# 孕婴店月度工作总结(合集6篇)

来源：网络 作者：烟雨蒙蒙 更新时间：2024-10-12

*孕婴店月度工作总结11、二选一法：客户想买一种产品，在她犹豫不决时，千万不能问你要不要?假如你问的是要不要，她回答不要的概率有50%；比如内衣，你问要不要?她可能直接就说：不要!假如你问：要红色是黄色?不管选择哪个颜色。但结果都是购买了，除...*

**孕婴店月度工作总结1**

1、二选一法：客户想买一种产品，在她犹豫不决时，千万不能问你要不要?假如你问的是要不要，她回答不要的概率有50%；比如内衣，你问要不要?她可能直接就说：不要!假如你问：要红色是黄色?不管选择哪个颜色。但结果都是购买了，除非她特别不想要，不然她就会受你引导。选择其中一个颜色了。

2、顺藤摸瓜法：客户进来后，了解她真正的意图是很关键的，但她不会主动告诉你，这就需要你通过提问得到答案。客户进来后，她开始看产品时，你就得主动的问：宝宝多大啦?客户给你一个答案后你再问：平时是用哪个牌子?最后再问：今天准备买点什么?三次问答后，营业员对客户就会有一个清晰的：了解，再推销商品时就很有针对性了。

3、在商不言商法则：真正的推销高手不向客户推销商品，只是和客户聊天，但像散文一样，形散神不散，聊天的主题是育婴和产品知识，让客户不知不觉中对你产生信任，客户一旦对你产生信任，就会主动的问你，像她的宝宝应该用哪些产品，这时候再开始销售商品，那就显得非常自然了，但做到这一点需要专业的产品知识和育婴知识，并且要具备一定能表达能力。

4、设身处地法则：客户之所以对营业员有戒备，是因为营业员都是从商家的角度介绍，假如你能从客户的角度介绍商品，就一定会特别容易的让人接受，因为只要你是真心的，客户就一定会感受到。

5、会员销售法：使用电脑软件来加强会员管理和会员卡预充值，例如：积分、打折、返现、赠送礼品等吸引会员多次消费。可安装使用下飞蝶母婴用品店管理软件，让电脑来帮您管理，既不易出错、又省人工成本。飞蝶母婴用品店软件支持条码扫描、小票打印机、钱箱、会员卡积分、打折、预充值与付款、会员生日软件自动发祝福短信等。可一键查任意指定时间内的（例如：每日、每月、每年）指定商品的销售量、利润、库存、存货总金额、提成、商品快过期信息等等。还赠送母婴店专用商品条码及价格库(1万多种商品信息)，不用您一个个输入，直接导入使用。软件分有单机版、连锁版

6、肢体语言配合法：每个人的说话速度、音量、表情都不一样，有的快，有的慢，有的说话时连比带划，有的说话时神情亢奋，但不管是哪一种，只有和自己语速、音量、表情相仿的人才会感觉到合拍，也就是我们日常说得：合得来，所以，在日常中沟通中，营业员要尽可能的配合客户的说话方式，急性子的，我们就要尽可能加快语速，用词简单明了；慢性子的，我们就可以慢条斯理的给她介绍，因为假如你说得很快，她会感觉你是嫌她烦，但不管是用哪一种方式，把核心意思表达清楚才是最重要的。

7、夸奖法：夸奖是消除客户敌对心态的最有效方法之一，有时一句得体的夸奖能在几秒钟之内与客户拉近距离，但夸奖是门语言艺术，夸奖不到位，客户无动于衷；夸奖过分，客户反感；什么时候开始夸，夸什么，都需要比较讲究 。

8、假设成交法：对于犹豫不决型和缺少主见型客户，假设成交法是一种比较行之有效的方式。指的是介绍完产品后，客户有购买意向，但未下决心时，营业员可以假设这些产品客户已经购物了，直接装进购物袋，然后吩咐收银员开单，只要不是大件商品，一般情况客户也就不会再说什么了，销售就好像是踢足球，假如临门一脚踢不进去，前面再完美的表现都无济于事，让客户购买是销售的终极目标。

9、借力销售法：在销售过程中，当感觉力不从心或无法占据主动姿态时，要及时的借助第三方力量促使成交，当感觉语言介绍不起作用时、可以递给客户厂家提供的宣传资料；当感觉找不到切入点，可以让别的营业员从另外的角度介绍；第三方的力量包括：厂家提供的宣传资料、其他营业员、销售记录、会员资料等等。

**孕婴店月度工作总结2**

首先感谢了\*\*同意让我转正，我想这是对我这段时间工作的最大肯定，在得知的时候我也是感到欣喜若狂。但开心的时候我也感到了惶恐，我不知道我这段时间的工作是否都完成的很好，并且想到了很多自己失误的地方，也感到了不安。虽然这段时间来我很认真努力的工作，但因为不够熟练的原因，还是导致发生了很多失误。当然我会把这些失误的地方谨记，让自己不再犯这种错误。

在刚刚来到这里工作的时候感觉这么容易的事情，我一定能够做得很好的。但显然，我高估了自己，也低估了这项工作的难易程度。虽然一开始我犯了很多错误，但在\*\*和老员工的纠正下，我的专业水\*得到了很大的提高，也让自己能够在不发生意外事件的情况下独自处理了。但生活总是会发生意外，而每次遇到这种意外事件的时候我都不够冷静，感觉手足无措。为此，\*\*也给我们所有员工都进行了意外事件的培训，具体举例了几种事件，并演示解决的办法。在那之后，大家也都有了经验，遇事也都冷静了许多。

而我在这段时间里，学习到的学不单单是工作经验，还有生活的态度和自己性格的转变。以前以为家里就我一个男孩子的原因，对我都比较宠着，所以也没吃过什么苦，觉得钱够用就行了，总要的是自己每一天要过得开心。但来了这里之后发现，大家都要比我能干，一相比显得我像是个废人，这也是我这么努力的原因，我不想大家觉得我是个没用的人。以前觉得钱够用就行，现在真正的感觉到赚钱有多难了，我就是有在多的钱也得花完，所以还是得努力赚钱。从小到大都害怕和人说话，现在的说法说是社交恐惧症，性格也比较沉闷，不爱说话，还内向。这也导致以前的我朋友特别的少，但现在倒是感觉自己和以前不一样了。感觉自己从沉闷变成了一个话痨，一天不说够那么多话心里不舒服，这是一个我自己都想不到得进步。虽然还是有些不太擅长交际，但也能够和人沟通了。我也会在未来的日子里继续进步，让自己在性格方面再开朗一点。

也感谢\*\*给予了我转正了机会，我向您保证以后一定不会辜负您的期望。把自己的工作做到最好，把充沛的精力都花在工作上，请\*\*拭目以待。

**孕婴店月度工作总结3**

现在20xx年快要过去，不知不觉在我这个酒店做前台已经做了有快一年时光，从刚开始对前台一无所知到此刻独挡一面，我相信那里面除了我自我的付出与努力，更离不开酒店给我所带来的培训，以及老员工和\*\*对我\*\*。一年时光里我学到了好多，“客人永远是对的”这句服务行业周知的经营格言，在那里被发挥到了极致。

酒店为了到达必须的财务目标，不但要客人的物质需求得到满足更要满足客人的精神需求。所以在做为酒店的经营者，往往对客人的要求，只要在不触犯法律和违背道德的前提下，都会满足客人。所以从入职培训就会为员工灌输：“客人永远不会错，错的只会是我们”，“只有真诚的服务，才会换来客人的微笑”。我一向坚信顾客就是上帝的道理，总是在尽可能的把我自我的服务做到极致。

酒店前台的工作主要分成接待、客房销售、入住登记、退房及费用结算，当然，这当中也包括了为客人答疑，帮客人处理服务要求，电话转接等服务。酒店的前台，工作班次分为早班、中班和通宵班三个班，轮换工作，其中一人为专职收银，另外两人按照实际工作量状况分配剩余工作。

这样的安排比较宽松，既能够在工作量大的状况下分配为一人收银，一人登记推销，另一人负责其他服务和联系工作。而且还能够缓解收银的压力，让收银能够做到头脑清明，不出错。最重要的是，这样的工作方式，能够很快让新人获得经验，在工作量小的时候由带班同事指导，工作量大的时候又能够更多的吸收经验，迅速成长。在这20xx年我主要做到以下工作：

一、加强业务培训，提高自身素质

前厅部作为酒店的门面，每个员工都要直接的应对客人，员工的工作态度和服务质量反映出一个酒店的服务水准和管理水\*，因此对员工的培训是我们酒店的工作重点。我们定期会进行接听电话语言技巧培训，接待员的礼节礼貌和售房技巧培训，以及外语培训。只有通过培训才能让我在业务知识和服务技能上有进一步的提高，才能更好的为客人带给优质的服务。

二、加强我的销售意识和销售技巧，提高入住率

前厅部根据市场状况，用心地推进散客房销售，今年来酒店推出了一系列的客房促销，接待员在酒店优惠\*\*的同时根据市场行情和当日的入住状况灵活掌握房价，前台的散客有了明显的增加，入住率有所提高，强调接待员：“只要到前台的客人，我们都要想尽办法让客人住下来”的宗旨，争取更多的入住率。

三、注重各部门之间的协调工作

酒店就像一个大家庭部门与部门之间在工作中难免会发生磨擦，协调的好坏在工作中将受到极大的影响。前厅部是整个酒店的中枢部门，它同餐饮、销售、客房等部门都有着紧密的工作关系，如出现问题，我们都能主动地和该部门进行协调解决，避免事情的恶化，因为大家的共同目的都是为了酒店，不解决和处理好将对酒店带来必须的负面影响。

四、思考如何弥补同事及部门工作的失误，保证客人及时结帐，令客人满意

前台收银处是客人离店前接触的最后一个部门，所以通常会在结帐时向我们投诉酒店的种种服务，而这些问题并非由收银人员引起，这时，最忌推诿或指责造成困难的部门或个人，“事不关已，高高挂起”最不可取的，它不但不能弥补过失，反而让客人怀疑整个酒店的管理，从而加深客人的不信任程度。

所以，应沉着冷静发挥中介功能，由收银向其他个人或部门讲明状况，请求帮忙。在问题解决之后，应再次征求客人意见，这时客人往往被你的热情帮忙感化，从而改变最初的不良印象，甚至会建立亲密和相互信任的客我关系。

“剑虽利，不砺不断”、“勤学后方知不足”。只有学习才能不断磨砺一个人的品行，提高道德修养，提高服务技巧。让我们迈着矫健的步伐，不断的向前走，才能走我们的一片能够展翅高飞的天空！名雅的兄弟姐妹们，为了我们的明天而努力吧！

**孕婴店月度工作总结4**

在繁忙的工作中不知不觉十月份就要过去了，回顾这一月来的学习和工作历程，作为xx百货公司的一名员工，我深深感到xx百货公司之蓬勃发展的热气。现将本人十月份工作作总结。

一、工作职责

营业八部是与其他部门不同，主要是以餐饮为主。我是营业八部的营管，作为最基层的一名管理者，我深感自己更是一名最终端的经营者。我的主要职责是：维护整个餐饮部现场经营秩序的有序运行。

二、工作质量和业绩

在十月份，我在公司\*\*的关心爱护、各位同事的\*\*配合和餐饮部全体员工的通力协作下，本着xx管理理念\"xxx就把事情做好\"这样一个目标，依靠营业八部 \"默契、激情、出活\"的职业化团队，较好地履行了自己的工作职责，积极圆满的完成了\*\*交给的各项工作任务。

1、提高自身素质，适应岗位需要。俗话说：百货无大事，营管的工作大部门比较具体、琐碎，但为了做好工作，我不断学习，充实自我，以尽力适应岗位需要。一方面，我努力看书，如有关餐饮、食品安全、管理等方面的专业报纸、书籍。另一方面，我虚心向\*\*、向同事、向员工学习，学习他们的专业知识、工作方法、对人处事艺术等。

通过学习与实践的有效结合，自身素质逐步得到提高，基本适应了本岗位的需要。

2、注重规范管理，提升工作质量。具体工作

(1)协助经理做好了员工考勤\*\*，员工培训，员工入职的登记和每月星级服务员评选等工作，并把原来没有具体整理的文件按类别整理好放入贴好标签的文件夹内，给大家查阅文件提供了很大方便。

(2)做好了节假日活动卖场布置，新专柜进场的施工管理。

(3)参与公司各部门间的配合，如上报企划部一周信息，联系工务科维修损坏的硬件，上交每周一篇广播稿至广播室，领用行政部物品，协助保卫科维持卖场秩序等工作。

(4)协助经理做好员工的管理工作。管理工作是公司的一项重要工作，需要认真负责，态度端正，并按照公司\*\*管理每一位员工，体现人性化管理。

(5)认真、按时、高效率地做好公司\*\*交办的其它工作。

(6)为了部门工作的顺利进行及其他部门之间的工作协调，除了做好本职工作，我还积极配合其他同事做好工作。

3、加强现场巡视，维持经营秩序。营管的工作场所就是八部的整个卖场，工作内容非常具体、琐碎，这就要求本人必须具备较强的责任心，保证在经营现场对各种具体、琐碎的工作当场进行解决，使营业秩序良好的运行，给顾客提供一个方便、舒适的购物环境。在这一年中，通过本人和餐饮部所有员工及时的信息反馈及后勤各部门的及时配合，基本实现了这一目标。

三、本人工作中存在的不足

1、工作中，对一些日常管理方面出现的问题尚未进行及时的总结和归类，特别是在投诉管理方面做得还很不够，仍需向\*\*与\*\*学习。

2、创造性的工作思路还不是很多，个别工作做的还不够完善，这有待于在今后的工作中加以改进。

3、对员工思想的了解、对专业知识的了解仍有待深入、细致，自身管理水\*有待进一步提高。

总结十月份的工作，尽管有了一定的进步和成绩，但今后更需要努力改进工作中存在的不足，认真学习各项规章\*\*，不断加强个人修养，努力使思想觉悟和工作效率全面进入一个新水\*，力求把工作做得更好，为部门的发展做出更大的贡献。

孕婴店员工工作总结3篇扩展阅读

孕婴店员工工作总结3篇（扩展1）

——孕婴店员工管理\*\*3篇

**孕婴店月度工作总结5**

母婴用品店创业计划书

一、孕婴童市场分析

一）、孕婴童消特点

20xx年1月6日零点2分，中国的第十三亿个公民在北京妇产医院诞生。至此，我国的计划生育已进行了三十多年，我国的孕龄人群全面 进入了独生子女时代。

市场调查结论：

1、95%的孕妇仍然倾向艳丽、时尚的孕婴衣服，100%的父母声明，孩子是生命的延续，是将来的希望，他们最关心孩子，认为天经地义。

2、100%的新丈夫和新爸爸表示，愿意在一个地方一次性把所有的孕婴用品买齐，她们中只有3%的人知道要买些什么；几乎所有的人都表示“此时用钱，又兴奋，又骄傲！”

3、100%的准妈妈，准爸爸希望得到全面的孕育知识，而缺乏相关知识的占87%。

4、的父母表示，发薪水最先想到的是为他们的孩子买点什么。

5、在25岁以上的受访者当中，93%的人给同事、亲戚、朋友购买过孕婴产品。

特殊的时期与特殊的国情造就了中国孕婴产业的巨大商机，也造就了一批特殊的消费者。

二）、孕婴童市场统计数据

国家\_相关数据显示，中国年均出生人口是1500万到1700万。一个妈妈从怀孕到孩子6岁上学，这7年正是母婴市场的黄金时间，取人均年出生平均数1600万乘以7，得出大约有亿个孩子或者说是亿个家庭是母婴市场的买方。如果平均一个家庭一年在孩子身上的开销是5000元，那么这个市场的容量就有5500亿元，而据有关调查表明，中等城市的新生儿每年消费6000到万元之间。

中国婴童产业研究中心的最新数据表明，近几年婴童市场保持15%左右的高速增长，20xx年中国0岁到12岁的婴童市场总规模约万亿元左右，20xx年婴童市场将达到2万亿元的规模。

三）、孕婴童市场潜力

1、市场需求

新生儿父母年龄的下移和文化层次的提高，表现在对育养知识的渴求和健康意识的增强，伴之而来的是对多功能、多样化的产品，高品质的服务及专业指导的渴求。现代父母对孕妇、婴儿健康的要求，已经开始由简单的物质供应、传统的生理呵护，转向更注意心理的调适、心灵的沟通及科学育儿文化的熏陶。这对婴幼儿用品行业本身来讲，是一种无形的挑战，但更是一种潜在的商机。将产品、文化和服务作为一个整体来导入市场，将是未来婴幼儿用品行业发展的方向。

2、市场购买力

如何使孩子健康、茁壮地成长，成为家庭投资的重点。年轻父母们在孩子身上的投资，无论在人力、物力还是财力上，都无怨无悔，毫不吝啬。同事之间对对方的重视程度，也常常体现在对对方孩子的重视程度（礼品）上，这也为有中国特色的群体消费扩大了消费基础。

四）、孕婴童市场现状

1、实用性品牌专营严重空白

在国内孕婴市场尚未形成的过渡时期，除少数大型商场、专卖店外，几乎没有具有品牌效应的专营店店面，一些地方仍将孕婴用品随同百货用品销售，这样既不方便购买，又缺乏安全感；而类似集中经营婴幼用品的经营店却又无严格意义上的品牌。因此，市场急切呼唤既具有品牌价值，又具有品质保证，且能适应消费需求的品牌专营店。

2、购物地理环境局限性大

孕婴用品的消费主体一般为怀孕6－10个月期间的孕妇和新生儿的妈妈，这两类特定消费群体一般活动不便，对安全性要求特别强，这是这两类特殊阶层消费的共性。故而那种交通便利，接近社区服务，且环境优雅的购物场所成为消

费者的急需。市场上的孕婴用品多在大型市场和购物中心，不便于消费者消费。于是，消费者在出于安全及品质的双重的需求下，对出现在家门口、接受社区服务的专营性品牌店尤为渴望。

3、缺乏综合性，结构相对单一

孕婴用品涉及行业广泛（服饰、塑胶、轻工、电子、医疗器械、钢材、纸品数十个行业），且市场较分散，缺乏统一的机制规范整个行业，所以品牌规模的营造成为业内发展的方向。同时，现在品牌店仅限于用品、服饰两类商品。而像日用品、起居用品、孕妇的特殊用品、工艺礼仪、美术品几乎为零。

4、销售方式单一

由于孕婴行业本身的特点，需要社区服务的切近与人性化的服务，而很多品牌店在销售上仍采用传统的方式接待客人，而且由于传统的营销方式的终端严重滞后，市场意识不高造成经营上的短期行为，都无形地拉远了与顾客的距离。亲情式营销，人性化服务将是以后市场发展的重点。

5、 现有产品价格体系不合理

目前，孕婴产品呈现两个极端：一方面，进口产品过高的价格令普通消费者望而却步，一个童车的价格动辄八九百甚至几千，赶上一辆山地车的价钱；另一方面质低价廉的产品又不能适应广大中层消费者的需求。中端产品在中国是个空白。消费者呼唤适合中国市场大众化的中端品牌。

五）、孕婴童市场前景

1、孕婴起步，前景广阔

目前，孕婴市场属启蒙阶段，市场切合点仍在初建时期，杂货铺式的商店居多，而能够提供规范管理，统一形象，高品质，低价位的特许专营店，将是未来市场发展的趋势。因此，发展婴幼用品产业发展前景广阔，属于真正的“阳光产业”。

2、无限商机应“孕”而生

多年来，聪明的犹太人深信，妇女和儿童的钱最也赚。究其原因，不是因为妇儿商品的存在暴利，而是因为该行业潜藏着易被忽略的巨大市场，可以给投资人带来稳定的收益。

起，婴童用品市场象被突然发现的“金矿”，吸引了大量投资者，

各大城市的婴童用品专柜、专卖店如雨后春笋，生机一片，但综观市场现状，国内普遍存在婴童用品品类单调，档次不高，厂商经营规模偏小，故婴童用品业表面喧闹，其实尚处于早春的萌芽状态。

随着国民经济的稳定发展和人均收入的提高，近年来婴幼儿用品市场发以年均21%的递增率快速成长，日渐成形为一个专业的、具备相当规模的产业市场，正所谓“无限商机，应“孕”而生”。

3、特许连锁经营是孕婴童行业的未来方向

杂货铺的个体经营愈来愈难以满足妈咪们的安全与服务需求，并且个体店经营实力有限，背后没有一个全国知名品牌的系统服务与广告支持，基本处于“自生自灭”状态，而特许连锁经营作为经营新世纪最具科学性与竞争力的盈利模式，势将主导传统的孕婴行业。目前，孕婴市场属启蒙阶段，市场切合点仍在初建时期，杂货铺式的商店居多，而能够提供规范管理，统一形象，高品质，低价位的特许专营店，将是未来市场发展的趋势

六）、特许专业连锁加盟店分析

1、杭州市场概况

从杭州各大商场的儿童类商品销售情况来看，品牌婴童类服饰用品销售在逐年快速增长。以杭州百货大楼儿童商场为例：今年所有位于边柜的婴童品牌销售额都出现了大幅上扬。派克兰帝童装去年全年销售额是80多万元，今年至今已经做了180多万元。巴布豆、黄色小鸭等都比去年增长了20％以上。随着人们育儿要求的提高，0－3岁的婴儿用品销售增长加快，与服饰呈现1∶1的比例。在杭州大厦购物中心，以国庆黄金周儿童商场的销售为例，同比增加了40％，销售额占整个购物中心的30％。每个客人每次消费金额在300元－400元之间的非常普遍。

在杭州，婴童用品专营店表现为三种形式。一种是强调一站式购齐的婴童用品店。从奶粉、尿布，到服饰、玩具、早教类商品全都有，而且品牌多样化。所选品牌以商场超市的热门品牌为主。在杭州，以某某婴童用品专营店、恐龙蛋婴幼儿用品店等为代表。另一种形式是单一婴童品牌的专卖店，里面的商品以某个品牌的商品为主，附带少量的其他品牌商品，在杭州，以葆婴、好孩子等专卖店为代表。在体育场路上还散落着几家单一品牌的童装店，定位以中档为主。还有

**孕婴店月度工作总结6**

时光飞逝，转眼间即将过去。在这一年里，xx酒店管理部在公司的正确经营指导下，以“高效、创新、服务”的理念落实好部门管理工作，圆满完成了公司交给的各项任务，多次获得客人的好评。以下是我的个人工作总结。

一、加强业务培训，提高服务水\*

酒店的每个员工就是酒店的窗口、形象。一个员工的工作态度和服务质量能真实反映出一个酒店的服务水准和管理水\*。作为四星级酒店，我们把员工的素质培养作为工作的重点。包括、推销技巧、接听电话语言技巧等。要想客户之所想，急客户之所急。通过培训，员工的业务知识和服务水\*都有了明显的提高。

二、加强员工的销售意识

和管理部负责的两楼层里，主要是客户的休闲活动区域。因此，根据市场情况，酒店推出了一系列的促销方案。接待员根据客户的需要，为客户细心讲解客房、房、自助餐厅等优惠活动。这样，不仅锻炼了员工的销售技能，前台的散客也明显增加，入住率有所提高。其它休闲设施的使用率也有所增加。

三、狠抓卫生质量

一个酒店的形象除了优质的服务，更体现在细微之处。我们只有把酒店的各个地方打扫干净，保持整洁、卫生，才能让客户住的放心、住的舒适。因此，我们在卫生管理方面更出台了相关的，把工作细化，从客房、大厅、餐厅、健身房、网吧抓起，不留一个死角、不留一个污迹，保证客人所到之处都干干净净。

四、工作中的不足和今后的打算

虽然今年酒店管理工作取得了不错的成绩，但我们也深刻体会到自身的不足之处，在服务方面还缺乏一定的灵活性和主动性；个别新员工工作还不够熟练；在销售、卫生等方面的工作还需进一步加强。今后，我管理部会团结一致，在xx酒店的正确带领下，围绕酒店的年度任务目标，以饱满的精神和昂扬的斗志去为每位客户提供最优质、最高效的服务。

继续加强员工培训，从服务礼仪、接待技巧、销售技巧等方面进行强化，配合营业部门做好明年的销售任务。继续落实责任制，抓好卫生配套服务，以客户满意为宗旨，加强管理人员对现场的督导和质量检测，逐步完善各部门员工的服务方式方法，提升服务水准。综合协调，配合各部门更好地完成工作。管理部要把\*\*协调酒店各部门的工作抓好、抓落实。让它们充分发挥出应有的部门职能作用，这样，才能强化部门的协作能力，为客户提供优质、满意的服务。

承载着许多人的梦想，进入新的一年，我希望自己可以在工作上有所增益，发挥优势，规避劣势，在工作中学习更多的经验。更希望部门工作在现有基础上能得到更大的提升。，我和我的部门会深入贯彻“宾客至上、服务第一”的宗旨，更好地做好管理工作，积极树立酒店的品牌形象。

本文档由站牛网zhann.net收集整理，更多优质范文文档请移步zhann.net站内查找