# 2024年客房管理心得体会简短(十篇)

来源：网络 作者：空山幽谷 更新时间：2024-06-14

*心得体会是指一种读书、实践后所写的感受性文字。我们如何才能写得一篇优质的心得体会呢？以下是我帮大家整理的最新心得体会范文大全，希望能够帮助到大家，我们一起来看一看吧。客房管理心得体会简短篇一一、眼里有问题管理人员要善于观察事物，善于发现问题...*

心得体会是指一种读书、实践后所写的感受性文字。我们如何才能写得一篇优质的心得体会呢？以下是我帮大家整理的最新心得体会范文大全，希望能够帮助到大家，我们一起来看一看吧。

**客房管理心得体会简短篇一**

一、眼里有问题

管理人员要善于观察事物，善于发现问题并及时跟进。在平时的工作中，要眼中有物、眼中有事、眼中有人、眼中有活。要做到能用眼睛表达、眼睛说话，随时发现客人欲言又止的问题，提前看到客人的下一步要求、打算。把问题解决在客人要求之前。眼里能看得到问题是经验的积累和对业务、专业熟悉的表现。同时在管理的实践中还要能看到自己的不足，从困难、失败中去总结，任何问题都将迎刃而解。

二、脑子里思考问题

用心思考、用脑做事，是每个管理人员解决问题的法宝，管理者要善于思考问题，善于谋划未来，善于分析判断，要勤动脑，多出主意，多当参谋，对外善于攻略，对内善于协调、善于学习，收集扑捉先进文化信息，变化的市场信息，提高认知度，提高个人自身素质，提高对市场的敏感性，并立即作出反应，这样才能带出一支符合高星级酒店要求的员工队伍。

三、动手解决问题

管理者必须具备雷厉风行的工作作风，管理和被管理者永远是对矛盾，作为管理者必须屏弃懒惰思想，克服互相推委、拖泥带水、不讲实效的作风，要手勤、腿勤，处理问题干练、果断、行动迅速，解决问题讲求实效，切忌虚浮。真诚听取意见，建立管理者与被管理者之间的信任基础，唤起员工的责任感和自豪感，激发他们的工作热情为客人提供更好的服务。

其次，管理这者必须具备“当家”意识。

一、眼中有“家”

管理者要学会当家理财是很重要的。一般情况下，大家都会认为理财是计划财部的事和其他部门无关，事实上与酒店所有部门息息相关。房务部的“家”产占到酒店的70%，看管好这些财产延长其使用寿命，就是直接为酒店创造利润。如：家具的保养、地毯的清洁保养、各类机器设备的维护保养

二、用脑子理财

管理者不仅要理好部门现有的财产，更要利用好已报废的物品。酒店开业时间越长报废的物品也就越多，管理者要动足脑筋对这些物品进行再次利用，降低生产成本。如：报废棉制品的利用，一条报废的一米五的被罩可以改制七个枕套，多余的边料可以拼做员工宿舍的被套，布条可以做抹布的包边。只要肯动脑筋报废的物品就可以物尽其用，旧貌换新颜。

三、学会算帐

在确保客人正常使用物品的前提下，管理者要学会计算按房间出租率领用每个月所需的低值易耗品，每天按房间出租数定量配备客用品，学会用数字说明节约的重要性。在员工中要不断宣传，举一反三，坚决杜绝浪费现象。如：水、电、汽，洗涤原料的控制。

总之，部门的各项工作要常抓不懈，通过管理达到工作要求，通过管理达到经济效益。

**客房管理心得体会简短篇二**

谈到客房服务管理的问题上各人有各人的见解，每个宾馆也是根据各自的具体情况有着不同的管理方法。本人自97年宾馆管理专业毕业后就进入均瑶集团均瑶宾馆，十年来一直从事客房服务管理工作，对客房的服务管理工作情有独衷，从中也学到了不少的东西。结合均瑶宾馆重新开业后的工作经历，通过自己多年来的切身体会和经验，浅谈自己对客房服务管理的心得与大家一起探讨和共勉。

客房主要是为住店客人提供住宿休息的部门、场所，它为客人提供的服务很多，所要求的标准也各不相同，要管理好客房，需要把握好管理的“度”。本人认为做好以下几个方面的工作对客房管理很有帮助：

一：管理靠控制、效果见细节

回顾客房的各项工作能否正常运转，结果能否达到标准的要求，最重要的还是工作过程的控制与管理。因为工作过程控制的合理与准确，管理是否到位，决定了服务工作结果是否符合标准，能否让客人满意。谈到服务工作过程的控制与管理的重要性，我深有感触，对客人来讲，客房最基本的、也是最关键的是卫生情况是否干净。宾馆都会根据自身客房的情况制定了清洁的标准、要求和流程，并对员工进行相应的培训。但在平时的工作中，部分员工清扫房间时，会有意无意地缩减规定的流程，降低清洁的要求，这就需要客房的管理者在工作巡查时，不仅检查结果更要检查清扫的过程是否符合相关的要求、流程，是否达到清洁工的标准，发现缩减流程、降低清洁要求的，立即让员工按标准返工。之前，就曾发生过房间袋装茶叶未按规定的要求补充，被新入住的客人投诉;清扫整理住客房时，只是更换了棉织品和易耗品，未按要求清理房间卫生，结果也被客人投诉。因此客房服务工作过程的控制和管理的好坏对客房工作的成果影响很大。

二、待客如家人、服务现爱心

在上面我们提到客房主要是为住店客人提供住宿休息的部门、场所，它不仅为客人提供的星级标准服务，有时还要为客人所提供的特殊的服务，这样要求我们不仅要有专业服务知识和技能，更要我们对待客人象亲人，服务过程要有爱心。我们曾碰到有位客人来住宿，入住不久，就反映肚子痛，起初以为是受凉引起的，我让服务员给客人提供毛巾热敷，但并不见好转，不多久就见客人脸色惨白，手发青，并伴有呕吐，我看到客人这种情况，马上安排员工直接将客人背出酒店送往医院抢救，幸好送得及时客人经救治身体己无大碍。第二天，客人的朋友特意找到我们，对我们的服务和帮助表示感谢。

三、个性化服务、添温馨稳客源

随着社会的发展，宾馆酒店行业的竞争也越来越激烈，为了不被淘汰，宾馆不能只观注标准化的服务，需要拓展个性化服务，确立自身的服务特色和特点，以区别与同行，由此吸引顾客来消费。我们推出为带小孩的客人提供给小孩免费洗衣的服务和商务客提供免费大瓶淋浴用品的服务，从而吸引并稳定了一批顾客。

四、团队合作、主动配合

客房的各项工作完成情况如何除了部门管理人员的努力奋斗，还需要宾馆其他部门的配合。以往客房的很多工作都是被动的等其他部门来配合协助，我们改变这种想法，化被动为主动，同其他部门积极联系沟通，了解他们的工作情况与进度，从而调整客房的一些工作的开展，使客房的各项工作开展得更加顺利。如我们通过主动和销售前台部门联系，了解客房预订及抵达情况，合理安排不同房类的客房地毯清洗工作。

以上是我对客房管理的几点心得，要想做好客房的管理工作除了自身对工作的总结外，还需要增强对酒店管理知识的学习和积累，同时也要与同行多沟通交流，这样才能使我们的服务工作更上一层楼。

**客房管理心得体会简短篇三**

在公司领导的关心与重视下，我参加了公司举办的中高层领导管理能力提升训练的学习。通过王老师的精彩讲述，使我受到了一次深刻的管理技能教育，对我的管理能力提升有很大帮助。这是一次非常难得的学习机会，使我在今后的工作中更有信心和能力去完成公司交给我的各项任务。

本次培训的主题分为三个部分：领导力提升训练、执行力提升训练、沟通力提升训练。下面以这五个部分为出发点，谈谈我对这次培训的感想。

企业的执行力是一个系统、组织和团队。一个企业是一个组织，一个完整的肌体，企业的执行力也应该是一个系统、组织和团队的执行力。执行力是企业管理成败的关键。只要企业有好的管理模式、管理制度，好的带头人，充分调动全体员工的积极性，管理执行力就一定会得到最大的发挥。事实上，企业并不缺乏伟大的战略思想，缺乏的是有效的执行。然而，团队执行力的高低往往取决于公司的中坚力量，团队(部门)的执行力是企业执行力的核心，因其既能把目标变成绩效，又能教导培养塑造员工的职业习惯，从某种意义上讲，员工执行力=管理者的领导力。因此，如何成为一个成功的、优秀的、充满活力的领导者，是每一个作为管理者必须深深思考的问题。

管理是指通过计划、组织、激励、领导、控制等手段，结合人力、物力、财力、信息等资源，以其高效的达到组织目标的过程，是基于人性和人群差异性基础上的民主化、科学化操作，以达到预期目标的活动过程。传统意义上的管理就是制定，执行，检查和改进。制定就是制定计划(或规定、规范、标准、法规等);执行就是按照计划去做，即实施;检查就是将执行的过程或结果与计划进行对比，总结出经验，找出差距;改进首先是推广通过检查总结出的经验，将经验转变为长效机制或新的规定;再次是针对检查发现的问题进行纠正，制定纠正、预防措施，以持续改进。然而，由于这种传统的管理思维方式重在要求对下属人员的管理和执行，很少重视被管理者真正的内心感受，虽然在一定程度上能够很好的控制下属的行为，却很难使下属产生工作的积极性和主人翁意识。因此，要应运而生一种新的管理思维方式。

领导是在一定的社会组织和群体内，为实现组织预定目标，领导者运用其法定权力和自身影响力影响被领导者的行为，并将其导向组织目标的过程。在这个过程中，作为领导者，更重视的是其自身影响力和追随者的积极性。如果说管理是一种公式化进程，那么领导就是一门艺术了。在培训中，老师向我们介绍到，一个好的领导者能既不讨好、不纵容、不娇宠，却又能得到部署的心。具体方法为：(1)关心。把他的心关起来，使其跑不掉;(2)开心。因关心而开心，丝毫没有抗拒的力量;(3)放心。部署开心，好好做事，主管自然放心。

这种具有随机性、经验性、多变性和创造性特征的领导艺术，值得我在今后的工作中进一步理解和实践。

职场是实现人生理想的重要平台和人生舞台。谁都想在职场中顺风顺水，左右逢源，走向成功，超越自己并完成人生使命。而这一切都离不开沟通。沟通就像一把万能钥匙，没有沟通你就不可能入门，就永远无法拿到自己想要的东西。在职场沟通训练中，要注意以下几个方面的问题：

1)掌握沟通知识，这属于知识、见识阶段的修炼。

2)掌握沟通技术，这属于技术、技能阶段的修炼。这个阶段要求修出一技之长。

3)提高沟通素质，这属于素质、素养阶段的修炼。这个阶段需要完善我们的软实力，要博览群书。

4)要有沟通智慧，这属于智慧、智能阶段的修炼。

5)要修炼沟通能量，这属于“神功、神通”阶段的修炼。“神功”是某一技之长的尽头，术的尽头是道。

6)要达到沟通的最高境界，这属于无他阶段的修炼。一个人如果能够达到如此境界，就没有什么能够阻拦沟通的脚步了。

要注意沟通与商量的的作用的区别：管理讲求沟通，领导则推崇好好商量。管理只能管好人的身体，领导才能抓住人的心。

作为一个优秀的领导者，在时间管理和情绪管理方面都应有自己独到的安排。在有限的时间里，为达到目标做出最合理的时间安排是一个领导者应该具备的基本素质，是一个企业成功的前提条件，是使下属员工们的工作能朝企业战略前行的保障。而情绪管理是作为领导者应该具有的自我调节手段和方法，是保障与人相处的基本礼仪和态度，是管理层核心动力、凝聚力的基本前提，是与下属员工默契配合使工作效率最大化的前提条件。

通过这次培训班的学习，使我认识到培训学习对于一名中层干部是十分重要的。虽然这次培训时间不长，但效果却非常好，必将成为我今后工作的“加油站”，为更好的工作奠定更加坚实的基础，并且所学内容很值得我在日常工作中不断的去体会和实践。在实际工作中我们每一个人的潜力都是无限的，只要能充分发挥自己的优势和克服自身的缺点，转变思维方式，开拓创新，勇于实践，用所掌握的理论来指导实践，我相信我会成为一名更加优秀的中层干部，更好的为广汇新能源公司工作。

**客房管理心得体会简短篇四**

去年下半年，为单位购书时无意看到这本书，我眼前一亮。但买不买，让我思量半天。主要是因为作者太年轻、而且是日本人，他写的东西服中国的水土吗?书名中“超级”俩字，更让人生疑，有夸大其词之嫌。

只有亲自品尝，才能知道梨子的滋味，买下认真研究才能知道它的真实价值，于是下决心买下。回家一读，爱不释手，放在枕边反复读。

人脉是近年新提法，实际就是老话说的人际关系。曾经偏执的我，一度把人际关系曲解为走后门、拉关系等社会不正之风。社会上呆久了，才认识到人脉的重要。可这么重要的知识，却是学校不教、生活中无人传授的知识。而传统的、社会主流的知识，让我碰壁无数。

生活中随处可见，有的人学历高、做事也勤奋，但提拨缓慢，有人工作一般，但凭着好人缘，轻松提拨。这其中的奥秘可能在于人脉范围不同。有调查说，一个人的成功，80%取决于他的人脉。这说明人脉是潜在财富，是你市场价值的体会。善于经营人脉，才可能成为胜利者;善于经营人脉，也就掌握了成功的命脉。

并非毕业于名校的他，何以能在毕业的五年内建立起广泛的人脉?我觉得一是重视，二是有方法，三是用心、用情。

重视人脉关系这是第一步。无论年龄大小、职位高低，只要在社会上混，就要与人打交道，就会产生人际关系。时间久了，就会发现没有“万事不求人”的人，而处理人际关系的复杂程度远比解一道高深的数学题难的多。个人能力固然有差异，但真正的差异产生于人际关系。

坂田笃史能在28岁建立广泛的人际关系，与他运用质量管理原理加强和巩固人际关系有很大关系。日本人认真严谨的工作态度，在他身上得到充分体现。运用他的方法，任何年龄段的人都拓展人际关系，哪怕是从零开始。掌握恰当的技术，你的人脉就可以一步一步丰满起来。而当你的人脉扩大后，你离成功就会越来越近。

方法、手段、技巧，可以引起别人注意，但如果你不懂用心、用情去经营，人脉将难以巩固和加强，人脉也难以进一步得到拓展。

真诚希望有心拓展人脉的朋友们能读读此书，也真心祝福朋友们拓展人脉，体会到朋友间的真诚与友谊，让生活的更加轻松，让财脉随着人脉的增长而增长。

**客房管理心得体会简短篇五**

在过去，在漫长的人生道路上，我觉得自己很有理想和报复，认为只要有了理想就有了奋斗的驱动力，可是到现在都没有感觉到成功，让自己感受到是很疲倦，想到了自暴自弃和灰心丧气。通过为期两天的目标管理培训，明白了自己为什么总不成功，目标也是需要去管理和分解。

当一个目标不明确时,不知道自己为何而做一个事情时,他投入的热情一定是有限的,他的能量的发挥也一定是受限制的。另外,目标的达成,需要的是持续的过程,正如马去讲的,短暂的激情不能赚钱,持续的激情才是可以赚钱的;一时的激情,不是真正的激情,充其量只是一时冲动而巳;我们要想成功,就必须保持持久的事业激情.这是事业成功的要素之一.使我们疲倦的往往并不是远方的高山,而是鞋子里的一粒沙石.它揭示出一种真实,往往将我们击垮的并不是巨大的挑战,而是一些因琐碎事件构成的厌倦与懈怠.是这些看似微不足道的东西使我们失去了前进的动力.有梦想的人不一定有目标;而有目标的人,一定是有梦想的.有了目标,就有了希望.我们往往是活在希望中的,若没有希望了,就成绝望了.我们也就缺失了动力.有了目标就有挑战;有挑战就有压力;有压力才产生动力.动力是一切改变的源泉.所以, 要么做第一,要么就不做.养成一种不服输的精神;我们先要相信自己可以成功,才有可能成功.什么都不信的人是最可怕,可以说是没有灵魂.心若不在,则一切皆无,一心若在,无所不在,无所不有.我们学会假装相信,先去相信它,再去做到它.只有相信才有可能,不相信则一切皆不可能了.相信就是一种激情,这是一个成功者需要必备的.从您工作的第一天开始,您就在面对失败与困难,而不是成功.而面对困难最有效的武器是持久的激情.用您的激情去感染自己与身边的每位伙伴吧.

以下是我个人的一些对目标管理的认识：

首先，从人生的角度来看一下目标管理。没有目标的人生是暗淡无光的，没有努力的方向，没有奋斗的动力。你不知道你要去哪里，更不知道如何去，那么哪个方向对你来说，都没有太大的意义。正如课程上强调的，人生没有目标，就等于在梦游!并且，没有目标的人，将会成为别人实现目标的一种工具!

其次，从工作的角度来看一下目标管理。有目标的工作往往意味着有压力，意味着你必须努力去工作。可能有人会不太喜欢有目标的工作，但是却没有想到，没有目标的工作是不会被重视的。加薪、晋升?有难度，最后就只能混日子了。根据管理学大师彼得·德鲁克先生的话，不是有了工作才有目标，而是相反，有了目标才能确定每个人的工作。由此得知，所有的工作都应该有目标，只不过有时候没有刻意地去强调某些岗位的目标而已。

再次，从公司的角度来看一下目标管理。从公司的使命中得到一定时期内公司的总目标，然后经过上下级人员的共同协商，将总目标分解下去到每个岗位上，每个员工身上。在分解的时候，下一层的所有目标相加必须等于或大于上一层的目标，以确保目标分解的有效性。确定了目标，就要有具体的实施，就要进行具体的目标管理。任何的目标管理都不会自动地实现。目标，是一种结果导向，但并不是简单的重视结果，紧盯结果，更重要的关注过程，确保目标的如期实现。如培训当中提到的目标管理理论，像20/80法则，没有目标的箭，永远射不准耙心，没有抓住重点，你也永远做不出好的业绩;像smart原则，目标的制定必须明确具体，可衡量的，可接受的，现实可行的，并且有时间限制的。

俗话说，教学相长，教育别人的时候，同时自己也在受益。以上是我个人关于目标管理的一些体会，希望能对大家有些启发。

**客房管理心得体会简短篇六**

李嘉诚先生的一句名言流传甚广：建立个人和企业的良好信誉，这是资产负债表之中见不到、但却是价值无限的资产。

贵人就在身边，关键是要用心去找。在美国，有一句流行语：“一个人能否成功，不在于你知道什么(whatyouknow)，而是在于你认识谁(whomyouknow)。”

消极、保守，这些负面的个性是可以改变的，要化被动为主动，争取机会。陈安之认为，成功的秘诀在于，成功=知识+人脉。

人脉就是钱脉.一个人赚的钱，12.5%来自知识、87.5%来自关系。这个数据是否令你震惊?!

卡耐基在研究成功学时得出一个结论:一个人的成功,有85%取决于人脉建构与经营的状况.每个人都生活在盘根错节的人脉网络中,要想生活充满乐趣、事业一马平川，谁也离不开他人的帮助与扶持。

仿佛一条看见的经脉，又仿佛一张透明的蜘蛛网，用“人脉网络”四个字来形容人与人之间错综复杂的交际关系最为传神。无论是“关系”、“路子”，还是“交情”、“人缘”，都不及“人脉网络”来得生动形象、意味深长。

“人脉竞争力”?简单地说，即相对于专业知识的竞争力，一个人在人际关系、人脉网络上的优势就是人脉竞争力。换言之，一个人脉竞争力强的人，他拥有的人脉资源相较别人更广且深。在平时，这个人脉资源可以让他比别人快速的获取有用的信息，进而转换成工作升迁的机会，或者财富;而在危急或关键时刻，也往往可以发挥转危为安，或临门一脚的作用。那么，该如何提升你的人脉竞争力呢?

人脉即人际关系、人际网络，体现人的人缘、社会关系。根据辞典里的说法，人脉的解释为“经由人际关系而形成的人际脉络”，经常用于政治或商业的领域，但其实不论做什么行业，人人都会使用人脉。

可以这样说，一个人想要成功，或干出一番事业，就要提升人脉竞争力。那么，怎样去拓展人脉呢?其实，每个人都有一套累积人脉的方式，但是如何才能有效地提升人脉竞争力呢?前提是必须首先具备“自信与沟通能力”。

职场上有句名言：“20岁靠体力赚钱，30岁靠经验赚钱，40岁则是靠人脉赚钱。”三分势力，七分人脉。

其实，成功的过程本身就是一个不断积累的过程，人脉资源的多少决定了成功的程度。尤其是中国这个极其讲究人情面子的社会里，人脉的作用更是不可低估。处理得好，就是你一生最宝贵的资源，为你走向事业的顶峰提供源源不断的动力;处理不好，则会给你的人生带来很大的障碍，造成很大的损失。人脉资源从何而来?本书从通过明代名臣张居正的识人之方、用人之道、管人之术告诉我们如何才能使头脑更灵活，更快适应社会，经营好周围的人际关系。把握住人脉，就等于把握住你的命运!

沟通能力则表现为了解别人的能力。包括了解别人的需要、渴望、能力与动机，并给予适当的反应。而倾听则是了解别人最佳的法宝。除了倾听，适时赞美别人也是沟通的好方法。

除了建立自信与沟通能力之外，提升人脉竞争力的技巧还有哪些呢?

首先要建立守信用的形象。如何建立一个让人信任的形象，是让人脉竞争力可以产生正向循环的关键。如果一个人讲的话每次都要打七八折，那么他认识的人越多，带来的负面效应就越多。

增加自己被利用的价值。如果自身有某些方面的知识，那么周围的朋友就都会找你沟通相应的信息，自己再对此稍加利用，就可以建立一个广大的人脉网络。

同时，乐于与别人分享。不管是信息、金钱利益或工作机会，懂得分享的人，最终往往可以获得更多。

增加自己曝光的管道和机会。充分把自己推销给别人，建立自己诚实守信的形象。

生活上工作中要有创意与细心。例如善用名片管理法，就是一个妙招。法国亿而富机油前总裁，每年总要立下志愿，与1000个人交换名片，跟其中的200人联络，并跟其中的50人成为朋友。

还要珍惜每一个帮助别人的机会。“得道多助”虽然是老生常谈，但是如果一直秉持这个信念，不管往来的人职位高低，总是尽量去帮助别人，那么大家就都会知道你是可以提供帮助的人。同时也会帮助你。

此外，要保持好奇心。一个只关心自己，对外界没有好奇心的人，即使再好的机会出现，也会与之擦身而过。

最后，要明白并切记：提升人脉竞争力是一辈子的功课!不过，若将一个人30年的事业生涯分成3个阶段，第一个20xx年，重点应在于培养专业——年轻人在这个时间，并不需要刻意把重心花在建立关系上，而是利用每一次把事做好的机会，附带建立自己的人脉圈子。

第二个20xx年，是专业与人脉并重的阶段。这时，除了靠工作上的往来建立人脉，也可以发展出私人的社交圈，利用这个圈子学习与不同专长的人互动。

在事业生涯的最后20xx年，人脉关系将优于专业能力，因为专业的事情会有你的下属帮你完成，而你的人脉关系也就是能为这些专业增值的地方。

不过，提升人脉竞争力的最重要原则还是要诚心，学习关怀别人。因为人脉的积累是长年累月的，不管是一条人脉，或是由人脉伸展出去的人脉，都需要长期的付出与关怀。

什么是人脉?安东尼·普曼在《规划资源》这本书中提到：建立人脉是为了要互通：另外，费思和维拉合著的《强势人脉》一书中也指出：人脉是一种互相提拔，让彼此形成合则两利的共荣圈，简言之，人脉就是“施”与“受”的过程，也就是必须展示自己的实力，让自己有能力“布施”来帮助他人未来才有机会“接受”回报。

成功人士都相信在建立人脉之前，首先应该反思自己，看清自己究竟有什么能力与优势，是值得让别人愿意跟自己交朋友的。在《胡雪岩》这本书中，作者高阳写到：“人缘也是靠自己，自己是个半调子，哪里来的朋友?”这句话相当贴切的描写到拓展人脉的关键。

**客房管理心得体会简短篇七**

质量是成功的伙伴，贯标是质量的保障。如今，贯彻标准已被众多企业所看重，成为企业证明自己产品质量、工作质量的一种护照。有专家认为，贯标为广大企业完善管理、提高产品和服务质量提供了科学指南，同时为企业走向市场找到了共同语言。随着市场化进程的不断深入，各行各业将加快推进国际标准化进程，贯标变得更加迫切。毋庸置疑，贯标不是万金油，不能包治百病，但通过贯标，增强了企业全体员工的质量意识与管理意识，明确了各项管理的职责和工作的程序，促使企业的管理工作由人治转向法治，真正做到了凡事有人负责、凡事有章可循、凡事有据可查、凡事有人监督，实现了以预防为主规范了企业的作业程序，明确了各部门和全体员工的职责和权限，预防并控制了不合格项的发生，降低了企业质量管理成本。通过定期组织质量检查、质量审核活动，能够及时发现和找出经营管理活动、服务质量方面存在的问题和薄弱环节，并进行有效纠正，从而提高了企业整体经营管理水平和质量监控能力，为企业实施全面的科学管理奠定了基础;也贯彻了以人为本的原则，全面提高了员工的业务技能和综合素质，为企业长远发展打下了坚实的基础;并围绕让客户满意及时认真地处理客户投诉或意见，不断满足客户需求与期望，赢得客户信任，提高客户满意度，提升企业的社会形象和市场竞争力。

咱们公司已经贯标两个月了，这两个月来我们做了大量工作，取得的一定的成绩，但是与公司的最终目标还是有很大的差距，究其原因，我认为主要在于以下三个方面：一是缺乏质量理念支持。二是缺乏监督考核制度支持。三是企业的执行力度低。

(一)只有真正认识到客户满意是企业生存发展的根本，才能从客户的角度开展质量工作，才能真正建立客户驱动的质量体系。质量管理体系要求企业的每一名员工，在做任何工作时，都要清楚自己的客户是谁，树立工作就是为客户服务的质量理念。这里的客户是一个广义的概念，不仅包括企业外部产品(或服务)的消费者、代理商、销售商等，在企业内部，根据工作流的划分，上下道工序间、前后流程间、部门间也应是客户关系。但要树立这样一种质量理念，不是朝夕之间的事，需要我们长期的不懈努力。当然只有质量理念还是不够的，质量工具也是必不可少的工具，这就要员工主动地去学习质量工具方法并实际有效地运用到平时正常的工作当中去。在这方面领导作用就显得异常的重要，需要我们的领导不断地给员工去灌输质量思想。现公司制定了企业文件、质量方针，下一步将加强给员工培训，来提高员工的质量理念和质量工具的运用，大力打造质量管理的战略系统。

(二)一个好的监督考核体制能刺激质量管理体系良好的运行，那么监督考核制度如何来制定呢?企业应该充分利用好目标管理法，并将目标管理法与监督考核体制结合起来管理，将企业的方针目标逐层分解并建立监督考核体制。可以以部门 (分公司)和个人为单位来分解，部门的质量目标应依据公司的质量方针和质量目标，结合本部门业务的特点来确定部门质量目标项目，目标值应依据以往的历史业绩、公司质量目标值、结合目前技术现状综合确定。目标值应该是可量化、可衡量的、具有一定的挑战性，可通过努力能够实现，不要将质量目标值夸大或不切实际。针对每一项质量目标，应制定实在的具体实施措施和实施计划，并落实负责人，并且应制定衡量质量目标实现状况的方法和评价的依据。同时要策划好一个监督考核体制，贯穿于整个质量目标实现的过程，制定每一阶段的考核方法。以用来考核部门 (分公司)、个人的目标达成率以及为达到目标采用方法的有效性，可以充分体现出单位、个人在工作方面的效率以及能力。这样可以激起员工的积极性，发挥出员工平时工作的潜力，以促进个人与公司得到共同发展。

(三)执行力是一种能力，是内涵广泛、包括各种学科、方法、思想的概括，执行力的关键在于透过企业文化影响企业所有员工的行为。标准要求全员参与，但如何让全员积极地加入到质量管理体系中来呢，这就要各级领导来动员大家，要求大家一定要按公司的规程来办事。执行力不是仅仅要求员工按公司的规程去做事，更重要的是在这种的规程下做事的同时，想出更好、更有效的方法。执行力度对一个企业来说是至关重要的，正所谓：一流的点子和三流的执行力，不如三流的点子和一流的执行力。如果执行力度不够就是再好的质量管理模式也不能够有效的运行，所以我们需要着手解决执行力度低下的问题。

以上，仅个人看法，不排除有偏激现象，以此共勉。在以后的工作中加强以上方面的管理，努力提高质量管理，保证贯标的有效推行。

**客房管理心得体会简短篇八**

12月5至6日受山西省太原市某集团公司的邀请，对20xx年度新招聘的大学生青年干部培训班讲授《青干班自我管理之目视化管理》课程，本次学员一天两期学员培训，在校大学生刚出社会参加工作被富士康面试成功，进入为期半年的试用期即将接近尾声，学员的学习参与度非常高，整体来讲富士康对员工的培训体系建设做得非常到位。

目视化管理内容主要是从学生工作、学习和生活中的案例进行讲解，对于工作经验没有那么丰富的学生来说他们是比较容易接受的。以下是一天课程的内容：

第一部分 目视化管理

一、认识目视管理

二、目视化管理应用

三、目视化管理举例

四、目视化管理实战

第二部分 8s管理实战

一、8s推行的目的和意义

二、8s具体内容

三、8s推进

四、8s推进工具

五、8s现场改善

六、8s推进步骤

一天培训时长为8h，对我们职业讲师来说是件辛苦的差事，但有同学认真积极地参与学习，我认为这样付出是值得的。

**客房管理心得体会简短篇九**

经销商作为当代市场的主要流通渠道的承载者，由经销商直接把产品输送到终端，经销商起着主导的作用，这是任何企业都不能够忽视的问题。那么每个企业都有自己管理经销商的措施，以下办法是个人的一些建议，供大家参考。

1.销售额增长率分析:

分析销售额的增长情况，原则上说，经销商的销售额有较大幅度增长，才是优秀经销商，对销售额的增长情况必须做具体分析。业务员应结合市场增长状况、本公司产品的平均增长等情况来分析、比较。如果一位经销商的销售额在增长，但市场占有率、自已公司产品的平均增长率不长反降的话，那么可以断言，我们对这家经销商的管理并不妥善。

2.回款统计:

分析年度、月别的销售额和回款，同时，检查所销售的内容。如果年度销售额在增长，但各月份销售额有较大的波动，这种销售状况并不健全。经销商的销售额呈稳定增长态势，对经销商的管理才称得上是完善的。

3.了解企业的政策:

业务员不能够盲目地追求销售额的增长。业务员应该让经销商了解企业的方针，并且确实地遵守企业的政策，进而促进销售额的增长。一些不正当的做法，如扰乱市场的恶性竞争、窜货等，虽然增加了销售额，但损害了企业的整体利益，是有害无益的。因此，让经销商了解、遵守并配合企业的政策，是业务员对经销商管理的重要方面。

4.商品的库存状况:

缺货情况经常发生，表现经销商对自己企业的产品不重视，同时也表明，业务员与经销商的接触不多，这是业务员严重的工作失职。经销商缺货，会使企业丧失很多的机会，因此，做好库存管理是业务员对经销商管理的最基本职责。

5.促销活动的参与情况:

经销商对自己公司所举办的各种促销活动，是否都积极参与并给予充分合作?每次的促销活动都参加，而且销售数量也因此而增长，表示对经销商的管理得当。经销商不愿参加或不配合公司举办的各种促销活动，业务员就要分析原因，制定对策了。没有经销商对促销活动的参与和配合，促销活动就会只花钱没效果。

6.访问计划:

对经销商的管理工作，主要是通过推销访问进行的。业务员要对自己的访问工作进行一番检讨。许多业务员常犯的错误是，对销售额比较大或与自已关系良好的经销商，经常进行拜访;对销售额不高却有发展潜力，或者销售额相当高但与自己关系不好的经销商，访问次数便少，这种做法是绝对应当避免的。

7.访问状况:

业务员要对自己拜访经销商的情况进行分析。一是制定的访问计划是否认真执行了，如计划每天拜访几家经销商，然后与实际情况进行对比，如果每个月的计划达成率不高的话，业务员就要分析原因。二是业务员要做建设性的拜访，即业务员的每次拜访，都会给经销商的经营管理工作有帮助，经销商欢迎业务员的拜访，不认为业务员的拜访是麻烦，这样才算是成功的拜访。

8.对自己公司的关心程度:

经销商对自己公司的关心程度，对自己的公司是否保持积极的态度，这也是对经销商管理的一个重要方面。业务员要经常向经销商说明自己公司的方针和政策，让对方不时抱有关心和期望。

9.对本公司的评价:

本公司在行业的地位对经销商来说是否举足轻重?换句话说，经销商是否积极地期望增加销售额?业务员应该确立自己在经销商心目中的地位，拿出大企业的综合素质，帮助经销商。

10.建议的频度:

业务员负责的经销商各有特色，因此对经销商的管理也应配合经销商的特点，才能够做到事半功倍的效果。每个经销商应该采取什么样的战略，根据这个战略，业务员应该提出什么样的建议等，都必须事先加以分析。业务员如果积极地实行经销商管理的话，对经销商提出建议的频度也会大大地增加。

11.经销商资料的整理:

业务员对于经销商的销售额统计、增长率、销售目标等能够如数家珍的话，即表明他对经销商的管理工作做得很好，同时对经销商的管理也很完善。相反，业务员如果对经销商的各种资料一无所知，只知道盲目推销，即使销售额有增加，也是短期现象。因此，记录、整理经销商资料是相当重要的工作。

12、协助对终端卖场的管理:

尽管终端卖场是属于经销商范畴，但由于卖场只认生产厂家的品牌，他们对生产厂家的感知决定了对产品的质量、疗效和品牌的感觉，所以我们要对走访终端卖场，多与卖场管理人员交流，听取对本公司系列产品的意见和改进建议。同时联络感情。

13、协助经销商了解竞争对手情况:

经销商平时只埋头经营，缺乏专业的市场研究，我们的业务员要结合平时的市场走访，细心观察和分析竞争产品和竞争企业在市场上的各种表现，并把情况及时与经销商沟通，使他们随时掌握市场行情，适当调整营销战术。

以上是针对经营企业公司经销商日常管理的13个重点。对经销商进行管理的方法是:

1.经销商资料卡:

业务员必须定期地检查经销商资料卡。上述事项是否确实地记录、整理、追加?

2.分析经销商资料:

凡是与经销商有关的资料都要详细地进行分析。

3.经销商访问:

可从与经销商的交谈及观察医院的情况中发现问题，找出对策。

4.其它:

利用经销商到公司走访、业界信息、销售会议等机会进行管理工作。

**客房管理心得体会简短篇十**

李强老师的演讲使我受益匪浅，感触颇多，他不亏是著名的演讲老师，他的每句话发自肺腑，挖掘出了埋藏心底的一份力量。

我在平时工作中做得不够努力，不够优秀，对待工作必须踏踏实实，有责任感，听了李强的演讲，燃起了工作的激情，努力端正工作态度，一个人工作的过程应是提高自我的过程，如果我们不能在工作中完善自我，则如同逆水行舟不进则退，跟不上时代的发展。我们应始终抱着谦虚谨慎的学习态度去对待我们的工作，积极和群众沟通，把农村工作做得更好。

为自己工作，体会工作的乐趣。如果不明白工作的目的，没有好的工作动机，很难产生强大的驱动力，只有认识到是为自己而工作，才不会懒惰，才会努力地做好工作。

对待工作有进步、有创新、有发展，要干好工作还必须搞好人际关系，有人脉就等于有资源，有资源和资源合作才能更出色地干好自己的工作，人脉是事业成功的基石。

李强老师任何一句话对我们来说都是宝贵的财富，都是值得我们学习的。说的、写的都没有用，最重要的行动起来，为了把工作做到更好，让我也一起行动，将会努力地工作，努力把我们监测工作做好!

一、珍惜自己的工作。今天，在我身边，有数以万计、刚刚走出校园艰难择业的大学生，也有很多下岗的员工，而我很庆幸，拥有一个可以为之奋斗的企业，拥有一间窗.明几净的办公室，拥有一份属于自己的工作。说句实话，我感到非常的幸运，不用穿梭在人才市场，忐忑不安、焦虑不堪的去应聘。李强老师说得对：我们应该对我们公司感恩，对我们领导感恩。在这里，我感谢山木给了我一个展现自己的舞台，给了我一个发展自己的平台。

二、工作心态的转变。以前我也和一般人想的一样，到公司就是为了好好的工作，努力的赚钱。是李强老师的“心在哪里，收获就在哪里”这句话点醒了我。曾经听过一位教授讲课，说过这样一句话：人人都说水到渠成，其实反过来也是一样——“渠道水成”。也就是说：只要努力工作，先把渠挖好，水自然就一定会到。推之及人，则是：来到公司，把心落下，尽自己最大的努力为公司工作，自然自己也会成功。

三、做精做透才叫“长”。把每一件事情做好就是不简单。黄金萍老师说：“黄金宝老师说你做事很细心”。我说：“我做的都是小事。”黄金萍老师就说：“把平常的小事都做好就是非常优秀”。当时我不是很理解，觉得没有做过什么大事，也不值得一说。听到李强老师讲的“把一件事情做精做透就叫„长‟”之后，我理解了：不能把平常做的小事情不当事，把这些小事情都做得完美了，那也会是我的“一技之长”。就和我们发简章一样，十几年都如此，也是我们的一个特长，因为我们“坚持”，这个没有任何人可以和我们相比。

四、我们的品牌不是靠老板，不是靠广告，而是靠公司每一位员工把螺丝拧紧，精益求精。虽然这句话是在一个案例的背景下说出来的，但是作为管理层，有义务把激励自己的员工、管理好自己的员工，服务好自己的员工，尽量把任何的事情都做的流程化，让员工严格按照流程来做事。

五、努力做事，只能把事做对，用心做事，才能把事做好。就像李强老师讲的那个三个石匠的案例，面对同样工作的三个石匠，有着不同的看法，而这不同的看法导致了三种不同的“结果”。而我要学习这第三个人，在艰苦的工作中锤炼自己的意志，与同事的紧密合作，服务好我们的员工，对任何事情都要有责任心。不能简单的为工作而工作，也不能为薪水而工作，做任何事情都用心，就像李总经常表扬常老师一样，他就是对工作非常的用心，很多事情都是想在我们的前面，我应该向他学习。同时，我们也应该看到工资背后蕴藏的巨大成长和锻炼机会。在工作中，我要把自己定位于成长和快乐，让自己保持快乐的工作。

六、工作态度就是竞争力。在公司里，员工之间除了能力与智慧的竞争的同时，态度也在竞争。一个人能否从众人中脱颖而出，固然需要他的能力超越众人，更需要他的态度比别人更积极。不能说具有了某种态度就一定能成功，但是成功的人们都有着一些相同的态度。因此，我也会端正我的工作态度，让其具备更强大的竞争力。

李强老师讲：什么是优秀?优秀的人才，不就是比你多干一点，比你多发现一点，比你多钻研一点，比你多有心一点，比你不计较一点，这些看似平常的“一点”，组成了优秀人才必备的素质，所以不要埋怨没有人发现你的才能，只要你在工作中踏踏实实的干，心有责任感，无论小事大事都全力以赴的去工作，并且点燃自己工作的激情，和团队协调一致，端正工作态度，你的才华，会在人生的舞台上得以淋漓尽致的发挥。

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