

最新洗浴开业前工作计划(汇总7篇)

计划是人们为了实现特定目标而制定的一系列行动步骤和时间安排。相信许多人会觉得计划很难写？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。

洗浴开业前工作计划篇一

营销计划（餐饮部）

一家企业的成长阶段是与策划、宣传、出品、管理、服务、了解周边市场分不开的。

一、可以在发行与各大酒店、高档写字楼的杂志上做些广告。

二、在周边社区发放宣传单页，并介绍我店的一些优惠政策，如：

1、本小区居民来用餐可想受折优惠；

2、可获赠小海鲜一份或红酒，任选其一。（可与酒水供应商、海鲜老板共同合作）

三、现目前北京交通台是有车族比较喜爱的栏目，可定期的做广告宣传。

开业后广告力度仍不能放松，内部可做一些促销活动，设定三种不同档次的优惠卡，钻石、金卡、银卡，前期统一发放银卡，随着消费的增加可增换为金卡、钻石卡；如：

一、持银卡消费可享受全单折优惠；累计八万元以上可更换金卡；

二、持金卡消费可享受全单折优惠；累计消费16万元以上可

更换钻石卡；

三、持钻石卡可享受全单折优惠，为封顶。

一、如预付3万元可享受全单折优惠；

二、预付五万元可享受全单9折优惠；

十一、元旦、春节，可针对不同的节日推出不同的促销方案。

以上只是个人见解，仅供参考。细微之处还请领导多指正为感！

洗浴开业前工作计划篇二

浴场营销策划策略汇总 桑拿洗浴行业的营销，不仅是指单纯的洗浴服务项目推销、广告、宣传、公关等，它同时还包含有洗浴经营者为使宾客满意并为实现洗浴经营目标而展开的一系列有计划、有组织的广泛的洗浴产品以及服务活动。它不仅仅是一些零碎的洗浴推销活动，而更是一个完整的过程。洗浴营销是在一个不断发展着的营销环境中进行的，所以，为适应营销环境的变化，抓住时机，营销人员应该制定相应的营销计划。

首先，应确定洗浴企业的经营方向，进行市场调查以确定经营方向；然后深入进行市场细分，对竞争对手及形势进行分析，确定营销目标；随即研究决定产品服务、销售渠道、价格及市场营销策略；以及具体实施计划财务预算，并通过一段时期的实施，再根据信息反馈的情况，及时调整经营方向和营销策略，最后达到宾客、价格、实绩、产品、包装、促销等诸多因素的最佳组合。一般来说，洗浴企业可以从以下几个方面考虑，采取相应的营销手段，如广告营销、宣传营销、项目营销、人员营销、形象营销、电话营销、公关营销以及特殊营销活动。

广告营销

它是适于对本地或者周边地区的消费群体的一种洗浴广告形式。其特点是：成本较低、效率较高、大众性强。一般可以通过热线点播、邀请嘉宾对话、点歌台等形式，来刺激听众参与，从而增强广告效果。但是这种方式同样也存在着不少缺陷，如：传播手段受技术的限制；不具备资料性、可视性；表现手法单一；及其被动接受性等等。

这类广告适于做沐浴节、特别活动、等洗浴广告，也可以登载一些优惠券，让读者剪下来凭券享受洗浴优惠服务。此种方法具有资料性的优点，成本也较低，但是形象性差、传播速度慢、广告范围也较小。

浴场内部宣传品

例如可以印制一些精美的定期洗浴活动目录单，介绍本周或本月的各种洗浴娱乐活动；上有浴场服务的种类、级别、位置、电话号码、浴场餐厅餐位数、服务方式、开餐时间、各式特色菜点的介绍等内容的精美宣传册；特制一些可让宾客带走以作留念的“迷你宣传册”；各种图文并茂、小巧玲珑的“周末洗浴套餐”、“儿童，老人，家庭，情侣洗浴套餐”等介绍等，将它们放置于浴场的电梯旁、浴场的门口，或者前厅服务台等处，供宾客取阅。

电话推销

即洗浴营销人员与宾客通过电话所进行的双向沟通。这种推销方式只是通过声音进行沟通，所以就需要特别注意运用自己的听觉，要在很短的时间内对宾客的要求、意图、情绪等方面作出大致地了解 and 判断，推销自己的洗浴产品和服务时力求精确，突出重点，同时准确作好电话记录。对话时语音语调应委婉、悦耳、礼貌，同时不要忘记商定面谈，以及进一步确认的时间、地点等细节，最后向宾客致谢。这种方式

局限性较大，一般细节性的内容不易敲定。

邮寄广告

即通过将桑拿洗浴商业性的信件、宣传小册子、浴场新闻稿件、明信片等直接邮寄给消费者的广告形式。它比较适合于一些特殊洗浴活动、新产品的推出、浴场新餐厅的开张，以及吸引本地的一些大公司、企事业单位、常驻饭店机构以及老客户等活动。这种方式较为灵活，竞争较少，给人感觉亲切，也便于衡量工作绩效；但是费用较高，且费时费工。其他印刷品、出版物上的广告如可在电话号码本、旅游指南、市区地图、旅游景点门票等处所登载的洗浴广告。

户外广告

通过户外的道路指示牌、建筑物、交通工具、灯箱等所作的洗浴广告。如在商业中心区、主要交通路线两旁、车站、码头、机场、广场等行人聚集较多的地带所做的各种霓虹灯牌、灯箱广告、屋顶标牌、墙体广告、布告栏等；高速公路等道路两旁的广告标牌；汽车、火车等交通工具内外车身上的广告；设置在洗浴设施现场的广告等；甚至包括广告衫、打火机等都可以成为广告的载体。其特点是：费用低、广告持续时间长。这种方式很适合洗浴设施等做形象广告，只是应注意其广告的侧重点应突出洗浴产品的特色，广告载体的地理位置以及形象，应给人以新奇独特的感觉。

宣传营销

这是以付费或非付费新闻报道、消息等形式出现的，一般通过电台广播、电视、报刊文章、口碑、标志牌或其他媒介，为人们提供的有关饮食产品以及服务的信息。与广告相比，它更容易赢得消费者的信任。洗浴业营销人员应善于把握时机，捕捉一些洗浴业举办的具有新闻价值的活动，向媒体提供信息资料，凡餐厅接待的重大宴请、新闻发布会、文娱活

动、美食节庆等，都应该邀请媒体代表参加。可以事先提供有关信息，也可以书面通报的形式、或自拟新闻稿件的方式进行。一般应由部门有关人员负责稿件的撰写、新闻照片的拍摄等事宜。还可以与电视台、电台、报纸、杂志等媒介联合举办“美容食谱”、“节日美食”、“七彩生活”、“饮食与健康”等小栏目，既可以扩大本饭店在社会上的正面影响，提高本部门或餐厅的声誉，又可以为自己的经营特色、各种销售活动进行宣传。

专人推销

一般洗浴业可设专门的推销人员进行洗浴产品的营销工作，但要求他们必须精通洗浴业务，了解市场行情，熟悉饭店各洗浴设施设备的运转情况，宾客可以从他们那里得到肯定的预订和许诺。

全员推销

亦即浴场所有员工均为现实的或潜在的推销人员。第一层次是由专职人员如营销总监、洗浴销售代理、销售部经理、销售人员等组成的；第二层次由兼职的推销人员构成，如洗浴总监（或洗浴部经理）、宴会部经理、餐厅经理、预订员、迎宾员以及各服务人员等等。经理们可在每个部门门口迎候宾客；营业中巡视，现场解决各种投诉疑难问题；宾客们离去时诚恳道谢，并征询宾客对各类服务项目，菜点、酒水以及服务的看法和意见；服务人员则通过他们热情礼貌的态度、娴熟高超的服务技巧、恰当得体的语言艺术，向宾客进行有声或无声的推销；第三层次则由各厨师长以及其他人员组成。

宣传单营销

即通过各种形式的宣传单向前来浴场消费的宾客进行洗浴服务项目推销。可通过各种形式各异、风格独特的固定式宣传

册、循环式宣传单、特选单、今日特选、每周特选，本月新菜、儿童、中老年人、情侣、双休日、沐浴节节菜单等来进行宣传和营销。

各种宣传单也可以根据情况来选择不同质地，设计出意境不同，情趣各异的封面，格式、大小、可灵活变化，并可以分别制作成纸垫式、台卡式、招贴式、悬挂式、帐篷式等等；色彩或艳丽、或淡雅，式样或豪华气派，或玲珑秀气，都可让宾客在欣赏把玩之中爱不释手，无形中产生了购买欲，并付诸行动。这些菜单实际上起了无言的广告作用。

浴场品牌形象营销

对浴场的形象进行设计策划，比如在logo的设计、浴场主题的选择、浴场的装饰格调、家具、布局、色彩灯饰等方面下功夫，使之起到品牌宣传及促销的功用。

桑拿洗浴开业准备工作

（一）用品采购

根据场地装修的进度，要准备以下物品的采购，有些需要引入vi的要提前定做。1，设备电器；电梯、消防设备、感应门设备、锅炉设备、桑拿设备、厨房设备、咖啡厅设备、洗衣设备、灯光音响、投影机、家电、消毒柜、电话机、专业锁具等。2，家具；专业休闲沙发、餐厅家具、专业搓澡床、客床、沙发、桌椅、写字台、床头柜等。

3，厨具；灶台、保鲜台、冰柜、绞肉机、和面机等； 4，餐具；盘子、碗、刀具、骨碟、调羹等。5，布草；被子、浴巾、床单、被罩、浴服、台布、专业按摩热袋等； 6，浴所用品；水牌、垃圾桶、垃圾篓、标牌等； 7，清洁用具；洗尘器、玻璃刷、地毯清洗机、扎水车等； 8，一次性消耗品；摩丝、洗发水、香皂、浴液、毛巾、牙刷、须刀等。9，绿化装饰品；

绿色植物，仿真树木、花草、挂件、工艺品等。10，营销用品；气球、横幅制品、卡片、引导牌等。11，办公用品；行政办公所需的一切办公用品。12，商品；酒水、食品、浴衣、澡巾等宾客在浴所消费的所有商品。

（二）开业前广告策划实施。

（三）确定组织机构组合，建立规范管理模式。

（四）建立公司运营管理标准及各项制度、规范。

（五）试营业

边城洗浴中心开业促销活动方案 一、针对怀化市场的分析：随着经济的发展和人民生活水平的不断提高，休闲类机构如雨后春笋的发展起来。1、同类机构众多，但于怀化，真正意义上的大品牌、硬品牌并不多； 2. 企业经营趋于同质化, 无个性. 二、现状扫描：

手来源于同层次以各种形式存在的洗浴休闲机构。为此我们对该类机构进行了以下分析： 在怀化, 这类机构一般较集中, 但分布广, 从老城区到铁北, 到城东均有分布, 其中较有代表性的有：

1、天鹅湖 2、樱花水都 3、威娜 4、怀郡

而同时我们应该注意的是, 休闲类消费的商圈主要以团结巷为中心。三、竞争分析：

整个行业及同行业中其他企业的经营状况, 这也将是我们战略调整及选择广告推广策略的重要依据。

括性的评价。

（1）行业供需关系及竞争状况

活的整体提高,其需求总量尤有较大开发空间。

(2) 行业服务水平评价

务水准参差不齐,总体水平偏低,概括起来有以下几个方面:

争手段只能简单地集中在价格和其他不正当行为上,服务竞争中存在明显的“灰色”倾向,比如:

变相宰客现象时常发生

(3) 文化内涵

不多见。行业间各机构的差异较小,使顾客在消费选择时的影响因素也相应不够丰富。就正因此 决定了行业竞争手段表现得低级、简单。因此,该行业中任何一种新的形式及改变,引起消费者的关注,消费上有求新求异的心理,要求高,说明了第三产业特别是消费类在创新的领域还很宽广。

(4) 零售机构情况陈述:

打折的概念。

为广场的促销及服务创新方面提出参考意见,同时为广告目标和广告诉求的规定提

消费需求大体可分为以下几类:

c□求奇心理: 这点主要在新锐一族身上表现的尤为突出 d□求名心理: 不少消费者在消费时讲究上档次、出风头,追求炫耀消费 基于如上分析,广场应找到适合自己的定位方式,求得发展。

八、广告策略

现的广告目标，明确广告对象，以期广告动作的成功有效，这是全部广告策划的核心，也是广告策篇3：洗浴中心营销策划方案(doc 19页)洗浴中心营销策划方案 1、在整个城市范围内倡导一种文化，使浴消费进入寻常百姓家，使××人在浴文化之围，逐步踏入浴文化的欧洲城。

“洗澡不再只属于生活，它已经成为一种艺术”，“洗澡的背后积淀了丰富的文化内涵”，“进一步挖掘洗浴文化资源和财富，是我们义不容辞的义务”，这样的话要是出自周星驰的口中，我一定会笑的。

洗浴开业前工作计划篇三

各部门经理到岗后，首先要熟悉洗浴室洗浴中心的平面布局，最好能实地察看。然后根据实际情况，确定洗浴室洗浴中心的管辖区域及各部门的主要责任范围，以书面的形式将具体的建议和设想呈报总经理。

随着洗浴项目在当前市场环境下的普及，越来越多的消费者在忙碌之余，选择洗浴休闲方式进行放松。景洪地势条件优越，加之公司现在闲置产业可供启动，各方面条件均已具备，故选择又拿项目进行操作。

二、项目优劣势分析

优势：现成的经营场所可供使用，多年洗浴经验管理者介入，周边娱乐场所及公司慢摇吧带来的客流，公司在当地业界及社会的影响力，使得此项目可在低投资环境下进行运作。

劣势：首次到该地区进行经营，对市场环境的了解尚有欠缺。

三、人员投入计划

现场管理人员(经理)一名，领班一名，服务员三名，收银人

员二名，特殊服务人员五至十名。

四、组织架构图

五、各部门工作职责

特殊服务人员：负责为客户进行直接服务，满足客户的一切正当要求，尽职尽责，对经理负责。

六、营利能力分析

本方案以每天15位客人计算，每位客户平均消费400元，次年将至少以20%速度递增。特殊服务人员以220元/人计提。

七、营销手段分析

想要取得良好的经营成果，光靠自然客流还不行。必须综合以优质的服务，以争取更多的回头客，进行口碑营销；与当地出租车朋友联系，采用介绍客人进行返点的方式，进行大众营销；与旅行团进行联系，进行团购式消费。通过优质服务加精益管理加全员营销，实现质的飞跃。

八、股权收益

前 言

会馆是****市一间从经营规模到硬件设施都比较成功的高级休闲会馆，但是随着洗浴休闲业的不断成长与成熟，未来的市场必然会是管理更先进，服务更优秀的强者的天下，由于我会馆本身的诞生时间短，知名度小，因此要在未来的洗浴业占一席之地创造良好的经济效益，就必须以前瞻性的眼光对会馆进行不断的升级与改良，使会馆能够始终走在同行的前列。本着不断领先，长远经营的目标，在xx年的经营计划中对会馆的营销策划、员工培训、工程维修、成本管理、薪

资激励、品牌建设等工作进行全面的改良。使我会馆的管理服务水平与硬件水平实现全面的升级，以全新的形象与实力迎接未来的挑战与竞争。

第一章：会馆目前存在的问题

会馆在当前经营与管理上存在的主要问题

正视会馆在经营与管理中存在的种种问题，并且积极地去解决它，才能使会馆不断得到进步，以下是我认为会馆当前经营管理中存在的一些可以加以改进的地方，在此提出来，并作为xx年酒店经营工作计划中将加以改进的重点与方向。（对以下问题的认识上或有偏颇。在此亦作参考）

问题1会馆的发展缺乏清晰的战略目标和远景规划：这里所讲的战略目标和远景规划主要是指****商务休闲对自身的市场目标不明，成长方向不清楚，因此会馆从硬件装饰、服务特色、营销宣传上都无法明确以什么为主题，以什么为中心，以什么为方向。这个问题所导致的主要后果就是会馆综合竞争力与企业形象在经营过程形不成凝聚与累积。

问题3会馆的经营灵活性较差，执行力不强：会馆当前的经营工作中，特别是在遇到一些需要及时调整、及时采办的工作上，灵活性与执行力都显得不够，使得一些可以解决的问题被拖延，一些有利的促销时机被错过。

问题4会馆员工的礼貌礼节、工作流程与主动性比较欠缺：对于****商务休闲这样的规模，但地理位置、消费环境缺乏明显优势的会馆来讲，员工除了掌握规范的服务技能外，热情有礼地迎送客人，服务客人绝对是会馆制胜于其它对手的一项有力武器。会馆员工对待客人缺乏热情有礼的问候与迎送礼仪，缺乏解决工作中所遇问题的主动性，所反映一方面是会馆缺乏上进的文化氛围与凝聚力所致；另一方面也是由于部分基层管理人员素质不够对岗位服务意识与技能的培训督导不

够所致。

问题5硬件设施合理性、适用性较差：会馆以游泳馆、保健按摩、洗浴及餐饮项目为主，其好坏直接影响到会馆形象与效益的好坏，但目前会馆硬件设施缺乏合理性和适用性，如果不及时加以改进，必会导致会馆综合竞争力的下降与客源的流失；另外有必要一提的是会馆的装修质量普遍较差，加上日常保养与维护也做得不是太好，否则可以使现有设施的寿命与状况得到延长与提高。

问题6营销体系不健全，工作方向不正确、创新意识不够强：会馆营销工作的本质就是忠诚客源的建立与维护，会馆目前的营销工作主要是等客上门，工作的重点与方向有误，在新客源的开拓上、促销手法的创新上也都比较缺乏，对各类客源的管理也缺乏有效的机制。这将导致会馆新客源的缺少与经营根基(忠诚客群)的不稳固。

度所树立的，目前会馆的对外宣传促销工作，缺乏形象意识，方式上较为单一，也没有积极去开发一些投资小收效大的宣传途径。即使在会馆内也没有形成一个有效的宣传链来带动客人在会馆内的循环消费。

问题8：责、权、利相结合的体制欠缺：无法发挥人才的综合潜能，会馆只是强调创收，但在具体的责权利分配上严重束缚着管理者的能动性造成体制不分明工作效率低下管理者无法发挥。

问题9：集团公司办公场地与营业场所的管理交叉重叠：造成管理上的难度加大，集团公司日常运作与会馆的营业气氛有部分冲突，不太协调。

第二章：会馆未来的市场定位与发展目标

一、会馆在xx年的市场角色及发展方向

从xx年短期的市场竞争局面看，会馆所面临竞争局面在可承受范围内，但如要以现有条件持续经营下去则风险因素会不断增长。因此我们极有必要未雨筹缪利用xx年这个的相对缓冲期，一方面巩固现有的客源，另一方面积极应对未来的竞争局面，对会馆进行软、硬件改造，同时实现结构功能的转变与升级。并且加强打造会馆在实惠型消费市场上的形象品牌。把提供温馨的、安全、卫生、隐私的服务环境作为我店的主要特色。把****商务休闲会馆打造成为业主的温馨港湾；白领族的休闲驿站、工薪族的欢乐海洋。

二、xx年会馆工作计划的主要思路

为了能应对未来的挑战□xx年应是会馆实现固体强基与综合竞争力的整体提升的重要一年，为了实现这一目标，在xx年的工作中要采取或实现以下几个方面思路的转变：

1、竞争意识要转变：要注重提升会馆的软件实力，以硬件的优势带动会馆综合性价比的提升和竞争力的提升来确保我店在行业内的领先，并重视打造品牌效应增加消费附加值，以搏取更合理的价位和利润空间。

2、服务意识要提高：要以打造优质、热情的服务作为会馆一项优势来抓，提出用心服务，追求品质的服务理念。

3、员工意识要转变：要把员工视为会馆服务质量的根本，在注重培训提供员工技能，监督员工做好工作的同时，还应注重提高和改善员工的基本生活福利，会馆视员工为家人，员工才能视会馆为家庭，从而提高工作积极性与责任心，把一线服务工作做得更好。

第三章□xx年的经营指标与奖励方案

一、会馆营收指标

每月力争达到80万元的营业收入。力争全年营业收入1000万元。

二、员工新增福利与勤工奖励内容：

1、部门优秀员工奖：奖金为30元/人，评选条件为每月在工作岗位上表现突出，出勤完整、服务技能娴熟、并能团结同事、尊重领导、服从管理的员工。评选办法由部长提名，员工民主投票(总办审核监督)评出一名/小部门。

4、改善福食合理安排用餐时间：会馆每日两正餐为员工提供一个免费菜或免费汤，员工饭票可用于购买正餐的肉、蛋类菜，以提高员工的用餐质量，保证所有员工均能够吃饱吃好、并且根据会馆的经营需要与集团公司将用餐时间进行合理的安排。

一、服务营销策划步骤

(1)服务要素决策。根据市场调查了解顾客对服务项目的要求，并按重要性的适度排序。重要性是确定洗浴中心服务要素的依据，除此之外，还要特别强调本企业要素的特色。

(2)服务水平决策。提高服务水平，不能笼统地指全部项目，需要根据顾客的要求与各服务水平项目已达到的成绩加以分类，才能明确应该着重提高服务水平的项目。

(3)服务形式决策。包括服务要素定价及服务要素的提供渠道。

2、服务营销策划步骤

(1)顾客细分与准确定位 与传统的商品营销不同，服务营销的细分是将焦点放在顾客的期望而不光是需求上。通过细分之后，可以按其价值观及服务成本把顾客分成各个等级，了解哪些区域可以用低接触的服务来取代高接触的服务；如何把服

务能力优先运用到几个顾客子市场;知道如何使顾客参与 服务的提供过程并进行管理。

(2)找出顾客的期望 顾客感觉到的服务质量=实际服务质量-顾客期望的服务质量。把焦点放在最重要的顾客 身上,并找出洗浴中心心目中的优异服务与他们的期望有何差异,再通过努力减少这种差异。

(3)设定顾客的期望。拟定一整套沟通计划,使顾客所期望的服务水平略低于洗浴中心所能提供的服务水平。

3、设定计划、组织实施

(1)根据市场调查与顾客期望设定目标。

(2)确定活动内容之后作出详细计划,并拟出各阶段的工作分工与细致安排,以及每个时 间点、段必须完成的工作进程计划。

(3)服务营销活动要像做大文章一样,有铺垫、有高潮,结束后有反馈。

二、服务营销策划中的注意事项

1、“没有满意的员工就没有满意的客人。”洗浴中心服务营销要注意以人为本。

对于洗浴中心来说,拥有优秀的员工是赢得和保有优秀顾客的关键。“没有忠实的员工作 基础,是不可能拥有忠实顾客的。”洗浴中心应该将员工视为内部顾客,为员工的自我实现服务。

管理者要告诉员工企业要努力实现的市场目标,并引导他们以企业所选择的细分市场的顾客 需求为导向。要为服务人员提

供他们所需要的培训、自主权和支持,以此来保证他们同顾客之间重要的、但常常又很短暂的接触能产生令人满意的结果。“管理是一种服务。”只有对内的服务上去了,对外的服务质量才能提高。以满意的员工提供给洗浴中心客人满意的产品和服务,最终赢得客人的满意。

同时,要重视全员营销。以前不在销售岗位上工作的高度接触顾客的员工如今也被要求掌握一些销售技能。这样,洗浴中心的总台接待员或者收银员都可能被要求向顾客推销新的服务项目,或推荐客人找销售经理。

2、注意处理好“产品支持服务”“洗浴中心形象服务”的关系。前者指围绕产品而开展的服务,后者指围绕企业形象的塑造而开展的服务;前者表现为对个别产品的直接附加利益,后者则表现为洗浴中心的附加利益;前者直接促销,后者间接促销,两者有机结合,销售效果才会更好。

3、售前服务的关键是树立良好的第一印象,基础是宣传、公关、启发、引导、咨询。售时服务的关键是交际谈判、说服购买,基础是礼貌与热情。售后服务的关键是坚持、守信、实在、基础是方便、周到、经济及感情。

4、建立跟踪体系,提供附加服务。

(1)重视服务跟踪体系 对于无数不同的服务人员来传递多元素产品的洗浴中心服务来说,其跟踪体系根据市场划分的各个部分最好有专人负责,对口接待,以解决顾客实际问题并把握每一次合作的商机。

(2)提供附加服务 熟客管理体系、“金钥匙”服务、客户主题联谊会、消费积分奖励体系、富有文化内涵的品牌战略及区域性促销服务等。

洗浴开业前工作计划篇四

尊敬的领导、各位同仁： 大家下午好！

2016年就要过去了，今天有幸在此为大家做2016年主管述职报告，今天的报告分为两个部分：过去一年的主要工作和2016的工作计划。第一部分，2016年主要工作：

本人于2016年4月份在xx连锁人事部任文员一职，于2016年七月调任xx任一线主管一职。本人自出任人事部文员后得到了张总、安总的鼎力扶持，得到了xx各部经理的理解和支持，使得初来乍到的我才能在这么重要的工作岗位中走下去。除了感谢总经理xx先生、副总xx女士、财务部xx女士的信任和指导之外，还要感谢各部的经理及在工作期间给予我帮助的全体同仁。

第一，人事部是一根纽带，从横向来看他联系着xx各个部门，从纵向来看也将xx的领导与基层员工联系在一起。因此人事部必须对xx各部门的大小事务了如指掌，在过去的工作当中本人本着学习的态度加强自己对xx的了解和磨合，在职期间得到所有同仁的教导。谢谢大家！第二，人事部门主要是起人力资源调配的作用，在xx负责人的领导下，合理配置人员以最大限度地为xx获得利益而工作。具体工作项目主要有□xx员工结构总体规划及其实施、招录员工、培训员工、奖励或惩处员工□xx内部员工的流动、员工的工资管理、员工的考核、员工的职称管理等方面。

第三，随着洗浴行业的竞争日趋激烈，洗浴行业也越来越重视宾客关系，尤其是常客及有消费能力的顾客群体，因此人事部也在xx领导的支持和关心下着手进行顾客意见回访的管理并在此基础上收集更多的顾客信息，在浴园的经营过程中争取主动。

在即将到来的2016年，我和我的同事将继续努力，具体从以下几个方面进行：

第一，我们将致力于维护浴园宾客关系，积极建立vip客户的关系管理，通过我们的努力积极建立有效的客户档案，使得vip客户的管理真正能使用到实际营业当中。

第二，树立“以客户为中心”的思想，并将这一思想通过培训与管理，使得每个员工都能在工作当中实现“想客户所想，及顾客所需”。最终达到提高顾客回头率、顾客来源、顾客忠诚、顾客创利的目的，是一个将顾客关系转化成营业利益的反复循环过程。

第三，一线运营主管在浴园必须以身作则，敬业乐业，作风正派，仪容大方。自信、果断、沉着、睿智、活泼、细腻、真诚、高效是主管的岗位性格描述，也是运营主管的自我要求，作为今天报告结尾也用以与各位共勉，请各位审议！谢谢大家！

洗浴开业前工作计划篇五

工牌 4. 检查各区域设备 设施是否正常使用

5. 全程监督纪律 卫生情况

6. 详细记录vip客人档案、与客人多交流、处理各类投诉、处理不了的 及时上报

7. 做好员工临时的休假审批

8. 对与新员工进行岗位培训、指导上岗

洗浴开业前工作计划篇六

10月23日上午9时，洗浴管理中心团支部，认真召集团员青年及部分青工职工代表，在会议室召开以“认清形势、把握实质”为主题的安全思想教育活动，会上团支部书记带领大家共同贯彻学习矿团委四季度工作会议精神。该团支部认真结合矿井面临严峻的安全、经济形势，针对单位工作实际，为实现安全服务季，保障安全服务年，更好、更全面的开展好各项后勤服务工作，与会团员青年共同探讨、总结出几点工作方法：

一是要迅速认清矿井形势，在矿决战四季度关键时刻，各班组团员青年要各负其责、发挥作用，强化对自身岗位青工安全形势教育力度，进而带动班组、岗位所有人员都能认清形势、明确目标。

二是转变思想，消除由于安全、经济等不利因素带来的思想压力，逐步转化为工作动力，为全面开展好后勤服务工作“疏通脉络”。

三是提升思想境界，扎实做好“党的十八召开期间”消防安全、信访稳定等各项工作，青安岗积极作为认真排查单位可能出现的不和谐音符，并有效化解在单位内部。

四是牢固树立“一切工作看安全”的理念，首先强化青工岗位培训，巩固安全技能、素质；其次突出安全现场管理重点，加大男澡堂、洗衣房安全管理力度，带着标准查隐患，深挖、严整各类隐患；三要严把工序流程关，各类机电设备设施严格按照规程操作，设备检修按照“停送电管理标准”执行，杜绝各类违章现象发生。

二、结合青工岗位实际做好安全工作部署，确保实现安全年结合矿团委安全工作提出的几点要求，针对团支部四季度如

何协助单位开展安全工作，进行部署。要求青安岗员本着“以安全保障优质服务”的原则，青工密切配合团员青年，齐抓共管、互相监督，打好年终安全工作攻坚战。

一是加强职工安全思想教育，使全员青年职工能够牢固树立安全理念；

四是加强人员管理，充分发挥青安岗员兵头将尾作用，在工作中积极带领，发扬“争先恐后”风格，以此调动班组其他成员做好安全工作主动性。

三、协助洗煤厂团总支，积极开展“喜迎xx大诗歌朗诵”活动

洗浴开业前工作计划篇七

在社会竞争日趋激烈的今天，学习是保持自身先进性的必要手段，为了不断充实自己，满足不断提高的工作需求，我在紧张工作之余时刻不忘给自己充电。今年年初领导安排外出学习，学习了岗位主人翁精神、情景领导力和培训部组织的学习让我受益匪浅，另一方面，我努力学习酒店管理等业务知识，并在实际工作中加以验证、总结，提高自己的管理水平，使自己能跟上时代的步伐，跟上洗浴业发展的脚步。

二、经营情况

20__年计划任务完成__万元，（其中门票收入__元，保健类收入__元，其他收入__元）。

三、主要工作：

1、加强业务培训，提高员工素质

一年来，我部主要是以服务技巧为培训重点，严格按照培训

计划开展培训工作，并分阶段对员工进行考核，同时加强了岗上实际操作培训，使员工能够学以致用。加强业务培训，认真对待每一批接待任务，根据不同阶段、不同团队、制定详细的培训计划及接待计划。遇到接待任务繁忙时，我们要求所有管理人员必须亲临一线投入工作，发现问题，及时处理解决，及时反馈信息，以达到最佳服务标准。

2、抓卫生，促服务，树立企业形象。

洗浴是典型的服务行业，环境、服务的好坏直接关系到酒店的形象，决定着酒店的经济效益。为了能最大限度的达到顾客的满意，我从三个方面严抓卫生和服务质量。

第二，下大力度整治卫生情况，做到及时检查，惩罚有力；

第三，及时解决顾客投诉情况，让顾客高兴而来、满意而去。

3、关心员工生活，创造轻松愉快的工作氛围、

在洗浴工作内容繁杂，涉及面广，员工工作压力大，针对这一特点，我部始终强调要关心员工的生活，无论从部门经理还是到主管，都能切实的为员工解决困难。组织员工外出参观游玩和参与鲁豫有约的录制，遇到过节，管理人员会主动提醒员工给家里挂电话问候父母，生病时给员工送去水果，遇到生活上的困难会主动帮助他们，使她们感受到了集体的互助、互爱的温暖。为了缓解工作带来的压力，增强凝聚力，干部经常找员工谈心，鼓励员工，使员工能够以更好的工作状态迎接新的工作。同时我们要求管理人员无论在业务能力及为人处事必须起到表率作用，遇到困难必须与服务人员冲在第一时间激励员工，减轻员工的工作压力，培养管理人员之间同心协力、同甘共苦的良好风气，使员工充分地信任部门，从而使员工保持稳定、健康的心态，保证对客服务的质量。

4、注重各部门之间的协调工作，共创佳绩

5、加强“开源节流，增收节支”的意识班前班后会给员工灌输开源节流，增收节支意识，主要节约在工资、电、易耗品等方面，在费用管理中，从细微处入手，严格易耗品领用制度，定期盘点，专人管理，定量配发，使我部物耗控制在元，各项费用指标均达到要求。

6、重视安全防范意识部门在安全管理上，进一步加强了消防知识的普及，安全知识灌输，并严格执行_门的有关规定，做到一客一登记，及时上传数据，严把入住登记关。对宾客的贵重物品寄存做到提醒寄存;保证了客人的财产不受损失。

7、团队凝聚力的建设

部门抓住装修期间的的时间，从认知、思想、行为、采用多样化培训入手大力建设团队凝聚力，部门全体员工不怕炎热不怕脏累，全力以赴每次都能保质保量的完成任务。

工作中存在的不足：

1、培训效果不佳

我们在对员工进行培训后，员工也对培训的内容有了更深层次的了解，但是由于缺乏一个统一的监督机制，造成了培训是一张空白纸，虽然大家都明白、理解，但在实际工作中，做得不够到位，无形中也影响了服务质量。

解决方案：

培训后有干部在班中岗位上，进行一对一的说教，并加以抽查。

2、服务质量、服务水平有待提高