

## 挑战与希望

作者 李瑞华

每一次挑战都是一次压力  
每一次挑战都是一次冲击  
每一次挑战都是一次契机  
每一次挑战都是一次洗礼

我们凯瑞人  
在挑战中将压力化着坚强  
在挑战中将洗礼积蓄力量  
在挑战中将机遇牢牢握在手上  
在挑战中将希望持续扩张

机遇与挑战并存  
希望与危机同行  
凯瑞精神是挑战的光芒  
凯瑞灵魂是希望的土壤

我们凯瑞人拥有火热的心  
我们凯瑞人拥有不屈的魂  
让我们在挑战中茁壮成长  
让我们在希望中拥抱辉煌

作者为格林凯瑞酒店管理集团  
行政总裁 董事长

## 凯瑞 专注探索文化管理酒店之路

如今,凯瑞用独树一帜的“5631”文化赋能,让酒店绽放“三个不一样”,已成为武汉华中区域内文化管理酒店转化效益的“代名词”。

基于合作共赢的理念,2021年1月,格林酒店集团(NYSE:GHG)与武汉凯瑞天空酒店投资管理集团在上海举办合作签约仪式,成立了格林凯瑞酒店管理集团。此次双方的强强联合将发挥双方自有品牌与管理优势,进一步开拓湖北的酒店文旅市场,并将加强格林与凯瑞旗下品牌在全国市场的扩张,乃至促进行业的创新与变革。

## 环境不一样

## 有品味更有品位

硬环境必须高品质,与凯瑞“殷勤亲善的待客之道”软环境交相辉映。

水文化、茶文化、书文化是凯瑞酒店独有的文化特征。无一例外的是,集团旗下的酒店,象孝感的荣欣凯瑞、武汉的万利达凯瑞、潮漫凯瑞等酒店,门

前最引人注目的,是拨动心弦的水景,水声中交织着和美的音乐,一起传递着凯瑞酒店人那声甜美轻柔的问候,让心中的期待渐渐明朗,让身后的疲惫渐渐离去……,即使是那些因空间限制无法置门口水景的酒店,象武汉瑞景凯瑞精选(凯瑞普诺斯)、襄阳的唐城凯瑞、京山的豪威凯瑞、浙江天台的“凯瑞美宿”酒店等酒店,因室内水景的巧妙,也能让客人住第一次就对酒店产生好感,这都有赖于凯瑞对环境打造追求。

## 产品不一样

## 有大气更接地气

酒店,说到底是因为客户而存在,日常的工作就是为客户创造适合的产品,所以客户的需求,就是凯瑞服务的“风向标”。凯瑞酒店的产品考核内容,也包括客人的体验感觉的过程和结果。

凯瑞酒店视品质如生命。每日行政部以“360度质检考核标准”进行质检,每周由酒店总经理带队进行一次周大质检,分公司每月两次交叉质检并进行季度考核奖惩。各酒店日常以凯瑞星级员工评分考核、凯瑞感动式服务积分考核为抓手,加强员工服务质量的监督和提升,以客户认可的效果和结果意识,倒逼酒店服务产品的改进创新,打造出既符合客人需求又有凯瑞酒店自身特色的产品。

凯瑞酒店让你无需远行,就有极致味蕾享受。每月必推8道新菜,让新老客户品鉴,从中优选金牌菜推荐给客户。特色菜,就用传统手艺保留其品味;创新菜,就用创意工艺形成为时尚。让特色菜、创新菜留住新老顾客。凯瑞特色的“敬酒



秀、上菜秀、大菜秀、桌面秀”成为客户亲睐的产品,以高门框、低门槛的经营格局,容纳高、低端消费群体,为文化转化效益拓展更广客源。

在客房体验度方面,按照星级标准装修功能性硬件,让客户呈现尊贵、优雅,真切感受到凯瑞酒店的人文情怀和服务温度,老客户有了“常来常新”的体验,新客户有了“与众不同”的感觉,与客户之间建立“心灵契约”。

## 服务不一样

## 有尺度更有温度

凯瑞一直注重做“感动式服务”,比如迎宾茶、引领送梯,客房的“三有服务”,包括为客人洗衣、送果盘、送洗脚盆,为需要的客人提供眼镜布、蜂蜜水、姜茶等个性化服务,为突出凯瑞的服务特色,凯瑞根据市场潮流和客户个性需求,不断地升级服务。

近期,集团重新修订并发布凯瑞酒店“感动式服务3.0版”,完成从2.0到3.0的迭代,重点规避了诸如给客户送夜宵,客户说打扰了清静等个性化服务中给客户造成的困扰和员工服务中遇到的烦恼,比如,通过在特定区域设置晚安粥、姜茶、水果、茶点等自助式台桌,建立自助洗衣房,在客人床头柜上放置2瓶矿泉水等方式,让客户在随心所欲中享受酒店的增值和个性化服务。让员工服务有尺度,客户享受有感动。

服务好不好,客户来评说。凯瑞人,专注做好自己的事,那就是用文化管理酒店,让文化转化为效益。

唐城博达凯瑞国际酒店  
做好店内营销 挖掘潜在市场

唐城格林凯瑞在日常经营中,十分注重做好凯瑞特色的店内营销。针对客人举办喜庆宴席中绝大多数的来宾是附近居民,适合做宴席营销的情况,组织各部门员工在宴席期间,联动做好对客服务,客人停车有服务并为客人撑伞送到酒店门口,宴会大厅门口有迎宾茶,并在客人等待就餐期间派发宴席优惠活动宣传单等,以好的服务促进营销推广,取得较好的宣传效果。

格林凯瑞酒店集团董事长、行政总裁李瑞华先生为总经理特训营学员讲授凯瑞文化的管理之道。



## 万利达凯瑞坚持“三全四网”营销



在抓好线上营销的同时,做好线下客户的精准营销,把营销宣传的重点对象确定为在停车区域和路边车位停车的车主,从而取得较好的营销宣传效果。

枣阳凯瑞美宿酒店  
营造网红打卡地  
带来顾客喜盈门

枣阳凯瑞美宿酒店为把线上营销和线下店内营销有机结合,做好引流和效益转化,想方设法打造出以本地方言等特色文化为主要内容的网红打卡地,受到客户的喜爱,客人不仅拍照留影,还顺便将拍摄的小视频和图片发在朋友圈里给予酒店好评,有效地帮助酒店进行了好口碑的传播,促进效益转化。

图  
片  
集  
锦

## 酒店讲师团培训



瑞景凯瑞精选酒店礼仪培训。



格菲酒店(武汉国博店)开展客房细节管理现场实操培训



荣欣凯瑞国际酒店认真开展酒店讲师团开讲活动,通过各部门自定义内容培训,部门间业务关联知识培训,提高全员知识和服务素质。图为工程部给管家部员工培训如何调节电视频道。



荆门分公司针对集团下发的酒店管理“五标十规”内容,以分公司集中培训让酒店管理层学精学透,促进酒店讲师团讲师培训和分部门培训与落地,及时做好凯瑞文化的传播和有效落地。