

供电企业 优质服务培训教材 (下篇)

叶 飞 编著



中国水利水电出版社
www.waterpub.com.cn

供电企业优质服务培训教材

(下篇)

叶飞 编著



中国水利水电出版社
www.waterpub.com.cn

内 容 提 要

本教材由长期活跃在供电企业优质服务培训的咨询公司和培训教师结合当前的供电企业实际编写,共分三篇,分别是:让客户满意而归(上篇);投诉是金(中篇);服务礼仪规范(下篇)。针对各级供电企业的窗口服务人员、业扩报装人员、抢修人员、95598呼叫中心人员、抄表人员等一线职工开展优质服务技能培训使用,通过职业道德、业务技能、服务艺术、服务礼仪、微笑服务等全方位的培训、学习,促使营销服务人员服务水平的全面提高。

图书在版编目(CIP)数据

供电企业优质服务培训教材. 下篇/叶飞编著. —北京:
中国水利水电出版社, 2007
ISBN 978-7-5084-4848-0

I. 供… II. 叶… III. 供电—工业企业—服务质量—技
术培训—教材 IV. F426.61

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2007) 第 137708 号

书 名	供电企业优质服务培训教材(下篇)
作 者	叶飞 编著
出版 发行	中国水利水电出版社(北京市三里河路6号 100044) 网址: www.waterpub.com.cn E-mail: sales@waterpub.com.cn 电话: (010) 63202266 (总机)、68331835 (营销中心)
经 售	北京科水图书销售中心(零售) 电话: (010) 88383994、63202643 全国各地新华书店和相关出版物销售网点
印 刷	北京市地矿印刷厂
规 格	889mm×1194mm 24开本 总25印张 总170千字
版 次	2007年8月第1版 2007年8月第1次印刷
印 数	0001—5000册
总 定 价	68.00元(共三篇)

凡购买我社图书,如有缺页、倒页、脱页的,本社营销中心负责调换
版权所有·侵权必究

前 言

古今中外，无论高低贵贱，不分男女老幼，没有一人不生活在一定的礼仪规范之下，除非他逃离人类社会。

我国是闻名世界的礼仪之邦。早在 3000 多年前的西周时期，我国的古代礼仪就已基本成型，到春秋时期，由孔子集其大成并发扬光大，影响中国社会长达 2000 多年。随着社会文明的进步，人们对礼仪的要求越来越高，其重要程度不亚于对外语、电脑、驾驶等专业技术的掌握。

交际，实际上是一种信息交流，而信息是现代社会中最宝贵的资源之一。具有较强的交际能力，也就相当于掌握了捕获并占有信息资源的能力，这种能力是现代人立足于社会并获得发展的必要条件。而礼仪，是社会交际的艺术，是一门专门研究人的交际行为及其规范的科学。是人们在长期的社交活动中所形成和必须遵循的行为规范。作为交际艺术的礼仪，是打开沟通与交流之门的钥匙。

服务礼仪，是社会基本礼仪规范在服务领域内的具体运用。是关于

服务人员从事服务工作时对其着装打扮、音容笑貌、言谈举止、迎来送往等方面的标准和要求。这些标准和要求，是在长期的服务实践中总结出来的经验结晶。事实证明，按照这些规范和要求去接待客户，客户就会有一种宾至如归的感觉，从而提高客户的满意度；而不按照这些规范和要求接待客户，客户就会产生受冷落、被轻视、不受欢迎的感觉。服务礼仪中所规范的各种标准和各项要求，对于培育企业的服务文化，为客户提供优质服务，塑造良好的企业形象，增强企业竞争力具有极其重要的作用。特别是在各行各业服务差距不断缩小的形势下，方便、及时、周到、多层次、全方位的服务，是体现优质服务水平的重要环节，也是供电企业营销服务工作的重点。

电力营销人员学习和掌握服务礼仪，还有助于提高个人素质。一个有着良好的言谈举止的服务人员，不但有助于进一步提升服务水平和服务质量，更好地满足客户的需求，还有助于提高个人的社会交际能力，塑造良好的个人形象，增强个人的职业竞争力。

所以，学习和掌握服务礼仪规范，不仅是社会的需要、企业的需要，也是个人成长的内在需要。

编者

2007年7月

下 篇

目 录

前言

第一章 服务礼仪的基本概念.....	165
第一节 什么是礼仪.....	166
第二节 礼仪的不同表现形式.....	167
第三节 礼仪的属性.....	168
第四节 礼仪的特征.....	169
第五节 礼仪的四大原则.....	170
第六节 礼仪的功能.....	172

第七节 什么是服务礼仪.....	174
------------------	-----

第八节 供电企业为什么要讲求服务礼仪.....	175
-------------------------	-----

第九节 服务人员为什么要学习服务礼仪.....	177
-------------------------	-----

第十节 服务礼仪规范.....	178
-----------------	-----

第二章 供电服务礼仪的基本要求.....	181
-----------------------------	------------

第一节 文明服务.....	183
---------------	-----

第二节 礼貌服务.....	189
---------------	-----

第三节 主动服务.....	191
---------------	-----

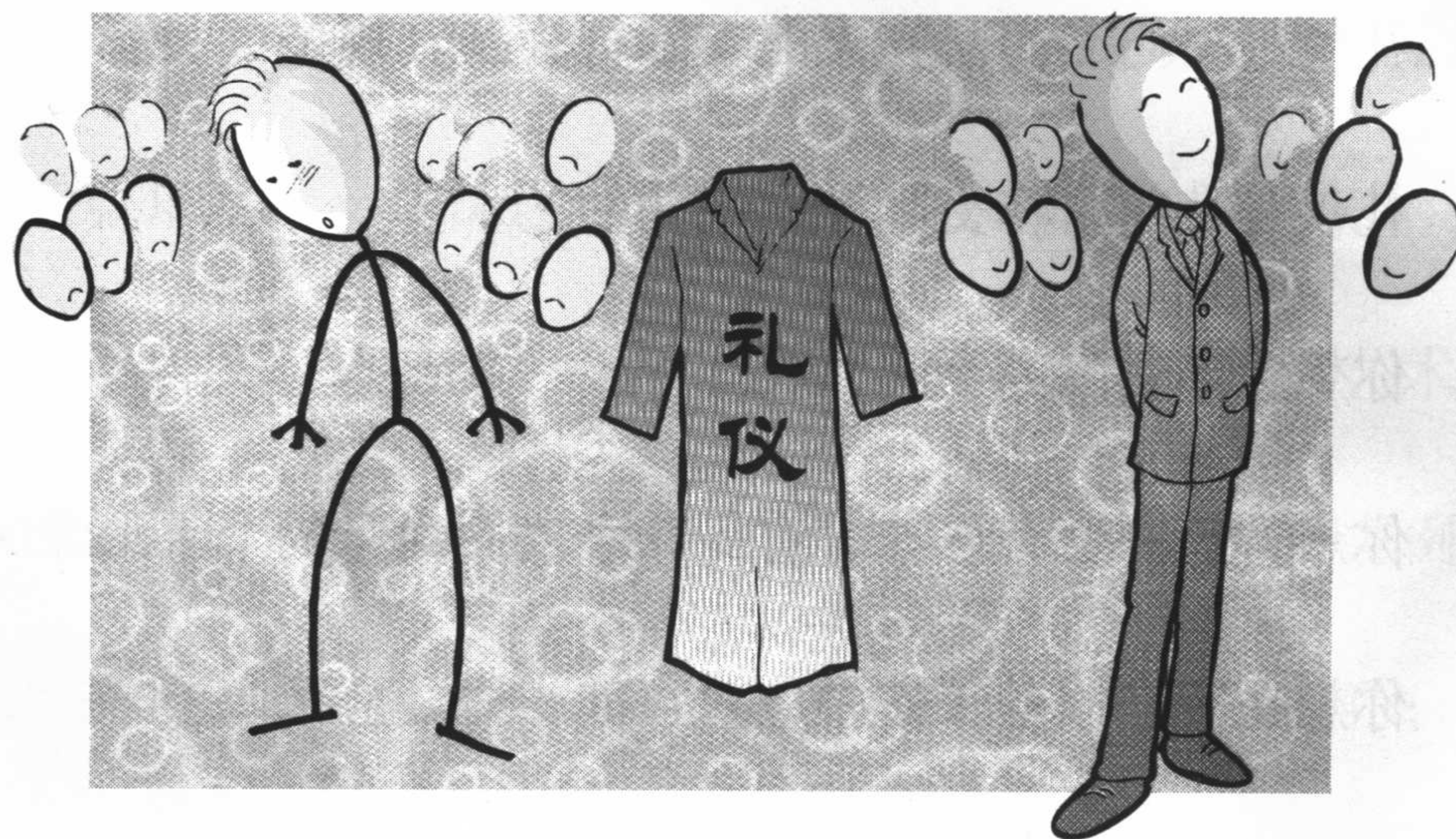
第四节 热情服务.....	193
---------------	-----

第五节 周到服务.....	194
---------------	-----

第三章 服务礼仪操作三流程	196
第四章 服务代表的礼仪规范	208
第一节 服务代表的仪容规范.....	210
第二节 服务代表的着装规范.....	213
第三节 服务代表的仪态规范.....	217
第四节 服务代表的语言规范.....	229
第五章 服务礼仪规范指导	242
第一节 柜台服务礼仪指导.....	244
第二节 电话服务礼仪指导.....	252
第三节 现场服务礼仪指导.....	256



第一章 服务礼仪的基本概念





第一节 什么是礼仪

- 礼仪是一门人文应用学科。
- 礼仪是一门专门研究人的交际行为及其规范的科学。
- 礼仪是一门可将交际导向成功的艺术。

你想成为交际高手吗？

你想塑造一个有修养、有品味、气质高雅的个人形象吗？

你想在客户服务工作中应对自如、得心应手吗？

来吧，让我们一起学习礼仪规范！



第二节 礼仪的不同表现形式

礼仪由礼仪的主体、客体、媒体和环境四项基本要素组成。

- 从个人角度看，礼仪是个人内在修养和素质的外在表现；
- 从道德角度看，礼仪是为人处世的规范、标准或准则；
- 从交际角度看，礼仪是人际交往的一种方式、方法和艺术；
- 从民俗角度看，礼仪是人际交往中约定俗成的规矩或惯例；
- 从传播角度看，礼仪是人际交往中相互沟通的一种技巧；
- 从审美角度看，礼仪是人的心灵美的外化，是一种形式美。



第三节 礼仪的属性

礼仪具有实用性、普及性和综合性。

实用性：对现实具有很强的指导作用。

普及性：古今中外、男女老幼人人参与，而且礼仪的普及程度，会随着社会文明程度的提高而提高。

综合性：礼仪与民俗学、传播学、美学、伦理学、心理学、社会学、公共关系学等学科有密切的联系。



第四节 礼仪的特征

规范性：约定俗成，具有舆论的强制性。

限定性：在特定的时间、空间内运用。

可操作性：易学易用。

传承性：是文化传统的沉淀和结晶。

变动性：随社会文明的进步而发展。



第五节 礼仪的四大原则

1. 约定俗成，人人遵守

社会的基本礼仪，都是在长期的社会进化过程中约定俗成的，而且只能在特定的时间和空间施行；人们只能入乡随俗自觉遵守，而不能标新立异自行其是；即便是依据行业特点制定的服务礼仪，也要服从社会基本礼仪。礼仪是约定俗成的，违反了礼仪规范，虽然无法量刑定罪，但会受到舆论的责难，在社会礼仪的大框架内，大家遵礼而行就会相安无事，事事顺畅，反之就会四处碰壁。

2. 自律敬人，宽容忍让

礼仪规则虽然离不开相互理解、相互礼让的基础，但礼仪的施行更强调自律敬人，宽容忍让。

孔子云：“礼者，敬人也。”“己所不欲，勿施于人，”、“欲立立



人，欲达达人”等，就是强调礼仪主体的率先礼让。只有自己以礼待人，才会得到别人和社会的尊重和礼遇。

3. 平等公正，一视同仁

在礼仪施行的实践中，虽然在某些细节上允许对不同性别、不同身份、不同年龄的服务对象有所区别，但在自律敬人、以礼待人，尊重他人、善待他人，建立和谐友爱的人际关系的大原则上，是绝不允许有尊卑贵贱的区别的。

4. 真诚适度，表里如一

礼的基础是诚，诚心待人，以诚感人。离开了诚的礼是虚礼，虚礼则几近于无礼。

以礼待人要发自内心，才能感动人、影响人，而且要适时、适度、适用，过犹不及。任何虚假的、表里不一的、不是真心实意的虚礼假意，不但收不到预期的效果，反而会令人生厌。



第六节 礼仪的功能

1. 有助于提高个人修养

在人际交往中，礼仪是衡量一个人文明程度和品行修养的准绳。

礼仪不仅反映一个人的交际技巧与应变能力，而且还反映一个人的气质、风度、阅历、见识、道德、情操和精神风貌。

礼仪即教养。

有道德才能高尚，有教养才能文明。

所以，对礼仪知识和技巧学习、运用的过程，也就是提高个人修养的过程。

2. 美化自身、美化生活

礼仪对社会交际环境、交际媒体以及交际主体的仪表、仪态、仪容、言谈举止都有许多明确的要求，按照这些要求去做，社交主体在美化自身的同时，也装点了环境，美化了生活。



3. 促进社会交往，改善人际关系

《红楼梦》中有副对联：世事洞明皆学问，人情练达即文章。礼仪是社会交际活动中的润滑剂，它既研究“人情”，又研究“世事”，通过对礼仪知识的学习和实践，可以促进社会交往，改善人际关系。

4. 净化社会风气，促进社会文明

礼仪是社会文明进步的产物，它的核心内容就是要求人们自律敬人、以礼待人，尊重他人、善待他人，建立和谐友爱的人际关系。如果社会中的每个人都能自律敬人、善待他人，哪里还有尔虞我诈和社会纷争？

供电企业既是社会的细胞，又是社会的窗口，在供电企业率先推行服务礼仪，是净化社会风气、促进社会文明的善举，而供电企业的服务人员理应成为社会文明的布道者和播种机。