

酒店收银半年工作总结(优质5篇)

总结是对某种工作实施结果的总鉴定和总结论，是对以往工作实践的一种理性认识。那么我们该如何写一篇较为完美的总结呢？以下是小编精心整理的总结范文，供大家参考借鉴，希望可以帮助到有需要的朋友。

酒店收银半年工作总结篇一

业务知识与服务技巧是体现一个酒店的管理水平，要想将业务知识与服务技巧保持在一个基础之上，如果培训工作不跟上，新老员工的更新又快，将很容易导致员工对工作缺乏热情与业务水平松懈，特别是对一个经营六年的企业会直接影响到品牌。以总公司及酒店的发展和岗位需求为目标，提高员工认识培训工作的重要性，积极引导员工自觉学习，磨砺技能，增强竞争岗位投身下一步企业各项改革的自信心。培养一支服务优质、技能有特色的高素质员工队伍。

酒店收银半年工作总结篇二

通过近段时间同部门接触与了解，发现前厅部目前存在的问题相对较多，员工士气较低落，整体缺乏凝聚力，思想存在散慢、陈旧的观念，业务操作水平相对薄弱，缺乏个性化服务意识，对客服务语言生硬等一系列问题，针对目前存在的问题，本职觉得任重道远，虽然存在的问题较多，但工作还是要努力去做，并且计划在xx年的下半年主要做以下几点工作：

酒店收银半年工作总结篇三

首先就要提高员工满意度，让员工满意更是人性化管理最终的工作体现。每一位员工都希望自身的价值在企业能有公正的评价。这就需要企业本着“公平、公正”的原则。即绩效

考核要公平，选拔机会要公平，处理问题要公平、公开。

其次，还要为重要的突出的员工制定其职业发展规划，特别是那些可能影响企业今后发展的关键人员，引导他正确的树立职业观和人生价值观。另外，要建立一个开放、和谐的沟通渠道，这是落实人性管理的必要采取方法，让大家积极参与，踊跃发表参与意见，工作的，生活的，进一步促进领导与各级人员之间的意见交流。

企业给员工一份关怀，员工便会以十分的干劲报效企业。只要重视员工，员工就会报效企业，就会增强企业凝聚力，做百年老店，势在必行。

酒店收银半年工作总结篇四

4、提倡效率服务，要求员工只要有客人需要服务的立即进行为客人服务；

9、建立餐厅案例收。制度，减少顾客投诉几率，收。餐厅顾客对服务质量、品质等方面的投诉，作为改善日常管。及服务提供重要依据，餐厅所有人员对收。的案例进行分析总结，针对问题拿出解决方案，使日常服务更具针对性，减少了顾客的投诉几率。

二、员工日常管

3、结合工作实际加强培训，目的是为了提高工作效率，使管。更加规范有效。并结合日常餐厅案例分析的形式进行剖析，使员对日常服务有了全新的认识和解，在日常服务意识上形成了一致。

三、工作中存在不足

1、在工作的过程中不够细节化，工作安排不合。，工作较多

的情况下，主次不是很分明；

2、部门之间欠缺沟通，常常是出了事以后才发现问题的存在；

3、培训过程中互动环节不多，减少了生气和活力。

四、工作计划

1、做好内部人员管理，在管理上做到制度严明，分工明确；

4、在物品管理上责任到人，有章可循，有据可查，有人执行，有人监督；

5、加大力度对会员客户的维护。

五、对餐厅、体管、经营的策划

3、加强部门之间协调关系；

4、重食品安全卫生，抓好各项安全管；

5、开展多渠道宣传，促销活动并与周边各公司相互合作，增加会员率。

市场营销部是负责对外处理公共关系和销售业务的职能部门，是酒店提高声誉，树立良好公众形象的一个重要窗口，它对总经理室进行经营决策，制订营销方案起到参谋和助手的作用，它对酒店疏通营销渠道，开拓市场，提高经济效益和社会效益起到重要促进作用。

针对营销部的工作职能，制订了市场营销部工作计划，现在向大家作一个汇报：

一、建立酒店营销公关通讯联络网

重点工作之一建立完善的客户档案，对宾客按签单重点客户，会议接待客户，有发展潜力的客户等进行分类建档，详细记录客户的所在单位，联系人姓名，地址，全年消费金额及给该单位的折扣等，建立与保持同政府机关团体，各企事业单位，商人知名人士，企业家等重要客户的业务联系，为了巩固老客户和发展新客户，除了日常定期和不定期对客户进行销售访问外，在年终岁末或重大节假日及客户的生日，通过电话、发送信息等平台为客户送去我们的祝福。今年计划在适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。

二、开拓创新，建立灵活的激励营销机制。开拓市场，争取客源

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市场营销部销售任务计划及业绩考核管理实施细则，提高营销代表的工资待遇，激发、调动营销人员的积极性。营销代表实行工作日志，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志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收集宾客意见及建议，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。

三、热情接待，周到

接待团体、会议、客户，要做到全程跟踪服务，“全天候”服务，注意服务形象和仪表，热情周到，针对各类宾客进行特殊和有针对性服务，最大限度满足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。

四、做好市场调查及促销活动策划

经常组织部门有关人员收集，了解旅游业，宾馆，酒店及其相应行业的信息，掌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。

五、密切合作，主动协调

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，争取些公众单位对酒店工作的支持和合作。

酒店年工作计划范文大全

酒店收银半年工作总结篇五

1、加强对制度的健全以及落实和督导：

(1)不能否认，我们酒店制定的制度相对来说比较健全，但是往往都没有很好的执行，而经常受个人主观的控制，甚至很多制度只是一种摆设。

可能有许多管理者会把所谓人性化管理作为一种理由来解释。

这种认识上的差异，关键还是来自于我们很多人忽略人性化的一个基本立足点，即它是一种责任，一种对自己和企业的责任。

不规范执行制度，造成制度形同虚设。

“只要你敢碰它，它就烫你，而且当时就烫你；第一次就烫得很厉害；它只烫你碰它的那部分，而不会烫你全身；对谁都一样??谁碰它，它就烫谁；你不碰它，它就不烫你。

这就是“热火炉”的定律，当然指的就是制度和规范。

其实，这样执行制度，才可以理解为人性化的管理。

人性的认识，是一个逐步深化的过程，对人性面的理解不是简单以待人宽厚善良为标准，它需要靠管理者在实践中不断的探索和提炼。

首先要在制度化基础上，大家已经具备了一种行为规范，才可以讲所谓人性化的软化管理。

(2)企业的发展离不开管理。

切合实际的不断地完善、修改、制定公司制度和相关岗位以及工作程序，使之良性运转，增加企业凝聚力，上下同欲，形成制度管人、流程管事、团队打天下、管理定市场的企业概念。

2、人员的调整

(1)局部中层以及技术人员的调整，公司三个酒店厨房整体技术力量薄弱，没有良好的整体意识，已经严重的影响了酒店的社会声誉和酒店效益，所以，厨房人员技术人员的充实和核心管理的调整将采取唯才是举的方式，从而带动厨房整体管理水平以及良好的饭菜质量。

前厅与其他各岗位根据公司人事部评估和店总建议在提升服务意识和打造团队的基础上不断升华。

(2)中高层人员调整，增强市场竞争力，打造核心团队，店总以及部门负责人，在围绕节能增收，创造良好的社会效应和经济效益的基础上调整到位，为下一年工作打好基础，实施店长和部门管理人员负责制，为将来全新的考核机制做好准备。

3、产品质量的稳定与提升，使之与公司品牌相匹配。

(1)餐饮管理就是味道管理，菜品管理已是现代酒店管理的一个重要环节，全聚德一个文化餐饮和餐饮文化相结合的餐饮品牌，在社会上已有150年历史，但是除了主产品外，附属产品质量稳定以影响企业发展，故此，在技术人员到位的基础上，公司产品的稳定统一将会是下半年的一个工作重点，包含：产品的包装、色泽、主辅料的配比、口味、和调味品统一标准，为将来的统一配送制作走好第一步，做到“款款特色，道道精品”始终如一，稳步提上，在产品综合质量上成为同行业的标杆。

同时，主打产品再结合传统技艺的工艺上，增强现场操作的观赏性与文化底蕴，从而达到食与美的结合，在保证单菜质量稳定的基础上调整宴会配套产品。

(2)产品的提升，在技术支持与产品稳定的情况下，开始产品的提升与传统鲁菜的挖掘，不断地推陈出新，迎合市场，让产品说话，让产品体现水平，打造鲁菜之都，让企业产品定位更为明确，让产品为每一食客个留下良好的印象，弥补前厅服务中的不足，赢取社会口碑。

4、紧抓市场销售，拉动业绩提升，树立企业形象