



第六章 旅游服务心理基本原理



学习目标

- 1.了解旅游者三求心理
- 2.了解人际交往双重性
- 3.掌握旅游服务双重性
- 4.掌握旅游心理服务要诀

- 
- 一、 旅游服务双重性
 - 二、 导游基本心理要求

第一节 旅游服务双重性

- 1、旅游者三求心理
- 2、人际交往双重性
- 3、旅游服务双重性
- 4.旅游心理服务要诀



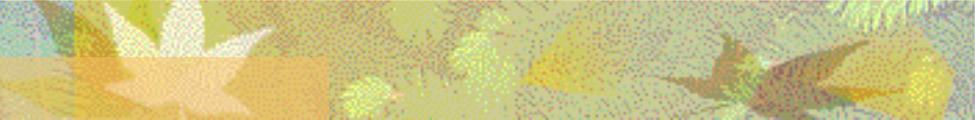
1. 旅游者三求心理

- 当代旅游者普遍地含有在旅游中：
- “求赔偿”
- “求解脱”
- “求平衡”心理。

案例1: 旅游者好奇心理

在旅游过程中，旅游者见到一些新异刺激物，如街上有些人敲锣打鼓送老工人退休；农村小伙子娶新娘，壮汉抬着轿子，一队锁呐乐队在前面开路，十分热闹；还有农民吊在竹杆上车水浇灌；妇女摇着纺线车；从蛇肚内取出蛇胆和酒喝，等等现象，都能使游客产生好奇心理。

一次，港台旅游团在广西桂林旅游，中午山区小饭店供给乌黑墨米饭，吃惯了白米饭游客，见此米饭既好奇又害怕，不知此为何物？热情导游说：大家吃吧，这叫墨米，是广西河池地域东兰县特产，为何呈黑色呢？



据民间传说: 有一年天大旱, 东兰附近红水河也断流了, 方圆数百里田地龟裂, 禾苗枯死, 有一位老汉地里侥幸剩下一菟禾苗活着。为救活这菟禾苗, 老汉爬了九重山, 走过十六个村庄, 还是不见水踪影, 没办法, 只好忍痛割断自己手指, 用鲜血浇灌禾苗。说来也奇怪, 禾苗得了血滋润, 竟然长得很茁壮, 结出一串颗粒饱满稻穗, 老汉因流血过多而死去。乡亲们把这唯一稻穗保留下来, 翌年春天用它播种, 得到稻米颜色竟然是墨黑色, 用墨米煮成饭, 香气扑鼻。常吃墨米, 可治疗慢性肝炎, 胃炎, 贫血, 故有“药米”之称。经过导游介绍了墨米神话故事, 顿时使游客情绪活跃起来, 团内几位港台老太太纷纷要求购置带回去, 让家人共享口福。

案例2:旅游者求新求知心理 1

中华文化博大精深,饮食文化更是丰富多采,许多外国游客品尝中国菜,见了色、香、味、形俱佳菜肴,赞不绝口,胃口大开。在餐桌上看到这些菜,就象是见到了一件件精美工艺品,不忍心把它吃掉,有用摄影机拍照留念,有请主人介绍它名称、来历、制作方法、特色等,他们听得出奇、神采奕奕。确实,中国菜融实用性、知识性、艺术性于一体,不但味美营养丰富,而且菜名颇具诗意。比如“金钱遍地”,这菜名豪华气派,实则是金黄冬菇摆在翠绿青菜上;粤菜“龙凤呈祥”,多么喜庆吉祥名字,原来是鸡、蛇一块烧煮而成;用母鸡炖甲鱼,真是逗趣谐谑,美其名曰“霸王别姬”,令人大饱口眼之福。

清香四溢酿豆腐，听说这道菜是明朝开国皇帝朱元璋最爱吃御膳宫食。一听说皇帝吃御膳，外国朋友常会雀跃，筷勺齐上，一盆酿豆腐一扫而光。



这道菜用料日常，就是用豆腐裹夹玛瑙肉糜精工烹调而成。其特点是过油而不腻，汤浓而不沾，外脆内嫩，甜中透鲜，汁若琥珀，形似金元，营养丰富，延年益寿。首次品尝这道菜，饱享口福，获取知识，实是受益非浅。








案例3:旅游者求新求知心理

- 参观芜湖铁画，是一大艺术享受，工人们以锤代笔，以铁当墨，巧制出一幅幅精美铁画来，来厂参观日本友人也赞不绝口：“真了不起，中国文化太伟大了”。工人师傅手中锤简直比画家笔还要来得自如。




- 
- 铁画原名铁花，为明末汤鹏所创制。它酷似国画、水墨画，然而，却是采铁作画，以锤代笔锻制而成。它使炉锤之巧同画理相通，将绘画与工艺相结合，组成黑白分明、虚实相对、苍劲凝重、豪放潇洒、有强烈立体感独特艺术格调，是我国传统工艺美术一枝奇葩。改革开放以来，铁画一直销往国外，深受国际友人青睐。日本朋友亲眼目睹之后，认为这是世界上仅有产地，对异国文化求新求知心理，在旅游活动中得到充分满足。许多游客观后感叹地说：此次中国旅游真是不虚此行。


- 
- “三求”对“旅游者想在旅游中得到什么”问题作了一个“普通性回答”。
 - 普通性回答有两层意思：
 - 其一，普通说来，只要是旅游者，就会有“三求”心理，这是旅游者共性；
 - 其二，“三求”只说了旅游者“共性”，并没有说出旅游者“个性”。


- 
- 这就是说，记住“三求”是没有错，但只记住了“三求”并不等于已经“了解了旅游者心理”，还需要详细地去了解每一位旅游者求什么样赔偿、求什么样解脱和求什么样平衡。





2. 人际交往双重性

- 
- 人际交往现有“功效方面”，也有“心理方面”。

- 
- 首先，事情是否顺利办成了，问题是否顺利处理了，这些是属于“功效方面”；

- 
- 另首先，人与人走到一起，相互之间产生了好感还是产生了反感，双方交往是愉快、值得回想美好经历，还是不愉快、不堪回首难过经历，这些却是属于“心理方面”感受。


- 
- 从心理学角度，能够把服务看作是一个特殊人际交往。





服务发生于人与人之间交往之中，是经过人际交往来实现。当然，服务与普通人际交往有所不同，交往双方所饰演社会角色不一样，一方是提供服务者，而另一方是接收服务者。




3. 旅游服务双重性

- 
- 既然人际交往有其“功效方面”和“心理方面”两重性，那么，作为特殊人际交往服务也必定含有其“功效方面”和“心理方面”两重性。

- 
- 旅游者作为旅游企业客人，他们在与旅游服务人员交往中希望得到什么呢？


- 
- 客人不但期待着旅游服务人员帮助他们处理种种实际问题，而且还期待着旅游服务人员成为他们“知心人”：帮助他们消除种种不愉快感受，取得各种愉快感受，留下能够“长久享用”美好记忆。


- 
- 旅游工作者首先要为客人提供优质功效服务，另首先还要为客人提供优质心理服务。




旅游服务包含双重服务：


- 旅游服务功效服务是指帮助游客处理食、宿、行、游、购、娱等方面种种实际问题，使客人感到安全、方便和舒适服务。


- 
- 旅游服务中心心理服务是指能让客人取得心理上满足服务。



对心理服务较为全方面解释是：让客人取得心理上满足——让他们在旅游中取得轻松愉快经历，尤其是要让他们经历轻松愉快人际交往，在人际交往中增加客人亲切感和自豪感。


- 
- 要实现优质服务，就要在为客人处理种种实际问题同时，还能让客人得到心理上满足；

- 
- 即使不能完全按照客人要求处理他们实际问题，也要在客我交往中让客人得到心理上满足。

- 
- 而心理服务质量主要取决于服务人员是否有爱心、满腔热忱，是否善解人意和含有一定表现力。



第二节旅游心理服务要诀

- 
- 为客人提供心理服务有两条要诀：
 - 一是让客人以为你和善可亲，使客人取得更多亲切感；
 - 二是让客人对他自己愈加满意，使客人取得更多自豪感。

(一) 让客人以为你和善可亲

- 1) 谦恭态度
- 2) 考究措辞
- 3) 善于利用“无声语言”
- 4) 敏锐洞察力



1. 谦恭态度

- 要让客人以为你和善可亲，服务人员必须首先做到对客人态度谦恭。



2. 考究措辞



案例:不要开口就说“不是”

小林发觉他每次上团两天以后,总会有几位游客表示对他不满。这一天,他请赵先生跟他团,帮他找一找,终究是在什么地方出了问题。到了晚上,赵先生把小林带团时说话录音放给他听。要他一边听录音,一边回想当初情景。

早上出发之前,有几位客人要上厕所,走错了方向,小林很热情对他们说:“先生,不是在那过,是在这边”。

中午就餐时候,有几位客人因为在附近商店购物来迟了一点。差点走错了就餐包厢,小林又是很热情地说:“先生,不是那边,是在这边。”

在茶室品茶时候,有一位先生把手伸向了另一位客人茶杯,小林笑着对他说:“先生,不是这一杯,是那一杯。”

黄昏自由活动时候,有几位客人要去小吃一条街。不过他们朝相反方向走去了,小林用手做成喇叭样子朝他们喊:“喂,先生,不是那边,小吃一条街在这边。”


“哦。我知道了,原来我总是一开口就说‘不是’!”小林听了自己对客人说话恍然大悟,一再向赵先生表示感激,并表示一定要把这个毛病改掉!

分析

- 在本案例中, 导游员小林对旅游者服务不能说
不周到, 也不能说不热情, 但却引发了旅游者对
他不满, 原因就在于他习惯于用否定性言语去
和旅游者交往, 一开口就用“不是”去否定旅游
者行为。
- 假如用否定性言语去进行交往, 就很轻易会被
对方认为是瞧不起他。是对他这个人否定。
- 社会心理学研究和导游工作实践都证实, 最
有效社会交往言语还是必定性陈说句。




3.善于利用“无声语言”

- 
- 英国政府在宴请印度外交官晚宴上，饭后，印度外交官误将每人面前一杯漱口水看成饮用水喝了下去，对此，英方人员在默视了一下后，也将这杯漱口水一饮而尽，这件事使英政府在以后对外交往中信誉大增，请用所学相关理论分析它说明了什么？



4.敏锐洞察力

- 要让客人以为你和善可亲,服务人员必须善于洞察客人情绪改变,及时作出恰当反应。


- 
- 服务人员能够经过训练来提升自己从客人面部表情来洞察其内心感情能力。


(二) 做客人一面“好镜子”


- 1. 人际交往中，人们相互之间起着“镜子”作用
- 2. “扬客人之长”和“隐客人之短”


1. 人际交往中，人们相互之间起着“镜子”作用

- 人自我评价与他人对他评价是紧密相关，假如一个人经常从他人那里取得必定性评价，他就会感到自豪；相反，假如经常从他人那里取得否定性评价，他就会感到自卑。

- 
- 总之，人们都重视自己在他人心目中形象，而且是从他人对自己怎样反应来判断自我形象，也就是说，人们总是把他人看成自己一面镜子来对待。所以，我们说在人际交往中，人们相互之间都起着“镜子”作用。


- 
- 服务人员在为客人提供服务时, 必须考虑到自己就是客人一面“镜子”, 客人要从我们这面“镜子”中看到他们自我形象。


- 
- 为了增加客人自豪感，服务人员就应该做客人一面“好镜子”，这面“镜子”有一个特殊功效：就是能够以恰当方式发扬客人之优点，隐藏客人之短处，让客人在我们这面“镜子”中看到自己美好形象。




2. “扬客人之长”和“隐客人之短”

- 所谓优点和短处, 包含相貌和衣着方面, 言谈话语和行为举止方面, 知识经验和身份地位方面等等。

- 
- 扬客人之长包含赞扬客人优点和提供一个机会让客人表现他优点。
 - 但要注意决不能为了扬一些人之长而使其它客人受到伤害。

- 
- 隐客人之短,首先是服务人员决不能对客人短处感兴趣,决不能嘲笑客人短处,决不能在客人面前显示自己“优越”;另首先是服务人员应该在众人面前保护客人“脸面”,在客人可能陷入窘境时,帮助客人“巧度难关”。

- 
- 普通来说，客我交往中最敏感问题是与客人自尊心相关问题。所以，服务人员应该切记：决不要去触犯客人自尊心。

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：<https://d.book118.com/828006033032006114>