

## 红叶国旅打造优质服务品牌

# “后起之秀”赢来客户赞誉

本报记者 刘振

爱好旅游的市民都知道,如今的城区东风中路俨然成了“旅行社一条街”,大大小小的旅行社不断驻扎到此,借助毗邻火车站的区位优势,笑迎八方客财源滚滚来。目前本土国际旅行社增加到了5家,其中的红叶国际旅行社可谓是后起之秀,凭借着灵活的经营策略和优良的品质服务,红叶国旅赢得了越来越多市民的认可和赞誉。

### 游客需求是核动力

2013年8月份,德州红叶国际旅行社正式揭牌,背后的申报准备工作早在2012年下半年就开始了。谈及升级国际社的初衷,红叶国旅总经理陆曙光坦言,决策的动因更多是市场的推动,“宏观来看出境游客每年都在递增,微观来看很多老客户也有出境游的需求,公司升级国际社也是为今后发展做铺垫。”他还说,相比于日渐饱和的境内游市场,出境游的市场空间更大,竞争力相对小一些,成立自己的国际社,也为了做大做强红叶的品牌。

拿下国际旅行社的经营资质,需要140万元的旅游质保金,运作好一家国际社还需要完善的营业网络和充足的人员储备。经验的积累往往是走出第一步的奠基石,2011年陆曙光开设了高速国旅德州分公司,从零开始做业务,“交学费”,攒经验。在他看,来这一年多的挂靠经历是弥足珍贵的。“出境游线路时间久、线路长,一旦发生游客滞留等突发情况,处理起来就比较麻烦,需要办理紧急签证去处理。”陆曙光称,国际社的风险相对更大,旅行社责任险比国内社要高,国际业务的流程细节也不同,各项要求更加严格,譬如出境团队要求整团进整团出,这对领队提出了更高的要求。

其实国际社的发展之路并非一帆风顺,就在红叶国旅挂牌后的两个月,万众瞩目的旅游法出台



陆曙光和他的红叶国际旅行社。本报记者 马志勇 摄

了,旅游行业随之迎来了新一轮的洗牌,也让入足国际业务不久的陆曙光遇到了不少困扰。“旅游法出台后整个行业大换血,对出境游的冲击力很大,感觉好像陷入了低谷,好在及时调整了经营思路,从一个经营模式切换到另外一个模式。”陆曙光回忆道。

### 自主成团是王道

今年三四月份,红叶国旅的国际线路订单增长了不小,港澳游和韩国游运作得越来越成熟,从年初到现在韩国游发团将近600多人,算上春节期间的大约有800多人,港澳游客已经超过千人。除了出境游业务量的直线增长,陆曙光在“质”的提升上也下足了功夫,德州自主成团无疑是红叶国旅最大的优势。

“从去年11月份到目前为止,每个月红叶都有德州的自主成团,

每个月都有从烟台、威海去韩国的船位,每个团都配备红叶自己的领队人员。”陆曙光介绍,今后打算将火车团、轮船团转移到飞机团,撇开中间层后直接和航空公司对接切机位,这样整个团都是德州人,游客沟通起来就更加方便了。

“今年8月份所有导游将全部拿到领队证,会不间断派领队去新马泰学习考察,计划实现东南亚团的独立操作,这样可以降低成本费用和中间环节,给游客带来更多优惠。”陆曙光说:另外,还计划暑期后增加发团密度,由每个月3个班次增加到6个班次。

### 辐射鲁西北涉足台湾游

台湾游业务则是一方新领域,由于今年3月份台湾游特别火爆,刺激了好多游客想从德州去台湾旅游,根据新老客户的反馈,今年5月份,红叶国旅投资筹办了青岛华

青国际旅行社德州分公司,这给德州人赴台游提供了新的选择。目前德州境内具备台湾游资质的旅游机构有5家分公司和一家营业部。

“目前是台湾游的淡季,每个月定期准时报发三个班次,现在在聊城、泰安、淄博、济南都设立了办事处和联络人,今后将面向整个鲁西北开展台湾游业务。”陆曙光称,相比于其他出境游线路,台湾游资质更加严格,譬如游客需凭借有资质的旅行社发团办理入台手续,跨省不能办理,“每天入台旅游的人数有配额限制,游客最好提前40天预定,9月份旺季来临配额会更紧张。”

如今,红叶国旅的品牌影响力越来越大,在平原、武城、禹城设立了营业部,在哈尔滨、滨州惠民开设了分公司,逐步打造出一体化营业网络,给县市区的游客提供了更多便利。出境游和国内游业务相互补充,旅游产品丰富资质全,无形中增强了新老客户对红叶实力的信任。

## 苏志坤掌管富豪康博带来全新理念

# “苏式酒店”是一件艺术品

本报记者 孙婷婷

酒店的发展离不开一位带领酒店不断做出创新的人。酒店的管理模式、服务水准、公众形象等,无不渗透着管理者的风范。作为德州第一家标准的国际型酒店,德州富豪康博酒店在会议会展、餐饮、住宿、康体娱乐等方面的软硬件服务均受到市民的青睐。2013年12月1日,德州富豪康博酒店迎来了新的掌舵人——苏志坤,酒店在不断前进的同时又开始了苏式探索之路。

### 酒店是一件艺术品

从比利时开始,35年间,苏志坤的脚步穿过美国、香港、珠海、上海、澳门、海南、宁波、苏州、泰国、新疆……这一站到达德州。2013年12月1日,德州富豪康博酒店迎来了新的总经理——苏志坤。他说:“酒店是一件艺术品,我愿意倾我一生去雕琢它。”

35年前,苏志坤第一次踏入这个行业,是从香港半岛酒店(世界十大酒店之一)门童开始的。三个月后,他成为前台接待;半年过去,在香港生意最火爆的半岛自助餐厅端盘子,英式酒店所用的托盘本身就有五斤重,加上客人用餐后的剩菜足有十多斤,每顿饭时需要托二十多个来回,苏志坤靠着瘦小身板整整扛了三个月;接着去有催泪瓦斯之称的厨房里切洋葱,然后做客房PA(旅客代理,替旅客代办事务、清理客房)、保洁员、洗衣房洗涤剂……几乎每个月到半年,他就会申请去另一个岗位。就这样用了将近四年的时间,苏志坤完成了对酒店所有岗位的轮换。



2014年年初,康博酒店承办的第一个西式酒会。本报记者 王小会 摄

苏志坤进入每家酒店的第一件事情,就是了解自己的员工,观察每个人最擅长的领域,并将其安排能力所及范围内的岗位上。初到富豪康博酒店之时,一位样貌平凡但任劳任怨的员工引起了苏志坤的注意。这位员工负责每日清运楼层垃圾,每天他都一趟趟地不辞辛苦地从各个楼层收垃圾,然后运到垃圾分类地点。每当遇到一起乘电梯的同事,他总是怕运送垃圾会影响到别人,就谦让地让同事先用电梯,默默地等下一班电梯。这一切,苏志坤都看在眼里,在年底的“年度优秀员工”总评中,这位员工获得了苏志坤颁发的“任劳任怨”奖。

### 国际元素一点不能少

来到酒店的第23天,苏志坤带

领全酒店员工自愿献血。符合献血条件的33名员工,共献血11000毫升,其中,57岁的苏志坤单人献血400毫升。苏志坤进一步将慈善意识、人文关怀带入酒店。在酒店的日常安排中,除了每年例行的到老人福利院、儿童福利院等关怀慰问,苏志坤将慈善活动不断扩大,如号召员工将旧衣服清洗干净邮寄给贫困地区的人群等。

一家没有国际元素的酒店,称不上是国际型酒店。苏志坤自20岁进入酒店行业,参与过国内外数十家城市酒店、度假酒店等各种类型酒店的建设、筹备开业以及经营管理。在他的带领下,德州富豪康博酒店相继推出了周六英语角、品酒会以及国际西式宴会。

“每周六,会有一位外国朋友,带着自己的孩子,免费教英语。”对

于苏志坤来说,他更想营造一种氛围,随着时间的推移,慢慢将更多国际化的元素加入酒店管理中,进而将多元化的消费理念深入消费者心中。就像一场国际宴会,与国外宴会一样的画面,只不过说的都是普通话。

### 探索改变市民消费观念

这位精通六国语言的天才,得到过“这位老外很中国”的评价。在他看来,将更多国际化因素引入的前提,是对本土的熟知与了解。他想打造一个理想中的酒店,植根于中国,但有着最专业的管理;他愿培训出理想中的员工,去学习他的专业,去领导更多的酒店。

从16岁到现在,苏志坤的体重一直维持在55公斤左右,多年都未改变,时刻严格要求自己,要更高更快更强,或者只是更健康。同样,在酒店管理上,他竭尽全力在引导一种全新、健康的消费理念以及思维模式,比如,AA制。“路边小吃摊性价比最高,但实际算下来,跟酒店价格可能相当。”苏志坤说,消费心理以及消费行为的引导,同样花费的情况下,在高档酒店可以享受到的就餐环境以及服务明显不同。目前,富豪康博推出自助餐,高档奢华的就餐环境,营养与口感俱佳的美味,百姓价格,让消费者体验到五星级酒店的享受。

来德州不到一年的时间里,他还有一个想法,树立德州酒店新规范。比如,进入酒店的客人必须登记,不因身份特殊有所改变,以此形成一套酒店统一规范。“该怎样做就怎样做,酒店需要守规矩。”

齐鲁晚报

T62

2014年7月29日  
星期二  
编辑:常学艺  
组版:任上上

领风

今日德州创刊四周年特刊·企业故事