



顾客好才是真的好

案例编号：TJVI-F/O-018

案例名称：顾客好才是真的好

发生部门：前厅部

案例描述：

2013年7月，方先生和方太太带着从国外回来探亲的亲戚来到北京某星级酒店下榻，老老少少一行有5个人，可能是与亲人许久未见，一行人都有些兴奋激动。一进大厅，方先生就问前台服务员琪琪：“现在有房间么？”，琪琪查询了当前房态微笑回答道：“有”。“给我开三间房，两间休息，另一间谈心聊天。”琪琪来酒店工作一年多了，平时话不多，但是她的贴心在酒店是前厅部是出了名的。听到方先生要单独开一间房聊天，琪琪觉得未免有些浪费，于是轻轻向客户提到：“方先生，酒店夜酒吧上周开张了，里面宽敞明亮，又气派，也有清静的包厢，还可以随时点到各种酒水饮料，不收包房费，只收酒水费，开业期间去消费还享受7折优惠呢！”见方先生露出心动的表情，琪琪又问到：“您看，那间谈心用的房间是不是就不用租了？”方先生听后非常开心，连声说：“好，好，好！还是你们酒店贴心，钱多钱少我倒是不在乎，酒店配了这样的好地方，我和我的家人都非常愿意去试试，要是地方不错，以后我这边的朋友接待就都来你们酒店了。没想到，你们想的比我好周到，就这样办，只开两间房！”

案例分析：

这个案例是一个典型的关于“服务意识”的案例。一般来说，在为顾客服务时，只要按照顾客的要求来提供服务就行了。但是案例中的琪琪有非常强的主动服务意识，她没有单从酒店的利益出发，接受客人的订房要求，一心只想着将房间租出去，而是站在顾客的立场上替顾客着想，主动为顾客提供最合适的入住方案，在赢得顾客信任的同时，也不着痕迹的向客户推销了酒店新增的服务。琪琪能够赢得顾客的信任归结为以下几点：（1）本身具有良好的职业素养，具有较强的服务意识，善于抓住顾客的需求；（2）具有较强业务素质，对酒店其他部门近期工作有一定的了解，在维护客人利益的同时，不失时机的进行营销。

后续跟进：

方先生一家对酒店夜酒吧的服务非常满意，次日退房时，在前厅办理了酒店会员卡，表示以后接待外地朋友都会来这里，并在服务反馈中将琪琪的服务评定为五星级。



案例反思：

1.前厅服务员在提供服务时，只做“份内”的事自然是无可厚非，但是这只能符合客户的基本要求，不能给客户留下深刻的印象。试问，当时若琪琪只是按照客人的要求开了三间房，其他什么也不说，那么客人还会如此信任的办理会员卡并表示长期消费吗？

2.贪眼前之利是服务行业的大忌，琪琪这么做表面上是损失了一个房间的入住收入，但是实际上对酒店的长远发展是有利的。酒店可信赖、服务质量好的品牌与口碑一旦传播开去，何愁没有回头客？何愁没有新顾客？

3.在服务过程中，态度非常重要，琪琪不论是在提议还是询问的时候，态度谦和，不卑不亢，既没有将意愿强加给顾客，让顾客感到不爽，也没有敷衍了事，既给客户提供了建议，又让顾客感到舒心。

案例启示：

- 1.对服务员服务意识和职业素养的培养是酒店常抓不懈的工作；
- 2.注重全员营销观念的培养，每一个岗位都有可能成为创造价值的中心点；
- 3.作为酒店服务人员，关注客人的需求，为客户提供适合的解决方案是获取客户信任的重要途径。