# 酒店每周工作总结5篇

来源：网络 作者：暖阳如梦 更新时间：2025-02-15

*酒店每周工作总结范文5篇在酒店工作的每个员工都要直接面对客人，所以我们员工的工作态度和服务质量就反映出一个酒店的服务水平和治理水平。下面小编就和大家分享酒店每周工作总结5篇，来欣赏一下吧,希望能够帮到你们.酒店每周工作总结1一、 本周工作总...*

酒店每周工作总结范文5篇

在酒店工作的每个员工都要直接面对客人，所以我们员工的工作态度和服务质量就反映出一个酒店的服务水平和治理水平。下面小编就和大家分享酒店每周工作总结5篇，来欣赏一下吧,希望能够帮到你们.

**酒店每周工作总结1**

一、 本周工作总结：

1、 完成了酒店全年任务、月任务经营责任状，制定好了客房二次消费品奖励提成计划;

2、 继续跟进了西餐厅的推广和收集客人反馈意见和见意,来提高餐厅的服务水平及出品的质量;

3、 完成了圣诞节当天，餐厅圣诞餐优惠赠送活动以及餐厅的现场气氛，做好了服务培训工作及出品计划;

4、 组织了星期一主管会议及星期三部门沟通会议，钟对部门需协调及沟通配合问题进行会议上解决;

5、 维修好了厨房的抽风机，已经妥善与德良厨具沟通及传真协议好了，关于维修款从欠款中扣除;

6、 完成了广告公司制做客房安全消防示意图回货工作，继续跟进了西餐厅VIP卡的制做;

7、 继续跟进了酒店各部门的人员招聘工作，及时的进行补充，能够维持酒店正常营运工作;

8、 跟进装修工程丘老板，对二楼的装修工作做了现场堪查，对于改用办公室和休息用房的风水不理想，装修有很大困难;

9、 保证酒店流动资金正常运转，合理还款了客房布草款3000RMB，电视信号转换款4000RMB，丘老板工程款3000RMB，广告牌印刷款3500RMB;

10、 继续跟进了各部门的工作流程及服务技能的培训，来提高酒店的整体服务水平;

酒店每周工作总结2

在过去的一周时间里，在领导和同事的帮助下，对所有岗位有个更新的认识。大堂副理的主要工作是确保本部门各个岗位日常经营的顺利进行，协调本部门与其他部门之间的关系，使酒店前厅工作通畅，处理宾客投诉，接待上级单位领导与日常宾客。

在日常管理中，要尽量地照章办事，避免工作事故与管理漏洞，随时了解前厅各个岗位员工的在岗情况，确保前厅经营和接待的顺利进行。加强与房务中心的联系，了解宾客入住后的情况、房间打扫情况以及在住时间里的各式需求。掌握客人结账情况及对酒店意见的反馈，并及时上报给上司与相关部门。

在这个岗位上感觉每天都是在挑战，因为会碰到不同的客人，不一样的需求;每天都会有不同的感受，会因为成功地与客人尤其是外宾的沟通而欣喜，会因看到满满的客房入住而兴奋，并会因此带来的忙碌工作而充实;也会因设备或条件的限制而无法解决客人的要求而沮丧;更会将笑容挂在脸上，将热情融于行动，以良好的仪容仪表、友好温馨的微笑问候每一个客人。

前厅岗位是酒店的门面岗位，也是客人咨询问题，反映情况，提出建议，投诉不满较为集中的地方。每个员工都要直接的面对客人，员工的工作态度和服务质量能反映出一个酒店的服务水平和管理。身为酒店大堂副理的我，始终秉承着“宾客至上，服务第一”和“客人完全满意”的办事风格妥善处理好大大小小的投诉，即使解决客人的各种疑难。

身为酒店大堂副理的我，始终记着自己的工作格言 “ 凡是客人能够看到的地方必须是整洁美观的;凡是客人使用的必须是安全高效的;凡是接待客人的员工必须是亲切礼貌的。 ” 我在每日受理宾客投诉后都总结经验，找出不足加以改正。而我也就在每次总结、改进以后逐渐变得成熟起来。

**酒店每周工作总结3**

“十一”黄金周全市共接待游客\_x万人次，旅游综合收入\_x亿元，与\_x年比，分别增长51.5%和67.5%。未发生旅游安全事故，无旅游投诉，旅游市场秩序良好，实现十一黄金周旅游接待“健康、安全、秩序、质量”目标要求。

节前，通过关注客房预定，我们预感到黄金周的住宿可能会没有往年多。分析原因主要是中秋节也在黄金周内，所以我们把销售政策做了调整，往年黄金周的房价在原房价的基础上上调1%，而今年没有高速，保持了平时的售价。

另外，为了突显亲情服务，我们在中秋佳节当日为每位住宿的宾客配备了月饼和水果，使宾客感受到了中秋佳节的温馨。

一、接待情况

1.1、重点旅游区(点)接待情况

遵义会址旅游区(包括红军烈士陵园)共接待游客3.67万人次;赤水旅游区共接待2.28万人次;遵义动物园接待1.57万人次;盐津河旅游区接待.32万人次;水晶温泉接待.84万人次;乌江旅游区接待.69万人次;雅泉乡村旅游接待1.62万人次。

1.2、重点宾馆酒店接待情况。大世界酒店、东方建国酒店、中悦大酒店共接待了3612人，客房平均出租率均在6%以上;遵义宾馆、京滕丽湾酒店、广电酒店、港澳酒店共接待2371人，客房平均出租率在55%左右。

二、特点及变化

游客以散客为主。省内外游客主要来自重庆、四川、贵阳、广东、广西、云南、湖南、浙江、江苏、成都、福建等地。

自驾车游增多。外地自驾车游主要来自重庆、四川、广东、广西、云南、湖南、浙江、江苏等地，其次为本地、贵阳及周边。

游客以探亲访友、休闲度假为主。

城乡互动游增多。

2.1、红色旅游持续增长。其中以家庭为单位来参观北京风景区大幅度增加，成十一黄金周旅游新亮点。

2.2、温泉休闲度假游大幅度增长。

2.3、城郊游、乡村旅游持续增长。

2.4、过夜游客量大幅度增加。

2.5、游客人均花费有较大增长。

三、原因分析

1、旅游营销宣传效果凸显。我市加大对重庆、四川、贵阳等中短程市场的宣传推介力度。同时在北京、郑州、太原等地开展旅游宣传活动。在中央电视台、四川电视台等新闻媒体上投入旅游宣传。

2、举办丰富的旅游节庆活动。市政府启动东线乡村旅游大型活动;举办2\_中国(遵义)酒类博览会、娄山关、海龙屯国际户外挑战赛等系列活动，对外产生了极大影响，预热了旅游市场。

3、旅游产品建设步伐加快。加快了遵义会议会址、娄山关、四渡赤水纪念馆、生态旅游、酒文化旅游、温泉、全国工农业旅游示范点、乡村旅游等重点旅游产品建设，形成点多面广的旅游线路。

4、南北大交通及景区交通改善。

5、旅游配套服务设施加快改善。2\_年我市新增17家酒店，其中四酒店3家，三2家，二12家。目前全市有近5家四、二标准的中高级宾馆酒店投入经营。之外，还有近2家经济型酒店开展经营。

6、各地营造浓郁的节日气氛。市委、市政府举办2\_年迎春晚会，红花岗区举办迎春音乐晚会，此外，各地举办迎春书画展、猜灯谜等丰富多彩的活动。

7、天气晴好，适宜出游。

8、节前准备工作充分。各级假日旅游协调机构加强领导，精心组织，周密安排部署十一黄金周旅游各项准备工作。有关职能部门各负其责，开展以旅游安全、旅游市场秩序为重点的检查整治，排除安全隐患，规范旅游市场秩序。

9、各级旅游部门坚守工作岗位。坚持24小时值班，及时为游客提供咨询、投诉等方面服务。

四、存在问题

1、交通对我市旅游业发展的制约仍然明显。

2、重点旅游产品的开发滞后，不适应市场需求。

3、遵义会址旅游区停车场亟待解决。

**酒店每周工作总结4**

时间定格到现在，亲历酒店客房工作从嗷嗷待哺的初级阶段过度到蹒跚学步慢慢步入正轨的全过程，我坚信部门的工作会随着酒店及集团的发展走向成熟，迈向腾飞。

一个人工作的能力随着时间的推移，形如逆水行舟不近则退，小进也是退。身为B座楼层领班，从房型相对较小、几乎没有VIP接待和客源除大型会议外均为散客三点来看，每天工作都应该是从容不迫、有条不紊的。然而过去一年的时间，除了年岁虚长给我的感触却是疲惫。疲惫之外应对这一反差有全方位深层次的思考，关于区域内人员管理总结如下：

一、从业心态

有没有将这份工作当作事业来做无可厚非，但可以确定我每天上班的心态都是积极的。我有一位在医院急诊科工作的朋友，在举国欢度春节的日子，人家面对的是身怀六甲喝混合农药的病人，而我面对的是心旷神怡喝可乐、雪碧的客人。相对于病人的生命和健康，我们负责的是客人的心情，提供干净整洁的房间，营造一种宾至如归、家外之家的感觉。

每当疲惫之感袭来，我总会想起我的这位朋友，人家一位弱质女子尚可不辞辛苦早中夜三班倒，对各种纷繁复杂病例的安康尽自己的一份力，我天天上早班，没有理由不把工作做到极致，给客人提供满意的服务。当然，我没有用这种心态同化每一位员工，让大家都有这么一种意识是我工作的不足，也是我以后应该注意的。

二、心理角色定位

作为一个基层管理者，对员工作出一定表率是必要的，对员工是否按既定标准和程序完成工作进行督导更有必要。可是大家大多看到的是我在及时调动布草、顺便帮着领一下酒水等，而鲜于从对讲机里听到我喊谁回来做返工。如果有一天由于身体不适某些事不能亲力亲为了，一些员工面容就会浮现一层淡淡的霜，连自己也觉得怎么是个这么一个蹩脚角色。所以人员管理过程中先有准确的角色定位了才能确保大家各行其事。意识到了这一点是不够的，必须渗透到具体的工作中去。我的这个渗透过程速度太慢，甚至有反弹。

当让一些返工多且稍显离谱的员工严格按标准完成清扫任务后，我心里有时冷不防会冒出“这还是原来的我吗”的疑问。找准定位后的坚定和这种坚定附带的技巧是我所欠缺的。矛盾是普遍存在的，矛盾也是推动事物向前发展的动力，要做的是抓住矛盾的主要方面，“我相信你，我喜欢你”并不完全体现在面对矛盾时回避、妥协和一味包容。

三、管理模式

如果说从业心态和角色定位是停留在独善其身层次的问题，那么管理模式就涉及到宏观体制了，当然这里是指我个人的模式。

简单的说，管理模式由管理理念、系统结构和操作方法组成，其中系统结构是固定的，我们各领班由于管理理念不同，在操作方法上也就呈现出不同。我曾固执地认为需要摸清楚每个管理对象的行为模式才能进行有效的管理，而这种行为模式要和员工通过大量的具体接触抽象得来。大家都知道人员流动性大从来都是客房工作的硬伤，人员不固定带来的是工作陷入车轮战的怪圈，一些持续性的工作交接稍不到位就会失去必要的衔接。比如五一期间那个雨天，室内外气温差异大，6F工作间由于开新风机引来雨水从管道逆流灌注;在几乎全是退房的工作日，不及时分脏布草就不能保障第二天有足量的净布草周转，不清楚A、B收脏布草差异的员工忙于清扫房间，一个人面对工作间堆积如山的布草我曾陷入极度的孤立，怎么会有如此累人的工作?宏观体制是没有问题的的，如果理念出了问题那么思想有多远你就能迷失多远。需要摸清楚每个管理对象的行为模式才能进行有效的管理本身没有错，但单纯将管理对象理解为人是不全面的，是将人和事机械地分离了。

标准和程序都是前人智慧的结晶，能避免形形色色的人犯下种种疏漏。所以人员再流动也应将人和事的管理有机的结合起来，同样的事，不同的人来做也应保持相同的标准。

仔细来看，以上提到三点都有同一核心——沟通。

管理问题以前是沟通，现在是沟通，将来也是沟通。B座有间房门锁灯灭了还能扭动把手把门打开，前段时间楼上的员工觉得文员使用对讲机声音比平时小是对讲机送话孔让胶带粘住了，能及时发现问题这点我有信心，但沟通不畅不及时即使发现问题所在也得不到解决。这一点我深有感触。工作中有不解之处要和同事多对一沟通，在员工普遍存在的问题要集中起来培训一对多的沟通，领导交办事项或遇到棘手问题要和领导一对一面对面反复沟通。

酒店每周工作总结5

在繁忙的工作中不知不觉就在销售部门做了半年有余，回顾这半年的工作历程，作为酒店销售人员在工作上取得了一定的成绩，基本上完成了酒店下达的任务，但也存在着不少的问题。

刚到销售部门时，对销售方面的只是不是很精通，对于新环境、新事物比较陌生。在酒店以及部门、小组领导的帮助下，很快的了解到酒店销售的性质及其销售市场，作为一名销售部中的一员，深深地感觉到自己身兼重任，作为酒店的门面，酒店的窗口，自己的一言一行也同时代表了酒店的形象，所以更要提高自身的素质，高标准的要求自己，在高素质的基础上更要加强自己的专业知识和专业技能。

此外，还要广泛的了解整个销售市场的动态，走在市场的前沿，经过这半年来的磨练，力争尽快成为一名合格的销售人员，并且努力做好自己的本职工作。

为了更好地完成酒店的营销工作，实现双赢，特别正对这半年的销售工作，从四个方面进行总结：

一、酒店各部门的配合

在酒店工作三年有余，以前在前厅，可能接触的面没有目前这么广泛，只是班组与班组之间的摩擦、协调与配合，同一个部门，有同一个领导出面那还好解决一些，但现如今不一样。现在必须要和各个部门自行来进行协调，协调不了才回去找领导和组长，因为她们同为销售部门，同样有收拾不完的烂摊和杂事。

所以，只要是有客人有涉及到的营业范围也好，工作范围也好，都必须仅靠自己的一点私人情面，个人力量去解决。打个简单的比方说我的长包房客人罗春平拖欠押金简单例子来说明，原本导致出现这种局面就不是我的原因，但就仅仅因为这是我介绍到酒店消费的客人，我拉进酒店有业务关系的客人。押金不足是挂的我的担保，所以基本等我发现客人在酒店已欠交押金后几乎很少有人问及到这间房的处理结果，更加别说是有一个建议。

有的也只会是一带而过，电话催我来跟进此事。跟进!我当然会跟进，一我不能催的次数过于多，过于急。

二我不能把与客户的这层友好关系撕破。所以我最多也只会定时定期的催促客人，实在是等到我不能再等了，这便才向部门同事，小组领导取经，经由同事张国琳假冒酒店高层领导和朱方圆前台收银员的身份配合最终游说客人交得押金。

其中还有前台收银郭彩娟同事的配合对账。再此，我向所有关心我的，帮助我的同事及其领导表示感谢。从这例子可以看出酒店的整体性，目标性不是很特别一致。

二、营销工作的权力、责任方面

由于级别不够，协调不畅等等原因，造成很多事情都存在着给客人拖拉、缓慢的现象。上月端午粽子的特殊销售，是每年最紧张，最激动人心的销售。虽然我今年在此特殊销售时做得不是很出色，但有还是为内部公司的客户要求紧急送货，需要等级不一的5盒488粽子、5盒328粽子。由于当时本人和组长及其同事手上的票据非常有限，只有10张328粽子需要至前台收银换5张488粽子票据。

由于一些列的请示，开票，换票所耗费的时间。使得原本就非常忙碌的前台收银又更加忙碌从而缓慢了，然而事情的效率就变低更多。等换好粽子再送至客人手上时，客人任由再怎么关照，心里还是会对你有小小的遗憾、甚至顾虑。

因为在他的眼里就只是酒店粽子库房到他办公室的距离。这个距离是能够知道且明白的。所以在营销部工作的责、权方面仍存在着不明确的问题，我认为销售部的工作要有一定的权限，只履行销售程序，问题无论大小都要请示甲方，势必会造成效率低，对一些问题的把控上也会对销售带来负面影响，这样营销部工作就会很被动，建立一种责权明确、工作程序清晰地制度，希望是酒店下一部工作的重中之重。

三、酒店的管理推新

所谓营销为酒店的龙头，既为龙头，那么酒店的各种推新首要让酒店领导，相关部门领导知道，熟悉以外。也需要由销售人员去认知，去了解。我说的并不是文字类的解说，而是实质性的。

例如，推出新品新菜，可以提供一到两份给销售部试味，既可以方便销售人员介绍新品新菜，又可以有更多的人来为新品提出宝贵的意见。正所谓一个诸葛亮抵不过三个臭皮匠。

以上只是粗略的工作总结，由于时间仓促会有很多不是之处，希望各位领导，同仁能给于指正，我会予以极大的重视，并会及时改正、解决，最后住酒店生意越来越旺，越来越红火。

本文档由范文网【dddot.com】收集整理，更多优质范文文档请移步dddot.com站内查找