

北京未来之舟礼仪培训机构的倾力之作
逾万家各行业单位培训经验的全面共享

服 务

(第二版)

礼仪

未来之舟◎编著

在市场经济条件下，商品的竞争就是服务的竞争

服务就是营销力，礼仪就是竞争力

你只要赶走了一个顾客，就等于赶走了潜在的**250**个顾客



中国经济出版社
CHINA ECONOMIC PUBLISHING HOUSE

北京未来之舟礼仪培训机构的倾力之作
逾万家各行业单位培训经验的全面共享

服 务

(第二版)

礼仪

编 著 未来之舟

编著者

靳 斓

钱钟云

周 荣

王 红

陈奕静

郑香莲

周季平

袁 悦

尹永吉



中国经济出版社

CHINA ECONOMIC PUBLISHING HOUSE

北 京

图书在版编目 (CIP) 数据

服务礼仪/北京未来之舟文化发展有限公司编著

北京: 中国经济出版社, 2011. 9

ISBN 978 - 7 - 5136 - 0933 - 3

I. ①服… II. ①北… III. ①服务业 - 礼仪 IV. ①F719

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2011) 第 152921 号

责任编辑 陈 瑞

责任审读 霍宏涛

责任印制 张江虹

封面设计 巢新强

出版发行 中国经济出版社

印 刷 者 三河市佳星印装有限公司

经 销 者 各地新华书店

开 本 710mm × 1000mm 1/16

印 张 10.75

字 数 155 千字

版 次 2011 年 9 月第 2 版

印 次 2011 年 9 月第 2 次

印 数 1 - 6000 册

书 号 ISBN 978 - 7 - 5136 - 0933 - 3/C · 169

定 价 29.00 元

中国经济出版社 网址 www.economyph.com 社址 北京市西城区百万庄北街 3 号 邮编 100037

本版图书如存在印装质量问题, 请与本社发行中心联系调换 (联系电话: 010 - 68319116)

版权所有 盗版必究 (举报电话: 010 - 68359418 010 - 68319282)

国家版权局反盗版举报中心 (举报电话: 12390)

服务热线: 010 - 68344225 88386794

前言

海尔认为：首先你要爱客户，最终客户才会爱你。

随着科技的发展、信息的发达，企业的技术、产品、营销策略等很容易被竞争对手模仿，而代表公司形象和服务意识、由每位服务人员所表现出来的服务思想、意识和行为却是不可模仿的。

也就是说，在市场经济条件下，商品的竞争其实就是服务的竞争。

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、高效率的服务，以满足客户需求，是现代企业面临的最大挑战。所以，现代企业必须在服务上下功夫，才能在同行业中获得持续、强劲的竞争力。

对于服务人员来说，如何做好服务工作，不仅需要拥有职业技能，更需要懂得服务礼仪：热情周到的态度、敏锐的观察能力、优雅大方的仪态动作、良好的口语表达能力以及灵活规范的事件处理能力。

什么是服务礼仪？就是服务人员在工作岗位上，通过言谈、举止、行为等，在服务过程中对客户表达出尊重和友好的行为规范和惯例。简单地说，就是服务人员在工作场合适用的礼仪规范和工作艺术。服务礼仪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。有形、规范、系统的服务礼仪，不仅可以树立服务人员和企业的良好形象，更可以塑造受客户欢迎的服务规范和服务技巧，能让服务人员在和客户交往中赢得理解、好感和信任。一位穿梭于各个城市做生意的“空中飞人”，经常入住酒店。他有个习惯，就是睡觉的时候喜欢“高枕无忧”，因为酒店的枕头都不高，总是要用另一张床上的枕头垫在自己的枕头下面才能睡得着。有一次入住一家酒店，第一天晚上的“高枕无忧”像往常一样自己动手。而第二天晚上回到酒店的时候，却发现了一个小小的变化：枕头变了，下层是一个普通枕头，上层是一个散发淡淡药香的保健枕头，而且比

普通枕头要高。从此，以后他只要到了这个城市，就会入住那家酒店，而且还介绍朋友入住。可见，服务工作中，洞悉并满足客户的需求，带给客户的又何止是这一次的满意和惊喜。另一方面，一个“不经意”的服务不周，带来的不一定是那一点遗憾。

一位企业家去某地咨询投资事宜，等他赶到该地某局的时候，还有半个小时就要下班了。但服务大厅里，五个窗口就剩下一个窗口有人——一个年轻的女工作人员正眉飞色舞地煲着“电话粥”。

他来在这个窗口前面，对那位年轻的女工作人员连说三次“您好”，没什么反应。差不多十分钟过去了，女工作人员终于在一句“讨厌”声中挂了电话。看见自己的窗口前面站了人，头也不抬地说：“明天再来！”“可明天是周六……”“那周一再来，还用我教你。”她终于抬起了头，给了个白眼。“我大老远赶来不容易，现在也还不到下班时间……”“那我容易吗？我还要……跟你说干什么。”

“啪”地一声，最后一个窗口也关上了。

用这位企业家的话说：连窗口服务的工作人员都这样，那在该地的投资收益保障实在让人担心。

所以，作为服务人员来说，学习和运用服务礼仪，已不仅仅是自身形象的需要，更是提高双效益、提升竞争力的需要。

完全可以说：服务就是营销力，礼仪就是竞争力。

本书正是从实际服务工作的角度出发，从服务人员的仪容、服饰、仪态以及服务语言、应对技巧的规范等方面进行了介绍，以期为广大服务工作者提供一个系统、规范的操作思路和行为参考。

目 录

前 言	1
-----------	---

第一讲 职业自律	1
----------------	---

案例鉴赏：无言的介绍信

一、工作自律	3
(一) 树立积极健康的心态	3
(二) 全心全意为客户服务	4
(三) 要“三心二意”	7
(四) 提高业务水平	8
(五) 律己敬人	9
(六) 时间管理	9
(七) 五不四要	11

二、仪容自律	11
--------------	----

三、着装自律	13
(一) 制服穿着要求	14
(二) 西装穿着要求	14
(三) 套裙穿着要求	16
(四) 随意型工作装	17

礼仪红绿灯：工作自律要诀	17
---------------------------	----

第二讲 服务仪态修炼	19
------------------	----

案例鉴赏：小马哈的故事

一、站姿训练	21
(一) 不雅的站姿	21
(二) 规范站姿训练	22

二、坐姿训练	26
(一) 不受欢迎坐姿	27
(二) 规范坐姿训练	27
三、蹲姿训练	30
四、走姿训练	31
(一) 不受欢迎走姿	31
(二) 规范走姿训练	32
五、手势训练	35
(一) 手势禁忌	36
(二) 常用手姿	38
(三) 递接物品	40
(四) 规范敬茶	42
六、表情训练	43
(一) 怎样注视	43
(二) 眼神训练	45
(三) 表情信息	45
(四) 打造亲和笑容	47
(五) 微笑速成训练	48
七、读懂身体语言	50
(一) 身体语言“三忌”	51
(二) 身体姿态和动作	52
礼仪红绿灯：仪态修炼要诀	53
第三讲 文明用语规范	55
案例鉴赏：小议文明用语	
一、服务心态塑造	57
(一) 客户方面	57
(二) 单位方面	58
(三) 自我方面	59
二、培养语言能力	60

(一) 注意整体	60
(二) 驾驭语言	61
(三) 注意倾听	61
三、文明用语要求	62
(一) 声音优美	63
(二) 表达恰当	64
(三) 仪态配合	64
四、文明用语使用	65
(一) 八句文明语	65
(二) 恰当的称呼	67
五、行业文明用语	69
(一) 窗口服务用语	69
(二) 店铺柜台用语	70
(三) 医疗服务用语	71
(四) 外出服务用语	72
(五) 祝贺用语表达	73
(六) 电话文明用语	73
六、服务忌语	74
(一) 忌语类型	74
(二) 常见忌语	76
七、书面文明用语	78
(一) 正确格式	78
(二) 正确理解	79
(三) 正确书写	79
(四) 简明扼要	80
(五) 场景恰当	80
礼仪红绿灯：文明用语要诀	80

第四讲 电话服务礼仪 81

案例鉴赏：电话里的女高音

一、打电话礼仪	83
(一) 打电话测试	83
(二) 打电话时间	84
(三) 内容要简练	87
(四) 举止要文明	87
二、接电话礼仪	89
(一) 接电话测试	89
(二) 亲自接听时	91
(三) 转接电话时	93
(四) 避免的用语	97
三、手机礼仪	97
(一) 手机的接打	97
(二) 不宜的场合	98
(三) 铃声与短信	98

礼仪红绿灯：电话礼仪要诀 99

第五讲 正确处理客户异议 101

案例鉴赏：绿色蔬菜风波

一、正确看待异议	103
二、防止客户异议	104
(一) 做好准备	104
(二) 端正态度	106
三、处理客户异议	108
(一) 处理异议准则	108
(二) 处理异议误区	109
(三) 处理异议规范	111
四、冲突处理原则	115
(一) 妥协原则	115

(二) 体谅原则	116
(三) 隔离原则	116
(四) 控制原则	117
五、客户服务综合症	117
(一) 客服综合症	118
(二) 对身体的影响	119
(三) 综合症疗法	119
礼仪红绿灯：异议处理要诀	121
第六讲 了解国际礼仪	123
案例鉴赏：列车上的午餐风波	
一、东方国家礼仪与禁忌	125
(一) 日 本	125
(二) 韩 国	127
(三) 新加坡	128
(四) 泰 国	129
(五) 印度尼西亚	130
(六) 印 度	131
(七) 马来西亚	132
(八) 菲律宾	133
二、中东国家礼仪与禁忌	134
(一) 以色列	134
(二) 伊 朗	135
(三) 沙特阿拉伯	136
(四) 阿拉伯联合酋长国	137
三、西方国家礼仪与禁忌	138
(一) 美 国	138
(二) 加拿大	139
(三) 巴 西	140
(四) 墨西哥	141

(五) 澳大利亚	143
(六) 新西兰	143
(七) 英 国	144
(八) 法 国	145
(九) 德 国	147
(十) 意大利	148
(十一) 瑞 典	149
(十二) 俄罗斯	150
四、非洲国家礼仪与禁忌	151
(一) 埃 及	151
(二) 南 非	152
(三) 苏 丹	153
(四) 尼日利亚	153
礼仪红绿灯：国际礼仪要诀	154
附录1：服务礼仪测试题及答案	155
附录2：“自我形象检查”	160

第一讲

职业自律

案例鉴赏

无言的介绍信

章宵是某公司新晋员工。他技术不错，工作上也挺卖力，就是形象上太不拘小节。即使穿工作装，他也打扮得花里胡哨：每只手腕都有一条手链，脖子上还戴着项链，脚上一双翘头皮鞋，一根根竖起的黄色头发。真是“派头”十足，同事们干脆戏称他为“嚣张”。

有一次，公司派“嚣张”到一老客户家做机器检修。对方开门一看是这样的小伙子，没让他进门，并直接把电话打到公司要求换人。打扮得花里胡哨的像个混混，来家里给贵重的机器做检修，客户说他实在放心不下。即使“嚣张”再三解释，也无济于事，直到公司派来其他同事才算了事。

英国有一句格言：整齐清洁的着装是无言的介绍信。衣着得体，不仅表示了对别人的尊重，同时也说明自己的专业、敬业的职业精神和职业态度。

一、工作自律

工作自律，不仅是服务人员的职业道德所在，也是做好服务工作的前提。所谓“自律”，就是在工作场合的自我约束、自我管理。做好服务工作，做到工作自律，首先应该注意以下七条。

（一）树立积极健康的心态

“心态决定一切”，绝对是至理名言。我们在十余年的礼仪培训中，深深体会到心态对一个人行为的影响。

对于服务人员来说，只有拥有积极健康的心态，才能拥有正确的态度、积极的行为，从而才谈得上讲服务意识、职业道德，才谈得上工作自律，才能做好自身工作。

刘伟是位出租车司机，他的活儿总比同事们多，收入当然也高不少。问他的秘诀，他说得再简单不过：保持积极乐观的心态。

他每天都是一副乐不可支的样子，一会儿吹着口哨，一会儿哼着歌。客人上车他热情问候；遇到老人、小孩和行动不便的人，经常主动下车开关车门；在车上他陪客人聊几句；下车主动道别；即使偶尔碰上几位难缠的客人，也从不太在意；工作之外的不愉快从不带到工作上来……每天总有拉不完的活，客人一位接着一位，甚至有客人专门记下他的电话，指定要他接送。用客人自己的话说，坐他的车，连心情都会变得好起来。

据研究，树立积极健康的心态，至少可以：平衡生理和心理的健康；出于爱心而且能轻松表达自我的工作；更容易带来成功环境和成功意

识等。

树立积极健康的心态，一方面可以调节服务人员内部的关系，促进单位内部的团结与合作。另一方面，积极健康的心态又可以调节服务人员和客户之间的关系，使之更主动、自如地润滑、融洽和客户的关系。

这就要求，服务人员必须要有良好的心理素质。一方面，要学习服务心理学知识，以更好地了解客户的思想、需要；另一方面，也是最重要的，即保持积极的心态，没有健康积极的心态，就很难对客户表现出主动热情，也不可能做到彬彬有礼、落落大方、自信自尊。有些服务人员表现得缩手缩脚、羞于见人；有些人觉得自己相貌平平，性格内向，口才不好，难以做好服务工作。其实这两种情况，缺乏的并不是能力，而是信心，缺少积极健康的心态。只有调整好心态，增加信心和勇气，就能够挖掘出难以估量的潜能。

积极健康的心态常有这些特点：保持乐观而稳定的情绪，在工作中充满热情和活力；有较强的事业心和目标意识，能够把个人利益与组织利益协调一致，能够正确认识自己，并能公正评价别人，豁达宽容，自尊、敬人，建立和保持和谐的人际关系；积极进取，勇于追求，善于自我克制；能够坦然冷静地接受所发生的各种事情，并迅速作出应变反映。

可见，健康良好的心态是实施服务礼仪、做好服务工作的重要因素。

（二）全心全意为客户服务

做好服务工作是服务人员的天职。为什么要全心全意为客户服务呢？

1. 是优质服务所需

毫无疑问，对于服务企业来说，市场竞争实质就是服务质量的竞争。企业的生存与发展、声誉与效益，靠的是向客户提供全方位的优质服务。有的服务企业久而久之，建立了良好的口碑，产生了良好社会效益，而有些则让客户退而久之。

优质服务应包括一流的设备条件和一流的服务水平，即优良的服务态度、高尚的服务精神、最佳的服务效率等。研究表明：在硬件相当的情况下，影响优质服务的主要因素是服务精神和态度。一种“客户就是上帝”

的服务精神和热情友好、真诚和蔼的服务态度,可以使客户在感官上、精神上产生尊重感、亲切感。客户这种受人尊敬的感觉和体验,就是通过服务人员的热情、友好、规范的服务中得到的。所以说全心全意为客户服务是优良服务态度的关键,是优质服务所必需。

2. 是客户的需要

提供服务的直接目的,是为了最大限度地满足不同客户的正当需求,使客户乘兴而来,满意而归。使客户来到这里,不仅要获得所需,而且心情上需要愉悦、得到尊重和重视的满足。

“自我尊重”、“人格尊严”的意识,在现代客户的心目中占有十分重要的位置。从经济学角度讲,客户用了相当的精力和物力,购买了“服务”这一特殊商品,这时候企业和客户的关系,就是买卖关系。从经济关系的角度看,要做到买卖公平,卖方向买方提供真诚、文明、规范、亲和力的服务,以保证买方的正当权益。只有这样,客户才有一种自尊感、亲切感、信任感、满足感。

从心理学角度讲,服务人员向客户提供主动热情、耐心周到的服务,可以缓解客户因某些原因而产生不愉快的消极因素,改善气氛,转变情绪,使客户高兴满意,达到心理上的平衡。而且,对服务中出现的差错,规范、亲和力的服务也是一种润滑剂,可以得到客户谅解,使服务工作得以顺利进行、圆满完成。

3. 是市场经济的需要

市场经济培养的是在同等条件下的公平竞赛,任何企业在这一平台上,可以各展所长、各取所需。在这样的前提下,在当前硬件设施水平及产品相差无异的情况下,竞争就变成了服务人员素质的竞争,变成了服务的竞争。一个最直接的表现,就是要求企业、服务人员要全心全意为客户服务,以吸引客户、赢得竞争、获得发展。

4. 是服务人员的天职

全心全意为客户服务是职业道德的集中体现,也是职业道德的实质。在客户和企业的关系中,客户享受被服务的权力和支付费用义务的主体,是服务对象。这种权利和义务,需要服务人员的具体体现,即“我为客

户，客户为我”。

称职的服务人员必须做到礼貌待客、热情服务。礼貌待客，指的是要求服务人员出于对客户尊重和友好，在服务中注重仪表、仪容、仪态和语言、操作的规范；热情服务则要求服务人员发自内心的满腔热忱地向客户提供主动、周到的服务。从而表现出服务人员良好的风度和素养。

一位称职的服务人员应该做到以下要求。

(1) 外表上，给人以稳重、大方的感觉。做到服饰整洁、挺括；仪容端庄、俊秀。

(2) 在举止上，要表现出不卑不亢、落落大方，站、坐、走以及手势等要求合乎规范，做到端正稳重，自然亲切，训练有素。

(3) 态度上，要表现出和蔼可亲、热情好客，表情要真切，做到微笑服务。微笑服务是服务态度上最基本的标准。要坚持做到“三到”、“三声”。具体就是“客户到、微笑到、敬语到”以及“来有问声、问有应声、走有送声”。

(4) 语言上，要谈吐文雅、表达得体。做到语音标准、音质甜润、音量适中、语调婉转、语气诚恳、语速适当。讲究语言艺术，准确使用敬语、谦语、雅语。

(5) 接待上，待客要彬彬有礼，讲究规格。重要客户的迎送、接待，纠纷的处理，都要注意一定的规格和相应的礼仪。

服务人员的外表、语言、行为等外在美，应该是心灵美的自然流露，是一个人良好道德品质的外在表现。同时应该指出，在接待服务工作中，服务人员与客户的关系，服务人员是主体，客户是客体。要处理好二者关系，关键在于服务人员一方，主动为客户提供优质服务。在服务的“舞台”上，客户是“主角”，服务人员是“配角”；客户是鲜花，服务人员则是绿叶。服务人员必须处处尊重客户，衬托出客户的“光亮”，不能喧宾夺主，不能越位，要把握好尺度，这也是称职服务人员应该具有的“角色”意识。

(6) 服务风格上，要诚实守信。诚实守信首先是一种社会公德，是会对做人的起码要求。诚实守信不仅是做人的准则，也是做事的原则。欺