

最新酒店厨房上半年总结和下半年计划 酒店上半年工作总结及下半年工作计 划(精选5篇)

时间流逝得如此之快，我们的工作又迈入新的阶段，请一起努力，写一份计划吧。计划怎么写才能发挥它最大的作用呢？那么下面我就给大家讲一讲计划书怎么写才比较好，我们一起来看一看吧。

酒店厨房上半年总结和下半年计划篇一

从二月份升为值班经理以来我所从事的工作和担负的责任也使自己的责任感与使命感日益增强。从一月份开会董事长强调了20xx年是企业文化年，我们谨记董事长每次开会的内容，把企业文化的每一条都用到我们的工作中，付出在行动上。

在这半年中我们成功的举办了技能大赛，又在董事长你好，家人这简单的几个字中感到了与客人之间的亲切感。

一个企业盈利是第一目标，一个部门的工作也要紧紧围绕企业的中心工作来做文章，在工作中配合店长把前台管理好，热情接待，账务清晰，督导收银员的工作，不断加强学习，提高我们的工作能力。

一，前台接待：

前台是酒店的形象窗口，严格要求仪容仪表，不仅是对客人的尊重也代表酒店的形象，接待服务作为工作重点，认真做好预定，通过合理排房，提高入住率，热情满意的服务，接待好每一位客人，每一个团队，留住到酒店的每一位客人。并能感觉到我们的服务宗旨，入住好如家享受如家的感觉。

接待团队是文化路店的一大特色，团队接待不好会造成很大影响，所以我们对团队接待认真负责，每次根据店长下达的团队接待通知单，提前控制房态，及时告知预定中心近期的房态情况，合理排房。让团队客人入住满意。

值班经理是承上启下的作用，配合和执行店长交代的其他工作。

二，班组管理

加强业务学习，提高前台的接待能力，特别是新员工的培训，在日常工作中我们注意到新员工操作过程中服务规范化还能应付，但灵活性的服务相对缺乏，今年我部门严格按照年培训计划开展培训，并分阶段对新员工进行考核，同时加强岗上实际操作培训，使前台能够学以致用，遇到大型接待任务，我们尽量用最短的时间给客人登记入住，包括整个行之有效的报道流程及与会务组之间的配合，前厅部的所有人员都知道只有不断地充实自己才能脚踏实地的完成各项接待任务，发现问题反馈信息，共同协商及时调整，以达到最佳服务标准，。

三，加强自我学习

身为前台的一名值班经理，我首先致力于自身素质的完善与学习，其中最重要的是性格方面，印度就有一句谚语：播种性格，收获成功，也就是说：一个人性格关系到事业的成败。所以我时时严格要求自己，待人正直，公正处事，要求严于律己，宽以待人。同时注重培养自己的观察能力，因为在我看来，做为一名前台人员，必须拥有灵活的头脑和敏锐的洞察力，在工作中能举一反三，由此及彼。另一方面，为丰富自己的业务知识，我经常得用休息的时间，来查找有关于酒店管理方面的资料，给自己不断地充电。对于酒店及部门开展的各项活动都积极参加，通过加强自身学习，让我提高了整体能力。在服务上缺乏灵活性和主动性；营销力度不够，营

销意识欠缺;节能降耗有待加强。

下半年的工作有以下主要计划:

- 1、继续加强培训，提高员工综合素质，提高服务质量
- 2、稳定员工队伍，减少员工的流动性
- 3、硬件不足软件补，通过提高服务质量来弥补设备老化的不足
- 4、加强营销宣传
- 5、加大节约能耗，防火防盗等安全防范工作

酒店厨房上半年总结和下半年计划篇二

回顾一年的学习工作，在上级的正确领导和宾馆各部门的大力支持下，餐饮部团结一致，集思广益，圆满完成了年度计划。现将一年的工作情况总结如下：

一、经营情况

1: 各种经济指标完成情况

全年餐饮部实现营业收入：。1。1—11。31，共：2110000元比去年的：2162175元，下降：52175元，今年平均值104。28，年上座率：0。029%，完成了酒店公司和其他会议团队的接待任务，重大投诉率为0。

二：日常管理

1、部门规范管理

由部门管理人员于2017。8。17。组成，每天中午11：17分对

部门各区域进行检查，对查出问题逐一整改落实，并按制度规定奖罚分明，卫生稳步提高。

2、成本控制和节能降耗

1、结合后厨部制定了新的餐具管理办法。餐具分顺序，分类，分框收放，2分类清洗，3易碎品自己清洗，4每日定时开关灯，空调，热水器，5合理利用边角余料不浪费，6严格控制低值易耗品，做到领用有记。

3、做到抓“销售”抓“内务”

1发动部门全员营销，主要以口碑式宣传。2规范了仓库和布草管理仓库，布草由领班专人负责整理和清点，2小方巾由部门定人清洗存放。3建立出品估清供应监督制度。

4、抓“培训”抓“落实”。

培训1礼节礼貌和服务意识，2铺台布，托盘，摆台，上菜，斟酒，口布叠花，3亲自参与服务工作并定时检查。

5、做到美丽酒店，安全酒店。

做好环境卫生，护好外围绿化，重点防火防盗，注重食品安全，保证自身安康。

6、制度面前人人平等。

三、餐饮工作中仍存在一些不足

1、仍有一些员工的主观能动性较差，机械性地去工作，部分员工自律性较差，如：站位纪律，服务礼貌用语，餐中服务等。

2、部分员工仍缺乏团队协作意识。

3、个别管理层在执行力方面仍需要进一步加强。4个别员工仍缺乏节约意识。

针对20的工作特制定计划如下：

一：经营目标

今年元，明年争取打到元，我们将继续保持重大投诉为0

二、日常管理

继续加强员工的业务技能培训，提高员工的综合素质，在每个月底向酒店质检部上交下一月的培训计划，方便酒店质检部及时给予监督指导。

1、进一步加强吧台餐饮预订的熟练性以及包厢服务员的酒水推介意识和技巧。

2、加强员工思想教育，利用一切机会向员工灌输顾客就是上帝的理念激励员工发扬团结互助精神，树立集体荣辱观。

3、开拓经济发展增收渠道，扩大营业收入，如旺季推出外卖。

4、全员公关，争取更多的回头客。

三：改变措施及方法

1、增加员工效益意识，做好节能降耗。

(1) 严抓日常消耗品的节约、如餐厅纸，牙签，布草，餐具等。

(2) 降低设备运行的消耗，如空调合理开启及时关闭。

(3) 严格把好菜品验收关，合理使用边角余料。

(4) 完善“原材料收、付、存制度”“办公用品领用制度”“物品申购制度”。

2、突出以人为本，酒店无大事酒店无小事的理念

(1) 保持与员工沟通的习惯，增进彼此的了解，便于工作的开展。

(2) 开展联营活动，餐饮部和客服部相互交流，互相改进。

(3) 增强监督机制和竞争机制，逐步改观个别管理人员执行力度不强的局面。

(4) 建议酒店多组织员工业余活动，如田径，篮球，乒乓球等。

20是一个新的起点，我决心一如既往的视酒店的发展为己任，视部门的发展为己任，视员工的发展为己任，视自己的发展为己任，在酒店领导的带领下，全体员工团结一心努力工作下，酒店的明天更加辉煌。

酒店厨房上半年总结和下半年计划篇三

4、提倡效率服务，要求员工只要有客人需要服务的立即进行为客人服务；

9、建立餐厅案例收。制度，减少顾客投诉几率，收。餐厅顾客对服务质量、品质等方面的投诉，作为改善日常管。及服务提供重要依据，餐厅所有人员对收。的案例进行分析总结，针对问题拿出解决方案，使日常服务更具针对性，减少了顾客的投诉几率。

二、员工日常管

3、结合工作实际加强培训，目的是为了工作效率，使管。更加规范有效。并结合日常餐厅案例分析的形式进行剖析，使员对日常服务有了全新的认识和解，在日常服务意识上形成了一致。

三、工作中存在不足

1、在工作的过程中不够细节化，工作安排不合。，工作较多的情况下，主次不是很分明；

2、部门之间欠缺沟通，常常是出了事以后才发现问题的存在；

3、培训过程中互动环节不多，减少了生气和活力。

四、工作计划

1、做好内部人员管理，在管理上做到制度严明，分工明确；

4、在物品管理上责任到人，有章可循，有据可查，有人执行，有人监督；

5、加大力度对会员客户的维护。

五、对餐厅、体管、经营的策划

3、加强部门之间协调关系；

4、重食品安全卫生，抓好各项安全管；

5、开展多渠道宣传，促销活动并与周边各公司相互合作，增加会员率。

市场营销部是负责对外处理公共关系和销售业务的职能部门，是酒店提高声誉，树立良好公众形象的一个重要窗口，它对

总经理室进行经营决策，制订营销方案起到参谋和助手的作用，它对酒店疏通营销渠道，开拓市场，提高经济效益和社会效益起到重要促进作用。

针对营销部的工作职能，制订了市场营销部2021年工作计划，现在向大家作一个汇报：

一、建立酒店营销公关通讯联络网

重点工作之一建立完善的客户档案，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，企业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、开拓创新，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2021年市场营销部销售任务计划及业绩考核管理实施细则，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志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。

强调团队精神，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，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，最大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，创造最佳效益。

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，争取些公众单位对酒店工作的支持和合作。

酒店年工作计划范文大全

将本文的word文档下载到电脑，方便收藏和打印

推荐度：

点击下载文档

搜索文档

酒店厨房上半年总结和下半年计划篇四

20xx年上半年工作可以提炼出三个关键词即探索、忙碌与遗憾。我们一直在学习，在摸索。在寻找符合酒店自身条件的营销模式。

1、会议接待方面

2、客户的开发与维护

a□客户开发□20xx年市场销售部新开发个人和商务公司协议客户30个。新签订5家网络订房公司携程网、艺龙网、联通114等(网络订房这一块，主要的客源还是来自携程、艺龙、114)。

b□客户的维护：首先将原有的客户资料进行分类存档，对处于休眠状态的协议客户一一进行电话拜访。通过拜访了解到顾客不来消费的原因大概有以下几个方面的原因一是由于公司办公地点于就近选择合作的酒店、二是公司更换了负责外联的负责人、三是觉得酒店发票问题而放弃合作、四是只为某一次合作的优惠价格而临时签订协议，之后并无继续合作的机会。

3、旅游市场的整体开发

一直以来，酒店与旅行社几乎不存在合作，今年市场销售部在这一方面加强联系。四月份开始酒店陆续开始与中青旅、北京中旅、和平国旅加强合作意向。由于我酒店没有涉外接

待的条件，致使很多做国际团的旅行社不能合作，现正加强国内团高端团的合作。

除旅行社外，市场销售部与普通商务公司间的合作也取得了一定的成绩。四月份起，陆续接待了诸如西北工业大学、北京城市建设档案馆、山西盛通源科技有限公司、北京明一文化研究院、华中科技大学等先后入住我酒店，对我酒店表示认可。

1、在把握市场动向，应对市场变化方面的能力有所欠缺：

市场销售部是负责对外处理公共关系和销售业务的职能部门，是酒店提高声誉，树立良好形象的一个重要窗口。它对经营决策，制定营销方案起到参谋和助手的作用。然而由于不善于扑捉商务会议市场动向，加之获取信息的渠道单一或者是对市场信息的关注度不够，另一个方面的不足表现在无法根据目标市场、季节的变化制定出相应的营销策略。

2、与宾客间的互动不足：

营销部在日常的工作中，除了会议接待的过程中有较少的与顾客面对面交流的时间，其它几乎没有机会与宾客交流。或者说存在这样的机会我们在无意间就放过了。我们无法知道顾客需要什么，无法获得宾客在酒店消费的直观感受，甚至有投诉或建议宾客都有可能找不到表达的对象。这样就很难给宾客创造宾至如归，温馨如家的消费体验。这一方面恰恰被我们在日常工作中忽略掉了。

1、努力使散客的入住率上一个台阶：

20xx年下半年，市场销售部的主要工作之一将放在提高散客入住率上。我们拥有大多数酒店不具备的优势，那就是良好的区位优势与便利的交通条件。以及酒店配套设施不完善等，我们会利用所有可能的工具(网络、报刊、杂志及短消息的应

用)加大对酒店的宣传力度。力争全年在散客的入住率上有较大提高。

2、加强与各大旅行社间联系：

下半年市场销售部拟定在旅游社市场加强国内高端团及会议团的合作，争取与各大国内团旅行社之间建立起长期的合作关系，使得这些旅行社有意向将团队安排到我们酒店，以确保酒店客房的收入。

3、加强主题、价格、渠道营销策略的应用：

下半年市场销售部会根据不同的节日、不同的季节制定相应的网络营销方案，综合运用价格、产品及渠道策略将酒店的客房。使酒店在竞争中始终处于主动的地位，以最大限度的吸引顾客，从而保障酒店经营目标的完成。

4、加强部门间的沟通协作：

建立良好的沟通机制是有效实施营销方案和完美服务顾客的保障。因此市场销售部会一如既往地积极主动地与各部门进行沟通协作，相互配合。以一个整体面对顾客，充分发挥酒店整体营销活力，创造最佳效益。

5、具体的目标明确：

a□加强会议市场；

b□加强国内旅行社高端团队市场；

c□争取市场销售部每月收入突破30万。

在下半年，我们必将继续探索，继续学习，我们希望不再留有遗憾。我们不奢望尽善尽美，但希望市场销售部在下半年

里，各项工作都有起色，有突破，有创新，最终当然要有不错的业绩。我始终坚信“天道酬勤”，有付出，就一定会有丰硕的成果等着大家。

酒店厨房上半年总结和下半年计划篇五

二. 地点:扬州人家国际大酒店

三. 预期目标:

了解酒店运营流程及相关的管理知识

熟悉酒店p(plan),d(do).c(check).a(act)模式的运转. 锻炼人际交往能力和涉外交际能力.

领会餐饮营销策略.

深入团队，培养团队意识.

四. 具体内容:

第一周(前台服务部)

自身目标:

了解前台服务部在酒店服务中的运营模式.

掌握一定的对客服务技能.

工作细则:

推行”微笑”服务. 博恩. 希思曾提出:”1: 25裂变”理论, 赢得一位客人, 就有可能给酒店带来25位隐藏客人.

加强门童, 引座员, 迎宾和前台咨询员的职业技能, 培养职

业意识，人的动作是由内而外所发出的过程，服务意识的培养十分必要。

及时回答客人所提出的疑问，重视客人的投诉和反馈的情况。”千里河堤溃于蚁穴”一个小小的失误或许潜藏着巨大的危机。

做好vip客人的保密工作和优惠工作，及时向vip客人反馈信息和必要的问卷调查，找出存在的服务漏洞.对住店客人和用餐客人发放小礼物，体现人性化服务.

行李生及时给顾客拿行李年，客人需要寄存物品，为客人办好寄存手续.

期望目标：

使客人享受贴心服务，增加顾客的满意度.

架起酒店与顾客沟通的桥梁，使顾客的问题得到妥善的解决.
第二周(餐饮部)

自身目标；

了解餐饮部运营环节及主要部门的职能.

增强对餐饮活动的领导力和敏感度.

协调各部门之间的联系，集中主打”组合拳”.

将中.西餐厅，酒吧等营业点的理论知识应运实践.

工作细则：

加强部门合作，培养团队精神，增强员工的向心力和凝聚力，以期达到1+12的效果.

注重创新，在海盗的世界里，第二名永远是败者. 因此对菜品方面要不断推陈出新，满足顾客”日新月异”的服务要求.