

<<服务礼仪>>

图书基本信息

书名：<<服务礼仪>>

13位ISBN编号：9787564033941

10位ISBN编号：7564033940

出版时间：2010-7

出版时间：北京理工大学出版社

作者：段学成 编

页数：131

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>

<<服务礼仪>>

前言

伴随我国旅游业的快速发展，国家对旅游从业人员的知识技能水平以及相关的职业教育和职业培训提出了更高的要求。

为了更好地适应全国中等职业技术学校旅游服务与管理专业的教学要求，我们组织全国有关学校的一线教师 and 行业专家，编撰了这本旅游服务与管理专业教材。

本教材的编撰工作主要包括以下几个方面：第一，坚持以能力为本位，重视实践能力的培养，突出职业技术教育特色。

根据旅游服务与管理专业毕业生所从事职业的实际需要，合理确定学生应具备的知识结构与能力结构，同时，进一步加强实践性教学的内容，以满足企业对技能型人才的要求。

第二，适应旅游服务与管理行业的发展，合理选择教材内容，尽可能多地在教材中充实新理念、新知识和新技能，力求使教材具有比较鲜明的时代特征。

第三，创新教材编写模式，注重利用案例辅助讲解知识点与技能点，为学生营造更加直观、生动的学习环境，提高学生的学习兴趣。

同时，针对相关知识点，设计了一些互动的栏目，意在拓展学生的知识面，引导学生自主学习。

第四，认真贯彻国家关于职业资格证书与学历证书并重，职业资格证书制度与国家就业制度相衔接的政策精神，力求使教材内容涵盖导游人员资格考试的知识和技能。

<<服务礼仪>>

内容概要

本书是在国家对旅游从业人员的知识技能水平，以及相关职业教育和职业培训提出的高要求的基础上编写的。

本书共有七章，包括礼仪综述，旅行社服务礼仪，饭店接待礼仪，涉外商务礼仪、营销礼仪，会展服务礼仪及宗教礼仪和我国部分少数民族礼仪。

本书适用于相关职业教育教学，也适用于相关培训机构培训使用。

<<服务礼仪>>

书籍目录

第1章 礼仪综述 第一节 礼仪的基础知识 一、礼仪 二、礼貌、礼节 和仪式 第二节 东西方礼仪的特点比较 一、东方礼仪 二、西方礼仪 第三节 旅游服务礼仪的作用 一、基本概念 二、作用第2章 旅行社服务礼仪 第一节 导游人员的服务礼仪 一、迎接旅游团服务 二、沟通协调 三、讲解服务 四、预防和突发事件 五、送别服务 第二节 话务人员的服务礼仪 一、电话接听及转接服务 二、接受咨询 三、接受电话投诉 四、客户电话回访 第三节 外联人员的服务礼仪 一、仪容、仪表、仪态 二、拜访和推销 三、商务谈判 第四节 计调人员的服务礼仪 一、业务预订和确认 二、计调服务第3章 饭店接待礼仪 第一节 前厅服务礼仪 一、大门应接员的服务礼仪 二、行李员的服务礼仪 三、大堂清洁员的服务礼仪 四、梯口应接员的服务礼仪 五、总台接待员的服务礼仪 六、洗手间服务员的服务礼仪 七、订房员的服务礼仪 八、问讯员的服务礼仪 九、外币兑换员的服务礼仪 十、收银员的服务礼仪 十一、商务中心文员的服务礼仪 十二、总机人员的服务礼仪 十三、大堂助理的服务礼仪 第二节 餐厅服务礼仪 一、迎候礼仪 二、卫生礼仪 三、安全礼仪 四、迎宾员的服务礼仪 五、引位员的服务礼仪 六、值台员的服务礼仪 七、传菜员的服务礼仪 第三节 客房服务礼仪 一、迎客的准备工作礼仪 二、客人到店的迎接礼仪 三、住客的服务工作礼仪 四、客房服务员的服务礼仪 五、楼层接待员的服务礼仪 六、离店的结束工作礼仪 第四节 康乐及酒吧服务礼仪 一、康乐服务礼仪 二、酒吧服务礼仪第4章 涉外商务礼仪 第一节 宴请礼节 一、宴请的种类 二、组织宴会的礼貌礼节 三、出席宴会的礼貌礼节 第二节 餐桌礼节 一、中餐餐桌礼节 二、西餐餐桌礼节 第三节 酒水和柬帖礼节 一、饮酒的礼节 二、饮茶的礼节 三、柬帖礼节 第四节 国际交往的礼宾仪式 一、礼宾次序 二、国旗悬挂法 三、迎送 四、会谈与会见 五、签字仪式 第五节 我国主要客源国礼节 与习俗 一、欧美商务礼俗 二、大洋洲商务礼俗 三、亚洲商务礼俗第5章 营销礼仪 第一节 服务意识 一、服务意识的概念 二、建立良好的服务态度 第二节 学会观察 一、“看” 二、“听” 三、与各种类型顾客打交道 第三节 促成交易 一、坚定信念 二、成交的前提 三、成交的时机 第四节 异议处理 一、顾客异议产生的原因 二、积极预防 三、正确处理顾客的异议第6章 会展服务礼仪 第一节 接待人员礼仪 一、接待人员的接站服务礼仪 二、接待人员安排看望与会见服务 三、接待人员安排餐饮服务 四、接待人员安排住宿服务 五、接待人员的文艺招待服务 六、接待人员组织参观、考察和游览服务 第二节 会展现场服务人员礼仪 一、签到服务 二、报到服务 三、展台工作人员的服务 四、会展现场引导人员的服务 五、大型代表会议接待服务礼仪 六、签约仪式服务礼仪 第三节 宴请工作服务人员礼仪 一、前期准备工作礼仪 二、宴会桌次和席位安排的礼仪 第四节 会展后续工作人员服务礼仪 一、安排客人返程, 清理会议现场 二、电话致谢第7章 宗教礼仪和我国部分少数民族礼仪 第一节 宗教礼仪 一、基督教礼仪 二、伊斯兰教礼仪 三、佛教礼仪 四、道教礼仪 第二节 我国部分少数民族礼仪 一、满族礼仪 二、蒙古族礼仪 三、维吾尔族礼仪 四、藏族礼仪 五、壮族礼仪 六、朝鲜族礼仪 七、哈萨克族礼仪

<<服务礼仪>>

章节摘录

插图：(6)“听”出主导顾客。

通过和顾客之间的谈话，还可以了解其真正关注什么。

在同来的几个顾客中谁的意见占主导地位，谁有决定购买权，购买商品的意图是什么等，对这些观察结果的分析和运用不但让接触顾客变得更轻松，同时也迎合了顾客的需要，使顾客在开心、顺利的环境中进行消费。

三、与各种类型顾客打交道学会怎样观察顾客，通过观察把顾客分为很多类型，因此为不同类型的顾客服务要采取不同的方法，只有关注顾客不同的需求和习惯才能更好地促成交易。

1.性别区分(1)男性顾客。

通常男性顾客购买商品比较果断。

他们独立性比较强，对所购买的商品性能和商品知识了解得较多，一般很少受外界购买行为的影响。

当他们发现了自己的购买目标时，一般希望迅速选购。

购买中，只要商品符合其当时的消费心理和购买要求，挑选商品会很迅速，购买时下决心很快。

同时男性顾客在购买行为上自尊心比较强，特别是稍有社会地位的男性顾客自尊心就更强。

如果营销人员服务态度很好，顾客也会表现得非常大方，富有绅士风度，并且购买后的遗憾较少。

如果营销人员没有迅速接待，或表现出不理睬的态度，他们可能就会放弃购买。

另外，一般男性顾客都有一种怕麻烦的心理，他们喜欢方便、快捷的购物方式。

特别是在购买低档的生活消费品时，怕麻烦的心理表现得更为突出。

(2)女性顾客。

俗话说男性的兴趣在赚钱，女性的兴趣在花钱。

女性担当母亲、妻子、女儿等多种家庭角色，家庭消费品基本上是由她们决定购买和亲自购买的。

因此女性顾客是购买消费品的主体。

女性顾客一般有很强的购物欲望，比较感性，在购物时带有非常强烈的感情色彩。

比较关注商品的外观形象与情感、美感等，她们常凭直觉判断商品的优劣。

不仅如此，她们很容易受舆论的影响，广告和他人的口碑对女性顾客的购物心理影响很大，而且即时影响也是非常大的，她们常会在外界因素或情感的支配下产生消费冲动，有可能购置无用物品。

为购物而购物，是女性特有的特性。

但女性顾客也非常注重商品的使用价值，她们挑选起商品来认真、细致，喜欢比较商品、询问商品，但购买时却经常下不了决心，需要他人给予积极的购买支持。

女性顾客往往很在意商品的价格。

女性顾客购物时具有较强的自尊心和自我意识，认为自己所购买的商品符合社会潮流，渴望得到认可和赞扬，对外界反应敏感，对商品的变化、周围环境、广告语、营销人员的言谈举止和其他顾客的品评态度有较强的敏感性。

<<服务礼仪>>

编辑推荐

《服务礼仪》：中等职业教育特色精品课程规划教材，中等职业教育课程改革项目研究成果。

<<服务礼仪>>

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>