

# 2023年酒店服务营销案例分析 酒店服务质量提升方案(汇总5篇)

范文为教学中作为模范的文章，也常常用来指写作的模板。常常用于文秘写作的参考，也可以作为演讲材料编写前的参考。相信许多人会觉得范文很难写？以下是小编为大家收集的优秀范文，欢迎大家分享阅读。

## 酒店服务营销案例分析篇一

“优质服务、超值享受”是xxx大酒店的服务宗旨，正是富有特色，深具个性的服务，使xxx成为客人心之所系，情之所牵。服务质量的保持和提升，离不开质管工作。在过去的五年里，由质管部与各业务部门构成的“双轨制”质管体系对酒店经营管理的良好运作起着不可低估的作用。

在五年的质量管理工作中，“服务=产品·质量=生命”的观念已经深植于中高层管理人员心中。较为系统的质量管理工作，培养了员工温馨细微为客服务的工作态度，酒店员工深深了解在对客服务中不能有一丝一毫的怠慢或掉以轻心，必须有认认真真、仔仔细细、勤勤恳恳的工作态度。由于服务富有个性及特色，酒店在客人中享有一定知名度和良好口碑。另一方面，在质管工作中也轮训了一批管理人员，培训并发现了一批人才，并安排在相应的管理岗位上。

当然，“双轨制”的质管体系也存在一些问题：如质管部对各部门的质管工作的评判有一定的片面性、单向性，各部门贯彻酒店的管理与服务规程和员工守则的工作不能完全落实等。

以前质管工作是双轨制，既有各部门的质管工作，也有质管部的督察工作，双轨制对各部门的质管工作有所推进，有所约束。

如何保持酒店的服务质量和提高服务质量管理水平，既是酒店核心竞争力的重要手段，也是酒店管理者必须不断探索的课题。

## 1. 必须坚定地实行“质量控制”的理论

“质量控制”的理论是酒店做好服务质量管理工作的基本原理。“质量控制”的首务是要设定服务质量标准，有了标准才能按标准去评估各项服务的业绩，才能有效地修正不符合标准的行为和程序，并制定相关的服务标准改造计划。由于各家酒店星级高低不一，设定的标准一定要与酒店的环境、硬件、人员素质等条件相匹配，不能片面地追求所谓“四星酒店、五星服务”之类不切实际的目标。

质量控制的第二步是质量管理，我们提倡全方位质量管理。酒店的服务质量优劣，口碑好坏，取决于各部门每一员工的工作结果，由于酒店产品具有综合性和关联性，所有环节密不可分，因此，每一部门，每一位员工都是服务质量管理的参与者。酒店所有的部门都有质量管理的目标、任务，都应当制订相关的计划和实施方案。所以，酒店服务质量管理是全方位的，全酒店的，没有任何一个部门和员工可以例外。

## 2. 寻找“最短的一块木板”

一个由许多块长短不同的木板箍成的木桶，决定其容水量大小的并非是最长的那块木板或全部木板长度的平均值，而取决于其中最短的那块木板。这是著名的“木桶理论”。要想提高木桶整体效应，不是增加最长的那块木板的长度，而是要下功夫补齐最短的那块木板的长度。酒店的整体服务质量如同“木桶的容量”，其中整体水平高低由“最短的一块木板”决定，因此我们首先要有“寻找”那块“最短的木块”的观念，要时时刻刻、每天、每周、每月，周而复始地检查、督导服务的过程，包括员工和管理人员的精神状态、礼貌礼仪、服务规范，并把每一部门和每一项业务活动中服

务质量“最短的木块”寻找出来，分析和寻觅服务质量投诉的原因，加以解决。如此才能“对症下药”，延长“最短的木块”，使服务质量的各个环节齐头并进，从而提高服务质量的整体水平。

### 3. 经常重弹“ $100-1=0$ ”的老调

“ $100-1=0$ ”这是酒店业普遍认可的服务原则，它指的是细小环节上的缺失会使酒店的整体服务质量受到否认，它所强调的同样是全局效益。我们要以此观念统一各部门想法。酒店无小事。酒店的运营特点要求“勤勤恳恳、仔仔细细、认认真真”，服务的质量和运营的过程是通过小事和细节来构成、来体现的。所以，“小”事不小，细节不“细”，每一件小事，每一个细节，对酒店和部门来说是1%，对客人来说却是100%。所以 $100-1=0$ 就成立了。

“不识庐山真面目，只缘身在此山中”，我们往往对自身的缺陷浑然不知，而客人却是酒店服务最好的评判师。客人的意见比一些酒店所属管理公司的质量检查或专人私访能更真实地反映出一间酒店服务质量的状况，故此，对待客人投诉的态度也是衡量一间酒店管理层的水平高低的试金石。对客人投诉应有的态度，要在酒店全体员工中形成共识。

#### a. 宁信勿疑

顾客一般不会无事生非，顾客一般不会自寻烦恼，顾客不会花钱买难受，所以对于顾客和投诉，管理人员和部门应“信”，不要“疑”，不管是楼层或厅面服务，发生投诉时，一般是员工或酒店的过失。

#### b. 宁高勿低

遇客投诉，部门管理人员对自己或员工的要求不能从低处、小处着眼，应有运用较高的标准和较高的要求评判，才能从

大局、长远、整体方面考虑解决问题，通过顾客的投诉改进我们的服务工作。

### c.宁严勿宽

对于客人的投诉，如经查实属于酒店和员工过失，处理时应严格按章扣罚，否则无法避免同一错误再次出现。如果一味姑息，则或能形成惯例而无法保证原有的规章规程的执行。

由于服务是酒店的产品，服务质量是酒店的生命，所以部门的服务质量必须也只能由各部门的“首长”、即正职经理负责，实行部门负责制，全酒店的服务质量则由酒店总经理负责。各部门或系统的副职，在协助正职工作的首要内容，也理所当然是“服务质量”。服务质量管理是酒店管理工作中“专业中的专业”，质量管理工作是各部门管理工作中的首务。

其次，酒店服务出现的问题大多是在服务现场发生，发现服务质量的“最短的木板”也只能在现场发现，如礼貌、语言、争执、服务不到位等，加上部分服务有“即时性”（当然大多数的服务有一定的过程），管理人员上班时不能整天坐在办公室，应提倡现场管理和走动式管理，加强现场管理的力度，观察、了解部门的员工在岗情况、观察、了解顾客的情况，观察了解服务的情况。酒店总经理、部门经理每天在各工作现场、服务现场巡视、停留时间，就很有必要加以量化限制。

“重实效、轻空谈”是国际上酒店管理名家提出全面质量管理(tqm)的方法。要在酒店完善服务质量管理体系，推进质管制度建设，一定要制订相关的不求虚名、行之有效的规章制度，才能让质管工作持之以恒。切忌“形式主义”或“突击运动式”的管理手段。

1. 坚持部门“每天一表，每周一评，每月一结”的质量管理制度。各部门必须有服务质量每日登记表，建立各部门的服

务质量档案，每周应在各部门包括各班组进行一次服务质量评估，每月小结本部门的服务质量，交给酒店相关部门，除大堂副理、当值经理外，酒店还将组织不定期的服务质量检查评比、让优秀服务案例和服务质量投诉亮相，成为鞭策员工前进的动力。部门经理应有每日工作日记，对部门的服务管理工作予以记录。在此基础上，酒店每月应有全店服务质量的评估报告，建立必要的档案资料。酒店服务质量管理的日常工作包括统计、评判和检查由人事培训部负责。

2. 酒店总经理办\*是酒店服务质量管理理所当然的管理中枢，酒店的服务质量情况是办\*必议的课题，不再单独成立“领导小组”或“管理委员会”之类的机构，这样可以避免形式主义，增强质量管理的力度，脚踏实地做好本职工作。

3. 发挥培训的作用，可以配合经理推进部门的服务质量标准化工作。

4. 实行酒店管理人员在店内部门短期轮训，并把轮训工作纳入培训部的工作范围。具体的登记、统计、评判和检查的制度由其制订实施。

5. 各部门可根据部门的当值轮班情况建立相关的服务质量管理小组，部门的例会应有服务质量的内容以及处理顾客投诉的情况报告。

1. 员工是酒店的主人，是服务质量工作的检查者，服务质量问题的发现者，出现质量问题的解决者，不能简单地把员工当成质量管理的对象。

2. 零投诉的酒店不存在，零投诉的部门不存在，零缺点的员工更不存在。管理人员应有正确的辩证唯物观，鼓励员工在服务工作中敢于创新，并正确对待顾客的投诉，做到心理平衡，以利改进服务。

3. 创新是提高服务质量最好的途径。在规范服务的基础上，如何提高顾客的满意度，减少或避免顾客的投诉，服务创新就是一种有效的手段。

4. 人是服务的第一要素。自然的微笑，得体的动作，整齐的服饰，关爱的语言，有时能收到其它硬件无法取得的效果。

5. 不要太相信评优创佳之类的“运动”。要有稳健的管理风格，要有“沉得住气”的经营管理和服服务，日积月累，才能巩固原有的服务理念。

服务理念的提出和确定为酒店的市场形象定位，经过了近五年的实践，证明是适宜的。它既能体现出酒店服务的特色，也符合市场经济的走向。这一理念是酒店全体员工用他们的辛勤劳动的汗水换来的成果，可谓之“来之不易”。全体员工在向客人提供服务时，一定要牢记这八个字，作为服务工作的最终归宿，并千方百计，想方设法为实现此目标而努力。任何服务工作上的过失，都是往酒店的市场形象抹黑。

“完美”是人类追求的目标，也应是我们的酒店管理人员和员工应追求的目标。虽然这样的目标很难企求，但如若没有目标，我们的服务工作将会落伍，将无法在酒店行业的竞争中前进。

## 酒店服务营销案例分析篇二

辽宁凤凰饭店紧密围绕《沈阳市旅游行业质量管理活动实施方案》的具体要求，并结合饭店实际工作，加强质量管理和培训工作力度，使饭店整体水平和员工素质取得了较大的提高，努力为宾客营造优雅、温馨和舒适的环境，为打造和谐饭店、和谐城市做出了最大的努力。

以先进的理念和机制为导向，不断探索质量培训工作的创新之路。2004年饭店建立了质量管理体系，出台了《饭店质量

管理和培训办法》，为质量管理和培训工作指明了方向。在理念上提出了“以信息交流和促进管理为手段，满足员工和顾客现实和隐含的需求”的质量方针和“始于顾客需求，终于顾客满意”的服务质量观。《质量管理办法》由“五个”体系和“一个”奖励细则组成。即质量管理组织体系，质量标准、规范体系，质量检查体系，质量反馈体系和质量分析体系及“服务之星”评选的奖励办法。并设计了相应的质量管理表格，为进一步推进质量管理工作奠定了坚实的基础。培训上突出干部的管理能力和培训能力的培训，达到每个经理、主管既是管理人员又是培训师。三年来，一直以制度为依托，并不断提升饭店的服务质量。2005年为使我店的质量管理再上新台阶，饭店实施了“服务质量关键点”的控制办法作为质量管理的重点，进一步强化员工在操作过程中对质量标准的理解、掌握和遵守，做好“关键时刻”的服务和管理。推行了“首问责任制”，要求第一位接受客人服务要求的员工必须将这项服务工作负责到底，有效地协调，直到客人满意，而不能推诿到其他部门，强调服务的实效性。2006年围绕打造学习型饭店为工作中心，以创新为重点，开展质量培训工作。为提升管理人员的综合能力，出台了以《凤凰论坛》为主题的演讲活动，每月举办一次，主讲人为各部门经理，题目自行确定，不拘形式，在演讲过程中，既拓展了大家的知识面，又锻炼了组织、策划和表达的能力。

2007年质量管理的工作，主要以提高客人满意度为目标，以突出凤凰特色服务为重点，以“首问”责任和走动管理为主要内容，进一步完善质量管理体系。

### 1、突出凤凰特色服务的内涵

### 2、继续推行“首问”责任制

落实好“首问”责任制，通过有针对性的日常和交叉培训，使任何身在服务现场的饭店员工都有责任抓住这些关键时刻，并用自己的卓越服务来使客人满意。

### 3、强化走动管理

饭店服务是直接与客户面对面的工作，稍有疏忽就会引起客户的不满。能否及时地对服务现场进行有效的服务质量控制非常关键。通过管理人员的及时了解情况，督导落实，达到防患于未然的目的。

### 4、做好客人的信息反馈，为客人提供个性化的服务。

表，微笑卡，并将客人的信息内容在每日班前会上进行分析和每周的工作例会上进行总结，取得了较好的效果。微笑卡的设计是一个创新，既起到了提示员工微笑优质服务的作用，又能做为与客户沟通的媒介，培养了员工观察客户需求的能力，通过对客人信息的收集建立客史档案，更好地为客户提供个性化的服务。

## 酒店服务营销案例分析篇三

### 一、酒店行业人力资源特色

#### 1. 酒店行业是典型的劳动力密集型行业

据世界酒店组织预测，到2020年，中国将成为世界上酒店业发展的第一大国。酒店企业对人才的需求从数量上来说，在不断增加，呈现逐年递增的趋势，对人才需求从质量上来说，要求也越来越高。由于市场规模扩大，酒店行业在不断扩充，对人才的需求也不断增加。因此现有的酒店人才远远不能满足市场的需求。

#### 2. 虽然基础岗位工资低，但必须从基础岗位做起

初进酒店的员工必须从基层做起。和员工高强度的工作内容比较起来，酒店员工的薪酬水平较低，薪资的不平等导致人

才流失很大。

### 3. 酒店是一个可以快速实现人生价值的行业

作为全球十大热门行业之一，酒店管理专业在国际上一直属于热门专业。随着2015北京奥运会、2015上海世博会、2015年广州亚运会和越来越多的国际大型活动在中国举行，中国对酒店管理人才的需求也日益增大。酒店行业职位之多，人才之空缺，在所有行业中名列前茅。因此酒店行业目前不管是基层服务员，还是中高级的酒店管理职位，其人才需求量都缺口很大。特别是经济型酒店，正处于发展阶段，人才需求量要比其他类型的酒店高出很多。

## 二、酒店行业需要什么样的人

### 1. 对人才基本知识和技能的要求

(1) 基本技能：计算机应用能力、英语听说读能力等。

(2) 专业技能：熟练掌握酒店各项客服技能与技巧，并取得相关职业技能等级资格证。

(3) 专业拓展能力：掌握深层次分析问题的能力，并且要在工作、生活

## 一、本专业的社会需求调研分析

旅游业的蓬勃发展为酒店业的发展提供了极大的机遇。随着社会主义市场经济的发展，尤其是在我国加入wto后，我国的旅游业面临着更多的机遇和挑战。一方面，随着人民生活水平的提高，对旅游休闲的需求将更加旺盛，也为酒店业发展提供了更多的发展机会和就业水平；另一方面，外资的大量进入，对既懂中国国情又具有酒店管理专业知识的中国酒店业人才需求也更加旺盛，中国国内的酒店在激烈的竞争中也会增加对人

才的渴望,这都为本专业的就业前景打下了良好的基础。

本专业的设置,充分适应了市场发展的需求。据专家估计,我省旅游-行业就业人数到2015年将由2000年的238000人发展到1200000人。所以,学生良好的就业前景为我院酒店专业的设置和人才培养提供了依据。

## 二、专业培养目标

培养适应旅游业发展需要的旅游管理与服务、现代酒店管理与服务的初、中级人才。

培养具有旅游与酒店管理基本知识、基本技能以及能掌握电脑操作、英语对话能力、熟练我国旅游业发展的方针、政策、法规、发展动态和主要客源国家(地区)的民族民俗、交流礼仪等、具有能运用所学知识解决实际工作中问题的基本能力。

## 三、修业年限与学制、对象:

修业年限:三年 学制:全日制

对象:初中应、往届毕业生

## 四、职业技术领域分析

1. 旅游饭店前厅、客房、餐厅等部门服务工作
2. 旅游-行业行政部门旅游接待服务工作
3. 旅游相关企业的服务工作
4. 会展中心的服务工作

## 五、人才培养规格要求和知识、能力素质结构

## （一）职业能力的要求

### 1、具有良好的职业道德和行为规范

#### （三）本专业毕业生应达到的要求 1、基本素质的要求 （1）思想道德素质

坚持四项基本原则，热爱祖国、热爱中国共产党，努力学习马克思主义、毛泽东思想、邓小平理论和“三个代表”重要思想；树立正确的世界观、人生观、价值观，具有良好的道德品质和文明行为习惯。

#### （2）职业素质和人文素质

立足生产、建设、管理、服务第一线，脚踏实地，爱岗敬业；具备健康、高雅的审美情趣和正确的审美观点，个性鲜明、学有所长；有较强的法律意识，能自觉遵纪守法，善于与人合作。

#### （3）身心素质

具有良好的生活习惯，爱好运动，具有健康的身体；具有良好的个性品质和抗挫能力、较强的心理调适能力，懂得自我保护。

### 2、知识目标的要求

必备的文化基础知识；思想道德与法律知识；旅游政策法规知识；饭店管理基本知识；前厅、客房与餐饮知识；体育、军事与劳卫保健知识；公关礼仪知识。

### 3、职业能力和基本技能目标的要求

### 4、在校期间应取得的职业资格证书

六、教学环节进程安排表 （一）教学活动时间分配表

七、课程设置及时间分配表

八、教学时间安排表

注：

1、 第四学期1—9周上课（含考试考查），《饭店服务技能》集中安排在校实训2周，酒店教学见习4周。

2、 第三学期的考证课建议开设为教学节。

3、《军事课》36学时，由保卫处具体安排，不进课表。

4、教学和毕业实习共计52周，每周30学时，总学时为1560学时，总学分为52分。

## 酒店服务营销案例分析篇四

经营思路：

提供特色的服务 特色客房 。

市场定位：

客源市场：

从一次性订房数量上来区分，可分为散客市场、会议市场与团体市场3类；从订房渠道上作区分，则可细分为：自来散客、出租车司机推介、商务公司、订房中心推介、联营推介、长住客、旅行社、旅游集散中心、政府机构与员工所推介的特殊折扣客源。

营销手段：

价格定位：

考虑到本地市场的淡旺季之分阶段，我们刻意制定稍高于本市三星标准的酒店之门市牌价，于旺季中，可尽能争取到最高的房租收入；同时，我们执行价高折大的灵活价格政策，暗地里与商务公司及中介代理商签订较低价格的特价合同，实行薄利多销的手段，尽量争取客源市场的份额。

## 酒店服务营销案例分析篇五

为了在全员中牢固树立“优质服务是一切经营管理的根本”的理念，针对员工流动快、新人面临的入职困惑，我们坚持每个季度进行一次全员职业道德培训，每个月部门内部至少进行一次思想教育座谈，培训和座谈从服务意识、服务价值、服务理念等入手，使大家进一步了解和充分认识到服务的重要性，提高了对服务的认知，树立优质服务的理念，同时让大家了解宾馆的发展史和曾经获得的各种荣誉，增加员工的荣誉感和使命感，以强烈的责任感投身于服务工作中，为服务好宾馆、提供优质服务奠定了良好的基础。

六是开展技能比武促进全员技能提高。业务技能培训针对服务的规范性进行明确量化，使员工在实际操作中能够简单化、科学化，更便于掌握；同时针对服务的提升进行引导和指导，使服务的个性化、人性化得到深化，使“一切为宾客着想，一切方便宾客，宾客的满意就是我们最大的服务目标”成为我们优质服务的方向。通过培训使员工在熟练掌握规范的服务技能的基础上，进一步引申和推进各项服务，从而真正达到优质服务的品质。

质量检查是保证各项服务质量的有效手段，我们对宾馆的全面质量管理进行跟踪检查，采取三级管理即宾馆、部门、班

组分级检查制度，采取定时与不定时相结合、明查与暗访相结合、自查与外请检查相结合、日常与计划相结合、现场与电话监控相结合等方式对全馆的服务态度、卫生质量、设施情况、安全状况、培训情况等进行全面检查，发现问题现场指正，重要问题全馆通报限期整改。每周一次质检通报，每月一次质检反馈，对出现的问题进行跟踪检查，对共性的问题进行重点分析，积极与责任部门沟通，要求部门制定整改措施，落实整改办法，直至问题解决。同时还要对重大会议、重要接待进行专项检查，从会前准备、会中接待、会后反馈进行全程跟进，从而提高重大接待能力，为全馆的优质服务汲取经验，确保服务质量。

质量检查还要与培训工作紧密结合，发现重大或共性问题要及时组织针对性培训，在最短时间内解决实际问题。

加大对培训和质量的考核奖罚力度，对培训考核中不合格、不达标员工实行延长试用期、返回试用期、劝退等处罚办法，对培训工作不落实的部门实行通报批评和处罚责任人的办法，以此来保证培训工作的实效性。

质量检查按照《质量检查考核办法》执行，对初次发现的小问题进行现场指正或通报批评，限期改正；对大的问题根据情节严重程度进行处罚，对严重违规问题或重大宾客投诉报请宾馆领导酌情处理，从而避免同一问题重复出现。

员工的凝聚力和向心力是企业发展的动力，也是搞好宾馆优质服务的根本。宾馆员工的精神面貌和工作态度决定了宾馆的服务质量，不仅仅要提高员工服务技能，还要充分调动和发挥员工的主观能动性，这样才能真正从本质上提升宾馆的服务质量。一是要真正关心员工，从生活上细微处关心他们，从职业发展上关注他们，给他们一个能成长的空间。二是丰富员工业余生活，组织青年人喜爱的活动，如生日会、春游、运动会、歌唱比赛、联谊会等，增加员工的凝聚力，以良好的精神面貌投入到工作中，以更优质的服务做好每一项接待

工作。

如何为宾客提供优质的服务，让宾客满意是我们酒店工作核心竞争力的根本，也是酒店管理者不断探索的课题，我们将认真贯彻实施方案，在工作中不断寻找更好的办法和措施，切实将银海宾馆的服务质量提升到一个新的水平，为山西旅游业做出自己的一份贡献。