第一图书网, tushu007.com

<<服务心理与案例分析>>

图书基本信息

书名：<<服务心理与案例分析>>

13位ISBN编号：9787562336617

10位ISBN编号：756233661X

出版时间：2012-8

出版时间：华南理工大学出版社

作者：罗建华

页数：382

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

内容概要

《21世纪高职高专经管类系列规划教材：服务心理与案例分析》是根据“任务驱动、项目导向”教学改革需要进行编写的。
全书以培养学生基于心理学知识的行业职业能力为核心进行设计，在内容组织上打破了以知识为教学核心的理念，以现代旅游业和酒店业的典型案例为载体，主要从顾客的需要、个性、情绪、消费等方面研究心理学在旅游和酒店服务中的作用和实践意义，以及对服务人员的心理分析，从服务人员的态度、注意、记忆、人际沟通、应变能力、心理健康调节、社会角色等方面探索服务人员的素质培养。
《21世纪高职高专经管类系列规划教材：服务心理与案例分析》可作为高职高专旅游专业、酒店管理专业等经管相关专业的教材，也适用于旅游业和酒店从业人员的在岗培训。

<<服务心理与案例分析>>

书籍目录

第一篇 顾客的心理分析与实际运用第一章 顾客的需要分析与实际运用第一部分 本章思考第二部分 本章知新第一节 顾客需要的基本知识第二节 养成调研“ 顾客需要 ”的习惯第三节 为各类顾客提供个性化服务第三部分 实践训练第四部分 知识链接第二章 顾客的个性分析与实际运用第一部分 前章温故第二部分 本章知新第一节 个性的基本知识第二节 顾客个性的观察与分析第三节 为不同个性的顾客服务第三部分 实践训练第四部分 知识链接第三章 顾客的情绪分析与实际运用第一部分 前章温故第二部分 本章知新第一节 情绪的基本知识第二节 顾客情绪的解读与分析第三节 顾客各种情绪条件下的服务技巧第三部分 实践训练第四部分 知识链接第四章 顾客的消费心理分析与实际运用第一部分 前章温故第二部分 本章知新第一节 顾客消费心理的基本知识第二节 通过年龄和性别了解顾客的消费心理第三节 为顾客营造愉悦的消费氛围第三部分 实践训练第四部分 知识链接第五章 服务人员的印象管理分析与实际运用第一部分 前章温故第二部分 本章知新第一节 印象形成的基本知识第二节 影响顾客印象形成的因素第三节 怎样让顾客形成良好印象第三部分 实践训练第四部分 知识链接第二篇 服务人员的心理分析与实际运用第六章 服务人员的态度分析与实际运用第一部分 前章温故第二部分 本章知新第一节 态度的基本知识第二节 服务人员的态度决定服务质量第三节 培养服务人员的良好态度第三部分 实践训练第四部分 知识链接第七章 服务人员的注意分析与实际运用第一部分 前章温故第二部分 本章知新第一节 注意的基本知识第二节 注意在获取细节服务信息中的运用第三节 如何提高注意能力第三部分 实践训练第四部分 知识链接附录：案例分析参考文献

章节摘录

【案例】 “孤独”游客的感激 小李带的从广州到广西的旅游团是一个临时由16个散员集中在一起的“拼团”。
当队伍到了桂林的第一天，小李就发现了在团员中有一个“孤独女郎”赵女士，上车时一般都是在最后，下车时基本上也是最后。
在山路上游览时，她的照相机一般只照风景不照人。
确实看到一个非常漂亮的景点，她就请导游小李帮她拍一张。
第一天基本保持“静声”，总共说不到20句话。
“此行在广西前后5天时间呢，如果她都这样岂不是很难过？
”小李想着： “不行！
作为导游我一定要想办法让她融入队伍。
”于是，在第二天安排住宿的时候，小李发现团里有一位非常热情、开朗，特别爱说话的安女士，她有一男两女三个同伴，导游小李把其她两位女伴安排在一个房间，有意把赵女士和安女士安排在同一间房，还特意拜托安女士多关照赵女士。
第三天在开往德天瀑布的旅途中，赵女士向小李吐露了心声。
由于最近与男友分手，心情不好才出来旅游的。
但是参加的是散团，本来心情就不好的她，一直保持沉默。
开始觉得还蛮好，没有人干扰自己，图个安安静静。
没想到一路清山秀水，很多诱人的自然风景激起她的热情，但是，由于是独自入团，又表现出那么“孤独”，再不好意思找人帮忙了。
幸好小李发现得及时，帮助她很快融入了集体，获得了归属感。
她对小李的热心帮助感激不尽。
2.尊重需要 尊重需要既包括对成就或自我价值的个人感觉，也包括他人对自己的认可与尊重。
顾客都有满足自尊心、虚荣心的需求。
尽管大部分人在社会上是普通人，但却希望别人将他区别于其他人，且受到尊重和接纳。
尊重不是停留在口头所说，顾客从服务人员态度上的热情和友善、关心、礼貌中，产生亲切感，体验到尊重；从所得到的服务应与支出相比是等值的，甚至是超值的，感受到尊重。
虽然有相当一部分顾客的消费水平较高，出手大方，但这并不等于他们花钱无所顾忌，对消费者来讲，他们希望得到优美的环境和良好的气氛、优质的服务、合理的价格，服务保质保量，才会感到物有所值。
……

第一图书网, tushu007.com

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