

<<现代服务礼仪>>

图书基本信息

书名：<<现代服务礼仪>>

13位ISBN编号：9787504727480

10位ISBN编号：7504727482

出版时间：2007-12

出版时间：中国物资

作者：赵景卓

页数：316

字数：346000

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

## <<现代服务礼仪>>

### 内容概要

本书对服务人员的仪容、仪态、仪表、服饰以及服务语言、应对技巧等方面的礼仪规范和工作艺术作了全面介绍，对餐厅、客房、导游、康乐、商场、涉外等服务礼仪作了详细具体的讲解，对现代服务岗位的礼仪规范和准则进行了归纳和综合，既注重基本理论，又重视服务岗位活动的具体性和实务性，理论与实践紧密结合，为塑造优秀的个人形象、树立良好的企业形象提供了可操作的行为指南。

## <<现代服务礼仪>>

### 书籍目录

第一章 现代服务礼仪概述 第一节 服务与礼仪 第二节 现代服务礼仪的含义及特点 第三节 现代服务礼仪的职能 第四节 学习现代服务礼仪的方法 第二章 服务人员的基本素质 第一节 角色定位 第二节 服务业职业道德 第三节 服务人员的素质要求 第三章 服务人员的仪表礼仪 第一节 仪容修饰 第二节 服饰规范 第三节 仪态训练 第四章 日常交往礼仪 第一节 见面时的礼仪 第二节 交谈礼仪 第三节 现代通信礼仪 第四节 文书礼仪 第五节 馈赠礼仪 第五章 餐厅服务礼仪 第一节 宴请礼仪 第二节 餐厅服务礼仪 第三节 用餐礼仪 第六章 前厅客房服务礼仪 第一节 前厅服务礼仪 第二节 总台服务礼仪 第三节 客房服务礼仪 第七章 导游服务礼仪 第一节 导游人员的基本素质 第二节 导游人员服务原则 第三节 导游迎送礼仪 第四节 导游人员沟通协调讲解礼仪 第五节 导游应急事件的处理方法举例 第八章 康乐服务礼仪 第一节 KTV服务礼仪 第二节 酒吧服务礼仪 第三节 美容美发服务礼仪 第四节 桑拿浴服务礼仪 第五节 游泳池服务礼仪 第六节 高尔夫服务接待礼仪 第九章 商场服务礼仪 第一节 商场服务礼仪规范 第二节 商场环境礼仪 第三节 商场销售礼仪 第四节 商品导购礼仪 第十章 涉外服务礼仪 第一节 涉外礼仪概述 第二节 涉外迎送礼仪 第三节 涉外活动礼仪 第十一章 习俗礼仪 第一节 中外礼俗 第二节 节日礼俗 第三节 宗教礼仪常识

## 章节摘录

第一章 现代服务礼仪概述案列导入已跨入世界级品牌行列的海尔集团人认为：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思想、意识和行为是不可模仿的。

作为服务人员，如何做好服务工作，不仅需要职业技能，更需要懂得服务礼仪规范，使自己具备热情的态度、敏锐的观察能力、良好的口语表达能力以及灵活、规范的事件处理能力。

第一节 服务与礼仪一、服务的含义及特征（一）服务的含义服务是指服务方遵照被服务方的意志和要求而进行的满足被服务方需要的活动。

在服务关系中，一方是服务方，另一方是被服务方，被服务方提出服务要求，处于支配地位；服务方根据被服务方的要求提供服务活动，处于被支配地位。

服务中的“服”字可以理解为从事、顺从、服役、服从的意思，“务”字可理解为事业、工作。

服务就是服务方以提供劳务的形式使被服务方得到利益和满足。

从这方面讲，服务是一种产品，且是一种特定的产品，它与一般产品相比具有不同的特征。

（二）服务的特征1.无形性服务是满足他人需要的活动，是通过人际交往而实现的，是服务生产者以劳务的形式提供给消费者的。

服务与实体商品相比，是无形无质的，看不见摸不着的。

对实体商品，人们比的是质量和价格，即物美价廉；对无形的服务，人们讲究的是感受和体验，因此，对服务价值的衡量就是客户满意度。

2.不可分性服务的生产过程与消费过程同时进行，被服务方只有加入到服务的生产过程中才能享受到服务。

也就是说，服务的提供者和消费者直接发生联系，服务的生产过程，同时也是服务的消费过程，两者在空间上和时间上都是不可分的。

3.差异性服务的差异性由服务人员素质的差异决定，同时也受顾客本身个性特点的影响。

因为服务方和被服务方都是人，人的素质能力和性格等都是有差异的，不同素质的服务人员会产生不同的服务质量和效果。

同样，不同的被服务人员，由于个人素质、性格等方面的差异，也影响着服务的效果和质量。

4.不可储存性 服务是无形的，它不像有形产品那样可以被储存起来，用于以后出售或消费。

这是因为服务产品的无形性和生产与消费的不可分离性，使它无法像实物产品一样被储存，只能在生产的同时被即时消费。

5.无所有权转移在服务的生产和消费过程中不涉及任何东西的所有权转移，服务在交易完成后即消失，消费者得到的只是服务人员提供的劳务服务。

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>