

Research on Service Quality Improvement Strategy Based on Customer Perception—Taking H Hotel as an Example

Mengzhen Mo Mingxian Wang

Tianjin University of Commerce, Tianjin, 300134, China

Abstract

With the rapid development of Chinese economy and the improvement of national income level, it brings great opportunities to the development of tourism. As the leading industry of tourism, service quality is the cornerstone of the development and the core competitiveness of the development of hotel enterprises. Taking H hotel as the research object, from the perspective of customer perception, this paper finds the problem of the service quality and proposes the improvement of service quality.

Keywords

H hotel; service quality improvement; customer perception

基于顾客感知的服务质量提升策略研究——以 H 酒店为例

墨梦臻 王明贤

天津商业大学, 中国·天津 300134

摘要

随着中国经济高速发展和国民收入水平的提高,为旅游业的发展带来了极大的机遇。酒店作为旅游业的龙头产业,服务质量是酒店企业的发展基石,是酒店企业发展的核心竞争力。论文以 H 酒店为研究对象,从顾客感知的角度出发,通过对 H 酒店服务质量的调查发现,提出服务质量提升对策。

关键词

H 酒店; 服务质量提升; 顾客感知

1 引言

随着中国经济高速发展和国民生活水平的不断提高,通过旅游来享受生活质量成为国民精神文化越来越普遍的要求。酒店业作为旅游业的核心企业,其发展是国民经济的重要组成部分,对国内经济发展起到极大的促进作用。

2 基于顾客感知的 H 酒店服务质量分析

2.1 H 酒店基本概况

H 酒店位于中国青海省,酒店设计融入了青海湖民间文化特色和藏族传统文化元素,客房的窗口有休闲桌椅或有藏式榻榻米,客人在闲逛中便可欣赏圣湖的美景、湛蓝的天空;

【课题项目】论文系天津商业大学现代质量管理线上线下一流课程建设、天津商业大学现代质量管理金课项目的阶段性成果。

【作者简介】墨梦臻(2000-),女,中国河南开封人,天津商业大学工商管理专业学生。

房内提供无线 Wi-Fi、24h 供应热水、碳纤维地暖供热等;酒店餐厅提供早餐,藏式小吃。

2.2 H 酒店的服务质量问卷调查分析

以 H 酒店为研究对象,以顾客感知服务质量评价模型为基础,通过 SERVQUAL 量表,选取 20 个问题,包括可靠性、保证性、移情性和有形性等五个因素,设计出了 ZG 酒店的服务质量调查表,了解 H 酒店的服务质量状况,从而进一步分析 H 酒店的服务质量方面存在的问题。

通过问卷调查以了解客户对 H 酒店服务质量的大体感知,一共发出去 126 份问卷,收回问卷 117 份,问卷回收率约为 93%,其中有效问卷 105 份。参加本次问卷调查的人员中,年龄在 36 岁以上的占 11.5%,25~35 岁之间所占百分比最高达到了 52.5%,18~24 岁之间的占 34%,18 岁以下约占 2%。

本次调查中对服务质量不满意的客人占到 33%,而认为服务质量一般的高达 49%,非常不满意的客人达到 4%,仅有 14% 的顾客对酒店的服务非常满意。

3 H 酒店服务质量存在问题分析

3.1 酒店有形服务不完善

该酒店地理位置较偏远,在设施设备和实物产品的建设上很少吸收市内酒店的主流特色,没有做到创新去吸引顾客的眼球。除了满足顾客必需的酒店设施外,并没有酒店特色的设施,没有视觉上的愉悦和美感。管理层对酒店有形服务质量的重视度较低,导致在酒店日常有形设备管理中,员工和顾客对酒店设备不爱惜,致使酒店目前的设备破损老化,严重影响酒店服务质量^[1]。

3.2 酒店营业时间弹性不足

该酒店由于处在郊区,除了旅游季外,客流量很少,所以在营业时间上有较大的限制。不管是旅游旺季还是淡季,一般截至晚上八点多就停止相关的服务了,即使顾客有特殊的需求,酒店也一概不提供,酒店的这种无弹性的营业机制遏制了顾客的消费需求,这使顾客对酒店的感知出现了偏差,很有可能失去客源。

3.3 酒店的服务质量有待提高

酒店在人事管理方面。酒店服务人员学历参差不齐,缺乏相应的服务意识^[2],员工缺乏相应的服务技能,不能迅速提供相应的服务,顾客也会认为该酒店服务人员业务能力差,缺少专业的技术,对服务满意度大打折扣。加上公司的薪酬待遇等问题,使这种问题更加严重。

酒店服务管理模式不够完善。酒店的人员分配工作缺乏弹性,在酒店客流量比较大的时候,由于不合理的分工制度,不能及时准确地为客户提供服务。同时缺乏弹性的职工奖励制度,很难调动员工的积极性,导致员工在服务过程中,服务速度比较慢,不能针对每个游客进行专门的服务,实际服务感知与期望有了一定的差距。

综上, H 酒店服务质量存在的问题鱼骨图如图 1 所示。

4 提升顾客感知酒店服务质量的对策

4.1 强化有形设施建设

积极推进酒店主流设备品牌建设。酒店目前的很多设备出现老化问题,这影响顾客的体验感和满意度,从而对服务质量产生影响,需要不断创新产品服务,文化,以顾客需求为核心,在满足客户需求的前提下控制成本,丰富酒店产品的种类,满足顾客在酒店的消费需求,获得顾客的好评。

管理层要重视酒店有形服务质量。相关部门应积极、有计划地对服务设备进行定期维护,同时要求员工学习相关的

使用方法,提高设备的使用率。引进高素质的服务人员,树立保护酒店设备的服务理念。

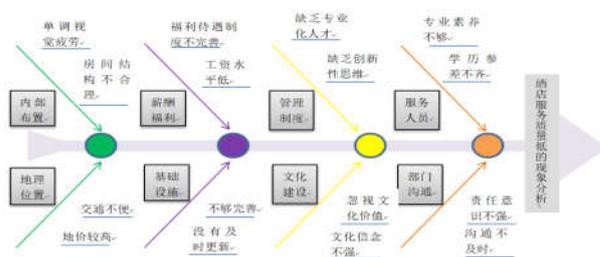


图 1 酒店服务质量低的原因

4.2 实行弹性工时制以满足顾客需求

管理层根据当地酒店的环境和季节因素,制定合理的弹性营业时间。在旅游旺季,酒店合理安排工作人员的上班时间,保证顾客在晚上的消费需求。在前台、餐饮、房客部实行三班倒的工作模式,安排相关的服务人员在晚上为顾客提供相应的服务,尤其餐饮部要做好相关的服务工作,为顾客提供夜宵。

4.3 培养高素质服务人员,提高酒店员工服务质量

强化员工的服务技能培训。酒店开展服务人员培训可以从以下两个方面入手:一是对工作人员进行心理培训;二是组织员工自身素质和专业知识的学习。

加强监督,建立行之有效的服务质量管理体系^[3]。酒店内部需成立一个以促进酒店服务质量提升为核心的工作部门。除相关领导进行严格的管理之外,还应该制定相应的考核标准和工作流程,要求员工对其严格执行。

5 结语

随着酒店业竞争的日益激烈,酒店服务质量的重要性也越来越突出。它可以提高顾客对酒店的认知水平,为酒店带来更多的顾客,从而提高酒店的经济效益。酒店管理者应该起引领作用,为员工树立榜样。员工的服务态度、服务质量对顾客的满意度产生最直接的影响,所以酒店应实施有效的质量管理控制方法,提升员工的服务水平,促进酒店的持续发展。

参考文献

[1] 卜荔娜,董娜.基于顾客感知的贵州群升豪生酒店服务质量研究[J].科教文汇(上旬刊),2020(6):191-192.
 [2] 刘宁宁.酒店服务质量现状问题与对策[J].知识经济,2015(22):62.
 [3] 章杨.基于顾客感知的酒店服务质量提升对策研究[J].赤峰学院学报(自然科学版),2016,32(7):166-167.