

<<礼仪金说3>>

图书基本信息

书名：<<礼仪金说3>>

13位ISBN编号：9787561341780

10位ISBN编号：7561341784

出版时间：2008-5

出版时间：陕西师大

作者：金正昆

页数：266

字数：228000

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>

## <<礼仪金说3>>

### 内容概要

在我国古代礼仪典籍《礼记》中有道：“礼之以和为贵。”作者也一向认为：讲究礼仪，意在善待别人；推广服务礼仪，意在营造和谐、宽松的社会氛围。有鉴于此，在本书中，不仅介绍了仪表修饰、着装规范、礼貌用语、环境优化等现代服务的“形式之美”，而且着重强调了职业道德、服务意识、以态调整等现代服务的“内涵之美”。简言之，在讲授服务礼仪时，作者所倡导的是表里如一；既要讲究“形式之美”，更要讲究“内涵之美”。

## <<礼仪金说3>>

### 作者简介

金正昆，中国人民大学国际关系学院外交学系主任，礼仪与公关研究中心主任，外交学博士生导师。目前主要从事外交学、传播学、俯视学研究。其应用礼仪的研究，目前国内居于前沿位置，现为中国人民公安大学等多所院校兼职教授。个人正式出版专著、教材12部，主编教材6部，累计

<<礼仪金说3>>

书籍目录

绪论 礼仪就在你身边第1篇 服务礼仪概述第2篇 职业道德第3篇 服务意识第4篇 心态调整第5篇  
善始善终第6篇 仪表修饰第7篇 着装规范第8篇 环境优化第9篇 零度干扰第10篇 距离有度  
第11篇 三A规则第12篇 礼貌用语第13篇 文明用语第14篇 行业用语第15篇 书面用语第16篇 电  
话用语第17篇 岗前准备第18篇 接待顾客第19篇 导购推销第20篇 售后服务第21篇 纠纷处理后  
记

## &lt;&lt;礼仪金说3&gt;&gt;

## 章节摘录

插图:第1篇 服务礼仪概述目前,人们对服务行业是越来越重视,这是什么原因呢?在现代社会中,一个非常重要的特征就是社会分工越来越细,不仅有工、农、兵、学、商,而且还有第一产业、第二产业、第三产业的划分。现在做任何事情都有不同的社会分工,比如我们以前这个喝水,自己煮开了喝不就完了吗?现在很少有人这样了。现在城市人口很多,很多人选择喝矿泉水、喝纯净水,用饮水机喝水。再比如我们过去洗衣服,脏了就自己洗了。现代人有的时候要是忙,特别有的时候有些衣服有洗涤或质量的要求,我们可能就把它送到洗衣店去了,现在已经形成一种潮流了。再比如打扫卫生,过去自己打扫卫生,黎明即起,洒扫庭厨,每日必修之功课。目前有些人因为工作繁忙,时间宝贵,所以这个家庭保洁工作,就交给别人做了。室外的保洁工作,则由物业去负责。室内的保洁工作,就请小时工来做。现代社会离不开服务,服务往往是相互的。现代社会有一个特点,分工越来越详细。在这样的情况下,服务行业越来越受到了整个社会的重视,越来越得到了长足的发展。说服务行业越来越被重视了,那么服务礼仪是不是也就应该提上议事日程了?是这个问题!

现代服务啊,它有一个非常重要的特点,就是为别人工作。在现代社会里,整个社会为人类服务,全体人民为社会服务,人与人之间相互服务。在这样一个情况下,就需要一种互动,就有一个环境,就有一个规范性的要求。没有规矩不成方圆,服务礼仪严格来讲实际上就是一些有关服务的具体规矩。根据这种说法,是否可以说服务礼仪就是在服务人员在为别人服务的过程中,对服务对象所表示的一种尊重的具体形式呢?其实,就是这么一回事。严格来讲是这样的。我们刚才已经强调了,所谓服务,实际上是为社会工作,为人类工作,为别人工作,大家相互为对方工作。占人讲了,衣食足而知礼仪。在过去物质匮乏的情况下,人们去要求服务质量、讲究服务态度,通常是不现实的。那时候,我要买肉,我给你钱,我买到肉就算了,你给不给我脸色看不重要。在那时,有服务的过程,没有强烈的服务意识,或者是服务规范有待健全。像我小的时候,20世纪60年代末期,70年初期,那个时候正长身体,十几岁,想吃肉,没肉,买肉凭发票。城里一个人大概四两肉。妈妈当时做的一件最重要的事儿,就是满足我的吃肉欲,走后门去买罐头,然后想办法要人家的肉票,有时还跑到那个非法的地下集市去买高价肉。那个时候能买到肉就行了,人们对服务没有什么规范化的要求。礼仪——实质上是尊重人的一种具体表现形式。现代社会的服务与既往多有不同。在我们现代社会中,人们要求的服务啊,既有物质的满足,还有一种精神的享受。通过购买到商品、购买到服务、购买到技术,他有一种满足感,他有一种成就感,他有一种炫耀感。也就是说,现在人们的要求是越来越高了。不仅需要物质的满足,更重要的是需要心理和精神的满足。我现在举一个例子,你买一支笔送给我,你会首先考虑什么?

## &lt;&lt;礼仪金说3&gt;&gt;

就目前而言，通常你首先会考虑这个笔的品牌是否适合我，再就是会选择一个你认为服务让你感到很满意的地方，要不你觉得在购物过程中，会产生很多的矛盾。

我们先不讨论别的，我们就从人的心理需求的满足和精神需求的满足来讲，以上所提到的几点其实就是。

有一次去吃饭，当时有客人问我：金教授，该请主人坐哪个位置上？

我说，主人一般是面门而坐，礼仪上面门为上。

他说主宾呢，我说主宾一般坐在主人的右手边。

他又问我：二把手呢，三把手呢，四把手呢？

我说你不明白一个道理，凡事要抓主要矛盾，凡主要矛盾要掌握主要矛盾方面，是吧？

你想让餐桌上，一二三四五，大家都各就各位，都高兴，不大可能啊！

当然你要做得尽善尽美，你可以这样努力，但实际上那是不大可能的。

重要的商务活动，谁是主角儿？

主人是主角儿，再者主宾是主角儿。

其中最重要的主角儿，当然是主宾。

是吧？

主随客便嘛。

主宾高兴了，他那边谁敢不高兴；那主人高兴了，他这边都高兴了；不就皆大欢喜了。

我说的是个实话呀。

你想面面俱到的话，反而是喧宾夺主了。

送人礼品也是这样，其实你购买礼品的话，你用它来送给我，最重要是让我高兴。

我现在还接着前面那个话题，你认为，什么品牌的笔送给我最好？

我觉得你首先要考虑我的身份。

我要是你的话，送给教授一枝笔，我会有三个考虑：第一个考虑，是我们国产品牌。

对外交往的话，我要使用国货呀。

我们领导人的正式场合，戴的都是国产表啊，使用的都是国产品，不能为外国商品作宣传。

对么？

韩国人讲身土不二，就是要弘扬国货啊，你领导人不率先垂范，不行的呀。

我们也是这样的，是吧，所以我要是考虑的话，我首先可以送上海产的“英雄”笔。

我们“英雄”笔很好啊，我们这代人对“英雄100”，“英雄200”都是津津乐道啊。

我们也是用英雄笔长大的。

第二个考虑，是知名的国际品牌。

你要从国际品牌来讲啊，可以考虑万宝龙。

你要有在公司工作的经验，你会知道万宝龙号称笔具之王，它走的是高端笔的市场，德国的一个牌子

。

这个不同品牌它有不同讲究。

你送我派克笔或威迪文笔也不错，它们也是中高端笔。

现代人正式场合要用的笔，应该是跟身份地位相匹配的。

这个非常重要，实际上这个笔，已成为地位的一个标志。

第三个考虑，是自产或自用的。

就是跟自己有关的，比如我单位生产的笔，我爸爸妈妈或者我这个工厂生产的笔，也可以呀。

我自制、自用的，也可以呀。

我到你家去，可以把我做的蛋糕送给你，此即自我推销。

这个也是一种非常重要的公关意识。

所以我刚才讲的这个例子，实际上是想说明在现代社会中，人们购买商品的时候，它不仅要求一种物质的满足，更给你一种精神的满足。

总之，服务礼仪就是服务人员在其服务过程中用以向服务对象表达尊重的一种规范形式。

从总体上来讲，给服务对象一种被尊重感，这就是我们讲的服务礼仪。

## &lt;&lt;礼仪金说3&gt;&gt;

服务礼仪实际上就是在服务过程中，对别人表示尊重的一种规范化的形式。在服务过程中，对他人表示尊重，对消费者表示尊重的，一种规范化的形式。如果从事服务行业工作的话，那么我们在工作中需要注意一些什么呢？具体来讲，有以下几个方面需要优先考虑：第一点，要了解人。

古人云：“知人者智。

”“知彼知己，百战不殆。

”我反复强调：了解人才能尊重人，你不了解对方，你是没有尊重可言的。

比如，客人到我这个服务场所来了，他是买我的房子也好，买食品也好，或者吃饭也好，你得了解他的需求啊。

我销售楼盘，高端的、中端的、低端的都有，你估计他会是什么情况；另外，他在面积大小上有什么考虑。

像年轻的消费者，他一般就希望要相对小一点的，考虑个人私密空间。

中老年的同志，可能要求宽敞一点，要享受天伦之乐，过得舒服一点，子孙三代都能住。

而且相对来讲，尽量就不要再换了，要有那种安居感，不要再变迁，落叶归根了，他考虑的要求是不一样的。

所以讲服务质量，你首先就要了解对方。

你不了解对方，你是没有办法谈到尊重的，更不要说为对方优质服务了。

第二，要注意规范化的运作。

礼仪是讲规范的。

从头到尾，讲到服务礼仪时，我们一定要谈到规范。

比如，你跟你的服务对象交谈时，开始语是什么，你第一句话说什么，结束语是什么，你的手势怎么打，都是有标准的。

你的眼神看他什么地方，你上下楼的位置、姿势，诸如此类，都有其种种规矩。

举个例子，你到一家星级酒店去，到一个酒楼去，你看这个服务生是不是科班出身，给他搞个小的测试，马上看得出来。

比如他端着盘子上楼，你在后面喊他一声，你说先生或者小姐，我问你一件事儿。

如果这个服务生训练有素的话，他会马上跑过来，他会马上从楼梯上跑下来，站到跟你同一个高度，然后再跟你对话。

绝对不允许居高临下的，因为服务是要以客人为中心的，所以他不能居高临下。

从角度上来讲，高高在上不是平等交往，更不是以对方为中心。

这是一个忌讳了，也就是我刚才所讲的一个规范。

服务礼仪要讲了解别人，要讲规范化运作。

这两个点是我们强调服务礼仪时的关键之点，这两个点你要不讲，你要讲别的问题就比较麻烦了。

服务礼仪，要从宏观的内容来讲，它包括不同的岗位的许多具体要求。

比如从那个整体销售服务的各个环节来讲，它包括了售前服务、岗位要求、售后服务等等。

其一，售前准备。

所谓售前准备，就是你上班之前的一些准备，服装啊、化妆啊、良好的精神状态呀、训练有素的岗位要求啊，以及一些专业技能的学习呀。

你不能现拜佛现烧香，到岗位上一问三不知啊。

这是我们讲的售前准备，即售前的规范，也就是岗前基本要求。

其二，岗位要求。

它是在工作岗位上的一系列具体要求。

岗位要求一向被视为服务的核心内容。

其三，售后服务。

通常售后要求是服务完成之后的一种后续性、连带性的服务，比如上门维修、退换、投诉应对，以及连续性、配套性服务等。

服务是讲跟进的呀，服务不是说我卖个东西就完了呀，它是整个一个过程。

## &lt;&lt;礼仪金说3&gt;&gt;

所以严格讲服务礼仪实际上就是一系列的规范化的具体服务要求。

刚才我们在强调，整个服务它是...个过程。

它不仅有售前的、有售中的，而且有售后的。

总而言之，现代社会离不开服务，服务是相互的、服务是规范的、服务是有具体要求的。

在我们所谈到的这一系列的问题之中，就服务礼仪角度而论，尊重服务对象，同时尊重我们服务人员自身，这就是服务礼仪的基本要求。

如果要给服务礼仪下一个通俗化的定义，简而言之，我们可以说它是服务的艺术，是服务的技巧。

进而言之，实际上服务礼仪是服务人员在其工作岗位上对服务对象表示尊重的，同时用来维护自尊的一种规范化的形式。

它的核心在于尊重二字。

“礼者，敬人也。”

”因为人呢，不管是我们自己来讲，而且是交往的对象来讲，被尊重都是第一要求。

有一位著名的心理学家，叫马斯洛。

马斯洛有一个理论，叫做人的这个需求层次说。

他告诉我们，现代人，实际上它是有不同层面的需求。

他画了一个宝塔，从低往高走，他这个底层的需求不能满足的话，就不可能有上一个层次的需求。

按照马斯洛的说法，常人大概有以下几个基本需求嘛：第一个需求，是生存。

也就是生命的欲望。

人的本性是要生存。

人的生存的这个欲望满足不了的话，他别的事儿就别想，什么也顾不上了。

换言之，他为了生存，可以做出任何事儿，可以做出任何选择，因为这是他最基本的需求啊。

活着是最最重要的呀，恐怕我和你都不能否认这一点。

第二个需求，是安全。

在正常条件下，人人都需要安全地生活。

比如我快累得不行了的话，我倒地可以睡，不用担心。

红军长征的时候，据一些老前辈讲，走着走路就睡着了，倒地睡着了。

但是人们要有一定的条件之后，他马上就想了，我要在屋里睡啊，我怕外面有贼啊，或者碰到其他安全问题，所以我得关上门啊。

我快饿死了的话，什么都敢吃，什么都敢喝啊，古人还有易子而食的。

现在就不同了，食物干净不干净，卫生不卫生，环保不环保，是不是绿色食品，有没有化肥农药，是不是转基因的？

现在的要求比过去多得多呢。

第三个需求，是交往。

有一位伟大的思想家曾经讲过：人是社会的动物。

人有交往的欲望，一个人不去跟别人打交道，他自己根本没有办法自我满足和自我实现。

其实人往往有炫耀欲、表现欲。

你这件衣服漂亮，你这个首饰高档，你仅仅只是自得其乐吗？

你一个女孩子谈恋爱，你谈恋爱时什么感觉最好啊，当然和男朋友在一块儿感觉最好。

其实还有一种感觉也很好，就是在你朋友面前说，你男朋友对你如何好时的那种感觉，这是一种炫耀

。你说：我有件事儿，我都不好意思跟你说，我的那个他对我特别好，他看我手凉了，就把我的手放到怀里去暖，看我脚凉了给我搓脚。

不好意思吗？

其实很好意思。

你要不跟人家说，你不舒服。

其实说的时候，人们心里很高兴，不吐不快。

实际上，这是一种炫耀感和满足感。



## <<礼仪金说3>>

你有豪宅，你有名车，不让你说没意思。

中国人讲，人生四大喜事，其一便是衣锦还乡时啊。

它实际上是一种社交，人们在这种社交过程中，可以证明自己的实力和地位。

第四个需求，是被尊重。

这已经是心理层面的一种需求。

人们不仅要有社交，而且还希望自己在社交中受到重视。

在社交中他会有一些比较，他会有一些地位的差别，他会有一些能力的展现。

在这样的情况下，人们就提出来被尊重的需求。

在马斯洛的那个层次中，安全上面是交往，交往上面是尊重，被尊重是很高的一个级别的需求了。

人不仅要交往，而且希望在交往中不被人家冷落、不被人家歧视、不被人家排斥，而是应当被接受、被尊重、被认可、被认同。

## &lt;&lt;礼仪金说3&gt;&gt;

## 后记

在现代社会中，服务行业迅速发展，服务工作的重要性得到了广泛的认同，服务人员个人素质的提升亦刻不容缓。

总之，作为社会的一扇窗口，服务行业正备受社会各界的关注。

正所谓“仓廩实而知礼节”，在往昔国人尚且不得温饱之日，礼待宾客通常有其名，而无其实；而在今朝我国社会主义物质文明建设取得长足进展之时，是否遵从服务礼仪，已成为人们评价服务人员服务质量的一项重要尺度。

自20世纪90年代初以来，有关服务礼仪的研究与教学即成为我所从事的礼仪工作的重要内容之一。

1999年1月，我即在中国人民大学出版社出版了《服务礼仪教程》一书。

2005年8月，北京大学出版社又出版了我的专著《服务礼仪》。

在此期间，我受中央教育电视台邀请，在该台主持了《服务礼仪系列讲座》专题节目。

该节目共20讲，曾先后在全国60多家地、市电视台转播，并受到欢迎。

从2007年下半年开始，我应广大读者与陕西师范大学出版社的请求，将自己有关服务礼仪的电视讲座编辑成这本谈话体的《服务礼仪》一书，以期能够为我国广大服务人员服务，为我国即将举行的2008年北京奥运会服务。

在我国古代礼仪典籍《礼记》中有道：“礼之以和为贵。

”我本人也一向认为：讲究礼仪，意在善待别人；推广服务礼仪，意在营造和谐、宽松的社会氛围。

有鉴于此，在本书中，不仅介绍了仪表修饰、着装规范、礼貌用语、环境优化等现代服务的“形式之美”，而且着重强调了职业道德、服务意识、心态调整等现代服务的“内涵之美”。

简言之，在讲授服务礼仪时，我所倡导的是表里如一；既要讲究“形式之美”，更要讲究“内涵之美”。

陕西师范大学出版社，思考者（北京）文化传播有限责任公司，以及本书责任编辑杨磊先生，均为本书的正式出版做了大量的辛苦工作，在此谨一并致谢。

对本书的不足之处，亦恳请各位专家、学者与广大读者予以指正。

最后，谢谢各位亲爱的读者。

作者2008年1月16日

## <<礼仪金说3>>

### 媒体关注与评论

提升品位的礼仪教程，追求优雅的魅力范本，不学礼，无以立。

——孔子 人无礼则不生，事无礼则不成，国无礼则不宁。

——荀子 仓廩实而知礼节，衣食足而知荣辱。

——管仲 一个人的成功，15%是靠专业知识，85%是靠人际关系与处世能力。

——安德鲁·卡内基

## <<礼仪金说3>>

### 编辑推荐

《礼仪金说3:服务礼仪》将介绍：著名礼仪专家，中央电视台礼仪节目主讲嘉宾，金正昆教授《礼仪金说》系列图书隆重推出精心力作《服务礼仪》，展现礼仪魅力，高扬理想风帆，驶向成功彼岸。

我们要让世人通过北京奥运会，感受中国是一个礼仪之邦。

——国际奥委会执委 何振梁最具实效性的服务礼仪经典，金正昆教授曾担任中央电视台、中央人民广播电台、山东电视台等全国几十家知名媒体礼仪节目主讲嘉宾，搜狼、新浪、网易、QQ、TOM等数十家网站争相连载。

《礼仪金说3:服务礼仪》附赠礼仪金说 服务礼仪光盘1张。

<<礼仪金说3>>

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>