

导游实务案例分析：产品的生产与销售应相符 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/39/2021_2022__E5_AF_BC_E6_B8_B8_E5_AE_9E_E5_c34_39291.htm 西安某旅行社在国庆节期间组团前往宁夏沙湖。这个团为标准团。事先其领队曾对游客讲过旅游地的地陪人员紧张，旅游服务水平还不高，请大家有所准备。该团到达宁夏后，行程安排得比较紧，地陪在没有跟大家商量，也没有和领队、全陪核对的情况下，便向大家宣布行程，致使其中一个旅游项目没有宣布，引起游客不满。当晚又在没有了解准确到站时间及换车车次的情况下，就向游客宣布，游客提出质疑，且对到站时间及提前离开表示极为不满，当晚便与地陪发生争执。经全陪调查，原定列车已被取消，这次列车准确到站时间改为早6：50(原以为凌晨4点)。尽管如此，因为地陪的表现及在与游客争执中语言欠妥，致使游客返回后对此地陪提出投诉。[分析] 1. 首先，没有按导游工作程序进行，车、票及景点应先与全陪、领队核实后再向游客宣布；第二，没有做好本职工作，例如车票具体时间及车次变化等情况，应在调查询问清楚后再告诉领队和全陪，由他们向游客说明情况；第三，导游人员不应与游客当面争执，更不能出言不逊伤害游客。 2. 旅游日程安排好坏，合理与否，直接关系到整个旅行社产品的质量，换言之，当旅行社推出自己所设计的旅游线路，加之合理的日程安排，旅游者认为此线路具有吸引力，才有参加此行之意。在旅游线路日程安排上应注意劳逸结合，尽量避免重复经过同一旅游点，点面距离适中，择点适量，旅游点顺序合理，特色各异。 3. 旅游产品的生产是需众多的相关

部门相互协调配合完成的，其中旅游目的地的地接社的选择正确与否，是保证产品生产与销售质量一致性的根本保证，地接社必须遵守合同，讲究信誉，这样才能保证旅行社的利益和游客的利益不受侵害。地接社的声誉决定旅游者对他的信任程度，从而直接影响组团社的销售能力，而地接社的偿付能力又是双方合作的经济保障。 100Test 下载频道开通，各类考试题目直接下载。详细请访问 www.100test.com