

# 旅行社经营管理

(第五版)

# 目录

CONTENTS

- 第一章 旅行社概述
- 第二章 旅行社的设立
- 第三章 旅行社产品开发
- 第四章 旅行社计调业务及采购管理
- 第五章 旅行社产品营销管理

# 目录

CONTENTS

- 第六章 旅行社接待服务管理
- 第七章 旅行社财务管理
- 第八章 旅行社综合管理
- 第九章 旅行社未来发展

# 第五章 旅行社产品营销管理

第一节 旅行社产品价格的构成和分类

第二节 旅行社产品的价格策略

第三节 旅行社产品的销售渠道和流程

第四节 旅行社产品的市场促销

第五节 旅行社产品的售后服务

## 本章导读



产品营销是旅行社利润的来源,是旅行社经营中唯一产生效益的因素。因此,旅行社产品营销状况的好坏决定着旅行社能否生存。本章依次介绍了旅行社产品营销过程中互相联系的几个方面,即旅行社产品价格的构成和分类、旅行社产品的价格策略、旅行社产品的销售渠道和流程、旅行社产品的市场促销,最后介绍了旅行社产品的售后服务。通过本章的学习,学生应了解产品营销的重要性和复杂性,掌握必备的定价策略和销售策略。

尽管有许多因素影响旅行社经营的成败,但几乎所有成功的旅行社,无论大小,有一点是共同的——它们都非常重视营销,并在营销方面取得了成效。营销是一门科学,同时也是一门艺术。每一位旅行社管理人员和营销人员都应当具备相当水平的营销知识。

# 第一节 旅行社产品价格的构成和分类

---

## 一、旅行社产品价格的含义和特点

## 二、旅行社产品价格的构成

(一) 成本

(二) 税金

(三) 利润

# 第一节 旅行社产品价格的构成和分类

## 三、旅行社产品价格的分类

(一) 根据旅游者所购买的旅行社产品的内容划分

1. 全包价
2. 半包价
3. 小包价
4. 零包价
5. 单项服务价格

(二) 根据旅游产品需求程度的差别划分

1. 基本旅游价格
2. 非基本旅游价格

(三) 根据经营者的不同划分

1. 旅游经营者价格
2. 旅游目的地价格
3. 外国旅行社价格

# 第一节 旅行社产品价格的构成和分类

## 四、影响旅行社产品价格的因素

### (一) 内部因素

1. 营销目标
2. 营销组合策略
3. 成本
4. 旅行社产品的不可储存和转移

的特性

### (二) 外部因素

1. 供求关系
2. 协作部门价格调整
3. 市场竞争状况
4. 消费者对价格与价值的认知
5. 汇率变动
6. 法律和政策



# 第一节 旅行社产品价格的构成和分类

---

## 【小思考】

1个月前,一家旅行社收取了36名游客每人1万元团费,准备赴某国旅游。但在出国前的这1个月中,人民币升值了。请问,这种情况对旅行社有利还是不利?

分析:旅行社的报价1个月前就定了,且已预收了游客的全部费用。当人民币升值时,旅行社兑换同额外币时需要支付的人民币变少了,但旅行社在国外支付的外币数额显然没有变化,因此,这种情况当然对旅行社是有利的。

# 第一节 旅行社产品价格的构成和分类

---

## 【课堂讨论】

《旅行社条例》第27条规定：“旅行社不得以低于旅游成本的报价招徕旅游者。”第34条规定：“旅行社不得要求导游人员和领队人员接待不支付接待和服务费用或者支付的费用低于接待和服务成本的旅游团队，不得要求导游人员和领队人员承担接待旅游团队的相关费用。”第37条规定：“旅行社将旅游业务委托给其他旅行社的，应当向接受委托的旅行社支付不低于接待和服务成本的费用；接受委托的旅行社不得接待不支付或者不足额支付接待和服务费用的旅游团队。”

上述规定是否会影响旅行社产品价格？属于哪一种影响因素？

## 第二节 旅行社产品的价格策略

---

### 一、旅行社产品的定价目标

- (一) 当前利润最大化
- (二) 维持或提高市场份额
- (三) 产品质量领先
- (四) 稳定市场价格
- (五) 应付与防止竞争

### 二、旅行社产品的定价方法

- (一) 成本导向定价法
- (二) 需求导向定价法
- (三) 竞争导向定价法

## 第二节 旅行社产品的价格策略

### 三、旅行社产品的定价策略

#### (一) 新产品定价策略

1. 撇脂定价策略
2. 渗透定价策略
3. 中位定价策略
4. 需求定价策略

#### (二) 心理定价策略

1. 整数定价策略
2. 尾数定价策略
3. 声望定价策略
4. 系列定价
5. 组合定价策略
6. 习惯定价

## 第二节 旅行社产品的价格策略

---

### (三) 折扣定价策略

1. 数量折扣
2. 季节性折扣
3. 时间性折扣
4. 同业折扣
5. 现金折扣

### (四) 促销定价策略

### (五) 分级定价策略

### (六) 差别定价策略

## 第二节 旅行社产品的价格策略

---

### 四、旅行社产品的价格调整

#### (一) 发动降价

1. 生产能力过剩
2. 降价能大幅提高销售量
3. 成本下降

#### (二) 发动提价

1. 成本上涨
2. 产品供给不足
3. 产品无可替代

## 第二节 旅行社产品的价格策略

---

### 【小思考】

现在有的旅行社根据旅游者的年龄段甚至职业来对同一旅游产品制定不同的价格,如老年人一个价,年轻人一个价。这也是一种差别定价方法吗?

分析:这种定价方法缺乏合法依据,是一种歧视性的定价,不是我们所说的差别定价。

# 第三节 旅行社产品的销售渠道和流程

## 一、旅行社产品的直接销售

### (一) 通过门市直接销售

1. 门市部的选址
2. 门市部的布局
3. 门市部的装饰和陈列
4. 门市部销售人员的选择
5. 门市部销售工作的基本流程

### (二) 通过互联网直接销售

1. 利用互联网销售产品的优势
2. 利用互联网销售产品的方式
3. 利用互联网销售产品应注意的事项



# 第三节 旅行社产品的销售渠道和流程

---

## 二、旅行社产品的间接销售

(一) 间接销售的方式

(二) 间接销售策略

1. 广泛性销售策略
2. 选择性销售策略
3. 专营性销售策略

## 第三节 旅行社产品的销售渠道和流程

---

(三) 旅游中间商的选择

1. 经营实力和服务质量
2. 中间商的目标群体
3. 中间商的信誉度
4. 中间商对旅行社的业务依赖性
5. 中间商的合作愿望

(四) 旅游中间商的管理

1. 建立中间商

## 第三节 旅行社产品的销售渠道和流程

---

### 【小思考】

某旅行社刚刚进入某一市场,应选择哪一种间接销售策略更适当?

分析:某旅行社刚刚进入某一市场,意味着该旅行社产品还不为大家所知,对合作伙伴还不熟悉,还需要进行了解,因此,选择广泛性销售策略更适当。

# 第四节 旅行社产品的市场促销

## 一、市场促销的步骤

(一) 确定目标人群

(二) 确定目标人群对促销的反应

1. 认识
2. 熟悉
3. 喜爱
4. 偏好
5. 确定
6. 购买

(三) 确定有效信息

1. 信息源的权威性
2. 信息的内容合乎主题
3. 信息的表述恰当
4. 信息的宣传形式有利

(四) 选择促销方式

(五) 收集反馈信息

# 第四节 旅行社产品的市场促销

---

## 二、促销预算

- (一) 量力而行法
- (二) 销售百分比法
- (三) 竞争均势法
- (四) 目标任务法

# 第四节 旅行社产品的市场促销

## 三、市场促销方式

### (一) 广告促销

1. 选择广告媒介
2. 注重广告创意
3. 尊重事实
4. 广告评估

### (二) 直接营销

1. 人员推销
2. 直接邮寄
3. 电话营销
4. 网络 and 新媒体营销

- ### (三) 销售推广
1. 针对旅游消费者的销售推广
  2. 针对旅游中间商的销售推广
  3. 针对推销人员的销售推广
- ### (四) 旅游公共关系营销
- ### (五) 现场传播
- ### (六) 品牌营销
- ### (七) 联合促销

## 第四节 旅行社产品的市场促销

---

### 【课堂讨论】

某企业准备组织员工赴九寨沟旅游,时间为4天。经营同一条旅游线的旅行社很多,该企业决定向多家旅行社询价。有两家旅行社得知消息后,派出了业务员去上门推销。

A旅行社的业务员来推销时一再强调本旅行社产品一定是价格最低的,但对具体的行程安排却支支吾吾;B旅行社的业务员对产品很熟悉,但当该企业提出对线路想做一些调整时,业务员直接拒绝了企业的要求。

这两家旅行社采取的是什么营销方式?存在哪些问题?

# 第五节 旅行社产品的售后服务

## 一、旅行社产品售后服务的内涵和作用

## 二、旅行社产品售后服务的方式

(一) 认真处理旅游投诉

(二) 进行客户回访

1. 电话回访
2. 短信回访
3. 寄送意见征询单回访

(三) 寄送宣传资料

(四) 短信(书信)往来

(五) 节日、生日祝福

(六) 举办以旅游者为主体的聚会

(七) 组织旅行社开放日活动



## 第五节 旅行社产品的市场促销

---

### 【小思考】

编辑一条回访的短信,请游客对旅行社的服务进行打分。

参考答案:尊敬的游客您好!旅途辛苦了!感谢您选择××旅行社,请对我们的服务进行评价,非常满意5分,比较满意4分,感觉一般3分,不满意2分,非常不满意1分。直接回复分值即可,谢谢!

# 第五章 旅行社产品营销管理

## 【思考与练习】

一、选择题(有1个或1个以上的正确答案)

1. 旅行社产品的价格由( )构成。

A. 产品成本    B. 员工福利    C. 利润    D. 税金

2. 下列选项中,可构成旅行社产品成本的是( )。

A. 旅游服务的采购费用    B. 产品销售费用    C. 企业管理费用    D. 员工工资

3. ( )包含了一次旅游活动中各种相关旅游服务的费用。

A. 零包价    B. 单项服务价格    C. 小包价    D. 全包价

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/395324102122012002>