

情景三 “红色生态”之夹金山研学体验旅行定制

任务一 析研学需求 制需求分析单

🔧【任务导入】

任务描述

定制师小李 7 月 10 日接到****学校的八年级历史教师张老师的定制需求单。小李按照定制旅行管家服务（初级）岗位要求，利用首呼核对客户的旅行需求，并将首呼收集到的客户信息进行整理，完善客户的需求单，制作需求分析单。

任务目标



🔧【任务分析】

定制旅行是策划客户旅游产品的企业先明确客户的真实需求再为其提供服务。首呼作为定制师与客户沟通的第一环节，十分重要，呼出电话是工作人员具体的动作，呼出电话的质量直接影响后续对客户需求的准确判读以及后续的定制产品设计。所以，为了达到预期的效果，工作人员前期

会做大量的准备工作。首呼后，定制师需要对收集到的客户信息进行整理及判断。对于初级定制师来说，“完善需求单”是一项必备工作。完善需求单主要包括的任务是掌握整理录音及笔记的方法，结合整理好的录音记录和笔记完善客户的需求单。

一、设计需求单

需求单一般指客户在线上提交定制需求表格，定制师通过此表格接收客户的定制需求，对表格进行分析，做好首呼的前期工作。需求单既要收集到客户的一些基础信息，同时也要为后续的首呼做好内容延续的铺垫。客户填写的需求单宜简单方便，不宜有过多烦琐的细节问题。仅需客户填写基础信息，其余需要明确的信息可在定制师与客户首呼时沟通收集。建议设计封闭式选项，而少以开放式填写。需求单应包含以下几项基础信息：

（一）目的地

此次旅行前往的目的地国家或者地区。拥有某种特定性质旅游资源，具有相应的旅游吸引力，拥有各种与旅游资源性质相适应的旅游设施及交通条件，且属于法定安全的旅游目的地。

（二）出发地

旅行起点城市，即从哪个城市出发。通常来说，如果是出境旅游，应将出发城市与出发地省会城市或最近的有直达航班的城市关联到一起。

（三）出行人数

此次旅行一同前往目的地的人数。一般来说，根据出行的人数可以判定此次旅游的目的、注意事项等。

（四）出发日期、返程日期

根据客户填写的出发及返程日期可以计算出游玩天数。

（五）人均预算

客户预计的按人头计算的旅行费用支出。

（六）联系方式

客户的需求单一般是在 App、小程序或公众号等平台提交，为了方便快捷地开启首呼工作，一定要让客户留下联系方式，方便后续跟进订单。

（七）其他需求

此处填写客户认为要告知定制师的需求，由客户自由填写。

项目	内容
客户信息	
订单来源	
出游目的地	
出发地	
出行人数	
出游日期/天数	
人均预算	
联系方式	
其他需求	

二、设计首呼

（一）首呼内容

需求单上客户填写的信息相对简单，定制师需要通过电话收集更多的、有效的客户需求。首先，定制师要对“问什么”做到心中有数。而首呼的内容就是指定制师具体问的内容及范围。定制师要把握好问的量以及问的度，既能保证收集到有效的信息又不会引起客户的不满。首呼应包含以下内容：

1. 出游目的地

计划出游的目的地，首选目的地，建议让客户根据重要性排序。出游目的地的选择影响大交通、酒店、餐饮、景点、活动项目的安排，影响报价。

2. 出游人员构成

主要内容有人数、出游人关系或特殊人群相关信息（如儿童、老人的年龄等）

3. 出游日期/天数

具体及可选出游日期、游玩天数，影响目的地选择，影响报价。

4. 出游目的

直接询问出游目的或根据出游目的地、出游人员构成进行判断并进行提示性提问。

5. 大交通要求

如是航班，需要询问航班时间、航司偏好；如是火车，

需要询问班次时间、坐席等级等。大交通影响酒店、景点的安排，影响定制线路行程时间安排，影响报价和客户对服务体验的评价。

6. 酒店要求

询问酒店位置、级别、房型、价格等。

7. 景点/活动要求

确认客户对景点或活动安排的偏好、进行景点或活动推荐。

8. 餐饮要求

询问客户对菜系、口味、就餐环境的要求。

9. 证件信息确认

确认护照有效期、签证办理情况，影响是否出行，影响出行时间。

（二）首呼沟通技巧

定制师知道“问客户什么”后，还要懂得“如何对话”。

1. 呼前准备

准备好首呼需要用到的物品，如纸笔、电话、电脑等。针对提前获取的客户需求单，准备好首呼纲要，包括：自我介绍、获取信息、专业介绍和结束语沟通设计。

自我介绍：设计引起客户兴趣的开场白，表明身份、介绍自己，言简意赅。

获取信息：依据首呼的内容来设计首呼提问的问题。

专业介绍：针对客户出行的目的地，从自己的专业角度

给客户介绍当地的情况，结合客户的出行人员构成等给客户介绍定制产品的设想。

循序渐进:定制师问客户的问题，建议采用一问一答式，定制师每次问 1 至 2 个问题，等待客户回答确认，再接着问其他的问题。不宜一次问很多问题，以防客户遗漏回答。

结束语:结束时答谢客户，留下微信或邮箱等方便沟通的联系方式，并预约好客户方便下次沟通的时间。

2. 首呼时间建议

定制师首呼时间应根据客户提交需求单的时间来安排。一般来说，在收到客户填写的需求单后越早首呼越好，但是尽量避开客户的休息时间或者需求单备注的不方便时间。接到需求单，建议在 5 分钟内首呼。客户填写需求单的时间若在前一天夜晚 22: 00 后，定制师因休息错过了及时首呼，考虑到客户前一天休息比较晚，应在第二天的 08: 30 后首呼。

3. 礼貌沟通

正式交流前，定制师需调整状态，将座椅调至舒适且端正的状态，背部挺直，抬头挺胸，避免躺趴等不雅姿态，通过电话传递给客户认真、专业的职业形象。

沟通过程中应态度谦逊，集中注意力，尽量不要重复客户回答过的问题，让客户感受到专业与用心。要使用礼貌用语，如“您好”“请”“麻烦”“不好意思”等词语，不管对方态度怎样，都要进行良好的情绪控制。言语清晰，语速不

宜过快。

适当的时机可以模仿当地人的语气与客户进行对话，让客户有亲切感。以老乡的身份进行对话，能拉近与客户的距离感，提升电话销售的成功率。但特别注意请勿主动使用方言。

饱满的情绪让客户感受到满满的朝气和活力，适度的热情也让客户感觉到真诚和快乐，定制师通过语气和节奏的把握，将这种情绪传递给客户，让客户的心情放松舒适。

4. 回复问题

首呼是定制师主动发起与客户的沟通，在双方交流的过程中，客户也有关于出行的问题。客户的问题主要围绕两个方面，一是对定制师身份的确认；二是对定制服务的确认，例如：如何理解旅游产品差异，服务费的收取等。在客户提问时，不得轻易打断客户、插话或转移话题，甚至单方面中断话题。定制师接收到客户问题后不得回避客户提问，不要长时间不回应客户问题。

下面是小李收到定制需求单后首呼的内容。

定制师：您好，张女士，我是***旅行网的定制师小李，刚刚收到您的定制需求，请问您是准备去夹金山旅行吗？

客户：是的，我是****学校的八年级历史教师，学生刚学了红军长征，现在我班有 40 个同学想去夹金山重走长征路，感受不畏艰险，勇毅前行的革命精神；体验独具特色的生态环境，树立可持续发展理念。

定制师：好的，张女士，那耽误您一点时间，我和您核实一下您的出行信息好吗？

客户：好的，你说吧

定制师：您的计划在 7 月 20 日出发，7 月 22 日返回，对吗？

客户：是的，就在这三天

定制师：那您往返的交通订好了吗？

客户：我们已经订好了到雅安市动车站的往返车票

定制师：那方便说一下往返时间吗，我好安排车准时到高铁站接您们。

客户：20 日抵达雅安站的时间是 10：19，22 日离开雅安的时间是 14：16.

定制师：好的，那请问和学生一起你们一共多少人呢？

客户：一共 45 人

定制师：好的，那学生 40 人，老师 5 人，住宿安排标间还是单间，酒店类型和饮食有什么要求呢？

客户：酒店类型干净、经济实惠，安排标间，饮食偏清淡，卫生安静。

定制师：好呢，根据您的描述，整个旅程主要是参观红色类和生态类旅游景区，在活动安排上有没有什么要求？

客户：这次我们是想让学生将旅行和研究学习结合在一起，除了常规的景点讲解外，还希望有一些适合学生的体验活动，特别是身体方面的锻炼。

定制师：好的，我们接下来将根据您的需求为您们团队量身定制行程线路，请问张老师，你们的预算大体是多少呢？

客户：我们预算 1500 元一位

定制师：好的，张老师，请问您的微信是多少呢？稍后我加上您的微信，为您发送一份完整的行程设计，您还有其他要求吗？

客户：建议有针对性的配置研学指导教师，最后等你的方案出来，我们先看一下，到时候再做调整。

定制师：好的，张老师，那我先不打扰您了，我会根据您的要求尽快把方案做好，争取晚上发给您。

客户：行，那先这样，其他的微信联系！

定制师：好的，谢谢您！

三、完善需求单

（一）记录及整理录音

定制师在与客户的首呼过程中，笔记和录音非常重要。

1. 认真倾听

定制师在记录时不需要一字不落，要挑重点记，注意字迹清晰。如果在记录要点的过程中，发现明显矛盾和无法实现的地方可以寻找合适的机会向客户说明。

2. 梳理录音

定制师切勿别出心裁甚至生编硬造，凭着自己对这个问题的理解，对整理稿进行修改。正确的做法应该是客户说了什么就原汁原味地变成文字，如果觉得表述明显不清楚甚至有些是错误的，则可以删除。在“原汁原味”的基础上，去掉明显的语气助词和重复表述。

（二）完善需求单

定制师根据整理好的录音记录和笔记整理出一份详细的客户需求单。整理时可按照自己设计的首呼内容进行信息填充，整理完毕后，客户的定制产品方案的雏形大致形成。首呼落单的工作全部完成，接下来将进入需求分析阶段。

四、需求分析

（一）判断客户类型

从产品维度划分客户类型，定制师小李此次接到的客户定制旅行的类型为游学旅游。

游学旅游着重强调在游中学，强调跨文化体验式教育与

旅游融合模式。指的是客户离开熟悉的环境，以拓宽学习者视野、扩展知识储备、感受文化差异、提升综合素质与能力为目的，前往新环境中进行的学习与旅行的过程。作为素质教育的重要形式，目前我国游学旅游主要包括国内游学、入境游学和出境修学三种。

（二）分析客户特征

1. 本质是学与游的融合

游学旅游是一种具有目的性的、将学习融入旅游当中的活动。游学客户希望能通过游学旅游唤起好奇心、开阔眼界并增长见识、提升语言能力、学习新技能等。应合理安排“游”与“学”的比重，增加旅游活动的参与性和体验性，如安排外国友好家庭的寄宿，使游学客户真正融入旅游活动中，与当地学生一起学习、生活，寓教于乐，深度感受外国文化，从而获得真正的收获。

2. 产品的购买与消费分离

游学旅游的购买者是家长，但消费者是学生，产品的购买与消费相分离。并且购买者与消费者的关系在整个过程中不断变化又相互制约。在购买阶段，家长作为购买者占据主体，而学生作为旅游消费者间接影响购买者；在旅游的核心体验阶段，学生是主体，父母事先购买旅游产品，却不参与其中；旅游结束后二者并存，父母通过询问消费者学生的感受来进行间接旅游反馈，无论是消费者还是购买者，都能将此次游学旅游的信息传递给旅游产品提供者。

3. 目标人群相对集中

受经济条件、受教育程度、升学压力等条件影响较为明显。通常，随着升学压力不断上升，经济条件较好且受教育程度较高的家庭才会参与游学旅游。客户希望从游学旅游的经历中获得人际交往和自我能力的提升，可以让青少年得到锻炼，培养他们的自我认同感、自立能力及适应社会的能力。同时，游学旅游也是社会地位及身份的彰显。

知识拓展

散客定制旅行

从产品维度划分客户类型，通常依照人口统计情况，可将旅游市场细分为儿童、青年、中年和老年市场，其中最具经济实力的是中年市场，也是定制旅行的主力市场。在实际操作中，依据客户的组织形式将定制旅行分为散客定制旅行与企业定制旅行。本节主要就散客定制旅行类型进行说明。具体来说，按照旅游产品主题划分，可将散客定制旅行分为婚礼旅游、蜜月旅游、摄影旅游、游学旅游、美食旅游、购物旅游、户外旅游等。

(1) 婚礼旅游

婚礼旅游不仅仅局限于夫妇结婚旅游的表层内涵，还包含新婚夫妇的婚礼旅游，已婚夫妇的结婚纪念游，老年游客

的金婚、银婚、钻石婚礼游。婚礼旅游作为一种文化旅游，实质是通过一系列有意义的旅游活动，使结婚这一人生中最重大的事情体现出浪漫的情调，在人们的心中留下永恒美好的回忆。定制婚礼旅游核心内容包括婚礼仪式、婚纱照拍摄、蜜月酒店、酒店蜜月礼遇等。

(2)蜜月旅游

蜜月旅游是指新婚后以庆祝新婚而进行的短暂而丰富的度假旅游经历。与婚礼客户不同的是，在旅游主体上，蜜月旅游外出旅游的对象，多为青年客户；出游时间上，仅限于新婚后某段时间内；在旅游动机上更多是庆祝新婚的旅游活动。

(3)摄影旅游

摄影旅游是指客户以摄影为主要目的，且摄影行为贯穿整个旅游体验过程的旅游活动。需要注意的是，并非所有携带相机拍照的客户就是摄影客户，只有当客户以摄影为主要目的，且摄影行为贯穿旅游体验全过程的出游活动才能称为摄影旅游。

(4)美食旅游

美食旅游指的是客户离开常住地到异地，以参与美食品尝、消费、制备、展示等与美食相关的活动为主要动机，利用当地的自然与人文景观来辅助美食旅游所开展的一系列活

动。

(5)购物旅游

购物旅游是指以到异地“购物”为主要出游目的，并由购物引发的一系列相关行为组成的一种特殊旅游形式。作为旅游六要素之一的“购物”，本身就是一种独特且具吸引力的旅游资源，在满足客户的购物体验需求基础上，还能带动传播旅游目的地的历史与地域文化特点。

(6)户外旅游

户外旅游是户外运动与旅游的结合，指的是客户为释放身心、张扬个性而离开常住地前往不知名或未开发的旅游目的地，在大自然中亲自体验一项或多项户外活动的过程。主要包括徒步登山、潜水、游艇帆船、越野自驾、骑行、马拉松、露营、雪地项目(滑雪、雪上摩托等)、水上项目(冲浪、摩托艇、游艇拖伞等)、高空项目(跳伞、蹦极、攀岩、飞机驾驶、高空踏板等)、射击等。

客户需求分析单		
项目	内容	需求分析内容
客户信息	张女士	
订单来源	电话接单	
出游目的地	夹金山	目的地分析：夹金山 资源情况分析：川西（最高为陇东赶羊沟的狮子山,海拔 5328 米,最低为灵关河谷峡口,海拔 750 米,相对高差 4578 米,县城海拔 1011 米）、核心资源为大熊猫（世界第一只大熊猫科学发现地，全县 86%的县域面积属于“大熊猫国家公园”，75%的县域面积属于大熊猫栖息地“世界自然遗产”，）和夹金山（夹金山是红军长征翻越的第一座大雪山，实现了长征的战略意图，红军长征在宝兴战斗生活 137 天，留下了 27 处革命遗址遗迹，留下了“三越夹金山”、“陈云出川”等英雄事迹。），另外还有野生桂花群落分布区——东拉山大峡谷，有丰富的红色和生态旅游，有夹金山干部学院，可以承接党性教育、革命传统教育、爱国主义教育、红色文化教育、绿色发展教育、党风廉政教育，以及大学生社会实践、中小学生研学等方面的培训。根据目的地核心产品情况，可设计基地研学和行走性质两类方案供客户选择。
出游人构成	初中二年级学生 40 人，老师 5 人	出游人分析：初二学生，有较好的体力，根据年龄结构，不宜理论性过强，要将静态知识和动态社会发展结合起来，用趣味性的故事和体验性活动相结合，且初二上期刚好学习了红军长征，课内外教学内容结合，让学生寓教于乐，乐于接受
出游日期/天数	7 月 20 日——7 月 22 日，3 天	出游时间分析：假期，旅游旺季，价格偏高，且需提前做好预定工作
出游目的	1.感受不畏艰险，勇毅前行的革命精神； 2.树立可持续发展理念。	出游目的分析：亲近自然—生态环保，革命精神——红色文化，磨练意志品格——翻越夹金山，方案定制应紧紧

		围绕这两个主题设计。感受红色精神（可以通过听故事、体验红色课程、参观故居等有趣的活动实施），传播绿色理念（可以通过参观野生熊猫基地、体验蒙山茶文化等活动实施）
大交通要求	大巴车	大交通分析： 50座大巴，安全、车况好，注意司机配置（有经验、身心健康）
酒店要求	经济型，价格适中	酒店分析： 价格适中，需要选取性价比高的酒店，针对学生群体，需要选择安静、卫生、环境不复杂的安全环境，由于人数多，不宜每天更换酒店）
景点/活动要求	研学类型	活动要求分析： 研学（体验性和知识性的结合）活动应注意全程安全教育，需要有应急预案
餐饮要求	卫生安全	餐饮分析： 卫生，根据学生情况，适合学生口味、三餐分配合理、营养均衡、量足、食品新鲜（性价比高、环境干净
费用预算	1500 元/人	预算分析： 价格偏低，注重性价比，可多选有意义且免费的景点
其他要求	依据研学活动配置研学基地 研学导师	完善后勤保障，根据具体研学活动配置研学基地研学导师
证件信息	身份证、学生证	

【任务评价】

姓名		班级		学号	
首呼	呼前准备				
	礼貌沟通				
	回复问题				
需求分析单	目的地分析				
	出游人分析				
	出游时间分析				
	出游目的分析				
	大交通分析				
	酒店分析				
	活动要求分析				
	餐饮分析				
	预算分析				
	其他要求分析				

首呼内容评分标准参考：

评分项	考核内容	考核标准	分值
通话礼仪 (25分)	称呼与问好	礼貌地称呼客户 主动向客户问好	2分/项
	规范的自我介绍	自我介绍完整，介绍内容包含：平台/公司名称，定制师身份、本人称呼 示范：我是**平台向您推荐的定制师***	4分/项
	态度友好，语气热情	态度冷淡，语气生硬 态度平淡，语气平淡 态度热情，语气亲和	0-1分 2-3分 4-5分
	友好道别并约定下次联系时间	亲切道别、预告方案制作时间或约定下次联系时间	2分/项
信息确认完整度 (33分)	出游人员组成	出游人员构成，主要内容有人数、出游人员关系或特殊人群相关信息（如儿童、老人的年龄等）	2分/项
	出游日期/天数	具体出游日期、游玩天数	3分/项
	大交通要求	航班：航班时间、航司偏好 火车：班次时间、坐席等级	3分/项
	酒店要求	位置、级别、房型	3分/项
	景点/活动要求	确认客户对景点或活动安排的偏好，进行景点或活动推荐	3分/项
	证件信息确认	确认护照有效期、签证办理情况 备注：境内目的地不做考核	2分/项
专业技能 (27分)	普通话标准，吐字清晰	咬字清晰 无地方口音	3分 2分
	目的地熟悉度	无法解答或支吾回答客户提出的目的地相关问题	0-3分
		能解答客户提出的大部分目的地相关问题	4-7分
		能解答客户提出的所有目的地相关问题	8-10分
	有效回答客人提出的问题	能有效、完整回答客户的问题（参照首呼提问列表，考官会随机抽2道进行提问）	6分/道
沟通技巧 (15分)	沟通顺畅	表述内容清晰准确、措辞得当 能有效回答客户的问题（点位完整、内容准确）	5分/项
	逻辑清晰	沟通有条理，所有信息点位可以有条不紊地向客户确认完毕	5分