

风口下的旅游定制师该往哪“飞”

中国城市报记者 张亚欣

新冠肺炎疫情防控常态化下,大型跟团游被消费者敬而远之,更私密、安全、省心、自由的定制旅游开始流行起来。同时,市场的旺盛需求也倒逼企业不断加强对旅游定制师的人才培养,从而为抢占市场增加砝码。

定制游市场走向成熟

2020年初,突如其来的新冠肺炎疫情对旅游业带来了巨大冲击,同时也催生出不少旅游新方式、新业态、新模式。自驾出游、房车露营、体育旅游等细分产业逆势增长,定制旅游、家庭旅游以及虚拟旅游等新业态方兴未艾,以高品质、个性化、低密度为关键词的多元化旅游成为旅游业供给投放的主要方向。

其中,定制旅游表现抢眼,成为疫情防控常态化下的一匹黑马。马蜂窝旅游发布的端午小长假旅游消费数据显示,今年端午假期度假市场增势明显,定制游订单量较清明小长假

假上涨4300%。

“目前各目的地游客源均以本地游客为主。本地游客对新玩法、深度玩法有更高的需求,不只是打卡和浅尝辄止的体验。”马蜂窝旅游研究中心负责人冯饶表示,近年来定制游已逐步成为主流,疫情也加快了定制游市场走向成熟的步伐。

实际上,早在2014年前后,定制旅游就已在旅游市场落地发芽。然而,受当时大部分人旅游消费观念所限,再加上价格比跟团游高许多,定制旅游一直处于缓慢发展阶段。随着人们旅游消费观念的不断进化,自2016年起,定制旅游开始驶入快车道。

与其他的旅游方式相比,定制旅行有着无可替代的优点。“有专业定制师或旅行顾问帮助设计行程,就有利于消费者解决旅行中出现的突发情况。同时,消费者既能拥有可以自由变动的24小时管家服务,也可以收获深度定制体验。”闻旅CEO周海涛在接受记者采访时表示,特别是在疫情防控常态化下,低密度且私

密性较好的定制游自然受到市场的追捧。

中国旅游研究院院长戴斌说,现如今,定制旅行的时代已经到来,它既是大众旅游从初级阶段向中高级阶段演化的必然要求,也是旅游业走高质量发展之路的必然要求。

定制师有何价值

定制旅游的开启和发展,离不开专业定制师、旅行顾问等专业人才的支撑。

龙途互动发布的《中国定制游行业报告》显示,无论是行前定制还是行中服务,旅行顾问都是定制游的核心需求。数据显示,大部分游客仅在定制游前期接触定制师,获得行程定制服务。在游客接触定制游的初期,56%的游客会与旅行顾问接触,深入了解定制游。

无论是行前定制还是行中服务,资深的定制师能提升游客的体验感。“小到10人以下的家庭团,大到几百人的企业团,服务细节都至关重要。”途

牛资深旅游定制师朱云霞告诉记者,她早已习惯用细节感动用户。除了24小时在线关注出游服务群、大团额外增加随团服务外,一旦在工作中出现小瑕疵或客户投诉,她都会积极主动地站在客户立场去思考和处理。“往往服务到最后,客户都觉得不好意思再提其他要求了。”朱云霞笑道。

据介绍,常规情况下,旅游定制师无须在目的地服务,定制师的主要工作是在出游前为用户做好行程和服务的定制工作。“但针对一些人数较多、需求较为复杂的定制团,我们也会在整体评估后,由最熟悉整个服务流程的定制师和当地接待团队一起来为用户提供服务。”朱云霞称自己以前在为一个400人的三亚定制团服务时,一位团队出游衔接人提到,第一天所有的房间都需要摆放欢迎水果,但如果由入住酒店安排该项服务的话,价格会相对较高。为给客人节省费用,朱云霞决定自己去水果店帮客户配备水果,然后提前一天到达客人入住的酒店,逐一给100多个房间放好了欢迎水果。朱云霞为客户省钱的额外贴心服务,获得了客户的一致好评。

此外,定制师的价值还在于提供非常规的小众路线。与早前流水线一般的跟团游不同,定制游的背后是定制师成倍的努力和付出。在旅行社供职的职业定制师王果坦言,接到订单后,他需要花费几天的时间制定详细的行程计划,包括踩点、预订相关门票、联系沟通等,而且通常会做出至少3套方案供客户选择,以便满足客户对新鲜事物的追求。

市场需求激发企业培养人才

随着大众旅游向高级阶段演化发展,消费者对旅游定制师的要求越来越高。定制师对目的地知识了解的广度和深度、对玩法的理解与更新、对产

品资源的分析梳理等能力早已属于基本层面的要求。

此前中国旅游研究院发布的《中国定制旅行发展报告》显示,从2016年开始,从事定制旅游的机构3年间增长了500%,但旅游定制师群体的数量和质量仍然跟不上消费者旅游需求的增速。

飞猪相关负责人表示,目前,旅游定制师水平参差不齐,特别是对目的地熟悉程度、对行业的探索以及玩法的掌握等方面差异较大。由于缺乏比较专业的培训,部分定制师规划整体出行解决方案的能力和意识较差,无法将自身的专业优势发挥出来。

去年9月,中国旅行社协会标准管理委员会批准发布《旅游定制师等级划分与评定》团队标准,为旅游定制师的从业资质、知识要求、技能水平等提供了评价的标准。该委员会相关负责人也透露,大多旅游公司都基于自己的从业经验推出旅游定制师,对旅游定制师的职业素养要求、业务范围设定都不一样。

据了解,携程对旅游定制师取得上岗证设计了5门严格考试,且上岗证不是永久有效,要接受近70项的追踪测评,包括服务及时性、态度技巧、方案报价、资源预订、行中服务等;惩罚措施包括吊销上岗证、进入黑名单等。

途牛则十分注重定制师专业技能的提升,对定制游团队有着严格的考核要求。“一个合格的定制游团队,必须包含客户专属顾问、有多年从业经验的资深定制师、随团质检专家和旅游产品专家,四者缺一不可。”途牛定制游负责人朱展召告诉记者,在对旅游定制师培训及实操课程设计上,途牛会安排资深定制师根据其工作中总结的实操经验,由浅入深地解读定制师岗位所需的知识技能与实际应用,帮助团队其他成员共同深入学习和持续提高服务能力及水平。



中国国际时装周在京举行

近日,2022春夏中国国际时装周在北京751D·PARK举行。本季时装周以“原生动力”为主题,共呈现专场发布、专业大赛、中国国际时尚论坛等百余场精彩活动,聚焦中国设计美学、科技创新、商贸合作、可持续发展、知识产权保护5个关键议题。

中国城市报记者 全亚军摄

消费者中秋节出游意愿高涨,北京或成热门目的地

中国城市报记者 张亚欣

随着新冠肺炎疫情防控形势好转,9月初,我国周边短途游市场已开始大面积恢复。多家旅行平台发布的中秋小长假旅游趋势报告均显示,国内游客出游意愿高涨,短途周边游仍是中秋出行市场的主流;同时,受北京环球度假区(环球影城)带动,北京或将成为今年中

秋最热门的目的地。

记者从同程方面获悉,今年中秋小长假,预计国内出游人次将超过8000万。据同程研究院负责人介绍,疫情防控常态化下,中国游客的出游信心恢复周期也明显缩短。随着疫情逐步得到控制,目前,上海、山东、湖南、湖北、河南、四川、浙江、广东、内蒙古等多个省区市宣布将有序启动跨省团

队游及“机票+酒店”业务。在即将到来的中秋小长假,休闲度假人群叠加节日探亲客流,或将会给旅行市场带来一轮客流高峰。

同程旅行大数据显示,中秋小长假游客平均出行半径与端午持平,短途周边游仍是中秋出行市场的主流;中心城市前往周边市县的汽车、高铁出行需求旺盛,1天1晚至2天1

晚的短途出游,或当天往返的周边游都将是人们在中秋小长假期间出行的主要选择。

此外,值得注意的是,北京环球度假区将于9月20日中秋假期之间开放,这也带动了北京地区的旅游热度。去哪儿网相关数据显示,目前,尽管北京环球度假区门票尚未开售,配套的两家酒店也尚不可预订,但周边乃至市区内的酒店热度

增长明显。在去哪儿平台上,北京环球度假区周边3公里以内酒店数量为20家,5公里以内酒店数量超过50家,不少人选择50分钟车程以内的市区酒店作为接驳。

同时,北京环球度假区的开放也带动了国内主题乐园游的热潮,上海迪士尼、珠海长隆海洋王国等主题乐园预计也将在中秋小长假迎来客流高峰。