# 酒店实习工作总结范文3000字

来源：网络 作者：琴心剑胆 更新时间：2024-08-05

*实习目的:通过实地实习，了解酒店经营管理过程，酒店的服务及文化，加强管理理论与实践的结合。　　湖南天玺大酒店总体介绍　　湖南天玺大酒店是由湖南拓展集团投资，由新加坡华夏国际酒店集团管理，按照国家五标准建造的湖南省首家产权式商务酒店。XX年9...*

实习目的:通过实地实习，了解酒店经营管理过程，酒店的服务及文化，加强管理理论与实践的结合。

　　湖南天玺大酒店总体介绍

　　湖南天玺大酒店是由湖南拓展集团投资，由新加坡华夏国际酒店集团管理，按照国家五标准建造的湖南省首家产权式商务酒店。XX年9月正式通过四酒店评定。

　　酒店坐落于长沙市商业中心芙蓉中路518号，主楼高达100米，共30层，比邻新世纪体育中心，凭楼远眺，山水洲城尽收眼底，酒店距黄花机场26公里，30分钟车程;距火车站4公里，10分钟车程;距步行商业街3公里，5分钟车程;距省政府3公里，5分钟车程，交通十分便利。

　　其中客房的分布及特点：11楼-26楼共24层，18楼设有儿童活动室，25楼设有阅览室，23楼为无烟楼层，24、25、26楼为行政楼层，客房内均提供免费宽带上网。11楼-23楼的客房情况：每层楼有17间客房，01、21号房为商务单人房，02、05、06、08、18、19、20房为高级双人房，07为豪华双人房，12、15、16、17为商务双人房，10为豪华套房(其中11、15、17楼的10房为豪华双人套房，12、16、18楼-23楼的10房为豪华单人套房)，11为高级套房(与豪华套房类同)。01房-10房朝向北面，11房-21房朝向南面，变换着的摩天轮是最耀眼的风景线，特别是夜景，将长沙的繁华尽收眼底。

　　在酒店里所有的工作人员都是主人，所有的宾客来到饭店都会对饭店和饭店人产生或多或少的依赖，除了在接受服务的过程中接收文化或知识，他们还在遇到困难时向饭店人寻求帮助。因此，我们可以说，饭店是一个到处充斥着文化和知识的场所。于是，在这里工作的人们必须更有知识、文化和涵养。宾客在品尝一道菜式，而耳边是服务员小姐用甜美的声音介绍有关菜式的知识，包括起源、流传、特色、新意等等，不仅更增添了品菜的乐趣，也让客人接收到一些新的知识和信息，让他们从另一个层面上觉得不虚此行。

　　1.服务质量

　　对于酒店等服务行业来讲，服务质量无疑是企业的核心竞争力之一，是企业的生命线。高水平的服务质量不仅能够为顾客留下深刻的印象，为其再次光临打下基础。而且能够使顾客倍感尊荣，为企业树立良好的品牌和形象。在天玺我们看到，酒店领导十分重视服务质量的提高，即使对于我们短期实习生，也必须经过严格的礼仪培训后才能上岗。

　　对老员工进行跟踪培训和指导，不断提高和改善他们的业务素质和水平。部门经理和主管经常对我们说:“你的一举一动都代表了我们天玺，你的形象就是我们天玺的形象。”“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。”

　　2.酒店文化

　　饭店里无所不在的是服务文化、礼仪文化、地域文化、饮食文化、解困文化等等，在饭店里所有的工作人员都是主人，所有的宾客来到饭店都会对饭店和饭店人产生或多或少的依赖，除了在接受服务的过程中接收文化或知识，他们还在遇到困难时向饭店人寻求帮助。因此，我们可以说，饭店是一个到处充斥着文化和知识的场所。于是，在这里工作的人们必须更有知识、文化和涵养。宾客在品尝一道菜式，而耳边是服务员小姐用甜美的声音介绍有关菜式的知识，包括起源、流传、特色、新意等等，不仅更增添了品菜的乐趣，也让客人接收到一些新的知识和信息，让他们从另一个层面上觉得不虚此行。在饭店的任何一个角落都是彬彬有礼的服务人员，规范的操作、职业的微笑、谦恭的神态，让客人无时无刻不受着礼仪文化的熏陶。处于社会中的个人永远都在受着周边人的影响，所谓人以群分，礼仪文化不仅使饭店人素质提高，也在有益地影响着客人，提升着整个社会的素质与涵养。新到一处，客人落脚饭店，总是迫不及待地想要多了解当地的地域文化、风土人情、景观特色。饭店人对此都应非常熟悉，饭店只是一个单体的建筑，只有在地域的大背景下，他才有了厚重的底蕴，有了文化的背景。对于外地客人而言，他们来到这里或者为了这个地方的景观特色，或者为了商务办公，基本上不会冲着一个单独的住宿环境而来。因此饭店需要有一种功能，能够凭借地主的身份为客人提供尽可能多的方便。比如介绍当地的旅游资源，比如在当地进行商务办公的路径指点。这样，饭店才真正成为地方与外界沟通的一扇窗。还有一种称之为“解困文化”，也就是帮助客人解决难题的知识提供能力，金钥匙文化就是典型，满意加惊喜，完成不可能完成的任务。

　　3.网络营销

　　互联网给酒店营销带来了什么?它是一个很好的信息平台。在信息量丰富、实时沟通、市场呈加速度变化的资讯时代，酒店再也不能以昨天的方式来思考或解决今天的问题，不能以过去传统的手法来操作今天的事业。互联网加快了人与人之间的沟通与了解，信息变得空前重要，谁先一步掌握信息，谁就于市场。酒店通过互联网宣传企业形象，比以往的宣传方式更快捷、更清晰、更全面、更互动，使无形服务有形化。酒店可以利用多媒体技术，把酒店整体的设施设备、内部环境装饰、各种特色服务等在互联网上动态地表现出来。客人可以更快、更便捷地了解酒店，他们足不出户便可以在自己的家里或办公室里得到视觉上的形象化的享受，获得身临其境的感觉。酒店可以更细致、更周到地在第一时间反馈客人所需要的信息，双方达成互动。但酒店在宣传的同时，要做到“诚实”。酒店在网上的图片、宣传资料也要与客人在酒店亲眼看到的一致，甚至超出他们的期望。酒店在互联网上公布的价格要与在其它各个途径的报价保持一致，让客人对酒店产生信任感。

　　它为酒店增加了一种富有竞争力的营销手段。酒店的网站，是酒店在互联网上的一个窗口，类似于传统名片的作用，但又是一个比传统的杂志、电视、报纸和其它广告形式更有成本效益的广告方式。酒店集团的网站，可以让客人在网站上看到集团不同地区各个酒店的情况，了解每个酒店的客房及价格信息，进行网上预订，为集团提供的“一站式服务”而感到满意，集团各酒店更是可以达到网上资源共享。互联网营销对单体酒店的帮助更大。在没有互联网之前，连锁酒店有分布在全球各地的销售网络，有其独立的订房系统，在客源上有一定范围的垄断优势。此时，单体酒店缺乏竞争力，但有了互联网，单体酒店可以通过跟各订房网合作，同样实现资源共享，利益共享。另外，单体酒店能在面对市场变化时表现得更灵活，能根据市场的变化快速调整应对策略。相对连锁酒店虽然有整体的营销模式和策略，能形成轰动效应，但它不可能适合所有的市场，往往容易患“水土不服综合症”。

　　它让酒店看到很多新的机会。互联网的到来，给酒店带来了很多便利。它效率更高、成本更低、信息更准确、沟通变得更互动。互联网有利于酒店拓展潜在客户市场，使全球营销成为可能。互联网打破了时间和空间的限制，覆盖了整个世界。酒店通过互联网可以将自己的信息迅速传送到世界各地。世界各地的客户也可以通过网上浏览，马上获得酒店的所有信息，甚至立即完成网上购买。互联网营销扩大了酒店的市场范围，大大提高了酒店的营销能力。

　　小结

　　通过这次为期六个月的实习，使我比较全面地直观地了解了企业的生产经营过程，认识到管理实践的重要性。为今后的理论学习进一步打下坚实础。同时，在实习的过程中，也结识了很多同事和朋友。

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