

Hotel Effective Management Series

 饭店高效管理丛书

饭店服务

36计

张建宏◎编著

饭店员工对客服务技能培训蓝本。

服务36计，教你创造“满意的客人”的秘诀。

36计，计计有效，计计攻心。



旅游教育出版社

 饭店高效管理丛书

饭店服务

36计

张建宏◎编著



旅游教育出版社

策划编辑: 赖春梅

责任编辑: 赖春梅 朱海犀

图书在版编目(CIP)数据

饭店服务 36 计 / 张建宏编著. —北京: 旅游教育出版社, 2008. 1
(饭店高效管理丛书)

ISBN 978 - 7 - 5637 - 1621 - 0

I. 饭… II. 张… III. 饭店—商业服务 IV. F719.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2007) 第 167838 号

饭店高效管理丛书

饭店服务 36 计

张建宏 编著

出版单位	旅游教育出版社
地址	北京市朝阳区定福庄南里 1 号
邮编	100024
发行电话	(010) 65778403 65728372 65767462 (传真)
E-mail	tepx@163.com
印刷单位	北京科普瑞印刷有限责任公司
经销单位	新华书店
开本	787 × 1092 1/16
印张	13.5
字数	208 千字
版次	2008 年 1 月第 1 版
印次	2008 年 1 月第 1 次印刷
印数	1-6000 册
定价	25.00 元

(图书如有装订差错请与发行部联系)

目录

第 01 计	循序而进	更上层楼——规范服务计	1
第 02 计	春风化雨	润物无声——微笑服务计	6
第 03 计	未雨绸缪	防患未然——安全服务计	11
第 04 计	细致入微	面面俱到——热情服务计	17
第 05 计	适可而止	过犹不及——适度服务计	22
第 06 计	略施粉黛	秀外慧中——形象服务计	28
第 07 计	情之所至	水到渠成——感情服务计	34
第 08 计	快则遂意	慢则少礼——效率服务计	39
第 09 计	有头有尾	善始善终——首问服务计	44
第 10 计	随机而变	有求必应——实时服务计	50
第 11 计	到位「到家」	至亲至爱——真情服务计	56
第 12 计	谦和恭敬	成人之美——尊重服务计	62
第 13 计	暖语贴心	妙语解颐——语言服务计	68
第 14 计	投其所好	迎合需求——超常服务计	74
第 15 计	因人而异	「主随客便」——针对服务计	78
第 16 计	离方就圆	生无化有——灵活服务计	83
第 17 计	德以报怨	柔以克刚——柔性服务计	88
第 18 计	针对需求	相机而动——推介服务计	94
第 19 计	滴水不漏	细致入微——细微服务计	100
第 20 计	济困扶危	雪中送炭——意外服务计	105



后记	附录	第21计	第22计	第23计	第24计	第25计	第26计	第27计	第28计	第29计	第30计	第31计	第32计	第33计	第34计	第35计	第36计
212	192	客无贵贱	亡羊补牢	伙伴意识	宾主兼顾	迎来送往	虑事周全	悉心呵护	十全十美	无所不能	兵马未动	临危不乱	制度保障	克勤克谨	自尊自重	心灵减压	精益求精
		一视同仁——平等服务计	犹为未晚——补救服务计	团队精神——协调服务计	老少咸宜——点菜服务计	井然有序——门卫服务计	拿捏分寸——康乐服务计	关爱有加——看护服务计	万无一失——贵客服务计	无所不会——万能服务计	档案先行——信息服务计	处变不惊——应急服务计	意识先行——防护服务计	修身第一——道德服务计	不卑不亢——自尊服务计	舒卷自如——调适服务计	臻于化境——极致服务计
		110	115	120	126	131	136	142	147	152	157	161	166	171	176	182	188



第01计 循序而进 更上层楼——规范服务计

规范服务是指饭店员工按照企业明文规定的,保证服务质量标准的方法开展服务工作。“没有规矩,不成方圆”。做好规范化服务,在提倡个性化服务的今天,仍然而且永远都不会过时。规范的操作规程是饭店正常运行的支撑点,规范化服务是个性化服务的前提,是饭店生存的基石。如果饭店员工连最基本的规范服务程序都没能很好地掌握,那么,服务质量就得不到基本的保证,向客人提供优质服务只能是一句空话。另外,饭店服务的规范化是一项系统工程,它节节相连、环环相扣。服务人员应把良好的服务技能、技巧,不折不扣地体现在接待服务过程中的每一个环节。

案例 一件不该发生的事

陈女士与新婚丈夫来到美丽的海滨城市——北海度蜜月,下榻在市区某饭店。一日,夫妇俩在感受过海天一色的绚丽美景后,回到饭店休息。进房后,他们即关上门,一同进入浴室洗澡,以消除一天的劳累。正当夫妇俩亲亲热热地互相搓背、擦身时,突然传来客房楼层服务员的敲门声。陈女士在卫生间内大声应答:“现在休息,请不要打扰!”但出乎意料的是,话音刚落,服务员就用钥匙打开了房门,闯进了房间,并且径直走到浴室门口,将正在洗浴的夫妇俩看了个正着。顿时,双方都感到十分尴尬,服务员赶紧退出了房间。新婚燕尔遇此“尴尬事”,不免恼怒异常,他们愤而向饭店方面讨要说法。饭店的一位负责人对此解释说,这名服务员刚到饭店工作不久,对饭店的一些规矩不太懂,以为这间房没人住,以致发生了这次意外。听完饭店方“解释”后,陈女士转而拨通北海的“12315”消费者投诉电话。经



协调, 2 小时后, 饭店总经理代表饭店向陈女士夫妇郑重赔礼道歉, 免收了陈女士夫妇 200 多元的住宿费作为精神补偿。

评析

本案例中, 该饭店之所以出现这样的“尴尬事”, 完全是由于饭店的客房楼层服务员违反操作规程所致。客房是客人入住饭店后的“私人场所”, 服务员在任何时候进入客人的房间, 都必须遵守一定的程序, 这是规范化服务的要求。

规范化服务注重的是规范和程序。为了达到某项服务的质量标准, 饭店不但要有保证服务质量的一套方法, 还要在服务过程中有一套严格的程序。程序, 即事情进行的先后次序, 它详细地说明完成某种活动的准确方式, 指导人们按顺序行动。程序的实质就是对所要进行的行动规定顺序, 这种顺序适合于正常服务的需要。无论是客房服务, 还是餐厅服务, 在服务过程中, 既有大项顺序, 又有小项顺序, 顺序里面一项接一项, 一环套一环。这就要求服务员在工作中严格按规程操作, 既不能颠倒, 也不能错漏。

正确的客房“开门”操作规程应该是:

(1) 先核对房态。确认该房间是否有客人租住。

(2) 观察。检查一下房门是否挂着“请勿打扰”牌, 是否上“双锁”或房门侧面墙上是否亮着“请勿打扰”指示灯。如果是这样, 则不能敲门, 而应轻轻地将工作车推走, 离开此客房。

(3) 按门铃或敲门。用食指或中指第二骨节敲门三下或按门铃, 不要用手拍门或用钥匙敲门。敲门应有节奏, 轻重适度, 使客人听到为标准。然后通报“客房服务员”或“House keeping”。

(4) 等候。敲门后应等候 3~5 秒, 同时站在门前适当位置眼望门镜, 以方便房内客人观察。敲门后切勿立即开门, 或连续敲门, 也不能通过门镜向房内窥视。此时, 若房内客人有回应, 服务员应再通报, 并征求客人意见。如客人不同意此时清扫客房, 服务员应向客人道歉并轻轻离开此房, 或视情况征询客人何时清扫较方便, 并把客人要求清扫客房的时间记录在“客房清扫日报表”上, 以免遗忘。

(5) 第二次敲门、等候。第一次敲门、等候时, 若房内无动静, 服务员应第二次敲门, 并再次等候。

(6) 开门。在确认房内无动静后, 使用钥匙将门轻轻打开 2~3 寸, 报明自己的身份, 询问“可以进来吗”后, 方可入内。如果客人在房内, 要等客人开门后或经客人同意后方可进入并向客人问候, 询问客人“是否可以打扫房间”。若发现客人仍在睡觉, 应马上退出, 不要解释, 以免造成客人不

便。若客人已经起床,则应征询客人是否可以清理客房,并按照客人的意见去做。

(7) 进房。如客人不在房内或征得客人的允许后,服务员将房门敞开,进行客房清扫或服务。

实践证明,娴熟的服务技能,加上科学的操作程序能使客人在满足需求的同时得到美的享受。饭店的服务程序和操作程序是根据客人的要求和习惯,按照科学的归纳,编排出来的规范化作业顺序,按照顺序工作,服务质量就能得到基本的保证。而杂乱无章,随心所欲,不按规程办事,就会自找麻烦,除了给工作造成被动外,还说明该饭店的服务人员、管理人员缺乏专业训练,从而影响了服务质量。

案例 打米饭也不易

某饭店餐厅,一个来自台湾的旅游团正在用餐。当服务小姐发现一位70多岁的老年人的饭碗已空时,就轻步上前问道:“先生,您还要饭吗?”那位老先生摇了摇头。服务小姐又问道:“那么,先生您完了吗?”只见那位先生冷笑起来:“小姐,我今年已经70多岁了,自食其力,这辈子还没落到要饭吃的地步,怎么会还要饭呢?我的身体还硬朗得很呢,一下子不会完的。”服务小姐顿时哑口无言。

评析

这是一个典型的使用不规范服务用语的案例。案例中,服务小姐尽管“轻步上前柔声问”,并用了“请问”、“先生”等礼貌用语,但由于“要饭”、“完了”两词明显不合规范,导致了客人的不满。假如服务小姐用礼貌规范的服务用语“请问先生还要添些米饭吗”、“那么,先生您用完饭了吗”,就不会出现那么尴尬的场面了。

在日常的服务中,服务员应该注意选择适当的词语。譬如,在询问客人是否需要加点醋时,应该说“先生,要不要加点醋”,而不是“先生,您吃醋吗”;可以用“富态”来代替“肥胖”,用“苗条”来代替“清瘦”,用“腿脚不方便”来代替“瘸子”,用“洗手间”代替“厕所”,用“老先生”代替“老头子”等等。

“打米饭”是饭店的一项常规服务。很多人认为,这项工作太简单了,告诉员工如何落单,到哪里打饭就可以了。实际上,这项服务并不简单,除了“服务用语要规范”这一讲究外,还应有许多“规范”要讲究:



(1) 要知道适时主动询问客人是否需要米饭。如果等到客人提出才打饭,服务就变得被动了。被动的服务容易产生几个问题:一是客人要找服务员时,可能因为服务员在忙别的事情而找不到。二是客人找了一位不负责这张台的服务员,工作起来容易出问题。三是如果这时服务员恰好在忙别的事情,容易顾此失彼。

(2) 要记住是谁点的米饭。

(3) 要连带完成其他工作。向客人问是否添加米饭时,可以检查菜式有没有上齐,要不要催菜,茶水要不要加,毛巾要不要换等等。进入备餐间打饭时,把这些工作顺便完成,这样一来效率高又减轻工作压力,客人又满意。

(4) 要注意拿碗的姿势。空姐拿水杯的手势很特别:用手托住杯底。这样保证不会使客人的口“品尝”到小姐的指印。但在大部分的饭店餐厅,服务员上饭时总是用手指夹住碗的上端,并将这一端放在客人的正面,“请”客人吃饭时也品尝一下手指的“香汗”。

(5) 不能扭头就跑。客人要求服务时,服务员经常是听完客人的要求后扭头就跑。客人心里很不舒服,不知道服务员是否会完成他的要求。

案例 只因盘子少洗两遍

报纸上曾登载过这样一篇文章:一个中国留学生,为日本餐馆洗盘子。日本餐饮业规定,盘子必须洗七遍,这位留学生却很“聪明”地少洗了两遍。老板发现了问题,将他辞退。留学生又到该社区的另一家餐馆应聘洗盘子。这位老板打量了他半天才说:“你就是那位只洗五遍盘子的中国留学生吧。对不起,我们不需要!”第二家、第三家……他屡屡碰壁。不仅如此,房东不久也要求他退房,原因是他的“名声”对其他住户的工作产生了不良影响。他就读的学校也专门找他谈话,因为他影响了学校的生源。

评析

想必本案例会让我们深刻地认识到“规范”的重要性。自古以来,中国人的私德(用于处理特殊社会关系的“个人伦理”)绵延昌盛,而公德(用于处理普遍社会关系的“规范伦理”)则先天不足。缺乏这种法制精神、规范精神和合作精神的教化,一个人的行为就只会为本能的私欲所驱使,以致外部惩罚一旦失灵便会作出各种机会主义行为。

在饭店管理中,管理者务必要深刻理解规范化服务的重大意义,采用多种途径、多种手段、多种方式,强化员工的规范化意识。主要措施有:首先,要制定科学、合理的服务程序和细则,并经过不断完善,使之具有可操作性,以此作为服务规范来执行。其次,通过各种方式,如培训、班前会等向服务人员灌输服务标准,并采取问答、问卷等形式,了解规范的推广程序,确保规范在执行过程中的全面性、完整性。第三,在员工理解、明确服务细则并努力贯彻执行之后,要把握强化规范的节奏和方式,可采用不定时的抽查、激励等,以保证规范实行的持续性和长期性。

了解一下 规范化服务与个性化服务

服务是能够满足客人某种需求的特殊商品。规范化服务就是为了向不同的客人提供相应的服务,而在服务质量、规格等方面制定的统一技术标准。饭店所有的经营、管理活动都应该首先围绕规范化服务进行。规范化服务是饭店管理的生命底线。规范化的服务,不但可以提高服务的质量,而且也便于检查和管理,避免差错和事故的发生。规范化服务还有利于提高服务人员的素质和服务能力。

规范化服务和个性化服务是相互促进、相互转化的关系。个性化服务必须以规范化服务为前提和依托,后者源于前者,同时高于前者。丢掉规范化服务的基础而去奢谈个性化服务,无疑是舍本逐末、缘木求鱼。饭店要追求个性化服务,必须首先做到规范化服务,只有在规范化服务基础上提供个性化服务,才能起到锦上添花的作用。

当然,如果只停留和满足于规范化服务,不向个性化服务发展,饭店的管理和质量就难以上台阶。“60+40理论”可以用来形容规范化和个性化的关系,60分代表标准和基础,40分代表个性和补充,结合是100分,也就是说,个性化是在规范化、标准化基础上的延伸。如果把对客人的规范化服务比作是一条康庄大道的話,那么,个性化服务无疑就是在道路两旁摇曳生姿的花儿,沁人心脾的花香带着客人心旷神怡地走过一条芳香之旅。对于一些建立在规范化基础上的、比较成熟的个性化服务,可以逐步建立适应个性化服务需求的规范,即个性化服务后的规范化。



第02计 春风化雨 润物无声——微笑服务计

微笑是一个人心绪的表现，也表明了一个人的服务态度。微笑服务是一种特殊的情绪语言，是服务工作的润滑剂，它可以代替欢迎语言，稳定消费心理，对顾客的消费情绪有着积极的诱导作用。微笑服务是服务人员与顾客建立感情的基础。适度的微笑，不但能吸引顾客、留住顾客，还能给顾客留下难以忘怀的印象。微笑服务力量无穷，它不但可以产生良好的经济效益，迎来高朋满座，生意兴隆，还可以创造良好的社会效益。

案例 九次微笑

大学刚毕业的小廖来到广州，在某四星级酒店当了一名餐饮服务员，表现得相当出色。就在她试用期结束的前两天晚上，有位港商模样的客人来到酒店，指名道姓要小廖为他调送一杯咖啡。当时，小廖正忙得脱不开身。当小廖手捧咖啡杯，为这位客人服务时，已经比约定的时间迟了！于是，她面带微笑，对客人说：“先生，首先感谢您对我的欣赏和信任。但由于暂时没能抽出身来，耽误了您的时间，我感到非常抱歉！”客人没有领情，左手一扬，正好碰到小廖双手捧着的咖啡杯，咖啡溅了她一身。可客人视而不见，指了指手表说：“多长时间了？这还像个四星级酒店的服务吗？”接下来的时间里，小廖更加小心并全心全意地为客人服务。尽管客人很不配合，但她并不介意，始终挂着一脸微笑。真诚的微笑服务似乎没能换来客人的满意。临走时，客人向小廖要了意见簿。小廖心里一沉，因为她如果在此时遭到客人的投诉，就没有机会成为正式员工了。出于职业道德，小廖依然面带微笑

地呈上意见簿，并真诚地说：“请允许我为您莅临我们酒店表示感谢，更为我今晚的服务不佳再次表示深深的歉意。您有什么意见和看法尽管写上去，我欣然接受您的批评。如果您还能给我一次机会，我一定能打动您！”听了小廖的话，客人久久没落笔，但最终还是写下了他的意见，指责小廖素质低，不称职！

欲哭无泪的小廖向小姐妹们倾诉了事件的整个过程，大家劝她干脆把意见撕了。小廖没有这么做，她觉得撕掉客人的留言是一种欺骗行为。第二天，小廖像什么事都没发生一样，又全身心地投入到工作中去。第三天早会，酒店餐饮部经理宣布了录用员工的名单。小廖没有听到自己的名字，正当她泪水夺眶而出时，经理又宣读了一项任命，说根据酒店总经理的特别提议，任命小廖为餐饮部的领班！小廖蒙了！同事们都蒙了！会后，餐饮部经理带小廖去见了酒店老总，没想到，他就是那位刁难的客人。老总亲切地对小廖说：“你在我们酒店3个月不到，就好评如潮，我是专门来试探和考验你的。虽然你的综合素质表现得很不错，但真正能打动我的，还是你的微笑，那一脸甜美灿烂的微笑，你一共发挥了九次！特别是你的第九次微笑，那种毫不造作的、纯真的笑，简直可以击退我最后一道冷漠的防线！当时，我真想把我的批评写成表扬，但是，我终于克制住了，再考验你一次又何妨？结果，你又得了满分，印证了你的微笑是多么的真实！”后来，小廖只在这个领班的位置上锻炼一段时间，餐饮部经理调离，她就晋升为经理了。

评析

在饭店市场竞争激烈，强手林立的情况下，要想使自己占有一席之地，优质服务是至关重要的。而发自内心的微笑，又是其中的关键。中国有句老话叫做“朱唇未启笑先闻”，其实从某种意义上讲，微笑本身就是一种语言，或者说是语言的添加剂。有微笑做伴侣的服务语言将会产生巨大的能量。本案例中，小廖以“九次微笑”彻底征服酒店老总就是明证。确实，微笑魅力无穷，可谓是“一笑值千金”。如果把友善的微笑、热诚的目光、训练有素的举止自然地融为一体，那实际上就已经进入了一种很高的境界，他人一见就知道你是乐意助人，乐于为他人服务的。

微笑服务不仅是缩小心理距离、达成情感交流的阶梯，也是实现主动、热情、耐心、周到、细致、文明服务的途径，同时又是诚意与善良的表征和引导对方愉悦的良药，此外还是引起兴趣、引起好感的温泉和达到服务语言增值增效的强力添加剂。我们所提倡的微笑，是健康的性格，乐观的情绪，



良好的修养，坚定的信念等几种心理基础素质的自然流露，是真诚的微笑，不是讨好的媚笑，是发自内心的微笑，不是暗含讥讽的嘲笑，是轻松自如的微笑，不是皮笑肉不笑的干笑。

案例 消失的微笑

某饭店新员工小张是个开朗活泼的女孩，阳光般的微笑总是洋溢在她脸上。正式上岗后的前几天，她总是面带着甜美微笑向客人问候，为客人提供周到细致的服务。领班非常满意她的微笑服务，正准备借机表扬她时，突然发现，小张脸上的微笑不见了。问起原因，小张的回答是：“遇到客人，我都非常热情地问候，可是有些客人理也不理。他们不理我，我也觉得没意思。”

评析

一位日本客人曾经说过：“论长相，中国的服务小姐比我们日本姑娘漂亮得多。论微笑，我们每位日本姑娘都比你们的小姐笑得好。”此话不假，正如一位酒店管理专家对我国酒店的评价：“多数员工的面部表情是‘冷冰冰、木呆呆、阴沉沉’。平时员工之间的交谈笑意盎然，一见到客人就立即板起面孔。这几乎已经成为中国饭店服务的一大弊病。”专家们曾做过测算，饭店的前台员工，只要有 $1/3$ 能够笑起来，我国饭店的服务就会提高一个档次。

本案例中，小张的问题其实是新员工当中存在的普遍现象，小张是知晓了微笑在服务过程中的重要性，但只能说她停留在这样一个表面的状态，没能真正理解，以至于在运用过程中产生错误的思维。客人是来店里享受服务的，客人的任何态度都不能影响员工将要为客人提供热情主动的服务。员工与客人所处的角度与位置不同，客人无论何种态度回应，员工都不能让微笑消失。当客人态度不好时，员工更应该用热情、主动的服务，消除客人的不快。

微笑服务在本质上有两个含义：首先，微笑服务代表了饭店对客人热情欢迎的态度；其次，微笑服务代表了饭店服务员对自身职业高度的荣誉感和责任心。只有饭店管理者为员工创造一个温暖、和谐、向上的工作环境，员工才会笑得出来。同时，饭店应注重培养员工“敬业乐业”的精神。一个人如果没有对工作和事业的热爱，对客人没有爱心，没有良好的心境，也很难

笑出来,即使强装笑脸,也不会持久。白天鹅宾馆的一位员工曾深有体会地说:“对饭店工作的爱,对客人的爱,是我们热情、真诚服务的源泉。因为有了爱,便有了热情,便有了真诚的微笑。”确实,只有热爱生活、热爱顾客、热爱自己工作的人,才能保持并永久拥有那种落落大方而又恬静优雅的微笑。

案例 不合时宜的微笑

有一次,一个西欧旅游团深夜到达某饭店,由于事先联系不周,客房已满,只好委屈他们睡大厅。全团人员顿时哗然,扬言要敲开每一个房间,吵醒所有宾客,看看是否真的无房。此时,客房部经理却向他们微笑着耸耸肩,表示无可奈何,爱莫能助。这使宾客更为不满,认为经理的这种微笑是一种幸灾乐祸的“讥笑”,是对他们的侮辱,便拍着桌子大声喝道:“你再这样笑,我们就要揍你!”后来,在翻译人员的再三解释下,客人的愤怒才告平息。

一位台胞的母亲不幸去世了。这位台胞在他所下榻的饭店餐厅,安排了四桌丧宴以表示对亲友的谢意。服务员在为这几桌客人服务时,依然面带微笑。席间虽有客人含蓄提醒,但该服务员还是浑然不知,微笑如故。用餐完毕,这位台湾客人找经理投诉,他只愿付一半的餐费。他说:“这顿饭我吃得痛苦,我母亲去世办丧席,服务员却不时幸灾乐祸地朝我笑,难道他们都不是父母所生?他们都是没有感情的冷血动物?”

评析

这两个小案例说明,微笑服务也不是放之四海而皆准的“万能钥匙”。虽然微笑是人们交往中最有吸引力、最有价值的面部表情,但微笑不能随心所欲、不加节制,微笑要讲分寸、看场合。得体、适度的微笑,才能充分表达友善、诚信、和蔼、融洽等美好的情感。

了解一下 八种方法训练微笑

对镜训练法——端坐镜前,衣装整洁,以轻松愉快的心情,调整呼吸自然顺畅;静心3秒钟,开始微笑:双唇轻闭,使嘴角微微翘起,面部肌肉舒展开来;同时注意眼神的配合,使之达到眉目舒展的微笑面容。如此反复多



次。自我对镜微笑训练时间长度随意。为了使效果明显，可放背景音乐（较欢快的节奏）。

模拟微笑训练法——轻合双唇，两手食指伸出（其余四指自然并拢），指尖对接，放在嘴前15~20厘米处。让两食指尖以缓慢匀速分别向左右移动，使之拉开5~10厘米的距离，同时嘴唇随两食指移动速度而同步加大唇角的展开度，并在意念中形成美丽的微笑，让微笑停留数秒钟。两食指再以缓慢匀速向中间靠拢，直至两食指尖相接；同时，微笑的唇角开始以两指移动的速度，同步缓缓收回。需要提示的是，训练微笑要缓缓收住，这很重要。切忌不能让微笑突然停止（如此反复开合训练20~30次）。

情绪诱导法——情绪诱导就是设法寻求外界物的诱导、刺激，以求引起情绪的愉悦和兴奋，从而唤起微笑的方法。诸如，打开你喜欢的书页，翻看使你高兴的照片、画册，回想过去幸福生活的片段，放送你喜欢的、容易使自己快乐的乐曲等等，以期在欣赏和回忆中引发快乐和微笑。如果有条件，最好用摄像机摄录下来。

记忆提取法——据说这是演员在训练中常采用的一种方法，也被称为“情绪记忆法”。将自己过去那些最愉快、最令人喜悦的情景，从记忆中唤醒，使这种情绪重新袭上心头，重享那惬意的微笑。

观摩欣赏法——这是几个人凑在一起，互相观摩、议论，互相交流，互相鼓励，互相分享开心微笑的一种方法。也可以平时留心观察他人的微笑，把精彩的“镜头”牢牢记住，时时模仿。

含箸法——这是日式训练法。道具是选用一根洁净、光滑的圆柱形筷子（不宜用一次性的简易木筷，以防拉破嘴唇），横放在嘴中，用牙轻轻咬住（含住），以观察微笑状态。

意念法——这是一种已经有了微笑训练基础或者善于微笑的人，不用对镜或其他道具，而只用意念控制、驱动双唇，以求达到最佳微笑状态的训练法。

强迫微笑法——强迫自己微笑，如果你是单独一个人，强迫你自己吹口哨，或哼一首歌，表现出你似乎已经很快乐。因为行为和感觉是并肩而行的，如果我们不愉快的话，要获得愉快的主动方式是：愉快地坐起来，而且言行都好像是已经愉快起来。



第03计 未雨绸缪 防患未然——安全服务计

饭店是为宾客提供住宿、饮食、娱乐、购物和其他服务的综合服务性企业，是旅游、商务、会议等活动的生活基地。对宾客而言，饭店产品不仅仅是客房的床位、餐厅的食物，也包括消费这些物质产品时所享受的愉悦和舒适的感受，但归根结底，使宾客产生愉悦感、舒适感和满足感的基石是饭店产品的安全。缺乏安全的饭店产品，不仅满足不了客人的最基本需求，还会对客人的安全造成威胁，同时也会给饭店带来无法弥补的损失。饭店员工必须保障宾客的人身、财产、隐私安全，尽一切可能使宾客获得安全感。

案例 警惕犯罪分子的新伎俩

A 饭店，服务员小秦正在做房，有两位男子嘱咐其给 1303 房的房间加两条浴巾。这两人并未进房，而是说完话后，即告知小秦，说要去用早餐了，在小秦身边擦肩而过。小秦遵照其指示，到 1303 房为其增配两条浴巾，并顺手将床上零乱的东西作清理。此时，两个男子忽然返回，看见小秦正在清理，忙对她说：“不用麻烦你了，我们自己清理就行。”此时，小秦看他们已在收拾物品了，就暂时退出。3 分钟后，两位男子从房间走了。不到一会儿，来了另两位男子，持 IC 卡进入房间后，发现被盗。原来前两个是小偷，后两位才是真正的客人。

B 饭店，服务员小王把房务工作车停在 6215 房间门口，然后按要求顺序清理房间。在清理卫生间时，一位西装革履的青年男子推开车，进入房



间，小王慌忙抬头问好，男子面露不悦：“怎么还没做完？快一点，过一会儿，还有我朋友来访呢。”小王本来要向客人索要房卡核实身份，看到客人不高兴，害怕会被训斥，就打消了念头。男子进入房间一两分钟后，就拿了一只公文包离开，临走时还督促服务员动作快一点。中午时分，一外出返回房间的韩国客人发现自己的手机、信用卡、现金等大宗财物在房内失窃，而他正是6215房间的真正客人。

评析

在服务员获得了基本素质和基本技能的培训后，一般都有较高的警惕性。但如果犯罪嫌疑人采用蒙蔽手段或实施一些障眼法，服务员就往往容易“中招”而导致饭店受损失。

在A饭店，犯罪嫌疑人利用服务员小秦心理上的不设防（因为增配浴巾是一个合理的要求，而且客人并不走进房间，所以无须防范），然后又返回，以告知小秦不用麻烦，自己可以清理自己的物品的方式，使小秦失去判断力，而在心理上误导，以为他是客人，而使犯罪嫌疑人有了可乘之机。在B饭店，服务员小王也在犯罪嫌疑人类似的骗术下被“迷惑”，未去确认进房者的身份，结果导致犯罪嫌疑人冒充客人进入房间行窃。

A、B饭店的犯罪嫌疑人对饭店的服务流程是相当熟悉的，他们知道，如果他们直接要求服务员为其打开房门，服务员势必要求他们出示房卡，询问他们的姓名，并与总台核对，故而采取这种颇具迷惑性的方式来进入房间，使服务员失去警惕性，进而达到偷盗的目的。这是一种较高智能性质的心理犯罪。

近年来，发生在饭店的犯罪案件呈上升趋势，而且抢劫、贩毒、凶杀等严重犯罪时有发生，饭店正在成为新的犯罪场所。不法分子之所以把饭店作为犯罪目标，原因是多方面的。客人安全意识的薄弱，也是其中之一。B饭店的直接受害人是一位韩国客商，作为经常身在旅途的商人，理应知道贵重物品应存放于前台，或许是疏忽大意，或许是心存侥幸，或许只是图省事，然而一旦意外发生，一切都悔之晚矣。

拥有安全的消费环境是客人最基本的要求，这是每一位饭店管理者须要切记的。饭店必须采取有效措施，加强安全管理。其中，强化员工的安全意识是很重要的一个环节。B饭店的客人本是韩国客人，理应讲韩语，而犯罪分子明显讲的是汉语，遗憾的是服务员小王对客人情况一无所知，这也反映了饭店培训的薄弱环节。