

第二章

客户服务礼仪

客户服务工作是企业面向社会的一个窗口，它直接与客户交流，每位客户代表的礼仪表现、个人形象，便是企业社会公众中的形象。一个客户代表的言谈举止，与企业的生存与发展有着必然联系。客户服务工作中礼仪占有很重要的位置，它对提高服务质量、增强企业竞争力有很重要的作用。

第一节 客户服务礼仪基础

礼仪是人们表达内心情感的一种方式，用以表达对人的尊敬之情。礼仪应遵循尊重、遵守、适度、自律、互动的原则。在这个原则指导下，按照礼仪的要求去做——文雅的谈吐、得体的举止、庄重的仪表、真诚的微笑，其中微笑是礼仪的基础。礼仪体现了一个人的道德修养，要保持良好的礼仪，必须加强内心的道德修养。礼仪的最终目的是为客户提供优质服务，树立良好的企业形象，使企业在激烈的竞争中发展壮大，以立于不败之地。

中国自古以来就有“礼仪之邦”之称。孔子要求他的弟子学习“六艺”：礼、乐、射、御、书、数，其中第一项就是“礼”，即礼仪规范。

礼仪是人类文明和社会进步的重要标志，是社会交往活动的重要内容，是人类美德的外在表现形式。把人内心待人接物的尊敬之情，通过美好的仪表、仪式表达出来，这就是礼仪。

一、礼仪的原则

礼仪是维系社会生活的纽带，可帮助人们自我约束，处理好人际关系，从而创造一个和谐的社会环境。礼仪是衡量个人是否受过良好教育的标准，它绝对不是只做表面文章，而必

须发自内心,出于自然。

(一) 礼仪的 3T 原则

通常所说的礼仪的 3T 原则是指:

1. Tact——机智

“愉快”——在商业行为上是指使人感到愉快之意。在待人接物时尽量欣赏、赞美别人的优点,在如此愉快的环境中,生意自然会好做很多。

“灵敏”——在商业活动中往往会接触到形形色色的人,在谈话、接待及服务时,如果不机灵、不懂察言观色的话,就经常会得罪人。

“迅速”——经济社会追求效率,所以迅速也是礼貌的重要表现。

2. Timing——时间的选择

在这里的意义有 3 种:时间、场合和角色扮演。在工作场合中应依据地点、身份的需要,讲恰当的话,做合适的应对,要少说多听,多思考别人说话的内容,以掌握合适的表现时机。

3. Tolerance——宽恕

指宽恕、包容别人的修养。事实上,礼仪中最难做到的就是这一点。要想做得好,就必须把注意力放在别人身上。也就是说,如果你常常设身处地地为他人着想,记住“将心比心”4 个字,多想别人的优点,自然就会有比较好的服务心情。

(二) 客户服务礼仪的原则

将 3T 原则运用到客户服务中,客服人员在客服过程中,应遵循以下原则。

1. 尊重原则

尊重他人的人格,这是礼仪的情感基础。人与人是平等的,尊重客户、关心客户,不但不是自我卑下,反而是一种礼仪。特别是对待出言不逊的客户,应同样给予尊重,友善对待。对客户友善、尊敬,是处理与客户关系的重要原则。礼仪以尊重为第一原则,这可以通过提供热情、周到的服务体现出来。

2. 遵守原则

礼仪是社会交往中的行为规范和准则。客户代表应身体力行,自觉遵守和执行,并养成良好的习惯。

3. 适度原则

在交往中,理解、沟通是建立良好人际关系的重要条件,要善于把握尺度。客户代表为客户提供服务时,既热情友好,尊重他人,殷勤接待,又要自尊自爱,端庄稳重,落落大方,体现出平等公正,不卑不亢;既要彬彬有礼,又不能低三下四;既要热情大方,又不能轻浮、阿谀奉承。“适度”即感情适度、举止适度、谈吐适度。

4. 自律原则

应严格按照礼仪标准规范自己的言行。在工作中，行动上不出格，仪态上不失态，言语上不失礼。

5. 互动原则

要礼尚往来，来而无往是失礼的表现。

二、礼仪包含的内容

礼仪是礼节和仪式的总称，具体表现为：仪表礼仪、举止礼仪、言谈礼仪等。下面从客户服务工作的角度分别论述。

(一) 仪表礼仪

乔·吉拉德说：“一个人的外在形象，反映出他特殊的内涵。倘若别人不信任你的外表，你就无法成功地推销自己了。”

1. 服饰

社会越来越进步，时代节奏越来越快，人和人之间的距离却越来越远，在与客户短暂的接触过程当中，客户没有时间也没有必要去研究你是一个什么样的人。客户对你的唯一印象就是你的外在形象和你的言行举止。如果客服人员穿着不当，就会分散客户的注意力。客户就会想：“这个人连穿着都没有概念，又怎么会有能力和我做生意呢？”

服装无时无刻不在帮助你与人交流，首先应该想一想你要给客户展示一个什么样的形象和个性。你穿着的第一目的不是为了自己的舒适，而是为了创造一个你渴望的、有利于事业成功的形象。

一位知名的形象专家说：“形象如同天气，无论是好是坏，别人都能注意到，但却没有人告诉你。”服装是自我展示和表现成就的工具。我们在购买任何一种产品的时候，都喜欢和有经验并很优秀的人交流，因为他们会给我们提供更好的或更有价值的建议。永远要为成功而穿着，为胜利而打扮。在美国的一次形象设计调查中，76%的人根据外表判断人，60%的人认为外表和服装反映了一个人的社会地位。穿得像个成功的人，就能让你在各种场合得到尊敬和善待。在现代社会中，服装是一个人社会地位、经济状况、内在修养及气质的集中体现。人类是视觉的动物，客户根据你的衣着风格来决定你的可信度和能力。请记住，你给别人留下的第一印象，90%以上都是别人依据你的衣着得出的。

TPO 原则是目前国际上公认的着装原则。T——Time，表示穿衣要根据年代季节，以及一天的早、中、晚等时间的不同而有区别；P——Place，表示穿衣要适合于不同的场所、环境、地点；O——Object，表示穿衣要考虑此去的目的。遵循 TPO 原则着装，合乎礼仪规范，能显示教养和风度。当然，把握着装的基本准则之后，衣着穿戴还应符合个人的特点，要考虑个人的审美观、体形、年龄、职业、性格、文化素养、经济条件等，不管穿什么样的服装，均要得体、和谐，令人悦目，感觉自然。客服人员的着装应以整洁、美观、大方、合体为宜，不要过分追新求奇，在款式造型以及色彩搭配上要注意协调性原则。

服饰及其礼节的基本要求是：① 要注意时代的特点，体现时代精神；② 要注意个人的性格特点；③ 应符合自己的体型。

与客户在一起的时候，你是否注意到了这些细节：

- 扎一条已经掉漆的皮带。
- 穿黑皮鞋配白色袜子。
- 浅色衬衣里面穿深色贴身内衣。
- 夏天穿拖鞋和暴露的服装。
- 皮鞋脏，西装上有污渍。
- 衣服有褶皱，衬衣脏。
- 衣服扣子不全，领带松散。

2. 化妆

选择适当的化妆品和与自己气质、脸形、年龄等特点相符的化妆方法，选择适当的发型来增添自己的魅力。

化妆的基本要求是：① 化妆的浓淡要视时间、场合而定；② 不要在公共场所化妆；③ 不要在男士面前化妆；④ 不要非议他人的化妆；⑤ 不要借用他人的化妆品；⑥ 男士不要过分化妆。

玫琳凯说：“当我们的销售代表走进客户的大门时，她的打扮必须像美容顾问，好的头发和化妆毫无瑕疵，指甲修剪得很好，衣服是流行的，丝袜没有任何脱线，鞋子没有污点；总之，她的外表吸引人而具有专业水准。因为，如果她想推销美丽，她的目标就是使她的准客户看起来像她。”不错！没有人愿意听一位看起来邋遢、散漫的美容顾问的建议购买化妆品。外观、衣饰虽然无法全然代表你这个人，但却能给人 90%的印象，尤其是在初次见面的 3 秒钟。

当客户作决定时，你所佩戴及携带的物品都会对你的成败产生影响。从头到脚的配件都会创造正面或负面的印象。假如你是位女性，客户会评估你的耳环、项链、胸针、手表、戒指、衣服纽扣、皮带、皮包、围巾、袜子，以及你的鞋子。如果你是位男性，你的领带、戒指、手表、钢笔、皮带、皮带钮、长裤褶皱、皮鞋、袜子，都会很快地被对方评比分类。

(二) 举止礼仪

要营造良好的交际形象，必须讲礼貌，注意行为举止，做到彬彬有礼、落落大方，遵守一般的进退礼节，不要养成各种不文明、不礼貌的习惯。

到顾客办公室或家中访问，进门之前先按门铃或轻轻敲门，然后站在门口等候。按门铃或敲门的时间不要过长，无人或未经主人允许，不要擅自进入室内。

在顾客面前时要注意如下行为举止：

当看见顾客时，应该点头微笑致礼，如无事先预约，应先向顾客表示歉意，然后再说明来意。同时要主动向所有在场的人表示问候或点头示意。

在顾客家中，未经邀请，不能参观卧室，即使较为熟悉的，也不要任意抚摸或玩弄顾客

桌上的东西，更不能玩顾客名片，不要触动室内的书籍、花草及其他陈设物品。

在别人(主人)未坐定之前，不要先坐下。坐姿要端正，身体微往前倾，不要跷“二郎腿”。

要用积极的态度和温和的语气与顾客谈话。顾客讲话时，要认真听，回答时以“是”为先。眼睛看着对方，不断注意对方的神情。

站立时，上身要稳定，双手安放两侧，不要手背后，也不要双手抱在胸前，身子不要侧歪在一边。当主人起身或离席时，应同时起立示意，当与顾客初次见面或告辞时，要不卑不亢，不慌不忙，举止得体，有礼有节。

要养成良好的习惯，克服各种不雅举止。不要当着顾客的面，擤鼻涕、掏耳朵、剔牙齿、修指甲、打哈欠、咳嗽、打喷嚏，实在忍不住，要用手帕捂住口鼻，面朝一旁，尽量不要发出声音，不要乱丢果皮纸屑等。

(三) 言谈礼仪

社交场合，语言是最便捷的信息传递手段。俗话说：“一句话可以把人说笑，一句话也可以把人说跳。”说话在现代社会交际中的重要性已越来越明显，作为客服人员，更要注意言谈的基本技巧和礼仪要求。

1. 语境

语境是指言语交谈时的个体环境，既包括时代、社会、地域、文化等宏观层面，也包括沟通双方当时的地位、处境等微观层面。语境对言语交流起着制约和强化作用。首先，与人交谈要看对象，了解对方的身份、地位、社会背景、文化传统及经历、性格等因素，说话要符合对方的特点，才能营造一种和谐的交谈氛围。其次，与人交谈要看场合，如正式和非正式场合、喜庆和悲哀场合、庄重和随便场合、公开和私下场合等，不同场合有不同的说话方式，同样的话在不同的场合下说会产生不同的效果。再者，与人交谈要注意气氛调节，尽量谈一些双方都感兴趣的话题，多使用一些幽默语言，营造愉快而轻松的交谈气氛。

2. 谈话内容

客服人员与人交往，要注意谈话内容合乎礼仪性要求。不要探寻他人隐私；不谈论荒诞离奇、令人愧疚的事情；不谈论双方国家内政和民族宗教信仰问题；不说三道四；要言而有信，注意说话分寸；不要一言堂，尊重交谈现场的每一个人；不要轻易打断和打探别人的谈话；涉及对方反感的内容要善于立即转移话题。总之，善于发掘和调节内容是营造良好谈话氛围的技巧和礼仪要求。

3. 语言艺术

客户代表在工作中应掌握语言艺术，自觉使用文明礼貌用语。使用敬语是衡量客户代表道德修养的重要标准。敬语服务是反映客户代表心灵美的标志。言为心声，语言是人们心灵的表现。中国有句俗话说叫“一言兴邦，一言误国”，充分说明了语言表达的重要性。一句服务用语说得好，可以令客户欢喜，说得不好，则可能会使客户大怒。所以，客户代表的语言表达是否艺术会直接影响客户的情绪。

语言艺术具有服务交际的功能。客户代表在服务中,与客户进行沟通和联系,都是通过语言来进行的。无论是有声语言,还是无声语言同是信息载体,离开语言,服务就成了一句空话。

语言艺术具有服务价值的功能。马克思说:“对于提供这些服务的生产者来说,服务就是商品。服务具有一定的使用价值和一定的交换价值。”根据这一理论,服务是劳动产品,服务劳动离不开语言,因为客户代表的服务是需要与客户进行沟通才能完成的。如何说话?如何服务?怎样才能有利于企业的信誉?这里面就有一个客户代表掌握语言艺术的问题。

语言艺术具有优质高效的功能。客户代表可通过看、听、想、说4个方面提高语言艺术,即看客户的情况,听客户的语意,想客户之所想,说出客户的需要。细心揣摩,将心比心,满足客户的要求,这样才能争取客源,赢得市场。

客户代表实行敬语服务,可以表现出对客户尊重,赢得客户的好感,与客户建立起良好的关系。诚至尊敬、适应需求、简明质朴是敬语服务的要求。诚至尊敬是指在全方位服务中,客户代表通过敬语表现出对客户的真诚,以礼敬人。“诚于中而形于外”,真诚的语言是从心底发出来的,充满着热情,洋溢着友爱,可以得到客户的信任,使一些本来无法消除的矛盾得到缓解。适应需求要求客户代表正确使用服务敬语,语言要适应不同客户的特定语境,要适应不同的客户,注意客户的年龄、性别、籍贯、职业、文化素养、风俗习惯。掌握适人、适时、适地、适度的适应语境,是做好敬语服务的根本途径。简明质朴就是要抓住事物的本质和主要特点,要求客户代表头脑清醒,思维敏捷,善于表达。语言质朴平易,不是单调粗俗,而是独具匠心,做到平中见巧、淡中有味,语言明快不呆板,简约不多余。

当与客户发生矛盾,特别是我们有理时,切忌声高、气盛、咄咄逼人,同样应心平气和地与客户交谈。自然、灵活地运用礼貌用语,如下所示。

征询、商量的语气:“您看这样解决行吗?”“您还有什么要求?”以此得到客户的理解,求得共识。“请把您的电话号码告诉我好吗?”将命令变为征询、请求,让客户感到亲切、不生硬。

委婉的语气:“您先等一下好吗?我们会尽快解决。”“一旦可以办理,马上通知您好吗?”委婉的话语让人容易接受。

道歉语:“对不起,是我们的失误,感谢您的提醒。”“对不起,麻烦您了!”真诚的道歉,可以缓和紧张气氛,换得客户的谅解。

切忌对客户说“不”“不清楚”“不知道”。切忌对客户的感谢或道别置之不理。

总之,文雅的谈吐应该是真挚、热情、平易、礼貌的,而言语粗俗,甚至以训斥的口气“教育”客户,则会暴露一个人缺乏修养的面目,也会伤害客户的自尊心。

三、微笑是礼仪的基础

微笑是礼仪的一个组成部分,是礼仪的基础。

在我们的客户服务工作中,客户代表的真诚微笑可以使客户产生安全感、亲近感,缩小

客户与企业的距离。微笑有极丰富的内涵，是最重要的表情语言。培根有句名言：“含蓄的微笑，往往比口若悬河更可贵。”微笑是没有国界的“货币”，它可以表示愉悦、欢迎、友好、满意，也可以表示赞赏、请求、乐意，同时，还可以表示致歉、谢意、否定、拒绝。微笑是善意的桥梁，能以柔克刚，以静制动，融洽气氛，是企业发展的营销艺术。全球著名的希尔顿饭店，它成功的法宝就是微笑。微笑是问候语，欢迎客户的光临；微笑是祝酒歌，向客户送去亲切的问候；微笑是道歉语，解释工作中的差错；微笑是欢送语，送客户离去。在全方位服务中，坚持微笑服务，就会得到客户的尊敬与理解，让客户有宾至如归之感。

微笑服务是爱岗敬业的表现。客户代表的微笑，可以反映员工热爱企业、热爱本职的思想品德，能以企业主人的身份热情地接待客户，周到地为客户服务。这不仅受到客户的敬佩，而且会赢得更多的回头客，使服务产生特殊的价值。

希尔顿曾把微笑服务称作客户的“阳光”。我们将微笑贯穿于服务始终，时时以微笑迎接客户，在客户中播撒“阳光”，会给人带来温暖，给企业带来信誉和成功。

四、礼仪与道德修养

礼仪的实质是真诚的爱心、善良的道德情感和对他人的尊重。

礼仪与道德是“形于外而诚于中”的关系。礼仪是道德的外在表现形式，它显示出一个人的道德修养和文化素质，以礼待人、按礼行事，正是道德高尚的反映。同时礼仪能促使人们修身养性、完善自我。它是评价一个人道德修养水平的标准之一。

道德是礼仪的根本。人们之所以讲究礼仪，并非只是因为喜欢它的表面形式，而更看重其中所包含的道德内涵。有道德修养的人，才会有得体的礼仪形式。道德修养是根，礼仪是盛开的花，若是无本之木，花又能开多久？

礼仪和道德相辅相成。礼仪依赖于道德，又对道德品质的培养有很重要的作用。英国哲学家约翰·洛克说过：“礼仪是在它的一切别种美德之上加的一层藻饰，使它们对它具有效用，去为他获得一切和他接近的人的尊敬和好感。”“美德是精神上的一种宝藏，但是使它们生出光彩的则是良好的礼仪。”良好的礼仪来自美德，来自丰富的精神宝库；良好的礼仪是一个人美德的具体展现，是高尚的美德闪烁出的绚丽光彩，是一个人的魅力所在。

加强道德修养，提高礼仪水平，首先应遵守社会公德，这是做人最基本的修养，客户代表应具备职业道德，爱岗敬业，尽职尽责，具备“客户至上”的服务意识，才能使良好的礼仪自然、持久，魅力永恒。

良好的礼仪，高尚的道德修养，不是一朝一夕可以达到的，它需要不断学习，扩展视野，积累知识，日常潜心培养和训练。从点点滴滴做起，从小事着眼，于“细微处见精神”。这是持之以恒的结果，是“滴水穿石”的效应。

五、礼仪是为客户提供心理服务

服务由心理服务和功能服务构成。良好的礼仪就是为客户提供优质的心理服务，是优质服务的一个组成部分。在为客户解决实际问题的同时，我们微笑待客，和蔼亲切，耐心解释，即使问题没有立即得到解决，客户也能心悦诚服地接受，满意而归，给客户留下很好的印象，让客户得到心理上的满足。用良好的礼仪巧妙地处理与客户的关系，减少冲突，缓和气氛，软化矛盾，有利于解决问题。可见，良好的礼仪是提高服务质量必不可少的条件。

六、良好的礼仪有助于树立企业形象

每个客户代表都以良好的礼仪形象出现在客户面前，便形成了一个企业整体的形象，通过完善个人形象，展示并塑造一个企业社会上的形象。每个客户代表都是企业的“代言人”，他的礼仪和服务体现了企业的经营管理水平。客户代表以良好的礼仪和优质的服务为企业赢得声誉、赢得客户、赢得市场、赢得效益。

以尊重为礼仪的第一原则，加强道德修养，提供微笑服务，以良好的礼仪接待每一位客户，从而达到优质服务这一目的，使企业在日益激烈的市场竞争中，以服务争高低、决胜负。市场的竞争是客户的竞争，有了忠诚的客户群体，加上强大的技术实力，企业在多方称雄的角逐中，才能发展壮大，稳如磐石。

第二节 接待客户礼仪

接待客户是客服人员的重要工作之一，直接影响到服务的质量。按照服务顺序，接待客户需要注意的礼仪包括以下几个方面。

一、热情地欢迎客户

接待是给客户良好第一印象的最重要工作。给对方留下好的第一印象，就为下一步深入接触打下了基础。迎接客户要有周密的部署，应注意以下事项。

(1) 微笑。客服人员的微笑应当是发自内心的，微笑要真诚、得体，不能哈哈大笑，也不能强作欢颜。

(2) 目光语的使用。总的原则是尽量用平和的眼光与客户交流。所谓平和，就是平等的态度、平常的心态、温和的目光、正视而不是侧视或斜视。

二、接待客户的礼仪规范

在接待中的礼仪表现，不仅关系到客服人员自身的形象，还关系到所在单位的形象。所

以在接待的过程中，一定要遵守礼仪，展现单位的良好形象。

- (1) 客户来访，应起身相迎。
- (2) 不能让客户坐冷板凳。如果自己有事暂不能接待来访者，要安排其他相关人员接待客人，不能冷落了客户。
- (3) 认真倾听客户的叙述。客户都是有事而来，因此要尽量让客户把话说完，并认真倾听。
- (4) 对客户意见和观点不要轻率表态，应思考后再作答，对一时不能回答的问题，要向客户说明拟处理的方法和程序，让来访者放心。
- (5) 对能够马上答复的或立即可办理的事，应当场答复，尽量不要让客户等待。
- (6) 接待客户时，有电话打来或有新的客户，应尽量让他人接待，以避免中断正在进行的接待。
- (7) 对客户的无理要求或错误意见，应有礼貌地拒绝，不要刺激客户，使其尴尬。
- (8) 当客户起身告辞时，应与客人握手告别，同时选择最合适的言辞送别。
- (9) 要结束接待，可以婉言提出，也可用起身的体态语言告诉对方本次接待就此结束。
- (10) 与客户在门口、电梯口或汽车旁告别时，要与客人握手，目送客人上车或离开，不要急于返回，应挥手致意，待客户移出视线后，方可结束告别仪式。

三、正确引见的礼仪

若客户需与领导见面，通常由客服人员引见、介绍。表 2-1 是某公司客服人员引客户去见领导的礼仪规范，客服人员可作为自己工作的参照。

表 2-1 ××公司客服人员引见客户的礼仪规范

引 见 步 骤	礼 仪 规 范
路途中	● 客服人员要走在客户的左前方数步远的位置，忌把背影留给客户 ● 不要只顾闷头走路，可以讲一些得体的话或介绍一下本公司的情况
进门前	● 在进领导办公室之前，要先轻轻叩门，得到允许后方可进入，切不可贸然闯入 ● 叩门时应用手指关节轻叩，不可用力拍打
介绍客户	● 进入房间后，应先向领导点头致意，再把客户介绍给领导 ● 介绍时要注意措辞，应用手示意，但不可用手指指着对方 ● 介绍的顺序一般是先把身份低、年纪轻的介绍给身份高、年纪大的；把男士介绍给女士；如果有好几位客户同时来访，就要按照职务高低顺序介绍
引见结束	● 介绍完毕走出房间时应自然、大方，保持较好的行姿，出门后应回身轻轻把门带上

四、引导入座的礼仪

在引导客户入座时，客服人员要注重手势和眼神的配合。例如，客服人员指示给客户某

个固定的座位时,在说明之后还需以手势进行引导,在固定的位置稍加停顿,并观察客户是否已经理解,同时要对客户说“请这边坐”等敬语。

五、奉茶的礼仪

给客户奉茶的时候一般有两种情形:一是放在桌子上;二是客户会顺手接过茶杯。无论属于哪种情形,客服人员都要注意礼仪。

给客户奉茶有个“左下右上”的礼仪原则,即右手在上扶住茶杯,左手在下托着杯底。而客户在接茶杯的时候也是左下右上,这样就可以避免两个人之间的肌肤接触。同时还要注意。手不要放在接近杯口的位置,如果用的是一次性纸杯,手应该在杯子高度的 $1/2$ 以下的地方,否则会让对方感到“无处下口”。

六、馈赠的礼仪

客服人员为缩短与客户之间的距离,常常会向客户赠送一些礼物,懂得送礼技巧,不仅能达到大方得体的效果,还可增进彼此感情。礼品的选择,要考虑以下几个因素。

(1) 彼此关系。选择礼品要考虑彼此之间的关系。馈赠对象不同,礼品选择就不一样。送给单位与个人、内宾与外宾、同性与异性、长辈与晚辈、老朋友与新朋友,礼品的选择要求是不一样的。送给单位的,以纪念性物品为宜;送给外宾的,要突出特色;送给老人的,以实用为佳;送给小孩的,则以益智为好。公务活动中的馈赠,选择礼品要注重纪念性和精神价值,避免馈赠的庸俗化。

(2) 兴趣爱好。选择礼品还要考虑受赠方的兴趣爱好。通常事先要做点小调查,了解对方的兴趣爱好,“投其所好”会大大增强馈赠效果。因为,根据兴趣爱好馈赠礼品,是表示对受赠方关心和了解的一种最好方式。如果不看对象,盲目送礼,即便是珍贵的礼物,在某些受赠者眼里,也可能视若敝帚,不感兴趣。

(3) 习俗禁忌。选择礼品要考虑习俗、礼俗和个人禁忌。公务活动中的馈赠,现金、信用卡、有价证券、昂贵的奢侈品是不能送的,异性之间不能赠送首饰等贴身物品。还要顾及一些民族、地区禁忌,要考虑礼品的数目、颜色、名称等,如广东人忌“4”,因为与“死”谐音;颜色忌黑色、白色,一般视黑色为不吉利,白色为悲伤;物品忌送钟,因为与“送终”谐音。不同的国家、民族习俗有所不同,要注意加以区别。

(4) 轻巧为宜。礼品要以轻巧为宜,不宜过于贵重。所谓“轻”,体现“千里送鹅毛,礼轻人意重”,以薄礼为宜。送礼不在轻重,而在诚意和适当。过重的礼品,在公务活动中违反有关规定,会给私人交往造成经济压力,增加受礼方的思想负担。只要既能表达送礼者的诚意,又能使受礼者喜出望外,就不在于礼品的贵重与否了。

第三节 客户电话服务礼仪

电话是客户与企业的客户服务人员沟通的主要方式之一，客服人员应正确接打电话，以良好的个体形象赢得客户，促进双方的友谊和合作。接打电话的要领是礼貌、准确、高效。

一、打电话的礼仪

1. 选择适当的时间

一般的公务电话最好避开临近下班的时间，因为这时打电话，对方往往急于下班，很可能得不到满意的答复。

2. 重要的第一声

当我们打电话给客户时，若一接通，就能听到对方亲切的招呼声，心里一定会很愉快，使双方对话能顺利展开。在电话中只要稍微注意一下自己的行为就会给对方留下完全不同的印象。首先通报自己的姓名、身份。必要时，应询问对方是否方便，在对方方便的情况下再开始交谈。电话用语应文明、礼貌，声音清晰、悦耳，吐字清脆，电话内容要简明、扼要。通话完毕时应道“再见”，然后轻轻放下电话。

3. 要有良好的心情

打电话时要保持良好的心情，这样即使对方看不见你，也会从欢快的语调中被你感染，留下极佳的印象。由于面部表情会影响声音的变化，所以即使在电话中，也要抱着“对方看着我”的心态去面对。

4. 清晰明朗的声音

利用电话沟通时，人们对声音的敏感程度远远大于见面。打电话过程中绝对不能吸烟、喝茶、吃零食，电话能将抽烟、喝茶等行为准确地传达给沟通的另一方，这容易使对方产生没有受到尊重的感觉。实际上，即便是看不见的懒散的姿态，对方也能够充分地通过电话“听”出来，这是因为姿势影响了说话气流的通畅。随意而不庄重的态度都会在电话中露出痕迹，电话会不可思议地将你的一举一动都传达到对方耳中。因此打电话时，即使看不见对方，也要当作对方就在眼前，尽可能注意自己的姿势。

5. 不小心切断了电话，应主动立即回拨电话

在通话中，由于信号不好或其他原因，电话常常会被切断。通话突然中断时，尽管理应是不小心切断的一方责任大，但主动立即回拨是一种礼貌，这不仅能让客户产生好感，而且能更有效地抓住客户的心。

6. 如果对方不在，请留下易于理解的信息

通话中可以告诉接电话的人找人的目的，或告诉对方什么时候回电话最方便。这样，需

要回电话的人就容易联络到你。

7. 电话交谈时应注意的内容

- 少用或尽最大可能不用专业术语。
- 不作夸大不实的介绍。
- 避免涉及隐私问题。
- 杜绝主观性问题。
- 禁用攻击性语言。

专业术语一般为行业内人士所用，客户往往不能明白其内涵，如果常用专业术语，不仅会严重阻碍与客户的沟通，还会极大地影响客户的兴趣。对客户作出夸大性服务许诺带来的后果是：当客户一旦了解了实情之后，就会对公司完全失去信任。另外，提出主观性、涉及隐私方面的问题，运用攻击性的或不雅的语言，都会很容易与客户产生冲突，致使双方关系紧张，这是每一个客服人员都应彻底避讳的大忌。

二、接电话的礼仪

1. 迅速准确地接听

电话铃一响，应尽快去接，最好不要让铃声响过3遍。如果电话铃响了3声才拿起话筒，应该先向对方道歉，拿起电话应先自报家门，“您好，我是××”；一定不能用很生硬的口气说“他不在”“打错了”“没这人”“不知道”等语言。询问时应注意在适当的时候，根据对方的反应再委婉询问。电话用语应文明、礼貌，态度应热情、谦和、诚恳，语调应平和、音量要适中。

2. 让客户知道你在干什么

电话沟通的局限在于不能面对面地看到彼此。由于不确定对方在或者不在，以及他是否在听电话，这首先会造成沟通上的心理障碍。因此，在接听客户电话时，应尽可能地通过有效的手段让对方确定双方沟通良好。经常性地使用一些提示性语言，表示正在认真地听对方说话，比如“是的”“我理解”“不错”等。也可以直接告诉对方目前所做的事情，比如“您稍等，我需要先把电脑打开”等。这样，才能充分促进双方更好地了解，从而成功地进行有效交流。

3. 认真清楚地记录

电话旁边应准备好备忘录和笔。随时牢记5W1H技巧，即：① When 何时；② Who 何人；③ Where 何地；④ What 何事；⑤ Why 为什么；⑥ How 如何进行。在工作中这些资料都是十分重要的。电话记录既要简洁又要完备，这就有赖于5W1H技巧。我们首先应了解对方来电的目的，如自己无法处理，也应认真记录下来。记录来电者的信息一般包括：来电者姓名、公司或机构名称、地址、电话、传真、联系人、公司(网络)情况、来电目的；期望得到的答复、来电的时间等各方面有用的信息。在传达一些数字信息时，比如电话号码、日

期、时间等，一定要向对方再次进行确认。在电话里不如面对面时听得清晰，遇上电话信号不好或说话人带有方言时，接听者常常就会拿不准或听错，这样一来往往会耽误事情，再次确认一些数字信息便显得格外重要。

三、电话等待的礼仪

1. 遇到下列情形时，客户需要等待

- 订单的查询。
- 账单的查询。
- 送货情况查询。
- 附加产品信息问询。
- 相关政策问询。
- 查询搜索。
- 问题升级。

2. 客户等待时，客户服务人员需要做的事项

- 告诉客户“为什么”。
- 使用“询问”语句征得客户同意。
- 给客户一个等待时限。
- “××先生/小姐，就您所提到的这个问题，我要查询相关具体资料，请您稍等一分钟好吗？”

3. 客户在等待过程中，客户服务人员一定要做的事项

- 牢记“他们在听”。
- 时刻记住对方在等待。
- 与客户适当地谈论相关话题。

四、电话转接的礼仪

电话转接时，客户服务人员需要：

- 向客户解释电话为什么需要转接。
- 询问客户是否介意电话被转接。
- 转接电话挂断之前需确定被转接电话处是否有人接听。
- 被转接电话接听后需告知被转接电话人的姓名。
- 询问来电者姓名。
- 询问来电目的。
- 被转接人接听电话后应感谢客户的等待。

五、结束电话的礼仪

结束电话时,在向对方表示感谢,说声“再见”后,不可只管自己讲完就挂断电话。在挂断电话时,还要注意一个细节,应等对方放下话筒后,再轻轻地放下电话,以示尊重。这不仅仅是礼貌的表现,还有别的作用:这样做既可以防止客户有些话还没有说完,同时还会让对方有一种控制通话的感觉。让自己而不是让客户听到最后生硬的断线声,客户的心理体验是不一样的。

第四节 名片使用礼仪

名片是一个人身份的象征,是现代人的自我介绍信和社交联谊卡,已成为人们社交活动的重要工具。因此,名片的递送、接受、存放也要讲究社交礼仪。

一、名片的递送

(1) 递送名片时,必须恭敬起立。如果坐着递名片则表示太大牌了,让对方感觉你高人一等。

(2) 递送要尊卑有序,一般是:先客后主,先低后高。当与多人交换名片时,应依照职位高低的顺序,或是由近及远,依次进行,切勿跳跃式地进行,以免让人有厚此薄彼之感。

(3) 递送时应将名片正面面向对方,双手奉上。眼睛应注视对方,面带微笑,并大方地说:“这是我的名片,请多多关照。”名片的递送应在介绍之后,在尚未弄清对方身份时不应急于递送名片,更不要把名片视同传单随便散发。

(4) 递送名片时,别把名片放在桌子上,特别是表面很平滑的桌子,因为不方便拿取,对方会很不高兴的。

二、名片的接受

(1) 起身迎接。除非你站不起来,不管你在吃饭,看电视或者跟别人交谈还是打电话,都要把手里的事放下来站起来接,名片印的是对方的名字,你对名片重不重视实际上是对名片的主人是不是重视的问题。

(2) 表示谢意。人家把名片给你你要表示谢意,比如人家说多指教,你应该说不客气或者说彼此彼此。不要立即收起来,也不应随意玩弄与摆放,而是认真读一遍,要注意对方的姓名、职务、职称,轻读但不出声,以示敬重。对没有把握念对的姓名,可以请教一下对方,然后将名片放入自己口袋或手提包、名片夹中。

(3) 回敬对方。接受别人的名片后要回敬对方,来而不往非礼也,人家把名片给你是看

得起你，所以你拿到对方的名片之后，一定要把自己的名片及时地回赠对方。

(4) 妥善保管。名片应妥善放好，不要在名片上写东西。你收到人家的名片之后，尤其是商务交往中公关营销的朋友多，名片自然也多，要及时地整理，按照姓氏、笔画、单位、门类输入电脑，放到名片包里。特别强调对方给你的名片无论如何不要随便扔掉，更不要放在办公桌上或者随便给别人，因为对方出于对你重视才把名片给你，上面有对方的联络方式及各种信息，你把它随便给外人，这是非常不礼貌的。

三、交换名片的注意事项

(1) 交换名片一般应在私下进行。

(2) 通常是职位高的或年长的先主动出示名片；如果他们没有这样做，你应先出示名片，然后再向他们索要。

(3) 如果你的职位有变化，出示名片时可以这样说“这是我的新名片”。

(4) 如果你想要得到对方的名片，可以说“如果方便的话，是否可以给我一张您的名片”。

(5) 当其他人向你索要名片时，若自己没有准备或不愿交换，可以这样说：“对不起，我的名片用完了。”“对不起，我忘带了。”

(6) 出示名片时可以说：“这是我的名片，今后如果有问题，尽管打电话给我。”

(7) 如果你给一位长期客户出示名片，可以说：“您有我的名片吗？”或“我一直想给您一张名片！”

四、名片的其他用途

名片除在面谈时使用外，还有其他一些妙用。

(1) 去拜访顾客时，对方不在，可将名片留下，顾客回来后看到名片，就知道你来过了。

(2) 把注有时间、地点的名片装入信封发出，可以代替正规请柬，又比口头或电话邀请显得正式。

(3) 向顾客赠送小礼物，如让人转交，则随带名片一张，附几句恭贺之词，无形中关系又深了一层。

(4) 熟悉的顾客家中发生了大事，不便当面致意，寄出名片一张，省时省事，又不失礼。

『案例 2-1』

东风日产接待工作标准

一、接待的基本要求

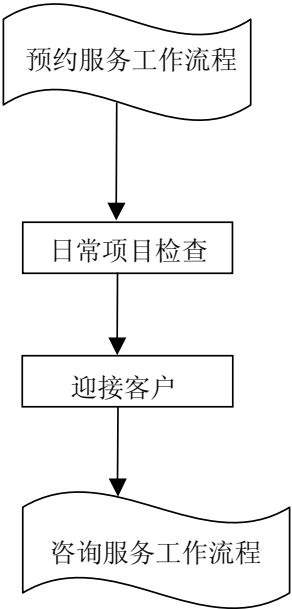
(1) 仪表：必须着符合日产 CI & VI 标准的专营店制服，穿戴整齐、仪表端庄、精神饱满、面带微笑。

(2) 迎接客户：主动招呼客户，并自我介绍。客户进门后，要认出客户并能迅速给予照

顾；客户首次进厂，要记住客户的姓名和容貌。

(3) 关注预约客户：主动询问是否是预约客户。

二、接待的工作流程



三、接待的工作标准

接待的工作标准如表 2-2 所示。

表 2-2 接待工作标准

工作项目	工作方法·标准·要求	管理工具	责任人
日常项目检查	1. 服务代表按以下项目检查仪表： ● 姿势——背要挺直 ● 头发——剃整洁，梳整齐 ● 眼睛——有精神，无眼屎 ● 耳朵——干净 ● 口腔——牙要刷干净，无口臭 ● 面部——胡须刮干净，面带笑容 ● 衬衣——干净 ● 手——修理指甲，干净 ● 袜子——干净，无滑落 ● 鞋——鞋带要系好 ● 工作服——干净，无破损，扣子扣好，戴工作牌		服务代表

	2. 检查接待准备工作： - 按工作计划检查《委托维修派工单》是否准备好 - 准备好以下必要的文件资料 and 工具： - 质量保修工作指南、维修服务管理系统(如没有电脑管理系统, 则应准备维修价目表/常见的维修估价参考表)、零件目录、价格目录、维修三保(座椅罩、方向盘罩、脚垫) - 每天开始营业前打扫维修出入口、服务接待区、客户休息室、洗手间(含车间卫生间)和车间的卫生; 整理客户休息室、同时检查饮水机是否有水, 如果没有则更换		服务代表
--	--	--	------

(续表)

工作项目	工作方法·标准·要求	管理工具	责任人
迎接客户	1. 当客户到专营店服务站时, 要迅速出迎并问候客户		服务代表
	2. 问候客户时要用眼睛看着客户并面带微笑, 态度和蔼		
	3. 引导客户停车		
	4. 向客户进行自我介绍, 询问客户姓名及是否预约		
	5. 引导客户到维修接待前台		
	6. 不要让多于一位的客户在等待, 必要时, 应该增加临时服务代表		
	7. 确实需要客户等待的情况下, 向客户说明, 并安排客户到客户休息室等待		
	8. 先到的客户先接待, 但必须确保优先接待预约客户		
	9. 如果预约客户在预定时间未能如约而来, 应进行电话联系并婉转询问原因。如果客户仍希望预约, 则按预约流程要求进行再次预约		

(资料来源: 一剑洪城. 东风日产接待工作标准. <http://wenku.baidu.com>)