

<<前厅客房服务与管理（学生手册）>>

图书基本信息

书名：<<前厅客房服务与管理（学生手册）>>

13位ISBN编号：9787565404153

10位ISBN编号：7565404152

出版时间：2011-7

出版时间：东北财大

作者：秦承敏//王常红

页数：136

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>

<<前厅客房服务与管理（学生手册）>>

内容概要

《前厅客房服务与管理--理论实务案例实训学生手册》是《前厅客房服务与管理——理论、实务、案例、实训》的配套教材，其内容包括“自测题库”、“课业范例”和“参考答案与提示”三部分。

本教材由山东水利职业学院秦承敏、王常红担任主编，山东水利职业学院孟文燕、山东外国语职业学院林灏、山东舜和酒店集团史振美担任副主编。

书籍目录

第一部分 自测题库

- 第1章 单元训练“自测题”
- 第2章 单元训练“自测题”
- 第3章 单元训练“自测题”
- 第4章 单元训练“自测题”
- 第5章 单元训练“自测题”
- 第6章 单元训练“自测题”
- 第7章 单元训练“自测题”
- 第8章 单元训练“自测题”
- 第9章 单元训练“自测题”
- 综合训练“自测题”

第二部分 课业范例

- 范例1-1 已离店客人的包裹案例分析报告
- 范例1-2 日照××国际大酒店前厅部基础运作实训报告
- 范例2-1 巧妙推销豪华套房案例分析报告
- 范例2-2 日照××大酒店前厅客房预订业务运作实训报告
- 范例3-1 老总的朋友要打折案例分析报告
- 范例3-2 ××酒店前厅客房销售业务运作实训报告
- 范例4-1 A、B团的混淆案例分析报告
- 范例4-2 ××酒店总台接待实训报告
- 范例5-1 叫醒失误的代价案例分析报告
- 范例5-2 ××酒店前厅系列服务实训报告
- 范例6-1 房内吃瓜两种说法案例分析报告
- 范例6-2 ××酒店客房部基础运作实训报告
- 范例7-1 故障房也得派用场案例分析报告
- 范例7-2 ××酒店客房清洁卫生实训报告
- 范例8-1 服务指南不见了案例分析报告
- 范例8-2 ××国际大酒店客房设备用品管理实训报告
- 范例9-1 一起电梯关人事件案例分析报告
- 范例9-2 日照××大酒店客房安全管理实训报告
- 范例综-1 (一)“It wi11 do”与“ It won ' t do”的错位案例分析报告
- (二)“不受欢迎的人”来住店案例分析报告
- 范例综-2 前厅客房服务与管理综合运作实训报告

第三部分 参考答案与提示

- 第1章 单元训练参考答案与提示
- 第2章 单元训练参考答案与提示
- 第3章 单元训练参考答案与提示
- 第4章 单元训练参考答案与提示
- 第5章 单元训练参考答案与提示
- 第6章 单元训练参考答案与提示
- 第7章 单元训练参考答案与提示
- 第8章 单元训练参考答案与提示
- 第9章 单元训练参考答案与提示
- 综合训练参考答案与提示

章节摘录

版权页：1) 参考答案此案例中的接待员处事不够灵活。

从客人的第一句话“快点”开始，接待员就应该听得出客人的急切心理，在服务过程中，我们应急客人之所急，想客人之所想。

当酒店一时满足不了客人需求的时候，要及时采取变通措施。

案例中出现的问题，说明该酒店在管理与服务上有漏洞。

首先，机场代表在不了解酒店现实房态的情况下向客人许诺。

我们常讲一句话是：做不到的事情不要说，说了就一定要做到。

无论从事管理或是服务，都必须做到这一点。

机场代表在接待前，就应了解房态，答应了客人之后，更应该及时联系酒店做出安排，使客人抵达后能够顺利入住。

其次，大堂副理也有责任。

大堂副理的职责是在营业部门经理下班或不在场的情况下，监督各营业部门的运作，处理非正常运作所引致的宾客投诉，处理酒店发生的意外事件或紧急事件，最终达到客人满意、酒店声誉不受损害的目的。

案例中的客人已等候多时以至发脾气要离开了，大堂副理才姗姗来迟，其行为是失职的。

2) 参考答案：本案例中，前厅员工缺乏对前厅销售工作的正确认识，也缺乏积极有效地进行销售的动力。

酒店虽有较高的客房出租率，但依然没有良好的效益。

酒店应认真分析经营现状，找出差距。

在实际操作中，应建立完善的前厅销售机制，鼓励员工积极向客人推荐酒店产品，熟练运用销售技巧，取得最佳房价与最佳客房出租率的平衡。

3) 参考答案：价格的制定一定要考虑顾客对价格的心理反应，一般情况下，降价会给顾客带来许多好处和利益，但是案例中的降价，却引起了顾客的逆反心理。

通常情况下，顾客在接受外部刺激后，按照刺激的方向强度，会做出相应的心理反应，但是有时顾客会做出逆反的心理反应，这是顾客进行反向思维的结果。

降价会引起某些需求档次较高的顾客产生逆反心理反应，他们认为优质的服务质量与一定服务价格有关系，价格下降必然是因为质量下降所致。

所以，酒店不能盲目降价，否则顾客会对酒店的产品和服务产生误解。

本案例中降价之风迫使该酒店推出一系列优惠措施：住一个星期以上打八折优惠，超过两个星期打七折优惠。

但是却引起了李先生的逆反心理，酒店的价格太优惠了，使李先生感到质量没有多大保障。

作为一个商人，李先生对价格不在太在乎，但是度假的机会是很难得的。

因此，他情愿住贵一点的酒店，可以保证度假的日子称心如意。

可见，降价会引起顾客的误会，顾客会认为服务质量也下降了。

所以，酒店不能盲目降价。

案例题1) 分析提示：该服务人员在处理此问题的失误在于：将电脑核查显示的结果张扬出来，特别是对不符合优惠条件的客人，让客人当众难堪，客人一时难以接受，使得不愉快的事情发生。

2) 分析提示：因为此案例中客人已经恼怒，所以值班经理在处理时要注意及时、隐蔽地处理此类争执问题，在保证酒店利益的基础上，可适当地给与客人一些物质或精神补偿。

3) 分析提示：处理类似事件时应按以下几点进行。

总台服务人员如果自我权限处理不了，要注意及时报告上级。

编辑推荐

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>