

农家乐致富一本通系列

农家乐服务礼仪

NONGJIALEFUWULIYIYIBENTONG

一本通

熊志明 编著



电子科技大学出版社

农家乐致富一本通系列

农家乐 服务礼仪

NONGJIALEFUWULIYIYIBENTONG

一本通



熊志明 编著



NLIC2970873093



电子科技大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

农家乐服务礼仪一本通 / 熊志明编著. — 成都:
电子科技大学出版社, 2011. 11

(农家乐致富一本通系列)

ISBN 978-7-5647-1039-2

I. ①农… II. ①熊… III. ①农村—旅游服务—礼仪—
中国 IV. ①F592.6

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2011)第 267719 号

农家乐服务礼仪一本通

熊志明 编著

出版: 电子科技大学出版社(成都市一环路东一段 159 号电子信息产业大厦 邮编: 610051)

责任编辑: 罗丹

主页: www.uestcp.com.cn

电子邮箱: uestcp@uestcp.com.cn

发行: 新华书店经销

印刷: 郫县犀浦印刷厂

成品尺寸: 110mm×185mm 印张: 4.25 字数: 76 千字

版次: 2011 年 11 月第一版

印次: 2011 年 11 月第一次印刷

书号: ISBN 978-7-5647-1039-2

定价: 14.00 元

■ 版权所有 侵权必究 ■

◆ 本社发行部电话: 028 - 83202463; 本社邮购电话: 028 - 83208003

前言

农家乐致富一本通系列丛书的主要任务是
为广大农家乐经营者提供第一手材料,便于农民
朋友在开办农家乐时作为借鉴,能将农家乐经营
得更有特色,更安全,更能赚钱!

随着人民生活水平的不断提高以及交通条
件的改善,出行旅游、休闲娱乐正逐渐成为人们
生活的重要组成部分。以拥抱生态绿色自然、呼
吸清新空气、流连田园风光、体验农家乐趣为特
色的农家乐,更是受到越来越多人的推崇,成为
休闲旅游的好形式。农家乐旅游正在成为城乡
一体化发展的重要连接点、扩大国内消费的重要
支撑点和农民朋友收入的重要增长点,在推进城
乡统筹发展、优化城乡经济结构、改善城乡生态
环境等方面发挥着独特的作用。

作为新生事物,农家乐在发展过程中,也出
现了产品同质、服务低档、项目单一、发展无序等
问题,以致“农”的特色不突出,“家”的氛围不浓
厚,“乐”的文章不充分。这些问题的解决,既需

要农家乐管理部门的深入研究、积极引导,更需要农家乐的投资者、建设者、管理者自身加强学习,并在实践中不断探索、提升。

农家乐的服务礼仪如同农家乐的软招牌,周到的礼仪服务能让消费者如沐春风,让他们成为农家乐的回头客。然而,农家乐服务人员一般从农村直接招聘,有的可能没有经过专门的礼仪培训,可能存在较大问题。

农家乐致富一本通系列——《农家乐服务礼仪一本通》一书介绍了农家乐服务人员的仪表、仪态、服务语言、餐饮接待、住宿接待、旅游接待等方面的注意事项。农家乐可以将本书作为从业人员的培训教材,提高服务水平,不断扩大客源,招揽更多的回头客。

鉴于时间有限,加之作者水平有限,难免有不妥及遗漏,请广大读者朋友积极提出宝贵意见。

目 录

第一讲 服务礼仪概述	1
1. 服务礼仪包含的内容	1
2. 服务礼仪重要性的体现	3
3. 服务工作者的服务礼仪的培养	7
第二讲 农家乐服务工作者的服务形象	
——仪容仪表	9
1. 服务工作者着装原则	9
2. 选择服务工作者服装的要求	13
3. 制服类着装注意事项	16
4. 西装着装注意事项	18
5. 裙装着装注意事项	19
6. 服务工作者仪容修饰的要求	21
7. 表情礼仪的重要性	23
8. 服务工作者使用注视目光的注意	
事项	24

- 9. “微笑服务”的培养 25
- 10. 服务工作者的从业要求 27

第三讲 农家乐服务工作者的服务形象

——仪态 32

- 1. 仪态语言的常见形式 32
- 2. 锻炼仪态语言的重要性 34
- 3. 仪态语言的常见含义 35
- 4. 引领服务对象的方法 36
- 5. 礼仪距离的保持 37
- 6. 蹲姿礼仪的训练 37
- 7. 接物递物的注意事项 38
- 8. 常见手势的含义 40
- 9. 鞠躬礼的训练 41

第四讲 农家乐服务工作者的服务形象

——服务语言礼仪 44

- 1. 服务语言的分类 44
- 2. 常用的服务语言 49
- 3. 服务语言的规范使用 53
- 4. 礼貌称呼的常见类型 54
- 5. 问候礼仪的常见形式 56
- 6. 应答礼仪的常见形式 57
- 7. 电话交流礼仪规范 60

8. 网络交流礼仪规范	64
第五讲 农家乐服务礼仪——餐饮接待篇	69
1. 餐饮接待服务工作者的职业要求	70
2. 餐饮接待的操作技能	74
3. 餐饮接待的礼貌用语	74
4. 餐厅的摆台布置	78
5. 餐饮接待服务工作者的注意事项	81
6. 递送服务	82
7. 托盘服务	83
8. 上菜服务	85
9. 常见酒水的开瓶方法	88
10. 餐具消毒	90
第六讲 农家乐服务礼仪——住宿接待篇	93
1. 需要对宾客进行登记的原因	93
2. 农家乐治安管理制度	96
3. 登记服务工作者的素质要求	98
4. 受理电话预定的注意事项	101
5. 结账服务	102
6. 客房服务的礼仪规范	105
7. 客房设备的消毒	108
8. 消防管理	111
9. 特殊情况的处理	116

第七讲 农家乐服务礼仪——旅游接待篇	121
1. 旅游接待工作者的基本职责	121
2. 旅游接待工作者的语言技巧	122
3. 旅游接待者良好形象的塑造	122
4. 土特产销售	124

第一讲 服务礼仪概述

礼仪是在人际交往中,以一定的、约定俗成的程序方式来表现的律己敬人的过程,涉及着装、交往、沟通、情商等内容。

礼仪是一个相当宽泛的概念,从个人修养的方面来说,礼仪是一个人内在修养和素质的外在表现;从交际的方面来说,礼仪是人际交往中适用的一种艺术、一种交际方式或交际方法,是人际交往中约定俗成的示人以尊重、友好的习惯做法;从传播的方面来说,礼仪是在人际交往中进行相互沟通的技巧。

礼仪根据运用对象、适用范围及使用目的的不同,大致分为政务礼仪、商务礼仪、服务礼仪、社交礼仪和涉外礼仪五大分支。其中,服务礼仪是各服务行业人员必备的素质和基本条件。

1. 服务礼仪包含的内容

(1)礼。礼是社会的典章制度和道德规范。作为典章制度,它是社会政治制度的体现,是维护上层建筑以及与之相适应的人与人交往中的礼节仪式;作为道德规范,它是国家领导者和贵

族等一切行为的标准和要求。

礼主要表现在以下几个方面：①“尊重”，要求在各种类型的人际交往活动中，以相互尊重为前提，要尊重对方，不损害对方利益；同时又要保持自尊；②“遵守”，遵守社会公德，遵时守信，真诚友善，谦虚随和；③“适度”，现代礼仪强调人之间的交流与沟通一定要把握适度性，不同场合、不同对象，应始终不卑不亢，落落大方，把握好一定的分寸；④“自律”，交流双方在要求尊重自己之前，首先应当检查自己的行为是否符合礼仪规范要求。

(2)礼节。礼节是日常生活中，特别是在社交场合中，人们相互问候来表示相互尊重的常用形式。礼节是人和人交往的礼仪规矩。礼节是不妨碍他人的美德、恭敬人的善行，同时又是行万事的通行证。

不同的国家和民族、甚至不同的地区都有各自的礼节，因此，在相互交往过程中，应熟知和尊重对方的礼节。

(3)礼仪。人是不能离开社会和群体的，在长期的交往活动中，一些约定俗成的习惯会逐渐形成，进而成为了人与人交际的规范，当这些交往习惯以文字的形式被记录并同时被人们自觉地遵守后，就逐渐成为了人们交往时固定的礼仪。

礼仪即礼节和仪式,是礼的秩序形式,在特定场合中,举行程序化、规范化的活动,来表达敬意的方式。礼仪是个人、组织外在形象与内在素质的集中体现。对于个人来说,适当的礼仪既是尊重别人同时也是尊重自己的体现,在个人事业发展中起着决定性作用。

(4)服务礼仪。服务礼仪是各服务行业人员必备的素质和基本条件,通常指的是礼仪在服务行业中的具体运用。服务礼仪主要泛指服务工作者在自己的工作岗位上所应当严格遵守的行为规范。服务礼仪的实际内涵是指服务工作者在自己的工作岗位上向服务对象提供服务的标准的、正确的做法。出于对客人的尊重与友好,在服务中要注重仪表、仪容、仪态和语言、操作的规范;热情服务则要求服务员发自内心地、热忱地向客人提供主动、周到的服务,从而表现出服务员的良好风度与素养。

综上,“礼”“礼节”“礼仪”“服务礼仪”所针对的内容越来越具体,其本质上都是对人的尊重。

2. 服务礼仪重要性的体现

有形、规范、系统的服务礼仪,不仅可以让服务工作者和企业树立良好的形象,更可以塑造受客户欢迎的服务规范和服务技巧,能让服务工作者在和客户的交往中赢得理解、好感和信任。

(1)注重服务礼仪,有助于提高服务工作者的个人素质。

服务礼仪作为服务工作者角色的行为规范,为服务工作者在服务过程中使自身的行为符合服务对象的要求提供了保障,也有助于服务工作者个人素质的提高。服务礼仪通过深入剖析来定位服务工作者的角色,让服务工作者真正明白服务的内涵和服务的意义,在此基础上使其形成良好的服务意识,具备可依据基本的服务原则自如应对各种情况的能力,从而形成较高的服务工作者应具备的个人素质。

(2)注重服务礼仪,有助于更好地对服务对象表示尊重。

服务礼仪为在与服务对象交往时所可能出现的每一个场合、每一个细节做出了具体的行为要求,让服务工作者能便利地选择合适的行为与服务对象进行自在交往,防止出现让服务工作者不知道该怎么表示尊重,即想表达而表达不出来的情况;也防止出现因为采用不正确的表达方式,而让顾客服务对象误认为失礼,即表达错误的情况。服务礼仪通常简单、易行,它不仅能使服务工作者和服务对象交往顺利,而且也使服务工作变得相对轻松和简单,使服务对象更容易产生被尊重和被优待的感觉。

(3)注重服务礼仪,有助于进一步提高服务

水平与服务质量。

服务质量,通常泛指服务工作者的服务工作的好坏与服务水平的高低。服务质量主要由情感性服务(服务态度)与机能性服务(服务技能)两大要素构成。情感性服务是服务提供者对服务对象的行为总和,包括动作、表情和谈话等,其质量具有很大的主观性和不确定性。在一般情况之下,消费者对情感性服务的重视程度,往往会高于对机能性服务的重视程度。可以说,提高服务水平和服务质量的关键在于提高情感性服务的质量,而情感性服务的质量又取决于服务工作者的服务意识和礼仪修养。

(4)注重服务礼仪,有助于塑造并维护服务单位的整体形象。

良好的企业形象是吸引消费者、扩大企业市场份额的有效保证。塑造并维护企业的整体形象不是为了自我欣赏,而是为了服务对象。而良好的服务礼仪是一个企业树立良好的企业形象的有效手段。人们对一个企业的认识,首先是从该企业为服务对象提供的服务开始的。因此,好的服务礼仪可以塑造、完善一个企业、一个地区乃至一个国家的整体形象。

(5)注重服务礼仪,有助于提升服务单位的竞争力。

随着市场竞争的日益激烈、科学技术的不断

发展和全球经济一体化的推进,企业生产的产品越来越难以满足消费者的需求,产品很难长期保持技术上的领先,市场已经从卖方市场转为买方市场。消费者在购买商品时,不但希望买到质优的有形产品,而且还希望获得满意的无形服务,从而使企业之间的技术竞争、价格竞争空间越来越小,而服务竞争显现出魅力。服务礼仪不仅能够给服务工作者在服务过程中以行为指导,从而使服务交往变得容易进行,而且还能帮助服务工作者养成良好的服务意识。具有良好服务意识的服务工作者,能够长期赢得服务对象的认可,从而可以有效地提升企业的竞争能力。

(6)注重服务礼仪,有助于使服务单位创造出更好的经济效益和社会效益。

随着服务业的迅猛发展,服务在国民经济中的地位越来越显示出其重要性。企业之间的竞争再也不是有形产品之间的竞争,更多是无形服务的竞争,企业已经意识到良好的服务可以给企业带来可观的经济效益。与此同时,服务礼仪的意义绝不是只局限于经济层面,它已渗透到社会生活的各个层面,社会文明的发展和民主的进步,呼唤着服务礼仪的完善。服务礼仪可以给一个企业带来更多的社会效益,它使世界更美好,社会更和谐。

3. 服务工作者的服务礼仪的培养

良好的服务礼仪并非与生俱来,也非一日之功,是要靠后天不懈努力和精心教化才能逐渐形成的。因此,可以说服务礼仪由文明的行为标准真正成为—种自觉、自然的行为的过程是一个渐变的过程。而完成这种变化则需要有—种不同的力量,即:个人的原动力、教育的推动力以及环境的感染力。

(1) 个人的原动力

个人的原动力,即自觉地培养强烈的服务礼仪意识,在面对顾客时,能够自然产生—种强烈的施礼欲望。把—只青蛙放入盛满水的锅里,慢慢加热,青蛙虽然可以感觉外界温度慢慢变化,但因为惰性的原因和没有立即往外跳的迫切动力,最后落得个被煮熟的下场。同样,竞争环境的改变大多是渐近式的,特别是作为服务工作者,如果缺少服务礼仪意识,如果对环境的变化没有一点感知并自我努力、自我上进的话,最后就会像这只青蛙—样,被煮熟、淘汰。

(2) 教育的推动力

良好的服务礼仪是需要长时间培养的。首先需要不断地积累行业相关的礼仪知识,其次是实践,即在工作—和生活中运用学到的礼仪知识,不断提升自己的礼仪行为,最后养成良好的服务礼仪习惯。

(3)环境的感染力

《三字经》里说：“昔孟母，择邻处。”孟母三迁便出自于此。词语解释信息为孟子的母亲为了使孩子拥有一个真正好的教育环境，煞费苦心，多次迁居。可见客观环境对个人的言行举止的影响很大。营造良好的服务礼仪环境，就是要让服务工作者在良好的环境中接受教育，促进服务礼仪习惯的养成。