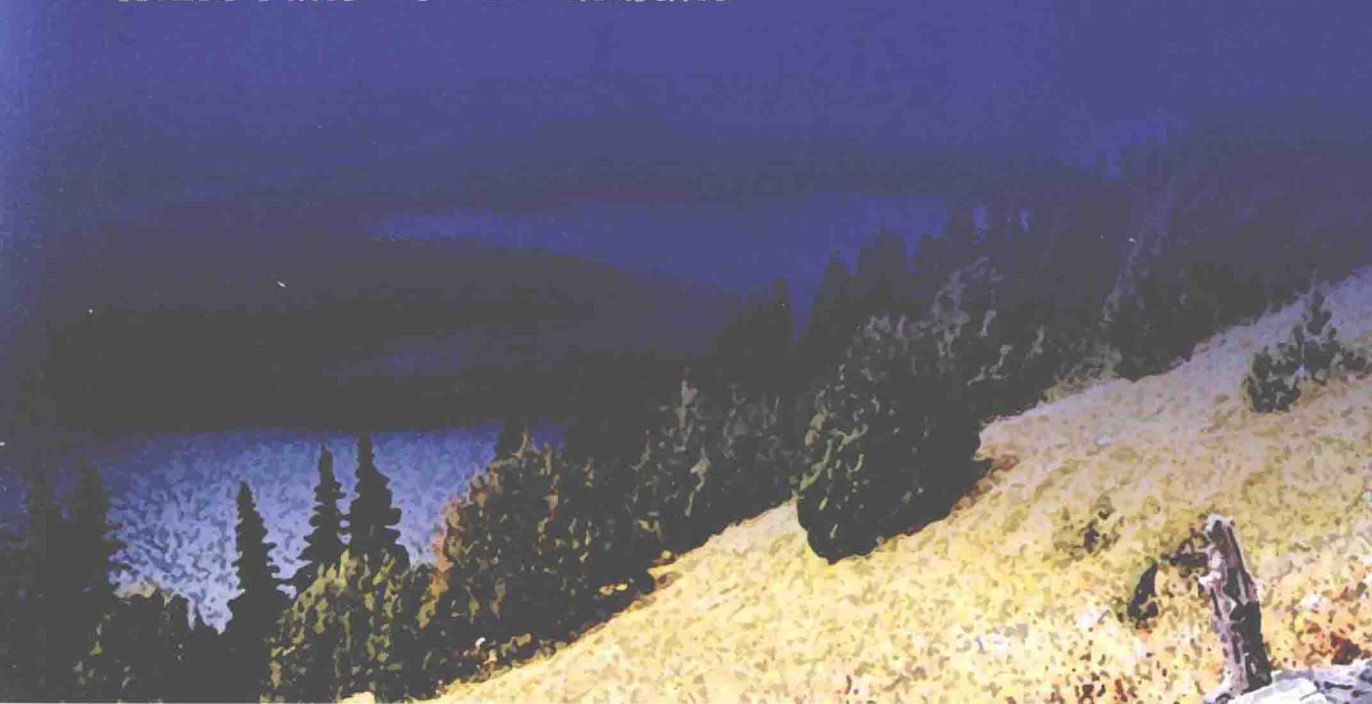


中央财政支持高等职业学校专业建设·旅游管理专业特色系列教材
普通高等教育“十二五”规划教材



旅行社OP 计调实务

OP Jidiao Shiwu

主编 ● 张进伟



西南交通大学出版社
www.xnjdcbs.com



中央财政支持高等职业学校专业建设·旅游管理专业特色系列教材
普通高等教育“十二五”规划教材

旅行社OP

计调实务

主 编○张进伟
副主编○李春雨 郑海明 方 澜
参 编○唐齐粒 张 健 朱赛洁

西南交通大学出版社
· 成 都 ·

图书在版编目 (C I P) 数据

旅行社 OP 计调实务 / 张进伟主编. — 成都: 西南
交通大学出版社, 2014.6

中央财政支持高等职业学校专业建设·旅游管理专业
特色系列教材

ISBN 978-7-5643-2903-7

I. ①旅… II. ①张… III. ①旅行社—企业管理—高
等职业教育—教材 IV. ①F590.63

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2014) 第 023691 号

中央财政支持高等职业学校专业建设·旅游管理专业特色系列教材

旅行社 OP 计调实务

主编 张进伟

责任编辑	吴迪
封面设计	何东琳设计工作室
出版发行	西南交通大学出版社 (四川省成都市金牛区交大路146号)
发行部电话	028-87600564 028-87600533
邮政编码	610031
网 址	http://www.xnjdcbs.com
印 刷	成都勤德印务有限公司
成品尺寸	185 mm × 260 mm
印 张	12.25
字 数	298 千字
版 次	2014 年 6 月第 1 版
印 次	2014 年 6 月第 1 次
书 号	ISBN 978-7-5643-2903-7
定 价	25.00 元

图书如有印装质量问题 本社负责退换

版权所有 盗版必究 举报电话: 028-87600562

中央财政支持高等职业学校专业建设·旅游管理专业
特色系列教材编委会

主 任 马洪江

副主任 凌道明 陈 林

编 委 张 林 张进伟 李春雨

卢建华 薛国喜 索郎玉珍

总序

阿坝师范高等专科学校地处阿坝州，在办学思路上一直致力于服务当地经济文化的发展，为阿坝州的发展输送了很多人才，不少毕业生扎根于阿坝州，成为基层骨干。

阿坝州旅游资源十分丰富，旅游业是其经济发展的重要驱动力，为此阿坝师范高等专科学校在其优厚资源基础上设立了旅游管理专业，并将其作为学校优势特色专业之一。为了在教学中培养学生服务地方经济的能力，编写一套适合我校学生实际情况和具有阿坝州区域特色的旅游管理专业特色系列教材就显得非常急迫。值得高兴的是，经过一年的策划、调研、编写，这套特色系列教材已经初步完成，包括《阿坝州旅游景点导游词》《四川省旅游资源与文化》《藏羌文化与民俗》《藏羌歌曲精选》《旅游饭店实训教程》《旅行社OP计调实务》等。相信这些特色教材投入使用后，能大大提高旅游管理专业学生的学习兴趣和教学质量，为我校继续服务地方旅游事业打下更好的基础。

马洪江

2013年3月25日

前 言

为适应旅游管理类高职高专教学的需要，培养能满足一线需要的“以职业能力为本位，以实践为主线”的高等技术应用型专门人才，根据高职高专旅游类专业人才培养方案、旅行社 OP 计调课程教学基本要求及最新旅游企业对计调人才的需要，我们编写了本教材。

本书为了使学生更好地掌握实用的基础理论、扎实的专业知识和较好的专业技能，我们在编写过程中研究、吸收了目前国内出版的同类教材的优点，并努力做到：结构合理、条理清晰、通俗易懂、好教易学。为此我们在内容、结构、体例上均有较大创新，突出应用创新能力的培养，按计调岗位的工作流程编排内容，将其整合、分解成知识工具篇、应用操作篇两个篇目。第一部分即知识工具篇，包括第一章至第四章，为旅行社 OP 计调基础理论部分，全面系统地阐述了旅行社 OP 计调的基本原理、工作方法，特别详细地列举了计调员应有的基本知识，注重规范性，兼顾实用性；第二部分即应用操作篇，包括第五章至第十一章，这一部分是本教材的主体和核心，分别按照旅行社 OP 计调的工作流程及岗位要求讲述了优秀旅行社 OP 计调应具备的能力和素质。教材体系的编排能激发读者的学习积极性，便于其根据自身需要有针对性地进行学习，以达到快速提高旅行社 OP 计调实际操作能力的目的。

本书可作为高等专科学校、高等职业学校旅游管理类专业的教学用书，也可作为成人高等学校以及本科院校开办的独立学院和民办高校的旅游管理类专业的配套用书，也适合作为旅行社在职人员培训及旅行社管理人员参考用书。

本教材的分工如下：阿坝师范高等专科学校管理系陈林主任担任总策划，张进伟确定编写大纲，并承担第七章、第八章的编写；阿坝师范高等专科学校李春雨承担第四章、第五章的编写，齐齐哈尔高等师范专科学校郑海明承担第六章、第十一章的编写，阿坝师范高等专科学校唐齐粒承担第九章、第十章的编写，绵阳职业技术学院方澜承担第一章的编写，包头轻工职业技术学院张健承担第三章的编写，厦门南洋职业学院朱赛洁承担第二章的编写。全书由张进伟统稿。

本书的作者都是来自高职高专职业教育工作第一线的教师，他们在各自所长的学科领域也都有很多建树。作为本书的主编，我十分感谢他们在编写过程中所做出的巨大努力以及展现出来的合作与奉献精神。

本书的编写参考了有关专家的成果，在此表示由衷的感谢。由于编者水平有限，加之本人对旅游职业教育的理解缺乏深度，因此，本书还存在总体架构、基本思想和具体编写工作方面的诸多不足甚至错谬。书中如有不足之处敬请使用本书的师生与读者批评指正，以便修订时改进。

编 者

2014 年 2 月

目 录

知识工具篇

第一章 旅行社 OP 计调概述	1
第一节 计调的产生与发展.....	3
第二节 计调工作十点能力、五点性质.....	7
第三节 计调工作的两大核心、三点要求、五大素质.....	9
第四节 计调工作操作流程.....	12
第二章 计调员必备知识	18
第一节 火车交通知识.....	18
第二节 飞机交通知识.....	24
第三节 汽车交通知识.....	36
第四节 长途电话区号知识.....	38
第五节 身份证号码知识.....	39
第三章 出入境旅游知识	43
第一节 护 照.....	43
第二节 签 证.....	46
第三节 汇 率.....	50
第四节 时 差.....	52
第四章 团号的设定	54
第一节 团号的分类.....	54
第二节 国内旅游区域划分.....	55
第三节 国际旅游区域划分.....	55
第四节 设定团号.....	58

应用操作篇

第五章 计调采购业务	63
第一节 计调采购内容及方法.....	63
第二节 计调采购工作实务.....	66



第三节 计调采购业务管理	75
第六章 计调与导游	79
第一节 导游服务	79
第二节 导游人员的管理措施	84
第三节 计调对导游的甄选	88
第七章 行程	92
第一节 行程编制内容	92
第二节 行程编制基本要求	97
第三节 旅游日程价格关系	102
第八章 计价与报价	106
第一节 旅行社产品价格的构成及影响因素	106
第二节 旅行社产品定价方法	110
第三节 旅行社产品计价方式	116
第四节 旅行社报价方式	120
第九章 发团操作	130
第一节 旅行社发团概述	130
第二节 选择接待社的方法	135
第三节 旅行社发团作业流程	142
第四节 发团的其他注意事项	146
第十章 接团操作	149
第一节 接团业务概述	149
第二节 地接社计调接团业务	157
第三节 接团过程服务	159
第十一章 旅游招徕	168
第一节 旅行社产品的销售	168
第二节 旅游广告	175
第三节 计调部如何管理客户信息	178
第四节 计调的售后服务	182
参考文献	185

知识工具篇

第一章 旅行社 OP 计调概述

计调是计划与调度的总称，是在旅行社内部专职为游客的旅游活动计划安排及有关业务调度工作的一种职位类别，在从事国际旅游业务的旅行社中通常称为 OP (operator)，即“操作者”。

第一节 计调的产生与发展

一、计调定义

旅行社计调业务有广义与狭义之分。从广义上讲，旅行社计调业务既包括计调部门为业务决策而进行的信息提供、调查研究、统计分析、计划编制等参谋性工作，又包括为实现计划目标而进行的统筹安排、协调联络、组织落实、业务落实、业务签约、监督检查等业务性工作。从狭义上讲，计调业务主要是指旅行社在接待业务工作中为旅游团安排各种旅游活动所提供的间接服务，包括安排食、宿、行、游、购、娱等事宜，选择旅游合作伙伴和导游，编制和下发旅游接待计划、旅游预算单等，以及为确保这些服务而与其他旅游企业或有关行业 and 部门建立合作关系等。

二、新中国成立以来旅行社计调业务的发展

新中国成立以来，旅行社计调工作随着旅行社的变化与发展经历了下述四个不同的时期。

1. 附属时期（从新中国成立到改革开放前夕）

这个时期，旅行社属于政府的行政或事业单位，由外事部门统一管理，全面负责友好国家来访者、华侨和港澳台同胞的旅华接待工作。这种接待是一种政治接待，注重政治效果而不是经济效益。因此，当时的计调工作主要就是为外宾订车、订房、订餐和提供一些委托代办服务，这些工作一般由接待部门的后勤人员承担，在旅行社内部处于附属的地位。

2. 业务独立时期（从改革开放到 20 世纪 80 年代末）

随着我国旅游业的迅猛发展，旅行社的规模逐渐扩大，旅行社接待业务也日益增加。原



来那种处于附属地位的计调工作越来越无法满足需要了，于是各旅行社将计调工作从接待部门的后勤工作中独立出来，建立起了专门的计调部。计调部对内要为旅行社各个部门提供接待的各项后勤保障服务，对外要与协作单位建立稳定的合作关系并代表旅行社与其签订协议。另外，计调部还是旅行社的信息中心，每天要把来自社内外的众多信息进行整理、统计和传递。

3. 职能多元化时期（20世纪80年代末到90年代初）

当旅行社开始建立和完善计划管理时，计调部在原有的编制接待计划、联系协议单位等工作基础上，增加了为旅行社业务决策和计划管理提供信息、制订方案、进行可行性分析等工作，即在旅行社经营管理中担负起计划管理、质量管理和业务管理的职能。

4. 服务专业化时期（20世纪90年代中期以来）

20世纪90年代中期以来，旅行社规模进一步扩大，从而对计调业务的专业化也提出了更高的要求。计调部门除继续承担计划管理职能外，业务重心更多偏向于对分项旅游产品的统一调控和购买，以争取批量优惠，增强旅行社的市场竞争力。有的旅行社甚至将计调部改为采购部，专司分项产品采购工作；有的旅行社在计调部之外增设票务部，既为本旅行社团队提供票务服务，也对外营业。这一时期，虽然旅行社计调部的业务权限有所缩小，但计调业务其实得到了加强，过去一个计调部做的工作，现在细分到多个部门运作，业务上更加专业化、细分化了。

三、计调业务的内容

1. 收集、整理信息

收集信息是旅行社计调工作的第一步，也是计调人员开展工作的前提。计调人员每天要接触众多的旅游者、旅游服务供应商和合作伙伴，处在旅游市场的最前沿，了解旅游者的需求及其变化规律，了解供应商提供产品的质量情况，也了解合作伙伴的愿望和乞求，因而掌握了大量的信息。身为计调人员，就是要在大量的信息中找到对旅行社的成长和发展有利的信息，并对这些信息加以收集、整理、加工、分析、归类、保存，以备业务之需。

2006年6月22日，为期三天的“2006年北京国际旅游博览会”在北京展览馆正式开幕。其中，中国台湾75家参展商首次亮相北京，成为人气最旺的展团。包括阿里山景区等200多位台湾知名旅行社、餐饮业、服务业、景区景点的人员集体亮相。据来自“中华两岸旅行社协会”的消息称，台湾媒体和业界认为，台湾对大陆旅游开放的时间在2006年10月左右，为此，台湾旅游界已经做好了准备，包括导游培训、饭店预订和餐馆预订。

心急的台湾旅游界已经开始做迎接大陆游客的准备。据台湾一著名旅行社的总经理黄某介绍，在台湾游开放初期，将推出以环岛游为主的旅游线路，此后将陆续推出深度和豪华旅游线路。目前设计的四个线路中，环岛游四星级饭店的接待费用是一天每人80美元，入住五星级饭店费用为120美元，超五星级为200美元。此外，顶级的台湾游线路，如医学美容旅游行程、帝级鱼翅套餐之旅的线路也已经设计成型。

大陆组团社也开始全力以赴。“赴台游的旅游线路已经设计出来，领队也在培训之中。”康辉旅行社公民旅游总部副总经理贾某如此表示。据悉，中旅总社、中青旅、康辉等各大旅行社均已经针对台湾旅游设计好相关线路。旅行社称，赴台游开放之初，将以“环岛观光游”和“高雄、台北、阿里山、日月潭台湾西线经典游”为主。环岛游行程将在 8~10 天，旅行社报价为 7 000 元至 1.6 万元不等。

最终，台湾游于 2008 年 7 月 18 日起正式向大陆居民开放。

2. 制定产品价格

外联部根据旅游者的需要在设计出新的线路的同时，计调部需要对每条线路给出一个准确的并有竞争性的价格。因为，旅游者对产品的价格是非常敏感的，价格在很大程度上影响了旅游者对旅行社的选择。比如，全国开展“红色旅游”，对井冈山一地的报价有“三日游”和“四日游”两种行程。可是，各旅行社的报价却不大一样，报价相差 100 元左右。以“三日游”为例，报价低的有 588 元/人，报价高的则有 688 元/人；这样线路报价就相差百元左右，对于我国潜在的游客来说，不能不说是一个比较敏感的因素。面对众多价位纷呈的局面，游客多半还是会选择低价位的旅行社，因此旅行社计调部对各条线路或各种产品报价的准确性，或者说是否具有竞争性就显得非常重要。因此，计调部的工作中有一项非常重要的内容，对旅游产品计价与报价。这要求计调人员要了解各方面的信息，上到国家的政策，下到旅游者的消费能力。此外，要制定出有竞争力的价格，还离不开计调部的采购工作。

3. 对外采购

采购是指计调人员向其他旅游企业或其他行业、部门购买相关旅游服务项目。在对外采购活动中，计调人员应当根据市场的淡旺季节、旅行社需求的紧急程度等因素采取不同的策略，或者是集中采购，或者是分散采购。在保证采购的服务产品价格的前提下，减少其成本，对上述为旅游产品制定有竞争力的价格具有相当重要的作用。因此，计调人员必须经常分析、研究市场的供求状况，了解各种旅游服务产品的市场价格，从而保证旅行社获得更多的经济利益。

4. 发团业务与接团任务的协调与落实

作为组团社的计调人员，应该选择良好的地接社为旅游者服务，并且在旅游接待计划中能满足游客的需求，还要将信息传递给地接社，与地接社默契协作，让游客获得一次美好的经历，以此为旅行社树立品牌。作为地接社的计调人员，要能正确选派导游人员，并协助导游人员落实接待计划，对接待质量进行全程跟踪，为游客提供满意的服务，同时与组团社保持良好的合作关系。

5. 与旅行社内其他部门联系、协作

计调部在旅行社内素有“管家”之称，计调部在工作中应发扬团队精神，与领导和外联、接待及财务等兄弟部门协同作战，让旅游业务有条不紊、井然有序地进行，这样才能事半功倍，避免出错。



【案例】

计调——旅游行程中的命脉

有位导游带团去天坛，因为没按计划书中要求的上午参观，而擅自将参观时间改到了下午，结果被执法大队处罚。但据导游解释，原定为上午的参观时间并不合理，基于为了客人着想而更改了相关计划。他认为，这都是计调没有安排好的缘故，都说团队带得好坏靠导游，其实在很多时候，导游团队带得好坏与否，和计调工作有莫大的联系。

前几天有个土耳其团到北京，导游准时在8点10分将游客接到了宾馆，并安排吃了早饭。吃过早饭后已经是上午10点钟了，可在此团的行程计划书中，又安排游客12点半吃午饭。游客觉得刚吃过早饭，根本不可能在那么短的时间内再吃一顿，于是要求将午饭时间往后延。此时导游犯难了，计划书就是这样安排的，自己没有权力擅自更改，并且在新的导游员管理办法中，擅自更改行程是要扣分的。但不改吧，游客又不干了，本来嘛，这样的行程设计就是不合理。该团的导游员没有办法，还是按照计划书办事，让游客又吃了一顿。虽然还是没有违反规定，但游客们都不高兴了。“我都快冤枉死了。客人们都以为行程是我安排的，对我特别不满意，刚第一天就这样，以后这团就更不好带了。”这名导游说。

当记者把这个事情告诉太平洋国旅的副总徐某时，他马上深有同感地说：“其实这些都是计调的失误。现在经过旅游市场整顿后，旅行社上层的管理步入正轨了，导游员行为也都逐渐规范了，但这中间的计划调度却没有很好地治理。好多人说一个团队的好坏取决于导游，但说实在的，那只是表面，最根本的还取决于计调的安排。一旦失误，许多环节衔接不上，导游就会遭受到一些莫名的冤屈。”

徐某认为，很多时候计调可以说是团队的命脉。因为在整个行程的安排中，游客是几点到站、在哪儿接站、车辆的安排、什么时间吃饭、景点及购物的衔接，这些只有计调知道，而导游并不知道。细心的计调在导游接团前就应当详细地告知导游，以免出错。

但往往就有些计调不负责任，没能将所有细节告知导游。如，有导游去北京站接客人，但计调忘了说是在哪个出口接，导游也不知道对方全陪的电话，只好挨个出口找，最后让客人等了30分钟。客人哪里知道这是计调的失误，全将火撒在了导游身上，导游也只能忍着。像这样的事例还有很多。有一个30人的团队上车，但计调没通知该团有两个小孩，结果位子不够坐，导游只好站着讲解。几天的行程下来，导游都是站着的，心情肯定不好，有时就会影响到服务。

最让导游为难的就是计调和游客都对的情况。一个荷兰团队爬完金山岭后，下午2点吃了午饭，5点钟团队返回宾馆，5点半吃晚饭。客人们要求回房间洗一洗换身衣服再吃饭。导游一想，吃饭时间是计调安排的，如果往后延，宾馆也不干，那么多团队一餐一餐都压着，刚好这个时间是留给自己这个团队的。但客人们的要求也是合情合理的，谁愿意一身臭汗地吃饭。这名导游挺聪明，没有擅自更改吃饭时间，而是给旅行社打了个电话，将情况说明，征得旅行社同意后，再将晚饭时间往后延了。一位资深的业内人士说，这就需要计调在安排上必须有灵活性，同时多与老导游交流，知道什么时间什么地方容易堵车，景点什么时候开门，等等。比如说，雍和宫星期一不开门，计调不知道，安排了相应行程，导游带着团队第二天还得再去一次，可司机就不愿意了。

有人说，既然这样，何不将计划都交给导游来安排呢？徐总说，这是最不可行的。一旦由导游安排行程，而又没将行程内容告知社里，旅行社便失去了对导游的客观控制。如果有事找导游或者是团队里的客人，就可能找不到；但若是计调安排的，旅行社会根据行程在团队即将前往的地点给其留言，更重要的是便于对导游的掌控。如果导游将所有景点删除，全部都安排成购物，那岂不是坏了旅行社的名声？

于是，计调在一个旅行社中的重要性再一次显现出来。

（资料来源：旅交汇网站 www.17u.net）

第二节 计调工作十点能力、五点性质

旅游业正朝着国际化、大型化、网络化发展，这是一个更强调服务个性化的时代，对旅行社计调人员素质的要求也越来越高。计调人员能否组合出更具个性化的旅游产品，正成为旅行社之间竞争的着力点。

计调人才也在旅游业中越来越抢手。计调，是计划调度的简称，旅行社的计调主要负责新线路的开拓、食宿谈判、行程安排、成本核算等经营管理工作，旅行社开辟一个线路、带一个团能否赚钱、盈利多少，全靠计调进行掌控和核算，因而计调也被称为旅行社的中枢。

一、计调工作十点能力要求

做旅行社计调工作不仅需要技巧，更需要一定的能力。这个岗位是旅行社的核心岗位，所以计调人员的工作能力以及工作质量直接影响到旅行社的收益。那么，计调人员应该具备哪些能力呢？

（1）业务熟练。必须对团队的旅行目的地情况、接待单位的实力、票务运作都胸有成竹。

（2）具有敬业精神。必须热爱旅游事业，计调工作其实是很枯燥的，由无数琐碎的工作环节组成，没有敬业、乐业的精神，是无法把这份工作做好的。

（3）认真细致的工作态度。旅游是个一环紧扣一环的活动，而负责将这些“环”紧扣在一起的工作便由计调人员去完成。如果没有认真负责的工作态度，票务、用车、接送团队等其中一“环”没扣好或没扣上，就会出现一招不慎、满盘皆“乱”的失控局面。

（4）精确的预算能力。必须要做到成本控制与团队运作效果相兼顾。也就是说，必须在保证团队有良好的运作效果的前提下，能在不同行程安排中编制出一条最经济，能把成本控制得最低的线路出来。

（5）具有不断学习、创新的能力。旅游市场千变万化，计调人员必须要懂得不断学习的重要性，认真了解旅游市场及各旅游目的地的变化、各地接待单位实力的消长情况等，还要根据学习的收获，不断对工作方法进行创新，跟上时代潮流的发展。

（6）良好的人际关系和较强的交际能力。计调人员大部分时间会与旅游者和旅游相关部门打交道，善于人际协调和沟通是做好计调工作的基本条件。在与有关部门、单位的协作中，要善于配合、谦虚谨慎、广交朋友，同时注意维护本旅行社的声誉。譬如，计调人员在与合



作单位洽谈时，既要愉快合作，又常常要频繁地讨价还价，为旅行社取得优惠的协议价格，争取最大的经济效益，这就要求计调人员需具有较高的谈判水平，善于人际沟通，才能获得最大利益，又不伤和气，实现双赢。

(7) 较强的应变能力。对于团队运作中出现的突发事故、紧急事件，计调人员要有应变能力和及时处理的能力，重大问题要及时请示，排除团队问题，保证团队质量。

(8) 较强的法制观念。要严格遵守财务制度和遵守单位的各项规定，自觉维护国家和集体利益，绝不谋取私利。

(9) 良好的计算机应用能力。网络化操作时代，计调人员必须具备良好的计算机应用能力，要能熟练打字和运用各种办公软件，MSN 和 QQ 作为办公辅助软件要合理应用于工作，此举可为旅行社节约电话费用，有利于控制操作成本。

(10) 有一定的地理、历史知识及文案写作能力。中国传统的六大行政区域或旧经济协作区如何大致划分、国际几大板块的划分，国内外热点旅游城市的分布，自然景观的地域特性，人文景观的历史渊源以及相应的地理、历史常识，这些都是计调人员必须掌握的业务知识。设计行程时，恰如其分的修饰词藻比干瘪无趣的行程叙述更加生动、更能激发游客在看到行程时的参团欲望；合作单位往来间的公文交流等同样要求计调人员具备一定的文学修养和文案写作能力。

二、计调工作的五点性质

旅行社的形象代表，计调首当其冲。它是旅行社完成地接，落实发团计划的总调度、总指挥、总设计。“事无巨细，大权在握”，具有较强的专业性、自主性、灵活性。如果说“外联”是辛勤的采购员，那么计调就是“烹饪大师”，经他们的巧手要把“酸、甜、苦、麻、辣、咸”等不同滋味调制出来以满足不同团队的“口味”。

1. 人性化

计调人员在讲话和接电话时应客气，礼貌，谦虚，简洁，利索，大方，善解人意，体贴对方，养成使用“多关照”“马上办”“请放心”“多合作”等谦词的习惯，给人以亲密无间、春风拂面之感。每个电话、每个确认、每个报价、每个说明都要充满感情，以体现与对方合作的诚意，表达自己作业的信心，显示己方准备的实力。书写信函、公文要规范化，字面要干净利落、清楚漂亮、简明扼要、准确鲜明，以赢得对方的好感，以换取对方的信任与合作。一个优秀的计调人员，一定是这个旅行社多彩“窗口”的展示，像“花蕊”一样吸引四处的“蜜蜂”纷至沓来。

2. 条理性

计调人员一定要细致地阅读对方发来的接待计划，重点是具体时间、人数、用房数、是否单双间、小孩是否占床、是否用早餐、税收如何缴纳，抵达交通工具的准确时间和抵达口岸等。核查中发现问题及时通知对方，迅速进行更改。此外，还要看看人员中是否有少数民族或宗教信仰徒，饮食上有无特殊要求，以便提前通知餐厅；如果发现有人在本地过生日的游客，

记得要送他一个生日蛋糕以表庆贺。如人数有增减，要及时进行车辆调换。条理化是规范化的核心，是标准化的前奏曲，是程序化的要求。

3. 周到性

“5定”（定房、定票、定车、定导游员、定餐）是计调人员的主要任务。尽管事物繁杂缭乱，但计调人员头脑必须时刻清醒，逐项落实。这很像火车货运段编组站，编不好，就要“撞车”，甚至“脱节”。俗话说：“好记性不如烂笔头。”要做到耐心周到，还要特别注意两个字。第一个字是“快”，答复对方问题不可超过24小时，能解决的马上解决，解决问题的速度往往代表旅行社的作业水平，一定要争分夺秒，快速行动。第二个字是“准”，即准确无误，一板一眼，说到做到，“不放空炮”，不变化无常。回答对方的询问，要用肯定词语，行还是不行，“行”怎么办，“不行”怎么办，不能模棱两可，似是而非。

4. 多样性

组一个团不容易，游客往往要求价格要低，服务质量要好，计调人员在其中发挥很大作用。因此，计调人员要对地接线路多备几套不同的价格方案，以适应不同游客的需求，同时留下取得合理利润的空间。同客户“讨价还价”是计调人员的家常便饭。有多套方案，多种手段，计调就能在“变数”中求得成功，不能固守“一个打法”，方案要多、要细、要全，才能“兵来将挡，水来土掩”，纵然市场千变万化，我有一定之规，方能备不时之需。

5. 知识性

计调人员既要具有正常作业的常规手段，还要善于学习，肯钻研，及时掌握不断变化的新动态、新信息，以提高作业水平，下工夫学习新的工作方法，不断进行“自我充电”，以求更高、更快、更准、更强。如要掌握宾馆饭店上下浮动的价位；海陆空交通工具价格的调整；航班的变化；本地新景点、新线路的情况。不能靠“听人家说”，也不能仅靠电话询问，应注重实地考察，只有掌握详细准确的一手材料，才能沉着应战，对答如流，保证作业迅速流畅。

第三节 计调工作的两大核心、三点要求、五大素质

计调人员不仅要“埋头拉车”，也要“抬头看路”，要先学一步，快学一步，早学一步，以丰富的知识武装自己，以最快的速度从各种渠道获得最新的资讯，并付诸研究运用，才可以“春江水暖鸭先知”。虚心苦学、知识化运作其实是计调工作最大的窍门。

一、两大核心

(1) 成本领先，掌握着旅行社的命运，因而要与接待旅游团队的酒店、餐馆、旅游车队及合作的地接社等洽谈接待费用。一个好的计调人员必须要做到成本控制与团队运作效果相