

《服务礼仪》教学型案例开发撰写与应用（一）

1. “女士优先”应如何体现

在一个秋高气爽的日子里，迎宾员小贺，着一身剪裁得体的新制衣，第一次独立地走上了迎宾员的岗位。一辆白色高级轿车向饭店驶来，司机熟练而准姿势，并目视客人，礼貌亲切地问候，动作麻利而规范、一气呵成。确地将车停靠在饭店豪华大转门的雨棚下。小贺看到后排坐着两位男士、前排副驾驶座上坐着一位身材较高的外国女宾。小贺一步上前，以优雅姿态和职业性动作，先为后排客人打开车门，做好护顶关好车门后，小贺迅速走向前门，准备以同样的礼仪迎接那位女宾下车，但那位女宾满脸不悦，使小贺茫然不知所措。通常后排座为上座，一般凡有身份者皆在此就座。优先为重要客人提供服务是饭店服务程序的常规，这位女宾为什么不悦？小贺错在哪里？

【案例分析】在西方国家流行着这样一句俗语：“女士优先”。在社交场合或公共场所，男子应经常为女士着想，照顾、帮助女士。诸如：人们在上车时，总要让妇女先行；下车时，则要为妇女先打开车门，进出车门时，主动帮助她们开门、关门等。西方人有一种形象的说法：“除女士的小手提包外，男士可帮助女士做任何事情。”迎宾员小贺未能按照国际上通行的做法先打开女宾的车门，致使那位外国女宾不悦。

2. 维护好个人形象

郑伟是一家大型国有企业的总经理。有一次，他获悉有一家著名的德国企业的董事长正在本市进行访问，并有寻求合作伙伴的意向。他于是想尽办法，请有关部门为双方牵线搭桥。

让郑总经理欣喜若狂的是，对方也有兴趣同他的企业进行合作，而且希望尽快与他见面。到了双方会面的那一天，郑总经理对自己的形象刻意地进行一番修饰，他根据自己对时尚的理解，上穿茄克衫，下穿牛仔裤，头戴棒球帽，足蹬旅游鞋。无疑，他希望能给对方留下精明强干、时尚新潮的印象。

然而事与愿违，郑总经理自我感觉良好的这一身时髦的“行头”，却偏偏坏了他的大事。郑总经理的错误在哪里？他的德国同行对此有何评价？

【案例分析】根据惯例，在涉外交往中，每个人都必须时时刻刻注意维护自己形象，特别是要注意自己正式场合留给初次见面的外国友人的第一形象。郑总经理与德方同行的第一次见面属国际交往中的正式场合，应穿西服或传统中山服，以示对德方的尊敬。但他没有这样做，正如他的德方同行所认为的：此人着装随意，个人形象不合常规，给人的感觉是过于前卫，尚欠沉稳，与之合作之事当再作他议。

3. 礼宾次序安排

在丹麦哥本哈根召开联合国社会发展世界首脑会议时，出席会议的有近百位国家元首和政府首脑，与会的各国元首与政府首脑合影。照常规，应该按礼宾次序名单安排好每位元首、政府首脑所站的位置。首先，这个名单怎么排，究竟根据什么原则排列？哪位元首、政府首脑排在最前？哪位元首、政府首脑排在最后？这项工作实际上很难做。丹麦和联合国的礼宾官员只好把丹麦首脑（东道国主人）、联合国秘书长、法国总统以及中国、德国总理等安排在第一排，而对其他国家领导人，就任其自便了。好事者事后向联合国礼宾官员“请教”，答道：“这是丹麦礼宾官员安排的。”向丹麦礼宾官员核对，回答说：“根据丹麦、联合国双方协议，该项活动由联合国礼宾官员负责。”

【案例分析】国际交际中的礼宾次序非常重要，在国际礼仪活动中，如安排不当、或不符合国际惯例，就会招致非议，甚至会引起争议和交涉，影响国与国之间的关系。在礼宾次序安排时，既要做到大体上平等，又要考虑到国家关系，同时也要考虑到活动的性质、内容、参加活动成员的威望、资历、年龄，甚至其宗教信仰、所从事的专业以及当地风俗等。礼宾次序不是教条，不能生搬硬套，要灵活运用、见机行事。有时由于时间紧迫，无法从容安排，只能照顾到主要人员。上例就是灵活应用礼宾次序的典型案列。

4. 宗教习俗

20 世纪 80 年代，中国的女排三连冠。一家对外的画报用女排姑娘的照片作封面，照片上的女排姑娘都穿着运动短裤。阿拉伯文版也用了，结果有些阿拉伯国家不许进口。

【案例分析】伊斯兰教认为，男子从肚脐至膝盖，妇女从头至脚都是羞体，外人禁止观看别人羞体，违者犯禁。因此，穆斯林妇女除了穿不露羞体的衣服外，还必须带盖头和面纱，这项规定至今在有些穆斯林国家（如沙特阿拉伯、伊朗等）仍然施行。

5. 民族习俗

有个酒店住入了一少数民族团体，团体中美丽的少女们都各戴着一个很漂亮的鸡冠帽。有个酒店男员工与之混熟了一点后，出于好奇，用手摸了一下一位少女的帽子，结果弄到族长那里去，族长以为男员工爱上了那位少女，向她求婚。后经酒店领导出面调解，二者以兄妹相称。

【案例分析】在历史上这个少数民族曾在-夜里受到外族的入侵，恰巧一公鸡鸣叫，唤醒了人们，才免去了一次灭族之灾。以后，为了纪念这只公鸡，村里美丽的少女都戴上鸡冠帽，男子一触摸就表示求婚。因此在与少数民族的交际中，应了解并尊重少数民族的风俗习惯，不做他们忌讳的事，这样才有利于各民族之间平等友好的交往。

6. 国别习俗

国内某家专门接待外国游客的旅行社，有一次准备在接待来华的意大利游客时送每人一件小礼品。于是，该旅行社订购制作了一批纯丝手帕，是杭州制作的，还是名厂名产，每个手帕上绣着花草图案，十分美观大方。手帕装在特制的纸盒内，盒上又有旅行社社徽，显得是很像样的小礼品。中国丝织品闻名于世，料想会受到客人的喜欢。

旅游接待人员带着盒装的纯丝手帕，到机场迎接来自意大利的游客。欢迎词致得热情、得体。在车上他代表旅行社赠送给每位游客两盒包装甚好的手帕，作为礼品。

没想到车上一片哗然，议论纷纷，游客显出很不高兴的样子。特别是一位夫人，大声叫喊，表现极为气愤，还有些伤感。旅游接待人员心慌了，好心好意送人家礼物，不但得不到感谢，还出现这般景象。中国人总以为送礼人不怪，这些外国人为什么怪起来了？

【案例分析】在意大利和西方一些国家有这样的习俗：亲朋好友相聚一段时间告别时才送手帕，取意为“擦掉惜别的眼泪”。在本案例中，意大利游客兴冲冲地刚刚踏上盼望已久的中国大地，准备开始愉快的旅行，你就让人家“擦掉离别的眼泪”，人家当然不高兴，就要议论纷纷。那位大声叫喊而又气愤的夫人，是因为她所得到的手帕上面还绣着菊花图案。菊花在中国是高雅的花卉，但在意大利则是祭奠亡灵的。人家怎不愤怒呢？本案例告诉我们：旅游接待与交际场合，要了解并尊重外国人的风俗习惯，这样做既对他们表示尊重，也不失礼节。

7. 名片的失误

某公司新建的办公大楼需要添置一系列的办公家具，价值数百万元。公司的总经理已做了决定，向 A 公司购买这批办公用品。

这天，A 公司的销售部负责人打电话来，要上门拜访这位总经理。总经理打算，等对方来了，就在订单上盖章，定下这笔生意。

不料对方比预定的时间提前了 2 个小时，原来对方听说这家公司的员工宿舍也要在近期内落成，希望员工宿舍需要的家具也能向 A 公司购买。为了谈这件事，销售负责人还带来了一大堆的资料，摆满了台面。总经理没料到对方会提前到访，刚好手边又有事，便请秘书让对方等一会。这位销售员等了不到半小时，就开始不耐烦了，一边收拾起资料一边说：“我还是改天再来拜访吧。”

这时，总经理发现对方在收拾资料准备离开时，将自己刚才递上的名片不小心掉在了地上，对方却并没发觉，走时还无意从名片上踩了过去。但这个不小心的失误，却令总经理改变了初衷，A 公司不仅没有机会与对方商谈员工宿舍的设备购买，连几乎到手的数百万元办公用品的生意也告吹了。

【案例分析】A 公司销售部负责人的失误，看似很小，其实是巨大而不可原谅的失误。名片在商业交际中是一个人的化身，是名片主人“自我的延伸”。弄丢了对方的名片已经是对他人的不尊重，更何况还踩上一脚，顿时让这位总经理产生反感。再加上对方没有按预约的时间到访，不曾提前通知，又没有等待的耐心和诚意，丢失了这笔生意也就不是偶然的了。

8. 被拒绝的生日蛋糕

有一位先生为一位外国朋友订做生日蛋糕。他来到一家酒店的餐厅，对服务小姐说：“小姐，您好，我要为我的一位外国朋友订一份生日蛋糕，同时打一份贺卡，你看可以吗？”小姐接过订单一看，忙说：“对不起，请问先生，您的朋友是小姐还是太太？”这位先生也不清楚这位外国朋友结婚没有，从来没有听说过，他为难地抓了抓后脑勺想想说：“小姐？太太？一大把岁数了，太太。”生日蛋糕做好后，服务员小姐按地址到酒店客房送生日蛋糕，敲门，一女子开门，服务员小姐有礼貌地说：“请问，您是怀特太太吗？”女子愣了愣，不高兴地说：“错了！”服务员小姐丈二和尚摸不着头脑，抬头看看门牌号，再回去打个电话问那位先生，没错，房间号码没错。再敲一遍，开门，“没错，怀特太太，这是您的蛋糕”。那女子大声说：“告诉你错了，这里只有怀特小姐，没有怀特太太。”啪一声，门被大力关上，蛋糕掉地。

【案例分析】这个故事，就是因为错误的称呼所造成的。在西方，特别是女子，很重视正确的称呼。如果搞错了，引起对方的不快，往往好事就变成坏事。

9. 难道这就是五星级的服务

一天上午，某公司在一家五星级酒店的多功能会议厅召开会议。其间，该公司职员李小姐来到商务中心发传真，发完后李小姐要求借打一个电话给总公司，询问传真稿件是否清晰。

“这里没有外线电话”。商务中心的服务员说。

“没有外线电话稿件怎么传真出去的呢？”李小姐不悦地反问。

服务员：“我们的外线电话不免费服务。”

“我已预付了 20 元传真费了。”李小姐生气地说。

服务员：“我收了你的传真费，并没有收你的电话费啊?! 更何况你的传真费也不够。”

李小姐说：“啊，还不够？到底你要收多少呢？开个收据我看一看。”

“我们传真收费的标准是：市内港币 10 元/页；服务费港币 5 元；3 分钟通话费港币 2 元。您传真了两页应收港币 27 元，再以 1：1.08 的比价折合成人民币，我们要实收人民币 29.16 元。”服务员立即开具了传真和电话的收据。

李小姐问：“传真收费还是电话收费是根据什么规定的？”

“这是我们酒店的规定。”服务员出口便说。李小姐：“请您出示书面规定。”

“这不就是价目表嘛。”服务员不耐烦地回答说。李小姐：“你的态度怎么样？”

“您的态度也不见得比我好呀。”服务员反唇相讥。

李小姐气得付完钱就走了。心想：五星级服务，难道就是这样的吗？

【案例分析】本案例中的服务员不具备一名合格商务人员的基本素质。接待服务工作是一门综合艺术，是非常讲究接待服务的方法、技巧的。要提高服务质量，就要求服务人员必须接受专业的训练，才能使他们无愧于五星级的标志。

10. 礼仪礼貌周

3月1日，在宁波东港大酒店员工餐厅的通道上，一位二十来岁的姑娘，肩上斜套着一块宽宽的绸带，上面绣着：礼仪礼貌规范服务示范员。每当一位员工在此经过，示范员小姐便展露微笑问候致意。餐厅里，喇叭正在播放一位女员工朗诵的一篇描写饭店员工文明待客的散文诗。不一会儿，另一位员工在广播中畅谈自己对礼仪礼貌的认识和体会。原来东港大酒店正在举办“礼仪礼貌周”，今天是第一天。

东港大酒店自被评为四星级饭店以后，一直处于营业的高峰期，个别员工过于劳累，原先的服务操作程序开始有点走样，客人中出现了一些关于服务质量的投诉，饭店领导觉察到这一细微变化后，抓住苗头进行整改，在员工中间开展“礼仪礼貌周”活动。“礼仪礼貌周”定于每月的第一周，届时在员工通道上有一位礼仪礼貌示范员迎送过往的员工，每天换一位示范员，连总经理们都轮流充当服务员，在员工中引起很大反响。为配合“礼仪礼貌周”，员工餐厅在这一周利用广播媒介，宣传以礼仪礼貌为中心的优质服务，有发言，有表演，有报道和介绍，内容生动活泼，形式丰富多彩，安排相当紧凑，员工从中获得很大启迪和教育。饭店同时在员工进出较频繁的地方张挂照片，宣传文明服务的意义，示范礼仪礼貌的举止行为，介绍礼仪礼貌方面表现突出的员工。

5月1日，又一个“礼仪礼貌周”开始了。一月一度的“礼仪礼貌周”活动在东港大酒店已成为一项雷打不动的制度，整个饭店的礼仪礼貌水平大大提高。

【案例分析】礼仪礼貌是饭店服务质量的集中体现。有些饭店一味追求经济效益，在营业情况较理想之时，往往会忽视服务质量。四星级的东港大酒店就不一样，生意红火时更加注重服务质量。“礼仪礼貌周”就是在客房率和餐饮上座率居高不下的时候推出的。

每月第一周作为“礼仪礼貌周”在饭店内开展这样的活动，有助于使礼仪礼貌意识在员工头脑中牢牢扎根，通过不断的强化活动，使讲究礼仪礼貌成为员工的一种自觉行为。另一方面，饭店领导以身作则示范礼仪礼貌，这对广大员工是

一股强大的鞭策力。再则，在这个活动期间，通过视觉和听觉等方面的刺激，强化礼仪礼貌意识，其效果必将胜过单纯的课堂教育或培训。

视频案例文字分析

1、 迟来的导游

【案例分析】作为导游员，熟悉各个国家或地区的风俗习惯是很有必要的。知道了各个国家、地区的风俗习惯，人民的性格特点后，导游员就能更好地防止出现这样那样的错误。美国游客，他们的时间观念很强，讲好 8:00 出发，绝对会一个不漏、一秒不迟地准时在大厅集合，这时，如果导游员自己迟到了，那么，在他们心目中的形象就会大打折扣，即使前面的工作非常出色，也将事倍功半。

【案例反思】当导游人员接国外团正常的确是应该提前半个小时出发接团，但是作为接团的导游人员应该分析去时的路况，考虑是否是上下班高峰期，并且留足中途会出现意外情况的时间。

2、 导游员言而无信

【案例分析】由于地陪带领旅游团到计划外的商店购物，导致计划内的旅游景点游览时间减少；地陪拒绝协助游客退货，谎称不能退货；地陪答应游客第二天安排去书店，却不履行诺言，言而无信，给游客留下了不好的印象。

【案例反思】游客买了东西又想退，导游员首先要问清原因，同时又要给予积极的协助。比如，提醒游客退货时带好发票，帮助安排好出租车，写好一张便条，上面标明酒店名称、地址以及请求商店给予协助和解决。导游员不应以任何借口作为拒绝的理由，必要时陪同游客一起前往。

3、地陪送团没自始至终

【案例分析】离店送站服务是地陪接待工作的最后阶段，因此，导游人员必须有始有终，善始善终。如果接待工作的尾声出现失误，会让旅游者觉得善始不能善终，从而直接影响到前面的工作。所以从地陪的工作要求来看，即使到了最后阶段也不能松懈，不能虎头蛇尾，应该一如既往地给旅游者留下难忘的好印象。

【案例反思】当导游人员将旅游者送离当地时，一定要以饱满的工作热情和良好的精神状态做好最后阶段的工作，使旅游者顺利、安全地离开旅游目的地。

4、好心办了“坏事”

【案例分析】导游员的动机和效果产生了矛盾，导游员好心想让游客住到比较好的房间，却没想到“第一时间”争取来的房间还没来得及打扫，游客遇到这种情况自然会不满。按照全陪服务程序，进入酒店后，全陪应与地陪、领队各司其职，尽快帮助旅游团办理入住手续，住进客房，取得行李，要求全陪提前看一看房间，检查有无问题。

【案例反思】一个导游可以把一个团带的很好，把一个景点讲得很有吸引力，也可以把一个团带的很糟，区别就在于导游人员的道德、敬业精神、文化知识和业务能力、语言表达的技巧。当遇到突发状况时，导游人员应到保持镇静。诚恳地对游客表示歉意。

5、 客人要求退货

【案例分析】地陪鼓励游客购物太积极；游客怀疑项链有假要求退货，地陪只以“这样的大商场不可能出售假货”来解释，缺乏说服力；以“这家商场规定货物售出概不退换”为借口阻止游客退货，有欺骗游客之嫌；不能让游客一个人去商场交涉而不提供帮助。

【案例反思】当游客购物时，导游员要当好顾问，做好正确的宣传，鼓励他们购物，但不能太积极，以免引起误会。

6、 头重脚轻的禁忌

【案例分析】导游处于接待工作的最前线，在各种文化的差异中工作，应尽可能地了解中外文化之间的差异，以适应各种旅游者的需求，避免触犯到游客的禁忌。

【案例反思】世界各国的风俗习惯繁多，要想同各国旅游者打交道，就要了解他们，要对各国的风俗习惯有所了解。

7、旅游服务与管理专业职业礼仪展示

选取学校实景，学生展示站姿、行姿、鞠躬礼仪、引导礼仪、坐姿、餐饮服务礼仪等内容。

8、酒店服务礼仪操

选取酒店实景，包括塑形整理、微笑点头、行立转体、鞠躬示意、握手致意、蹲姿递接、介绍导示、附臂引领八个部分，涉及前厅部、餐饮部、客房部、康乐部直接对客部门和其他非直接对客部门。

8、旅游服务与管理专业职业礼仪展示