



总经理要亲自当迎宾

案例编号：TJVI-A&G-022

案例名称：总经理要亲自当迎宾

案例部门：总经理办公室

案例描述：

在我们传统的观念里，总经理这个角色是一个比较高端大气上档次的工作职位，总经理这个角色在迎来送往，会晤宾客的方面有着不可替代的特殊作用，太多的事例证明，对于一些重要的客人来说，在住店期间，是否能够得到总经理等高层管理人员的直接接待和照顾，这本身就是一种身份的象征。

在很多星级酒店的岗位设置上，都有特定的迎宾人员负责专门的迎接欢送的工作，但是在北京的这家五星级酒店，管理层新做出了一个决定，那就是酒店通过一系列的规定和严格的制度去约束总经理关于迎接和欢送酒店重量级的客人的问题。

他们的这个决定受到了这家酒店的中高级管理层的一致通过和一致好评，他们根据客人的社会地位、知名度以及酒店关系亲疏程度，把下榻酒店的贵宾分为几个不同等级的类别，并且明确的规定什么级别的贵宾由什么级别的管理人员负责迎送接待工作，并且适用什么样的接待规格，宾客在确认预定以后，营销部或者礼宾部门再及时的将顾客的资料以及责任接待单发送到相关管理层手上，实施责任到人，责任到点的工作管理模式。

接到责任单的部门和个人则在自己的工作安排中明确的标明出贵宾到达酒店的时间和人数以及陪同人员，离店日期和具体的时间，前厅部门和总台等具体的接待部门也要及时的不断的更新和反馈相当的信息，这样以确保迎送工作的稳妥和可靠性。

案例分析：

这个案例是酒店业典型的思维模式变换下所产生的一系列的自然反应，酒店为自己的定位做了一个详细的策略研究和讨论、经营理念的变更和酒店新形象的确定，努力打造出了一个新经济环境下国际性的商务酒店范例。

后续跟进：

每当酒店客人们风尘仆仆远道而来的时候，就从远处看到酒店的总经理和老总率领酒店主要领导已在酒店门前恭候多时，顾客心中的那份满足感和感动我们是不言而喻的。

案例反思：

无论哪个行业，无论什么级别，我们的工作都需要思维上的改变和创新，世界上最好的销售员曾经说过一句名言——要想很好的向别人推荐你的产品，想要别人买你的东西和服务，首先最关键的一点就是要学会让顾客喜欢上你，对你有好感，因为有了感情的良好基础以后，就会有质的变化，这样我们的服务才会被顾客所接受和认同并且赞美留恋。



案例启示：

1. 对于一个星级酒店来说，总经理亲自出马的影响力绝对非同小可，这样的尊重和思维模式上的转换是非常的值得我们酒店行业学习的；
2. 这样思维模式下的营销方案如果长期坚持下来，或者说努力将它发展成为酒店的一种企业文化的时候，那样酒店的名声就会越来越大，接待的贵宾名气和规格就会越来越高，那么酒店的发展就会越来越有方向和活力。