

导游多维心理分析案例079：让彭先生替我说话 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_40168.htm 小杨听说小张这次带团的经历非常精彩，便请他谈谈。小张说：“其实，我不过是把赵大哥扶植‘中心人物’的方法用到这个团。这个团入境后，我发现客人比较散，说话喜欢直来直去，他们是临上飞机时才相互认识的。“我想，像这样一个团，如果自发地产生出‘中心人物’，会有很大麻烦。我也曾经想自己来当‘中心人物’。再一想还是不行。现在是旅游旺季，突发事件多，服务差错多，我经验不多，控制这些没有绝对的把握。“我就打电话给赵大哥。经赵大哥指点。我就在团里扶植了一位能替我说话的‘中心人物’。“要说具体的做法呢，首先是要选人。一开始，我选了刘先生、周太太、彭先生三个人。他们在团里都比较活跃，跟谁都说得来，也都有一些旅游经验。后来我发现，周太太大概是到了更年期，脾气不太好，在游览点的门口，为一点小事就和验票员吵个不亦乐乎。我想，这种性格的人不能要。即便她不跟我吵，像这样的吵法，她跟别的服务人员吵起来会破坏我们与合作方的协作关系。“于是我就在剩下的两人中选择。我从名单上了解到，刘先生是一个初中生，彭先生是个大学生。闲谈中又了解到彭先生曾经被公司外派到澳大利亚做过办事处主任。我想，从彭先生的学历和工作经历来看。他应该能够比较理性地看问题，也不大会人云亦云。这样，我就选择了彭先生。“接下来，我得‘拉拢’彭先生。方法很简单，就是和他聊天，天南地北地聊。表面上我是无目的地和他闲聊，实际上

我是想知道他有没有来过大陆。后来我知道了，他五年前曾经到过北京，但是丝绸之路没来过。于是，我就着重和他聊我上一个团在丝绸之路遇到的种种奇闻轶事。把我们这一次怎么走、住哪里、吃什么、玩什么、买什么纪念品合算，以及那些地方现在可能会有什么变化等等，全都穿插进去。这样一来。他对这一路的风土人情，注意事项，还有什么葡萄沟里摘葡萄的乐趣，挨打的无花果最甜等等都预先知道了。这样他可以在和其他客人聊天的时候吸引他们。我还让彭先生谈谈他想怎么样玩，怎么样吃，怎么样购物等等。把一些既不影响团队的计划。又能让全团的客人‘马上就能见到好处’的好主意在车上告诉客人。比如。旅游车途经瓜地时，停车二十分钟，让客人自己到瓜地里摘瓜吃。又比如，那些大的清真寺游览时间不变，而一般的清真寺就一走而过，挤出一些时间去当地百姓家做客。我说，彭先生提出了非常好的建议……结果，大家都同意，也都愿意为增加的开支而掏钱。当然，更重要的是的确玩得很开心。这样一来，彭先生的威信就大大提高了，一部分年轻游客总是跟着他。他非常得意。“彭先生清楚我是帮了他的大忙的，所以，他经常来找我聊天了。这样，我就有了一个相当靠得住的‘中心人物’了。遇到我不便直接对客人说的事，我就借他的嘴去说。那天。当我得知D市所住酒店会有问题，我就先告诉彭先生那是怎么一回事，并就我的处置方案向他征求意见。后来，他把这件事告诉了大家，大家看彭先生这样见多识广、经验丰富的人都没有提出什么异议，也就都没有什么异议了。当地陪在车上正式地把这件事提出来的时候，大家举手，一致通过了我早已策划好的方案。哈哈!当时我心里美得直想大叫

啊!”分析本案倒讨论扶植“中心人物”。它可以说是利用“中心人物”最高境界。“中心人物”虽然也可以由导游员“兼任”，但是这样的“一身二任”对导游员的素质有很高的要求，如果旅游计划正是由于导游员自己的失误而被破坏，那么，导游员既要为自己的失误承担责任，又要代表全团旅游者来追究自己的责任，如此剧烈的角色冲突是非常不容易处理好的。“中心人物”的角色会从导游员“飘移”到旅游者身上，这时新的“中心人物”会有强烈的把矛头对准导游员的倾向。经验不足的导游员最好不要去尝试“一身二任”，而扶植一个“中心人物”更好。扶植“中心人物”的工作要分两步走：第一步是选人，这是成功的关键。考查对象应该是旅游团人际关系“节点”上的旅游者，就是在旅游团的活动中，其他旅游者喜欢和他在一起的那个旅游者。在本案例中，刘先生、周太太、彭先生便是。挑选标准主要有三条：1，要有较强的交往能力。交往能力强的旅游者能根据交往对象来选择交往的内容、交往形式和信息传递强度，并给对方以积极的反馈。本案例中导游员小张先挑选出刘先生、周太太和彭先生，皆因为他们有较强的交往能力。2，要有稳定的性格特征。在旅游团特有的性质条件下，旅游者常常根据交往对象的性格是否“稳定”，来决定是否继续与之交往。只有“性格稳定”，其他旅游者才愿意持续地与之交往，也才能成为“中心人物”。本案例中的周太太就是因为性格不稳定而被小张“删除”。3，要有较强的认知能力。扶植“中心人物”是必须向扶植对象提供有关旅游目的地信息，因而扶植对象必须有较强的信息接受、分析、综合的能力。认知能力的强弱可以从考查对象的学历、社会阅历和言

谈中得知。本案例中的周先生就是因为认知能力弱于彭先生而被小张“删除”。

第二步。促使扶植对象形成“中心人物”角色的肯定态度。如果导游员“开诚布公”地去劝说扶植对象担当“中心人物”，那很可能让扶植对象认为自己将被利用而充当傀儡，这种方法不可取的。从带团实践来看，利用心理学的“促使行为发生以改变态度”的原理是让扶植对象转变态度的有效方法，要点是以下两个：1，调整扶植对象旅游目的地的知识经验结构。在摸清扶植对象“知识和经验结构”的基础上，根据“缺什么补什么”和“重点补充有关旅游目的地的知识经验”的原则，给他“补课”。这项工作必须在私下进行，一旦公开化，其他旅游者就会认为扶植对象不过是导游员的“传声筒”而不予信任。2，树立扶植对象的“中心人物”形象。导游员应该诱导扶植对象对今后的旅游活动发表意见和建议。对于其中那些既不影响旅游计划的完成，又能很快使旅游者受益的意见和建议，不仅要采纳，而且要像本案例中的小张那样，让大家都知道“这都是彭先生想出来的好主意”。做到了这两点以后，全团旅游者不仅认为彭先生见多识广、经验丰富，而且的确是一个能够为大家谋利益的热心肠，自然就会对他表示格外的尊重。而这种尊重，又能“强化”彭先生为全团旅游者谋利益的行为使他对大家的事变得更加热心。同时，其他旅游者有关旅游活动的事也自然会去找彭先生商量。这种尊重和“商量”的行为实际上已经把彭先生推向“中心人物”的地位，引发彭先生的“中心人物”行为，进而使彭先生从像普通旅游者一样只关心本人切身利益的态度，向关心旅游团整体利益的态度转变。扶植起来的“中心人物”，不仅对导游员比较信

任，而且对导游员有一定的依赖性，也不会自我尊重恶性膨胀，他们往往会成为导游员最为得力的助手。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