

## 「神秘顧客計劃」及「管理工作坊」 為旅遊業老行尊帶來新思維

新興行旅行社有限公司



### 公司背景

**新興行旅行社有限公司**早於 1972 年成立，初期以商業客戶為主，至近年自助旅遊興起，**新興行**亦越來越多個人顧客，由於競爭激烈，市場策略亦見更進取。

**新興行**業務發展經理蔡桂泉先生在 2009 年加入公司，正值金融海嘯，各行各業大受打擊，旅遊業的整體營業額亦下降超過四成。面對此困境，**新興行**卻逆市招聘人手，積極擴充團隊，因為蔡先生相信一年左右海嘯的沖擊便會退去，艱巨時期反而是以較低成本加強實力的良機。

事實亦證明蔡先生的決定是正確的，隨著金融海嘯半年後經濟逐漸回升，旅遊業回復興旺，**新興行**已作好準備迎接復甦，其營業額每創新高，現時每月仍保持超過 20% 的增長。

### 服務挑戰

蔡先生以「產品無差異」來形容旅遊業，因為每間公司所出售的機票、酒店以至旅遊套票都無大分別，故此優質服務絕對是**新興行**的取勝之道。

為了加強顧客服務，**新興行**在 2009 年推出電話短訊提示服務，以電話短訊在出發前一天提示顧客航班班次及入閘口等重要資料，此項服務大獲顧客好評，尤其受十分忙碌的商業客戶歡迎。

此外，**新興行**在同年亦設立內部服務守則，讓新舊員工依照守則緊貼整個銷售過程細節，例如訂機票時為客人預先選擇座位和餐膳，確保整個服務流程達到一致水準。

因應客人口味及需求改變，**新興行**特別聘用了較年輕的旅遊顧問，迎合不同年齡層的顧客，雖然他們經驗較淺，但憑著他們對旅遊的熱誠和開朗的性格，仍能逐步建立他們的顧客群。

**新興行**發展至今三十多年可算是已十分成熟的公司，要作出更多突破，保持領先的地位，他們需要其他新的靈感。蔡先生得悉由香港零售管理協會舉辦、香港政府工業貿易署資助的中小企零售商「神秘顧客計劃」及「管理工作坊」，可協助中小企考核前線服務水平，及提升專業管理技巧，而且費用全免，便踴躍報名參加。

## 成果分享

參加「神秘顧客計劃」後收到的評核報告讓蔡先生從第三者角度了解**新興行**的服務表現，就報告中的正面評價，蔡先生及東主可對員工作出讚賞及鼓勵。報告亦反映出**新興行**在招迎顧客方面稍有不足，故此他們亦修訂其服務守則，加強了招呼及送別客人部份，讓客人更感賓至如歸。此外，**新興行**新設電話錄音系統，為顧客提供更多方便，同事亦能更有效地跟進，確保服務質素。



蔡先生表示：「報告亦啓發了我們在推廣進行新嘗試，現時旅遊顧問在銷售過程中會更主動交叉或附加銷售，既可以為顧客提供一站式服務，亦有助增加營業額。我們同時在工作分配上作出整合，新入職員工集中處理一般查詢，而較有經驗的員工則致電現有顧客，作客戶轉介推廣，這項新措施的成效遠較預期為佳。在過去兩個月內，有旅遊顧問的個人營業額因此上升近達五成，令公司上下都十分鼓舞！」



蔡先生亦與其中一位助理票務經理出席「管理工作坊」，他們均認為工作坊內容很有啓發性，導師的經驗十分豐富，讓他們吸收實用及緊貼市場發展的知識。



蔡先生續道：「工作坊讓我溫故知新，雖然其中提到的概念或理論未必全都適用於我們旅行社的生意上，但我在每月的管理層會議上都有提出部份工作坊的內容，與東主及其他助理經理一起討論，互相交流和分享心得。此外，我特別欣賞與我一同出席工作坊的助理票務經理，見到他參加工作坊後，管理態度不單變得更為積極、開放及主動，更能緊貼公司的步伐和方向，令人刮目相看。」

最後，蔡先生總結道：「旅遊業的競爭已進入白熱化階段，我相信唯有透過自強不息，才可逆水行舟，而『神秘顧客計劃』及『管理工作坊』正好切合我們的需要，為我們注入很多新動力。」

### 主辦機構：



「中小企業發展支援基金」撥款資助  
Funded by SME Development Fund



在此刊物上／活動內（或項目小組成員）表達的任何意見、研究成果、結論或建議，並不代表香港特別行政區政府、工業貿易署及中小企業發展支援基金評審委員會的觀點。