



- 精品课程配套教材
- 校企合作优秀教材
- 21世纪应用型人才培养“十三五”规划教材

LXXINGSHE JITIAO YU WAILIAN SHIWU

旅行社计调与外联实务

主编 伍建海 张怀鹏

湖南师范大学出版社



- 精品课程配套教材
- 校企合作优秀教材
- 21世纪应用型人才培养“十三五”规划教材

LVXINGSHE JITIAO YU WAILIAN SHIWU

旅行社计调与外联实务

主 编 伍建海 张怀鹏
副主编 黄 丽 兰 琳 张 勇
刘志霞 魏菊芳 张 琳
伍百军 张 庆 张 娟

湖南师范大学出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

旅行社计调与外联实务 / 伍建海, 张怀鹏主编. —长沙: 湖南师范大学出版社, 2015. 7
21 世纪应用型人才培养“十三五”规划教材
ISBN 978-7-5648-2195-1

I. ①旅… II. ①伍… ②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 (2015) 第 165152 号

旅行社计调与外联实务

主编: 伍建海 张怀鹏

◇全程策划: 凌永淦

◇组稿编辑: 杨君群

◇责任编辑: 张晓芳

◇责任校对: 何远翠

◇出版发行: 湖南师范大学出版社

地址/长沙市岳麓山 邮编/410081

电话/0731. 88853867 88872751 传真/0731. 88872636

网址/http: //press. hunnu. edu. cn

◇经 销: 全国新华书店 北京志远思博文化有限公司

◇印 刷: 北京百善印刷厂

◇开 本: 787mm×1092mm 1/16

◇印 张: 14. 25

◇字 数: 360 千字

◇版 次: 2015 年 7 月第 1 版 2015 年 7 月第 1 次印刷

◇书 号: ISBN978-7-5648-2195-1

◇定 价: 32. 00 元

高等院校教育

教材研究与编审委员会

主任：陈德怀

常务委员：胡宝华 李雷 潘力锐 龚波

夏巍 丽平 刘铁明 朱志峰

委员：(排名不分先后)

江敏	吴志全	刘庚碧	邓有林	朱长元
黄海	韩丽莎	刘仁芬	张叶栩	刘志东
阳源	初秀伟	李以渝	刘建国	徐春桥
禹利萍	周启胜	万智勇	李建宁	熊婷
刘涛	高进	吴志明	郑晖	叶春辉
李裕民	夏洁云	吴立炎	黄伟祥	钟建坤
喻凤生	侯德宏	武怀军	赵锦权	冯国敏
吴士田	彭继玲	李友云	蔡映红	郑明娥
陈灵仙	丁良南	刘永	张洪雷	绳传冬
杨中纲	李庆东	田嘉	李丰雪	张华
赵海燕	王军	郭伟伟	刁俊	吴坤
郑涛	杨耘	齐振东	顾美君	陈华平
张宏旭	姜胜中	霍义平	李志敏	诺敏
龚云平	李梅	沈易娟	袁芬	魏宁
郑聪	刘延	汤伟光	张海彬	李霞
王志强	彭晓娟	那仁图亚		

前言

长期以来,我们对于旅行社行业的关注更多的仅限于导游,而对于旅行社行业的幕后英雄旅行社计调和外联销售却知之甚少。计调、销售、导游构成了旅行社中的三大核心业务岗位,他们分工明确,共同完成每一次旅游活动的组织和接待工作。计调和销售对之一个旅行社重要性不言而喻。旅行社要生存,首先需要有足够的客源,而这个任务就落在了外联销售的身上,有了客源,还必须要要有高质量的组织接待安排,这个任务就落在了计调身上。每一次圆满的旅游活动,是计调、销售和导游辛苦汗水的结晶。如果把导游比作舞台上的舞者,那计调和销售就是舞台幕后的策划和制片,他们同样值得我们去关注。

目前市场上关于导游类的书籍非常多,而有关计调和外联销售方面的教材却非常少,这是一个关注方向的问题,也是本教材团队编写本教材的目的。我们希望通过编写这本教材,引起各高职院校重视旅游管理专业学生在计调和销售方面的专业能力的培养,这也符合目前旅行社企业对人才的需求。本教材将计调和销售合二为一,主要也是因为计调和销售在实际工作中的联系是非常紧密的,基本是承前启后的一种工作关系。

本教材由广东轻工职业学院伍建海、山东外事翻译职业学院张怀鹏担任主编并编写第一部分和第三部分,由武汉城市职业学院黄丽、长沙航空职业技术学院兰琳、四川工业科技学院张勇、广东农工商职业技术学院刘志霞、汕尾职业技术学院魏菊芳、茂名职业技术学院张琳、罗定职业技术学院伍百军、张家界航空工业职业技术学院张庆、四川商务职业学院张娟、湖北工业职业技术学院于颖担任副主编并编写第二部分。

目前有关旅行社计调和外联相关的教材和参考文献比较少,加之编写团队的水平所限,所以本教材的内容会存在不足,还希望同行和专业人士提出宝贵意见,指导我们编写出更完善,更专业的教材。

编者

2015年7月

C 目录 Contents



第一部分 旅行社计调实务	1
第一章 现代旅行社计调概述	1
第一节 现代旅行社计调和计调部	2
第二节 计调在旅行社中的角色地位及工作特点	6
第三节 计调的知识、技能、素质要求	8
第二章 相关旅游要素采购知识	12
第一节 采购旅游资源	12
第二节 采购旅游住宿	23
第三节 采购旅游团队餐饮	30
第四节 采购旅游交通	35
第三章 旅行社产品设计及报价	50
第一节 如何设计旅行社产品	50
第二节 如何进行旅行社产品报价	58
第三节 组团计调的计价和发团流程	66
第四节 地接社计调的计价和发团流程	68
第五节 出入境计调的计价和工作流程	72
第二部分 旅行社外联销售	80
第四章 旅行社外联销售概述	80
第一节 外联销售的基本内容和岗位职责	80
第二节 外联销售人员的素质要求	81



第五章 情商与销售的关系	86
第一节 情商概述	86
第二节 如何进行后天情商培养	92
第六章 现代旅行社外联销售业务	134
第一节 寻找客户的几种途径	134
第二节 电话销售知识及技巧	136
第三节 上门拜访客户注意事项	148
第四节 客户关系管理概述	155
第五节 销售员客户关系维系技巧	159
第六节 签订旅游合同	170
第三部分 旅行社计调与外联人员宝典	176
【宝典1】团队国内旅游合同(示范文本)	176
【宝典2】团队出境旅游合同(示范文本)	186
【宝典3】大陆居民赴台湾地区旅游合同(示范文本)	196
【宝典4】中华人民共和国旅游法(全文)	206
参考文献	219
11	11
12	12
13	13
14	14
15	15
16	16
17	17
18	18
19	19
20	20
21	21
22	22
23	23
24	24
25	25
26	26
27	27
28	28
29	29
30	30
31	31
32	32
33	33
34	34
35	35
36	36
37	37
38	38
39	39
40	40
41	41
42	42
43	43
44	44
45	45
46	46
47	47
48	48
49	49
50	50
51	51
52	52
53	53
54	54
55	55
56	56
57	57
58	58
59	59
60	60
61	61
62	62
63	63
64	64
65	65
66	66
67	67
68	68
69	69
70	70
71	71
72	72
73	73
74	74
75	75
76	76
77	77
78	78
79	79
80	80
81	81
82	82
83	83
84	84
85	85
86	86
87	87
88	88
89	89
90	90
91	91
92	92
93	93
94	94
95	95
96	96
97	97
98	98
99	99
100	100

第一部分 旅行社计调实务

讲授重点

1. 计调的工作内容和素质要求；
2. 采购相关旅游要素的流程和注意事项；
3. 计调时如何进行线路设计？
4. 如何进行线路价格预算？
5. 计调的分类及相应的工作流程。

第一章 现代旅行社计调概述

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了。这位导游事后表示上午参观的时间并不合理，并说了许多理由，而这些理由还真都是为了客人着想的。他说，其实都是计调没有安排好，都说团队带得好坏靠导游，但是很多时候，计调才是旅游行程中的命脉。

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，又安排客人12点半吃午饭。客人觉得刚吃过早饭，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，让客人又吃了一顿。虽然是没有违反规定，但客人们都不高兴了。“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。

针对这种情况，某行业人士深有同感地说：“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,最根本的还是取决于计调的安排。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。”

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,游客几点到站、在哪儿接站、车辆如何安排、什么时间吃饭、去景点及购物如何衔接,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。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,有时就难免会影响到服务质量。

最让导游为难的就是计调的安排和游客的要求都合理的情况。一个荷兰团队爬完金山岭后,下午两点吃了午饭。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。这名导游挺聪明的,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,还是安排了,导游带着团队去,结果是白去,第二天还得再去一次,可司机就不愿意了。

有人说,既然如此,何不将计划都交给导游来安排呢?相关专业人士表示这是最要不可取的。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,而更重要的是便于对导游的掌控。如果导游将所有景点取消,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。

第一节 现代旅行社计调和计调部

一、我国旅行社计调工作经历的不同时期

旅行社计调业务是与近代旅行社同步产生的。近代旅行社产生于19世纪中叶的英国,

它是社会经济、文化发展的直接结果，也是旅游活动长期积累的产物。新中国成立以来，我国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，我们的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担任，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多。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的信息进行整理、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。

二、什么是旅行社计调

计调就是计划与调度的结合称谓。计调在从事国际旅游业务的旅行社中通常被称之为 OP (Operator)，意为操作者。简言之，计调工作主要是指在旅行社的接待业务工作中，为旅游团安排各种旅游活动所提供的间接性服务。包括：①食、住、行、游、购、娱等事宜的安排；②旅游合作伙伴的选择；③旅游接待计划的制订和下发；④旅游预算单的编制；⑤导游人员的委派等业务；⑥为确保这些服务而与其他旅游企业或有关行业、部门建立合作关系等。

在旅行社的经营管理中，外联、计调、接待构成了旅行社业务的三大块，与财务、人事等后勤部门组成了整个旅行社的运作体系。计调在旅行社整体运作中发挥着极其重要的



作用。在旅游行业中，一直就有着“外联买菜、计调做菜、导游带游客品尝大餐”的说法，外联、导游、计调各司其职，都是旅行社业务中十分重要的角色。当人们把目光集中到导游与外联身上的时候，往往对旅行社的幕后英雄——计调关注过少。其实，计调人员犹如饭店的厨师，其素质与水平的高低，决定着旅游行程的服务质量。所以有人把“计调”比喻为“旅游行程中的命脉”。

三、计调部门的设置

目前，我国旅行社计调部门的设置不尽相同。不管是中、小型旅行社还是大型国际旅行社，基本上都是根据其业务范围及业务量来设置计调部门及配备计调人员的。

在规模较小的旅行社及门市部，一般是以经理负责制配置两三名计调人员。计调人员身兼数职，他们既要做计调，还要做导游，有的甚至还要做门市接待，这是由小型旅行社人手少所决定的。而在中等规模的旅行社，通常计调部门是独立的，按其主打业务分为组团部及接待部。规模较大的国际旅行社按其业务能力设有国际部、国内部，其部门的职能相当于小型旅行社；按其业务面又设有出境中心、入境中心、国内长线部、国内短线部等分部。

四、计调的岗位职责

计调部门是旅行社工作的核心部门。由于各旅行社的规模和管理方式不同，旅行社计调部门的组织架构也有较大的差异。但计调工作岗位的职责具有共性，一般包括收集信息资料、计划统计、对外联络、订票业务、订房业务、内勤业务、调度变更等工作。

1. 收集信息资料

负责收集各种资料和市场信息，为有关部门决策提供参考。具体包括：收集、整理来自旅游业的各种信息；将汇编的信息资料下发给有关部门，并编号存档；向旅行社的决策层提供所需信息及资料分析报告；收集旅游团的反馈信息并制作列表。

2. 计划统计

负责根据本部门的业务要求编制各种业务计划，统计旅行社的各种资料，并做好档案管理工作。具体包括承接并向有关部门及人员分发旅游团的接待计划；承接并落实各地旅行社发来的接待计划；编写本社相关市场的年度业务计划；统计本社相关市场的旅游业务月、季报表，编写接待人数月、季报告；向旅行社的决策部门、财务部门提供旅游团流量、住房、交通等方面的业务统计及分析报告。

3. 对外联络

负责对外联络和信息反馈事宜。具体包括：选择和联络本部门的合作者，对外报价和接受报价；传播并反馈各种信息，向上级主管提供各种资料，协调与相关部门的关系；做好昼夜值班记录和电话记录，将相关信息准确无误地进行转达与传递；对本社相关市场的接待计划做到了如指掌，并在登记表上及时标出接待团的编号、人数、服务等级、订房情况、抵离日期、下一站城市、航班或车次时间等；掌握旅游团取消、更改情况，并及时通

知有关人员做好接待调整工作。

4. 订票业务

负责旅游团(者)各种交通票据的订购。具体包括负责落实旅游团(者)的飞机、车、船等交通票据,并及时落实情况转告有关业务部门或人员;在接到各业务部门有关旅游团(者)人数、航班或车次的变更通知时,及时与有关合作单位联系,处理好更改、取消事宜;负责计划外旅游团(者)的飞机、车、船票的代订业务,并根据委托代办的要求办理订座和再确认事项;根据组团社的要求或旅游团的人数规模,负责办理申请包机/专列手续,代表计调部门签订包机/专列协议书,并将情况转告有关业务部门,以便落实具体衔接工作;负责本社相关市场的陪同导游和外地组团社全陪的飞机、车、船票的代订工作;负责与合作单位做好旅游团(者)票务方面的财务结算工作。

5. 订房业务

负责相关市场的旅游团(者)的各种订房业务。具体包括负责与饭店洽谈房价,签订订房协议书;根据接待计划中的客房预订要求,为旅游团(者)及陪同预订住房;负责住房预订的变更、取消事宜;负责包房使用、销售、调剂工作;负责旅游团(者)住房流量表的制作及其单项统计;协同财务部门做好旅游团用房的财务核算工作。

6. 内勤业务

负责部门内各种内勤工作。具体包括与餐馆、车队洽谈并草拟协议书;根据接待计划,为旅游团订餐、订车,做好有关餐、车预订的变更或取消工作;负责安排宴请、自助餐会、大型招待会;为旅游团(者)预订文艺节目票,负责落实专场演出等;负责安排特殊要求的参观、访问、拜会。

7. 调度变更

负责调度各种交通工具,并做到准确、及时、条理分明、灵活。

计调人员是旅游活动的幕后操纵者,是旅行社完成地接任务,落实发团计划的总调度、总指挥、总设计。对计调部而言,成本控制与质量控制是两大核心工作。

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兼顾,也就是说,必须在保证团队有良好运作效果的前提下,在不同行程中编制出一条能把成本控制到最低的线路。在旅游旺季,计调人员要凭借自己的能力争取到十分紧张的客房、餐位等,这对旅行社来说,相当重要。

质量控制,就是在细心周到地安排团队行程计划书外,还要对所接待旅游团队的整个行程进行监控。因为导游在外带团,与旅行社唯一的联系途径就是计调部,而旅行社也恰恰是通过计调部对旅游团队的活动情况进行跟踪、了解,对导游的服务进行监督,包括代表旅行社对游客在旅游过程中的突发事件进行灵活应变的处理。

五、计调部与其他部门和单位的协作关系

1. 计调部与总经理(室)及外联、接待、财务(部)的协作关系

(1) 与总经理(室)的协作



作为部门的主管领导，总经理需要随时随地了解和掌控部门的团队信息。为了让领导能及时准确地掌握部门的团队信息，计调部务必无一遗漏地，严格按照业务操作流程的要求，将部门大大小小、里里外外的团队信息随时上报。上报的手段和渠道可以不尽相同，如电子邮件的形式，简便、快捷、高效。

(2) 与外联（部）的协作

计调部与外联部的协作主要是计划的往来交送，团队更改通知的及时下达。

(3) 与接待（部）的协作

计调部与接待部的协作主要是陪同的甄选安排。

(4) 与财务（部）的协作

计调部与财务部的协作主要是及时提供信息，保障结算准确，团款及时到账。

以上几方面的协作中，计调部都要坚持：对主管领导要及时上报，及时请示；对各兄弟部门要分工合作，明确责任。

2. 计调部与交通运输、游览景区、餐饮饭店和其他旅行社等外部旅游相关行业的协作关系

(1) 及时沟通，互通有无

旅游产品的组合特点决定了旅行社要与交通运输、游览景点、餐饮饭店和其他旅行社等旅游相关行业建立广泛的采购协作网。为了确保旅游产品行、游、住、食、购、娱各个环节的服务供给，计调部务必要与这些网络及时沟通，互通有无。

(2) 随时更新，保障时效

计调部的对外采购和协调业务，是保障旅游活动顺利进行的前提条件。因此，计调部提供的信息必须是及时的，任何滞后、失真的信息都会造成旅游者的不满，甚至投诉，从而影响旅行社的声誉，严重的还会使旅行社蒙受经济损失。总之，计调部要定期与这些网络进行联系，保持信息的及时传送，并随时将得到的信息归纳整理、删旧增新，发送给各个相关协作部门。

第二节 计调在旅行社中的角色地位及工作特点

团队运作顺利，说明计调工作尽心尽责；团队出现投诉及质量问题，说明计调在选择接待社及安排导游人选上出现失误，不够严谨。处理投诉及善后事宜，如何降低损失、维护旅行社声誉及利益取决于计调的应变能力；工作计划、产品线路和同业的抉择一成不变，反映了计调的庸碌无为。培养一名称职的计调人员要花费大量的人力和物力，一个运作班底的组成或一个新旅行社的开办，首先要考虑的人才就是计调。一个尽心尽责的计调可以协助公司的前台、外联收客，让经理放心；一个粗心随意的计调会让所有员工提心吊胆。计调在旅行社中的重要性体现在：

(1) 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。

(2) 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。

(3) 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，预订各种服务，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，取消或重订服务项目。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。计调业务实际上也就是旅行社的经营内容。

(4) 旅行社计调是旅游行程的命脉。计调的工作任务繁重，它包括采购、计划、团控、质量、核算等内容。外联人员和旅游团队取得联系后，接下来就是计调部要发挥作用的时候了。计调部会根据团队客人的特点和要求，进行用车的调配、行程的安排、饭店的落实、票务的预订、景点的确认等，然后交给接待部门，派导游去执行。可以说，旅行社是通过计调人员的有效运作，使各部门形成完整、互动的经营体系的。而在这一系列的计调运作中，疏忽任一环节，都会严重地影响团队服务质量。

计调工作的主要特点有：

(1) 具体性。计调工作，无论是收集本地区的接待情况向其他旅行社预报，还是接受组团社的业务接待要约，编制接待计划，都是非常具体的事务性工作，计调部总是在解决和处理采购、联络、安排接待计划等具体工作中忙碌。

(2) 复杂性。第一，计调业务的种类繁多，涉及采购、接待、票务、交通，以及安排旅游者食宿等工作；第二，计调业务的程序繁杂，从接到组团社的报告到旅游团接待工作结束后的结算，无不与计调人员发生关系；第三，计调业务涉及的关系繁杂，几乎与所有的旅游接待部门都有业务上的联系，协调处理这些关系贯穿于计调业务的全过程。

(3) 多变性。计调业务的多变性,是由旅游团人数和旅行社计划的多变性决定的。旅游团的人数一旦发生变化,几乎会影响到计调人员的所有工作,可谓“牵一发而动全身”。此外,我国的交通和住宿条件不能保证正常供给,也给计调工作带来许多的不确定性。

(4) 灵活性。计调工作的灵活性表现在旅游线路变更的灵活性。计调部门在旅游旺季或者春运期间,因火车票或其他交通票据紧张而不得不改变行程线路;有时候为了与其他旅行社竞争而灵活变更旅游线路;有时候则为了满足游客的需求,灵活变换所乘交通工具,正可谓“条条道路通罗马”。

第三节 计调的知识、技能、素质要求

计调的工作具有较强的专业性、自主性、灵活性,而不是一个简单重复的技术性劳动。计调岗位十分需要高素质、高水平的人员,一个优秀的导游或外联人员能直接给旅行社带来客源效益,计调人员的价值也同样重要。这位幕后英雄优秀与否,是旅行社经营运作的一个重要元素。

一、计调人员的知识要求

1. 对旅游资源的掌握

线路设计是旅行社计调人员的核心工作之一,这就要求计调人员对各地的旅游资源要非常熟悉。正所谓“读万卷书,不如行万里路”,要实现了对很多旅游景区的了解和熟悉,导游工作是一个非常好的选择。所以,计调人员最好是导游工作出身,这样对于计调工作能带来事半功倍的作用。而且从现在旅行社推出的线路来看,省外游和国外游的旅游线路相对比较固定,基本都是游玩一些经典、有代表性和特色性的旅游景点,而省内游线路变化多,样式丰富,且组合灵活,计调人员对本省的旅游资源更要了如指掌。

2. 对相关采购要素知识的掌握

旅游线路是将食、住、行、游、购、娱组合在一起。旅行社只是旅游服务的中间商,必须通过采购相应的旅游要素才能设计不同的旅游产品。计调人员要掌握相应的机票预订知识,旅游大巴租赁知识和其他交通工具的采购知识;要了解酒店房间类型和掌握各旅游目的地提供团队餐饮的餐厅联系方式等。

3. 良好的计算机应用知识和一定的文案写作能力

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,可为旅行社节约电话费用,有利于控制操作成本。设计行程时,恰如其分的修饰词藻比干瘪无趣的行程介绍更加生动、更能激发游客在看到行程单时的参团欲望;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。

4. 具有一定的成本核算知识

计调人员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、成本控制得最好的线路。

二、计调人员的技能要求

1. 线路制作的有效性

计调人员经常需要一些新的线路及其制作,这时就要发挥计调人员的积极性,需要他们准确地制作一系列有效的线路和产品。

2. 产品报价的准确性与竞争性

计调人员不仅需要一系列有效的线路,还需要其线路或产品报价的准确性。这样他们在对外与其他旅行社竞争时才有胜算的把握,才具有一定的竞争性。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。

3. 协调好与组团社或地接社的关系

(1) 协调好与组团社的关系

作为地接社的计调部,要协调好与组团社的关系,正确对待每一个旅游团,要确保其服务质量。

(2) 协调好与地接社的关系

作为组团社的计调部,也要协调好与地接社的关系,不要以为自己是组团社而摆出“大姐大、大哥大”的样子,组团社与地接社的关系,可以说是“唇齿相依”的关系,与各地接社建立良好关系,关系到每一个旅游团的服务质量问题。

4. 与各合作单位的协调性

协调好与饭店、餐厅、景点、车队等单位关系,一个环节协调不好,就会影响全局,影响整个服务质量。

三、计调人员的素质要求

1. 敬业精神和责任心

计调工作应该说其实是很枯燥的,是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。旅游是个一环紧扣一环的活动,而负责将这些环节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。

2. 业务熟练

计调人员必须对整个旅游环节非常熟悉,业务熟练。一般来说,计调人员多是做过几年导游的,有着较丰富的带团实践经验,对计调部业务轻车熟路。

3. 良好的人际关系和谈判的技巧

旅行社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,应善于配合、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,既要合作



愉快，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，乃至实现双赢。

4. 严格的组织纪律观念

对有关重大问题，必须多向领导请示汇报，批准后再进行处理，千万不可擅自决定，否则后果不堪设想。

5. 应具有风险和法律意识，对旅游相关法规要了如指掌

要严格遵守财务制度，要懂得相关的法律知识，必须在不违反国家法规的条件下操作团队。

6. 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，旅行社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。

7. 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，不断向经验丰富的导游人员和计调人员学习；认真了解旅游市场、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，不断对工作进行创新，跟上时代潮流的发展。

旅行社需要什么样的计调？

在旅行社的经营管理中，销售部、计调部、接待部构成了旅行社具体操作的三大块，与财务、人事等后勤部门组成了整个旅行社的运作体系。其中，计调部起着联系各方的作用。计调就是计划调配的意思，它的运作通常是这样的：从销售部或销售人员手中接下任务后，计调人员开始操作，进行用车的调配、行程的安排、酒店的落实、票务的预订、景点的确认等，然后交给接待部门执行。通过计调部的有效运作使各部门形成完整的、互动的经营体系。

许多行外人士甚至部分旅行社经营管理人员都有一种误解，认为在有关旅行社的服务质量投诉中，很大部分是由于员工的素质及服务态度造成的。但据有关资料分析，旅行社发生的服务质量问题，其根源很大部分可追溯到计调人员的操作上。

问题通常会这样发生：

1. 计调人员与销售人员的沟通有误。

没有与销售人员充分沟通，没有充分了解客人的要求，诸如团队中客人的组成，客人对行程首站、末站的要求等。在操作中过分地赋予了计调人员个人主观、甚至是想当然的东西，总以为这样安排，客人通常都不会有意见。结果“菜”是做出来了，却不合客人的口味。

2. 计调人员与接待人员沟通不足。

没有完整、清晰、准确地向接待部门阐明接待的细则和要求，尤其在常规线路的操作上面，以为已驾轻就熟而导致麻痹大意，认为不用说都明白了，结果，自以为是的主观臆断往往导致意想不到的问题的发生。

3. 对行程松紧安排不当。

把行程安排得时紧时松，弄得客人时而疲于赶路，以到达某预定的酒店入住，时而