

基于校园亲子游的导游服务能力培养与实践

——以成都纺专校园亲子游项目为例

周雅雪 余宜娴 叶娅丽

成都纺织高等专科学校经济管理学院,四川成都 610000

[摘要] 以在校大学生为导游服务群体、亲子家庭为导游服务对象的校园亲子游是旅游导游人才培养的创新模式,也是在校大学生真实的创业实践模式。本文从校园亲子游和导游服务内涵出发,以校园亲子游实际项目运营为参考,通过对客群需求分析、服务线路设计、旅游现场接待、互动交流服务和服务反馈等方面优化,探究校园亲子游导游服务能力的培养。

[关键词] 亲子游;服务能力;亲子家庭;导游服务;能力培养

[中图分类号] F590.63 [文献标识码] A [文章编号] 1671-7740(2020)10-31-02

一 校园亲子游内涵

旅游市场的蓬勃、生育政策的转变、教育理念的重视和家庭收入的增加为亲子旅游市场的发展和扩大奠定了良好的基础,越来越多的家庭愿意参与到亲子旅游这种主题化旅游市场当中,寻求教育和情感的完美契合。亲子游,顾名思义,是以家庭亲缘关系为维系基础,以家长和儿童行为情感互动为核心要义,并关注儿童身心需求健康的一种互动旅游方式,是主题旅游的一种,是旅游市场的重要组成部分。而校园亲子游则是以校园为亲子旅游主体区域范围,将校园闲置空间与设施设备,校园学生人力资源与特色实训场地相结合的一种旅游方式,实现了旅游场地、导游人员和亲子客群的一体化服务管理。

以成都纺织高等专科学校经济管理学院校园亲子游项目为例,校内亲子游团队创新融合大众修学旅游与主题公园旅游的校园亲子旅游运营模式,自2017年起成功举办了多次项目活动,实现了校园旅游景区与校园旅游接待的整合。一方面,校园作为旅游景区,风景优美,空间广阔,拥有丰富的旅游性资源。其中自然资源包括多品类树木花草和鸟类;人文资源包括各种艺术研究中心和特色实训室,尤以蜀锦蜀绣研究中心、臻古堂家具博物馆、皮革手工制作室和纺织染整实训室为代表。另一方面,校园亲子游人力服务团队主要由本校旅游管理专业学生

[基金项目] 2018年四川省教育厅科研项目《产学研协同创新的校园创业实践研究——以校园亲子游项目运营为例》研究成果之一(18SB0030);2017年成都纺专教育科学研究项目《高职旅游管理专业创新创业教育改革与实践——以校园亲子游实训项目教学指导为例》研究成果之一(2017cdfzjj26)。

组成,通过亲子旅游接待,可以极大地锻炼学生的导游服务能力,为学生导游提供市场化职业体验。

二 导游服务能力培养

导游人员是旅游专业人才培养的主体岗位人员,也是本文中为校园亲子游客群提供专业服务的人员,在实际校园亲子游接待过程中,他们的主体具化为旅游酒店专业在校大学生,为亲子游客提供一整套完善的导游服务。导游服务能力是导游人员核心、综合能力的统称,主要包含导游客群分析能力、导游线路设计能力、导游流程接待能力、导游词撰写讲解能力和游客情感互动能力等。亲子游导游服务则以特定的旅游主题为中心,特定的客户群体为对象,建议从以下五个方面来开展具有针对性的精细化导游服务。

(一) 导游客群分析能力

客群分析是导游服务的基础。在接到校园亲子游旅游报团的同时,客群分析计划需一并提上议程。导游人员需要明晰,亲子家庭的核心对象是儿童,儿童的情况牵系着家长的行为,导游服务应以儿童为主,家长为辅。由此,应提前制作一张由家长填写的“儿童情况调查表”,表中要包括以下内容:1 儿童的学段和年龄;2 儿童的性格特点;3 儿童的兴趣爱好;4 儿童的饮食习惯;5 参与校园亲子游的目的,希望的收获;6 关于儿童的备注;7 参与校园亲子游的具体人数;8 其他建议。通过调查表提前收集整理亲子家庭信息,分析客户家庭的需求和特点,为校园亲子产品的开发和导游人员接待服务的开展提供借鉴。

(二) 旅游线路设计能力

优秀的线路产品是优秀导游服务的前提,导游人员不应只限于单纯的现场服务引导,在一定程度

上还应该承担线路设计和完善的工作,只有亲自参与设计的线路产品才更有利于导游服务的完美呈现。在具体的校园线路设计当中,导游人员需要注意把握因人而异、寓教于乐、亲缘互动、时间控制、安全保障的原则。

以母亲节校园亲子游为例,客群主要为5~8岁的儿童家庭团队。校园亲子游团队以“感恩母亲”为题,亲子游活动主要以儿童初步认知为主,寓教于乐,设计出“爱的拥抱”、“美丽母亲”、“母亲发卡”等亲子活动。在校学生因为年轻化,设计的产品在一定程度上更能贴近儿童的需求,通过此类校园亲子游线路的设计,有利于提升学生导游人员的创新能力和产品设计能力。

(三) 旅游接待服务能力

校园亲子游导游服务人员服务接待的流程主要包括接待准备、现场接待和接待总结三个阶段。接待准备要求学生导游人员在亲子家庭到来之前掌握家庭情况,准备工作物料等;接待总结是送团离开后要求学生就接团质量和表现等问题所做的反思。现场接待则是整体服务的核心,根据流程主要包括:

1 欢迎与破冰。学生导游人员首先要在家庭团队集合破冰后,作个体欢迎词和以昵称方式作简要自我介绍,宣布负责的单位家庭,并与对口家庭的儿童初步建立友谊关系。

2 陪同服务。为保证接待质量并且考虑到亲子游首要的安全保障因素,亲子游参与家庭一般控制在10个以内,一名学生导游全程为1~2个家庭服务。导游人员在校内亲子游服务中应全程跟踪对口家庭进行旅游线路介绍和空间位移向导,随时跟踪儿童的动态,掌握儿童心理变化,关注实时行为动向,耐心解答顾客的一切问题。

3 讲解服务。讲解能力是导游服务能力的核心之一。以校园为景区,学生导游人员承担着景区讲解员的工作职能。一次优质的讲解需要讲解结构、讲解内容和讲解艺术的完美配合。

从讲解内容而言,要根据客群儿童的年龄阶段和认知规律做主题和内容筛选。仍以5~8岁的儿童为例,在讲解学习项目的选择当中,布匹扎染就比纺织机器参观具有更好的学习体验效果,扎染过程和原理讲解就比纺织机器的构成更有吸引力,这要求校园亲子游导游人员在导游项目选择、导游词撰写和重点内容讲解方面下功夫,做到因材施教。

从讲解结构而言,在校园亲子游主题旅游当中,学生导游人员的讲解要注意“讲、学、做”的结合。讲不是单纯地讲,要从“讲”过渡到“学”再到

“做”,要分段讲,有停留地讲,要兼具导游和教师的职能,要以情景化模式将单纯的知识讲解转变为教育性知识传递。

(四) 情感互动服务能力

亲子游导游情感互动是学生导游带团的重点和难点。情感互动主要体现在两个方面,一是学生导游人员自身与儿童和家庭的情感交流,二是学生导游人员引导家庭家长与儿童亲子关系的互动交流。前者可以通过潜移默化的形式开展,从学生导游人员初见家庭进行自我介绍开始形成初步印象,到学生导游人员一对一为儿童和家庭服务,再到全程陪同的关心和交流获得好感和信任,这种情感是导游服务顺利开展的基础,也是检验导游人员服务能力的潜在因素。后者的关键则是促进亲缘交流、加强亲缘互动和拉近亲缘关系,这是每个亲子家庭的期望,这种期望更多地体现在家长对于儿童的回应上。导游人员要深刻认识到客户的需求,设计每一个动作来引导家长与儿童的沟通,推动家庭情感的交流。

(五) 亲子游导游服务反馈优化能力

游客产品体验的反馈有利于导游服务能力的提升,现实的带团体验不同于课堂教学的实验,校园亲子游项目有真实的产品,还有真切的为产品付费的客人,它是一种商业性行为,是学生导游创业实践的最好检验,通过客户的反馈体现。

在每次校园亲子游活动结束之际,导游人员都应当积极收集亲子家庭游客意见,针对儿童,主要询问对方本次活动最感兴趣的项目、未来最倾向参与的项目以及对导游人员的喜好程度;针对家长,尤其是在家庭中大部分时候起主导作用的母亲,尽量采用访谈对话或调查问卷的形式收集意见建议,意见收集内容在于产品设计、活动开展的合理性,尤其是家长对于导游服务规范、导游服务能力方面的意见和建议,需要根据家庭游客的反馈调整服务方式,优化服务技巧,提升综合能力。

[参考文献]

- [1] 储昭华. 亲子游产品及其开发研究[J]. 旅游纵览(下半月), 2019, (4): 16.
- [2] 林颐. 北大亲子游[J]. 中华家教, 2014, (7): 18.
- [3] 赵畅. 中国亲子游发展现状和问题分析[J]. 统计与管理, 2016, (9): 115-116.
- [4] 陈瑜. 导游服务技能[M]. 北京: 机械工业出版社, 2008.
- [5] 代征兰. 导游职业社会化与导游服务管理公司职能的提升[D]. 四川师范大学, 2010.
- [6] 李兵. 论职业能力培养型导游业务课程教学模式的构建[J]. 黑龙江高教研究, 2006, (1): 155-156.