

# 厂区酒店管理方案 酒店管理方案(实用5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。方案对于我们的帮助很大，所以我们要好好写一篇方案。下面是小编帮大家整理的方案范文，仅供参考，大家一起来看看吧。

## 厂区酒店管理方案篇一

酒店作为经营者最重要的责任就是要想办法销售当天的客房。虽然近几年滕州市随着经济的迅速发展，人们的消费观念和消费水平都发生了改变与提高，但在这市场经济的大环境中酒店要想立于不败之地，就必须采取灵活经营的方针。要求前厅部、客房部在提高服务意识的同时，要利用自身的优势，扬长避短，培养自己的忠诚客户，再者，要随时掌握竞争对手的经营动态，采取灵活多变的价格策略，以优质优价为宗旨，结合酒店制定的销售方案和计划，努力完成各项指标和任务。关于餐饮工作方面 随着经济建设的发展，餐饮业也随着社会需求而迅速发展，同时发生了由“卖方市场”到“买方市场”的转变。

买方市场的出现，人们可以根据自己的喜好、口味和经济条件去选择能满足自己需要的酒店、酒楼餐厅进餐，酒店餐饮经营要想吸引消费者去惠顾，就必须根据消费者的需求去确定自己的经营项目和经营方式。谁不能认识到这一点，谁就无法在激烈的市场中取胜，众所周知，餐饮业是一种十分特殊的行业，这种特殊性主要表现在它提供给顾客的产品具有双重性，既有形性和无形性。作为经营者，必须从这两个方面满足顾客的需求，即不仅菜肴的色、香、味、美、型、器、

都要好，使客人感到物有所值，而且与这相适应的服务过程也要好，服务要富有人情味，让客人有好的感受。任何一个经营者，如不善于体察和满足消费者，不能提供上乘的有形出品和无形新产品，就无法适应消费市场的需求，就不可能取得良好的经济效益。根据上述情况，在餐饮经营方面应采取如下措施：加强服务人员和督导层的素质培训，向客人提供一流的服务质量。具体做好以下三点：

1、从思想教育入手 培养服务员要以主人翁的身份去工作，思想教育是共产党传统的工作方法和经验，每个管理人员都要对自己手下的员工进行耐心、细致的思想教育，增强大家的酒店意识和主人翁姿态。

2、扭转传统破旧的思想观念和意识，开展“微笑服务”“人情服务”和“文明礼貌”服务 这里重点谈一下“人情服务”，过去，酒店管理者把“顾客是上帝”作为酒店的宗旨，因此，各方面的服务都局限于规范化和标准化，这种单一的服务方式有它的相对不足之处，因为在上帝面前服务只能毕恭毕敬，不易接触和相互沟通。这样，一是不能烘托客人的就餐的热烈气氛和愉快心情；二是不容易了解、掌握客人的生活习好和消费规律；三是不便培养酒店的“回头客”。而“人情服务”是规范化和标准化服务的补充和延伸。它将客人当作酒店的“挚朋亲友”。在服务中，服务人员不仅能了解掌握顾客的生活习好，且能及时了解顾客对酒店各方面的建议和要求，便于酒店经营管理方面的调整和提高，从而使顾客满意，并成为酒店的忠诚客户——“回头客”。

3、抓紧服务技能和培训，保证服务质量 顾客对服务的要求一方面热情周到，另一方面就是快速敏捷，热情周到就是上面讲的富有情感的“人情服务”，而快速敏捷则正是服务技能的体现。特别是餐厅服务方面，如果酒店对服务人员在服务技能方面培训不到位，就会出现顾客入席后，虽然服务人员手忙脚乱，可顾客左等右等就是开不了餐，上头道菜往往要等半小时，是必给顾客造成上菜慢的感觉，使一些时间

观念强的客户流失(建议餐饮部要抽时间专门请人讲解学习华罗庚的“优选法”),只有将上述二者紧密结合起来,才能形成酒店高质量、有特色的服务。形成主体菜系,丰富菜肴品种,提高菜品质量、保证充足客源。

1、尽快形成主体菜系。应该肯定,鲁南大酒店餐饮经营菜系定位到目前为止还没有形成主体菜系。这是造成菜肴没有特色客源不稳定的主要因素之一。因此,我们要尽快决定出适应多数顾客口味及本酒店条件的主体菜系。在确定主体菜系的同时并突出风味和特色。 2、逐步培养一支技术过硬、素质高、酒店自身的厨师队伍。厨师的技术高低是保证出品质量的前提,由此,酒店要通过各种方式,招收、引进、培养一批悟性高、有潜力、有前途、热爱烹调工作、热爱鲁南大酒店的厨师,对于一些有特长、身怀绝技的厨师,建议酒店在住房、用餐、工资等方面给予特殊的待遇。

3、菜肴出品坚决实行产品标签制。标签制不仅是检验每位厨师制作技术和出品质量的依据,且是征求顾客意见、反馈信息、改进工作的重要途径,同时会对每位厨师产生一种动力和责任感。实行标签制后,对顾客的意见每餐要汇总,每天要讲评,每月要奖惩。

4、根据季节规律和当地风俗,及时推出不同的时令菜肴和节假日宴席。餐饮部要制定出不同规格的寿宴、婚宴、满月宴等菜牌及时提供给顾客。酒店餐饮的经营要想上新台阶,就必须有新观念、新的举措、新的招数,一年四季几乎每个月都有节日,这些节日也正是酒店推销产品的良机,餐饮部和营销部要把握好这些机会,每个节日都要策划出营销方案。

5、成立新菜研究室。配备专门人员,采取请进来、走出去的方法开发新菜、特色菜。定期聘请国内一流的师傅在店做短期献艺,不仅能扩大酒店的社会影响,且是厨师技术交流的一项重要活动。同时酒店也要组织自己的师傅到外地学习交流。鼓励、支持厨师创新自己的特色菜,创新菜一旦得到顾

客的认可，酒店将给予一定的奖励。

6、厉行节约、降低成本、加强核算。餐饮部经理和厨师长要及时核算出每道菜的成本和毛利率，所采购的原材料都要物有所用，采购数量征收销售额要相吻合。

7、餐饮部要及时了解、掌握滕州本行业竞争对手的新举措、新动向，达到知己知彼，百战不殆。关于营销工作方面 营销工作是酒店中极为重要的一项工作，它不仅关系到酒店的经营效益，还关系我酒店的形象，甚至关系到酒店的生存和发展。鲁南大酒店营销工作建议以后的指导思想是“全方位、有重点、全动员、抓主力”。按照这个指导思想，营销工作重点抓以下几项：

1、加强营销队伍的领导和力量 营销工作由总经理亲自抓。营销部编制7人，其中：经理 1人，美工1人，营销员5人；责任划分：市区1人(包括各大局委机关、学校等)、(各大煤矿及热电厂、水泥厂等大型企业、工业厂矿2人)、乡镇办事处1人，济南及周边市县1人。

(一)酒店总体指标：营业额()万元，纯利润()万元。

(二)各部门任务分配

1、餐饮

二餐：(1)营业额万元；(2)毛利率；

三餐：(1)营业额万元；(2)毛利率；

十八餐：(1)营业额万元；(2)毛利率。

2、客房

(1) 营业额万元

(2) 毛利率

## 二、关于房务工作方面

酒店的经济收入主要来源于三部分：一是客房收入；二是饮食收入；三是配套服务收入；其中客房收入是酒店收入的重要来源，从利润分析，客房收入的经营成本比餐饮、商品都小，客房利润也是酒店利润的主要来源，在经营管理的过程中，要使客房出租率上升，则取决于房务管理，其主要包括以下几个方面：

### 1、科学合理地计划与组织房务部工作的运转：

在客房的经营过程中，前厅部处于起点，负责客房的销售，而客房部则处于中间环节，负责客人投宿期间的大部分服务工作，客人住店期间，在客房停留的时间最长，接触和享用客房服务的机会多、时间长，因此，酒店要投入相应的劳动力和发生相应的设备消耗，如何将接待服务工作科学合理地组织起来，即保证服务质量，满足客人需要，提高客房出租率，又使物资消耗和经营收入提高加强房务工作的监督力度，保证接待服务和客房整理的质量，保持合理的比例，是客房管理的一个重要内容。因此，首先要根据酒店整体计划制定客房部的计划，确定服务质量、劳动定额以及物资消耗等各项指标，做好人力调配计划，同时，要制定和落实各项规章制度从而为实现各项指标提供保障。

客房服务过程中的督查，是保证服务质量的一个重要环节。

第三，主动了解客人的反映，及时处理客人投诉，加强意见反馈渠道，做好接待服务工作。客房管理的好坏最终取决于客人的满意程度，要注意分析客人类型，研究客人的心理，随时掌握客人的意见和要求，从中发现带有普遍性的问题和

客人需求的变化规律，抓住客房服务过程中的内在联系和基本环节，不断提高服务质量。

## 2、加强员工队伍建设，提高员工综合素质。

前厅部与客房部的工作性质，是直接为客人提供服务，服务的好与差直接影响着酒店的管理和服务水平，所以加强员工队伍建设和提高员工综合素质，确保房务工作顺利开展和提高服务质量的关键之一。

首先，要不断进行员工的思想教育，使员工热爱自己的本职工作，培养对专业的兴趣，从而激发工作的主动性、积极性，教育员工树立高尚的职业道德和全心全意为客人服务的意识，教育员工树立严格的组织观念，自觉遵守国家的法纪和酒店的规章制度。

同时，不断提高员工的业务素质，因为这是提高酒店工作效率和服务质量的基本条件。所以一方面要抓好员工文化知识的学习，提高员工文化水平，另一方面要抓业务技术方面的培训，提高员工的业务操作技术和技巧，通过培训使员工达到：

(1)热情、主动、耐心、周到、细致、尽职尽责，对客人必须树立尊重和友好的态度。

(2)在服务质量方面减少和杜绝对服务员因素质和技能欠缺造成服务不到位而产生的不满意。

(3)人人都要从细节做起，特别是在仪容、仪表、礼貌、礼仪、言行举止方面要得体大方，着装要干净、整齐，强调要求个人气质的进一步提高。

(4)熟练掌握服务程序，让顾客感到一种酒店行业的氛围和正规化管理的模式。

(5)对自身工作按标准完成后自查，树立员工的责任感和主人翁意识。

(6)营造员工队伍的团队精神。

(7)实现规范服务、优质服务，从而影响顾客对酒店的口碑和社会声誉。

在房务管理过程中，要认真执行奖罚制度，开展评选优秀员工的活动，表彰、奖励服务质量高，业务技术精、完成任务好、协作风格高的员工，对员工的思想及业务水平定期进行考察，根据各种特长合理的安排使用，重视培养选拔人才，形成一支骨干队伍，在各项工作中发挥中坚作用。

3、开源节流，做好房务设备、物资的管理与控制。

度电，一根针，一条线，养成节约或浪费的不同习惯，就会出现不同效益。

前厅部、客房部的各种设备应始终处于安全、完好的状态。服务员及管理人员在正常服务和管理过程中，应随时注意检查设备使用情况，配合工程部对设备保养、维修，管理人员要定期汇报设备情况，客房内各种供客人使用的物品及相应工具应备齐备足以满足服务工作的需要。在保证服务质量的前提下，尽量延长布草的使用寿命，同时，控制好低值易耗品的领用，建立发放和消耗记录，堵塞漏洞，实行节约有奖，浪费受罚的奖惩制度。

4、树立天天多售房的主导思想。

客房虽是一种有形商品，并具有商品的属性，但它又不同于其他商品，因为其它商品如果销不出去，可以作为库存积压，不至于造成大的损失，而客房如果当天卖不出去，就要造成固定成本的损失，所以它是一种具有特殊性的商品，我们作

为经营者最重要的责任就是要想办法销售当天的客房。

虽然近几年滕州市随着经济的迅速发展，人们的消费观念和消费水平都发生了改变与提高，但在这市场经济的大环境中酒店要想立于不败之地，就必须采取灵活经营的方针。要求前厅部、客房部在提高服务意识的同时，要利用自身的优势，扬长避短，培养自己的忠诚客户，再者，要随时掌握竞争对手的经营动态，采取灵活多变的价格策略，以优质优价为宗旨，结合酒店制定的销售方案和计划，努力完成各项指标和任务。

### 三、关于餐饮工作方面

随着经济建设的发展，餐饮业也随着社会需求而迅速发展，同时发生了由“卖方市场”到“买方市场”的转变。买方市场的出现，人们可以根据自己的喜好、口味和经济条件去选择能满足自己需要的酒店、酒楼餐厅进餐，酒店餐饮经营要想吸引消费者去惠顾，就必须根据消费者的需求去确定自己的经营项目和经营方式。谁不能认识到这一点，谁就无法在激烈的市场中取胜，众所周知，餐饮业是一种十分特殊的行业，这种特殊性主要表现在它提供给顾客的产品具有双重性，既有形性和无形性。作为经营者，必须从这两个方面满足顾客的需求，即不仅菜肴的色、香、味、美、型、器、都要好，使客人感到物有所值，而且与这相适应的服务过程也要好，服务要富有人情味，让客人有好的感受。

任何一个经营者，如不善于体察和满足消费者，不能提供上乘的有形出品和无形新产品，就无法适应消费市场的需求，就不可能取得良好的经济效益。

根据上述情况，在餐饮经营方面应采取如下措施：

(一)加强服务人员和督导层的素质培训，向客人提供一流的服务质量。



具体做好以下三点：

### 1、从思想教育入手

培养服务员要以主人翁的身份去工作，思想教育是共产党传统的工作方法和经验，每个管理人员都要对自己手下的员工进行耐心、细致的思想教育，增强大家的酒店意识和主人翁姿态。

这里重点谈一下“人情服务”，过去，酒店管理者把“顾客是上帝”作为酒店的宗旨，因此，各方面的服务都局限于规范化和标准化，这种单一的服务方式有它的相对不足之处，因为在上帝面前服务只能毕恭毕敬，不易接触和相互沟通。这样，一是不能烘托客人的就餐的热烈气氛和愉快心情；二是不容易了解、掌握客人的生活习好和消费规律；三是不便培养酒店的“回头客”。而“人情服务”是规范化和标准化服务的补充和延伸。它将客人当作酒店的“挚朋亲友”。在服务中，服务人员不仅能了解掌握顾客的生活习好，且能及时了解顾客对酒店各方面的建议和要求，便于酒店经营管理方面的调整和提高，从而使顾客满意，并成为酒店的忠诚客户——“回头客”。

### 3、抓紧服务技能和培训，保证服务质量

顾客对服务的要求一方面是热情周到，另一方面就是快速敏捷，热情周到就是上面讲的富有情感的“人情服务”，而快速敏捷则正是服务技能的体现。特别是餐厅服务方面，如果酒店对服务人员在服务技能方面培训不到位，就会出现顾客入席后，虽然服务人员手忙脚乱，可顾客左等右等就是开不了餐，上头道菜往往要等半小时，是必给顾客造成上菜慢的感觉，使一些时间观念强的客户流失(建议餐饮部要抽时间专门请人讲解学习华罗庚的“优选法”)，只有将上述二者紧密结合起来，才能形成酒店高质量、有特色的服务。

(二)形成主体菜系，丰富菜肴品种，提高菜品质量、保证充足客源。

1、尽快形成主体菜系。应该肯定，鲁南大酒店餐饮经营菜系定位到目前为止还没有形成主体菜系。这是造成菜肴没有特色客源不稳定的主要因素之一。因此，我们要尽快决定出适应多数顾客口味及本酒店条件的主体菜系。在确定主体菜系的同时并突出风味和特色。

2、逐步培养一支技术过硬、素质高、酒店自身的厨师队伍。厨师的技术高低是保证出品质量的前提，由此，酒店要通过各种方式，招收、引进、培养一批悟性高、有潜力、有前途、热爱烹调工作、热爱鲁南大酒店的厨师，对于一些有特长、身怀绝技的厨师，建议酒店在住房、用餐、工资等方面给予特殊的待遇。

3、菜肴出品坚决实行产品标签制。标签制不仅是检验每位厨师制作技术和出品质量的依据，且是征求顾客意见、反馈信息、改进工作的重要途径，同时会对每位厨师产生一种动力和责任感。实行标签制后，对顾客的意见每餐要汇总，每天要讲评，每月要奖惩。

4、根据季节规律和当地风俗，及时推出不同的时令菜肴和节假日宴席。餐饮部要制定出不同规格的寿宴、婚宴、满月宴等菜牌及时提供给顾客。酒店餐饮的经营要想上新台阶，就必须有新观念、新的举措、新的招数，一年四季几乎每个月都有节日，这些节日也正是酒店推销产品的良机，餐饮部和营销部要把握好这些机会，每个节日都要策划出营销方案。

5、成立新菜研究室。配备专门人员，采取请进来、走出去的方法开发新菜、特色菜。定期聘请国内一流的师傅在店做短期献艺，不仅能扩大酒店的社会影响，且是厨师技术交流的一项重要活动。同时酒店也要组织自己的师傅到外地学习交流。

鼓励、支持厨师创新自己的特色菜，创新菜一旦得到顾客的认可，酒店将给予一定的奖励。

6、厉行节约、降低成本、加强核算。餐饮部经理和厨师长要及时核算出每道菜的成本和毛利率，所采购的原材料都要物有所用，采购数量征收销售额要相吻合。

7、餐饮部要及时了解、掌握滕州本行业竞争对手的新举措、新动向，达到知己知彼，百战不殆。

#### 四、关于营销工作方面

营销工作是酒店中极为重要的一项工作，它不仅关系到酒店的经营效益，还关系我酒店的形象，甚至关系到酒店的生存和发展。鲁南大酒店营销工作建议以后的指导思想是“全方位、有重点、全动员、抓主力”。按照这个指导思想，营销工作重点抓以下几项：

##### 1、加强营销队伍的领导和力量

营销工作由总经理亲自抓。营销部编制7人，其中：经理1人，美工1人，营销员5人；责任划分：市区1人（包括各大局委机关、学校等）、（各大煤矿及热电厂、水泥厂等大型企业、工业厂矿2人）、乡镇办事处1人，济南及周边市县1人。

##### 2、重新进行市场细分工作

做好市场了解，熟悉市场，细分客源对象，是营销部的当务之急。通过细分要清晰掌握重点客源的基本情况，抓紧与他们建立或进一步密切关系。营销部在熟练掌握各种产品的种类、价格、质量、状况以及客房、餐饮基本情况的同时，进行与客户拜访、沟通及签约工作，以酒店的优势和营销手段去争取客户，建立良好合作关系。营销部的客户档案要认真整理、管理，并做到客户跟踪工作（有消费动态有人跟、住房

有人跟、就餐有人跟、会议有人跟、结算有人跟、征求意见有人跟)。

### 3、定职、定责、定任务、定奖惩。

可考虑首先在营销部实行基本工资 效益工资的工资制度。酒店每月给营销部每个人下达销售任务，完成任务奖(提成)，完不成任务罚，下不保底，上不封顶。具体基本任务数、提成率、基本工资由财务部和营销部共同拿出意见。由酒店总经理办公会确定。

### 4、抓紧抓好营销宣传攻势

酒店以后要重视在宣传方面的投资，并积极参加一些公益活动，从而扩大鲁南大酒店的知名度，让社会认可。

### 5、预测市场行情，把握销售良机

预测销售市场，把握良好商机是酒店营销工作的法宝之一。营销部不仅是销售产品的主力部队，同时也是酒店决策层的参谋部，一些市场信息和对手的经营变化情况，往往都是营销人员获得的。

### 6、制定以招揽会议为重点的营销计划

由于酒店离市区各办事机构较近，加之交通便利(离火车站近)，因此，一般情况下较多外来散客，主动来酒店住宿、就餐，这样，是必对客房入住率和餐饮客源有一定的基础。也是我们经营中的主要有利因素。但我们目前的客房数达206间(套)可以说在本地同行业是房数最多的。因此，房务营销一定要以会议为重点，要通过各种关系，各种渠道和各种手段招揽滕州市、枣庄市乃至省级和全国性的会议。营销部在增加专职营销人员的同时，在济南、枣庄及滕州市区特聘一些兼职营销人员，专门招揽各种会议(可以按提成方式展开)。

同时，要力求得到市委政府的支持和帮助，了解和掌握各局的会议动态，开展强有力的营销攻势，达到大小会议不放过经营思想。

## 7、策划成立滕州市办公室主任联谊会

各单位的办公室主任，一般情况下均负责掌握着机关的招待会议安排，因此，定期组织他(她)们到酒店参加联谊活动，不仅增加与他(她)们的沟通和联系，且可及时了解、掌握各单位的客源情况。

办公室主任联谊会，要以讲授办公室现代化管理知识，交流办公室工作经验和信息为前提，结合进行征求主任对酒店的建议和要求，发布酒店的一些新举措，品尝酒店的新菜品，收集各单位的消费动态。(可局部逐步进行)

8、策划推出酒店管理方案范文大酒店“金卡”(价值10000元)、“银卡”(价值5000元)、“宝石卡”(价值3000元)。

- 1、以上卡使用期限为一年；
- 2、以上卡购买后不可退还现金；
- 3、以上卡均享受酒店做出的相应特别优惠价及服务；
- 4、购卡需领取申请表，办理入会购买手续；
- 6、动员全体员工及销售人员参与卖卡，卖出提成(略)。

## 厂区酒店管理方案篇二

本着全心全意为客户服务的理念，海纳公司将全力为酒店的派遣业务服务，为酒店降低用工成本，减少用工风险和更加灵活的用工贡献力量。

## 一、转移派遣

酒店将部分已有员工转做派遣工。和海纳重新签订劳动合同。同时酒店要负责解决和这些员工解除劳动合同的所有后续问题。

## 二、招聘派遣

酒店将部分新增员工用作派遣工。这些员工与海纳公司签订劳动合同，然后派遣到酒店工作。

### 一. 培训内容

#### （一）企业文化、职业道德及规章制度培训

1. 酒店企业文化及经营理念；
2. 员工职业道德规范；
3. 酒店员工管理制度；
4. 本岗位职责和工作标准；
5. 相关政策法规和派遣员工管理规定。

#### （二）岗位技能培训：

由酒店方安排各相关岗位对派遣工进行岗位技能培训，并进行考核。

### 二、培训原则：

（一）以酒店所要求具备的条件为前提；

（二）培训内容与员工所从事的岗位工作相适应；

(三) 凡可在员工进岗前完成的培训内容尽量安排在进岗前完成。

## 二. 培训方式:

由酒店方决定对派遣工的培训方式。或者由酒店方自己培训或者由海纳公司进行部分培训。培训教材和内容由酒店决定。

### 一、 员工劳动合同签定的原则

(一) 属于酒店方面面试合格, 同意录用的本市、外埠人员;

(三) 员工劳动合同期限由员工和酒店商定;

(四) 劳动合同可以约定试用期, 试用期限应符合劳动法律法规规定。

### 二、 劳动合同的签定

(一) 由海纳负责与员工签定书面劳动合同;

### 三、 海纳负责相关手续的办理

(一) 调转本市失业、存档人员的人事档案;

(二) 完善社会保险;

### 四、 酒店现已使用人员劳动关系的规范;

(一) 已与酒店签定劳动合同的人员;

(二) 未与酒店签订劳动合同的人员:

1. 酒店与所有派遣工分别签订劳务协议;

2. 由酒店按照有关标准，支付社会保险费；
3. 由海纳与派遣工签订劳动合同，完善社会保险和办理转移人事档案等相关手续；

一、根据行业特点和员工从事岗位的特殊性，酒店可在海纳与员工签订劳动合同或者相关协议前，提出针对行业和岗位特点的具体约定，以便作为合同附件一并约定在劳动合同中，其中包括：

1. 赔偿责任的约定；
2. 员工提出解除劳动合同给企业造成经济损失的约定；

二、酒店涉及员工管理制度和作为劳动合同附件的约定，应符合劳动政策法规规定；

## 厂区酒店管理方案篇三

一般意义上的客房部因其管理区域的大小会在客房部经理或客房部总监之下，针对分部门设置相应区域的负责人，进行有针对性的管理。而各分部的负责人均要求具有一定的专业素养及灵活机变的能力，客房部是一个介入直接面客与不直接面客之间的特殊部门。pa部维护维持的是酒店清洁卫生、保证提供给客人一个符合标准的消费环境；楼层则是一个饭店主要的赢利部门，它提供给客人一个安静整洁的休息环境，使客人在客房中得到充分的休息，客房整洁与否往往是判断一个酒店是否能够得到客人认可的重要标准之一。

控制员工数量：众所周知，一定数量素质高的员工是饭店做好对客服务的基本保证，但是如果员工数量得不到有效地控制，也很容易造成人力成本过大，给部门经营带来过重的负担。



所谓在其位、谋其政，所有客房部这个团队的成员都有其固定的工作内容和标准，及不断更新变化的工作方法及经营理念，岗位职责的履行可分为管理人员岗位和服务人员两类进行论述。

为下级提供明确的岗位职责描述：作为一个管理人员必须具有对下属进行明确岗位职责描述的能力，这关系到下属能否明确自身的工作定位、能否真正发挥其应有的工作职责与能力，所以在部门管理中要将此项工作提前进行，针对每一层管理人员进行有效培训，使他们明确自己及所管辖区域每一名员工应尽的职责，以便在今后有效开展工作。

部门赢利不仅在于出入和支出两方面，一方面的缺失都会造成部门营运的失控，所以在正式进行营业前，必须在部门内部建立起完善的成本控制体系，并将成本控制意识深入员工中，以便真正将此项工作落到实处。客房部将立足制度化、便利化，采用有效的管理方法对部门成本进行有效控制。

对于客房部这一个大区域的经营部门而言，能源的控制是一个重要的问题，节能降耗必须深入员工意识之中，同时必须建立起制度化的管理模式，在所有经营区域的灯光、电器、空调都必须实行制度化控制，可以根据客人需要在不同时间内定制空调温度和灯光。不但为客人提供个性化服务，又为饭店节约能源。

酒店行业是一个创新性行业，以新的服务项目和服务理念作为支撑的行业竞争态势、同质化竞争日趋激烈的市场环境导致把创新工作提上了重要日程，对一个新开业饭店的客房部而言，必须在对行为可行性充分探讨并达成共识的基础上，拓宽服务项目的外延与内涵，以“新、奇、特、优”吸引更多的客源，增加酒店经营利润。

## 厂区酒店管理方案篇四

根据酒店目前的整体情况，所处位置、酒店档次、市场定位，整体规模，我制定了针对性较强的具体经营管理策略，具体实施方案如下：

根据我们酒店的实际情况，确定需要的岗位及编制如下：

人员编制：

我们酒店的规模有限，我考虑从节约人员开支，以及部分工作可以整合的方面来看，酒店组织机构中的部分岗位将由其他部门或岗位兼任。

酒店需要设置的人员编制：

总经理：1人。全面负责酒店整体经营管理事务。重点主抓总办和销售部的工作。并直接负责对各一线部门工作的监督和指导。

前厅部：主管1人，前台员工4人。考虑到员工工作时间主要在上午九点到晚上九点之间，所以安排主管1人主要处理白天的日常事物以及替班兼大堂经理的工作职能。员工设立三班运转，另1人做机动替班。前台的主要工作除了接待宾客，办理登记入住手续、离店手续、结账等，还要兼收银、总机的工作。

客房部：主管1人，员工13人。白班10人，其中3人负责公共区域卫生，7人负责客房卫生(每人负责13间)。晚班1人值班，机动2人做为替班。编制多安排1人，要求客房部兼管会议接待。主管的工作除了查房、培训、工服房以及负责对库房物品的盘点外，还要兼管会议服务工作的安排。

销售部：2人，我对销售的要求就三点，把团接进来，做好服

务，把帐结清。

工程部：2人，电工一名、水工一名，要求住店，随时保障酒店各个环节的正常运转。

餐饮部：5人，主厨1人，助厨2人，服务员2人，要求其做好早餐接待及员工餐。

财务及采购：

安保人员：

以上人员工资待遇如下：

总经理：6000元/月(试用期5000元/月)

主管级：2300元/月

领班级：1800元/月

前厅员工：1500元/月

客房员工：1300元/月(每天13客房，13间以上按1.5元/间奖励)销售部：1000元/月(提成方案另定)

工程部：2000元/月

厨师：3000元/月

助厨：1600元/月

## 一、酒店制度

1、实行周例会制度，每周一要开例会，由各部门负责人参加，述职汇报上周工作完成情况，以及本周的工作计划。协调各

部门之间的工作，以及发生的问题及时解决。酒店的指示精神及时传达。

2、建立酒店总值班制度。由各部门负责人参加轮换。设立酒店值班制度的目的是在酒店晚上18：00至第二天早上8：00之间执行总经理的权限，处理突发事件，及夜班工作检查。

3、建立月总结制度。由各部门负责人参加。除了周例会，每个月要对本月业绩、日常工作、盘库情况，服务接待，发生的问题进行总结。

4、值班本制度。每天晚6点，当天值班负责人到前台领值班本，第二天早8：00交回前台。要求每天发生的事情及处理过程、结果要记录清楚、准确。

5、营业日报表由前台完成，每天上午交到总经理办公室。内容包括当天营业额、出租率、客源结构、财务每日取款签字等。

6、建立采购制度，每周一、三上交采购计划，周三、周五到库房领取。采购物品需填写采购单，先由部门负责人签字后，报总经理签字后，交财务部采买。所有物品需在入库后，部门才能够凭领货单取货。

## 二、各部门的岗位职责

总经理：

前厅部：

客房部：

餐饮部：

工程部：

销售部：

1、确立市场定位，并制定月销售计划。

我们酒店现有房间103间。按市场分析：散客价格应在180——220元之间。旅游团队价格应在110——140元之间。培训团队价格应在110——180元之间。因酒店第一年几乎没有销售积累，按酒店平均出租率75%计算，预计第一年销售流水可达到460万左右。如果第二年继续提高散客和培训团队的比例，预计年流水可达到500万。

2、确认销售部的提成比例，以鼓励销售人员的工作积极性。销售应该以提成奖励为主，工资为附的待遇结构，鼓励多劳多得。基本任务可定为每月3万元，按2%提取。3万至6万部分按3%提取。6万至9万部分按4%提取。9万以上部分按5%提取。前期应把提成做的相对其他酒店有些优势，后期根据经营的具体情况再做调整。

3、建立监督考核机制，监督销售部的工作效率及实际效果。

财务部：财务部由酒店投资方直接管理，需要和酒店一线部门协调的岗位职责如下：

1、最先要做的事情，就是要盘库。对酒店所有的固定资产，易耗品等进行盘点、登记、并且进行归类。做到所有物品都要有帐，都要有专人负责。并且形成制度，每个月底都要盘库，物品丢失、损坏要有原因。

2、财务部采购需要见到总经理签字的采购单，才能够采买，并在入库后才可以由各部门凭出库单领取物品。

3、财务部根据实际情况建立二级库。

4、财务部须每月交总经理办公室一份上月的酒店盈亏报表。

我们根据酒店盈亏表判断酒店的成本是否过高，和经营盈亏的具体指标。

1、要关注员工的日常生活，包括员工的用餐、住宿环境。多倾听员工的声音，工作以外的时候多和员工交流，使员工能够感到酒店管理层的关怀，认同酒店，这样才会用心工作，培养出酒店的骨干力量。

2、各部门要注重培训，只有告诉员工该怎么做，如何才能做好，才能真正提高服务质量，而且要让员工学到真本领，为酒店的发展提供后备人才。

3、根据酒店日常经营状况，适时安排组织文娱活动，如唱歌、体育健身、出游爬山等。

以上此举将起到促进员工之间和谐共处、沟通交流感情、增强员工凝聚力，有助于建立酒店员工和管理层之间相互信任、理解和支持，从而提升酒店的整体品牌形象。

## 厂区酒店管理方案篇五

餐饮质量的管理，从某种意义上说决定着酒店的声誉和效益。厨房是餐饮的核心，厨房的管理是餐饮管理的重要组成部分。厨房的管理水平和出品质量，直接影响餐饮的特色，经营及效益。

很多社会酒店很多时候，由于后厨与前厅之间的协调不够充分，造成前厅点的菜上不来，后厨的创新菜出不去。服务员因为上菜慢而怪罪厨师，厨师因为点的菜费工费时而迁怒服务员。久而久之，形成恶性循环。最终损害的是顾客和酒店老板的利益。与之相反，如果前台与后厨的默契配合使客人对酒店的建议及想法能够及时地反馈回来，使酒店能够在最短时间内进行调整改进服务水平，提高饭菜质量，只有这样才能持续不断地加强客人对酒店的满意程度，使酒店财源

广进、宾朋八方。协调的重要在此可见一斑。

客人点好菜之后，后厨因为当天原料短缺，而造成客人换菜的情况不少，而这些情况无疑会让酒店的声誉受到影响。

究其原因，是由于前厅与后厨之间原料的协调不到位。目前，后厨整理原料的最普遍形式是：出具沽清单。就是厨房在了解当天购进原料的数量缺货、积压原料的情况后开具的一种推销单，也是一种提示单，它告诉服务员当日的推销品种、特价菜、所缺菜品，以便服务员对当日菜式有所了解，避免服务员在当日为客人服务时遇到尴尬、难堪、指责等情况。后厨开出当天的沽清单后，要及时与前厅负责人协调，列举当日原料情况以及最适合出品的菜肴，并介绍口味特点、营养特点、季节特点等普通服务员难于介绍的专业知识。而前厅人员在介绍菜品时，就要相对有倾向性地介绍，当客人点到当天没有的菜品时，一般可以以“对不起，今天刚刚卖完。”来回答，然后要及时为客人介绍一道口味相近的菜品，这样客人从心理上比较容易接受，也不会引起客人不满和抱怨。

点菜实际就是推销菜，服务员就是推销员，他不只是接受顾客的指令，还应作建议性的推销，让客人乐于接受餐厅服务。

服务员在点菜时必须熟悉菜牌，明白推销菜式的品质和配制方式，介绍时可作解释，在点菜过程中，客人不能决定要什么时，服务员可提供建议，最好是先建议高中等价位的菜式，再建议便宜价位的菜式。因为高中档菜的利润较高，且有一部分菜的制作工序较简单，在生意高峰期尽量少点一些加工手续比较繁锁的造形菜和加工时间较长的菜，否则这样会加大后厨的工作负担，并且由于太忙，可能会影响它的上菜速度造成客人投诉。接下来便是向后厨递单，服务员在写完菜单后，应立即把单子递到后厨，入厨单应写清楚写好后与原单迅速核对以免遗漏，下单时，不同的出品部门要分单写，如果不是马上出的菜要做好注释，以便后厨有更多时间来安排好每一道菜。

后厨在接单后，只要不是叫单。凉菜应在二分钟内出一道成品菜。热菜在三至五分钟内出一道成品菜，上菜前应注意菜肴的‘色泽、新鲜程度、有无异味、有无灰尘、飞虫等不洁物，检查菜肴卫生。严禁用手翻动或用嘴吹。必须翻动时。要用消毒过的器具，尤其是对凉菜要注意新鲜程度，不能有变质、变味、发粘等不符合卫生的菜肴上桌。由于宴席不同。上菜程序也不会完全相同，这就需要前厅服务员熟悉菜单及上菜的先后顺序。熟练掌握上菜操作程序的方法，特别是对一些特殊菜的上菜方法，更应该注意如铁板、火候菜、拔丝菜等。所以说这就要求传菜人员应与后厨相配合。以最快速度把菜品传递下去，保证菜肴的色、香、味、型俱佳，若客人要求暂停上菜。服务员应及时通知后厨暂停上菜，之后要通知恢复上菜，后厨不仅要出菜快。造型点缀擦边快，更需要划单与传递快才行。

一般来说，客人要求退菜和换菜大致有这样几种情况：一是说菜品质量有问题，如菜有异味、欠火候或过火等如确实如此，那就是属于酒店自身的问题，服务员应无条件地退菜。并诚恳地向客人表示歉意；二是说没有时间等了。这时服务员应马上与厨房联系。尽可能先做：

三是客人自己点的菜式。要求退这种情况如确实不是质量问题。不应同意退菜。但可尽力耐心讲道理。劝客人不要退了。吃不了可帮助他打包带走。四是客人进餐中不想吃了，菜还没有上来。服务员应先去厨房看一下，所点的菜是否已经制成半成品或成品。如果制成不给予退，但应向客人说明情况。在客人就餐后主动询问客人对饭菜的评价。及时反馈给厨房，以便后厨做必要的调整与安排。不要二者相互推卸责任。指责对方不足。只有共同分析问题、解决问题，才能使工作做得更好。

前厅与后厨是一个不可分割的整体，缺少哪一部分或者双方配合不好。都会使酒店陷入困境。因此要加强双方协调。每星期厨房应与前台在一起最少开一次座谈会。交换看法。在



一起学学菜谱，讨论讨论菜式，客人都有那些建议。举行一些活动、比赛增加一份感情。更好地为酒店服务配合。

有必要培养自己的专业点菜师、以管理人员和优秀员工为核心。点菜师将为后厨与前厅协调提供方便。

点菜师的出现，从很大程度上提升了餐厅的品位，尤其是中高档酒店的餐厅服务必须与自身消费水平相称。当一位穿着别致、举止大方、谈吐文雅的点菜师出现在客人面前的时候，客人一般都会露出欣赏的表情，即而对这种高规格的服务表示赞许，其自身尊贵的虚荣也得到了满足：客人在进餐时对菜肴的首选很大程度上取决于服务员的推销，也就是说。该菜卖不卖得出去。卖得多与少，全靠服务员一张嘴。现在有了专业点菜师，卖出的数量与质量自然可想而知。有了点菜师。新菜推出的频率也会加快。正常情况下客人认识新菜有个过程。当这种推销力度加大后，认识过程自然会缩短，市场知名度就会迅速提升。效益是不言自明的。

一名合格的点菜师将为饭店后厨与前厅的协调提供更多便利。与一般服务员相比。点菜师必须具备以下素质：

儒雅的风度。点菜师展示给客人的第一印象从某种程度说，是客人深层次了解饭店的第一切入点。儒雅不是装出来的。也是装不出来的。他们是酒店人酒店意识、文化水平、专业素养的综合体现。在一个餐厅有一到两位点菜师出现。这个餐厅的文化氛围会因此而浓郁。其吸引力也会在不知不觉中加大。作用是潜意识的。影响是独特的。

丰富而广博的专业知识，用广博来形容点菜师知识的丰富毫不过分。也是理应要求，否则就是不称职。点菜师除完全掌握本厅所有菜品的名称、特点、烹调方法外，对其它菜系的相关内容亦也有所了解，以便更好地为客人提供服务。另外。从调剂客人口味和健康负责的愿望出发。点菜师还应知道各地风土人情、习惯嗜好尤其是饮食要求等。在人们对健康饮

食要求越来越高的今天，点菜师熟悉有关营养学的常识是非常必要的。

熟练的推销技巧。有了上述两个条件而嘴上功夫不行，再好的菜同样卖不出去。在餐厅推销菜是一个短平快的过程，一般不会超过十分钟。这就与其它产品推销有很大区别。其它推销可以反复、可以时间延续、可以感情投资、可以研究对策，而推销菜不行。你必须在点菜这段时间解决问题，要通过简短准确的问询来判定客人需要什么，不需要什么；或者通过非常自信的介绍来让客人相信这道菜，从而点这道菜，否则人家就走了，想抓都抓不住。十分钟时间决定了点菜师职业点菜推销的挑战性。艰巨但诱人。餐厅效益也会随之而增。