踏着他们精心设计的线路,游客乘兴出游满意而归





















何少磊

(排名不分先后)

秦铭浩 郑州华夏旅行社总经理

自任职以来,连续八年成功策划春、秋两季夕阳红产品,其 中率先推出"桂林、阳朔品质游",而其他华东、北京线路也受到 业界及游客一致好评。2008年,又重磅策划"快乐少年夏令营" 旅游产品,累计发团人数名列郑州旅游行业前列。在省内游产 品方面,云台山连续五年郑州发团量第一。

张立 中原铁道国际旅行社副总经理

2008年,首列郑州一九江、婺源旅游专列;年末首次推出郑 州一北京奥运旅游专列、"千人游北京"等均取得良好收益和社会效应。"空巢老人"游寨沟系列活动在奉献旅行社爱心的同 时,也让旅行社形象得到提升。

刘会琴 河南省中国旅行社国际部经理

旅游市场竞争的残酷告诉我们,要想在这个行业有所发 展,除了正确的服务理念以外,更重要的是研究产品、创新产 品、形成自己的特色。我社2005年在河南市场首开郑州一韩 国豪华游轮,取得周周发团的市场回报,又以大韩航空直飞为 契机,引领市场发展方向,实现了成功的再超越。

王平 河南康辉旅行社总经理助理兼亚大部经理

从业10多年,轩辕黄帝拜祖大典、洛阳龙门中秋赏月之 旅、马来西亚禅菩门-河南淮阳布施之旅等活动取得成功,虽然 旅游产品没有专利性,而适时适度地开发创新,一定会赢得更 大的市场份额。

郑晓依 郑州金辉旅行社

从业6年,"站在顾客的立场上提供服务产品"已成为她本 人旅游服务营销的核心。她认为,在传统的面对面服务、一次 性成交的基础上,要不断为顾客提供更完备周到的售后服务和 追踪联系。因此,全面意义上的旅游企业服务营销应涵盖外部 顾客与内部员工两大方面,员工才是服务的核心。

周新 河南省海外旅游有限公司营销中心经理

从业3年,策划并实施的郑州摩托车俱乐部西藏自驾游 活动,圆满地完成了郑州市有史以来首次摩托车队大穿 越。2005年担任河南省海外旅游公司营销中心经理,营销 中心连年被评为"先进部门",本人也多次被公司评为"先 进工作者"。

张园园 郑州路仕达旅行社

在张园园看来,旅游产品单纯地拼价格已经成为比较落后 的竞争。于是,仔细核算后"980元,双飞上海过大年"在旅游市 场掀起一股强劲热潮。从"双飞上海过大年"到"千名妈妈健康 行",再到"两折机票游海桂",路仕达的"省钱计划",不仅是要 学会顺应市场,更是利用市场、引导市场。

于盛杰 河南省中青旅经七路营业部客户经理

周扬

从业4年,先后从职于客户业务、专线操作、省内旅游专线 及客户回访投诉等事宜。在他看来,旅游产品就是旅游企业面 向市场提供的产品和服务,旅游产品在硬件功能方面的差别将 会越来越小,地区旅游产品的市场竞争力,最终将体现于各种 软性服务。

周扬 河南金太阳旅行社

金太阳旅行社自2002年开发栾川旅游、石人山游以来,连续 几年名列前茅。"体验郑石高速,感受鲁山文化"自驾游,也取得 圆满成功。7、8月组织漂流活动,每星期游客都达200人之多。 在他看来,作为一名合格的计调,除了要了解自己和具备导游的 基本要求外,还得了解景区的吃、住、行、游等,只有了解透彻,才 能做好服务。

何少磊 河南中州国际旅行社专线经理

从业5年,从一名导游实现了到专线经理的转变。2007 年参与策划宝天曼千人漂流活动,效果明显;2008年,举办千 名学生同游丰乐农庄活动,得到学生家长和老师好评;他负 责的石人山专线,2008年实现4000人发团量的目标。在他看 来,旅行社只有更加注重品牌营销与策划,设计出能满足不 同游客需求的产品,狠抓服务每一个细节,才能在竞争中脱 颖而出。

