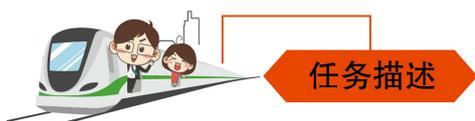


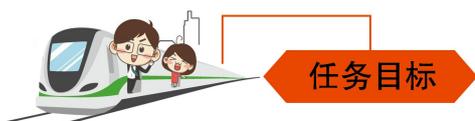
项目一

城市轨道交通车站服务认知

任务一 城市轨道交通车站服务认知



城市轨道交通车站服务是城市轨道交通运营管理等相关专业的一门必修课程。通过学习，学生应当了解城市轨道交通车站服务的基本概念，掌握城市轨道交通车站服务的基本内容，掌握一定的在未来工作中所需要的城市轨道交通车站服务的方法和技巧，以提升车站服务工作的质量，能够基本达到轨道交通企业服务类岗位从业人员的基本标准。



- 了解城市轨道交通车站服务的概念。
- 掌握城市轨道交通车站服务的内容。
- 掌握城市轨道交通车站服务的方法和技巧。
- 了解城市轨道交通车站服务质量管理。



一、服务的概念

服务是指服务方按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。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。服务是伴随着人类需求的不断增长而发展起来的。

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；被服务方是提出要求，要求服务方给予满足的一方，处于服务过程中的支配地位。

二、城市轨道交通车站服务的概念

车站是交通运输生产的基地。城市轨道交通车站是供旅客乘降、列车到发、设备安装和工作人员工作的场所，是城市轨道交通的重要组成部分之一。

服务一般仅指社会成员之间相互提供方便的一类活动，通常可分为有偿的、直接或间接的提供方便的经济性劳动服务。另外，服务也指服务方按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。

城市轨道交通车站服务就是在城市轨道交通运输业中，为了让乘客安全、准时、

快速地到达目的地，在顾客乘车前、中、后提供的各类服务，比如咨询引导、购票、充值、安全维护、应急救助等服务。

三、城市轨道交通车站服务的内容

车站是城市轨道交通主要的服务窗口，城市轨道交通车站服务的对象主要是乘客，因此，车站服务的水平在很大程度上直接影响着乘客对轨道交通行业服务质量的感知和评价。车站服务范围覆盖车站内乘客能够直接达到的地方，其内容主要包括乘务服务、站厅服务、站台服务、投诉服务、应急服务、特殊服务等。

- (1) 乘务服务：为乘客乘坐轨道交通提供的运输服务。
- (2) 站厅服务：为乘客乘坐轨道交通提供的购票、安检、检票等服务。
- (3) 站台服务：为乘客乘坐轨道交通提供的候车、安全、广播、秩序维护、检修等服务。
- (4) 投诉服务：为乘客乘坐轨道交通提供的投诉接待、处理等服务。
- (5) 应急服务：为乘客乘坐轨道交通提供的生病、走失等突发事件处理服务。
- (6) 特殊乘客服务：为残障乘客乘坐轨道交通提供的特殊服务。

四、城市轨道交通车站服务的特征

城市轨道交通车站服务作为一种特定的产品，与一般产品相比，具有以下四个特征。

（一）无形性

城市轨道交通车站服务与有形的实体产品相比，其表现形式是无形无质的，且具有同时性。也就是说服务的生产和消费是同时进行的，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，不像实物商品一样具有可视性。服务质量在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。

（二）不可分离性

城市轨道交通车站服务的不可分离性指服务不像有形的产品那样可以储存起来，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，使其只能在生产的同时被即时消费。

（三）差异性

城市轨道交通车站服务的差异性指服务质量会因服务主体、服务环境等的差异而存在不同，难以控制。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、因地而表现出不同。比如，有经验的员工和没有经验的员工提供给客人的服务就会相差很大，有服务热情的员工与缺乏服务热情的员工提供给客人的服务也会不一样，同一员工在不同情况下提供给客人的服务效果也可能会不一样。

（四）评价的复杂性

实物产品由于具有实体性的特点，因此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评价，而测评无形的、不能储存的服务产品无疑要复杂得多，服务企业也很难通过标准化管理来保证服务产品的质量。同时，轨道交通乘客作为被服务的对象，本身具有主观性，这也会导致评价的复杂和不可控。

五、城市轨道交通车站服务的方法

车站是乘客与轨道交通从业人员面对面接触的唯一地方，车站服务质量的好坏将直接影响到乘客对轨道交通运营质量的评价。那么，车站服务人员怎样才能提高服务质量呢？服务人员必须通过各种方法、手段、途径和“热情好客”态度，在为乘客服务的过程中，营造一种和谐的氛围，产生一种良好的心理效应，从而触动乘客情感，唤起乘客心理上的共鸣，使乘客在接受服务的过程中产生舒适、愉悦之感。那么，车站服务人员怎样做到让乘客乘兴而来、满意而归呢？

1. 塑造良好的个人形象

心理学上有一种效应叫第一印象，它是指人与人第一次交往中给对方留下的印象，在对方的头脑中形成并占据着主导地位。在社会心理学中，把由于第一印象的形成所导致的在总体印象形成中最初获得的信息比后来获得的信息影响更大的现象，称为首因效应，也叫最初效应。心理学家认为，第一印象主要是性别、年龄、衣着、姿势、面部表情等“外部特征”。一般情况下，一个人的体态、姿势、谈吐、衣着打扮等都在一定程度上反映出这个人的内在素养和其他个性特征。第一印象具有长久性、稳定性、

定向性和片面性等特征。由于第一印象是非常常见的一种社会知觉偏差，它一旦建立起来，对后来获得信息的理解和组织有着强烈的定向作用。良好的第一印象，能够迅速让人获得对方的好感和信任感，对塑造良好的人际沟通交流关系起着积极的推动作用。反之，则会对正常的人际沟通带来障碍，甚至产生负向的作用。

在车站服务中，服务人员只有通过自己的衣着、姿势、面部表情、语言等与乘客建立良好的沟通关系，塑造良好的第一印象，才能获得乘客对自己服务工作的认同，从而提高乘客对车站服务工作的认可。

第一，要有仪表美。要求衣着整洁规范，举止大方得体。切忌浓妆艳抹，油头粉面。

第二，要有语言美。要求语言表达清晰，声调轻柔，语速适当，给人春风拂面之感。切忌高谈阔论，语言粗俗。

第三，要有行为美。要求行为举止合规，尊重他人，温良谦恭，落落大方。切忌行为粗鄙，傲慢不逊。

2. 真心诚意服务

古人云：“心弱则志衰，志衰则不达。”一个人一旦在心思、心灵、心劲上出了乱子甚或迷失方向，就会失去与人交往的真心。在为他人服务的过程中，服务人员应该做到真心真意为他人着想与服务，不虚伪、不做作，真正将工作做好、做精。

第一，微笑服务。微笑是语言，服务是职责，满意是追求。用微笑服务乘客，用

笑容感染乘客。服务人员要坚持以饱满的热情、周到的服务完成本职工作，并且要经常反思、改进和提高自己的服务品质。服务人员要始终牢记“乘客至上，品质一流”的服务理念，主动帮扶困难乘客，主动解答乘客疑惑，随时随地将微笑传递给过往的每一位乘客。如图 1-1 所示。



图 1-1 苏州轨道交通的微笑服务

第二，真诚服务。真诚是建立良好人际关系的重要渠道。服务人员需要学会换位思考，发自内心地把乘客当作亲人，真心诚意为乘客提供优质的驾乘服务。在实际工作中，服务人员充满善意地对待身边所有的人，既能高品质地完成工作，也能获得他人的尊重与信赖。

3. 积极主动服务

积极主动就是要掌握服务工作的规律，在顾客提出要求之前自觉做好服务工作，要有主动“自找麻烦”、力求客人完全满意的思想，做到处处主动，事事想深，事事处处为顾客提供方便。服务人员要善于观察和分析乘客的心理特点，懂得从乘客的神情、

举止发现乘客的需要，正确把握服务的时机，服务于乘客开口之前，效果超乎乘客的期望之上，力求服务工作完善妥当、体贴入微、面面俱到。

很多人在社会生活中存在交往障碍，无法与他人建立良好的人际关系，其主要原因就在于他们在社会交往中往往采用的是消极、退缩、被动的交往方式，以致无法与他人正常交往或产生激烈的矛盾，甚至人际关系处于僵化状态，给自己的生活、工作和学习造成极大的困扰。当今社会是一个竞争激烈的社会，人们更多关心的是自己和亲近的人，对陌生人不会无缘无故地感兴趣。因此，服务行业的人员要在短时间内与他人建立良好的关系，就必须积极主动作为，成为交往的发起者。当你敢于主动迈出这一步时，你会发现你积极热情的主动基本上都会得到很好的回应。当你得到的回应越来越多的时候，你的自信心就会增强，你的服务质量就会提高。因此，只要你能积极主动为乘客服务，你就会得到更多更好的收获，你的职业认同感也将越来越高。

4. 热情耐心服务

要待客如亲人，初见如故，面带笑容，态度和蔼，语言亲切，热情诚恳。在川流不息的乘客面前，不管服务工作多繁忙、压力多大，服务人员都要保持不急躁、不厌烦，镇静自如地对待乘客。乘客有意见虚心听取，乘客有情绪尽量解释，绝不与乘客争吵，发生矛盾要严于律己，恭敬谦让。也就是要急乘客所需，想乘客之所求，认认真真地为乘客办好每件事，无论事情大小，均要给乘客一个圆满的结果或答复，即使乘客提出的服务要求不属于自己岗位的服务，也主动与有关部门联系，切实解决乘客

疑难问题，把解决顾客之需当作工作中最重要的事，按顾客要求认真办好。如图 1-2 所示。



图 1-2 热情服务

六、城市轨道交通车站服务的技巧

优质的车站服务要得到乘客的肯定和赞许，要做到四个“到”。

1. 眼 到

眼到是做到热情服务最基本的要求。服务人员在沟通的时候要看着对方，不可四下环顾或上下打量。眼到的两个基本要求如下：

(1) “目中有人”。近距离（1.5 米左右）服务时，服务人员要注视服务对象的眼睛；距离较远时（3 米左右），服务人员要注视服务对象的头部或鼻眼三角区，养成正视、平视、仰视对方的习惯，不得斜视、俯视和扫视服务对象。

(2) “眼里有事儿”。服务人员要善于观察服务对象，及时了解 and 满足其需求。

2. 口 到

在服务时，服务人员应将自己对服务对象的全心全意、善心善意不遗余力地用语言、用行动表达出来。口到具体有以下两点要求：

(1) 服务人员要讲普通话，这是基本要求，也是一种服务意识，更是一种服务技巧。语言是沟通的前提，当服务人员使用方言的时候，其市场就只限于本地；当服务人员使用普通话的时候，其市场可以面向全国；如果服务人员能够使用国际语言，则其市场将会面向世界。

(2) 服务人员要懂得说话时因人而异，要注意场合。

3. 身 到

身到就是要求服务人员的服务及时、迅速，能够满足服务对象的需求，具体有以下三点要求：

(1) 姿正，即身体姿势要正确。

(2) 脚勤，即应及时、主动地满足服务对象的要求。

(3) 手快，即服务的动作要准确。

4. 意 到

意到是指表情和神态到，即心口一致、表情互动。意到具体有以下三个要求：

(1) 表情要自然。服务时，服务人员的表情不要过分呆板。

(2) 表情要互动。服务时，服务人员要表情协调（指符合对方的心理，不要人家