

- ▶ 论文投稿
- ▶ 关于论文发布证明

相关链接

- ▶ 学术活动厅
- ▶ 专家讲座
- ▶ 中华管理论坛章程
- ▶ 个人专栏



售后服务管理的马里兰经验

谭小芳

为什么近年来旅游投诉的人越来越多？是投诉的游客不可理喻了吗？我想不是的——，目前国内各旅游企业在做好“游前”、“游中”服务时，对于旅游的售后服务则不闻不问是造成投诉的主要原因。某地旅游局的一位领导告诉笔者：节假日过后忙着处理投诉成了旅行社等旅游企业的规律！

旅游企业——尤其是景区售后服务是指景区为游客在完成旅游活动之后所提供的一系列个性化服务。目前，售后服务基本上还是旅游景区、旅行社行业管理和营销的一片空白。

虽然旅游活动的结束意味着旅游服务、经历、过程的终止，但游客对旅游服务的认同或抱怨仍然存在，游客的出游计划没有终止。另外，随着旅游业的发展，景区间竞争日趋激烈，游客在景区的选择上也更加理性，“有景便游”的盲目出游现象将会淡出旅游市场。谭老师认为，加强旅游景区的售后服务营销将成为必然的趋势，也将是营销的一大方向。

顾客就是上帝，想必旅行社上上下下没有人不赞同这个观点。旅行社卖给游客的是什么？体验和服务！服务不仅包括售前、售中服务，还包括售后服务，如果连这样浅显的意思都不明了，希望有回头客那就是一种奢望了。游客们的抱怨可以当作提高、改善旅行社今后服务的一个参考，拒绝游客的宝贵意见意味着关上了与消费者沟通的大门。但是如何更进一步的提高旅游售后服务营销的水平呢？我们来看看马里兰食物库的案例吧——

马里兰州食物库成立于1979年，属于美国SecondHarvest组织旗下，和一般的非营利组织不一样的是，马里兰州食物库关注的是最基本的饥饿问题，他们向马里兰州周围1000多个收容所和食物发放点捐赠食品。

马里兰州食物库的首席执行官DeborahFlateman先生说，目前，马里兰州食物库已经着手实施了一项吸引新捐款人的计划——在为新捐款人寄出一份小礼物后，很短的时间里再次为他们寄出一份礼物——这样做可以大大提高新捐款人的保留率。

其实，早在1997年，马里兰州食物库就开始实施通过直邮信件募款的方式。马里兰州食物库的新捐款人保留率一直处于30%强至40%之间。但是，改进的空间肯定存在。2006年，在发现新捐款人保留率突然下降之后，马里兰州食物库根据市场趋势，开始启动了新的捐款人沟通战略。

根据研究发现，在第一年内，赠送更多的礼物给新捐款人，则保留率会更高，而且如果第一份礼物和第二份礼物之间时间隔得越久，则捐款人第二次捐款的可能性更小。

2007年，马里兰州食物库推出了针对新捐款人的“第二份礼物”的营销活动。任何一位新捐款人，只要第一次捐出5美元以上(包括5美元)的善款，马里兰州食物库就会在为他寄出第一份礼物之后，稍后寄出第二份礼物。每个月寄出的直邮信件和礼物数量会根据季节的变化带来的新捐款人的数量而变化，而且，信件内容和礼物的种类也会根据捐款人捐赠数量而做出调整。

针对新捐款人寄出的第二份礼物的反馈率在10%左右，每份礼物带来的捐款平均为38美元，而每份礼物的成本仅有0.50美元。

一、旅行社售后服务

我们旅行社经理人如何借鉴上面马里兰的经验yingxiaoguanli.net来做旅游售后服务营销呢？我这里为什么强调售后服务“营销”呢？是因为——售后服务是新一轮营销的开始。有没有将这句话记下来？售后服务是新一轮营销的开始！

他们在“售后服务”的回访环节巧妙利用小礼物（0.50美元），换来10%的捐款率（38美元），也就是说——38美元的成交额中，有5美元（0.50美元*10）的成本而已！也就是说我们旅行社在售后服务上的投入产出比是8倍！投入1块钱，收回8块钱！比起现在报纸广告投入1000块，还接不到一个咨询电话好多少倍？谭小芳可以很负责的告诉您，那一个电话可能还是报社的人打来的！

以前呢，很多旅行社以往对售后服务不够重视，谭小芳老师认为：应该对每个游客都进行电话回访，并把游客的反馈信息进行汇总、归类并存入电脑数据库中。认真处理顾客投诉，并派人上门处理和道歉。通过电话沟通和上门服务，把游客的家庭情况、经济情况、兴趣爱好、旅游规律、下次出游意愿等信息详细的记录下来，并存入公司的数据库。

有了游客资料数据库，销售部就可以通过电脑软件，掌握游客的旅游意向，为不同的客户提供个性化的旅游线路和服务。同时，客户服务部又将游客对旅游中的各种意见和建议反馈给计调操作部，以便提升服务质量。

笔者的一位朋友——作为旅行社经理十年如一日每次有旅游团来的时候，他都亲自去探望，看团。这是一个很了不起的细节。谭小芳老师认为：通过把握售后服务细节，赢得了旅游者的青睐，同时也大大的降低了广告宣传的支出。

作者在培训过程中，了解到很多旅行社确实有建立售后服务的想法——比如，建立游客和旅行社的联系卡，每次旅行结束查阅游客的意见和建议，为客户建立档案，定期召开市民代表的座谈会，对两次以上参加旅游的市民给予优惠等等。但是，还是没有系统的旅游售后服务体系。

二、风景区售后服务

如何开展景区的售后服务呢？谭老师认为有以下几点——

1、开发游客信息系统

现阶段，多数景区尚未运用高科技手段实现对游客详细信息的管理、统计和分析，景区可以联合软件公司开发游客信息管理系统，实现游客信息方便快捷的记录、查询和分析。

景区可以通过在游客中发放售后服务登记表收集游客信息，也可仿效一些商家的经营策略，如游客填写档案信息卡，可参加抽奖活动或获赠小礼品等，吸引游客留下自己的相关信息。旅游团队的信息则可以由旅行社或相关组织提供。

2、利用多种途径加强沟通

在游客完成旅游活动后的一段时间内，可以通过电话、短信、邮件等方式予以问候；针对游客的投诉以最快的速度解决和协调，并及时反馈；在重大节日和游客的重要纪念日（如生日、结婚纪念日等）寄送精美的卡片、小礼物以表祝福；把旅游景区最新开发的旅游线路、旅游服务、旅游商品和将举办的大型活动等相关信息第一时间传送给“老游客”，并盛情邀请故地重游；利用景区网站和电子留言板与游客交流。

通过以上各种方式，让游客真正感到受重视、受尊重，感觉自己就是景区的友人、家人，也是很温馨的营销氛围呢。

3、建立景区的VIP俱乐部

建立景区的VIP俱乐部，吸纳对景区具有特殊贡献的游客（如提出建议并被采纳的游客）、具有较强消费能力的游客、多次重游的游客等为会员，发放会员卡。VIP会员不仅享受价格优惠，还享受旅游景区提供的个性化服务。交广传媒旅游策划营销机构认为，会员卡可转借给亲戚、朋友、家人使用，消费越多，优惠越多。这样就吸引了VIP会员的多次回头和不断挖掘新的顾客。

企业售后服务的完善真的可以说任重道远。如果不能充分发挥售后服务的作用，只是为了跟风，甚至是让管理部门看见自己有这一套工序，就大可不必了。

总之，旅游也是一种商品，其售后服务对游客和旅行社均有益处；景区呢，要将直客和旅行社都看做客户，这样的话，回访、售后就要更讲究方法。参照一开始马里兰食物库的做法呢，我们了解到售后服务同时是非常好的营销方式。

最新文章：

- [“执两用中”浅说](#) 曾飞
- [禅茶经营的元逻辑](#) 张西振
- [售后服务管理的马里兰经验](#) 谭小芳
- [创新精神：企业家的灵魂！](#) 谭小芳
- [立此存照：水危机](#) 小龙
- [企业家的“德育”](#) 谭小芳
- [企业家的压力管理与健康管理](#) 谭小芳

- 产品管理是企业的核心和基础 谭小芳
- 解决新问题，还是回头老路？ 王甲佳 等
- 2010年社会不缺人才 缺人杰 黑蝴蝶
- 欲望都市管理 侯念龙
- 更多文章...

[首页](#) | [关于VCMC](#) | [资料搜索](#) | [联系我们](#) | 建议使用IE6. x版本，显示分辨率1280x1024或1024x768

中华管理论坛、厦门学苑管理咨询有限公司 版权所有 1998-2009. [闽ICP备05022209号](#)

联系电话：0592-5214009

VCMC