

# 旅游景区客诉与舆情危机处理

解决问题：

1. 游客投诉甚至不良宣传影响景区口碑
2. 游客投诉后心情不好，行为影响其他游客
3. 员工不会安抚投诉游客
4. 游客投诉问题得不到解决和有效答复
5. 如何妥善处理舆情，规避舆情发展与扩散的能力

课程收获

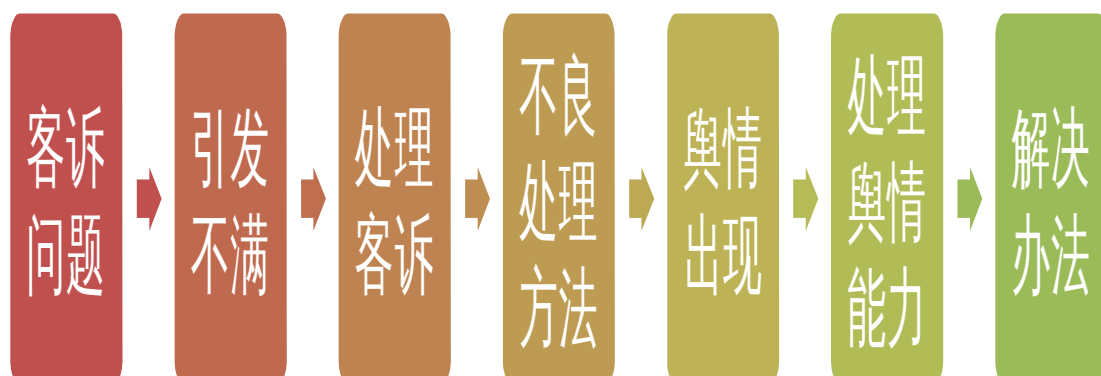
1. 掌握游客投诉心理和行为
2. 学会说话逻辑，沟通技巧，安抚游客情绪
3. 掌握处理应急投诉处理方法
4. 学会与客户相处，尽量避免投诉
5. 掌握处理舆情的方法
6. 学会在危机中沟通
7. 如何在危机中平稳控制舆情的能力

授课对象：一线员工及管理者

授课课时：一天（6小时）

授课方法：讲授法；行动学习；案例分析法、

课程逻辑：



## 课程大纲

### 一、 客诉产生的问题剖析

景区真实案例解读，发现客诉问题

1. 游客与保安发生争执，投诉景区。
2. 因购物不满造成投诉
3. 投诉对景区不利影响

### 二、 游客投诉心理与行为

从了解客户到读懂客户，有些投诉就可以理解客户的投诉的底层逻辑，处理起来不会被表面形式掩盖。

1. 游客投诉心理分析
2. 游客投诉微表情
3. 游客投诉行为分析
4. 投诉游客类型分类

### 三、 处理投诉必备能力与方法

此章节掌握基本应对客户处理方法。

1. 察言观色寻找对方真实需求
2. 如何用肢体语言提升对方信任感
3. 谈判技巧与语言表达逻辑
4. 如何提问寻找对方突破点
5. 如何说服对方接受解决方案

### 四、 游客网络舆论管理及要点

游客在网络上关注重点在哪里？为什么有的很小的舆情会引爆网络，有的看似很大的舆情却没有扩散呢？

1. 加大宣传和培训力度
2. 发挥主流网络媒体的作用
3. 建立健全制度机制，提升网络舆情危机的化解能力；
4. 构建网络问政新格局；
5. 培养网上“意见领袖”，引导网民自我教育服务是什么

### 五、 网络舆情管理的具体做法

本章通过文旅行业 2022 年 20 大舆情案例为背景，进行底层逻辑分析，课堂上会让学员参与讨论，给出指导意见和结论，让学员身临其境考虑问题并提供解决方案。

1. 加强日常监测
  2. 锁定监测的主要渠道
  3. 与舆情内容进行分类
  4. 网络舆情的监测周期
  5. 舆情阅评工作
  6. 敏感问题重点查办
  7. 组建网络发言人队伍
  8. 寻求意见领袖
  9. 加大与网民的沟通
- 六、 突发事件及危机沟通

危机情况下沟通能力显得尤为重要，每一位员工都要具备临场沟通能力，因此这一章节会以理论结合实际案例，让学员先愤青危机沟通与日常沟通不同，再进行实战演练，让学员确实掌握危机沟通能力。

1. 五种错误的心理
2. 一位省委组织部长的总结
3. 突发事件处理的十三个关键点
4. 危机沟通的三个策略起点
5. 危机沟通的策略及方法
6. 网络舆情危机处理应避免的陷阱
7. 舆情危机媒体沟通的具体路径