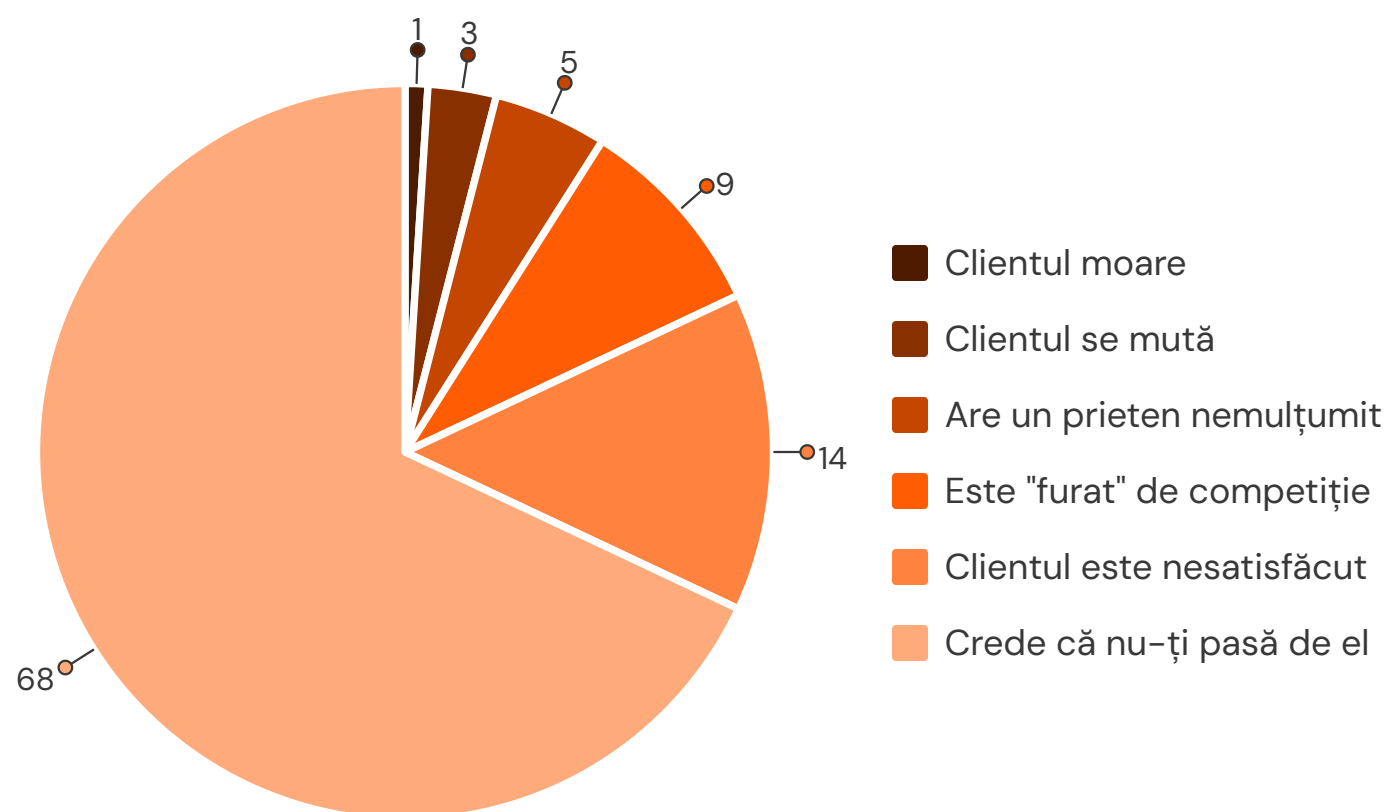




Comunicarea în turism, tipuri de turiști, calitățile ghidului și gestionarea reclamațiilor

Comunicarea eficientă este una dintre cele mai importante abilități ale unui ghid de turism. În această lecție, vom explora cum adaptăm stilul de comunicare în funcție de tipologia turiștilor, cum ne dezvoltăm calitățile esențiale pentru a deveni ghizi de succes și cum gestionăm situațiile dificile, inclusiv reclamațiile, cu profesionalism și empatie. O bună comunicare înseamnă nu doar transmiterea informației, ci și construirea unei relații pozitive cu turiștii, pentru ca fiecare experiență să fie memorabilă.

6 moduri de a pierde clienții:



Clientul moare - 1 % din cazuri

Clientul se muta - 3 % din cazuri

Clientul are un prieten nemulțumit de tine - 5 % din cazuri

Clientul este „furat” de catre competitie - 9 % din cazuri

Clientul este nesatisfacut - 14 % din cazuri

Clientul crede ca nu-ti pasa de el - 68 % din cazuri

Studiu facut in SUA de catre Westinghouse (www.tacom.com)

Conform studiului, cel mai mare procent de pierdere a clienților (68%) se datorează faptului că aceștia cred că ghidului nu-i pasă de ei. Acest lucru subliniază importanța crucială a relației cu turistul și a atenției acordate nevoilor acestuia.



Modalități de a convinge turiștii, colegii de muncă, touroperatorii sau prestatorii de servicii turistice (Partea 1)

1

Evitați discuțiile contradictorii

Singurul mijloc de a învinge într-o discuție este de a o evita

2

Respectați opiniile celorlalți

Respectați opiniile adversarului. Nu-i spuneți niciodată că greșește

3

Recunoașteți greșelile

Dacă vă înșelați, admiteți-o îndată și de bună voie

4

Începeți cu blândețe

Începeți-vă discuțiile cu blândețe

5

Puneți întrebări afirmative

Puneți întrebări care aduc răspunsuri afirmative în mod automat





Modalități de a convinge turiștii, colegii de muncă, touroperatorii sau prestatorii de servicii turistice (Partea 2)

6

Ascultați cu atenție

Lăsați pe alții să vorbească în voie

7

Oferiți credit pentru idei

Lăsați-i să creadă că ideea sugerată de dumneavoastră este a lor

8

Empatizați

Încercați cu sinceritate să vedeți lucrurile din perspectiva celuilalt

9

Oferiți înțelegere

Acordați simpatie și înțelegere celor care au nevoie de ele



Stimulați imaginația

Atâțați văzul și imaginația



Faceți pariuri

Puneți pariu cu ei



MINISTERUL ECONOMIEI, DIGITALIZĂRII,
ANTREPRENORIALULUI ȘI TURISMULUI



CENTRUL NAȚIONAL DE ÎNVĂȚĂMÂNT TURISTIC

CUI: 24979799, Reg. Com.: J40/696/2009, Capital Social: 78.691.600 RON





Momente de implicare a ghidului



Îmbarcarea
turiștilor



Verificarea
documentelor



Prezentarea
traseului și
atracțiilor



Vizitarea
obiectivelor
turistice



Servirea mesei



Cazarea



Gestionarea
bagajelor



Trecerea granițelor

Un moment crucial de implicare a ghidului este rezolvarea conflictelor, care pot apărea în orice etapă a călătoriei.



MINISTERUL ECONOMIEI, DIGITALIZĂRII,
ANTREPRENORIALULUI ȘI TURISMULUI



CENTRUL NAȚIONAL DE ÎNVĂȚĂMÂNT TURISTIC

CUI: 24979799, Reg. Com.: J40/696/2009, Capital Social: 78.691.600 RON



Ce poate să gândească un potențial turist despre ghidul de turism (Pozitiv)



Fericire profesională

Am de-a face cu un om fericit de practicarea profesiei, probabil și serviciile oferite sunt bune!



Influență pozitivă

Mă face să mă simt și eu mai bine!



Încredere în sine

Are încredere în ea(el), îi place ceea ce face!



MINISTERUL ECONOMIEI, DIGITALIZĂRII,
ANTREPRENORIALULUI ȘI TURISMULUI



CENTRUL NAȚIONAL DE ÎNVĂȚĂMÂNT TURISTIC

CUI: 24979799, Reg. Com.: J40/696/2009, Capital Social: 78.691.600 RON





Ce poate să gândească un potențial turist despre ghidul de turism

Neutru

Este o persoană lipsită de probleme, ce-i pasă, are motive să fie fericită!









Negativ

- Nu pot să suport lipsa de profesionalism!
- Ar trebui să învețe să fie mai amabilă!
- Rânjetul domnișoarei trădează vidul din creierul ei!
- Cine a mai angajat-o și pe sclifosita asta?
- Nu-și merită salariul!





Ce poate să motiveze un ghid de turism care lucrează într-o agenție de turism din România?

-  Nivelul salariului
-  Deplasarea în study-tour-uri sau info-tour-uri
-  Posibilitatea de-a își dezvolta sistemul de relații personale
-  Condițiile de la locul de muncă
-  Procentele din vânzări
-  Posibilitatea de-a călători "în interes de serviciu"
-  Perspectivele profesionale
-  Dobândirea de atenție și respect



Comunicare

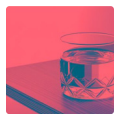
Arta de a comunica nu este un proces natural ori o abilitate cu care ne naștem. Noi învățăm să comunicăm. De aceea trebuie să studiem ce învățăm ca să putem folosi cunoștințele noastre mai eficient. Orice comunicare implică creație și schimb de înțelegeri. Pe de altă parte, comunicarea înseamnă și ascultare. Comunicatorul trebuie să fie dispus să-i asculte pe cei din jurul său. De asemenea, el trebuie să fie capabil să înțeleagă mesajele care i se transmit și să ofere feed-back-uri.

Exprimarea emoțiilor și gândurilor trebuie să o facem într-un mod în care ne satisfacem nevoile și dorințele, fără a le deranja pe cele ale interlocutorului, conversațiile să le menținem și să le încheiem într-un mod plăcut. Trebuie să știm să solicităm sau să refuzăm cereri, în concordanță cu respectarea drepturilor celorlalte persoane și a sarcinilor pe care le avem de îndeplinit. Trebuie să învățăm să nu răspundem prin agresivitate indiferent de situație.



Cei 7C ai comunicării

Cei 7C ai comunicării reprezintă un set de principii esențiale pentru o comunicare eficientă:



Claritate

Mesajul trebuie să fie ușor de înțeles și transparent



Conciziune

Informația trebuie prezentată succint și la obiect



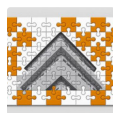
Concretețe

Mesajul trebuie să fie specific și bazat pe fapte concrete



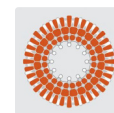
Corectitudine

Informația transmisă trebuie să fie precisă și adevărată



Coerență

Ideile trebuie să fie logic conectate și să curgă natural



Completitudine

Mesajul trebuie să conțină toate informațiile necesare



Curtoazie

Comunicarea trebuie să fie respectuoasă și politicoasă





Mijloace pentru a câștiga simpatia turiștilor



Interes sincer

Interesați-vă sincer de turiști



Zâmbet

Surâdeți



Folosiți numele

Amintiți-vă că numele unui om este pentru acesta cuvântul cel mai dulce și mai important din tot vocabularul



Ascultare activă

Să știți să ascultați. Încurajați-i pe alții să vorbească despre dâșii



Conversație relevantă

Vorbiți interlocutorului dumneavoastră despre ceea ce lui îi place



Importanța interlocutorului

Faceți interlocutorul, în chip sincer, să-și simtă importanța





Perfecționarea în comunicare

În mod normal perfecționarea presupune parcurgerea unor etape:



Aplicare atentă

Folosești cu grijă fiecare tehnică în locul și la momentul potrivit



Evaluare continuă

Acorzi timp evaluării modului în care ai aplicat tehnicile în cadrul ultimelor contacte



MINISTERUL ECONOMIEI, DIGITALIZĂRII,
ANTREPRENORIALULUI ȘI TURISMULUI



CENTRUL NAȚIONAL DE ÎNVĂȚĂMÂNT TURISTIC

CUI: 24979799, Reg. Com.: J40/696/2009, Capital Social: 78.691.600 RON



Tipuri de turiști

Client	Comportamentul clientului	Modul de comportare al GHIDULUI
Atotștiutor	Vanitos; Crede că știe tot; Are tendința de a înșela; Nu ia în considerare alte puncte de vedere; Dominant.	Să îl elogieze; Să demonstreze interes pentru discuțiile sale; Să-i ceară sfatul și opinia; Să prezinte argumente; Dacă îi faci un favor, vinde-i-l: „Aceasta o fac doar pentru dvs.”, „Este ceva foarte personal”
Locvace	Nu are măsura timpului; Vă solicită constant servicii; Va dori să fie mereu în centrul atenției.	Să-l asculte cu simpatie; Să-l introducă cu amabilitate în subiectul care îl interesează.
Neîncrezător	Se îndoiește de tot și de toate; Respinge până și argumentele logice; Orice este greșit, totul conține cel puțin o greșeală; Cere maximă informare despre activități/servicii.	Să nu-l contrazică; Să-i respecte ideile; Să nu fie insistent; Să caute puncte comune; Să nu afirme nimic ce nu se poate demonstra.
Imitator	Atribuie o mare valoare opiniilor celorlalți; Afirmă, în fiecare moment, că așteaptă serviciul.	Să-l stimuleze pentru folosirea unui serviciu; Să prezinte favorabil serviciile hotelului.
Indecis	Lipsa de încredere și siguranța în el însuși; Opune rezistență înaintea oricărei schimbări; Raspunde evaziv la orice întrebare; Face animatorul să-și piardă mult timp; Cere opinia interlocutorului.	Să-l asculte cu răbdare și să accepte punctul său de vedere; Să identifice care este motivația sa; Să explice prejudiciile pe care le poate avea amânarea deciziei sale.



Tipuri de turiști

Turistul certăreț

- Este mereu în toane proaste;
- Jignește cu regularitate;
- Discută cu ușurință;
- Dominant și agresiv;
- Poate fi grosolan.

Cum să gestioneze ghidul acest tip de turist:

- Să fie scurt în conversație;
- Să nu dea importanță grosolăniei sale;
- După un timp, acest tip de client ajunge să obosească să atace și începe să se comporte normal.



Calitățile necesare pentru un ghid de turism (Partea 1)



Sociabil și comunicativ

Să întâmpine turiștii cu zâmbetul pe buze, să le evalueze permanent nevoile și gradul de satisfacție



Diplomat

În meseria de ghid pot apărea frecvent conflicte între turiști, iar acesta trebuie să fie un mediator, să discute cu oamenii, să-i convingă de diversele aspecte care intră în contradicție cu ideile proprii



Punctual

Ghidul trebuie să fie un exemplu de punctualitate pentru membrii unui grup



Amabil și răbdător

Turiștii pot pune aceleași întrebări zilnic, pot cere anumite lucruri cu insistență, iar ghidul trebuie să se facă plăcut și să răspundă cu răbdare de fiecare dată la cerințele turiștilor





Calitățile necesare pentru un ghid de turism (Partea 2)



Personalitate puternică

Ghidul trebuie să se impună în fața turiștilor ca un conducător de grup pentru ca aceștia să îl respecte și să îl asculte



Conduită studiată

Ghidul trebuie să aibă o vestimentație adecvată, un comportament studiat să fie o apariție plăcută astfel încât turiștii să-l îndrăgească



Inventiv

Meseria de ghid este plină de situații neprevăzute, iar ghidul trebuie să știe să rezolve probleme astfel încât turiștii să fie mulțumiți



Memorie bună a faptelor și fizionomiilor

Turiștii pot fi foarte încântați dacă după o anumită perioadă de timp ghidul le recunoaște numele și preferințele, și chiar în cadrul excursiei reținerea numelor acestora este un aspect important





Calitățile necesare pentru un ghid de turism (Partea 3)



Conștiinciozitate

Datorită complexității meseriei, ghidul trebuie să se dedice pregătirii materialelor pentru fiecare excursie, să-și îndrepte toată atenția către responsabilitățile legate de călătorie



Cultivat

Aceasta probabil este cea mai importantă calitate pe care trebuie să o posede un ghid turistic; activitatea de ghid necesită cunoștințe solide într-o plajă largă de domenii, un limbaj coerent și expresiv atât în limba maternă cât și într-o limbă de circulație internațională



Cinstit și corect

Trebuie să aibă o idee corectă asupra rolului său, să nu încerce să profite de conjuncturi pentru că turiștii vor sesiza cu ușurință comportamentul ghidului





Obligațiile generale ale ghidului de turism (Partea 1)



Purtarea ecusonului

Să poarte ecusonul de ghid pe parcursul desfășurării activității turistice



Informare permanentă

Să asigure informarea permanentă a turiștilor



Comportament respectuos

Să afișeze un comportament respectuos cu turiștii și să-și îndeplinească atribuțiile într-un mod care să inspire încredere și respect turiștilor



Conducător de grup

Să-și îndeplinească rolul de conducător de grup, să prezinte atracțiile și obiectivele turistice dându-le turiștilor cât mai multe informații și noțiuni teoretice





Obligațiile generale ale ghidului de turism (Partea 2)



Respectarea programului

Să asigure respectarea în totalitate a programului și a obiectivelor incluse în program având ca singură excepție forța majoră



Informații de bază

Să pună la dispoziția turiștilor informații de bază precum telefoane utile, puncte de informare-asistență turistică, ambasade și consulate, poliție, etc.



Propuneri de îmbunătățire

Să facă propuneri de îmbunătățire a programului bazat pe experiență și pe sugestiile turiștilor





Obligațiile șoferului autocarului

(Partea 1)

Încă de la începutul călătoriei ghidul va trebui să discute cu șoferul, stabilind serviciile și responsabilitățile ce-i revin acestuia pe parcursul excursiei. În principiu, acesta va avea următoarele obligații:



Gestionarea bagajelor

Încărcarea și descărcarea bagajelor



Curățenie

Curățatul geamurilor; Curățatul autocarului în interior și în exterior



Gestionarea deșeurilor

Asigurarea unui sac pentru gunoi



Asistență pasageri

Să ajute pasagerii la coborât (dacă e cazul)



Respectarea pauzelor

Să respecte pauzele de masă





Obligațiile șoferului autocarului

(Partea 2)



Respectarea traseului

Să efectueze toate opririle prevăzute în program; Să respecte traseul stabilit, modificări de traseu putând fi făcute doar în situații absolut necesare și cu acordul ghidului



Atitudine pozitivă

Atitudinea față de pasageri să fie plină de sollicitudine, să emane încredere



Ținută îngrijită

Să aibă o ținută îngrijită, decentă



Funcționarea echipamentelor

Să asigure funcționarea aparaturii de bord (tv, microfon, frigider)



Securitatea vehiculului

Să încuie ușa autocarului la fiecare oprire (sau semafor), oricât de scurtă ar fi





Durata zilei de lucru a șoferului



Program zilnic standard

Durata unei zile de lucru a șoferului se stabilește în funcție de numărul de kilometri parcurși zilnic



Un singur șofer

Pentru distanțe și durate moderate, un singur șofer poate gestiona întregul traseu



Echipă de doi șoferi

La excursiile care depășesc 450 km sau 8 ore de condus, este necesară prezența a doi șoferi pentru siguranța și confortul pasagerilor



MINISTERUL ECONOMIEI, DIGITALIZĂRII,
ANTREPRENORIALULUI ȘI TURISMULUI



CENTRUL NAȚIONAL DE ÎNVĂȚĂMÂNT TURISTIC
CUI: 24979799, Reg. Com.: J40/696/2009, Capital Social: 78.691.600 RON





Utilizarea microfonului

- Contact vizual**
Priviți turiștii, nu microfonul, pentru o prezentare mai captivantă.
- Verificarea volumului**
Asigurați-vă că se aude bine în tot autocarul.
- Distanța corectă**
Nu țineți microfonul prea aproape sau prea departe de gură.
- Poziționarea**
Nu stați sub difuzor pentru a evita microfonia.
- Repetarea întrebărilor**
Repețați întrebările pentru a asigura înțelegerea de către toți turiștii.
- Controlul microfonului**
Nu lăsați microfonul pe mâna turiștilor pentru intervenții.
- Găsirea unei soluții**
În caz de defecțiune, găsiți o poziție pentru a fi auzit de toată lumea.



Opririle în excursie

Opririle în excursie se fac, în general, la intervale de 2 ore de mers cu autocarul. Acestea pot fi programate pentru o pauză de toaletă, fotografii, cumpărături sau masa la restaurant. Opririle neprogramate pot fi necesare în cazuri excepționale, dar nu trebuie să implice deviații de la traseu sau întârzieri semnificative.

După fiecare oprire, este important să se verifice numărul de turiști, asigurându-se că toți au revenit la bordul autocarului.



MINISTERUL ECONOMIEI, DIGITALIZĂRII,
ANTREPRENORIALULUI ȘI TURISMULUI



CENTRUL NAȚIONAL DE ÎNVĂȚĂMÂNT TURISTIC
CUI: 24979799, Reg. Com.: J40/696/2009, Capital Social: 78.691.600 RON



Gestionarea reclamațiilor turiștilor

Ghidul trebuie să fie pregătit să gestioneze orice conflict sau reclamație într-un mod calm și profesionist.

Este important să asculte cu atenție plângerile turiștilor și să găsească soluții adevrate pentru a rezolva problemele în limita competențelor sale.

Comunicarea eficientă și gestionarea reclamațiilor pentru succesul unui ghid de turism.

Pentru a deveni un ghid de turism de succes, este important să înțelegem modul de a comunica eficient și a gestiona reclamațiile.

Aceste abilități esențiale pot transforma potențialele conflicte în oportunități de a crea experiențe plăcute și memorabile pentru turiști.





Modalități de a convinge turiștii și colegii (Partea 1)

Comunicare deschisă și sinceră

Comunicarea deschisă și sinceră cu turiștii este crucială. Oferiți informații clare și corecte despre itinerar, condițiile de călătorie și eventualele schimbări.

Empatie și ascultare activă

Ascultarea activă și empatia sunt esențiale pentru a înțelege nevoile și preocupările turiștilor. Arătați-le că sunteți interesat de experiența lor.

Profesionalism și punctualitate

Respectarea programului și o atitudine profesională consolidează încrederea turiștilor în competențele dumneavoastră și în calitatea serviciilor oferite.





Modalități de a convinge turiștii și colegii (Partea 2)

Prezentare personală

O ținută îngrijită și o atitudine prietenoasă ajută la crearea unei prime impresii pozitive.

Feedback constructiv

Solicitați feedback de la turiști și folosiți-l pentru a îmbunătăți serviciile oferite. Arătați-le că părerile lor contează și că sunteți dispus să faceți schimbări pentru a le oferi o experiență mai bună.





Gestionarea reclamațiilor turiștilor

Gestionarea reclamațiilor turiștilor poate fi o provocare, dar este esențială pentru un ghid de turism. O abordare calmă, empatică și profesionistă este crucială pentru a rezolva problemele și pentru a păstra satisfacția turiștilor.

Atitudinea ghidului este esențială în gestionarea reclamațiilor. Un ghid calm și empatic poate transforma o situație conflictuală într-o experiență pozitivă.

A fi un ghid de turism profesionist înseamnă a aborda cu succes provocările care pot apărea. Capacitatea de a gestiona reclamațiile este o abilitate importantă care poate consolida relațiile cu turiștii.



MINISTERUL ECONOMIEI, DIGITALIZĂRII,
ANTREPRENORIALULUI ȘI TURISMULUI



CENTRUL NAȚIONAL DE ÎNVĂȚĂMÂNT TURISTIC

CUI: 24979799, Reg. Com.: J40/696/2009, Capital Social: 78.691.600 RON

