

为放心消费奉上白金承诺

——访白金汉爵大酒店吴中店执行董事长顾维钧

有人说白金比黄金要贵重,那么一个“白金承诺”的价值是多少呢?假如说,这个承诺惠及百万人次,人们也许会惊讶,但如果你到过苏州市放心消费创维示范单位,到过白金汉爵大酒店吴中店,可能就会理解了。走在人气颇高的酒店大堂,立马就感受到一种放心消费的氛围之中,从每位消费者脸上能找到放心消费承诺的答案。

岁末年初的一天,记者专程来到姑苏城南,位于吴中开发区的白金汉爵大酒店吴中店,正在酒店大堂忙碌接待客人的执行董事长顾维钧,在接受记者采访时报出两个数字:2017年饭店接待消费者达到100万人次以上,营业额突破2亿元,名列苏州市酒店行业前列,全年未接到消费者投诉,让超过百万人次的人店消费者,亲身体验了一次放心消费之旅。

关键词:放心消费 vs 服务品质

白金汉爵大酒店吴中店是一个大型综合性酒店,白金汉爵名称的由来就是一种理念,地利用数字英文的表达,那就是追求白金五星服务,追求百分之百的满意。

酒店开业之时,就可消费者郑重承诺,严格执行《消费者权益保护法》、《产品质量法》等法律法规,把好商品进货检查验收关,保证商品质量,不销售不合格的商品和假冒仿劣商品;明码标价,杜绝价格欺诈,不议价价格欺诈;虚心接受顾客意见,热情接待消费者投诉,认真处理顾客提出的问题;不侵犯消费者的个人隐私和人身自由,自觉接受消费者监督,以优质的商品和服务取信于消费者,确保消费安全;新努力提升管理理念,提高服务品质,妥善解决消费者投诉,主动接受政府职能部门、消费者权益保护委员会、行业组织和消费者监督;认真听取各界对酒店维护消费者权益工作的批评和建议;如会同市场监管部门提供消费者投诉的情况,不断提升保护消费者权益的社会责任感和能力,确保让每位消费者在白金汉爵大酒店的放心消费之旅。

白金汉爵大酒店吴中店有一个庞大的消费群体,每天推出的菜肴多种多样,怎样保证品质呢?执行董事长顾维钧向记者讲了一件让人难以置信的事情。在相同时间容纳几十位厨师操作,干净整洁的酒店厨房,竟然看不到一包味精或鸡精那样的调料。据监管记者惊讶的神色说,取肉里也没有,采购员从不购买,那一盘盘美味精美菜肴是怎样做出来的?

酒店厨房的厨师有一种特殊嗜好,他们做菜是尊重食材之间的搭配火候和高汤来保持菜肴鲜嫩的,味精与鸡精是鲜味,但毕竟是一种添加剂。追求食料原汁原味,选择健康饮食,酒店把这种理念提高菜品品质,首先确保原料的新鲜,其次提高烹饪技巧,厨房有各种调味的汤,有些是用鸡汤、猪骨等食材炖的荤味高汤,有些是用鲜菇炖出来的素高汤。经过多年尝试之后,酒店还“发明”用各种新鲜蔬菜汁作汤来调味。为了让消费者品尝到美味而健康的菜肴,酒店每个细节力求到位。比如在砧板上,厨师就费了不少心思,因为工厂化生产的砧板含有防腐剂等物质,于是酒店就选择自制。为此,厨房可配备专人每天用新鲜蔬菜熬制,对菜肴原料的采购,他们几乎达到苛刻的程度。

高而不贵,让普通消费者放心消费又能消费得起,这是高端酒店的宗旨,以味在境真放在心上,做放心菜、健康菜,于赢得消费者的喜爱,想他几年来,酒店赢得大量“回头客”,以至不少消费者为订不到餐位“一声叹息”,然而,酒店没有为力之而令厨师们是不断提高标准,比如,客人点的海鲜等价格较高的食材,都是自己到菜场挑选,当场过秤的,透

到提供宴会,订席数较多的情况下,酒店服务员不怕麻烦,或一过秤,或把一斤左右重的大龙虾集中过秤,做到一而不少,一丝不苟,把放心消费真正落到实处。

关键词:放心消费 vs 微创新

同其他省市的白金汉爵大酒店一样,吴中店主打高档大型综合型酒店系列,不同于传统的以客房为中心的酒店模式,开创了以大型餐饮为核心的酒店模式,酒店餐饮占比重量级六成,走出酒店业的一片新天地。吴中店借鉴美国公司经验,总结摸索出一系列非常贴合自身业务发展的微创新,这些微创新极大地改变了酒店餐饮的操作方式,改变了传统酒店厨房中高和寒的局面,让普通消费者走得进来,吃得开心,真正体验到放心消费存在。

在白金汉爵大酒店吴中店总体设计中,对于厨房餐饮需求和流程方向大不相同,自主定制。在客人到店环节上,吴中店配备了超大的“地上+地下”停车场,总停车位超过1000个,为消费者解决了就餐高峰停车难问题,该酒店容纳3000人就餐的实际需求。

在消费者就餐环节上,吴中店创新推出“点菜宝”,取而代之的是“扫码点菜宝”,所有菜品全部由消费者自主添加点菜,厨房也是全透明的开放厨房,厨房可实时工作,消费者可以通过玻璃一览无遗,明档菜、明灶菜,不仅让消费者看得明白,而且使消费者的心里更有底气,这无疑又为放心消费提供了一个良好选择。

与此同时,白金汉爵大酒店吴中店设立的24小时服务餐厅更是酒店业的又一个创新,客人无论何时到店或离店,酒店餐厅随时满足消费者就餐的刚性需求,既有快餐速食也



增加了放心消费的可信度,同时又减轻了厨房制作压力。

按照集团公司的制度,吴中店在酒店员工的培训与技术提升监督上也做有创新,吴中店餐饮部员工众多,仅一线厨师就有几十位,在新厨师上岗前,如何保证培训质量?技术操作监督如何到位?吴中店按照集团的成功经验,突出自己的新招,除了言传身教面对面传授,把每个菜品拍摄视频和制作过程,用这种非常简便和直观的方式,加强师傅化培训和考核,由总厨指定的每个菜肴都由师傅制作成视频流程,有图有真相,有文字有声音,厨师按照视频教材培训考核,不仅学习更方便,在工作检查监督中,餐饮部员工手机拍摄一段厨师日常制作某个菜肴的视频,除在吴中店餐饮部,还传到集团总公司技术总监那儿,假如一个菜品制作时间只是三分钟,但被指定厨师花了四分半钟或五六分钟时间,在对比视频教

吴中店注重提高文化程度的员工,作为一个酒店餐饮企业,店方有一批大学本科生、硕士生,就是普通服务员也要求具有高中学历,这在一定程度上为企业创新思维,分析行业动态能力,接受放心消费理念打下坚实基础。在白金汉爵大酒店,由于企业文化不同,做法别具一格,一个本科生的第一份工作可能是先去厨房学习炒菜,为晚餐一个从来没有炒过菜的本科生进厨房除了培养员工从一点一滴做起,具有熟悉酒店管理流程的要求外,企业考虑的是能让消费者放心消费的健康现代餐饮,以及大厨讲经验,本科生讲科学,大厨讲师承,企业讲管理,把厨师技能运用到经营中去,尊重新鲜血液和创新型人才,本科生先学炒菜充分显示了汉爵酒店独特的企业文化。

在企业文化熏陶下,为消费者放心消费服务蔚然成风,吴中店餐饮部厨师长罗奇首先从厨师初进酒店的老员工,青年辈守在海鲜厨房岗位上磨炼的是细心和耐心,在海鲜养殖和海鲜设备维护保养方面,他有一套经验和见解;如何与海鲜养殖户,保证海鲜品质和数量方面,他很乐意和同事们分享自己的经验,把平凡的工作做得不平凡,普通的工作做得不普通,这是最宝贵的财富,而放心消费这个涉及社会方方面面的工作,就是在日常平凡的工作中积累而成的。

企业文化中蕴含着的放心消费的内涵,白金汉爵大酒店吴中店前行主管名叫罗奇,他认为给消费者最好的见面礼是微笑,多一个微笑,多一点热情,多一个微笑,多一包贴心,多一个微笑,也给自己多一个好心情,微笑是微笑的感染力不会太累,因为微笑不仅会带给客人喜悦,更能起到化解客人不说悄悄话的作用,在工作中,罗奇始终使用客人的尊称称呼客人,以微笑待人。在接听电话中,她始终让电话中的客人感受到热情的微笑,她的微笑赢得酒店消费者的好评和称赞,在她的工作历程中,写满了“零投诉”。

为了兑现一个放心消费的白金承诺,白金汉爵大酒店吴中店付出很多努力,回报给的是“苏州市放心消费创维示范单位”,“消费者满意单位”,“中国白金五星酒店”等荣誉。

(吴中店 顾永)



可炒菜小厨,卡蛋包厨在自选,不必再为就餐而烦恼,极大地满足消费者放心消费的时间。

白金汉爵大酒店吴中店对烹饪工具和烹饪方式也有微创新,厨师在厨房做菜,服务员在餐厅包厨服务,这似乎是酒店业行业一成不变的模式,但在吴中店却不是绝对的,吴中店的厨师会直接在包厨做菜,每一个包厨的大厨桌子都是汉爵自主研发创新的,每桌桌子都集成了两个或四个电磁炉,不仅是桌子,还有电磁灶责任,推车等一系列适合在包厨烹饪的安全设备,酒店开发了一系列适合厨师在包厨内直接制作的菜品,比如海鲜火锅、潮汕汤品、潮汕小炒子、北京烤鸭、脆皮炸子鸡、阳澄湖,等等,很多高成本多在包厨工作,包厨一些菜肴的分档理念也颠覆工作,除了包厨工作内某些设备的颠覆应用,吴中店直接把安全电磁炉厨延伸到包厨,由包厨厨师面对面制作,消费者亲眼所见,各种食材品质一目了然,

的情况下,这个菜就有问题了,可能就达不到品质要求了,通过视频培训监督,烹饪师傅标准化后门输出掌握一批菜肴的制作方法。

关键词:放心消费 vs 企业文化

企业文化是企业自成一统,独立完整各种理念体系的总和,是一个企业区别于其他企业的存在形态,企业文化又是社会意识形态之一,它的正确性、先进性、完整性决定着企业的生存和发展能力,秉承集团公司的理念,白金汉爵大酒店吴中店追求的是白金五星的服务,追求创造百分百满意度,并由此派生出自己的企业文化。

全国诚信维权单位
全国百强商场



昆山商厦

《诚信经营·借鉴篇》特约刊出