# 酒店员工工作计划书 酒店员工工作计划(精选8篇)

来源：网络 作者：轻吟低唱 更新时间：2024-05-26

*光阴的迅速，一眨眼就过去了，成绩已属于过去，新一轮的工作即将来临，写好计划才不会让我们努力的时候迷失方向哦。怎样写计划才更能起到其作用呢？计划应该怎么制定呢？以下是小编收集整理的工作计划书范文，仅供参考，希望能够帮助到大家。酒店员工工作计划...*

光阴的迅速，一眨眼就过去了，成绩已属于过去，新一轮的工作即将来临，写好计划才不会让我们努力的时候迷失方向哦。怎样写计划才更能起到其作用呢？计划应该怎么制定呢？以下是小编收集整理的工作计划书范文，仅供参考，希望能够帮助到大家。

**酒店员工工作计划书篇一**

为了加强管理，增强员工的安全意识和服务理念，进一步提高员工的安全防范能力和服务水平，20\_\_年要在酒店总经理的领导下，围绕酒店的总体目标，认真贯彻“安全第一、预防为主”和“内紧外松”的工作方针，始终坚持“群防群治”和“人防技防相结合”的工作路线，全面推行“谁主管、谁负责”的安全责任制，积极做好酒店的安全防范工作，维护酒店的治安秩序，力争达到“让客人完全满意”的服务目标，为酒店创造良好的经营管理环境。

建立目标管理责任制，层层分解落实工作任务，有效地解决干与不干、干好与干坏都一样的被动局面，起到鼓励先进、鞭策后进的作用。制定全年工作目标，将各项任务分解落实到各班组及员工，使人人有目标、有任务，个个有压力、有动力。

首先、做好思想工作，加强业务培训，培养员工吃苦耐劳和爱店如家的思想。各级管理人员要融入队员中，和队员一起训练，以便发现问题，有针对性地解决问题。其次、增强服务意识，提高为客服务能力。在工作中要尊重客人，主动向客人打招呼，主动礼让。再忙也不能怠慢客人、忽视客人，必须用心服务，注重细节，追求完美。第三，必须注重策略，理解客人，尊重客人。对待客人的无理要求或无端指责，要采取引导和感化的方法，不能和客人发生正面冲突。教育员工从心里明白我们所做的一切，都是为了客人的满意。

首先，根据公安、消防部门的要求，充分发挥保安部的职能作用，严格管理，严格要求，切实落实好各项安全防范措施，保证酒店的正常秩序。其次，加强与公安、消防部门的沟通，协助酒店把好用人关，进一步净化酒店的治安环境。及时消除各种不安全隐患，有效的遏制各类事故的发生，确保酒店各项消防工作安全顺利。

首先、完善维保制度，明确维保责任。根据不同设备、不同区域，明确维保责任和工作流程，确保设备处处有人管，件件有人护。其次、制定具体的维护保养计划，确保设备在规定的时间内能得到维护保养。第三、执行正确的维护保养技术标准，以技术参数为核心准确的反映设施设备的运行状态和维护保养的情况，整体提高维护保养的水平。第四、加强消防检查人员的业务素质和业务水平，凭借过硬的业务技能，保证设施设备维护工作的有序进行。

广泛开展消防安全宣传教育，利用大家喜闻乐见的形式开展消防宣传活动，普及消防知识，对具有典型教育意义的案例，要及时对业主单位进行报道，形成互动，使大家充分认识火灾的危害性，增强做好消防安全工作的自觉性。

总之，我们要通过不断深化管理，培育新时代的职业精神，激励广大保安员继续坚持自我加压、奋发有为的精神面貌，高标准、严要求，把敢闯敢试的精神和求真务实的科学态度结合起来，努力打造一个高效、务实、文明的xx新形象。开拓新思路，大胆改革，完成好创收任务，为xx的发展做好保驾护航的工作。

**酒店员工工作计划书篇二**

1、了解厨房所使用原材料的涨发率及净料率，同时了解原材料在厨房的使用情况。做好购进原料的质量验收与督促工作，保证食品原料的质量。

2、不定时的，对厨房食品原料使用情况进行调查。并抽查干货原材料的净料率或涨发率，做到算得出，管得住。以防由于厨房人员技术不同而造成食品原的出品率过低，影响酒店的利益。

4、安排好工作时间，做好日常工作。根据每天的工作情制定工作计划，以防为找事情做而找事的事情发生。

5、一周一书面汇报，做到不漏报不瞒报。并且对汇报内容就行详细数据分析，以便于更好的为下一步工作打好基础。同时留底以便于备忘，为以后的工作开展作好准备！

6、对厨房原料有针对性地盘点，特别是海鲜干货制品，做到一周一盘点，并且生成表格。对于一般原料注意其使用情况，发现问题及时上报。并且做出相应的答复，以保证原料的正常使用。对每天的工作做出小结，并留待好第二天工作的衔接。

7、针对原料的购进与售出，存在若干品种可以论件计算，也就是整进整出。在整进整出的原料品种方面，准备制订出每日售卖盘存表。以便于更准确地了解厨房的成本及其损耗。

8、当月计划如下，做好年货装箱工作，以保证年货准时出库。同时做好高档原材料的盘存工作，以监督厨房物料使用情。防止原料的不正常损失，截流成本降低内部损耗。从而提高酒店餐饮毛利，实现原材料价值的化。

**酒店员工工作计划书篇三**

(1)根据店内实际情况营业额结合公司方针，合理配置前厅和厨咳嗽保节约人员成本，实现一人多岗;一岗多责。

(2)根据历史营业额进行分析，合理预估采购定单，保证菜肴的新鲜，当天采购的蔬菜、豆制品、肉类、海鲜，努力争取做到零库存，节约成本。

(3)加强和培养全体员工节约水、电、煤等安全意的意识;

(1)每天晚上把回收的菜肴做记录，做合理充分的利用。

(2)菜肴的验收、菜肴的加工、制作、半成品、成品、促销，成为一个连接线严格控制每一个环节落实到位。

(3)加强菜肴的培训，菜肴创新，菜肴的促销，菜肴的口味，做到同样的原材料做出多种的烹饪方法。

(4)上菜的量要适中，以保证菜肴的色香味俱全;根据店内的实际客流量及时跟踪，在不同时间段出相应的菜肴，让顾客有多种菜肴的选择机会，便于增加营业额。

(1)每天早晨履行晨会;晨会时间培训礼貌用语及促销技巧。

(2)每周开管理组会议;总结门店经营情况，及培训结果和培训的进展程度，及时地调整培训计划;便于更好的门店经营管理。

(5)每月主持一次员工大会;传达公司的会议精神，及时效的和员工沟通增加员工与管理组的距离。

四、店面管理;

(1)不定时的抽查，加强值班巡视及时处理问题，把问题消灭在萌芽状态;

(2)设备的维护：对使用的工具轻拿轻放，不得野蛮操作，用后及时归位，机器的及时清洗与保养，保证正常运营。

(3)卫生管理：1》店面卫生：桌椅、玻璃、门窗、死角卫生及时清理保证干净清洁。

2》餐具整洁：用过的餐具及时清洗不能出现有污垢油渍的现象，定期对餐具进行消毒处理。

3》个人卫生：勤剪指甲、勤洗澡、勤换衣服，衣装整洁，不能出现有异味现象。

(4)服务：加强培训员工礼貌用语、促销用语、服务用语。

(5)人员管理：执行公司制度、遵守上下班时间，不得串岗，私自离岗。

革命尚未成功，同志还需努力，我相信只有不断的学习，不断的发现，不断的改进，通过坚持不懈地努力，在未来的20xx年，一定能在工作中取得更好的成绩。

**酒店员工工作计划书篇四**

一：培训期间要求工装整齐，人员整齐。

二：培训期间不允许佩带手机/香烟/钥匙以及员工三宝等硬物。

三：培训期间不允许说笑、聊天、乱动、有问题喊报告。

四：培训站位时、要以标准站立姿势站位、站位高到低一字排开。

15分钟：全员形体培训：要求跨立要领{其中考核个别房间价位}

15分钟：贯彻服务员领位礼貌用语。

30分钟：培训人员中提出几名服务员来实际操作领位流程

一、晚上好，欢迎光临黄金北岸。

二、贵宾几位，有预定的房间吗?

三、贵宾您好，订房人贵姓或手机尾号是多少?

四、贵宾您好，为您安排中包可以吗?

五、房间价位348元，这后不开发票278元，您看可以吗?

六、贵宾您好，您的房间这边请，请跟我来。

七、楼层接待贵宾几位!

八、收到谢谢，晚上好，欢迎光临黄金北岸。

九、贵宾您好，您的房间这边请。

十、您的.房间到了，祝您玩的愉快。

**酒店员工工作计划书篇五**

通过电话、发送信息等平台为客户送去我们的祝愿。今年计划在恰当时期召开次大型客户答谢联络会，以加强与客户的感情交流，听取客户意见。

今年营销部将配合酒店整体新的营销体制，重新制订完善20--年市场营销部销售工作计划完成任务及业绩考核管理施行细则，提高营销代表的\'工资待遇，激发、调动营销人员的积极性。

营销代表施行工作日记志，每工作日必须完成拜访两户新客户，三户老客户，四个联络电话的二、三、四工作步骤，以月度营销任务完成情况及工作日记志综合考核营销代表。

督促营销代表，通过各种方式争取团体和散客客户，稳定老客户，发展新客户，并在拜访中及时了解搜集宾客意见及建议，反馈给有关部门及总经理室。

强调团队精神，将部门经理及营销代表的工薪发放与整个部门总任务相结合，强调互相合作，互相帮助，营造一个和谐、积极的工作团体。

接待团体、会议、客户，要做到全程跟踪服务，“全天侯”服务，注意服务形象和仪表，热情周到，针对各类宾客进行特别和有针对性服务，最大限度满意宾客的精神和物质需求。

制作会务活动调查表，向客户征求意见，了解客户的需求，及时调整营销方案。

经常组织部门有关人员搜集，了解旅行业，宾馆，酒店及其相应行业的信息，把握其经营管理和接待服务动向，为酒店总经理室提供全面，真实，及时的信息，以便制定营销决策和灵活的推销方案。

与酒店其他部门接好业务结合工作，密切配合，根据宾客的需求，主动与酒店其他部门密切联系，互相配合，充分发挥酒店整体营销活力，创造最佳效益。

加强与有关宣传新闻媒介等单位的关系，充分利多种广告形式推荐酒店，宣传酒店，努力提高酒店知名度，争取这些公众单位对酒店工作的支持和合作。

**酒店员工工作计划书篇六**

1、区市场分析预测

区近几年来随着市政府、省政府各级机关的办公楼的落成使用，国际会展中心投入使用，附近的高级、豪华住宅区相继交付业主使用，使得本区商业活跃，经济发展迅速，目前酒店业十分看好，在市内，xx区酒店的入住率和平均房价是最高的。现在的情况是高星级酒店较少，只有大富豪大酒店等四家四星级酒店，另一家按五星级酒店标准设计和三家四星级酒店标准设计的酒店最快的可以在 20xx年6月份完工试业，其余为三星级中下档、抵挡饭店、娱乐企业，大约有140家，从市场角度分析，现在中抵挡酒店市场日趋饱和，高星级酒店在两年内竞争不算激烈，可以从容采用各种应对措施稳定客源。

2、竞争对手分析

对于每个酒店来说，每个同档次的酒店都是自己的竞争对手，甚至某些不同档次的酒店也成为潜在竞争对手，但从目前情况看，在区甚至在本市称得上本店的竞争对手的不是在市区的五家五星级酒店，而是附近的四星级大富豪大酒店和没有评星的银座国际公寓会馆。

大富豪大酒店是一家按五星级酒店标准设计的和本酒店同时开业的，评上四星级的高星级酒店。该酒店以前卫的娱乐业和多变的饮食风味，利用互联网进行营销，赢得了本区域豪华住宅区比较富有的商业人士、香港、台湾和南洋华侨华人商人青睐。该酒店的优势在于娱乐业和饮食方面，该饭店被列为竞争对手另一个主要原因是该酒店按五星级标准设计，只是由于试业时期，出现部门之间合作配合不顺畅导致服务质量下降而被评为四星级，现在他们经过整改，经营日趋成熟，市场占有率不断上升，目前正为评五星级而努力，顺利的话，20xx年年底就可以评为五星级的了;他们的不足是太注重娱乐和餐饮业(也是他们的优势)，称不上严格意义的商务酒店，而本区旅游业是以商务活动为主，导致他们客源不稳定，也由于娱乐业和餐饮业容易模仿，酒店要不断对娱乐业和餐饮业进行创新才能保持客源。

银座国际公寓会馆是一家国际知名财团控股的商务型国际公寓，虽然没有参加评星，但其按五星级标准设计的商务套间，拥有十万多平米高级写字楼，商务设施一应齐全，类似于有家的感觉的长住型饭店，却兼有完善的商务作用，该公寓除了拥有国内外30多家国内外知名企业进驻外，在散客方面很博得西方商务客人的欢心，因此，在商务方面，银座国际公寓牢牢掌握着一部分成功的事业型客人，原因是这部分客人偏执于工作，对于娱乐和饮食方面却不讲究，独立自主惯了，有一个完善的服务环境就很符合他们的心意了。他们的优势是商务服务周全，家居式公寓服务体贴入微，他们的不足是缺乏娱乐恶化餐饮方面的服务，加之上帝式的服务标准化缺乏一种亲切感，使人如住后有一种莫名的压抑感，不符合中国人的生活习惯，至少会缺少本市政界和政界相关客人。

3、本酒店竞争能力分析

本酒店的优势：现今是区唯一的五星级酒店，在品牌和档次上就有一定的独占性和排他性，拥有庞大的高级、豪华商务活动场所和完善的商务服务，可以招揽到商务、展览、学术会议方面的顾客;拥有齐全的高档娱乐餐饮场所，可以招徕商界、政界、文化界等各界宴请和高级、豪华住宅区的客人;由于政府微妙关系，吸引了31家国内外知名企业进驻。此外，酒店营造的龙文化特色氛围很获得政界人士、商界名士、海内外华人华侨的认同。

酒店不足：高处不胜寒，有些散客对酒店有一种畏惧心理而不敢入住，而我们的宗旨是\"让每一位顾客慕名而来，满意而归\"，在公关上陷入了托大误区;在娱乐和餐饮上项目虽精品不少，但创新不多、更新不快，在与大富豪大酒店竞争中，在价位和项目创新上处于劣势;在商务方面，本酒店虽然服务设施完善，但在宣传方面，却不能体现出来，在广告策划上没有反映出我们的品牌和优势，在与银座常住型客户竞争上处于守势。

4、销售模型制定

为使销售过程与销售小组活动的关系正常化，制定顾客发展模型，对顾客进行销售前研究，以收集并预测顾客愿望，分析其销售潜能;然后探索和分析其特定需求，进行个性化销售宣传，决定竞争者类型及范围;接下来制定满足目标顾客需求的明确的协议书，以得到顾客的认同;第四步是实施具体策略营销，尝试添加满足或超越顾客需求的增值产品或服务;第五步，随时追踪监控服务反馈信息，保证顾客满意最大化;最后是了解时尚趋势，精心研究客户未来需求以保持和扩大伙伴关系。

5、20xx年本酒店客源预测

20xx年稳定客源依然是政府部门关系户，酒店写字楼长租户，回国观光华人华侨，参加商业、贸易会展的商务客人和各种各类会议客人，这部分客源稳有 70%以上;机会客源，节假日、节庆日本市重要企业举行的庆功会和庆祝会，附近高级、豪华住宅小区住户举行的各种宴请，三个黄金周的旅游者，这种客源占到 15%;潜在客源是换了口味，改变观念的其他酒店的客人(包括市市区酒店的)，根据过去经验，大约有10%。这就是酒店几年入住率来一直达到95%以上的原因，因为5%用于控房调剂。

1、20xx年本酒店市场定位

我们的定位是走e-hotel智能酒店的道路。什么是智能型商务酒店呢?众所周知，从事商务活动的人士对于互联网的依赖性越来越强，对于酒店在这方面要提供的服务要求也越来越高。目前，在这一方面我店跟其他的竞争酒店在功能方面并没有突出优势。我们跟其他竞争对手所能提供给客户的互联网的服务仅限于客房的宽带接入，然而人家除了这方面之外，在娱乐和餐饮方面都比我们强。要争取竞争优势，我们只能在商务服务方面做一个更深层次的提高。其实，智能型e-hotel，除了宽带之外，还应包括无线宽带上网、大容量的免费邮箱的提供、店内无线电话的使用、网上实时查询、预订、每个客房,甚至酒吧、酒廊、餐厅都有配备供客人上网工作的电脑，而这些恰好是所谓的商务型的我们的竞争对手所不具备的。我们酒店开创了本区星级酒店的先河，我们曾是本区酒店业的龙头，但正如美国一样，随着西欧、日本的崛起，冷战过后俄罗斯还有一定实力，中国和平崛起，世界格局出现了多极化，它还保着超级大国的地位，影响力却大大降低了，随着众多酒店的出现，我们的所谓龙头的地位和影响力大大降低了。所以我们必须抱着敢于创新的态度，用国际性的商务型酒店的理念来重新打造我们的酒店，我们要做本区一流的智能化商务型酒店，只有这样才能保证我店在本区龙头酒店的地位。

2、20xx年本酒店营销目标

20xx年我店的主要目标市场应确立为商务市场为主导(包括商务散客、商务会议、宴会)，旅游市场为辅。商务市场的开发，我们必须着力拓展商务会议团队，不但只是附近地区的，而且要把触角发展到其他省区和国际上的，提高酒店的知名度和美誉度，把酒店打造成为国内外知名商务品牌。努力扩大和保持现有的政府部门关系户，酒店写字楼长租户，回国观光华人华侨，参加商业、贸易会展的商务客人和各种各类会议客人，保持顾客的忠诚度，为今后五年内竞争打下基础。

**酒店员工工作计划书篇七**

1、区市场分析预测

区近几年来随着市政府、省政府各级机关的办公楼的\'落成使用，国际会展中心投入使用，附近的高级、豪华住宅区相继交付业主使用，使得本区商业活跃，经济发展迅速，目前酒店业十分看好，在市内，xx区酒店的入住率和平均房价是最高的。现在的情况是高星级酒店较少，只有大富豪大酒店等四家四星级酒店，另一家按五星级酒店标准设计和三家四星级酒店标准设计的酒店最快的可以在 20xx年6月份完工试业，其余为三星级中下档、抵挡饭店、娱乐企业，大约有140家，从市场角度分析，现在中抵挡酒店市场日趋饱和，高星级酒店在两年内竞争不算激烈，可以从容采用各种应对措施稳定客源。

2、竞争对手分析

对于每个酒店来说，每个同档次的酒店都是自己的竞争对手，甚至某些不同档次的酒店也成为潜在竞争对手，但从目前情况看，在区甚至在本市称得上本店的竞争对手的不是在市区的五家五星级酒店，而是附近的四星级大富豪大酒店和没有评星的银座国际公寓会馆。

大富豪大酒店是一家按五星级酒店标准设计的和本酒店同时开业的，评上四星级的高星级酒店。该酒店以前卫的娱乐业和多变的饮食风味，利用互联网进行营销，赢得了本区域豪华住宅区比较富有的商业人士、香港、台湾和南洋华侨华人商人青睐。该酒店的优势在于娱乐业和饮食方面，该饭店被列为竞争对手另一个主要原因是该酒店按五星级标准设计，只是由于试业时期，出现部门之间合作配合不顺畅导致服务质量下降而被评为四星级，现在他们经过整改，经营日趋成熟，市场占有率不断上升，目前正为评五星级而努力，顺利的话，20xx年年底就可以评为五星级的了;他们的不足是太注重娱乐和餐饮业(也是他们的优势)，称不上严格意义的商务酒店，而本区旅游业是以商务活动为主，导致他们客源不稳定，也由于娱乐业和餐饮业容易模仿，酒店要不断对娱乐业和餐饮业进行创新才能保持客源。

银座国际公寓会馆是一家国际知名财团控股的商务型国际公寓，虽然没有参加评星，但其按五星级标准设计的商务套间，拥有十万多平米高级写字楼，商务设施一应齐全，类似于有家的感觉的长住型饭店，却兼有完善的商务作用，该公寓除了拥有国内外30多家国内外知名企业进驻外，在散客方面很博得西方商务客人的欢心，因此，在商务方面，银座国际公寓牢牢掌握着一部分成功的事业型客人，原因是这部分客人偏执于工作，对于娱乐和饮食方面却不讲究，独立自主惯了，有一个完善的服务环境就很符合他们的心意了。他们的优势是商务服务周全，家居式公寓服务体贴入微，他们的不足是缺乏娱乐恶化餐饮方面的服务，加之上帝式的服务标准化缺乏一种亲切感，使人如住后有一种莫名的压抑感，不符合中国人的生活习惯，至少会缺少本市政界和政界相关客人。

3、本酒店竞争能力分析

本酒店的优势：现今是区唯一的五星级酒店，在品牌和档次上就有一定的独占性和排他性，拥有庞大的高级、豪华商务活动场所和完善的商务服务，可以招揽到商务、展览、学术会议方面的顾客;拥有齐全的高档娱乐餐饮场所，可以招徕商界、政界、文化界等各界宴请和高级、豪华住宅区的客人;由于政府微妙关系，吸引了31家国内外知名企业进驻。此外，酒店营造的龙文化特色氛围很获得政界人士、商界名士、海内外华人华侨的认同。

酒店不足：高处不胜寒，有些散客对酒店有一种畏惧心理而不敢入住，而我们的宗旨是\"让每一位顾客慕名而来，满意而归\"，在公关上陷入了托大误区;在娱乐和餐饮上项目虽精品不少，但创新不多、更新不快，在与大富豪大酒店竞争中，在价位和项目创新上处于劣势;在商务方面，本酒店虽然服务设施完善，但在宣传方面，却不能体现出来，在广告策划上没有反映出我们的品牌和优势，在与银座常住型客户竞争上处于守势。

4、销售模型制定

为使销售过程与销售小组活动的关系正常化，制定顾客发展模型，对顾客进行销售前研究，以收集并预测顾客愿望，分析其销售潜能;然后探索和分析其特定需求，进行个性化销售宣传，决定竞争者类型及范围;接下来制定满足目标顾客需求的明确的协议书，以得到顾客的认同;第四步是实施具体策略营销，尝试添加满足或超越顾客需求的增值产品或服务;第五步，随时追踪监控服务反馈信息，保证顾客满意最大化;最后是了解时尚趋势，精心研究客户未来需求以保持和扩大伙伴关系。

5、20xx年本酒店客源预测

20xx年稳定客源依然是政府部门关系户，酒店写字楼长租户，回国观光华人华侨，参加商业、贸易会展的商务客人和各种各类会议客人，这部分客源稳有 70%以上;机会客源，节假日、节庆日本市重要企业举行的庆功会和庆祝会，附近高级、豪华住宅小区住户举行的各种宴请，三个黄金周的旅游者，这种客源占到 15%;潜在客源是换了口味，改变观念的其他酒店的客人(包括市市区酒店的)，根据过去经验，大约有10%。这就是酒店几年入住率来一直达到95%以上的原因，因为5%用于控房调剂。

1、20xx年本酒店市场定位

我们的定位是走e-hotel智能酒店的道路。什么是智能型商务酒店呢?众所周知，从事商务活动的人士对于互联网的依赖性越来越强，对于酒店在这方面要提供的服务要求也越来越高。目前，在这一方面我店跟其他的竞争酒店在功能方面并没有突出优势。我们跟其他竞争对手所能提供给客户的互联网的服务仅限于客房的宽带接入，然而人家除了这方面之外，在娱乐和餐饮方面都比我们强。要争取竞争优势，我们只能在商务服务方面做一个更深层次的提高。其实，智能型e-hotel，除了宽带之外，还应包括无线宽带上网、大容量的免费邮箱的提供、店内无线电话的使用、网上实时查询、预订、每个客房,甚至酒吧、酒廊、餐厅都有配备供客人上网工作的电脑，而这些恰好是所谓的商务型的我们的竞争对手所不具备的。我们酒店开创了本区星级酒店的先河，我们曾是本区酒店业的龙头，但正如美国一样，随着西欧、日本的崛起，冷战过后俄罗斯还有一定实力，中国和平崛起，世界格局出现了多极化，它还保着超级大国的地位，影响力却大大降低了，随着众多酒店的出现，我们的所谓龙头的地位和影响力大大降低了。所以我们必须抱着敢于创新的态度，用国际性的商务型酒店的理念来重新打造我们的酒店，我们要做本区一流的智能化商务型酒店，只有这样才能保证我店在本区龙头酒店的地位。

2、20xx年本酒店营销目标

20xx年我店的主要目标市场应确立为商务市场为主导(包括商务散客、商务会议、宴会)，旅游市场为辅。商务市场的开发，我们必须着力拓展商务会议团队，不但只是附近地区的，而且要把触角发展到其他省区和国际上的，提高酒店的知名度和美誉度，把酒店打造成为国内外知名商务品牌。努力扩大和保持现有的政府部门关系户，酒店写字楼长租户，回国观光华人华侨，参加商业、贸易会展的商务客人和各种各类会议客人，保持顾客的忠诚度，为今后五年内竞争打下基础。

**酒店员工工作计划书篇八**

1·狠抓员工做为酒店人的服务意识和卫生意识。

2·改善部门员工的精神面貌，使之具有积极向上的团队精神。

注重仪容仪表、礼貌礼节，从我做起，从基层的管理人员做起，为员工树立良好的榜样，带动全体本部员工做合格的酒店人。

1．保持办公室整洁，实行轮值清扫制度，清扫工作由房务中心文员负责。

2．客房卫生须按部门制定的客房卫生标准的要求执行，由楼层领班负责检查、监督，若因卫生质量问题引起客人投诉，本部门将依照奖罚制度给予处罚。

3．公区卫生由各楼层服务员负责清扫和保持，由各领班负责检查、监督。

4．楼层计划卫生由领班按本部计划卫生表进行合理安排，并负责检查、监督。

5．楼层服务员负责地毯的日常保洁，并配合pa人员对地毯的清洗，领班负责地毯洗涤质量的验收工作。

1．培训员工的专业知识和服务技能、技巧，以求达到为客提供优质服务的目的。

2．提倡以“宾至如归，宾客至上”为服务宗旨，为客提供个性化服务，以赢得更多回头客，为酒店创收。

1．培训员工正确的使用设施设备，避免因操作不当而损坏。

2．注重设施设备的日常保养和检修，若发现维修问题及时报工程部维修。

3．积极配合工程部对客房设施设备的定期检修。

本文档由028GTXX.CN范文网提供，海量范文请访问 https://www.028gtxx.cn