

第一章 认识服务礼仪与形体训练

人有礼则安,无礼则危。故曰:“礼者,不可不学也。”

——《礼记·曲礼》

人体以它生动柔和的线条和轮廓,有力的体魄和匀称的体态,滋润、光泽、透明的色彩成为在自然中最完美的部分,标志着我们这个星球上最高级生命的尊严。

——朱光潜

第一节 认识服务礼仪

一、服务的含义和特征

在市场的竞争条件下,一个企业要获得成功,必须以服务质量求生存、求发展。用服务创造价值,推行“以顾客满意为中心”的服务战略。打造以优质服务为核心的竞争优势,已经成为新竞争形势下的竞争法则。优质服务是企业发展的永恒主题,更是企业生存与发展的根本所在。

1. 服务的含义

服务(service)由7个字母组成:S是指微笑(smile),E是指杰出、优秀(excellence),R是指准备(readiness),V是指观察(viewing),I是指邀请(invitation),C是指创造性(creativity),E是指关注(eye)。

广义的服务是指服务方遵照被服务方的意愿和要求,为满足被服务方的需要而提供相应满意活动的过程。狭义的服务是指服务企业出售或同物质产品销售一起提供的、能够满足社会生产或生活需要的一切利益和活动,它仅产生于服务企业中。

服务过程中包括两方:一方是服务方;另一方是被服务方。服务方是根据被服务方的意愿提供服务活动的一方,处于服务过程中的被支配地位;被服务方是指提出服务要求,要求服务方满足的一方,处于服务过程中的支配地位。服务的产生过程实质上是一个将部分家务劳动转变为带有交换性质的服务劳动的过程,其目的是解决人们实际生活中的难题。它是随着人类需求的不断增长而发展起来的。

依照国民经济来划分,农业属于第一产业,工业和建筑业属于第二产业,而所有不同形式的服务活动合在一起就构成了服务业,即第三产业。服务业在不断地膨胀、不断地细化。随着第二产业的发展、城镇居民收入的增加、城市化进程的迅速推进,社会分别对生产性服务业、消费性服务业和社会性服务业产生了强烈的需求。同时,由于服务业对个人生活、经

济,乃至社会的影响越来越大,使它自身也在不断地涌现各种新的职业群组,如旅游、餐饮、康乐、健身、医疗、快递等。

服务是一种劳动方式,它不是以实物形式而是以提供劳动的形式满足他人某种需求的活动。它不创造实物产品,但又必须以实物产品为依托。

2. 服务的特征

服务作为一种特定的产品,与一般产品相比,具有以下几个特征^①。

(1) 无形性。服务的无形性是指服务与有形的实体产品相比,其特质及组成服务的元素是无形无质的;同时又表现为生产与消费的同时性,也就是说服务的生产和消费大都是同时进行的,服务的生产过程,同时也是服务的消费过程。服务过程只可以感觉,却不具有可视性。消费者关注的不仅是有形的物质产品,而且更加注重作为产品有机组成部分的服务的无形性,而服务质量很大程度上依靠服务人员的表现来实现。无形性是服务的最基本特征,其他特征由此特征派生出来。

(2) 差异性。服务的差异性是指服务的构成成分及质量水平经常变化,很难控制。服务行业是以“人”为中心的产业,服务虽然有一定的标准,但会因人、因时、因地而表现出差异性,比如,有经验的员工与没有经验的员工提供给客人的服务相差很大,有服务热情的员工与缺乏服务热情的员工提供的服务也不一样,同一位员工受到激励时和缺乏激励时的服务效果也不一样。

(3) 不可储存性。服务的不可储存性是指服务不像有形的产品可以储存起来,以备将来出售或消费。服务产品的无形性、生产与消费的不可分离性,使服务不可能像实物产品一样被储存,只能在生产的同时被即时消费。例如,酒店服务是有形的实物产品和无形的服务活动所构成的集合体。

(4) 质量测评的复杂性。实物产品由于具有实体性特点,可以按照统一的工艺流程进行生产,按照统一的技术标准进行质量测评,而测评无形的、不能储存的服务产品的质量则无疑要复杂得多,服务企业也很难通过标准化管理来保证服务产品的质量。

此外,服务还是满足他人需求的行为,或者说是为他人提供有益的事情的活动,而不是满足自身需要的活动。

【小贴士】

服务工作的意义

(1) 服务是企业品牌形象的核心内容。品牌形象是一种消费者印象,它包括企业的规模实力、外观环境、信誉程度和服务水平等内容。企业之间的竞争越发表现出服务水平的竞争,市场中各个企业服务形象的竞争不仅仅是某种服务项目的较量,更重要的是这种服务形象要通过每一位员工和每一个细节表现出来,其背后是强大的企业文化在起作用。

^① 唐树伶,王炎. 服务礼仪[M]. 2版. 北京:北京交通大学出版社,2012: 2.

(2) 服务是企业获得利润的根源。服务本身具有的价值在酒店业体现得十分明显。例如,五星级酒店的房价比四星级酒店的房价高,其差别主要在于服务质量的不同。对于零售业来说,服务的价值主要通过以下两方面来体现:一是服务形象的好坏直接影响零售业吸引消费者的能力;二是服务质量的好坏决定了消费者成交和再次光顾的频率,决定了商店的利润。

(3) 服务是提高服务人员素质的有效手段。服务是一个与人打交道的工作,也是一个与服务对象沟通的工作,服务工作有利于提高服务人员的沟通技巧。服务人员的个人心理承受能力越强,个人修养越好,个人的价值越能够得以实现。不仅可以给企业带来可观的社会效益与经济效益,也可以使自身的理想得以实现。

二、礼仪的含义、特性与原则

礼仪是人际交往过程中的外在表现的形式与规则的总和。它作为在人类历史发展中逐渐形成并积淀下来的一种文化,始终以其某种精神的约束力支配着每个人的行为。礼仪是人类文明进步的重要标志,是适应时代发展、促进个人进步和成功的重要途径。礼仪、法律与道德被称为人生幸福的三位守护神。而礼仪却不像法律那样威严,不像道德那样肃然。礼仪始终是一个会心的微笑、一种温和的声音、一种怡情悦心的需要。

1. 礼仪的含义

(1) 礼仪是一种行为准则或规范。它是一种程序,有一定的套路,表现为一定的章法,只有遵守这些习俗和规范,才能适应社会发展。

(2) 礼仪是一定社会关系中人们约定俗成、共同认可的行为规范。它表现为一些零散的规矩、习惯,然后才逐渐上升为大家认可的,可以用语言、文字、动作进行准确描述和规定的行为准则,并成为人们有章可循、可以自觉学习和遵守的行为规范。

(3) 礼仪是一种情感互动的过程。在礼仪的实施过程中,既有施礼者的控制行为,也有受礼者的反馈行为。即礼是施礼者与受礼者的尊重互换、情感互动的过程。

(4) 礼仪的目的是实现社会交往各方面的互相尊重,从而达到人与人之间关系的和谐。在现代社会,礼仪体现着一个人对他人的认知水平、尊重程度,是一个人学识、修养和价值的外在表现。遵守礼仪是人获得自由的重要手段和途径之一。

2. 礼仪的特性

(1) 共通性。交际礼仪是人们在社会交往过程中形成并得到共同认可的行为规范。它贯穿于整个人类社会发展的始终,普遍存在于社会的各个领域,渗透到各种社会关系中。只要人类存在交际活动,社会就有礼仪的存在。尽管不同的国家、不同的地区、不同的民族对于礼仪内容的理解不同,重视的程度不同,表现的形式也不同,但都体现为社会共同认可的行为规范,就现代交际礼仪本身的内涵和作用来说,仍具有共通性。特别是在现代社会中,世界各地人们的交往更快捷、更频繁、更多样,许多礼仪更加具有国际通用的特点。

【小故事】

酒店老板与无赖

一个人走进饭店要了酒菜,吃完摸摸口袋发现忘记带钱,便对店老板说:“店家,今日忘了带钱,改日送来。”店老板连声说:“不碍事,不碍事。”并恭敬地把他送出了门。

这个过程被一个无赖看到了,他也进饭店要了酒菜,吃完后摸了一下口袋,对店老板说:“店家,今日忘了带钱,改日送来。”

谁知店老板脸色一变,揪住他,非剥他衣服不可。

无赖不服,说:“为什么刚才那人可以赊账,我就不行?”

店家说:“人家吃菜,筷子常放桌子上,喝酒一盅盅地筛,斯斯文文,吃罢掏出手绢揩嘴,是个有德行的人,岂能赖我几个钱。你呢?筷子不离手,狼吞虎咽,吃上瘾来,脚踏上条凳,端起酒壶直往嘴里灌,吃完用袖子揩嘴,分明是个居无定室、食无定餐的无赖之徒,我岂能饶你!”

一席话说得无赖哑口无言,只得留下外衣,狼狈而去。

【点评】 本案例中的两位食客,从他们截然不同的礼仪表现,可以看出一位是绅士,而另一位则显然是一个无赖,自然酒店老板对待他们的态度也就有了天壤之别。无论何时、何地,人们对彬彬有礼的人都是愿意接受和尊敬的。

(2) 多样性。世界是丰富多彩的,其中现代交际礼仪也是五花八门、绚烂多姿的。世界各地的民俗礼仪千奇百怪,几乎没有人能说清楚世界上到底有多少种礼仪形式。从语言的表达礼仪到文字的使用礼仪,从举止礼仪到规范化礼仪,从服饰礼仪到仪表礼仪,从风俗礼仪到宗教礼仪等,在不同的国家、不同的场合,其表达方式也有所不同。比如,在人们常见的国际交往中,仅现代交际礼仪中的见面礼节就有握手礼、点头礼、亲吻礼、鞠躬礼、合十礼、拱手礼、脱帽礼、问候礼等,可谓多种多样、纷繁复杂。

不仅如此,有些现代交际礼仪形式所表达的内容,在不同国家或地区可能截然相反,甚至一个国家的不同地区也可能有不同的含义(见表 1-1)。

表 1-1 手势在不同国家所表达的含义

手势	中国	美国	英国	法国	日本	印度	其他国家
	棒、厉害	顺利	搭车	搭车	男人、父亲	搭车	在孟加拉国意味着侮辱和挑衅
	最小的或倒数第一	打赌			女人、女孩、恋人	想去厕所	在尼日利亚等国家表示打赌
	数字 0 或 3	征求对方意见或表示同意、赞扬、了不起		零、一钱不值	金钱	正确、不错	在菲律宾表示想得到钱或没有钱;在印度尼西亚表示一无所有或一事无成;在突尼斯表示无用、傻瓜

(3) 规范性。交际礼仪规范的形成不是人们抽象思维的结果,而是对人们在社会交往

实践中所形成的一定礼仪关系的概括和反映。礼仪来源于长期的社会生活实践,被大多数社会成员认可并施行,成为调整人际关系的习惯性标准,形成人们普遍遵循的行为准则。这种行为准则约束和支配着人们的交往行为。它虽然不像法律那样具有强制力,但作为社会成员认同并遵从的规范,往往有一种无形的力量迫使人们遵守它,因为这种规范性是人们在一切交际场合必须采用的一种“通用语言”,是衡量他人、判断自己是否自律、敬人的一种尺度。

【小故事】

修理抽水马桶的外国小男孩

一次在瑞士,龙永图与几个朋友去公园散步,上厕所时,听到隔壁的卫生间里“砰砰”地响,他有点纳闷。出来之后,一个女士很着急地问他有没有看到她的孩子,她的孩子进厕所十多分钟了还没有出来,她又不方便进去找。龙永图想起了隔壁厕所里的响声,便进去打开厕所门,看到一个七八岁的小男孩正在修抽水马桶,却怎么都抽不出水来,他急得满头大汗。这个小男孩觉得他上厕所不冲水是违背规则的。

【点评】 从这位外国小男孩身上我们看到了他对规则的遵守,规则意识已经在他幼小的心灵中扎下了根。我国当今的某些大学生,虽然已是成年人,但是未必有这位小男孩的规则意识。上厕所不冲水的现象比较普遍就是一个例证。怎样才能树立人们的规则意识?这一问题值得我们深思。

(4) 传承性。任何国家的礼仪都具有自己鲜明的民族特色,其现代交际礼仪都是在继承本国古代礼仪的基础上发展起来的。离开了对本国、本民族既往交际礼仪成果的传承,就不可能形成现代交际礼仪,这就是现代交际礼仪传承性的特定含义。作为一种文明积累,人们将交际应酬中的习惯做法即礼仪固定流传下来,并逐渐形成自己的民族特色,这不是一种短暂的社会现象,而且不会因为社会制度的更替而消失。对于既往的礼仪遗产,正确的态度不应当是食古不化、全盘沿用,而应当是有扬弃、有继承,更有发展。

【小贴士】

“礼仪”的词源

在西方,“礼仪”一词最早见于法语的 *Etiquette*,原意是法庭上的通行证。无论是在古代还是在现代,所有进入法庭的人员必须十分严格地遵守法庭纪律。古代法国的法庭不是当庭宣读这些纪律,而是将其印在或写在一张长方形的 *Etiquette*(通行证)上,发给进入法庭的每一个人,作为其进入法庭后必须遵守的规矩和行为准则。在社会交往中,人们也必须遵守一定的规矩和准则,才能显示出人类区别于动物的特有风范,才能保证文明社会得以维系和发展。于是,当 *Etiquette* 一词进入英文后,就有了“礼仪”的含义,意即“人际交往的通行证”。

3. 礼仪的原则

(1) 遵守原则。交际礼仪规范是为维护社会生活的稳定而形成和存在的,实际上是反映了人们的共同利益要求。社会上的每个成员不论身份高低、职位大小、财富多寡,都有自

觉遵守、应用礼仪的义务,都要以礼仪去规范自己的一言一行、一举一动。如果违背了礼仪规范,会受到社会舆论的谴责,交际自然就难以成功。

【小故事】

失礼的代价

苏联领导人赫鲁晓夫在失礼方面就有前车之鉴。他在一次联合国会议上为了让人们安静下来,竟然脱下鞋子,并用鞋子敲打会议桌子。他的不雅举止显然违背了礼仪规范,更有损他本人及苏联的国际形象。在这次会议上,联合国做出决定:对苏联代表团罚款1万美元。可见,违背社交礼仪的原则是不行的。

(2) 敬人原则。尊敬是“礼”的本义,是礼仪的重点和核心。在对待他人的诸多做法中,最重要的一条就是要敬人之心长存,处处不可失敬于人,不可伤害他人的尊严,更不能侮辱对方的人格。可以说,掌握了敬人的原则就等于掌握了礼仪的灵魂。尊敬的作用是十分巨大的。

【小贴士】

“礼”字的由来

从“礼”字的发展演化看,“礼”的最初含义与礼仪的起源——原始宗教祭祀活动有密切关系。“礼”字在甲骨文里写为“𡙇”,其下半部分的“豆”字是指古代的一种器具,上半部分的“丰”表示一块块整齐地摆放的玉,然后将“玉”放在盒子里。这反映了古人祭祀活动的一个侧面。后来在其基础上又繁化为“禮”,左边加的这个“示”字旁,为古代的神祇,整个字为敬神之意。随着人类对自然与社会各种关系的认识逐渐加深,礼的范围和内容就从各种神事扩大到人事。表示对他人的尊敬、尊重就是“礼”的本质含义。

【小故事】

学会尊重别人,才能得到别人的尊重

有这样一个有趣的故事:一个孩子缺少礼貌意识,不懂得见到大人要主动问好,对同伴要友好团结。聪明的妈妈为了纠正他这个缺点,把他领到一个山谷中,对着周围的群山喊:“你好,你好。”山谷响应:“你好,你好。”妈妈又领着孩子喊:“我爱你,我爱你。”山谷也喊道:“我爱你,我爱你。”孩子惊奇地问妈妈这是为什么,妈妈告诉他:“朝天空吐唾沫的人,唾沫也会落在他的脸上;尊敬别人的人,别人也会尊敬他。因此,不管是时常见面,还是远隔千里,都要处处尊敬别人。”

(3) 宽容原则。一般来说,交往双方的心理总存在一定的距离,存在不相容的心理状态,这种差异会在交往者之间产生思想隔膜,甚至会使关系僵化。要想缩小这种心理上的差异,求得人与人之间能多一分和谐、多一份信赖,就必须抱着宽容之心。宽容就是要求人们既要严于律己,又要宽以待人,要多容忍他人、体谅他人、理解他人,而不能求全责备、斤斤计较、过分苛求、咄咄逼人。孔子说:“宽则得众。”唯有宽容才能排除人际交往中的各种障碍。不能宽容他人的人,往往会得理不饶人,使人际关系恶化。共性是寓于个性之中的,

人们应该维护和发展共性,以理解和宽容来增强人们之间的凝聚力。

【小故事】

六 尺 巷

“我家两堵墙,前后百米长。德义中间走,礼让站两旁。”除夕夜,由安徽宿松籍著名诗人贺东久作词,桐城籍青年歌手张正扬作曲,安徽芜湖籍演员赵薇演唱的歌曲《六尺巷》亮相 2016 央视猴年春晚。歌曲《六尺巷》取材于桐城六尺巷的典故,融合了黄梅小调、京剧及现代流行音乐等元素,受到人们的普遍欢迎,六尺巷也受到人们的普遍关注。从 2016 年正月初一开始,六尺巷从原先的冷冷清清变得人潮涌动。

位于安徽桐城的六尺巷,其得名源于康熙朝宰辅张英对邻居“让出三尺”的故事。

据史料记载,清康熙年间,文华殿大学士、礼部尚书张英(1637—1708 年)的桐城老家,与邻居吴家在宅基问题上发生争执,两家各不相让,将官司打到县衙。因双方都是官位显赫的名门望族,县官不敢轻易了断。

于是,张家人千里传书给在京城张英求援。收书后,这位当朝宰辅批诗一首寄回老家,便是这首流传至今的打油诗:“一纸书来只为墙,让他三尺又何妨。长城万里今犹在,不见当年秦始皇。”

一见回信,张家人豁然开朗,将围墙退让了三尺。吴家见状深受感动,也让出三尺,形成了一个六尺宽的巷子,如图 1-1 所示。



图 1-1

从此以后,这条六尺宽的巷子就以“六尺巷”之名闻名乡里,成为民间佳话。

时至今日,虽然张、吴两家的老宅都已在 300 多年的时光里走进了历史,但这条巷子却依然安静地伫立在那里,并引得人们慕名而来,领悟和体会其宽容他人、互敬礼让、和谐包容、进退有度的文化内涵。

(4) 平等原则。平等是人与人之间建立情感的基础,是达到最佳交际效果的诀窍,是建立和保持良好人际关系的基础之一。在尊重交往对象、以礼相待这一点上,对任何交往对象都必须一视同仁,给予同等程度的礼遇。不允许因为交往对象彼此之间在年龄、性别、种族、文化、身份、财富以及关系的亲疏远近等方面有所不同而厚此薄彼,给予不同待遇。当然,可以根据不同的交往对象,采取不同的具体方法。

【小故事】

萧伯纳与俄罗斯小姑娘

英国著名戏剧家、诺贝尔文学奖获得者萧伯纳对“平等”二字有很深的体验。一次他访问苏联,漫步在莫斯科街头,遇到一位聪明伶俐的苏联小姑娘,便与她玩了很长时间。分手时,萧伯纳对小姑娘说:“回去告诉你妈妈,今天同你玩的是世界有名的萧伯纳。”小姑娘望了萧伯纳一眼,学着大人的口气说:“回去告诉你妈妈,今天同你玩的是苏联小姑娘安妮娜。”这使萧伯纳大吃一惊,立刻意识到自己太傲慢了。后来,他常回忆起这件事,并感慨万

分地说：“一个人不论有多大成就，对任何人都应该平等相待。要永远谦虚，这就是苏联小姑娘给我的教训，我一辈子也忘不了她！”

(5) 信用原则。信用原则即讲究信誉的原则，守信是中华民族的传统美德，信守约定也是交往活动中必须严格遵守的一项原则。要遵守信用，做到守时、守约、说话要算数、许诺要兑现，“言必行，行必果”。在交际中只有讲究诚信，才能赢得别人的尊敬。

【小案例】

八万两银子的破箩筐

乔致庸是中国清代著名的晋商。一次，包头东城万利聚商号的吴东家因资金周转不开，向乔致庸借了八万两银子。当时，吴东家承诺：一年后连本带息全部还清。可一年的期限到了，吴东家不仅没还一分钱，借钱的事也闭口不提。更过分的是，他还主动找上门来，可怜巴巴地向乔致庸哭诉：“我现在是穷得叮当响，家里仅剩下一只用来卖花生的破箩筐了，哪还得起你那八万两银子呀？”

乔致庸心里明白，吴东家这么做无非是想赖账。可他却安慰道：“既然你已到了这步田地，我也不能逼你，就把那只破箩筐拿来抵债吧！”吴东家一听，心里顿时乐开了花，立刻送来了破箩筐。

吴东家走后，伙计急切地问：“一个破箩筐怎么能值八万两银子，您这不是白白送他吗？”乔致庸笑了笑说：“你照我吩咐的去做，吴东家自会把钱送来。”随后，乔致庸便让伙计把那破箩筐挂在店里最显眼的地方，标价八万两银子出售。人们听说后，都跑来看热闹，自然也就知道了破箩筐的事。后来，很多生意人知道这件事，都不愿意跟吴东家做生意了。这时，吴东家才意识到问题的严重性，只得乖乖地把欠款还清，赎回了那只破箩筐。

【点评】 小胜凭智，大胜靠德，信誉是我们的重要资本。如果失去信誉，也就失去了做人的根本。

(6) 自律原则。自律原则要求个体把学习和运用礼仪当作自己的自觉要求，通过学习，在心目中树立起礼仪信念和行为准则，以此来约束自己在社会交往中的行为，并做到“吾日三省吾身”，不断地用礼仪规范对照检查自己的交际行为，以形成良好的礼仪习惯。只有做到“慎独”，才是一个真正讲礼仪的人。

【小贴士】

社交活动中不要随便发怒

在社交场合中随便发怒，会造成两种不良的后果：一是对发怒的对象不友好，会伤了和气和感情，失去朋友、同事之间的友谊与信任。二是对发怒者不利，一方面对本人的身体产生不良的影响；另一方面对发怒者的形象产生不良的影响，人们会认为他缺乏修养，不宜深交。

在社会生活中，人们适应环境，并求得环境的认可和接受，也是一种本能的表现，在社会交往中主要表现为以良好的心态与朋友、同事友好相处，不发怒或不发脾气，并从多方面克制自己。

三、服务礼仪的含义与特征

在市场经济条件下,商品的竞争就是服务的竞争。在与服务对象打交道的过程中,讲究服务礼仪,遵守服务规范,学会与顾客交往和沟通,能够展现一名服务人员的外在美和内在修养,拉近服务人员与顾客的距离,赢得顾客的满意和对企业的忠诚,提升企业的形象,实现品牌的增值。

【小案例】

服务品质的区别

一个周末的黄昏,一对老年夫妇拎着沉重的行李来到了某酒店的前台,询问是否有空的房间。假设出现以下四种情况:第一位服务员详细检查了房间记录,确定已全部入住后,告诉客人没有房间;第二位服务员说:“您把名字告诉我,我看看有没有房间。您没有预订过吗?抱歉,没房间。”第三位服务员说:“先生,真抱歉,今天周末没有房间,您如果早点订位就好了,您出去逛一逛、等一等,我看看有没有预订过,又不来的,让您候补。”第四位服务员说:“真抱歉,没有房间,今天是周末,如果您早点订就好了。不过,我们附近还有些不错的酒店,要不要我帮您查看有没有房间?”接着,他拿出两张免费的咖啡券,请这对老年夫妇到大堂坐一下,等候查询。在查询到另一家酒店还有空房后,他立刻联系该家酒店,在告知顾客、征得其同意后,请该酒店派车迎接。

【点评】 通过以上的模拟,我们直观地发现,服务拥有品质的区别。正如酒店有星级不同,服务的品质也有等级的差异。显然,高品质的服务会令顾客产生更佳的印象,进而成为酒店的忠实客户,为酒店创造更多的价值。

1. 服务礼仪的含义

服务的产生过程是指将部分家务劳动变为带有交换性质的服务劳动的过程,其目的是解决人们实际生活中的难题。它是伴随人类的需求不断增长而发展起来的。服务礼仪与礼仪有着密切的关系。礼仪是服务礼仪的基础和内容。服务礼仪是礼仪在服务过程中的具体运用,是礼仪的一种特殊形式,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。服务礼仪是指服务人员在自己的工作岗位上向服务对象提供服务时的标准的、正确的做法。

服务礼仪主要以服务人员的仪容规范、仪态规范、服饰规范、语言规范和岗位规范为主要内容。由于服务范围广、服务对象复杂,所以服务人员还要掌握交际礼仪;涉外礼仪;我国部分少数民族及香港、澳门、台湾地区习俗礼仪;我国主要客源国习俗礼仪、宗教礼仪等,这样才能游刃有余地做好服务工作。

2. 服务礼仪的特征

(1) 规范性。服务礼仪是指服务人员在自己的工作岗位上应当严格遵守的行为规范。这种规范,要求服务单位及员工要按照一定的礼仪规范做好服务与接待工作,服务过程中的言谈话语、行为举止要合乎礼仪规范。“顾客至上”应该是服务行业各个部门共同的行为准则。

(2) 可操作性。服务礼仪是礼仪在服务过程中的具体应用,具有简便易行、容易操作的特征。它既有总体上的服务礼仪原则、操作规范,又在具体的细节上有一系列的方式、方法。

(3) 灵活性。服务礼仪的规范是具体的,但不是死板的教条,它是灵活的、可变的。服务人员应该在不同的场景下,根据交往对象的不同特点,灵活地处理各种情况。

🔍【小案例】

小白鹭

厦门风光秀丽,气候宜人,是现代化国际港口和著名旅游城市,每年均会接待众多来自世界各地的游客。作为厦门的交通枢纽——火车站,每天都承载着繁重的运营任务。来这里坐过火车的乘客都会对火车站志愿服务队记忆深刻,他们有一个美丽又具有代表性的名字——小白鹭。身着铁路部门工作制服的“小白鹭”在火车站四处巡视,看见需要帮助的乘客会立刻上前询问,提供热心的帮助。

阳光明媚的一天,一位坐着轮椅的老人吃力地滚动车轮在候车大厅行进,一名“小白鹭”看见了,立刻来到老人身边:“老人家,您好!我是火车站的志愿服务者,我能帮您吗?”老人家抬起手指向洗手间方向:“我想到洗手间找我女儿。”“小白鹭”立刻说:“那我带您去好吗?”老人家欣喜地点点头。她们在洗手间门前等到了老人的女儿,两人一起向“小白鹭”致谢。这时,“小白鹭”又问:“两位是要乘坐火车吗?”“对!我们要回昆明,正准备去排队候车,过一会儿就检票了。”女儿回答道。“小白鹭”说:“两位这样的情况,会很难上下电梯,我联系一下值班员,先提前送两位进站台。麻烦您把车次告诉我。”老人的女儿惊喜地说:“太感谢了!我们从来没有遇到这么好的事!上次搭火车,进站还真是费了好大力气。”接着,“小白鹭”联系好值班员,检票后,两人一起将母女俩从绿色通道送进了站台,并安全地把她们送到了火车厢里。看着汗流浹背的“小白鹭”们,母女两人不停地道谢,她们还说:“以前都说‘铁老大’,现在铁路工作人员态度好,有礼貌,服务更贴心呀,真让我们感动!”^①

四、服务礼仪的功能

作为礼仪的一个重要组成部分,服务礼仪对于服务人员服务质量的提高和完善、对于企业的生存和发展具有积极的促进作用。

1. 快速提升企业的竞争力

随着市场竞争的日益激烈,企业之间的竞争越发表现出服务水平的竞争。市场中各个企业服务的竞争不仅仅是某种服务项目的较量,更重要的是这种服务要通过每一位员工和每一个细节体现出来。消费者在购买商品时,不但希望买到质优的有形产品,而且希望获得满意的无形服务,从而使企业之间的技术竞争、价格竞争空间越来越小,使服务竞争显现出魅力。服务礼仪不仅能够给服务人员在服务过程中以行为指导,从而使服务交往变得容易进行,而且能帮助服务人员养成良好的服务意识。具有良好服务意识的服务人员,能够

^① 伍新蕾. 服务礼仪与形体训练[M]. 大连: 东北财经大学出版社, 2016: 22.