

服务提升方案(模板10篇)

为了确保我们的努力取得实效，就不得不需要事先制定方案，方案是书面计划，具有内容条理清楚、步骤清晰的特点。怎样写方案才更能起到其作用呢？方案应该怎么制定呢？下面是小编为大家收集的方案策划书范文，仅供参考，希望能够帮助到大家。

服务提升方案篇一

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。这些虽然都是小事，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，卓越的客户服务的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块观念，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。

服务提升方案篇二

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。

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。

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服务意识

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，也应是我們酒店管理人員和員工應追求的目标。雖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。

服务提升方案篇三

认真贯彻落实《国务院关于加快发展旅游业的意见》，按照《旅游服务质量提升纲要〔20xx-20xx〕》的要求，优化旅游服务环境，强化旅游企业和从业人员质量意识，全面提升旅游服务质量，树立旅游行业良好形象，促进旅游业又好又快发展。

服务提升方案篇四

通过开展“服务质量提升年”活动，进一步强化学习意识、服务意识、责任意识和落实意识，努力实现工作作风明显转变，执行力明显强化，效能效率明显提升。

（一）坚持以人为本、以事为体，强化教育，创新服务。加强对后勤员工的教育和培训，使人人感到有压力，有动力，牢固树立全心全意为师生服务的思想，强化竞争意识、忧患意识，树立责任意识、服务意识，不断提高思想和业务素质，努力把后勤建设成学习型、创新型、实干型团队，充分发挥和履行好工作职能，积极创新工作思路，转变服务作风，优化服务措施，下大力气提升服务的内涵和质量，踏实服务、敬业奉献，从根本上推进服务质量的提高。

（二）坚持真抓实干、务求实效，抓好落实，提升服务。在活动过程中，不仅要在思想上重视、措施上落实，更要有行动效果。要动真情、动真格，认真、较真、求真，一项一项地查摆、一项一项地整改、一项一项地落实、一项一项地巩固，切实抓出成效。

（三）坚持实施后勤工作精细化管理办法。各科室（中心）在完善制度，建立各项流程，制定各项标准，研究相关服务措施时，要坚持“以人为本”的理念，把原则性的要求细化为可实施的目标、可操作的载体，使“服务质量提升年”活动贴近师生、贴近实际、贴近生活。要切实做到“换位思考”，为师生办实事、解难事、求实效。要巩固和提高以往深受师生欢迎的服务项目，从做好每一件寻常的、简单的、琐碎的小事做起，细化管理、细化服务，把实事办得更好，把好事办得更实，尽最大努力满足师生的服务与消费需求，增强师生对后勤的了解、理解、信任和支持，不断提高后勤服务师生满意度。

服务提升方案篇五

“服务质量提升年”活动分四个阶段：

（一）学习动员阶段（4月份）

1、开展“谈思路、出实招、话服务”解放思想大讨论活动。召开全处工作人员大会，对活动进行动员和部署，在会上各科室（中心）负责人对本学期工作思路、具体措施进行大会汇报交流。

2、各科室（中心）要在本科室内进行广泛深入的思想动员，制定出本科室的具体活动实施方案。

3、后勤管理处进一步修订和完善《后勤员工行为准则》、《后勤服务承诺》等相关材料，重申《首问负责制》、《责任追究制》，启动后勤服务热线，建立完善沟通机制。

4、各科室（中心）制定《常规工作责任分解表》、《工作流程图》、《服务承诺书》、《检查考核办法》及相关记录表；重申岗位职责，落实《首问负责制》。

（二）组织实施阶段（5月-10月份）

本阶段是“服务质量提升年”活动的重要阶段。各科室（中心）在广泛发动，提高认识的基础上，要按照“谈思路、出实招、话服务”活动的表态发言和本科室（中心）制定的具体活动实施方案扎实做好每一项工作，完成活动的各项任务指标。（详见附件）

- 1、各科室（中心）组织学习活动实施方案、岗位职责、服务标准规范、服务承诺及其它材料，进行系统的职业培训。
- 2、各科室（中心）对照科室的规范、要求、标准进行自查整改，标准要高，要求要严，落实要到位；要善于发现问题，及时解决问题；要注重细节，注重养成。
- 3、开展好各科室（中心）的各项活动，做好本职工作。
- 4、后勤管理处开展“服务质量提升年”活动领导小组进行督导检查。

（三）巩固提高阶段（11月份）

开展后勤服务质量提升年“回头看”活动，进行阶段总结，提炼经验，分析问题、查找不足，制定整改方案。

（四）总结表彰阶段（12月1日至12月31日）

- 1、对本次活动开展情况进行全面总结，建立和完善后勤精细化管理长效机制。
- 2、按照后勤管处“三评”活动实施意见，评选出“服务质量提升年”活动先进集体和先进个人。
- 3、召开表彰大会。

服务提升方案篇六

（一）组织开展旅游质量宣传活动。

1、开展“品质旅游、伴你远行”宣传活动。国家旅游局制定工作方案，制作公益广告宣传片、编印宣传资料，联合动员部署分时段集中开展媒体宣传。

国家旅游局监管司负责，综合司、信息中心、中国旅游协会、中国旅游报社配合。各地旅游局（委）、协会参与。

2、组织举办“文明旅游、理性消费”进社区宣传活动周。确定把20xx年4月的第二周，作为全国“文明旅游、理性消费”进社区宣传活动周。组织各基层旅游局和旅游企业深入社区，就如何提防旅游低价陷阱、关注文明旅游与旅游安全，以及理性维权等，向消费者进行宣传。

国家旅游局监管司、综合司负责，信息中心、中国旅游报社配合。各地旅游局（委）、协会、旅游企业参与。

3、组织“旅游质量万里行”活动。以“旅游质量万里行”为主题，组织相关媒体开展旅游质量提升年系列宣传和报道，为质量年营造良好的舆论氛围。

国家旅游局监管司负责，综合司、中国旅游协会、信息中心、中国旅游报社配合。各地旅游局（委）、协会、旅游企业参与。

（二）定期发布旅游质量相关信息。

1、发布游客满意度状况信息。开展游客满意度调查，

进一步调整完善全国游客满意度调查工作方案，扩大样本量和调查范围，增强调查结果的科学性、权威性和可信度，发

布季度、半年和年度满意度调查报告，公布旅行社、饭店、景区、交通等服务领域和以城市为主的目的地游客满意度状况信息，引导、督促各行业、地区、城市围绕游客意见采取措施，加强管理，改进服务，提升质量。

中国旅游研究院负责，国家旅游局监管司配合。

2、定期发布旅游投诉信息。各级旅游质量监督检查所定期向社会发布旅游投诉情况，促进旅游企业重视旅游服务质量问题，引导旅游者选择有良好信誉的旅游企业提供服务。

国家旅游局监管司负责，信息中心、中国旅游报社配合。各地旅游局（委）、质监所参与。

（三）开展促进旅游重点领域服务质量提升活动。

国家旅游局监管司负责，综合司、中国旅游协会配合。各地旅游局（委）、协会、各旅行社参与。

2、提升旅游饭店服务质量。大力贯彻实施新版饭店星级标准，进一步提高星级饭店服务的标准化、规范化水平。加强星级饭店评定和复核工作，完善星级饭店的退出机制和星评工作的监督机制，切实维护星级标准的权威性，保证星级饭店的整体水平。组织举办全国旅游饭店服务技能大赛，提高旅游饭店员工的服务技能水平。开展“中国饭店金星奖”评选活动，提升旅游饭店品牌影响力。

大赛由国家旅游局监管司负责，人事司、中国旅游协会配合；星级标准的宣贯和星评工作的监督由监管司负责，中国旅游协会配合；星级饭店的评定和复核、“中国饭店金星奖”评选由中国旅游协会负责。各地旅游局（委）、协会、各旅游饭店参与。

3、提升旅游景区服务质量。加强旅游景区标准化管理，加大

对a级景区的评定与复核工作力度，切实维护标准的权威性。完善旅游景区解说系统，改善旅游厕所状况，提高旅游景区的软硬件水平。继续开展a级景区创建及文明景区评选活动。务质量。

导游培训、考试考核、“名导进课堂”和导游表彰工作由国家旅游局人事司负责，监管司配合；导游体制改革由国家旅游局政法司负责，监管司、人事司配合；导游大赛、导游网和ic卡由国家旅游局监管司负责，人事司、信息中心配合。各地旅游局（委）、各旅行社、导游服务中心和导游员参与。

（四）组织开展旅游质量专项检查。

1、开展旅游服务质量专项治理活动。针对“一日游”、强迫购物和参加自费项目、旅游合同、旅游广告等游客反映比较集中的问题和赴台旅游、出境旅游等重点市场，部署、指导、支持重点地区、城市开展专项检查和集中治理，依据《旅行社条例》等法律法规，查处一批严重违法违规、损害旅游者权益和旅游业声誉的旅行社，强化企业守法诚信经营、规范优质服务等意识，提高服务质量。

国家旅游局监管司负责，监察局、港澳台司配合。各地旅游局（委）参与。

2、组织开展旅游服务质量交叉检查活动。制定旅游服务质量评价标准，建立由专业检查员和社会相关人员组成的队伍，在全国范围内组织开展对旅行社、饭店、景区服务质量的跨区域交叉检查行动。检查采取明查与暗访相结合的方式，并对外发布检查结果。

旅行社、饭店由国家旅游局监管司负责，景区由规划财务司负责，监察局、中国旅游协会配合。各地旅游局（委）、各旅游企业参与。

3、开展对星级饭店的暗访检查活动。全国集中相关专家，分组对五星级饭店开展暗访检查，各地开展对一至四星级饭店的检查，对于不达标的饭店严格按照星级标准相关规定进行处理。国家旅游局监管司负责，监察局、中国旅游协会配合。各地旅游局（委）、协会、各星级饭店参与。

（五）努力抓好旅游质量保障基础建设工作。

1、开展旅游目的地创建活动。总结城市创优、强县创建、旅游小城镇建设等工作经验，会同世界旅游组织发布标准并开展优秀旅游目的地认定工作，促进旅游目的地进一步全面提升旅游服务质量。国家旅游局规划财务司负责，监管司、政法司、中国旅游协会配合。各地旅游局（委）参与。

2、开展旅游标准化试点活动。开展旅游标准化示范省、示范市、示范县和示范企业创建活动，突出抓好旅游标准的宣贯、推广工作，继续抓好国家标准、行业标准的研制、修订，引导、支持地方、企业制定、实施地方标准、企业标准等常规工作，切实发挥标准的规范、指导作用，不断增强标准意识、规范意识，为提升旅游服务质量提供基础和保证。国家旅游局监管司负责，规划财务司、中国旅游协会配合。各地旅游局（委）、协会参与。旅行社、饭店由国家旅游局监管司负责，景区由规划财务司负责，政法司、中国旅游协会、中国旅游研究院配合。各地旅游局（委）、有关旅游企业参与。

4、加强旅游企业培训工作。制定实施旅游岗位培训标准和旅游职业经理人标准，大力推进旅游企业中高级管理人员培训工作。按照旅游企业岗位分类对从业人员的能力要求，选择部分旅游企业开展旅游人才开发试点，积极探索旅游企业岗位培训和持证上岗制度与薪酬制度相衔接的旅游人才开发机制，提升旅游企业从业人员的整体素质。

国家旅游局人事司负责，监管司、中国旅游协会配合。各地旅游局（委）、协会、各旅游企业参与。

5、加强旅游安全保障工作。制定实施《旅游者安全保障办法》，宣贯《旅游突发公共事件应急预案》，开展“旅游预案和应急演练评比”，开展“出境旅游安全宣传周”和“旅游保险宣传月”活动，增强安全意识，保障旅游安全。

服务提升方案篇七

（一）动员布置阶段（5月）

总行召开动员大会进行部署落实，制定方案，明确责任。各单位要对照活动要求，认真组织学习，制定具体方案，明确目标任务、时序进度、工作责任和推进措施，根据礼仪培训要求，通过每日晨会和具体工作实践，坚持礼仪规范和文明用语规范，从基础做起，将刻意的礼仪动作及礼貌语言变为下意识的工作言行。

（二）自查自纠阶段（6月-10月）

各支行、总行各部室要通过外学内比、内外结合，广泛征求单位职工、服务对象和社会各界的意见和建议，找准在服务方面存在的问题，进行自查自纠，扎实推进活动有序开展。

1、深入排查。各支行要强化内外部环境整治和形象排查，实现门牌标识、对外宣传及凭证使用规范化；对照活动内容及规范化要求，认真排查自身存在的问题与不足，要组织召开一次行风监督员会议，走访有关服务对象，了解本单位服务现状和存在问题，使查纠工作做到有的放矢。

2、自查自纠。各部室、各单位要对照各自活动计划和征求意见情况进行自查自纠自评，找准存在的实际问题，及时整改。

3、组织检查。活动期间总行检查组将进行突击检查和重点抽查，检查以现场和非现场方式进行。对重点岗位和重点环节尤其是机关和外勤人员加大监控力度，实行现场督查、“神

秘人”暗访、远程监控、96008和88880000多方联动，对发现问题加大处罚力度。

1、各单位要对活动开展情况形成书面汇报材料，材料内容包括开展活动的基本情况、主要成效、典型经验、存在问题及整改措施。

2、总行活动领导小组对各单位活动情况进行全面检查、总结、评价，并与年终考评挂钩，对服务工作出色的先进单位给予表彰奖励，对服务质量较差、群众反映强烈的单位和个人将进行严肃处理。对在这次活动中排查出的综合服务质量较差的人员在11月份统一实行待岗培训，费用自理，经考核合格后上岗。

服务提升方案篇八

市旅游服务质量提升年活动

以《国务院关于加快发展旅游业意见》为指导，按照国家旅游局“20xx全国旅游服务质量提升年活动”部署，以及省旅游局活动方案的要求，以游客满意为标准，以品质化服务为方向，优化旅游服务环境，强化旅游企业和旅游从业人员的服务意识，全面提升旅游服务质量，树立旅游企业良好的形象，推动我市旅游业又好又快发展。

通过开展“市旅游服务质量提升年”活动，使我市旅游服务质量全面提升，旅游企业和从业人员的质量意识、标准意识和品牌意识日益增强，旅游行业质量监督管理机制进一步完善，旅游市场秩序明显好转，人民群众满意度不断提高。

（一）坚持一个重点

坚持大力提升旅游服务质量的工作重点，全面提升旅游行业的服务质量，满足游客的服务需求。为此，要成立以主要领

导为组长的领导小组，举行市旅游服务质量提升年活动启动仪式，做好质量提升年活动的安排，广泛发动全市旅游企业积极参与国家局和省旅游局开展的系列活动。（责任科室：办公室、行管科）

（二）抓好二个提升

1、提升旅游重点领域的服务质量。

（1）抓好旅行社服务质量品质评定工作

在全市推广《旅行社品质等级划分与评定》标准，大力开展旅行社品质评定工作，树立旅行社的品牌意识。争取三星级以上旅行社达到4家。同时努力实现旅行社参与政府采购（代理），并向高品质旅行社倾斜。（责任科室行管科、质监所）

（2）抓好对旅行社的监管

深入贯彻落实《旅行社条例》《旅行社条例实施细则》，以广告、合同和价格监管为重点，强化对旅行社的监管，提升旅行社的守法意识、诚信意识和安全意识。（责任科室：行管科、质监所）

（3）抓好星级饭店的评定和复核工作

贯彻实施新版饭店星级标准，进一步提高星级饭店服务的标准化，规范化水平，抓好星级饭店的评定、复核工作。完善星级饭店的退出机制，保证星级饭店的整体水平。组织饭店积极参与“中国饭店金星奖”评选活动和绿色饭店的创建活动。（责任科室：行管科）

（4）抓好旅游景区服务

2、提升旅游目的地的建设品质。

(1) 打造一批重量级项目，提高核心竞争力。重点抓好一批上规模的旅游项目和具有广阔前景的旅游新产品，增强旅游核心竞争力。一是指导国际商贸城三期四区新旅游购物中心的建设，按照把整个国际商贸城建设为以商贸购物为主功能，以休闲娱乐为配套的国际商贸购物休闲公园，打造成城市旅游发展引擎和支柱的要求，推进购物场所景区化、购物商品品牌化、购物环境优质化。二是积极推进异国风情街的建设。通过政策引导、适度扶持、市场化运作、完善餐饮、娱乐、休闲、购物等功能，实施公共街区景观改造工程，完善主要街区设施、优化环境，引进一批国内外品牌企业直销连锁店、特色店，营造浓郁的异国文化，万国风情氛围，真正成为有影响力的特色风情cbd。三是配合做好古商埠-中国历史文化名镇佛堂古镇的开发建设。协助做好今年的古镇迁建区建设、历史古迹保护和风貌整治、江北绿化带等相关配套建设。同时协助做好与古镇配套的双林景区开发前期的规划修编等工作，力争尽早启动双林景区开发建设工作。四是指导省级森林公园华溪森林公园龙潭谷登山游览区景观工程建设，力争年内完成主要工程建设，尽快转化为新的旅游产品。五是积极鼓励创建a级景区，完成海洋公园等a级景区评定工作。

(责任科室开发科)

(2) 深化“十百千”工程，继续创建旅游强镇、特色旅游村。指导旅游强镇、特色旅游村不断提升完善乡村旅游功能，更好发挥促进旅游经济发展、推进新农村建设完成的功效。引导镇街重视发展农家乐、乡村游、生态游等休闲旅游，办好红糖节、莲藕节、杨梅节、十月十、丹溪养生文化节等节庆旅游项目。充分发挥即将出台的《关于全面加快旅游业发展的政策意见》政策引导作用，调动相关镇街发展积极性，开发建设一批适合市情乡情的特色生态文化休闲项目，大力增强旅游产业发展后劲。按照创省旅游强市的标准，做好前期筹备工作，为实现省旅游强市的目标奠定基础。(责任科室：开发科)

(三) 开展三项活动

1、开展宣传活动。

加强“全国旅游服务质量提升年”系列活动的宣传。主要围绕“品质旅游、伴你远行”活动以及配合“文明旅游、理性消费”进社区活动开展系列宣传，编印发放宣传资料，通过媒体开展宣传。同时要组织全市旅游企业负责人开展品质服务倡议活动。（责任科室：办公室、行管科、开发科）

2、开展导游大赛活动。

在9月份将开展导游大赛，以书面考试、现场导游、才艺表演、综合知识竞赛相结合的形式进行。以赛带训，全面提升导游人员的综合业务水平。（责任科室：行管科、办公室、风景旅游协会）

3、开展青工技术比武活动。

组织开展饭店行业服务技能大练兵及服务技能大赛，并在此基础上，推荐岗位能手参加上级组织的技术比武活动。（责任科室：行管科、办公室、风景旅游协会）

（四）加强四项基础工作

1、加强旅游安全保障工作。

牢固树立“安全是旅游生命线”的意识，落实安全生产责任制，与旅游企业层层签订责任书，落实值班巡查等各项制度及安全教育工作，组织开展专项检查与整治活动，特别是要重点检查旅行社车辆安全、黑车营运、出境游安全等方面内容，对景区、饭店除做好治安防控外，饭店还要重点做好消防安全、食品安全等工作。要组织一次消防演练工作，确保旅游活动安全、健康、有序。（责任科室：办公室、行管科、开发科）

2、加强培训工作。

要提高培训工作的针对性和实效性，针对旅行社，拟开展新的《旅行社条例》及相关法律法规的学习，导游业务知识的培训。贯彻国家旅游局“统筹推进导游人员的分级分类培训”要求，积极参加省局开展的“讲道德、比技能、赛服务”为主题的导游讲解节员培训活动。导游人员每年在导游年审前要完成由市旅游局培训中心组织的公共课程及专业知识培训，邀请全国名导进课堂授课。发放导游培训记分卡，每年参加各类培训少于56课时的导游不能通过年审。要及时修编全国导游人员资格考试教材及完成现场考试的模拟场景拍摄。星级饭店要开展中高层管理人员及领班的分层次培训工作，要在各个企业中培养一批职业培训师。要加大对安全保卫及消防人员基本知识及操作程序技能的培训，紧急救护知识和技能培训等，要加强与旅游职业技术学院的合作，利用高校的师资力量做好培训工作。

3、加强旅游质量的监督检查工作。

针对旅行社“零负团费”，低价竞争情况以及旅行社合同、保险等比较集中的问题开展专项整治活动，对于违法违规，损害旅游者权益的旅行社，要依法严肃查处，强化企业守法诚信经营，规范优质服务的意识，加大对旅游企业投诉的处理力度，发现问题及时处理，并监督企业做好整改工作。加强旅游行业行风监督员队伍建设，发挥好行风监督员的作用。（责任科室：行管科、质监所）

4、开展游客满意度调查工作。

为服务好旅博会，在中国国际旅游商品博览会召开期间，与统计局一起做好游客满意度调查工作，并公开发布满意度调查报告。对调查中发现较为集中和典型的问题要作为行管工作重点进行整改和提高。（责任科室：办公室、行管科、开发科）

（一）要统一思想。各旅游企业要增强对旅游服务质量提升年活动的目的意义的认识，旅游服务质量提升年是提高旅游经济效益的重要手段，是提升旅游综合实力和竞争力的必然要求，因此，各旅游企业主要领导要挂帅，采取多种形式开展旅游服务质量提升年工作，增强从业人员参与提升服务质量的积极性和主动性，迅速掀起全行业提升旅游服务质量的工作热潮。

（二）要精心组织。旅游服务质量提升年活动贯穿全年，事关全局，要做到季度有重点，每月有活动，经常有声音。各旅游企业要结合自身实际，结合日常工作，做好与省局、市局活动的对接，突出重点，选好载体，精心组织好旅游服务质量提升年的活动。

（三）要加强宣传。各旅游企业要通过报纸、店报、板报等各种形式，广泛宣传，全面参与，充分调动全体员工的积极性，要组织丰富多彩的旅游服务质量知识讲座、服务技能比赛和现场观摩学习，总结和推广优质服务的'经验和做法，同时要做好活动信息的上报工作。

服务提升方案篇九

为加强组织领导，认真开展“服务质量提升年”活动，总行成立活动领导小组，刘加兵同志任组长，杨顺龙、李纪荣、李成彬同志为成员，负责活动的组织领导，领导小组在人力资源部下设办公室，负责活动的检查督导。各单位要成立相应的活动小组，明确主要负责人为第一责任人。机关各部室要对照各自职能，明确责任，在强化自身建设的同时，抓好督促落实。

服务提升方案篇十

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。

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，也理所当然的是“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。

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。

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。