

<<宾馆酒店公关秀>>

图书基本信息

书名：<<宾馆酒店公关秀>>

13位ISBN编号：9787506429054

10位ISBN编号：7506429055

出版时间：2004-6-1

出版时间：中国纺织出版社

作者：梭伦

页数：386

字数：270000

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>

<<宾馆酒店公关秀>>

前言

曾几何时，人们对公关的定义就是给送红包、搞腐败。

曾几何时，人们认为公关就是“小姐”，就是“花瓶”加“酒瓶”。

曾几何时，人们对公关从痴迷到怀疑，然后厌弃、呕吐。

这都是对公关的误解与歪曲。

天时不如地利，地利不如人和。

公共关系，说白了，就是一个求“人和”的过程。

仅靠“天时”、“地利”就可以成就一批企业的时代已经过去了。

酒店管理者面临的是一个比以往更需要“人和”的时代。

酒店的危机公关 网络时代，资讯以10×10倍速传播。

长期积累的美誉可以成就一个企业，丑闻却可以让百年老字号（甚至一个行业）在一夜之间垮掉。

酒店作为一种人口密度大、流动性高的公共场所，发生危机事件的可能性非常大，比如重案、险情、恐怖袭击等，这不是会不会发生的问题，而是有什么事件发生、发生后怎样应对的问题。

媒体公关一位著名商人曾经说：“我的成功七分得益于酒店，三分得益于媒体。

”媒体以其传播迅速而广泛的特点，能在广大公众面前建立舆论导向。

施加正负影响。

甚至制造商机和瓦解声誉。

<<宾馆酒店公关秀>>

内容概要

《宾馆酒店公关秀》从公关角度出发，针对宾馆酒店的行业特点进行了详细、全面的探讨，其中包括现代宾馆酒店公关的职能、机构与人员、工作程序、各项预算以及具体的公关经理培训、公关广告策划、公关专题活动、公关写作技巧、宾馆酒店形象塑造、视觉识别等。

公关不仅是一门科学，而且是一种艺术。

提高艺术修养水平，须有多方面的条件，包括知识的积累、能力的培养等。

本书对公关活动中的语言艺术、公关礼仪及公关禁忌均作了通俗系统的阐述。

认真阅读本书，可使宾馆酒店管理人及员工在人际交往和服务工作中养成良好的工作习惯，实现优质服务。

<<宾馆酒店公关秀>>

书籍目录

第一章 宾馆酒店公关的职能 建立良好信誉和树立美好形象的条件 公关人员怎样建立信誉、树立形象 公关人员设计形象和信誉时应注意的问题 广泛收集信息, 提供咨询建议 宾馆酒店外部信息 宾馆酒店内部信息 分析整理各种信息, 提出合理建议 做好协调沟通, 加强宣传教育 协调沟通内部的公众关系 协调沟通外部的公众关系 积极团结员工, 增强宾馆酒店实力 关心员工的物质和精神生活, 增强感情投资 重视信息沟通, 激励员工团体奋进精神 创建宾馆酒店文化 处理好与非正式组织的关系 协调股东关系 加强社会交往, 扩大社会影响 支持社会福利事业 参与社会公益活动 树立良好形象、改善人际关系

第二章 宾馆酒店公关机构与人员 公关机构的设置 公关机构设置的原则 公关部在现代宾馆酒店中的地位 公关部设置模式和工作内容 公关部设置的一般模式 公关部的工作内容 公关人员的素质与道德 公关人员的基本素质 公关人员的职业道德 公关意识的培养 公关意识的内容 如何培养公关意识

第三章 宾馆酒店公关经理的素质与培养 公关部经理应具备的素质 公关部经理的行为素质 公关部经理的心理素质 公关部经理的知识素质

第四章 宾馆酒店公关工作程序

第五章 宾馆酒店公关专题活动与操作技巧

第六章 宾馆酒店形象与口碑塑造

第七章 宾馆酒店公关语言艺术

第八章 宾馆酒店公关礼仪

第九章 宾馆酒店公关工作中的写作技巧

第十章 宾馆酒店视觉识别

第十一章 宾馆酒店危机公关

第十二章 宾馆酒店公关禁忌

<<宾馆酒店公关秀>>

章节摘录

第一章 宾馆酒店公关的职能 宾馆酒店的公关不可或缺，这一点在今天似乎都已达成共识。然而对于宾馆酒店公关的职能，却是众说纷纭。有人认为宾馆酒店的公关就是搞宣传，或是做广告，或是拉关系；更多的人则认为其公关无非是搞推销和营销。其实，这都是对酒店公关的一种误解。

概括地说，公关活动有五个职能：建立良好信誉，树立美好形象；广泛收集信息，提供咨询建议；做好协调沟通，加强宣传教育；积极团结员工，增加宾馆酒店实力；加强社会交往，扩大社会影响。

下面对这五个职能进行描述，相信读者对宾馆酒店公关的职能会有一个全新的认识。

建立良好信誉，树立美好形象 信誉与形象是社会组织的实力与人员素质在经济、技术、社会三个方面的综合反映。

在竞争激烈的信息社会里，良好的信誉与形象是一个社会组织生存和发展的重要条件。

现代社会经济发达，市场竞争激烈，在以买方为主的市场条件下，消费者持币待购时会货比三家。

面对市场变化的新情况，作为服务性行业的宾馆酒店不能仅仅恪守“只要产品质量高，不做广告也会有人买”的信条，而应通过宣传舆论，宣传自己的企业，突出自己的商品及其特点，让社会公众在认识和比较中选择自己的商品，这是当今社会企业在市场上能够生存和发展的重要一环。

因此，企业要想在市场上立于不败之地，就必须重视和依赖公关，加强对外界的宣传，建立自己的信誉与形象。

宾馆酒店提供给宾客的产品主要是“服务”，这种产品具有不可储存性和不可转移性。

在商品交换的过程中是顾客移动，而不是商品移位，由于商品的生产经营和宾客的消费将同时进行，只有吸引宾客到宾馆酒店来消费才能实现自己商品的价值。

所以，宾馆酒店同一般的企业不同，其突出的特点是它的“产品”信誉同它本身的信誉联系在一起，是不可分开的。

也就是说，它的每一次服务质量的好坏，都直接影响整个宾馆酒店的信誉。

宾馆酒店的信誉和形象受到了损害，进而会影响宾馆酒店的经营和产品的销售量。

实践证明，宾馆酒店良好的信誉和形象，不是靠突击性的优质服务来实现的，而是要靠长期不懈的努力，通过持之以恒的细致入微的周到服务，以及在服务过程中的“诚”与“信”，良好的思想和作风，从而在公众的心目中逐步树立起良好的信誉和美好的形象，培养出相互信赖的感情，才能成功。

建立良好信誉和树立美好形象的条件 一、“硬件”设施齐备 对于宾馆酒店来说，所谓“硬件”，主要是指店面的建筑结构、装饰格调、服务设施、设备种类、环境条件等。

如果宾馆酒店的外观建筑气势宏伟，设计结构合理、精巧，装饰的色彩格调美观、高雅，服务项目齐全、完善，设备设施先进、配套合理，环境温馨、幽雅，就会给公众留下一个美好的印象。

因此，硬件是宾馆酒店存在和发展的物质基础，也是宾馆酒店的信誉和形象的重要条件之一。

从常识上讲，宾馆酒店的星级不同，“硬件”肯定是不同的。

比如，在五星级酒店和三星级宾馆或酒店中，餐厅使用的餐具在质量上就有所不同。

五星级要求使用高级瓷器餐具和银器餐具，而三星级宾馆或酒店则要求使用普通的瓷器餐具和不锈钢餐具就可以了。

二、“软件”服务优质 所谓“软件”，主要是指宾馆酒店管理人员和服务人员的素质和管理体制的效能。

良好的服务，高效能的管理，是宾馆酒店创建良好信誉和树立美好形象的基础，也是创造更高经济效益和社会效益的重要条件。

由于宾馆酒店人员的素质和管理体制的效能是看不见摸不着的，因此要测试宾馆酒店“软件”水平的高低，不能单纯用数量、尺度来衡量，主要是看宾客的“口碑”，即听取宾客的评价。

比如，要看看餐厅服务员的业务素质如何，不但要看他在单位时间内能完成多少个服务程序，更主要

<<宾馆酒店公关秀>>

看他在实际工作中能不能随机应变，热情周到地为宾客服务，使宾客感到满意。

宾馆酒店中宾客的需求是各不相同的，服务员的操作带有一定的随意性，因此能否使宾客满意，不但要看服务员业务是否熟悉，更要看他是否具有“顾客至上”的思想意识，做到因人而异，灵活地运用服务技能。

只有令人满意的服务才是优质的服务，有了优质的服务，才能使宾馆酒店在公众中有良好的形象和信誉。

三、社会环境好 所谓社会环境，主要是指宾馆酒店的外部条件，它包括社会的政治、经济、治安、卫生、环保、交通、通讯等情况。

外部条件的变化是不以管理人员的主观意志所影响的，但是，管理人员可以按照变化了的社会环境，及时调整自己的经营方针和策略，有针对性地制定切合实际的经营手段和方法，从而提高企业的竞争能力，甚至在逆境中求得生存和发展。

社会环境条件是影响饭店经营和发展的重要因素，但不是决定性因素。

归根结底是宾馆酒店的领导和员工的素质决定着它的信誉、形象和前途。

公共关系的根本目的就是在社会公众中建立本企业的良好信誉和树立美好的形象，为企业生存和发展创造一个良好的社会氛围。

所以，建立信誉、树立形象是宾馆酒店公关的一个重要职能。

公关人员怎样建立信誉、树立形象 宾馆酒店的信誉和形象是指公众对一个饭店的综合评价，也可以说是一个宾馆酒店在公众心目中的总体印象。

就整体印象来说，宾馆酒店除有良好的软、硬件之外，还包括企业的文化精神、产品特色以及服务风格。

通常，不同档次的宾馆酒店经营的目标和客源的市场都是不同的，与此相适应的是服务的标准。

即使同样是五星级的宾馆酒店，在经营的方针、策略上也不完全相同。

如以接待商务宾客为主的宾馆酒店，服务的标准比较倾向于会议、展览、商务宴请等方面，而以接待旅游观光客为主的宾馆酒店，服务标准就相对倾向于购物、娱乐、健身等方面。

宾馆酒店的公关人员为了很好地发挥自己的职能，在设计宾馆酒店的形象和信誉时，一定要从宾馆酒店“软”、“硬”件的实际情况出发，特别是要突出各个时期的特点、特色，实事求是地对外介绍、宣传宾馆酒店。

宾馆酒店的公关人员在设计建立宾馆酒店的信誉和形象时，一定要遵循实事求是、恰如其分、言之有物、言之有据的原则，做到名副其实。

树立形象和信誉时应注意的问题 一、做到认识自己 要设计宾馆酒店形象，增强宾馆酒店的信誉，首先要了解宾馆酒店的经营目标，掌握宾馆酒店的服务标准。

其次，要熟悉社会环境条件给宾馆酒店带来的影响，让其很好地结合起来，才能获得好的效果。

例如：广州的白天鹅宾馆是随着改革开放建设起来的一家五星级涉外宾馆，客源市场主要来自境外，所以从建馆开始，从宾馆建筑的造型、地理位置的选择、设施的配备、员工的招收培训等，都注意塑造宾馆酒店的形象与风格，突出地表现它的豪华舒适、温馨高雅以及尽善尽美的特色，给人们一种高贵的享受。

二、做到了解市场 公关部门宣传宾馆酒店形象的目的是为了开拓市场，占领市场，扩大客源，招揽顾客，增加收入。

所以，在做推销宣传时一定要做到“有的放矢”，针对市场上顾客的需要和追求，不断地改变经营手段和增加服务项目，不断改变经营的方式与策略，做到推陈出新，才能取得良好的效果。

三、学会扬长避短 宾馆酒店在生产经营过程中，由于受主观客观因素的影响，都会形成自己的长处和特点。

公关人员在宣传自己的宾馆酒店时，要注意对比自己与竞争对手的情况，弘扬自己的长处，找到自己的差距，做到扬长避短，以掌握竞争的主动权。

四、塑造总经理的形象 宾馆酒店的总经理是宾馆酒店的“灵魂”，他有什么样的精神面貌和领导风格，就会塑造出什么样的宾馆酒店形象。

从这个意义上讲，总经理的形象是宾馆酒店形象的重要组成部分。

<<宾馆酒店公关秀>>

公关人员在实务工作中要注意把树立宾馆酒店的形象同塑造总经理的形象结合起来，所谓塑造总经理的形象，就是要求公关人员帮助总经理在社会公众面前树立良好的形象。

五、培养职工的形象 宾馆酒店职工的思想意识、文化修养、精神面貌、礼貌用语等，都直接反映宾馆酒店职工的素质。

职工的表现直接影响到宾馆酒店的信誉和形象。

宾馆酒店的公关人员要十分注意对员工素质方面的培训，重视对员工的礼节礼貌、仪表仪容的培养。

例如，某饭店为了培养员工的良好形象，为每个部门编写了工作礼貌用语。

广州中国大酒店，为了提醒职工注意仪表仪容，专门摄制了员工着工装的标准像，并放在员工上下班所能看到的地方，以示提醒职工注意保持自己的仪表仪容。

六、善于利用各种传播媒介 传播媒介是沟通宾馆酒店同顾客及社会公众的桥梁。

其形式有文字、图片、影视、广播、书刊、报纸、网络等，种类繁多。

每种媒介都具有各自不同的功能与效果，所以，公共关系人员在选择传播媒介时必须根据不同的产品，采用不同的宣传形式。

例如，公关部门要帮助宾馆酒店餐厅推销某一种食品，这种食品只是在一段较短时间内推出销售，且销售量不大，根据这一情况，可考虑在地方性报刊上刊登小篇幅的广告。

假如是大型的美食节活动，大型的庆典活动，或大型的展销会，可以直接向新闻单位发稿，或邀请电视采访，集中造声势，扩大社会影响。

总之，公关部门要注意与新闻单位建立广泛密切的联系，在方法上注意灵活善变，这样才能达到以较少的花费取得较大的宣传效果的目的。

广泛收集信息，提供咨询建议 在市场经济条件下，企业的领导者为了适应市场的变化，满足社会公众的需求，十分重视借助公关去获得信息，建立信息网络。

所以，收集信息、提出建议就成了宾馆酒店公关实务工作的重要内容之一。

宾馆酒店的公关部门要收集内部与外部公众对本组织各种政策的各种反应，反馈给企业的领导者，作为进行决策、改进工作的依据。

宾馆酒店公关部门收集信息，主要是通过社会的外部和企业内部两个渠道进行。

一般从社会公众得到的信息称之为外部信息；从企业内部公众得到的信息为内部信息。

宾馆酒店公共关系需要收集的信息，也是外部与内部两个方面的信息。

宾馆酒店外部信息 一、宾馆酒店产品信息 现代旅游宾馆酒店是一种综合性的服务场所，它涉及人们与生活息息相关的吃、住、行、游、乐、购诸多方面。

大型的旅游宾馆酒店都设有几十个服务项目、上百个的工种、几百间甚至上千间客房。

餐厅按中、西式划分，或按中国的菜系划分，按照不同风味和特色也可设有几个、十几个乃至几十个餐厅。

另外，还设有各种娱乐、健身、商务、商场等设施。

.....

<<宾馆酒店公关秀>>

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>