

<<现代酒店服务质量管理>>

图书基本信息

书名：<<现代酒店服务质量管理>>

13位ISBN编号：9787301051375

10位ISBN编号：7301051379

出版时间：2009-7

出版时间：北京大学出版社

作者：张玉玲 编

页数：298

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>

<<现代酒店服务质量管理>>

前言

质量是企业的生命，是企业永恒的主题，也是企业核心竞争力的基础。

许多有关质量管理专业的书籍几乎大同小异，而让我感触最深的是由几位用自己实际工作的经历与切身体验，专为酒店质量管理与服务专业编著了实用性较强的这本专业参考书的编者。

她们有的担任饭店经营管理工作，有的担任培训师，还有的是学院教授。

虽然职业不同，但她们有一点共识，那就是要写出一本新颖、实操性强、案例引入式的酒店服务质量专业书籍，以求解决同业的认识和实践问题。

她们凭借酒店质量管理工作深厚的理论研究与实际操作的经验，潜心撰写了此书。

它对于指导和系统化酒店管理人员的质量管理思路，有着较强的指导作用，对于旅游饭店从业人员有着很好的参考价值。

通过本书的学习和使用，将有助于读者认识知识经济时代酒店质量管理的内涵、特点及其方式；有助于酒店改善管理；有助于酒店管理者增强技术创新能力，提高产品及服务质量的竞争力；有助于全面提升酒店管理者的职业修养与员工的质量意识。

值得一提的是，本书以理论指导、案例引导、方法主导，紧紧围绕着质量管理工作的实际操作，注重理论与应用并举，可读、可用、可借鉴性较强。

书中从质量管理中最为关键的——如何建立有效的质量管理体系、如何与时俱进的运行质量管理工作、如何建立一支高质量管理团队，到如何运用质量评价方法对产品质量进行审核、实施认证、检验与分析、合理控制质量成本、在质量管理中有效发挥领导者的作用等方面深入浅出的提供了参考思路，以便于旅游饭店业质量管理工作者遇到问题时可按书索骥，找到适合自己的解决方案，得到最新启示。

。

<<现代酒店服务质量管理>>

内容概要

《现代酒店服务质量管理》是由学院派的理论研究者与实业派的职业经理人经过几年的努力共同完成的一部著作。

全书共分13章。

主要介绍了管理大师们对质量管理的相关论述；酒店的性质与特点；酒店服务质量标准；提高酒店服务质量应该树立的理念；酒店服务质量管理的运行；领导在酒店服务质量管理中的作用；学习与创新；提高酒店服务质量的思路、模式与工具等。

本书的特点是重在实用和适用，力求通过阐述使酒店服务质量管理是酒店管理的核心这一理念获得读者的认同，并在此前提下为酒店的管理者和一线服务人员提供通俗易懂的理论和简单易行的提高服务质量的工具。

这本书不仅可以作为酒店从业人员的阅读材料，也适合作为大学本、专科学生的教材。

<<现代酒店服务质量管理>>

作者简介

张玉玲，女，1963年1月生，高级工商管理硕士研究生。

历任行政管理、群团工作、服务与旅游企业管理等领导岗位。

现任北京新北方旅游产业发展有限公司董事 / 总经理，兼任北京新旅佳苑国际酒店管理有限责任公司与北京北方佳苑饭店董事长 / 总经理。

从事旅游与酒店业综合经营与

<<现代酒店服务质量管理>>

书籍目录

- 第一篇 基础篇 第一章 有关质量的追溯和综述 第一节 开启质量管理先河的人 一、关于戴明 二、关于朱兰 第二节 质量大师, 各领风骚 一、科学管理与早期质量课题 二、日本质量管理学家的贡献 第三节 ISO9000标准与六西格玛的管理文化 一、ISO9000系列国际质量管理标准问世 二、六西格玛的管理文化 三、ISO9000标准与六西格玛管理的关系 第四节 与质量相关的概念 一、质量及其特性 二、产品、顾客及顾客满意 三、什么是服务 四、酒店服务质量概念 第二章 当代酒店的卓越追求 第一节 六西格玛概念的界定 一、六西格玛 二、六西格玛质量 三、六西格玛管理 第二节 酒店实施六西格玛的可行性 一、酒店业普遍存在的质量问题 二、六西格玛管理工具在酒店业质量管理方面的作用 第三节 六西格玛管理在酒店业的实施 一、酒店实施六西格玛管理法的前提 二、六西格玛管理过程中的改进模式——DMAIC 三、六西格玛在酒店业实施成功的评价指标 第四节 在酒店业推行六西格玛的须知 一、从小处入手 二、关注数据和事实材料 三、分析流程, 遵循DMAIC实施过程 第五节 六西格玛在酒店业推广的局限 第六节 在国内业界推广六西格玛任重道远 第三章 天下来宾, 来者上宾——酒店服务质量 第一节 酒店高职业化产品 第二节 酒店质量概念 第三节 酒店服务质量的标准及其重要性 一、酒店的服务标准 二、服务标准的作用 第四节 酒店服务质量管理及其特点 一、酒店服务质量管理的内涵 二、酒店服务的全面质量管理 三、酒店服务质量管理的特点 第五节 全面质量管理的成功范例——里兹·卡尔顿饭店公司 一、里兹·卡尔顿饭店公司全面质量管理的指导方针 (Five Tenets of Total Quality Management) 二、里兹·卡尔顿饭店公司全面质量管理最重要的黄金标准 (The Ritz-Carlton “Gold Standards”) 三、全面质量管理的成功秘诀 第二篇 理念篇 第四章 质量是旅程 第一节 质量是持续的过程 一、用过程的方法进行质量管理 二、用系统的方法进行质量管理 三、质量管理不是运动 第二节 质量体系健康运行的指导原则 一、质量体系健康运行的基本要求 二、全面质量管理的有关原则 三、美国马尔科姆·鲍德里奇的核心价值观 四、质量体系管理的实施 第五章 质量管理领导是关键 第一节 思想高度决定管理高度 一、质量观 二、人性观 三、领导观 第二节 目标正确是最大的质量 一、做正确的事 二、目标是要实现的 三、让企业目标变成员工自己的目标 第三节 质量管理中80%的领导作用 一、领导就是带领和引导 二、领导者的人格魅力 三、领导行为与技巧 第六章 超越宾客需求——现代酒店优质服务 第一节 顾客价值 一、顾客的现在价值与将来价值 二、顾客期望和顾客不满意的代价 第二节 员工价值 一、员工价值的现在与将来 二、员工的期望 三、员工不满意的代价 第三节 不断满足和超越内外顾客的需要 一、追求顾客和员工全面满意从转变观念做起 二、提高顾客满意度的策略 三、提高员工满意度的策略 四、结论 第三篇 标准篇 第七章 酒店质量管理体系的建立 第一节 目标战略 一、质量管理体系建立的需求 二、质量管理体系的特点 三、质量管理体系的发展与推广 第二节 解读体系 一、了解质量管理体系 二、如何建立质量管理体系 三、质量管理体系内容分解 第三节 标准与标准化 一、饭店质量管理规范 二、饭店服务质量标准 三、饭店质量管理标准化 第八章 酒店质量管理体系的运行 第一节 把握提升宾客满意的“手柄” 一、理解和认识“关键时刻” 二、从内部关键时刻到“我能行” 第二节 实践中的PDCA循环质量管理法 一、按PDCA循环实施饭店质量管理 二、PDCA循环的四个阶段、八个步骤在饭店的运用 第三节 酒店质量管理体系运行的制胜之路 一、质量管理体系有关基本术语 二、质量管理体系运行中的八大原则 三、饭店质量管理体系运行的步骤 四、质量管理体系过程控制方法 第九章 酒店质量管理评价模型 第一节 因果分析法与ABC分析法 一、因果分析法 二、ABC分析法 第二节 差距分析模型 第三节 SERVQUAL评价模型 第四节 Q矩阵评价模型 第五节 基于心理学判断标准的比较评价模型 第四篇 实施篇 第十章 组织保证 第一节 建立质量型服务文化 一、质量文化及其作用 二、质量文化的构成要素 三、构建服务导向型组织机构 第二节 服务标准与服务过程的蓝图化 一、顾客驱动型服务标准的设计与制定 二、应用服务蓝图提

<<现代酒店服务质量管理>>

高服务传递质量 第三节 改善人力资源管理 一、员工招聘 二、员工培训 三、授权于员工 四、以激励增进员工满意 第四节 建立高素质质量团队 一、共识为先——企业文化对质量团队的影响 二、高素质质量团队的特质 三、雇佣适合你文化的人 四、组织体系 五、建立高素质质量团队的制约因素 第五节 提高质量团队的效率 一、影响质量团队效率的因素 二、提高质量团队效率的办法 三、实现质量团队的自我控制是未来的目标 第十一章 有效沟通 第一节 有效沟通酒店是一盘棋 一、信息沟通的障碍 二、有效沟通的原则 三、纵横交错的沟通网络 四、方便沟通的技巧 第二节 沟通从抱怨与冲突开始 一、抱怨是不满的发泄,更是财富 二、冲突是一种客观存在 第三节 在沟通中利用和化解冲突 一、冲突原因分析 二、制造和利用建设性冲突 三、预防和化解破坏性冲突 第十二章 迈向高质量的阶梯——学习与创新 第一节 进步靠学习 发展靠创新 一、组织的全面修炼 二、增强免疫力 三、提高应变力 第二节 组织的学习——学习型团队的建设 一、学习型团队的打造 二、领导角色转换 三、建立一种学习文化 四、无边界的学习 第三节 个人的学习——职业生涯规划 一、企业要对员工真正负责 二、职业生涯规划是企业与员工的双向承诺 三、学习要有针对性 第四节 创新 一、创新思路的提出 二、该创新的不仅是产品 三、进行创新的工具 第十三章 酒店服务质量的精细管理——思路、模式、工具 一、质量动员范本 二、质量管理方案范本 三、宾客意见统计表 四、宾客信息反馈表 五、纠正或预防措施处理单 六、案例解析范本 七、内审员月评估表 八、内审员职责和工作内容 九、饭店质量管理与服务标准检查表附录参考文献

<<现代酒店服务质量管理>>

章节摘录

插图：三、酒店服务质量管理的特点现代化酒店服务质量管理中的质量概念是一个完整的，有机的整体概念，它具有系统性，全面性的特征。

酒店要用系统论的思想与方法来认识，处理质量问题，不能仅限于结果，而要全面抓过程控制、工作质量以保证服务产品质量。

酒店的质量管理不仅是进行质量把关，防止向客人提供不合格的服务，还要做好质量的过程控制，力争确保服务的每一个环节都无差错，预防不合格的服务产生。

酒店质量工作的行为，不能只是少数职能部门、职能人员的行为，而应该成为整个企业全员参加的总体行为。

酒店质量工作的指导思想，不能停留在对质量的“治标”层面上，而应确立“标”、“本”兼治，狠抓根本的方针。

1.酒店服务质量管理的综合性与生产单一产品的工业企业不同，酒店的产品呈多样性。

这些产品既涵盖了衣食住行这种人们日常生活的最为基本的内容，同时也包括办公、通信、娱乐、休闲等更高层面的活动。

所以，有人曾以“一个独立的小社会”来形容酒店。

酒店产品的这种多样性的特点，决定了在质量管理的过程中要面面俱到，不能够有所疏漏，酒店的服务质量应该有自己的强项和特色，但不能够有明显的弱项和不足。

否则，就要影响服务质量的整体水平。

2.宾客对服务质量认定的主观性和一次性尽管基本上酒店自身的服务质量水平是一个客观的存在，但是由于可以理解的原因，客人对它的认定很可能带有一定的，或是较大的主观成分。

我们不能够无视客人对酒店服务质量的认定，否则，就会逐步地失去市场。

我们也没有理由要求客人必须对酒店的服务质量作出与客观实际相一致的评价，这实际上是根本办不到的。

我们更不应该去指责客人对酒店的服务质量的评价存在偏见，尽管这种“偏见”时有发生。

相反，我们必须有意识地用实际的行动去引导客人，影响客人或是去改变客人。

客人对酒店服务质量认定上的主观性往往来源于其对酒店服务质量认定的一次性，而这种一次性更多地表现为初次性，即第一次的印象。

第一次有了良好的印象，即便日后小有不陕，仍可予以谅解；初试不爽，日后弥补也难，而且很可能由此而失去了补救的机会。

如一个客人在酒店全过程（即办理入住手续、在店消费等）均没有问题，但在结账时，因新员工上岗操作不熟练，又没有“师傅”带班，造成客人结账用了15分钟，结果客人大为不满。

所以在某种程度上可以认为“酒店的无形服务没有较好和较差之分，只有好的和差的结果”。

<<现代酒店服务质量管理>>

编辑推荐

《现代酒店服务质量管理》：21世纪全国高校应用人才培养旅游类规划教材。

<<现代酒店服务质量管理>>

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>