# 2024年旅行社工作总结 旅行社工作总结下半年计划(七篇)

来源：网络 作者：静谧旋律 更新时间：2024-07-22

*时间流逝得如此之快，前方等待着我们的是新的机遇和挑战，是时候开始写计划了。那关于计划格式是怎样的呢？而个人计划又该怎么写呢？以下是小编收集整理的工作计划书范文，仅供参考，希望能够帮助到大家。旅行社工作总结 旅行社工作总结下半年计划篇一（一）...*

时间流逝得如此之快，前方等待着我们的是新的机遇和挑战，是时候开始写计划了。那关于计划格式是怎样的呢？而个人计划又该怎么写呢？以下是小编收集整理的工作计划书范文，仅供参考，希望能够帮助到大家。

**旅行社工作总结 旅行社工作总结下半年计划篇一**

（一）、开拓西安、咸阳、渭南地区市场。截止12月15日，旅游分公司共完成接待游客36286人，715车次，汇集了西安、咸阳、渭南地区的大量客源，从服务到接待，全方位的做好了我们的服务工作，旅游分公司零距离面对的是客户，打造了终端的消费群体，西安、咸阳旗舰店已开设，渭南地区还在大力开拓当中。

（二）、截止12月初“一日游外勤组”支出、收入费用明细。大巴车过路过桥费195870元；车辆加油费用464312.27元；大巴车辆保养维修费用11532元；导游司机出差住宿费用156754.8元；导游司机餐补费用13130元；广告宣传费用（送出礼品）23736.6元；车载移动手机及固定电话支出费用988元；4－11月份面粉厂返点为6299元；4－11月份旗舰店返点为50436.9元；4－11月份粮食银行返点为6210元。

（三）、截止12月初“生态餐厅”支出、收入费用明细。

1、产品、酒水、卤制品类本年累计销售收入970363.1元，累计销售成本737541.34元，本年实现的产品毛利为232821.76元，具体明细如下：

（1）产品类：收入669558元、成本524433.76元、毛利145124.24元；

（2）酒水饮料：收入19711元、成本14144.32元、毛利5566.68元；

（3）卤制品：收入258637.56元、成本180624.64元、毛利78012.92元；

（4）生肉类：收入22401.54元、成本18312.64元、毛利4088.9元；

（5）其他类（扑克）：收入55元、成本25.98元、毛利29.02元；

2、其他业务收入（餐费收入）487442.5元，其他业务支出705464.05元；

3、游客免费就餐3602桌，后厨原材料支出每十日基本平均18000元左右，销售部、卤房包装费用累计16680元，餐厅其他支出累计37628元。

（四）、旅游分公司各项费用汇总。管理费用为：171252.91元，销售费用为：1813427.92元（其中包括游客免费就餐），财务费用为：38162.45元；整体亏损845.07元。

旅游分公司在集团总部的指导下，在各个分公司的大力支持下，在我们旅游分公司的全体员工的辛勤努力下，取得了很大的社会效应。在大荔周边、渭南、西安和咸阳地区取得了社会口碑宣传效应，基本完成了旅游分公司发展方向第一阶段：撒网式宣传，进行第二阶段：重点集结阶段。

“重点集结阶段”分为两方面进行：

第一方面，为各个片区开设分店展开一对一的服务，做好开店及开店后的宣传工作。做出游客的档案建设，从中找出重点优质顾客，与各自的片区领导沟通，重点客户重点培养，为开设分店做好铺垫和宣传工作。

第二方面，在槐林餐厅建立销售点，即卤房卤制品和香肠的。销售工作及销售部产品的销售工作。此时，可以将我们的第二项业务，也就是自驾游b线，在a线的基础上大力的宣传。自驾游的游客在享受活动的同时，可以自费购物。销售部和餐厅对外开放，为开展b线业务提供了优越的内部环境。餐厅为了对自驾游游客的接待工作更细致，也已经根据游客人数制定出不同的套餐，来提供游客的就餐问题。

旅游分公司做到了二赢：一赢做好了公司形象，提升了产品知名度，得到了口碑宣传；二赢是节省了在各大媒体上做宣传的广告费用，并且又为公司增加了另一项产业，即服务旅游产业。

旅游分公司取得的成果：

（一）“免费一日游”活动成功的开展。自4月中旬开始，为了扩大企业影响，宣传公司绿色、生态、营养、健康的各种产品，在吴总和王执总的正确引导下，集团公司各兄弟单位的配合和支持下，举办了“免费一日游”观光旅游活动，吸引了来自西安、咸阳、渭南各地区的人士来参与；作为活动的举办方，我们不负众望，积极策划组织安排活动的相关事宜，从联系到组织、从安排到布署、从后勤到接待，做好了我们各方面的服务工作，也为后期开设西安、咸阳旗舰店做了良好的铺垫，在“一日游“活动成功的背后承载的是我们集团公司全体员工的心血与汗水。

（二）“粮食银行”业务的开展及大力宣传。根据集团总部的要求，我们在做好旅游工作的基础上，着重开展了“粮食银行”的宣传工作：7月，集团公司响应5月份党中央一号文件多次强调的深化粮食流通改革体制，开展了“粮食银行”业务。我们旅游公司一接到上级通知，立即响应，为了能在第一时间做好宣传，让更多地方的客户加入投资，旅游公司针对“粮食银行业务”召开了专题会议，组织导游积极学习，专请粮食银行姚行长及吴总对导游进行了有关专业知识的培训，借助旅游公司的优势在大巴车上进行大力宣传，8至12月份在“外勤组”的大力宣传下吸引了很多客户对粮食银行的投入。

（三）生态餐厅的业务开拓及基础设施建设。为了使餐厅进一步走入规范化轨道，在市场竞争激烈情况下，8月中旬顺利完成了卤肉坊、销售合作社的扩建和改造，9月份又进行了灌肠车间的改建，连续施工，工程部同志在服从分配，听从调度付出了艰辛的劳动，顺利的完成了合作社、卤肉坊、灌肠车间的建设工作。杨经理和陈厨师以及所有槐林餐厅的工作人员，用辛勤和汗水铸就了我们生态餐厅的稳固发展。

（四）实施绩效考核管理模式，推进了岗位标准化服务。集团公司全面启动了“绩效管理模式”，旅游分公司从9月份开始对各版块员工进行绩效考核管理，首先建立了生态餐厅、外勤组规范服务标准化体系，其次强化落实了《员工素质培训考核激励机制》，把服务提升工作日常化、具体化，进行日考核月总结，并把考核结果与员工的绩效工资挂钩；我们在坚持常规素质考核的基础上，将各版块员工的自身学习、作风纪律、工作成效、服务意识等各项工作都纳入到考核范畴，进行逐级考核，严格奖惩，用机制督促员工不断地自我学习、自我控制、自我完善，其中外勤组及生态餐厅《服务人员综合业务技能考核》的实施取得较好成效：一是员工的业务能力、服务水平、礼节礼貌有了提高；二是员工的遵规守律意识得到了加强；三是激活了骨干级主讲导游的创新动力和工作热情，提高了骨干的独立思考能力和独挡一面处理突发事件的能力，从而使各版块服务管理得到了有效地提升。

（五）积极开拓“一日游”业务新领域。自9月份开始，旅游分公司“外勤组”接待的团队分成2个部分，一个部分是“团体游”，另一个部分是“自驾游”，团体游和自驾游总体来讲从服务到接待，各带团主讲导游能够做到创新，在实际工作中投入满腔的工作热情，为游客提供高品质、高质量的服务，得到了较多游客的认可及称赞，从而体现了我们团队用实际行动切实践行了热情服务的理念；并通过多次“团体游”与“自驾游”导游之间的相互学习实践，让大家更新了观念、看到了差距、同时也明确了目标，激发了大家的凝心聚力、争创一流的工作干劲，不断地加强了旅游分公司在集团公司中的纽带、宣传和带头作用，增进了集团公司先锋模范作用。

（六）员工培训与内部管理相结合。8、9、10月为了提高员工的服务意识，提升员工的服务技能，我们与集团公司培训部配合从仪容仪表、接待礼仪、岗位职责、规范化服务方面开展了服务规范化的培训，提高了导游业务技能综合素质，为提高导游职业形象，特别定制了导游员夏、秋韩版气质工服，导游员工作服的统一、规范给游客留下了深刻的良好印象，也是我们做好旅游接待工作的基础。针对在办公室学习的导游进行严格的系统培训，还同步进行了“礼貌服务用语”实践培训，通过周期训练培训，导游精神面貌显著改观，外勤组导游、司机形象焕然一新。张主席向我们导游、司机提出了时刻都要“脸笑起来、礼敬起来、精神扬起来、垃圾拾起来”的要求，让游客倍感热情、温馨、周到的服务。

（七）加强了节庆活动“拳头产品”的宣传及推介。生态餐厅“合作社”利用不同的节庆节日组织具有特色的销售活动，外勤组导游与司机配合大力宣传，内部进行了导游司机组“玉米油销售竞赛活动”及“谷朊粉销售竞赛活动”，同时配合组织游客进行拔河比赛、脑筋急转弯活动、购物抽奖活动等，达到“小活动、大宣传”的目的，极力打响公司产品的知名度。

（八）与各企事业单位相结合，提高一日游活动的针对性和实效性。通过与大荔旅游局相结合，一是参加了渭南地区大型展销会、西安地区大型展销会，共发放宣传资料23000余份，充分利用参展商高度集中的有利时机，突出重点，灵活宣传，力求达到宣传公司产品的目的，扩大企业影响力；二是解决了外勤组开展的“自驾游”活动，参观“八鱼石墓群”及其它景点门票优惠事宜；通过与西安、咸阳各单位相结合，共回访西安、咸阳企事业单位共9家发放各类宣传资料1000余份，有力地拉动了市场，在做好宣传及促销活动的同时，先后对西安、咸阳部分重点客户进行了回访及市场调查，为今后旗舰店与便民店市场开发提供了依据。实践证明，采取政府与企业相结合的宣传方式，提高了宣传活动的实效性和针对性。这些所有的宣传取得的成绩，都离不开安助理，李主管，雷主管，贾组长，以及所有为旅游服务事业辛勤付出的伙伴们。

回顾一年的工作，在总结成绩的同时，我们也清醒地意识到从内部管理及业务开拓方面还存在很多不足：

1、留岗职工老龄化问题，存在安全隐患。目前旅游分公司司机组有两名员工年龄在55岁以上，为了杜绝不安全事故的发生，将对这两名员工视其情况给出结果。

2、财务费用负担重。旅游分公司所开展的主要业务居多为公益慈善性质，自驾游业绩不是很突出，没有达到理想中的期望值，结合的亏损数据，目前旅游公司盈利尚未成熟，数据表明旅游分公司费用支出过高，从而缩小了盈利空间，负债率高达200万，财务费用负担重；

3、部分员工业务技能不到位。新进导游业务技能还不够熟练，与实际工作需要还有很大的差距，在整体服务水平、服务质量上我们还有很多不尽人意的地方，礼仪礼貌需要进一步规范，服务标准应该要求更高；

4、外勤组旅游安全方面不够完善。“外勤组”在处理突发情况的救援组织、机制和措施还需进一步健全；

5、在实际工作中缺乏职业认同感。在日常工作中尤其是一线服务人员面对的是形形色色的游客，需要大家在工作中克服工作情绪化，注重磨练意志品格、强化心理素质、提高道德修养，以理智的态度处理各种突发事件，提高应变能力和心理承受能力，以更加积极的态度维护的窗口形象；

6、“免费一日游”行程安排存在各方面安全隐患问题。存在组织者所组织游客年龄偏大、谎报年龄、信息登记不全、要求两个甚至两个以上的集合地点，私自隐藏带宠物上车，针对这一些列问题，我们将制定具体措施（安全协议书）：联络人组织的参团游客必须提供个人身份证复印件并签订安全协议书方可蹬车出游。

（一）顺利完成旅游分公司发展规划第三阶段：完善自我造血功能，逐步转亏为盈。

在新的一年里，旅游分公司达到第三赢：是在发展中完善了公司的业务水平和管理水平，高挑战性的工作环境，为公司培养出一大批销售和管理人才。

此阶段分二步开展：

第一步，借助a线的推广，通过导游讲解和宣传单页的发放，来宣传b线的活动。b线的推广工作，第一，可以通过a线的宣传；第二，和社会知名的旅游机构合作，选择优质游客。b线自驾游费用初定为100元／人，服务内容包括优秀导游陪同讲解、意外保险、各个门票费用、生态就餐费用、原生态槐林漫步、参观快乐鸡和快乐土猪、亲自体验捡拾鸡蛋、看沙漠鸵鸟和魅力梅花鹿赛跑等。自费项目包括骏马飞驰、细狗撵兔、路虎车飞驰沙漠、自由购物。制定出导游的销售激励方案，安排优秀导游服务游客，自费项目业绩及公司销售业绩均与导游的收入相关。

第二步，增加b线的活动范围。

具备一定的条件后，可以在槐林中，建造自己的住宿环境，可以考虑建筑小木屋、经济实惠并且与众不同，让游客享受大自然的温馨、舒适。此收费项目利润空间大。

在进行以上二步活动中，要不断增加槐林餐厅销售部的产品种类。熟食和香肠必须保证口感好且产品价格档次各异，让所有顾客都有消费机会。增加熟食包装，产品转化为礼品，提高价格，提升品质。二要增加槐林的娱乐活动。（建议增加槐林种植面积，植树造林，美化环境。改善猪粪鸡粪的发酵，阴天和雨天臭味太大影响槐林空气指数。）翻出槐林空地的土壤，春天可以让游客自己体验用牛车耕地，自己亲手种植植物，美化槐林环境，为秋天收获季节游客亲自采摘创造条件，可谓双赢。利用槐林细狗撵兔的娱乐项目，增加看点，增加产品销售量。餐厅后面的蓄水池可以建成鱼池，让游客体验钓鱼的乐趣，钓鱼者付一定费用后，鱼可以由餐厅加工制作成熟食。

（二）工作重点

1、继续做好“一日游”活动，保证工作有序开展。作为集团公司的对外服务窗口，旅游分公司将继续围绕“扩大企业影响宣传公司产品”，开展“免费团体游”与“自费自驾游”活动，为集团下属各分子公司及西安、咸阳旗舰店渭南片区做好服务，促进公司的经营和发展。

2、积极开展宣传工作，努力拓展营销市场。以“组织游客进行观光旅游”为导向，大力宣传公司产品达到“营销”的目的，拓展西安、咸阳市场客源，把握动态、大力营销、多形式开发市场，将整体外勤服务从服务化做到商业化转变。

3、拓宽营销思路，精心策划宣传，提升旅游吸引力。充分发挥春季“万亩槐林”景观资源优势，重点筹划“自驾游活动”及娱乐项目的开展，围绕“细狗撵兔”、“沙漠悠然骑马”、“路虎车穿越沙漠”、“祭拜南无观自在菩萨”、“黄河湿地”、“八鱼石墓群”等六项开展娱乐项目活动，增加旅游公司的亮点，从而增加收益！

4、不断加强员工队伍建设，抓好员工培训学习，提升员工素质。牢固树立“人才是第一资源”和“员工第一”的理念，下大力、多形式搞好员工培训，提高各个版块员工的综合素质，打造一支素质形象好、专业技能强、文化涵养高的过硬队伍，增强旅游公司的核心竞争力。

5、加强旅游安全管理，杜绝车辆不安全事故。加强司机的安全培训教育工作（每月1号和2号），完善车辆在处理突发情况时救援组织及机制措施。

6、降低费用成本，深化营销策略。旅游公司计划在财务费用、管理费用上减少成本开支，在销售收入、开设便民店、旗舰店的收入上加大力度，争取降低亏损费用。必须买的把费用降低到最大化，可有可无的尽量不要购买，以最小的成本达到收益最大化，尽量使我们的利润达到最大化。

7、加强“粮食银行”业务的开展。粮食银行是我公司的一项业务，在的工作中，我们要求每一位导游都要充分发挥各自的业务潜能，有目标、有任务的完成粮食银行业务。

总之，在吴总，王执总的正确领导下，经过一年的风雨兼程，在集团公司各兄弟单位的指导和帮助下，通过我们旅游分公司全体同仁的团结奋斗、共同努力，圆满完成了各项工作目标，同时，伴随着公司知名度和美誉度的不断提升，，我们将以更加高昂的斗志、更加饱满的热情，振奋精神，鼓足干劲，抓住机遇，迎接挑战，为集团旅游分公司的经营发展再攀新高做出应有的贡献！

**旅行社工作总结 旅行社工作总结下半年计划篇二**

转眼间繁忙而充实的20xx年即将和我们擦肩而过，欣然回首所走过的每一步，除了收获了一年的辛劳，我们更多的是看到了工作中的不足。仅有不断的修正和完善才能使我社更加稳步健康的发展。努力使我们旅行社在众多社中构成品牌，真正成为百姓品质生活的先行者、服务行业的领头者。现紧紧围绕如何做好、做大、做强、激活旅游市场。现总结如下：

客观地讲，在20xx年一年的时间里，我们找市场、主动出击，老总、员工不分职位高低，一齐搞外联，脚踏实地，一个县城一个县城地跑，进机关，下乡镇，访散客，通渠道，辛苦换来了收获，尽管有些事情还难尽人意，但毕竟让我们看到了曙光，坚定了跑市场、找市场、占领市场的决心和信念。

缺点：知名度宣传力度不够。

导游员是旅游市场的灵魂、生力军，导游素质的高低决定了旅行社生存期限的长短，所以我们在年初就与各大院校的对口专业联系，为了使他们学到的东西学以致用，我们在社里开设短期的理论与实践培训班，大家自告奋勇，为尽快进入工作岗位而努力学习。培训班主要针对他们知识面不够广、专业技能不够精，服务技巧不够熟练，讲几句话就没有话可讲，或是对一些常见问题不知如何回答，一问三不知情景重点培训、反复演练，反过来，公司领导也从他们中间学到了许多鲜为人知的新鲜学问，互帮互教，团结和谐，使导游员们真正做到即为单位讲究经济效益，又不坑蒙拐骗，既讲究职业道德，又不拿回扣的社会主义新型人才。正是有了公司的培训和导游员们的努力，才有了新闻旅行社的灿烂今日。缺点：导游员素质有待进一步提高。

1、售后服务不到位，电话回访次数不够。

2、品牌建设需加大力度，宣传包装力度要加强。

3、融资渠道尚待完善，资金不富余。

4、政治学习时间不够多。

5、生产安全需进一步重视。

总结以上的经验，改善我们社以后的面貌。我们以后要做到以下几点：

进一步规范了我社的规章制度、岗位职责、工作流程、使我社内外部环境都得到了很大程度的改善和提高，使旅行社能够更规范地经营。我社应当在团队组建方面本着宁缺勿烂的原则严把从业人员入职关，从根源上保证了旅游的服务质量，同时进取学习现代治理理念，把员工培训作为全年的工作重点，每月进行员工文化培训、服务理念培训、旅游业务培训、政策法规培训、安全意识的培训等，让每一位员工把服务意识、守法经营、有序竞争、安全意识根植在心，从而为旅游服务质量的永续提高供给了保障；

为了让旅游服务质量能够得到有效的监督和检验，我们虽然已经开通了散客回访，团队同样也应当及时回访，不能单凭游客意见表来反映。我社结合自我的实际情景，参照旅行社服务标准和相关政策规定，制定一系列旅游服务质量标准，包括上门客人的接待标准、电话咨询服务接待标准、合同签订明示标准；质量回访制度，导游带团的有关规定等等，从个个环节监督旅游服务质量，加强了与游客之间的有效沟通，同时处处宣扬礼貌旅游的理念，使旅游服务质量得到了提高，变一方义务为双方权利，变被动为主动。

为了确保旅游市场，旅行社品牌的提升新客户、老客户、团队、散客都应当要做到常回访。每一个新客户在没有定下来及时回访，并做好详细的处理结果。实行一周一查。行程中的客户也应及时打电话跟踪，质量的好坏，及时汇报。每笔业务最少一个电话，落实到个人。行程结束了的客户要定期回访，每人每周10个电话，包括探访、拜访、回访。仅有常沟通才能进一步的了解旅游市场，拉笼客人，保证客源。

总之20xx年是我社不断积累经验、团结奋进的一年，展望20xx年，我和我部门的员工们将投入更大的热情，我们有信心在这一年里把旅游部的工作在提升一个台阶。尽心尽力为旅行社的发展和壮大作出应有的贡献。乘风破浪会有时，直挂云帆济沧海，新的一年，我们有决心、有信心把各项工作做的更好，为新闻旅行社的旅游经济腾飞做出我们应尽的贡献！

**旅行社工作总结 旅行社工作总结下半年计划篇三**

即将过去的20xx年是xx旅行社在xx市旅游局的正确领导下，在全体员工的共同努力下，按照我们公司成立之初定下的“一年打基础，两年求发展，三年登上一个新台阶”的即定工作目标工作实施的第一年。全社各项工作，以“xxxx”为动力，紧紧围绕如何做好、做大、做强、激活旅游市场。现总结如下：

客观地讲，20xx年是一个起步之年，我们找市场、主动出击，老总、员工不分职位高低，一起搞外联，脚踏实地，一个县城一个县城地跑，进机关，下乡镇，访散客，通渠道，辛苦换来了收获，辛苦打开了市场，使天马旅行社这块招牌开花，尽管有些事情还难尽人意，但毕竟让我们看到了曙光，坚定了跑市场、找市场、占领市场的决心和信念。在开拓组团市场的基础上，我们还在市旅游局的带领下，积极对外宣传xx当地的旅游资源，建立了旅游门户网站为外地旅行社、游客了解xx，进入xx，来xxx游览做出了贡献，目前网站点击率已近万次。xx年度，本社接待了xx、xx、xx等地散客和团队，其中大部分游客是通过网站找到了我们。

缺点：知名度宣传力度不够。

导游员是旅游市场的灵魂、生力军，导游素质的高低决定了旅行社生存期限的长短，所以我们在年初就与各大院校的对口专业联系，最终定下了xx学院旅游系的xxxx应届毕业生和xx师范学院的xxxx毕业生为我社专职导游。为了使他们学到的东西学以致用，我们在社里开设短期的理论与实践培训班，大家自告奋勇，为尽快进入工作岗位而努力学习。培训班主要针对他们知识面不够广、专业技能不够精，服务技巧不够熟练，讲几句话就没有话可讲，或是对一些常见问题不知如何回答，一问三不知情况重点培训、反复演练，反过来，公司领导也从他们中间学到了许多鲜为人知的新鲜学问，互帮互教，团结和谐，使导游员们真正做到即为单位讲究经济效益，又不坑蒙拐骗，既讲究职业道德，又不拿回扣的社会主义新型人才。正是有了公司的培训和导游员们的努力，才有了天马旅行社的灿烂今天。

缺点：导游员素质、收入有待进一步提高。

1、售后服务不到位，电话回访次数不够。

2、品牌建设需加大力度，宣传包装力度要加强。

3、融资渠道尚待完善，资金不富余。

4、政治学习时间不够多。

5、生产安全需进一步重视。

总之，一年的工作之所以取得实效，主要得益于上级局领导大力支持和高度重视，得益于政策的放开和上级领导的服务到位，得益于全体员工的辛勤努力和领导的正确决策。“乘风破浪会有时，直挂云帆济沧海”，新的一年，我们有决心、有信心把各项工作做的更好，为呼伦贝尔的旅游经济腾飞做出我们应尽的贡献。

一年来，20xx旅行社在上级主管部门的关心支持下，在我公司全体员工的共同努力下，在业务开展，公司形象等方面取得了长足的进步。具体来说，有以下几个方面的工作：

20xx年是20xx旅行社成立两周年，我们从高起点打造“xx旅游”企业形象。首先，投入资金对旅行社的办公场所进行装修，并巩固有利的地理位置，更换大形象广告牌，利用报纸等作宣传，倡导“xx旅行走遍神州”的主题。在公司管理上，建立健全一整套的规章制度、业务操作流程、服务细微标准，让客户和员工耳目一新，充分了解xx旅行，从而接受xx旅行社，最后选择xx旅行社，这样人气和业绩随之而来。

企业竞争最后是人才的竞争，要想培养人才，留住人才，就必须以人为本，形成自己的企业文化。我们坚持培训自已的人才队伍，面对大部分毕业生的员工队伍，花大力气进行企业文化的宣导，业务知识的培训以及业务能力的考核，并与收入紧密挂钩，只要在业务水平和服务素质上通过系统正规培训，使之得到提高，就是一名优秀的员工，就对企业有归属感。同时努力培养团队精神，形成凝聚力，我们在平时的工作中营造一种和谐相处的氛围、互相学习、互相帮助。有困难大家一齐来克服，经常组织一些集体活动，形成一种非常难得的团队精神。今年我们专门组织了导游、计调及安全方面的培训。今年总经理组织了x次处出考察踩线。对我培养我公司员工的工作氛围和团结互助精神起到积极的作用。

旅游业作为一个中间产业，对经济有很强的推动作用。旅行社的业务分为：地接、组团两大主业。地接业务对旅行社来说利润很低，经济效益差，很多旅行社不愿做，甚至放弃，都往组团业务上发展，但我公司以宣传我县旅游为已任，投入人力、物力努力做好地接业务，争取做大做强，一是可以扩大品牌知名度以带动组团业务；

一是可以实实在在为我县旅游做贡献。一年来接待地接人数近千人。

目前我县旅行社共有十几家之多。大家都靠组团业务来支撑，竞争异常残酷。出现了许多采取不正当手段竞争的情况。送礼、拉关系、低质低价抢业务。造成了极坏的影响，面对这种局面，我公司加强内部管理，狠抓质量，从导游培训，到计调出去踩线，到业务员职业道德培训，把好关口，不做低质低价团，不靠请客、送礼、拉关系做业务，转变成靠品牌、靠服务、靠创新来吸引客户，推出新的线路，都受到了客户的欢迎，取得了较好的经济效益和社会效益。推出高品保产品来吸引客户，加强与客户的沟通、回访。

但我公司毕竟还年轻，有些方面还不尽完美。面对未来，我们充满了信心和激情；

我们的目标是一流的旅游品牌，我们的目的是真正让消费者享受到满意的旅行服务。

投身旅游这个事业已经x年了，20xx年了，抗战都可以结束了，可是我们的事业距离我们的梦想还很远。我常常自责自问：为什么自己总是会迷惘？能不能再快点？专家来了，我们听了人家的讲课，总是觉得飘飘忽忽把握不住，同行到一起也会总结，但总是观点太多办法太多最后觉得一切就像没说。

于是我们先是去了一趟xx和xx，又在元旦的第一天踏上了火车，到了xx，找到了今年认识的一家组团社老总座谈，一路走一路思考，觉得自己真的好像明白了很多。

我们要对旅行社这个行业做一次认识，旅行社不是人贩子，不是二道贩。他是这样一个组织：能带给广大游客一个充满新奇快乐幸福安全的旅游体验的组织机构，你做到了，游客就会高高兴兴的打开钱包，你就是个称职的旅游经理人。这个过程中大多环节由地接社来负责落实，所以地接社的重要性一点不比组团社差。有的旅行社说组团社是上游，人家不给地接社发团就地接社饿死了，这些想法真的不对。大家都会在淡季的时候去做外联去开拓市场，是不是很多时候觉得组团社的经理总是对自己的宣传彩页呀还是行程安排以及报价总是不屑一顾？为什么呢？不是人家不礼貌不专业，是自己的东西对人家来说就是垃圾，没有用处。商人的眼光很敏锐的，他们不会放过对自己的生意有促进的任何机会，他也不想把时间多浪费在一个对自己无益的陌生人身上哪怕一秒。可如果你说：你好经理，一，我现在手里有几条精品线路。够新颖独特，科学合理，并且富有竞争力，您感兴趣吗？二，经典常规的线路如果您要和同行竞争，和我合作，我敢保证您一定拿下，顺利签约。够了吗？够了，组团社经理每天不就是想着这些事情吗？他会给你倒杯茶，请上座，愿听其详。拿你当他贵宾。敢这样给组团社承诺需要自己在家练好内功，一定要去挖掘自己的亮点，提高自己的实力，人有的我优，人无的我有，自己把吃住行游购娱每个环节好好打量一番，看自己能在哪些方面再做的好一点，对了好一点不行，只有好的不是一点你才会脱颖而出。只有这样替组团社着想的地接社，才会挺起腰杆不求人才会被组团社认可接受。双方真正的成为互惠互利的合作伙伴。

大家常抱怨组团社压价，组团社抱怨客人压价，最后追根求源大家一致认为问题出在游客身上了，我不认同。现在老百姓小到买个蔬菜也会选择绿色无污染的菜，大到在网上不厌其烦的比较各种轿车的性价比，大家是不是低估游客的智商了？山寨版的手机很仿真，但消费者却就是不认账，即使真的需要买，也会抱着图一个便宜，一再的砍价，相反那些品牌机就是一分钱不便宜照样卖得火爆。所以不管组团社还是地接社都需要去开发有竞争力的产品，总是去仿制别人的组团社以及地接社终究会被市场淘汰，并且这个速度会越来越快。我们国家南方那些城市不都正在面临产品亟待升级的窘境吗？低价注定不够，市场需要高质。

我们常常还面临一个问题，很多想法不错，却没有把它落实实施，大家把它推托到找不到高素质的人才上面来，旅行社需要一个精干的团队，有创意有干劲的朝气蓬勃的一群业务骨干是一家旅行社的生存根本。这又是个需要我们思考的新课题，但我相信通过发现，培养，管理，到最后留得下人才是大多数企业的不二选择。既然对公司这样重要，那就值得我们这些人拿出十二分的精力去做这些事情。

我们可以在全国这么多同类景区中脱颖而出，成为山水景区的一匹黑马，是他有自己独有的品味，独有的区位优势，创新的宣传方式，创新的营销理念和服务理念，才吸引来了大江南北和世界各地的游客来一睹她的芳容，并且留下他的脚步，选择在云台山如画如诗的美景里度过自己假期。我们四联也能做到，一份付出一分收获，相信通过我们的努力和智慧，一定会取得更好的成绩。

本人从事计调工作近x年，成功参与组织旅游项目多个。与多个景区、餐饮及航空工作协调人员建立了良好的信息渠道关系。并已锻炼培养出，习惯关注行业趋势及发展的工作态度。

因为，这一切的热情均来自于个人对于旅游行业的热爱。

关于计调工作，本人的理解是以下几点。

一条完美旅游线路计划的制定，是需要结合整体旅游行业走势、接待地即时行情以及政策性干扰等多方面的因素审酌而成的。其目标是将线路价格成本降低，将线路服务质量提高。

以价格及服务，来创造公司整体收益的最大化。因此这就要求我们计调人员除了掌握正常作业的常规手段外，还要不断学习、钻研，及时掌握不断变化的新动态、新信息、以提高作业水平。

具体的如要掌握宾馆饭店上下浮动的价位；

海、陆、空价格的调整，航班的变化；

本地新景点，新线路的情况，不能单纯靠“听人家说”、也不能只靠“打电话问”，要争取尽量做到注重实地考察，只有掌握详细、准确的一手材料。才能沉着应战，对答如流，保障作业迅速流畅性。因此，预前信息的整理统筹。无论是对于我个人日后旅行线路方案的确定也好，对于公司线路服务形象的建设性也好。都具备深远的意义。

综合预前统计了以上的信息。在旅游项目方案的制定过程中，本人将工作更多的侧重于方案计划的“系统”与“快捷”。常规方案制定无非是“5定”（定房，定票，定车，定导游员，定餐）。因此，除了要做到耐心周到同时，本人还特别

注重两个字，第一个字是“快”，如：答复渠道疑问时，不可超过24小时，能解决的马上解决，解决问题的速度往往代表旅行社的作业水平，会在行业圈内建立良好的口碑，争分夺秒，快速行动。

是我一贯的工作信条。第二个字是“准”，即准确无误，一板一眼，说到做到，“不放空炮”。毕竟信誉才是个人与公司长远发展根本。

旅游接待工作是公司对外表现的第一步，首先代表了旅行社的形象。具体的表现，在于细节的处理。毕竟一个良好的印象，不是肤浅的靠华丽的辞藻，就可以直接影响客户的选择的。

真诚、谦谨、干练是完成这项工作的不变准则。多从对方的角度，考虑客户切实的需求，结合本公司的资源项目优势，满足对方的需要。我觉得，这才是一次完整的接待工作，最终要达到的目的。

通过20xx年的工作，我深刻体会到身为一个计调人员不仅要“埋头拉车”，也要“抬头看路”，要先学一步，快学一步，早学一步，以丰富的知识武装自己，

以最快的速度从各种渠道获得最新的资讯，并付诸研究运用，才可以真正做到“未雨绸缪”。虚心苦学，知识化运作是我在参与计调工作中总结出的诀窍。

当然，计调人员的全面提升，并不代表着做为一个计调就一定能做到任何事情都能安排得完美无缺。很多时候还是会在客观因素的作用下，而使得很多旅游计划不得不停滞或取消。

因为这些改变而带来的损失也是不得已的。我们所能做的，就是尽量做到更及时、更全面地掌握外界的变化。并及时地根据自己的实际情况做出相应的改变，以适应整个工作环境整个旅游业甚至整个社会的变化。

总结：计调工作是公司的核心，要多了解、多问、细心才能做好计调工作。

**旅行社工作总结 旅行社工作总结下半年计划篇四**

纵观20xx全年，企业已基本完成培育期的初建工作，3月初按照旅游企业申报程序顺利完成企业筹建工作；完善了企业各职能部门的组建工作，并顺利开展各项旅游业务，上半年，在市旅游局各级领导的指导和关怀下进一步规范了企业规章制度，岗位职责，工作流程，以及旅游企业经营应急预案，使企业内外部环境得到了很大程度的改善和提高，使企业能够规范合法经营。

在20xx年企业创办之初，已经明确提出了企业发展的战略目标，即要把真正意义的旅游文化传播作为企业发展的目标，以改变旅游企业在大众心目中贩卖人口的错误观念。在旅游产品设计中充分体现企业文化的诉求点即轻松、便捷、舒心、品质；使旅游活动真正成为百姓品质生活的先行者，是旅游服务真正成为服务行业的先行者。按照这一战略目标，企业在团队组建方面本着宁缺勿烂的原则严把从业人员入职关，从根源上保证了旅游服务质量的第一关，同时积极学习现代管理理念，把企业培训作为全年工作重点，每周进行企业文化培训，服务理念培训，旅游业务培训、政策法规培训，安全意识的培训，让每一位员工把服务意识，守法经营，有序竞争，安全意识根植在心，从而为旅游服务质量的永续提高把好了第二关；

第三，为了让旅游服务质量能够得到有效的监督和检验，企业结合自己的经营实际，参照旅游企业服务标准的相关政策规定，制定了一系列旅游服务质量标准：包括上门客人的接待标准、电话咨询服务接待标准、合同签订明示标准；质量回访制度，导游带团文明服务标准，以及文明游客公约等等，从个个环节监督旅游服务质量，加强了与游客之间的有效沟通，同时处处宣扬文明旅游的理念，使旅游服务质量的提高变一方义务为双方权利。变被动为主动，

第四，为了确保旅游安全，企业制定了岗位安全责任，明确了安全责任负责人，在于游客签订旅游合同时积极建议游客购买人身意外伤害险，同时企业办理了旅行社责任保险，按照安全责任制的规定，每一个团队或散客均采取全程安全质量跟踪制，每日服务质量反馈制，尽量做到旅游安全及质量的随时监督。

第五，稳步发展本地旅游接待业务，使××良好的旅游资源得以展示，使××深厚的旅游文化得以传播，使更多的外地游客喜欢××，多来××，是××旅游经济得到蓬勃发展，为此，我社积极走出家门多次进行省外促销，紧密联系当地旅游企业组织客源来我市旅游。

从20xx年3月份建社以来，至20xx年12月底，在短短的9个月时间内虽没有完成接待目标，但经过一年的风雨兼程，企业已经成功的度过了初创培育期，随着20xx年的临近，企业将顺利的导入成长期，随着企业制度的进一步完善，和服务标准的进一步科学规范，伴随着企业知名度和美誉度的不断提升，企业将以更加优质、完善的服务，推出多样化、个性化的产品紧扣时代脉搏，满足游客之需，实现企业发展目标，做成优质旅游服务质量的先行者，做成现代旅游企业的先行者。

20xx年转眼过去了，一年来付出了收获了，做错了知道了，风风雨雨忙忙碌碌。为了来年的工作有个方向，真的值得坐下来好好总结一下。

投身旅游这个事业已经8年了，8年了，抗战都可以结束了，可是我们的事业距离我们的梦想还很远。我常常自责自问：为什么自己总是会迷惘？能不能再快点？专家来了，我们听了人家的讲课，总是觉得飘飘忽忽把握不住，同行到一起也会总结，但总是观点太多办法太多最后觉得一切就像没说。

于是我们先是去了一趟桂林和张家界，又在元旦的第一天踏上了火车，到了武汉，找到了今年认识的一家组团社老总座谈，一路走一路思考，觉得自己真的好像明白了很多。

我们要对旅行社这个行业做一次认识，旅行社不是人贩子，不是二道贩。他是这样一个组织：能带给广大游客一个充满新奇快乐幸福安全的旅游体验的组织机构，你做到了，游客就会高高兴兴的打开钱包，你就是个称职的旅游经理人。这个过程中大多环节由地接社来负责落实，所以地接社的重要性一点不比组团社差。有的旅行社说组团社是上游，人家不给地接社发团就地接社饿死了，这些想法真的不对。大家都会在淡季的时候去做外联去开拓市场，是不是很多时候觉得组团社的经理总是对自己的宣传彩页呀还是行程安排以及报价总是不屑一顾？为什么呢？不是人家不礼貌不专业，是自己的东西对人家来说就是垃圾，没有用处。商人的眼光很敏锐的，他们不会放过对自己的生意有促进的任何机会，他也不想把时间多浪费在一个对自己无益的陌生人身上哪怕一秒。可如果你说：你好经理，一，我现在手里有几条精品线路。够新颖独特，科学合理，并且富有竞争力，您感兴趣吗？二，经典常规的线路如果您要和同行竞争，和我合作，我敢保证您一定拿下，顺利签约。够了吗？够了，组团社经理每天不就是想着这些事情吗？他会给你倒杯茶，请上座，愿听其详。拿你当他贵宾。敢这样给组团社承诺需要自己在家练好内功，一定要去挖掘自己的亮点，提高自己的实力，人有的我优，人无的我有，自己把吃住行游购娱每个环节好好打量一番，看自己能在哪些方面再做的好一点，对了好一点不行，只有好的不是一点你才会脱颖而出。只有这样替组团社着想的地接社，才会挺起腰杆不求人才会被组团社认可接受。双方真正的成为互惠互利的合作伙伴。

大家常抱怨组团社压价，组团社抱怨客人压价，最后追根求源大家一致认为问题出在游客身上了，我不认同。现在老百姓小到买个蔬菜也会选择绿色无污染的菜，大到在网上不厌其烦的比较各种轿车的性价比，大家是不是低估游客的智商了？山寨版的手机很仿真，但消费者却就是不认账，即使真的需要买，也会抱着图一个便宜，一再的砍价，相反那些品牌机就是一分钱不便宜照样卖得火爆。所以不管组团社还是地接社都需要去开发有竞争力的产品，总是去仿制别人的组团社以及地接社终究会被市场淘汰，并且这个速度会越来越快。我们国家南方那些城市不都正在面临产品亟待升级的窘境吗？低价注定不够，市场需要高质。

我们常常还面临一个问题，很多想法不错，却没有把它落实实施，大家把它推托到找不到高素质的人才上面来，旅行社需要一个精干的团队，有创意有干劲的朝气蓬勃的一群业务骨干是一家旅行社的生存根本。这又是个需要我们思考的新课题，但我相信通过发现，培养，管理，到最后留得下人才是大多数企业的不二选择。既然对公司这样重要，那就值得我们这些人拿出十二分的精力去做这些事情。

我们的云台山可以在全国这么多同类景区中脱颖而出，成为山水景区的一匹黑马，是他有自己独有的品味，独有的区位优势，创新的宣传方式，创新的营销理念和服务理念，才吸引来了大江南北和世界各地的游客来一睹她的芳容，并且留下他的脚步，选择在云台山如画如诗的美景里度过自己假期。我们四联也能做到，一份付出一分收获，相信通过我们的努力和智慧，一定会取得更好的成绩。

**旅行社工作总结 旅行社工作总结下半年计划篇五**

转眼间一年就这样过去了，在过去的一年中，我们旅行社的业绩有了质的飞跃，业绩比去年同比增长的一倍多，这是我们全体员工的集体努力换来的，这是需要我们继续按照这个方针工作下去的根本。

虽然今年在全球金融危机的影响下，我们国家的经济受到了巨大的影响，可是我们旅行社却在这种经济困难的情况下实现了旅游业绩大大发展，逆势而行，这不能不说是一种奇迹。而这种奇迹就是建立在我们全体员工辛勤努力的情况下实现的，这是十分值得我们总结的地方。

我们的旅行社是\_年10月成立的，真正的做业务是从\_年4月15日开始至今已有三年半有余，在各位领导的关怀鼓励下，不断学习，自己加压，业务从无到有，从小到大，开拓出一条属于自己的旅游发展新路。

旅行社成立之初，我们便确立了一切从游客利益出发，“无投诉、零缺陷，打造\_旅游绿色通道”的理念。起点高、严要求，要做到让游客全程满意，树立\_旅游形象，需要从房、餐、门、车、导服各个环节入手，首先我们做了以下工作：

一、敢于承担责任，取得组团社及来承游客的信任，更好的开展旅游业务。在旅游业务过程中，最让人怵头的事就是游客对旅游过程中某个环节的投诉，“一票否决”，从不在责任问题上推诿，互相指责，而是敢于承担责任，不给组团社找麻烦，深刻的认识到组团社与地接社间“责任”与“利益”的一致性，用诚信架起了友谊的桥梁，巩固了业务合作成果，人脉，人气不断上升！我们注意到旅行社企业需要赢利，但忽略过程中的某一环节，甚至于急功近利“一槌子买卖”势必是搬起石头砸自己的脚，只注重结果，而不注重过程的办法是不可取的。

二、立足长远，把工作落到实处，从细节上做文章。

保证高标准严要求，从根本上做到让游客满意为宗旨的服务理念，“无投诉，零缺陷，打造旅游绿色通道”不是空洞的，是每一个游客都能感受到的，不把“游客是上帝”作为口号，而是真正的让游客找到做上帝的感觉，进而树立品牌，树形象，扩大影响。回顾一年半的历程，截至目前接待游客23247人，组团700人次，达到了无投诉，零缺陷，收到游客表扬信500多封，锦旗四面，固定客源及友好协作单位不断增加，发展趋势良好，达到了社会效益、经济效益双丰收。

目前，我社有业务人员8名。计调2名，固定团队导游员14名，散客导游10名，职责分工明细，全体人员牢固树立不给\_旅游摸黑，不给旅游社丢脸的思想，各尽其责，各司其职每人上岗之初先交质量保证金200—5000元不等，保证其为游客提供优质服务，为避免各部门利用职务方便，做出损害游客利益的事件发生，游览过程分段负责，互相监督，引入竞争机制，鼓励开展外联活动，参加全国大中小旅游促销会议10余次，发放各类旅游宣传品200余份。业务的良性开展为形成合力，巩固公司品牌效应，起到了很好的保障作用。

三、充分利用网络媒体，积极开展电子商务。

随着通讯和计算机技术的发展，因特网的不断普及，使旅游信息的流转不再受时间、空间的限制，旅游资源的经营者和最终的旅游消费者之间能够建立起更直接的关系。

我国网民人数的增加为计算机网络信息交流的普及和广泛应用奠定了基础。作为旅游业三大支柱之一的旅行社担负着组合旅游产品、并直接向旅游消费者推介和销售的职能，同时又担负着向旅游产品供应企业及时反馈旅游市场需求的功能。旅行社的这一中介地位决定其收集信息、传递信息、综合利用信息的重要性。因特网将旅行社推向变革的大潮之中。因特网所引发的学习革命必将会对旅行社产生巨大的冲击：一方面，旅行社可以从网上轻而易举地获得超大量的信息，可加强旅行社与旅游供应商和旅游者之间的联系，也可使旅行社的传统经营运作方式信息化、简单化、科学化，促进旅行社经营管理现代化。

**旅行社工作总结 旅行社工作总结下半年计划篇六**

今年即将过去，又要迎来新的一年，回顾我们这一年来的工作，看到了成绩也发现了不足，我们力求认真总结今年的工作，使明年做得更好。在今年即将结束之时，根据旅行社的工作要求，现对自己今年的工作进行总结。

我认真学习了各种理论知识，明确了新世纪、新时期的中心工作和全面建设小康社会的奋斗目标，努力做到在思想上、认识上保持先进，始终保持与时俱进的精神状态。同时，自己还树立终身学习的观念，利用业余时间学习计算机、法律知识，以及进一步学习自己的业务知识。

在今年的工作中，认真学习业务知识。我在本岗位上，按照旅行社领导的安排和要求准时安全地完成各项出车任务，努力做好自己的本职工作。作为一名司机除保证了用车外，积极参加各项义务劳动。为降低生产成本，在日常的行车、保养方面为节能降耗作了积极的工作。在旅行社领导的带领下我同导游一起完成了今年的工作，在这一年里能够自觉遵守各项交通法规和单位的规章制度，能够在工作中任劳任怨，在领导和生产需要时不论早晚或节假日随叫随到，不计报酬，从无怨言。

入冬之际我旅行社安装设备期间，我全体同志一道早出晚归，每天在路途奋斗十几个小时，圆满完成了各项任务，得到了领导的肯定。平时、做到严格遵守出车制度，按时出车，认真保养车辆，使车辆性能保持最佳状态，努力钻研技术、熟练掌握日常保养和驾驶车辆的性能，积极参加安全学习。听从交通警察指挥，不酒后开车，文明驾驶、礼让三先，确保了全年安全行车无事故。

尽管经过一些努力，我的业务水平较以往提高了不少，但还需进一步提高。在以后的工作中，我将加强自主管理的意识，勇于开拓创新，加强理论和业务学习，不断提高业务技术水平。明年我将与导游一起努力工作，在旅行社领导的带领下使自己的工作达到一个更高的层次。

**旅行社工作总结 旅行社工作总结下半年计划篇七**

转眼间一学期就接近尾声了，我们部门的工作也大致结束。本学期工作总结如下：

一认真负责，保证信息的准确性及快速性。无论大会小会，我们都做到了快速保证每位相关人员都被及时准时通知到，如果因事缺席的，我们也会在会后详细通知其会议内容。各项活动、每次开课，我们都通知到位，无遗漏现象。较好的做到了工作信息的上传下达。

二认真仔细地做好各种记录，以保证每件事情有根可寻，有据可依。本学期我们协会共开六次会议，每次会议我们都记录了详细时间、地点、内容、到会人数（未到的也记录好了原因）。本学期我们协会参与协助其他社团举办的cctv英语风采演讲大赛等活动，我们也记录好了相关信息。

三团结一致，和睦相处，提高工作效率。工作协调性高，从而提高了整体工作效率。

四认真对每次开课进行总结。如“金鹰山之行”、“嘉定坊之旅”的总结。五工作中的不足。

1、在协会中与各部门联系有待加强，平时除了工作联系便没与其他部门同事密切交流，作为整个协会的信息流入送出的中心部门，这一点我们部门没做好。

2、本学期部门工作基本由新干事担任，刚开始工作中存在着一些不足与疏忽。

六下学期打算：1、竭力加强与各部门各同事的联系；进一步提高办事效率和服务质量。

英乐旅行社办公室

20xx-5-21

本文档由站牛网zhann.net收集整理，更多优质范文文档请移步zhann.net站内查找