

《服务礼仪》

图书基本信息

书名：《服务礼仪》

13位ISBN编号：9787550213722

10位ISBN编号：7550213720

出版时间：2013-6

出版社：北京联合出版公司

作者：金正昆

页数：315

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

《服务礼仪》

前言

现代礼仪，不同的领域，不同的对象，都有不同的讲究。一般而论，现代礼仪可以分成以下五大板块。其一，政务礼仪。它是国家机关工作人员、国家公务员在执行国家公务、为人民服务时所讲究的礼仪。其二，商务礼仪。它是企业的从业人员在商务交往中所讲究的礼仪。其三，服务礼仪。它是服务行业从业人员——酒店、餐厅、旅行社、银行、保险公司、医院等单位的从业人员，在其工作中所讲的礼仪。其四，社交礼仪。它是人们在工作之余的公众场合，在其迎来送往、私人交往中所讲的礼仪。其五，国际礼仪。它是我们中国人和外国人打交道时所要讲究的礼仪。之所以要把政务礼仪、商务礼仪、服务礼仪、社交礼仪和国际礼仪分类介绍，主要是想说明什么呢？想要说明的是：它们有不同的适用对象，你不可能以不变应万变。我们举一个例子，中国人吃饭有一个习惯：给别人夹菜。一般的社交场合我们经常受到这种厚待，长辈要给晚辈夹个菜，主人要给客人夹菜，以示那种谦让和友善。恐怕各位都曾经受到过这种待遇，比如爸妈和老前辈给我们夹一筷子菜，礼让给你。但国际礼仪是绝不允许此举的。国际礼仪讲究的是：让菜不夹菜。为什么？道理很简单。换成另外一个角度，你又不知道我是谁，你又不知道我爱吃什么，你凭什么给我夹菜。不是讲尊重吗？尊重别人，就是要尊重别人的选择。你给我夹的那筷子菜，万一我不愿意吃呢？有一次，我就非常倒霉。我肠胃不太好，不爱吃比较寒的东西。那天被一个同志请吃大闸蟹，他一会儿给我来一只，夹过来我就得吃。然后再给我夹一只，我又吃了。他连着让我吃了三只，我被他弄得连续一个星期胃痛。他给你夹了菜，你没办法不吃。这还算好的，还有更差劲的。有人拿自己的筷子给你夹，还把筷子先在嘴里“处理”一下，等于给你派送一口唾沫，你说恶心不恶心？！不同的地方，是有不同的讲究的。如果彼此是熟人、自己人，就不讲这个。比如两个青年男女在谈恋爱呢，人约黄昏后，两人在属于自己的二人世界里一块儿说悄悄话，吃悄悄饭去了。那女孩子夹了一筷子菜，含情脉脉，给男朋友递过来了。可以想象那位帅哥当时会是什么感觉，他恐怕恨不得把筷子都吃了！此刻，他绝对不会要求对方出示健康证书之类的，那是没道理的。所以这里就要加以说明，礼仪它有自己特定的适用范围、适用对象，你不能弄错了。究竟什么时候需要我们去讲究礼仪呢？大体上在以下三种情况下要讲究礼仪。第一，初次交往。第一次打交道时，你要给人留下好的印象。你初次跟别人打交道，他不知道你姓甚名谁。比如，我现在跟各位在一块儿交往，我们假定要在这儿交往十天、八天，您知道我是一位礼仪专家，是一位大学教授，有的时候我随便点，这叫不见外。又如，你是我家孩子，或者是我晚辈，我给你夹一筷子菜，那我是看得起你，这个你挺高兴的。但我们彼此如果不认识呢？不认识的话，上来给你夹菜，是不是有点不合适？所以初次交往要讲礼仪。第二，因公交往。两国交兵各为其主。公事公办，有助于拉开距离。跟外单位、外行业的人打交道，即便是熟人也要讲礼仪，那样做有助于更好地进行公务交往。在因公交往之中，不能不讲究礼仪。第三，涉外交往。“十里不同风，百里不同俗”。和外国客人打交道，有的时候你要不讲国际礼仪那就麻烦了。比如，北京的市花是月季和菊这两种花。逢年过节，尤其国庆前后都要用菊花装点国庆的北京。京城那时到处是菊花。但是有国际交往经验的人都知道，不少外国客人是比较忌讳菊花的，尤其是西方客人。在西方文化中，菊花往往是死人专用的。他们把它叫做妖花，叫葬礼之花。如果来了外国客人，你给他送了一盆菊花，那就等于是为他送葬。在西方，菊花往往在墓地摆放。你给他送一盆菊花，或放他家里去了，那怎么行？！所以，在涉外交往中，我们一定要讲国际礼仪。国际礼仪，其实就是人们在国际社会中所必须恪守的有关交际往来的“交通规则”。那么，我们为什么要学习礼仪、运用礼仪？学习礼仪、运用礼仪，简而言之，通常具有以下三大作用：第一个作用，内强素质。作为现代人，你跟别人打交道也好，你要做好本职工作也好，恰到好处地展示自己的素质都是非常重要的。教养体现于细节，细节展示素质。言谈、话语、举止行为，其实都是个人的素养问题。荀子曾说：“礼者，养也”，就是此意。比如，个别国人，在国际交往中和正式场合往往不修边幅，那么有的时候就影响形象。有的同志在你对面一坐，习惯性地顺手把裤腿往上一拉，露出一条“飞毛腿”，这个顶多说明他发育正常。还有同志按着鼻孔，一下就把鼻涕之类发射出去了。我还见过最高境界，他不发射，自己消化，他一下就把那个东西咽下去了。这样的人并不多，但是说实话，如果你要遇到其中的一位，您说他的个人素质如何？在国际交往中，上述那样的同志往往会影响国家形象，影响民族形象，也影响我们的地方形象。因为任何一个中国人到外国去了，在公众场合擤了一下鼻子，别人可能就说那是中国人擤鼻涕，说那是北京人擤鼻子，甚至说那是某单位、某部门的人擤鼻子！总之，我们的个人形象其实代表着组织形象，我们的个人形象代表着国家形象、产品形象和服务形象。第二个作用，外塑形象。在国际交往中也好，在国内交往中也好，员

《服务礼仪》

工的个人形象，就是代表组织形象，就是代表产品和服务形象。有鉴于此，我们一定要时刻维护好自身形象。

《服务礼仪》

内容概要

《服务礼仪》内容简介：推广服务礼仪，意在营造和谐、宽松的社会氛围。有鉴于此，《服务礼仪》中不仅介绍了仪表修饰、着装规范、礼貌用语、环境优化等现代服务的“形式之美”，而且着重强调了职业道德、服务意识等现代服务的“内涵之美”。简言之，在讲授服务礼仪时，作者所倡导的是表里如一；既要讲究“形式之美”，更要讲究“内涵之美”。介绍的知识要点较为全面，其内容主要特点是兼具权威性、规范性、知识性、时效性与技巧性。

《服务礼仪》

作者简介

金正昆，中国人民大学国际关系学院外交系教授，礼仪与公共关系研究中心主任，中国人民公安大学等多所院校兼职教授。作为中国礼仪泰斗、中国2008年奥运会礼仪顾问、2011年西安世界园艺博览会礼仪大使、CCTV—10《百家讲坛》礼仪专栏撰稿人，多次在中视、中广电台等几十家知名媒体礼仪节目中担任主讲嘉宾。个人正式出版专著、教材12部，多部作品成为国家教育部“十一五”规划教材。

《服务礼仪》

书籍目录

绪论礼仪就在你身边 第1篇服务礼仪概述 第2篇职业道德 第3篇服务意识 第4篇心态调整 第5篇善始善终
第6篇仪表装饰 第7篇着装规范 第8篇环境优化 第9篇零度干扰 第10篇距离有度 第11篇三A规则 第12篇
礼貌用语 第13篇文明用语 第14篇行业用语 第15篇书面用语 第16篇电话用语 第17篇岗前准备 第18篇接
待顾客 第19篇导购推销 第20篇售后服务 第21篇纠纷处理 后记

版权页：插图：目前，人们对服务行业是越来越重视，这是什么原因呢？在现代社会中，一个非常重要的特征就是社会分工越来越细，不仅有工、农、兵、学、商，而且还有第一产业、第二产业、第三产业的划分。现在做任何事情都有不同的社会分工，比如我们以前喝水，自己煮开了喝不就完了吗？现在很少有人这样了。现在城市很多人选择喝矿泉水、喝纯净水，用饮水机喝水。再比如我们过去洗衣服，脏了就自己洗了。现代人有的时候要是忙，特别有的时候有些衣服有洗涤或质量的要求，我们可能就把它送到洗衣店去了，这已经形成一种潮流了。再比如打扫卫生，过去自己打扫卫生，黎明即起，洒扫庭厨，这是每日必修之功课。而现在有些人因为工作繁忙，时间宝贵，所以这个家庭保洁工作，就交给别人做了。室外的保洁工作，由物业去负责；室内的保洁工作，就请小时工来做。现代社会离不开服务，服务往往是相互的。现代社会有一个特点，分工越来越详细。在这样的情况下，服务行业越来越受到了整个社会的重视，越来越得到长足的发展。说服务行业越来越被重视了，那么服务礼仪是不是也就应该提上议事日程了？是这个问题！现代服务啊，它有一个非常重要的特点，就是为别人工作。在现代社会里，整个社会为人类服务，全体人民为社会服务，人与人之间相互服务。在这样一个情况下，就需要一种互动，就有一个环境，就有一个规范性的要求。没有规矩不成方圆，服务礼仪严格来讲实际上就是一些有关服务的具体规矩。根据这种说法，是否可以说服务礼仪就是服务人员在为别人服务的过程中，对服务对象所表示的一种尊重的具体形式呢？其实，就是这么一回事。严格来讲是这样的。我们刚才已经强调了，所谓服务，实际上是为社会工作，为人类工作，为别人工作，大家相互为对方工作。古人讲了，衣食足而知礼仪。在过去物质匮乏的情况下，人们去要求服务质量、讲究服务态度，通常是不现实的。那时候，我要买肉，我给你钱，我买到肉就算了，你给不给我脸色看不重要。在那时，有服务的过程，没有强烈的服务意识，或者是服务规范有待健全。像我小的时候，20世纪60年代末期70年初期，那个时候正长身体，十几岁，想吃肉，没肉，买肉得凭票。城里一个人每月大概四两肉。妈妈当时做的一件最重要的事儿，就是满足我的吃肉欲，走后门去买罐头，然后想办法要人家的肉票，有时还跑到那个非法的地下集市去买高价肉。那个时候能买到肉就行了，人们对服务没有什么规范化的要求。礼仪——实质上是尊重人的一种具体表现形式。现代社会的服务与既往多有不同。在我们现代社会中，人们要求的服务啊，既有物质的满足，还有一种精神的享受。通过购买到商品、购买到服务、购买到技术，他有一种满足感、成就感和他炫耀感。也就是说，现在人们的要求是越来越高了。不仅需要物质的满足，更重要的是需要心理和精神的满足。我举一个例子，你买一支笔送给我，你会首先考虑什么？通常你首先会考虑这个笔的品牌是否适合我，再就是会选择一个你认为服务让你感到很满意的地方，要不你觉得在购物过程中，会产生很多的矛盾。我们先不讨论别的，我们就从人的心理需求的满足和精神需求的满足来讲，以上所提到的几点其实就是。有一次去吃饭，当时有客人问我：金教授，该请主人坐哪个位置上？我说，主人一般是面门而坐，礼仪上面门为上。他说主宾呢，我说主宾一般坐在主人的右手边。他又问我：二把手、三把手、四把手呢？我说你不明白一个道理，凡事要抓主要矛盾，凡主要矛盾要掌握主要矛盾方面，是吧？你想让餐桌上，一二三四五，大家都各就各位，都高兴，不大可能啊！当然你要做得尽善尽美，你可以这样努力，但实际上那是不大可能的。重要的商务活动，谁是主角儿？主人是主角儿，再者主宾是主角儿。其中最重要的主角儿，当然是主宾。主随客便嘛。主宾高兴了，他那边谁敢不高兴；那主人高兴了，他这边都高兴了；不就皆大欢喜了。我说的是个实话呀。你想面面俱到的话，反而是喧宾夺主了。送人礼品也是这样，其实购买礼品的话，你把它来送给我，最重要是让我高兴。我现在还接着前面那个话题，你认为，什么品牌的笔送给我最好？我觉得首先要考虑我的身份。我要是你的话，送给教授一支笔，我会有三个考虑。第一个考虑，是我们国产品牌。我要是考虑的话，我首先可以送上海产的“英雄”笔。“英雄”笔很好，我们这代人对“英雄100”、“英雄200”都是津津乐道。我们也是用英雄笔长大的。第二个考虑，是知名的国际品牌。要从国际品牌来讲啊，可以考虑万宝龙。你要有在公司工作的经验，就会知道万宝龙号称笔具之王，它走的是高端笔的市场，德国的一个牌子。不同品牌它有不同讲究。你送我派克笔或威迪文笔也不错，它们也是中高端笔。现代人正式场合要用的笔，应该是跟身份地位相匹配的。这个非常重要，实际上这个笔，已成为地位的一个标志。第三个考虑，是自产或自用的。就是跟自己有关的，比如我单位生产的笔或我爸爸妈妈单位生产的笔。我自制、自用的，也可以呀。我到你家去，可以把我做的蛋糕送给你，此即自我推销。这个也是一种非常重要的公关意识。所以我刚才讲的这个例子，实际上是想说明在现代社会中，人们购买商品的时候，它不仅

《服务礼仪》

要求一种物质的满足，更给你一种精神的满足。总之，服务礼仪就是服务人员在其服务过程中用以向服务对象表达尊重的一种规范形式。从总体上来讲，给服务对象一种被尊重感，这就是我们讲的服务礼仪。服务礼仪实际上就是在服务过程中，对别人表示尊重的一种规范化的形式。如果从事服务行业工作的话，那么我们在工作中需要注意一些什么呢？具体来讲，有以下几个方面需要优先考虑。第一，要了解人。古人云：“知人者智。”“知彼知己，百战不殆。”我反复强调：了解人才能尊重人，你不了解对方，就没有尊重可言。比如，客人到我这个服务场所来了，他是买我的房子也好，买食品也好，或者吃饭也好，你得了解他的需求。比如你是销售楼盘的，高端的、中端的、低端的都有，你得能估计他是什么情况；另外，还要估计他在面积大小上有什么考虑。像年轻的消费者，一般就希望要相对小一点的，考虑个人私密空间。中老年的同志，可能要求宽敞一点，最好能子孙三代同住，这样可以享受天伦之乐，过得舒服一点。而且中老年同志买房会尽量考虑一步到位，要有那种安居感，不要再变迁。不同情况的人群考虑的是不一样的，所以讲服务质量，首先就要了解对方。你不了解对方，是没有办法谈到尊重的，更不要说为对方提供优质服务了。第二，要注意规范化的运作。礼仪是讲规范的。从头到尾，讲到服务礼仪时，我们一定要谈到规范。比如，你跟你的服务对象交谈时，开始语是什么，你第一句话说什么，结束语是什么，你的手势怎么打，都是有标准的。你的眼神看他什么地方，你上下楼的位置、姿势，诸如此类，都有其种种规矩。举个例子，你到一家星级酒店去，想看他们的服务生是不是科班出身，给他搞个小的测试，马上就看得出来。比如服务生端着盘子在上楼，你在后面喊他一声，说先生或者小姐，我问你一件事儿。如果这个服务生训练有素的话，他会马上从楼梯上跑下来，站到跟你同一个高度，然后再跟你对话，绝对不会居高临下地跟你说话。因为服务是要以客人为中心的，所以他不能居高临下。从角度上来讲，高高在上不是平等交往，更不是以对方为中心。这是一个忌讳，也就是我刚才所讲的一个规范。服务礼仪要讲了解别人，要讲规范化运作。这两点是我们强调服务礼仪时的关键之点，这两点要不讲，讲别的问题就比较麻烦了。服务礼仪，要从宏观的内容来讲，它包括不同的岗位的许多具体要求。比如从整体销售服务的各个环节来讲，它包括了售前服务、岗位要求、售后服务等等。其一，售前准备。所谓售前准备，就是你上班之前的一些准备，服装、化妆、良好的精神状态、训练有素的岗位要求，以及一些专业技能的学习。你不能现拜佛现烧香，到岗位上一问三不知。这是我们讲的售前准备，即售前的规范，也就是岗前基本要求。其二，岗位要求。它是在工作岗位上的一系列具体要求。岗位要求一向被视为服务的核心内容。其三，售后服务。通常售后要求是服务完成之后的一种延续性、连带性的服务，比如上门维修、退换、投诉应对，以及连续性、配套性服务等。服务是讲跟进的，服务不是说我卖个东西就完了，它有整个一套过程。所以严格讲服务礼仪实际上就是一系列的规范化的具体服务要求。

《服务礼仪》

后记

在现代社会中，服务行业迅速发展，服务工作的重要性得到了广泛的认同，服务人员个人素质的提升亦刻不容缓。总之，作为社会的一扇窗口，服务行业正备受社会各界的关注。正所谓“仓廩实而知礼节”，在往昔国人尚且不得温饱之日，礼待宾客通常有其名，而无其实；而在今朝我国社会主义物质文明建设取得长足进展之时，是否遵从服务礼仪，已成为人们评价服务人员服务质量的一项重要尺度。自20世纪90年代初以来，有关服务礼仪的研究与教学即成为我所从事的礼仪工作的重要内容之一。1999年1月，我即在中国人民大学出版社出版了《服务礼仪教程》一书。2005年8月，北京大学出版社又出版了我的专著《服务礼仪》。在此期间，我受中央教育电视台邀请，在该台主持了《服务礼仪系列讲座》专题节目。该节目共20讲，曾先后在全国60多家地、市电视台转播，并受到欢迎。从2007年下半年开始，我应广大读者与陕西师范大学出版社的请求，将自己有关服务礼仪的电视讲座编辑成这本谈话体的《服务礼仪》一书，以期能够为我国广大服务人员服务，为我国即将举行的2008年北京奥运会服务。在我国古代礼仪典籍《礼记》中有道：“礼之以和为贵。”我本人也一向认为：讲究礼仪，意在善待别人；推广服务礼仪，意在营造和谐、宽松的社会氛围。有鉴于此，在本书中，不仅介绍了仪表修饰、着装规范、礼貌用语、环境优化等现代服务的“形式之美”，而且着重强调了职业道德、服务意识、心态调整等现代服务的“内涵之美”。简言之，在讲授服务礼仪时，我所倡导的是表里如一；既要讲究“形式之美”，更要讲究“内涵之美”。陕西师范大学出版社，思考者（北京）文化传播有限责任公司，以及本书责任编辑杨磊先生，均为本书的正式出版做了大量的辛苦工作，在此谨一并致谢。对本书的不足之处，亦恳请各位专家、学者与广大读者予以指正。最后，谢谢各位亲爱的读者。作者 2008年1月16日

《服务礼仪》

编辑推荐

《礼仪金说:服务礼仪》编辑推荐：礼仪专家金正昆礼仪系列图书全面升级版！作为礼仪泰斗、中国2008年奥运会礼仪顾问、2011年西安世界园艺博览会礼仪大使、CCTV—10《百家讲坛》礼仪专栏撰稿人，金正昆教授在央视、央广电台等全国几十家知名媒体礼仪节目中担任主讲嘉宾，多部礼仪著作成为国家教育部“十一五”规划教材。金教授根据三十多年礼仪教学与实践经验所打造的“礼仪金说”系列读本在图书市场一直受到读者喜爱，成为众多企业员工培训指定读本。

《服务礼仪》

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