

随书附光盘



高职高专“十一五”规划教材

SHIYONG FUWU LIYI
PEIXUN JIAOCHENG

实用服务礼仪 培训教程

刘长凤 主编



化学工业出版社

高职高专“十一五”规划教材

实用服务礼仪培训教程

刘长凤 主编

王其梅 苏 静 邓 英 副主编



化学工业出版社

· 北京 ·

本书介绍了服务行业在服务过程中应遵循的操作规范及应懂得的一些礼仪常识, 主要包括: 服务礼仪概述、服务人员的仪表仪容规范、服务人员服务语言规范、实用人际交往礼仪、涉外礼仪实务、我国部分少数民族和港澳台地区的习俗礼仪、我国主要客源国的习俗礼仪等内容。本书具有可操作性强、体系完整、内容丰富、形式新颖等特点。

全书内容紧紧围绕提高学生实际能力培养的主题, 结合服务岗位的实际, 对实训的标准做了细致的量化, 并对每项实训内容做了具体要求、能力测试与考核。

本书可作为高等职业院校旅游及相关专业的教材, 也可作为一些企事业单位及酒店、旅行社的礼仪培训教材。

为了方便广大师生的教学需要, 本书配有光盘。光盘中包括电子教案及实训演示, 并附有可供查询的礼仪常识表等。

图书在版编目(CIP)数据

实用服务礼仪培训教程/刘长风主编. —北京: 化学工业出版社, 2007.8

高职高专“十一五”规划教材

ISBN 978-7-122-00845-9

I.实… II.刘… III.服务业-礼仪-高等学校: 技术学院-教材 IV.F719

中国版本图书馆CIP数据核字(2007)第129963号

责任编辑: 蔡洪伟 于 卉
责任校对: 陶燕华

文字编辑: 李 曦
装帧设计: 韩 飞

出版发行: 化学工业出版社(北京市东城区青年湖南街13号 邮政编码100011)

印 装: 化学工业出版社印刷厂

787mm×1092mm 1/16 印张14% 彩插1 字数367千字 2007年9月北京第1版第1次印刷

购书咨询: 010-64518888(传真: 010-64519686) 售后服务: 010-64518899

网 址: <http://www.cip.com.cn>

凡购买本书, 如有缺损质量问题, 本社销售中心负责调换。

定 价: 27.00元(附光盘)

版权所有 违者必究

《实用服务礼仪培训教程》

编写人员名单

名誉顾问 臧春华
主 编 刘长凤
副主编 王其梅 苏 静 邓 英
参 编 (按姓氏笔画排列)
王 玉 吕丽辉 张 莹
封宗华 姚 远 顾 静

前 言

随着我国加入WTO、北京申办2008年奥运会和上海申办2010年世博会的成功，服务性产业呈现出了一派欣欣向荣的景象，国内旅游业、酒店业更是以其独特的行业优势得到快速发展。如何在急剧扩张的市场中占据更多的份额，如何在激烈的竞争中求得生存和发展，是目前服务行业面临的最大问题。当前，商品的竞争就是服务的竞争。怎样把客户服务放在首位，最大限度为客户提供规范化、人性化的服务，以满足客户需求，是现代企业面临的最大挑战。培养一大批既掌握较高的专业知识又具备较强的实际操作能力的高素质的人员是当务之急。所以，现代企业必须在服务上下工夫，才能在同行业中获得持续、较强的竞争力。

对于服务人员和即将走向服务岗位的学生来说，做好服务工作，不仅需要职业技能，更需要懂得服务礼仪规范：热情周到的态度，敏锐的观察能力，良好的口语表达能力以及灵活、规范的事件处理能力。本教材正是为了满足高职高专人才培养的需要和服务企业的急需而编写的。

本教材具有很强的实用性、可操作性，具有体系完整、内容丰富、形式新颖等特点。在阐述服务礼仪理论的基础上，侧重对服务礼仪的操作标准和实训方法的强化。全书的内容以提高学生实际能力的培养为主题，结合服务岗位的实际，对实训的标准做了细致的量化，在每项实训内容中列出了具体要求、能力测试与考核。为提高学生的学习兴趣，培养学生的职业情感，书中链接了大量相关知识和图片，在版面设计方面也打破传统教材固有的格式，让读者在轻松愉快的状态下掌握知识。

本教材由刘长风担任主编，王其梅、苏静、邓英担任副主编。臧春华担任名誉顾问。具体分工是：刘长风负责设置全书的基本框架，确定基本内容，并编写第一章、第五章以及第二章的部分内容，最后负责总纂稿、修改定稿工作；王其梅、苏静、邓英参与了本书的策划和编写工作，王其梅负责教学光盘的拍摄和制作；顾静编写了第二章的部分内容，并负责书稿的初步校对工作；邓英编写了第三章、第八章和第十二章，参与了书稿的统改工作；姚远编写了第四章，吕丽辉编写了第六章，王玉编写了第七章，张莹编写了第九章、第十章，封宗华编写了第十一章，苏静编写了常用服务岗位用语（英语）。孙朋久负责本书版面的策划和设计工作，并为本书的部分章节制作标示图片。此外，王娟、赵甲申、倪翠参与了光盘附录部分的资料收集和整理工作。

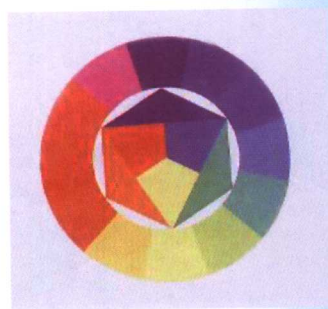
本教材是在编者学校领导及各部门的大力支持下，在学校酒店烹饪系和外语系的全力帮助下编写完成的。在此向本书编写过程中所有关心和支持者表示衷心的感谢！

由于编写时间所限，书中疏漏和不妥之处，敬请读者批评指正。

编 者
2007年7月



彩插1



彩插2



彩插3



彩插4



彩插5 满族旗袍



彩插6 朝鲜族住房



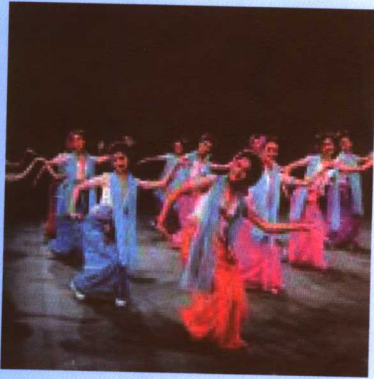
彩插7 农乐舞



彩插8 蒙古包



彩插9 饅



彩插10 孔雀舞



彩插12 苗族服饰



彩插11 白族住房



彩插14 荷兰风车



彩插13 大本钟

目 录

第一章 服务礼仪概述	1
第一节 礼仪	1
一、礼仪的含义	1
二、礼仪的分类	1
三、礼仪的基本原则	2
第二节 服务礼仪	3
一、服务	3
二、服务礼仪的含义	3
三、服务礼仪的特征	4
四、服务礼仪的功能	4
第三节 服务礼仪的基本要求	5
一、强化职业道德	5
二、明确角色定位	6
三、善于双向沟通	7
四、坚持“三A法则”	8
五、注重形象效应	8
六、提倡零度干扰	10
本章小结	12
重点内容	13
案例分析	13
基本训练	13
第二章 服务人员的仪表仪容规范	17
第一节 仪表仪容概述	17
一、仪表与风度	17
二、仪容的含义	18
三、服务人员注重仪表仪容美的重要意义	18
四、服务人员仪表仪容的要求	19
第二节 面部的修饰规范	20
一、眼部的修饰	20
二、眉部的修饰	20
三、口部的修饰	21
四、鼻部的修饰	21

五、耳部、颈部修饰	21
第三节 发部的修饰规范	21
一、发部的整洁	22
二、发部的造型	22
三、发部的美化	23
第四节 肢体的修饰规范	24
一、手部的修饰	24
二、下肢的修饰	24
第五节 面部的美容与化妆	25
一、面部美容与化妆的基本要求	25
二、皮肤的日常保养	25
三、面部化妆的具体操作方法	28
四、化妆的禁忌	32
附 服务人员仪表仪容的实训安排与考核	32
本章小结	34
重点内容	35
案例分析一	35
案例分析二	35
基本训练	35
第三章 服务人员仪态规范	37
第一节 服务人员的姿态	37
一、挺拔的站姿	37
二、文雅的坐姿	39
三、稳健的走姿	42
四、得体的蹲姿	43
第二节 服务人员的表情	45
一、恰当的眼神	46
二、亲和的微笑	47
第三节 服务人员的手势	48
一、手势的规范	48
二、常用的手势	49
附 仪态部分实训的安排与考核	50
本章小结	58
重点内容	58
案例分析一	58
案例分析二	59
基本训练	59
第四章 服务人员语言规范	61
第一节 服务人员交谈技巧	61

一、正确地称呼	61
二、灵活地应答	62
三、衷心地致谢	62
四、诚恳地道歉	63
五、谦恭地请求	64
六、由衷地赞美	64
七、巧妙地拒绝	65
第二节 服务人员礼貌服务用语	66
一、服务人员电话用语	66
二、服务人员岗位用语	69
附 服务人员语言规范的实训安排与考核	70
本章小结	74
重点内容	74
案例分析一	74
案例分析二	74
基本训练	74
模拟实训	75
第五章 服饰礼仪规范	76
第一节 服饰概述	76
一、服饰的含义	76
二、服饰的功能	76
三、服饰的和谐美	77
第二节 服装	78
一、服装的要素及应用	78
二、服务岗位着装的要求和规范	83
第三节 饰物	88
一、首飾	88
二、用品	90
附 服饰礼仪实训安排与考核	92
本章小结	94
重点内容	94
案例分析	94
基本训练	94
第六章 实用人际交往礼仪	96
第一节 见面礼仪	96
一、握手礼	96
二、致意礼	97
三、拥抱礼	97
四、亲吻礼	98

五、鞠躬礼	98
六、介绍礼	99
七、名片礼	100
第二节 餐饮礼仪	100
一、中餐礼仪	100
二、西餐礼仪	105
第三节 馈赠礼仪	109
一、礼品的选择	109
二、礼品的赠送	109
三、礼品的接受	110
附 人际交往礼仪实训安排与考核	111
本章小结	113
重点内容	113
案例分析	113
基本训练	114
第七章 涉外礼仪实务	115
第一节 接待与迎送宾客的礼仪	115
一、迎送宾客礼仪	115
二、接待宾客礼仪	117
第二节 会见、会谈与签字仪式	120
一、会见与会谈	120
二、签字仪式	124
第三节 礼宾次序和国旗的悬挂	126
一、礼宾次序	126
二、国旗的悬挂	127
附 涉外礼仪实训安排与考核	131
本章小结	134
重点内容	134
案例分析	134
基本训练	135
第八章 宗教礼仪	136
第一节 基督教礼仪	136
一、基督教的起源	136
二、基督教的派别	136
三、基督教的教义和教规	137
四、基督教的典籍和标记	138
五、基督教的礼仪	138
六、基督教的禁忌	139
七、基督教的主要节日	140

第二节 佛教礼仪	140
一、佛教的起源	140
二、佛教的派别	140
三、佛教的教义和教规	140
四、佛教的典籍和标记	141
五、佛教的礼仪	141
六、佛教的禁忌	143
七、佛教的主要节日	143
第三节 伊斯兰教礼仪	144
一、伊斯兰教的起源	144
二、伊斯兰教的派别	144
三、伊斯兰教的教义	144
四、伊斯兰教的典籍和标记	145
五、伊斯兰教的礼仪	145
六、伊斯兰教的禁忌	146
七、伊斯兰教的主要节日	146
第四节 道教礼仪	147
一、道教的起源	147
二、道教的派别	147
三、道教的教义和道规	147
四、道教的典籍和标记	148
五、道教的礼仪	148
六、道教的禁忌	149
七、道教的主要节日	149
本章小结	150
重点内容	150
案例分析	150
基本训练	151
第九章 我国部分少数民族和港澳台地区的习俗礼仪	152
第一节 我国北方地区少数民族的习俗礼仪	152
一、满族	152
二、朝鲜族	153
三、蒙古族	154
四、回族	155
五、维吾尔族	156
第二节 我国南方地区少数民族的习俗礼仪	157
一、藏族	157
二、傣族	158
三、白族	159
四、苗族	160

五、壮族	161
六、土家族	162
第三节 港澳台地区的习俗礼仪	163
一、香港	163
二、澳门	163
三、台湾	164
附 中国少数民族习俗礼仪实训安排与考核	165
本章小结	166
重点内容	166
案例分析一	166
案例分析二	167
基本训练	167
第十章 我国主要客源国的习俗礼仪	169
第一节 英语国家的习俗礼仪	169
一、英国	169
二、美国	170
三、加拿大	171
四、澳大利亚	172
第二节 拉丁语国家的习俗礼仪	173
一、意大利	174
二、法国	175
三、西班牙	176
第三节 日耳曼语国家的习俗礼仪	177
一、德国	177
二、奥地利	178
三、瑞士	179
四、比利时	180
五、荷兰	181
本章小结	182
重点内容	183
案例分析一	183
案例分析二	183
基本训练	183
第十一章 旅行社主要岗位礼仪规范	185
第一节 旅行社门市部业务员的礼仪	185
一、前台接待人员的礼仪	185
二、销售人员的礼仪	186
三、售后服务的礼仪	187

四、其他服务的礼仪	187
第二节 导游员服务礼仪	189
一、导游员接团服务礼仪	189
二、导游员带团游览服务礼仪	190
三、导游员送团服务礼仪	191
四、导游员语言服务礼仪	191
五、购物服务礼仪	194
六、处理突发事件礼仪	195
附 旅行社主要岗位礼仪实训与安排	196
本章小结	199
重点内容	199
案例分析一	199
案例分析二	199
基本训练	200
第十二章 酒店主要岗位礼仪规范	201
第一节 前厅服务礼仪规范	201
一、礼宾接待礼仪规范	201
二、总台服务礼仪规范	204
三、大堂副理服务礼仪规范	205
四、商务中心服务礼仪规范	206
第二节 客房服务礼仪规范	206
一、迎送服务礼仪规范	206
二、日常服务礼仪规范	207
第三节 餐饮服务礼仪规范	208
一、餐厅服务礼仪规范	208
二、酒吧服务礼仪规范	211
第四节 康乐中心服务礼仪规范	212
一、游泳池服务礼仪	212
二、健身房服务礼仪	212
三、桑拿浴室服务礼仪	212
四、KTV娱乐中心服务礼仪	213
五、保龄球馆服务礼仪	213
附 酒店主要岗位礼仪实训安排与考核	214
本章小结	221
重点内容	222
案例分析	222
基本训练	222
参考文献	224

第一章 服务礼仪概述

【学习目标】

通过本章学习，使学生了解礼仪的含义、分类；理解服务礼仪的特征和基本功能；熟悉服务礼仪的基本原则；掌握服务礼仪的基本要求，树立正确的服务意识，以便在今后的工作中，能为服务对象提供标准规范、人性化的优质服务。

第一节 礼 仪

礼仪是为维系和发展人际关系而产生的，是人类文明和社会进步的重要标志。它既是交往活动的重要内容，又是道德文化的外在表现形式，有着丰富的内涵。我国素有“礼仪之邦”的美誉，礼仪文化源远流长，并有着完备的礼仪体系。随着社会的进步，经济的发展，人和人之间、国与国之间交往的日益频繁，礼仪已成为人们社会生活中不可缺少的内容。礼仪修养不仅是现代人必备的基本素质，而且是社会交往、商务活动和各项事业成功的一个重要条件。

一、礼仪的含义

(1) 礼仪 礼仪是“礼”和“仪”的统称，是指在人际交往过程中，人们为了表示尊重与友好而共同遵守的行为规范和交往程序。在礼学体系中，礼仪是有形的，它存在于社会的一切交往活动中，其基本形式受物质水平、历史传统、文化心态、民族习俗等众多因素的影响。礼仪一般包括语言（书面与口头）、行为表情、服饰器物三大基本要素。

(2) 礼貌 礼貌是人们交往时，相互表示敬重和友好的行为准则。它体现了时代的风尚与道德品质，体现了人们的文化层次和文明程度。礼貌是一个人在待人接物时的外在表现，它通过仪表、仪容、仪态以及言语和动作来体现。

(3) 礼节 礼节是人们在日常生活中，特别是交际场合中，互相问候、致意、祝愿、慰问以及给予必要的协助与照料的惯用形式。

礼仪与礼貌、礼节既有区别，又相互联系。礼仪在层次上含义最深、最广，它包括礼貌、礼节，它是由一系列具体的、表现礼貌的礼节所构成的，具体表现为礼貌、礼节、仪表、仪式、礼仪器物等；而礼貌则是礼仪的基础，礼貌是人们在相互交往过程中表示敬重友好的行为规范，它侧重于表现人的品质与素养；礼节则是礼仪的基本组成部分，是礼貌的具体表现方式，是为表示尊重的惯用形式和具体要求。礼仪与礼貌、礼节三者所表现的都是对人的尊敬和友善。

二、礼仪的分类

依据适用的对象和范围的不同，礼仪主要分为行业礼仪与交往礼仪。

(1) 行业礼仪 行业礼仪是依照行业划分的，并且是人们在工作岗位上所应遵守的行为规范和道德准则。主要包括政务礼仪、商务礼仪和服务礼仪。

(2) 交往礼仪 交往礼仪主要以交往范围为依据，是人们在人际、国际交往中应遵守的礼仪规范和准则。主要包括社交礼仪、涉外礼仪和习俗礼仪。



三、礼仪的基本原则

所谓礼仪的基本原则是指在人际交往过程中，各种礼仪规范和行为应共同遵守的基本准则。“道德仁义，非礼不成”，它是现实生活中具体礼仪规范的提炼、概括和升华，具有普遍的指导意义。

(1) 尊重原则 尊重的原则，是指人们在致礼施仪时要体现出对他人真诚的恭敬与重视。尊重，是现代礼仪的实质。礼仪本身从内容到形式都是尊重他人的具体体现。尊重他人，就是要求人们在交际活动中，与交往对象既要互谦互让，互尊互敬，友好相待，和睦共处，更要将对交往对象的重视、恭敬、友好放在第一位。尊重是人际交往获得成功的重要保证，也是礼仪的核心。孔子曾经说：“礼者，敬人也”，尊重他人是赢得他人尊重的前提，只有相互尊重，人与人之间的关系才会融洽和谐。

(2) 平等原则 现代礼仪中的平等原则，是指对任何交往对象都必须一视同仁，给予同等程度的礼遇。以礼待人，有来有往，既不能盛气凌人，也不能卑躬屈膝。平等原则是现代礼仪的基础，是现代礼仪有别于以往礼仪的最根本的原则。交往的双方相互平等、相互尊重，是现代礼仪最深刻的内涵。

(3) 宽容原则 宽容原则，是要求人们在人际交往活动中，严以律己，宽以待人，这是为人处世的较高境界，也是具备较高修养的表现。在人际交往中，要允许其他人有个人行动和独立进行自我判断的自由，要尊重其个人选择。对不同于己、不同于众的行为耐心容忍，不必要求其他人处处效法，与自己完全保持一致，这实际上也是尊重对方的一个主要表现。

(4) 真诚原则 礼仪上所讲的真诚的原则，就是要求在人际交往中运用礼仪时，务必待人以诚，诚心诚意，诚实无欺，言行一致，表里如一。只有这样，自己在运用礼仪时所表达的对交往对象的尊敬与友好，才会更好地被对方所理解，所接受。

(5) 遵守 在人际交往过程中，每一位参与者都必须自觉、自愿地遵守礼仪，以礼仪去规范自己在交际活动中的一言一行，一举一动。对于礼仪，不仅要学习、了解，更重要的是学了就要用，要将其付诸个人社交实践。任何人，不论身份高低、职位大小、财富多寡，都要自觉遵守、应用礼仪的义务。

(6) 适度原则 适度的原则，是要求应用礼仪时，为了保证取得成效，须注意技巧，合乎规范，特别要注意做到把握分寸，恰到好处。运用礼仪时，假如做得过了头，或者做得不到位，都不能真正地表达自己的自律、敬人之意。

(7) 自律原则 礼仪的根本内容是“约束自己，尊重他人”。古人所谓“学礼仪，见贤思齐，见不贤而自省”和现代礼仪的自律原则有异曲同工处。学习、应用礼仪，最重要的就是要自我要求、自我约束、自我对照、自我反省，这就是所谓自律的原则。古语云：“己所不欲，勿施于人”，若是没有对自己的首先要求，人前人后不一样，只求诸人，不求诸己，不讲慎独与克己，遵守礼仪就无从谈起，就是一种蒙骗他人的大话、假话、空话。

(8) 从俗原则 由于国情、民族、文化背景的不同，在人际交往中，存在着“十里不同风，百里不同俗”的局面。对这一客观现实要有正确认识，不要自高自大，唯我独尊，以我划线，简单否定其他人不同于己的方法。必要时，必须坚持入国问禁、入乡随俗、入门问讳，与绝大多数人习惯做法保

阅读资料1-1

服务是什么

美国市场营销协会(AMA)1960年最先给服务下的定义是：“用于出售或者是同产品连在一起进行出售的活动、利益或满足感。”后来重新定义为：“可被区分界定，主要为不可感知却可使欲望得到满足的活动，而这种活动并不需要与其他产品或服务的出售联系在一起。生产服务时可能会或不需要利用实物，而且即使需要借助某些实物协助生产服务，这些实物所有权也不涉及转移的问题。”

雷根把服务定义为：“直接提供满足或者与有形商品或其他服务一起提供满足的不可感知活动。”斯坦通指出：“服务是一种特殊的无形活动。它向顾客或工业用户提供所需的满足感，它与其他产品销售或其他服务并无必然联系。”克里斯蒂·格鲁诺斯认为：“服务是以无形的形式，在顾客与服务人员、有形资源商品或服务系统之间发生的，解决顾客问题的一种或一系列行为。”

服务(service)由7个字母组成：“s”是指微笑(smile)；“e”是指杰出、优秀(excellence)；“r”是指准备(readiness)；“v”是指观察(viewing)；“i”是指邀请(invitation)；“c”是指创造性(creativity)；“e”是指关注(eye)。



持一致，切勿目中无人，自以为是，指手画脚，随意批评，否定其他人的习惯性做法。遵守从俗原则的规定，会使礼仪的应用更加得心应手，更加有助于人际交往。

第二节 服务礼仪

服务是一个与人打交道的工作，也是一个与服务对象沟通的工作。学会与顾客交往、沟通的技巧，掌握对顾客服务的行为规范，展现一名服务人员的外在美和内在修养，能更容易拉近服务人员与顾客的距离，赢得顾客的满意和忠诚，提升企业的形象，实现品牌的增值。在市场经济条件下，商品的竞争就是服务的竞争。现代企业必须在服务上下功夫，才能在同行业中获得持续的、较强的竞争力。怎样把客户服务放在首位，最大限度为客户提供规范化、人性化的服务，以满足客户需求，是现代企业面临的最大挑战，也正是服务礼仪要解决的问题。

一、服务

服务礼仪的内容丰富，内涵深刻。要领会它的含义，必须了解什么是服务。

(1) 概念 服务是指服务方遵照被服务方的意愿和要求，为满足被服务方需要而提供相应满意活动的过程。服务是一种劳动方式，它不是以实物形式而是以提供劳动的形式满足他人某种需求的活动。它不创造实物产品，但又必须以实物产品为依托。

在市场竞争条件下，一个企业要获得成功，必须以服务质量求生存、求发展。用服务创造价值，推行“以顾客满意为中心”的服务战略，打造以优质服务为核心的竞争优势，已经成为新竞争形势下的竞争法则。

(2) 优质服务的内容 优质服务是企业发展的永恒主题，更是企业生存与发展的根本所在。2007年国务院国有资产监督管理委员会为全面提升中央企业服务质量和服务水平，迎接党的十七大召开和2008年北京奥运会的举办、构建社会主义和谐社会，在中央企业开展“优质服务年”活动倡议书中对优质服务做出了全新的诠释：“服务方式文明诚信、服务流程规范高效、服务价格公道合理、服务环境安全和谐、服务质量显著提高”。

二、服务礼仪的含义

(1) 概念 服务礼仪与礼仪有着密切的关系。礼仪是服务礼仪的基础和内容。服务礼仪是礼仪在服务过程中的具体运用，是礼仪的一种特殊形式，是体现服务的具体过程和手段，使无形的服务有形化、规范化、系统化。服务礼仪是指服务人员在自己的工作岗位上向服务对象提供服务时的标准的、正确的做法。

(2) 服务礼仪的主要内容 服务礼仪以服务人员的仪容规范、仪态规范、服饰规范、语言规范和岗位规范为主要内容。

① 仪容规范。服务礼仪的仪容规范指的是服务人员在工作岗位上，按照本行业的要求对自己的仪容进行必要的修饰与维护的要求和标准。主要内容包括面部修饰、发部修饰、肢体修饰和化妆修饰四个方面。

② 仪态规范。服务礼仪的仪态规范是指对服务人员的身体在工作岗位上的姿态、行为和动作的具体要求。主要包括仪态、举止、风度。

③ 服饰规范。服务礼仪的服饰规范是服务行业对其从业人员在工作岗位上的服饰提出统一的要求与限制。服务人员的服饰问题，主要涉及在其服务工作之中所穿戴使用的服装、饰品、用品等的选择与使用的规范。

阅读资料1-2

海尔空调星级服务歌

海尔服务兵个个要牢记，三大纪律八项注意：
第一，真诚才能到永远，牢记用户永远是上帝；
第二，用户永远是对的，标准就是用户满意；
第三，不能对用户说不，用户难题是我们课题；
三大纪律我们要做到，八项注意切莫忘记了；
第一，服务准备要充分，仪表整洁工具要完好；
第二，服务一定要准时，用户问题彻底解决掉；
第三，言谈举止要文明，态度和蔼要面带微笑；
第四，鞋套穿好再进门，每次服务不能忘记了；
第五，自觉请用户监督，主动递卡自我来介绍；
第六，盖布、垫布全用上，整洁服务处处注意到；
第七，用户东西莫乱动，请示使用不能损坏了；
第八，联系电话要留下，道别致谢回访要做好；
星级准备条条要记清，时刻不忘我是海尔人，
遵守标准人人要自觉，互相监督切莫违反了，
用户满意才能有美誉，世界名牌一定能做到。