# 酒吧工程部月工作计划(6篇)

来源：网络 作者：雪海孤独 更新时间：2024-02-14

*酒吧工程部月工作计划1一、以提升服务品质为核心，加强服务品质工程建设餐饮服务品质的建设，是一个庞大的系统工程，是餐饮管理实力的综合体现，xx年度，在对各运作部门的日常管理及服务品质建设方面开展了以下工作：1、编写操作规程，提升服务质量根据餐...*

**酒吧工程部月工作计划1**

一、以提升服务品质为核心，加强服务品质工程建设

餐饮服务品质的建设，是一个庞大的系统工程，是餐饮管理实力的综合体现，xx年度，在对各运作部门的日常管理及服务品质建设方面开展了以下工作：

1、编写操作规程，提升服务质量根据餐饮部各个部门的实际运作状况，编写了《宴会服务操作规范》、《青叶庭服务操作规范》、《西餐厅服务操作规范》、《酒吧服务操作规范》、《管事部服务操作规范》等。统一了各部门的服务标准，为各部门培训、检查、监督、考核确立了标准和依据，规范了员工服务操作。同时根据贵宾房的服务要求，编写了贵宾房服务接待流程，从咨客接待、语言要求、席间服务、酒水推销、卫生标准、物品准备、环境布置、视听效果、能源节约等方面作了明确详细的规定，促进了贵宾房的服务质量。

2、加强现场监督，强化走动管理

现场监督和走动管理是餐饮管理的重要形式，本人坚持在当班期间按二八原则进行管理时间分配（百分之八十的时间在管理现场，百分之二十的时间在做管理总结），并直接参与现场服务，对现场出现的问题给予及时的纠正和提示，对典型问题进行记录，并向各部门负责人反映，分析问题根源，制定培训计划，堵塞管理漏洞。

3、编写婚宴整体实操方案，提升婚宴服务质量宴会服务部是酒店的品牌项目，为了进一部的提升婚宴服务的质量，编写了《婚宴服务整体实操方案》，进一步规范了婚宴服务的操作流程和服务标准，突显了婚礼现场的气氛，并邀请人力资源部对婚礼司仪进行了专场培训，使司仪主持更具特色，促进了婚宴市场的口碑。

4、定期召开服务专题会议，探讨服务中存在的问题

良好的服务品质是餐饮竞争力的核心，为了保证服务质量，提高服务管理水平，提高顾客满意度，将每月最后一天定为服务质量专题研讨会日，由各餐厅4—5级管理人员参加，分析各餐厅当月服务状况，检讨服务质量，分享管理经验，对典型案例进行剖析，寻找问题根源，研讨管理办法。在研讨会上，各餐厅相互学习和借鉴，与会人员积极参与，各抒己见，敢于面对问题，敢于承担责任，避免了同样的服务质量问题在管理过程中再次出现。这种形式的研讨，为餐厅管理人员提供了一个沟通交流管理经验的平台，对保证和提升服务质量起到了积极的作用。

5、建立餐厅案例收集制度，减少顾客投诉几率

本年度餐饮部在各餐厅实施餐饮案例收集制度，收集各餐厅顾客对服务质量、出品质量等方面的投诉，作为改善管理和评估各部门管理人员管理水平的重要依据，各餐厅管理人员对收集的案例进行分析总结，针对问题拿出解决方案，使管理更具针对性，减少了顾客的投诉几率。

二、组织首届服务技能竞赛，展示餐饮部服务技能

为了配合酒店15周年庆典，餐饮部8月份组织各餐厅举行了首届餐饮服务技能暨餐饮知识竞赛，编写了竞赛实操方案，经过一个多月的准备和预赛，在人力资源部、行政部的大力支持下，取得了成功，得到上级领导的肯定，充分展示了餐饮部娴熟的服务技能和过硬的基本功，增强了团队的凝聚力，鼓舞了员工士气，达到了预期的目的。

三、开展各级员工培训，提升员工综合素质

本年度共开展了15场培训，其中服务技能培训3场，新人入职培训3场，专题培训9场，课程设置构想和主要内容如下：

1、拓展管理思路，开阔行业视野

各餐厅中层管理人员大部分是由低层员工逐步晋升（有些管理人员在同一岗位工作已有四、五年时间），管理视野相对狭窄，为了加强他们的管理意识、拓展行业视野及专业知识，本年度为中层管理人员设置了7场餐饮专业知识培训，主要内容有《顾客满意经营》、《餐饮营销知识一》、《餐饮营销知识二》、《餐饮管理基础知识》、《餐饮美学》、《高效沟通技巧》、《如何有效的管理员工》等。这些课程的设置，在拓展中层管理人员的管理思想、餐饮专业知识及行业视野等方面都有积极作用，同时缓解了在管理过程中的各种矛盾冲突，增进员工与员工之间，员工与顾客之间的感情。

2、培养员工服务意识，提高员工综合素质

为了培养员工的服务意识，提高他们的综合素质，本年度开展了《餐饮服务意识培训》、《员工心态训练》、《服务人员的五项修炼》、《员工礼仪礼貌》、《酒水知识》等培训，这些培训课程，使基层服务人员在服务意识，服务心态、专业服务形象及餐饮专业知识等方面都有所增强，自今年四月份以来，在历次的人力资源组织的大检查中没有出现员工违纪现象。

3、开展服务技能培训，提高贵宾房服务水平

为了提高贵宾房的服务接待能力，开展了《贵宾房服务接待技能培训》、《餐厅点菜技巧培训》，以案例分析、演示的形式对服务接待中出现的问题进行分析说明，并对标准化服务、推销技巧和人性化服务进行了实操演示，提升了贵宾房的服务质量。

4、调整学员转型心态，快速容入餐饮团队

实习生作为餐饮部人员的重要组成部分，能否快速的融入团队、调整好转型心态将直接影响餐饮服务质量及团队建设。根据实习生特点及入职情况，本年度共开展了三场《如何由校园人转化为企业人》的专题培训，其目的是调整学员的心态，正视角色转化，认识餐饮行业特点。该课程的设置，使学员在心理上作好充分的思想准备，缓解了因角色转变的不适应而造成的不满情绪，加快了融入餐饮团队的步伐。5、结合工作实际，开发实用课程

培训的目的是为了提高工作效率，使管理更加规范有效。7月份，根据各餐厅管理层执行不到位的现象开发了《执行力》课程，使管理人员从根本上认识到“好的制度，要有好的执行力”，并结合各餐厅执行力不够的具体表现以及同行业先进企业对执行力的贯彻，以案例分析的形式进行剖析，使管理者认识到“没有执行力，就没有竞争力”的重要道理，各级管理人员对执行力有了全新的认识和理解，在管理思想上形成了一致。

四、存在的问题和不足

本年度的工作虽然按计划完成了，但在完成的质量上还做得不够，就部门运作和培训工作来看，主要表现在以下几方面：

1、管理力度不够，用力不均，部分环节薄弱

在管理过程中对部分敏感问题管理力度较弱，对多次出现的服务质量问题不能一针见血的向管理人员提出，使部分管理问题长期存在，不能从根本上得到解决。同时将主要精力放在楼面服务质量方面，削弱了对管事部、酒水部的管理。

2、培训互动环节不够

在培训过程中互动环节不多，员工参与的机会较少，减少了课堂的生气和活力。

**酒吧工程部月工作计划2**

一、公司的介绍：

1、让服务生了解公司的规模、体系；

2、让服务生知道公司的目标；

3、让服务生清楚公司的管理架构；

二、员工手册：

1、员工的待遇制度；

2、公司的规章制度；

3、员工的奖罚制度；

三、服务常识：

1、基本的礼貌用语、手势；

2、基本的站姿、坐姿、走姿；

3、基本的讲话姿势、语气、态度；

4、基本的服务规范；

5、卫生意识、服务常识；

四、酒水常识：

1、酒水的归类；

2、怎样的开酒、冲酒；

3、酒水、饮料的搭配；

五、酒水单的背记；

六、基本的操作模式：

1、怎样摆台；

2、怎样迎客；

3、怎样服务；

4、怎样点单；

5、怎样开单；

七、基本促销技巧：

1、酒水的促销；

2、小吃

3、果盘

4、饮料

八、服从工作的服务规定：

1、上班穿什么工作服；

2、怎样存取酒；

3、怎样开手工单；

4、怎样电脑点单；

>服务促销：（情绪、情感的外部表现）

1、面部表情：

面部表情和姿态是表现情感的主要手段。人们的喜、怒、哀、乐、憎等各种情感都能通过不同的面部表情与姿态表现出来。如当消费者买到自己喜欢的商品时，会高兴的眉飞色舞或手舞足蹈；当消费者与营业员因退换商品而发生真吵时，会面色苍白或涨红了脸。在购买活动中各种复杂的心理感受、情绪变化都会通过不同的面部表情和姿态反应出来。一个优秀的营业员不仅要善于根据消费者面部表情的变化去揣摩消费者的心理，同时也要注意运用自己的表情姿态去影响消费者，沟通买卖双方的感情，促使消费者的情感向积极的方向发展。

2、声调表情：

人们说话的语调、声音强弱与速度的变化，往往反映出情感的变化。一般来讲，快速激昂的语调体现了人的热烈、急躁、恼怒的情感，而低沉、缓慢的语调则表现人的畏惧、悲哀的情感。往往同一语句，由于说话人的音强、音速、音调上的差别而表达出不同的情感。例如：在商店里购物时，同样会遇到这样一句话“您买什么”由于语调的强弱和速度的不同，可以反映出亲切、真诚的情感，但也可以表现出厌烦、冰冷的情感。

3、动作表现：

表现明显的有呼吸器官、排泄系统和循环系统的变化。一般情况下，当消费者购买衣物时，遇到其满意的商品时，常常表现出点头、赞口不绝、跃跃欲试的.动作，反之则不屑一顾、匆匆而过。当消费者看到寻觅多时的商品时，往往呼吸、心跳、脉搏加快。

>消费者的主要气质类型

心理学家对气质进行了研究，提出各种气质学说：血型说、体型说、激素说、体液说、高级神经活动说。后两种学说具有典型意义。

>气质类型测试量表

指导语：下面60道题，可以帮助你大致确定自己的气质类型，在回答这些问题时，你认为很符合自己情况的，在题后面记2分，比较符合的在后面记1分，介于符合于不符合之间的记0分，比较不符合的及—1分，肯定不符合的记—2分；

1、做事力求稳妥，不做无把握的事；

2、遇到可气的事就怒不可遏，想把心里的话全部说出来才痛快；

3、宁肯一个人做事，不愿很多人在一起；

4、到一个新环境很快就能适应；

5、厌恶那些强烈的刺激，如尖叫、噪音、危险的镜头等；

6、和人争吵，总是先发制人，喜欢挑衅；

7、喜欢安静的环境；

8、善于和人交往；

9、羡慕那些能克制自己感情的人；

10、生活有规律，很少有违反作息制度；

11、在多数情况下情绪是乐观的；

12、碰到陌生人觉得很拘束；

13、遇到令人气愤的事，能很好的克制自我；

14、做事总是有旺盛的精力；

15、遇到问题常常举棋不定，优柔寡断；

16、在人群中不觉得过分拘束；

17、情绪高昂时，觉得干什么都有趣，情绪低落时，又觉得干什么都没意思；

18、当注意力集中于一件事时，别的事很难使我分心。

19、理解问题总比别人快；

20、碰到危险情境时，常有一种极度恐惧感；

21、对学习，工作、事业怀有很高的热情；

22、能够长时间做枯燥、单调的工作；

23、符合兴趣的事情，干起来劲头十足，否则就不想干

24、一点小事就能引起情绪波动；

25、讨厌做那种需要耐心、细致的工作；

26、与人交往不卑不亢；

27、喜欢参加热烈的活动；

28、爱看感情细腻、描写人物内心活动的文艺作品；

29、工作、学习时间长了，常感到厌倦；

30、不喜欢长时间谈论一个问题，愿意实际动手干；

31、宁愿侃侃而谈，不愿窃窃私语；

32、别人说我总是闷闷不乐；

33、理解问题常比别人慢些；

34、疲倦时只要短暂的休息就能精神抖擞，重新投入工作；

35、心里有事宁愿自己想，不愿说出来；

36、认准一个目标就希望尽快实现，不达目的，誓不罢休；

37、学习、工作一段时间后，常比别人更疲倦；

38、做事有些莽撞，常常不考虑后果；

39、老师或师傅讲授新知识，新技术时，总希望他讲慢些多重复几遍；

40、能够很快忘记那些不愉快的事情；

41、做作业或完成一件工作总比别人花的时间多；

42、喜欢运动量大的剧烈体育活动，或参加各种文体活动；

43、不能很快地把注意力从一件事转移到另一件事上去；

44、接受一个任务后，希望能把它迅速完成；

45、认为墨守成规比冒风险强些；

46、能够同时注意几件事物；

47、当我烦闷的时候，别人很难使我高兴起来；

48、爱看情节起起伏跌宕、激动人心的小说；

49、对工作抱认真严谨、始终一贯的态度；

50、和周围人的关系总是相处的不好；

51、喜欢复习学过的知识，重复做已掌握的工作；

52、希望做变化大、花样多的工作；

53、小时候会背的诗歌，我似乎比别人记得清楚；

54、别人说我“语出伤人”，可我并不觉得这样；

55、在体育活动中，常因反应慢而落后；

56、反应敏捷，头脑机智；

57、喜欢有条理而不甚麻烦的工作；

58、兴奋的事常使我失眠；

59、老师讲新概念，我常常听不懂，但是弄懂以后就很难忘记；

60、假如工作枯燥无味，马上就会情绪低落；

确定气质类型的方法

1、将每题得分填入下表相应的得分栏；

2、计算每种气质类型的总得分数；

3、确定气质类型

A、某种气质类型如果得分均高出其他3种4分以上，则可定为该气质类型；如果该气质类型得分超过20分，则为典型型；如果得分在10——20分之间，则为一般型；

B、两种气质类型得分接近，差异低于3分，而且又明显高于其他两种4分以上，可定为该两种气质类型的混合型，如（多血质——黏液质）（胆汁质——多血质）的气质类型；

>气质类型得分表

>不同气质类型的购买行为特点

>气质与购买行为

不同的气质类型会直接影响和反映消费者的消费行为，使消费者表现出不同的行为方式和特点，主要表现在以下3个方面：

1、主动型和被动型

在制定购买决策时，胆汁质和多血质类型的消费者往往会主动与售货员进行接触，积极提出问题并寻求咨询。果断的做出决定并实施购买。黏液质和抑郁质类型的消费者则比较消极被动，通常要售货员主动进行询问，显得犹豫不决；

2、果断型和理智型

在购买过程中，胆汁质和多血质的消费者易受一时冲动、兴趣和偏好的左右，而不过多的考虑产品的内在属性，他们追求新颖，易受广告宣传、购买环境的影响，一旦见到自己满意的商品，会迅速实施购买，而不愿花费太多时间去比较选择；黏液质和抑郁质的消费者比较冷静，能够对产品的内在和外在属性进行仔细比较和分析，理智的做出购买决定，并且善于控制自己的情绪，不易受外界因素的干扰；

3、敏感型和粗放型

在购后体验方面，胆汁质和多血质的消费者不太敏感，他们不太注意产品使用中的心理感受，即使是对产品的某方面不太中意，也不太会产生很差的情绪，表现出一定的程度的容忍和粗放。黏液质和抑郁质的消费者则十分注重购买后的消费体验，他们的心理感受敏感而深刻，在产品使用中遇到不满意时，他们往往会做出强烈的反应；

4、值得一提的是，上述4种类型是气质的典型形态，在现实生活中，气质的类型多处于中间型和混合型，但每个人都有不同的表现，体现了特殊性，了解不同消费者的气质类型、差异及其对消费行为的影响，对于营销人员来说是十分必要的。在现实经销活动中，营业员可根据消费者的行为判断其性格类型，并采取相应的接待方式。更好的满足消费者的需求；

>对不同性格消费者购买行为的营销策略

1、对待选购快和慢的消费者的策略。消费者选购商品的速度有快有慢。一般来讲，对慢性的消费者，营业员不能因为他们选购商品时间长就沉不住气，更不能急躁，显出不耐烦的表情；对急性消费者，营业员对他们没有经过充分思考匆忙做出的决定应谨慎稳重，适度提醒，防止他们后悔退货；敏感性的消费者，对需要购买的商品的性能和特点早已心中有数，有必要的准备，对产品的要求很高。营业员应根据他们的要求，需要买什么就拿什么，不要多介绍商品的性能和特点；

2、对待言谈多和寡的消费者的策略。在购买活动中，有的消费者爱说话，有的则沉默寡言，对爱说话的消费者，营业员应掌握分寸，多用纯业务语言，多讲营销行话，避免言语冲突；对沉默寡言的消费者，营业员要根据其不明显的举动、面部表情和目光注视方向等因素，摸清他们挑选商品的重点是放在商品质量上，还是放在商品价格上，或是放在商品花色外观上，用客观的语言来介绍商品。这样，就会使营业员和消费者很快找到共同语言，促使购买行为尽快实现；

3、对待轻信和多疑的消费者的策略。轻信型的消费者对商品的性能和特点不太了解，营业员应主动帮助他们出主意，检查和查证商品的质量，不要弄虚作假；对多疑的消费者，主观意愿很强烈，对他人的意见有排斥感，应尽量让他们自己去观察和选定商品；

4、对待积极和消极的消费者的策略。购买行为积极的消费者深知自己要买什么、购买意图清楚明确，行为举止和语言表达明确，营业员应主动和他们配合，促使其购买行为迅速实现；购买行为消极的消费者，没有明确的购买目标，是否成交，在很大程度上取决于营业员能否积极、主动、热情的接待他们，激发他们的购买热情，引发他们的购买行为；

5、对待不同情感的消费者的策略。对待不爱交际的消费者，营业员应注意语言语气，不能随便开玩笑，否则他们会难以接受；对待腼腆的消费者，营业员不要看不起他们，以免伤害他们的自尊心；对温厚的消费者，营业员应主动向他们介绍商品，为他们选择适合需要的商品；

**酒吧工程部月工作计划3**

1、对房间内其它设备设施进行保养。检查铝合金窗户、把手、窗帘轨道和滑轮；检查床控板、灯具、家具和马桶水箱等。拆下间排气扇进行除尘、清洗和加油。清除卫生间排水管s弯处的头发等杂物，保持排水畅通。对客房、餐厅进行日常维护：水龙头、各种电器、电视信号、排气扇、空调等。做到随叫随到，及时完成。

3、每天对中央空调、水泵、电梯、热水系统、水管系统、电视系统、配电室等设施设备进行日常检查及维护，发现问题及时解决。

4、整修综合楼xx1室、一楼旧保安宿舍（粉刷墙壁、改造线路、制作木门、窗帘、水池、安装空调、热水器等）。

5、维修八号楼后面主水管（管道老化生锈腐蚀严重，今年已经爆管三次）。

6、餐厅主下水管道已堵死，造成污水四溢，重新改造餐厅主排污管道。

7、加强除“四害”工作的管理（对餐厅厨房、宾馆外围、职工食堂进行消毒杀毒，除蟑螂、老鼠，灭蚊蝇）。

8、更换职工食堂破损椅面油漆铁架桌脚，对六号楼大铁门进行防锈、喷漆处理。

9、改造六楼厨房（增加双头单尾炒炉、不锈钢排烟罩等设备）。

10、安装各楼层的安全疏散指示灯箱、安全出口灯箱。

11、制作客房内的安全疏散指示图标。

12、清理综合楼及八号楼楼顶垃圾、杂物等。

13、改造客房三、四、五楼走廊；四、五楼会议室；一楼大厅的led灯。

**酒吧工程部月工作计划4**

1、保安队在指定时间内启动酒吧消防警铃（没警铃吹哨）后，设备组应按照《火灾应急预案》停止酒吧电力运行、每部门（保安部、服务部、营销部）应各指派2人负责疏散秩序，使疏散人员到指定位置集合(在疏散过程中，有警戒组指引疏散路线，途中有相应的疏散指示标志)。各部门疏散路线如下：服务部服务员和后区客人从后门疏散，吧台、收银和前区客人从前门疏散，公主和客人从二楼后门疏散，阁楼客人和工作人员从前门疏散，办公室人员从后门疏散。

2、演习开始：在铁桶中点火；报警；按照《火灾应急预案》对救火突击队分组；下达战斗任务；实施灭火；现场警戒；保安队连接两盘水带表演；清理现场。

3、保安队员指导公司员工操作灭火器。

**酒吧工程部月工作计划5**

提高服务效率服务效率是服务的一个重要环节，很多投诉都是因为服务缺乏效率而引起。客人提出的任何要求和服务都是希望能尽快帮助其解决，而不是被推来推去，因此推行“一站式”服务势在必行。客人入住酒店以后，对各种服务电话均不清楚，虽然我们在电话上制作了一个小小的电话说明，但大多数客人都不会认真看，需要服务时都是拿起电话随便拨一个电话号码，而电话也总会被转来转去，如此很不方便客人，使客人对我们的服务满意度大打折扣。我部将从减少服务环节来提高服务效率。

（一）成立宾客服务中心

目前总机和服务中心均是通过电话为客服务的两个岗位，有很多客人需要服务都是将电话打到总机或其他分机上，总机或其他分机接到服务后再转给服务中心，这样很容易造成服务延缓或服务信息丢失，因为其他岗位根本不了解客人的需求，若手头工作忙就会将服务指令延缓传达或忘记传达，给我们的服务带来极大的不便，很容易遭到客人的投诉。只有接听电话的人才了解客人焦虑的心情，清楚客人真正的需求，更清楚哪个服务最急于去办，合理的去通知服务。为了减少服务环节方便客人，将总机和服务中心合并成立宾客服务中心，酒店所有的服务和查询只需拨电话“0”，一切均可解决。

1。宾客服务中心的职能宾客服务中心也是酒店的信息中心，收集酒店所有的信息和外部对酒店有关的信息，并进行分拣、传递；统一接收服务信息，并准确传递服务指令，确保服务能及时提供。

**酒吧工程部月工作计划6**

(一)今年的质检工作仍有一定的停滞状态，未充分发挥质检工作在酒店服务工作中的重要作用。

(二)培训计划落实不够，培训的形式和内容仍需进一步的改进。对中高层管理人员以及正式员工方面的培训模块和计划不够完善;

(三)培训缺乏系统性，并且部门岗位技能培训效果未与员工个人的绩效考核直接挂钩;

(四)相关部门忽视了对板报的更新与管理;

(五)管理与服务还存在脱节现象。

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！