

旅行社管理

旅行社服务质量控制

主讲：曾艳

旅行社服务质量控制

1旅行社服务质量的评估

2服务质量控制

3旅行社服务质量的改进

1旅行社服务质量的评估

1.1影响质量评估的因素



1. 有形因素

旅行社服务的有形性，是指旅行社产品中的有形部分，包括旅行社和相关部门的硬件设施设备、服务设施的外观、宣传品的摆放和员工的仪表仪容等。因此，旅行社产品中所包含的有形成分必然成为旅游者判断旅行社产品质量的重要因素。

2. 可靠性因素

旅行社产品的可靠性，是指旅行社能够按时而准确地履行服务承诺的能力。由于旅行社的服务产品涉及多个相关部门，有很高的不确定性，因此旅游者在评价旅行社的服务产品质量时，最看重可靠性因素。

1旅行社服务质量的评估

1.1影响质量评估的因素

反应性因素

3

旅行社服务的反应性，是指旅行社随时愿意为旅游者提供快捷有效的服务。旅行社是否能够及时地满足旅游者的各种合理要求，表明旅行社是否具备了以服务为导向的经营观念，即是否将旅游者的利益放在了第一位。

保证性因素

4

旅行社服务的保证性，是指旅行社服务人员具有友好的态度和胜任工作的能力，具体包括服务人员完成任务的能力、对旅游者的礼貌和尊敬、与旅游者有效的沟通和将旅游者最关心的事放在心上的态度。保证性因素影响到旅游者对旅行社服务质量的信心 and 安全感及其对旅行社服务质量的判断。

移情性因素

5

旅行社服务的移情性是指旅行社的服务人员设身处地为旅游者着想和对旅游者给予特别关怀。这要求服务人员具有接近旅游者的能力和敏锐的洞察力，能够有效理解旅游者的需要。

1旅行社服务质量的评估

1.2旅行社服务质量的评估标准

1. 客观评估标准

客观评估标准是指旅行社为了保障旅游者的合法权益，提高旅游接待服务质量，按照国际上旅行社行业的通用标准和国家制定的相关标准所制定的行业服务质量标准。这些标准为旅行社客观评价其接待服务质量提供了重要的依据。旅行社接待服务质量的客观评价标准主要包括以下内容：

① 旅行社所提供的旅游计划中，旅游线路安排合理，旅游项目丰富多彩，劳逸程度适当，能够满足旅游者在旅游过程中游览和生活的需要。

② 旅行社应保证制定的旅游线路和日程能顺利实施，不耽误或删减顾客的游程。

③ 旅行社应按质按量地提供计划预定的各项服务，如保证饭店档次、餐饮质量、车辆规格、导游水平和文娱、风味等节目。

④ 旅行社应保证旅游者在旅游过程中的人身及财产安全，保证其合法活动不受干预和个人生活不被骚扰。

⑤ 旅行社及旅游活动所涉及的相关旅游服务企业的服务人员不仅要有合格的文化素养和服务技能，还要有高尚的职业道德、强烈的服务意识和良好的服务态度，能够创造一种宾至如归的旅游氛围。

1旅行社服务质量的评估

1.2旅行社服务质量的评估标准

2．主观评价标准

旅行社属于服务行业，其服务质量的**最终评价标准是旅游者的满意程度**。旅行社接待服务质量的评价，其主要根据是旅游者**感受到**的服务质量与**其期望获得**的服务质量之间的差距。

当这种差距为正值时，表明旅游者获得了超过其期望值的服务，旅游者对旅行社的服务感到满意；反之，当这种差距为负值时，显示旅游者获得的服务低于其期望值，旅游者便会认为旅行社提供的服务质量差。

由于这种评价标准主要依赖旅游者的主观感受，所以，被称为主观评价标准。



1旅行社服务质量的评估

1.2旅行社服务质量的评估标准

主观评价标准包括两项内容：

① 预期质量与感知质量的比较

旅游者通过将预期质量与感知质量进行比较，对旅行社产品的质量进行评价。预期质量是指旅游者在实际接受旅行社提供的服务之前，对旅行社产品质量所产生的心理预期。感知质量是指旅游者在旅游过程中实际体验到的旅行社服务质量。当旅游者的感知质量大于或等于其预期质量时，旅游者就会认为旅行社产品的质量优秀，对旅行社的服务感到满意；当旅游者对旅行社产品的感知质量低于预期质量时，旅游者就会认为旅行社产品的质量低劣，并且会对旅行社产生不满情绪。

② 过程质量与结果质量的比较

旅游者评判旅行社产品的另一个标准是过程质量与结果质量的差距。旅游者在评价旅行社产品的质量时，不仅考虑通过消费该产品所产生的结果，如是否获得了希望得到的旅游信息，是否购买到了计划中的旅游产品，而且更看重消费过程中的体验。

2服务质量控制

2.1旅行社服务质量的控制

1．服务质量控制的步骤

旅行社产品的服务质量涉及旅游产品生产、销售，产品采购，旅游接待，售后服务等各个过程。在保证旅游产品设计质量和上游旅游服务供应商服务质量的基础上，旅行社服务质量控制的重点是旅游接待人员的服务质量，**其控制过程一般包括3个步骤：**



制定服务规范，提出明确的服务质量要求；



由员工按照规范的要求提供服务；



由管理人员按照规范的要求对服务情况进行检查
和监督。

2服务质量控制

2.1旅行社服务质量的控制

2 . 服务质量控制的方法

由于旅行社之间发展目标、制度建设的不同，服务质量控制的方法也多种多样。根据中国旅行社管理中的普遍做法，并借鉴其他企业服务质量管理的成功经验，**旅行社服务质量控制的方法包括以下几个方面：**



(1) 设置专门机构和专人负责

大的旅行社应设立全面质量管理部，小型社可指定专人负责，专门负责旅行社服务质量的监督、检查工作。组成人员可以是具有丰富经验的员工，也可以是从未涉足旅游工作的外行，这样可以原汁原味地反映旅游者对旅行社服务质量的评估。



(2) 建立质量信息反馈系统

该系统信息渠道分别来自旅游者、业务部、门市接待员、导游员、质管部和总经理办公室，通过上述信息通道，收集来自各方面对服务质量反映，并将质量评估结果及时反馈给相关部门和个人。



(3) 跟团访问

采取明访或暗访的方式，通过现场观察、向游客发放“质量反馈书”或召开游客座谈会，了解旅游接待人员的服务质量情况。

2服务质量控制

2.1旅行社服务质量的控制

2. 服务质量控制的方法

(

编制质量周报和质量报告

质管人员将质量调查结果分门别类进行汇总，每周编制“质量周报”，反映每团游客的意见和建议。对游客存在不满、有批评意见的团队，要编成一团一包的专报。

(

建立质量档案

质量档案按照团队、接待社、导游员分类，分别记录其服务接待情况，作为绩效考核和奖惩的依据。

(

及时处置服务质量问题

对于游客的投诉，质管人员应及时作出相应的处置；对存在严重质量问题的团队和个人，在提出通报批评的同时，应按照规定进行经济惩罚，并将处置结果报总经理办公室和有关部门。

2.2重视售后服务

售后服务是指在旅游者结束旅游后，由旅行社向客人继续提供一系列服务，旨在加强同客人的联系和解决客人遇到的问题。能否提供良好的售后服务，成为旅游者衡量旅行社服务质量的重要标志。**旅行社售后服务的方式包括：**

1．问候电话

旅行社在旅游活动结束后、旅游者返回后的第二天，应立即向旅游者打电话进行问候。**这种做法能够使旅行社达到以下3项目的：**



产生亲切感，旅行社的问候可以使旅游者感到旅行社的关心，从而对旅行社产生亲切感和良好印象；



了解情况，可以直接从旅游者那里了解旅游接待服务质量的真实水平和旅游者对旅行社服务质量的评价，从而获得宝贵的服务质量信息；



及时掌握旅途中发生的麻烦及旅游者可能提出的投诉，消除不满情绪。

2服务质量控制

2.2重视售后服务

对于旅途中遇到的不便及由此产生的不满情绪，大部分旅游者会采取消极抗议的态度，不向旅行社或旅游行政管理部门提出投诉，但是今后也不再光顾这家旅行社，只有少部分旅游者会采取比较激烈的方式，向旅行社、旅游行政管理部门、消费者协会等提出投诉，甚至采取法律诉讼的方式，来发泄他们的不满情绪。**旅行社及时给他们打电话进行问候**，可以在一定程度上消除误解或缓解旅游者的不满情绪，并且通过及时而有效的意见沟通与纠纷处理，避免旅游者采取转向其竞争对手或采取激烈对抗手段，给旅行社造成更大的声誉和经济损失。



2服务质量控制

2.2重视售后服务

2 . 寄送意见征询表

旅行社可以采用给每位旅游者寄送意见征询表的方式，了解旅游者的意见和建议。意见征询表印制精美，并有以总经理名义的问候语。为提高征询表的回收率，应附有回寄信封，并预付邮资。

3 . 问候信函 / 明信片

旅行社可以通过向顾客定期寄送问候性明信片或写亲笔信的方式，保持与顾客的交往，使旅游者感到自己被关心和重视，从而激发他们出游的愿望。由于时间和条件所限，致信的客人也是经过挑选的。对于重要客人，还要寄送总经理的亲笔信。

4 . 举办游客招待会

旅行社可通过在社内或旅馆内举办风景点幻灯片和照片欣赏介绍活动，以及旅游者招待会等方式，来与顾客进行直接的面对面对接触。这些活动不仅能密切旅行社同顾客的联系，还能提高旅行社的知名度和威信。这些直接进行接触的做法使得顾客同旅行社的联系犹如一个家庭的联系那样自然、轻松、愉快，从而给旅行社的推销工作带来诸多益处。

5 . 旅行社开放日

为密切和顾客的关系，旅行社可以有针对性地邀请一些顾客到旅行社参观及观看录像、光盘等，通过这些活动，可以让顾客了解旅行社的各种设备及社会关系，从而使顾客坚信这家旅行社完全有能力为他们提供旅游咨询服务以及为他们安排好旅游活动。这样，许多顾客就会乐意继续订购该旅行社的旅游产品了。

3旅行社服务质量的改进

根据对旅游者的调查来发现服务中存在的不足，并采取措施予以弥补。从5个方面找差距：

差距1：顾客对服务的预期 vs 管理者对顾客预期的认知

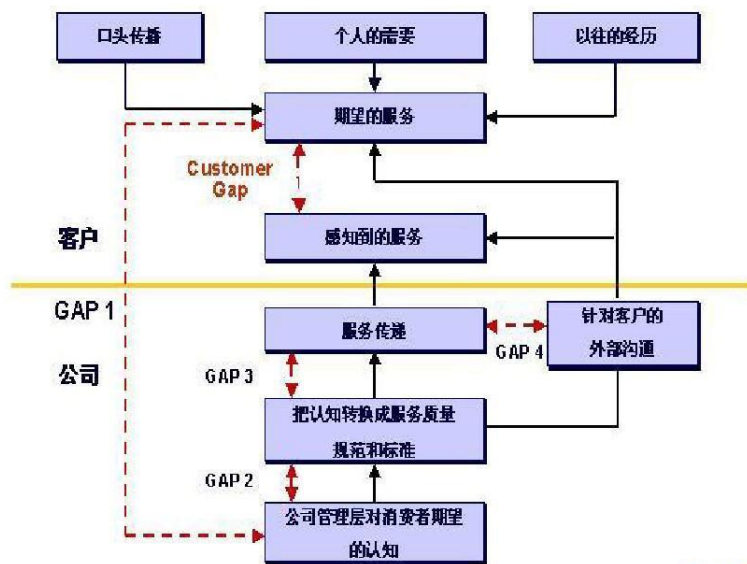
差距2：管理者对顾客预期的认知 vs 服务质量标准

差距3：服务质量标准 vs 实际服务表现

差距4：实际服务表现 vs 旅行社对外沟通

差距5：旅行社对外沟通 vs 感知服务质量

服务质量差距模型



The end!



Thank you!