



当前位置: [首页](#) > [借鉴世界](#) > [旅行社经营管理](#) > 正文

旅行社的名牌战略

文章来源: 中国旅游报 文章作者: 曾筱淳 发布时间: 2006-10-27 字体: [大 中 小]

旅行社名牌战略,就是旅行社以名牌导游、名牌服务、名牌商标、名牌商号的创立、保护和发展为中心目标,以提高旅行社市场竞争力和经济效益为主要目的而进行的、具有较长时间和较大空间跨度的、系统周密的谋划、设计及其实施过程。旅行社强化品牌意识已经成为其脱离当前业内普遍存在的“价格战”,走出“丁旺财不旺”误区的重要途径。

强化品牌意识是品牌经营时代的普遍要求。经济界有一种理论认为,我们的经济社会,已经经历了商品经济时代、资本经营时代,正在向品牌经营时代过渡。随着短缺经济的终结,过剩经济的来临,同类商品的可替代性显著增强。消费者在购买商品时,如果同类商品具有可替代性,往往愿意购买具有相当知名度的品牌商品。作为一项能给人们带来多方面享受的服务产品,旅游已经为越来越多的消费者所接受。因此,人们在选择一项旅游产品时,也必然倾向于选择那些知名品牌。旅游企业也因此必须创造出消费者认可的品牌,才能在激烈的市场竞争中生存下去并占有一定份额。

强化品牌意识也是旅行社作为特殊行业的必然要求。旅游产品主要以服务形态为主,具有无形性。所以,消费者在购买旅游产品之前只有少量线索用于判断其质量,很难评估。又由于旅游产品的异地消费性,更加深了消费者对旅游产品的确认难度。这样,消费者确认难度越大,自然越倾向于名牌旅行社提供的产品。旅行社是连接旅游服务供应商与旅游者、使旅游交易顺利实现的企业。由于它的重新组织与技术创新功能,使得分散于市场的各种旅游生产要素得到有效组合,并实现从要素到产品的转化。这一重要功能决定了旅行社作为旅游龙头企业地位,因此在旅游行业内旅行社的品牌尤为人们所关注。

然而,在我国,旅行社总体上规模小、经营散、竞争弱、效益差,一味追求短期利润造成恶性削价竞争、服务质量低劣等问题还广泛存在,而围绕质量的品牌竞争意识相对淡薄。在经营中只停留在低层次的价格竞争和近距离的重复建设上,不能形成品牌特色。在市场定位上只选择见效快、利润明显的产品,限制了旅行社品牌意识的培养。

进入上世纪90年代中后期,旅行社业已经完成了由卖方市场向买方市场的过渡。对旅行社而言,想顾客之所想、急顾客之所急,才能在买方市场这一消费者可选择性大的市场上吸引顾客、抓住顾客、留住顾客。而我国的大部分旅行社缺乏“以人为本”的经营理念,没有充分认识到尊重顾客的价值,使顾客在消费中难以感到关怀与重视,这必然难以在顾客心中形成旅行社品牌的概念。

本文从宏观管理和产业政策方面,对旅行社品牌管理和建设项目做一些探讨。

1. 提高行业入围门槛,增加行业品牌含金量。旅行社行业门槛是旅行社调整产品市场定位的控制阀,“门槛”越高,旅行社的自主经营越主动,生存空间也越大。旅行社更有可能把有限的精力和资源从“价格制胜”转移到“品牌制胜”上来。发达的市场经济条件下,消费个性化趋势决定了产品个性化。旅行社必须做好市场分析,确定自己的目标市场,面对选定的特定消费群体生产特色产品。大量旅行社的“品牌化”建设将推进整个行业的素质和业务水平的提高。

2. 完善行业分工体系。我国现有的体制多是将旅行社按照产业链流程或旅游目的地地域进行分割管理的。在品牌经营管理环境下,应对旅行社业进行合理分工,成立旅游信息管理部门以及顾客信息处理中心,从原始的横向分工向垂直分工转变,以便旅游市场能依据顾客需求有序、高效地运行。由此,游客也能享受到高质量的服务,旅行社有足够的精力来构建自身的品牌,从而推行品牌经营管理模式。

3. 在全行业引入现代企业制度。现代企业制度主要体现于现代公司制,而现代公司制的实施首先要实现政府职能的转变,真正实现政企分开,实现企业真正意义上的法人治理结构,实行经理聘任制度。加快旅行社机制的改革,实行投资主体和企业组织形式多元化,将旅行社企业改为公司制,按照有限责任公司、股份有限公司的方式重组,逐步在全国推广以资产为组带的旅行社企业集团。

4. 做好服务规范,完善服务监督功能。服务可以培育与旅游者的感情,同时可以游客为镜,知晓企业服务的不足。行业主管部门或行业协会应该制定服务规范并做好监督,在奖励与处罚并举的同时,针对普遍出现的质量纠纷组织探讨,促使旅游企业不断完善服务。

5. 各级旅游管理部门的扶持与协助。政府由于其权威性而能直接左右公众的意向,因此旅游管理部门每年应该举办具有权威性的企业、产品品牌评比,并广泛公布于各种新闻媒体(不仅仅是旅游界的),使之在广大旅游消费者中留下深刻印象。还可以采取公众参与的办法,让消费者评选“信得过”企业或产品帮助旅行社创出名牌。

推荐文章

热点文章

- 旅行社品牌建设的整合营销
- 特别推荐:网络时代我国旅
- 从高端旅游产品特征及本质
- 怎样才能做好高端旅游产品
- 山东省韩语导游现状调研及
- 旅游文明与导游使命
- 特别推荐:中外旅行社制度
- 山东省韩语导游现状调研及

相关文章

- 直击旅游购物回扣
- 旅行社重新洗牌和新游戏规
- 旅游企业应借助旅游搜索引擎
- 康辉团购门票 业界反响强
- 导游员的“五易”与“五难
- 旅行社是否应为“别人”的
- 国家旅游局DMS将旅游信息
- 各地旅行社积极参加政府公

吸收研究员公告

到邮局订阅
《中国旅游报》
邮发代号: 1-40 全年228元

中国旅游报

海南旅游金牌榜

TOHainan.com
海南度假网

- ▶ 会长、副会长、秘书长
- 毕 华 (会长)
- 杨哲昆 (副会长)
- 蒙乐生 (副会长)
- 李澄怡 (副会长)
- 张 晖 (副会长)
- 代国夫 (副会长)
- 张会发 (副会长)
- 房新海 (副会长)
- 杨文博 (副会长)
- 王健生 (副会长兼秘书长)
- 苏 群 (副秘书长)
- ▶ 专题回顾

用户名: (新注册) 密码: € 匿名评论 [所有评论] [发表评论](#)
评论内容: (不能超过250字, 需审核后才会公布, 请自觉遵守互联网相关政策法规。

§ 最新评论:

海南省旅游发展研究会 秘书处 [位置示意图](#)

地址: 海口市南海大道28号四季华庭5栋 B座首层 中国旅游报社海南记 传真: 31653050

网址: www.hi898.com 邮箱: 66800778@163.com 邮编: 570216