅部分区域地毯，部分木制装饰喷漆和局部粉刷。尽可能的为酒店争取住客率，提高酒店的经济效益。

七、用人性化管理提高企业凝聚力

提高企业凝聚力首先就要提高员工满意度，让员工满意更是人性化管理最终的工作体现。

如何提高员工满意度?员工对企业在哪方面不够满意?这是今后工作的重点，每一位员工都希望自身的价值在企业能有公正的评价。这就需要企业本着“公平、公正”的原则。即绩效考核要公平，选拔机会要公平，处理问题要公平、公开。其次，还要为重要的突出的员工制定其职业发展规划，特别是那些可能影响企业今后发展的关键人员，引导他正确的树立职业观和人生价值观。还要制定有利于调动和保护大多数员工积极性的政策，重奖为企业做出突出贡献的员工，使员工真正体会到付出与回报的公平和人性化管理及企业的文化氛围。另外，要建立一个开放、和谐的沟通渠道，这是落实人性管理的必要采取方法，让大家积极参与，踊跃发表参与意见，工作的，生活的，进一步促进领导与各级人员之间的意见交流。目前采取的沟通形式有：员工大会、收集意见、情况通报，把企业的政策、问题、发展计划向员工公开，让员工参与。对员工提出的建议意见适时地给员工以认可、夸奖和赞扬。员工的思想和生活有困难时，企业千方百计地为他们排忧解难;在员工作出成绩时，要公开及时地表扬。这些都是人性化管理的展现，都是员工能感受到的。

酒店客房是任何酒店的支柱产业和综合形象门户，客房部的工作人员和管理制度直接影响着酒店的发展、形象的体现、口碑的建立。我们知道客房部所存在的问题很多，因为酒店规章制度、管理力度，待遇福利、员工业务能力、客户素质

等因素，造成管理不到位，制约了酒店的发展。俗话说：“酒店行业无小事”。最近，我对客户部通常出现的问题进行了归纳整理，大致有以下几类：

一是房间卫生问题。上次有一个服务员在做清洁的时候，由于粗心遗留了一两根头发在浴缸里，当晚上客人就寝时发现浴缸里有头发，就会认为是服务员没有清洗过的，而头发又是酒店卫生最忌讳的，于是招到了客人的投诉。

二是工作效率问题。比如客人更换房间之后，客房中心人员未通知洗衣房，导致客人没有收到衣服，而送错房间又给其它客人带来不便，最后引起不必要的麻烦。

三是工作态度问题。很多服务员或工作人员责任感不强，心态不好，得过且过。事不关己，高高挂起，做与不做一个样，饭照吃、工资照拿的懒散心态。

四是人手不够问题。因为酒店发展较快，最近生意也很好，可是员工流动性较大，导致人手不够，常常是一个员工做几个岗位的事情。

客房在酒店中的重要地位以及它是酒店经济收入的主要来源，客房管理的问题也越来越受到了领导人的关注，因此只有解决问题，才能使客房部壮大，使我们的酒店立于酒店业林的不败之地，赚取利益的最大化。针对以上列出的问题，作出如下对策：

一、建立健全员工培训制度，提高酒店执行力。

开展员工培训工作是提高员工素质的重要手段，同时员工的培训工作，也是员工激励的一项重要内容，是吸引人才的一个重要方面。通过员工培训提高员工队伍的素质是酒店发展的基本途径，也是酒店人力资源管理的一项重要工作，如可采取员工之间交叉学习、举办各项培训课程指导、开展各项

技能比赛等，不但可以培养员工的工作兴趣，帮助员工策划职业生涯，而且可以让每个员工学到一技之长，工作上更有激情，也更有责任感。让适合做什么工作的人去做什么样的工作，这是一个田忌赛马的游戏过程，对此，建议领导对员工工作职责进行考核，公开、公平执行公司奖优罚劣、奖勤罚懒的制度。即让员工明白，前途是靠自己努力出来的，机会是要自己去把握的，没有付出是得不到成功的。

二、加强部门交流合作，提高工作效率。

信息沟通是加强部门之间协作和配合的前提，信息越来越成为企业开展经营管理劳动所依赖的重要资源。信息载体高速发展的时代，为什么会常常出现信息错误？因为部门与部门之间、领导与下属之间、同事与同事之间、员工与客户之间都有可能由于出现某种矛盾或误会，造成互不理解，互不搭理的局面，从而影响到酒店的利益。现在酒店大多配备了完整的信息沟通平台，但只有加强部门的交流合作，形成相互配合、相互进步的一种长效机制，才能从根本上提高工作效率。

三、倡导创先争优意识，端正工作态度。

在工作中还应培养员工中的模范作用，以做标榜。不论员工是什么职位，在每天、每周、每月能完成自己的工作外，还能无条件帮助他人完成他人工作以做评选基础。当然，在这前提下，员工的行为规范，服务意识，服务质量都可以作为评估分数的参考。所谓的模范，在评选员工的基础上，除了工作量以外的评估，还需要对员工的核心竞争力的进行评估，核心竞争力就是模范员工平时的服务质量，服务态度，行为规范，这些东西，并不是每个人都可以做到的，而且是需要艰苦的去坚持下去的。通过模范的标榜、开展有益有趣的文娱活动，倡导创先争优的意识(部门创造先进，员工争取优秀)，在酒店营造全员学习、争当优秀，奋发有为、敢为人先，锐意创新、团结合作的精神面貌。

四、增加员工幸福感，提高福利待遇。

攻城为下，攻心为上，制定理想的处理方案。可以召开全体或者职称客房员工会议，让每个员工深刻了解，发现问题、处理问题和自身发展的重要性和必然性。为了员工自身的发展，给员工一个发挥的舞台，让有能力、有思想的员工参与到酒店筹谋和计划的行列。根据员工提供的建议和方案，适当提高员工的物质待遇和职位，增加员工在酒店的幸福感。让员工自己有被酒店认可的归属感，因为让员工做主角，最大的好处在于维护这些制定出来的制度，并用自己的行动感染其他员工，从而不用以领导为中心，毕竟领导的力量是有限的，团队的体现是最具价值的。

酒店业是一棵长青树，但只有不断地除草、施肥、浇水，它才够更加兴旺。我们要加强酒店的制度管理，加强各个部门的沟通，提高酒店服务的质量，让酒店每位员工都有如家的归属感和幸福感。我们要认认真真接待每一位客人，仔仔细细处理每一件事，做到急客人之所急，想客人之所想。客人想到的我们必须提前想到，客人没有想到的我们也应该想到。酒店做的就是一种理念和完善的服务，我们在服务上要有自己的特色，要超越其它酒店，提供人无我有，人有我优的服务意识！

回顾这半年的工作，我在领导及各位同事的支持与帮助下，严格要求自己，按照酒店的要求，较好地完成了自己的本职工作，通过半年的学习与摸索，工作方式有了较大的改变，工作质量有了新的提升，现将半年来的工作情况总结如下：

一、日常管理工作

楼层领班对我来说并不是一个陌生的工作，但嘉海对我来说是一个全新的工作环境。作为一名楼层领班，自己扮演的角色是承上启下，协调左右的作用，我们每天面对的是繁杂琐碎的事务性工作，在新的工作环境中，各项工作几乎都是从

零开始，尽快理顺工作关系，融入新的工作环境，是我的首要任务。努力配合主管做好楼层管理工作，本着实事求是原则，做到上情下达，下情上报。本酒店的会议接待任务比较重，上半年多次接待了海关的重要宾客，但由于客房服务人员因种种原因经常短缺，这就要求自我强化工作意识，注意加快工作节奏，提高工作效率，力求周全，准确避免疏漏和差错。

二、加强自身学习

提高业务水平虽然我的职务只是一名领班，但要做到优秀，自己的学识，能力等还有一定距离，所以总不敢掉以轻心，向书本，向领导，向同事学习，这样下来感觉自己半年来还是有了一定的进步，在管理能力，协调能力及处理问题等方面，有了进一步的提高，保证了楼层各项工作的正常运行。

三、存在的问题

半年来，本人能认真地开展工作，但也存在一些问题和不足，主要表现在：

第一、我毕竟到嘉海工作才半年多，许多工作我是边干边摸索，以致工作起来不能游刃有余，工作效率有待进一步提高。

第二、有些工作还不够过细，如在查房上，设施设备及卫生检查上，不是十分到位。

第三、自己的理论水平还不太高。

四、下半年的工作计划

1、积极认真配合主管，搞好楼层的日常管理工作。

2、加强学习，拓展知识面，借鉴同行业的优缺点，灵活运用

自己的实际工作中，优化工作质量。

3、加强对设施设备的检查和维护保养，给客人在使用过程中以和谐、舒适之感。

4、针对一些新员工和操作不规范的服务员进行手把手的教，提高员工的业务水平。

5、对客房的日常卫生质量要严格把关，合理的安排好计划卫生。

6、加强节能的检查，平时多跟服务员讲节能的意识，努力做到二次进房检查。

在接下来的日子里，我要勤奋工作，努力改正不足之处，发扬优点，力争取得更大的工作成绩，为酒店创造更高的价值。

会议服务工作计划和目标篇六

根据半个多月在集团公司及各个酒店的'调研与日常工作，发现目前存在的问题：

1、制度不健全或是制度表面化。没有良好的执行力与督导。

2、厨房技术力量薄弱，菜品单菜质量合格率较低，成品量化较为自由，宴会搭配不能迎合市场。

3、全员的仪容仪表与服务意识不能达到一个品牌酒店应有的水平。

4、集团公司对于酒店掌控力还需提高或需加强督导。

5、基层管理人的业务知识欠缺导致在日常工作中降低了服务值

- 6、酒店卫生不达标、基础设施维护和保养不及时。
- 7、集团公司对于产品及服务统一性较差。品牌意识模糊，
- 8、市场销售人员对于开发性与客户维护欠佳
- 9、后续管理人员的培养不能满足本企业发展的需求。
- 10、主打产品不能在传统技艺和现场表演技艺不能完美结合。
针对目前公司存在的问题下半年的工作主要围绕几个方面开展：

1、加强对制度的健全以及落实和督导：

(1)不能否认，我们酒店制定的制度相对来说比较健全，但是往往都没有很好的执行，而经常受个人主观的控制，甚至很多制度只是一种摆设。可能有许多管理者会把所谓人性化管理作为一种理由来解释。这种认识上的差异，关键还是来自于我们很多人忽略人性化的一个基本立足点，即它是一种责任，一种对自己和企业的责任。不规范执行制度，造成制度形同虚设。

“只要你敢碰它，它就烫你，而且当时就烫你；第一次就烫得很厉害；它只烫你碰它的那部分，而不会烫你全身；对谁都一样——谁碰它，它就烫谁；你不碰它，它就不烫你。这就是“热火炉”的定律，当然指的就是制度和规范。其实，这样执行制度，才可以理解为人性的管理。人性的认识，是一个逐步深化的过程，对人性面的理解不是简单以待人宽厚善良为标准，它需要靠管理者在实践中不断的探索和提炼。首先要在制度化基础上，大家已经具备了一种行为规范，才可以讲所谓人性化的软化管理。

(2)企业的发展离不开管理。而管理对象就是企业的员工，为了更好地适应现代社会餐饮的发展以及在未来餐饮市场占有

率和影响力，在公司现有的基础上，结合公司及各个酒店特点，切合实际的不断地完善、修改、制定公司制度和相关岗位以及工作程序，使之良性运转，增加企业凝聚力，上下同欲，形成制度管人、流程管事、团队打天下、管理定市场的企业概念。

2、人员的调整

(1)局部中层以及技术人员的调整，公司三个酒店厨房整体技术力量薄弱，没有良好的整体意识，已经严重的影响了酒店的社会声誉和酒店效益，所以，厨房人员技术人员的充实和核心管理的调整将采取唯才是举的方式，从而带动厨房整体管理水平以及良好的饭菜质量。前厅与其他各岗位根据公司人事部评估和店总建议在提升服务意识和打造团队的基础上不断升华。

(2)中高层人员调整，增强市场竞争力，打造核心团队，店总以及部门负责人，在围绕节能增收，创造良好的社会效应和经济效益的基础上调整到位，为下一年工作打好基础，实施店长和部门管理人员负责制，为将来全新的考核机制做好准备。

3、产品质量的稳定与提升，使之与公司品牌相匹配。

(1)餐饮管理就是味道管理，菜品管理已是现代酒店管理的一个重要环节，全聚德一个文化餐饮和餐饮文化相结合的餐饮品牌，在社会上已有150年历史，但是除了主产品外，附属产品质量稳定以影响企业发展，故此，在技术人员到位的基础上，公司产品的稳定统一将会是下半年的一个工作重点，包含：产品的包装、色泽、主辅料的配比、口味、和调味品统一标准，为将来的统一配送制作走好第一步，做到“款款特色，道道精品”始终如一，稳步提上，在产品综合质量上成为同行业的标杆。同时，主打产品再结合传统技艺的工艺上，增强现场操作的观赏性与文化底蕴，从而达到食与美的结合，

在保证单菜质量稳定的基础上调整宴会配套产品。

(2)产品的提升，在技术支持与产品稳定的情况下，开始产品的提升与传统鲁菜的挖掘，不断地推陈出新，迎合市场，让产品说话，让产品体现水平，打造鲁菜之都，让企业产品定位更为明确，让产品为每一食客留下良好的印象，弥补前厅服务中的不足，赢取社会口碑。

4、紧抓市场销售，拉动业绩提升，树立企业形象

(1)树立全员销售理念，全员销售不是全员都是销售，即是全员尽心尽职做好自己本职工作，全员营销的价值链是否流畅，要取决于执行力，全员营销的效果好与坏，要取决于全体员工的工作，全员营销就像是一个团队，他们之间有互补性和协调性，相互之间始终保持有效的及时沟通，管理者指出工作方向、灌输工作思想，二线人员为一线人员做好后勤、辅助性工作，全力为一线人员服务，一线人员在和客户沟通时，客户提出的或遇到的种种的合理要求和问题，及时反馈，由二线人员甚至管理者作出决策和解决方案，然后由一线人员快速地执行下去，只有建立了这套完整的营销价值链，一线人员才能更好的为客户提供服务，为客户解决实际问题，真正为客户创造价值，让客户满意，这样才能最终实现全员营销。

(2)督导按月度的相关节日制定销售方案、开发新产品、新活动项目外，更要推出独特的宣传方式来吸引客源，在广告策划推销上多做软广告文章。可选择电视、电台、报刊等媒体，经常性地报道酒店新近推出的特色菜肴、活动项目等，提高宾客对酒店的感官印象。

5、调整管理机制，实施店长负责制，直接责任到人，调整激励机制

定期或不定期的检查各酒店仓库已经厨房原材料，杜绝食品

安全问题出现，针对采购、仓管、使用部门、加工部门进行抽查，对于三五产品和变质物料杜绝进入酒店。餐饮消费者到酒店、餐厅进餐时，最关心的问题就是菜品等食品是否卫生安全，对于酒店来说，要想赢得广大客人的信赖，首先的问题是要维护客户的人身利益为首要，这就要求我们必须加大对卫生的监管力度。

7、对基层以上管理人员培训，定期评估考核，完善晋升体制，为将来的发展奠定基础

(1)人员的培训，丰富管人人员的酒店基础，提升管理水平和部门掌控力，增强对企业的忠诚度和日常管理中技巧，逐步的培养成酒店的中坚力量。

(2)管理人员的储备，为公司将来的发展储备一批优秀的管理者，在以后的发展中以备不时之需。

8、主动出击，代表公司做好与外界监管部门良好沟通以及同行业的交流。

会议服务工作计划和目标篇七

根据总行10月工作会议精神和指示，我店下半年将重点做好以下几个方面的工作。

在目前的情况下，为了保证酒店的各项工作能够正常进行，运营不受任何政策的影响，酒店将严格按照要求，要求前台接待处完成登记和上传，按照市公安局和当地派出所的规定对每位客人进行登记，并将信息输入电脑，认真执行公安局发布的其他通知。其次，要加强对全体员工安全应急知识的培训，做到外松内紧。

业务知识和技能反映了一个酒店的管理水平。如果要在保持业务知识和技能不变的基础上，培训工作跟不上，

新老员工更新换代快，容易导致工作热情不足，业务水平松懈，尤其是对于一个经营了六年的企业，直接影响品牌。以总公司和酒店的发展和岗位需求为目标，提高员工对培训重要性的认识，积极引导员工自觉学习，提高技能，增强参与企业下一步改革的自信心。培养一支服务优秀、技能独特的高素质员工队伍。

节能降耗是酒店一直在宣传的口号，也是正在大力开展的日常工作。比如水表安装在水龙头端，电表安装在各个区域，各自的费用区域与邮政区分开来。同时对空调的开关控制和办公用电进行合理调整和重新规划；其次，根据通货膨胀指数和同行业的调查了解，酒店会及时、随时浮动产品（房、餐）价格，让企业更灵活地把握市场动态，提升业绩，不要错过良机；另外，在具体分工上，酒店要求每个区域使用的设备到每个部门，每个部门要求团队或个人负责。这些都是小潜储蓄意识，是把握市场行情的体现。

创新是酒店生存的动力和灵魂。只有创新，才能感受到酒店的成长。比如酒店要举办的产品上菜比赛，目的就是让厨师知道什么是艺术上菜，节约成本，提高菜品整体档次。

控制各种成本就是增加收入，产生收入。

六年风风雨雨，酒店的硬件设施也陈旧老化。面对竞争激烈的市场，也可以说，任中任重道远。经常出现工程问题，影响对客户的正常服务。此外，客户频繁的出租率导致维护不及时，导致设施设备维护量增加。努力为酒店争取入住率，提高酒店的经济效益。

提高企业凝聚力，就要提高员工满意度，这是人性化管理的最终体现。每个员工都希望在企业中对自己的价值有一个公平的评价。这就要求企业坚持“公平正义”的原则。即绩效考核要公平，选拔机会要公平，问题要公平公开处理。其次，要为重要优秀的员工，尤其是那些可能影响企业未来发展的

关键人员制定职业发展规划，引导他正确树立职业观和人生价值观。此外，还要建立一个开放和谐的沟通渠道，这是实施人性管理的必要途径，让每个人都能积极参与，表达自己的参与意见、工作和生活，进一步促进各级领导和人员之间的意见交流。

当企业给予员工关怀时，员工就会以极大的精力为企业服务。只要我们重视员工，员工就会为企业服务，增强企业的凝聚力。做百年老店势在必行。

会议服务工作计划和目标篇八

本公司四季度销售目标如下：

(1) 部门全体：××××元以上；

(2) 每一员工/每月：×××元以上；

基本方针：

有效地活动时，业务机构才不再做任何变革。

分配（高薪资）的方向发展。

上述目标的原则。

(四) 为达到责任目的及确立责任体制，本公司将贯彻重赏重罚政策。

(五) 为使规定及规则完备，本公司将加强各种业务管理。

(六) ××公司与本公司在交易上订有书面协定，彼此遵守责任与义务。基于此立场

本公司应致力达成预算目标。

1、将全市的××家星级酒店依照区域划分，在各划分区内采用新的销售方式体制。

2、新的销售方式是指每人各自负责x家，每周或隔周做一次访问，借访问的机

会督导、奖励销售，进行调查、服务及销售指导、技术指导等，借此促进销售。

3、销售负责人的职务内容及处理基准应明确化。

（二）提高销售人员的责任意识为销售人员对本公司商品的关心，增强其销售意愿，应加强下列各项实施要点：

1、奖金激励对策：销售人员每售出本公司商品达到一定数量时，即赠奖金给本人以激励其销售意识。

2、人员的辅导：

（1）负责人员可在访问时进行教育指导说明，借此提高销售人员的销售技术及加强其对商品的知识。

（2）销售负责人员要亲自站在销售一线，示范销售要领或进行技术说明，让销售人员从中获得直接的指导。

确实的广告计划：

（1）在新销售方式体制确立之前，暂时先以人员的访问活动为主，把广告宣传活动作为未来所进行的活动。

（2）针对广告媒体，再次进行检查，务必使广告计划达到以最小的费用创造出最大的成果的目标。

(3) 为达成前述两项目标，应针对广告、宣传技术作充分的研究。

针对本部门的`新销售方针及计划，提出预算，并根据实际额的统计、比较及分析等确立对策。

会议服务工作计划和目标篇九

随着行业发展，饭店业的经营理念与服务理念在不断更新，仅仅让顾客满意是不够的，还需让客人难忘。这就要求在规范服务的基础上，提供个性化服务。酒店服务讲究想客人之所想，急客人之所急。服务人员要注意观察，揣摸客人的心理，在客人尚未说出要求时，即以最快的速度提供服务，就向我们常说的刚想睡觉，就送来一个枕头。试想顾客对这样的服务是不是难忘?部门将重点培训员工如何根据客人的生活习惯，来提供个性化服务。在日常工作中通过鼓励培养、搜集整理、系统规范和培训奖励等，使这成为员工的自觉行动，从整体上促进服务质量的提高。

1、鼓励培养：对于工作中有优秀表现和受到客人表扬的服务员，部门会将他们列为骨干进行培养，使其服务意识和服务质量更上一层楼，立足本岗位，争创一流服务。

2、搜集整理：部门管理人员在日常工作中加强现场管理，从一线服务中发现个性化服务的典型事例，进行搜集整理，归纳入档。

3、系统规范：将整理的典型事例进行推广，在实践中不断补充完善，从而形成系统化、规范化的资料，并做为衡量服务质量的一个标准，使模糊管理向量化管理过渡。

工的认识。对于工作中表现突出的员工，部门以各种形式进行表彰奖励，使员工能形成争先进、比贡献的良好氛围。

商业的核心在于创造产品，酒店的核心在于创造服务。

日常服务中要求员工按照简、便、快、捷、好的服务标准，提供五心服务。

简：工作程序尽量简化，工作指令尽可能简单明了，意见反馈要做到简明扼要。

便：要让客人从进店到出店，处处感受到方便。

快：客人的需求要以最快的速度得到满足。

捷：服务员的反应要敏捷，对客人的言谈举止能迅速地理解并作出应对，然后进行服务。

好：客人接受服务后要有物有所值的感受。物就是酒店产品即：服务。

五心服务：

为重点客人精心服务、为普通客人全心服务、为特殊客人贴心服务、为挑剔的客人耐心服务、为有困难的客人热心服务。