

职业技能培训系列丛书

饭店实用心理服务

职业技能培训

□ 牛志文 编著



ZHIYE JINENG PEIXUN XILIE CONGSHU



电子工业出版社

PUBLISHING HOUSE OF ELECTRONICS INDUSTRY

<http://www.phei.com.cn>

职业技能培训系列丛书

- 超市商场销售员职业技能培训 *
- 文字录入与排版职业技能培训 *
- 当代汽车维修职业技能培训——发动机篇
- 当代汽车维修职业技能培训——底盘篇
- 当代汽车维修职业技能培训——电气篇
- 企业班组长技能训练
- 饭店实用心理服务职业技能培训 *
- 前厅服务职业技能培训 *
- 客房服务职业技能培训 *
- 中、西餐厅服务职业技能培训 *



责任编辑：李 影 刘永成



本书贴有激光防伪标志，凡没有防伪标志者，属盗版图书。

ISBN 978-7-121-05434-1



9 787121 054341 >

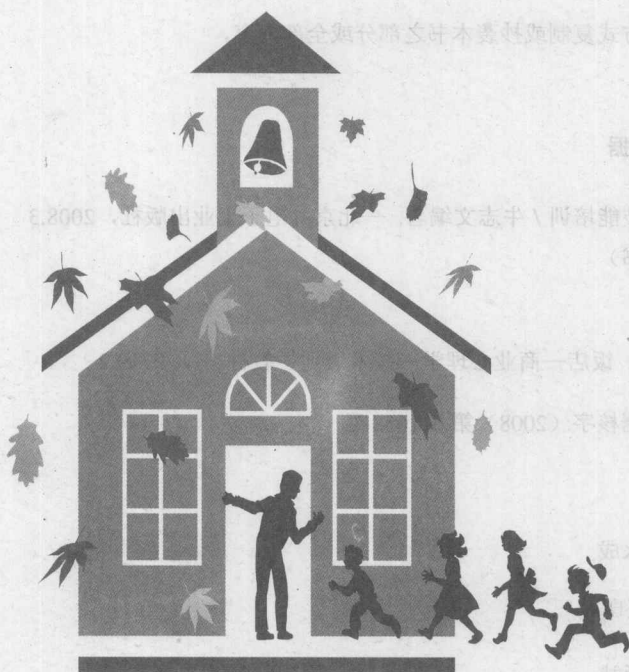
定价：13.60 元

内容简介

职业技能培训系列丛书

饭店实用心理服务职业技能培训

牛志文 编著



电子工业出版社

Publishing House of Electronics Industry

北京·BEIJING

内 容 简 介

本书以心理学基本知识为切入点,运用案例教学法,介绍了饭店服务员必须具备的心理素质和心理健康标准,以及实用心理学在饭店前厅服务、客房服务、中西餐厅服务中的应用,并设计了饭店服务员的性格特征、心理承受能力、心态自我调整、人际交往能力和职业生涯等五个模块的心理素质测试题。

本书语言通俗易懂,提供的服务案例、技能操作和心理素质测试题,都具有实用性、科学性、操作性的特点,是一本可读性较强的职业技能培训教材。

本书是为中等职业学校旅游专业学生编写的辅助参考教材,可作为劳动部门为城市再就业职工和农村青年,到饭店就业进行的岗前培训教材,以及饭店培训部门为提高员工服务技能而进行的在职培训教材,也可作为饭店服务员的自学宝典。

为了方便教师教学,本书还配有电子教案,详见编者心语页。

未经许可,不得以任何方式复制或抄袭本书之部分或全部内容。

版权所有,侵权必究。

图书在版编目(CIP)数据

饭店实用心理服务职业技能培训 / 牛志文编著. —北京:电子工业出版社, 2008.3

(职业技能培训系列丛书)

ISBN 978-7-121-05434-1

I. 饭… II. 牛… III. 饭店—商业心理学—技术培训—教材 IV. F719.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2008) 第 011658 号

责任编辑: 李 影 刘永成

印 刷: 北京牛山世兴印刷厂

装 订:

出版发行: 电子工业出版社

北京市海淀区万寿路 173 信箱 邮编 100036

开 本: 787×1092 1/16 印张: 9 字数: 205 千字

印 次: 2008 年 3 月第 1 次印刷

印 数: 3 000 册 定价: 13.60 元

凡所购买电子工业出版社图书有缺损问题, 请向购买书店调换。若书店售缺, 请与本社发行部联系, 联系及邮购电话: (010) 88254888。

质量投诉请发邮件至 zltz@phei.com.cn, 盗版侵权举报请发邮件至 dbqq@phei.com.cn。

服务热线: (010) 88258888。



作者简介

牛志文，女，1953年生，北京第二外国语学院旅游心理学和饭店文化研究专家，北京师范大学心理学院发展心理学研究专家。

作者多年从事饭店服务与管理、饭店服务心理学、旅游景区管理和旅游心理学等理论研究，曾多次被星级宾馆饭店聘为暗访专家，积累了宾馆饭店服务与管理的大量写真案例，在国内外刊物上发表《中外饭店集团发展趋势对比研究》等论文 50 余篇，编写《饭店战略管理：理论前沿与中国的实践》、《饭店服务员培训教材》等著作 5 部。

2006 年 4 月 8 日，作者参加了国际西餐协会在北京人民大会堂举办的国际西餐研讨会，在饭店研究领域里，有较高的知名度。



编者心语

子在川上曰：逝者如斯夫！

追溯到 2001 年 7 月，在北京国际饭店授课的日子，已经流逝了六载岁月，想编写一套案例丛书的希望种子，终于和岁月一起萌发、成长，在出版社领导和编辑的厚爱下，这套丛书终于和读者见面了！它是 21 世纪中国旅游经济大潮与 2008 年北京奥运经济孕育的成果，也是北京星级饭店行业董事长、总经理、专家、教授和行业媒体朋友们，倾注了很多心血的成果，在此，向他们表示衷心的感谢。

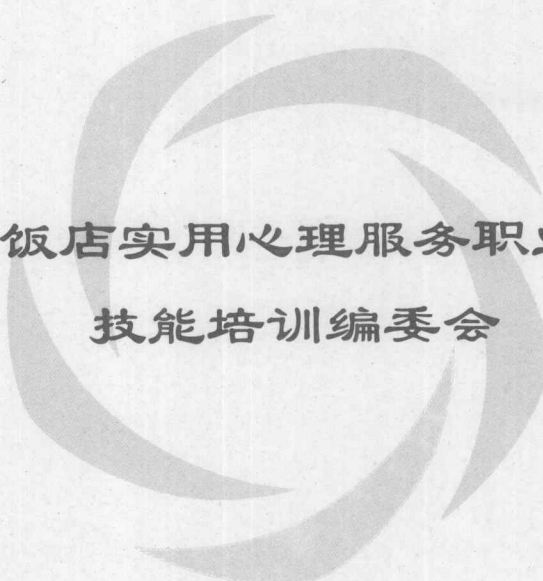
据北京奥组委官员透露，在 2008 年奥运会之前，北京将新增 500 家星级饭店和宾馆，全国各大城市的星级饭店，也将以 30% 的幅度增加。由于宾馆饭店的迅猛发展，将有 50 万名从业人员走上服务岗位。但是，从目前来看，在岗和即将上岗的服务员，在基本素质、职业能力和实际操作技能等方面，与星级饭店现有的硬件建设不匹配，需要旅游院校和饭店管理培训中心进行系统有效的岗前或岗位培训。针对这种情况，笔者把 2001 年 7 月在北京国际饭店（五星级）为在岗服务员培训的讲义内容，和六年来通过到饭店暗访的写真案例，完美地融合在一起，编写了这套系列丛书，为中国饭店业的软件建设更上一层楼，尽了自己的一份社会责任。

本书的编写和修改，虽然走过了六个春秋，难免还有不完美的地方，希望各位读者，在阅读或自学时，能直言不讳地指出书中的瑕疵，并给予赐教。

为了方便教师教学，本书还配有电子教案。请有此需要的教师登录华信教育资源网（www.huaxin.edu.cn 或 www.hxedu.com.cn）免费注册后再进行下载，有问题时请在网站留言板留言或与电子工业出版社联系（E-mail:hxedu@phei.com.cn）。

牛志文

2008 年 2 月于北京



饭店实用心理服务职业 技能培训编委会

主 席	北京市旅游局	杨乃运 先生
副主席	北京市密云旅游局	娄春芳 女士
行业董事长	北京云佛山旅游度假村董事长	王文勤 先生
行业经理	北京瑞海姆田园度假村（五星级）总经理	韩 琦 先生
	北京云佛山旅游度假村（三星级）总经理	李立凯 先生
	北京明湖山庄（二星级）总经理	傅全合 先生
	北京云佛山旅游度假村常务副总经理	王玉芬 女士
	北京云佛山旅游度假村人力资源部经理	娄永革 先生
行业专家	北京第二外国语学院旅游管理学院副教授	牛越胜 先生
	内蒙古呼伦贝尔学院旅游地理系副教授	刘建华 先生
	内蒙古呼伦贝尔学院旅游地理系副教授	张 凌 女士
行业委员	北京环球游报编辑、记者	贾 然 小姐
	北京新街口饭店行政总厨	朱树刚 先生
	北京民政局宴会厅总厨	何忠顺 先生
	北京科苑宾馆总厨	罗连国 先生
执行委员	北京市密云县劳动局职业技术学校	周廷兰 先生
秘书长	电子工业出版社中等职业教育分社	涂 晟 先生

目 录

第1章 饭店服务实用心理学基本知识	1
饭店服务实用心理学的核心要点是什么	1
饭店服务员应具备哪些心理潜能	2
如何解读马斯洛的人类需求论	3
情景再现：商务客人张先生的心理需求	4
客人有哪些最基本的心理需求	4
情景再现一：大堂里有一位农民企业家	5
情景再现二：在火灾发生时	7
情景再现三：不错，挺干净	7
情景再现四：都是噪声惹的祸	8
情景再现五：教授的遭遇	10
饭店服务员如何进入职业角色	11
情景再现一：爱对着镜子笑的王丽	12
情景再现二：小叶很快进入了角色	14
情景再现三：迎宾小姐有亲和力	15
第2章 饭店服务员必备的心理素质	16
饭店服务员应具备哪种“自我”	16
情景再现一：张老的“儿童自我”面孔	17

情景再现二：客房部有一个李阿姨	20
饭店服务员应具备哪种心理素质	20
情景再现一：老寿星的尴尬	21
情景再现二：有这样一位“家长自我”型的客人	22
情景再现三：老人的“儿童自我”得到了满足	22
如何展现心理成熟的服务员形象	24
情景再现一：有一个山村女孩	24
情景再现二：服务大嫂的成功经历	25
如何合理地运用“三个自我”	27
情景再现一：度蜜月的新婚夫妇	27
情景再现二：日本少年旅游团在中国	28

第3章 饭店服务员心理健康标准

如何面对生存需要	30
情景再现一：刘总监当年是一名服务生	30
情景再现二：有一位服务员叫小芳	31
如何面对关系需要	32
情景再现一：有这样一位实习生	33
情景再现二：张雨拜师	34
如何面对成长需要	35
情景再现一：一位客人的自述	35
情景再现二：小吴的换位思考	37
如何面对博爱需要	37
情景再现一：服务大嫂们的“博爱效益”	38
情景再现二：“好好学习、天天向上”的刘英	39
如何面对创造需要	41
情景再现一：一束美丽的百合花	41
情景再现二：女客人的旗袍破了	42

第4章 前厅服务实用心理学应用

前厅客人有哪些心理需求	43
情景再现：对不起，我要退房	44
如何满足客人的心理需求	44
情景再现一：一个来自遥远地方的声音	45
情景再现二：都是方言惹的祸	46



情景再现三：美丽的海滨浴场吸引了客人的眼球	47
情景再现四：当客人被马蜂蛰了的时候	49
第5章 客房服务实用心理学应用	51
入住饭店的客人有哪些心理需求	51
情景再现：来自官方客人的一封信	52
如何满足入住饭店客人的心理需求	53
情景再现一：客人把小张当成了流浪汉	54
情景再现二：马欢的尴尬	55
情景再现三：在客人的朋友来访之前	57
如何为客人提供完美服务	58
情景再现：意见簿上的留言	58
如何尊重客人的宗教习惯	60
情景再现：客人的小方毯被挪动了	60
如何为客人提供安全服务	61
情景再现：小偷尾随客人进了饭店	61
第6章 中西餐厅实用心理服务应用	63
客人就餐时有哪些心理需求	63
情景再现一：老外满意的西餐厅	64
情景再现二：同学会上的尴尬	65
情景再现三：老教授笑笑了	66
宴会厅客人有哪些个性化需求	66
情景再现：客人的“丝绸之路”情结	67
白领客人就餐时有哪些个性化需求	68
情景再现：客人陶醉在餐厅的音乐里	68
如何满足零点餐厅客人的心理需求	69
情景再现一：西餐厅里的六姐妹	70
情景再现二：杭州面馆里的客人	71
情景再现三：京郊饭店有人气	73
如何满足客人饮食文化的心理需求	73
情景再现一：局长一家的遭遇	74
情景再现二：饭店里有一家傣家村餐厅	75
情景再现三：博导赞美了他	76
情景再现四：爱聊天的服务员	77

第7章 饭店服务员心理素质测试	79
饭店服务员性格测试	79
测试题一：你能走出事业的低谷吗	79
测试题二：你在生活中有依赖性吗	80
测试题三：你给客人留下的第一印象是什么	81
测试题四：你了解自己的性格缺陷吗	82
测试题五：你了解自己的个性吗	82
饭店服务员心理承受能力测试	83
测试题一：你能赢得客人的好感吗	84
测试题二：你和同事是知心朋友吗	84
测试题三：你了解同事的性格吗	86
测试题四：你是一名口碑很好的服务员吗	87
测试题五：你是否有过四面楚歌的经历	88
饭店服务员心态自我调整测试	89
测试题一：你是如何表现饭店服务员健康向上的心态的	89
测试题二：面对挫折和失败，你是如何调整心态的	90
测试题三：你如何看待同事在工作中取得的成绩	90
测试题四：你用哪种心态面对客人的投诉	91
测试题五：你平时采取哪种旅游方式减压	91
测试题六：你和同事之间有了矛盾，一般用哪种方式宣泄	91
测试题七：你在对客服务中受到委屈怎么办	92
测试题八：你对饭店的工作环境和个人发展有哪些看法	92
测试题九：你在对客服务中有了心理疾病怎么办	93
测试题十：面对工作压力你是如何调整心态的	93
饭店服务员人际交往能力测试	94
测试题一：你的人际交往指数有几颗星	94
测试题二：你是如何与上下级处理好关系的	95
测试题三：你是如何确认客人身份的	97
测试题四：你和客人之间的融合点是什么	98
测试题五：你和同事们能处理好关系吗	100
测试题六：你的团队精神如何	101
测试题七：你希望有一个稳定的人际圈吗	102
测试题八：你是如何与同事鼎立合作的	104
测试题九：面对文明素质低的客人你的心态如何	105
测试题十：你想知道客人对你的第一印象吗	107
饭店服务员职业生涯测试	109



测试题一：你在三年内有升职机会吗	109
测试题二：你对做餐厅领班有心理准备吗	112
测试题三：你是如何处理危机事件的	113
测试题四：影响你走上饭店管理岗位的心理障碍是什么	114
测试题五：你具备饭店管理者的平和心态吗	116
测试题六：你具备饭店管理者的发散思维吗	117
测试题七：你希望晋升为饭店的职业经理人吗	119
测试题八：你的事业成功指数有多高	120
测试题九：你有晋升饭店管理者的机遇吗	124
测试题十：你具备一定的职业能力吗	125
测试题十一：你有晋升职业经理人的潜能吗	127
测试题十二：影响你晋升职业经理人的主要因素是什么	129

第1章

饭店服务实用

心理学基本知识

“引言”告诉我们，心理学并不神秘，饭店服务实用心理学就发生在我们的身边，是我们在为客人提供各项服务时，经常看不见、摸不着的一种应用科学。但是，作为一名星级饭店的服务员，没有一点饭店服务实用心理学基本知识，就不能把服务工作做好。为此，本章重点介绍饭店服务实用心理学基本知识。



饭店服务实用心理学的核心要点是什么

饭店服务实用心理学，是指饭店服务员根据客人的心理需求，为客人提供个性化服务的心理过程。无论是国内的星级饭店，还是国外的连锁经营饭店，一般都具备硬件建设和软件服务两大功能。饭店的硬件建设，主要包括前厅、大堂、餐厅、客房、娱乐场所的设施设备；饭店的软件建设，主要是向客人“出售服务”，因此，饭店服务的核心是向客人出售服务。

饭店行业经常为客人提供的服务项目，不但包括饭店的功能服务，而且包括服务员为客人提供的心理服务。具体要求有以下两个核心点。

1. 会做事

会做事，指饭店服务员快捷而又完美地为客人提供最佳的前厅服务、客房服务或中西餐服务，并满足客人的个性化服务要求。

2. 会待人

会待人，指饭店服务员在为客人的服务中，言谈举止都能使客人感到轻松、愉快，有一种亲和力，使客人有一种心理愉悦的体验。作为一名星级饭店的服务员，如何为客

人制造一个愉快的经历呢?

首先,对客人要有一种亲和力。在为客人提供各项服务时,要用真诚的微笑、恰到好处的礼仪礼貌,与客人进行眼睛或语言的交流。客人如果能从你的眼神或语言中,感受到你的亲和力,享受到你真诚的“友情”或“亲情”,使客人感到亲人般的温暖,心灵中有一种愉悦之情流溢出来,就达到了为客人制造心理愉悦的目的。

其次,激发客人潜意识中的兴奋点。人是情景动物,很容易在受到外部环境感染之后,在大脑的潜意识中产生一种兴奋。如果你在为客人提供服务时,能激发客人潜意识中的“兴奋点”,客人的心灵中就涌动涓涓愉悦之情。这种涓涓的愉悦之情,能冲走客人工作中的压力,以及由于种种原因而引起的心理疾病。为此,作为一个饭店服务员,如果做到了这一点,就达到了为客人提供实用心理服务的标准。



饭店服务员应具备哪些心理潜能

作为一名星级饭店的服务员,要具备超出一般人的心理潜能,才能为客人提供恰到好处的实用心理服务,具体要求有以下几点。

第一,潜意识中有爱的萌芽

爱的潜能,是隐藏在潜意识中的一种“爱”的萌芽,并不是现实生活中的一种爱的能力,要使爱的潜能,变为一种爱的能力,有一个必不可少的前提条件。

第二,曾经有被爱的经历

在童年时代,曾经被爷爷、奶奶、爸爸、妈妈、哥哥或姐姐等亲人“宠爱”过;上学以后,曾经被老师和同学们“关爱”过;参加工作后,曾经被同事和朋友“厚爱”过。这种“被爱”的体验,经过天长日久的积累,潜意识中有一种回报的欲望,就会在日常生活中,渐渐地周围的人释放一种“爱”的潜能。但在现实生活中,有不少缺乏“爱心”的人,几乎都是因为童年时代缺乏“被爱”的体验,它是一种不可缺少的心理“营养素”,不仅童年时代需要,长大成人之后也更加需要。不过,对于那些心理上成熟而健康的人来说,“营养不良”的情况是不存在的。

第三,具备感恩之心

心理健康的人,一般都具备感恩之心。在“爱”的问题上都能从我做起,能用自己对别人的“爱”,去赢得别人对自己的“爱”;他们既能“爱人”,又能“被人所爱”。反之,那些童年时代缺乏“被爱”的体验,长大以后又未能补上这一课的人,就会处于一种既不能去“爱”人,也不能“被人所爱”的境地。

心理学上这种“被爱”与“回爱”理论,运用到饭店服务工作中,就是要求服务员具备爱的回报能力。即根据客人的个性化需求,为客人提供亲和力的服务,在客人身边制造一个“爱的光环”,使客人能在你的各项服务中,体验到一种“被爱”的感觉。

当你在客人身边形成一个“爱的光环”之后,客人也会有“爱”的回报。这种回报方式,就是给饭店总经理留下一封感谢信,或者当面感谢你。

如果客人是一位绅士类型的国外客人,除了给你精神鼓励之外,在赞美你的同时,还要给你物质奖励,如:小费、礼物等,以表示对你的回报。如果你不断地得到客人的



表扬和鼓励,在你的潜意识里,天长日久,就会形成一种“爱”的良性循环,也就是不断去“感恩”和回报。



如何解读马斯洛的人类需求论

美国著名的心理学家马斯洛提出的著名人类需求论中指出,人类的需求一般包括:生理需求、安全需求、社交需求、尊重需求和自我价值实现需求五个层面。具体内容如图1-1所示。

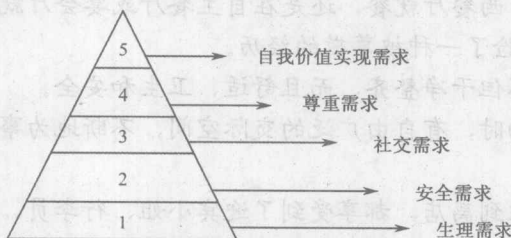


图1-1 著名心理学家马斯洛的人类需求论

下面我们就来解读一下,著名心理学家马斯洛人类需求论的基本内容,以及在饭店服务实用心理学方面的应用。

第一, 生理需求

马斯洛提出的人类第一个需求,是人类最基本的生理需求,即吃和住。

从目前中国的星级饭店来看,已经能够完全满足客人的生理需求。中国的星级饭店里,有大大小小的餐厅,餐厅里有中国传统的八大菜系,还有皇室的满汉全席,更有风靡全球的牛排西餐。至于住的房间,不但有双人床的标准间,还有单人床的豪华套间,更有富丽堂皇的总统套间。

第二, 安全需求

凡是入住饭店的客人,在满足了基本的生理需求之后,第二心理需求是安全需求。即住在饭店安全,吃的菜肴卫生安全,没有危及自己生命安全的事件发生。

第三, 社交需求

入住饭店的商务客人,一般要和客户洽谈生意或签合同。国内外上层知名人士的社会交往,有时候也在饭店进行。饭店的设施设备和服务员的全方位服务,就满足了这一部分客人的心理需求。

第四, 尊重需求

所有入住饭店的客人,无论是亿万富翁,还是农民旅游团,人人都有被尊重的心理需求。这种心理需求,主要是要求饭店各个岗位上的服务员,处处事事要尊重他们,使他们能体验到上帝的感觉。

第五, 自我价值实现需求

入住饭店的客人,大多数不具备这个心理需求,只有长包房的商务楼层客人,在长期租用饭店客房经营商务活动时,利用饭店的知名度和服务设施,赢得客户的信赖,使

自己的事业不断走向成功，才有这个心理需求。



【情景再现】

商务客人张先生的心理需求

商务客人张先生，到北方某城市和客户洽谈生意，入住了一家五星级饭店，他的心理需求，就涵盖了吃、住、安全、社交、尊重、实现自我价值等五个方面。

1. 不管在中餐厅、西餐厅就餐，还是在自主餐厅或宴会厅就餐，不但求“吃”得可口，吃得满意，而且体验了一种被尊敬的经历。

2. 房间设施设备不但干净整洁，而且舒适、卫生和安全。

3. 在进行商务活动时，有自由广泛的交际空间，不断地为事业的发展，寻找到了新的合作伙伴。

4. 从前厅登记入住到离店，都享受到了迎宾小姐、行李员、服务员发自内心的微笑服务，还体验到了“回家”的感觉。尤其在餐厅就餐时，能像“上帝”一样，享受到餐厅服务员恰到好处的用心服务。

5. 在饭店住宿期间，客房服务员每天都能根据他的心理需求，细致周到地为他提供个性化服务，使他的心情一直很好，与客户们顺利地签订了几笔商务合同，满足了“自我价值实现”的心理需求。



【为您提示】

作为一名星级饭店的服务员，能根据客人的心理需求，为客人提供个性化的实用心理服务，才能使客人满意，成为饭店的回头客。



客人有哪些最基本的心理需求

随着国际旅游时代的到来，地球村正在逐步形成，客人从村西边来到村东边，入住饭店进行商务活动、度假旅游或会务活动，已经是饭店的主要人气。

中国进入 21 世纪以来，大多数饭店的确很有人气。“有朋自远方来，不亦乐乎！”的现象喜人，但要根据客人不同的气质特征，恰到好处地满足客人的心理需求，并不是一件容易的事。下面我们就来了解客人不同的气质特征，并根据客人的不同心理需求，为客人提供满意的心理服务（见表 1-1）。



表 1-1 客人不同的气质特征

类 型	特 征	满足客人的心理需求
一、多血质型	活泼好动，聪慧敏感；反应迅速，喜欢和人交往；注意力容易转移；兴趣和情绪容易变换，性格外向	根据客人的性格特征，认真观察客人潜意识需求，及时满足客人的心理需求。为客人介绍广交朋友的信息和场合，使客人的聪慧充分地展现出来；为客人提供微笑、言谈和肢体服务时，先用眼睛交流，从而吸引客人眼球，控制客人注意力的转移；为这类客人提供超前的个性化服务。
二、黏液质型	安静稳重，反应缓慢；沉默寡言，情绪不易外露；注意力比较集中，一般不会移情别恋；承受挫折能力强，性格内向和外向结合	对这类客人的个性化要求，要采取不卑不亢的服务。因为这类客人一般都是城府很深，不喜欢提供主动热情的“超前”服务。在客人提出需求之后，再为其服务。
三、胆汁质型	直率坦白，热情大方；精力旺盛，激情澎湃；容易冲动，情绪变化无常；反应迅速，性格外向	为这类客人提供服务之前，要专心倾听，尽量满足一切需求。因为这类客人情绪容易激动，稍有服务不周到的地方，就会引起投诉。像对待朋友一样对待客人，为客人提供最佳的个性化服务
四、抑郁质型	多愁善感，性格孤僻；行动迟缓，反应迟钝；过于敏感，性格内向	及时发现客人的需求动向，为客人解决各种困难。用恬静优美的语言和客人进行交流，使客人有“春雨润无声”的体验和感受

随着旅游业的迅猛发展，星级饭店如雨后春笋，遍地开花。来自国内外不同文化背景的成熟客人，要求饭店服务员在工作岗位上，及时捕捉潜意识中的需求点，为其提供超前的心理服务，具体有以下几点：

第一，求方便

中国有句俗语，叫做“在家千般好，出门一时难”，说明人们外出的时候，最怕的是“不方便”。人们在家里遇到的“不方便”和外出时遇到的“不方便”，虽然是相同的，但心理压力是不相同的。在家里遇到的“不方便”，在一般情况下，不会造成特别大的心理压力；在外出住店时遇到的不方便，造成的心理压力就比较大。下面的写真案例说明了这一点。



【情景再现一】

大堂里有一位农民企业家

有一位住进北京某五星级饭店的农民企业家，他是标准的借中国八十年代改革东风，辛勤养蜜蜂、出售蜂蜜发家致富的乡镇企业小老板。在十几年前，他刚开始创业的时候，只是在附近的村镇和县市范围内销售自己的劳动成果——蜂蜜。由于刚创业时，蜂蜜的日产量较低，一般情况下，他是早上外出销售，晚上回家住宿。虽然也有夜宿街头或躺在车站椅子上过夜的“经历”，更有住进县市招待所或小宾馆谈小本生意的“荣