

<<饭店员工管理新思维>>

图书基本信息

书名：<<饭店员工管理新思维>>

13位ISBN编号：9787310030477

10位ISBN编号：7310030478

出版时间：2008-11

出版时间：南开大学

作者：周亚庆//邹益民

页数：360

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

## <<饭店员工管理新思维>>

### 内容概要

本书的内容凝结了周亚庆博士与邹益民教授近年来的研究心得与实践感悟，融会了学术界与饭店业界的闪光思想。

我们的硕士研究生褚倍、吴茂英、任宁、鲍娟、顾敏艳以及博士研究生刘磊磊参加了部分章节初稿的写作，为本书提供了有用的思路和素材；开元旅业集团、远洲集团等企业为本书提供了一些经典的案例。

同时，在写作过程中，作者也参考和引用了国内外众多学者的学术成果，从而进一步充实了本书的内容。

在此，谨向他们表示诚挚的感谢！

从构思、撰写、修改到成稿，作者自感尽了最大努力，希望本书的架构能达到先进性和实用性的目的。

本书的基本特点有三：一是系统性。

本书不仅阐述了饭店员工管理的基本理念与原理，而且探讨了饭店员工快乐工作管理的实务与方法。

二是实用性。

本书既注重当前先进的饭店员工管理理论与经验的介绍，更注重中国饭店员工管理的实际状况，提出的思路与方法对中国的饭店员工管理具有一定的指导意义。

三是探索性。

本书重视员工管理理念的探索，并力求在体系与内容上有一定新意。

作者从组织、领导与员工三个层面探索如何构建饭店员工快乐管理的体系，兼顾理念探讨与实例分析，从某种意义上说是理想与现实、理论与实践的有机结合。

<<饭店员工管理新思维>>

书籍目录

管理平台篇 第一章 合理的选人用人机制 第一节 饭店的人才理念 一、适应行业要求  
 二、适应企业要求 三、适应岗位要求 第二节 饭店的招聘体系 一、遵循招聘程序  
 二、拓展招聘途径 三、掌握招聘技术 第三节 饭店的用人机制 一、坚持知人善任  
 二、注重结构优化 三、实现动态管理 第二章 系统的职业生涯管理 第一节 职业生  
 涯指导 一、早期阶段的指导 二、中期阶段的指导 三、后期阶段的指导 第二节  
 职业发展通道 一、多重的职业发展通道 二、清晰的职业发展阶梯 三、切实的职业  
 培养举措 第三节 职业培训体系 一、培训组织体系 二、培训计划体系 三  
 、培训制度体系 四、培训方式体系 五、培训评估体系 第三章 完善的绩效管理体系  
 第一节 绩效目标体系 一、绩效与绩效目标 二、绩效目标设定思路 三、绩效目标设  
 计步骤 第二节 绩效考评体系 一、绩效考评要求 二、绩效考评主体 三、绩效考  
 评周期 四、绩效考评方法 第三节 绩效回报体系 一、精神回报体系 二、职务回  
 报体系 三、物质回报体系 工作环境篇 第四章 井然有序的管理秩序 第一节 鲜明的管理风  
 格 一、明晰的是非观念 二、科学的管理规则 三、良好的管理作风 第二节 正确  
 的现场指挥 一、认知指挥的角色 二、用好指挥的载体 ..... 第五章 宽松愉快的工作氛  
 围 第六章 友好温馨的人际环境 职业修炼篇 第七章 积极的职业心态 第八章 良好的职业习惯 第九章  
 娴熟的职业技巧 参考文献

## 章节摘录

第一章 合理的选人用人机制 一、适应行业要求 适应饭店行业的要求，即饭店职业人。饭店业作为人对人、面对面的服务行业，具有一定的特殊性，从事饭店工作的人必须深知饭店业的特征，并培养适应饭店行业的职业特征。

(一) 饭店业是服务性行业 饭店的业务活动既不像工业企业以产品为中心的产、供、销，也不像商业企业以商品为中心的购、销、调、存，而是以顾客为中心的客源组织与接待服务，即饭店业务活动的服务性。

1. 无形性 无形性是饭店服务的显著特点和最基本特性。

所谓无形性，是指顾客购买饭店产品时得到的只是一定时空内对饭店服务或设备设施的使用权。从使用权的角度看，顾客购买并消费饭店产品只能得到一种主观感受和体验，而这种感受和体验对于顾客来说确实是无形的。

就消费者对服务利益的评价来说，往往会以他人的意见为基础或凭借其以往的经验。

这既是饭店产品的关键点，又是饭店产品的难点。

这就要求饭店从业人员必须具有顾客导向的思维方式，准确把握顾客的感觉，努力创造顾客价值。

2. 生产与消费同一性 饭店服务的显著特征就是“现做现卖”，饭店服务的生产与消费是同时或几乎是同时进行的。

所以，就不可能允许饭店留出一段时间来检验提供给顾客的产品是否合格，饭店产品的最主要检验者是顾客。

虽然一些有形产品的提供，如菜肴可以在生产的各个程序中，由下一道工序的员工检验上一道工序的质量，但是无形服务的提供就做不到这些。

这就要求饭店从业人员必须具有“表演”意识，按照自己扮演的角仁，和“剧本”、“剧情”的要求，说好每一句“台词”，做好每一个“动作”。

3. 质量差异性 质量差异性是指同一家饭店所提供的服务产品存在着质量水平差异，具体表现在同一员工在不同时间、不同场合或对不同对象所提供的同一服务产品往往水平不一，质量不同。通常认为，以下两方面因素是造成饭店服务差异性的主要原因。

一方面，饭店服务是由人提供的，而员工工作态度、技能技巧又各有不同，此外服务期间体力、情绪变化都会影响到服务过程，难以保证服务质量始终如一。

另一方面，由于顾客参与服务的生产与消费过程，顾客自身的特点，如兴趣、性格和心情等，也直接影响服务的效果。

对于同样的服务，不仅不同顾客的感受和评价会有所不同，即使是同一顾客对于同一服务，也可能今天满意，明天不满意。

这就要求饭店从业人员必须眼观六路，耳听八方，读懂顾客的心理，掌握顾客的情绪，提高服务艺术。

。

<<饭店员工管理新思维>>

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>