



21 世纪高职高专精品教材
旅游与酒店管理系列

旅游服务礼仪

主编 李博洋

主审 徐锦祉



西南财经大学出版社
Southwestern University of Finance & Economics Press

21 世纪高职高专精品教材·旅游与酒店管理系列

旅游服务礼仪

西南财经大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

旅游服务礼仪/李博洋主编. —成都:西南财经大学出版社,2011. 1
ISBN 978-7-5504-0135-8

I. ①旅… II. ①李… III. ①旅游服务—礼仪 IV. ①F590. 63

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2011)第 013628 号

旅游服务礼仪

主 编:李博洋

责任编辑:李特军

装帧设计:王 飞

责任印制:封俊川

出版发行:	西南财经大学出版社(四川省成都市光华村街 55 号)
网 址:	http://www. bookcj. com
电子邮件:	bookcj@foxmail. com
邮政编码:	610074
电 话:	028—87353785 87352368
印 刷:	北京市昌平百善印刷厂
成品尺寸:	185mm×260mm
印 张:	15. 25
字 数:	371 千字
版 次:	2011 年 2 月第 1 版
印 次:	2011 年 2 月第 1 次印刷
印 数:	1—3000 册
书 号:	ISBN 978-7-5504-0135-8
定 价:	24. 00 元

1. 版权所有,翻印必究。

2. 如有印刷、装订等差错,可向本社营销部调换。

出版说明

在国家和社会的大力支持下,我国高职高专教育经过十多年的快速发展,已经取得了不小的成就。但高职高专教育的发展和我国经济发展的现状却不相适应,当前高职高专教育的人才培养结构以及教学内容都与现实需求有着较大的差距。针对高职高专教育发展的现状,温家宝总理在政府工作报告中强调:“要进一步加强职业教育,以就业为目标,整合教育资源,改进教学方式,着力培养学生的就业创业能力。”这进一步明确了高职高专教育的发展方向和教材的改革方向。教育部在《国家中长期教育改革和发展规划纲要(2010—2020年)》(以下简称《纲要》)中也指出:“发展职业教育要面向人人、面向社会,着力培养学生的职业道德、职业技能和就业创业能力。”发展高职高专教育是推动我国经济发展、促进就业的重要途径,必须摆在更加突出的位置。

要加快高职高专教育改革的步伐,就必须对课程体系和教学模式等问题进行探索。在这个过程中,教材的建设与改革无疑起着至关重要的基础性作用,高质量的教材是培养高素质人才的保证。高职高专教材作为体现高职高专教育特色的知识载体和教学基本工具,直接关系到高职高专教育能否为社会培养并输送符合要求的高技能人才。

为促进高职高专教育的发展,加强教材建设,教育部在《关于全面提高高等职业教育教学质量的若干意见》中,提出了“重点建设好3000种左右国家规划教材”的建议和要求,并对高职高专教材的修订提出了一定的标准。为了顺应当前我国高职高专教育的发展趋势,推动高职高专教材的建设,我们精心组织了一批具有丰富教学和科研经验的人员成立了21世纪高职高专精品教材编审委员会。

编审委员会依据教育部高教司制定的《高职高专教育基础课程教学基本要求》和《高职高专教育专业人才培养目标及规格》,调研了300余所具有代表性的高等职业技术学院和高等专科学校,广泛而深入地了解高职高专院校的专业和课程设置,系统地研究了课程的体系结构,同时,充分汲取各院校在探索培养应用型人才方面取得的成功经验,并在教材出版的各个环节设置专业的审定人员进行严格审查,从而确保了整套教材“以就业为导向,培养学生就业创业能力”的特色。

本套教材的编写遵循以下四点原则:

(1) 定位更加强调“以就业为导向”。教育部对我国的高职高专教育提出了“以应用为目的,以必需、够用为度”的原则。根据这一原则,本套教材在编写过程中,力求从实际应用的需要出发,尽量减少枯燥、实用性不强的理论灌输,充分体现“以行业为导向,以能力为本,以学生为中心”的风格,从而使本套教材更具实用性和前瞻性,与就业市场结合得更为紧密。

(2) 按照国家对高职高专教育的定位和教育部《纲要》的具体要求,结合高职高专人

人才培养方案以及教学大纲的需要,为了最大程度地体现高职高专教育的特点及时代发展的要求,本套教材非常注重培养学生的职业技能,力避传统教材“全而深”的教学模式,将“教、学、做”有机地融为一体,在教给学生理论知识的同时,强化了对学生实际操作能力的培养。

(3) 采用“案例导入教学”的编写模式。在讲解的过程中,本套教材援引大量鲜明、实用的案例进行分析,紧密结合实际,以达到编写实训教材的目标。这些精心设计的案例不但可以方便老师授课,还可以启发学生思考,提高其就业创业的能力。

(4) 倡导“立体化”教学,提供全方位教学服务。为顺应 21 世纪高职高专教学发展的需要,我们精心策划了“教学资料包”和教学资源网,向教师用户提供教学课件、教学参考、教学检测、教学资源推荐、课后习题答案等教学资源,以支持网络化及多媒体等现代化教学方式,从而方便老师授课,提高学生的学习兴趣。

对于教材出版及使用过程中遇到的各种问题,欢迎您来电来函与我们联系,联系方式详见“教师服务登记表”。同时,我们也希望有更多经验丰富的教师加入到我们的行列当中,编写出更多符合高职高专教学需要的高质量教材,为我国的高职高专教育作出积极的贡献。

21 世纪高职高专精品教材编审委员会

序

近年来,我国旅游业的发展势不可挡,中国已经成为举世瞩目的旅游大国。根据世界旅游组织的预测,到2020年,我国将成为世界第一大旅游目的地国和第四大客源输出国。

与此同时,旅游业在国民经济中的地位也日益提高。2009年,国务院《关于加快发展旅游业的意见》明确指出,要“把旅游业培育成国民经济的战略性支柱产业和人民群众更加满意的现代服务业”。这对中国旅游业而言,是一个具有里程碑意义的发展战略定位,标志着发展旅游业已成为国家重大战略。“十二五”期间,旅游业在国民经济中的地位将进一步凸显。为了适应中国旅游业的快速发展,提高旅游业的核心竞争力,培养高素质的人才队伍便成为了一项紧迫的任务。

旅游教育是旅游业发展的人才保障,是变劳动力储备为人才优势、变旅游大国为旅游强国的重要途径。而高等职业教育的目标正是培养适应服务与管理一线的具有实践能力、服务意识和创新精神的技术应用型专业人才。近年来,我国旅游管理专业的开办数量、招生人数、办学条件都超过了历史上任何一个时期,承担了为国家培养旅游人才的重任。但是,与旅游业和旅游教育迅速发展的步伐相比,高等职业教育旅游管理专业教材的建设却相对滞后,课程体系、知识体系等还处在摸索和研究之中,这显然不利于旅游教育的发展。因此,如何加强高等职业教育旅游管理专业教材的建设,更好地满足学生未来就业的需要,便成为高等职业教育旅游管理专业教学普遍关心的问题。

旅游服务礼仪是一门实用性、技能性较强的课程,这是由旅游服务业的特点决定的。旅游服务业是劳动密集型产业,要求旅游从业人员为旅客提供满意的服务。在此背景下,本书的编写以旅游服务行业的特点为出发点,突出旅游服务礼仪的课程目标,有效地提高学生的专业素养,使他们在短时间内达到训练的效果,帮助学生学以致用,快速将所学知识运用到待客服务过程中,提高服务的质量。

本书主要有以下三大特点:

1. 理论够用,突出实践

本书坚持了高等职业教育“必需、够用”的原则,适当压缩理论部分,突出实操部分,重点培养学生的操作能力。为此,本书主要做了两个精心安排:一是选取丰富的典型案例;二是精心设计实训拓展。典型案例与理论部分紧密结合,并配有分析说明,为学生提供了工作情景的模拟式技术指导。实训拓展则为学生提供了实际工作情景,以便他们能在教师的指导下,运用所学知识独立完成任务,真正将旅游服务礼仪自然地表达出来。

2. 教学设计合理

在充分考虑学生的学习习惯和知识接受能力的基础上,本书的编排遵循先进的教学理念和思路:目标定位——案例导入——提出问题——带着疑问进入主题——结合

案例精讲——复习总结——技能训练。这种循序渐进、逐步提高的学习过程,能够帮助学生在不知不觉中,成为“有礼”之人。

3. 以实际工作为导向

本书内容的选取贴合旅游服务行业的实际工作,包括酒店服务、旅行社服务等岗位的礼仪知识和要求。而且,本书语言通俗易懂,图文并茂,便于学习,是为高职学生量身定做的礼仪教材。

相信本书能够成为旅游管理专业教学的优秀教材,更好地满足现代高等职业教育教学的需求,为旅游服务业培养出更多合格的人才。

中国旅游饭店业协会副会长

徐锦光

前 言

对旅游从业者而言,礼仪是衡量其服务质量高低的重要指标之一。掌握正确的旅游服务礼仪,能展现旅游从业人员的职业素养,拉近与客人的距离,从而有效地推动旅游活动的顺利开展。能够在拥有丰富礼仪知识的基础上,根据不同场合熟练运用服务技巧,往往会令工作事半功倍。

作为一门课程,旅游服务礼仪在主旨、内容、教学方法等诸多环节和方面渐趋成熟,一方面越来越注重和体现应用性;另一方面也越来越能够深入地阐释礼仪生成的文化背景。因此,在高职高专的整个课程教育体系中,旅游服务礼仪逐渐发挥出越来越独特的作用。

本书编写的指导思想是突出实训技能训练的重要性,重视可读性,强化学习目标的目的性和可行性。理论上深入浅出、通俗易懂,与实践紧密结合,着重培养学生的职业能力和职业素养,旨在通过培养学生的礼仪意识,让学生领悟礼仪养成对于个人自我完善及事业发展的重要性。在此基础上,帮助学生掌握基本的礼仪常识,较好地掌握旅游行业相关岗位服务礼仪规范,提高旅游从业人员的服务水平和跨文化交际能力,为毕业后在实际工作中不断提高服务水平打下坚实的基础。

基于这种理念,我们组织编写了这本面向高职高专院校的教材。本书共十一章,在结构上,本书可分四个部分。第一章和第二章组成第一部分,就旅游业与礼仪的关联性 & 旅游从业人员的基本礼仪素养作了一个入门式的介绍;第二部分由第三章、第四章、第五章、第六章和第七章组成,主要介绍了旅游行业相关的岗位和部门所涉及的礼仪知识及运用方式;第八章和第九章组成第三部分,介绍了与旅游相关的活动所涉及的礼仪知识;第四部分由第十章和第十一章组成,分别就宗教、民族、国家或地区的礼仪的不同,介绍其不同的礼俗禁忌。

本书在内容方面有三个特点:第一,编写体例清晰,图文并茂,语言朴素、简洁,体现了作者的编写意图和使用群体的需要;第二,知识链接内容丰富,案例新颖,体现了阅读的趣味性;第三,大量采用实拍示范照片,直观生动,便于学生理解和记忆。

本书由李博洋任主编,徐舒、李昶任副主编。具体分工如下:第一章、第六章由徐舒编写,第二章、第九章由李博洋编写,第三章、第四章由李昶编写,第五章、第十一章由祁海霞编写,第七章、第八章由陈志刚编写,第十章由王莎莎编写。本书由中国旅游饭店业协会副会长徐锦社主审并提出宝贵意见。

本书的编写得到了北京港澳中心瑞士酒店的大力支持,获得了丰富的资料和技术

细节指导。同时,编者还参阅了大量相关书刊资料,在此一并表示感谢。

由于编者水平有限,书中不足之处在所难免,请相关专家、学者、同仁不吝赐教,以便再版时修正。

编 者

目 录

第一章 旅游服务礼仪概述	1
第一节 旅游服务礼仪的概念、特点及原则	2
第二节 旅游服务礼仪的意义及作用	6
第三节 旅游服务礼仪的培养及运用	9
第二章 旅游服务人员的仪容、仪表、仪态	14
第一节 仪容、仪表、仪态概述	15
第二节 旅游服务人员的仪容、仪表	18
第三节 旅游服务人员的仪态	28
第三章 旅游服务礼貌用语	44
第一节 旅游服务礼貌用语概述	45
第二节 常见旅游服务礼貌用语	51
第四章 旅游服务人员职场礼仪	60
第一节 涉外见面与日常交往礼仪	61
第二节 办公室礼仪	80
第五章 旅行社服务礼仪	88
第一节 销售接待礼仪	89
第二节 导游接待礼仪	92
第六章 酒店服务礼仪	99
第一节 前厅部服务礼仪	100
第二节 餐饮部服务礼仪	107
第三节 客房部服务礼仪	120
第四节 康乐部服务礼仪	126
第七章 会展礼仪	132
第一节 会展礼仪的特点及原则	133
第二节 展览会礼仪	137
第三节 会议礼仪	142

第八章	仪式礼仪与娱乐休闲活动礼仪	154
第一节	仪式礼仪	155
第二节	娱乐休闲活动礼仪	161
第九章	宴请礼仪与赴宴礼仪	172
第一节	宴请的形式	173
第二节	宴请活动的组织礼仪	180
第三节	赴宴礼仪	183
第四节	中西餐菜点知识及饮食规范	185
第十章	宗教礼仪	195
第一节	基督教礼仪	195
第二节	佛教礼仪	200
第三节	伊斯兰教礼仪	202
第四节	道教礼仪	204
第十一章	礼俗禁忌	210
第一节	我国主要少数民族礼俗禁忌	210
第二节	主要客源国礼俗禁忌	218
参考文献		229

第一章 旅游服务礼仪概述

◎ 知识目标

1. 理解旅游服务礼仪的概念、特点、作用及意义；
2. 掌握旅游服务礼仪的养成途径。

◎ 技能目标

1. 深化对旅游服务礼仪的理解,加强对客服务礼仪意识;
2. 通过实训,掌握旅游服务礼仪学习方法,逐渐养成服务礼仪习惯,并自觉运用于旅游工作实践。

案例导读

世博礼仪起航仪式泰州举行 彰显中国魅力

举世瞩目的2010年上海世博会开幕之前,经共青团中央、上海世博局授权,由江苏省文明办、泰州市人民政府联合主办的以“年轻的世博 青春风采”为主题的世博礼仪起航仪式于2010年4月16日在江苏泰州凤城河风景区望海楼广场举行,仪式由上海世博会形象大使杨澜和张宇联袂主持。

当晚7时许,泰州市委书记张雷、市长姚建华和江苏省文明办副主任韩松林共同启动触摸球。上海世博礼仪人员于16日从泰州集中进发上海,代表中国出现在世博会现场,用最优雅的礼仪、最美丽的形象迎接远道而来的世界各国朋友。

起航仪式上,杨澜宣读了上海世博局为本次活动专程发来的贺电。贺电称:在中国2010年上海世博会即将开幕之际,欣闻“年轻的世博 青春风采”世博礼仪风采泰州起航仪式隆重举行,上海世博会事务协调局谨致热烈祝贺!长期以来,作为长三角城市群重要成员,泰州通过各种方式积极参与世博筹办,以丰富多彩的实践生动演绎“城市,让生活更美好”的世博主题。本次世博礼仪风采活动,再次为世博筹办增加了新光彩,为双方合作丰富了内涵,并让更多的泰州市民参观世博、体验世博,让更多的世博游客走进泰州、体验泰州。

泰州市政府副秘书长、旅游局局长刘宁在当日下午举行的新闻通气会上接受记者采访时说,2010年4月6日至5月6日的第二届泰州国际旅游节,突出了与世博接轨这一主题,着力把泰州打造成长三角地区重要的旅游目的地。期间,除了世博礼仪起航仪式,还推出了“泰州世博旅游上海宣传周”、“世博旅游新产品考察团活动”等活动,借世博机遇全方位推介泰州市旅游。

❓ 请思考

世博会对于中国来说,正如案例的标题所述,是一个难得的向世界彰显中国魅力的舞台;而对于中国旅游业来讲,更是一个久违的契机。通过举办世博礼仪起航仪式,江苏省泰州市制造了旅游卖点,不仅为本地成为长三角地区重要旅游目的地造势,而且将本地经济纳入了世博经济,让更多的世博游客走进泰州,体验泰州。

那么,泰州为什么要打“礼仪”这张牌呢?“礼仪”对旅游业的发展有哪些好处?它真能助旅游业一臂之力冲出藩篱,拥抱明天吗?

第一节 旅游服务礼仪的概念、特点及原则

一、旅游服务礼仪的概念

礼仪包括“礼”和“仪”两部分。

“礼”,是人际间乃至国际交往中,相互表示尊重、亲善和友好的行为,包括礼貌和礼节。礼貌是人们在交往过程中相互表示敬意和友好的行为准则和精神风貌,是一个人在待人接物时的外在表现,体现了时代的道德水准;礼节是指人们在日常生活中,特别是在交际场合中,相互表示问候、致意、祝愿、慰问以及给予必要的协助与照料的惯用形式。

“仪”,即“仪容”、“仪表”、“仪态”、“仪式”,是对礼节、仪式的统称。

一般来说,礼仪指人们在社会交往中,为了相互尊重,在仪表、仪态、仪式、仪容、言谈举止等方面约定俗成的、共同认可的规范和程序,是一种交际艺术。礼貌是表示尊重的言行规范,礼节是表示尊重的惯用形式和具体要求,礼仪是由一系列具体表示礼貌的礼节所构成的完整过程。三者虽然名称不同,但密不可分,都是人们在相互交往中表示尊敬、友好的行为。怀礼貌之心而不懂礼节,容易失礼;知礼节而流于形式,则有客套之嫌。

旅游服务礼仪以礼仪为基础,是礼仪在旅游接待服务过程中的具体运用,是对旅游者表示尊重和友好的一系列行为规范。在经济学家眼里,礼仪是一笔巨大的财富;在心理学家眼里,礼仪是最能说服人的心理武器;而在服务行业,礼仪是服务人员最正宗的脸谱。

旅游业属于服务行业,其核心竞争力究其根底是服务质量,所以旅游企业必须在服务质量上下工夫,才能在同行中获得持续的、强劲的竞争力。而且,消费者面对丰富多样的选择时,往往更重视服务质量的好坏,因此,服务质量就成了旅游业的生命线,关系到旅游业的生死存亡。然而目前在旅游业迅速发展的同时,却没有相应的高质量的服务和礼仪水平与之相配合。因此,旅游从业人员必须更好地掌握服务礼仪的相关知识和规范要求,不断提高服务水平。

知识链接 1-1

东西方礼仪的典型差异

1. 在表达形式方面

西方礼仪强调实用,表达率直、坦诚。东方人以“让”为礼,凡事都要礼让三分,与西方人相比,常显得谦逊和含蓄。例如,在面对他人夸奖所采取的态度方面,东西方人不相同。面

对他人的夸奖,中国人常常会说“过奖了”、“惭愧”、“我还差得很远”等,表示自己的谦虚;而西方人面对别人真诚的赞美或赞扬,往往会用“谢谢”来表示接受对方的美意。

2. 在礼品馈赠方面

在送礼和接受礼品时,东西方也存在着差异。西方人送礼时,总是向受礼人直截了当地说“这是我精心为你挑选的礼物,希望你喜欢”,或者说“这是最好的礼物”之类的话;西方人一般不推辞别人赠予的礼物,接受礼物时先对送礼者表示感谢,接过礼物后总是当面拆看礼物,并对礼物赞扬一番。而东方人则不同,中国人及日本人在送礼时也费尽心机、精心挑选,但在受礼人面前却总是谦虚而恭敬地说“微薄之礼不成敬意,请笑纳”之类的话;东方人在受礼时,通常会客气地推辞一番,接过礼品后,一般不当面拆看礼物,唯恐对方因礼物过轻或不尽如人意而难堪,或显得自己重利轻义,有失礼貌。

3. 在对待“老”的态度方面

东西方礼仪在对待人的身份地位和年龄上也有许多观念和表达上的差异。东方礼仪一般是老者、尊者优先,凡事讲究论资排辈。西方礼仪崇尚自由平等,在礼仪中,等级的强调没有东方礼仪那么突出,而且西方人独立意识强,不愿老、不服老,特别忌讳“老”。

4. 在对待隐私权方面

西方礼仪处处强调个人拥有的自由(在不违反法律的前提下),将个人的尊严看得神圣不可侵犯。在西方,冒犯对方“私人的”所有权利,是非常失礼的行为。因为西方人尊重别人的隐私权,同样也要求别人尊重他们的隐私权。东方人非常注重共性拥有,强调群体,强调人际关系的和谐,邻里间相互关心,嘘寒问暖,是一种富有人情味的表现。

二、旅游服务礼仪的特点

(一)广泛性

现代旅游业是一种跨度很大的服务行业,涉及的服务环节纷繁复杂。任何一个环节出现问题,都会给旅游者的旅游体验带来负面影响。为了保证旅游服务工作的顺利施行,需要按照一定的礼仪规范做好服务与接待工作,旅游礼仪由此贯穿旅游活动的整个过程。

(二)实用性和灵活性

旅游服务礼仪直接运用于旅游业各个门类,具有很强的实用性。而不同的旅游服务门类在接待程序、操作规范上不尽相同。不同的服务门类、不同的部门,甚至不同的岗位,都有自己针对性很强的礼仪规范。

旅游服务礼仪的规范是具体的,但施行起来需要灵活多变。旅游从业人员在不同的场合,应该根据交往对象的不同特点,灵活地加以处理,不能犯教条主义的错误。

(三)共同性和差异性

旅游服务礼仪的一些规范要求是旅游从业人员在工作中应该共同遵守的。在旅游接待活动中,它是协调旅游者与从业人员之间关系的基本行为规范。同时,旅游工作者要特别注意了解来自不同国家、地区、民族的旅游者在文化背景、风俗习惯上的差异,充分尊重他们的礼俗禁忌,把握好旅游服务礼仪共性中的差异。

典型案例 1-1

英国绅士的“抱怨”

英国某访华观光旅游团下榻北京国际会议中心大厦。一天,翻译小姐陪同客人外出参观,在上电梯的时候,一位英国客人请这位翻译小姐先上,可是这位小姐谦让了半天,执意要让客人先行。事后这些客人抱怨说:“他们在中国显示不出绅士风度来,原因是接待他们的女士们都坚持不让他们显示。”比如,上下汽车或进餐厅时,接待他们的女士们坚持让他们先走,弄得他们很不习惯,甚至觉得受了委屈。虽然我方人员解释,中国是礼仪之邦,遵循“客人第一”的原则,对此解释他们也表示赞赏,但对自己不能显示绅士风度仍表示遗憾。

⑨ 分析

每个民族都有自己特有的精神特征,而每一种精神特征都必然蕴藏着特定的文化内涵及形成这种精神特征的历史根源。说到英国,首先会想到的是他们的绅士风度。绅士风度的最大特征就是:conservative(保守)、polite(礼貌)以及 showing respect to the lady(尊重女士)。绅士风度的典型表现在男人对女人的尊重上,女士优先是行事的最高准则。出席一个宴会,下汽车时为女士打开车门,扶其下车;乘电梯时女士先行;就座时替女士拉出椅子;等等。而在“礼仪之邦”的中国,把客人放在第一的位置是中华民族交往礼仪的优良传统。在本案例中,双方都遵循了自己的礼仪规范,造成客人遗憾的原因是中西方文化差异,实际交往中这种情况可以依当时情景适当调整,以双方都感到适宜为好。

三、旅游服务礼仪的原则

(一)服务礼仪的基本原则

1. 尊重

尊重是礼仪的核心和基础,没有尊重就没有礼仪。自尊和尊重他人,是礼仪的感情基础,只有人与人之间相互尊重,才能保持和谐的人际关系。古人云:“敬人者,人恒敬之。”就是说只有懂得尊重别人的人,才能赢得别人的尊重。

服务要把客人放在首位,并让客人满意。在客人所有的需求中,尊重需求是最强烈的。要做到尊重客人,重要的前提是了解对方的情况。比如,对于一些具有宗教信仰的旅游者,必须首先了解他们的宗教禁忌,要做到心中有数,避免触碰宗教禁忌,这本身就是对旅游者的一种尊重;对于一些具有偶像崇拜倾向的旅游者,要避免在旅游服务中对其崇拜的偶像进行批评,这同样是对客人的一种尊重。

2. 一视同仁

服务工作中的“一视同仁”是指所有的客人都应该受到尊重,在这一点上绝不能厚此薄彼。具体运用礼仪时,可以因人而异,根据不同的交往对象,采取不同的礼仪形式,但是在对客人表示恭敬和尊重的态度上一定要一视同仁。不公平待遇最容易让客人的自尊心受到

伤害。

3. 热情

热情是友好、善意、尊敬和对工作热爱的外在表现。旅游服务人员在工作时要做到有问必答、有呼必应。能否积极主动解决客人的各种要求、满足客人的各种心理需求,是衡量其服务质量的一个重要标准,因此服务中的礼仪行为应该是积极主动的。

4. 合宜

现代礼仪强调人与人之间的交往与沟通一定要把握适度性原则,注意社交距离,控制感情尺度,应牢记过犹不及的道理。因此,礼仪行为要特别注意不同情况下礼仪程度、礼仪方式的差别,坚持因时、因地、因人的合宜原则。

5. 宽容

宽容是一种美德,也是一种尊重。旅游服务人员在工作中运用礼仪时,要懂得宽容;多从客人的角度想问题,理解、体谅客人,不要斤斤计较;面对客人提出的一些过分的甚至是失礼的要求,要沉着应对,切不可与客人争执;当客人确实有过错时,要学会宽以待人,让宾客体面地下台阶,保全客人的自尊心;在客人提出批评意见时,本着“有则改之,无则加勉”的态度,耐心倾听。

6. 自律

礼仪的最高境界是自律,即在没有任何监督的情况下,仍能自觉地按照礼仪规范约束自己的行为。旅游工作者不仅要了解和掌握具体的礼仪规范,而且要在内心树立起一种道德信念和行为修养,从而获得内在的力量。在对客服务中从自我约束入手,时时检查自己的行为是否符合礼仪规范,在工作中严格按照礼仪规范接待和服务宾客,而且做到有没有上级主管在场一个样,客前客后一个样,把礼仪的规范变成自觉的行为、内在的素质。

(二) 旅游服务礼仪中的“3A”原则

旅游服务人员向服务对象表达自己的尊敬之意,必须抓住三个重要环节,即接受对方、重视对方、赞美对方。在英文里,“接受”(accept)、“重视”(appreciate)、“赞美”(admire)这三个词汇都以“A”字母打头,所以它们又被称为“3A”原则。

1. “接受”——亲和友善地接受服务对象

作为服务礼仪的重要内容,接受服务对象,主要应当体现为服务人员对于消费对象热情相迎,来者不拒。旅游服务人员不但不应该怠慢、冷落、排斥、挑剔、为难服务对象,而且还应当积极、热情、主动地接近对方,淡化彼此之间的戒备、抵触和对立的情绪,恰到好处地向对方表示亲近友好之意,将对方当做自己人来看待。服务人员同服务对象交谈时,不允许直接与对方争辩。

2. “重视”——真心实意地重视服务对象

重视服务对象要做到牢记服务对象的名字,善用对服务对象的尊称,倾听服务对象的要求。建立客史档案并充分利用是真心实意地重视服务对象的表现,可以有效避免服务的盲目性,提高服务效率和宾客满意度。例如,客人入住过一次酒店后,第二次入住就无须重复登记,并且服务人员能够对客人上次的消费习惯了然于胸。这样做的理由是:只有酒店记住客人,客人才能想起酒店。

典型案例 1-2

他记住了“麦克先生”

小李是香格里拉大酒店的行李员,一天,他正准备上前询问客人是否需要行李服务时,突然觉得客人有些面熟。仔细一回想,原来是一周前才住过的美国客人麦克先生。小李赶忙拉开门并热情地用英语打招呼,同时叫出了“麦克先生”。谁知麦克听后一脸惊奇地望着小李,用不太熟练的中文说:“你认识我?”当小李告知上次入住也是他为麦克送的行李因此记得麦克的名字时,麦克连连点头:“真是太有心了!”愉快的心情溢于言表。接下来在送房途中,麦克纠正了小李的几个英语发音,小李同样为他示范了几个中文单词的发音,麦克先生高兴地说:“我们可以互相做老师啦!”

⑨ 分析

在酒店及其他旅游服务行业的工作中,主动热情地称呼客人的名字是一种服务的艺术,也是一种艺术的服务。酒店服务人员借助敏锐的观察力和良好的记忆力,记住客人的房号、姓名和特征,进行细心周到的服务,给客人留下深刻的印象,也使客人离开酒店后对酒店的服务赞赏有加。

3. “赞美”——恰到好处地赞美服务对象

对客沟通服务中,顾客更在乎服务人员怎么说,而不是说什么。服务人员应该根据不同客人、不同情景通过语言表达对客人的赞扬,从而让客人感觉很舒心。服务人员要具有赞赏客人的意识,不管面对的是新客人还是老客人,能通过观察找准时机去赞扬客人,是一个优秀旅游服务人员应该具备的基本素质。

赞美服务对象的原则是适可而止,认真把握分寸,同时要实事求是,恰到好处。首先,找到一个赞美的切入点。当赞美非常具体的时候,具有无比的威力,否则赞美就流于空泛。1975年3月4日,85岁的卓别林在英国白金汉宫被伊丽莎白女王封为爵士。在封爵仪式中,女王对兴奋的卓别林说:“我观赏过你的许多电影,你是一位难得的好演员。”事后有人询问卓别林受封的感受,他有点遗憾地说:“女王陛下称赞我演得好,可是她没有说出哪部电影哪个地方演得好。”赞美必须说出具体的点,才能发挥出赞美的优势。其次,赞美是个事实。赞美的语言是不是一个事实,这是一个非常重要的细节,它牵扯到你说的话是不是真诚,没有人喜欢和自己沟通交流的人是个不坦诚的人。最后,用自己习惯的语言来表达赞美之情。赞美客人切忌用词过于华丽、夸张,给客人一种矫揉造作的印象,影响赞美的效果。

第二节 旅游服务礼仪的意义及作用

一、加强旅游服务礼仪修养的意义

(一) 礼仪是市场经济环境下旅游行业发展的需要

市场经济的发展带来了大范围的分工协作关系和商品流通关系,促进了人与人之间、