

<<门市操作实务>>

图书基本信息

书名：<<门市操作实务>>

13位ISBN编号：9787563713455

10位ISBN编号：756371345X

出版时间：2006-3

出版时间：旅游教育

作者：徐云松

页数：216

字数：212000

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

## <<门市操作实务>>

### 内容概要

本书对旅行社门市概论、营造温馨的服务氛围、门市服务人员礼仪、门市业务与对客服务、门市销售促成技巧、门市顾客旅游需求与旅游动机、门市顾客购买决策、门市客户关系管理等方面进行了全面的论述。

以顾客为导向，重视电子商务等新知识应用理论结合实际，关注出境游游客、自驾车游客等细分市场的旅游需求、动机、购买决策等。

本书既是旅行社从业人员的自学教材，又是各地旅游行政机构的行业培训。

## &lt;&lt;门市操作实务&gt;&gt;

## 书籍目录

第一章 门市概论 【培训重点】 【专题论述】 一、门市概述 (一)门市的概念、设立与管理 (二)门市的作用 二、门市服务人员的观念认知 (一)整体产品观念 (二)顾客导向战略 (三)人性化 (四)双重服务 (五)优质服务 三、门市服务人员的素质要求 (一)礼貌 (二)亲和力 (三)口语表达能力 (四)一视同仁 (五)推销能力 (六)旅游知识的掌握 【实操问答】 【问答1】旅行社门市是不是独立法人？

【问答2】为什么说门市可以为旅游产品增值？

【问答3】旅行社设立门市部，应征得谁的同意和审批？

【问答4】旅行社门市部受谁主管？

【问答5】什么是《旅行社门市部登记证》？

【经典案例】 【案例1】我们推荐“美丽”登山线路 【案例2】真理的瞬间(“MOMent OfTmth”)

【案例3】拘谨的客户 【实践练习】第二章 营造温馨的服务氛围 【培训重点】 【专题论述】 一、门市硬环境构建 (一)门市选址要求 (二)门市设计和装潢 (三)门市物品陈列、宣传张贴 二、门市软环境营造 (一)用微笑建立沟通的桥梁 (二)通过赞美赢得信任 三、门市硬环境与门市软环境的统一 (一)门市硬环境和软环境统一的作用 (二)“标志营销”理论在门市中的应用 【实操问答】

【问答1】门市服务人员应该怎样微笑才算是专业的微笑？

【问答2】门市服务人员什么时候微笑？

【问答3】什么是“日本式的微笑”？

什么是“欧洲式的微笑”？

【问答4】门市服务人员与顾客目光接触时，应该看顾客面部什么区域？

【问答5】门市服务人员与顾客目光接触时，应该从哪个方向看？

【问答6】什么是“社会距离”？

门市服务人员与顾客间应保持多远的“社会距离”？

【经典案例】 【案例1】肯德基的选址策略 【案例2】“旅游一条街”促进永安市争创“中国优秀旅游城市” 【案例3】杭州大厦旅行社首开“流动门市” 【案例4】日本旅行社的门市 【实践练习】

第三章 门市服务人员礼仪 【培训重点】 【专题论述】 一、门市服务人员的仪表仪容要求 (一)服饰美 (二)修饰美 (三)举止美 (四)形象用品 (五)佩戴胸卡 二、门市服务人员的礼仪养成训练 (一)门市商务礼仪常识 (二)门市服务人员坐姿训练 (三)门市服务人员站姿培训 (四)门市服务人员走姿培训 (五)门市服务人员应杜绝的失礼行为 【实操问答】 【问答1】门市服务人员的仪表仪容主要从哪些方面来体现？

【问答2】门市服务人员如何正确使用化妆水(以女性化淡妆为例)？

【问答3】门市服务人员如何正确使用化妆乳液(以女性肌肤保养为例)？

【问答4】门市服务人员化妆后，得了化妆品皮炎怎么办(以女性化妆为例)？

【问答5】门市服务人员如何正确选择佩戴手表？

【问答6】门市服务人员在什么情况下，不必向对方递送名片？

【问答7】门市服务人员如何向顾客递送圆珠笔或钢笔？

【问答8】门市服务人员如何接过顾客的旅游费或报名费？

【问答9】门市服务人员正在与旅游者交谈，自己手机响起来了，怎么办？

【问答10】门市服务人员地上取物要注意哪些要领？

【经典案例】 【案例1】哈佛寓言——本性难移 【案例2】生命的化妆 【实践练习】第四章 门市业务与对客服务 【培训重点】 【专题论述】 一、门市业务 (一)门市主要业务范畴 (二)本书有关门市业务范畴的思考 二、门市对客服务 (一)进门问候 (二)接触搭话 (三)出示旅游产品 (四)旅游产品说明 (五)参谋推荐 (六)促进信任 (七)签订合同 (八)收取费用 (九)收尾工作 【实操问答】 【问答1】《旅行社管理条例实施细则(2001年)》规定，门市部从事哪些业务？

【问答2】什么是旅行社自助游？

【问答3】什么叫“散客旅游”？

## &lt;&lt;门市操作实务&gt;&gt;

散客旅游与团队旅游的区别是什么？

【问答4】旅行社收取旅游费用，具体包括哪些项目？

【问答5】旅游者参加旅行团能获得什么保险？

【问答6】旅游者为什么要参加旅行社安排的行前说明会？

【问答7】什么是“旅游产品卖点”？

【问答8】门市服务人员介绍旅游产品时的“FABE”法则包括什么？

【问答9】门市服务人员在对客户服务过程中，忌讳说哪些话？

【问答10】门市服务人员提醒旅游者外出旅游之前应注意哪些事情？

【问答11】签订旅游合同后，旅游者临时不能参加旅游，如何处理？

【经典案例】 【案例1】口头约定，索赔少依据 【案例2】旅游广告、旅游合同与实际行程不符

【案例3】旅游中飞机延误属于不可抗力因素 【案例4】钟爱一生15日浪漫游 【实践练习】第五章

门市销售促成技巧 【培训重点】 【专题论述】 一、门市商谈六大原则 (一)用肯定型语言代替否定

型语言 (二)用请求型语言取代命令型语言 (三)用问句表示尊重 (四)拒绝时“对不起”和请求

型并用 (五)让顾客自己选择、决定 (六)清楚自己的职责 二、智慧地处理价格问题 (一)关于旅

游产品价格和价值的理解 (二)价格异议处理及其注意事项 (三)具体的价格异议 三、促成交易的

技巧 (一)促成交易的一般技巧 (二)针对不同个性旅游咨询者的促成技巧 四、门市电话销售技巧

(一)门市电话营销的必备信念 (二)娴熟的门市电话销售技巧 (三)门市电话销售训练 【实操问答

】 【问答1】门市商谈要掌握哪六大原则？

【问答2】门市在处理价格异议时要注意哪些事项？

【问答3】门市常见的价格异议有哪些？

【问答4】门市促成顾客成交，要掌握哪些基本原则？

【问答5】为了促成交易，门市服务人员要掌握哪些一般技巧？

【问答6】门市怎么介绍旅游产品，才能促使交易成功？

【问答7】如何通过语言来介绍旅游产品或者线路？

【问答8】如何面对旅游咨询者对线路或者产品等的异议？

【问答9】同样的旅游目的地及旅游天数，为什么其旅游价格各不相同？

【经典案例】 【案例1】门市服务人员是“顾问” 【案例2】深呼吸一次，足足回味一辈子——“

寻源香格里拉”深度西线 【案例3】一条领带800美元，有人抢着买 【实践练习】第六章 门市顾客

旅游需求与旅游动机 【培训重点】 【专题论述】 一、国内旅游需求发展特征 (一)旅游需求本身

具有层次性 (二)国内旅游需求发展特征 二、旅游动机 (一)一般消费者的购买动机 (二)一般旅

游者的购买动机 (三)个体旅游者的购买动机 (四)细分市场下的特殊旅游动机 (五)旅游动机与不

同类型的旅游产品 【实操问答】 【问答1】国内旅游需求发展呈现哪些主要特征？

【问答2】一般消费者的购买动机有哪些？

【问答3】一般来说，旅游动机分哪几大类？

【问答4】身体方面的旅游动机包括哪些内容？

【问答5】情感方面的旅游动机包括哪些内容？

【问答6】个人方面的旅游动机包括哪些内容？

【问答7】个人发展方面的旅游动机包括哪些内容？

【问答8】地位、身份方面的旅游动机包括哪些内容？

【问答9】文化方面的旅游动机包括哪些内容？

【问答10】休闲旅游者的购买动机包括哪些内容？

【问答11】影响个体旅游者的主要动机有哪些？

【问答12】什么是“定制旅行”？

【问答13】什么是“换巢游”？

【经典案例】 【案例1】“走过就有奇迹”——自驾车9H：tl~京一敦煌游 【案例2】“威士忌溯

源之旅”——满足深度文化体验的旅游 【案例3】《新旅行》：一个阶层和它倡导的旅游 【实践练

习】第七章 门市顾客购买决策 【培训重点】 【专题论述】 一、门市顾客购买的决定因素 (一)购

## &lt;&lt;门市操作实务&gt;&gt;

买的决定因素 (二)门市对购买因素的影响 二、购买决策过程 (一)旅游者购买决策过程的特点 (二)旅游者购买决策过程 (三)旅游者购买决策过程模型 三、门市对购买决策的影响 (一)引导顾客购买 (二)识别购买信号 【实操问答】 【问答1】儿童出国是否要护照？  
【问答2】(客户做出出境游决策前问)除了交纳必需的费用外，出境游还需要带多少钱？  
【问答3】(客户做出出境游决策前问)过海关可以带哪些东西？  
【问答4】(客户做出出境游决策前问)出境游所到国家的气候和我们国家差异大吗？  
【经典案例】 【案例1】首支中国自驾车旅行团畅游瑞士 【案例2】888元能在泰国玩6天 【案例3】海南双飞5日四星纯玩团——明明白白消费 【案例4】“李鬼”旅行社骗术大揭底，应对有高招 【案例5】门市服务人员自己不要签合同 【实践练习】第八章 门市客户关系管理 【培训重点】 【专题论述】 一、门市客户关系管理概述 (一)客户关系管理(CRM)的概念 (二)客户关系管理的基本理念 (三)客户关系管理的功能 (四)门市客户关系管理概述 二、门市客户管理制度 (一)旅游者数据库 (二)旅游者价值评估 (三)旅游者回访 (四)节庆祝贺 (五)提供日常旅游信息 (六)建立旅游者俱乐部 三、门市顾客关系管理 (一)门市顾客关系管理 (二)顾客忠诚 (三)永远留住顾客 【实操问答】 【问答1】CRM(客户关系管理)的最高原则是什么？  
【问答2】门市实施客户关系管理的根本目标是什么？  
【问答3】客户关系管理的两项基本任务是什么？  
【问答4】客户关系管理的主要功能有哪些？  
【问答5】门市对收集来的信息应该做哪些处理？  
【问答6】什么叫顾客终身价值？  
【问答7】忠诚顾客会给门市带来哪些经济利益？  
【经典案例】 【案例1】HollyC6呼叫中心解决方案服务于中国最大的国际旅行社 【案例2】三条手机短信凸显意外关切 【案例3】门市旅游者登记表 【实践练习】主要参考书目后记

<<门市操作实务>>

编辑推荐

《门市操作实务》由旅游教育出版社出版。

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>