

导游多维心理分析案例053：表明我的心 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/40/2021_2022__E5_AF_BC_E6_B8_B8_E5_A4_9A_E7_c34_40016.htm 小梅和小方向赵先生请教“全陪如何才能赢得客人的信任”。小梅说：“我觉得，做全陪的时候，在旅游车上向客人作自我介绍和介绍旅游行程、注意事项的那一次讲话特别重要。要让客人信任你，首先要让客人佩服你。觉得你是个久经沙场的高手。所以，我讲话的时候。常常故意不把旅游计划拿在手里，完全凭记忆把旅游行程、注意事项讲得一清二楚。只要你这么一讲，客人就对你佩服起来!我试过好多次，只要我第一次讲话讲得好，客人鼓掌很热烈，以后的事情就好办。”小方说：“我发现，客人并不了解全陪的工作。地陪是干什么的，他们很清楚，因为地陪的许多工作都是在面上的；而全陪大量的工作都是在幕后的。我想，如果他觉得你好像也没有做什么事，也没有起多大作用，他怎么会佩服你，怎么会信任你呢?可是我也不能去向客人自吹自擂呀，所以，我就常常把我做的工作假装不经意地‘透露’给他们。一旦他们知道你在幕后默默为他们做了那么多的事，而且这些事是除了全陪谁也做不了的，他们对你的看法就会完全不一样了，他们就会特别看重你。地陪和他们打交道也就一两天，领队呢，又是人生地不熟，许多事情不靠全陪靠谁呀!”小梅说：“我看还有一个作法，就是上次经理带我们去看小路带团的事。您把小路的作法叫做超前服务，我试过多次，效果相当不错。这也是一条吧。”赵先生说：“你们还真是动了不少脑筋!要得到客人的信任，最关键的是两点，一个是要让客人知道你为他服

务的动机，也就是向客人表明我的心。刚才你们说的都是在表达服务之心。另一个就是你要在客人心目中树立一个‘旅游专家’的形象，这对全陪来说尤其重要。”小方问道：“你说‘旅游专家’？应该是‘导游专家’吧？”赵先生说：“不，是‘旅游专家’！不过今天时间已经不早了，我们改天再说吧。”

分析本案例讨论的是如何使旅游者认可全陪的服务动机。服务动机是获得旅游者信任的前提条件之一。全陪要让全团旅游者认可自己的服务动机，应紧紧抓住以下三个要点：

第一、做好与全团旅游者的第一次正式讲话。全陪是代表旅行社来“履行承诺”的人，所以，全团旅游者对全陪的关注远远高于其他服务人员。全陪的第一次正式讲话将决定他在旅游者的认知活动中，会造成什么样的“第一印象效应”和“晕轮效应”，进而决定他今后的工作能否顺利地展开。第一次正式讲话中的内容的重要程度、讲话时是否满怀信心、语气是否坚定、思维是否敏捷、说话是否严谨等等，都是构成两大效应的要素。

第二、要做到“全陪工作适度公开”。全陪工作带有幕后性质，容易使旅游者产生误解。“适度公开”，才能让旅游者知道全陪的重要职能，才能知道全陪的服务行为。“适度”的标准：一是不暴露旅行社的商业秘密；二是不损害其他企业的利益；三是让旅游者觉得全陪的工作是自己和其他服务人员都做不来的。“公开”的途径：一是在与游客的交谈中“不经意”地透露出来；二是在谢绝旅游者的邀请时的说明；三是在与其他服务人员商讨有关问题时故意回避团里的旅游者。

第三、为旅游者提供“超前服务”。注：“第一印象效应”请参见案例8“晕轮效应”请参见案例9“超前服务”请参见案例49“旅游专家”请

参见案例54 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