

<<旅行社门市管理实务>>

图书基本信息

书名：<<旅行社门市管理实务>>

13位ISBN编号：9787301193396

10位ISBN编号：7301193394

出版时间：2011-6

出版时间：北京大学出版社

作者：梁雪松，张建融 编著

页数：341

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>

## <<旅行社门市管理实务>>

### 内容概要

《旅行社门市管理实务》以旅行社门市的实际操作能力培养为出发点，紧紧围绕国内外旅游业发展的最新动态，对旅行社门市的管理和操作实务进行了详细的论述和说明。

《旅行社门市管理实务》体系完整，编写紧扣“准确性、实用性、先进性”原则，从店长和店员两个层面进行讲解，内容深入浅出，具体生动，实践性强，门市业务操作技能、技巧与旅行社门市实际工作紧密结合。

《旅行社门市管理实务》适合作为高等院校旅游管理专业教学用书以及旅游行业培训用书，并可供相关从业人员参考使用。

## <<旅行社门市管理实务>>

### 书籍目录

绪论旅行社门市概述

第一节 旅行社门市的概念与定义

第二节 旅行社门市的管理与规范

第三节 旅行社门市的作用

实操练习

第一部分 店长实务

第一篇 基础篇

第一章 店长角色与定位

第一节 店长的角色

第二节 店长的定位

第三节 店长的职责

第四节 店长的能力

第五节 店长的素质

第六节 店长的心态

第七节 店长的类型

第八节 店长的商业素质

第九节 店长的选拔

第十节 店长的职业形象

实操练习

第二章 工作流程及管理

第一节 店长工作流程

第二节 店长管理的内容

第三节 店长工作重点

第四节 店长管理的技巧

实操练习

第二篇 准备篇

第三章 开店前的准备工作

第一节 旅行社门市的选址

第二节 旅行社门市的申请与注册

第三节 如何安排设施配置

实操练习

第四章 门市形象设计

第一节 门市形象设计的原则

第二节 门市的形象要素

第三节 门市旅游产品陈列

第四节 POP广告的制作

实操练习

第三篇 管理篇

第五章 店员管理与培训

第一节 店员管理

第二节 店员指导与培训

实操练习

第六章 团队管理

第一节 团队及其基本特征

第二节 团队的类型

## <<旅行社门市管理实务>>

第三节 团队组织

第四节 团队精神

第五节 门市团队的组织设置

实操练习

第七章 财务管理

第一节 财务分析管理

第二节 成本控制管理

第三节 现金管理

实操练习

第八章 安全管理

第一节 异常情况处理

第二节 突发事件管理

第三节 消防管理

实操练习

第四篇 营销篇

第九章 销售管理

第一节 销售管理过程

第二节 销售计划制订

第三节 销售业绩管理

第四节 工作表现评估

第五节 销售管理的“四化”

实操练习

第十章 顾客关系管理

第一节 相关概念

第二节 企业与顾客关系

第三节 顾客消费需求

第四节 顾客消费心理

第五节 消费者购买决策

实操练习

第十一章 促销管理

第一节 促销的概念

第二节 促销价格及方案

第三节 促销前期准备工作

第四节 旅行社门市促销方法

第五节 广告促销

第六节 促销人员管理

第七节 促销效果评估

实操练习

第十二章 计调管理

第一节 预定与购买前的准备工作

第二节 预定与购买

第三节 合作供应商管理

第四节 计调工作管理

实操练习

第十三章 消费者满意度与投诉管理

第一节 影响消费者满意度的因素

第二节 消费者满意战略

<<旅行社门市管理实务>>

第三节 消费者心理的分析方法

第四节 旅游消费者满意管理

第五节 旅游消费者投诉管理

实操练习

第二部分 店员实务

第十四章 店员的职业素养

第一节 职业道德素养

第二节 职业知识素养

第三节 职业技能素养

实操练习

第十五章 门市接待服务

第一节 基本要求

第二节 门市服务技巧

第三节 旅游接待技巧

第四节 旅游咨询服务

第五节 介绍产品及相关内容

第六节 促成交易技巧

第七节 顾客接待服务

第八节 门市服务的道歉方式

第九节 与顾客保持良好互动

实操练习

第十六章 门市商务礼仪

第一节 礼仪与商务礼仪

第二节 店员形象礼仪

第三节 店员行为举止礼仪

第四节 门市锻炼礼仪

第五节 礼仪养成训练

实操练习

参考文献

## &lt;&lt;旅行社门市管理实务&gt;&gt;

## 章节摘录

版权页：插图：作为这一等级的店长对业务和管理的熟练程度已经没有什么问题了，按照他们自己的话来说，就是闭着眼睛也能够知道旅游产品有哪些特征和内容，对于门店营业场地，员工、供应商、社会各类管理部门，还有如何应对竞争对手的挑战等，他们都已经能够做到了然于心，可以说，达到这一水准的店长基本上都是各个企业的佼佼者，都是店长群体中的领军人物，可以说，我国旅游门市中金牌店长中的大部分都是能够达到这一水准的。

有很多很优秀的店长达到这一水准以后就开始苦闷了：我已经到顶了，我还能够继续做什么呢？

公司近期好像也没有让我升职去担任更高职务的计划，往上看似乎已经到天花板，而往下看，似乎自己可以改进的东西也还不少，但是那种修修补补的小打小闹已经激不起自己曾有的激情了，于是他们中的一些人开始惯性地维持工作，几年下来，回头看看自己还是在原地踏步，几乎没有进步，这种进步不仅仅体现在职位上，更重要的是体现在自己内在能力的提升上。

实际上，作为一名已经达到专业程度或者是精通程度的店长，他的身上其实还是有很多不足的，还是有很多可以值得提升的地方的，比如他的视野一定不够开阔，他所考虑的问题常常是局限于一店之内的。

这样，他对事物运行发展规律的把控往往会显得比较机械和生硬，他对待行业发展规律、对待员工的认识都会显得较为肤浅，看不到更多的关联和内在的更长远的变化趋势，于是就会显得目光比较短浅、视野狭窄、急功近利，此时，他要实现门店持续性的、长久的提升将会非常困难。

4.融通级作为这一等级的店长已经达到了店长的最高境界，到目前为止，还很少遇到能够达到这一水平的店长，相对来说，达到专业的程度还是比较容易的，只要自己足够敬业、有足够的经验积累，加之智商较高，那就很不错了，但是要达到融会贯通的境界，仅仅在一个领域达到专业水平，那是远远不够的，他必须至少在两个以上的领域都做到出类拔萃，而且有着非常高的悟性，能够触类旁通，才有可能最终升华到融通的境界。

如果能够达到融通的境界，那么就不是仅仅在外部换几个角度去看问题那么简单了，一个人若是达到了融通的境界，他对世界的认识就能够真正做到相当客观与深刻，他对事物的发展变化规律的认识也就真正地达到了洞若观火的境界。

这就好比看海的人，进入融通境界以后，他所看到的海就不再是表面的那层波浪了，而是能够透过这层浅层的波浪看到深层的潜流，看到大海运行的总体的、较长远的态势。

达到融通境界的店长看待自己的员工时，已经不是把他们看做一个个简单的机器，只要会干活、肯听话、高效地去执行自己的指令、达到自己的预期目标就可以了，而是会把他们当成一块块可以点石成金的金坯子，自己是带着欣赏的眼光、以一种负责任的心态去对待自己的下属的，此时他对自己的要求就是，这些人跟着我，我一定要每年都能够让他们看到自己身上的明显的进步。

<<旅行社门市管理实务>>

编辑推荐

《旅行社门市管理实务》：紧扣旅行社市实操能力培养目标操作技能与实际工作紧密结合填补旅行社门市管理方面高等教材的空缺。

<<旅行社门市管理实务>>

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>