

TAM

旅行社管理经典读物

Travel Agency Management

旅行社管理 工具箱

赵文明◎编著

权威性 旅行社管理领域最新力作，实务操作专业指南

实操性 涵盖旅行社管理不同环节，内容兼顾理论实际

实用性 文图、表单与案例相结合，随查随用便捷高效

中国铁道出版社
CHINA RAILWAY PUBLISHING HOUSE

TAM实用表单全附赠

TAM

旅行社管理经典读物

Travel Agency Management

旅行社管理 工具箱

赵文明◎编著

中国铁道出版社
CHINA RAILWAY PUBLISHING HOUSE

图书在版编目(CIP)数据

旅行社管理工具箱/赵文明编著. —北京:
中国铁道出版社, 2015. 1

ISBN 978-7-113-19000-2

I. ①旅… II. ①赵… III. ①旅行社—企业管理
IV. ①F590.63

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2014)第 172756 号

书 名: 旅行社管理工具箱

作 者: 赵文明 编著

责任编辑: 祝 松 电 话: 010-51873005 电子信箱: zsbooks@sohu.com

特约编辑: 郝军启

封面设计: 王 岩

责任校对: 龚长江

责任印制: 赵星辰

出版发行: 中国铁道出版社(100054, 北京市西城区右安门西街 8 号)

网 址: <http://www.tdpress.com>

印 刷: 北京市新魏印刷厂

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

开 本: 700 mm×1 000 mm 1/16 印张: 19.5 字数: 366 千

书 号: ISBN 978-7-113-19000-2

定 价: 78.00 元(配光盘)

版权所有 侵权必究

凡购买铁道版图书, 如有印制质量问题, 请与本社读者服务部联系调换, 电话: (010) 51873174

打击盗版举报电话: (010) 51873659

前 言

近年来,随着我国经济繁荣、人民生活水平的大幅度提高,旅游业也随之快速发展。旅游业已成为许多地区经济发展战略的重要组成部分,成为国民经济发展的重要增长点。

进入二十一世纪以来,实现从“亚洲旅游大国”到“世界旅游强国”的历史性转变,成为我国旅游业的发展目标。据世界旅游组织预测,到 2015 年,中国将成为全球第一大旅游目的地国和第四大客源国。

为了实现这一宏伟的战略目标,我国旅游业迫切需要培养一支拥有先进旅游管理知识的专业人才队伍。然而,按照当前我国旅游业的现状,在旅游业人才的数量和质量上,依然无法满足旅游业飞速发展的需要。

而当今世界旅游业在服务能力、经营管理,以及产品开发等方面,发展却十分迅速。我国旅游业要想在世界旅游业中占有一席之地,获得快速发展,必须拥有一批掌握先进旅游管理知识和国际视野的优秀人才,这样才能使我国旅游业进入一个更高的发展水平。

那么,如何提升旅行社管理人员的管理水平呢?这是旅游业界和管理界都在思考的问题。我国的旅行社与发达国家企业相比,发展不平衡,起步也较晚,对于旅游产业的研究,还不够深入,尤其是在旅行社经营管理方面的科研成果,更是少见。不过,国外那些成熟的管理经验可以为中国所借鉴,但需要注意的是,我国旅行社企业要消化这些理论,存在一定的难度,一是我国旅游业管理者自身的问题,如缺乏一定的管理学基础,以便去学习并且消化吸收艰深的理论;二是文化和国情的差异。

面对上述情况,本书借鉴“工具管理”的思维方式,把艰深的现代企业管理理论,转化为各种实用的管理工具,使我国旅行社管理水平,能够迅速迈上新的台阶。

旅行社经营的产品不是一般的商品,而是特殊的旅游产品——有形的物质产品和无形的服务。虽然任何现代化企业都需要管理,需要进行市场营销、产品开发和促销,需要进行经营决策,需要制订经营战略、经营计划等,但由于旅

行社所经营的产品具有综合性、不可转移性、不可贮藏性以及生产、交换、消费的同一点等特点,因此,旅行社的经营管理,便有其特殊性。

本书从这些特殊性出发,对旅行社管理过程所涉及的各种问题,进行全面系统地筛选和提炼,总结出了大量简单实用的管理工具。这些工具的内容,包含了旅行社的设立和组织构建、旅行社产品开发和采购管理、旅行社市场营销和品牌推广管理、旅行社服务业务管理、旅行社服务质量和风险管理、旅行社财务管理、旅行社管理实用合同和表单、典型案例分析等。

本书在编写的过程中,这些工具全部以可操作的形式表现,其优点有:一是实用性,由于可操作性强,读者可以对照进行操作,很快用到工作实际中去;二是简单化,将复杂的理论用简单的方式陈述;三是系统化,将多元的知识用系统的方法梳理;四是图表化,将枯燥的文字用图表的方式明晰;五是模板化,将繁琐的方案用模板的方式展现。这样就便于读者能够很快地对旅行社管理系统有一个清晰的了解,并且能够及时有效地解决问题。

此外,本书选用的具体而规范的制度文本和表格,能够使读者可以更方便地查用。在最短时间内,规范地完成在旅行社管理过程中相关工作的制定和决策。

本书是一部让旅行社管理者拿来即用的全方位的工具书,具有很强的可操作性和实用性。读者在阅读本书的过程中,可以结合自己旅行社管理过程中的现实情况,融汇书中列举的知识、范例,能够更快地解决实际工作过程中所遇到的问题,从而更有效地提升旅行社管理工作的水平,并提高工作效率。

目 录

CONTENTS

第一部分 旅行社的设立和组织构建

第一章 旅行社设立和计划管理工具	2
设立旅行社应考虑的因素	2
设立旅行社的准备条件	3
申请设立旅行社应提交的文件	5
普通旅行社的申办程序	5
外商投资旅行社的申办程序	6
设立旅行社分社的流程	8
旅行社门市部设立与审批程序	9
旅行社的变更与歇业管理	10
旅行社计划管理的含义和内容	12
旅行社计划管理的过程	13
旅行社经营目标体系的确立	14
旅行社行业科学管理的途径	16
第二章 旅行社组织设计和岗位职能工具	18
旅行社的企业形式	18
旅行社组织设计原则	18
旅行社组织结构的形式	20
旅行社工作人员的职业要求	22
旅行社的行业组织	23
旅行社总经理的岗位职责	24
旅行社计调部的机构设置	25
旅行社计调部门岗位职责	26
旅行社外联部门岗位职责	27
旅行社接待部门岗位职责	28
旅行社人力资源部门岗位职责	29
旅行社财务人员岗位职责	30
旅行社办公室人员岗位职责	30
旅行社的组织管理制度	31

第二部分 旅行社产品开发和采购管理

第三章 旅行社产品策划管理工具	34
旅行社产品的内涵与特征	34
旅行社产品的形态	36
旅行社产品策划管理工作流程和标准	39
旅行社市场调研管理工作流程和标准	40
旅行社信息收集管理工作流程和标准	41
第四章 旅行社产品设计管理工具	42
旅游线路的类型	42
旅行社产品设计工作原则	43
旅行社产品设计工作流程和标准	44
旅游线路的设计流程	45
旅行社产品定价管理流程	46
旅行社产品定价管理的方法	47
旅行社产品的物质质量要求	48
旅行社产品的总体服务要求	48
旅行社产品的个性服务要求	49
旅行社产品的售后服务要求	51
红色旅游产品的特点和设计原则	52
会议旅游项目的属性和设计原则	54
第五章 旅行社产品策划方案范例	57
某旅行社活动策划方案范例	57
某旅行社主题旅游产品策划方案范例	58
某旅行社会展主题旅游产品策划方案范例	59
某旅行社“红色之旅”策划方案范例	60
某旅行社“大学生旅游节”策划方案范例	61
某旅行社特殊事件旅游策划方案范例	64
第六章 旅行社采购管理工具	66
旅行社采购的含义和原则	66
旅行社采购的内容	67
旅行社采购的策略	68
对采购合同的管理办法	69

旅行社住宿服务采购的流程	70
旅行社餐饮服务采购的流程	71
旅游交通服务的采购流程和内容	72
旅行社协作网络与旅游服务采购	73

第三部分 旅行社市场营销和品牌推广管理

第七章 旅行社市场营销策划管理工具	76
旅行社目标市场调研的内容	76
旅行社市场细分的原则	76
旅行社市场定位的原则	77
旅行社市场定位的策略	78
旅行社市场营销 4P 策略	79
产品制订促销计划的工作流程	81
第八章 旅行社产品市场销售管理工具	84
旅行社产品的销售方式	84
旅行社产品销售工作流程和标准	86
旅行社产品销售推广方式	87
旅行社销售业务的基本流程	88
旅行社产品销售中的权利和义务	90
旅行社产品销售价格管理流程和标准	92
旅行社营销预算的编制	93
旅行社销售渠道管理策略	95
会议旅游的宣传与销售方法	96
旅行社选择中间商的主要因素	97
中间商的管理工作流程和标准	98
对外报价管理工作流程和标准	99
客户档案管理工作流程和标准	100
旅行社售后服务管理	101
第九章 旅行社品牌和产品推广管理工具	104
旅行社品牌的特征	104
旅行社品牌定位的原则	105
旅行社品牌个性定位	106
旅行社品牌定位的方法	106

旅行社品牌策略定位的方法	108
培育旅行社品牌战略的方法	108
旅行社品牌宣传的要素	110
旅行社品牌标识设计	110
确定旅行社品牌内涵的基本思路	112
提升旅行社品牌价值的途径	112
旅行社产品推广管理工作流程和标准	113
第十章 旅行社的信息化建设与电子商务	115
网络推广对旅行社发展的作用	115
旅行社网站发展的策略	116
旅行社协作网络的建立	117
旅行社推进信息化建设的方法	118
旅行社信息管理系统的开发步骤	119
旅行社信息化管理的具体应用	120
信息管理系统开发的问题及解决方法	121
旅行社信息管理的系统功能设计	122
旅行社电子商务的发展战略	125
旅行社电子商务模式的选择方式	127
 第四部分 旅行社服务业务管理	
 第十一章 旅行社计调和外联管理工具	130
旅行社计调业务的含义和内容	130
旅行社计调业务的特点	131
旅行社计调业务的类型	131
计调人员的职业素养	133
接待计调的基本工作流程	134
旅行社外联业务及其特点	136
会议旅游活动策划的流程	137
会议旅游的会前准备	138
会议旅游实施阶段流程	140
会议过程中的旅游活动安排	140
会议旅游善后阶段管理	141

展览旅游的运营模式	142
展览旅游的运营流程	143
旅行社对展览旅游的管理	143
奖励旅游服务的流程	145
第十二章 旅行社接待管理工具	146
旅行社接待业务的特点	146
旅行社接待业务的构成要件	147
旅行社接待业务人员管理	148
选择地接社时考虑的因素	149
旅行社接待服务工作流程和标准	150
旅行社团队接待管理工作流程和标准	151
团队接待行李处理工作流程和标准	152
地接团服务管理工作流程和标准	153
自组团服务管理工作流程和标准	154
旅行社散客接待管理工作流程和标准	154
旅行社接待业务的标准化管管理	155
第十三章 旅行社投诉管理工具	157
几种常见的遭投诉行为	157
旅游投诉处理的基本流程	158
相关要素对游客投诉行为的影响	159
旅行社投诉岗位的职责	160
投诉处理人员应具备的能力和素质	161
旅行社投诉管理的基本原则	163
旅行社责任保险合同及其要素	165
侵害旅游消费者权益的保护制度	167
第十四章 出入境旅游接待管理工具	169
出入境旅游需要携带的主要证件	169
旅游签证管理工作流程和标准	169
商务签证管理工作流程和标准	170
出境旅游服务工作流程和标准	171
出境手续办理工作流程和标准	172
入境手续办理工作流程和标准	173
大陆居民赴台湾地区旅游领队人员管理办法	173

第五部分 旅行社服务质量和风险管理

第十五章 旅行社服务质量管理工具	176
旅游服务及其特点	176
旅游服务质量管理模式	178
旅行社服务质量管理的客观标准	178
客户服务管理工作流程和标准	179
票务预订管理工作流程和标准	180
酒店预订管理工作流程和标准	181
旅行社服务质量管理体系的构成	182
旅行社质量管理程序	184
旅行社服务质量管理方法	185
第十六章 生态旅游与可持续发展管理工具	188
生态旅游的概念和国家标准	188
生态旅游环境容量确定与测定的基本方法	189
生态旅游环境容量的具体应用	192
编制生态旅游环境保护规划应注意的问题	194
生态旅游环境审计流程	195
生态旅游规划的目标管理	196
生态旅游规划的开发模式	197
生态旅游区结构布局	198
生态旅游交通设施管理	199
生态旅游服务管理	200
生态旅游基础设施管理	201
生态旅游者和社区居民的生态教育管理	203
生态旅游规划编制程序	204
第十七章 旅行社风险管理工具	206
旅行社经营风险的主要类型	206
旅行社经营风险的特点	207
旅行社经营风险识别的方法	208
旅行社经营风险的可能性评价	209

旅行社风险管理过程	210
旅行社防范风险管理步骤	211
旅行社经营风险规避途径	213
完善旅行社风险管理的具体措施	213
旅行社经营危机的表现形式	216
旅行社处理危机的原则	217
重大危机发生时的紧急应对管理	218
重大危机处理时的沟通管理	219
危机善后管理	220
登山时发生事故紧急处理方案	221
旅行中应对自然灾害的方法	222

第六部分 旅行社财务管理

第十八章 旅行社运营资产管理	226
旅行社流动资产资产管理	226
旅行社固定资产管理	227
旅行社无形资产管理	228
旅行社递延资产管理	229
旅行社营业收入管理	230
跨国旅游公司筹资渠道	232
跨国旅游公司筹资方式	233
第十九章 旅行社财务核算与损益管理	235
旅行社利润构成	235
旅行社财务预算编制方法	235
旅行社成本费用控制方法	236
旅行社组团业务结算管理	237
旅行社接团业务结算管理	238
旅行社特殊情况结算业务	239
旅行社财务分析原则	240
旅行社财务分析方法	241
旅行社利润分析与管理	242

第七部分 旅行社管理实用合同和表单

第二十章 旅行社管理实用合同范本	246
旅行社设立申请书范本	246
旅行社技术报告书范本	247
旅行社审批意见书范本	247
旅行社合作协议书范本	248
旅行社服务合同范本	249
中国公民出境旅游合同范本	251
第二十一章 旅行社计调管理实用表格	260
旅行社出境旅游申请表	260
国内旅游申请表	263
旅行社运行计划表	264
旅行社安全自查检查表	264
旅行社服务问卷调查表	265
旅行社服务质量顾客调查表	266
旅行社订房计划单	267
旅行社订车计划单	267
入住酒店更改单	268
旅行社导游计划单	268
团队接待质量反馈单	269
第二十二章 旅行社销售管理实用表格	270
接待统计表	270
旅游产品销售统计表	270
旅游景区营销策划问卷调查表	271
旅游营销奖励申请表	275
第二十三章 旅行社财务管理实用表格	276
旅行社财务状况表	276
旅行社收入表	277
费用核算表	277
团队费用结算单	278
出团借款单	279
导游报账单	279

第二十四章 旅行社办公室管理实用表格	280
旅行社考勤签到表	280
旅行社部门工作周报表	280
旅行社周工作记录表	281
旅行社周例会记录表	282
旅行社月度岗位评价表	282
旅行社员工登记表	284

第八部分 典型案例分析

【案例 1】上海某旅行社门店无照经营违法案件	288
【案例 2】西藏某旅行社分社名称变更违法案件	288
【案例 3】天津黄土地旅行社淡季产品设计的新思路	289
【案例 4】304 名内地游客在澳门滞留纠纷案	290
【案例 5】某游客出游意外受伤投诉旅行社案	291
【案例 6】某导游擅改旅游时间致游期耽误遭投诉	291
【案例 7】某游客住宿时财物被盗纠纷案	292
【案例 8】大连中国国旅采购模式的调整与创新	293
【案例 9】上海春秋旅行社的网络经营模式	294
【案例 10】张家界旅游企业联合的新发展模式	297

第一部分

旅行社的设立和组织构建

内容提要

- 旅行社设立和计划管理工具
- 旅行社组织设计和岗位职能工具

第一章

旅行社设立和计划管理工具

设立旅行社应考虑的因素

如果你想开办一家旅行社,并且正在为它做着初步的规划时,那么,你就要对你未来的旅行社如何运行、如何管理有所了解。总的来说,主要了解和考虑如下因素。

1. 分析天时、地利、人和诸因素

结合当地的旅行社市场条件进行分析,将自己的“硬件”条件,如:办公地点、房间面积、办公的设备(包括打印机、电脑、复印机、办公桌),以及有多少流动资金等进行综合考虑,分析天时、地利、人和诸因素,从中找出自己的强势和弱势,然后加以补充和利用。

2. 旅行社的选址

- (1)旅行社应设在城市繁华的商业区,以便吸引过往行人的眼球。
- (2)旅行社营业处门前或院内应有宽阔的停车场,便于公众停留。
- (3)尽量避免选择旅行社林立的地区,以减少竞争压力。
- (4)旅行社应选择设在附近有较大规模的企业的地段,或中层收入家庭相当集中的地区,以便吸引人们参加旅游。
- (5)旅行社营业场所以底楼为好,以方便顾客出入。

3. 旅游市场分析

根据你所在地方的地理环境和人气特点及自身条件,分析当地销售的方式,并借鉴其他旅行社的经营方法和效果、具体利润等,撰写一份《可行性经营分析》。

4. 旅游产品

旅行社的旅游产品通常是指旅游线路、旅游题材和项目等,旅游产品确定后,提供给游客选择。可在经营的过程中,随时征求游客的意见,予以修正。

5. 主营方向

旅行社的经营方向和形式是多种多样的,在经营方向上通常有两类,一是做旅游批发商,二是做旅游零售商。

(1)旅游批发商。

如果你对当地比较熟悉,并具有相关的人脉资源、知识等,可以拿到比较便

宜的价格,将吃、住、行、景点打包组成线路,然后报价。在此基础上加价(100元~200元/每人),这种常规线路的运作方式,被称为旅游批发商。

(2) 旅游零售商。

做旅游零售商比较简单,在具体操作过程中,先确定好旅游目的地、线路行程,然后用你自己的方式打出广告,招来游客后,再组团旅游。

6. 特殊的经营项目

旅行社的经营项目除了常规线路旅游外,还有一些特殊经营项目,可供你参考。

(1) 体育旅游。

体育旅游项目有登山、骑车、钓鱼等,有的旅行社看准了这个旅游市场,便专门在这方面下工夫,逐渐形成了一个旅游强项。

(2) 老年旅游、散客旅游。

有的旅行社专门以老年人为主,或以散客为主,进行主题性旅游。

(3) 主营机票、车船票。

有的旅行社经营者具有机票、车船票市场的资源,通过自己的人脉关系和经营手段,可以在这个市场独辟蹊径,这些旅行社的机票、车船票价格,比别的旅行社便宜,以此吸引一些旅客,这样就形成了自己的经营模式。

7. 业务特点和特色

当今,旅游市场竞争激烈,如果你想要开一家旅行社,就应该有自己的特色,一味地模仿别人的做法,是很难发展壮大的。反之,如果你的旅行社有自己的特点和特色,就会吸引游客。

8. 人才的使用

旅行社的经营离不开专业人员,所以,一定要有懂行的人来协助你经营。在你经营过程中,利用行家原有的经营办法和经验,来壮大自己的实力。

设立旅行社的准备条件

设立旅行社应具备以下条件,一是有规定的经营场所,二是有必要的营业设施,具体要件如下。

1. 设立国际旅行社的条件

(1) 经营管理人员。

① 总经理或副总经理 1 名(具有持国家旅游局颁发的《旅行社经理任职资格证书》)。

② 部门经理或业务主任人员 3 名。