

现代旅行社业务手册

Handbook for Operators

周晓梅◎编著

计调部

实 操 手 册



旅游教育出版社

现代旅行社业务手册

Handbook for Operators

周晓梅◎编著

计调部

实操手册

150024

(010) 62778402 62728373 62714653 (传真)

www.telp.com

tel@163.com

首都师范大学出版社

北京世纪星源印刷有限公司

北京世纪星源印刷有限公司

861000

889 × 290 × 216

1/16

127 千字

2007年8月第1版

2007年8月第1次印刷

16.00元

20.00元

(本社地址: 北京世纪星源印刷有限公司)

旅游教育出版社

·北京·

策 划:丁海秀

责任编辑:张 毅

图书在版编目(CIP)数据

计调部实操手册/周晓梅编著. —北京:旅游教育出版社,2007. 6

ISBN 978 - 7 - 5637 - 1506 - 0

I. 计… II. 周… III. 旅行社—企业管理—手册 IV. F590.63

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2007)第 085887 号

现代旅行社业务手册

计调部实操手册

周晓梅 编著

出版单位	旅游教育出版社
地 址	北京市朝阳区定福庄南里 1 号
邮 编	100024
发行电话	(010)65778403 65728372 65767462(传真)
本社网址	www. tepcb. com
E - mail	tepx@ 163. com
排版单位	首都经济贸易大学出版社激光照排部
印刷单位	北京科普瑞印刷有限责任公司
装订单位	北京科普瑞印刷有限责任公司
经销单位	新华书店
开 本	787 × 960 1/16
印 张	11
字 数	157 千字
版 次	2007 年 8 月第 1 版
印 次	2007 年 8 月第 1 次印刷
印 数	1 - 5000 册
定 价	20.00 元

(图书如有装订差错请与发行部联系)

前 言

自《计调部操作实务》出版以来,反响良好,一些旅行社和读者纷纷给我打电话沟通探讨、交流咨询,受到多方人士的肯定和支持。大家的赞扬,犹如此时窗外的鞭炮声,令我心潮澎湃。

恰在此时,旅游教育出版社不失时机地作出决定,拟出版《计调部操作实务》的姊妹篇——《计调部实操手册》,并让我继续承担该书的编著工作。在此,我谨向旅游教育出版社表示真挚的感谢。

《计调部实操手册》的编写,是在《计调部操作实务》基础上进行的。其体例上有新变化,力求具体和实用。希望该书能够对旅行社从业人员,尤其是计调人员的工作有所裨益。

《计调部实操手册》的编写工作,由武汉职业技术学院旅游与航空服务学院的周晓梅执笔。

在这里,我要感谢武汉职业技术学院旅游管理教研室的焦巧老师、雷晶老师、程茜老师、蒋永业老师等所做的前期工作;还要感谢四川旅行社的同仁、武汉的一些旅行社,尤其是武汉江南假日旅行社的同仁对我编写工作的支持!

同时,我要感谢我的家人。谨以此书献给我已去世的父亲。

由于可借鉴资料的短缺,以及自身水平的局限和编写时间的仓促,疏漏之处诚请读者不吝指正。

编 者
2007年3月4日
元宵节之夜

目 录

前 言

第一章 计调部的职责	1
[培训要点]	1
[知识问答]	1
[问答1] 何谓计调?	1
[问答2] 你认为计调人员的主要职责是什么?	1
[问答3] 对计调部经理有哪些素质要求?	2
[问答4] 计调人员应该具备哪些职业素质?	3
[问答5] 计调部一味追求高标准的住宿就能满足客人的要求吗?	4
[问答6] 计调部经理能这样袒护其地陪吗?	4
[问答7] 计调部应如何安排旅游行程?	4
[问答8] 计调部经理不知道我国主要客源国概况称职吗?	5
[问答9] 计调人员对住宿饭店不熟悉会影响团队质量吗?	5
[问答10] 侥幸心理能保证带团质量吗?	5
[问答11] 普通话讲不好也会影响团队的运作吗?	6
[问答12] 怎样对待计调人员的流失问题?	6
[经典案例]	6
[案例1] 计划安排不周 影响游客利益	6
[案例2] 误机 谁的错	8
[案例3] 客人错 还是旅行社错	9
[案例4] 旅行社降低了住宿标准	11
[案例5] 回程买不到卧铺票	11
[案例6] 游客少游景点 谁的错	12
[案例7] 广告宣传名不副实	13
[案例8] 游客的自主选择权受法律保护	14
[思考练习]	14



第二章 计调部工作的原理和内容	16
[培训要点]	16
[知识问答]	16
[问答1] 何谓旅行社产品?	16
[问答2] 旅行社如何进行市场定位?	17
[问答3] 旅行社产品市场定位的策略选择有哪些?	18
[问答4] 为什么说计调人员是旅游活动的幕后操纵者?	18
[问答5] 旅行社与计调部的关系如何?	19
[问答6] 旅行社计调部具有哪些显著特点?	19
[问答7] 旅行社计调部有哪些作用?	20
[问答8] 旅行社对计调部的工作有哪些要求?	20
[问答9] 计调部业务有哪些操作方法?	21
[问答10] 计调部怎样与旅游定点商店进行合作?	22
[问答11] 计调部如何与保险公司进行合作?	22
[问答12] 计调部如何与景区景点进行合作?	23
[问答13] 计调工作是旅游行程的命脉吗?	24
[问答14] 计调部的安排不符合实际需求,导游员怎么办?	25
[问答15] 游客手中的“行程”怎么与全陪的“行程”不一样?	25
[问答16] 计调部门是如何降低团队成本的?	26
[问答17] 计调部门与团队的结算有关吗?	27
[问答18] 为什么没有竞争到该团队?	27
[问答19] 地接社有如此重要吗?	27
[问答20] 如何对待挑剔的全陪?	27
[问答21] 计调部门也可以满足游客的需求吗?	28
[问答22] 计划书或派遣证未盖旅行社公章如何处理?	28
[问答23] 门票协议签单未盖公章是否有效?	29
[问答24] 旅游责任险如何纳入成本?	29
[问答25] 为什么说迪斯尼乐园条款是“霸王条款”?	29
[问答26] 旅行社愿意接受迪斯尼乐园的“霸王条款”吗?	30
[问答27] 迪斯尼乐园“专横”有理吗?	30
[经典案例]	31
[案例1] 75人团被减 谁的责任更大	31
[案例2] 未上旅游保险 旅行社难辞其咎	34
[案例3] 四张火车票	35



[案例4] 游客遭遇不可抗力事件后	36
[案例5] 游客自行决定解除此次旅游合同后	37
[案例6] 如果游客不能按时返回	37
[案例7] 新问题也要早重视	39
[思考练习]	40
第三章 计调部产品设计和行程制定	41
[培训要点]	41
[知识问答]	41
[问答1] 关于旅游(旅行社)产品的含义。	41
[问答2] 计调部产品具有怎样的个别特征?	42
[问答3] 何谓产品形态? 怎样界定旅游产品的类型。	43
[问答4] 产品设计的原则有哪些?	43
[问答5] 旅行社产品开发的市場原则具体体现在哪些方面?	45
[问答6] 在旅游线路设计过程中应注意哪些问题?	45
[问答7] 举例说明旅游线路的设计。	46
[问答8] 如何设计旅游产品的流程?	47
[问答9] 如何设计旅行社产品?	49
[问答10] 如何拟订旅行社产品方案?	50
[问答11] 旅行社在拟订方案时应该注意哪些问题?	51
[问答12] 如何理解旅行社方案选择中的定性、定量分析?	51
[问答13] 如何制定旅游行程的内容?	52
[问答14] 在制定旅游行程时应遵循哪些原则?	54
[问答15] 旅游新产品开发的策略选择有哪些?	54
[问答16] 所有旅行社都需要进行全新产品开发吗?	55
[问答17] 在进行客源市场定位时考虑广度还是考虑精度?	55
[问答18] 能否选择一些折扣率大的地接社作为合作伙伴?	55
[问答19] 对于预期前景很好,但试销效果不尽如人意的 产品如何取舍?	55
[问答20] 在产品的设计时,如何避免因团款不到位而导致地接 社甩团现象的发生?	56
[问答21] 当游客提出更改旅游行程的要求时,计调部人员应该 如何处理?	56



[问答 22] 旅行社委派的导游员未征得游客的同意,擅自改变 旅游行程而遭到投诉,计调部是否应该承担违约责任?	56
[问答 23] 接团社计调部未能按接待计划为旅游团买到机票, 导致旅游团提前离开旅游地,计调人员应采取哪些措施?	56
[问答 24] 计调部委派的导游人员未征得该旅行团的同意, 擅自变更旅游团日程,后因天气原因,导致游客 未能前往某景点游览而遭到投诉。对此,旅行 社应该采取哪些措施?	56
[经典案例]	56
[案例 1] 旅游线路设计要实时监控	56
[案例 2] 江南农村游	57
[案例 3] 海南旅行社在竞争中求发展	58
[案例 4] 滑雪旅游线越烧越旺	59
[案例 5] 深圳国旅成功打造“新境界”	60
[案例 6] 天津市民时兴“个性游”	60
[案例 7] 旅行社转包旅游业务	61
[案例 8] 南京出现“私营经济”游	62
[案例 9] 拓宽眼光 抓准焦点	62
[案例 10] 能这样定义线路产品的名称吗	63
[思考练习]	64
第四章 计调工作的计价和报价	66
[培训要点]	66
[知识问答]	66
[问答 1] 旅行社产品价格的组成内容有哪些?	66
[问答 2] 旅行社如何制定产品的定价目标?	66
[问答 3] 旅行社常用的产品定价策略有哪些?	68
[问答 4] 何谓新产品定价策略? 新产品定价策略有哪几种? 各有何优缺点?	68
[问答 5] 何谓心理定价策略? 心理定价策略有哪几种? 各有何优缺点?	69
[问答 6] 何谓折扣定价策略? 折扣定价策略有哪几种? 各有何优缺点?	70
[问答 7] 如何制定旅行社产品的定价程序?	71



[问答8] 举例说明旅行社作为地接社的计价方式和利润形成。	72
[问答9] 办事处与旅行社之间的竞争,谁更有优势?	73
[问答10] 如何看待“削价竞争”策略?	73
[问答11] 旅游产品的价格是什么,有哪些构成要素?	73
[问答12] 在计价操作中,组团社要求报价的预报计划 中只说明了人数,而没有具体的用房间数,在 此情况下,地接社是否可以报出准确的价格?	73
[问答13] 原本10个人的全包价团队,临时取消1人, 价格是否还能保持不变?	74
[问答14] 行程、景点、人数及用房数完全一样的全包价 旅游团,是否会有不同的价格,为什么?	75
[问答15] 在做入境团的计价时,明明是赢利的团队,往往会 出现最后结算时却亏损的“怪事”,这是为什么?	75
[问答16] 为了高效、准确地计算出团队价格,应该做哪 些基础性准备工作?	75
[经典案例]	75
[案例1] 一言难尽“明码标价”	75
[案例2] “3.15”中青旅让利魅力邮轮	78
[案例3] 天津“方舟”买断黄山景区30年经营权	79
[案例4] “千人之游”频频出现 温州旅游实现规模经营	80
[案例5] 一言既出 始料不及	80
[案例6] 服务不标准 游客不顺心	81
[思考练习]	83
第五章 计调部的发团管理	84
[培训要点]	84
[知识问答]	84
[问答1] 何谓发团?	84
[问答2] 说明发团管理在旅行社整体业务中的地位。	85
[问答3] 何谓接团社?	85
[问答4] 发团社与接团社之间的关系如何?	85
[问答5] 如何选择接团社?	86
[问答6] 如何面对接团社的调整?	87
[问答7] 如何建立团队档案?	87



[问答8] 如何向地接社预报旅游计划?	87
[问答9] 如何进行团款结算?	88
[问答10] 分项报价包括哪几个方面?	88
[问答11] 在人数经常变动的情况下,应如何安排团队用车?	88
[问答12] 如何筛选地接社?	89
[问答13] 房间变动怎么办?	89
[问答14] 如何处理导游人员的临时变动问题?	89
[问答15] 怎样解决车辆变动问题?	90
[问答16] 用餐变动怎么办?	90
[问答17] 靠缘分能选好地接社吗?	90
[问答18] 旅行社规模的大小,能决定接待质量吗?	90
[问答19] 这样的住宿差价应该由谁承担?	91
[问答20] 组团社拖欠团款该如何处理?	91
[经典案例]	92
[案例1] 过“热”的旅游线	92
[案例2] 在组团社与接团社之间	93
[案例3] 遗漏景点 降低服务标准 赔偿如何计算	94
[案例4] 住宿的变更 旅行社有过错吗	95
[案例5] 游客得知旅行社非法经营后	96
[案例6] 协议书为何无效	97
[案例7] 旅行社违规经营出境旅游业务	98
[案例8] 旅行社超范围经营应受处罚	98
[案例9] 对目的地旅行社派驻客源地促销人员合理地位问题的思考	99
[思考练习]	103
第六章 旅行社的接团管理	104
[培训要点]	104
[知识问答]	104
[问答1] 何谓旅行社接团人员?	104
[问答2] 对后勤人员有哪些素质要求?	104
[问答3] 如何对后勤人员进行管理?	105
[问答4] 如何制定旅行社地接团的接团服务流程?	105
[问答5] 如何制定旅行社自组团的接团服务流程?	106
[问答6] 如何加强对旅行社接团业务的管理?	106



[问答7] 旅行社接团工作主要包含哪些内容?	107
[问答8] 如何设计旅游团接待通知单?	108
[问答9] 如何设计旅游团陪同记录表?	109
[问答10] 如何设计旅行社接待质量调查表?	110
[问答11] 旅行社如何加强对导游人员的管理?	110
[问答12] 如何鼓励导游人员导游等级的提高?	110
[问答13] 如何提高导游人员的工作积极性?	110
[问答14] 在接待过程中,安全事故产生的主要原因及对事故处理的方法有哪些?	111
[问答15] 如何接待散客旅游团队?	111
[问答16] 如何接待大型特殊旅游团队?	111
[问答17] 如果出现误接、错接、漏接等问题该如何处理?	111
[问答18] 如何处理临时计划变更?	112
[问答19] 如何处理导游人员的临时变动问题?	112
[问答20] 接待教师团为什么令人发愤?	112
[经典案例]	112
[案例1] 游客被转团了	112
[案例2] 53名游客在寒风中被“晾”6个半小时	113
[案例3] 这样的赔偿该不该	115
[案例4] 质量——旅行社形象的基石	116
[案例5] 时刻为游客的安全着想	116
[案例6] 以诚相待 严格管理	117
[案例7] 旅游团购物为“零” 某地旅行社有意见	118
[案例8] 签订合同 必须符合法定程序	118
[思考练习]	119
第七章 计调部业务流程	120
[培训要点]	120
[知识问答]	120
[问答1] 计调部接待计划应包括哪些内容?	120
[问答2] 计调部怎样制作其团队业务流程?	121
[问答3] 计调部业务确认计划有哪些具体内容?	122
[问答4] 团队计划变更时需要涉及哪些变更的内容?	122
[问答5] 计调部统计工作包括哪些内容?	123



[问答6] 如何制作“传真件格式表”?	123
[问答7] 如何制作“接待计划情况一览表”?	123
[问答8] 如何制作“计划回执表”?	124
[问答9] 如何制作“餐饮费用结算单”?	125
[问答10] 没有团队名单的计划是否也要及时发送各相关机构, 如饭店、地接社等?	126
[问答11] 可否接受外联人员的口头更改?	126
[问答12] 计划发出后,其他地接社和饭店等相关机构都已发回 书面确认,唯独某饭店迟迟没有回复应该怎么办?	126
[问答13] 有哪些方法可以使杂乱无章的计划井然有序?	127
[问答14] 计调人员在发送计划过程中,发现外联人员做的 计划有错误应该怎么办? 是悄悄帮着更正, 还是装着没看见?	127
[问答15] 如何避免外联人员说计划已发,而计调人员却说没 收到的情况?	127
[经典案例]	128
[案例1] 关系再好也要按流程办事	128
[案例2] 责任到人 签字为凭	129
[案例3] 签证被拒之后	130
[案例4] 加强管理 把握好每个环节	131
[案例5] 舍小本 求大利	132
[案例6] 不确认机票的“后果”	133
[案例7] 组织出境游违反规定应受处罚	134
[思考练习]	134
第八章 计调部的管理	136
[培训要点]	136
[知识问答]	136
[问答1] 何谓计调部管理?	136
[问答2] 何谓旅游采购协作网络?	137
[问答3] 怎样看待计调部建立采购协作网络的必要性?	137
[问答4] 旅行社如何建立广泛的计调采购协作网络?	137
[问答5] 计调部应该怎样协调与采购协作网络的关系?	139
[问答6] 何谓合同?	139



- [问答 7] 何谓旅游采购? 139
- [问答 8] 计调部的采购合同包括哪些内容? 140
- [问答 9] 如何处理保证供应和降低成本的关系? 140
- [问答 10] 如何处理预订与退订和增订的关系? 141
- [问答 11] 何谓采购? 141
- [问答 12] 采购的目的是什么? 142
- [问答 13] 旅行社如何降低采购成本? 142
- [问答 14] 如何处理集中采购与分散采购的关系? 143
- [问答 15] 计划变更后的采购工作应遵循哪些原则? 143
- [问答 16] 计划变更后的采购工作应采取哪些对策? 144
- [问答 17] 怎样才能找到你所需要的客户? 144
- [问答 18] 如何建立客户档案? 144
- [问答 19] 散客客户档案(信息库)包含哪些内容? 144
- [问答 20] 团体客户档案(信息库)包含哪些内容? 145
- [问答 21] 如何真正了解你的客户? 145
- [问答 22] 企业为何会失去客户? 146
- [问答 23] 如何巩固与客户的关系? 146
- [问答 24] 计调部如何协调与旅游相关行业的关系? 147
- [问答 25] 计调部怎样才能做好饭店、餐馆、车队、导游员、景区
景点、航空(车船)公司等相关机构的常用电话、传真、
电子邮件等的收集整理工作? 147
- [问答 26] 由于天气原因,航班临时延误,被滞留在西安的游客
很多,住房非常紧张,计调部怎样快速为重要客户 60
多人的大旅游团找到合适的住房? 147
- [问答 27] 2003 年 3 月,外联人员在一次旅游博览会上结识了
一家新客户,该客户计划在 2005 年春节组织旅游团
“到中国过大年”,并希望外联人员于 2003 年年底
之前给出报价。在这种情况下,计调人员该怎样协助
外联人员报出一个既能吸引客源又能创造利润
的价格呢? 148
- [问答 28] 80 多人的大旅游团,分乘 A、B 两辆旅游车游览,
结果 B 车的客人都纷纷上了 A 车,理由是 B 车
导游员什么都不懂、什么都不知道。这样的事情
应该如何避免? 148



[问答 29] 计调部可以通过什么方式协助外联更新产品,促进销售?	148
[问答 30] 某客户因不可抗力因素,造成实际成团量与预订 发团量差距甚远,计调部是否可以避免损失?	148
[问答 31] 外联部收到财务部发来的 200502-1126 团的欠款通知, 责成尽快结账,否则将影响到部门绩效。可是经外联 人员核查后发现,该团早在几个月前就已取消了, 更改通知是通过电子邮件形式下发的,有相关计调 人员确认收悉的原始邮件为凭。那么,是哪个环节 出了问题呢?	149
[经典案例]	149
[案例 1] 马虎的危害	149
[案例 2] “旅游团”成了“猪仔团”	150
[案例 3] “旅游刁民”该封杀吗	151
[案例 4] 强迫自费之后	152
[案例 5] 旅行社应该怎样挣钱	154
[案例 6] 旅行社如何管理司机兼导游员	155
[案例 7] 游客因经济纠纷竟被扣为人质	155
[案例 8] 游客的利益怎么办	156
[案例 9] 变更合同慎用口头形式	157
[思考练习]	158
主要参考书目	159



第一章 计调部的职责

JIDIAOBU DE ZHIZE

培训要点

本章主要讲述计调部的概念,计调人员及计调部经理的职责和素质要求。通过本章的学习,可以了解计调部的职能特点,以便促进计调人员和计调部经理更好地行使职责。

知识问答

[问答1] 何谓计调?

答:关于对“计调”一词的理解,有广义与狭义之分。从广义上讲,旅行社的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、计划编制等参谋性的工作,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、住、行、游、购、娱等事宜,选择旅游合作伙伴和导游员,编制和下发旅游接待计划、旅游预算单,以及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。

简言之,计调,是为了完成旅行社接待计划和与之相关的信息统计,承担着与接待相关的旅游服务采购和相关的业务调度工作,是旅行社业务中的重要组成部分。

[问答2] 你认为计调人员的主要职责是什么?

答:计调部门是旅行社工作的核心部门。计调部工作直接影响和决定了旅游



公司的正常工作。为了提高工作效率和工作效益,计调人员应本着“尽心尽职、求实创新”的态度,履行如下职责:

(1)负责对内接待、安排旅游团,对外计划、协调、发团等。

(2)应广泛搜集和了解不断变化的旅游市场信息及同行相关信息。对其他旅行社推出的常规、特色旅游线路逐一分析,力推本社特色线路及旅游方案。

(3)修改、制定和完善本社各常规线路的行程和具体安排,及时提出符合客人要求的旅游线路及报价建议。

(4)计调部人员在协调、安排市郊及周边地区旅游团旅游时,在有关交通服务、导游服务等方面,要协助本部门经理,尽量做到有备无患,在安排游客的食、住、玩等活动时,尽量考虑周到,在确保团队质量的前提下,力争“低成本、高效益”。

(5)为提高工作效率,在工作中,按季节及时掌握各条线路的成本及报价,以确保对外报价的可靠性、可行性和准确性。

(6)加强同外联人员的联系,及时了解、掌握、分析反馈的信息,然后进行消化、吸收、落实,提出合适的线路和价位建议。

(7)按规定整理团队资料并做好归档工作,包括旅游交易会的资料归档,以及日常业务中的传真件和地接社或组团社的宣传资料等,以便今后做线路时查找方便。

[问答3] 对计调部经理有哪些素质要求?

答:在具体的团队操作过程中,一名称职的计调部经理要业务熟练,对团队旅游目的地情况、接待单位的实力、票务运作等信息胸有成竹。具体来说还应具有以下五大素质要求:

(1)具有责任心。一名称职的计调部经理不仅要让旅行社经理放心,而且还要让导游人员和外联人员省心。尤其是导游人员在外带团和外联人员在外跟团时,体现得非常明显。导游人员在外带团是否顺利,很大成分在于该团在计调部经理操作过程中的程序是否妥当、周到。而外联人员在外跟团时,需要计调部报价的及时性和准确性,还要把握旅游市场的命脉,这样才能在竞争激烈的市场中取胜。

(2)工作要有计划性。如,出境游需要提前多少天办理签证,要给自己建立一个预警机制,不要等到要出团时,才发现领队的签证或者某某人的签证尚未办妥,从而给旅行社造成一定的损失,有时甚至会失去该团队的业务。

(3)掌握与合作单位谈判的技巧。计调部经理在与合作单位(如,地接社和车船公司等)谈判时,要善于讨价还价,并且要多咨询几家,既要与合作单位建立



和保持友好合作关系,又要学会灵活运用以退为进的谈判技巧,从而为旅行社带来比较丰厚的利润。

(4)具有风险和法律意识,对旅游相关法律法规了如指掌。计调部经理必须懂得相关的法律知识,在合理的法规下操作团队。

(5)具有市场意识。这一点是目前计调部经理普遍缺乏的。由于分工细化,要求计调部经理在制定旅游线路、新产品的开发及采购上,必须具有强烈的市场意识;要对旅游市场、旅游目的地的变化,各地接待单位实力的情况等有所了解;按季节及时掌握各条线路的成本及报价,确保对外报价的可靠性、可行性及准确性,还要不断地对计调部的工作进行创新。

[问答4] 计调人员应该具备哪些职业素质?

答:一个管理严格、完善的旅行社,对计调人员的素质会提出以下要求:

(1)具有导游实践经验。必须对团队的旅行目的地情况、接待单位的实力、票务运作等胸有成竹。一般来说,大部分计调人员多是做了几年的导游,有着丰富的带团实践经验。

(2)具有敬业精神。计调人员必须热爱旅游事业,计调工作应该说是很枯燥的,是由无数琐碎的工作环节组成的,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。旅游是一项环环相扣的活动,而将这些环节紧扣在一起的工作又必须由计调人员去完成。如果计调人员没有认真负责的工作态度,票务、用车、接送团队等其中任何一环衔接不好,都会出现一招不慎、满盘皆乱的失控局面。

(4)精确的预算能力。计调人员必须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,能在不同行程安排中编制出一条最经济的线路。要多问几个为什么?为什么其他旅行社能做下来,而我们却做不下来?

(5)具有不断学习和一定的创新能力。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;认真了解旅游市场及各旅游目的地的变化、各地接待单位实力的消长等情况,还要结合自己的经验和学习所得,不断对工作进行创新,跟上时代潮流的发展。

(6)重大问题能及时向领导请示汇报。对于重大问题,必须多向领导请示汇报,经批准后再进行处理,千万不可擅自决定;否则后果不堪设想。

(7)在与有关部门、单位的协作中要善于配合。计调人员应具有良好的 interpersonal 关系,较强的交际能力,广交朋友,谦虚谨慎,同时注意维护本旅行社的声誉。