

民航服务与沟通培训的最新实用教材  
应对服务危机的有效管理法则

# 民航服务、 沟通与危机管理

MINHANG FUWU  
GOUTONG YU  
WEIJIGUANLI

陈淑君/著



中国民航出版社

民航服务与沟通培训的最新实用教材  
应对服务危机的有效管理法则

# 民航服务、 沟通与危机管理

MINHANG FUWU  
GOUTONG YU  
WEIJIGUANLI

陈淑君/著



中国民航出版社

## 图书在版编目 (CIP) 数据

民航服务、沟通与危机管理/陈淑君著. —北京:中国民航出版社, 2006. 12  
ISBN 7-80110-770-5

- I. 民…
- II. 陈…
- III. 民用航空 - 旅客运输 - 商业服务
- IV. F560-9

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2006) 第 146617 号

责任编辑:王迎霞

### 民航服务、沟通与危机管理

陈淑君 著

---

出版 中国民航出版社 (010) 64290477  
社址 北京市朝阳区光熙门北里甲 31 号楼 (100028)  
排版 中国民航出版社照排室  
印刷 北京华正印刷有限公司  
发行 中国民航出版社 新华书店  
开本 787×960 1/16  
印张 10.5  
字数 170 千字  
印数 4000 册  
版本 2006 年 12 月第 1 版 2006 年 12 月第 1 次印刷

---

书号 ISBN 7-80110-770-5/V·269  
定价 29.00 元

(如有印装错误, 本社负责调换)

## 出版前言

民航是一个科技密集型的现代化运输行业，安全是其运行的第一要素；然而仅有安全还不能完全体现这一行业的先进性和优势，优质高效的服务是占据更广泛市场空间的必要条件。

民航提供给消费者的产品就是服务，它是影响消费者满意程度的重要因素。旅客对民航服务是有期望值的，如果得不到他所期望或更好的服务，他会感觉失望甚至放弃，同时，这种体验转而会影响更多旅客对民航企业的看法。因此，服务质量的高低和服务意识的强弱直接影响我们民航企业的生存地位与发展前景。

陈淑君老师所著的《民航服务、沟通与危机管理》一书，是她近年学习研究的成果和对民航运输企业服务人员进行培训的经验总结。书中结合案例深入浅出地阐述了服务的本质与规范，与旅客沟通的原则与技巧以及不正常航班危机管理等一些重要而具有创新意义的课题，分析透彻，立论鲜明，文字平实，既适合对服务在一线的广大民航员工进行职业培训之用，也便于服务人员自学阅读，还会使我们的管理者从中有所领悟，了解到一些管理与沟通的方式和技巧。

希望本书的出版能对我国民航服务水平的提高有所帮助，希望更多的民航从业人员拥有优质服务的意识，为我国早日跨入民航强国作出自己的贡献。

2006年12月19日

# 目 录

## 第一部分 服务

003	第一章 服务概述	880
003	第一节 服务意识	880
006	第二节 服务	880
011	第二章 服务的本质	880
011	第一节 服从	880
018	第二节 服侍照顾	880
028	第三节 民航员工职业道德	880
032	第三章 服务规范	880
032	第一节 服务仪态	880
042	第二节 服务语言	880
044	第三节 服务仪容	880
048	第四节 服务效率	880
054	第四章 民航服务	880
054	第一节 民航服务原则	880
058	第二节 民航服务关系	880

## 第二部分 有效沟通

065	第一章	有效沟通的基本知识
065	第一节	有效沟通的益处
067	第二节	有效沟通
075	第三节	权变沟通
083	第二章	特殊旅客沟通
083	第一节	投诉旅客沟通
088	第二节	两舱旅客沟通
091	第三章	内部沟通
091	第一节	内部沟通基本知识
094	第二节	上行沟通
098	第三节	下行沟通
103	第四节	冲突管理

## 第三部分 危机管理

111	第一章	危机管理
111	第一节	危机意识
116	第二节	危机管理
133	第二章	不正常航班危机管理
133	第一节	不正常航班危机公关
146	第二节	媒体协调与危机公关

150 第三章 个人危机管理

150 第一节 职场表现

155 第二节 个人危机管理

159 参考文献

# 第一部分

## 服 务





# 第一章 服务概述

## 服务首先要有服务意识!

### 第一节 服务意识

#### 一、服务意识的概念

意识,是指人的头脑对于客观事物、事件的反映,是感觉、思维等各种心理过程的总和,其中的思维是人类特有的反映现实的高级形式。服务意识,是指企业全体员工在同与一切企业利益相关的人或企业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。即自觉主动做好服务工作的一种观念和愿望,它发自服务人员的内心。

#### 二、服务意识的内涵

作为一个企业,特别是民航这样服务行业中的企业,服务意识必须作为对员工的基本素质要求加以重视。每一个员工也必须树立起自己的服务意识。服务意识有强烈与淡漠之分,有主动与被动之分。这是认识程度问题,认识深刻就会有强烈的服务意识;有了强烈展现个人才华、体现人生价值的观念,就会有强烈的服务意识;有了以公司为家、热爱集体、无私奉献的风格和精神,就会有强烈的服务意识。

服务意识的内涵是:

1. 它是发自服务人员内心的;
2. 它是服务人员的一种本能和习惯;

3. 它是可以通过培养、教育训练形成的。

### 案例：

#### 客机盘旋 25 分钟，只因机场调度员去喝下午茶

据报道，4月1日，一架英国航空公司客机载着机上近200名刚刚结束外地度假的乘客，飞临威尔士加的夫市机场上空。正当众乘客打点行装准备下机时，机长惊讶地发现，原本应与他保持通讯联系的一名机场地面调度员擅自离岗。因为飞机迟迟未能收到地面的指挥信号，所以根本无法正常降落。令人目瞪口呆的是，当时这名地面调度员擅自离开岗位竟是为了去喝下午茶！

案例来源：《东亚经贸新闻》2006-04-07 编译袁海

### 思考：

这件事情说明了什么？

### 三、现代服务意识

现代服务意识包括：

1. 先做好服务工作，解决旅客的实际问题。规定、报酬和责任，应该放在服务之后来解决。
2. 为旅客服务的目标是让旅客满意，企业最终追求的是利润。
3. 信守服务承诺，用心服务并乐于为别人服务，并给他们带来欢乐！

### 专家提示：

一个人的服务意识有多少，就会得到多少回报。如果他一点服务意识都没有，或是一点也不肯付出，工作散漫，以自我为中心，甚至孤傲自大，任何一个企业都不会把这样一个“毫无服务意识”的员工留在企业里的。

## 案例:

### 我多事了?

一件小事，这次乘机我选择了一个后舱安全门处靠窗的座位，午餐时忽然想到一个有关工作的问题，故匆忙吃完，想空出桌子工作。当我端着餐盘往过道走时，恰有一位空乘与我擦肩而过，不幸的是我看到了她，她没有看到我……我即自行送餐盘往后走，又遇到一位空乘手拿物件迎面而来，我请她先收一下，答曰：请等一下，待她先将手中的东西送给需要的乘客。而她刚刚挤过一架送饮料的服务车，她的另一只手是空着的，服务车的两端又各有一位空乘，我和服务车远端空乘之间的总距离不到2.5米。尽管那位女孩当时面带微笑，我能够领悟到她当时心里的一个字——“烦”！我确实“多事”了一点。但如果当时立即达到“目的”，或是听到“请问……，……如果不是非常着急的话，我们很快回来收（或我很快回来）……”，那她当时的服务意识就真正端正了。

#### ▶ 点评:

尽管服务人员使用了敬语，又面带微笑。但在旅客要求她收餐盘的时候（她的另一只手是空着的），她却微笑着礼貌地拒绝了。让旅客悟到乘务员心中的“烦”字，这就说明了我们的服务的失败，我们服务培训的失败。

#### 📖 思考:

如果旅客的要求与公司规定的服务程序发生冲突，我们应该怎么办？

服务意识是服务人员提供优质和旅客满意服务的前提，我们民航企业长期以来只重视服务技能和服务技巧的培训，而忽略服务人员服务意识的培训。所以，经常会有本案例类似的情况出现，从我们的服务程序和服务技巧上来说无可挑剔的服务，可旅客却依然不满，甚至会投诉。

“向旅客提供的服务，也就是给自己的未来多增加了一点机会，堆积起来就是一个大机会。”换一句更通俗的话——我们不是为别人工作，而是在为自己工作。为自己工作：从浅里讲，我们是在靠工作给自己挣钱；从深一些理解，我们的努力终会有回报，几分耕耘几分收获。

积极、主动、用心地为旅客服务，为我们的未来服务，这是我们必须倡导的最基本的服务意识。

### 故事：

三个砌墙工人在砌墙。有人问其中一个工人：“你在做什么？”这个工人没好气地说：“没看见吗？我在砌墙！”

这个人转身问第二个人：“你在做什么？”第二个人说：“我在建一栋漂亮的大楼！”

他又问第三个人，第三个人嘴里哼着小调，欢快地说：“我在建一座美丽的城市！”

本故事说明：-----

-----

## 第二节 服 务

### 一、服务的概念

在《现代汉语词典》中，对服务有这样的解释：“服”，担任（职务）；承担（义务或刑法）；承认；服从；使信服。“务”，事情、事务；从事、致力。“服务”就是为集体（或别人）利益或为某种事业而工作；“服务行业”就是为人服务，使人生活上得到某些方便的行业。

根据《现代汉语词典》的解释，我们这样来定义服务：

服务就是为他人利益或为某种事业而工作，以满足他人需求的价值双赢的活动。服务是一种人与人之间的沟通与互动。

## 二、服务的释义

“服务”的英文是 SERVICE（本意亦是服务），其每个字母都有着丰富的含义：

S - Smile（微笑）：

其含义是服务员应该对每一位旅客提供微笑服务，所以微笑服务是最基本的服务要求。

E - Excellent（出色）：

其含义是服务员应将每一个服务程序，每一个微小服务工作都做得很出色。

R - Ready（准备好）：

其含义是服务员应该随时准备好为旅客服务。

V - Viewing（看待）：

其含义是服务员应该将每一位旅客看作是需要提供优质服务的贵宾。

I - Inviting（邀请）：

其含义是服务员在每一次服务结束时，都应该显示出诚意和敬意，主动邀请旅客再次光临。

C - Creating（创造）：

其含义是每一位服务员应该想方设法精心创造出使旅客能享受其热情服务的氛围。

E - Eye（眼光）：

其含义是每一位服务员始终应该以热情友好的眼光关注旅客，适应旅客心理，预测旅客要求，及时提供有效的服务，使旅客时刻感受到服务员在关心自己。

## 三、服务的基本层面

### 1. 用利服务（底层）

有些民航企业十分浮躁，急功近利、目光短浅，甚至见利忘义，搞“一锤子买卖”。利润至上、急功近利，是企业无法做大、做长和做强的原因。这种服务叫“低劣的服务”。

## 2. 用力服务（次底层）

相当多的民航服务仍停留在这个层面。把服务当成一种简单的工作，不动脑筋，只管制度面前人人平等，哪管旅客的感同身受。面对旅客的正当要求，“对不起，这是我们的规定”成了最好的挡箭牌。制度是必要的，但任何制度都是相对滞后的，让旅客感到腻烦的制度、把旅客气跑的制度是应该修改的。员工认为这种服务省事省心不担责任，这是一种“消极的服务”。

## 3. 用心服务

第三个层面是“用心服务”。确实把服务当成心爱的事业，把旅客当成心爱的“人”，细心、精心、留心服务，让旅客舒心，最后达到价值双赢。这种服务叫“优质服务”。

## 4. 用情服务

第四个层面是“用情服务”。投入真情，感恩戴德，亲情回报，为旅客提供体贴入微的服务，以真诚赢得旅客忠诚。这种服务叫“卓越的服务”。

## 5. 用智服务

第五个层面是“用智服务”。是文化服务，用艺术和智慧服务。这种服务叫“传奇的服务”，是最高层面的服务。

### 案例：

#### **机票：单方强制态度让马女士很无奈**

家住大通县的马女士姐妹二人，因有急事要去北京，便打电话到民航某机场中心售票处，购买了两张5月10日下午14点50分某市至北京的机票。当时负责接待的该中心售票处的工作人员，只是在电话中询问了她们二人的身份证号码后不久，两张打折的机票便送到了她们手中，这让平生里第一次坐飞机的马女士喜出望外。此前她们曾听别人讲，乘飞机不像坐火车、坐汽车那样简单，还需要较多的证件、手续……于是在拿到机票后，她们主动要求送票人查验身份证等相关证件，送票人却用和蔼的口吻谢绝了。10日下午，二人在该机场办理完乘机手续后，却被机场安检人员以其所持的身份证过期为由，拒绝其前往候

机大厅候机。当时，她们的行李已经查验登机，航空公司根据机场安检部门的要求，将托运的行李卸下，此后飞机正式飞往北京，马女士二人因此误机。

当她们再次打电话向民航该机场中心售票处反映此事时，被告知只能退票！并要收取总票款50%的误机费！而且只能到出票地，也就是该机场中心售票处办理。这让她们啼笑皆非——误机不仅耽误了重要的事情不说，还要倒贴进去几百元的退票费，真是“赔了夫人又折兵”。无奈之下，马女士只好从机场打的来到位于该市城东区八一路的中心售票处，在咨询该售票处相关工作人员后，马女士才明白过来，旅客购票应出示本人有效身份证件并填写《旅客订座单》，经航空公司同意后方可购票，而且机票后的“旅客须知”已经告知应购票手续。马女士认为，对于不常使用身份证的人来说，很少注意它的有效期，这样就有可能在无意中用过期证件乘机。如果民航工作人员在售票时查验身份证件，那么上述情况就可能避免，按此规定，马女士认定售票机构应对她们姐妹二人的误机负一定责任。

而机场中心售票处却不这样认为，当记者来到该中心就此事暗访时，一位姓尚的负责人告诉记者，责任全部在旅客，售票中心销售机票时，可以不查验旅客的身份证件，而登机就必须持有效身份证件办理手续，这点常识“几乎地球人都知道”！这位负责人还告诉记者，票款只能退给客票上列明的旅客本人或客票的付款人，同时，除凭有效旅客票外，还应提供旅客本人的有效身份证件。

面对这种相互矛盾，又是“单方强制态度”的解释，记者深深体会到了马女士更多的无奈。

据了解，为了对广大旅客负责，民航作出规定：旅客在购票时必须出示身份证件。其目的是为了 avoid 给旅客造成时间和经济上不必要的损失，让所有乘机旅客都能安全、迅速、舒适地到达目的地。

马女士表示，该机场中心售票处这种不负责任的霸道做法，很让她伤心，她一定要找相关部门讨个说法！

案例来源：民航资源中国网



 思考：

1. 本案例的服务属于服务的哪个层面？
2. 如果您是本案例中民航方的当事人，您会如何做？
3. 本案例的情况可以避免吗？为什么？
4. 为什么我们的服务常常“费力不讨好”？