

旅行社经营管理

进入

帮助

退出

主编：李婍

高等教育出版社出版

吉林省经济管理干部学院编写

大连泽软信息技术有限公司制作

第七章 旅行社质量管理



旅行社服务质量及其体系



导游服务质量



旅游投诉及其处理

本章概述

随着旅行社行业的发展，旅游质量问题成为企业的核心问题。旅行社服务质量是企业生存的根本。目前中国旅行社行业已经进入了服务的时代。打造良好旅游环境，使旅游者高兴而来，满意而归是服务的宗旨。本章主要从旅行社的服务质量及体系、导游服务质量、旅游投诉及其处理等方面进行介绍。



第一节 旅行社服务质量及其体系

一、质量

(一) 解读——质量

- 1.符合标准质量
- 2.符合需求质量
- 3.符合需求质量



(一) 解读——质量

1.符合标准质量

符合标准的质量观是以符合技术规范 and 规格要求作为产品规格要求的。**符合最佳质量目标值才是企业质量追求的目的。**

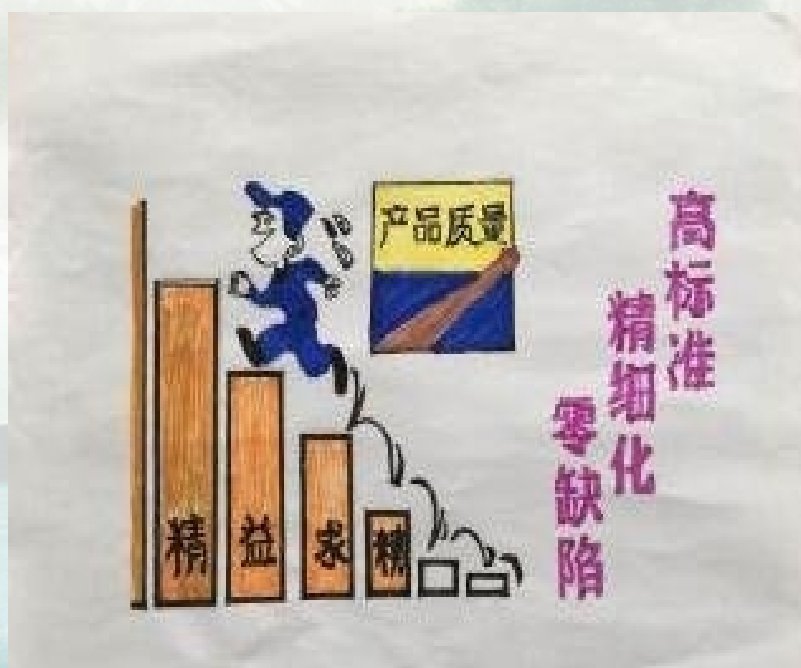
2.符合使用质量

20世纪60年代“适用性”质量的概念被提出。国际质量管理权威朱兰博士指出，对用户来说质量就是“适用性”而不是规格符合性。



3.符合需求质量

20世纪80年代，在日本形成了一种从“理所当然质量”向“魅力质量”进军的思潮，即企业十分关注对顾客潜在需求的调查和研究。



第一节 旅行社服务质量及其体系

(二) 质量的重要性

1. 人类生活需要质量大堤的保护；
2. 企业发展需要质量工作的支持；
3. 综合国力和竞争力以质量为核心要素。



第一节 旅行社服务质量及其体系

二、服务质量

(一) 服务的定义

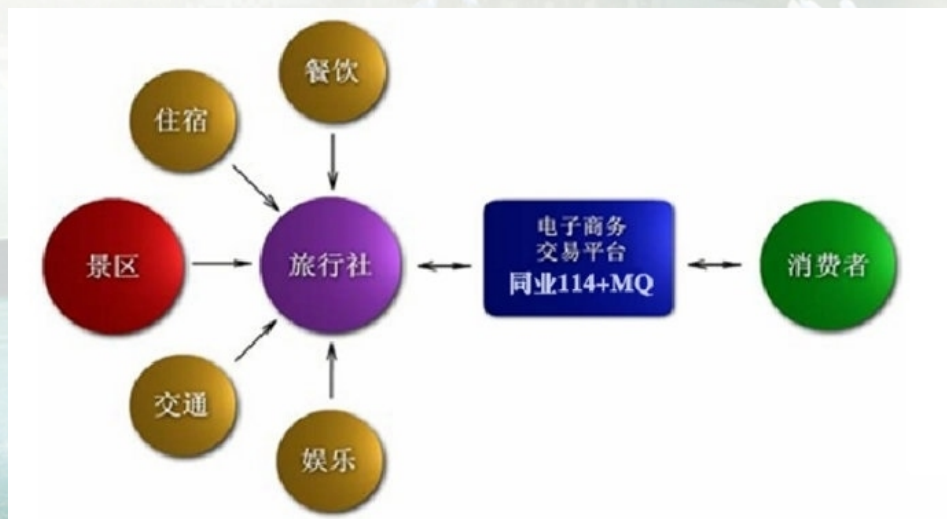
服务通常是无形的，并且是在供方和顾客接触面上至少需要完成一项活动的结果。服务的提供可涉及：在顾客提供的有形产品上所完成的活动；在顾客提供的无形产品上所完成的活动；无形产品的交付；为顾客创造氛围。



第一节 旅行社服务质量及其体系

(二) 服务质量的含义

顾客对服务生产过程、服务的效用感知认同度的大小及对其需求的满足程度的综合表现。



第一节 旅行社服务质量及其体系

三、质量体系

(一)质量体系的特点

- 1.从顾客的立场出发
- 2.易于被顾客评估
- 3.在组织内部自上而下实施

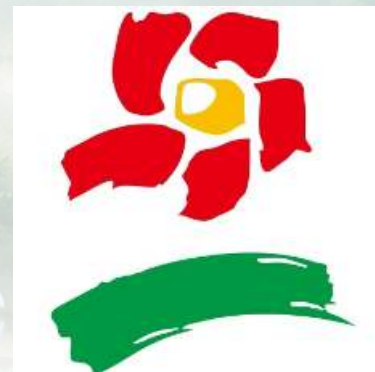
(1)有形性

(2)可靠性

(3)响应性

(4)保证性

(5)移情性



第一节 旅行社服务质量及其体系

(二)服务质量体系

对服务质量体系的理解应注意以下几个方面：

- (1)服务质量体系的内容是为满足质量目标的需求为准；
- (2)旅行社的质量体系主要是为了满足企业内部管理的需要而设计的，它比特定顾客的要求广泛，顾客仅对该服务质量体系的相关部分进行评价；
- (3)当为了合同或强制性质量体系评价为目的时，可以要求对已确定服务质量体系要素的实施情况进行证实。



第一节 旅行社服务质量及其体系

1. 管理者的职责

(1) 质量方针

质量方针是服务质量体系的灵魂，是旅行社总的质量宗旨和方向，在进行服务质量体系设计时，旅行社首先编制颁布本企业的服务质量方针。其中涉及服务的等级、企业的质量形象和信誉、服务质量的目標、保证服务质量的措施、全体员工的作用等内容。



第一节 旅行社服务质量及其体系

(2) 质量目标和质量活动

直接服务质量活动是指与服务质量设计、形成和实现直接相关的活动。

间接服务质量活动是指以组织、计划、协调、控制反馈为特征，通过一定的媒介对服务质量形成和实现产生间接影响的活动。

包括质量改进、质量信息管理、质量教育、质量审核、质量奖惩、群众性的质量活动等。



第一节 旅行社服务质量及其体系

(3) 质量职责和权限

落实职权是指分配权限或承担职责。旅行社应将分解、细化的质量职能一一对应地分配到各层次、各部门、各岗位，让企业内的每个员工都有自己的职责和权限。



第一节 旅行社服务质量及其体系

1. 管理者的职责

(1) 质量方针

(2) 质量目标和质量活动

(3) 质量职责和权限



第一节 旅行社服务质量及其体系

2.资源

(1)人力资源

旅行社最重要的资源是人。

(2)物质资源

为保障客人有良好的体验，旅行社要有较好的装备和技术。

(3)信息资源

智能时代，对顾客大数据信息的掌握，尤其是对顾客喜好的了解十分必要。



以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：<https://d.book118.com/678014130014006073>