



门市服务

浙江省教育厅职成教教研室 组编



高等教育出版社



主要内容

本书是中等职业学校旅游服务与管理专业课程改革成果教材，主要介绍门市服务的基本知识、基本技能和基本礼仪，以及门市服务的流程、规范和标准。本书可作为中等职业学校旅游服务与管理专业及相关专业的教材，也可供从事旅游服务与管理工作的从业人员参考。

旅游服务与管理专业课程改革成果教材



门市服务

MENSHI FUWU

浙江省教育厅职成教教研室 组编



高等教育出版社·北京
HIGHER EDUCATION PRESS BEIJING

内容提要

本书是中等职业教育旅游服务与管理专业核心课程系列教材之一,依据《浙江省中等职业学校旅游服务与管理专业教学指导方案与课程标准》的基本要求编写而成。

本书包括 15 个部分,即:门市科学选址、门市形象设计、人员咨询服务、电话咨询服务、网络咨询服务、旅游产品介绍、旅游产品报价、旅游产品促销、解读旅游合同、签订旅游合同、变更旅游合同、客户异议及投诉处理、客户信息管理、客户关系维护、门市人员的培训与管理。本书旨在让学生从整体上对门市服务的流程有初步的认识,对门市服务的各岗位工作要求基本熟悉,具备从事门市服务的基本职业能力。

本书配套网络教学资源,通过封底所附学习卡,可登录网站(<http://sve.hep.com.cn>),获取相关教学资源。学习卡兼有防伪功能,可查询图书真伪,详细说明见书末“郑重声明”页。

本书可作为中等职业学校旅游服务与管理专业教材,也可作为旅游行业岗位培训教材。

图书在版编目(CIP)数据

门市服务/浙江省教育厅职成教教研室组编. —北

京:高等教育出版社,2010.1

ISBN 978-7-04-028954-1

I. ①门… II. ①浙… III. ①旅游市场—市场营销学—专业学校—教材 IV. ①F590.8

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2010)第 006079 号

策划编辑 王江华 责任编辑 江剑伟 封面设计 李卫青 责任印制 蔡敏燕

出版发行	高等教育出版社	购书热线	010-58581118
社 址	北京市西城区德外大街 4 号		021-56717287
邮政编码	100120	免费咨询	400-810-0598
总 机	010-58581000	网 址	http://www.hep.edu.cn
传 真	021-56965341		http://www.hep.com.cn
			http://www.hepsh.com
经 销	蓝色畅想图书发行有限公司	网上订购	http://www.landaco.com
排版校对	南京展望文化发展有限公司		http://www.landaco.com.cn
印 刷	江苏如皋市印刷有限公司	畅想教育	http://www.widedu.com
开 本	787×1092 1/16	版 次	2010 年 1 月第 1 版
印 张	14.75	印 次	2010 年 1 月第 1 次
字 数	328 000	定 价	23.50 元

本书如有缺页、倒页、脱页等质量问题,请在所购图书销售部门联系调换。

版权所有 侵权必究

物料号 28954-00

浙江省中等职业教育旅游服务与管理专业 课改新教材编写委员会

主 任：方展画

副主任：程江平 崔 陵

委 员：许宝良 庞志康 张建国

郭耀邦 沈佳乐 王向东

主 编：韩振华

副主编：张建国 徐春燕

编 者：韩振华 张建国 徐春燕

孙海丹 张良斌

编写说明

2006年,浙江省政府召开全省职业教育工作会议并下发《省政府关于大力推进职业教育改革与发展的意见》。该意见指出,“为加大对职业教育的扶持力度,重点解决我省职业教育目前存在的突出问题”,决定实施“浙江省职业教育六项行动计划”。2007年初,作为“浙江省职业教育六项行动计划”项目的浙江省中等职业教育专业课程改革研究正式启动并成立了课题组,课题组用5年左右时间,分阶段对约30个专业的课程进行改革,初步形成能与现代产业和行业进步相适应的体现浙江特色的课程标准和课程结构,满足社会对中等职业教育的需要。

专业课程改革亟待改变原有以学科为主线的课程模式,尝试构建以岗位能力为本位的专业课程新体系,促进职业教育的内涵发展。基于此,课题组本着积极稳妥、科学谨慎、务实创新的原则,对相关行业企业的人才结构现状、专业发展趋势、人才需求状况、职业岗位群对知识技能要求等方面进行系统的调研,在庞大的数据中梳理出共性问题,在把握行业、企业的人才需求与职业学校的培养现状,掌握国内中等职业学校本专业人才培养动态的基础上,最终确立了“以核心技能培养为专业课程改革主旨、以核心课程开发为专业教材建设主体、以教学项目设计为专业教学改革重点”的浙江省中等职业教育专业课程改革新思路,并着力构建“核心课程+教学项目”的专业课程新模式。这项研究得到由教育部职业技术中心研究所、中央教育科学研究所和华东师范大学职业教育研究所等专家组成的鉴定组的高度肯定,认为课题研究“取得的成果创新性强,操作性强,已达到国内同类研究领先水平”。

依据本课题研究形成的课程理念及其“核心课程+教学项目”的专业课程新模式,课题组邀请了行业专家、高校专家以及一线骨干教师组成教材编写组,根据先期形成的教学指导方案着手编写本套教材,几经论证、修改,现付梓。

由于时间紧、任务重,教材中定有不足之处,敬请提出宝贵的意见和建议,以求不断改进和完善。

浙江省教育厅职成教教研室

2009年4月

前言



门市服务是中等职业教育旅游服务与管理专业的核心课程系列教材之一,在旅行社服务与管理这门课的基础上更突出业务的实际应用。本教材集知识性与实用性于一体,遵循岗位引领、实践导向的编写原则,根据旅行社门市服务的岗位需求,用项目构建旅行社门市岗位服务的知识体系,把门市服务要求掌握的内容分为十五个项目,使教学内容项目化,突出了教材的实用性和可操作性。

本书以目前旅行社门市服务岗位的工作模块和工作流程为主线,定位于旅行社门市服务的实操训练,重视对学生的技能培养,采用“问题导向法”的教学思路来提高学生灵活应用理论知识的能力,体现较强的针对性和应用性。

本书在内容编排和体例设计方面都作了大胆创新,力求突破传统教材的框架和编写风格,以导入案例为铺垫,以知识背景为基础,以任务分解为突破,在教学项目中实现知识与能力的整合,最后又以项目拓展的形式来提高学生对知识的系统把握能力,希望能加强课程的创新性、应用性和前瞻性。

本书注重案例教学和活动教学,着重体现学生的主体性,通过项目教学法来加深对专业知识技能的理解和应用,既是为旅游管理专业师生设计的应用型教材,也可以作为旅行社行业从业人员的培训教程或参考资料。

本书建议教学学时为 72 学时,具体学时分配见下表(供参考):

FOREWORD

· 门 · 市 · 服 · 务 ·

教 学 内 容	建议学时	教 学 内 容	建议学时
项目一 门市科学选址	4	项目九 解读旅游合同	4
项目二 门市形象设计	6	项目十 签订旅游合同	4
项目三 人员咨询服务	4	项目十一 变更旅游合同	4
项目四 电话咨询服务	4	项目十二 客户异议及投诉处理	4
项目五 网络咨询服务	4	项目十三 客户信息管理	4
项目六 旅游产品介绍	8	项目十四 客户关系维护	4
项目七 旅游产品报价	6	项目十五 门市人员的培训与管理	4
项目八 旅游产品促销	8	总 计	72

本书由韩振华任主编,张建国和徐春燕任副主编,张良斌、孙海丹参与编写工作。具体撰写分工如下:项目一、项目二由孙海丹、韩振华编写,项目三、项目四由孙海丹编写,项目五、项目十三、项目十四由张良斌编写,项目六、项目九、项目十、项目十一由徐春燕编写,项目七、项目八由徐春燕、韩振华编写,项目十二、项目十五由张良斌、韩振华编写。本书最后由韩振华统稿。

由于编者水平和时间有限,书中难免存在诸多不足之处,谨望广大专家和读者批评指正。

编 者

2009年10月

郑 重 声 明

高等教育出版社依法对本书享有专有出版权。任何未经许可的复制、销售行为均违反《中华人民共和国著作权法》，其行为人将承担相应的民事责任和行政责任，构成犯罪的，将被依法追究刑事责任。为了维护市场秩序，保护读者的合法权益，避免读者误用盗版书造成不良后果，我社将配合行政执法部门和司法机关对违法犯罪的单位和个人给予严厉打击。社会各界人士如发现上述侵权行为，希望及时举报，本社将奖励举报有功人员。

反盗版举报电话：(010)58581897/58581896/58581879

传 真：(010)82086060

E-mail：dd@hep.com.cn

通信地址：北京市西城区德外大街 4 号

高等教育出版社打击盗版办公室

邮 编：100120

购书请拨打电话：(010)58581118

短信防伪说明：

本图书采用出版物短信防伪系统，用户购书后刮开封底防伪密码涂层，将 16 位防伪密码发送短信至 106695881280，免费查询所购图书真伪，同时您将有机会参加鼓励使用正版图书的抽奖活动，赢取各类奖项，详情请查询中国扫黄打非网(<http://www.shdf.gov.cn>)。

反盗版短信举报：编辑短信“JB,图书名称,出版社,购买地点”发送至 10669588128

短信防伪客服电话：(010)58582300/58582301

学习卡账号使用说明：

本书学习卡账号附在高等教育出版社出版的相关中职教材封底防伪码中赠送。

请使用本书封底标签上防伪明码作为登录账号，防伪密码作为登录密码，登录“<http://sve.hep.com.cn>”或“<http://sve.hep.edu.cn>”，可获得累计 20 小时中职课程的多项增值服务，进行网上学习、下载资源和答疑等服务。

中职教师通过收集 10 个有效学习卡账号和密码，登录网站，注册获得会员账号，可获得累计 100 小时教师网上资源，包括电子教案、演示文稿、教学素材及教学资料等。

学习卡账号自登录之日起一年内有效，过期作废。会员账号自注册之日起一年内有效。

使用本学习卡账号如有任何问题，请发邮件至：“4a_admin_zz@pub.hep.cn”。



目 录

项目一 门市科学选址 001

项目导引	001
任务一 门市选址调查	005
任务二 商圈分析	010
任务三 租金商谈	012
项目拓展	014

项目二 门市形象设计 016

项目导引	016
任务一 旅行社门市的室外设计	021
任务二 旅行社门市的室内设计	024
任务三 旅行社门市的环境美化	028
任务四 旅行社门市的广告设计	030
项目拓展	035

项目三 人员咨询服务 036

项目导引	036
任务一 门市服务人员的职业形象塑造	038

CONTENTS

· 门 · 市 · 服 · 务 ·

任务二 门市咨询的准备与接待程序	041
任务三 门市咨询的流程与规范	045
项目拓展	047

项目四 电话咨询服务 048

项目导引	048
任务一 电话咨询语音训练	054
任务二 传真咨询服务	056
任务三 电话咨询沟通技巧	058
项目拓展	061

项目五 网络咨询服务 063

项目导引	063
任务一 熟悉旅行社网络咨询服务平台	066
任务二 熟悉旅行社常用的网络咨询方式	069
任务三 掌握网络咨询服务的要点	075
项目拓展	078



目 录

项目六 旅游产品介绍

080

项目导引

080

任务一 有备无患——熟悉旅游产品

082

任务二 把握时机——适时接近客户

084

任务三 善解人意——揣摩客户心理

086

任务四 主动出击——介绍旅游产品

088

项目拓展

093

项目七 旅游产品报价

094

项目导引

094

任务一 解释旅游产品价格的组成

098

任务二 掌握旅游产品报价策略与方法

100

任务三 门市报价的主要技巧

103

任务四 智慧处理价格异议

105

项目拓展

108

项目八 旅游产品促销

109

项目导引

109

CONTENTS

· 门 · 市 · 服 · 务 ·

任务一 把握促销沟通技巧——激发购买欲望	114
任务二 判断顾客购买意图——把握成交时机	118
任务三 掌握促销语言技巧——增加成交几率	121
任务四 利用积极促销心法——速效促成成交	124
项目拓展	125

项目九 解读旅游合同 126

项目导引	126
任务一 解读旅游合同的要素	129
任务二 解读“有效合同”	131
项目拓展	138

项目十 签订旅游合同 140

项目导引	140
任务一 阅读旅游合同	142
任务二 签订旅游合同	145



目 录

项目拓展	151
项目十一 变更旅游合同	152
项目导引	152
任务一 了解旅游合同变更的程序和处理方法	158
任务二 掌握旅游合同的解除程序	161
项目拓展	162
项目十二 客户异议及投诉处理	163
项目导引	163
任务一 客户异议处理方法	167
任务二 处理客户投诉方法	172
任务三 投诉处理程序	174
项目拓展	176
项目十三 客户信息管理	179
项目导引	179
任务一 熟悉客户信息采集方式	183

CONTENTS

· 门 · 市 · 服 · 务 ·

任务二 建立客户档案	188
任务三 客户信息的电子化管理	190
项目拓展	193

项目十四 客户关系维护 194

项目导引	194
任务一 客户回访	198
任务二 节庆祝贺	200
任务三 向客户提供信息	202
任务四 留住客户	204
项目拓展	206

项目十五 门市人员的培训与管理 207

项目导引	207
任务一 旅行社门市的培训工作	210
任务二 旅行社门市的日常管理	212
项目拓展	215

主要参考文献 218

项目一

门市科学选址

项目导引

引言

门市部作为旅行社重要的销售窗口,必须科学选择良好的地理位置。门市选址是旅行社门市经营的第一步,直接影响旅行社的整体形象和业务经营状况。由于旅行社经营业务的不同和经营风格的差异,旅行社门市选址的标准也不尽相同,需要认真地进行商圈考察,分析周边的环境。只有掌握了选址的原则和方法,才能对旅行社进行科学选址,以最合理的成本获得最佳的选址效果。



说明

通过对旅行社门市及其他相关服务行业的科学选址方法和案例的学习,激发学生的创业意识,使学生掌握旅行社科学选址的原则和方法。本项目的学习目标如下:

1. 认识旅行社门市选址的重要性和主要原则
2. 掌握旅行社选址的基本程序和方法
3. 掌握旅行社门市选址的一般策略



导入案例

我的创业日记

2009年3月15日

出于对旅游业的喜爱和对旅游市场的了解,经过一段时间的深思熟虑,我决定开一家校园旅行社。庆幸的是,我的创业计划得到了父母的认可和支持。刚过完春节,我揣着父母支援的创业基金,从老家匆匆回到学校。经过查阅相关资料、了解一些和创业相关的政策以及几天的项目考察,理清创业思路之后,我开始写旅行社经营策划书、创业计划书、可行性报告。今天,我把我的想法连同创业计划书提交给学院领导,院长说,我的这个创业项目既可以缓解学生就业难的矛盾,又可以给一些在校生提供创业就业的见习机会,学院非常支持。那么,紧接着我需要考虑的就是旅行社的选址问题了……

同学们,你有创业的梦想吗?如果你是这位同学,也想创办一家小型旅行社,你会如何选址呢?



知识背景

旅行社门市选址是一项需要考虑多因素的综合系统工作。旅行社的产品和服务都可以随着旅行社业务的发展而不断调整、完善,而选址一旦确定后一般都不会轻易改变。因此,选址工作对旅行社经营至关重要。那么,如何能做到“运筹于帷幄之中,决胜于千里之外”呢?这就需要既要进行定性分析,又要进行定量测算,应在前期做好充分的准备工作。

一、旅行社门市选址的重要性

(一) 门市选址是一项长期投资

无论旅行社的经营场地是租借的还是一次性购买,一旦确定,就需要投入大量的资金进行建设、经营和维护。当外部环境发生变化时,选址不可能像产品组合、促销组合那样灵活进行调整。门市选址具有长期性和稳定性的特点,是各种要素中最不灵活的一个因素。

(二) 门市选择对业务有直接影响

一个地区的社会经济、地理文化、人口特征、交通条件等因素在一定时间内是相对稳定的,旅行社门市选址一旦确定,未来客户的来源和消费特征就基本确定。此外,旅行社门市业务的种类、价格、促销、竞争态势等都会受到选址的影响。

（三）选址优势是旅行社的核心竞争优势

旅行社的室内布局、装修风格以及所经营的旅游线路、所提供的服务和促销活动,都很容易被竞争对手模仿。但如果能占据优越的门市位置,就是其他竞争对手不易模仿的竞争优势。因为地点是唯一的,科学的选址有利于集聚人气,从而吸引更多的潜在客户。旅行社门市选址得当,就意味着享有“地利”优势,在规模相当、产品和服务基本相同的情况下,必然会更易获得较好的经济效益。

二、旅行社门市选址的主要原则

（一）适应性原则

旅行社门市选址必须与国家以及省市的经济发展方针、政策相适应,与当地旅行社市场的需求分布相适应,与当地国民经济和社会发展的总体水平相适应。

（二）协调性原则

旅行社门市选址应将整个旅行社或当地的旅行社行业作为一个大系统来综合分析,对旅行社门市选址的地点、规模、周边环境等各方面因素进行综合考虑,使门市选址能与旅行社企业的市场定位、业务选择等互相协调。

（三）经济性原则

旅行社门市选址费用主要是指旅行社门市的购置费或租赁费及日常的物业管理等费用。旅行社门市设在市中心、近郊区或远郊区,其场所的购置费或租赁费会有较大差异。旅行社可根据需要,选择在社区周边、学校或企事业单位附近或者写字楼底层等开设门市。选址时不能仅仅考虑总费用最低这一因素,还需要考虑对日后业务的影响,需要有整体的投入产出估算方案。

（四）战略性原则

旅行社门市选址,应具有战略眼光,一是要考虑全局,二是要考虑长远。局部利益要服从全局利益,近期利益要服从长远利益,既要考虑目前旅行社门市经营的实际需要,又要考虑日后业务发展的可能需要。

三、旅行社门市选址的主要方法

（一）经验法

经验法也被称为直觉法,这种方法被认为是在空间分析方面最简单的一种方法。它一般是由经验丰富的旅行社经营者通过对可能的选址的观测来获得感性的认识,从而迅速做出决策。虽然有不少旅行社的决策者能根据直觉判断来进行门市的选址,但显然,这种完全依靠决策者经验的方法操作起来过于主观。由于时间和精力限制,考察者不可能完成所有区块的评估,选址分析可能会存在一些不足。尤其是对于一些拥有大范围扩张需求的旅行社而言,仅用经验法往往很难确定各个门市的最佳选择点。