

丛书主编 陈定樑

渔家乐服务礼仪

郑弋炜 编著



浙江工商大学出版社
ZHEJIANG GONGSHANG UNIVERSITY PRESS

渔家乐服务礼仪

郑弋炜 编著



 浙江工商大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

渔家乐服务礼仪 / 郑弋炜编著. — 杭州: 浙江工商大学出版社, 2012. 7

(渔家乐旅游开发与经营宝典 / 陈定樑主编; 2)

ISBN 978-7-81140-469-2

I. ①渔… II. ①郑… III. ①渔业—旅游服务—礼仪—中国 IV. ①F592.6

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2012)第 028993 号

渔家乐服务礼仪

郑弋炜 编著

责任编辑 张婷婷 陈维君

责任校对 周敏燕

封面设计 影·设计工作室

责任印制 汪俊

出版发行 浙江工商大学出版社

(杭州市教工路 198 号 邮政编码 310012)

(E-mail: zjgsupress@163.com)

(网址: <http://www.zjgsupress.com>)

电话: 0571-88904980, 88831806(传真)

排 版 杭州朝曦图文设计有限公司

印 刷 杭州杭新印务有限公司

开 本 850mm×1168mm 1/32

印 张 4.875

字 数 114 千

版 次 2012 年 7 月第 1 版 2012 年 7 月第 1 次印刷

书 号 ISBN 978-7-81140-469-2

定 价 16.00 元

版权所有 翻印必究 印装差错 负责调换

浙江工商大学出版社营销部邮购电话 0571-88804227

CONTENTS

目录



第一章 渔家乐服务礼仪概述·····	001
第一节 渔家乐概述·····	002
第二节 礼仪概述·····	002
第三节 渔家乐服务礼仪概述·····	006
第二章 渔家乐服务人员仪容仪表形象礼仪规范·····	010
第一节 仪容仪表概述·····	011
第二节 渔家乐服务人员的发型礼仪规范·····	013
第三节 渔家乐服务人员的脸部修饰礼仪规范·····	015
第四节 渔家乐服务人员的体部修饰礼仪规范·····	023
第五节 渔家乐服务人员的服饰礼仪规范·····	024
第三章 渔家乐服务人员仪态形象礼仪规范·····	029
第一节 渔家乐服务人员的神态礼仪规范·····	030
第二节 渔家乐服务人员的站姿礼仪规范·····	035
第三节 渔家乐服务人员的蹲、坐姿礼仪规范·····	039
第四节 渔家乐服务人员的行姿礼仪规范·····	045
第五节 渔家乐服务人员的手势运用礼仪规范·····	047



第四节	渔家乐入住登记礼仪规范·····	103
第五节	渔家乐客房配套服务礼仪规范·····	107
第八章	渔家乐推销及应对客户投诉礼仪规范·····	112
第一节	渔家乐推销礼仪规范·····	114
第二节	渔家乐引起客户投诉的事件·····	117
第三节	渔家乐处理客户投诉礼仪规范·····	123
第九章	渔家乐服务人员人际交往及渔船服务的礼仪规范·····	127
第一节	渔家乐服务人员鞠躬及交换名片礼仪规范·····	128
第二节	渔船服务礼仪规范·····	130
附录一	舟山岱山祭海风俗·····	133
附录二	山东即墨渔民祭海·····	137
后 记	·····	141



第一章 渔家乐服务礼仪概述

■ 案例 ■

莫名其妙的错误

在一个秋高气爽的日子里,渔家乐服务人员小贺着一身剪裁得体的新制服,准备开门迎客。一辆白色高级轿车向旅店驶来,司机动作娴熟,准确地将车停靠在旅店大门的雨棚下。小贺看到后排坐着两位男士,前排副驾驶座上坐着一位外国女宾。小贺一步上前,以优雅姿态和职业性动作,先为后排客人打开车门,做好护顶关好车门后,小贺又迅速走向前门,准备以同样的礼仪迎接那位女宾下车,但那位女宾满脸不悦,使小贺茫然不知所措。

通常后排座为上座,一般凡有身份者皆在此就座。优先为重要客人提供服务是服务程序的常规,这位女宾为什么不悦?小贺错在哪里?

■ 案例启示 ■

礼仪是各国约定俗成的行为规范,不同的国度受其文化的影响形成不同的行为规范。西方倡导“女士优先”的礼仪,小贺没能很好地把握东西方礼仪文化差异,应先为副驾驶的女宾开门。



第一节 渔家乐概述

随着生活品质的不断提高,休闲旅游开始作为现代人的一种生活方式进入寻常百姓家。近年来,我国城市建设、景区建设和社会主义新农村建设不断深化推进,渔家乐、农家乐等乡村旅游日益兴旺。目前,蓬莱、长山群岛、舟山群岛、大长山岛、长岛、广鹿岛等海岛渔家乐凭借得天独厚的地理位置和优质的海洋资源发展较好。

渔家乐是以渔民生活为依托,自然风光与民俗文化有机结合的旅游产品。渔家乐深入开发和挖掘了渔村独特的生产生活习俗,针对游客的构成情况、消费层次以及兴趣爱好等,着力打造有质量、有特色、适销对路的渔家乐旅游产品,并提供优质的服务。

渔家乐旅游项目具有文化内涵,同时具有知识性、趣味性、体验性和娱乐性。民俗风情的最大优势就是旅游者能亲自体验民风民情,参与民间活动。渔家乐的民俗旅游活动让游客观赏到渔家民俗文化,体验到“做一天渔民,吃一顿渔宴,尝一次野味,住一回渔家”的乐趣,还可以参加各类活动,如钓鱼、捕鱼、捉泥鳅、打麻糍、划船、骑水上自行车、参加真人CS、参观渔民展览馆、体验渔民特色婚礼、品各类海鲜等。

第二节 礼仪概述

一、礼仪的概念

一般而言,与“礼”相关的词最常见的有三个,即礼仪、礼节、礼貌。在大多数情况下,它们被视为一体,混合使用。但



严格来说,三者不能简单地混为一谈,它们之间既有区别,又有联系。

礼貌指在人际交往中,通过语言、动作向交往对象表示谦虚和恭敬。礼貌则侧重于表现人的品质与素养。

礼节指人们在交际场合,相互表示尊重、友好的惯用形式,是礼貌的具体方式。它与礼貌的相互关系是:没有礼节,就无所谓礼貌;有了礼貌,就必然伴有具体的礼节。

礼仪是对礼节、仪式的统称,指在人际交往中,自始至终以一定的、约定俗成的程序和方式来表现的律己、敬人的完整行为。礼貌是礼仪的基础,礼节是礼仪的基础组成部分。换言之,礼仪在层次上要高于礼貌、礼节,其内涵更深、更广。礼仪,实际上是由一系列具体的、表现礼貌的礼节所构成的,是一个表示礼貌的系统而完整的过程。

礼仪还可以从下面几个不同的角度进行解释:(1)从个人修养的角度来看,礼仪是一个人的内在修养和素质的外在表现。也就是说,礼仪就是教养、素质体现于对交往礼节的认识和应用。(2)从道德的角度来看,礼仪是为人处世的行为规范或标准做法、行为准则。(3)从交际的角度来看,礼仪是人际交往中实用的一种艺术,也可以说,是一种交际方式。(4)从民俗的角度来看,礼仪是在人际交往中必须遵守的律己敬人的习惯方式,也可以说是在人际交往中约定俗成的待人以尊重、友好的习惯做法。简言之,礼仪是待人接物的一种惯例。(5)从传播的角度来看,礼仪是一种在人际交往中进行相互沟通的技巧。(6)从审美的角度来看,礼仪是一种形式美,它是人的心灵美的外在表现。

二、礼仪的基本内容

依据其适用对象、适用范围的不同,礼仪包括以下基本



内容。

（一）一般礼仪

包括礼仪的本质、特性，礼仪的起源和历史演变，礼仪的功能和原则，等等。礼仪修养主要涉及礼仪修养的本质、意义、特征和方向等问题。

（二）个人礼仪

主要包括言谈、举止、服饰等方面的礼仪要求。

（三）家庭礼仪

礼仪在家庭及亲友交往范围内的运用是家庭礼仪，它包括家庭称谓、问候、祝贺与庆贺、赠礼、家宴及家庭应酬等礼仪规范。

（四）社交礼仪

从家庭走向社会，进行社会交往，是礼仪行为向大社会的拓展。社会礼仪通常包括见面与介绍的礼仪、拜访与接待的礼仪、交谈与交往的礼仪、宴请与馈赠的礼仪、舞会与沙龙的礼仪、社会禁忌等。

（五）公务礼仪

公务礼仪是人们在公务活动过程中所应遵循的礼仪规范，它存在着自身的特殊性。在礼仪的一般原则指导下，把握公务活动的过程中特殊的礼仪规范，可以提高公务活动的效率和成功率。公务礼仪通常包括工作礼仪（如工作汇报、办公室礼仪等）、会议礼仪、公文礼仪、公务迎送礼仪等。

（六）礼仪文书

礼仪文书是人们在日常交往过程中，用书信和其他文字方式表达情感的礼仪形式，通过礼仪文书，可以达到彼此交流思想、互通信息、加深友谊的目的。常用的礼仪文书有礼仪书信（如邀请信、贺信、感谢信等）、礼仪电报、请柬、名片、贺年卡、题词、讣告、唁电、碑文等。



（七）商务礼仪

商务礼仪与一般的人际交往礼仪不同，它体现在商务活动的各个环节之中。对于商业企业来说，从商品销售到售后服务等，每一个环节都与企业的形象息息相关。因此，商业企业及其每一个成员，应当时时按照商务礼仪的要求去开展工作。商务礼仪主要包括柜台待客礼仪、商务洽谈礼仪、营销礼仪、商业仪式等。

（八）习俗礼仪

不同的国家、不同的民族存在着不同的风俗习惯，充分了解这些风俗习惯，并在社交往来中自觉尊重这些风俗习惯，有助于交往的成功。习俗礼仪的内容主要包括日常生活礼俗、岁时节令礼俗、人生礼俗（如婚嫁礼俗和丧葬礼俗）。

三、礼仪的基本原则

一是宽容的原则。人们在交际活动中运用礼仪时，既要严于律己，更要宽以待人。

二是敬人的原则。人们在社会交往中，要敬人之心常存，处处不可失敬于人，不可伤害他人的个人尊严，更不能侮辱对方的人格。

三是自律的原则。这是礼仪的基础和出发点。学习、应用礼仪，最重要的就是要自我要求、自我约束、自我控制、自我对照、自我反省、自我检点。

四是遵守的原则。在交际应酬中，每一位参与者都必须自觉、自愿地遵守礼仪，用礼仪去规范自己在交往活动中的言行举止。

五是适度的原则。应用礼仪时要注意做到把握分寸，认真得体。

六是真诚的原则。应用礼仪时，务必诚信无欺、言行一



致、表里如一。

七是从俗的原则。由于国情、民族、文化背景的不同,必须坚持入乡随俗,与绝大多数人的习惯做法保持一致,切勿目中无人、自以为是。

■案例链接■

20世纪80年代,中国女排夺得三连冠。一家对外的画报用女排姑娘的照片作封面,照片上的女排姑娘都穿着运动短裤。阿拉伯文版也用了这张照片,结果有些阿拉伯国家不许其输入。

小问题:大家知道这是为什么吗?

八是平等的原则。这是礼仪的核心,即尊重交往对象,以礼相待,对任何交往对象都必须一视同仁,给予同等礼遇。

第三节 渔家乐服务礼仪概述

■案例■

不在服务范围之内

小张在一家渔家乐饭店用餐,享受到了美味餐食和热情周到的服务。由于饭菜有剩余,他只好打包回家,谁知刚出店门,脚下打滑,餐盒落地。菜汁溅到了皮鞋和裤腿上,正在他懊恼不已、希望有人帮助之际,却看到饭店门口的服务人员非但毫无出手相帮的意向,反倒一片嬉笑,分明是在取笑他。于是小张愤而质问他们,谁知他们却说:“您出了这道门,就不再是我们的客人,我们并无帮助您的义务。”



通过上面这件事,我们应该思考:一个合格的渔家乐服务人员应遵守哪些礼仪规范?

■案例启示■

作为一名合格的服务人员,服务的范围并不仅仅局限在工作场所之内,只要是服务人员眼能看到、手能摸到的地方,只要是与宾客相关的任何事情,都应具备一定的服务意识,主动提供相应的服务。

服务礼仪是各服务行业人员必备的素质和基本条件。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、动作的规范,向客人提供主动、周到的服务,从而表现出服务人员良好的风度与素养。

服务意识是指渔家乐全体员工在与一切渔家乐利益相关的人或组织的交往中所体现的为其提供热情、周到、主动的服务的欲望和意识。它不仅表现在工作场所内,还表现在工作场所外;不仅表现在工作时间内,还表现在工作时间外。

服务礼仪和服务意识相辅相成,只有具备良好的服务意识才能在服务人员个体上展现出较好的礼仪规范,而优秀的礼仪素养也彰显较强的服务意识。

其中,有几点需要注意:一是顾客泛指与渔家乐员工直接或间接交往的一切与渔家乐利益相关的人或组织;二是渔家乐服务意识,不仅是前台、客房、餐厅、康乐等传统的一线员工应具备的基本素质,也是财务、采购、人力资源、工程维修、安全等职能部门甚至高层管理者必备的意识;三是渔家乐服务意识的时间范围应该延长,它不仅指工作时间内必须严守该准则,工作之余也应牢记。

无论是礼仪规范还是服务意识,都直接体现在员工对顾



客的态度上。因此,必须做到以下几点。

第一,视顾客为亲友。只有用高质量的情感服务接待每一位顾客,才能使顾客以更大的热情对你予以关注和支持,双方的关系才能步入良性循环轨道。在服务实践中,应以微笑的面孔、百倍的热情欢迎每一位顾客的光临。在为顾客服务中,应该想顾客之所想,体察顾客心理,解决好顾客的各种难题。

第二,顾客永远是对的。这句话是伴随着市场经济的迅速发展、消费者权益运动的日益高涨,由西方企业界提出来的,是“顾客就是上帝”这句话的具体体现。这句话真正的含义并不是说顾客说的全是对的,而是让他觉得他是对的。

第三,把顾客视为单位的主宰。单位把顾客作为单位的主宰,既是由单位的经济属性,即谋求更高赢利的原始经营动机决定的,也是社会属性决定的奉献和获取经济利益相统一的服务理念的具体体现。在面对顾客时,无论何时何地都要主动、热情、周到,让顾客切实感到在单位的重要性。

所以,作为渔家乐的工作人员,首先应对“顾客”的概念充分理解,它不但包括正在为之服务的人,还包括即将需要服务的客人或与渔家乐有业务关系的合作伙伴,包括供货商、代理商等。其次要树立正确的服务意识,无论是直接服务的宾客还是有合作关系的业务商,提供真诚、良好、优质的服务,才能拥有稳定的宾客群体,才能实现长远、良好的合作。再次,服务意识对职能部门同样重要,要使职能部门树立服务意识,关键在于从思想上改变“职能部门是二线,要求可以低一点”,以及“职能部门面对的不是客人”等错误观念,树立整个渔家乐都是一线的思想。

渔家乐管理层要完成这一转变,使职能部门认识到树立服务意识的重要性。同时,应在职能部门中推行标准化管理,



对每个部门和岗位的工作都做出明确的、量化的要求。例如有的渔家乐要求交通班车司机做到车内整洁卫生、行车准点、定点候客、门前迎候、统一工装,而且来有迎声,去有送语。具备良好服务意识的领导本身也是员工学习与效仿的最好榜样。如果全体员工都能做到像上面所说的那样,我们面对他人的微笑将不再是“职业性”的,而是发自内心的,是为他人服务的真情流露。渔家乐的形象会受到社会公众的极高称誉,员工将不仅仅是优秀的渔家乐从业者,也是旅游行业精神文明的倡导者和传播者。



第二章 渔家乐服务人员仪容 仪表形象礼仪规范

■||案例||

小郭是某渔家乐饭店的迎宾员,今天是她当班。小郭刚站到迎宾位置上没多久,就被领班叫到了一边,领班不满地上下打量小郭,说道:“你去好好照照镜子,检查一下你的仪容仪表,看看符合要求吗?”小郭看了看自己,漂亮的迎宾服上有好几处褶皱,裙摆上还有前天下雨时溅上的泥点。本来前一天应该清洗工作服的,但当晚参加了一个同学聚会,回来得比较晚,一偷懒就没有洗,今天早上起床后也没有注意,就把这件脏衣服穿上了。

“对不起,我马上回去换。”小郭不好意思地回答。回宿舍的路上,小郭心想:幸亏被领班及时发现,不然被客人看到影响可就大了。

■||案例启示||

良好的仪容仪表,会让人产生良好的第一印象。员工的仪容仪表对于企业来说至关重要,反之,再热情的服务,也不能给客人留下好印象。对于个人来说,注重仪容仪表也是自尊自爱的一种表现。仪容仪表反映出了良好的个人修养和蓬勃的生命力,一名员工只有对自己尊重了,才会受到客人的尊重。国外有一家酒店总是这样要求服务员:下班以后,怎么打



扮都可以,但是,上班的时候,不能把自己打扮得太漂亮,一律穿工作服,只能化淡妆。

第一节 仪容仪表概述

据专家分析,在事物给人的印象中,视觉印象占75%,由于客人每天会与各岗位的服务人员接触,所以服务人员的仪容仪表,在客人对渔家乐的视觉印象中占有很大比例,同时服务人员的仪容仪表是客人对渔家乐的第一印象。因而作为一名渔家乐的服务人员应重视自我的仪容仪表修饰。

一、仪容

仪容,通常是指人的外观、外貌。其中的重点,则是指人的容貌。在人际交往中,每个人的仪容都会引起交往对象的特别关注,它是交往对象从人的表面(而非内心)出发对对方作出整体评价的依据之一。因而,仪容代表员工本身的素质,也是判定企业是否优秀的重要标准。所以,作为渔家乐企业的服务人员要懂得如何将自己的仪容打造得赏心悦目。

仪容美一般包含以下几点。首先是要求仪容自然美。它是指仪容的先天条件好,通过遗传先天具有美丽的容貌。尽管以相貌取人不合情理,但先天美好的仪容相貌,无疑会令人赏心悦目。其次是要求仪容修饰美。它是指依照规范与个人条件,对仪容实行必要的修饰,扬其长,避其短,设计、塑造出美好的个人形象,在人际交往中尽量令自己显得有备而来,自尊自爱。最后是要求仪容内在美。它是指通过努力学习,不断提高个人的文化、艺术素养和思想、道德水准,培养出自己高雅的气质与美好的心灵,使自己秀外慧中,表里如一。

真正意义上的仪容美,应当是上述三个方面的高度统一。

