

论酒店管理与服务中的创新

陈燕加

(广州城建技工学校, 广东 广州 510900)

摘要: 随着人们生活水平的提高, 人们对于酒店的服务水平提出了较高的要求。各个酒店之间为了更好地满足人民的需求一方面需提升本酒店的竞争力, 另一方面要对现阶段的酒店管理模式进行改革创新, 真正在同行之间形成相应的竞争优势, 提升本酒店的综合管理水平。在具体的论述中, 笔者注重从酒店管理与服务创新的重要性、阻碍酒店管理与服务创新的因素, 以及开展酒店管理与服务创新策略三个角度论述。

关键词: 酒店管理; 管理模式; 创新策略

如何真正在各个酒店之间的竞争中获取优势的地位、为顾客提供更为优质的服务、增强本酒店的综合竞争力成为各个酒店领导重点思考的问题。在本文的论述中, 笔者注重结合酒店现状, 提出针对性的策略, 旨在推动酒店行业的发展。

一、酒店管理与服务创新的重要性

(一) 推动酒店品牌的树立和形象的推广

服务业的金钥匙是形象和品牌。为了让本酒店行业立足于市场酒店行业, 酒店管理人员需要重视酒店品牌的树立和形象的推广。为此, 酒店管理人员一方面需要提升自身的服务质量, 另一方面需要加强对相关人员进行管理, 让他们树立较高水平的服务意识, 充分发挥管理和人员之间的合力, 为顾客打造良好的服务, 让顾客成为品牌宣传的“活的广告”, 促进酒店品牌的树立和形象的推广, 提升整体的酒店管理水平。

(二) 提升客户的满意度, 拓展企业的盈利空间

随着人民生活水平的提高, 人们对于酒店的服务质量提出了更高的要求。为了适应这种要求, 酒店管理者需要提供让客户满意的服务, 真正让客户青睐和认可, 从而进行重复消费提升酒店的利润。为了达到这种目的, 在具体的酒店管理过程中, 酒店管理者可以构建相应的客户满意回馈调查, 结合客户的意见进行相应的酒店管理调整, 真正打造适应客户需求的酒店管理模式, 提升客户的满意度, 拓展本酒店的盈利空间。

(三) 让酒店处于优势的市场地位

随着市场经济的不断完善和发展, 各个酒店管理之间的竞争日益强烈。为了让本酒店处于有利优势地位, 酒店管理者需要进行相应的酒店管理创新, 真正打造属于本酒店独有的管理模式, 增强本酒店的品牌效应, 真正让客户感受到本酒店服务的高质量以及贴心性, 提升本酒店的综合服务水平, 真正在各个酒店行业之间的竞争中处于优势地位, 提高整体的酒店管理竞争力。

二、阻碍酒店管理与服务创新的因素

(一) 文化创新出现雷同性

文化是一个酒店的灵魂, 既影响着酒店服务人员的思想和行

为, 也对酒店的品牌树立有着相应的作用。在现阶段的酒店文化中, 笔者发现很多酒店的文化创新力不足, 他们没有形成具有本酒店特色的文化框架, 常常出现与其他酒店文化进行雷同的状况, 从而导致本酒店没有特色, 造成在与同行酒店竞争中文化供应力不足的状况。

(二) 制度管理缺乏针对性

在酒店管理的制度制定中, 部分酒店领导常常引用先进的酒店管理模式, 并未真正结合本酒店的实际状况以及当地的酒店市场规律, 进行相应酒店管理制度调整, 从而导致具体的酒店制度不适用本酒店的发展状况。与此同时, 部分酒店管理者在制度的制定过程中, 并未听取酒店各个管理层的意见, 常常采用一言堂的方式制定相应的制度, 从而导致相应的酒店管理缺乏活力性弹性, 造成整体的酒店管理效率低下的状况。

(三) 酒店个性化服务缺失

随着我国经济的发展, 高档型酒店的竞争日益激烈, 并在竞争的过程中树立具有个人特性的品牌, 从而在同类酒店的竞争中处于有利地位。然而, 在实际的销量个性化服务中, 笔者发现: 部分酒店并未真正重视提供个性化服务, 尤其是一些细微的服务, 即贴近顾客内心的服务, 从而导致酒店服务存在趋同性, 这也体现出酒店服务缺乏创新性的问题。

三、开展酒店管理与服务创新策略

(一) 构建双重性的文化创新体系

文化创新主要体现在三个层次, 最表面是物质文化和服务文化; 较深层次文化是管理文化; 深层次文化是精神文化。这三个文化逐步构成酒店的文化体系, 促进相应文化的发展, 形成具有本酒店特色的品牌文化。为了让三个文化更具有活力, 在具体执行的过程中, 酒店领导可以立足于如下两点入手,

第一点, 让员工成为文化创造的主体。酒店员工通过在酒店工作获取相应的经济来源, 作为酒店管理者, 一方面需要关注酒店员工的需求, 另一方面需要为他们提供创造性的空间, 使他们真正将酒店看成是自己的家, 并在与客户的接触中了解本酒店在

服务过程中出现的问题,从而适时地向上级汇报。与此同时,酒店管理者可以根据客酒店员工的反映的问题,进行相应的酒店文化创新,在肯定员工想法的基础上进行相应的文化改革,增强本酒店文化的生命力。

第二点,将文化成为员工的一种思想。酒店管理者在进行相应的文化创新中应当真正让酒店员工认识到文化的重要性,并在思想上认同,在行为上落实。更为重要的是,酒店管理者可以通过开展酒店文化学习、理念沟通、榜样学习等方式,真正让文化渗透到每一个员工的心中,让每一个员工真正在具体的行动中落实相应的文化,赢得广大顾客的信赖,提升本企业的服务质量。

(二) 构建到金字塔式的酒店管理制度模式

制度的意义在于执行制度位于酒店,员工的行动提供了方向,为此酒店管理者需要真正重视酒店制度的创新,从而以具体的行为规范思想约束对酒店员工实行针对性地管理,提升他们的服务意识,服务水平打造具有本酒店特色的服务启示在具体的制度制定过程中,酒店管理者可以从如下的角度入手第一,树立正确的酒店制度管理意识,酒店管理者需要破除从自身的角度进行相应制度设立的狭隘想法,真正从更为多元的角度入手,比如酒店,员工,顾客等多个角度入手,设置相应的酒店管理制度。第二,酒店管理者需要与员工进行沟通,真正走入酒店员工的工作过程中发现具体制度在员工执行过程中存在的问题,从而进行针对性的调整,第三酒店管理者应注重将酒店员工放在管理层的位置,既让员工真正把酒店当成自己的加让他们在从管理者的角度思考,个人在酒店服务过程中出现的问题,并将这些问题反馈给管理者,从而真正在倒三角的管理模式中发现具体工作中存在的问题,从而制定行之有效的策略,提升整体管理制度的有效性

(三) 构建个性化的服务体制

服务具有三种境界,境界一是酒店管理,员工让客户满意,解决客户提出的相应的要求。境界二是给客户惊喜,酒店管理人员通过提供额外服务的方式,让客户感觉到关心,使他们获得惊喜。境界三,让客户感动。酒店员工需要观察顾客在酒店中的状况,并及时给予相应的帮助,真正在提供酒店服务之外的服务中,让他们在享受服务的过程中获得感动。为了真正让更多的客户获得满意度的提升,酒店管理者在具体的落实中可以从如下的三个角度入手:第一个角度,构建多样化的服务模式。因为客户的多样化导致客户需求的多样性。对此,酒店管理者需要提供多样化的酒店管理服务,即根据客户的需求提供多种服务项目,比如情感服务、有声服务等,以静态服务为例。有些客户在做沙发的时候喜欢用靠枕。针对这种状况,酒店管理者可以在每一个酒店设置相应的靠枕,满足个别客户的要求。这两个方式是健全客户的档案,通过学习市场营销学理论,酒店管理者只有真正把握了客户的需求,才能针对客户的需求提供更为高效的服务。为了了解

客户,酒店管理者可以构建相应的客户档案,即收集客户的各项资料,比如他们的爱好饮食习惯等等。在此之后,酒店管理者可以运用计算机进行相应客户数据的整理和开发,真正了解客户的消费需求,从而在日后日日后的服务过程中结合相应的数据档案,为客户提供更为周全的服务,让客户感受到服务质量的体贴性和人性化。比如针对有些客户统计客户的身份证信息,酒店可以定期在客户生日的时候发送相应的短信,或是寄送相应的生日礼物,真正让客户感受到酒店的关心,使他们对酒店的服务产生更强的依赖感,提升酒店的服务水平。

(四) 引进优质的管理人才

在引进优质的管理人才方面,酒店领导可以从提升人才的待遇、建立完善的激励和晋升机制、培训体制着力,打造良好的人才培育引入机制,并将更为优秀的人才引入到酒店管理过程中,促进酒店管理模式的创新。在人才引入方面,酒店管理者一方面可以提高引入人才的工资待遇,真正激发他们的为公司服务的热情,使他们更为积极地投入到相应的酒店管理制度的创新中,提升本酒店的服务质量。在相应奖励和晋升机制的制定中,酒店管理者需要制定明确的激励机制以及工作晋升标准,真正让本酒店的优质人才获得相应的发展空间,使他们真正在酒店管理的服务中,解放思想、实事求是,发挥思维的创造性和主观能动性,使他们进行相应管理制度模式的创新,提升本酒店的管理水平。在人才的培训方面,酒店管理者需要真正珍惜人才,培养人才,构建相应的人才培训体制,将更为优秀的人才引入到体制培训中,使他们在接受培训的同时,从更为宏观的角度了解服务行业,并从微观的角度立足于本企业的状况,从而创造性地制定相应的管理策略,促进本酒店管理质量的提升。

总而言之,创新是树立企业品牌,提升企业综合服务水平的重要方式。酒店管理者需要真正树立创新意识,并结合酒店市场整体发展的趋势,立足于本酒店的实际发展状况,不断在创新制度、文化体制的过程中优化企业自身的综合管理水平,真正构建具有弹性化、时效性、延展性的酒店管理模式,推动酒店管理的良性发展,提升本酒店的综合竞争水平。

参考文献:

- [1] 兰霞. 酒店管理与服务中的创新研究 [J]. 中国外资, 2020 (06).
- [2] 张莹. 网络化时代酒店管理与服务创新研究 [J]. 中国市场, 2019 (09).
- [3] 王家祥. 酒店管理服务存在的问题及创新改革研究 [J]. 上海商业, 2019 (05).
- [4] 蔡贺. 酒店管理与服务中的创新研究 [J]. 商讯, 2020 (20).