|  |  |
| --- | --- |
| ICS  | 03.200  |
| CCS  | A 16 |

|  |
| --- |
|  4105 |

安阳市地方标准

DB4105/T XXXX—XXXX

住宿业旅游宣传服务规范

点击此处添加标准名称的英文译名

XXXX - XX - XX发布

XXXX - XX - XX实施

安阳市市场监督管理局  发布

目次

[前言 II](#_Toc132281307)

[1 范围 1](#_Toc132281308)

[2 规范性引用文件 1](#_Toc132281309)

[3 术语和定义 1](#_Toc132281310)

[4 基本条件 1](#_Toc132281311)

[5 宣传 2](#_Toc132281312)

[6 服务 3](#_Toc132281313)

[7 投诉与改进 5](#_Toc132281314)

1. 前言

本文件按照GB/T 1.1—2020《标准化工作导则 第1部分：标准化文件的结构和起草规则》的规定起草。

本文件由安阳市文化广电体育旅游局提出并归口。

本文件起草单位：安阳市文化广电体育旅游局。

本文件主要起草人：

住宿业旅游宣传服务规范

* 1. 范围

本文件规定了住宿业旅游宣传的要求和服务内容。

本文件适用于市、县住宿业对当地旅游形象的宣传。

* 1. 规范性引用文件

下列文件中的内容通过文中的规范性引用而构成本文件必不可少的条款。其中，注日期的引用文件，仅该日期对应的版本适用于本文件；不注日期的引用文件，其最新版本（包括所有的修改单）适用于本文件。

GB 37487 公共场所卫生管理规范

GB 37488 公共场所卫生指标及限值要求

GB 31654 食品安全国家标准 餐饮服务通用卫生规范

GB/T 17775-2003 旅游区（点）质量等级的划分与评定

GB/T 14308 旅游饭店星级的划分与评定

LB/T 014 旅游景区讲解服务规范

* 1. 术语和定义

GB/T 17775-2003界定的以及下列术语和定义适用于本文件。

旅游资源

自然界和人类社会凡能对旅游者产生吸引力，可以为旅游业开发利用，并可产生经济效益、社会效益和环境效益的各种事物和因素。

[来源：GB/T 17775-2003,3.2]

住宿业经营单位

向消费者提供住宿、餐饮以及相关综合性服务的经营机构，如酒店、宾馆、民宿、旅馆、度假村等。

* 1. 基本条件
		1. 氛围

应具备特色鲜明、主题突出的宣传内容，在醒目位置设置与当地旅游主题相关的墙绘、标语、雕像等设施。

房间内部装潢、装饰、用品用具应体现安阳市旅游文化元素。

宜通过组织活动营造氛围，增强顾客区域特色体验感，活动方式包括但不限于：

1. 非遗、民俗技艺展示以及地方美食品鉴活动；
2. 结合地方特色文化的趣味游戏问答、抽奖等活动；
3. 角色扮演或AR视觉体验活动；
4. 特殊纪念日与相关机构合作举办特色庆祝活动，开展具有地方特色的表演和展；
5. 自行组织或与相关部门、相关行业共同举办具有安阳历史文化特色的宣传推介活动。
	* 1. 人员

工作过程中服务人员应用语清晰规范，态度热情，举止文明。

服务人员应熟悉本地旅游资源、区域历史文化、人文风光以及特色产品，具备现场讲解、临时应变等基本能力。

接待服务人员应掌握常用英语短语。星级酒店、度假村应具有能够用英语或其他语种准确对话以及能简单使用手语与特殊人群进行沟通的服务员工。

工作期间应统一着装，并佩戴统一胸牌，着装与本住宿业经营单位的风格相适应。

* + 1. 宣传

应具有本住宿业经营单位的宣传方式和宣传渠道，宣传用语规范准确，宣传内容真实、无误导。

应将地方旅游资源的宣传融入到本住宿业经营单位的各个服务环节。

大厅或休息场地宜配备虚拟设备、多媒体视频、自动讲解设备、智能机器人等展示本地区旅游景区相关的图文声像等设备设施。

宣传讲解人员人数和语种应满足顾客需要，科学合理推荐旅游产品。讲解符合LB/T 014要求，内容真实、可靠，响应顾客关注。

应创新丰富宣传方式，定期评价宣传效果。

* + 1. 服务

应提供现场、电话、网络多种形式的旅游信息咨询、代预约服务。

可设立旅游文化主题展览区，展示服务特色。

宜拓展增值服务项目，与旅拍、野营、写生等组织机构合作，开展相关主题宣传和营销活动，推荐代表性旅游资源。

* + 1. 合作机构

应与其他组织机构建立合作关系，合作机构包括但不限于：

1. 旅行社；
2. 租车公司；
3. 摄影公司；
4. 活动策划公司；
5. 户外素质拓展公司。

合作机构应满足以下条件：

1. 依法设立或者注册，具有营业执照，依法获得相关经营许可并符合相关经营条件；
2. 自觉遵守国家法律法规和所属行业管理办法，未因服务质量问题受到行政管理部门处罚；
3. 无重大安全责任事故和重大服务质量投诉。
	1. 宣传
		1. 媒体宣传
			1. 传统媒体

根据自身市场定位和经营需求，在电视、广播节目、杂志期刊、飞机场、高速路牌、火车站、地铁、公交车、广场等地方进行广告，投放时宜充分考虑体现地方旅游资源元素。

宜向顾客发放宣传安阳旅游资源的广告单页。

* + - 1. 网络新媒体

与在线旅行社平台合作，利用互联网预订系统平台进行营销宣传，在网站上展示店内服务概况，并推送线路推荐、旅游住宿攻略等信息。

接入自媒体渠道，选择合适的自媒体、短视频平台投放推广软文及顾客亲身体验分享视频，宣传内容宜充分考虑当地旅游资源。

管理网站或其他平台账号，全方位展示本店以及周边吃住行游购娱信息，宜开通线上预订并能直接导入旅游门票预订系统功能。

* + 1. 实体宣传
			1. 酒店装潢

环境设计、室内外装修宜体现安阳旅游文化特色，将主题元素融入到店内装修、空间设计，配置及陈列的物品具有旅游资源特色。

醒目位置宜设置影像显示屏，播放地方旅游宣传片，并适时调整、补充和更新。

主要通道或区域应设置标识标牌，标识设计体现旅游主题及文化内涵。

* + - 1. 酒店用品

客房配备家具、电器和床上用品等，用品的类型、数量、规格和品质不应低于GB/T 14308中的要求，同时考虑体现地方旅游特色。

客房内应配备文旅部门出版的与地方旅游文化相关、制作精良的科普和宣传产品，如科普读物、画册、基本导览材料、特色台历、文创产品等，摆放合理美观。

* + - 1. 餐饮小吃

应具备安阳特色美食菜单，特色美食应保证有特色或有传统风味，用餐环境卫生要求应符合GB 37487、GB 37488、GB 31654的规定。

* + 1. 商务合作
			1. 旅行社

应与旅行社建立合作关系，拓宽宣传路径。利用旅行社资源优势满足顾客的旅游需求，提高店内入住率，扩大宣传服务的受众群体。

* + - 1. 特色商品

可与特色文化旅游产品经营机构合作，选择设计具有旅游特色的产品，在店内设置展陈区。

可赠送或在经营许可范围内出售特色纪念品，为顾客提供旅游活动的延伸和物化形式。出售的特色商品类型、品种、内涵等与历史文化、地方民俗相关联。

* 1. 服务
		1. 流程

宣传流程宜包括以下几个环节，见图1。

服务开始

接引

咨询

推介

跟踪

返程

反馈

服务结束

客房宣传

餐中宣传

1. 旅游形象宣传服务流程
	* 1. 接引

顾客到达前，提前确认是否需要车辆接引，帮助顾客了解周边旅游环境。

如可免费提供接送站（机）服务在顾客订房初期如实告知，并在顾客需要时提供服务。

如提供收费接送站（机）服务，应在顾客进行预订时将收费标准、服务内容如实告知顾客。

接引人员为顾客提供引导服务，配合顾客进行证件审核，登记入住，及时了解顾客游览需求，提供咨询。

* + 1. 咨询

免费提供有关旅游导览宣传材料、人工解答等一般性咨询，方式包括但不限于以下

1. 店内设置咨询服务台，供顾客了解周边景点、导游、导购等信息；
2. 网上咨询渠道，在APP、平台、微信、电话等线上解答顾客疑惑；
3. 在网站或公众号上提供周边景区概况、游览内容及联系方式等基本信息，满足顾客对获取旅游景点信息等相关资料的查询需求 。
	* 1. 推介
			1. 餐中宣传

服务人员介绍餐饮特色，讲解词融入地方旅游文化。

电子宣传方式包括但不限于以下：

1. 台式或壁挂式自助语音播报；
2. 大屏幕录像播放系统。
	* + 1. 客房宣传

客房桌面摆放旅游资源的科普读物、宣传册、导游图等资料，资料应文字简洁、真实可靠、内容丰富、特色明显、品种多样等。

* + 1. 跟踪

通过电话、邮件、网站等多种方式全程跟踪顾客体验，做好跟踪记录，了解宣传缺失，以便改进宣传方式。

* + 1. 返程

向顾客推荐其他旅游产品推广信息，提高顾客的再消费期望程度，引导顾客再次购置旅游产品。

* + 1. 反馈

顾客离安后，继续了解其体验和需求，了解沟通内容包括但不限于：

1. 是否对本次游览满意；
2. 是否愿意再次来安游览；
3. 是否愿意介绍亲朋来安。
	1. 投诉与改进
		1. 投诉处理

住宿业经营单位宜设立投诉处理机构，不具备设立专门投诉处理机构条件的，应指定专人负责投诉处理工作。

应设立投诉或意见箱，有专人负责每日开箱查看，并及时将投诉或意见转交相关人员。

应规定和公示投诉受理范围，包括：

1. 因住宿业经营单位的旅游虚假宣传致使投诉者人身、财产受到损害的；
2. 其他争议和纠纷。

应对投诉相关背景和信息进行调查，核实投诉原因、损害程度，分清责任。根据调查核实情况，作出相应的处理响应并履行，做好记录。

应对投诉处理决定的履行及其效果进行跟踪、回访。

* + 1. 持续改进

应对投诉处理过程和效果进行监测和分析，识别最佳的服务方式，持续改进服务效果。

应建立宣传服务质量考核和奖惩制度，结合服务对象的合理化意见和建议，不断完善宣传体系、创新宣传方式、优化服务流程，持续改进宣传服务质量。

