

# 2023年服务创新方案 服务质量创新提升方案(优秀5篇)

为了确定工作或事情顺利开展，常常需要预先制定方案，方案是为某一行动所制定的具体行动实施办法细则、步骤和安排等。方案书写有哪些要求呢？我们怎样才能写好一篇方案呢？以下就是小编给大家讲解介绍的相关方案了，希望能够帮助到大家。

## 服务创新方案篇一

为进一步提升网点服务品质，深入推动“赢在大堂，胜在网点”转型项目，深化网点6s管理，增强网点营销和服务能力，树立良好服务品牌形象，特制定本方案。

20xx年全行网点服务品质提升的总体思路是：贯彻新一届党委工作部署，践行“客户至上，始终如一”的服务文化，以客户为中心，以管理为基石，以创新为动力，加强服务管控，强化精细化管理，推进队伍建设，提高客户粘度，在固化网点“两个标准”的基础上，推进网点从交易结算型向营销服务型、顾问体验型转变，全面提升网点服务品质和营销能力。

围绕上述总体思路□20xx年服务品质提升的具体目标为：

（一）员工服务水准明显提高。以客户为中心，落实首问负责制，客户满意度继续提高，网点“神秘人”检查达到优良水平，力争达到90分以上。

（二）员工服务技能持续提升。服务营销团队不断扩大，专业服务能力不断加强，网点营销人员培训500人（次），零售业务培训师配备。

（三）网点转型项目加快推进。全年转型项目推广完成网点

导入超过30%，实施“软”转导入期间，以上网点须同时完成6s管理导入落地。

（四）网点服务投诉明显降低。建立完善的投诉处理机制，做到“及时发现、有效控制”，防止客户投诉升级，客户满意度达到85%以上。

（五）网点标杆创建稳步推进。实现网点示范单位创建和服务明星评选居省内同业前列。

（六）网点服务效率明显提升。加快科技创新，优化网点服务流程，建立预约排队、免填单服务等服务，客户排队等候时间明显降低。

网点服务品质提升不仅直接关系着网点市场竞争力的提升，更是关系着网点转型的成败和零售业务转型的质量和效率。对此，各行要高度重视，认真采取有力措施，切实做好以下几个方面工作：

（一）强化网点服务管控，提升服务规范化水准。

1、目的：通过日常工作的不断细化，强化网点服务管控，扩大“神秘人”现场检查范围，加大非现场视频检查频次，建立立体化、多层级的服务监控体系；优化整合网点服务检查指标，加大短板指标权重，增设转型评价指标，建立动态化、差异化网点服务检查指标体系；有效运用服务检查结果，强化正向激励，确保全行网点服务品质及客户满意度稳步提升。

2、内容及措施。

营业部：

（1）上半年，制定下发《省分行营业部20xx年网点“两个标准”考核方案》，每周通过视频联网监控系统，对全行网

点“两个标准”开展非现场检查，发现问题直接纳入全行年度绩效考核服务品质评价项目，并下发检查整改通知书至各支行，通报频率为每周一次。

(2) 2月份，完成“神秘人”检查第三方咨询机构外包前期准备工作，启动“神秘人”现场检查。营业部将分季度组织开展“神秘人”检查，每期至少检查覆盖全部支行及60%营业网点，复查上期85分以下服务落后网点，视频监控检查不少于2次，全年检查覆盖面达到100%。召开“神秘人”检查通报会，主会场为当期分数排名后三名一级支行及相关网点。

(3) 4月-5月，积极推进20xx年度“千佳”网点创建工作。准备申报“千佳”的网点要加快环节改造及设施配备，加强团队管理、服务管理及文化建设，提升营销能力与服务品质。

(4) 8月底，组织“五星级”服务网点创建，并择优推荐参评中国银行业协会文明规范服务示范单位。

(5) 9月底前，在营业部局域网增设服务品质通报专栏，对网点“两个标准”开展非现场检查，发现先进示范典型的给予公开表彰、不规范行为进行公开通报批评。

(6) 整合零售业务培训师队伍，建立快速修复团队，可分为晨会组、职业形象组、大堂经理组和柜员组，针对在“神秘人”检查、非现场检查、现场检查中暴露出来的各种问题利用下班时间进行快速导入，避免资源过度集中和浪费。

支行及网点：

(1) 各支行要加强对营业网点的日常管理和培训，加大奖罚力度，通过抽调录像、不定期深入网点检查，科学制定弹性排班计划，一级支行做到每周开展一次非现场检查，每月综合检查面不低于100%，且每季检查通报以正式文件抄送营业部。

(2) 各网点要充分发挥晨会的作用，重点做好情景演练、新产品学习、6s管理学习、营销话术练习和互动创新。一级支行行长每个月至少参加一次网点晨会，支行分管行长每半个月参加一次晨会、抽查一次录像、开展一次现场督导，相关情况要建立台账。各支行不得对晨会、开门迎客流程自行修改，其他流程有优化必须逐级上报同意后执行。

(3) 大堂经理在营业时间内必须全天候在岗，专职大堂经理因事不在岗时，网点应实行大堂经理岗位的轮班制，确保大堂经理100%在岗。网点负责人和大堂经理应承担起监督职责，要按照“6s”标准和“柜员七步曲”要求，督促柜员保持柜面整洁，做到统一举手礼、双手接递和“五声”服务等，做好物品定位准确，严禁私人物品出现在客户视线范围内。

## (二) 强化营销人员配备，提升整体实战能力。

1、目的：通过加强各岗位特别是营销人员的配备和培训，建立以网点负责人为核心，包括大堂经理、客户经理、理财经理、非现金柜员在内的专业化团队，有效理顺各岗位业务范围，充分发挥渠道分流作用，提升网点服务效率。

(1) 依托本条线业务骨干、零售业务培训师团队及第三方培训机构师资，有针对性地设计培训课程，分层次、分岗位、分阶段、集中式组织零售业务团队各重点岗位人员培训，提高重点岗位员工的实战能力。全年力争实现轮训营销类人员达500人（次）以上，导入网点至少培养一名产品讲师（兼职）的目标，提升网点举办客户理财沙龙的能力，增强客户拓展与产品营销水平。1-3月组织“春天行动”营销服务培训班，为期5天。

(2) 逐步提高网点营销人员占比。以支行为单位，逐个研究网点劳动组合，采取增机减柜、压高增低、点间调配等措施，结合校园招聘等方式，逐步配齐配强营销人员，确保网点营销人员占比达到50%以上。所有网点至少配备专职大堂经理和

非现金柜员各 1 名，精品网点至少增配1名个人客户经理，理财中心和营业部至少增配1名理财顾问和1名大堂副理，建立与贵宾客户规模、有效管户要求相适应的个人客户经理队伍，切实提升网点营销服务能力。

（3）抓好大堂经理团队建设。各支行要通过内部挖潜和新增员工双管齐下，配齐配强大堂经理队伍。建立大堂经理（大堂副理）的选拔任用机制，严格大堂经理准入标准，在全辖范围内组织公开选聘，切实将沟通能力强、业务能力强、营销能力强、管理能力强的员工选拔到大堂经理岗位。各支行要按照《转发总行关于进一步加强基层管理的意见的通知》要求，落实专职大堂经理进入网点管理团队的岗位职责和待遇，提升大堂经理在网点现场管理中的地位和作用，建立由网点负责人、运营主管、大堂经理组成的管理团队，充分发挥大堂经理现场管控作用，实现网点内外部科学管理、有效联动。

（4）加强零售业务培训师管理。根据总行《关于印发的通知》，落实“二级分行零售业务培训师至少配备2名，支行本部至少配备1名、10个网点以上支行本部配备两名的要求，并建立零售业务培训师工作组，由营业部个人金融部集中管理，从事服务管理、转型推广导入、服务营销技能培训及产品知识宣讲等工作。同时要按照《中国农业银行零售业务培训师管理办法》有关要求，落实培训师网点包挂责任和积分考核管理，督导培训师对挂钩网点进行服务辅导，同时建立积分管理档案，对积分不合格，责任落实不到位的培训师，及时淘汰退出。

（三）强化转型导入和6s管理落地，提升网点综合竞争力。

1、目的：通过开展软转型和“6s”管理的二合一导入工作，有效理顺岗位职责，改进优化营销服务流程，导入全面绩效管理的同时，规范柜员台面定位，物品设施摆放有序，网点精细化管理水平有效提升，促使网点服务文化行为化，推动网

点从交易结算型向服务营销型转变。“二合一推进”由营业部为主导，按照省分行《省分行营业部“赢在大堂，胜在网点”转型项目推广实施方案》，按“121”模式以项目管理方式推进，同时导入“6s”管理□20xx年全辖项目推广的总体目标是完成网点导入30%，精品以上网点全部完成。

(1) 1月-3月，组织全辖内培训师在营业部营业厅进行试点，探寻行之有效的可复制推广的模式，确定本年度导入网点名单，制定本年度导入方案，并召开软转型项目推广启动会。

(2) 4月-11月，结合实际，以零售业务培训师为主力，逐步序时导入，营业部按月跟踪导入情况。

(3) 每年定期开展再次对推广的网点进行一次验收，强化对导入工作的督导检查、成效验收及经验总结，每期抽查网点数为当期样板网点打造计划数的50%。

制定出台网点软转型考核办法，明确费用激励政策，组织对各支行转型网点进行抽验，并对样板网点建设进度慢、执行力、推动力不强的支行予以督导，验收结果纳入全行综合绩效考核。

(四) 强化主题活动推动，提升服务文化渗透率。

1、目的：通过组织开展多项服务主题活动，强化网点员工服务意识教育，加大服务文化理念在员工中的渗透和固化力度。

(1) 开展“服务典型宣讲”活动。组织开展“服务明星”、“微笑大使”评选活动，在此基础上，各支行要认真选拔服务典型，结合重点零售产品“送教下基层”暨“六进”营销宣讲活动，在辖内组织开展服务典型宣讲活动，通过标杆引领，在全行营造良好服务氛围。

(2) 开展“服务创意大赛”。各支行要通过开展个人金融营

销技能大赛、晨会大赛、征文活动等网点服务竞赛活动，激发网点一线员工的主人翁意识，自觉维护我行服务形象。

（3）开展“服务体验”活动。各支行要组织开展“同业服务体验”活动，安排网点员工到同业先进网点体验服务，发现其服务的优缺点，对照自身，予以检讨，并采取座谈、演讲、辩论、建言献策等方式，因势利导，培养员工积极向上的团队精神。

（4）加强网点服务文化培育。推广“每天进步1%”的网点文化，让每天进步成为可量化、看得到的成效，通过网点图腾、行歌、进步手册等多种工具，激发员工主人翁意识。

（五）强化科技创新支撑，提升服务效率。

1、目的：顺应电子银行发展和互联网金融潮流，运用科技手段完善服务功能，优化服务客户流程，加大系统管理优质客户力度，让服务变得看得到、管得到。

2、内容及措施：

（1）微营销。利用新兴传播媒介，如微信、微博、微电影等新媒体，实现产品与服务推介、品牌传播等全链条整合，有效提升营销水平和服务品质。

（2）加强员工对满意度评价器的使用，在非现场检查中使用频率较低的网点、支行进行通报，定期对辖区支行使用情况进行通报。

（3）充分应用系统，以科技手段识别客户、细分客户、维护营销客户。加大对内部相关系统的培训，最大限度的体现系统的优势，充分发挥系统识别、细分、维护和营销客户的功能，加快客户的统一认定工作，推进贵宾客户服务体系建设。

## （六）强化员工服务意识，提升客户满意度水平。

1、目的：增强消费者的理解和认知，切实维护消费者的合法权益，妥善处理纠纷，维护消费者对银行业的信心和信任。

（1）落实首问负责制。各支行要严格推行“首问负责制”，落实“谁接待、谁负责”的要求，热心、及时回应消费者的金融服务需求并采取必要帮助措施。对于客户金融服务需求超出本人工作权限的，要及时报告上级主管，启动突发或应急处置措施；要切实采取措施纠正员工僵化执行制度的做法，教育和引导员工增强服务意识。

（2）重视特殊消费者群体差异化服务。加强对员工的日常培训与教育，增强员工关爱和服务残障客户的意识；在精品以上以及有条件的网点设置无障碍坡道或无障碍服务设施，为残障人士设置爱心窗口，提供优先服务，有条件的网点还配备轮椅、助听器等便民设施，保证残障客户顺利办理业务。对于老弱病残、行动不便的特殊群体，应当开辟金融服务绿色通道，安排专人引导服务，优先安排办理窗口，适当简化服务流程和提高服务效率。对于客户因故确实无法亲自办理业务的情形，提倡主动上门服务，满足客户个性化、特殊化的金融服务需求。

（3）持续开展公众教育活动。按照“持续推动、稳步推进、突出重点、重在长效”的原则，持续深入开展金融宣传和公众教育活动，有效提升社会大众对银行业产品和服务的认知水平，增强银行业消费者的维权意识和维权能力。

（4）高度重视客户投诉，防范声誉风险。各支行可参照省行出台的客户投诉处理管理办法及流程，制定一套快捷、规范、透明的投诉处理机制，推行标准化服务用语和服务流程，实现接诉流程标准化、纠纷处理标准化、法律审核标准化和对外答复标准化。网点负责人等营销人员要增强危机意识，遇有客户投诉，做好异议处理，有效化解抱怨。网点权限内能



解决的问题，要现场解决；不能解决的，要及时向上级主管部门报告。各网点负责人和大堂经理加强值班，确保每天有负责人值守营业现场，确保24小时通讯畅通，并按程序上报有关情况。

（一）网点服务品质评价及软转考核政策。一是对网点服务品质考核办法和网点软转及6s管理推广情况纳入全行综合绩效考核；二是将零售营销人员配备率、专职零售业务培训师配备计划完成率、专职大堂经理配备率等多项指标，纳入全行20xx年零售业务综合考核。

（二）“神秘人”检查奖惩政策。

在总行或省分行检查中，网点得分排名在营业部前五名且当期得分在90分（含）以上的给予奖励。网点年度平均得分均在90分以上且在全辖网点位列前三名的，营业部将授予“两个标准”优秀网点，并给予绩效奖励。网点得分低于85分，扣罚网点绩效工资；得分低于80分的加重扣罚绩效工资。

（三）非现场检查奖惩政策

在省分行与营业部非现场检查中，网点得分低于85分的，扣罚网点绩效；网点得分低于80分的，加重扣罚网点绩效。

（四）示范单位创建奖励政策。

凡获得中国银行业协会的“百佳”、“千佳”及省级示范网点的在上级行奖励的基础上，营业部给予相应的配套奖励。凡获得中银协、农总行、省分行等服务类荣誉称号的个人给予奖励绩效工资。

各支行要高度重视网点服务品质提升工作，将网点服务品质提升视为生命线工程，切实采取有效措施，全面提升网点服务品质。

（一）高度重视，加强组织领导。营业部成立“网点服务品质提升”活动领导小组，由分管零售业务的部领导担任组长，个人金融部总经理担任副组长，成员由财务会计部、运营管理部、个人金融部、信用卡与电子银行部、信息技术管理部、人力资源部、工委办、监察部等部门主要负责人组成，负责全辖营业网点服务品质提升方案的组织领导工作。领导小组下设办公室，挂靠在个人金融部，负责活动的整体策划、部门协调和部署执行。各支行要相应建立领导小组，统筹规划和协调本行的网点服务品质提升工作，并根据营业部总体方案，制定本行活动方案和实施细则，层层部署落实。

（二）精心部署，加强考核评价。各支行要结合网点服务品质提升内容，合理匹配财务费用资源，加大对网点服务品质提升活动的支持力度。在重点产品宣传、贵宾客户活动及评先评优奖励等方面，给予必要的政策资源保障，提高网点人员服务营销的积极性和主动性，促进各项目标任务顺利完成。要制定详细、具有可操作性的评价验收标准，清晰界定责任，防止职责不清、影响服务品质提升效果。年末营业部将对各行服务品质提升活动开展考核评价，对服务品质提升不力的分、支行将进行责任追究。

（三）强化督导，加大宣传力度。各支行要广泛动员，加大宣传，立足当地特色，与“春天行动”、“激情仲夏”、“赢在金秋”、“金融知识万里行”、“百县千镇”宣讲等综合营销活动相结合，创新活动形式、细化活动方案、有序组织开展，扩大“网点服务品质提升”活动的影响和范围。同时，各支行要建立服务品质提升月报制度，及时上报总结活动开展情况及取得的成效，加大“服务品质提升”的宣传力度，持续营造良好舆论环境，扩大活动效果。

## 服务创新方案篇二

2、通过活动宣传推广，配合其他宣传手段，迅速建立乐高教育品牌的认识，建立业主的信任，从而能更好地为业主服务。

3、结合活动主题，开展乐高活动中心进驻万科社区前的预热活动，通过乐高创意秀、亲子互动pk欢乐赛和家長背靠背等活动形式，让万科的业主认识leco了解leco喜欢leco

通过让幼儿在富有挑战性的搭建主题活动中动手操做，在解决问题的过程中，激发孩子们对周围世界的好奇心和探究欲望，激发孩子的想象力和创造力，帮助孩子获得重要的科学概念和科学概念之间的联系，同时促进孩子语言表达能力、合作交往能力、手眼协调能力、自然观察能力、空间感知能力、逻辑思维能力的综合发展，让孩子学会动手，学会动脑，学会做人。

通过活动，我们希望达到培育孩子以下七项能力：

发现问题与解决问题能力：

- 1、能定义问题，确定问题的性质，找到解决问题的关键。
- 2、处理问题时能分工明确，做流程规划，按步骤进行操作。
- 3、能对未知事物大胆假设，小心求证，指出结论矛盾不相符处。

信息搜集与运用能力：

- 1、运用自己的知识，经验和技能搜集有用的信息。
- 2、能通过不断的思考，分析、判断、筛选信息并有效运用。

发散性思维与环境适应力：

- 1、能尝试用不同的方式，分析和解读数据，对现象作合理的解释。

- 2、能考虑对同一现象做不同的解释。
- 3、能反思自己的探究过程，将探究的结果与假设相比较。
- 4、遇到问题能不依常规，主动变通找到办法。

主动进取与勇于挑战精神：

- 1、能通过不断尝试、修正来达到解决问题的目的。
- 2、能够运用现有材料展现创意，将抽象的事物具体化。
- 3、敢于面对挫折，锲而不舍，具有良好抗压能力。

沟通与团队协作能力：

- 1、能倾听和尊重他人的不同观点和评议。
- 2、能对研究过程和结果进行评议，并与他人交换意见。
- 3、能够相互协作，具有角色意识，并能适应角色转换。
- 4、尊重别人劳动成果。

语与文字表达能力：

- 1、能用适当的方式（语言、文字、图表、模型等）进行表述。
- 2、能准确传递表达自己意图和想法。
- 3、具有一定的总结概括能力。
- 4、能用不同的描述来阐述同一主题。

好奇心与想象力：

- 1、不急于否定和接受新观念，能探究其对现象解释的可行性。
- 2、探寻周围的世界，并经常发问。
- 3、对于一个主题能在一定的知识的基础上创造一个念头或思想画面。
- 4、能在过去认识的基础上，去构成没有经过的事物和形象的能力。

小手拼出大世界，创建和谐社区、美好家园

20xx年4月30日—5月31日

北京万科企业有限公司

西觅亚教育科技有限公司

3——12岁，万科社区业主家庭

## 服务创新方案篇三

根据总行20xx年工作会议精神，结合贯彻落实《江苏省银监局关于进一步加强和改善公众金融服务的指导意见》（苏银监发〔20xx〕265号）和省联社《争创“群众满意的窗口服务单位”主题实践活动实施方案》（苏信联〔20xx〕47号）的通知要求，总行决定在全行组织开展“服务质量提升年”活动，现制定如下实施方案：

坚持以科学发展观为指导，以争创“群众满意窗口服务单位”为主线，以改进工作作风、提高工作效率为重点，以创先争优、建立长效机制为根本，服务发展、服务客户，为我行加快实施“二次创业”提供基础保障。

通过开展“服务质量提升年”活动，力争从思想和行动上达到“三个转变”和“三个提升”的目标要求，即做到转变理念、提升管理，转变方式、提升效率，转变作风、提升形象。着力推进服务用语标准化、服务礼仪规范化、服务环境优美化，进一步提升综合服务内涵，赢得社会和客户的满意度，努力打造一支服务高效、清正廉洁的职工队伍。

“服务质量提升年”活动在全行全体员工中开展，各支行和机关各部室全员发动，全面部署，上下联动，整体推进。

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。

在目前金融行业竞争十分激烈的形势下，服务质量将最终影响银行的生存和发展，全面提升服务质量，是实现我行跨越发展的重要前提。本次活动的重点不仅仅是端正仪容仪表、改进服务态度等基本服务内容，更重要的是要求全员在服务思想上、服务意识上、服务观念上进一步提升转变，从而全面提升服务质量和水平。

（一）增强服务透明度，向社会公开“亮标准、亮身份、亮承诺”。公开办贷程序、服务范围与办结时限，并设立公示牌，开辟“绿色通道”，公示服务标准，规定文明服务用语；佩戴工号牌、在醒目位置摆放服务卡，亮出身份；通过电子显示屏或设立公示栏、展示板等形式，公布承诺内容；建立健全目标责任制，严格实行首问负责制、限期办结制和责任追究制，大力推行一窗式受理、一站式服务等便民举措。坚持从客户最关心、最急需、最直接受益的事做起。围绕满足广大客户金融服务需求，强化自我约束，多渠道亮身份、全

方位树形象，主动接受社会监督。

（二）以创建学习型班子、学习型员工、学习型队伍为抓手，加强岗位培训，提升员工综合素质。各单位要着力加强全员的政策法规、职业道德、职业纪律、业务知识、服务技能、科技应用等知识的学习培训，内强素质，外树形象；着力营造浓烈的“比技能、比作风、赛业绩”工作氛围，组织岗位练兵、技能比赛，不断提高员工业务操作技能和服务效能；着力培养一批服务明星、业务标兵和技术能手，打造一批具有行业特色的优质服务品牌。在总行机关积极开展比贡献看业绩、比执行看效率、比服务看满意、比创新看特色的“四比四看”活动。以机关服务全局、服务客户、服务基层为基点，提升机关部室及员工对业务经营、岗位履职的贡献度，自觉增强服务意识和服务能力，提升服务质效，发挥机关在服务质量提升年中的示范和带头作用。

（三）为保证活动取得实在效果，各单位要强化服务理念，扎实推进优质服务。要认真组织员工开展服务工作专题讨论，在思想上认识到目前单位和本人在服务工作中存在的不足和差距，在哪些地方还有待改进和提高。根据金牌员工和标杆网点服务礼仪培训要求，准确、规范运用文明用语和肢体语言。对照我行文明服务规范实施细则相关规定，努力为客户提供温馨舒适的服务环境，做到营业大厅内外宽敞明亮，整洁卫生；服务设施统一规范，摆放有序；宣传物品统一制作、合理布置、及时更新；柜面服务器具配备齐全；标识标牌、安全设施、办公机具定点合理摆放；自助服务区标识醒目、设备完好齐全，运转正常。全员必须着装统一，仪容、仪态得体规范，严格执行营业纪律。在业务处理上必须做到微笑、站立、双手接送、来有迎声、问有答声、去有送声和规范用语；办理业务时要准确、快捷、高效率，认真回答客户咨询。总行将不断加大考核力度，实行末位强化培训等措施提高员工的服务效率，力争使每一位来行办理业务的客户都能高兴而来、满意而归。

（四）围绕服务“三农”、服务中小企业、服务地方经济发展，以“创一流服务、创一流业绩、创一流形象、创一流队伍”为目标，积极开展阳光服务、规范服务、廉洁服务竞赛，争创群众满意单位、满意窗口和满意岗位，促进服务态度明显改善，工作作风显著转变。

（五）将开展“个人自评、党员互评、领导点评、群众评议”作为本次活动的重要内容，分层次、多角度听取整改意见。各单位要对外设立举报电话，聘请行风监督员，主动接受社会监督，在网点醒目位置设置意见簿，公示投诉处理制度，明确客户投诉受理部门和办理投诉时限。进行客户满意度测评，把测评结果作为评价活动成效的重要标准，作为考核评比、表彰奖励的重要依据。拓宽联系服务群众的渠道，认真抓好群众意见的及时反馈和整改落实，以改进工作作风、提高服务质量的实际成效取信于民。

#### （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。

### （三）总结评价阶段（11—12月）

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。

（一）统一思想，提高认识。各单位要充分认识开展“服务质量提升年”活动的重要意义，切实把思想统一到优化服务环境，提高服务质量上来，进一步强化大局意识、责任意识、服务意识和效率意识，保证“服务质量提升年”活动的有效开展。

（二）加强领导，落实责任。“服务质量提升年”活动在总行活动领导小组的统一领导下，领导小组具体负责组织、协调和指导等相关工作。各单位是具体实施主体，要将服务质

量提升工作摆上重要议事日程，建立工作责任制，一级抓一级，层层抓落实。

（三）强化宣传，营造氛围。各单位要结合实际，因地制宜地采取各种方式进行广泛宣传，将活动过程中采取的措施、取得的成效、正反两方面的典型进行宣传报道，为“服务质量提升年”活动的顺利推进创造良好的工作氛围。

（四）突出重点，抓出成效。各单位要制订切实可行的活动实施方案，明确目标任务，突出工作重点，采取有效措施，真正抓出成效。同时要扎扎实实、深入持久地加强和改进工作作风，以作风建设保障服务质量不断提高。

## 服务创新方案篇四

餐饮部管理部门：餐厅部、厨务部

餐饮部人员：29人

餐饮部：餐厅服务员6人，餐饮经理1人

厨务部：22人

管理架构图：

经营面积：2860平米（二、三楼1400平米，一楼1460平米）

营布局：12个包间，2个宴会厅，1个多功能厅，1个会议室

运作方式：包厨制（营业额的12.5%）

一年营业额：329万元

一年营业额：估计：520万元，较上年增长58%

经营现状：

### 1、服务质量有待提高;

服务员服务标准不规范，无迎客，无指引，无礼貌语

与客人吵架

宴席时服务员人数不够

服务水平不专业，员工无积极性

### 2、菜品质量需要提升;

菜品质量不稳定，时冷时热，时咸时淡

菜品创新能力差

没有看相

口碑差

散餐与宴席不能同时接待

### 3、餐厅环境需要改善;

冬天冷，夏天热

包间墙纸有破损，漏水、下水堵塞等小维修较多部分包间灯光暗，装修档次要提高

### 4、餐饮部门之间协调性差;

各自为政，从未召开协调会议

餐厅与厨房员工之间经常发生小摩擦

遇到大型宴会就手忙脚乱

营销部全年基本没有外出联系客户

小结：

长。酒店原材料供应商的供应质量与速度较稳定。

劣势：宴席口碑不佳，菜品没有特色，回头客比上年减少。服务质量不佳，散餐基本无。员工积极性差，人难招，好员工难留，管理松懈，人心涣散。

二、201-年工作思路：

201-年工作方针：标准、宴会为主、外引内联、口碑致胜。

队伍建设：餐饮部完善队伍建设保证：包间1：1, 宴会1：3配置

厨务部新增二楼散餐线一条

薪酬方案：工资按绩效考核方案进行，实行多劳多得。

(基本工资+业绩奖+考核奖+工龄工资)比

例：40%+40+20%=100%

1、按标准，抓好培训管理工作，打造优质口碑

质量是餐饮业发展的根本。

按标准强化服务员、厨师和管理人员的规范操作培训(餐具、桌椅、礼貌用语、服务流程等按标准规范)制定控制菜品标准，加强控制过程的有效现场管理，厨师出品必须在菜盘上用纸条标注厨师编号。

通过培训提高领班、主管的服务管理水平，重点是接待、点菜、沟通、协调、控制、调度、观察、反馈等一系列能力的提高。

完善与客人互动，对菜品与服务在评分卡上留言并评分。

对服务员与厨师的工资考核制度，与效益挂钩，提高积极性

## 2、提升宴席的品质与档次

打造凯宾斯酒店筵席宴会文化、服务文化、经营文化

举办酒店与宾客、市民互动的征集菜名、评选本店名菜活动

“走出去”组织厨师到省城或大城市参加各项美食推介活动

“引进来”引入名厨或创新菜品提升酒店饮食文化

## 3、“外引内联”全员营销，提升营业额

营销部要走出去，针对民营企业客户与团体，及时拜访

内部员工联系宴会及时予以奖励

大胆引进有潜在客户的人才，在菜品提升同时确保散餐客源稳步提升

## 服务创新方案篇五

一、以出品为“龙头”，增加餐饮的核心竞争力，打造“一美食，美食一”这一品牌，营造食在一一这一良好口碑。

一楼的出品主要以“快”为主，不断更换花色品种，适时推出一些各地的特色小吃，主要以“稳住一楼”为出发点，而在二、三楼的菜式出品方面我们将加大创新力度大，首先将

现有顾客很受欢迎的菜式保留，不断精益求精，并适时制订出规范菜式的标准菜单。同时通过举办美食节和各种节日的营销活动来推出新的菜式品种。计划在---年的三月份---四月份举办一个以口味有特色，价格实惠贴近大众消费为目的的美食节。6—9月份计划引进新的菜系以满足更多的客户求新的口味，10月底将着力以高档、营养、有特色来迎合商务宴请，单位互请及各类中、高档消费客户的口味。争取菜式这一产品的更大市场竞争力，不断完善菜式创新制度，对菜品开发研究，监督质量，跟踪反馈意见进行进一步细致化管理，开辟营养膳食，合理膳食，精致饮食的食在---良好社会形象，从而争取更多的客源。

二、服务上以培训为手段，以基层管理人员为核心，着力打造一支服务水平过硬的优秀团队。来应对餐饮市场的激烈竞争。

服务作为餐饮的第二大核心产品，---年我们将紧紧围绕酒店“情满---，舒适家园”这一系列主题来开展阶段性的循环培训。通过培训考核再培训的方法不断巩固各类服务知识。计划制定出餐饮优质服务十条，即在服务程序的基础上将一些更细的体现个性化的服务内容，进行归纳形成通俗易懂的十条，各楼层根据本层不同实际情况进行要求。领班、主管跟踪落实，将整体服务进一步细化，完善，同时通过考核来检验实施效果。一楼的服务仍然以“快”、“准”、“灵”为服务方针，同时突出对老客户的的热情。提高送餐服务的菜式及服务质量。二楼着重在餐厅氛围的营造上想办法，添置台心布，口布，从台面上使宴会厅的色彩更喜庆，可以考虑制做椅套，在大厅的龙凤台上对宴会的主题突出更鲜明一些，从餐厅布置等细节方面来继续打造宴会品牌。三楼的包厢服务突出个性，特别对于固定客户要加强同客人之间的情感沟通，突出“情”字，用真诚、热情、友情留住顾客，同时建立以三楼为点的餐饮部兼职营销小组，从各楼层抽调优秀员工及部份管理人员利用不开餐时间，走出去拜访客户，听取客人意见，拉近同顾客距离，开发新客源，利用在餐厅

服务的机会认识顾客，制定出营销小组工作计划，考核工作成绩，通过小组带动部门全员销售，用服务来吸引并留住更多的客户。

### 三、降低开支，节约成本，争取的利润空间。

成本控制是今年的工作重点，今年酒店规定厨房毛利为57%，历年来的毛利率都离这个数有一定差距。今年，我们将从原头开始，对原材料的进货进行严格把关，安排专人负责验收，签单，代替过去各厨房各自验收的情况，从而从原材料成本上加以控制，另外，在厨房原料使用上加强管理，杜绝浪费。不断完善部门的能源管理制度及瓷器的管理制度，对低质易耗品控制领出和使用，建立起不同楼层的财产台帐，充分利用现有的各楼层仓库，将各类物品分类码放，避免以前乱堆放的情况，延长物品的使用寿命，在不损害客人利益，不降低服务水准，不影响餐厅环境的前提下，尽的努力来实现部门更多的利润。