# 202\_防溺水国旗下演讲稿

来源：网络 作者：红叶飘零 更新时间：2025-04-10

*第一篇：竞聘酒店管理经营与管理计划演讲稿文章标题：竞聘酒店管理经营与管理计划演讲稿我是一个有酒店管理经验10年的酒店工作者，先后从事人事部经理、办公室主任、桑拿部（温泉、康乐部）经理、总经理助理和执行总经理等职，经过多年的实践、摸索和总结，...*

第一篇：竞聘酒店管理经营与管理计划演讲稿

文章标题：竞聘酒店管理经营与管理计划演讲稿

我是一个有酒店管理经验10年的酒店工作者，先后从事人事部经理、办公室主任、桑拿部（温泉、康乐部）经理、总经理助理和执行总经理等职，经过多年的实践、摸索和总结，我认为酒店是一个军队、一所学校、一座舞台，在这里有铁的纪律、能学到很多知识、并能提供一个展示自我，提升自

我，完善自我的机会，我热爱酒店行业，我愿为酒店业奉献毕生精力！

现在家乡正筹建一座四星级饭店，我由衷的感到自豪和骄傲，在当今竞争激烈的社会里，我想凭我的能力、业绩和经验应该有合适我的位子，所以我要奋力争取，我认为这也是一个酒店人应具有的品质！如果我能成为其中一员我会分外高兴，我会不遗余力的工作来回报赏识我的领导，回报我的家乡，回报我的业主！根据徐总要求下面我从品牌宣传、企业文化、管理模式三方面结合本地实际发表一下浅见：

一、华源国际饭店品牌建设

a、品牌宣传

目前国际饭店开业在即，作为皖西北酒店行业的一颗新星，要在安徽乃至全国酒店行业脱颖而出，就必须对酒店做较强的宣传，推出精品，树立品牌形象、巩固品牌地位是势在必

行的。建议将酒店品牌宣传设计暂分为三个阶段，以形成循序渐进的宣传攻势，逐步提高华源国际的知名度、影响力，使华源国际成为真正意义上的酒店精品。

（一）、开业前期计划

开业前期既导入期作为引导消费者认识华源、了解华源

指导原则：在阜阳市发起高密集的广告宣传攻势，以下是宣传的几种形式。

（1）招聘宣传：前期饭店招聘各级人员时，利用传单、报纸、电台、电视台、网络及人才市场大力宣传饭店规模、档次、企业文化和招聘事项，让人们对即将开业的华源国际饭店

有一个初步的认知。

（2）培训宣传：在开业前进行封闭式、正规化的培训，联系电台、电视台等进行新闻报道，可使社会各界对华源饭店的管理规范性有一个初步了解，增加华源的可信度。

同时，可组织学员到街上闹市区游行，不但宣传饭店，而且还可培养学员的集体主义观念，增强学员的向心力和荣誉感。

（3）户外广告：扩大市场份额，依太和为中心呈放射状在通往临近市、县的主要交通干道上设置路牌、导示牌，把饭店有特色的、个性化的东西展示出来，吸引周边市、县的人来

消费。

（二）、开业中期计划

在轰炸性的、高密度的广告宣传攻势后必须辅之以专业营销策略和促销途径，这样才能保证饭店品牌的持久闪亮。把重点放在开业中期，要让大家彻底认识华源、记住华源、最后

走进华源。

（1）新闻宣传：四星级饭店在阜阳市可谓高星级饭店，可在阜阳市由旅游局牵头召开一个新闻发布会，把我们的饭店特色、服务个性宣传出去；在开业时邀请市名人、政要进行剪

彩，扩大饭店知名度。

（2）征文活动：与颍州晚报合作联办主题为“酒的文化”“酒的故事”或“吃的文化”“吃的故事”征文活动，融亲情、爱情、友情于一体，借以弘扬华源的文化品位，扩大华源

的社会影响力和社会美誉度。

（3）赠送精美小礼物：印制精美的小礼物如：钢笔、钥匙扣、领夹等等广告用品赠送给消费的宾客。

（4）活动赞助：适当赞助一些有社会影响的活动或有意义有档次的电视节目。如：“社会生活12分”“政法报道”“大嘴吃阜阳”等。

（5）开办健身活动：与媒体合作利用酒店设备开展健美比赛。

（6）华源杯品酒比赛：选用一些白酒或葡萄酒用于比赛，比赛要求是必须分辨出这些酒的品牌或年份，可设立大奖。也可与电视台，报社或酒厂合作。

（三）、开业以后巩固期计划

开业以后是一个长期的工作，虽然前面的工作有一定的铺垫，但必须有计划的进行宣传，以防因一时的火热而造成后来的冷场和生意的下滑。后期需要继续加大营销力度，强化品牌形象，使华源在市场获得较高的市场份额，确立自己在同行业的主导地位。主要采取较延续的周期性的宣传方式，如重大节假日策划较有新意的促销活动，制作有特色的广告片有计划的播出，经常与大众媒体联系与较好的专业媒体合作做少量的酒店形象定位宣传。

1>设计广告创意，广告词。

2>制作较专业有新意的广告带15秒/30秒

3>202\_年圣诞节庆典活动

4>202\_年元旦庆典活动

5>202\_年春节庆典活动

过节的时候我们与大家一起快乐，没有节日的时候我们同样把快乐送给您！所以过节的时候我们隆重庆祝，没有节日的时候我们安排活动送出快乐,做到“你无我有，你有我变，变我新，你新我奇”，使顾客有常来常新的感觉，只有这样才能稳定客源，增加回头客，给饭店带来显著的经济

效益。

二、建立显示饭店个性的企业文化

1、企业文化的重要性

社会在经历了价格竞争、质量竞争和服务竞争以后，现已开始进入了一个崭新的阶段，这就是文化竞争。我认为企业文化是企业的精神与灵魂，一个饭店要想生存、发展、壮大，就必须要有一种精神。如果没有精神，企业就缺乏价值、方向和目的，就

是一个没有脑袋的躯体；如果企业文化过于强调纪律、制度，就会限制员工创造性的发挥；如果企业文化过于松散、随意，管理层制定的决策就很难高效快速地得到执行。所以一个企业必须有显示自己个性的企业文化。

现在有些人对酒店文化有些误解，认为在大堂里多摆几幅字画，客房、餐厅点缀一些艺术品，办份报纸，组织一些文体活动等，这就是酒店文化。而我认为酒店文化是一项综合性的系统工作，必须与酒店的经营管理完全融合，她是一种经营管理体系。企业文化虽不生产商品，也不为顾客提供服务，不能直接为酒店带来经济效益。但是他是酒店创造效益和长期发展的有力支撑和不竭动力，因为它生产素质优秀、步调一致的企业员工！当一个酒店奉行“节约”的企业文化时，酒店的员工会把办公纸双面使用，会在离开办公室时及时把灯关掉；当酒店奉行“服务第一、宾客至上”的企业文化时，员工会为酒店吸引更多的回头客！

2、建立企业文化的几个要素

（1）员工

饭店要掌握一流的设备，生产一流的产品，提供一流的服务，形成一流管理，最终取决于是否有一流的员工队伍，这是饭店文化建设的核心所在。员工必须参与、拥护饭店文化建设，她绝不是员工的一道选择题，而是一道必答题，不愿回答、答不出、答不好的员工在必要时都要走人。人是企业文化建设的主体。企业文化的内在要求是在经营中重视人、相信人、理解人、发展人。“以人为本”的“人”，既指饭店的员工，又指饭店的客人。只有忠诚的员工才有忠诚的顾客，酒店必须注重员工队伍建设，要在业务上加强培训，努力提高面对客人的员工的素质和服务水平；在生活条件改善方面舍得投入，使员工在各自的工作岗位上心情舒畅，工作努力，发挥着自己应有的作用，为企业的发展尽自己的一份力量。

（2）领导、团队、贯彻、执行力

要使企业文化能在企业中得到全面、彻底地推行，需要企业最高领导的支持、大力倡导，企业文化建设是企业领导人的重要职责之一。

企业文化建设是强制性的，而不是员工愿意参加就参加，不愿意就拉到的东西，否则是无法建立强有力的企业文化的。惟有企业最高领导者及整个管理团队经过不懈努力，形成高效率、快节奏、战斗力、凝聚力强的领导团队，把企业中优秀的东西沉积下来并执行贯彻下去，才能形成自己的企业文化，才能把企业文化建设这样系统性的工程推动下去。惟有如此，才能使员工和管理者对企业文化建设予以足够的重视，才能让企业所有员工充分认识到企业文化的重要性！

（3）制度

制度化管理体现在企业文化建设中的“柔”和“刚”并不是对立的，关键是从制度的制定到执行整个过程是否真正体现出了公正的内含，是否体现了企业的根本需求，如果达到了这个要求，那么制度化管理就奠定了企业文化的核心内容，成为推动企业发展的强大动力。

企业文化是持续性的，不是中断的、脱节的，这就需要一个强有力的制度来保障，否则，企业文化也是一种形式，不能真正的发挥企业文化的作用，失去了企业文化的意义。

（4）环境

企业环境是企业文化的象征，是企业文化的保障。一是要建设好酒店的组织环境。重点是建设好用人机制、管理机制和约束机制；二是要建设好心理环境。使员工形成“爱店如家”、“与饭店共兴衰”的良好心理，自觉遵守企业的规章制度，艰苦奋斗，勤俭节约，并能够正确处理好上级与下级、平级之间的、内部与外部之间的关系和由此造成的各种矛盾；三是要建设好工作和生活环境。在工作环境上，要注意做到设备功能的完善，环境要有舒适感，工作秩序要有节奏感，劳动条件要有安全感，劳动强度要有轻松感；在生活环境上，要不断改善酒店员工的居住条件和饮食质量，搞好环境卫生，大力开展形式多样的文化教育和文化活动，丰富员工的业余文化生活。四是要建设好经营环境。健全的市场导向，可靠的资金保证，良好的公共关系等。

3、企业文化内容

（1）建立企业文化的途径

一是要有效地吸引广大酒店员工积极地参与酒店的经营管理和决策，增强他们的主人翁意识，使他们做到持主人心，作主人事，干主人活，尽主人意；二是要以酒店为核心，凝聚酒店员工的精神与情感，激发其使命意识，使员工能够以献身精神与酒店风雨同舟；三在关心员工生活上下功夫，努力改善员工的生活环境和食宿条件，组织一些集体活动（思想座谈会、文体活动、劳动竞赛、办酒店内部刊物等），使他们引导他们融入到酒店的经营管理中去。四是要培育员工形象，如员工对自己的信心、荣誉感和技术业务能力、良好的作风和职业道德及生活习惯、言谈举止、礼仪服饰等。只有这样，才能把员工队伍建设好，才能为饭店的发展注入源源不竭的强大动力。

（2）企业文化内容

饭店精神：“全心全意为饭店工作，共同创造饭店无限辉煌”。

华源国际饭店是皖西北一颗璀璨的明珠，她依托华源医药公司这个全国最大的医药集散地之一的太和，经济发达，势头强劲，人员流动性大，承接来自全国各地的客商巨贾，这就要求华源国际饭店要建立显示自己个性的企业文化才能圆满完成接待任务！我认为华源国际饭店应建成一流酒店、品牌酒店，代表着皖西北经营和管理的最高水平，这就需要强有力的企业文化作支撑，我认为饭店的企业文化还是人的问题，企业管理者管理事务很多，但最主要的管什么？就是管人！把人管好了，一切事都好办了，而决定人意识的就是人的心态和思想，所以我建议把“心态决定一切、细节决定成败、勇于承担责任、没有任何借口”作为华源国际饭店的企业文化，让进入华源的每一个人都要接受思想的净化，对饭店文化进行充分的认知、洗涤，所有管理人员及员工要在经营管理中不折不扣地贯彻执行下去，使每一个华源人在饭店都能得到展示、提升和完善，那么饭店的标准化、程序化、规范化才能得到保障和落实，华源国际饭店这个特色品牌越做越大，越来越响亮！

三、建立适合自己特色的管理模式

饭店的管理模式可以多种多样的，关键是建立符合自己饭店特色的饭店管理模式。我根据当地经济、文化、风俗以及人员素质等情况，建议把“表格量化考核”、“走动式管理”、“人性化管理”作为饭店的管理模式。

1、表格量化考核

服务规范是指导服务工作的纲领，制定服务规范是提高服务质量的基础。没有服务规范，饭店的服务和管理工作就没有统一标准，更谈不上提高服务质量。要求饭店各部门、各部位以表格量化形式，建立标准的sop，每一个部门建立自己的表格量化考核档案，包括每个部位物品管理、卫生标准、人员考核、操作流程、岗位职责等，把饭店要求的每一项指令都以表格量化的形式下发到各部门，使各部门有一个具体的参照标准和依据，并定期或不定期进行考核和检查，从而规范各部门的各项工作。在执行表格量化的同时，要灵活运用，不能刻板地执行服务规范，而应根据时间、地点、场合以及服务对象的不同，为客人提供“个性化服务”和“超常服务”，这是服务的最高境界，是服务工作的灵魂。

2、走动式管理

走动式管理也叫现场管理，指饭店的管理人员要经常亲自深入一线部门，坚决杜绝管理人员脱离实际，坐在办公室闭门造车的现象。现场管理不但能及时反馈客源信息，在第一时内处理客人投诉；而且能了解各部门、各部位存在的不足之处和一些细节问题，以便及时改进和完善；还能亲自考核员工的实际工作，从而发现优秀的员工和管理人员，培养后备管理梯队。建立饭店的质量检查部门，也就是督导部门，进一步加大现场管理力度。因为人员的素质参差不齐，有的员工涣散、懒惰、自律性差，所以必须经常进行检查、督导，才能保证各部门的服务质量、卫生质量和服务规范，才能减少违纪现象，保障各项规章制度的顺利实施，从而达到管理的目的。

3、人性化管理

“人性化”非“人情化”，“人性化”是“严”与“情”相结合的管理模式，即工作上的严格管理和生活上的人情管理，必须把工作和生活分开，绝不能混为一谈，这就是“人性”。“严”包括严格的规章制度，严密的督导机制，严厉的惩罚措施和严于律己的工作作风。企业正常运转，必须有正常合理的秩序。实行严字管理，就是要保障企业各系统、各要素间的联络畅通，配合协调，环环相扣，使人在严格的纪律约束下，克服惰性，达到饭店正常的工作效率，并消除偏失行为的隐患，保证饭店目标的实现。“情”指关心员工生活突出人情味，即：想员工之所想，急员工之所急，尤其在员工面临困难和危急时，要全力为其解除后顾之忧。只有这样，才能使员工感到自己的利益、命运与饭店的盛衰是密不可分的，从而增加员工的归属感和饭店的凝聚力，使员工能够自觉地将饭店的价值规范内在化，并使其行为突破常规，为客人提供更为优异的服务。

总之，我认为在饭店的经营管理中，要根据实际灵活运用各种管理模式，管理不是目的，管理是为经营服务的，管理是基础，管理有很多手段，管理是执行，但管理的真谛是“使人的价值最大化”。管理必须在企业创新的经营理念指引下，形成一套卓越的成熟的模式、机制、制度，我认为卓越的管理模式就是“把复杂的事情简单化”、“大事整成小事”

。

《竞聘酒店管理经营与管理计划演讲稿》来源于，欢迎阅读竞聘酒店管理经营与管理计划演讲稿。

第二篇：竞聘酒店管理经营与管理计划演讲稿

文章标题：竞聘酒店管理经营与管理计划演讲稿

我是一个有酒店管理经验10年的酒店工作者，先后从事人事部经理、办公室主任、桑拿部（温泉、康乐部）经理、总经理助理和执行总经理等职，经过多年的实践、摸索和总结，我认为酒店是一个军队、一所学校、一座舞台，在这里有铁的纪律、能学到很多知识、并能提供一个展示自我，提升自我，完善自我的机会，我热爱酒店行业，我愿为酒店业奉献毕生精力！

现在家乡正筹建一座四星级饭店，我由衷的感到自豪和骄傲，在当今竞争激烈的社会里，我想凭我的能力、业绩和经验应该有合适我的位子，所以我要奋力争取，我认为这也是一个酒店人应具有的品质！如果我能成为其中一员我会分外高兴，我会不遗余力的工作来回报赏识我的领导，回报我的家乡，回报我的业主！根据徐总要求下面我从品牌宣传、企业文化、管理模式三方面结合本地实际发表一下浅见：

一、华源国际饭店品牌建设

a、品牌宣传

目前国际饭店开业在即，作为皖西北酒店行业的一颗新星，要在安徽乃至全国酒店行业脱颖而出，就必须对酒店做较强的宣传，推出精品，树立品牌形象、巩固品牌地位是势在必

行的。建议将酒店品牌宣传设计暂分为三个阶段，以形成循序渐进的宣传攻势，逐步提高华源国际的知名度、影响力，使华源国际成为真正意义上的酒店精品。

（一）、开业前期计划

开业前期既导入期作为引导消费者认识华源、了解华源

指导原则：在阜阳市发起高密集的广告宣传攻势，以下是宣传的几种形式。

（1）招聘宣传：前期饭店招聘各级人员时，利用传单、报纸、电台、电视台、网络及人才市场大力宣传饭店规模、档次、企业文化和招聘事项，让人们对即将开业的华源国际饭店

有一个初步的认知。

（2）培训宣传：在开业前进行封闭式、正规化的培训，联系电台、电视台等进行新闻报道，可使社会各界对华源饭店的管理规范性有一个初步了解，增加华源的可信度。

同时，可组织学员到街上闹市区游行，不但宣传饭店，而且还可培养学员的集体主义观念，增强学员的向心力和荣誉感。

（3）户外广告：扩大市场份额，依太和为中心呈放射状在通往临近市、县的主要交通干道上设置路牌、导示牌，把饭店有特色的、个性化的东西展示出来，吸引周边市、县的人来

消费。

（二）、开业中期计划

在轰炸性的、高密度的广告宣传攻势后必须辅之以专业营销策略和促销途径，这样才能保证饭店品牌的持久闪亮。把重点放在开业中期，要让大家彻底认识华源、记住华源、最后

走进华源。

（1）新闻宣传：四星级饭店在阜阳市可谓高星级饭店，可在阜阳市由旅游局牵头召开一个新闻发布会，把我们的饭店特色、服务个性宣传出去；在开业时邀请市名人、政要进行剪

彩，扩大饭店知名度。

（2）征文活动：与颍州晚报合作联办主题为“酒的文化”“酒的故事”或“吃的文化”“吃的故事”征文活动，融亲情、爱情、友情于一体，借以弘扬华源的文化品位，扩大华源

的社会影响力和社会美誉度。

（3）赠送精美小礼物：印制精美的小礼物如：钢笔、钥匙扣、领夹等等广告用品赠送给消费的宾客。

（4）活动赞助：适当赞助一些有社会影响的活动或有意义有档次的电视节目。如：“社会生活12分”“政法报道”“大嘴吃阜阳”等。

（5）开办健身活动：与媒体合作利用酒店设备开展健美比赛。

（6）华源杯品酒比赛：选用一些白酒或葡萄酒用于比赛，比赛要求是必须分辨出这些酒的品牌或年份，可设立大奖。也可与电视台，报社或酒厂合作。

（三）、开业以后巩固期计划

开业以后是一个长期的工作，虽然前面的工作有一定的铺垫，但必须有计划的进行宣传，以防因一时的火热而造成后来的冷场和生意的下滑。后期需要继续加大营销力度，强化品牌形象，使华源在市场获得较高的市场份额，确立自己在同行业的主导地位。主要采取较延续的周期性的宣传方式，如重大节假日策划较有新意的促销活动，制作有特色的广告片有计划的播出，经常与大众媒体联系与较好的专业媒体合作做少量的酒店形象定位宣传。

1>设计广告创意，广告词。

2>制作较专业有新意的广告带15秒/30秒

3>202\_年圣诞节庆典活动

4>202\_年元旦庆典活动

5>202\_年春节庆典活动

过节的时候我们与大家一起快乐，没有节日的时候我们同样把快乐送给您！所以过节的时候我们隆重庆祝，没有节日的时候我们安排活动送出快乐,做到“你无我有，你有我变，变我新，你新我奇”，使顾客有常来常新的感觉，只有这样才能稳定客源，增加回头客，给饭店带来显著的经

第三篇：新开业酒店经营与管理计划

新开业酒店经营与管理计划

品牌宣传、企业文化、管理模式三方面结合本地实际发表一下浅见：

一、华源国际饭店品牌建设

a、品牌宣传

目前文秘部落国际饭店开业在即，作为皖西北酒店行业的一颗新星，要在安徽乃至全国酒店行业脱颖而出，就必须对酒店做较强的宣传，推出精品，树立品牌形象、巩固品牌地位是势在必行的。建议将酒店品牌宣传设计暂分为三个阶段，以形成循序渐进的宣传攻势，逐步提高华源国际的知名度、影响力，使华源国际成为真正意义上的酒店精品。

（一）、开业前期计划

开业前期既导入期作为引导消费者认识华源、了解华源

指导原则：在阜阳市发起高密集的广告宣传攻势，以下是宣传的几种形式。

（1）招聘宣传：前期饭店招聘各级人员时，利用传单、报纸、电台、电视台、网络及人才市场大力宣传饭店规模、档次、企业文化和招聘事项，让人们对即将开业的华源国际饭店有一个初步的认知。

（2）培训宣传：在开业前进行封闭式、正规化的培训，联系电台、电视台等进行新闻报道，可使社会各界对华源饭店的管理规范性有一个初步了解，增加华源的可信度。

同时，可组织学员到街上闹市区游行，不但宣传饭店，而且还可培养学员的集体主义观念，增强学员的向心力和荣誉感。

（3）户外广告：扩大市场份额，依太和为中心呈放射状在通往临近市、县的主要交通干道上设置路牌、导示牌，把饭店有特色的、个性化的东西展示出来，吸引周边市、县的人来消费。

（二）、开业中期计划

在轰炸性的、高密度的广告宣传攻势后必须辅之以专业营销策略和促销途径，这样才能保证饭店品牌的持久闪亮。把重点放在开业中期，要让大家彻底认识华源、记住华源、最后走进华源。

（1）新闻宣传：四星级饭店在阜阳市可谓高星级饭店，可在阜阳市由旅游局牵头召开一个新闻发布会，把我们的饭店特色、服务个性宣传出去；在开业时邀请市名人、政要进行剪彩，扩大饭店知名度。

（2）征文活动：与颍州晚报合作联办主题为“酒的文化”“酒的故事”或“吃的文化”“吃的故事”征文活动，融亲情、爱情、友情于一体，借以弘扬华源的文化品位，扩大华源的社会影响力和社会美誉度。

（3）赠送精美小礼物：印制精美的小礼物如：钢笔、钥匙扣、领夹等等广告用品赠送给消费的宾客。

（4）活动赞助：适当赞助一些有社会影响的活动或有意义有档次的电视节目。如：“社会生活12分”“政法报道”“大嘴吃阜阳”等 。

（5）开办健身活动：与媒体合作利用酒店设备开展健美比赛。

（6）华源杯品酒比赛：选用一些白酒或葡萄酒用于比赛，比赛要求是必须分辨出这些酒的品牌或年份，可设立大奖。也可与电视台，报社或酒厂合作。

（三）、开业以后巩固期计划

开业以后是一个长期的工作，虽然前面的工作有一定的铺垫，但必须有计划的进行宣传，以防因一时的火热而造成后来的冷场和生意的下滑。后期需要继续加大营销力度，强化品牌

形象，使华源在市场获得较高的市场份额，确立自己在同行业的主导地位。主要采取较延续的周期性的宣传方式，如重大节假日策划较有新意的促销活动，制作有特色的广告片有计划的播出，经常与大众媒体联系与较好的专业媒体合作做少量的酒店形象定位宣传。1>设计广告创意，广告词。

2>制作较专业有新意的广告带15秒/ 30秒

3>202\_年圣诞节庆典活动

4>202\_年元旦庆典活动

5>202\_年春节庆典活动

过节的时候我们与大家一起快乐，没有节日的时候我们同样把快乐送给您！所以过节的时候我们隆重庆祝，没有节日的时候我们安排活动送出快乐,做到“你无我有，你有我变，你变我新，你新我奇”，使顾客有常来常新的感觉，只有这样才能稳定客源，增加回头客，给饭店带来显著的经济效益。

二、建立显示饭店个性的企业文化

1、企业文化的重要性

社会在经历了价格竞争、质量竞争和服务竞争以后，现已开始进入了一个崭新的阶段，这就是文化竞争。

我认为企业文化是企业的精神与灵魂，一个饭店要想生存、发展、壮大，就必须要有一种精神。如果没有精神，企业就缺乏价值、方向和目的，就是一个没有脑袋的躯体；如果企业文化过于强调纪律、制度，就会限制员工创造性的发挥；如果企业文化过于松散、随意，管理层制定的决策就很难高效快速地得到执行。所以一个企业必须有显示自己个性的企业文化。 现在有些人对酒店文化有些误解，认为在大堂里多摆几幅字画，客房、餐厅点缀一些艺术品，办份报纸，组织一些文体活动等，这就是酒店文化。而我认为酒店文化是一项综合性的系统工作，必须与酒店的经营管理完全融合，她是一种经营管理体系。企业文化虽不生产商品，也不为顾客提供服务，不能直接为酒店带来经济效益。但是他是酒店创造效益和长期发展的有力支撑和不竭动力，因为它生产素质优秀、步调一致的企业员工！当一个酒店奉行“节约”的企业文化时，酒店的员工会把办公纸双面使用，会在离开办公室时及时把灯关掉；当酒店奉行“服务第一、宾客至上”的企业文化时，员工会为酒店吸引更多的回头客！

2、建立企业文化的几个要素

（1）员工

饭店要掌握一流的设备，生产一流的产品，提供一流的服务，形成一流管理，最终取决于是否有一流的员工队伍，这是饭店文化建设的核心所在。员工必须参与、拥护饭店文化建设，她绝不是员工的一道选择题，而是一道必答题，不愿回答、答不出、答不好的员工在必要时都要走人。

人是企业文化建设的主体。企业文化的内在要求是在经营中重视人、相信人、理解人、发展人。 “以人为本”的“人”，既指饭店的员工，又指饭店的客人。只有忠诚的员工才有忠诚的顾客，酒店必须注重员工队伍建设，要在业务上加强培训，努力提高面对客人的员工的素质和服务水平；在生活条件改善方面舍得投入，使员工在各自的工作岗位上心情舒畅，工作努力，发挥着自己应有的作用，为企业的发展尽自己的一份力量。

（2）领导、团队、贯彻、执行力

要使企业文化能在企业中得到全面、彻底地推行，需要企业最高领导的支持、大力倡导，企业文化建设是企业领导人的重要职责之一。

企业文化建设是强制性的，而不是员工愿意参加就参加，不愿意就拉到的东西，否则是无法建立强有力的企业文化的。惟有企业最高领导者及整个管理团队经过不懈努力，形成高效

率、快节奏、战斗力、凝聚力强的领导团队，把企业中优秀的东西沉积下来并执行贯彻下去，才能形成自己的企业文化，才能把企业文化建设这样系统性的工程推动下去。惟有如此，才能使员工和管理者对企业文化建设予以足够的重视，才能让企业所有员工充分认识到企业文化的重要性！

（3）制度

制度化管理体现在企业文化建设中的“柔”和“刚”并不是对立的，关键是从制度的制定到执行整个过程是否真正体现出了公正的内含，是否体现了企业的根本需求，如果达到了这个要求，那么制度化管理就奠定了企业文化的核心内容，成为推动企业发展的强大动力。

企业文化是持续性的，不是中断的、脱节的，这就需要一个强有力的制度来保障，否则，企业文化也是一种形式，不能真正的发挥企业文化的作用，失去了企业文化的意义。

（4）环境

企业环境是企业文化的象征，是企业文化的保障。一是要建设好酒店的组织环境。重点是建设好用人机制、管理机制和约束机制；二是要建设好心理环境。使员工形成“爱店如家”、“与饭店共兴衰”的良好心理，自觉遵守企业的规章制度，艰苦奋斗，勤俭节约，并能够正确处理好上级与下级、平级之间的、内部与外部之间的关系和由此造成的各种矛盾；三是要建设好工作和生活环境。在工作环境上，要注意做到设备功能的完善，环境要有舒适感，工作秩序要有节奏感，劳动条件要有安全感，劳动强度要有轻松感；在生活环境上，要不断改善酒店员工的居住条件和饮食质量，搞好环境卫生，大力开展形式多样的文化教育和文化活动，丰富员工的业余文化生活。四是要建设好经营环境。健全的市场导向，可靠的资金保证，良好的公共关系等。

3、企业文化内容

（1）建立企业文化的途径

一是要有效地吸引广大酒店员工积极地参与酒店的经营管理和决策，增强他们的主人翁意识，使他们做到持主人心，作主人事，干主人活，尽主人意；二是要以酒店为核心，凝聚酒店员工的精神与情感，激发其使命意识，使员工能够以献身精神与酒店风雨同舟；三在关心员工生活上下功夫，努力改善员工的生活环境和食宿条件，组织一些集体活动（思想座谈会、文体活动、劳动竞赛、办酒店内部刊物等），使他们引导他们融入到酒店的经营管理中去。四是要培育员工形象，如员工对自己的信心、荣誉感和技术业务能力、良好的作风和职业道德及生活习惯、言谈举止、礼仪服饰等。只有这样，才能把员工队伍建设好，才能为饭店的发展注入源源不竭的强大动力。

（2）企业文化内容

饭店精神： “全心全意为饭店工作，共同创造饭店无限辉煌”。

华源国际饭店是皖西北一颗璀璨的明珠，她依托华源医药公司这个全国最大的医药集散地之一的太和，经济发达，势头强劲，人员流动性大，承接来自全国各地的客商巨贾，这就要求华源国际饭店要建立显示自己个性的企业文化才能圆满完成接待任务！我认为华源国际饭店应建成一流酒店、品牌酒店，代表着皖西北经营和管理的最高水平，这就需要强有力的企业文化作支撑，我认为饭店的企业文化还是人的问题，企业管理者管理事务很多，但最主要的管什么？就是管人！把人管好了，一切事都好办了，而决定人意识的就是人的心态和思想，所以我建议把“心态决定一切、细节决定成败、勇于承担责任、没有任何借口”作为华源国际饭店的企业文化，让进入华源的每一个人都要接受思想的净化，对饭店文化进行充分的认知、洗涤，所有管理人员及员工要在经营管理中不折不扣地贯彻执行下去，使每一个华源人在饭店都能得到展示、提升和完善，那么饭店的标准化、程序化、规范化才能得到保障和落实，华源国际饭店这个特色品牌越做越大，越来越响亮！

三、建立适合自己特色的管理模式

饭店的管理模式可以多种多样的，关键是建立符合自己饭店特色的饭店管理模式。我根据当地经济、文化、风俗以及人员素质等情况，建议把“表格量化考核”、“走动式管理”、“人性化管理”作为饭店的管理模式。

1、表格量化考核

服务规范是指导服务工作的纲领，制定服务规范是提高服务质量的基础。没有服务规范，饭店的服务和管理工作就没有统一标准，更谈不上提高服务质量。要求饭店各部门、各部位以表格量化形式，建立标准的sop，每一个部门建立自己的表格量化考核档案，包括每个部位物品管理、卫生标准、人员考核、 操作流程、岗位职责等，把饭店要求的每一项指令都以表格量化的形式下发到各部门，使各部门有一个具体的参照标准和依据，并定期或不定期进行考核和检查，从而规范各部门的各项工作。

在执行表格量化的同时，要灵活运用，不能刻板地执行服务规范，而应根据时间、地点、场合以及服务对象的不同，为客人提供“个性化服务”和“超常服务”，这是服务的最高境界，是服务工作的灵魂。

2、走动式管理

走动式管理也叫现场管理，指饭店的管理人员要经常亲自深入一线部门，坚决杜绝管理人员脱离实际，坐在办公室闭门造车的现象。现场管理不但能及时反馈客源信息，在第一时间内处理客人投诉；而且能了解各部门、各部位存在的不足之处和一些细节问题，以便及时改进和完善；还能亲自考核员工的实际工作，从而发现优秀的员工和管理人员，培养后备管理梯队。

建立饭店的质量检查部门，也就是督导部门，进一步加大现场管理力度。因为人员的素质参差不齐，有的员工涣散、懒惰、自律性差，所以必须经常进行检查、督导，才能保证各部门的服务质量、卫生质量和服务规范，才能减少违纪现象，保障各项规章制度的顺利实施，从而达到管理的目的。

3、人性化管理

“人性化”非“人情化”，“人性化”是“严”与“情”相结合的管理模式，即工作上的严格管理和生活上的人情管理，必须把工作和生活分开，绝不能混为一谈，这就是“人性”。

“严”包括严格的规章制度，严密的督导机制，严厉的惩罚措施和严于律己的工作作风。企业正常运转，必须有正常合理的秩序。实行严字管理，就是要保障企业各系统、各要素间的联络畅通，配合协调，环环相扣，使人在严格的纪律约束下，克服惰性，达到饭店正常的工作效率，并消除偏失行为的隐患，保证饭店目标的实现。

“情”指关心员工生活突出人情味，即：想员工之所想，急员工之所急，尤其在员工面临困难和危急时，要全力为其解除后顾之忧。只有这样，才能使员工感到自己的利益、命运与饭店的盛衰是密不可分的，从而增加员工的归属感和饭店的凝聚力，使员工能够自觉地将饭店的价值规范内在化，并使其行为突破常规，为客人提供更为优异的服务。

总之，我认为在饭店的经营管理中，要根据实际灵活运用各种管理模式，管理不是目的，管理是为经营服务的，管理是基础， 管理有很多手段，管理是执行，但管理的真谛是“使人的价值最大化”。管理必须在企业创新的经营理念指引下，形成一套卓越的成熟的模式、机制、制度，我认为卓越的管理模式就是“把复杂的事情简单化”、“大事整成小事”。

第四篇：酒店经营管理计划

酒店经营管理计划

酒店经营管理计划

随着酒店业竞争日益激烈，消费者也变的越来越成熟，这就对我们饭店的经营提出了更高的要求。就目前的市场定位及整体酒店的管理，我计划对酒店经营管理做出一些调整，吸引消费者到我们酒店消费，提高酒店经营效益，同时从基层入手，对整个酒店员工进行大规模培训，通过培训来增强酒店各方面的管理工作。下面我从经营及管理两个角度去诠释整个酒店的经营管理计划：

一、经营方面

１、市场环境分析

1) 目前大部分酒店的目标顾客群定位不太准确，过于狭窄。主要特征

是等顾客上门，依靠政府部门为主顾客群，缺乏开展民间消费群体。

我们应当充分挖掘自身的优越性，拓宽市场，合理巩固已有企业单

位消费群体，进行改观和拉笼。完善其消费者档案。虽然我们酒店

目前是整个地区最豪华、最高档的酒店，我们酒店的硬件水平和服

务也是本地区最好的，但是还是要在目标顾客群的定位上准确，同

时，要分档接收各层次的消费，要体现“华而不贵、真正实惠”的经

营理念。

2) 加强新闻宣传力度，让薛家湾地区的居民了解我店，建议用投入较

少的资金进行企业文化宣传或企业人脉的宣传，其次要求对外围省

级或主干道设立广告牌等。

3) 竞争对手分析：我店周围有与我店类似档次酒店，但是硬件设施有

些已经陈旧，虽然其在硬件上不具备与我们竞争的实力，但他们已

经拥有了一大部分的长期消费群，因此我们要引起重视，在消费者

群体的开发上、在服务质量或其它方面进行争取。做好会议接待市

场破突口，同时也应在休闲市场占一定份额。

２、目标市场分析

? 目标市场即最有希望的消费者组合群体。

? 目标市场的明确既可以避免影响力的浪费，也可以使广告有其针

1-5

对性。没有目标市场的广告无异于“盲人骑瞎马”。

? 目标市场应具备以下特点：

1) 既是对酒店产品有兴趣、有支付能力的消费者，也是酒店能力所

及的消费者群。酒店应该尽可能明确地确定目标市场，对目标顾

客做详尽的分析，以更好地利用这些信息所代表的机会，以便使

顾客更加满意，最终增加销售额。

2) 顾客资源已经成为饭店利润的源泉，而且现有顾客消费行为可预

测，服务成本也要相应随淡旺季而变，不能按照百分百编制，要

让80%人员创造100%工作，还余20%人员是纯利润。同时要维

护顾客忠诚度，这是最好免费口碑宣传，也使竞争对手无法争这

部分市场份额。

因此，融会顾客关系营销，维系顾客忠诚可以给饭店带来如下益处：

1) 从现在顾客中获取更多顾客份额

忠诚的顾客愿意更多地购买饭店的产品和服务，忠诚顾客的消费，其支出是随意消费者支出的两到四倍，而且随着忠诚顾客年龄的增长，经济收入的提高或顾客单位本身业务的增长，其需求量也将进一步增长。

2) 减少销售成本

新的顾客群体需要大量的费用。如各种广告及其公关费用。顾客对饭店的产品或服务越来越熟悉，饭店也十分清楚顾客的特殊需求，所需的关系维护费用就变得十分有限了，我们要做是进行合理的日常拜访与沟通。

3) 赢得口碑宣传

具有较高满意度和忠诚度的老顾客的建议往往具有决定作用，他们的有力推荐往往比各种形式的广告更为奏效。这样，饭店既节省了吸引新顾客的销售成本又增加了销售收入，从而饭店利润又有了提高。

4) 员工忠诚的提高

加大力度培养新生力量同时巩固员工流失，这是顾客关于营销的间接效果，员工满意度的提高导致饭店服务质量的提高，使之顾客的满意提高，形成一个良性循环。（202\_年要引进部分在校实践生来补充人力资源）。

3、市场营销总策略

“百姓的高档酒店”－商务会议为日常基础接待，扩大百姓市场。 我们在文化上进行定位，力争婚宴、寿宴、谢师宴及节日宣传上炒作，以引起“轰动”。对于每年中秋节月饼，圣诞自助歌舞晚宴还有待全面拓展。

二、管理方面

酒店管理的最终目的是高效率协调配臵酒店内外各种资源，为客人提供最大满意的无缺陷服务。

目前国内酒店业通行的做法是基于岗位责任制基础上的制度化管理，一些著名的酒店集团已总结和推出了自己成熟的管理制度与规范，其岗位职责规范设计条分缕析可谓面面俱到，并已在国内酒店业管理市场上大行其道、广为流传。一些新建的酒店、宾馆将其奉若圣明，积极移植引进。在管理制度引进过程中，不乏成功的案例，但也有许多酒店的管理者发现，虽然以一流酒店为基准模仿制定了许多的规范制度，但未起到明显效果，酒店管理中许多具体的问题最终还是得总经理亲临“现场办公”才能真正解决。于是，一些酒店管理者感叹“制度管理不如现场管理”，更有一些酒店由此主张“以走动式现场管理取代制度管理”。现场管理固然高效，但带来的负面后果是：酒店花大量心血建立的管理制度流于形式，酒店的主要管理者因陷于具体琐事脱不开身，最终疏于考虑企业发展大计，在一定程度上导致了企业战略性失误。

酒店的管理工作把细节做得越细，就越具有竞争力,高效管理的平衡点在于制度管理与现场管理的“系统化”，即在问题管理的基础上，根据企业的核心问题环节设计科学有效的管理制度，以“现场管理”作为制度管理的补充，通过现场管理可有针对性地发现、处理和分析酒店管理中出现的系列问题，修正完善现行的酒店管理制度，以便使制度化管理更具针对性。

１、建立完整完善的酒店管理规章制度

现今酒店行业越来越走向正规化，那么，一套完整的管理规章制度无疑会给酒店的管理带来很大益处，但是，酒店行业之间的流动性，造成了酒店管理制度的套用，每到一个新酒店的管理层，都会将以往工作过的酒店的制度搬来就用，其实酒店制度虽然一样，但是不是所有的制度都适合每个酒店的。 管

理者应该站在“细节管理”的角度，将制度细节化，“去其糟粕，取其精华”，这样的一套管理制度才是真正适合酒店运行和管理的。

2、酒店应该从标准化向个性化转变

固有的酒店标准化程序及制度是每个酒店都存在的，但是现在的酒店竞争关键就在于酒店个性化服务的比较上了，所谓个性化服务也就是“创新服务”，只有营造一些新颖的氛围，给顾客留下一些津津乐道的话题，这样酒店的回头客才会增多，同时酒店利润也会增加。

3、大力开展员工培训工作

服务行业的竞争大多数取决于酒店的服务水平和服务质量，酒店管理层应该非常重视酒店的培训，一个系统化的培训体系的建立不是一朝一夕能够做到的，同时，长期坚持培训不但可以提高服务质量，同时也可以大大减少员工流失率。

４、创收是根基，是酒店的生存之本；创收是酒店管理的重中之重。

１）转变观念，打好创收思想基础

实抓成本，不影响酒店运作的情况下为酒店增收“隐形收入”控制好可控成本，如：采购成本（采取不同时期估价）。水、电、燃料成本（细化分析进行有效节能），人力成本按淡旺季进行编制。

“管理”表面上与盈利无关。但从本质上看，管理是创收的基础和前提。没有好的管理就没有效益。“没有不合格的员工，只有不合格的?管理者?”，便是这个道理。

２）“以人为本”，找到创收盈利之源

人，是创收最根本、最活跃的因素。“人本思想”，是创收的保证。让员工的“心”留在店里面，留在岗位上。把内藏的工作热情转化为优质服务的行动和活力。

3）疏通营销渠道，狠抓营业利润

拟订预算202\_年营业指标

要求抓专业营销队伍，并同时倡导全员促销，增强团队意识，使全店上下个个都宣传酒店，推销酒店产品。

4) 优质服务，实现客我共赢

（1）优质服务，是酒店的本份

定好标准，规范技能操作，严抓培训。标准，是行动的准则、指南。明确了标准，才能规范为顾客提供优质服务。优质服务的惟一标准，即顾客满意，也只有通过培训才实现最终顾客满意要求。

（2）抓好落实

这是我们管理者的“通病”，经常还是停留在找“借口”弊病问题。一定要贯彻“办法总比问题多”管理心态。抓好落实，每件事情都落处有声。

（3）抓好检查

在酒店、部门、班组三级组织中，自下而上地提高检查力度，不走过场其做到“创收有奖、损利受罚”。

酒店的整体形象是通过细节来体现的，而细节则是无穷尽的。因此，要使酒店的管理真正做到“无差错”，就必须脚踏实地地推行细节管理。高水平的酒店面对是高要求的客人，高要求的客人通常都有着非常细致，甚至有些苛刻的眼光，管理中的每一个细微的环节都会引起他们的注意。所以，要真正做到高水平的管理，就必须有一种“钻牛角尖”的精神。

周 涛

tel: 13847762121

202\_-11-1

第五篇：酒店年度经营管理计划

酒店年度经营管理计划

现今阶段，宾馆业竞争日益激烈，消费者也变的越来越成熟，这就对我们酒店经营提出了更高的要求。在新的一年，我们为了吸引消费者到我们酒店消费，提高我店经营效益。就我们世纪皇朝酒店经营管理作出本年的经营管理计划。

一、 营销计划

随着酒店业内部管理精细化、服务前沿化的要求，只有正确的营销战略思路，才能指导赢得新的客源市场，赢得回头客和忠诚客户，以获取最大的经济效益和社会效益。

1、盘点我店营销中存在的问题，

（1）、 目标顾客群定位不太准确，过于狭窄。主要特征是等顾客上门，尤其是政府部门为主顾的客群回头率较之以往大幅下降，缺乏对这一消费群体积极主动的挖掘。另外酒店服务质量还存在不尽人意之处，影响了消费者到酒店消费的信心。针对当前激烈的竞争，我们应当反思，目标市场定位。应当充分挖掘自身的优越性，拓宽市场，合理巩固酒店已有的单位消费群体，进行改观拉笼，完善其消费服务。尤其是政府部门为主顾的客群，要指定专人积极主动的接触和公关相关领导，了解其消费需求和回头要求，用一定的心思，花大力气牢固抓住这一群体，为我店的入住率提高贡献。同时我们店的硬件水平和服务是本地区最好，因此要分档接收各

层次的消费散客，要体现“华而不贵、真正实惠”的经营理念。同时，旅游团队接待方面还有待开发与加强。

（2）、 新闻宣传力度不够，没能在各处充分宣传，没能让广大消费者充分了解我店。建议用投入较少的资金进行酒店文化宣传或酒店人脉的宣传，大力倡导全员促销，增强团队意识，使全店上下个个都宣传酒店，推销酒店服务。与此同时，推出房间“周末特价”、 根据淡旺季制定房间滑动价等促销活动，加大酒店的业务宣传力度。

2、 分析竞争对手，目前德惠县城各个档次宾馆林立，竞争手段出现多样化、复杂化、深入化，因此本年度要引起高度重视，调查和了解竞争对手的竞争手段，指定相关对策，提高服务质量，做好会议接待、商务会谈、休闲观光等经营策略。

3，明确目标市场。目标市场 既是对酒店有兴趣、有支付能力消费者，也是酒店能力所及的消费者群。酒店应该尽可能明确地确定目标市场，对目标顾客做详尽的分析，以更好地利用这些信息所代表的机会，以便使顾客更加满意，最终增加销售额。顾客资源已经成为酒店利润的源泉，而且现有顾客消费行为可预测，维护顾客忠诚度，这是最好免费口碑宣传，也使竞争对手无法争这部分市场份额。

4、 赢得口碑宣传，具有较高满意度和忠诚度的老顾客的建议往往具有决定作用，他们的有力推荐往往比各种形式的

广告更为奏效。这样，酒店既节省了吸引新顾客的销售成本又增加了销售收入，从而酒店利润又有了提高。根据目前人们消费心理，还欠缺稳定。跟“新”、跟“风”的消费心态。口碑是起到较大的催化剂。今年我们的相关服务人员要积极主动的争取顾客的服务评价和对酒店的意见和建议。顾客的服务评价要作为相关服务人员考核的最有效依据，同时安排专门的时间和人员讨论顾客意见和建议，针对合理意见和建议要建言建行，制定相关实施方案，争取最大限度提升酒店服务质量，赢得最广泛的赞誉。

二、管理计划

“管理”表面上与盈利无关。但从本质上看，管理是创收的基础和前提。提高酒店管理水平，创新酒店管理模式，是酒店赢得竞争优势的基础。

1、“以人为本”，找到创收盈利之源 。人，是创收最根本、最活跃的因素。“人本思想”，是创收的保证。如果我们这个团队员工之间相互拆台缺乏凝聚力，相互不融缺乏互补性，相互不睦缺乏吸引力，长此以往酒店就会在“内耗”中摇摇欲坠。为此今年我们要大力培养“凝心向上”的工作团队，让大家的“心”留在店里面，留在岗位上。把内藏的工作热情转化为优质服务的行动和活力。要实现这一目标，首先管理者要在思想意识上高度统一没有分歧，才能确保酒店的政策和措施从中层开始往下具体贯彻落实，保证酒店内部个体

力量与目标方向相同。其次不断提高大家的自身修养，少说闲话，多干实事，己所不欲勿施于人，关系和谐，互相关心，充分发挥团队成员的技能互补作用。使员工渴求不断地完善自己，将自身的潜能发挥出来，热情主动地投入任务的完成。再次要坚决遵从酒店规范，酒店规范是酒店每个成员必须遵循的行为准则，是统一员工行为观念的标准体系。如果缺乏酒店规范或有规不依，则酒店的凝聚力就难以形成。酒店规范包括成文的和不成文的，成文的如酒店内部各种规章制度，不成文的如约定俗成的酒店成员的思想观念等。酒店规范是维系酒店行为的无形力量。因此，酒店规范是形成酒店凝聚力的动力，它能够使酒店员工明确个人目标，使之与酒店目标一致。

2、优质服务，实现客我共赢。优质服务，是酒店的本份首先定好标准，规范技能操作，严抓培训。标准，是行动的准则、指南。明确了标准，才能规范为顾客提供优质服务。优质服务的惟一标准，即顾客满意，也只有通过培训才实现最终顾客满意要求。其次抓好落实 ， 这是我们管理者的“通病”，经常还是停留在找“借口”弊病问题。一定要贯彻“办法总比问题多”管理心态。抓好落实，每件事情都落处有声。再次抓好检查。在酒店、部门、班组三级组织中，自下而上地提高检查力度，不走过场其做到“创收有奖、损利受罚”。

3、注重细节，抓好工作落实。精细化管理是相对粗放化管理而言的，细节决定成败，一定要注重细节，把小事做好。在工作中不断发现和完善不足，做好、做到每一个细节。停车场在以往各项常规工作的基础上，工作人员要进一步加强对周边环境的清理，日日清扫，随时捡拾。车辆进出、收费情况，要时时登记，午夜十二时要对过夜车辆进行确认登记，并且在登记本上要有值班领导的签字。

4、降低成本、杜绝浪费。我们把开源节流、增收节支作为一项重要工作来抓。通过优质服务，倡导全体员工树立“节能降耗，人人有责”的意识。并根据各部门特点，做好成本控制，首先在采购低值易耗品时，及时进行市场调查询价，确定最低价，严格对采购物品详细检验，杜绝不合格产品的流入。其次各部门做好节能降耗，节约每一滴水、每一度电，每一张纸。对长流水，长明灯，任取暖现象坚决抵制，做好“三关一灭”的长效工作。

5、美化酒店服务环境，改善酒店硬件设施，提高酒店竞争力。今年除了对酒店进行修补性质的简单装修外，酒店暖气设备进行彻底维护维修，对于无法修补的暖气管道进行全面更换，以根治酒店的供暖问题。

酒店的整体形象是通过细节来体现的，而细节则是无穷尽的。因此，要使酒店的管理真正做到“无差错”，就必须脚踏实地地推行细节管理。

本DOCX文档由 www.zciku.com/中词库网 生成，海量范文文档任你选，，为你的工作锦上添花,祝你一臂之力！