

最新酒店服务质量提升方案(精选8篇)

在活动策划中，我们需要考虑活动的目的、参与者、时间安排等各个方面。掌握好项目策划的核心要点，可以提高项目的执行效率和成功率。

酒店服务质量提升方案篇一

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。

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。

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。

通过管理层的及时了解情况，督导落实，达到防患于未然的目的。

通过对客户的信息收集，了解客户的需求和饭店服务质量的现状，为饭店进一步改进工作提供依据。在客户的意见收集与反馈方面，餐饮部根据饭店的质量管理办法，设计了客户信息反馈与自我评价表，微笑卡，并将客户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，通过对客户信息的收集建立客户档案，更好地为客户提供个性化的服务。

酒店服务质量提升方案篇二

平时上班让预订部装个小音响，有订单会响。预订部下班可以让预订经理或主管安装携程的后台app把app调语音订单提醒，这样有订单来就会有提示，这样就能按时确认。

2、保存房和freesale订单比例

合同保存房是不能酒店自行关房，需要业务经理关房。合同保存房数多能提高酒店的排名，合同保存房用完要及时添加。

遇到满房合同保存房没用完关不了就把房价调高，携程过价标准是，原房价两倍能自动过价不需要业务经理确认。

但如果调的房价2倍以上需要业务经理确认改价，另外携程系统也会对虚房价进行拦截，就譬如本来卖300，虚高房价调3000这是不行的。

虚高房价会自动被携程系统拦截，根本不会到业务经理审核。

3、无缺陷订单

这顾名思义就是所接预定没有什么问题，都是确认状态。

4、确认后满房

一般是建议不要对客服说已经确认的`订单因为酒店满房不能确认，这对酒店扣分比拟严。如果酒店真出行满房，已经确认的预订不能安排，找找周边最近的同星级竞争对手，和竞争对手联系挪房事宜。

客人到店之后找让前台经理与客人沟通，理由可以说一些客观的理由，专车送客人去竞争酒店入住。

最好送住两晚或以上的客人，因为能接客人回来，接客人回来之后升级安排客人，如果酒店有早餐或晚餐最后能送，这样就不怕因为挪房外送客人引起客人投诉，也不怕客人以后被竞争对手抢走。

酒店服务质量提升方案篇三

一、五年质管工作的回顾

“优质服务、超值享受”是月亮湾大酒店的服务宗旨，正是富有特色，深具个性的服务，使月亮湾成为客人心之所系，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。

二、必须牢记的理论

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“最短的木板”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。

三、对客人投诉我们应有的态度

“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。

四、实行部门负责制和走动式管理

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。

五、提倡“重实效、轻空谈”的管理方法

“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. 酒店总经理办公会议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公会议必议的课题，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。

六、值得关注的几个观念

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”的经营管理和服务，日积月累，才能巩固原有的服务理念。

如何提升酒店服务质量和意识

七、继续坚持“优质服务、超值享受”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。

酒店服务质量提升方案篇四

客人登记入住和注册的手续要既容易又方便。通常情况下，如果签入和签出要浪费很长时间的话，会令很多人感到沮丧。想要让你的客人觉得你关心他们的感受，帮助他们节约时间，就需要利用先进的互联网技术。例如使用facebook登记或开发允许客人办理入住手续的移动应用程序。如果想吸引客人，应用程序还可以向客人介绍当地的景点和可供参观的地方，提供一些紧急电话号码，你的客人会为此感激你的。

客人想要一个轻松的旅行。他们住在酒店的时候，一般希望浴室可以提供热水，迷你冰箱里面放着健怡可乐，酒店可以提供快速送餐服务。当客房没有这些服务的时候，他们就会打电话到前台。前台的责任是确保客人的合理诉求和要求能够立刻兑现。即使前台很忙，也要设置一个平台，让别人一看就知道客人的需求得到了满足。你可以通过让客人使用ttr或者一些社会化媒体平台将他们的需求传达给你，这可以简化程序。如果能够在客人入住之前就将一切都安排妥当，你就能够确保为客人带来一个难忘而愉快的假期。

即使客人粗鲁或咆哮，作为前台人员或者任何第一个接触客人的员工，都应该始终保持冷静，不要失去理智。要保证微笑着，礼貌地迎接客人。当客人生气，要试着找出他愤怒的原因，然后采取措施来解决这个问题。这可能需要前台工作人员随机应变，采取的一些未经上级部门批准的紧急措施，所以酒店应赋予其雇员一定的权利。如果员工不得回来回奔波去获得其上级部门的许可或批准，这将会进一步激怒客人。

在客房摆放一个迎宾水果篮或者一盘免费的___治，如果客人长途跋涉，深夜到达，这样的小事会给他们留下一个非常好的印象。确保房间干净并且为客人入住做好准备。这些虽然

是小事，但是却能起到大作用。所以说，一定要做好小事情，比如水龙头漏水是否维修好或电视能否接收到所有。当客人带了孩子，要安排保姆照顾，以便家长可以有时间过二人世界，却可以放心孩子的安全。要以客户为导向来安排酒店的活动。

鼓励客人提供住宿反馈，这可以让你了解到你的酒店的优点和缺点。有差评并不一定是坏事，说明有需要改进的地方。尽量接纳客人的建议，以改善你的酒店服务。客人反馈的问题如果确实存在，要积极采取客人的建议，并根据客人的建议和意见重新培训员工，以确保错误不再重演。另外，改善服务后要送感谢信给客人，并邀请他们再次光临，体验服务的变化。

客人可能在住宿期间挑剔，易怒和苛刻，关键是不要让这些问题阻挡你前进的步伐，无论如何，都要努力为客人创造出与众不同的住宿体验。在酒店业，卓越的客户服务意味的是满足每位客人需要的个性化服务。没有一种服务是适合所有人的。相反，你在个性化的服务上做出越多的努力，你的客人就会越满意。打造品牌的关键也许是营销，但是留住客人和促进生意的关键在于卓越的客户服务。

全面加强质量管理，努力提升服务水平

优质服务、超值享受是月亮湾大酒店的服务宗旨，正是富有特色，深具个性的服务，使月亮湾成为客人心之所系，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户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其中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板的观念，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層管理水平高低的试金石。对客人投诉应有的态度，要在酒店全体员工中形成共识。

酒店服务质量提升方案篇五

在当前酒店市场竞争剧烈的情况下，要获取客源，创造经济效益，维护酒店的生存与开展，必须提高酒店效劳质量，让客户感到温馨舒适，有宾至如归感觉，愿意下次再来入住本酒店。在提高酒店效劳质量中，认真落实首问责任制，起着至关重要的作用。因为，客户来酒店，情况不熟悉，总要询问，如果不落实好首问责任制，就会造成客户的不满意，对酒店产生不良影响，久而久之，势必影响酒店经营业务的开展。我们酒店是个二星的小酒店，硬件设施欠缺，在这情况下，更要通过提高效劳质量，来促进酒店经营业务的开展。我们酒店在认真落实首问责任制，提高酒店效劳质量方面，做了不少工作，取得了较好成绩。今年一季度，在酒店经营环境严峻的情况下，仍然获得了较好业绩，业务总收入600万元，同比增长20%。

我们酒店通过学习，深刻认识到：通过提高效劳质量创造良好经济效益是一条本钱低、收益好的捷径，要把提高效劳质量作为生存和开展的首要条件，要认真落实首问责任制。为此，酒店总经理专门召开员工会议，强调落实首问责任制的重要性，要求每个员工在提供效劳的过程中，要树立效劳品牌意识，把首问责任制落实在具体工作中，要通过自己的实际行动让客户了解我们的效劳内容、效劳特色，使他们能对我们酒店的文明效劳有个清晰的认识，能在客户之间口口相传，到达良好的口碑效益。我们酒店每个员工要履行效劳承诺，要以热情的效劳态度、贴心的效劳内容、标准的效劳行为，为客户提供优质效劳，让客户对我们酒店的文明效劳有切实体会，留下深刻印象，从而促进我们酒店经营业务的开展。

要落实首问责任制，提高酒店效劳质量，不能光是嘴上说说，而心中无数，这样是落实不了首问责任制，也无法提高效劳质量，获得客户的满意。为此，我们酒店专门归纳了首问责任制的内容，要求员工认真学习，学深学透，掌握首问责任

制的内容，运用到实际工作中。通过学习，我们酒店员工熟悉并掌握了首问责任制的内容。知道：首问责任制是指首问责任人必须尽自己所能给客户提供最正确和满意的效劳，直至问题最后解决或给予明确答复的责任制度。首问责任制对象是客人来酒店，或是打给酒店要求提供效劳时，客户所接触到的第一位员工。首问责任制的具体内容是依据管理程序，及时办理客户所需要办理的事务；热情接待、引导客户到所需要办理部门；负责解释没能到达目的地原因。落实首问责任制必须做到：一是热情接待，认真办理。客户提出的咨询、投诉问题，无论是否属于本部门、本单位，首问负责部门或个人都必须主动热情，不得以任何借口推诿、拒绝、搪塞客人或拖延处理时间。凡客户投诉的问题，属于本部门范围内的，一律在本部门解决。首问负责部门或个人能立即答复的，必须当即答复客户并认真做好解释工作。对由于客观原因不能当即答复的，或不属于本人职责范围内的问题，在处理时应做到，向客人说明原因，并取得客人的谅解。二是礼貌待人，讲究效率。凡客户咨询、投诉的问题，本部门无法解决的，应详细记录客户提出的问题，留下客户姓名、地址、联系，并填写好投诉、查询处理单，在1小时以内转交给相关部门处理。接到处理单的部门、必须立即指定责任人处理。并根据处理的不同难度在1个工作日内将处理结果答复客户，同时将处理结果反响至发单部门及首问负责部门或个人。三是及时协调，尽力解决。客户咨询、投诉的问题比拟复杂、本部门无法解决或涉及两个以上部门无法解决时，报相关职能部门协调解决。在处理客户投诉、咨询时，要尽可能在本部门范围内解决。确属无法解决时，才可以转至其他部门处理。四是及时回访，准确解答。首问负责人在得到处理部门的反响意见后，要及时回访客人，核实处理部门答复客人情况。在答复客户提出的问题时，要准确及时，尽量让客户获得满意。

落实首问责任制，要健全制度，严格抓好责任落实。在这方面，我们酒店主要抓了三点工作：一是加强组织领导，健全工作机制。落实首问责任制，必须加强组织领导，健全工作

机制。由主要领导与部门负责人亲自抓落实首问责任制，建立落实工作机制，使首问责任制在工作机制推动下，扎实有序进行。二是结合工作实际，制定实施意见，落实首问责任制要结合实际，制定实施意见，明确落实首问责任制的指导思想、主要内容、目标要求和工作措施以及工作步骤。三是及时总结、接受监督。落实首问责任制，要及时总结、接受监督。做好落实首问责任制的自查自纠工作，使首问责任制更具针对性，保证取得实效。

我们酒店通过加强监督，确保落实首问责任制。首先把首问责任制作为员工日常工作量化考虑的一项内容和员工奖罚机制挂起钩来。对优质效劳标兵作为典型推广，以点带面推动首问责任制向纵深开展，使酒店不断提升效劳质量，做到优质效劳。其次是建立检查监督机制，部门管理人员是首问责任制的执行者，也是当然的检查监督者，部门与部门间的实际情况，那么由酒店负责检查监督，并及时公布检查监督情况，鼓励各部门和全体员工认真落实好首问责任制。再次是建立首问责任制处分制度，如果首问负责部门或个人借故推辞客户，引起客户不满造成投诉的，一经核实，扣罚责任人当月效益工资100元；与客人发生争吵造成不良影响的，按重大效劳质量事故处分方法予以处分；相关部门拒绝接受转诉或超时限查处的，一经核实，对相关责任部门通报批评，并扣罚责任人当月效益工资100元；对客户提出的问题由于处理不当，造成客人重复投诉或上访的，由酒店追查责任，并根据不同情况对责任部门进行通报批评，对责任部门领导扣罚当月效益工资200元；对责任人调岗参加学习，提高认识；对客户投诉、咨询的问题，按工作职责划分，本应由本部门解决但不认真解决处理，推卸责任，将处理单转至其他部门，拖延处理时间的，一经查实，对相关责任部门通报批评，并扣罚责任人当月效益工资100元。

我们酒店在落实首问责任制工作中，加强员工队伍建设，为客户提供文明优质的效劳。要求每个员工在做好本职岗位工作的根底上，必须立足岗位不断学习，把效劳与学习、工作

同步和融合，通过不断提高自己的业务水平和工作效率，增强效劳的本领，为客户提供更加优质的效劳。每个员工要爱岗敬业，做到真诚效劳，要牢记自己的效劳标准、效劳内容，积极参加业务技能培训，熟练掌握首问责任制内容与效劳技能，不断提升工作效率和业务水平，增强为客户效劳的本领，让客户在我们酒店享受优质效劳，感受旅途的快乐，并留下美好的记忆。

这些年来，我们酒店在在落实首问责任制工作上取得了一定的成绩，获得了广阔客户的满意，也为酒店创造了较好的经济效益。但我们仍要清醒地认识到，落实首问责任制工作是一项长期艰巨的任务，就目前来说，为客户做到精诚效劳，以客户的需求作为自己工作的努力方向，还是存在一些缺乏和差距，需要继续努力和提高。我们要继续加强学习，努力工作，以集团公司的开展目标与总体要求对照自己，衡量自己，以求真务实的工作作风，以创新开展的工作思路，发奋努力，攻坚克难，把落实首问责任制工作提高到一个新的水平，再创佳绩，为集团公司的健康持续开展做出应有的奉献。

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。20xx年饭店建立了质量管理体系，出台了饭店质量管理和培训方法，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”的效劳质量观。质量管理方法由“五个”体系和“一个”奖励细那么组成。即质量管理组织体系，质量标准、标准体系，质量检查体系，质量反响体系和质量分析体系及“效劳之星”评选的奖励方法。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根底。培训上突出干部的管理能力和培训能力的培训，到达每个经理、主管既是管理人员又是培训师。三年来，一直以制度为依托，并不断提升饭店的效劳质量。20xx年为使我店的质量管理再上新台阶，饭店实施了“效劳质量关键点”的控制方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”的效劳和管理。推行了“首问责任制”，要求第一位接受客人效劳要求的员工必须将这项效劳工作负责到底，有效地协调，直到客人满意，而不能推诿到其他部门，强调效劳的实效性。20xx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。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、筹划和表达的能力。

20xx年质量管理的工作，主要以提高客人满意度为目标，以突出凤凰特色效劳为重点，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、突出凤凰特色效劳的内涵

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，使任何身在效劳现场的饭店员工都有责任抓住这些关键时刻，并用自己的卓越效劳来使客人满意。

3、强化走动管理

饭店效劳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。能否及时地对效劳现场进行有效的效劳质量控制非常关键。通过管理人员的及时了解情况，督导落实，到达防患于未然的目的。

4、做好客人的信息反响，为客人提供个性化的效劳。

通过对客人的信息收集，了解客人的需求和饭店效劳质量的现状，为饭店进一步改良工作提供依据。在客人的意见收集与反响方面，餐饮部根据饭店的质量管理方法，设计了客人信息反响与自我评价表，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效劳的作用，又能做为与客人沟通的媒介，培养了员工观察客人需求的能力，通过对客人信息的收集建立客史档案，更好地为客人提供个性化的效劳。

酒店服务质量提升方案篇六

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、提供优质效劳奠定了良好的基础。

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。

酒店服务质量提升方案篇七

客人登记入住和注册的手续要既容易又方便。通常情况下，如果签入和签出要浪费很长时间的话，会令很多人感到沮丧。想要让你的客人觉得你关心他们的感受，帮助他们节约时间，就需要利用先进的互联网技术。例如使用facebook登记或开发允许客人办理入住手续的移动应用程序。如果想吸引客人，应用程序还可以向客人介绍当地的景点和可供参观的地方，提供一些紧急电话号码，你的客人会为此感谢你的。

客人想要一个轻松的旅行。他们住在酒店的时候，一般希望浴室可以提供热水，迷你冰箱里面放着健怡可乐，酒店可以提供快速送餐效劳。当客房没有这些效劳的时候，他们就会打电话到前台。前台的责任是确保客人的合理诉求和要求能够立刻兑现。即使前台很忙，也要设置一个平台，让别人一看就知道客人的需求得到了满足。你可以通过让客人使用twitter或者一些社会化媒体平台将他们的需求传达给你，这可以简化程序。如果能够在客人入住之前就将一切都安排妥当，你就能够确保为客人带来一个难忘而愉快的假期。

即使客人粗鲁或咆哮，作为前台人员或者任何第一个接触客人的员工，都应该始终保持冷静，不要失去理智。要保证微笑着，礼貌地迎接客人。当客人生气，要试着找出他愤怒的

原因，然后采取措施来解决这个问题。这可能需要前台工作人员随机应变，采取的一些未经上级部门批准的紧急措施，所以酒店应赋予其雇员一定的权利。如果员工不得回来回奔波去获得其上级部门的许可或批准，这将会进一步激怒客人。

在客房摆放一个迎宾水果篮或者一盘免费的三明治，如果客人长途跋涉，深夜到达，这样的小事会给他们留下一个非常好的印象。确保房间干净并且为客人入住做好准备。这些虽然是小事，但是却能起到大作用。所以说，一定要做好小事情，比方水龙头漏水是否维修好或电视能否接收到所有频道。当客人带了孩子，要安排保姆照顾，以便家长可以有时间过二人世界，却可以放心孩子的平安。要以客户为导向来安排酒店的活动。

鼓励客人提供住宿反应，这可以让你了解到你的酒店的优点和缺点。有差评并不一定是坏事，说明有需要改良的地方。尽量接纳客人的建议，以改善你的酒店效劳。客人反应的问题如果确实存在，要积极采取客人的建议，并根据客人的建议和意见重新培训员工，以确保错误不再重演。另外，改善效劳后要送感谢信给客人，并邀请他们再次光临，体验效劳的变化。

客人可能在住宿期间挑剔，易怒和苛刻，关键是不要让这些问题阻挡你前进的步伐，无论如何，都要努力为客人创造出与众不同的住宿体验。在酒店业，卓越的客户效劳意味的是满足每位客人需要的个性化效劳。没有一种效劳是适合所有人的。相反，你在个性化的效劳上做出越多的努力，你的客人就会越满意。打造品牌的关键也许是营销，但是留住客人和促进生意的关键在于卓越的客户效劳。

酒店服务质量提升方案篇八

“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。

服务是酒店的产品，服务质量对酒店竞争具有决定性作用。对酒店来说，经营是前提，管理是关键，服务是支柱。服务质量不仅是管理的综合体现，而且直接影响着经营效果。因此，酒店服务质量是酒店的生命线，是酒店的工作中心，在酒店竞争中，最根本的是质量竞争。同时，酒店服务质量的提高，是维持酒店品牌的保证，注重酒店服务质量，是酒店品牌建设的重要内容。

服务在许多情况下都是无形无质的，让人不能触摸或凭视觉感到其存在，为了变不可感知为可感知，酒店需要通过服务人员来体现，服务质量很大程度上依靠服务人员的表现，酒店员工是服务质量的直接体现者。

酒店的服务人员必须拥有以人为本的服务理念，服务态度是服务人员在对服务工作认识和理解的基础上对顾客的情感和行为倾向。服务人员热诚服务，以情感客，使顾客充分享受到精神上的尊重，满足其求尊重的需要，这往往比花费昂贵的广告更能吸引顾客，更能增加客源。首先要微笑服务，文明礼貌。微笑是全人类共通的语言，一个灿烂的微笑常常会拉近人们彼此之间的距离，一句礼貌的问候便会博得顾客的赏识和认可。其次，要积极主动，热情耐心。服务员要掌握酒店服务工作的规律，自觉把服务工作做在顾客提出要求之前，要主动“自找麻烦”，未雨绸缪，事事处处为顾客提供方便。最后，服务要细致周到。要善于观察和分析顾客的心理特点，懂得从顾客的神情、举止中发现顾客的需要，正确把握服务的时机。从而，让顾客真实的感受到本酒店的服务质量。

服务的生产过程与消费过程同时进行，服务人员提供服务于顾客之时，也正是顾客消费、享用服务的过程，生产与消费服务在时间上不可分离。服务的这一特征要求服务消费者必须以积极的、合作的态度参与服务生产过程，只有参与才能

消费服务，否则便不能消费服务。因此，酒店的服务人员应该适时恰当的与顾客进行沟通，及时对顾客宣传本酒店的服务知识，提高顾客参与服务生产过程的水平。从而，更能让顾客感受到本酒店的优质的服务质量。

服务虽然有一定的标准，但服务因人、因时而有差异性，比如：有经验的员工与没有经验的员工提供给客人的服务相差很大，有服务热情的员工与缺乏服务热情的员工提供的服务也不一样，同一位员工受到激励时和缺乏激励时的服务效果就不一样。

以致提高员工的素质。对酒店来说，选择优秀的员工是必不可少的，同时，还要注重对员工的培训，纳贤除莠。培训可以让新员工和在岗老员工了解工作要求，增强责任感，同时有效减少客人的投诉以及减低员工的流动率，从而保证服务质量，提高劳动生产率。另外，培训还可增强员工的集体意识，增加企业的凝聚力，提高全体员工的精神面貌和企业的形象。

酒店服务是有形的实物产品和无形的服务活动所构成的集合体。服务人员的服务行为直接影响着服务效果。

“没有满意的员工就没有满意的客人”，酒店服务要以人为本，对于酒店来说，拥有优秀的员工是赢得和保有优秀顾客的关键。酒店要想使顾客满意，就必须把注意力对准员工。如果没有员工的热情和敬业，无论多么精心建造的酒店都不过是一座冰冷的建筑。只有员工对他们的工作很感兴趣、充满感情，只有员工觉得他们受到了重视和尊重，只有员工觉得他们的成绩能得到认可和奖励，他们才会忘我地去为客人服务。因此，本酒店将把员工视为酒店的内部顾客，为员工的自我实现服务，并给予员工自主权和支持，以“员工第一，顾客第二”的信条为前提，员工受到尊重，就会对工作更有信心、更感兴趣，并对自己的工作满意，积极投入到工作中去。

服务在生产和消费过程中不涉及任何东西的所有权的转移。服务在交易完成后便消失了，消费者所拥有的对服务消费的权利并未因服务交易的结束而产生像商品交换那样实有的东西，服务具有易逝性。这一特征是导致服务风险的根源。由于缺乏所有权的转移，消费者在购买服务时并未获得对某种东西的所有权，因此感受到购买服务的风险性，从而造成消费心理障碍。为了克服消费者的这种障碍，本酒店将采用“会员制度”，对于那些经常来消费的顾客，本酒店将给他们发放贵宾卡，这些顾客将可享有本酒店的某些优惠，对于那些一次性消费了一定数额的顾客，将给予他们会员卡，与维系他们与本酒店的关系，从而还可以让他们在心理上产生拥有企业所提供的服务的感受。

服务质量在酒店的服务中占有举足轻重的地位，只有提高服务质量，才能真正提高酒店的核心竞争力，酒店才能长久生存。酒店必须不断提高服务质量。