

总主编 魏小安

高职高专旅游管理系列教材



旅游 人际沟通

马宜斐 编著



 中国人民大学出版社

❁ 高职高专旅游管理系列教材 ❁

总主编 魏小安

旅游人际沟通

马宜斐 编著



图书在版编目 (CIP) 数据

旅游人际沟通/马宜斐编著

北京: 中国人民大学出版社, 2007

(高职高专旅游管理系列教材)

ISBN 978-7-300-07986-8

I. 旅…

II. 马…

III. 旅游-人际关系学-高等学校: 技术学校-教材

IV. F590

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2007) 第 043679 号

高职高专旅游管理系列教材

总主编 魏小安

旅游人际沟通

马宜斐 编著

出版发行 中国人民大学出版社

社 址 北京中关村大街 31 号 **邮政编码** 100080

电 话 010-62511242 (总编室) 010-62511398 (质管部)
010-82501766 (邮购部) 010-62514148 (门市部)
010-62515195 (发行公司) 010-62515275 (盗版举报)

网 址 <http://www.crup.com.cn>
<http://www.ttrnet.com> (人大教研网)

经 销 新华书店

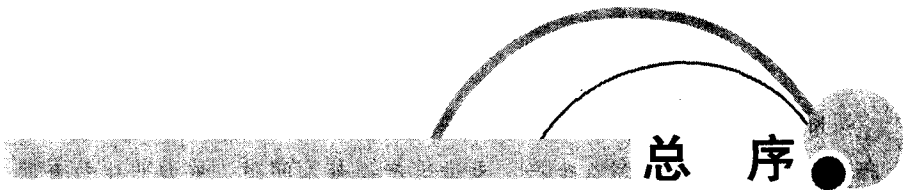
印 刷 北京鑫丰华彩印刷有限公司

规 格 170 mm×228 mm 16 开本 **版 次** 2007 年 5 月第 1 版

印 张 20.25 **印 次** 2007 年 5 月第 1 次印刷

字 数 274 000 **定 价** 24.00 元

版权所有 侵权必究 印装差错 负责调换



总 序

随着我国国民经济的迅速发展和人民生活水平的不断提高,旅游日渐成为大众越来越乐意选择的一种休闲娱乐方式。其地位的提升和巨大的社会需求将成为推动旅游职业教育发展的重要力量。自十六大以来,党中央提出了科学发展观,明确了以人为本的理念,着力调整了多年以来以 GDP 增长为导向的发展战略,开始从国计到民生的转变。而旅游恰恰就是民生的重要组成部分。在从重视国计转向重视民生的过程中,旅游的地位的进一步提高,必将推动旅游职业教育的快速发展。如果考虑到旅游与休闲之间的融合前景,考虑到整个休闲体系的完善、发展对高素质专门人才的需求,我们可以预言:未来若干年内,旅游职业教育的发展前景将无比光明。

根据国家旅游局的统计,到 2004 年底,全国已拥有旅游院校 1 313 所,且各个省(自治区、直辖市)许多高等学校都开设了旅游类专业,在校学生达 57.86 万人。如果仅仅从规模和数量上看,这大体能够适应我国旅游业的发展现状,但若从专业细化角度看,我们现在的旅游教育显然还无法满足旅游发展变化的需要,尤其无法满足休闲产业发展的需要,而休闲需求将是旅游业未来重要的发展方向。假如有一批经过专业化教育的高职毕业生进入酒吧、咖啡屋等休闲企业,那整个城市休闲体系的人员素质就会大幅度提高,休闲产业集群自然也就形成了,专业设置的回旋余地自然也就更大了。因此,旅游管理专业应该少搞些大而化之、笼而统之的课



程,应该根据实际需要细化课程设置,采取市场需求扩大了就多培养,需求减少就少培养的方针。

实际上,旅游院校的实质就是提供旅游教育产品的供应商,需要研究生产什么、生产多少、怎么生产、为谁生产等基本问题。旅游职业教育同样面临着这样的问题,同样需要不断提高培养质量,强化培养途径。在这两个层面上我们还有很长的路要走。一方面,中国要从旅游大国真正变成旅游强国,必须具备相应的人才竞争力。而我们过去主要抓的是人才的数量,对人才的质量问题重视不够。另一方面,在整个旅游教育体系中,旅游职业教育是薄弱环节,没有很好地结合职业教育自身的特点来制定相应的培养目标与模式,没有很好地进行课程与教材体系的设计。如果旅游教育不能真正培育出高质量的人才,旅游经济的发展必然会受到制约,旅游职业教育的路也就难以持续走下去。

要抓好旅游职业教育,课程体系构建和教材的建设是关键。当然,教师队伍建设、实践教学基地建设也是办好旅游职业教育所不可或缺的。但是作为知识和思想的载体,以及来自实践又能指导实践的理论概括的教材,其既具有基础性又具有前瞻性的特点,使得它成为高质量人才培养的首要保证。正是基于这样的认识,为了解决现行旅游职业教育教材建设中存在的沿用本科思路、与本科教材雷同较多、适用性差等问题,在中国人民大学出版社的支持下,我们组织了一批从事旅游专业教学和实践的业界专家,即双师型人才,从教材选择、教材配套、编写体例、内容安排等方面都作了大胆改革,花大力气推出了这套高职高专旅游管理系列教材。这套教材的主要特点有两个:

(1) 实用性强,在基本理论够用的前提下,本套教材把叙述重点放在实务操作流程的介绍上,在行文中尽量多使用图表、图例,以增加内容的形象性和直观性。

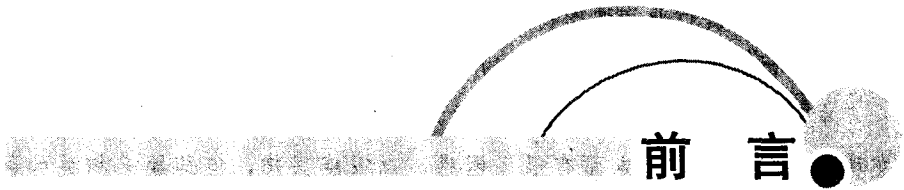
(2) 在课程体系构建上进行大胆探索,尤其是根据对旅游业发展和人才需求趋势的预测,开发了《“三吧”服务与管理》、《餐饮连锁经营与管

理》等新的课程教材。这一具有一定前瞻性的课程设计，将有利于培养和
提高旅游职业院校学生的就业能力。

当然，作为高职高专旅游管理教材改革与创新的尝试，本系列教材总
会存在这样或那样的不足，在教材体系的构建中也难免存在某些局限性。
为此，真诚地希望各位专家、教师和广大的高职高专学生提出宝贵的意
见，以期通过不断的修订、完善，把该系列教材打造成真正的精品。

魏小安

2006年4月



前言

在旅游行业,无论是从事服务工作,还是做管理工作,都要频繁地接触各种各样的人,这就不可避免地会遇到大量的人际关系方面的沟通协调问题。即使在旅游组织内部,各部门之间由于分工不同,工作性质也有差异,如果相互之间配合不好,彼此缺乏沟通,也会影响到整个组织的良性运转。因此对于任何旅游组织来说,无论是决策的制定,还是计划的制定、工作的组织、人力资源管理、部门间的协调以及与外界的交流,都离不开人际沟通。美国著名未来学家约翰·奈斯比特指出,企业“未来的竞争是管理的竞争,竞争的焦点在于每个社会组织内部成员之间及其与外部组织的有效沟通”。

提高旅游服务人员的沟通能力是其进行有效人际沟通的一个重要前提。在一般情况下,一个未经沟通训练的人,只能发挥出其能力的20%~30%;经过沟通训练,能够充分调动起人的沟通积极性和创造性,则其潜力可发挥到80%~90%,两者相差60%左右。可见,有意识地进行训练,对促进个体沟通能力的发挥意义极大。

本书以训练旅游服务人员的沟通能力为目的,全书分为三篇:第一篇为“绪论篇”,主要从基础概念的角度阐述了什么是旅游人际沟通及自我沟通对于人际沟通的重要意义;第二篇为“技巧篇”,从技巧的角度论述了旅游人际沟通中应该具备的技能;第三篇为“实务篇”,阐述了针对不同的沟通对象应该注意的问题。本书将人际沟通的技巧放在旅游行业的框



架中,突出旅游行业沟通的特点,并结合我国人际关系的特色,力图为渴望在旅游行业成为优秀从业人员的人们支招献计。

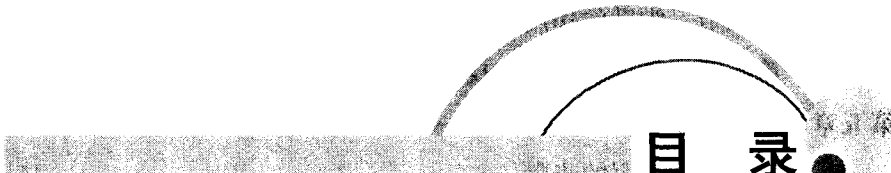
本人长期在高校从事管理及沟通方面课程的教学工作,在教学过程中发现学生在人际沟通方面有很多困惑,也很感兴趣,但却缺乏相关的教材。为此我把自己在教学中的实践经验总结编著成此书。

本书精选了大量来自旅游一线和生活中的真实案例,语言生动活泼,理论深入浅出,条理清晰,内容充实,相关理论可以作为实际操作的依据,具有很强的实用性;在每章末都设置了“思考与练习”及“案例分析题”,以加强学生对教学内容的理解和接受。本书既可以作为相关专业高职高专学生学习理论知识的教学用书,也可以作为旅游行业各层次管理人员的岗位培训用书和自学的参考书。

本书在撰写过程中,参考了国内外学者的研究成果,谨在此表示感谢。本书得以顺利完成和出版,中国人民大学出版社给予了大力支持,编辑作了许多具体细致的指导,相关人员付出了辛勤的劳动,在此也一并表示最诚挚的谢意。尽管历经两年多的删改、整理,但由于作者水平有限,教材中的疏漏和错误难免,真诚地期盼同行提出改进的建议和意见,同时恳请读者批评指正。

马宜斐

2006年9月



目 录

绪论篇

第一章	旅游人际沟通概述	3
	第一节 沟通概述	5
	第二节 人际沟通及其功能与特点	20
	第三节 旅游人际沟通的特点、功能和影响因素	27
	第四节 旅游人际沟通的障碍	39
第二章	自我沟通	51
	第一节 自我沟通的作用与过程	52
	第二节 自我沟通的艺术	57
	第三节 自我沟通的媒介——自我暗示	69

技巧篇

第三章	学会倾听	85
	第一节 倾听概述	86
	第二节 倾听的方法和表现	98
	第三节 影响倾听的因素	105
第四章	善用语言	112
	第一节 赞美的作用和技巧	114



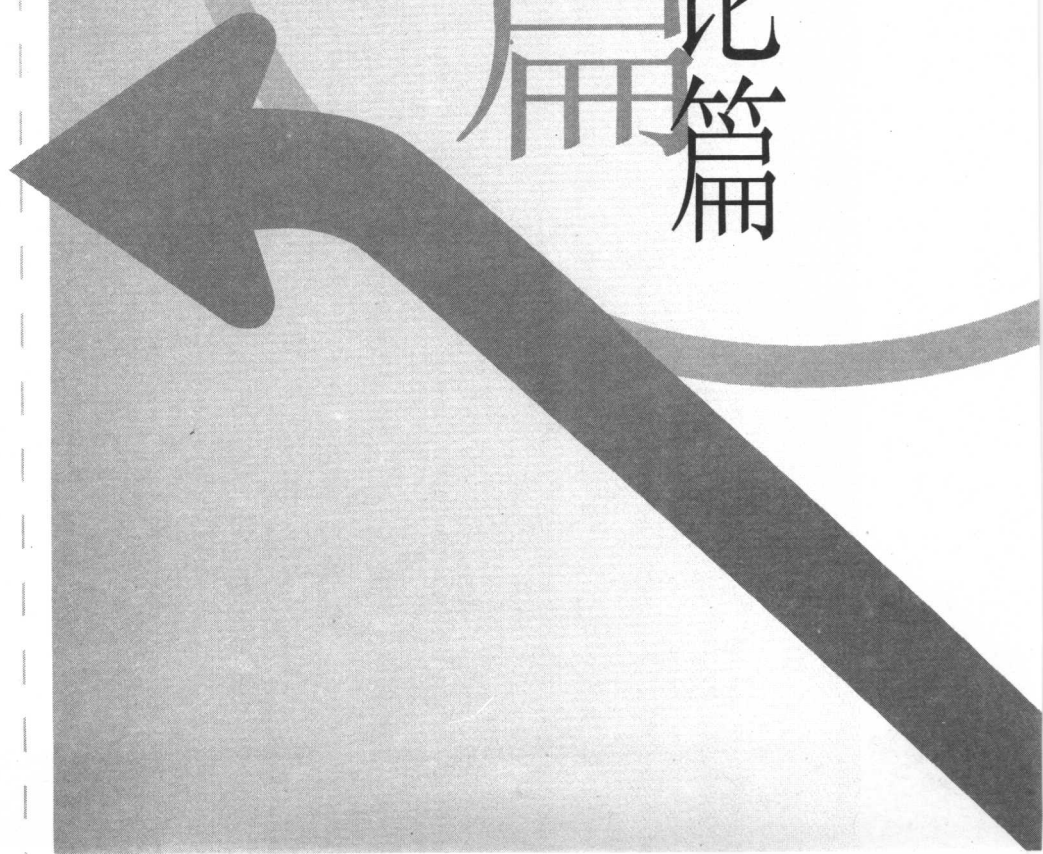
	第二节 幽默的作用和技巧	121
	第三节 批评的作用和技巧	131
第五章	有效说服	140
	第一节 说服的步骤	141
	第二节 说服的方法	149
第六章	用好体态语	162
	第一节 体态语的作用和特点	163
	第二节 动态体态语在旅游服务中的运用	170
	第三节 静态体态语在旅游服务中的运用	175

实务篇

第七章	与游客相处的艺术	187
	第一节 留下良好的印象	188
	第二节 发挥微笑的魅力	201
	第三节 提供针对性服务	211
	第四节 妥善协调各种关系	220
	第五节 与游客的特殊沟通技巧	225
第八章	同行协作的艺术	239
	第一节 同行协作的基础	240
	第二节 同行协作的必要性及方法	246
	第三节 与领队共事的艺术	250
第九章	旅游服务投诉的处理艺术	257
	第一节 投诉的原因分析及处理	258
	第二节 减少投诉的方法	270
第十章	旅游人际沟通中的角色问题	288
	第一节 角色定位	289

第二节 角色认知和角色冲突	297
第三节 满足游客合理的角色期待	302
参考书目	308

绪论篇



第一章

旅游人际沟通概述

学

习

目

标

通过本章的学习，你将了解、掌握：

1. 沟通的特点和种类；
2. 书面沟通和电话沟通的技巧；
3. 人际沟通对旅游行业的意义；
4. 旅游人际沟通的特点；
5. 旅游人际沟通的障碍。



► 导入案例

某家酒店的一位客人在总台结完账,正准备离开,大堂副理礼貌地请他到一处不引人注意的地方说:“先生,服务员在收拾房间时发现您的房间少了一条浴巾。”言下之意是:你带走了一条浴巾已被我们发现了。此时,客人和大堂副理都很清楚浴巾就在提箱里,客人秘而不宣,大堂副理也不点破。此时客人显得有点紧张,但为了维护面子,拒不承认自己拿了浴巾。为了照顾客人的面子,给客人一个台阶下,大堂副理说:“请您回忆一下,是否有您的亲朋好友来过,顺便带走了?在我们酒店,这样一条浴巾价值50元。”意思是:如果你不好意思当众把东西拿出来,完全可以找个借口说别人拿走了,付款把浴巾买下。客人说:“我住店期间根本没有亲朋好友来拜访。”客人的意思可能是:我不愿花50元买这破东西。大堂副理干脆就给他一个暗示,再给他一个台阶下,说:“从前我们也有过一些客人说是浴巾不见了,但后来回忆起来是放在床上,被毯子遮住了。能否请您帮我们上楼找找,浴巾可能压在毯子下被忽略了。”这下客人理解了,拎着提箱上楼了,大堂副理在大堂恭候客人。客人从楼上下来见到大堂副理,故作生气状:“你们服务员检查太不仔细了,浴巾明明在沙发后面嘛!”这句话的潜台词是:我已经把浴巾拿出来了,就放在沙发后面。大堂副理心里很高兴,但不露声色,很礼貌地说:“对不起,先生,打扰您了,谢谢您的合作。”要索赔,就得打扰客人,理当表示歉意。“谢谢您的合作”则有双重意思,听起来好像是劳烦客人大驾为此区区小事上楼进房间查找,对其合作态度表示感谢。然而真正的含义则是:您终于把浴巾拿出来了,避免了酒店的损失。如此合作岂能不谢?为了使客人尽快从羞愧中解脱出来,大堂副理很真诚地说了句:“欢迎您再度光临我们酒店。”整个索赔结束了,客人的面子保住了,酒店的利益也保住了,双方皆大欢喜。



从导入案例中,我们不难发现语言技巧的力量,既让客人体面地走出了酒店,又避免了酒店的损失。得体的语言,一丝不苟的服务态度,会令客人如沐春风,使消费成为一种享受。旅游服务人员在工作中灵活地运用各种语言表达技巧,可以起到事半功倍的效果。

第一节

沟通概述

一、沟通的内涵

(一) 沟通是一种过程

沟通是人们分享信息、思想和情感的过程。这种过程不仅涉及口头语言和书面语言,也涉及体态语言、个人习惯和环境。为了明确沟通过程是如何进行的,我们来看一看在一个普通的同学聚会中是怎样展开相互沟通的。

小张和小许如约赶到了聚会地点。在开口说话之前,她们互相看了看对方,小张觉得小许比读书的时候胖了一些,小许觉得小张比读书的时候漂亮了许多。在形成这些印象后,她们开始了交谈。小张说:“你现在还在中青旅吗?我记得你毕业的时候分到那儿了。”小许说:“是呀,我一直在那儿,你还在学校吧!当老师压力大吗?”小张笑了笑说:“压力挺大的,现在的学生不好教啊!”

在如此简短的一个交谈中,就发生了信息量很多的沟通,这种沟通甚至在双方交谈之前就开始了。她们从各自毕业前的印象开始,然后形成彼此对对方当前的印象。小张还记得小许毕业时分到了中青旅,所以她把这作为交谈的开始。其实每个人在了解其他人的生活时,选择的切入点是不同的,往往受性别的影响。一般女性之间的交谈关注的是职业和家庭的情况,男性在交谈中比较关注挣钱的多少和地位的高低,相对于女性而言,



他们更在意谁在事业上取得的成就最大。

沟通是一个不断发生变化的过程。任何一次沟通都有它的过去、现在和将来。现在的沟通过程必然在过去沟通的基础之上，而现在的沟通也必然影响到未来的沟通。

参考案例 1—1

拿破仑是法国近代史上著名的军事家和政治家。年轻时候的拿破仑长得很瘦小，在他 11 岁读军校的时候，拿破仑和一个学长发生了冲突，学长欺负他瘦小，把他打了一顿，他的一只眼睛被打肿了，捂着眼睛回到教室上课。下课以后拿破仑直接去找那个学长，结果又被打了一顿，回到教室的拿破仑两只眼睛都肿了。一下课，他又去找那个学长，这时的拿破仑两只眼睛都黑黑的，嘴角还带着血。见到学长，他一下子冲上去，准备打第三架。学长制止道：“等等，你今天到底打算怎么样？”拿破仑只讲了一句话：“除非你今天向我道歉，否则我准备打到死。”学长被他这种精神折服，最终向他道了歉。

在参考案例 1—1 中，总共有三次沟通的过程。第二次沟通过程之所以会存在，是因为拿破仑对第一次沟通的结果不服气。第三次沟通的结果是学长对拿破仑百折不挠的精神留下了深刻的印象，以后的沟通都会受此影响。

（二）沟通是一种相互作用

沟通的相互作用不仅包括身体方面，也包括心理方面。印象是在沟通参与者的头脑中形成的，沟通参与者对对方的印象直接影响他们之间的沟通。沟通的相互作用体现在以下三个方面：

第一，进行沟通的人连续地、同步地发出信息。不管你在沟通中是否说话，你都积极地参与到信息的发送和接收中。例如，有一个中国青年在

