

<<旅游销售实务宝典>>

图书基本信息

书名：<<旅游销售实务宝典>>

13位ISBN编号：9787122111616

10位ISBN编号：712211161X

出版时间：2011-8

出版时间：化学工业出版社

作者：黄荣鹏

页数：248

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>

<<旅游销售实务宝典>>

前言

1990年我开始一边从事“自由领队”的工作，一边就读于台湾“中国文化大学”观光事业研究所硕士班，于1993年以第一名顺利毕业后，专职于旅行社担任“线控”工作，工作之余也在学校教授《观光学》、《观光营销学》、《旅游业经营与管理》与《领队与导游实务》等相关课程。

之后，在雄狮旅行社王文杰董事长与李福登校长、吴武忠教授栽培下得以公费赴美国夏威夷进修，一年后返台，任教于高雄餐旅专科学校。

离开旅游业界转任学术界，使自己更积极从事撰写工作，于1998年出版我的第一本书，受到师长与业者的肯定。

在恩师蔡宪唐教授的谆谆教诲下，我更加体会到教育训练的重要，也越加催促自己及早完书及提供最新研究成果与读者分享。

因此写下了本书。

身为观光旅游管理的教育工作者，不敢自称是学者。

希望借本书能帮助读者经由透明化的过程，习得有系统、有组织的旅游销售的原则、理论与技巧。

再者，期望通过信息的透明化减少旅游市场不确定性与信息不对称的现象，消除因信息不对称所导致消费者的逆选择，而旅游销售员成为机会行为主义者。

最后，在旅游交易的过程中，旅游消费者、旅游销售员与旅游业经营者三方信息取得成本与交易成本为最低，各尽其能、各取所值，即消费者达到最佳的旅游满意程度、旅游销售员获得其应得的劳务所得、旅游业经营者赚取合理利润的三赢局面。

本书内容包括以下几个方面：首先认识正确的旅游销售含义，以使旅游销售从业人员在此行业中有正确的工作态度及明确的生涯定位。

再探讨旅游商品的销售、销售对象的开发、销售目标的达到、成功销售员的条件等，培养成功旅游销售员应具备之能力。

除此之外，通过旅游消费者分析、旅游竞争者分析、电话销售技巧、区域销售与营业管理、异业联盟销售策略、网络销售策略与旅游销售之优势竞争策略等使旅游销售员对旅游市场内、外在环境经营有所认识，进而培养中、高阶管理决策的能力。

最后，从旅游消费者层面切入，结合实际探讨身为旅游销售员如何处理客户异议与拒绝交易处理及处理客户投诉与售后服务，以使旅游销售员具备全方位专业水平。

为使读者有更实际的体验与深刻印象，在每章最后，加入相关案例，期望理论与实务相结合。

本书的完成有赖诸多师友协助，在此要衷心感谢引我入此行的雄狮旅行社董事长王文杰，旅游先进陈嘉隆理事长，带我沐浴在学术殿堂的恩师李瑞金、唐学斌、廖又生及李铭辉教授；完成此书最大无形推动力量高雄餐旅学院容继业校长、“中山大学”蔡宪唐、卢渊源教授，高雄应用科技大学戴贞德教授，旅游管理研究硕士班毕业生陈佳纹、李玉莲与杨雅涵的协助校稿、打字；特别是时时给予我成长机会与鼓励的凌珑董事长。

<<旅游销售实务宝典>>

内容概要

本书是旅游销售的权威实战指南，作者将十几年的实践与培训经验浓缩其中，并介绍了世界各地的先进经验。

本书围绕旅游销售的重点进行了介绍，内容包括：新时期旅游销售的原则和销售的转变，全新旅游产品的开发和旅游销售的趋势变化，成功销售员的条件，对旅游消费者和竞争者的最新分析，区域销售、异业联盟、优势竞争策略等重要旅游销售管理和合作策略，网络等新技术在旅游销售中的运用以及旅游销售善后工作的处理等。

本书适合各层次的旅游业者阅读，也可以作为旅游相关专业的教材和参考书。

<<旅游销售实务宝典>>

作者简介

黄荣鹏，台湾“中国文化大学”观光事业学系商学学士、观光事业研究所商学硕士；美国夏威夷太平洋大学（Hawaii Pacific University）企业管理研究所旅游管理组公费研究；台湾“中山大学”企业管理研究所管理学博士。

曾任雄狮旅行社专员、副理、经理，凤凰、雄狮旅行社专业领队（曾带团至亚洲、美洲、大洋洲、非洲、欧洲的49个国家或地区），美国夏威夷龙门旅行社导游。

现任高雄餐旅大学观光学院旅游管理研究所教授兼院长；雄狮旅行社顾问；台湾休闲与游憩学会理事。

<<旅游销售实务宝典>>

书籍目录

第一章 旅游销售的含义

- 一、何谓销售
 - 二、旅游销售员分类
 - 三、旅游销售员应具备的条件
 - 四、如何成为一位成功的旅游销售员
- 个案讨论：明确定位成功发展

第二章 旅游商品的销售

- 一、如何销售旅游商品
 - 二、认清销售过程中决策者的角色
 - 三、旅游销售活动与内容
 - 四、旅游销售的趋势
 - 五、销售策略的制定
 - 六、旅游商品销售的准备工作
 - 七、旅游商品销售成功的关键因素
- 个案讨论：说者无心听者有意

第三章 销售对象的开发

- 一、销售规划的必要性
 - 二、销售对象的种类
 - 三、拜访客户的方法
 - 四、潜在客户的开发
 - 五、访问恐惧症
 - 六、与客户缔结商谈的方法
- 个案讨论：找出谁是主力客户

第四章 销售目标的达成

- 一、销售企划案的必要性
- 二、如何举办旅游产品说明会
- 三、销售工具的运用
- 四、掌握市场动态的预警管理
- 五、销售工作检讨表

个案讨论：销售目标的达到在于如何抓住客户心

第五章 成功销售员的条件

- 一、娴熟的沟通技巧
 - 二、询问的重要性与技巧
 - 三、有效的口头表达技巧
 - 四、善用适当的肢体语言
 - 五、合宜的穿着
 - 六、注重个人卫生
 - 七、牢记客户的名字
 - 八、熟悉名片的递法
 - 九、追求销售员的荣誉感
 - 十、理论要与实际合一
- 个案讨论：注重形象提升业绩

第六章 旅游消费者分析

- 一、如何创造旅游需求
- 二、如何促成交易

<<旅游销售实务宝典>>

- 三、旅游消费者的购买动机
- 四、旅游消费者不购买的理由
- 五、旅游消费者的种类
- 六、旅游消费者购买过程的六阶段模式
- 七、旅游商品交易评估轴的设定
- 个案讨论：超越旅游消费者的期待

第七章 旅游竞争者分析

- 一、如何获得有关竞争者的信息
- 二、建立竞争情报系统的步骤
- 三、竞争者分析案例

第八章 电话销售技巧

- 一、电话销售的认识
- 二、如何运用电话销售
- 三、电话沟通的特点
- 四、何时拨电话
- 五、通话的目的是什么
- 六、回答来电原则
- 七、通话技巧的改进
- 八、手机的使用
- 九、如何处理反对意见
- 十、每日工作检视项目
- 个案讨论：实时回应服务

第九章 区域销售与营业管理

- 一、客户定制化的旅游销售时代
- 二、何谓区域管理制度
- 三、何谓营业管理
- 四、营业目标管理的要点
- 五、旅游市场区隔的展开
- 六、销售辅导的工作内涵
- 个案讨论：不同市场区域提供不同销售方式

第十章 异业联盟销售策略

- 一、异业联盟理论
- 二、国内旅游业与异业合作策略联盟的动机
- 三、选择异业合作对象的考虑因素
- 个案讨论：各蒙其利共创利益

第十一章 网络销售策略

- 一、网络销售的优点
- 二、网络销售的理论基础
- 三、旅游业电子商务经营现况
- 四、旅游交易平台发展现况
- 五、旅游业网络销售经营策略
- 六、旅游业者实行网络销售的步骤
- 个案讨论：旅游业网络销售已形成潮流

第十二章 旅游销售的优势竞争策略

- 一、优势竞争的含义
- 二、旅游销售策略
- 三、如何掌握旅游品牌的竞争优势

<<旅游销售实务宝典>>

四、如何分析旅游商品的竞争优势

五、如何掌握旅游业竞争优势

个案讨论：Win-WinWin三赢策略

第十三章 消费者异议与拒绝交易处理

一、消费者异议的处置

二、如何巧妙处理消费者的拒绝

三、如何应付价钱问题

个案讨论：旅客购物不理想加收钱

第十四章 处理客户投诉与售后服务

一、处理客户投诉与售后服务应有的认识

二、预防客户投诉的方法

三、如何应付较难处理的客户

四、如何做好售后服务

五、建立客服中心的重要性

六、实施客户关系管理的目的

个案讨论：既然敢说就要做得到

<<旅游销售实务宝典>>

编辑推荐

《旅游销售实务宝典(原著第2版)》能帮助读者经由透明化的过程，习得有系统、有组织的旅游销售的原则、理论与技巧。

再者，期望通过信息的透明化减少旅游市场不确定性与信息不对称的现象，消除因信息不对称所导致消费者的逆选择，而旅游销售员成为机会行为主义者。

最后，在旅游交易的过程中，旅游消费者、旅游销售员与旅游业经营者三方信息取得成本与交易成本为最低，各尽其能、各取所值，即消费者达到最佳的旅游满意程度、旅游销售员获得其应得的劳务所得、旅游业经营者赚取合理利润的三赢局面。

<<旅游销售实务宝典>>

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>