# 服务礼仪的重要性

来源：网友投稿 作者：小六 更新时间：2025-01-12

*服务礼仪的重要性（通用6篇）服务礼仪的重要性 篇1　　一、客户服务礼仪是塑造烟草行业形象的“金钥匙”　　一个行业、一个单位、一个组织是否持续发展与其社会形象是有直接关联的，客户服务人员社会形象的好坏对于烟草行业的发展是举足轻重的作用。如果烟*

服务礼仪的重要性（通用6篇）

**服务礼仪的重要性 篇1**

　　一、客户服务礼仪是塑造烟草行业形象的“金钥匙”

　　一个行业、一个单位、一个组织是否持续发展与其社会形象是有直接关联的，客户服务人员社会形象的好坏对于烟草行业的发展是举足轻重的作用。如果烟草行业想要对外适应，对内协调发展，那么客服人员就要做到以礼待贤才，以礼待零售客户、消费者、烟农等服务对象，反之则会出现“言而无信，不知其可”的严重后果。有位学着曾说过：“礼仪是组织和个人达到成功的重要媒介，它为社会、组织以及个人开启了一扇塑造个体形象的大门。”烟草行业良好的社会形象它是通过员工的服务质量和服务水平表现出来的，其中包括客服人员的业务水平、仪容仪表、日常社交礼仪等，如果烟草行业的所有员工都能严格地按照客户服务礼仪规范行事，礼待零售客户、消费者和烟农，就可以树立烟草行业良好社会形象。

　　二、客户服务礼仪是协调客我关系的“润滑油”

　　礼貌和必要的礼节是人际关系的润滑剂和人际矛盾的缓冲器。客我关系是开展卷烟营销工作的前提，是更好与零售客户沟通的保障，是实现企业与客户共赢的基础。由于少数客服人员责任心不强、工作方法简单、缺少热情导致一些零售客户疏远了与客服人员的鱼水关系，往往一些矛盾和问题都是因为客服人员不遵守客户服务礼仪而造成的。其实，一句温暖的话语就能冰释前嫌；几句耐心的解释就能化干戈为玉帛。客户服务礼仪可以帮助广大零售客户与客服人员巧妙的处理各种问题，减少矛盾，缓和气氛，化解冲突。如果客服人员讲究客服关系，想客户之所想，急客户之所急，正确理解客户的需求，就可以在广大零售客户和客服人员心中架起心灵沟通的桥梁。

　　三、客户服务礼仪是客服人员增光添彩的“装饰物”

　　礼仪是在美德之上加上的一层藻饰，使他们对它具有效用，去为他获得一切和他接近的人的尊敬和好感。没有良好的礼仪，其余一切成就就会被人看成骄夸、自负和愚蠢。要想体现出一名客服人员的高尚情操和美德，客户服务礼仪与精湛的业务能力相辅相成，缺一不可。很多时候，通过客户服务礼仪可以将客服人员的美德表现出来，换一句话说，我们也可以将客户服务礼仪看作是对客服人员形象进行装饰的华彩饰物。一个拥有姣好的容貌、飘逸的秀发、得体的服饰、美妙的饰品、智慧的语言、文雅的举止、倜傥的风度的客服人员会让零售客户眼前一亮，这样的形象与魅力能给广大零售客户一个良好的感觉，自然而然的增强了客服人员的亲和力，拉近了客服人员与零售客户之间的距离。不管一个客服人员拥有多么精湛的业务水平和能力，如果他不重视客户服务礼仪，那么也是难以赢得广大零售客户的信赖。

　　四、客户服务礼仪是提高客服人员素质的“助推器”

　　客户服务礼仪要求客服人员始终把“服务放在心上”，既拥有让客户惊叹的业务水平，又拥有大方得体的言行举止。讲究礼仪规范实际上就是一个人良好素养的一种表现，可见，礼仪既是外在规范又是内在修养。在我们的日常工作中，客服人员应有意识的注重客户服务礼仪的运用，如适时的运用礼貌用语，不断修正自己的言行举止，从而形成客服人员高尚的品德和良好的修养。由于客户个体的差异，这就要求我们的客服人员在客户服务礼仪的基础上，不断挖掘自身的潜能，创造性地开展客户服务工作，从而形成一种个性化的、稳定的行为与习惯。重视客户服务礼仪可以让客服人员达到气质高雅的高度，这源于客户服务礼仪使客服人员严格规范自己的一言一行，从而达到礼仪由外而内的递进影响，再由内而外的自然散发。

　　五、客户服务礼仪是烟草行业发展的“软实力”

　　烟草行业是为国家、社会、零售客户、消费者提供服务的一个行业，其性质是特殊的，既担负着生产经营的组织任务，又要履行行政管理职能。清代教育家颜元曾经说过：“国尚礼则国昌，家尚礼则家大，身有礼则身修，心有礼则心泰。”这一论断精辟地概括了礼仪在社会各个层面中的重要性。恰当得体的礼仪，不仅有助于展现自已的形象，同时也体现和影响自已所在单位的良好形象和尊严。长期以来，烟草行业始终强调要真正做到把客户利益放在心上，这就要求我们客服人员牢牢把握服务这个核心，不断增强服务意识、创新服务理念、优化服务模式，用贴心服务提升零售客户的忠诚度和满意度。客户服务礼仪同“基本功”一样成为了烟草行业建设和发展的“软实力”，要想拥有更好的发展优势，争取更大的发展空间，就必须要靠客户服务礼仪来协调客我之间的关系。

　　六、结语

　　总之，讲究客户服务礼仪，注重企业形象，既是对客服人员提出的客观要求，也是烟草行业改革和发展的一个重要条件。

**服务礼仪的重要性 篇2**

　　中华民族自古就是一个讲究礼仪的国度，素有“礼仪之帮”的美誉，礼仪在我国社会政治文化生活中占有很重要的位置。我国历史上第一位礼仪专家孔子就认为礼仪是一个人：“修身养性持家立业治国平天下”的基础。礼仪是普通人修身养性、持家立业的基础，是一个领导者治理好国家、管理好公司或企业的基础。

　　生活里最重要的是以礼待人，有时侯礼的作用不可估量，从某种意义上讲，礼仪比智慧与学识都重要。

　　礼仪是提高个人素质与单位形象的必要条件;是人立身处世的根本、人际关系的润滑剂、是现代竞争的附加值。“不学礼，无以立”已成为人们的共识。“内强个人素质、外塑单位形象”，正是对礼仪作用的恰到好处的评价。

　　随着社会的发展，酒店行业也是越来越多，面临着日趋激烈的竞争，能否在竞争中保持优势地位，不断发展壮大，有很多因素左右，其中，良好的品牌形象起到非常重要的作用。尤其是酒店作为服务行业，提升服务与形象的竞争力已经成为现代竞争重要的筹码。从某种意义上说，现代的市场竞争是一种形象竞争，企业树立良好的形象，因素很多，其中高素质的员工，高质量的服务，每一位员工的礼仪修养无疑会起着十分重要的作用。

　　酒店是一个服务性行业。在服务中，只有把可信赖的质量与优良的服务结合起来，才能达到客户满意的效果。

　　优良的服务与酒店员工的举止行为有关，更与大家的礼仪修养有关。员工的礼仪修养不仅体现了一个员工自身素质的高低，而且反映了一个酒店的整体水平与等级。

　　如果每一个酒店人员都能够做到接人待物知书达礼，着装得体，举止文明，彬彬有礼，谈吐高雅，酒店就会赢得社会的信赖，理解，支持。反之，如果大家言语粗鲁，衣冠不整，举止失度，接人待物冷若冰霜或傲慢无礼，就会有损酒店形象，就会失去顾客，失去市场，在竞争中处于不利的地位。人们往往从某一个员工，某一件小事情上，衡量一个酒店的等级，服务质量与管理水平。

　　在日常生活与工作中，礼仪能够调节人际关系，从一定意义上说，礼仪是人际关系与谐发展的调节器，人们在交往时按礼仪规范去做，有助于加强人们之间互相尊重，建立友好合作的关系，缓与与避免不必要的矛盾与冲突。一般来说，人们受到尊重、赞同与帮助就会产生吸引心理，形成友谊关系，反之会产生敌对，抵触，反感，甚至憎恶的心理。

　　酒店礼仪具有很强的凝聚情感的作用。酒店礼仪的重要功能是对人际关系的调解。在现代生活中，人们的相互关系错综复杂，在平静中会突然发生冲突，甚至采取极端行为。酒店礼仪有利于促使冲突双方保持冷静，缓解已经激化的矛盾。如果人们都能够自觉主动地遵守礼仪规范，按照礼仪规范约束自己，就容易使人际间感情得以沟通，建立起相互尊重、彼此信任、友好合作的关系，进而有利于各种事业的发展。

　　所以酒店礼仪是酒店形象、文化、员工修养素质的综合体现，我们只有做好应有的礼仪才能为酒店行业在形象塑造、文化表达上提升到一个满意的地位。

**服务礼仪的重要性 篇3**

　　中国自古就被誉为“文明古国，礼仪之邦”，有着优良的道德传统。《礼记》中写到：“人无礼不生，事无礼不成，国无礼则不宁。”人们在生活、工作中都需要通过礼仪来表达彼此的情感和尊重。礼仪礼貌是文明的起码要求，是人与人之间在交往接触中，相互表示敬重和友好的行为规范。

　　酒店的主要产品是服务，服务分为有形服务和无形服务，有形服务能够用对与错、好与坏的既定标准来评判，而无形的服务却只有在员工和宾客面对面的接触服务过程中才能体现出来。毫无疑问，无形的服务时标志和展示酒店服务质量的关键。而这之中很重要的一点是服务礼仪了，即对礼仪、礼貌和礼节的重视。酒店的每一项服务项目，都离不开礼貌服务，良好的服务礼仪和完备的设施都能够为酒店创利润，礼貌服务越好，标志着酒店越成功，从而酒店的景况越好，它的经济效益和社会效益也就越好。因此，在这里，我就浅一下酒店的服务礼仪对酒店运营的重要性。

　　一、什么是酒店服务礼仪

　　酒店服务礼仪通常指的是礼仪在酒店这一具有典型意义的服务行业之内的具体运用。作为现代礼仪的重要组成部分，酒店服务礼仪是酒店员工向酒店宾客表示尊重和友好的一种形式，是为宾客提供服务时所应遵循的行为准则和规范，它对于酒店的营运有着非同一般的重要性。在这里所指的行为规范，意味着酒店服务人员在特定场合，即工作场合进行服务活动时的标准的、正确的做法，也是酒店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。

　　二、什么是酒店营运

　　一个酒店其实也就相当于一个公司，一个小小的社会，酒店营运工作中包括有许多方面，有酒店规划与设计、酒店设施与服务、营销计划，还包括有人力资源、会计、管理部门等等。因此说，想要做好酒店的营运工作也是需要多方面的努力的。而一个酒店是否具备良好的服务，它的礼仪礼貌也是一个酒店运营成功的关键所在。

　　三、酒店服务礼仪的案例介绍

　　(一)案例介绍

　　法国巴黎旺都广场上的里兹大酒店是一家在西欧诸国家喻户晓的酒店。一个阳光明媚的午后，一辆崭新的出租车停在了里兹大酒店的门口，门童马修先生立刻上前为宾客打开了车门。马修先生每天都要去几次前厅的客房预订处了解宾客情况，此时虽未与宾客见面，但是他已经估计出来客是谁了。他有惊人的记忆力，即使是仅仅听说过一次的宾客，也能印在脑海里。在宾客从出租车上走下来的同时，马修先生立刻用最快的速度将出租车的号码和宾客携带行李的件数记在记事本上。

　　巴黎约有145 000辆出租车，如果宾客有行李落在了车上，没有什么比根据记事本上的号码找到出租车更方便的了;记下出租车上取下的行李件数的目的在于，当宾客发现缺少了东西时，可通过记事本立刻弄明白行李究竟是丢失在了酒店还是别的.什么地方。

　　里兹大酒店的服务可谓是在巴黎市中数一数二的，也正是依靠包括马修先生在内的全部优秀员工的聪明才智和他们对酒店的一篇忠诚，才得以在竞争异常激烈的巴黎酒店业中是中国保持领先地位。

　　(二)案例分析

　　酒店服务中，细节往往是很重要的，不管是五星级的豪华酒店还是快捷的便利酒店，像这种全心全意为客人服务的精神和意识应该是每个酒店都应该具备的，也是我们每个优秀员工所必不可少的。例如：宾客到店时，应热情相迎，微笑问候，帮助提携行李，并与宾客确认行李件数。推装运行李时要轻拿轻放。若宾客坚持自携行李，则不要强行接提。如果遇到老年客人，还要携扶一下。携扶老人，酒店并没有明文规定，但是对于一心一意为客人服务的员工来说，又是应该想到的，应该做到的，这是酒店礼仪的灵活运用，真情服务，也是个性化服务，时无形服务中很重要的一点。

　　现在很多的酒店业慢慢地认识到：应该由酒店去适应宾客的需要，而不是以宾客来将就酒店。创立于1919年的美国希尔顿酒店，在90多年的时间里，从一家普通的酒店扩展到全球300多家连锁店，成了酒店业的“巨无霸”。如今，希尔顿酒店已是世界顶级豪华酒店的代名词。入住希尔顿酒店，宾客不仅能享受到宾至如归的服务，而且也成为最贵身份的象征。

　　希尔顿酒店成功的秘诀之一是牢牢确立自己的企业理念，并把这一理念贯彻到每一个员工的思想和行为当中。希尔顿酒店创造“宾至如归”的文化氛围，注重企业员工礼仪的培养，并通过“秘诀”体现出来。这种秘诀简单、易行，不花本钱却又行之长久。这个秘诀是“微笑服务”!希尔顿酒店的创始人唐拉德.希尔顿在几十年里，不断地到他分设在师姐各地的希尔顿酒店视察业务。每天他至少到一家希尔顿酒店与酒店的工作人员接触，向他们问得最多的一句话必是：“今天，你对宾客微笑了没有?”

　　四、服务礼仪在酒店中的主要作用

　　(一)服务礼仪的要求

　　1、待客三声：

　　来有迎声、问有答声、去有送声。

　　2、三不讲：

　　不尊重对方的语言、不客气的语言、不耐烦的语言。

　　3、着装规范：

　　上班时按规定着工作服，男女员工都应做到端庄大方，切记奇装异服。

　　4、语言恰当：

　　用语谦恭，语调亲切，言辞简洁，根据不同对象恰当使用语言。对内宾使用普通话，对外宾使用外语，尽量做到听懂方言。

　　5、礼貌迎送：

　　客到有请、客问必答、客走道别。在迎送客人或与客人交流时，面带微笑，真诚礼貌，恰当地使用尊称和各种手势。

　　6、主随客便：

　　对需要特殊照顾，特别是有不同的宗教信仰和民族习惯的客人，尽量满足他们的要求。接待客人预订事项主动热情、有条不紊，在办理入住、用餐等手续时，准确填写、认真核实，以符合客人要求。提供整理房间等服务时先敲门，得到客人同意后才能进入，如遇客房门口显示“请勿打扰”，不得随意进入。

　　7、尊重私密：

　　不能对外泄露客人的任何信息;不能乱动、乱翻客人的物品;不私自使用专供客人使用的电话、电梯、洗手间等设施。

　　(二)服务礼仪的作用

　　为了给宾客提供满意的服务，为了让提供的服务比竞争者更能吸引宾客，许多酒店在经营目标的指导理念和与之相匹配的广告语中，都有这么一条：Home away from home(宾至如归)，即让宾客到了酒店，有一种回家的感觉。这样的经营目标的指导理念及广告语的效应能否实现，各个酒店服务礼仪的具体实践至关重要。酒店为宾客服务时指为所有来酒店旅居的宾客，不管宾客各自的背景、地位、经济状况、外观衣着有所不同，遵循价值规律，在交换的双方，地位是平等的。

　　国外服务业有句行话：世界上三件最不容易保存的东西，一是飞机的座位，二是酒店的客房，三是律师的时间。飞机起飞了而座位空着，一天过去了客房租不出去，律师干等一天并无客户上门，那么这空着的飞机座位、客房以及时间便永远失去了这一天的销售机会。酒店产品的同时销售和服务的一次性特点，使酒店服务增加了难度。服务人员与客人直接接触并且接触的时间有时是短暂，甚至是瞬间的，可能是一句敬语、一次微笑、一个动作。正式由于这些特点，就使得服务难度加大，只要在服务中出现出现一点差错，即是质量事故，这一质量事故就不可挽回。因此服务员的态度和精神状态也成了酒店运营的一个重要的组成部分。

**服务礼仪的重要性 篇4**

　　中国自古就被誉为“文明古国，礼仪之邦”，有着优良的道德传统。《礼记》中写到：“人无礼不生，事无礼不成，国无礼则不宁。”人们在生活、工作中都需要通过礼仪来表达彼此的情感和尊重。礼仪礼貌是文明的起码要求，是人与人之间在交往接触中，相互表示敬重和友好的行为规范。

　　酒店的主要产品是服务，服务分为有形服务和无形服务，有形服务可以用对与错、好与坏的既定标准来评判，而无形的服务却只有在员工和宾客面对面的接触服务过程中才能体现出来。毫无疑问，无形的服务时标志和展示酒店服务质量的关键。而这之中很重要的一点就是服务礼仪了，即对礼仪、礼貌和礼节的重视。酒店的每一项服务项目，都离不开礼貌服务，良好的服务礼仪和完备的设施都可以为酒店创利润，礼貌服务越好，标志着酒店越成功，从而酒店的景况越好，它的经济效益和社会效益也就越好。

　　为了给宾客提供满意的服务，为了让提供的服务比竞争者更能吸引宾客，许多酒店在经营目标的指导理念和与之相匹配的广告语中，都有这么一条：Home away from home(宾至如归)，即让宾客到了酒店，有一种回家的感觉。这样的经营目标的指导理念及广告语的效应能否实现，各个酒店服务礼仪的具体实践至关重要。酒店为宾客服务时指为所有来酒店旅居的宾客，不管宾客各自的背景、地位、经济状况、外观衣着有所不同，遵循价值规律，在交换的双方，地位是平等的。

　　服务礼仪，是与人交往的需要。在对外交往过程中，懂得服务礼仪，尊重他人的风俗习惯是礼貌懂礼的表现。想要加强对外交往，入乡随俗是需要铭记在心的一定，体贴地照顾到他人的民族宗教风俗习惯，能给人以亲切贴心的形象，更有利于加强对外交往，拉近不同文化间的距离，开拓沟通的道路。

　　国外服务业有句行话：世界上三件最不容易保存的东西，一是飞机的座位，二是酒店的客房，三是律师的时间。飞机起飞了而座位空着，一天过去了客房租不出去，律师干等一天并无客户上门，那么这空着的飞机座位、客房以及时间便永远失去了这一天的销售机会。酒店产品的同时销售和服务的一次性特点，使酒店服务增加了难度。服务人员与客人直接接触并且接触的时间有时是短暂，甚至是瞬间的，可能是一句敬语、一次微笑、一个动作。正式由于这些特点，就使得服务难度加大，只要在服务中出现出现一点差错，即是质量事故，这一质量事故就不可挽回。所以服务员的态度和精神状态也成了酒店运营的一个重要的组成部分。

　　有形、规范、系统的服务礼仪，不仅可以树立服务人员和企业良好的形象，更可以塑造受客户欢迎的服务规范和服务技巧，能让服务人员在和客户交往中赢得理解、好感和信任。所以，作为服务人员来说，学习和运用服务礼仪，已不仅仅是自身形象的需要，更是提高双效益、提升竞争力的需要。

**服务礼仪的重要性 篇5**

　　礼仪是一个复合词语，包括“礼”与“仪”俩部分。“礼’’指“事神致福”的形式，“仪”指“法度标准”。在礼仪体系中，礼仪是有形的，它存在于社会的一切交往活动中，其基本形式受物质水平、历史传统、文化、民族习俗等众多因素的影响，并随着时代的发展而变化。 礼仪是人类文明的产物，是随着社会的进步而逐渐形成的。

　　人们常常把礼仪看作是一个民族精神面貌与凝聚力的体现，把文明礼貌程度作为衡量一个国家与民族是否发达的标志之一。对个人而言，礼仪是道德水准与衡量有无教养的尺度。随着现代社会人与人之间交往的增多，个人的礼仪修养也越显重要。如何得体地与人交往，并通过个人交往为会展企业创造契机，已成为会展工作人员越来越关注的问题。会展礼仪作为企业文化、企业理念不可缺少的组成部分，告诉我们在企业会展活动中如何通过具体的甚至是微小的细节，为自己近而为公司创造良好的人际环境与发展空间，实现并创造价值。

　　会展礼仪能展示企业的文明程度，管理风格与道德水准，也可塑造良好的企业形象。良好的企业形象是企业的无形财产，可以为企业带来直接的经济效益。一个人讲究礼仪，就会在众人面前树立良好的个人形象；一个组织的成员讲究礼仪，就会为自己的组织树立良好的形象，赢得公众的赞誉。现代市场竞争除了产品竞争外，还有形象竞争。一个具有良好信誉与形象的组织，必定能获得社会各方的信任与支持，推动事业的发展，在激烈的市场竞争中立于不败之地。所以，会展工作人员时刻注重礼仪，既是个人与组织良好素质的体现，也是树立与巩固良好形象以保持竞争力的需要。

　　会展礼仪已经成为建立企业文化与现代企业制度的一个重要方面，它具有以下功能：

　　1、 规范行为。礼仪最基本的功能就是规范各种行为会展礼仪可强化企业的道德要求，树立企业遵纪守法、遵守社会公德的良好形象。

　　2、 传递信息，展示价值。良好的礼仪可以更好的向对方展示自己的长处与优势，甚至决定了机会的降临。

　　3、 沟通感情，协调人际关系。从某种程度上说，会展礼仪是会展交往与谐发展的调节器，遵循它有助于巩固人们相互尊重、友好合作的新型关系，也可缓解进而消除那些不必要的障碍。

　　会展礼仪服务是主板方或者承办方在会展期间的策划与准备、会展期间的实施以及会展后续服务过程中出现的一种行业规范。会展礼仪服务渗透于会展的各个环节如会展报名，会展的议题，会展的选择，会展的筹备，策划、日程安排，与会者的膳宿，会展布置，现场服务以及会后的后续工作灯。

　　会展礼仪服务具有以下特点：

　　人文性 人文性贯穿于会展服务的全过程，可谓无处不在。 专业性 会展的专业性很强，它需要参与人员掌握足够多的会展知识。只有明确会展的业务性质、范围、职责要求、工作流程、服务标准，才能有的放矢。

　　时尚性 会展服务是与时俱进的，今天的会展服务充满了现代气息。

　　综合性 会展服务不仅要求服务人员了解政治、文化、服务心里、营销、礼仪等方面的知识，还必须掌握接待礼仪，会话艺术、餐饮文化、现代设施及设备的使用等服务技能。

　　协调性 会展服务涉及的部门与环节很多，哪一方面都不能疏漏。只有各部门相互协调，共同配合，才能做好工作。

　　会展礼仪的规范作用：

　　会展礼仪是会展人员在整个会展过程中英遵循的行为规范，是约定俗称的一种美好自身、尊重他人的惯用形式。会展人员可以规范组展人员、参展人员与观展群众的言行，减少他们之间的矛盾与冲突，促使听他们更好地协作，提高工作效率，圆满完成会展活动。

**服务礼仪的重要性 篇6**

　　1、注重服务礼仪，可以提升服务工作人员的个人素质

　　礼仪在行为美学方面指导着人们不断地充实和完善自我，并潜移默化地熏陶着人们的心灵。它能帮助个人树立良好的形象，提升个人的素养，使人们的谈吐变得越来越文明，举止仪态越来越优雅，装饰打扮更符合大众的审美原则，体现出时代的特色和精神风貌。礼仪会使人变得情趣高尚、气质优雅、风度潇洒、受人欢迎。

　　比尔盖茨曾说过：“企业竞争，是员工素质的竞争。”他认为员工素质的高低反映了一个公司的整体水平和可信程度。教养体现于细节，细节展示了素质。因此加强服务礼仪培养，有助于提高服务行业从业人员的个人素养和自身的职业竞争力。

　　2、注重服务礼仪，可以调解服务工作过程中的人际关系

　　社会是一部庞大的、高速运转的机器。它的正常运转，以人与人之间、部门之间、组织与组织之间的协调及有序性为前提。礼仪好像是一种润滑剂，使错综复杂的人际关系减少一点摩擦。

　　在人际交往过程中，人们一般对尊重自己的人有一种本能的亲切感和认同感，尊重可以使对方在心理需要上感到满足、愉悦，从而产生好感和信任。在服务交往中，尊重是相互的。一般来说，人们受到尊重、礼遇、赞同和帮助就会产生吸引心理形成和增进友谊；反之会产生敌对、抵触、反感，甚至憎恶的心理。当你向对方表示尊敬和敬意时，对方也会还之以礼，即礼尚往来。

　　服务礼仪是服务关系和谐发展的调节器、润滑剂，注重服务礼仪有利于促使服务各方保持冷静，缓和、避免不必要的服务矛盾冲突和情感对立，有助于建立起和谐的服务关系，从而使人们之间的服务交往获得成功。因此，服务礼仪有助于满足客人的心理需求，使从业人员与客人之间能够更好地进行服务交流与沟通，有助于妥善处理服务纠纷问题。

　　3、注重服务礼仪能塑造服务型企业良好的服务形象

　　当今社会，形象就是对外交往的门面和窗口，良好的企业形象可以给企业带来良好的经济效益和社会效益。在现代企业管理中，企业特别注重员工的内在素质和外部形象，要求每一位员工都要有强烈的形象意识，认识到个人形象代表农家乐形象，个人的所作所为就是本企业典型的活体广告，是企业形象、文化、员工修养素质的综合体现，只有具备良好的服务礼仪素养才有利于企业提升形象。

　　让顾客满意，为顾客提供优质的产品和服务，是良好企业形象的基本要求。服务的过程不仅是商品货币的交换过程，也是人的情感交流的过程。一句亲切的问候，一次理解的微笑，犹如春风吹暖顾客的心，缩短了 与顾客的距离。在一定意义上，规范化的礼仪服务，能够最大限度地满足顾客在服务中的精神需求。

　　服务礼仪展示了企业的文明程度、管理风格、道德水准，从而塑造了良好的服务型企业的服务形象。

　　4、注重服务礼仪能提高服务企业产品竞争的附加值

　　现代市场竞争是一种形象竞争。对于服务性行业，高素质的员工提供的高质量的服务有助于企业创造更到的经济效益和社会效益，同时有利于提升企业的文化内涵和品牌效应。因此，每一位员工的礼仪修养无疑会起着十分重要的作用。

　　许多企业家认为：企业活力=商品力+服务力。在产品本身差异化越来越小的今天，服务的特色已越来越成为许多企业的核心竞争力之一。而服务礼仪不仅可强化企业的道德要求，还可树立优质服务的企业形象。虽然服务时无形的，但是可以体现在服务人员的一举一动、一笑一言之中。因此，服务礼仪是企业无形的广告，在提高服务质量的同时，可以树立良好的农家乐形象，提高企业产品竞争的附加值。

本文档由范文网【dddot.com】收集整理，更多优质范文文档请移步dddot.com站内查找