

《饭店服务心理》

图书基本信息

书名：《饭店服务心理》

13位ISBN编号：9787504563743

10位ISBN编号：7504563749

出版时间：2007-7

出版社：中国劳动

作者：本社

页数：113

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介以及在线试读，请支持正版图书。

更多资源请访问：www.tushu000.com

《饭店服务心理》

内容概要

《饭店服务心理(第3版)》是本修订版,由劳动和社会保障部教材办公室组织全国有关学校的职业教育研究人员、一线教师和行业专家,进行修订工作。这次教材修订工作的重点主要在以下几个方面:第一,坚持以能力为本位,重视实践能力的培养,突出职业技术教育特色;第二,根据饭店服务行业发展,合理更新教材内容,尽可能多地在教材中充实新理念、新知识、新方法和新设备等方面的内容,力求使教材具有鲜明的时代特征;第三,努力贯彻国家关于职业资格证书与学历证书并重、职业资格证书制度与国家就业制度相衔接的政策精神,力求使教材内容涵盖有关国家职业标准(中级)的知识和技能要求;第四,在教材编写模式方面,尽可能使用图片、实物照片或表格形式将各个知识点、技能点生动地展示出来,力求给学生营造一个更加直观的认知环境。本教材可供中等职业技术学校饭店服务专业使用,也可作为职工培训教材。

书籍目录

绪论

第一章 饭店服务中的人际交往心理

第二章 掌握饭店客人的消费心理

第三章 提供令人满意的饭店服务

第四章 饭店服务中的缺陷与弥补

第五章 饭店服务人员必备的心理素质

第六章 保持良好的服务心理状态

第七章 团队意识的培养

章节摘录

插图：服务态度对客人的影响既有积极的一面也有消极的一面，即正向功能与负向功能相结合。1) 正向功能。服务态度的正向功能是指良好的服务态度对客人所产生的吸引力。正向功能又分为感召功能和感化功能两类。感召功能。感召功能可使客人和饭店工作者更加亲近，促使客人加快实现由购买动机向购买行为的转化，甚至还能吸引客人再次光顾和为企业塑造光辉的形象，赢得客人的好评。感化功能。感化功能与感召功能在心理作用是相似的，只是感化功能轻于感召功能。它虽不能使客人产生较强的趋向力，但它却能起到化解客人不满情绪和转变客人对企业和服务看法的作用。在客人住店过程中，常会有某些客人对某些产品并不十分满意的情况，但由于饭店服务人员的热情好客、诚恳待人之举，使得这些客人转变了看法，这就是态度的感化功能所起的作用。2) 负向功能。服务态度的负向功能是指低劣的服务态度作用于客人所产生的恶劣后果。负向功能又可分为逐客功能和激化功能两类。逐客功能。逐客功能是指给客人造成的心理反应和心理威慑。服务人员服务态度低劣，对客人不尊重，不一视同仁，甚至冷嘲热讽、挖苦斥责、出难题、设障碍，使客人灰心冷或望而却步。激化功能。激化功能是指服务人员本身工作上的不热情、不主动、不耐烦，致使客人情绪波动、意志失控、心理冲突加剧。(2) 表现良好的服务态度的方法。服务人员怎样才能让客人感受到良好的服务态度呢？

《饭店服务心理》

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：www.tushu000.com