



Case Study

on Tourist Sites

Service and Management

旅游景区

服务与管理案例

主编◎王昆欣



旅游教育出版社



Case Study

on Tourist Sites

Service and Management

旅游景区

服务与管理案例



主编◎王昆欣

 旅游教育出版社
· 北 京 ·

策划编辑:兰琳

责任编辑:张毅

图书在版编目(CIP)数据

旅游景区服务与管理案例/王昆欣主编. —北京:旅游教育出版社,2008.5

ISBN 978-7-5637-1575-6

I. 旅… II. 王… III. ①旅游点—商业服务②旅游点—经济管理 IV. F590

中国版本图书馆CIP数据核字(2008)第005527号

旅游景区服务与管理案例

主 编 王昆欣

出版单位	旅游教育出版社
地 址	北京市朝阳区定福庄南里1号
邮 编	100024
发行电话	(010)65778403 65728372 65767462(传真)
本社网址	www.tepcb.com
E-mail	tepx@163.com
排版单位	首都经贸大学出版社激光照排部
印刷单位	北京晨光印刷厂
经销单位	新华书店
开 本	787×960 1/16
印 张	9.125
字 数	142千字
版 次	2008年5月第1版
印 次	2008年5月第1次印刷
印 数	1—5000册
定 价	15.00元

(图书如有装订差错请与发行部联系)

前 言

三年前我们编写了《旅游景区服务与管理》(2004年),作为旅游类专业学生的教材和旅游景区员工的岗位培训教材。由于“旅游景区服务与管理”是一个实践性较强、问题较多、相对较新的工作岗位群,当初在完成《旅游景区服务与管理》后,就准备编写一本有关案例分析的小册子。可是,几位作者都忙于教学、科研,忙于家庭、孩子,还有学校评估……就这么拖到今天。在出版社热心编辑的一再催促下,我们经过了数次讨论,设计大纲、选择案例、确定体例、不断修改,在酷热的8月完成了书稿。

本书主要特点归纳如下:

真实性,案例很重要的作用是参考、借鉴。案例应该是实际发生过的真实事件。本书选择的案例,大多来自景区已经发生的,有主题、有情节、有疑问、有高潮,引人入胜、耐人寻味的真实案例。

典型性,案例在教学中有它独特的教学功能,我们选择了在旅游景区服务与管理中的热点、重点、难点问题,常见的、具有代表的案例,通过对一个个典型事例的剖析来探讨某种规律,揭示某个真理,指导工作实践。典型的案例可以使我们从历史的经验中获得更多的启示。

多样性,希望案例具体、清晰、生动、丰富、贴近生活、贴近现实,在编写体例上尽可能地体现多样性。案例的选择是多样的,剖析的角度是多维的。

实用性,希望选择的案例是有用的,围绕“旅游景区服务与管理”主题,从7个方面讨论和分析景区服务与管理方面的主要问题,不是简单的理论说教,而是提出了一些方法,如“实战修炼”等。

启示性,在提出和剖析案例时,由于我们的知识和能力局限,对一些案例在理解上、分析中尚不全面、不深入,或者有时希望读者从中得到更多的启示,所以尝试在案例分析中提出一些反思,留有一些思考的空间,但愿能够达到预期的目的。

本书由浙江旅游职业学院旅游规划系的部分老师编写,具体分工如下:王昆欣(第6章)、王方(第1章、第2章)、温燕(第5章、第7章、第4章的第2、3节)、牟丹(第3章、第4章的第1节)。王昆欣、王方负责本书的大纲设计、全书统稿和修改完善。

本书的编写得到了作者所在单位浙江旅游职业学院的大力支持,得到了旅游教育出版社的大力支持,在此深表感谢!

王昆欣
2008年3月于杭州

目 录

第1章 入门接待服务案例	1
第1节 票务服务	1
案例1 收进假钞我们要自己赔	1
案例2 我的孩子这么小 也要买票吗	3
案例3 你们还要让我等多久 我要退票	6
第2节 排队服务	9
案例1 这样的等待恍入幻景 太美妙啦	9
案例2 你们是景区的服务人员 怎么对“加塞儿”视而不见	15
案例3 原来等待可以变得如此短暂	17
案例4 这也算是绿色通道	21
第2章 游乐项目接待服务案例	24
第1节 项目须知提示服务	24
案例1 请自觉遵守制度 别拿自己的生命开玩笑	24
案例2 水中快乐诚可贵 身边孩子更无价	27
第2节 自带物品寄存服务	29
案例1 自带物品受损 责任究竟谁负	29
案例2 眼睛一眨柜空了	32
第3节 票外收费项目的提示服务	34
案例1 雨衣也要收费 不是送的吗	34
案例2 还要买票 不是说一票通玩吗	36
第3章 导游服务案例	39
第1节 导游讲解服务	39
案例1 这样的讲解令人叹服	39
案例2 一问三不知的导游员	42
案例3 怎样的语言是幽默的	44
案例4 为何导游讲解遭投诉	46
第2节 导游接待服务	48

案例 1	同样是违规行为	48
案例 2	什么都看不见也算景点 来了也白来	50
案例 3	游客太不给我面子了	52
案例 4	朝拜没能如愿 真是太失望了	54
第 3 节	特殊问题处理	56
案例 1	你事先没有提醒 责任在你不在我	56
案例 2	这样的导游员像亲人	58
案例 3	我给游客用药究竟是对还是错	60
案例 4	景点的售后服务很不错	61
第 4 章	商业服务案例	64
第 1 节	购物服务	64
案例 1	导游员该负赔偿责任吗	64
案例 2	向游客兜售或者购买物品 都是违规交易	65
案例 3	接受游客委托代买和托运要留心	67
案例 4	游客自愿购买 这事与我无关	68
第 2 节	餐饮服务	70
案例 1	餐饮预订的客人迟到了	70
案例 2	我要靠近窗口的餐位	71
案例 3	点什么没什么 我们不吃了	73
案例 4	我们的菜怎么还不来	76
案例 5	浪漫的烛光晚餐	78
案例 6	机智地面对无礼的客人	79
第 3 节	住宿服务	81
案例 1	预订的房间被售出了,我们住哪里	81
案例 2	微笑服务征服了发怒的游客	84
案例 3	吹风机“掉”在沙发的缝隙里了	86
案例 4	同样的客人 为什么折扣不一样	89
案例 5	客人住到了别家酒店 服务要善始善终	91
第 5 章	咨询与投诉处理案例	94
第 1 节	咨询服务	94
案例 1	是接线员良好的服务态度吸引了我	94
案例 2	竭尽所能为您服务是我们的宗旨	97
案例 3	过期一天的门票也不能用	98
第 2 节	投诉处理服务	100

案例 1 小投诉避免大隐患	100
案例 2 你就是少给了一件雨披	102
案例 3 跟踪服务打动了我们	105
案例 4 这里是“酒窝大道” 请您系好安全带	109
第 6 章 安全服务与管理案例	110
第 1 节 重大安全事故处理	110
案例 1 桂林漓江两船相撞事故	110
案例 2 北京市密云县元宵灯会游客踩踏事件	111
案例 3 贵州省兴义市马岭河峡谷缆车坠落事件	113
第 2 节 游乐设施安全服务	117
案例 1 “天旋地转”操作失误事故	117
案例 2 “天旋地转”安全装置失灵	118
案例 3 “太空船”悬臂突然断裂	119
第 3 节 景区内突发事件应急处理	122
案例 1 夜游时突然停电了	122
案例 2 公园里的小孩落水了	123
案例 3 老人在景区突发心脏病	124
第 7 章 环境与资源管理案例	128
第 1 节 环境管理	128
案例 1 垃圾换早餐	128
案例 2 免费赠送的枇杷	129
第 2 节 资源保护	131
案例 1 尴尬的“一线天”游	131
案例 2 “休闲游”变成了“排队游”	133
案例 3 九寨沟成长中的烦恼	135
主要参考文献	138

第1章 入门接待服务案例

第1节 票务服务

案例1 收进假钞我们要自己赔



【案情陈述】

以下是一位大学生游客Q的投诉:

那是阳光明媚的一个周末,我和朋友一起去Z景点玩。可刚到售票处,就发生了一件很让我们不愉快的事情,差点吵了起来。

售票窗口里面坐着一位售票员,她身边还坐着一位中年妇女,因为没穿制服,很难判断是不是景区人员。窗上贴着“门票10元一张,1.4米以下半票”的告示。我和我的同学共两个人,没有零钱,于是就给了一张50元,我只有一张50元,拿出去时外观有些破旧,但我没想到会引起后面的不愉快。

售票人员接过钱,摸了一摸,看了我一眼,然后转头对坐在旁边的中年妇女说:“你看看这张?……”

站在窗口的我们,没有听清楚她们具体的谈话。但她和中年妇女说话时的神态极不自然,好像在怀疑什么,又不时带着异样的眼神,往我们身上扫视。

好久之后,售票员把那张50元钱又递出来,“这钱是假的,你换一张!”她说。

我立刻证实了之前被怀疑的感觉,气愤起来:“干吗要换啊?虽然这钱是旧了点,但绝对不可能是假的!”

售票员见我生气了,她依然很冷漠,又说:“你换一张吧,收进假钞我们要自己赔的。”

我很生气,几乎想甩袖而去,但考虑到邀请同学来游玩,发生这样尴尬的事情谁都不想看到,于是很不情愿换了一张崭新的100元给售票员。她接过钱时,脸上那种得意胜利的笑容,像是对我绝大的讽刺。

这次游玩让我很失望、很气愤,景区售票人员凭什么怀疑我的钱是假的?不过,我更在乎的是售票人员的处理方法。这让我觉得自己的人格受到了侮辱,我要投诉她!

②【案例分析】

案例中讲述的是售票工作中常见的有关假钞问题的处理,这是售票工作中的大难点。之所以说它是难点,首先,售票工作中,很容易收到假钞。假钞和其他假货一样在现实生活中大量存在。售票人员一旦收到假钞,按规定须由当班人员进行赔偿。其次,假钞问题一旦出现,伴随其中的不仅仅是针对假钞本身的处理,更多的是售票人员和游客之间针对假钞本身产生的争执的处理。此外,售票人员在拒收过程中也会为钞票的真伪与游客进行争执,弄得双方都不愉快。所以,售票人员应具备一定的鉴别货币真伪的知识,以避免收到假钞。

假钞问题的处理不仅需要技术,更需要意识。售票人员应在服务意识上培养自己敢于面对假钞、坦然面对假钞问题的意识。售票工作中这是一个不能避免的问题,因此不需要惧怕收进假钞,或一旦怀疑是假钞就出现神情紧张、举止不自然的状况。案例中的售票服务人员就存在此种情况。引起游客强烈不满的因素,往往不是假钞本身,而是针对假钞所展开的辩驳和争执。绝大多数的游客在使用假钞时也是受害者。这就需要我们换位思考,体谅游客初发现假钞时的心情,礼貌地予以指出。因此,在假钞处理中,要始终贯彻“礼貌协商解决”的原则。

在礼貌协商的前提下,售票人员还要掌握娴熟的辨认假钞的技术。这能杜绝和游客之间不必要的争执。一般景区可以采用以下几种措施来杜绝收受假钞现象:

(1) 如有条件,应为每一个售票岗位购置功能齐全、准确的验钞机。

(2) 景区应有计划地请专业人员(如银行工作人员)来为有关员工开展防伪钞培训活动,掌握辨认假钞的能力。

一般地说,可以用“一看、二摸、三听”的方法辨认假钞。

一看。看颜色、变色油墨、水印。真钞印刷精良、颜色协调,水印具有立体感;假钞颜色模糊、色彩不协调,水印只有一边或无立体感,纸张较差,防伪金属线或纤维线容易抽出。

二摸。摸水印、盲文。真钞手感较好,水印、盲文立体感强;假钞较绵软或很光滑,盲文不明显。

三听。听声音,假钞抖动发出的声响或太清脆或无声响。

(3) 值得注意的是,收款时,最好不要当着游客的面,把钞票一张一张地拿到灯光下去看,这样做让人很不舒服,缺乏信任感。这就要求售票人员掌握较娴熟、自然的方法有效地鉴别货币的真伪;如发现有疑问的钞票,应与游客礼貌协商,请其重新换一张,找补后请游客自己验证。

案例中的售票处有两个人,而窗口只有一个。这是不符合景点售票处工作制度的,工作时间应该禁止聊天,这是案例中服务人员的第一个错误。售票员只是凭钞票很旧而怀疑是假,这种表现说明售票员的工作不到位,是售票员的第二个错误。如果

她通过验钞机等专业手段证明钱有问题,可以婉转要求更换。第三个错误是,售票员不应该在这种场合对游客说:“假的收进要我们自己赔。”因为售票员这样说,就是咬定游客的钱是假的,但却缺乏有力的证据来证明,这对游客而言是不公平的。



【游客心理需求解剖】

如果你是游客,你在买票过程中的心理是怎样的?

(1)期待进入,迫不及待;

(2)有伴同行,主人的面子很重要。

预测游客需求,就是为了提供游客未提出但却需要的服务



【实战修炼】

当发现收进的钱有可能存在假钞问题时——

服务人员:对不起,请您稍候。

经过验证的确是假钞时——

服务人员:对不起,先生(女士)!我有些遗憾地告诉您,您需要重新验证一下这张钱。

经游客检验后,游客如果还有疑问——

服务人员:如果您还有所怀疑,您当然可以在我们的识别机上测试一下。

游客愿意更换假钞后——

服务人员:谢谢您,这是您的票,祝您在本景点内游览愉快!



【疑难提醒】

如果遇到已证实是假钞但拒不调换的游客,怎么办?

- 礼貌劝解,态度合理。
- 及时报告上级主管和通知保安。
- 如果妥协收受,服务人员将赔偿损失。

案例2 我的孩子这么小 也要买票吗



【案情陈述】

H 景点全园实行一票制,成人票价为每人 140 元,1.2 ~ 1.4 米的儿童实行半价,1.2 米以下的儿童免费,对 65 岁以上老人也实行了相应的优惠政策。门票政策实行按身高及年龄来确认的政策:

(1)身高低于 1.1 米(不含 1.1 米)的儿童免票。

- (2) 身高 1.1~1.4 米(不含 1.4 米)的儿童购半价票。
- (3) 身高 1.4 米以上(含 1.4 米)的儿童购全价票。
- (4) 年龄在 65 岁以下的游客购全价票。
- (5) 年龄在 65 周岁(含 65 周岁)至 69 岁的老人凭身份证购买半价票。
- (6) 年龄在 70 周岁以上(含 70 周岁)的老人凭身份证免费入园。
- (7) 残疾人士入园按政府相关规定执行。

根据这一门票政策,身高成为是否享受优惠票政策的关键因素。而因为身高问题所引发的争论也并不少见。这样的争执常常可见于以下几处:首先,是景区入口处,检票服务员工常因那些身高处于临界点的儿童的真实身高是低于或者高于临界线而和孩子的父母争执不下;此外,在园区内有一些特殊的游乐项目,因为项目本身对身体素质有一些特殊要求,外在条件表现在对参与游玩者的身高有所要求,由于服务不当也容易引起争执。

[场景一]

H 景点入口售票处,一个三口之家高高兴兴地准备买票。父亲对售票服务窗口内的服务人员说:“买两张成人票。”

售票服务员目测了一下孩子的身高,对孩子的父母说:“您好,我们景区实行优惠票制度,如果您的孩子身高在 1.1 米以下,您可以享受免票政策,请这位小朋友到这里来测量一下身高吧。”

母亲急忙说:“我儿子不到 1.1 米,还差一些。”

服务员微笑着指引方向,请小孩子去测量身高。小男孩蹦蹦跳跳到了测量仪器上,测量结果显示,他的身高,刚好过了 1.1 米线。

服务员礼貌地对他的父母说:“您的孩子已经超出 1.1 米了,需要购半价票,两张成人票一张儿童半价票,共 350 元。”

母亲似乎看起来很不情愿,说:“你们这尺寸会不会不准,我们前几天刚在家里量过,没到 1.1 米啊。我的孩子这么小?也要买票吗?”说话之间去看孩子的父亲,很希望得到他的支持和帮助。

服务员仍旧保持微笑解释说:“我们的测量仪器定期检查,一定客观、标准,这点请您放心。”接着转头对着迫不及待想要冲进园区里去的小男孩说:“这位小朋友看起来比同龄人都要高呢!”

小男孩也笑着回答说:“是啊,我在班里是长得最高的呢!”说完还看看妈妈,脸上尽是骄傲的神色。

母亲尴尬地笑笑,小孩子的父亲在边上说:“算了,快买吧,看儿子已经跃跃欲试了!”

于是三口之家顺利购买了门票,入园游玩了。

【场景二】

某一天,H 景点内“激流勇进”入口雨衣售卖处,迎来了两位游客,一位是年轻的母亲,一位是她的孩子。以下是服务员与游客之间的对话。

当游客距售卖处服务员1米之远时,服务员面带微笑地问道:“您好!欢迎光临激流勇进,这里是雨衣售卖处。雨衣3元一件,请问需要几件?”

“两件吧。”母亲说。

这时,服务员留意到她的孩子身高不符合要求,立刻对母亲说:“您好!麻烦您让这位小朋友先量一下身高好吗?因为我们这个娱乐项目对身高有比较严格的限制,必须在1.3米以上才可以坐。”

量身高后,小孩儿才1.25米,服务员面带微笑地说:“小朋友,对不起,你的身高不够,为了你的安全,你不能参加这个娱乐项目了,请谅解。”然后,该服务员转向那位母亲说:“如果您对这个娱乐项目有兴趣,我可以帮您照看孩子。”

母亲说:“我就是带他来玩的,怎么每个项目都不可以玩?走,不玩了。”

服务员看到孩子的母亲有些不高兴,便微笑地说:“在这旁边还有好多好玩的地方,有‘星球大战’,有‘小飞鱼’,都适合小朋友玩。”并向这位母亲介绍了具体的路线。

【案例分析】

本案例讨论的是关于协调处理优惠票之争的问题。其中的两个场景,都是由游客身高引发问题的服务场所。

这两个案例说明,作为一名合格的服务人员,除了要具有动人的微笑、高超的服务技巧和热情的态度外,更应具备对园区整体的深刻了解。如,景区哪些项目适合小孩儿玩,哪些项目老人不可以玩,以及整个园区游乐设施的布局等。当游客因为小孩儿不可以玩而感到烦恼时,服务员一个小小的建议却是化解游客怒气的良方,也是赢得游客好感的有效手段。

一般的景区都会对不同人群实行差别定价。如,小孩儿身高在1.1~1.3米之间的,只需买半票,而在1.1米以下的则免票。虽然在售票窗口和验票处都会有测量身高的刻度,但每个售票人员可能都有过与游客争论高矮的经历。有部分工作人员因不愿与游客发生争执,便选择听之任之的方法,把球踢给了验票口。殊不知,这样做至少会带来三个后果:一是给验票人员的工作增加难度,影响景区闸口的畅通与效率。二是使其他游客心里产生不平衡的感觉,甚至也会提出享受同等待遇的要求,导致其他游客对景区产生不良印象。三是如果这些游客再回来补票,不仅增加售票的工作量,也会延长其他游客的购票等候时间。

因此,遇到类似的情况,景区售票人员应掌握以下原则:

(1) 不要与游客发生争执,应热情、礼貌地向游客说明门票价格优惠制度,争取游客的理解。

(2)向游客解释时,应注意说话的方式,尽量站在游客的角度、选择合适的表达方式。比如,适当赞美游客的小孩,并善意提醒家长孩子知道他有多高,不要在孩子心里留下阴影。

(3)遇到个别特别固执的游客,也可以灵活处理,比如干脆请他做一次质量监督员,对景区服务的各个方面提出意见,作为回报,他可以免票入园。这样做皆大欢喜,游客心里得到了极大的满足,景区也得到了关于服务质量的第一手资料。

除上述案例中讲到的儿童优惠票以外,景区还有团体票、假日票,甚至导游票等。售票人员应灵活机动,具体问题具体分析。



【游客心理需求解剖】

此案例中的游客,可以分作两种类型加以分析。一是成年游客的心理需求;二是儿童游客心理需求。成人游客在入门时的心理,一是期待进入,迫不及待,二是存在着侥幸心理,尤其是当孩子的身高在标准线上下无几时,侥幸心理是在所难免的。这时,服务人员需要利用各种规范和设施来克服游客的侥幸心理。

儿童游客的心理更值得研究,孩子们对于进入景区的迫切比父母更甚。同时,他们是不存在侥幸心态的。相反,儿童潜意识中都有希望得到赞赏和表扬的心理。因此,服务人员可以用赞美的语言和语气,指出儿童确切身高已达到标准线的事实。

案例3 你们还要让我等多久 我要退票



【案情陈述】

在大型游乐型景区内都有电瓶车、老爷车、环园小火车或小型电动车,供游客方便快捷地游玩观光,乘坐这些交通工具,均需另外购票。然而在黄金周,景区人潮涌动,为了游客的安全,游览车只好匍匐前进。

游客Z先生,是带着父母、儿子祖孙三代一家5口趁着“五一”黄金周末A景点玩的。景点里到处都是人,每个项目都要排很长队,半天玩下来已经精疲力竭了。所以他们商量后决定乘坐电瓶车到下一个项目。Z先生在电瓶车售票处排了很长时间的队,才终于买到了5张票。大家长吐一口气,终于可以轻松一下了。

大约等了十几分钟,小孙子开始叫唤了:“怎么还没有车呀?”爷爷和爸爸都劝他:“再等等,再等等。”

半个小时过去了,还是没有车来。爷爷和奶奶已经站不住了,坐的地方也没有,到处都挤满了人,他们只能靠在墙上。

超出平常两倍的时间过去了,在站台等待的游客越来越多,大家都焦急地等待

和盼望着电瓶车快点来。

终于,有一辆车驶了过来,可满满一车人,没有一个座位,游客Z先生一家和其他所有等待的游客一样失望。可票已经买了,只好继续等待下一辆车。Z太太懊悔地说:“如果刚才没买票,现在走都走到下一站了。”

又过了同样长的等待时间,当下一辆来时,Z先生远远看到有空座位,很高兴,当全家人欢呼雀跃准备上车时,却发现只有4个位置,一家人要分开坐,不能让人满意。服务员又很着急地催促说:“快点上车,快点上车,马上就开了,别耽误了大家。”

于是,游客Z先生一家积蓄已久的情绪终于爆发了。“究竟是我们耽误了你,还是你耽误了我们?我们都等了一个多小时了!你们还要让我们等多久?我要退票!”



【案例分析】

此案例表面看起来是一起因等待而引发的争执,实际上是一起因售票服务不周全而引起的争执。在黄金周,作为一名售票服务员,需要看情况卖票,即识别游客的需要,主动服务。

主动服务具有很多优点。如,可消除各类问题隐患,能让游客感觉到服务的周到,能使游客预先安排好行程等。主动服务的特点,就是要多加一句善意提醒。很多景区服务人员由于长期从事服务工作产生厌倦或者熟视无睹,因而忽略了主动服务的必要性和重要性,反之却认为这很麻烦。案例中的售票员,在平时工作时习惯了每天的售票服务,但在旅游旺季旅游热来临时,游客多了,面对新的问题,应当根据新情况,采用新方法。其中,主动服务就是一个好办法。如果能在售票时主动提示游客:“对不起,由于现在是黄金周,游客很多,游览车行进速度比较慢,您可能要等上较长时间。”游客在服务人员的主动提示下会考虑是否乘坐游览车,也会对自己购票后的等待时间长有了一定的心理准备。

主动服务在很多场合都适用。比如,如果景区内景点装修,售票人员应当在售票时予以提醒;景区内表演活动,售票人员应当主动告知游客景区内正在进行或即将进行的表演活动内容及时间;如果游客售票时间接近闭园时间,售票人员应当主动提醒闭园时间并建议其安排好行程;如果景区可出售不同票种,应提醒游客该购买单票、联票、套票、统票,并根据游客需求给予合理建议,等等。

在对游客解释的同时,少不了服务人员真诚的微笑。当服务人员真正做到了识别游客需要,提供针对性、个性化服务,相信多数游客是会配合的。



【实战修炼】

当等车的游客很多,而游览车缺少空位时,游客再来买票,服务员应该主动告

知:“您好!先生,为了保证大家的利益,等车子来了,确定有位置后,请再购票。好吗?”

有的游客是全家出游,或是很多游客组成一个团队,他们想乘坐同一辆车,服务人员就应该告诉游客:“您好!先生,现在是黄金周,我们景区是一个很受欢迎的主题公园(或其他种类景区),游客很多,为了大家都能够坐上车,不耽误大家游玩的时间,请谅解,分开坐好吗?”



【相关链接】

欢乐谷主题公园倡导“三先”和“六心”服务

深圳欢乐谷主题公园根据长期实践,对“三先”和“六心”服务制定了具体的服务要领,“三先”服务,即:先注视、先微笑、先问候(如图1-1所示)。

“先注视”,是认识的起点、自信的表现。在游客接近服务员的工作岗位时,服务员以注视的方式与游客进行远距离交流,以达到识别和初步了解游客需求的目的。让游客感觉受到重视、受到欢迎。员工眼神应该炯炯有神、和蔼可亲,避免无精打采,眼神过于严肃、呆滞和机械,争取先给游客一个美好的印象。

“先微笑”,是友谊的基点、魅力的展现。在游客接近服务员的工作岗位时,售票服务员应以微笑的方式与游客进行交流,以达到进一步沟通交流的目的,使接待环境祥和融洽,让游客感觉受到欢迎。售票服务员的微笑应表情自然,避免假笑和表情僵硬。大多数情况下,注视和微笑是同时进行的。

“先问候”,是欢乐的源泉、诚恳的体现。游客到达服务员的工作岗位时,售票服务员应该使用礼貌语言,先对游客进行问候,询问游客的需求,以达到最终了解游客需求的目的,使游客在服务员的关心、问候下感受到安全和舒适,从而乐于参与游乐。售票服务员应讲普通话,使用规范的礼貌用语向游客进行问候。语音语调适中,一般不要使用方言,不要语音过高或过低,不要语速过快或过慢。在对游客进行问候时注意面部表情,要轻松自然,避免表情僵硬或过于严肃。

服务接待工作,要求售票服务员做好优质服务,对于不同的服务对象要提供不同的优质服务。一位售票服务员在与客人接触前,应该以注视的方式与游客进行远距离交流,同时,识别游客属于哪种类型?VIP,特殊的、反常的、有困难的,还是普通的游客,并使其在服务接触时得到满足。

深圳欢乐谷主题公园将游客分成6种类型,并有针对性地提出“精心、专心、热



图1-1 售票服务员积极服务态度的脸谱示意图

心、细心、全心、耐心”等“六心”服务(如图1-2所示)。

第一,对VIP游客要“精心”服务。因为贵宾对服务的要求和对其专业技能的要求会相对高一些,因此,要在平时的服务平台上更上一层楼,提供更高水平的优质服务。

第二,对特殊游客要“专心”服务。在接待特殊游客时,要问清楚他有什么需求,在自己的能力范围内,尽量满足游客的要求。

第三,反常游客要“热心”服务。如果游客是带着满脸怒气而来的,那我们在语气方面就要更加亲切一些,多与他们沟通,平息他们的怒气。

第四,对有困难的游客要“细心”服务。应及时了解游客有什么需要帮忙的,并主动提供帮助。

第五,对普通游客要“全心”服务。对一般游客来说,我们提供全员服务,让他们有宾至如归的感觉。

第六,对挑剔的游客要“耐心”服务。接待这样的游客,要做到在保证公司利益不受损害的情况下百问不厌。

识别游客,是提供优质服务的前提,满足游客,是提供优质服务的延伸。深圳欢乐谷主题公园要求售票服务员在接待工作中做到“六心”服务,是对优质服务的保证和延伸。

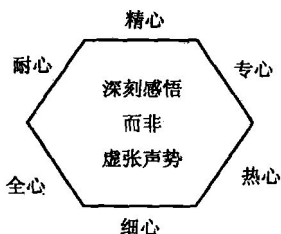


图1-2 “六心”服务

第2节 排队服务

案例1 这样的等待恍入幻景 太美妙啦



【案情陈述】

深圳欢乐谷主题公园在许多重点游乐项目上都采取了主题队列的接待方式,最典型的是“雪山飞龙”。

Z小朋友再度来到欢乐谷主题公园很兴奋。园区各种各样的游乐项目中,最吸引他的就是“雪山飞龙”。所以,他迫不及待地央求爸爸妈妈赶快带他奔赴“雪山飞龙”景点。

还没到“雪山飞龙”景点,就发现那里是人山人海。好多小游客都是冲着这个主题项目来的,队伍排得很长。爸爸妈妈原本很担心Z小朋友的耐心,要知道,小