

顾问 田光哲 主编 宋争辉

CETTIC 职业培训指定教材

走向职业生涯

—— 课程体系与岗位对接

中国就业培训技术指导中心
南阳师范学院 组织编写

6

河南人民出版社

CETTIC 职业培训指定教材

走向职业生涯

——课程体系与岗位对接——

(旅游专业)

中国就业培训技术指导中心 组织编写
南 阳 师 范 学 院

顾 问 田光哲
主 编 宋争辉

河南人民出版社

本分册编委会

主 编 李伟丽
编 委 冯艳芳 张付芝 张 艳
黄慧玲

前言

大学生专业课程体系与就业岗位技能对接培训是劳动和社会保障部和我院为适应新形势下大学生就业工作的要求,满足社会对高素质技能劳动者的迫切需求,促进技能劳动者就业而推出的重要举措。这种培训的特点是:以就业为导向,强化课程专业体系与岗位技能之间的联系,面向社会急需岗位有目的地开展专项技能培训,从而使大学生及有关人员掌握必需的岗位技能,实现就业和再就业。

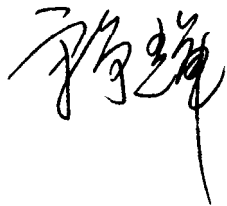
当前影响大学毕业生就业的首要因素是大学生的学科专业体系和从业岗位技能之间有脱节,存在空白地带,所学知识不能很好地适应就业岗位的需求,因而缺乏就业竞争力。对此,南阳师范学院领导未雨绸缪,在中国就业培训技术指导中心的大力支持下,对大学生开展专业课程体系与就业岗位技能之间的对接培训。我们编写这套教材目的在于帮助大学生通过有针对性的训练,尽快实现学科专业体系的理论向岗位技能的拓展,达到岗位要求,实现学科专业与岗位技能的对接,给大学毕业生一把就业的“金钥匙”。

本套教材是建立在大学生修完高等教育专业课程的基础上,以岗位——岗位技能——岗位核心技能——岗位核心技能点为主线,通过总操作程序——操作步骤——达到标准——注意事项——相关知识五个环节呈现技能培训内容,力求使教学训练更加简便易行,功能配套,加强针对性,体现技能培训的特点。

大学生专业课程体系与就业岗位技能培训将采用案例教学、实践教学、情景教学、师生互动等方式,让大学生多体验、多实践、多动手、多操作,采用“直接下水学游泳”的培训方式,让大学生在实践和体验中学到技能。

为了最大程度满足各类学生就业需要,在编写过程中,既考虑到高等院校和各类培训机构的需要,也要考虑到中等职业学校教学的实际需要。我们希望本套教材能为促进高等教育教学改革、提高大学生从业技能水平,起到积极的推动作用。

由于开展大学生学科专业体系与专业岗位对接培训工作是一个新事物,其教材内容定有不完善的地方,诚请广大同仁指正!



2008年7月

目 录

岗位 1 旅行社计调员	(1)
模块 1 沟通技能	(1)
● 语言表达技能	(1)
● 聆听技能	(6)
● 电话沟通礼节、礼仪	(7)
模块 2 业务技能	(9)
● 熟悉团队旅游目的地情况	(9)
● 清楚接待单位的实力	(11)
● 票务运作熟练	(13)
模块 3 核算技能	(21)
● 成本核算	(21)
● 旅游产品价格计算与对外报价	(25)
● 核对账目	(26)
模块 4 软件操作技能和创新技能	(29)
● 网上预定系统软件的操作	(29)
● 创新技能	(29)
岗位 2 饭店服务技师	(30)
模块 1 客房服务操作技能	(30)
● 西式做床	(30)
● 中式做床	(32)
模块 2 客房服务的组织模式	(34)
● 岗位职责	(34)
模块 3 客房服务项目及其服务规程	(36)
● 迎客服务	(36)
● 客房小酒吧	(36)
● 洗衣服务	(37)
● 房餐服务	(38)
● 擦鞋服务	(39)
● 托婴服务	(39)

● 对客租借物品服务	(40)
● 客人遗留物品处理	(41)
● 送水服务	(42)
● 会客服务	(43)
● 加床服务	(43)
● 特殊客人服务	(43)
● 客人离店服务	(45)
模块4 客房清洁保养程序	(46)
● 客房清扫的准备	(46)
● 客房的清洁整理	(52)
● 客房的计划卫生	(62)
模块5 中餐服务技能	(63)
● 托盘	(63)
● 餐巾折花	(65)
● 酒水服务	(70)
● 摆台	(73)
● 菜肴服务	(76)
● 其他服务技能	(80)
● 中餐零点服务	(81)
● 团体包餐服务	(83)
模块6 西餐服务技能	(85)
● 上菜	(85)
● 西餐宴会摆台	(86)
● 酒水服务	(89)
● 菜肴服务	(91)
● 西餐正餐服务程序	(93)
● 西餐咖啡厅服务	(95)
● 自助餐服务	(96)
● 客房送餐服务	(98)
模块7 宴会接待服务	(101)
● 宴会预订	(101)
● 中餐宴会服务	(106)
● 西餐宴会服务	(111)
● 其他宴会服务	(114)
模块8 前厅预订服务	(119)
● 预定的承接	(119)
● 订房的确认	(120)
● 记录储存	(121)

● 预订的控制检查	(122)
● 与接待处协调联系	(123)
● 超额预订	(123)
模块9 前厅礼宾服务	(124)
● 门前迎送服务	(124)
● 行李服务	(125)
● 委托代办服务	(127)
● 店外接送服务	(128)
模块10 前厅接待服务	(130)
● 前厅接待准备	(130)
● 客房分配工作	(131)
● 办理住宿登记	(133)
● 钥匙核发与引领客人	(134)
模块11 前厅问讯和电话总机服务	(135)
● 前厅问讯服务	(135)
● 电话总机服务	(136)
模块12 前厅收银服务	(138)
● 准备工作	(138)
● 主动、礼貌待客	(138)
● 具体结账过程	(138)
 岗位3 酒吧调酒服务技师	 (140)
模块1 鸡尾酒的调制	(140)
● 鸡尾酒的调制方法	(140)
● 鸡尾酒水果装饰的制作方法	(143)
● 酒吧内水果拼盘的制作	(145)
模块2 鸡尾酒的调制设备和用具	(146)
● 鸡尾酒的调制设备	(146)
● 鸡尾酒的常用杯具	(148)
模块3 咖啡的调制和茶水的冲泡	(150)
● 酒吧中咖啡的制作	(150)
● 茶的冲泡技艺	(151)
模块4 酒吧中的服务	(153)
● 酒吧服务程序和标准	(153)
● 酒吧服务技巧	(160)
● 调酒师的素质要求	(165)
模块5 鸡尾酒的酒谱	(168)
● 鸡尾酒酒谱	(168)

岗位 4 旅游行业市场营销员	(188)
模块 1 准客户市场开发	(188)
● 寻找准客户	(188)
● 顺利接近准客户	(189)
● 赢得准客户信任	(192)
● 说服准客户,促进成交	(194)
● 签订合同	(198)
模块 2 电话营销	(204)
● 选择电话销售对象	(204)
● 电话前准备	(205)
● 精彩开场白	(207)
● 应对客户异议	(211)
● 应对客户托词	(213)
● 发现客户需求	(213)
● 促进成交	(214)
模块 3 针对性化解客户抱怨与投诉	(220)
● 客户上门投诉与抱怨的处理	(220)
● 电话处理客户投诉与抱怨	(223)
● 巧妙“甩掉”客户无法解决的问题	(225)
● 巧妙处理“骚扰”性电话	(226)
模块 4 提高客户服务水平	(227)
● 针对性防止客户流失并有效改进	(227)
● 提高服务客户的能力	(231)

岗位 1 旅行社计调员

模块 1 沟通技能

●语言表达技能

【总操作程序】

主要分 3 个步骤:开场白→寒暄→表明旅游服务采购的意图,具体操作如下:

1. 开场白

■ 自报家门。介绍自己所代表的单位,单位的实力。

■ 自我介绍。介绍自己的姓名、自己的主要工作。

2. 寒暄

■ 和对方旅游企业方面的有关负责人进行必要的寒暄。

■ 询问有关旅游产品方面的情况。

3. 表明旅游服务采购的意图

■ 时机成熟之后,向对方表明旅游服务采购的意图。

【达标标准】

成功地采购到不同旅游企业的旅游产品。

【注意事项】

■ 开场白要简明扼要。

■ 注意寒暄的技巧和礼仪,寒暄的主要目的。

■ 采购不同旅游企业的旅游产品时,要对目前的市场基本行情有所了解,进而可以货比三家,采购到比较理想的旅游产品。

■ 进行旅游服务采购时,要选择资质、实力和信誉好的旅游企业作为合作伙伴。

■ 在用车方面向用车单位下定单时,仅就用车时间、接车地点、座位数进行落实,而忽略了车容车貌、车况的了解。在航空票务方面仅对票务中心报了计划,而忽略对机型、航空公司、航班时间等进行跟踪。

■ 预订酒店方面,仅强调了酒店的星级选择,而忽略了对酒店的位置、服务设施、周边环境、使用年限等进行进一步的了解,或者说过于依赖接待社的安排,缺乏跟进,以至在团队的实际运作中有可能产生不良的效果。

【相关知识】

■ 旅行社计调

旅行社计调就是指担任计划调度作业的人员,简称“计调”。主要任务是按接待计划落实团队在食、宿、行、游、购、娱等方面的具体事宜,以确保行程、日程正常进行。

旅行社的经营管理中,销售部、计调部、接待部构成旅行社具体操作的三大块,计调处中枢位置,业务连接内外,旅行社赚不赚钱,盈利多少,靠的全是计调人员的调度。

如何准确了解团队接待要求,及时处理团队变更?如何将繁杂的计调工作管理得井井有条?如何方便、及时、全面地了解各个团体运作情况是旅行社计调管理的重点。

计调在旅行社三大业务(产品设计、宣传与销售;接待业务;财会业务)中属不太稳定的一类,其业务范围常随着旅行社功能的加强而延伸,因此,不同的业务类别对计调的要求也不尽相同。最初,旅行社除了为旅游者安排旅行游览外,主要是替社会团体和零星客人代订机、车票,安排食宿,即承接与旅游有关的各种单项委托业务。当时,还没有明确的计调概念。随着业务范围的扩大,旅行社开始设立专职岗位或部门,计调开始对外代表旅行社同旅游供应商建立广泛的协作网络,签定有关协议,取得代办人身份,以保证提供旅游者所需的各项委托事宜,并协同处理有关计划变更和突发事件;对内作好联络和统计工作,为旅行社业务决策和计划管理提供信息服务。至此,计调作为旅行社的主要业务的地位得以确立。

计调部在旅行社中处于中枢位置,这是毋庸置疑的。因为计调业务连接内外,牵一发动全身,是为神经。一般而言,计调是指为落实接待计划所进行的服务采购,以及为业务决策提供信息服务的总和。关于计调的位置:以现有的外联体制为例,计调业务随旅行社业务的发展而发展。综上所述,计调在旅行社运转中的作用日益突出,但是,无论是那一种外联体制,都具有如下共同特点:

计调业务是旅行社经营活动的重要环节。旅行社实践的是承诺销售,旅游者购买的是预约产品。旅行社能否兑现销售时承诺的数量和质量,旅游者对消费是否满意,很大程度上取决于旅行社计调的作业质量。计调的对外采购和协调业务是保证旅游活动顺利进行的前提条件,而计调对内及时传递有关信息又是旅行社做好销售工作和业务决策的保障,因此,计调业务是旅行社经营活动的重要环节。

计调业务是旅行社实现降低成本的重要因素。旅游产品的价格是旅游产品成本和旅行社利润的加和,因此,降低旅游产品成本决定了旅行社利润增长的空间以及市场份额的占有。旅游产品的成本通常表现为为各旅游供应商提供的机(车)位、客房、餐饮、门票等的价格,计调部门在对外进行相应采购时,应尽量争取获得最优惠的价格,以降低旅游产品总的成本(就是我们常说的,降低旅行者的旅行成本),这也就意味着旅行社利润的增加。另一方面,旅游产品成本的降低,保证了旅行社在激烈的市场竞争中获得更多的市场份额。计调业务虽然不能直接创收,但降低采购价格无疑对旅行社的营业额和利润的实现具有重要意义。

计调业务的范围依旅行社的规模和发展不尽相同,但对外采购服务,包括变更后的采购,以及对内提供信息服务都是旅行社计调业务的基本内容。所谓对外采购服务是按照旅游计划,代表旅行社与交通运输部门、酒店、餐厅和其他旅行社及其他相关部门签订协议,预定各种服务,满足旅游者在食、宿、行、游、购、娱等方面的需求,并随着计划的变更,取消或重订。所谓对内提供信息,是把旅游供应商及相关部门的服务信息向销售部门提供,以便组合旅游产品;做好统计工作,向决策部门提供有关旅游需求和旅游供应方面的信息。计调业务实际也就是旅行社的经营内容。

计调业务承担着极为繁重的工作任务。它包括采购、计划、团控、质量、核算等内容。通常,教科书上只是概括地讲到采购和计划作业,更多的从基本原则和实践意义作出阐述,而忽视了计调作业的技巧、策略以及可操作性。这也许是学风问题,但可能耽误许多人不熟业务,摸索两三年也不得其门而入,其后将作侧重介绍。

■ 旅游采购服务

旅游采购服务是计调最基本的业务,旅游服务采购的成效,直接关系到旅行社经营活动的成败。

(1) 什么是旅游采购服务

旅游产品是旅游经营者为满足旅游者在旅游活动过程中的各种需要所提供的有偿服务。旅行社作为旅游经营者,通过旅游中间商向旅游者(或直接向旅游者)出售的综合包价旅游产品,大部分是由其他旅游服务企业或相关部门供应的,也就是说,旅行社通过向其他旅游服务企业或相关部门采购交通、食宿、游览、娱乐等单项服务产品,经过组合加工再进行销售。旅行社是一种旅游中介组织,并不直接经营旅游活动中的交通、食宿、游览、娱乐等服务项目,采购旅游服务也就成为旅行社经营活动的一个重要方面。旅游服务采购是旅行社通过合同或协议形式,以一定价格,向其他旅游服务企业及相关部门订购的行为,以保证旅行社向旅游者提供所需的旅游产品。

(2) 旅游采购服务的内容

旅游活动涉及到食、宿、行、游、购、娱等方面,航空公司、铁路、轮船公司、酒店、餐厅、景点以及娱乐场所等也就成为旅行社的采购对象,对于组团社而言,还要采购接待社的产品。

① 交通服务的采购

旅游是一种异地活动,无论从常住地到旅游目的地,还是在目的地的暂时逗留与旅游活动期间各地之间的往返,交通都承担着旅游者空间位移的任务。交通不仅要解决旅游者往来不同旅游点间的空间距离问题,更重要的是解决其中的时间距离问题。因此,安全、舒适、便捷、经济是旅行社采购交通时需要考虑的因素,交通的形式主要有飞机、火车、汽车和轮船,旅行社必须与包括航空公司、铁路部门、轮船公司、汽车公司在内的交通部门建立密切的合作关系。事实上,为寻找稳定的客源渠道,交通部门也非常倾向于同旅行社的业务合作。旅行社要争取取得有关交通部门的代理资格,以便顺利采购到所需的交通服务(何况取得交通代理已成为国内许多旅行社获得利润的来源之一)。

采购航空服务。作为大众旅游时期远程旅行方式之一,航空服务的主要优点是安全、快速和舒适。一般而言,旅行社选择航空公司主要考虑以下因素:

- | | |
|--------------|---------------|
| A、机票折扣——竞争力? | B、机位数量——是否满足? |
| C、工作配合度? | D、付款方式? |
| E、航班密度? | F、各地联络网络方便与否? |

常识:

航班—飞机航行的班期。

航班号—航空公司代号:CZ—南航;CA—国航;MU—东航;3Q—云航;XO—新航;WH—西北航;SZ—西南航;MF—厦航;G4—深航;H4—海航。

表达:如 CZ3395 意即 CZ 指南航,3 指出发地郑州,3 指到达地广州,95 表示往返(去程为单)。

机型—国内一般使用 4 种机型:

波音(B)居多;欧产空客(A)、麦道(MD)次之;运 7(Y-7)用于支线。

机位(座)—B-737 200 120 座;B-737 300 145 座;B-737 500 150 座;B-747(双层)340—400 座,分头等、公务、经济;B-757 198 座;B-767 246 座;B-777 380 座;国内用空客 A320 150 座;MD-82 MD-90 168 座;Y-7 40 座。

飞机餐(配餐)—飞行超过两小时有正餐,指米饭;配餐只有点心;特殊旅客(如穆斯林)有特餐。

直达、经停、联航—直达—指点到点,不需要技术支持的航班;经停—因技术原因,需要加降(如加油等),也有从经营考虑。

舱位等级—

订座—A、票价:一般分为公布票价、折扣票价两种。

B、成人 100%;小童 50%;婴儿(2 岁以内)10%。

C、团体—指有组织的、同一日期、同一等级、同一目的地,10 人以上等。

D、座位再证实—联航 3 日内;OPEN 票年内;OK 票限期;需要提供技术编号在返程地再证实。

E、中转服务—

F、行李—航空公司提供给旅客的免费行李额:规定:头等(记者)40KG;公务 30KG;经济 20KG。

旅行社采购航空服务,具体落实在飞机的订位上。计调部根据旅游接待预报计划,在规定的期限内向航空公司提出订位,如有变更,应及时通知有关方面。航空服务主要分为定期航班服务和包机服务两种。如遇客流量超过正常航班的运力,旅游团队无法按计划成行,则旅行社就要考虑包机运输。

采购铁路服务。火车具有的价格便宜,沿途又可以饱览风光的特点,特别在包价产品中具有竞争力。近年来,我国铁路加大力度改善交通环境,使火车运输仍具优势。目前,国内多数旅游者仍选择火车作为首选出游交通工具。旅行社向铁路部门采购,主要是做好票务工作。

常识:

车票—A 基本票。指客票;B 附加票。指加快票、空调票、卧铺票等;火车票分为:YZ RZ YW RW 四种,按运输分类分为:普快、直快、特快等。

列车—YZ 车厢:21、22 型 118 座,已淘汰;24、25 型(新型、多用)128 座;卧铺车厢:66 个铺;双层车厢:162 座。

采购铁路服务就是按照旅游接待计划订购火车票,确保团队顺利成行。出票率、保障率是衡量铁路服务采购的重要指标。

采购水路服务。鉴于我国的大陆形态,除去三峡、桂林等内河及少数海路,轮船不是外出旅游的主要交通工具。旅行社向轮船公司采购水路服务,关键是做好票务工作。如遇运力无法满足,或不可抗力因素无法实现计划,造成团队航次、船期、舱位等级变更,应

及时果断地采取应急措施。

采购公路服务。尽管汽车已成为人们普遍的旅行方式,但一般认为,乘汽车旅游的距离不宜过长,最好控制在短距离:50 公里(一小时)左右/景点间;长距离:300 公里(不超过五小时)以内/天,否则客人会感觉疲劳。旅行社在采购汽车服务时应考虑:

A、车型? B、车况? C、司机驾驶技术? D、服务规范? E、准运资格?

通过考察,最终选择管理严格、车型齐全、驾驶员素质好、服务优良、已取得准运资格,且善于配合,同时车价优惠的汽车公司,并与之签订协议书。

②采购住宿服务。酒店(饭店)是旅游业三大支柱之一,是旅游产品的重要组成部分,在一定程度上已成为衡量一个国家或地区旅游接待能力的重要标尺。酒店的种类:根据使用目的(主要功用)划分 A、商务酒店;B、度假酒店;C、会议酒店;D、旅游酒店等等。根据酒店等级划分:有 1—5 星五个等级和白金五星级。计调应按接待计划提出的等级要求采购住宿服务,并在选择酒店时充分考虑以下因素:

A、酒店保安? B、同级备份? C、房况? D、酒店销售配合? E、房价及结算?

③采购餐饮服务。餐饮属于旅游者基本的旅游活动之一,餐饮质量关联到旅游产品的质量。因此,计调在选择餐厅时,因着重考虑如下因素:

A、餐厅卫生符合 GB—16153—1996;B、地理位置? C、车位、洗手间? D、餐标? E、风味(特餐)? F、结算? G、配合?

④采购参观及景点服务。参观游览是旅游活动最基本最重要的内容,计调代表旅行社向可供游览参观的单位采购游览服务,此项采购的关键是就价格和支付方式达成协议。对于一些特殊的参观点,如工厂、民宅等,应征得同意,并力争取得支持与配合。

⑤采购娱乐服务。娱乐是旅游活动六要素之一。旅行社采购娱乐服务时,就预订票以及演出内容、日期、演出时间、票价、支付方式等达成协议。

⑥采购购物商店服务。旅游购物为非基本旅游需求,但是引导旅游者购物,是接待社的主要任务之一。为使旅游者购物方便、安全,计调应当慎重选择旅游购物商店,要与其建立相对稳定的合作关系。

⑦采购保险服务。根据《旅行社管理条例》及相关法律,旅行社应该为旅游者提供规定的保险服务。旅行社中由计调负责采购保险服务。

⑧采购异地接待服务。旅行社向旅游者销售的旅游线路,通常有一至多个旅游目的地。采购异地接待服务的目的,是使旅游计划如期如愿实现。应该说,旅游产品的质量在很大程度上取决于各地接待质量,尤其是各旅行社的接待质量。因此,选择高质量的接待旅行社,是采购到优质接待服务的关键。计调在采购时应考虑到:

A、接待社的资质、实力、信誉? B、接待社的体制、管理? C、接待社的报价? D、接待社的作业质量? E、接待社的接待质量? F、接待社的结算(垫付)周期? G、接待社的合作意愿?

(3) 旅游服务采购的合同

旅行社为购买各种旅游服务项目而与旅游企业或相关部门订立的各种购买契约通称为旅游采购服务合同。它以一定价格向其他旅游企业及与旅游相关的其他行业和部门购买相关的服务行为,是一种预约型的批发交易,通过多次成交完成。这种采购特点决定了

旅行社同采购单位签订经济合同的重要性,以避免和正确处理可能发生的各种纠纷。

采购合同的基本内容包括:

①合同标的

合同标的是指法律行为所要达到的目的。旅游采购合同的标的就是旅行社向旅游企业或相关部门购买的服务项目,如客房、餐饮、航空、陆路交通等等。

②数量和质量

数量指买卖双方商定的计划采购量(非确切购买量);质量则由双方商定最低的质量要求。

③价格和付款办法

采购价格是合同中所要规定的重要内容。确定采购量和定价的关系,以及合同期内价格变动情况,还要规定结算方式及付款时间等。

④合同期限

指签订合同后开始和终止买卖行为的时间,一般一年一签,也可按淡旺季分列两个合同。

⑤违约责任

按照我国《经济合同法》规定,违约方要承担支付违约金和赔偿金的义务。

●聆听技能

【总操作程序】

主要分4个步骤:用心聆听,态度诚恳→重要地方记笔记→千万不要打断对方讲话→见机追问,具体操作如下:

1. 用心聆听,态度诚恳

■ 聆听对方的需要,态度热情、诚恳。

■ 做一个忠实的听众。

2. 重要地方记笔记

■ 着重筛选与自己企业有用的信息。

■ 特别重要的地方记笔记。

3. 千万不要打断对方的讲话

■ 不到万不得已,一定不要插嘴。

■ 坚持让对方把话说完整,以获得更多有用信息。

4. 见机追问

■ 不明白的地方见机追问。

【达标标准】

通过聆听,了解到对方是否有真诚合作的愿望。

【注意事项】

■ 倾听时,不要组织语言。因为在对方讲话时,你在组织语言就有可能错过对方讲话的某些内容,造成误解。

■ 倾听过程中,点头微笑。好处是,起到肯定鼓励的作用,有利于让对方多说,让你

“捕获”更多信息。

■ 不要发出声音。因为发出声音可能会打断或影响到对方讲话。

【相关知识】

■ 聆听技巧

(1) 让对方感觉到你是在用心地听。

(2) 让对方感觉到你的态度很诚恳。

(3) 在倾听时记笔记,效果会更好。记笔记有三大好处:①立刻让对方感觉到被尊重;②记下对方说话重点,便于沟通;③防止遗漏。

(4) 重新确认,减少误会及误差。

(5) 切记:不到万不得已,千万不要打断对方讲话。不插嘴有三大好处:①让对方感觉良好;②让对方多说,以获得更多有用信息;③让对方说完整。

(6) 对方停止说话时,再停顿3-5秒。这有三大好处:①给对方继续说下去的时间;②你可以利用这点时间组织语言;③让对方觉得你说的话是经过大脑的,可信度比较高。

(7) 不明白的地方见机追问。追问有两大好处:①使你尽可能听懂他的意思;②让对方觉得你听懂了。

(8) 倾听时,不要组织语言。因为在对方讲话时,你在组织语言就有可能错过对方讲话的某些内容,造成误解。

(9) 倾听过程中,点头微笑。好处是,起到肯定鼓励的作用,有利于让对方多说,让你“捕获”更多信息。

(10) 不要发出声音。因为发出声音可能会打断或影响到对方讲话。

● 电话沟通礼节、礼仪

【总操作程序】

主要分7个步骤:重要的第一声→要有喜悦的心情→要有端正的姿态和清晰明朗的声音→迅速准确的接听→认真清楚的记录→有效电话沟通→礼貌地挂电话,具体操作如下:

1. 重要的第一声

■ 当我们打电话给某单位,若一接通,就能听到对方亲切、优美的招呼声,心里一定会很愉快,使双方对话能顺利展开,对该单位有了较好的印象。在电话中只要稍微注意一下自己的行为就会给对方留下完全不同的印象。同样说:“你好,这里是XX公司”。但声音清晰、悦耳、吐字清脆,给对方留下好的印象,对方对其所在单位也会有好印象。因此要记住,接电话时,应有“我代表单位形象”的意识。

2. 要有喜悦的心情

■ 打电话时我们要保持良好的心情,这样即使对方看不见你,但是从欢快的语调中也会被你感染,给对方留下极佳的印象,由于面部表情会影响声音的变化,所以即使在电话中,也要抱着“对方看着我”的心态去应对。

3. 要有端正的姿态和清晰明朗的声音

■ 打电话过程中绝对不能吸烟、喝茶、吃零食,即使是懒散的姿势对方也能够“听”得

出来。如果你打电话的时候,弯着腰躺在椅子上,对方听你的声音就是懒散的,无精打采的;若坐姿端正,身体挺直,所发出的声音也会亲切悦耳,充满活力。因此打电话时,即使看不见对方,也要当作对方就在眼前,尽可能注意自己的姿势。

声音要温雅有礼,以恳切之话语表达。口与话筒间,应保持适当距离,适度控制音量,以免听不清楚、滋生误会;或因声音粗大,让人误解为盛气凌人。

4. 迅速准确的接听

■ 现代工作人员业务繁忙,桌上往往会有两三部电话,听到电话铃声,应准确迅速地拿起听筒,接听电话,以长途电话为优先,最好在三声之内接听。电话铃声响一声大约3秒种,若长时间无人接电话,或让对方久等是很不礼貌的,对方在等待时心里会十分急躁,你的单位会给他留下不好的印象。即便电话离自己很远,听到电话铃声后,附近没有其他人,我们应该用最快的速度拿起听筒,这样的态度是每个人都应该拥有的,这样的习惯是每个办公室工作人员都应该养成的。如果电话铃响了五声才拿起话筒,应该先向对方道歉,若电话响了许久,接起电话只是“喂”了一声,对方会十分不满,会给对方留下恶劣的印象。

5. 认真清楚的记录

■ 随时牢记5W1H技巧,所谓5W1H是指①When 何时②Who 何人③Where 何地④What 何事⑤Why 为什么⑥HOW 如何进行。在工作中这些资料都是十分重要的。对打电话、接电话具有相同的重要性。电话记录既要简洁又要完备,有赖于5W1H技巧。

6. 有效电话沟通

■ 上班时间打来的电话几乎都与工作有关,公司的每个电话都十分重要,不可敷衍,即使对方要找的人不在,切忌粗率答复:“他不在”,即将电话挂断。接电话时也要尽可能问清事由,避免误事。对方查询本部门其它单位电话号码时,应迅即查告,不能说不知道。

我们首先应确认对方身份、了解对方来电的目的,如自己无法处理,也应认真记录下来,委婉地探求对方来电目的,就可不误事而且赢得对方的好感。

对对方提出的问题应耐心倾听;表示意见时,应让他能适度地畅所欲言,除非不得已,否则不要插嘴。期间可以通过提问来探究对方的需求与问题。注重倾听与理解,建立亲和力是有效电话沟通的关键。

接到责难或批评性的电话时,应委婉解说,并向其表示歉意或谢意,不可与发话人争辩。

电话交谈事项,应注意正确性,将事项完整地交待清楚,以增加对方认同,不可敷衍了事。

如遇需要查寻数据或另行联系的查催案件,应先估计可能耗用时间之长短,若查阅或查催时间较长,最好不让对方久候,应改用另行回话的方式,并尽早回话。以电话索取书表时,应记录在案,把握时效,尽快地寄达。

7. 礼貌地挂电话

■ 要结束电话交谈时,一般应当由打电话的一方提出,然后彼此客气地道别,应有明确的结束语,说一声“谢谢”、“再见”,再轻轻挂上电话,不可只管自己讲完就挂断电话。

【达标标准】

通过电话沟通,明确了双方彼此的需求,双方有合作的意向。

【注意事项】

■ 接听电话时一定要客气委婉,接到电话必须说:你好,* *(旅游公司)。

■ 接听电话时,一定要音质甜美,音速适中,语言委婉流畅,让客户感到放心,舒服。

■ 接听业务咨询电话,一定要记住对方旅行社的名称、业务联系人、传真、电话、线路要求(人数,线路景点,住宿标准,用车情况,返程情况,大概出发时间);如果有手机,最好留下对方的直接联系方式。

■ 做报价时,一定要迅速、准确,5分钟之内将报价传真给对方。

■ 传真给对方发过去了,5分钟之后打电话询问对方是否收到传真件,并询问对方所收到的传真是否按照要求。

■ 如果传真准确无误,和对方业务人沟通团队的情况,要了解团队大概的出发日期、人数,做到心中有数,尽量通过和对方沟通早早把价位定下来。

■ 如果团队早早定下来,要和对方盖章确认,和对方约定结账方式,并在传真确认件上标注清楚。

■ 如果团队没有及时定下来,要及时跟单,并在上面注明每次跟单的情况,做到心中有数。

■ 团队定下来以后,在传真件上注明需要注意的情况,以及所要求导游性别、性格以及专攻。

■ 及时将团队转发给操作计调,让计调早操作,早安排。

■ 按照传真件上约定的情况及时催收团款。

【相关知识】

■ 收发传真

发送传真:放入稿件,拨对方的号码,接通听到对方给出的接收信号音后按下开始(启动)键即可。

接收传真:电话进来,接通后按下开始键即可。

模块2 业务技能

● 熟悉团队旅游目的地情况

【总操作程序】

主要分3个步骤:了解团队旅游目的地的大致情况→熟悉团队的旅游行程安排→掌握该团的一些特殊要求,具体操作如下:

1. 了解团队旅游目的地的大致情况

■ 媒体查询。

■ 实地考察。