# 关于酒店经理身体原因辞职信范文简短(四篇)

来源：网络 作者：雾花翩跹 更新时间：2023-12-23

*关于酒店经理身体原因辞职信范文简短一您好！非常感谢酒店领导给予我在这里工作的机会，还有这两年多时间里给我的帮助和关怀！因某些个人因素，今天我在这里提出正式辞职申请。来到xx大酒店已两载有余，正是在这里我进入了社会，完成了自己从一个员工到酒店...*

**关于酒店经理身体原因辞职信范文简短一**

您好！

非常感谢酒店领导给予我在这里工作的机会，还有这两年多时间里给我的帮助和关怀！因某些个人因素，今天我在这里提出正式辞职申请。

来到xx大酒店已两载有余，正是在这里我进入了社会，完成了自己从一个员工到酒店经理的转变。两年多的时间里，有过欢笑，有过收获，也有过苦涩。酒店新鲜的工作环境和同事关系，能使我在这里安心的工作、开心的学习，然而随着时间的推移，一切奥妙的变化着，工作上的不成熟感、面对杂事的烦闷感、生活的压迫感、未来的旁皇感开始让自己烦躁不安。

记得有人曾这么说过，工作上假如两年没有起色就该往自己身上找缘由了。也许这真是对的，固然我也只能这么也许着，由此我开始了思考，认真的思考。然而我的每次思考，都会让上帝失笑，且这笑里带着的一丝苦涩不由让自己畏惧，每次思考的结果连自己都感到惊奇，也许腹中所学真的太少，也许自己其实不合适这里，其实不合适这个工作环境。

人总是要面对现实的，曾一连串的问号：自己的爱好是甚么，自己喜欢甚么，自己合适做甚么。如今已打破这一连串让人旁皇的问号，是到该做点甚么的时候了。也许只有重新跑进社会往遭受挫折，在不断打拼中往寻觅属于自己的定位，才是我人生的下一步选择。从小到大一直过得很顺心，这曾让我自豪，如今却让自己闷愤不已，如再不破釜，或将沦进另外一没法自拔，或许人真的要学会渐渐长大。能为酒店效力的日子未几了，我会站好自己最后一班岗，做好本职工作，尽全力让班组员工安稳、顺利过渡，不至于让酒店工作环节遭到影响。

在xx大酒店的这段时间里，受益实多，在此无以复言，唯多作感谢，徒表我心！愿xx兴旺发达！

此致

敬礼！

辞职人：xxx

20xx年x月x日

**关于酒店经理身体原因辞职信范文简短二**

尊敬的 x 总：

您好! 转瞬间来 酒店工作已经一年有余。首先感谢公司这一年对我的栽培，感 谢各位领导在工作中给予的支持和帮助。感谢您不吝赐教，让我在这一年职业生 涯中受益匪浅。

早有耳闻， 酒店是 最大的民营酒店集团之一。里面饱学人士，数不胜 数。很容幸，当时能够得到领导赏识，顺利聘任康体部经理一职。为此，我非常 珍惜。论语有言“学而不思则罔，思而不学则殆” 。进入酒店大家庭后，我已迫 不急待与各部门经理进行工作交流。并在交流中虚心学习，取长补短。力争在提 高自我水平同时，带领康体部全体人员，在以总经理为核心指导下，完成酒店下 达各项工作任务。

这一年，注定是不平凡的一年。 营业额再次刷新了历史新高，足浴却因管 理不善而濒临歇业。面对失败，我是首当其责，有愧于公司和领导对我的信任。

但作为职业经理人，理应知耻而后勇。在公司领导带领下，迅速作出战略调整， 立即着手筹备 养生馆，并初步定于 年 月份择期开业。

这一年，是充满自我挑战的一年。由于工作特殊性，作息时间与正常生物钟 完全相反。365 个夜晚，渐感身体严重透支。尤为近日，旧伤发作，背部疼痛难忍。

几经思量，深感自己身兼重责，不能以己之私，误公司大略。故在此向 x 总提前 递交辞程，以另觅贤臣，还望领导批准!

此致

敬礼!

辞职人：

20xx年xx月xx日

**关于酒店经理身体原因辞职信范文简短三**

尊敬的领导：

您好！

非常感谢酒店领导给予我在这里工作的机会，还有这两年多时间里给我的帮助和关怀！因某些个人因素，今天我在这里提出正式辞职申请。

来到xx大酒店已两载有余，正是在这里我进入了社会，完成了自己从一个员工到酒店经理的转变。两年多的时间里，有过欢笑，有过收获，也有过苦涩。酒店新鲜的工作环境和同事关系，能使我在这里安心的工作、开心的学习，然而随着时间的推移，一切奥妙的变化着，工作上的不成熟感、面对杂事的烦闷感、生活的压迫感、未来的旁皇感开始让自己烦躁不安。

记得有人曾这么说过，工作上假如两年没有起色就该往自己身上找缘由了。也许这真是对的，固然我也只能这么也许着，由此我开始了思考，认真的思考。然而我的每次思考，都会让上帝失笑，且这笑里带着的一丝苦涩不由让自己畏惧，每次思考的结果连自己都感到惊奇，也许腹中所学真的太少，也许自己其实不合适这里，其实不合适这个工作环境。

人总是要面对现实的，曾一连串的问号：自己的爱好是甚么，自己喜欢甚么，自己合适做甚么。如今已打破这一连串让人旁皇的问号，是到该做点甚么的时候了。也许只有重新跑进社会往遭受挫折，在不断打拼中往寻觅属于自己的定位，才是我人生的下一步选择。从小到大一直过得很顺心，这曾让我自豪，如今却让自己闷愤不已，如再不破釜，或将沦进另外一没法自拔，或许人真的要学会渐渐长大。能为酒店效力的日子未几了，我会站好自己最后一班岗，做好本职工作，尽全力让班组员工安稳、顺利过渡，不至于让酒店工作环节遭到影响。

在xx大酒店的这段时间里，受益实多，在此无以复言，唯多作感谢，徒表我心！愿xx兴旺发达！

此致

敬礼！

辞职人：xxx

20xx年x月x日

**关于酒店经理身体原因辞职信范文简短四**

20\_\_\_\_年开始就制定了三步走战略规划：第一步，按四星级酒店的标准完善硬软件设备的投资;第二步，进行员工队伍的素质教育和培训，从根本上提高各级员工的素质，以五星级的管理和服务创建真正的四星级酒店;第三步，从管理中要效益，立足\_\_\_\_，向外辐射，推出\_\_\_\_\_\_品牌。在过去的一年，为了实现我们既定的第二步发展战略目标，我们实施了“奔马—爱拼才能赢”的奔马计划，我们全体员工充分发扬敬岗爱业、团结奉献的\_\_\_\_\_\_精神，在竞争激烈的\_\_\_\_酒店市场，勇于创新，敢为人先，凑响着动人的奔马交响曲，在同行中独放异彩，与日争辉!在奔马计划年中，我们全体员工思想统一、目标明确、工作扎实，以“平等、竞争、学习、进取”、顽强拼搏、永不言败的\_\_\_\_\_\_精神，勇于创新，积极开拓进取，在海燕计划年的基础，各项工作都再上一个新台阶：

第1在酒店全体员工的共同努力下，我们酒店超额完成奔马划年的各项指标，同时全体员工的收入、福利待遇和整体素质得到大幅度的提高，实现酒店和员工的双赢。

第2酒店刊物《员工之声》被评为20\_\_\_\_年度\_\_\_\_旅游饭店协会饭店优秀刊物;

第3经过大量的准备工作，酒店管理手册和员工守则已出版，这是我们开业三年来工作经验的总结，是全体员工智慧的结晶。

第4经过在奔虎年的一系列培训，酒店员工得到很好的发展，一批专业知识过硬、综合素质高的优秀员工脱颖而出。

第5“三个为本”的指导思想真正落实到各项工作中，改善了员工的工作和生活环境，使员工的服务质量和服务技能得到保障。

第6在9月份，酒店举行第三届技能大赛，实行蒙眼摆台、蒙眼铺床，使我们的服务技能从简单的层面记忆走进了用心、用情的科学记忆中来，充分展示了我们\_\_\_\_\_\_大酒店员工技能和技艺的高超，在全国是首创，从而为创造\_\_\_\_\_\_品牌打下了基础;

第7在11月份，酒店成功地与明园\_\_×酒店联合举办首届中国饭店金钥匙服务\_\_\_\_研讨会，对\_\_\_\_金钥匙理念的推广起了很大的促进作用;

第812月份，酒店在浙江宁波如开的中国金钥匙组织年会上获得最高荣誉奖。说明自从酒店加入金钥匙组织以来，我们金钥匙服务的工作及其个性化服务理念推动了酒店的发展。

以上优异成绩的取得来之不易，是与我们每一位员工勤勤恳恳地工作分不开的，其中凝聚着我们全体员工无数的心血和汗水。回顾开业的三年，我们走过的路很不平坦，从开业初的“不落的太阳工程”到“海燕计划”和“奔马计划”，从开业时的打基础到第二年的起步走和奔虎年的大发展，我们一步一个脚印，一年上一个新台阶。虽然是短短的三个春秋，却满载着我们\_\_\_\_\_\_人风雨同舟共同的奋斗史，涌现出一批爱岗敬业、团结奉献的劳动模范、优秀管理人员和优秀员工。今天我们向其中的4\_\_\_\_\_\_\_\_优秀员工。但是我们不会忘记其他默默无闻地奋斗在各个工作岗位上的\_\_\_\_\_\_人，正因为有了你们，\_\_\_\_\_\_才有今天的好成绩;正因为有了你们，\_\_\_\_\_\_这株幼苗才能有今日的茁壮成长!

诚然，成绩是属于过去的，属于昨天所取得的成绩沾沾自喜，我们更不应被昨日的辉煌冲昏头脑。当新的一年来临，历史又翻开了崭新的一页，我们又站在了新的起点，开始新的征程，明天，我们还要面临更加残酷的市场竟争，迎接各种困难和挑战。在前进的道路上，我们\_\_\_\_\_\_人永不言失败，也永不言成功，对于\_\_\_\_\_\_人而言，成功，永远存在于明天!

今天，我们在此召开总结大会，更应反思我们自己工作上的不足和缺点，居安思危，未雨绸缪，为新的一年做好准备。总结过去的一年，在我们的工作中还存在以下有待加强和改进的几个方面：

1、加强部门之间以及部门内部之间的沟通与协调

这个问题已经是个顽疾，是个老问题，去年开总结会的时候，曾经强调过，但是到时目前为止，并没有多大的改善，现在酒店往往存在这样一种现象：一个部门发生的事，与其相关的部门却不知道;部门内领班、主管知道的事，部门经理却不清楚。整个酒店是一具相互联系的有机整体，各个部门的运作构成了整个酒店的运行机制，在工用上，任何一信息环节的不通畅，都会导致工作上的脱节，都有会影响到酒店的其它部门的正常运转，我们前段时间出现的结帐漏单现象，引起客人的不满，客观上就是由于工作人员工作时不细心，

检查力度不够造成的。在个别部门内，有些管理人员没有坚持走“从员工中来，到员工中去”的群众路线，没有深入到员工当中，出现下级员工有情况也不愿向上级汇报，能应付就应付，不能应付就推脱的现象，从而引起客人的不满，损害了酒店的形象。部门之间以及部门内部缺少有效的沟通与协调，在工作上没有延续性，一但出现问题追究责任却都是不关已，高高挂起。个别部门之间相互扯皮、推卸责任，甚至召开部门协调会也解决不了问题，要总经理亲自出面协调、沟通。这种现象是很不正常的，严重地影响了工作的质量和效益，最终必将损害酒店的利益，从而导致损害全体员工的利益。

2、加强和改进各级管理人员的工作作风和领导作风

我们某些管理人员在工作作风和领导作风上存在严重的官主义倾向，眼睛长在头顶上，眼睛向上看，不好学、不好问、不好研究，单凭一点工作经验吃老本，在工作上喜欢做表面文章，摆官老爷架子，凡事发号施令，吩咐下面员工去完成，过后也没有认真去检查、监督和落实，我们的实际工作中还存在着好人主义、好好先生，纪律不严明，该管的不管，该处理的不处理，在工作上过于感情用事。对本部门的人员和物资配备情况也是满足于一知半解，没有做到心中有数，了如指掌，没有一套在工作上如何调动，支配本部门的人力和物资，从而实现利益最大化的有效可行方案。管理人员中个别经理责任心不强，敬业精神欠缺，工作未做完就提前下班，对员工的培训太过于草率，未有很好的把握培训的方向和解决问题的培训方法，也有个别管理人员在工作时间与私人聊天及蒙骗上级的行为，对工作监督不力，走过场，乱批评，推卸责任，在管理上强调过的事情是犯重复错误，这种现象归根到底是管理人员工作太过于轻率，对工作事业不忠诚，有机会就瞒天过海，这种行为既不忠诚于自己的事业，又是对自己的不负责;前厅人员整体素质未有很好的提高，尤其是前厅收银服务态度差，没有笑容，处理问题的方法不当。大堂茶吧工作人员纪律松散，服务不主动。餐厅工作人员上菜、结帐的速度太慢，客房卫生不及时清理，这都给客人留下不好的印象，影响了酒店的整体形象。某些管理人员的脾气急躁，领导方法欠缺艺术性，执行的是“大棒政策”，热衷于发官威，乱批评，没有真正地去关心我们的员工，体会我们员工的感受。其结果往往是管理人员逞一时之快，而员工心里受委屈，滋生不满情绪，从而导致工作难以开展。各级管理人员应形成这种意识：每一位员工都是酒店的宝贵财富，没有满意的员工，就没有满意的服务。各级管理人员更应该认识到自己是为属下员工服务的，只有管理人员为员工提供好的服务，员工才能为客人提供优质的服务。

3、进一步解放思想，提高创新能力

各级管理人员的思维普遍存在一种惰性，思路不灵活，创新活力严重欠缺，大多是凭经验办事，小到一件装饰品的摆设，某些管理人员都没有去思考如何才完美。现在市场竞争日益激烈，一本皇历念到底的方法是行不通了。面对新形势新任务的要求，各级管理人员要不断学习新知识，积累新经验、增长新本领。

二、20\_\_\_\_年的工作思路和指导思想

经过前三年的大发展，我们已经胜利地实现了当初制定的第一次部署三年分三步走的战略目标，第一年，打基础;第二年，起步走;第三年，大发展。这为我们实施第二次部署战略计划打下了很好的基础。20\_\_\_\_年是我们实施第二次部署战略目标的第一年，是抓管理，树品牌的一年，也是关键的一年，在这一年，如何加强、完善我们的管理，突破我们在服务工作中的盲点，如何打造我们的品牌，对能否实现我们的第二次部署战略目标有着非常重要的意义。所以在面对新形势、新任务的要求，\_\_\_\_\_\_人要坚持与时俱进，坚持创新，时刻保持清醒的市场头脑，既要继承、发扬\_\_\_\_\_\_人的优良传统，又要在服务上有创新，有突破，从而建立自己的服务品牌。全体员工务必立足本职工作，注重每个服务环节，在管理工作上要做到“三个加强”，在服务工作中要做到“三逐步形成突破”，在投资方向上要做到“三个有利于”。

20\_\_\_\_年的工作指导方针

(一)加强管理

管理是任何一个企业的关键问题，酒店运行机制如何，能否在激烈的市场竞争中站稳脚跟，归根到底是管理是否有招。酒店正常经营工作的开展，要求各部门各岗位的员工团结协作，严肃纪律，管理者更要抓住严格管理、严格纪律环节，开展全面分析制约管理工作中的各种不利因素，扫除服务工作中的盲点，向管理要效益。结合各部门的实际，加强管理关键是处理好三个关系：

①处理好工作效率与经济效益的关系，增强市场竞争意识。

我们民营酒店的优势之一就是体制活，决策程序没有国营酒店那么复杂，信息的反馈速度快，对市场竞争的灵敏度高，能够根据市场的需求迅速调整我们的战略。综观酒店业的诸多变化，归根到底是餐饮市场发生了根本的变化，是消费者的需求发生了变化。就我们酒店而言，餐饮的消费主体主要是本地的客源，因此，我们必须对\_\_\_\_市的餐馆市场有充分的认识和充分的了解，要经常研究市场的变化，对市场的变化做出快速反应，找准市场定位，这样我们才能有的放矢，采取针对性措施，以顺应市场变化，满足市场需足，只有这样我们的工作效率和经济效益才能得到提高，才能在激烈的市场竞争中立于不败之地。

②处理好管理与服务、服务与销售的关系，增强对客的服务意识。

在管理年，我们酒店各个部门都要加强自身的管理，找出工作上漏的环节，堵塞好效益流失的黑洞。酒店人事培训部在管理年要做好以下几个方面的工作：一是制定酒店纪律考核标准，对故意或非故意违纪人员划分不同的处罚标准，做到有案可，有章可循，进一步完善酒店的考核制度。二是制定好在新的一年员工的培训计划，对提高员工的业务素质有一套切实可行的方案。三是围绕酒店的发展，密切留意市场的动态，注意为酒店的长远规划储备人才，同时严格规范相关文件档案，做好档案，做好档案的分类存档，熟悉酒店政策及相关法律条文，财务部是酒店的管家，在管理年要监督好物资流通环节，明确各岗位的责任，建立及保存财务相关档案和单据，做到每货有数可查，有单可核，同时强化收银人员的业务训练，注意服务态度和服务精神，餐饮部是酒店的一大支柱，餐饮经营得如何在我们酒店有着举足轻重的作用，因此我们不能满足于过去的成绩，餐饮经营是一个动态的经营，是随着市场的变化而变化，在管理年要把餐饮服务提升到一门艺术性服务，研究和把握顾客服务的心态，创造出充满魅力的服务产品，严格把关，做好餐具的卫生和保存工作，在工作中形成严谨、学习、改善、创新的良性循环，最终在\_\_\_\_餐饮市场形成“满园春色关不住，一枝红杏出墙来”一枝独秀的局面。客房部是酒店的另一大支柱，自从加入金钥匙组织，客房部就成立了金钥匙班组，服务工作的效率和质量得到很大程度的提高。管理年，我们在服务质量方面要百尺竿头，更进一步，注意服务的每一个细节，尤其是客人入住后房间的后续卫生工作的服务过程，要做到严谨、细心、勤快和警惕几个环节。目前，我们酒店各部门还有不少管理人员和员工认为，只要按部门还有不少管理人员和员工认为，只要按部就班地完成工作任务就问心无愧，至于自己的工作在多大程度上满足客人的需求，适应市场形势的变化，留住新老顾客，似乎不是自己考虑的问题，对顾客提出的问题，能应付就应付，不能应付就想尽一切办法推脱，一些习惯生的错误反复出现，员工认为自己做得不好，只要主管领导认可就行。

上述问题的存在说明我们的管理、服务工作同销售工作之间存在着严重的脱节现象。我们的管理和服务工作都应该着眼于满足客人需求这一中心开展工作，管理人员要服务好员工，解决员工在对客服务中出现的各种困难和问题，无论是管理工作还是服务工作，都要为销售工作创造良好的条件。同时在我们的各项工作创造良好的条件。同时在我们的各项工作中要加大管理力度，加强理顺内部管理关系，明确职责范围，提倡相互配合、相互支持的工作作风，人人都是多面手，不做表面派，形成良好的工作合作关系，努力把工作提高警惕到一个新的服务水平。严格管理，狠抓各项工作任务的落实，彻底杜绝推委扯皮，不负责任现象。各级员工及干部应该有一种责任前卫精神，在工作中，领导看不到的、想不到的、做不到的，应替领导看到、想到、做到的工作情操。

③处理好经营成本与经济效益的关系，增强成本意识。

在酒店业市场竞争非常激烈的形势下，加强成本控制，实施低成本发展战略是酒店经营成功的战略性选项。我们在实施每一次部署战略计划中，坚持“一手抓硬件，一手抓软件，两手都要抓”的方针，在硬软件的建设上都加大投资力度，我们酒店的装备在\_\_\_\_酒店业中是超前的，甚至在整个\_\_\_\_也是领先的，先进的设备，快捷的服务，高品味的享受，给酒店带来了很好的经济效益和社会效益。在竞争激烈的\_\_\_\_酒店市场，我们在发展的初期阶段的高投入是必需的，也是必要的，这是由市场竞争的大环境决定的。我们在实施第二次部署战略计划过程中，在保证服务质量的前提下，减少没必要的消耗，在大力开源的基础上合理节流，加强计划管理，该节约的地方要严格把关，堵塞好效益流失的黑洞。

(二)加强品牌建设

经过三年的大发展，我们胜利地实现第一次部署战略目标，\_\_\_\_\_\_在同行中已具有较高的知名度，在客人当中也具有很好的口碑。在未来的三年，是我们为第二次部署战略目标奋斗的三年，是我们\_\_\_\_\_\_品牌塑造的三年，面对新的任务要求，我们将启动两项工程，即酒店形象工程和酒店品牌工程，通过两大工程来营造\_\_\_\_\_\_品牌。

1、酒店形象工程

①形象工程的启动

启动形象工程，这是金钥匙服务对我们提出来的新要求，金钥匙服务理念倡导是服务个性化和亲情他，我们启动形象工程就是让顾客来到我们酒店消费就如回到自己温馨的家中一样，作为为顾客提供吃住行购娱乐于一体的酒店，最重要的一点就是关注客人，让客人感觉到相当的亲和力，这样的酒店才是一家极具有竞争力的酒店，让客人想用餐的时候，第一个想到的还是\_\_\_\_\_\_，因此，从酒店形象工程的角度讲，我们员工的责任心在于提高酒店的亲和力，真正地把顾客当作自己的亲人看待。形象工程的启动首先要求我们酒店员工要认真学习酒店的管理手册和员工守则，熟悉酒店的各项规章制度，这是员工的基础，也是我们酒店的基石，有了标准化、规范化的管理，再创造出个性化、亲情化的服务、才能做好形象工程

②形象工程的核心

我们酒店形象工程在内涵设计上，以“洁、优、品”为核心。“洁”即整洁卫生，做到酒店的每一个角落都是干净清洁、第一件饮食餐具都严格按操作规程操作，经过消毒卫生处理。在我们酒店曾有过这样一件案例：客人发现我们服务员用龙头水清洗口杯，然后没用没有消毒的抹布擦干口坏就套上消毒杯套，客人见后被吓得以后再也不敢来我们酒店消费。这是一件典型的缩减服务程序，没有严格按操作堆积操作的案例，这行为导致的后果是严重的，我们失去的不是一个顾客而是一群顾客，因此，我们提出“人人都是pa员”的口号，人人练就一双发现问题的金睛火眼。“优”即优质的服务意识，做到服务的个性化和亲情化，让客人在消费中享受到满意加惊喜的超值服务。这种人性化、亲情化的服务意识不是用条文或哪条规章制度规定出来的，而是服务人员服务意识的体现。“品”即品味，是指酒店的硬件设施、消费的环境和气氛要给客人一种文化品味，达到一种很高的艺术境界，这也是我们一直努力追求的目标，我们酒店设备设施的设计，色彩色调的选择无不体现出一种文化品味，使客人来到我们酒店消费的不仅仅是一种饮食，更重要的是享受一种文化、一种品味。

③形象工程的组成

形象工程由酒店员工的仪容仪表、员工的形象等可视部分和酒店的卫生质量以及酒店消费环境等共同组成。这首先要求我们的员工注意自己的仪容仪表，注意自己的形象，在思想上充分认识到我们的对外代表着酒店，我们的一举一动，一言一行代表着酒店的整体形象。其次，在酒店的整体布局上，酒店从ci/bi/vi/mi几个环节进行设计，形成整套工程式方案，比如在客房和餐厅的设计上，要求尽量接近“家”的标准员工的行为也要求亲切随和，与客人自然和谐地相处，视觉上让客人有一种美的感觉，在感官上给客人一种美的享受。在色调的选择上，以鹅黄色为主色调同时体现文化口味，烘托出温馨的消费环境氛围。酒店的卫生质量是形象工程的一部分，干净、卫生和舒适是客人入住酒店的第一要义，因此，无论是我们员工的着装还是酒店内外周边环境都要时刻保持干净和整洁，给客人一种我们酒店值得依赖的信念。

2、酒店品牌工程

品牌是一笔无形资产，可以提升酒店和知名度和美誉度，造就一批忠诚的顾客，我们在开业时，目标就定位在高品味、大品牌，使客人来到\_\_\_\_\_\_享受的是一种高品味，一种文化氛围。在现代，品牌是一种庄严的承诺，是一种标志，也是消费者身价的体现，品牌已成为一种战略性资源。把\_\_\_\_\_\_建成一个品牌酒店，这是一个长期性和系统性和工程，酒店品牌工程建设包含以下几个方面：

①酒店的文化品味

一个酒店形成它自己的品牌，不是一日两日就形成，而是经过长期的文化积累，在酒店品牌的背后，是一种文化和和沉淀，没有文化沉淀和品牌不是品牌。我们酒店经过三年的大发展，已形成有自己特色的\_\_\_\_\_\_文化，关注顾客、关怀顾客是我们\_\_\_\_\_\_文化的根本定位。

②硬件的高品味

我们在开业时给酒店的定位就是高品味的酒店，所以我们一直都注重酒店硬件设施的高品味，我们酒店和设备在\_\_\_\_同行中是超前的，当然硬件的高品味不是指硬件越豪华越好，而是突出一种文化气息，一种艺术上的享受，无论是硬件设施的设计或摆设都体现出一种文化氛围和人文关怀，给顾客一种艺术上的审美和高品味感。

③酒店的美誉度

酒店的美誉度即客人对酒店满意口碑的程度，一个酒店品牌的知名度与酒店的美誉度成正比，美誉度高的酒店，它的品牌含金量就高，为什么国际知名品牌酒店的口碑那么好，就是因为它们在顾客中有很高的美誉度，如杭州的香格里拉酒店，它是间无星级酒店，五星级它评不上，四星级它又不想要，但它的生意却是最好的，这靠的变是香格里拉酒店品牌的美誉度，靠的是它在人们中广为传诵的口碑。可口可乐公司是世界品牌，其总部一夜之间化为灰烬，但用不了一年，可口可乐公司依然再现辉煌，因为可口可乐的品牌依然在，管理、服务的模式是烧不掉的，这充分说明了现代企业的价值观以及品牌的巨大力价值。

酒店品牌工程的建设涉及到方方面面，是一项长期、复杂的工程，需要将以上五个方面综合起来创造出一流的硬件设施(企业品牌)、一流的服务产品(产品品牌)、一流的服务素质(服务品牌)，只有溶入三个一流，才能达到一流品牌的完成，具备成熟的管理技术、明确的战略目标、完美的品牌形象才能达到我们完整的市场发展战略。我们的市场发展战略一是积极发扬创新精神，让顾客在我们酒店消费常感服务的新鲜和气氛的亲和;二是巩固市场份额，不断发展，拓展新客户和采取积极的投资政策。只有这两个市场发展战略计划才能保证我伞兵品牌战略取胜，才能在市场中很好的发展。

④酒店的服务产品

酒店的服务产品就是我们的服务工作人员，酒店品牌的最终形成，有赖于我们全体员工的共同努力，因此我们每一位员工的心中都要有\_\_\_\_\_\_大品牌和意识，要有永创一流的意识，抓好内部管理，抓好软件的建设，抓好品牌和塑造，这要求我们必须做好两方面和工作：一是全员参与。一个品牌的塑造，首先要得到内部的认可，品牌才有凝聚力和创造力，从酒店内部抓起，培育全体员工的大品牌意识，从服务质量、敬岗爱业、行为准则、酒店形象等方方面面力求达到尽善尽美，员工要热心服务，埋头苦干，树立严谨的务实的工作风格，勤于思考学习，不断创新。二是联络和协调好外部关系。尤其是与业务客户、文化传播等方面的关系，作好对外的宣传工作的销售工作，使\_\_\_\_\_\_品牌在不同的客人中广为传诵。

(三)加强精神文化建设

一个目标：即\_\_\_\_\_\_品牌

我们实施第二次部署战略计划第一步就是加强管理，推出跨品牌，这就决定了“一个主体”和“一个思想”的工作出发点和归宿点必须是营造我们\_\_\_\_\_\_品牌，我们的各项工作都必须围绕\_\_\_\_\_\_品牌展开，我们所有的服务工作，所有的一切一切都是为\_\_\_\_\_\_这个品牌服务，离开了这“一个目标”，则“一个主体”和“一个思想”就会丧失方向性，我们也会在激烈的的市场竞争中迷失了自己。所以坚持“一个目标”是我们第二次部署战略目标得以实现的根本保证。

酒店作为一个服务行业，在任何情况下，服务质量都是酒店的生存之本，是酒店的生命，因而，在管理年，我们在加强各方面管理工作的同时，在服务工作中要做到“三个突破”，切实提高我们服务工作的质量。

本DOCX文档由 www.zciku.com/中词库网 生成，海量范文文档任你选，，为你的工作锦上添花,祝你一臂之力！