

餐饮员工培训计划内容(优质5篇)

计划可以帮助我们明确目标、分析现状、确定行动步骤，并在面对变化和不确定性时进行调整和修正。那么我们该如何写一篇较为完美的计划呢？这里给大家分享一些最新的计划书范文，方便大家学习。

餐饮员工培训计划内容篇一

餐饮业是服务行业，很多餐饮企业的员工素质并不高，而这会直接影响到企业的效益，解决这个问题最有效的途径就是培训。几乎所有的餐饮企业管理者都明白这个道理，培训也是时常挂在嘴边的话题。但当前我国餐饮企业的员工培训仍然没有收到重视，存在着很多认识上的误区，若不能正确对待，将会直接影响餐饮企业的长期发展。

员工培训的误区

对培训工作认识的误区。餐饮企业管理者缺乏对员工培训工作的正确认识，认为员工培训是软任务，而提高餐饮企业经济效益和服务质量是硬任务；认为员工少学一点文化，对服务质量关系不大。其次是受训员工对培训也缺乏正确地心态，大多数餐饮企业员工参加培训是“根据餐饮企业的安排参加”或“不得不参加”，反映了大多数餐饮企业员工没有理解员工培训的意义。培训工作也没有一个科学的体系。

对培训工作计划安排的误区。一些餐饮企业缺乏长期计划和短期培训的安排，没有将培训与餐饮企业的具体工作结合起来，并且培训没有专人负责，而是由人事部或其他部门代为实施，主要是在新员工入职前时负责组织培训。培训时间安排上也缺乏合理性，有的培训时间过短，主要是管理者怕影响工作；有的把培训时间延长，使得员工疲劳、遗忘、失去学习兴趣，更加谈不上学以致用了；有的餐饮企业培训时不

顾员工学习水平、经验，盲目地进行，在很短的时间内把很多内容讲完，结果让员工吃不消。

对员工培训需求的误区。餐饮企业培训对象大多数有一定的社会经验和工作经验，他们需要的是如何对其工作有帮助、有促进，如何在他们原有的基础上学到新知识、新技术，使其更上一个新台阶。另一方面，受训员工也希望他们的培训是连续性的。因而并不希望培训只从餐饮学院或其他经营好的餐饮企业聘请几个人讲讲课就行了。因为餐饮学院的老师往往理论多于实践，而且对授课对象各方面的情况不甚了解；聘请其他餐饮企业人员来培训，由于各餐饮企业在管理模式、文化氛围方面的差异，会直接影响培训效果，二者的特点是独立性，彼此毫不相关。而餐饮企业自己培训则是一个完整的系统，这样会让受训员工感到自己是在一天一天的进步。

对员工培训投入的误区。经过培训，员工的工作能力和各方面素质都提高了，就会不安心本职工作而去寻找更好的发展机会，从而使餐饮企业的投资落空，这是一种很短浅的见识。餐饮企业应该形成人才辈出的良好企业环境，并通过提职、加薪等手段使餐饮企业员工拥有充分的发展空间，实现自我价值。即使员工以后离店，也能对本餐饮企业留下美好印象，并把这种印象在社会上广泛传播，扩大餐饮企业的知名度和美誉度。

对员工培训层次的误区。有的餐饮企业服务质量出了问题常常把其归咎为基层员工的责任，因而餐饮企业一提培训就是对基层员工的培训。其实，餐饮企业管理人员和总经理层的培训也至关重要，他们的业务水平和管理能力对餐饮企业经营、对下属员工素质的高低和餐饮企业经济效益的好坏有直接的影响。有的餐饮企业注重对一线员工的培训，因其直接对客服务；而忽略了对二线员工的培训。其实对二线员工进行新技术、新工艺、新管理方法的培训，可以提高工作效率，降低餐饮企业经营成本，更好地为一线服务，从而提高餐饮

企业的经济效益。

如何规避误区

大量的案例表明，培训与否餐饮企业的经营效果是截然不同的。国外的餐饮集团大都有多处的培训基地，每年都有严格的培训计划，像知名品牌“肯德基”就非常重视员工培训，并建有训练和教育基地。通过培训使员工提高工作技能，丰富完善员工自身的知识，提供个人发展机遇，为企业发展注入了活力。像国内近年来，涌现出叫的响的知名品牌“小蓝鲸”、“绿茵阁咖啡厅”，他们的成功，也是归功于培训与学习。

奖励培训。餐饮企业可以鼓励员工在工作之余参加社会组织的培训，鼓励员工的跨越式发展，并设立了丰厚的奖项等奖励那些好学、好钻研的员工。以此调动员工学习的积极性，全面提高员工的综合服务技能。而且这种办法也是最便捷的办法，即可以缓解餐饮企业自身培训力量的不足，充分利用社会资源，又能利用其自觉性解决上班与培训在时间上的矛盾。

注：查看本文相关详情请搜索进入安徽人事资料网然后站内搜索餐饮业员工培训计划。

餐饮员工培训计划内容篇二

如何做好员工入职培训

新员工入职培训(orientation[]也称职前教育、导向培训等)，是向新员工介绍企业基本情况、岗位职责、部门人员等的一种培训方法。

提起入职培训，一个常见的误解：“不就是报到上班嘛！慢慢来，员工自然会熟悉一切、适应一切的！何必大事声张？”据统计，国内的企业约近80%没有对新进员工进行有效的培训，就立即到岗位上去正式工作了。就算做此培训的企业，很多也不太重视，往往把它当作员工到岗的一个简单“行政步骤”，草草而过，不细致，欠规范。殊不知，这样的做法尽管没什么错，但却会埋下人才流失的“风险种子”。

其间的缘由不难理解。

新员工在进入企业之初面临着几个典型问题：公司当初的承诺是否会兑现？工作环境容易融入吗？是否会被新的群体接纳？初入一个全新的环境，新员工一下子面对很多不同以往的“新鲜事”。有的是和工作职责直接相关的，比如，不同的业务流程，不同的行业、客户群；有的是管理风格和企业环境方面的，比如，财务审批制度比其以前任职企业的更为复杂严格了，部门间沟通途径不一样了，甚至电邮传发的权限性规定不同了……很多老员工们已经习以为常、看似不值一提的细节，对新员工而言都是需要了解和适应的“新鲜事”，而且在陌生的压力环境下容易冒出不知所措、失望、沮丧等负面情绪的苗头，埋下人才流失的风险种子也就不奇怪了。

要规避这颗风险的种子，就应在短时间内让企业所录用的员工快速进入角色、融入企业，从“局外人”转变成为“企业人”。这就需要通过规范系统的方法使其感到受尊重、被关注，形成员工的归属感，对个人在企业中的职业发展充满信心。所以，及时、规范、全面的入职培训是人力资源管理中不可忽视的一个重要环节。它既是选才招聘的后续步骤，也是企业做好retention(留才)工作的第一步。

入职培训是一项由企业的人力资源部门和新员工的直接上级共同协作的工作。根据培训的两大类内容，通常由两方面分别主导和负责。(见下表)

- 企业概况(公司的历史、背景、经营理念、愿景、使命、价值观)
- 本行业的概况，公司的行业地位、市场表现、发展前景
- 基本的产品/服务知识、制造与销售情况
- 企业的规章制度与组织结构
- 公务礼仪、行为规范、商业机密、职业操守
- 薪酬和晋升制度
- 劳动合同，福利与社会保险等
- 安全、卫生
-
- 工作场所、办公设施设备的熟悉
- 内部人员的熟悉(本部门上级、下属、同事;其他部门的负责人、主要合作的同事)
- 专业性的技术、业务、财务等管理方法训练 - 视岗位而定
-

其中，第一部分内容相对标准化，部门或岗位的差异不大，一般由人力资源部门承担和组织，所需时间也通常比较短暂且固定间，而且，规模大、新招员工多而频密的公司还可集中采取团体性的课程，成本低效率高。

而第二部分内容则根据不同岗位的实际工作需要，主要由新员工的直接主管/部门负责人拟定并推动执行，所需时日则可

有很大差异，短则一两日，长则数月，但一般以试用期为上限。在这里，辅导计划是个不错的工具。主管可以根据新员工的个人情况量身订做，考虑其当时的职务所需以及将来的发展所需，使新人的学习有特定的方向；依据辅导计划，主管可每周或每月定期了解新人学习和适应情况，不时面谈，沟通彼此的想法，修正不适当的部分。通过这种方式，主管不需要全天候“监视”新人的所作所为，也可培养新员工对工作的认同感和责任感。

而这两部分培训的所有相关的纪录、执行跟踪、效果反馈等可由hr部门总体掌控。（可采用检查清单等工具，见ge示例）

示例□ge的新员工导向培训活动checklist (生产岗位)

报到当天

- 欢迎加入本公司，担任此职务
- 指引更衣箱及洗手间的地点
- 指导员工食堂和饮水点
- 介绍进出厂区及门卫检验制度
- 引领参观工作地点和状况
- 介绍作息与考勤制度
- 本部门/班组工作介绍
- 引见部门/班组同事
- 介绍安全规程与安全设备的使用

- 引导新员工开始工作，介绍工作规程
- 提醒他在有问题/需要帮助时可找的人员

第一天之后

- 介绍薪酬体系
- 介绍自备车停放及公司交通车情况
- 介绍公司医疗卫生设施
- 进一步仔细明确安全规程
- 深入介绍本部门/班组中各职位间的合作关系
- 下班前检查其绩效、讲评并答疑

前二周

- 介绍公司福利待遇
- 介绍投诉及合理化建议的渠道
- 检查工作习惯是否有违安全要求
- 继续检查、讲评和指导其工作

入职培训的方式方法可灵活多样。可以是授课式、研讨会形式，也可以是在岗实地培训(on the job training)[]甚至可以是户外训练等方式。

例如，美国惠而浦公司(whirlpool corporation)对新加入的销售人员采用实地培训。以7个人为一组，安排在公司密歇根总部附近的房子里，为期两个月，只有2个周末允许回家度假。

除了普通的讲授方式，还让新销售员工每天用公司的产品洗衣、做饭、洗碗；他们也会当地的商店购买家用电器，把惠而浦的产品和竞争者的产品做比较，等等。这个培训使新加入的销售人员快速熟悉产品和业务，参加了该项目的员工通过试用期留在惠而浦的比率也比较高，而且还吸引了不少人前来应聘销售的职位。

还有些公司采用“伙伴制”(buddy system)就是给每个新员工指定安排一名工作职责相近、热诚负责的老员工作为“结对子”的“伙伴”，事无巨细，随时可给予新员工必要的协助和指点；而被选上做“伙伴”也是企业对优秀员工的一种认可和荣誉，对其额外的付出，企业也给予一定的奖励。这种一对一的“贴身全程服务”很能显示企业的亲和力和凝聚力，也是将企业文化得以传播和加强的可靠途径。

也有的企业会请第三方的培训公司，采用更新颖的户外拓展训练作为入职培训的一部份。这种拓展训练沿用了体验式培训的基础理论，结合新人融入方面的心理学和组织行为学研究成果，通过科学的情境设计，让课程兼顾新人的个体行为感受、团队角色观念的树立和企业价值认同的推动，从而促进新员工融入企业，加强新员工对企业的认同感和归属感；同时，也使新员工在体验中理解和认同企业文化。

让第一天印象深刻

大家都知道第一印象很重要。那么，让新员工对就职的第一天留下深刻的好印象，就意味着入职培训和员工融入新环境成功了一半；同时，这也不失为留人工作的一个很好的切入点。这里罗列一些方法供参考选择，看似琐碎，却可细微之处见实效：

- 举办一个简单但热烈的欢迎招待会，（依据预算多寡）备些咖啡和茶点，邀请公司员工来和新同事见面认识。

- 欢迎信 -- 可用公司的“行话”或“俚语”准备一封生动幽默的欢迎信，（也可体现企业文化和亲和力）
- 公司纪念品（印有公司标识）
- 邀请共进午餐
- 尽量指定“专人”负责某位新员工的第二天

前三至六个月的试用期是企业对新员工的考察期，其实，它同时也是员工证实“找对了新东家”的自我验证时期。成功的新员工培训与发展已经深入到了员工的行为和精神的层次，在局外人转变为企业人的过程中，员工逐渐熟悉、适应组织环境并开始初步规划自己的职业生涯、定位自己的角色、开始发挥自己的才能。所以，还请企业使用好入职培训这个工具，对千挑万拣招来的人才充分施展“留人”策略，可别让“煮熟的鸭子”飞走了。

作者系上海人才有限公司咨询顾问。上海人才有限公司致力于以世界级的理念和方法树立管理咨询服务品牌，在多个领域已经成为人力资源管理咨询方面的领导者。欢迎与作者探讨您的观点和看法。

注：查看本文相关详情请搜索进入安徽人事资料网然后站内搜索餐饮老员工培训计划。

餐饮员工培训计划内容篇三

5月23日——6月23日，

上午8：30——11：00下午2：00——4：30

通过培训使学员深刻理解企业的经营理念，提高对客服服务的

综合能力，以优质的服务让客人完全满意。全力打造东山宾馆服务品牌。提升宾馆服务档次。

一) 餐厅服务质量的含义

二) 餐厅服务质量意识

三) 餐厅服务质量控制的方法

四) 品牌营销

五) 顾客心理研究

六) 处理客人投诉的技巧

1、课堂讲解

2、模拟情景，进行服务演练

3、文艺汇演：小品、诗朗诵、歌曲、舞蹈等多种形式。

4、技能训练

1、模拟情景，进行接待服务考试

2、餐厅服务技能综合考试

3、根据成绩发放证书

餐饮员工培训计划内容篇四

20xx年将对培训方向进行调整，减少培训密度，注重培训效果，提供行业学习相关信息，引导员工学习专业知识，鼓励员工积极参与餐饮服务技能考核、餐饮专业知识方面的学习，在餐饮部掀起学习专业知识的热潮，对培训中表现优秀的员

工进行奖励，培养知识型管理人才，为酒店作好优秀管理人员的储备工作，把旗舰店打造成为一支学习型的团队。

20xx年的我店培训主要课程是：把20xx年的部分课程进行调整、优化，使课程更具针对性、实效性。主要优化课程为：

【酒店从业人员的推销方法与服务技能】 【企业文化以及员工晋升空间的相关文件】 【餐饮从业人员的基本礼仪与服务技能】 【食品安全法律法规】 【消防安全知识培训】 【员工心态训练】 【创新服务与细节服务】 【如何顾客满意】 【执行力】 【高效沟通技巧】 【酒店管理基础知识】 【餐饮服务意识】， 【酒店营销知识】 【酒水饮料烟的价格与认知】等，其中【创新服务】将作为年度主要课程进行专题培训，并将把日常管理工作与所学内容紧密结合，全面推动部门管理。

培训的目的是为了提高工作效率，使管理更加规范有效。前期由管理人员进行培训，后期由店内优秀员工进行培训，鼓励员工展示自我，给员工们一个发展的平台，给予优秀员工的工作进行肯定，从而留住优秀员工。

培训内容开始由管理人员对目前推销存在的问题进行发掘，并提出进行改善培训，让员工的推销手法越发成熟。后期由员工不断创新，改善推销中发现的问题，从而进行整理，继而分享与培训！

1、编写操作规程，提升服务质量

根据我店的实际运作状况，编写了《服务员包间服务操作规范》、《服务员酒席操作规范》等。统一服务标准，为各部门培训、检查、监督、考核确立标准和依据，规范员工服务操作。同时根据重要接待的服务要求，编写服务接待流程，从咨客接待、语言要求、席间服务、酒水推销、卫生标准、物品准备、环境布置、视听效果、能源节约等方面作了明确详细的规定，促进服务质量。

2、加强现场监督，强化走动管理

现场监督和走动管理是餐饮管理的重要形式，本人坚持在当班期间按二八原则进行管理时间分配（百分之八十的时间在管理现场，百分之二十的时间在做管理总结），并直接参与现场服务，对现场出现的问题给予及时的纠正和提示，对典型问题进行记录，并分析问题根源，制定培训计划，堵塞管理漏洞。

3、定期召开服务专题会议，探讨服务中存在的问题

良好的服务品质是餐饮竞争力的核心，为了保证服务质量，提高服务管理水平，提高顾客满意度，将每月最后一天定为服务质量专题研讨会日，分析各服务员的当月服务状况，检讨服务质量，分享管理经验，对典型案例进行剖析，寻找问题根源，研讨管理办法。在研讨会上，各餐厅相互学习和借鉴，与会人员积极参与，各抒己见，敢于面对问题，敢于承担责任，避免了同样的服务质量问题在管理过程中再次出现。这种形式的研讨，为餐厅管理人员提供了一个沟通交流管理经验的平台，对保证和提升服务质量起到了积极的作用。

4、完善案例收集制度，减少顾客投诉几率

完善餐饮案例收集制度，收集顾客对服务质量、出品质量等方面的投诉，作为改善管理和评估各服务人员业务技能水平的重要依据，由专人对收集的案例进行分析总结，针对问题拿出解决方案，使培训更具针对性，减少了顾客的投诉几率。

5、细节服务，创新服务

酒店竞争日趋激烈，竞争集中在服务创新。谈起创新，很有必要，也很重要，但做起来难度却不小的难度。别人做不到，我们能做到的，这就是细节。

宾客的需求分为显性需求和隐性需求。显性需求比较好识别，酒店基本能够采取措施给予满足。而隐性需求因不好识别，容易被酒店疏忽，甚至连宾客自己也没有意识到酒店能提供这些服务，这就是创新服务。

宾客没想到的，我们都能为宾客想到、做到了；宾客认为我们做不到的，我们却为宾客做到了；宾客认为我们做得很好了，我们要做的更好。这就会感动一批宾客，塑造一批忠诚宾客、这就是感动服务。

1、加强店里水、电、气的管理，要加强宣传、教育，将“提倡节约、反对浪费、开源节流”的观念深入员工心中，增强员工的节约意识。同时更要加强这方面的管理。在水、电及空调的使用方面，我们将根据实际情况限时开放，并加强督促与检查，杜绝“长流水、长明灯、长开空调”的现象，并严令禁止公物私用的情况发生。

2、加强店内办公用品、一次性消耗物品及劳保用品的管理，我们将参照以往的有关标准规定，并根据实际情况，重新梳理，制定部门的办公用品、一次性消耗物品及劳保用品的领用年限与数量标准，并完善领用手续，做好帐目。要求按规定发放，做到帐实相符，日清月结，控制没必要的消耗，并对仓库物品进行妥善保管，防止变质受损。

1、美化旗舰店店环境，营造“温馨家园”。严格卫生管理是确保酒店环境整洁，为宾客提供舒适环境的有效措施。今年，我们将加大卫生管理力度，除了继续坚持周月10日，20日，30日的卫生大检查外，我们还将进行不定期的检查，并且严格按照标准，决不走过场，决不流于形式，将检查结果进行通报，并制定奖罚制度，实行奖罚兑现，以增强员工的责任感，调动员工的积极性，使旗舰店卫生工作跃上一个新台阶。

2、宿舍的管理历来是一个薄弱环节，今年我们将加大管理力

度，为住店员工打造一个真正的“舒适家园”。为此，一是要有一个整洁的寝室环境，我们要求宿舍管理员搞好公共区域卫生，并在每个寝室设立寝室长，负责安排督促寝室人员打扫卫生，要求室内清洁，物品摆放整齐，并对各寝室的卫生状况进行检查，将检查情况进行通报。

3、要加强寝室的安全管理，时刻不忘防火防盗、禁止外来人员随意进出宿舍，实行对外来人员的询问与登记制度，以确保住宿员工的人身、财产安全。

4、要变管理型为服务型：管理员要转变为住宿员工的服务员。住店员工大多是来自四面八方，初出家门的年青人，他们大多年龄小，社会经验不足，因此，在很多方面都需要我们的关心照顾，所以宿舍管理员要多关注他们的思想情绪变化，关心他们的生活，尤其是对生病的员工，要给予他们亲情般的关爱，使他们感受到家庭般的温暖。

相关市场调查表明，30%以上第二次光临的顾客是对酒店服务价值的认同，也即对优秀员工优质服务的认同。因此，酒店要获得经济效益，就要有一支优秀的员工队伍。酒店管理者在发现、培养、选拔人才的同时，更多的应当考虑如何留住优秀人才。

没有优秀的员工，就没有满意的客人；而没有满意的客人，就谈不上有满意的企业经济效益。所以，我们将改变竞争机制，变“伯乐相马”为“赛场选马”，形成“管理人员能上能下，员工能进能出，工资能高能低，机构能设能撤”的灵活氛围。

制定一套科学合理的考核评价体系，采取末位淘汰制，给予员工压力与动力，给予他们一个舞台一个晋升空间，对于团队内最优秀的百分之二十（超过工作要求）的人进行升职与加薪，让中间百分之七十（胜任工作）的人学习与培训，想方设法让他们晋升到百分之二十的人中去，对于末位的百分

之十（不能胜任工作）的人，辞退或转岗。

为了更好的打造“情满飞鹿，舒适家园”这一品牌战略，开创我店的餐饮新局面，新气象，在新的一年里我店具体工作如下：

- 1、做好日常店里管理工作，上级发布的任务及时完成，及时向下传达上级的会议精神与任务安排。
- 2、每月底清点店里的所有物品，需要补充的物品及时报备，各岗位需要的物品在下月初及时下发。
- 3、对于各类一次性消耗物品消耗进行归档，严格控制成本消耗，每月都将进行统计并算出消耗率，控制没必要的消耗。
- 4、加大力度推销特色菜品以及火锅锅底的同时，加强推销会员卡的力度，保障公司的客源，并且不断做好服务留住老顾客，发展新客源。
- 5、每月都将及时的分享管理例会的心得与公司文件，学习会议内容，保证上级的命令与任务能及时传达到基层员工中。
- 6、加大力度做好每月三次的卫生大检查，并且在平时时刻不得松懈，店里内部时刻检查卫生情况，对于不好的及时整改，好的进行奖励！
- 7、每月都将进行员工培训，学习，分享工作中学习到的知识与心得，让员工在快乐中成长。
- 8、时刻紧记七大项，并且时刻做好七大项要求的每一项，对于违反七大项的员工进行处罚并责令其改正，并运用到日常工作中，做好细节服务。

餐饮员工培训计划内容篇五

现在整个餐饮的综合素质和水平都不是很高，在一定程度上阻碍了餐饮企业的发展和市场的开拓。不管是职业技能还是服务素质的培训都事在必行。不断提高员工的素质和意识，让其跟上时代和顾客需求才能吸引到更多的顾客。

一、仪容仪表

仪容：指容貌，是员工的本身素质的体现，反映了企业的管理水平，也反映了我们员工的自尊自爱。

仪表：指人的外表，包括人的服饰和姿态方面，是个人精神面貌的外观体现。

标准要求：

整体：整齐清洁，自然，大方得体，精神奕奕，充满活力。

头发：头发整齐、清洁，不可染色，不得披头散发。短发前不及眉，旁不及耳，后不及衣领，长发刘海不过眉，过肩要扎起(使用公司统一发夹，用发网网住，夹于脑后)，整齐扎于头巾内，不得使用夸张耀眼的'发夹。

耳饰：只可戴小耳环(无坠)，颜色清淡。

面貌：精神饱满，表情自然，不带个人情绪，面着淡妆，不用有浓烈气味的化妆品，不可用颜色夸张的口红、眼影、唇线;口红脱落，要及时补装。

手：不留长指甲，指甲长度以不超过手指头为标准，不准涂有色指甲油，经常保持清洁，除手表外，不允许佩戴任何手饰。

衣服：合身、烫平、清洁、无油污，员工牌配戴于左胸，长衣袖、裤管不能卷起，夏装衬衣下摆须扎进裙内，佩戴项链，饰物不得露出制服外。

围兜：清洁无油污，无破损，烫直，系于腰间。

鞋：穿着公司统一配发的布鞋，保持清洁，无破损，不得趿着鞋走路。

袜子：袜子无勾丝，无破损，只可穿无花，净色的丝-袜。

身体：勤洗澡，无体味，不得使用浓烈香味的香水。

二、礼貌、礼仪

待客热情友好，说话亲切和蔼，举止稳重大方，处事礼貌谨慎，尊重自己，尊重他人，团结互助，忠诚老实，富有职业自豪感和奉献精神。

一、礼貌用语：

第一、遇到客人入店，要讲：“欢迎光临”或“请进”

说话时要求面带微笑，身体稍向前倾，并配以手势，手势必须有力，给客人非常明确的指示。

第二、客人离店时：“谢谢光临”或者“请慢走”，面带微笑，目送客人离店。

第三、在餐厅内任何地方碰到客人都必须面带微笑，说“你好”。

第四、在餐厅内不许和客人抢道，如确实需要客人让道时，说：“对不起，请您让一下”，让道后，对客人说“谢谢”。

第五、在得到客人的帮助时必须说“谢谢”。

第六、给客人带来不方便时，如服务员扫地、拖地或给客人挪位时应说：“对不起，麻烦您……”

第七、看到客人直接坐到位置上，但没有点单时，应上前说：“先生(小姐)，请问您点单了没有?麻烦您到吧台点单”。

第八、当客人叫服务员或打手势时，应该立即上前，面带微笑地询问客人：“先生(小姐)，请问有什么吩咐?”或“请问需要什么?”

第九、任何时候员工不得和顾客抢占卫生间和洗手间，遇到客人等候，应说“请您先用”。

第十、遇到公司领导，必须主动、热情打招呼。

注意：

- 1、不讲失礼的话，如“讨厌”、“烦躁”等等。
- 2、不讲讽刺、挖苦的话。
- 3、夸大、失实的话不讲。
- 4、催促、埋怨的话不讲。
- 5、不得和客人发生争执、争吵。
- 6、对待客人要一视同仁，不分贵贱，老少、美丑等。

站台和行走要求：

站台要求：

- 1、面带微笑，挺胸收腹，肩平。
- 2、两腿立正或稍稍分开，两手自然下垂，放在前面或背后。
- 3、两眼随时注意观察餐厅内客人就餐的情况，以便迅速作出反应。
- 4、不准靠墙、桌椅或边柜，不准交头接耳或走神发呆。
- 5、不准吃东西，伸懒腰，剔牙、挖鼻孔、搔头发，咬指头等。

行走要求：

- 1、面带微笑，精神抖擞，动作敏捷、利落。
- 2、空手时，要求服务员在餐内以小跑步行走，忌走路慢腾腾，无精打采，有气无力。
- 3、手上拿东西时，要求服务员快步行走，托盘里的东西要分类码放，摆放整齐，并且要注意安全，不要撞到客人或打烂餐具。

服务意识这方面得引起餐饮企业的重视，从事服务行业的人一定得要有服务意识，这样才能想顾客所想，急顾客所急，让客人满意。菜品再好没有整体的综合素质和形象，是不能把餐厅做大做强的。希望餐饮从业者能够认识到这一点。

注：查看本文相关详情请搜索进入安徽人事资料网然后站内搜索餐饮员工培训计划。