# 夜店女子书写贞洁坊

来源：网络 作者：静默星光 更新时间：2024-06-11

*第一篇：夜店女子书写贞洁坊夜店女子缘何兴起抒写堕落之路文/麦心怡写在前面：人生三百六十行，行行出状元，我们各司其职。组建成了社会和谐的局面，有所需自有所求。我们无可厚非。话说娼妓起源于周襄王时代，唐承六朝金粉之後，娼妓之多，空前未有！引语...*

**第一篇：夜店女子书写贞洁坊**

夜店女子缘何兴起抒写堕落之路

文/麦心怡

写在前面：人生三百六十行，行行出状元，我们各司其职。组建成了社会和谐的局面，有所需自有所求。我们无可厚非。话说娼妓起源于周襄王时代，唐承六朝金粉之後，娼妓之多，空前未有！

引语：妓女是指旧中国受过专业训练、具有专业服务技能的从事色情服务的青楼女子，在业内其职业地位高于“娼”，即收费较高，所服务的对象社会地位较高，例如民国时代的名妓“小凤仙”，其服务对象有蔡锷将军。在日本、美国、法国等国家，妓女是合法职业。在中国大陆，中华人民共和国成立后，妓女是法律禁止的职业。

正文：阿蛮自小喜爱小说，更爱古装电视剧。在古装电视剧里及小说里不难发现为奴为娼的妇女人儿，在阿蛮的心中，总是为这些人打抱不平，但也是无能为力。我只能默默的同情他们，我不觉得他们的生存方式是低下的，她们虽然是小人物，但是她们还是靠自己的身体、靠自己的忍耐力及坚韧的毅力艰难的生存下来，人们既然认为妓女是低下的职业，那嫖客就是高高在上受人尊重的了吗？非也非也！人都是平等的，只是所从属的职业不同罢了。

娼妓这个行当既然有了这么长的历史而不磨灭，这说明了什么？

从古至今社会上的男女比例失调，出现了不少娶不到老婆的鳏夫。同时在城市的出现，商业的发展，人员流动的增加，有不少军人、商人、游士、手工业者远离家庭，外出谋生，他们和鳏夫一样，要解决性欲问题，或暂时解决性欲问题，这就增加了对妓女的需要。所以说妓女的出现，是社会男女比例不均衡在加上贫富差距的不断显著的必然产物。所以阿蛮很尊重这类人（好像叫“失足妇女”吧）！！

这几天，阿蛮在猫扑、天涯论坛、百度贴吧及腾讯小说里发现了一个很怪的现象----夜场女郎欲立贞节牌坊？

我看过的帖子和小说里大概情节是主人公也就是作者自己，写自己家庭环境如何，自小父母离异，父母再婚。继父继母把自己视弱眼中钉肉中刺如何对自己不好等等信息，还有写自己如果通过玩游戏，认识夜场招募，然后欣然拿着户口本（还没办理身份证）前往S市，然后写的内容的确是让我小有感动了一把。但是我能同情吗？没有必要的，夜场怎么呢？KTV DJ小姐又怎么呢？公主又能怎么呢？这只是一个工作罢了，我没有因为您的工作性质不同而对你“刮目相看”。

我清晰的记得2024年2月4日上映的，由著名作家贾平凹同名小说改编的《高兴》全国上映。剧中田原在片里演的是女主角孟夷纯，一个为了给弟弟和自己赚取学费而沦为按摩女的单纯女孩，看到心里有点酸酸的，人穷志不穷，阿蛮在这里给田原颁发一个励志奖。在此特奉上《高兴》歌词为什么呢？如下：↓

(女)确定一定以及肯定把我抱在你怀里，紧紧的相偎依然后大声说出(合)我爱你你爱我(男)为什么呢我捡破烂的，为什么呢我臭烘烘的，为什么呢难道你可怜我(女)为什么呢我是按摩小姐？为什么呢你却不嫌弃我？为什么呢是锅巴惹的祸？

(男)别看我现在很落魄？小时候妈妈很疼我？经常带我去县城，去百货去各种公共场合，人见人爱的我，吸引了不少的游客，他们边看边问妈妈说，大姐你家猴哪买的？

(女)确定一定以及肯定我~已经爱上你。永远都不分离你是我的唯一(男)为什么呢你是按摩小姐？为什么呢你会爱上我为什么呢~

(女)是孤单惹的祸

(男)大声说出

(合)你爱我我爱你

(男)为什么呢

(女)为什么呢

念完这串歌词后，我不知道各位看客有什么想法？大多数按摩小姐都是因为家里贫穷，本该上学的年纪却辍学外出打工，过早的肩负起了生活的重担，没有知识、没有技术。有时候时不得已而为之。对这类群体阿蛮是心疼的，既生权财贵，何生底贫贱？

阿蛮不喜欢的是那群自甘堕落的蛆虫，本来家境还不错，父母送去上学，本图望女成凤，誰曾想，事与愿违，堕落于烟花酒绿的霓虹灯中，“浓妆淡裹”。这是在享受着歌舞升平的生活吗？我们“可歌可颂”的孩子啊，您就为了一时的贪慕虚荣吗？你就那样的吃不了苦吗？您们也知道吃青春饭，寥寥数年！！我曾看到一个女孩写到：“我就想现在多挣些钱，到时候开一个小店，让自己吃饱够用就行了”。我不知道大多数的夜场DJ姐姐妹妹们是怎么想的。钱永远是挣不完的，挣多少钱后才是一个完美的DJ结束生涯呢？人都是有贪念的，如此看来，钱貌似害了众生.........阿蛮写这篇文章不是为了褒贬这个行业，只是很不喜欢，甚至用憎恶来说那么一类人。就是描写自己可怜的夜场凄凉故事的人儿，我想问的是：你真是夜场的妹子吗？你真的经历过夜场生涯吗？您文笔如此斐然，某一门拨开云雾见日光的事业做应该不难的吧？不是吗？那你是为何呢？难道您是贪慕于那山珍海味、美酒佳肴，还是热衷于灯火酒绿？

当您写下自己经历的时候，是为了赚取看客的同情还是想博得社会的谅解？还是想用自身的经历来教导和勉励目前的孩子们要天天向上，勿入前辈之路----红尘似海。我不得而知！！

当您写下自己经历的时候，我曾看到有作者这样回帖，我不是为了博取同情，也不是为了这可怜的点击？阿蛮想问的是，那您是为了什么？难道是想为自己的经历写一本自传个人成长史？阿蛮想知道这能彪炳千秋吗？

总结语：阿蛮上面写了这么多，无不是想说，我们的身份低微，我们从事的职业为人所不齿，但我们不卑微。我们是在用自己的双手、自己的灵魂服务于这个”冷暖自知“的社会。妓女一个古今不能磨灭的职业，历史上有很多可歌可泣的代表人物，不是吗？阿蛮认为这个职业强于鸡鸣狗盗之辈，强于这个社会的虚伪。这个行业更强于拿低微博取同情博取点击量之辈（阿蛮严重BS拿弱势群体的悲凉生活写文章赚流量，还用自称弱势的家伙）！！

2024年12月21日寄语西安作者：蛮小默本文为原创作品，如需转载复制粘贴等，请注明出处来源自百度空间蛮小默，谢谢合作！

**第二篇：夜店影评**

看了[夜店]，我终于知道谁是我心中最有才华的华人男演员了，他就是徐峥。这里先提前打招呼，写这个观后感很大一部分原因是想写徐峥，其他的只顺带提下。初中时代对我影响最大的一部电视剧是[春光灿烂猪八戒]。当时很把里边的稍微能跟经典沾边的台词都背的滚瓜烂熟。要知道那时候没有网络，找不着文字版台词，我只是靠看电视一遍又一遍把台词记住的。这部电视剧的主演，就是徐峥。

之后的两部春光，虽然不错，但是质量却递减了。那两个猪八戒最后也没有像徐峥的那个一样让我充满好感。哦，顺便说一句，我是到了高中才知道演猪八戒的演员叫徐峥的.徐峥特别会演戏——真是句废话，还用我说么。

我现在把徐峥在我心中提到这个高度，有一个很大的原因是：别人口中所谓的实力派，没有人是能笑傲群雄的，你随便找个人我都能给你拉个与之旗鼓相当的。而徐峥不是。比如你说，陈道明，我会说姜文。你说葛优，我这边有„„好像暂时没有，但是我就觉得葛优没有徐峥演戏生动。你说陈宝国，我说陈道明，姜文。哈哈哈哈~

好了，回到这部电影，徐峥饰演何三水。虽然这个角色贱兮兮的，但是相当立体。1.玩数学，有个性了吧。他对计算的灵敏让人联想到[雨人]里那个达斯汀·霍夫曼，还算出了掉着电视的那根钢丝韧度不够。2.对业务热心：“欢迎下次光临。”“你觉得~，我在说‘欢迎下次光临’的时候是不是还不够热情？”3.有无奈：“唉呀可惜啊，说得再热情，人家也不会来第二次。”4.再加上怕女人，尤其是王素芬。只敢在隔音的KTV室里隔着玻璃冲着没有王素芬的超市大声喊：“王素芬你不要脸！~”5.做事分明。只拿自己的9500，别的不要。6.强势地位时依然以低姿态和小钢牙商量，损失应该是几几分成。7.模仿天分。学外国人说话，相当逼真。“请问，你也是出租车司机吗？”被一个爱讲道理的知识分子的人讲了一顿以后，马上把此方法用到他表弟身上。8.有原则。以抢匪的身份出现在超市，但是出去抽烟。9.有骨气，撕掉小钢牙可能去投奔的阔同学的名片，慷慨道：“我这个人，平时没有什么特殊的爱好。我从小就喜欢算术。六年前我发现了彩票，我确信我自己总有一天，能算出一组彩票中奖的数字来。但我是孤独的，因为从来没有人相信过我。你嫂子离开了我，单位抛弃了我，但是我从来没有放弃过。他人笑我太疯癫，我笑他人看不穿。终于有一次，我算中了一组彩票中奖数字，但是却让你们老板娘王素芬给毁了。你知道，算中彩票中奖数字却让别人毁掉的几率是多少吗？三百二十万分之一。我知道她不会承认，她一直看不起我，她认为我是一个臭要饭的，但，我是一个做事分明的人，我有我的原则，我等了两个多月，我就是要等一个机会，我要争一口气，不是为了证明我自己了不起，我要让大家知道：我何三水失去的东西，我一定要拿回来！” 欧儿了，九位一体的何三水华丽呈现。

真正的劫匪，“来自陕西的同志”，看起来有点眼熟。查了一下，原来是[蜗居]里的宋思明。说话真像张艺谋。

全电影需要忍受的是小钢牙，不自然。我记得他本名叫任桥梁——之后被室友纠正人家叫乔任梁。听说是从“好男儿”里出来的。朱辽，看演员表才知道他是赵英俊。我记得高中时他有一首串烧歌叫什么刺激200几（2？5？忘了）。哈哈，他也是地包天（我也是），而且不知道收敛，老翘下巴。还要装东北口音。

**第三篇：《夜店》观后感**

危机一刻

—观《夜店》有感

前几天老师给我们播放了一部电影，名叫《夜店》。讲的是发生在一个24小时超市里的故事。这个超市名叫“汪汪超市”，由于老板娘打错了彩迷何三水的彩票，使何三水的9500元钱“不翼而飞”。因此何三水在李俊伟和唐晓莲值夜班的那天晚上带着表弟轮胎来要账。结果发生了一系列的事件：先是被误认为是聋哑人，再是顾客来买豆浆是因吸管的问题被顾客骂了一顿，之后引来了一个抢劫犯„„

其中我最喜欢的是那个满脸肥肉，开始戴个头套，手里拿根电棒的轮胎。他把变成了“泡面超人”的朱辽耍得团团转：先是用电棒电他，之后逼他跪着唱一百遍《两只蝴蝶》。而被虐后的朱辽在上厕所时发现了一个惊天的秘密„„ 而李俊伟为了保唐晓莲不被电，不顾老板娘的阵阵“叛徒”的叫骂，选择了与何三水合作。由于顾客实在太少了，他们只有打出了“全场五折”的招牌，以至于老板娘晕倒。可就在还差三块五就还清何三水的账时，抢劫犯来了„„ 原来，抢劫犯把他抢来的钻石放在了超市的冰箱里，李俊伟将冻着钻石的那一大块冰放进了厕所里的洗手池中，而朱辽上厕所时冰已经化了，他拿走了那个装着钻石盒子。而何三水毫不知情，为了那三块五不断地向抢劫犯推销商品。以至于被打倒。而轮胎举起一桶菜油向抢劫犯砸去，可谁想到对方掏出来一把手枪对着轮胎的额头，威胁他蹲下，并且把何三水等五人绑了起来。可是他没有想到，超市的采购员在仓库中。虽然他扑倒了抢劫犯，但是斗不过，最后被打成了熊猫眼。

可在最后来了个警察，抢劫犯只得让唐晓莲和李俊伟出去。原来警察将手机放在了冷藏箱里。唐晓莲用手机的短信来向警察求助。可就在警察带了武装人员来时，李俊伟却不幸中枪„„

幸好子弹击中了右胸，他没有事。抢劫犯却因为电视的电线脱落而被电昏从而被警方抓获。事后，老板娘和何三水结婚了，“汪汪超市”也随之改名为“水汪汪超市”。

**第四篇：夜店工作心得**

酒吧营销工作浅谈

---------------------布衣阿赖

说到酒吧的“营销”，其实这个词语已经有些老土了。但是这个部门，在娱乐场所里取到至关重要的作用。酒水销售、维护、接待、拓展客户群体，就是整个营销部的工作。如何去打造一个强势的营销团队，是每位经理人要做的工作！首先，寻找一位将才。俗话说：“兵熊熊一个，将熊熊一窝”。的确，在实际工作中，经常得出的结论是，营销总监没能力，导致营销团队管理混乱，人员不足，现场客户接待不到位，售后客户维护无人监管，整个营销部战斗力为负数，每天等客户打电话，每个营销人员没有计划，没有业务提升，没有业务拓展，没有营销课程培训。等等问题的出现，都是一个原因导致的，没有找到一个好的营销总监。所以21世纪，小平同志说的好，最缺的就是人才！尤其是在娱乐行业，多半是走江湖，跑龙套的角色，我也时常感叹，职业素养和技能都到位的甚少。营销团队的管理：如果说夜场最不好管理的是哪个部门，那当属营销部。营销工作人员不像楼面其他部门，比较统一规范，模式化。相反，营销的管理是灵活的。除了遵守公司的《员工手册》，《营销部管理制度》之外，还有其他细腻条条框框，加上现场饮酒，跟客人接触，时常碰到早退，请假，触犯管理制度的事情比较频繁，而作为团队的带头大哥，始终要保持清醒的头脑，以公司长久的利益为出发点、以客户的满意度为追求目标、以营销团队建设管理为根本，以人性化和亲合力为榜样，以整个公司管理的原则性为根本，碰到问题就知道怎么处理了。在三线城市和内地，人口素质偏低的地方，经常碰到，难管，威胁，欺骗、以客人压制管理等等一系列现场，一个合格的营销总监，要能审时度势，要分摊整个消费群体，不要让客户掌握在一两个人手里，要做到辞退/聘用任何一人都不影响生意，让下面的人保持危机感，在执行管理的时候会简单很多，总之做好营销管理是一件难事，现场要喝酒，要见人说鬼话，见人说人话，要求性格外向鲜明，与客人自来熟，还要有带头大哥的魄力，要有企业管理理念，强执行力，不断的学习上进，灵活处理旗下员工和客户的关系。

营销团队的构建：能招聘、挖墙角、外调搞来资源做营销已经是很荣幸的事。当以上三条都不能实现的时候，才是你蛋疼的时候。曾在一个城市筹备酒吧，碰到，招聘惨败，原因分析：挣的没夜总会高，怕碰到熟人没面子，没经验，没客人，要主动去和陌生人喝酒压力大；胆大的就去夜总会做小姐了。最根本的是，该城市酒吧处于起步阶段，以前只有唯独一家酒吧，客人基本上没有营销客服的概念，都是自己带女人，或者客人与客人之间相互接触，酒吧只是提供场所。以前没有营销人员，所以这个城市招聘的结果是：没有一个有经验的营销经理，而且愿意做营销的90%是男的。挖墙角是没地方挖，外调城市本身没吸引里，消费低，养不起资源。最后筹建营销部60%是男的，找到了几个下岗的夜总会小姐，还是老板朋友关系介绍的，还有3个没做过的女同事。勉强撑起一个薄弱的营销部。而这样的营销团队，构建不经过一个月的培训，无法正式上岗。一旦接触顾客，将会无套路，无章法出牌，最后不单是不能维护客户，还可以得罪，或者为了私利欺诈消费，最后成为公司的鸡肋。

目前，最有效的是扩大招聘力度，并将营销部多元化模式，将营销分成：客服部、外联部、营销经理。让想做小姐去干客服，让要面子的去干外联，让传统的营销做经理。外调资源，现在基本上就是男模女模ds了。

营销团队的培训：在很多夜店筹备的期间，很容易忽视对营销团队的培训。

而且对营销理解有些片面和歧义，我认为营销部要把订台卖酒的意识转化为：接待服务客人是本质，把客人当朋友才能长久，杜绝以私利为目的欺诈恶性营销理念。如何对营销团队进行培训，是每一位经理力要制定的计划。一般的营销总监很难有这样的能力和意识，所以在筹备前期对各部门制定的培训计划是一项必不可少的工作。而这项工作的落实不是一个人可以完成的。在培训课程里面，除了日常的培训的项目：公司的概括、公司的制度、手册、公司的发展方向、运营理念、团队精神、执行力、服务理念等等这些课程之外，我觉得内部的技能职责培训占到了培训的大半。我简单的制作一个流程对员工进行培训如下：树立良好形象（仪容仪态着装，言行举止）

如何拓展自己的客户群

简单的五堂课，每堂课可以讲一上午，下午实践，演练。把实际工作会遇见和用到的技能提前灌输给员工。而当培训完成后，在营业的工作，又会碰到不知所措的局面，这时候就需要陪练和督导，带动，一般一个月后基本可以熟练营销技能。

营销现场接待和幕后维护工作：之所以说营销这个词有些老土，就是因为很多知名夜店都管营销叫“接待部”，可想而知营销人员在现场咨客带入台位后，接下来的接待和服务工作，就要按套路来了，服务员只是做基本的酒水营业服务，沟通灵活的现场招待，就是营销部的工作，把这个陌生的客人当做是自己第一次见面的朋友，而且以后要深交下去的朋友，把酒吧当作自己的家，在家里招待第一次来的陌生客人，那剩下的工作就是水到渠成了。在接待客人中，我时常培训员工说到三要素：接客、招待、送客。作为一名成熟的营销人员要有察言观色之术，分清是何种档次客人，客人想要什么，揣摩客户心理。营销幕后的维护工作甚为重要，很多营销工作人员都是等待客人打电话订台，这样太被动了，现在都是主动出击。除了时常的短信和电话联系客人之外。对熟悉的客人要回请喝茶，聚餐，聚会，并赠送礼品，如酒吧碟片，文化衫，酒吧烟灰缸，公仔等。并对高级vip客户，拿优惠措施对待，常见的积分赠品，或者vip打折太没创意。在巩固vip会员这块，有些连锁夜店，特指派“客户经理”负责，总经理助理这类职位负责，并由公司督导完成工作安排。对高级大客户巩固的相当稳定。类似这样的幕后维护工作，已经在这个行业里发展了多年了，现在卖茶叶的还经常打电话来骚扰，送这送那，关键是要你买茶叶。房地产招商，其实很市场营销手法都可以借鉴。

除了网络，市场商家联盟也是不错的拓展方式。目前夜店联盟商家做得多数不成功，而真正的联盟，实现互惠，花的人力物力都很大，时间也需要好几个月，这是一个缓慢的成效过程。

关于人员的更新，在夜店坏境里面，比任何行业都快，服务员永远招聘，演员不停的更换，营销人员不断的老化和淘汰，在人员上要不停的让新员工加入，客服流失最快，资源补充是营销总监和资源总监要衔接好的工作。

营销部与其他部门的合作：（未完，，，篇二：夜店职位说明书 篇三：夜总会管理

现在做好ktv、夜总会等夜店经营管理工作是保证经济效益的基础，但是很多职业经理人却不懂得管理的与时俱进，采用了很多不恰当的管理方法对夜总会进行管理，结果就导致了很多夜总会经营上的失败。

禁忌一：忌夜总会经营管理决策盲目性。

夜总会职业经理人决策前调查分析不够，信息不准或管理者主观、片面、缺乏经验及素质不到位，易造成决策失误。

禁忌二：忌保姆式夜总会经营管理

夜总会实行层次管理，分级负责，每个职别的人员都有自己明确的职责要求，所以，一级管理人员应该鼓励下级管理人员忠于职守，尽职尽责。切记不能权责独揽，事必躬亲。禁忌三：夜总会经营管理忌不当竞争。

夜总会经营应严格执行国家政策、行业法规，遵守国际惯例和通行准则，既不能行业联合轰抬物价，形成垄断，侵占消费者利益，也不能视行业规定不顾，削价竞争，扰乱市场。禁忌四：忌轻信是非。

夜总会是用工密集型行业，岗位复杂，员工密集，管理人员多。因此，必须树立良好的内部风气。各级管理人员要以身作则，为人表率，团结部属，公正待人。禁忌五：忌夜总会经营管理随意性。

夜总会管理依赖于制度，夜总会的各项工作程序、标准、要求乃至各级人员的职责、任务、目标、言谈举止等都被严格地规范于制度之中。做什么，怎么做，做到什么程度，做错了将受到何种处罚是夜总会所有员工都非常清楚的，管理者只要按照制度去检查要求，而无需随主观意志指手划脚，更不能置制度于不顾，凭主观情绪与想象任意要求下属如何做。否则，员工将无所适从，管理程度也会因为管理者自身的原因造成混乱。

禁忌六：忌管理不拘小节。

夜总会的服务功能几乎涉及到社会的各个方面，因此素有小社会之称。复杂的服务功能要求夜总会管理工作应做到于细微之处一丝不苟。

禁忌七：忌人情和私欲。

人情、私欲是夜总会管理之大忌，夜总会严格管理的标志是融制度于夜总会运作的各个环节之中，制度面前人人平等，任何人不能凌驾于制度之上。

禁忌八：忌短期管理行为。

夜总会管理讲究可持续性，一切工作的计划、方案、目标、决策必须着眼于夜总会的长远利益，维护夜总会永久的生命力和市场竞争力。

禁忌九：忌夜总会经营管理墨守成规。

夜总会运行程序有其自身的规律，但其经营、销售、推广必须灵活而富有新意。通过经常开展形式各异且富有吸引力的营销活动，给宾客创造一种新颖、温馨的消费环境，从而实现夜总会最佳的经营效益。

禁忌十：夜总会经营管理忌缺乏团队精神。

旅游夜总会是一个充满活力的有机体，年轻而朝气蓬勃的员工队伍为企业的竞争提供了无与伦比的生存空间。因此，夜总会管理者应该充分根据这种队伍的年龄优势因势利导，增强企业的凝聚力，树立良好的团队精神，激发全体员工敬业、乐业精神，爱店如家，奋发向上，使全体员工围绕夜总会经营决策、管理与效益目标这个主旋律而履行职责。

禁忌十一：忌越级管理。

“一级对一级负责，每个人只有一个上司”，越级管理会造成下属无所适从，管理秩序混乱。禁忌十二：夜总会经营管理忌客源单一性。

夜总会客源的构成份额是夜总会知名度高低和市场生命力强弱的主要标志之一。旅游夜总会必须在市场推广方面尽力推广客源覆盖面，在服务项目设定和特色的策划方面考虑更多的针

对性，从而以良好的服务、独到的特色，最好的信誉吸引全方位，多层次的消费者。只有这样，才能在千变万化的市场竞争中以不变应万变，始终保持旺盛的生命力和最佳的经济效益。

夜总会成功经营的关键要素

1、有经验的管理团队

管理：制定高效、合理的管理流程和管理制度，保证夜场每天持续、合理的营业。

经营：实时分析动态变化的经营数据，及时、准确的调整经营方向，实现最大化盈利。

2、得心应手的工具：夜总会管理系统

紧密配合管理团队的经营思路，协助各项业务的高效运作。提供实时、历史的经营数据，通过全面地统计、多维度地分析，以图表的形式给于展现，辅助管理团队正确的决策提供数据支持。

首先，夜总会开业前的筹备要有的放矢，注意细节。大多数的投资者在开业前都将精力和资源都集中在了场所的装修上面，在装修上面投入再多的钱都舍得，甚至是在与其他运营中的场子互相攀比，无论如何就是要比对方豪华起码一个档次。这是一个误区，很多你并没有重视起来的环节，才是应该注意的关键。夜总会的主要消费对象为当地名流及官员，是这些人喜欢玩的地方，因此所以服务人员的培训一定要认真严格且系统化，在开业前两个月，就应建立系统化的人员培训机制并执行。要定制上档次的营业用具，如包厢中顾客使用的玻璃器皿、餐具等，有条件就采用要进口的，国产的容易坏还没有档次，大钱都花了没有必要省这种小钱。建立规范的系统化的顾客接待标准，玩夜总会的花钱就是为了享受你一系列的尊贵服务，必须明确规范的接待服务用语和动作，比如首先就要设法了解包厢的主人是谁，他最尊重的客人是哪个。开业前期的邀请函发放方式方法也很关键，记得该请的一定要请，试营业或营业的前几天都是你的公关关键时期，千万利用好，拉拢市场主要客源建立好的口碑，不然后期工作不好做。最重要的当然是建立稳定和可持续发展的公关资源体系了，销售经理（妈咪）的物色至关重要，他身后的公关佳丽资源和其临场应变能力可作为判断的一个依据。这个体系是一个夜总会后期经营的关键所在，如果对这个体系的培训和培养做得足够好，根据经验，那么你这个场子的营业额至少可以再增加50%左右。开业前期的广告投入要准确，该投的投不该投的不投，做夜总会，除非必要，不建议采取高举高打的方式做宣传，你面向的广告对象要找准，比如当地银行的vip客户专属杂志，高尔夫俱乐部的会刊，汽车4s店的客户专刊，都是你可以选择的投放媒体，虽然低调，但会有效。开业前，也要做好赢通夜总会管理系统的导入准备，这样在开业之前就可做好培训和导入，有充裕时间对各部门协作进行系统实施演练，免得开业后再来做相关工作导致船大难掉头的情况出现。

夜总会开业前的筹备需要注意的细节

建立系统化的顾客接待标准

拉拢市场主要客源建立好的口碑

建立稳定的公关资源体系

找准宣传渠道，低调执行

提前建立系统化的人员培训机制

做好管理系统导入、演练 其次，夜总会要有明确而规范的科学服务流程。“没有规矩不成方圆”，从客人进门一直到客人买单离开，要明确哪些部门的人员和客人有直接的接触，接触的内容分别是什么，哪些部门要做好配合工作，配合的工作内容是什么，哪些人员具有优惠权限，优惠的额度要如何控制，销售经理的激励和提成方式，佳丽小姐的管理方法，点单出品的过程，等等这些环节都必须有明确的规范。我们看看下图，它反应的是东南沿海地区主流夜总会的基础业务流程，也是徐先生多年从业经验的精华所在，这个流程覆盖了从客人进门到出门各业务部门所经历的每个环节，并规划好每一个环节上所需提供的持续的服务。明确规范的服务流程，方便赢通夜总会管理系统的引入和顺利运用，可起到事半功倍的效果。一个夜总会如果将此图中所涉及的各个环节都纳入了规范的服务流程，也就与成功有了美好的邀约。

接着，要保持的员工队伍的整体稳定性。因为夜场工作的性质和独特的环境氛围，夜总会各个层级的工作人员都视跳槽为家常便饭，昨晚还在一起上班今晨就不见了人影的情形频繁地上演，导致夜总会的经营管理者也自然地接收了这一现实。但是，频繁的人员流动，对场子的正常经营其实损耗非常大。员工离职所导致的成本很多，可以计算的包括，新人雇聘成本（广告费、人才中介费、报到手续），面谈成本（直接单位主管面谈，间接如人力资源部门面谈作业），离职成本（离职手续、离职面谈、工作代理）以及学习成本（新进人员见习在职训练及试用）等等不一而足。不要以为一个普通服务员的离职没有什么影响，根据业界的测算，一个普通服务员岗位的人员流动成本为该岗位的半年薪资额，而中层岗位的人员流动成本则达该岗位全年薪资额。正因为对此深有体会，徐先生在管理中特别注重员工队伍的稳定性，在亚洲日湖会，从开业至今一直为公司服务的各层级人员比比皆是。徐先生透露，要维持员工队伍的稳定，很重要的一点，是公司要给员工足够的认同和尊重，让他们产生切实的归属感。夜总会的员工经常要委屈自己甚至降低自尊为客人提供尊贵服务，又天天处在纸醉金迷、华奢浮靡的氛围下，很容易产生浮躁、排斥、消极的心理，需要经常为他们准备“心灵鸡汤式”的充电培训。当然了，夜总会的公关佳丽部门是必须有较高的流动性的，这点谁都清楚。还有一点，利用好赢通夜总会管理系统中的人事管理功能，可以方便地对员工的基本资料、社会关系、合同、考勤、排班、培训、考评、奖惩、调动、调薪、工资、奖金等项目进行管理，对员工真正做到公正、公平、公开，对加强员工的向心力和积极性也很有帮助。

员工流动成本示意图：

然后，要导入竞争和激励机制，做好公关经理的管理。公关佳丽的管理优劣直接关系者夜总会经营的成败，这一点，每个经营管理者都非常清楚，但认真说起来，其实家家都有本难念的经。“擒贼先擒王”，公关佳丽部门中，首要的是对公关经理（妈咪）的管理。严格对公关经理的管理，要懂得巧妙向公关经理施加压力，比如订房的任务，营业额的要求，定期定量的客户资源提交（便于客户回访，抓好客户资源）、公关素质的提高培养，对客的技巧，个人魅力服务要求 等等。在营业中期尽量多引进几位公关经理，合理地划分她们各自的负责区域，造成相互之间的有一定的竞争，甚至出现抢房争客情况那是最理想的（不必担心现场混乱和麻烦，因为我们可以罚，需要的是管理者及时的处理)。万万不可出现场所为一两个大公关经理独霸的情况，一个包厢数超过50的场子，建议引入5个左右的公关组，要处理好这几个公关经理之间的相互制衡关系，视业绩对他们进行相应的授权。打折、赠送是公关经理非常重要的营销武器，利用赢通夜总会管理系统可让这个武器发挥最大的效用。举个例子，平常的做法，为便于计算，都是公司给公关经理指定单个包厢的打折额度，一般为10%，公关经理为做客情，基本都会将这个额度直接用完，这样公司的消耗自然也最大。利用赢通夜总会管理系统，管理者可以直接按月或周总业绩给公关经理设定固定赠送额度，次额度与实际产生的业绩挂钩，自动浮动，公关经理可以视客情关系自主决定是送还是不送，熟客大户多送，生客小户少送，超过总额度，超出部分自动从其提成中扣除，低于总额度，差额部分自动计算奖励。公关经理的开票额度也可以依此进行管理。这样，公关经理的积极性会大大提供，而公司的在这方面损耗也会降至最低。

公关经理（妈咪）的考核指标

再次，运用营销策略和情感管理，做好公关小姐的管理。说完公关经理的管理，自然要来说说公关小姐的管理了。一个夜总会需要配置多少公关小姐最合适？根据经验，公关小姐人数与每月平均包厢订房数的比例控制在3：1或4：1之间为宜。多了小姐上台机会少挫伤积极性，少了客人容易产生审美疲劳，有时还会产生人员紧张的情形。然后，要善于包装你场内的小姐，打造金牌佳丽。能以形象、素质、职业标准等背景出众的小姐，由夜总会再次对其重新包装、打造，推出的明星级佳丽，也就是打造你的场子的“台柱子”。有钱富哥爱捧女明星和女明星爱傍富哥是现实规律。运用推广金牌佳丽的营销策略，将会给新老顾客带来强烈的视觉冲击力和回头率，尤其对当地实力客户有着不可抗拒的吸引力，因为金牌佳丽的终极顾客就是实力客户。公关小姐的共同特征是年轻、泼辣、势利、篇四：夜店把妹全过程指南 其实说真的要我写一篇随笔,感觉上真有一点班门弄斧的感觉 要说我是高手不敢当, 该说是历经无数成功与失败战役后的心得,来和大家分享 我想搭讪技巧在张大哥的随笔已说过,我认为那已足够,只是运用的方法,个人运用的方法皆不同.所以我就不再重复 我想以横飞堂

其实说真的要我写一篇随笔,感觉上真有一点班门弄斧的感觉 要说我是高手不敢当, 该说是历经无数成功与失败战役后的心得,来和大家分享

我想搭讪技巧在张大哥的随笔已说过,我认为那已足够,只是运用的方法,个人运用的方法皆不同.所以我就不再重复

我想以横飞堂的特性,我想要和各位分享的是,如何利用夜店来加速感情的进展

我个人认为夜店这一项,最好用在暧昧期而且次数最好不要超过两次(除非他/她很喜欢去),但要注意的是水可载舟亦可覆舟,不可不谨慎行事

夜店,顾名思义就是夜晚才营业的店, 既然要在夜晚出没战争,除非你有过人的体力,否则请你在出征前请做好足够的休息及准备(我是都不休息的,因为我是夜行性动物)如何计划一次成功的战役,我分成下列几点来说明 l 邀约

如果已进入暧昧期我想在邀约这点上该不会有太多的困难,一般的借口不外乎是为他/她办生日,自己的生日,共同朋友的生日,或是有新的店开幕还有节日例如圣诞节,跨年„„等等

最好是提前一、二个星期以上这样可以让对方和自己有充分的准备。l 参加人员

人数尽量控制在6~8个人-男女平均,这样场面好控制不会太乱或是太冷,参加人员中一定要有一半是他/她所认识的,这样才不会让他/她没有安全感或是感到无聊,也可由他/她自己进行邀约,在我方人员一定要进行所谓勤前教育,清楚告知我方人员这次的主角是你及对方及此次战役的目的,.如果你自己本身不是常跑夜店的人最好找一个对夜店较熟悉的朋友一起参加

只有你和主角两个人可不可以„?也可以„...那情况又较为单纯 l 地点

要决定一场战争胜败的因素,地点占了很重要的一部份,正所谓天时、地利、人和,在孙子兵法中提到在战争中有所谓的九地(就是九种地形),夜店也有所谓地点及型态,既然这场战争是由我们所主导的那地点当然由我们决定,决定一个有利于我方的地点,例如你只会跳国标舞却带她去跳嘻哈这样不就搞泡ㄌ,那你会说我根本就不会跳舞那怎ㄇ办,有种夜店叫做loungh bar,我个人最建议这种店,气份轻松较容易使人放松,较容易进入状况,在选店的过程中我建议可上网搜寻或是询问常跑夜店的朋友,一般人数较多都是要先预约的 l 勤前教育

在出发前一定要对我方人员实施勤前教育,清楚告知我方人员,此次参加人员,原因,地点,预计开始及预计结束时间,及在结束时该如何应变处理 l 过程

尽量将整个过程的时间控制在3~4小时之间,除非主角很high,否则时间太长大家都会精疲力尽,那啥事也不用做了.控制整场的气份,可由你或你的朋友穿插来主导全场,可藉由一些游戏来拉进你和主角的距离, l 如何ending 如何收尾~粉重要.先假设几种情形

一、主角喝醉ㄌ,喝醉又分两种,真醉和假醉,如果是真醉处理方式很简单~陪睡,不是你陪她睡而是看着她睡,等着她醒来,在她身旁照顾一夜,她一醒来看到你这样不马上加十分是怎样..? 如果是假醉的处理方式,基本上而言,假醉有几种可能,不想再喝酒了,想回家睡觉了,想观察你,比较稳健的处理方式为,提选择题给她来回答,例如我送你回家还是你要住我家,或是要如何„..等等

二、主角有点茫,我个人比较喜欢这种状况,就是所谓的半醉半清醒,有很多话可以说,也有很多事可以做(但要谨记绝对只能做你所能承受范围内的事)

三、主角完全没醉,这时候就该是你装醉的时候,化明为暗,让他来照顾你

在勤前教育时就该告知战友,收尾时该看状况自动消失及处理主角的朋友

主角的朋友该如何处理„?不管主角的朋友喝醉与否,你自己或是你的朋友都该为他们做最完善的处理, 因为这在事后主角的心目中会好好的打分数,例如安全送回家或是送至安全的地点(千万要告诉你的朋友要谨记不要越矩ㄌ)l 禁忌

可以装醉不能喝醉:因为你一但醉ㄌ,后续状况会如何走就不是你所能控制的了,所以人家常说喝酒误事就是这样,酒只是我们助性的工具,千万不能喝醉

不能使场面失控:会使场面失控的状况有粉多,不过一般而言都是以喝醉较多或是和陌生人起冲突

绝对不要开车:喝酒不开车~开车不喝酒啦,这是最基本的啦

不要选在隔天要上班/上课日子:如果明天还有事,感觉也是比较放不开吧,我想谁都不想要玩的有后顾之忧吧, 或许在上述随笔中不尽详尽,只是盖述,提供一些经验及想法给大家参考参考,如有其它的问题及想法可以在讨论区来和各位讨论讨论篇五：夜店会员部工作流程及规范

夜店会员部工作流程及规范

（一）营业前

1、每天7:00pm准时上班，其中7:00pm～7:30pm为班前准备工作时间，具体为打卡，换工衣和参加部门班前碰头会。2、7:30pm～8:00pm为参加班前例会时间，班前会由部门经理人员召开，凡参加例会人员必须准时到指定地点签到。3、8:00pm～8:30pm为上岗前的准备工作时间（如打开和调试对讲机、了解责任区域房态，查看三天内是否有本人发展的会员过生日，若有应主动与会员进行联络，表示祝贺，告知已为他/她安排好生日房间，同时落实会员生日的有关准备工作）。

（二）营业中

1、各位会员在8:30pm必须准时上岗，其中8:30pm～10:30pm为站位迎客时间，上岗时间内须在指定位置按规定姿势站立，未有客人时不得高声谈笑和做不雅动作。当有客人来时应主动热情并用标准礼貌用语向客人问好，不准指点及议论客人，当辖区客人和接到咨客通知时应和咨客一起将客人带入房间，当咨客离开后，应主动上前按规范进行自我介绍，并征询客人是否可以坐下，得到许可后进一步与客人进行沟通和收集客人信息（时间应保持在10分钟左右），同时根据实际情况决定是否要赠送生果，在自我介绍后若客人表情冷漠，应礼貌地按规范退出房间。

2、在辖区房间未开满时，不管何种情况，22:30分以前每次进房接待客人不得超过10分钟，10分钟后必须回指定地点迎接辖区客人的到来。3、22:30至凌晨为与客人沟通和发展会员时间，在此时间段应流动性地主动进入管辖区所有房间，与客人进行沟通和向客人介绍本公司的会员章程，积极地会同dj根据客人的性格适当地活跃房内气氛，同时根据客人的消费，适当地按规定进行部分酒水的赠送，完毕后应在适当的时候退出房间，去照顾其他房间的客人，空闲时应随时记录在房内发生的情况（比如：客人对本公司的各种反映，楼面服务员及dj的工作态度和质量等等）在各项工作中应做到灵活和机动，以落落大方的姿态对待客人，在本人力所能及的范围内，解决客人的一切疑难问题和麻烦，若发现不正常情况几次出现本人无法应付的状况是非分明，应立即想办法找有关部门及上司处理。

4、完成辖区工作有空闲及在不影响本区域工作前提下，可适当地接受客人的邀请，进入其他同事的责任区，当客人提出买单时，非辖区人员必须主动离开房间，直到买单后15分钟内不得再次进入及在该房门外5米范围内等待客人出现以获得小费。

5、辖区负责人员在买单人员来到前，应主动征询客人对公司服务，出品以及其他方面的意见，若客人有意见，应表示虚心接受，并热情地邀请客人填写意见表，若客人不愿填写，应将意见完整地记录在工作笔记中于当晚签到时上交工作报告，以使公司及时进行修正。当部门或其他买单人员进房买单时，应本着主人翁的精神主动协助买单人员解决买单过程中可能出现的疑难问题，客人买单后应热情地挽留客人。客人退房离开时，应主动热情地将客人送至出口，并热情地表示感谢和欢迎下次光临。

（三）、营业后

1、写工作记录，将当天的工作情况及相关客户信息认真记录好并交到总办。

2、放好上班时所需的物品及有关资料，并做好第二天的工作计划。

三、会员部服务技能要求

1、了解公司环境，房价（最低消费）及大厅消费。

2、了解公司各种酒水及小食的名称及价格。

3、各种酒水的饮用方法和服务方法。

4、各种游戏的玩法。

5、了解房间内各种设施的使用及各种配备的摆放。

**第五篇：夜店推广**

关于利用网络进行

企业品牌推广维护及实现客户增量

一、网络推广的优势

1、低成本：网络媒体的费用远远低于传统媒体，利用网络进行企业推广，可节省更多运营成本。

2、针对性：网络推广目标群确定，由于点阅讯息者即为有兴趣者，所以可直接命中潜在客户。功能、内容设定得当还可以让用户对网络产生依赖性及惯性。从而在客户开发上也保持了可持续性。

3、交互性：在网络上，在当网络用户对某一内容发生兴趣时，可以通过键击进入该内容的页面，详细了解产品的信息。而企业也随时可以方便及时的得到用户反馈的信息。依此来做客户服务会更人性、更理性。

4、准确统计受众数量：利用传统媒体做推广，很难准确地知道有多少人接受到信息，此信息产生多少有效客户。而在互连网上可以准确地统计出访问量，广告行为收益等，有助于企业正确评估推广效果，制定推广及经营策略。

二、概述

目前XXX所处的西安市场是一个有高吸引力的好市场，同时也是一个极具竞争力的市场，而业内同行在推广、宣传及品牌建设方面的做法基本大同小异，但似乎都忽略了网络这一高速、有效、便捷的途径。经调查，在业内做网络推广的几乎没有，而有的也只是一个简单粗糙、过时的摆设品，这些对企业来说已经沦为了盲肠一样的标准附件。所以网络这片几乎空白的市场对我们来说是一个利基性市场，合理的开发利用一定会对企业带来很高的效益回报。

在网络已经程普及化的今天人们对网络的依赖程度越来越高，在网络上寻找现实中各种自己需要的信息（其中包括娱乐、休闲、交友等）是目前网民的需求。在网络上寻找与现实的交集是目前网民的潜在的需求！并且网民对关于夜店的网站和信息也很期待。（在百度上以西安夜店为关健词搜索得到十个相关搜索词中“西安夜店论坛/网站”的排名是在前三位的，而结果中却没有一条信息。）

我设计的是一个以XXX为核心专为西安本地会员服务的本土化特色化网站。网站的运营、功能设定等都是紧密的以XXX的经营为核心来设计的，可以说网站就是我们为会员为客户提供的一项增值服务。

三、具体的做法及功能简介如下：

一、网站内容以发布时尚的、新鲜的关于衣食住行及娱乐的信息为主

网民在这些信息方面是非常八卦的，他们喜欢看一些消遣性的新闻/文章并以此为乐。并且人们在流行方面是非常容易跟风的，有了网站这个便利的工具，我们就有了一个造就流行的机会。并且也是一个树立企业品牌形像，建立多渠道经营的平台。

二、提供本地化的线上交友、博客、论坛、聊天服务

通过线上交友这个工具网站可以快速的抓到一批忠实用户，因为网站未来的注册会员都会是在西安本地生活的人，是现实中看的见摸的到的人。而博客则进一步为这些会员展示自我提供了一个平台。至于论坛、聊天功能就不仅仅只是给用户提供交流平台而以，它更是我们进行隐性宣传推广的不二选择。

三、定期在XXX举办线下活动

目前有一些QQ群和网站都在提供这样的服务，但大部分都是自发的民间组织，即使有赢利也是通过聚会场所给的返点，而且在人员上技术上都有着极大的不足。而我们有实体的支撑所以单单就赢利一点上来说，我们就有着别的“野路子”不可比拟的优势。在这种策略下能保持住的客户一定会是优质的客户。

四、定期做一些演艺节目等项目的网络投票服务

周期性的在网络上开一个投票专区，把Dancer、歌手、演艺内容等以图片加视频的预告形式放置其中，由网络用户来选择他们喜欢的、想要的内容。也可以再加上店内的服务、活动内容的投票。再用类似“我要的夜店我做主”“今夜这里就是我的主场”这样具有煽动性的标题进行包装，“让客户做主来打造一个自己想要的夜店”。这样对客户的吸引力应该会更大一些。

五、商业联盟查询服务

公司牵头，以实体店的客流量和网站的注册会员量为砝码去和其它的一些与我们本身不形成竞争的企业、商户进行战略上的合作的。简单来说就是客户资源的共享。体现在客户身上的好处就是持有我们的会员卡到其它很消费场所都一样可以打折。这样就让本身已经是增值服务的网站更加增值了，并且也提高了我们会员卡的含金量。具体的合作方案后附。

六、其它服务

四、项 目 提 要

首先保证线下活动的安全性。这个可以通过实名注册及场内保安等手段来实现。

其次要有针对性。在开发产品及功能时要把各类人群的需求分析做到细化再细化针对不同的人群开发不同的产品。但是要突出重点。

接下来在宣传上不仅可以做硬性广告、推广。在网络上也可以做一些网推和隐性推广。比如：虚拟记者、职业玩家等撰写一些来XXX玩过之后的测评、杜撰一个西安或是全国夜店排行之类的的软文去在各大论坛、博客发表，依托百度做一个软性的竞价排名。这样的效果住住要比正面硬性广告要来的好的多。

商业联盟是我认为目前比较难做的一个项目，在初期希望可以通过人脉去做一些比较容易谈成的商户增加这个项目的可看性。但对合作伙伴的选择一定要谨慎，我目前的想法是一个行业或是类似产业只选择五至七家，这样在质量上就可以有所保证，后期操作起来也比较

容易。

五、商业联盟合作模式

1、广告资源互换：

在双方的媒体（主要以平媒、网媒、店面资源为主）等广告上互相添加对方的产品形象；利用店面形象宣传资源互换：在渠道宣传中的海报、店面宣传上添加对方形象或者“战略品牌”合作；

2、客户资源的互换。（折扣互通）

3、产品联合推广活动：

在现场推广活动时，双方互相支持共同完成推广活动。

4、相互推出特别产品（捆绑）：

借助双方品牌，为对方定制或“捆绑”特殊产品。（例如联名卡之类）

5、异业活动奖品赞助：

只要是相关，且不形成恶性竞争的其他行业伙伴，均可以利用上述平台，提供各类活动奖品赞助。

6、其他联合资源：

上述资源既可以单项操作，也可以进行联动。网络部分的商业联盟、交友及主体的部分内容在未来都是可以进行延伸发展经营的。

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