

导游多维心理分析案例065：会说、会听还要会问 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/39/2021_2022__E5_AF_BC_E6_B8_B8_E5_A4_9A_E7_c34_39982.htm 小屠对大家讲了他见到的一件事：有一个旅游团去游江，客人自称是什么“动物保护会”的。中餐就在船上吃，有鱼，有虾，有牛肉，有猪肚，有石蛙，还有一些其他的野味。菜端上来以后，有一桌的客人用手指了指桌上的菜，对地陪说：“我们不吃这个。”那位地陪心想，这些客人是“动物保护者”。一定是餐桌上的石蛙这一类野味让他们不高兴了，于是对客人说了一声“对不起”，端起桌上的石蛙转身就走。刚走两三步，就听客人说：“你是不是存心要气我们？我们不要的你不端走，我们要的你偏偏要端走！”那位地陪停下脚步，一脸的茫然。这时候全陪走过来一看，对地陪说：“这一桌客人有信xxx教的，你应该把猪肚子端走！”，小陈说：“那位地陪大失水准。客人没有说清楚，你问一问哪！”小周说：“是呀，得问一问。不过问也得问到点子上。”接着他说了这样一件事。有一次，晚上八点半了，小周带团住进某五星级酒店。当他安排客人进了房间，正在总台填表的时候，团里的欧阳先生走过来，悄悄对小周说：“我太太不大喜欢房间里的浴室。”小周立即让总台给欧阳先生换了一个房间。半小时以后，小周随着行李员去送行李，看见欧阳先生正站在那里等他，脸上显出很不好意思的样子。小周问道他有什么事。欧阳先生支支吾吾地说：“我太太不喜欢房间里的浴室。”小周心想，刚刚换过房间，我还检查了一遍，怎么又出了问题？他问欧阳先生：“您太太不喜欢浴室的什么地方，您能告诉我吗？”

欧阳先生有点吞吞吐吐地说：“我太太喜欢……喜欢浴室里有大一点的镜子。”这时正值旅游团进店高峰，一时调不出房来。等小周给欧阳夫妇完全安顿好已经半夜十二点了。小周说：“当时我心想，客人为什么不说清楚，省多少麻烦！后来我又一想，为什么我不在他第一次要求换房的时候就问清楚，不是也省了许多麻烦吗？”经理说：“对对对！不要以为自己听明白了，其实你没有听懂。同样一句话，在不同的情况下，会有不同的意思。从我当经理以来，多少新手挨客人的批评大凡如此！”

分析本案例讨论交往中的言语交流。妨碍导游员正确地理解游客所说的话，通常都是因为导游员有某种“先入为主”的东西。其中最常见的是带团经验和“社会标签”。本案例中小周把以往旅游者不满意浴室的原因是不符合合同标准的经验套到欧阳太太的身上。而在小屠所讲的那位地陪他身上发生的是“社会标签效应”。“社会标签效应”是指给对方贴上一个“社会标签”，认定他是什么样的人，然后就认为，他必然说什么样的话、做什么样的事。因此，那位地陪给旅游者贴上了“动物保护者”的“标签”后，就想当然地认为他们不吃石蛙，而完全没有想到会是猪肚。避免“先入为主”的办法就是养成及时“反馈”的交往习惯。当信息有了“双向传递”的“环路”，交往中的“利益层面”和“人际交流”层面的信息才会清晰，才不会与自己的想当然混为一谈。如果一件事经过几位旅游者的传递，才传到导游员的耳朵里，导游员更加不能让先入为主的东西影响了自己。要考虑到那些旅游者也有可能“先入为主”的东西影响下，改变了原来信息所包含的内容。导游员应该找到信息的源头及时向他们“反馈”以了解信息本来面目。

100Test 下载频道开通，各类考试题目直接下载。详细请访问
www.100test.com