# 酒店管理培训心得体会

来源：网络 作者：水墨画意 更新时间：2024-09-01

*酒店管理培训心得体会 当我们经过反思，有了新的启发时，可以记录在心得体会中，它可以帮助我们了解自己的这段时间的学习、工作生活状态。是不是无从下笔、没有头绪？下面是小编帮大家整理的酒店管理培训心得体会，仅供参考，希望能够帮助到大家。非常感谢酒...*

酒店管理培训心得体会

当我们经过反思，有了新的启发时，可以记录在心得体会中，它可以帮助我们了解自己的这段时间的学习、工作生活状态。是不是无从下笔、没有头绪？下面是小编帮大家整理的酒店管理培训心得体会，仅供参考，希望能够帮助到大家。

非常感谢酒店管理培训层给我一个良好的学习机会，于5月参加了由xx市旅游局组织的《现代酒店营销管理与创新》的培训。学习时间虽然很短，但我感觉确实是受了很大的启发，受益匪浅。

此次学习的主要内容为三个方面：酒店营销模式与策略、营销观念创新、追随客人的满意度。

1、酒店营销模式的四个阶段是通过酒店专业人士及所有酒店人慢慢通过实际运作而得到提升的：

第一阶段为4p的应用：即产品的组合、定价的组合、地点的组合、促销的组合，这个组合特点为：①具有可控性、②动态性、③具有整体性。

第二阶段为4c的应用：即：消费者、成本、便利、沟通；企业所有部门为服务于顾客利益而共同工作时，其结果就是整体营销，其意义就是强调各种要素之间的关联性，要求他们成为统一的有机体，4c是强化以消费者要求为中心的营销组合。

第三阶段为4s的应用：即：满意、服务与微笑、速度、诚意，4s的营销战略强调从消费者要求出发，建立“消费者占有”的营销导向，定期对酒店产品、服务、品牌以及综合性消费者满意指数的测评与改进。

第四阶段为4pcs的有机结合应用：即以酒店为中心的市场营销管理理念，以消费者为中心的观念、社会营销观念。4pcs的营销管理理念其核心是要在正确处理好企业、顾客和社会三者之间的利益关系，最终实现企业目标。

所以酒店管理要满足顾客，实现营销目标，不能孤立只是考虑某一因素和手段，必须从目标市场需求和营销环境特点出发，根据酒店管理培训特点，资源和优势综合应用各种市场营销手段，形成统一的配套的市场营销战略，使之发挥整体效益，争取效果。

2、营销观念创新：

它分为九个方面内容：4r营销法、品牌的分类、做大做高做精是一个选择市场的过程、对经营与酒店管理培训的再次认识、市场营销与销售、对主题酒店和主题产品的思考、建立客户平台和网络营销、会展经济你认知多少、酒店销售业务运营若干要素。酒店营销到此又上了一个台阶，强调顾客――人的因素，注重营销过程中对顾客的关怀，客户关系的维护，生产过程和消费过程必须以“以人为本”为原则，根据买方卖方市场双方特点和需求，不断调整、创造、策划出新的产品，实现最终目标。

3、追随客人的满意度：

员工的责任、管理的责任、当你感觉到与高水准酒管理培训店有差距时你是否已经找到了容易出现的问题。

员工要热爱酒店，关爱客人，体现酒店宗旨，管理要注重细节，“量化”标准，贵在“坚持”，找到差距，体现自己的特色，要“人无我有、人有我优、人优我特、人特我变”。

1、以人为本包含员工和客人

客人对酒店管理培训的第一感觉绝对重要，这主要靠两个方面来体现：酒店特色及员工素质。作为酒店每位员工要把自己当作企业形象代表人，形象要得体、大方、端庄，每个岗位都要专业，有服务标准，要求热爱酒店、关爱客人、以客人为中心，使客人对酒店产生信誉、满意，酒店的规章制度需根据客人需求作相应调整，而不是要顾客来适应遵守酒店的制度，要以消费者为中心，以小产品做大市场。

2、酒店五个重要营造

（1）产品营造要有“第一个开发出自己的新产品，又第一个淘汰自己的老产品“的经营观念。

（2）环境营造对消费环境不断创新，要有“天天有新意，月月有新招“的指导思想。

（3）市场营造“心有多大、市场就有多大”把蛋糕观念变成面团观念，我们要主动征求来自各方面的意见和需求，通过座谈、听取意见、沟通信息来和客户联络感情，借用顾客的言语为酒店做免费的宣传广告，为我们开拓更广阔的客户市场。

（4）口碑的营造“金奖银奖不如顾客的夸奖，金杯银杯不如顾客的口碑”

一个企业成功的标志不仅在于它的知名度有多高，更在于顾客对酒店的美誉度有多高，和对客户企业忠诚度的培育，所以我们必须为此付出相当大的努力，必须始终保持将自己秀的产品和服务展现在顾客而前，给顾客意外的惊喜和物超所值的感受。

（5）品牌营造品牌是酒店发展的催化剂和无形的资产，是生存之本，我们要有人品决定产品，产品决定店品“三品合一”经营理念，从提高员工综合素质抓起，建立科学的培训教育和引导机制，使每人意识到维护酒店品牌的重要性，认识到人人是酒店品牌内涵的一部分。

3、“经营要有主题产品要有特色”

周密细致做好市场调查、市场定位，我们是什么样的酒店，消费的群体以哪些为主，什么样的产品才能适合他们？锁定我们的客源市场，市场不能混乱，“物以类聚、人以群分”将酒店产品做成“异、特、新”，从酒店管理培训特色、员工的服装、商品的变化三个方面着手，酒店销售的理念为“餐饮是窗口，客房是摇钱树”所以我们可以从打造特色餐饮为突破口，带动酒店整体消费和人气，客房出租率靠全方位的整个酒店的运作来促动，客房的改造需加快步代，历经经营，我们客房的硬件设施确实需马上调整，做大做精是一个选择市场的过程，先从局部区域开始调整，新装修房间或包房价格在30%范围内缓慢提升，要给客人以选择余地，让他们能体现自我，市场营销需围绕客人需求转，先把客人引进来，以低价产品带动消费，多投入多产出，形成良性循环、争占市场占有份额，以实现经济效益化。

通过这次学习，让我对酒店管理培训有了更深刻的认识，真正感受到了酒店的活力与魅力，认识到酒店营销的艺术、真正含义以及他的重要性，在今后的工作当中，我将通过所学的知识灵活运用到酒店营销中，真正做到是总经理经营决策的顾问参谋，是酒店了解市场的信息中心，是酒店形象宣传的策划者、产品销售的实施者，让我们酒店的经济效益、品牌效益能再创新高。

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