



TỔNG CỤC DU LỊCH VIỆT NAM PHỐI HỢP VỚI ỦY BAN CHÂU ÂU
DỰ ÁN PHÁT TRIỂN NGUỒN NHÂN LỰC DU LỊCH VIỆT NAM



TIÊU CHUẨN KỸ NĂNG NGHỀ DU LỊCH VIỆT NAM (VTOS)

CÁC TIÊU CHUẨN VTOS LÀ MỘT TRONG NHỮNG KẾT QUẢ CHÍNH CỦA DỰ ÁN,
ĐƯỢC XÂY DỰNG CHO 13 NGHỀ Ở TRÌNH ĐỘ CƠ BẢN NHƯ SAU:

Khách sạn

NGHIỆP VỤ AN NINH KHÁCH SẠN
NGHIỆP VỤ BUỒNG
NGHIỆP VỤ LỄ TÂN
NGHIỆP VỤ NHÀ HÀNG
KỸ THUẬT CHẾ BIẾN MÓN ĂN ÂU
KỸ THUẬT CHẾ BIẾN MÓN ĂN VIỆT NAM
KỸ THUẬT LÀM BÁNH ÂU
NGHIỆP VỤ ĐẶT GIỮ BUỒNG KHÁCH SẠN
NGHIỆP VỤ QUẢN LÝ KHÁCH SẠN NHỎ

Lữ hành

NGHIỆP VỤ ĐẶT GIỮ CHỖ LỮ HÀNH
NGHIỆP VỤ ĐIỀU HÀNH TOUR
NGHIỆP VỤ ĐẠI LÝ LỮ HÀNH
NGHIỆP VỤ HƯỚNG DẪN DU LỊCH

VĂN PHÒNG BAN QUẢN LÝ DỰ ÁN

Tầng 2, Nhà 6, Khách sạn Kim Liên 2, số 7 Đào Duy Anh, Hà Nội, Việt Nam
Tel: (84 4) 3577 0663 | Fax: (84 4) 3577 0665 | Email:hrdt@hrdtourism.org.vn
Website: www.hrdtourism.org.vn

Ấn phẩm này được thực hiện với sự giúp đỡ của Liên minh châu Âu. Toàn bộ nội dung ấn phẩm do Dự án Phát triển nguồn nhân lực du lịch Việt Nam chịu trách nhiệm và không phản ánh quan điểm của Liên minh châu Âu ở bất cứ góc độ nào.

TỔNG CỤC DU LỊCH VIỆT NAM HỘI ĐỒNG CẤP CHỨNG CHỈ NGHIỆP VỤ DU LỊCH VIỆT NAM



TIÊU CHUẨN KỸ NĂNG NGHỀ
DU LỊCH VIỆT NAM

NGHIỆP VỤ
ĐẶT GIỮ CHỖ LỮ HÀNH



TRÌNH ĐỘ CƠ BẢN

TIÊU CHUẨN KỸ NĂNG NGHỀ DU LỊCH VIỆT NAM
NGHIỆP VỤ ĐẶT GIỮ CHỖ LỮ HÀNH

TRÌNH ĐỘ CƠ BẢN



TIÊU CHUẨN KỸ NĂNG NGHỀ
DU LỊCH VIỆT NAM

NGHIỆP VỤ ĐẶT GIỮ CHỖ LỮ HÀNH

TRÌNH ĐỘ CƠ BẢN

CƠ QUAN PHÁT HÀNH

DỰ ÁN PHÁT TRIỂN NGUỒN NHÂN LỰC DU LỊCH VIỆT NAM

Văn phòng Ban quản lý Dự án

Tầng 2, nhà 6, khách sạn Kim Liên 2,
số 7 Đào Duy Anh, Hà Nội, Việt Nam

Tel. (84-4) 3577 0663

Fax: (84-4) 3577 0665

Email: hrdt@hrdtourism.org.vn

Website: www.hrdtourism.org.vn

XUẤT BẢN LẦN THỨ NHẤT 2009

Lời cảm ơn

Tài liệu Tiêu chuẩn kỹ năng nghề du lịch Việt Nam và Tài liệu đào tạo phục vụ Chương trình Phát triển Đào tạo viên được xây dựng trong khuôn khổ triển khai Dự án "Phát triển nguồn nhân lực du lịch Việt Nam" do EU tài trợ. Những thông tin quý báu trong các cuốn tài liệu này có được nhờ sự đóng góp về kiến thức cũng như kinh nghiệm của nhiều chuyên gia quốc tế và Việt Nam trong lĩnh vực du lịch. Nhân dịp xuất bản các cuốn tài liệu này, Ban Quản lý Dự án Phát triển nguồn nhân lực Du lịch Việt Nam xin được bày tỏ sự biết ơn chân thành đối với những cá nhân và tập thể đã tham gia vào quá trình xây dựng hoàn thiện các tài liệu này.

Chúng tôi xin trân trọng cảm ơn Phái đoàn ủy ban Châu Âu tại Việt Nam về sự hỗ trợ quý báu về kỹ thuật và tài chính để xây dựng và xuất bản các cuốn tài liệu này thông qua Dự án "Phát triển nguồn nhân lực Du lịch Việt Nam".

Chúng tôi cũng xin được trân trọng cảm ơn sự chỉ đạo sát sao và những ý kiến đóng góp mang tính định hướng của Lãnh đạo Tổng cục Du lịch Việt Nam, Ban chỉ đạo Dự án trong suốt quá trình xây dựng các cuốn tài liệu này.

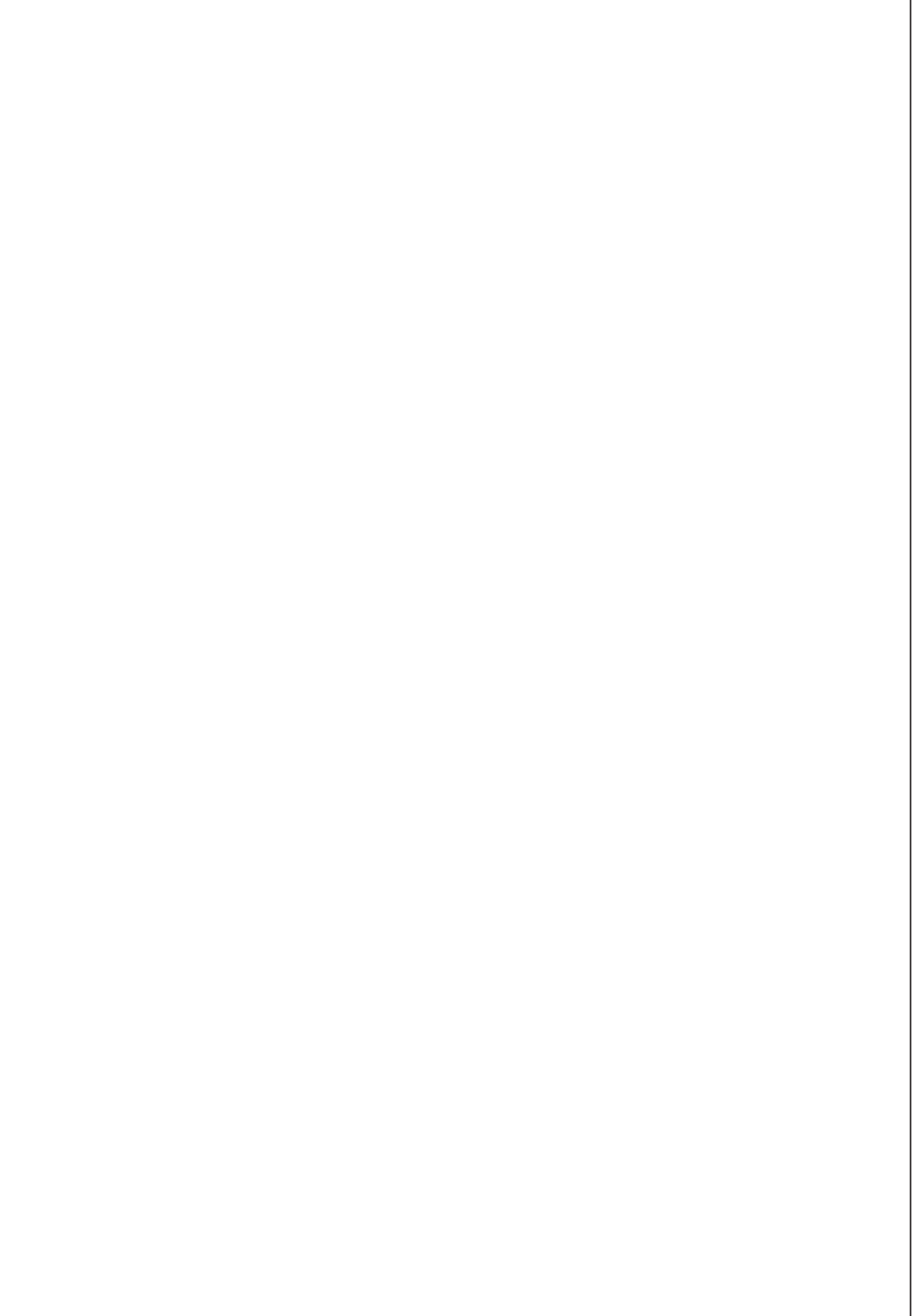
Chúng tôi cũng xin bày tỏ lời cảm ơn tới Hội đồng cấp chứng chỉ nghiệp vụ Du lịch Việt Nam (VTCB), trong đó có đại diện của Tổng cục Du lịch, Bộ Lao động Thương binh và Xã hội, Bộ Giáo dục và Đào tạo, Hiệp hội Du lịch Việt Nam, các trường du lịch vì những ý kiến đóng góp nhằm hoàn thiện nội dung các cuốn tài liệu này.

Chúng tôi đánh giá cao sự đóng góp của những người tham gia vào việc nghiên cứu, tổng hợp và biên soạn các cuốn tài liệu này, bao gồm những chuyên gia quốc tế và trong nước, giáo viên và giảng viên tại các trường du lịch, lãnh đạo các doanh nghiệp du lịch, các Đào tạo viên của Dự án cũng như toàn thể cán bộ nhân viên Ban quản lý Dự án.

Xin trân trọng cảm ơn.

MỤC LỤC

1	Giới thiệu Tiêu chuẩn kỹ năng nghề du lịch Việt Nam (VTOS) – Nghiệp vụ đặt giữ chỗ Lữ hành	TRANG
1.1	Thông tin chung	4
1.2	Tiêu chuẩn kỹ năng nghề du lịch Việt Nam	4
1.3	Bảng kỹ năng nghề	4
1.4	Cách sử dụng Tiêu chuẩn VTOS	6
2	Tiêu chuẩn VTOS Nghiệp vụ đặt giữ chỗ Lữ hành	
2.1	Tóm tắt công việc, chức danh và danh mục công việc	7
2.2	Công việc và phần việc: Kế hoạch liên hoàn	8
2.3	Nội dung công việc và phần việc	13
2.4	Bảng chú giải thuật ngữ	195
2.5	Danh mục bảng chữ cái phiên âm quốc tế	209



GIỚI THIỆU TIÊU CHUẨN KỸ NĂNG NGHỀ DU LỊCH VIỆT NAM - NGHIỆP VỤ ĐẶT GIỮ CHỖ LỮ HÀNH

1

Tài liệu tiêu chuẩn kỹ năng nghề du lịch Việt Nam (Tiêu chuẩn VTOS) - Nghiệp vụ đặt giữ chỗ lữ hành mô tả vị trí công việc cơ bản nhất của Nhân viên trong một doanh nghiệp lữ hành có trách nhiệm hỗ trợ nhân viên chuyên trách trong việc sử dụng các hệ thống công nghệ lữ hành của công ty và học tập tại doanh nghiệp để trở thành nhân viên chuyên trách có đủ năng lực trong một đại lý lữ hành và/hoặc hãng lữ hành có sử dụng hệ thống và chương trình vi tính phổ biến quốc tế.

Tiêu chuẩn Nghiệp vụ đặt giữ chỗ lữ hành được thiết kế kết hợp hài hoà các tiêu chuẩn quốc tế hiện nay về công nghệ và hoạt động của các doanh nghiệp lữ hành và được điều chỉnh phù hợp với yêu cầu cụ thể của ngành Lữ hành Việt Nam.

1.1 THÔNG TIN CHUNG

Dự án Phát triển nguồn nhân lực Du lịch Việt Nam là kết quả của Hiệp định tài chính giữa Liên minh Châu Âu và Chính phủ Việt Nam.

Mục tiêu tổng thể của Dự án là “nâng cấp tiêu chuẩn và chất lượng nguồn nhân lực ngành du lịch Việt Nam, giúp Chính phủ và ngành duy trì chất lượng và số lượng đào tạo sau khi dự án kết thúc”. Cụ thể hơn, Dự án có mục đích nâng cao và công nhận kỹ năng phục vụ của người lao động ở trình độ cơ bản trong ngành du lịch.

1.2 TIÊU CHUẨN KỸ NĂNG NGHỀ DU LỊCH VIỆT NAM

Tiêu chuẩn VTOS là một trong những thành quả chính của Dự án được xây dựng cho 13 nghề ở trình độ cơ bản, gồm:

Khách sạn	Lữ hành
1 Nghiệp vụ Buồng	10 Nghiệp vụ đại lý Lữ hành
2 Nghiệp vụ Lễ tân	11 Nghiệp vụ điều hành Tour
3 Nghiệp vụ Nhà hàng	12 Nghiệp vụ đặt giữ chỗ cho Lữ hành
4 Nghiệp vụ An ninh khách sạn	13 Nghiệp vụ hướng dẫn du lịch
5 Kỹ thuật chế biến món ăn Âu	
6 Kỹ thuật làm bánh Âu	
7 Kỹ thuật chế biến món ăn Việt Nam	
8 Nghiệp vụ đặt giữ buồng khách sạn	
9 Nghiệp vụ Quản lý khách sạn nhỏ	

Tiêu chuẩn kỹ năng cho mỗi nghề được các chuyên gia quốc tế của nghề đó dự thảo. Các tiêu chuẩn được tổ công tác kỹ thuật, gồm chuyên gia trong ngành du lịch và các chuyên gia đào tạo của ngành du lịch Việt Nam rà soát. Căn cứ trên các ý kiến đóng góp của Tổ công tác, các tiêu chuẩn được chỉnh sửa. Các chuyên gia quốc tế trực tiếp thực hiện 4 khoá đào tạo cho từng nghề. Dựa trên thực tế triển khai, tài liệu tiếp tục được hoàn thiện và được trình Hội đồng Cấp chứng chỉ nghiệp vụ du lịch Việt Nam (VTCB) phê duyệt chính thức.

1.3 BẢNG KỸ NĂNG NGHỀ

Các tiêu chuẩn VTOS được thiết kế trên cơ sở phân tích và hình thành những công việc người lao động cần thực hiện để hoàn thành yêu cầu của một công việc cụ thể. Bảng kỹ năng nghề xác định chính xác những việc người lao động phải làm. Từ những phân tích này, những kiến thức và kỹ năng

cần thiết được thiết lập nhằm giúp người lao động có thể thực hiện công việc hiệu quả trong điều kiện làm việc thông thường. Bảng này trình bày các công việc ở trình độ cơ bản và được chia thành a/ Phần việc kỹ năng và b/ Phần việc kiến thức.

Phần việc kỹ năng mô tả những gì mà người lao động phải làm, qua đó giúp họ thực hiện tốt công việc. Phần việc kiến thức đề cập đến kiến thức bổ sung hay lý thuyết mà người lao động ở trình độ cơ bản cần có để thực hiện công việc một cách chính xác.

Mỗi Tiêu chuẩn VTOS được chia thành 4 phần chính. Phần một mô tả tổng thể công việc, chức danh thường dùng và danh mục công việc. Đây chính là phần hình thành nên tiêu chuẩn.

Phần hai gồm kế hoạch liên hoàn nêu chi tiết các công việc, phần việc kỹ năng và phần việc kiến thức.

Phần ba nêu chi tiết tiêu chuẩn các kỹ năng nghề được trình bày dưới đây.

Phần bốn là bảng chú giải thuật ngữ theo trình tự ABC.

PHẦN VIỆC KỸ NĂNG

Các tiêu chuẩn phần việc kỹ năng được thể hiện trong bảng có 5 cột như sau:

BƯỚC (THỰC HIỆN): xác định rõ những gì người lao động phải thực hiện để hoàn thành phần việc theo thứ tự logic.

CÁCH LÀM: mô tả cách thực hiện các bước và thường được trình bày với mục đích minh họa cho những kỹ năng cần có.

TIÊU CHUẨN: phần này liên hệ tới những tiêu chuẩn quốc tế liên quan đến những tiêu chí về chất lượng, số lượng, thời gian, tính liên hoàn, vệ sinh, an toàn v.v... nhằm đảm bảo thực hiện các bước theo đúng tiêu chuẩn.

LÝ DO: giải thích tại sao cần phải tiến hành các bước theo một cách thức rất cụ thể và tại sao cần phải áp dụng những tiêu chuẩn đó.

KIẾN THỨC: phần này liên hệ tới những yêu cầu về kiến thức cần thiết để hỗ trợ thực hiện công việc, ví dụ, chính sách của công ty hoặc các tài liệu tham khảo. Những kiến thức này bổ sung và củng cố cho phần thực hành những kỹ năng cần thiết.

PHẦN VIỆC KIẾN THỨC

Cách trình bày phần Phần việc kiến thức hơi khác một chút, cụ thể cột **NỘI DUNG** được trình bày thay cột **BƯỚC (THỰC HIỆN)**; và **MÔ TẢ** thay cột **CÁCH LÀM**. Trong đó cột **NỘI DUNG** trình bày phần lý thuyết và cột **MÔ TẢ** giải thích, minh họa làm rõ thêm cho phần lý thuyết.

1.4 CÁCH SỬ DỤNG TIÊU CHUẨN VTOS

Tiêu chuẩn VTOS được thiết kế cho Đào tạo viên, là những người đã tham dự Chương trình phát triển Đào tạo viên và được VTCB cấp chứng chỉ.

Tiêu chuẩn VTOS là cơ sở giúp các doanh nghiệp xây dựng chương trình đào tạo ở trình độ cơ bản cho nhân viên và xác định nhu cầu đào tạo phù hợp với nhu cầu của doanh nghiệp. Ngoài ra, các cơ sở đào tạo có thể sử dụng Tiêu chuẩn VTOS để tham khảo xây dựng chương trình đào tạo sinh viên nghề ở trình độ cơ bản.

Đối với các doanh nghiệp đã có các tiêu chuẩn hoạt động, Tiêu chuẩn VTOS giúp củng cố và hỗ trợ cho các tiêu chuẩn hiện có. Với những doanh nghiệp chưa có tiêu chuẩn hoạt động, các Đào tạo viên có thể sử dụng Tiêu chuẩn VTOS để xây dựng các tiêu chuẩn hoạt động cho doanh nghiệp, qua đó góp phần nâng cao chất lượng tiêu chuẩn dịch vụ.

Mặc dù các doanh nghiệp có thể sử dụng Tiêu chuẩn VTOS theo nội dung hiện có, Dự án khuyến khích các Đào tạo viên điều chỉnh Tiêu chuẩn VTOS thành tiêu chuẩn hoạt động phù hợp với điều kiện của doanh nghiệp.

Bên cạnh tài liệu Tiêu chuẩn kỹ năng nghề, Dự án cung cấp các phương tiện hỗ trợ Đào tạo viên thực hiện công tác đào tạo nhân viên bao gồm đĩa DVD và ảnh minh họa những công việc chính.

Cùng với tiêu chuẩn kỹ năng nghề là một hệ thống đăng ký và cấp chứng chỉ do VTCB quản lý. Hệ thống này giúp các doanh nghiệp đăng ký những nhân viên đã hoàn thành khoá đào tạo kỹ năng nghề ở trình độ cơ bản tham dự thẩm định tay nghề tại các Trung tâm thẩm định để được cấp chứng chỉ quốc gia.

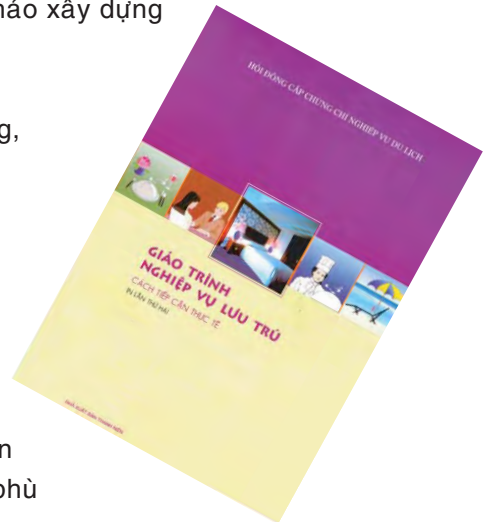
Quý vị cần thêm thông tin về Hệ thống Tiêu chuẩn VTOS, có thể liên hệ các địa chỉ sau:

Dự án Phát triển nguồn nhân lực Du lịch Việt Nam

Văn phòng Ban Quản lý Dự án
Khách sạn Kim Liên 2, số 7 Đào Duy Anh,
Hà Nội, Việt Nam
Tel. (84 4) 3577 0663
Fax: (84 4) 3577 0665
Email: hrrdt@hrrdtourism.org.vn
Website: www.hrrdtourism.org.vn

Hội đồng Cấp chứng chỉ Nghiệp vụ Du lịch Việt Nam (VTCB)

Văn phòng VTCB
Phòng 203, 30 Nguyễn Du, Hà Nội, Việt Nam
Tel. (84 4) 3944 6494
Fax: (84 4) 3944 6495
Email: vtcb@hn.vnn.vn
Website: www.vtcb.org.vn



TIÊU CHUẨN VTOS NGHIỆP VỤ ĐẶT GIỮ CHỖ LỮ HÀNH

2

2.1 MÔ TẢ CÔNG VIỆC, CHỨC DANH VÀ DANH MỤC CÔNG VIỆC

TÓM TẮT CÔNG VIỆC

Nhân viên trong một doanh nghiệp lữ hành sử dụng các công nghệ máy tính và phần mềm chuyên dụng trong việc bán sản phẩm và dịch vụ lữ hành, điều hành và đặt giữ chỗ.

CHỨC DANH

Chức danh thường được dùng cho vị trí công việc này là:

- Nhân viên đại lý lữ hành
- Nhân viên điều hành tour
- Nhân viên đặt giữ chỗ
- Nhân viên bán tour

DANH MỤC CÔNG VIỆC

Các công việc được đưa vào tiêu chuẩn kỹ năng nghề cho trình độ cơ bản bao gồm:

1. Kiến thức chung về du lịch và lữ hành
2. Chuẩn bị làm việc
3. An toàn và an ninh
4. Làm việc tại văn phòng
5. Kỹ năng sử dụng điện thoại
6. Hiểu biết và sử dụng máy vi tính
7. Hệ thống phân phối toàn cầu (GDS)
8. Hệ thống phần mềm dùng cho Hãng lữ hành
9. Trang Web của các nhà cung cấp
10. Nhiệm vụ cơ bản của Hãng lữ hành và Đại lý lữ hành
11. Chăm sóc khách hàng
12. Kết thúc ngày làm việc

2.2 CÔNG VIỆC VÀ PHẦN VIỆC : KẾ HOẠCH LIÊN HOÀN

Công việc chính: 12 (Tổng cộng)
Phần việc kỹ năng: 30 (Tổng cộng)
Phần việc kiến thức: 50 (Tổng cộng)

1. KIẾN THỨC CHUNG VỀ DU LỊCH VÀ LỮ HÀNH

TRANG	PHẦN VIỆC KỸ NĂNG	TRANG	PHẦN VIỆC KIẾN THỨC
		17	1.1 Thông tin cơ bản về du lịch và lữ hành
		19	1.2 Các loại doanh nghiệp lữ hành
		21	1.3 Các chức danh nghề trong doanh nghiệp lữ hành

2. CHUẨN BỊ LÀM VIỆC

TRANG	PHẦN VIỆC KỸ NĂNG	TRANG	PHẦN VIỆC KIẾN THỨC
		27	2.1 Trình diện tại nơi làm việc
		28	2.2 Trang phục, đồng phục, ngoại hình và sức khỏe
		30	2.3 Duy trì nhật ký công tác
31	2.4 Lập thời gian biểu công việc trong ngày		
32	2.5 Chuẩn bị nơi làm việc		

3. AN TOÀN VÀ AN NINH

TRANG	PHẦN VIỆC KỸ NĂNG	TRANG	PHẦN VIỆC KIẾN THỨC
37	3.1 Nơi làm việc		
		38	3.2 An toàn
		39	3.3 An ninh
		41	3.4 Hỏa hoạn
		42	3.5 Sơ cứu - Cấp cứu y tế
		43	3.6 Xử lý tiền mặt và các tài liệu, chứng từ quan trọng

4. LÀM VIỆC TẠI VĂN PHÒNG

TRANG	PHẦN VIỆC KỸ NĂNG	TRANG	PHẦN VIỆC KIẾN THỨC
		47	4.1 Sử dụng các thiết bị văn phòng
49	4.2 Giao dịch trực tiếp		
51	4.3 Giao dịch bằng văn bản với các nhà cung cấp và khách hàng		
		54	4.4 Ngôn ngữ

5. CÁC KỸ NĂNG ĐIỆN THOẠI

TRANG	PHẦN VIỆC KỸ NĂNG	TRANG	PHẦN VIỆC KIẾN THỨC
		57	5.1 Chuẩn bị
68	5.2 Trả lời điện thoại		
		61	5.3 Trả lời cuộc gọi theo phong cách của doanh nghiệp
		62	5.4 Bảng chữ cái phiên âm quốc tế
63	5.5 Chuyển cuộc gọi tới bộ phận khác		
		65	5.6 Các số máy nội bộ
66	5.7 Đặt cuộc gọi ở chế độ chờ		
67	5.8 Thực hiện cuộc gọi		
		69	5.9 Quyết định thực hiện cuộc gọi điện thoại quốc tế

6. HIỂU BIẾT VÀ SỬ DỤNG MÁY VI TÍNH

TRANG	PHẦN VIỆC KỸ NĂNG	TRANG	PHẦN VIỆC KIẾN THỨC
		73	6.1 Phần mềm ứng dụng
74	6.2 Bật và tắt máy vi tính		
76	6.3 Soạn thảo thư đơn giản sử dụng chức năng “cắt/ dán” trong Chương trình Word		
		79	6.4 Kiến thức cơ bản về Excel
80	6.5 Soạn thảo bảng tính đơn giản sử dụng Chương trình Excel		
		83	6.6. Thư điện tử (E-mail)
		86	6.7 Quy tắc giao dịch bằng thư điện tử
88	6.8 Soạn thảo thư điện tử sử dụng Chương trình Outlook (Express)		
91	6.9 Bổ sung địa chỉ liên hệ vào sổ địa chỉ Outlook (Express)		
		93	6.10 Dịch vụ Chat (IM)
96	6.11 Sử dụng dịch vụ Chat (IM)		
		99	6.12 Dịch vụ đàm thoại qua Internet (VOIP)

7. HỆ THỐNG PHÂN PHỐI TOÀN CẦU (GDS)

TRANG	PHẦN VIỆC KỸ NĂNG	TRANG	PHẦN VIỆC KIẾN THỨC
		103	7.1 Phân phối điện tử (Chú giải thuật ngữ)
		105	7.2 Tổng quan về GDS
		107	7.3 Kiến thức cơ bản về tiếp nhận đặt chỗ

8. HỆ THỐNG PHẦN MỀM DÙNG CHO HÃNG LỮ HÀNH

TRANG	PHẦN VIỆC KỸ NĂNG	TRANG	PHẦN VIỆC KIẾN THỨC
		111	8.1 Hệ thống phần mềm dùng cho Hãng lữ hành
		114	8.2 Cơ sở dữ liệu
		116	8.3 Các yêu cầu và đặt giữ chỗ
		118	8.4 Giao dịch
		119	8.5 Điều hành
		121	8.6 Kế toán
		122	8.7 Báo cáo
123	8.8 Kỹ năng cơ bản trong vận hành hệ thống phần mềm của Hãng lữ hành		

9. TRANG WEB CỦA CÁC NHÀ CUNG CẤP

TRANG	PHẦN VIỆC KỸ NĂNG	TRANG	PHẦN VIỆC KIẾN THỨC
127	9.1 Truy cập Internet		
129	9.2 Đánh dấu vào mục Favourites		
		131	9.3 Các trang trên Internet
		134	9.4 Công cụ tìm kiếm và danh mục các trang Web
		136	9.5 Các trang Web về thông tin các điểm đến
		137	9.6 Các trang Web về các sản phẩm du lịch
		138	9.7 Các trang Web của các Hãng hàng không
		139	9.8 Các trang Web về cơ sở lưu trú
		141	9.9 Các trang Web của các nhà cung cấp khác
		142	9.10 Trang thông tin do khách hàng tạo ra.

10. NHIỆM VỤ CƠ BẢN CỦA HÃNG LỮ HÀNH VÀ ĐẠI LÝ LỮ HÀNH

TRANG	PHẦN VIỆC KỸ NĂNG	TRANG	PHẦN VIỆC KIẾN THỨC
147	10.1 Thiết kế chương trình du lịch cho khách hàng		
		151	10.2 Các chương trình khách hàng trung thành của hãng hàng không và khách sạn
152	10.3 Tính giá chương trình cho khách hàng		
157	10.4 Đặt giữ chỗ các dịch vụ trong chương trình		
		162	10.5 Các thuật ngữ về tình trạng đặt giữ chỗ
164	10.6 Tư vấn cho khách hàng về hộ chiếu, thị thực, hải quan và y tế		
166	10.7 Thu tiền đặt cọc và toàn bộ số tiền		
		168	10.8 Hiểu rõ mọi tài liệu và giải thích cho khách hàng
169	10.9 Thay đổi chương trình theo yêu cầu của khách hàng		
171	10.10 Xử lý việc huỷ dịch vụ và hoàn tiền		
173	10.11 Lưu giữ hồ sơ		

11. CHĂM SÓC KHÁCH HÀNG

TRANG	PHẦN VIỆC KỸ NĂNG	TRANG	PHẦN VIỆC KIẾN THỨC
		179	11.1 Khách hàng của công ty
		181	11.2 Nhân viên các công ty lữ hành bán sỉ nước ngoài (FTW)
		182	11.3 Nhân viên các đại lý lữ hành bán lẻ
		183	11.4 Khách hàng trực tiếp của doanh nghiệp
		184	11.5 Phản hồi của khách hàng
185	11.6 Xử lý phàn nàn của khách		

12. KẾT THÚC NGÀY LÀM VIỆC

TRANG	PHẦN VIỆC KỸ NĂNG	TRANG	PHẦN VIỆC KIẾN THỨC
191	12.1 Quy trình kết thúc ngày làm việc		
192	12.2 Quy trình bổ sung khi rời nơi làm việc trước giờ quy định		
193	12.3 Quy trình bổ sung khi rời nơi làm việc trước kỳ nghỉ phép, nghỉ lễ		

2.3 NỘI DUNG CÔNG VIỆC VÀ PHẦN VIỆC

GIỚI THIỆU

Định nghĩa:

Trong tài liệu này thuật ngữ **LỮ KHÁCH** được sử dụng để chỉ những khách đi du lịch nước ngoài (outbound).

Thuật ngữ **KHÁCH DU LỊCH** được sử dụng để chỉ những khách đi du lịch nước ngoài và khách nước ngoài đến.

Thuật ngữ **KHÁCH HÀNG** được sử dụng để chỉ khách du lịch hoặc đại lý lữ hành (bán lẻ) hoặc hãng lữ hành (bán buôn).

Thuật ngữ **CÔNG TY LỮ HÀNH** được sử dụng để chỉ đại lý lữ hành hoặc hãng lữ hành, Trung tâm thông tin hoặc một đơn vị tổ chức du lịch MICE (Hội nghị, Khen thưởng, Hội thảo và Triển lãm).

Thuật ngữ **NHÀ CUNG CẤP** được sử dụng để chỉ một công ty hoặc cá nhân mà doanh nghiệp lữ hành ký kết hợp đồng để mua một sản phẩm hoặc dịch vụ để cung cấp cho khách du lịch.

1. KIẾN THỨC CHUNG VỀ DU LỊCH VÀ LỮ HÀNH

Giới thiệu:

Bạn phải hiểu rõ về du lịch; các định nghĩa của Tổ chức Du lịch Thế giới (UNWTO) về du lịch nội địa và du lịch quốc tế; lợi ích kinh tế và xã hội của du lịch bền vững đối với Việt Nam; nguy cơ và hiểm họa của việc khai thác quá mức; luật du lịch và các quy định liên quan đến du lịch; những chuẩn mực đạo đức nghề nghiệp mà bạn cần phải tuân theo trong công việc.

Bạn cũng cần phải hiểu rõ các nguồn khách du lịch quốc tế chủ yếu đến Việt Nam, mục đích đi du lịch của họ, và các điểm đến du lịch hấp dẫn chủ yếu ở Việt Nam. Bạn có thể hy vọng nhiều du khách quốc tế sẽ là khách hàng tham gia các chương trình du lịch trong nước hay khu vực của doanh nghiệp hoặc nhờ bạn tư vấn thay đổi chương trình du lịch hiện thời của họ.

Bạn cần phải biết rõ về “thị trường du lịch nội địa” - nhu cầu đi lại trong tỉnh hay thành phố của người Việt Nam và người nước ngoài sống tại Việt Nam; cũng như các điểm đến du lịch chủ yếu ở Việt Nam.

Bạn cần phải hiểu rõ về nhu cầu du lịch nước ngoài tại tỉnh hay thành phố của bạn, của người Việt Nam và người nước ngoài sống tại Việt Nam cũng như các điểm du lịch chủ yếu ở nước ngoài đối với những phân đoạn thị trường này.

Bạn phải hiểu rõ cơ cấu tổ chức của ngành Du lịch; cơ quan quản lý ngành tại Việt Nam; các hãng cung cấp sản phẩm và dịch vụ cho du khách (các hãng hàng không, các khách sạn, v.v.); các Tổ chức Du lịch khu vực và quốc tế đang hỗ trợ cho sự phát triển hiệu quả của ngành du lịch (UNWTO; PATA; ASEANTA).

Bạn phải hiểu rõ chức năng của các loại công ty lữ hành: Các hãng lữ hành đón tiếp khách du lịch của các hãng lữ hành nước ngoài và chức năng thiết kế, xây dựng chương trình trọn gói, bán và điều hành các chương trình du lịch trong nước; và các đại lý lữ hành với tư cách là người bán các sản phẩm và dịch vụ du lịch và nhà cung cấp các dịch vụ khách hàng. Bạn phải hiểu rõ các chức danh và sự thăng tiến trong ngành du lịch và lữ hành cũng như chức năng, nhiệm vụ của từng chức danh.

PHẦN VIỆC SỐ 1.1:	Thông tin cơ bản về du lịch và lữ hành (Kiến thức)
PHẦN VIỆC SỐ 1.2:	Các loại doanh nghiệp lữ hành (Kiến thức)
PHẦN VIỆC SỐ 1.3:	Các chức danh nghề trong doanh nghiệp lữ hành (Kiến thức)

CÔNG VIỆC SỐ 1:
PHẦN VIỆC SỐ 1.1:

KIẾN THỨC CHUNG VỀ DU LỊCH VÀ LỮ HÀNH
Thông tin cơ bản về du lịch và lữ hành (Kiến thức)

NỘI DUNG	MÔ TẢ	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	KIẾN THỨC
1. Các sản phẩm và dịch vụ du lịch và lữ hành	<p>Có một số lĩnh vực chính:</p> <ul style="list-style-type: none">• Vận chuyển từ nơi ở đến điểm du lịch.• Dịch vụ mặt đất tại điểm du lịch.• Các chương trình du lịch bao gồm vận chuyển và các dịch vụ mặt đất.• Các dịch vụ khác.	<p>Các loại hình vận chuyển bao gồm:</p> <ul style="list-style-type: none">• Hàng không.• Đường sắt.• Tàu biển.• Xe buýt.• Xe ô tô thuê. <p>Dịch vụ mặt đất tại điểm du lịch bao gồm:</p> <ul style="list-style-type: none">• Lưu trú.• Tham quan.• Nhà hàng.• Mua sắm.• Vui chơi giải trí. <p>Các nhà cung cấp:</p> <ul style="list-style-type: none">• Các hãng lữ hành bán buôn.• Các hãng lữ hành.• Các nhà tổ chức du lịch MICE. <p>Các dịch vụ bao gồm:</p> <ul style="list-style-type: none">• Bảo hiểm du lịch.• Trung tâm thông tin du lịch.	<p>Bạn phải biết về những nội dung này vì là nhân viên lữ hành, hàng ngày bạn sẽ tiếp xúc với các lĩnh vực khác nhau trong ngành du lịch.</p>	

NỘI DUNG	MÔ TẢ	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	KIẾN THỨC
2. Quản lý nhà nước về du lịch	<p>Hiểu rõ vai trò của các cơ quan quản lý nhà nước Việt Nam (Cấp quốc gia, tỉnh và thành phố) trong việc điều hành, phát triển, quản lý và xúc tiến du lịch.</p>	<ul style="list-style-type: none"> Tổng cục Du lịch Việt Nam (TCDL) là cơ quan quản lý, điều hành, phát triển, quản lý và xúc tiến du lịch. Mỗi tỉnh thành có một sở quản lý du lịch, làm công việc quản lý, phát triển và xúc tiến du lịch cho địa phương đó. 	<p>Là nhân viên lữ hành, hàng ngày bạn sẽ thường xuyên tiếp xúc với các cơ quan nhà nước về du lịch.</p>	
3. Các hiệp hội du lịch	<p>Hiểu rõ về các hiệp hội du lịch (trên thế giới, trong khu vực và tại Việt Nam) và khả năng hỗ trợ của các tổ chức này đối với bạn.</p>	<ul style="list-style-type: none"> Tổ chức Du lịch Thế giới có trụ sở tại Madrid, Tây Ban Nha, là một tổ chức thuộc Liên hiệp quốc - Việt Nam là thành viên của UNWTO. Hiệp hội Du lịch Châu Á - Thái Bình Dương (PATA) là một tổ chức bao gồm nhiều thành viên có trụ sở tại Bangkok, Thái Lan và có chi hội ở Việt Nam. Hiệp hội Du lịch Việt Nam (VITA) là tổ chức bao gồm các hội viên. 	<p>Các hiệp hội hay tổ chức du lịch sẽ cung cấp cho bạn những kiến thức và kinh nghiệm bổ ích.</p>	

CÔNG VIỆC SỐ 1:
PHẦN VIỆC SỐ 1.2:

KIẾN THỨC CHUNG VỀ DU LỊCH VÀ LỮ HÀNH
Các loại doanh nghiệp lữ hành (Kiến thức)

NỘI DUNG	MÔ TẢ	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	KIẾN THỨC
<p>1. Các loại doanh nghiệp lữ hành tại Việt Nam</p>	<p>Ba mô hình chính, hướng vào ba thị trường khác nhau:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Nội địa. • Quốc tế từ nước ngoài đến (Inbound). • Khách du lịch đi ra nước ngoài. 	<p>Một doanh nghiệp lữ hành có thể cung cấp:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Dịch vụ lữ hành nội địa. • Dịch vụ lữ hành cho khách quốc tế đến từ nước ngoài. • Dịch vụ lữ hành cho khách quốc tế đi ra nước ngoài. <p>Nhiều doanh nghiệp tại Việt Nam hoạt động trong cả ba thị trường.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Hiểu được mô hình kinh doanh và thị trường của công ty bạn. 	<p>Bạn cần biết mình sẽ tham gia vào loại hình lữ hành nào.</p>	
<p>2. Hãng lữ hành địa phương</p>	<p>Cung cấp tour cho thị trường khách đến từ nước ngoài và khách nội địa.</p> <p>Hầu hết đều có trang Web.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Chủ yếu tập trung vào thiết kế, tiếp thị và điều hành các tour trong nước cho thị trường khách từ nước ngoài đến và khách nội địa. 	<p>Bạn nắm được công việc của đại lý lữ hành ra sao.</p>	

NỘI DUNG	MÔ TẢ	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	KIẾN THỨC
3. Đại lý lữ hành	<p>Chủ yếu tập trung vào việc bán và tổ chức du lịch outbound.</p> <p>Phần lớn truy cập các trang Web trên Internet của nhà cung cấp để lấy thông tin và đặt mua.</p>	<ul style="list-style-type: none"> Tập trung vào cả thị trường khách thương gia và thị trường khách đi nghỉ. 	<p>Bạn nắm được công việc của đại lý lữ hành.</p>	
4. Các trung tâm thông tin du lịch	<p>Các Sở quản lý du lịch tại các thành phố và tỉnh thành lập các trung tâm thông tin để hỗ trợ du khách.</p>	<ul style="list-style-type: none"> Biết các trung tâm thông tin liên quan đến công việc của bạn. 	<p>Bạn biết để có thể sử dụng trong trường hợp cần biết thêm thông tin về một vùng, miền.</p>	
5. Các đơn vị tổ chức du lịch hội nghị, khen thưởng, hội thảo và sự kiện (MICE)	<p>Các bộ phận lữ hành chuyên môn thuộc các doanh nghiệp lữ hành lớn chuyên bán và thu xếp cho các nhóm khách tham gia các cuộc họp và sự kiện.</p>	<ul style="list-style-type: none"> Tập trung chủ yếu vào tổ chức các cuộc họp, khen thưởng, hội nghị và hội thảo. 	<p>Bạn biết một nhà cung cấp dịch vụ MICE mong muốn gì.</p>	

CÔNG VIỆC SỐ 1:
PHẦN VIỆC SỐ 1.3:

KIẾN THỨC CHUNG VỀ DU LỊCH VÀ LỮ HÀNH
Các chức danh nghề trong doanh nghiệp lữ hành (Kiến thức)

NỘI DUNG	MÔ TẢ	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	KIẾN THỨC
<p>1. Chức danh nhân viên (mới vào nghề)</p>	<p><u>Nhà điều hành tour</u> Nhà điều hành tour thường kết hợp các thành tố trong du lịch để tạo nên một chuyến đi nghỉ. Họ có thể tự bán trực tiếp sản phẩm này hoặc bán thông qua cơ quan đại diện.</p> <p><u>Đại lý lữ hành</u> Đại lý lữ hành là doanh nghiệp đại diện cho các nhà cung cấp dịch vụ du lịch như các hãng hàng không, khách sạn, các hãng lữ hành và vận chuyển đường thủy bán các sản phẩm và dịch vụ du lịch, đặc biệt là các tour du lịch trọn gói cho khách hàng.</p>	<p>Thông thường có những chức danh nghề trong doanh nghiệp điều hành tour sau đây:</p> <ul style="list-style-type: none">• Nhân viên điều hành.• Nhân viên đặt giữ chỗ.• Nhân viên bán hàng.• Nhân viên điều hành tour inbound.• Hướng dẫn viên du lịch.• Thuyết minh viên tại điểm du lịch. <p>Thông thường có những chức danh nghề trong một đại lý lữ hành:</p> <ul style="list-style-type: none">• Nhân viên tư vấn du lịch.• Nhân viên marketing.	<p>Hiểu biết về các chức danh nghề khác nhau trong doanh nghiệp lữ hành, bạn sẽ dễ dàng biết cách trợ giúp đồng nghiệp của mình và liên hệ với ai trong trường hợp có những vấn đề cần giải quyết.</p>	

NỘI DUNG	MÔ TẢ	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	KIẾN THỨC
<p>2. Chức danh nhân viên bậc cao</p>	<p>Là những người ở vị trí bậc cao trong hãng lữ hành hoặc đại lý lữ hành. Họ không chỉ thực hiện chức năng công việc của bản thân mà còn có vai trò giám sát, bao gồm công tác đào tạo, phát triển và hướng dẫn cho nhân viên mới.</p>	<p>Chức danh nhân viên bậc cao dưới đây thường có trong doanh nghiệp điều hành tour:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Giám sát điều hành. • Trợ lý trưởng phòng điều hành. • Điều phối sản phẩm. • Giám sát đặt giữ chỗ. • Nhân viên tư vấn du lịch cấp cao/có kinh nghiệm. • Hướng dẫn viên chính/ Phụ trách đoàn. • Thuyết minh viên chính. <p>Chức danh nhân viên bậc cao dưới đây thường có tại Đại lý lữ hành:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Nhân viên tư vấn lữ hành cấp cao. • Điều phối viên bán hàng hoặc phụ trách bán hàng. • Trưởng phòng kế toán. 	<p>Hiểu biết về các chức danh nghề khác nhau trong doanh nghiệp lữ hành, bạn sẽ dễ dàng biết cách trợ giúp đồng nghiệp của mình và liên hệ với ai trong trường hợp có những vấn đề cần giải quyết.</p>	

NỘI DUNG	MÔ TẢ	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	KIẾN THỨC
<p>3. Chức danh quản lý</p>	<p>Là những người ở vị trí quản lý trong hãng lữ hành hoặc đại lý lữ hành. Họ không chỉ có trách nhiệm điều hành doanh nghiệp hàng ngày mà còn có nhiệm vụ thực hiện một số chiến lược dài hạn nhất định.</p>	<p>Những chức danh dưới đây thường có trong doanh nghiệp điều hành tour:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Trưởng bộ phận điều hành. • Trưởng bộ phận quản lý khách đoàn inbound. • Trưởng bộ phận đặt giữ chỗ. • Trưởng bộ phận bán hàng. • Trưởng bộ phận tiếp thị. • Trưởng bộ phận sản phẩm. <p>Những chức danh dưới đây thường có trong đại lý lữ hành:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Trưởng phòng. • Giám đốc. 	<p>Hiểu biết về các chức danh nghề khác nhau trong doanh nghiệp lữ hành, bạn sẽ dễ dàng biết cách trợ giúp đồng nghiệp của mình và liên hệ với ai trong trường hợp có những vấn đề cần giải quyết.</p>	

NỘI DUNG	MÔ TẢ	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	KIẾN THỨC
<p>4. Các chức danh quản lý cấp cao</p>	<p>Là những người giữ vị trí quản lý cấp cao trong doanh nghiệp lữ hành và đại lý lữ hành, có trách nhiệm chung đối với doanh nghiệp.</p>	<p>Chức danh quản lý cấp cao trong hãng lữ hành và đại lý lữ hành có thể bao gồm:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Giám đốc điều hành. • Tổng giám đốc. • Giám đốc bộ phận tiếp thị và bán hàng. • Giám đốc phát triển kinh doanh. 	<p>Bạn cần thuộc tên của lãnh đạo, nhớ mặt họ và tuân thủ sự lãnh đạo của họ.</p>	

2. CHUẨN BỊ LÀM VIỆC

Giới thiệu:

Để có thể làm việc như một nhân viên lễ hành chuyên nghiệp tại một doanh nghiệp lễ hành, bạn phải có sự chuẩn bị tốt khi bắt đầu một ngày làm việc.

Các tiêu chuẩn về ngoại hình cá nhân của bạn phải tuân thủ yêu cầu của công ty; bạn phải tuân theo các quy định về trang phục/ đồng phục và đáp ứng được các tiêu chuẩn về ngoại hình (như đầu tóc, đeo trang sức, sử dụng nước hoa, v.v.).

Nơi làm việc của bạn phải được sắp xếp hợp lý để bạn có thể cung cấp các dịch vụ cho khách hàng một cách hiệu quả trong suốt cả ngày làm việc, dù trực tiếp hay qua điện thoại. Bạn có thể được phân công làm việc tại văn phòng hoặc một nơi nào đó.

Nhật ký/ lịch làm việc/ thời gian biểu của bạn (thủ công hoặc soạn bằng máy tính) phải ghi rõ tất cả các cuộc hẹn trong ngày và nhắc thời hạn phải hoàn thành công việc.

Hàng ngày trước khi rời khỏi nơi làm việc, bạn nên dành ra vài phút để xem lại nhật ký/ lịch làm việc/ thời gian biểu cho ngày hôm sau (và một số ngày kế tiếp) để đảm bảo rằng mọi kế hoạch công việc đều được lập và xác nhận.

PHẦN VIỆC SỐ 2.1:	Trình diện tại nơi làm việc (Kiến thức)
PHẦN VIỆC SỐ 2.2:	Trang phục, đồng phục, ngoại hình và sức khỏe (Kiến thức)
PHẦN VIỆC SỐ 2.3:	Duy trì nhật ký công tác (Kiến thức)
PHẦN VIỆC SỐ 2.4:	Lập thời gian biểu công việc trong ngày
PHẦN VIỆC SỐ 2.5:	Chuẩn bị nơi làm việc

CÔNG VIỆC 2: CHUẨN BỊ LÀM VIỆC



TRÌNH DIỆN TẠI NƠI LÀM VIỆC

1



TRANG PHỤC, ĐỒNG PHỤC VÀ SỨC KHỎE

2



DUY TRÌ NHẬT KÝ LÀM VIỆC

3



LẬP THỜI GIAN BIỂU

4



CHUẨN BỊ NƠI LÀM VIỆC

5



CÔNG VIỆC SỐ 2:
PHẦN VIỆC SỐ 2.1:

CHUẨN BỊ LÀM VIỆC
Trình diện tại nơi làm việc (Kiến thức)

NỘI DUNG	MÔ TẢ	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	KIẾN THỨC
1. Đi làm đúng giờ	Biết trước giờ làm việc của bạn (giờ làm việc thông thường và theo sự phân công hoặc giờ làm việc theo ca kíp khi được yêu cầu).	Có mặt ít nhất 15 phút trước khi giờ làm việc chính thức bắt đầu để sắp xếp nơi làm việc và lên lịch làm việc trong ngày của bạn.	Để trình diện đúng giờ. Bạn phải có sự chuẩn bị để tiếp xúc với khách hàng một cách chuyên nghiệp.	
2. Trong trường hợp ốm đau hoặc khẩn cấp	Gọi ngay cho người quản lý trực tiếp.	<ul style="list-style-type: none">• Gọi ít nhất 1 tiếng trước khi giờ làm việc bắt đầu.• Tốt nhất gọi trước 24 tiếng.	Để bố trí người làm thay công việc cho bạn kịp thời để không ảnh hưởng tới dịch vụ cho khách hàng.	Quy trình của Doanh nghiệp đối với việc báo cáo trường hợp đau ốm, đi muộn hoặc vắng mặt.

CÔNG VIỆC SỐ 2: PHẦN VIỆC SỐ 2.2:

CHUẨN BỊ LÀM VIỆC Trang phục, đồng phục, ngoại hình và sức khoẻ (Kiến thức)

NỘI DUNG	MÔ TẢ	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	KIẾN THỨC
1. Trang phục/ đồng phục nam	Quần âu và áo vét, đồ lót sạch, đi giày và tất.	Trang phục và đồng phục công sở cần: <ul style="list-style-type: none"> Sạch sẽ, được là và thoải mái. Giày phải sạch và được đánh xi bóng. 	Bạn thể hiện cho hình ảnh của Doanh nghiệp.	Tùy thuộc vào loại khách hàng công ty, quản lý của bạn có quy định về trang phục và thường phục hoặc trang phục trang trọng phù hợp.
2. Trang phục/ đồng phục nữ	Đồng phục công sở, đồ lót sạch, đi giày.	Trang phục và đồng phục công sở cần: <ul style="list-style-type: none"> Sạch sẽ, được là và thoải mái. Giày phải sạch và được đánh xi bóng. 	Bạn thể hiện cho hình ảnh của Doanh nghiệp.	Tùy thuộc vào loại khách hàng công ty, quản lý của bạn có quy định về trang phục và thường phục hoặc trang phục trang trọng phù hợp.
3. Ngoại hình nói chung				
Tắm	Tắm trước khi bạn bắt đầu ngày làm việc.	Sử dụng nước khử mùi và xà phòng.	Để thân thể có mùi thơm tho trong thời gian làm việc.	
4. Móng tay	Đánh móng tay bằng bàn chải.	<ul style="list-style-type: none"> Móng tay phải ngắn và sạch sẽ. Móng tay được sơn nhẹ nhàng (phù hợp với quy định của công ty). 	<p>Để chất bẩn không bám vào móng tay.</p> <p>Để tạo nên hình ảnh chuyên nghiệp của công ty bạn.</p>	

NỘI DUNG	MÔ TẢ	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	KIẾN THỨC
5. Tóc	Tóc/râu của nam giới: Tóc của nữ:	<ul style="list-style-type: none"> Cắt ngắn, cắt, tỉa gọn gàng và được gội/cạo hàng ngày. Cắt tỉa gọn gàng, tóc dài phải được buộc cao hoặc búi lại. Trông phải sạch sẽ và tự nhiên. 	Bạn đại diện cho công ty. Tóc dài và bấn tạo ra hình ảnh không sạch sẽ về công ty lý hành của bạn.	
6. Sức khỏe nói chung	Vết cắt/vết thương và vết sẹo: Đồ trang sức/trang điểm và nước hoa:	<ul style="list-style-type: none"> Hãy báo cáo nếu vết thương là nghiêm trọng. Băng vết thương bằng băng không thấm nước. Hạn chế, vừa phải và không quá mức cần thiết. 	<p>Nhằm ngăn chặn lây lan và được bịt kín.</p> <p>Trang điểm/trang sức quá mức không phù hợp với khi làm việc.</p>	Quy định về vệ sinh.
7. Sức khỏe	Cảm thấy mệt mỏi:	<ul style="list-style-type: none"> Hãy báo cáo với cán bộ giám sát về những vấn đề xảy ra với da, đường ruột, viêm họng trước khi bắt đầu làm việc. 	Nhằm hạn chế việc lây nhiễm sang người khác.	
8. Rửa tay và đánh răng trước khi làm việc và sau khi ăn	Hãy sử dụng nước nóng, xà phòng diệt khuẩn lau chùi kỹ càng. Rửa tay tại khu vực quy định. Lau khô tay bằng khăn mặt khô. Chải móng tay kỹ càng. Đánh răng kỹ càng.	<ul style="list-style-type: none"> Rửa tay kỹ càng sau khi tay bị bẩn, sau khi ăn, hút thuốc lá và sử dụng nhà vệ sinh. Đánh răng trước khi bắt đầu ca làm việc và sau khi ăn. 	<p>Nhằm ngăn ngừa lây lan của vi khuẩn tại nơi làm việc và khi ở nhà.</p> <p>Đảm bảo có hơi thở thơm tho khi nói chuyện với đồng nghiệp và khách hàng.</p>	Vệ sinh và lây nhiễm.

CÔNG VIỆC SỐ 2: CHUẨN BỊ LÀM VIỆC

PHẦN VIỆC SỐ 2.3: Duy trì nhật ký công tác (Kiến thức)

NỘI DUNG	MÔ TẢ	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	KIẾN THỨC
<p>1. Duy trì nhật ký công việc</p>	<p>Lưu trữ nhật ký trong máy vi tính hoặc ghi ra giấy.</p>	<p>Nhật ký phải chứa đựng những nội dung sau:</p> <ul style="list-style-type: none"> Mọi cuộc gặp. Mọi thời hạn kết thúc. Mọi cam kết khác về thời gian. 	<p>Bạn cần làm việc có tổ chức để tránh mắc sai lầm.</p> <p>Các đồng nghiệp của bạn có thể kiểm tra được nhật ký làm việc của bạn nếu bạn vắng mặt.</p>	
<p>2. Nội dung trong nhật ký</p>	<p>Nội dung trong nhật ký cần hết sức chi tiết.</p>	<p>Các cuộc hẹn cần bao gồm:</p> <ul style="list-style-type: none"> Tên người. Địa chỉ liên lạc. Dự kiến độ dài cuộc hẹn. <p>Thời hạn kết thúc cần bao gồm nội dung:</p> <ul style="list-style-type: none"> Tên gọi của công việc. Mô tả ngắn gọn về thời hạn kết thúc. <p>Những cam kết khác về thời gian:</p> <ul style="list-style-type: none"> Mô tả ngắn gọn mọi hành động/hoạt động. 	<p>Để có thể lên lịch làm việc càng hiệu quả càng tốt.</p> <p>Trong trường hợp bạn vắng mặt, đồng nghiệp của bạn dễ dàng thực hiện công việc khẩn của bạn.</p>	

CÔNG VIỆC SỐ 2:
PHẦN VIỆC SỐ 2.4:

CHUẨN BỊ LÀM VIỆC
Lập thời gian biểu công việc trong ngày

BƯỚC	CÁCH LÀM	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	KIẾN THỨC
1. Đọc sổ ghi chép	Ghi chép vào sổ và đọc lại nội dung đã ghi.	<ul style="list-style-type: none"> • Đọc tất cả những ghi chép của ngày hôm trước được chuyển tới. 	Đảm bảo rằng bạn nắm bắt được mọi vấn đề quan trọng liên quan đến khách hàng và bất kỳ công việc cần thiết nào phải hoàn thành.	
2. Xem lại nội dung ghi trong nhật ký	Xem lại nội dung trong nhật ký (trên máy tính hoặc văn bản).	Xem lại nhật ký cho: <ul style="list-style-type: none"> • Ngày hôm nay. • Ngày mai. • 7 ngày tiếp theo. 	Như vậy bạn biết được ngày hôm nay bạn có cuộc hẹn nào và chuẩn bị để đúng hẹn nếu được yêu cầu.	
3. Xem lịch làm việc của văn phòng	Xem lại nhật ký làm việc của văn phòng (trên máy tính hoặc văn bản).	<ul style="list-style-type: none"> • Xem lại nhật ký công việc của văn phòng cho ngày hôm nay và ngày mai. 	Như vậy bạn biết được những dịp đặc biệt hoặc những cuộc hẹn đặc biệt.	
4. Chuẩn bị danh mục «những việc cần làm» trong ngày	Ghi lại mọi nhiệm vụ bạn có kế hoạch thực hiện trong ngày. Ghi lại những nhiệm vụ này theo trình tự ưu tiên (mức độ khẩn).	Lập kế hoạch công việc của bạn theo thứ tự sau: <ul style="list-style-type: none"> • Hoàn thành những công việc cần thiết của ngày hôm trước. • Xử lý mọi thư điện tử (e-mail) đến. • Xử lý các cuộc gọi khẩn. • Xử lý các công việc khác. 	Đảm bảo rằng bạn sẽ hoàn thành mọi công việc khẩn của ngày hôm đó. Đảm bảo công tác chăm sóc khách hàng hiệu quả.	Xem phần việc 6.6 về xử lý thư điện tử.

CÔNG VIỆC SỐ 2: CHUẨN BỊ LÀM VIỆC

PHẦN VIỆC SỐ 2.5: Chuẩn bị nơi làm việc

BƯỚC	CÁCH LÀM	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	Kiến thức
1. Kiểm tra thiết bị điện	Xác định xem mọi thiết bị có hoạt động tốt không.	<ul style="list-style-type: none"> Máy tính, máy in, máy Fax và máy photocopy được bật lên với đủ lượng giấy cần thiết. Điện thoại hoạt động tốt (có cả tai nghe). 	Bạn cần có những thiết bị có thể thực hiện tốt nhiệm vụ của mình.	
2. Kiểm tra văn phòng phẩm	Kiểm tra xem văn phòng phẩm làm việc cần thiết đều sẵn sàng.	<ul style="list-style-type: none"> Cần có đủ số lượng văn phòng phẩm dưới đây cho ít nhất ba ngày làm việc: <ul style="list-style-type: none"> Bút. Bút đánh dấu. Giấy in. Ghim. Mẫu đặt chỗ. Sổ ghi chép. 	<p>Như vậy bạn có thể làm việc hiệu quả trong cả ca làm việc mà không cần quan tâm đến việc bổ sung văn phòng phẩm.</p> <p>Chỉ dùng bút đánh dấu màu vàng, vì khi photo đoạn đánh dấu sẽ không bị đen đi.</p>	
3. Bố trí bàn làm việc	Xếp sắp các giấy tờ theo thứ tự và lau sạch bàn.	<ul style="list-style-type: none"> Không nên có những giấy tờ không cần thiết trên bàn làm việc của bạn. Bàn làm việc của bạn, màn hình máy vi tính phải sạch và không có bụi. 	<p>Tạo điều kiện cho bạn làm việc theo đúng trình tự.</p> <p>Tạo ấn tượng chuyên nghiệp cho khách hàng và đồng nghiệp của bạn.</p>	

BƯỚC	CÁCH LÀM	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	KIẾN THỨC
4. Tổ chức nơi làm việc của bạn	<p>Đảm bảo văn phòng của bạn gọn gàng.</p> <p>Kiểm tra khu vực làm việc có ồn ào không.</p>	<ul style="list-style-type: none"> Chỉ những giấy tờ và hồ sơ cần thiết được thấy trong văn phòng. Không nên để tiếng ồn trong văn phòng cản trở công việc. Không có âm nhạc (radio) trong văn phòng. Không có những người khách không cần thiết trong văn phòng. 	<p>Đảm bảo cho bạn làm việc hiệu quả và theo đúng trình tự.</p> <p>Như vậy bạn có thể tập trung vào công việc.</p> <p>Khách hàng đang gọi điện có thể nghe thấy tiếng ồn và cho rằng chúng ta thiếu tính chuyên nghiệp.</p> <p>Khách hàng đang gọi điện thoại tới văn phòng có thể nghe thấy tiếng người nói chuyện ồn ào trong phòng.</p>	
5. Kiểm tra thư điện tử, CRS, Chat và kết nối Internet	<p>Đảm bảo mọi đường kết nối với Internet/e-mail và các chương trình khác đang hoạt động.</p>	<p>Internet và e-mail cần phải được kết nối theo quy định của công ty bạn.</p>	<p>Như vậy mọi yêu cầu trong thư điện tử và chat sẽ đến tay bạn đúng lúc.</p> <p>Như vậy bạn có thể đặt chỗ và đặt ngay yêu cầu khi có những yêu cầu đó.</p>	<p>Tiêu chuẩn của công ty về kết nối Internet và e-mail.</p>

3. AN TOÀN VÀ AN NINH

Giới thiệu:

Tất cả các nhân viên lễ hành có trách nhiệm về an toàn và an ninh. Tuân thủ các hướng dẫn và quy trình đúng sẽ giúp bảo vệ bản thân bạn, đồng nghiệp và khách hàng.

Doanh nghiệp của bạn sẽ cung cấp các chỉ dẫn về sức khỏe, an toàn và an ninh tại nơi làm việc. Bạn phải hiểu, thuộc và làm theo các chỉ dẫn này trong trường hợp khẩn cấp.

Bất cứ lúc nào, tại nơi làm việc của bạn đều có các tài sản có giá trị (tiền mặt và các tài liệu có giá trị). Bạn phải nắm vững các quy trình xử lý tiền mặt và tài liệu quan trọng và luôn tuân thủ các quy trình này

PHẦN VIỆC SỐ 3.1:	Nơi làm việc
PHẦN VIỆC SỐ 3.2:	An toàn (Kiến thức)
PHẦN VIỆC SỐ 3.3:	An ninh (Kiến thức)
PHẦN VIỆC SỐ 3.4:	Hoả hoạn (Kiến thức)
PHẦN VIỆC SỐ 3.5:	Sơ cứu - cấp cứu y tế (Kiến thức)
PHẦN VIỆC SỐ 3.6:	Xử lý tiền mặt và các tài liệu chứng từ quan trọng (Kiến thức)

CÔNG VIỆC SỐ 3: AN TOÀN VÀ AN NINH
PHẦN VIỆC SỐ 3.1: Nơi làm việc

BƯỚC	CÁCH LÀM	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	KIẾN THỨC
1. Lau chất lỏng đổ ra	Đảm bảo bàn và sàn nhà sạch.	<ul style="list-style-type: none"> Không được đặt chất lỏng gần máy tính và các thiết bị điện. Không có chất lỏng trên sàn nhà. 	<p>Chất lỏng khi rơi vào các thiết bị điện có thể gây cháy.</p> <p>Tránh nhân viên hoặc khách hàng bị trượt chân.</p>	
2. Dọn sạch lối đi	Đảm bảo không có các đồ vật để (hoặc vương vãi) trên lối đi.	<ul style="list-style-type: none"> Mọi vật nhỏ trên lối đi cần được dọn đi ngay lập tức. Các hộp, thùng cần được để đúng nơi quy định. Lối thoát hiểm và lối đi đến cửa thoát hiểm cần được thông thoáng. 	<p>Không ai bị vấp ngã.</p> <p>Trong trường hợp cần cứu hộ, các lối thoát cần thông thoáng.</p>	
3. Kiểm tra các thiết bị điện	Kiểm tra tất cả các thiết bị điện đảm bảo làm việc an toàn.	<ul style="list-style-type: none"> Dây không lỏng. Thiết bị không bị hở. 	Không ai bị tổn thương.	

CÔNG VIỆC SỐ 3: AN TOÀN VÀ AN NINH

PHẦN VIỆC SỐ 3.2: An toàn (Kiến thức)

NỘI DUNG	MÔ TẢ	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	KIẾN THỨC
1. Hiểu biết về quy trình an toàn của công ty bạn	Làm quen với quy trình này.	<ul style="list-style-type: none"> Có khả năng liệt kê các bước phải tiến hành trong trường hợp khẩn cấp. Thực hành bài tập xử lý khẩn cấp ít nhất một năm một lần. 	Bởi vì trong trường hợp khẩn cấp bạn phải có khả năng phản ứng theo thói quen.	Hiểu biết về quy trình an toàn của công ty.
2. Biết các số điện thoại khẩn cấp	Biết nơi để các số điện thoại khẩn cấp.	Các số điện thoại sau đây cần luôn có sẵn để tra cứu: <ul style="list-style-type: none"> Số điện thoại của bộ phận phòng cháy chữa cháy. Cấp cứu. Công an. Tổng giám đốc. 	Để không mất thời gian tìm kiếm trong các trường hợp khẩn cấp.	
3. Biết cách vận hành bình chữa cháy	Có khả năng vận hành các loại bình chữa cháy khác nhau.	<ul style="list-style-type: none"> Có khả năng mô tả loại bình chữa cháy dùng cho đám cháy loại nào. Mô tả được sự khác nhau giữa đám cháy do chập điện và không do chập điện. Có khả năng xác định khi nào thì cần gọi bộ phận cứu hỏa. 	Như vậy bạn có thể phản ứng ngay trong trường hợp đám cháy nhỏ.	

CÔNG VIỆC SỐ 3: AN TOÀN VÀ AN NINH
PHẦN VIỆC SỐ 3.3: An ninh (Kiến thức)

NỘI DUNG	MÔ TẢ	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	KIẾN THỨC
1. Quy định về an ninh của doanh nghiệp	Nắm rõ các quy định về an ninh của doanh nghiệp.	<ul style="list-style-type: none"> Nêu được những điểm chính của quy định an ninh của công ty bạn. 	Như vậy bạn sẽ hiểu được điều gì sẽ chờ đợi bạn trong những tình huống khác nhau.	Quy định về an ninh của doanh nghiệp.
2. An ninh của văn phòng	Quy định về an ninh của Doanh nghiệp bao gồm việc sử dụng các chuông báo an ninh khi văn phòng không có người trực, lập sổ đăng ký tên người giữ chìa khoá các cửa bên ngoài, các kết sắt và tủ hồ sơ quan trọng.	<ul style="list-style-type: none"> Đảm bảo các cửa ra vào và cửa sổ đều được khóa khi văn phòng không có người. Đảm bảo chìa khoá vào văn phòng luôn được bảo vệ an toàn. 	Nhằm chống kẻ trộm và tránh hư hại.	
3. An ninh cho hồ sơ khách hàng	Bảo mật hồ sơ và nội dung hồ sơ.	<ul style="list-style-type: none"> Không làm lộ thông tin về hồ sơ khách hàng cho bất kỳ đối tượng nào bên ngoài văn phòng. 	<p>Bảo mật hồ sơ khách hàng.</p> <p>Không để lọt gián điệp của đối thủ cạnh tranh.</p>	
4. An ninh tập tin trong máy tính	Đảm bảo máy tính của bạn được bảo vệ khỏi Virus và các phần mềm độc hại khác.	<ul style="list-style-type: none"> Không bao giờ tải về máy phần mềm hoặc tài liệu từ các nguồn lạ. Không bao giờ tắt phần mềm diệt virus. 	Nhằm tránh cho máy tính của văn phòng khỏi bị treo hoặc các tập tin bị phá hủy.	

NỘI DUNG	MÔ TẢ	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	KIẾN THỨC
5. An ninh các số điện thoại khẩn cấp	Biết có thể tìm kiếm ở đâu số điện thoại khẩn cấp trong trường hợp có dấu hiệu có trộm đột nhập.	<ul style="list-style-type: none"> • Luôn có sẵn số điện thoại sau đây để tra cứu: <ul style="list-style-type: none"> - Số điện của công an. - Ngân hàng. - Công ty tín dụng. - Tổng giám đốc. 	Để gọi điện ngay khi xảy ra trường hợp khẩn cấp.	
6. Không nhận các kiện hàng khả nghi	Nhận biết được các kiện hàng khả nghi. Đặc biệt nếu bạn nhận được kiện hàng từ địa chỉ lạ hoặc kiện hàng bạn không hề chờ đợi nhận.	<ul style="list-style-type: none"> • Không nhận bất kỳ kiện hàng lạ nào. • Liên hệ giám sát khi có nghi ngờ. 	Đảm bảo không có bưu kiện nguy hiểm nào chuyển tới doanh nghiệp.	

CÔNG VIỆC SỐ 3: AN TOÀN VÀ AN NINH
PHẦN VIỆC SỐ 3.4: Hoả hoạn (Kiến thức)

NỘI DUNG	MÔ TẢ	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	KIẾN THỨC
<p>1. Hoả hoạn</p>	<p>Tìm hiểu các quy trình xử lý của Doanh nghiệp trong trường hợp có hoả hoạn tại nơi làm việc, hoặc khu vực lân cận.</p> <p>Tham gia các cuộc diễn tập huấn luyện phòng cháy chữa cháy.</p>	<ul style="list-style-type: none"> Hành động theo quy trình chữa cháy của công ty trong trường hợp có hỏa hoạn, cả ở vị trí làm việc của bạn lẫn những nơi khác. Biết nơi giữ tài liệu bằng văn bản về hỏa hoạn. Tham gia các khóa đào tạo về chữa cháy. 	<p>Để dập đám cháy hoặc giảm thiểu thiệt hại, mất mát bằng cách di dời các tài liệu sổ sách cần thiết tránh xa đám cháy.</p> <p>Vì trong trường hợp khẩn cấp bạn phải có khả năng xử lý tức thì.</p>	<p>Các quy trình của Doanh nghiệp trong trường hợp xảy ra hoả hoạn.</p>
<p>2. Các số điện thoại cứu hoả</p>	<p>Biết nơi để các số điện thoại khẩn cấp trong trường hợp hoả hoạn xảy ra tại nơi làm việc hoặc khu vực lân cận.</p>	<p>Các số điện thoại sau đây luôn có sẵn để tra cứu:</p> <ul style="list-style-type: none"> Cứu hỏa. Tổng giám đốc. 	<p>Để gọi ngay sự giúp đỡ trong trường hợp xảy ra hoả hoạn.</p>	
<p>3. Các chuông báo hoả hoạn tại nơi làm việc</p>	<p>Biết cách vận hành thiết bị báo cháy được lắp đặt tại nơi làm việc.</p>	<ul style="list-style-type: none"> Có khả năng bật, tắt thiết bị báo hỏa hoạn. 	<p>Các doanh nghiệp bảo hiểm hoả hoạn của doanh nghiệp lý hành của bạn có thể yêu cầu phải sử dụng đúng các thiết bị báo cháy đã lắp đặt.</p>	

CÔNG VIỆC SỐ 3: AN TOÀN VÀ AN NINH
PHẦN VIỆC SỐ 3.5: Sơ cứu - cấp cứu y tế (Kiến thức)

NỘI DUNG	MÔ TẢ	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	KIẾN THỨC
<p>1. Biết người phụ trách sơ cứu</p>	<p>Có danh sách các nhân viên có kiến thức về sơ cứu.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Liệt kê tên những người có kiến thức sơ cứu. • Có số điện thoại khẩn cấp/địa chỉ của những người này. • Đảm bảo ít nhất có một người biết sơ cứu có mặt tại văn phòng. • Không được điều hành việc sơ cứu nếu bạn không có kiến thức về việc này. 	<p>Bạn có thể liên hệ với nhân viên sơ cứu ngay lập tức.</p> <p>Công ty bạn sẵn sàng cho việc sơ cứu khách hàng hoặc nhân viên.</p> <p>Điều này có thể gây nguy hiểm hoặc dẫn đến khiếu nại nếu để xảy ra sai sót.</p>	
<p>2. Biết các số điện thoại cấp cứu y tế</p>	<p>Biết nơi để số điện thoại cấp cứu trong trường hợp nhân viên hoặc khách hàng cần sơ cứu hoặc cấp cứu.</p>	<p>Số điện thoại dưới đây cần có sẵn để tra cứu:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Bệnh viện. • Bác sỹ. 	<p>Để có thể gọi điện thoại ngay trong trường hợp khẩn cấp.</p>	

CÔNG VIỆC SỐ 3:
PHẦN VIỆC SỐ 3.6:

AN TOÀN VÀ AN NINH

Xử lý tiền mặt và các tài liệu, chứng từ quan trọng (Kiến thức)

NỘI DUNG	MÔ TẢ	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	KIẾN THỨC
<p>1. Tiền mặt</p>	<p>Phải xử lý tiền mặt một cách cẩn trọng để đảm bảo mọi khoản thanh toán và nhận thanh toán đều chính xác và được ghi chép lại.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Tuân thủ quy trình xử lý tiền mặt của công ty. • Luôn đếm tiền cẩn thận cả khi thu và trả tiền. 	<p>Bảo vệ cho doanh thu của công ty.</p>	<p>Các quy trình của Doanh nghiệp về xử lý tiền mặt.</p>
<p>2. Các tài liệu chứng từ quan trọng</p>	<p>Đảm bảo các tài liệu có giá trị như vé máy bay, biên lai và hộ chiếu được cất giữ cẩn thận.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Nắm vững quy trình của công ty về cất giữ tài liệu quan trọng. • Không để tài liệu kế toán trên bàn khi bạn rời khỏi nơi làm việc. • Luôn cất những đồ vật có giá trị vào tủ và khóa lại hoặc cất chúng ở trong két an toàn. 	<p>Để tránh mất mát những tài liệu này khi bạn có trách nhiệm quản lý.</p> <p>Mọi mất mát có thể dẫn đến chuyển đi của khách hàng bị gián đoạn và mất thêm thời gian, công sức và chi phí để làm lại.</p>	<p>Quy trình của Doanh nghiệp về việc lưu giữ chứng từ kế toán.</p>

4. LÀM VIỆC TẠI VĂN PHÒNG

Giới thiệu:

Nơi làm việc chính của bạn là tại văn phòng. Đôi lúc do tính chất công việc, bạn có thể được yêu cầu đến làm việc ở những nơi khác.

Bạn là một thành viên của bộ phận (Lễ tân, nhân viên chuyển tin, kế toán v.v.). Một thành viên tốt cần phối hợp với các thành viên khác, hỗ trợ lẫn nhau vì lợi ích của nhóm và vì thành công của Doanh nghiệp.

Bạn cũng là thành viên của “Cộng đồng Du lịch Việt Nam” và của “Cộng đồng Du lịch thế giới”. Đây là “đại gia đình” những người đang cùng nhau làm việc nhằm thúc đẩy sự phát triển của du lịch Việt Nam và du lịch thế giới.

Bạn phải tìm hiểu và tuân thủ các quy trình và quy định của chủ Doanh nghiệp hoặc người quản lý trong hoạt động kinh doanh. Ví dụ, quy trình lưu trữ chứng từ sổ sách theo cách thủ công và trên máy tính. Đây là một quy trình quan trọng của Doanh nghiệp, vì mỗi giao dịch với khách hàng là một hợp đồng có giá trị pháp lý.

Doanh nghiệp của bạn sẽ trang bị các thiết bị văn phòng như máy in, máy phô tô, máy fax, máy điện thoại, v.v. Bạn phải học cách vận hành hiệu quả và cẩn thận các thiết bị này. Bạn cũng phải học các quy trình về yêu cầu sửa chữa, bảo dưỡng và thay thế để đảm bảo hoạt động văn phòng không bị đình trệ do thiết bị hư hỏng.

Bạn có thể thực hiện các giao dịch với khách hàng, nhà cung cấp hoặc đồng nghiệp qua điện thoại, trực tiếp hoặc bằng văn bản như thư tín, fax, thư điện tử; do vậy bạn phải thông thạo các hình thức giao dịch này.

Ngôn ngữ trong giao dịch cũng quan trọng. Nhiều khách hàng nước ngoài không biết tiếng Việt. Do đó bạn cần phải thông thạo tiếng Anh và/hoặc tiếng Pháp để có thể giao dịch với các khách hàng đó.

PHẦN VIỆC SỐ 4.1:	Sử dụng các thiết bị văn phòng (Kiến thức)
PHẦN VIỆC SỐ 4.2:	Giao dịch trực tiếp
PHẦN VIỆC SỐ 4.3:	Giao dịch bằng văn bản với các nhà cung cấp và khách hàng
PHẦN VIỆC SỐ 4.4:	Ngôn ngữ (Kiến thức)



CÔNG VIỆC 4: LÀM VIỆC TẠI VĂN PHÒNG



SỬ DỤNG CÁC THIẾT BỊ VĂN PHÒNG 1



CHÀO KHÁCH 2



GIAO DỊCH TRỰC TIẾP 3



LẮNG NGHE MỘT CÁCH CẨN THẬN 4



TIẾP NHẬN YÊU CẦU CỦA KHÁCH 5



CÔNG VIỆC 4: LÀM VIỆC TẠI VĂN PHÒNG



GIAO DỊCH VỚI CÁC NHÀ CUNG CẤP
TRONG NGÀNH DU LỊCH VÀ KHÁCH HÀNG 6



NGÔN NGỮ 7

CÔNG VIỆC SỐ 4: PHẦN VIỆC SỐ 4.1:

LÀM VIỆC TẠI VĂN PHÒNG Sử dụng các thiết bị văn phòng (Kiến thức)

NỘI DUNG	MÔ TẢ	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	KIẾN THỨC
1. Máy photocopy	Biết cách vận hành máy photocopy.	<ul style="list-style-type: none">• Bạn phải có khả năng:<ul style="list-style-type: none">- Mô tả cách thức photocopy một văn bản.- Mô tả cách thức photocopy nhiều văn bản.- Mô tả cách thức bổ sung thêm giấy.• Bật, tắt máy photocopy.• Nhận biết khi nào cần gọi trợ giúp của thợ máy.• Biết photocopy ở cửa hàng bên ngoài nào khi cần.	<p>Như vậy bạn có thể tự mình photocopy.</p> <p>Như vậy bạn không gây ra hỏng hóc cho máy.</p> <p>Khi máy bị hỏng hóc, bạn biết đi photocopy ở đâu.</p>	Cẩm nang hướng dẫn sử dụng và bảo dưỡng thiết bị.

NỘI DUNG	MÔ TẢ	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	KIẾN THỨC
2. Máy fax	Biết cách vận hành máy Fax.	Bạn phải có khả năng: <ul style="list-style-type: none"> • Bật, tắt máy fax. • Gửi fax. • Nhận fax. • Thay giấy vào máy fax. • Khi gửi fax bạn cần đính kèm bản gốc bằng chứng là thư đã được gửi. 	Có những chức năng sử dụng chung của máy fax. Đó là bằng chứng rằng bức fax đã được gửi đi.	Cẩm nang hướng dẫn sử dụng máy fax.
3. Máy in	Biết cách vận hành máy in.	Bạn phải có khả năng: <ul style="list-style-type: none"> • Bật, tắt máy in. • In một văn bản. • Bổ sung giấy. • Phải làm gì khi máy hỏng hóc. 	Như vậy bạn có thể tự sử dụng máy.	Cẩm nang hướng dẫn sử dụng máy in.

CÔNG VIỆC SỐ 4: LÀM VIỆC TẠI VĂN PHÒNG

PHẦN VIỆC SỐ 4.2: Giao dịch trực tiếp

BƯỚC	CÁCH LÀM	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	Kiến thức
1. Chào mừng khách hàng	Giao tiếp với khách hàng ngay khi họ bước vào văn phòng.	<ul style="list-style-type: none"> Nhìn thẳng vào khách hàng trong vòng 20 giây khi họ bước vào văn phòng. Thể hiện nụ cười trên khuôn mặt bạn. 	<p>Như vậy khách hàng biết rằng bạn đã nhìn thấy họ.</p> <p>Làm cho khách hàng cảm thấy được chào đón.</p>	
2. Giới thiệu bản thân	Chào khách bằng các câu "Chào mừng ... đến <tên công ty>, tên tôi là <tên bạn>, tôi có thể giúp gì được cho Ông?".	<ul style="list-style-type: none"> Sử dụng tên của bạn. Phụ thuộc vào quốc tịch/văn hóa của khách hàng, bạn có thể bắt tay họ. 	<p>Như vậy khách hàng biết bạn là ai.</p> <p>Hãy lưu ý về sự khác biệt văn hóa, điều này sẽ giúp cho bạn giao tiếp với những người có nguồn gốc khác nhau.</p>	
3. Chăm chú lắng nghe	Tỏ ra rằng bạn rất chăm chú nghe khách hàng nói chuyện.	<ul style="list-style-type: none"> Gật đầu trong khi nghe. Ghi lại những nội dung cụ thể. Luôn nhìn vào khách hàng. 	<p>Chúng tỏ bạn đang lắng nghe.</p> <p>Như vậy bạn sẽ không quên những chi tiết quan trọng.</p> <p>Như vậy khách hàng nhận biết rằng bạn đang chú ý lắng nghe.</p>	

BƯỚC	CÁCH LÀM	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	KIẾN THỨC
4. Xử lý câu hỏi	Trả lời câu hỏi và/hoặc cung cấp thông tin cho khách theo yêu cầu.	<ul style="list-style-type: none"> • Đảm bảo rằng thông tin là chính xác. • Tiến hành nghiên cứu nếu thấy cần thiết. • Nếu không thể trả lời ngay bạn cần thảo luận với khách khi nào sẽ trở lại vấn đề này. 	<p>Với việc cung cấp thông tin không chính xác bạn sẽ làm tổn hại đến uy tín của công ty.</p> <p>Xác định thời hạn chót phải trả lời cho khách.</p>	
5. Kết thúc cuộc nói chuyện	Sử dụng câu “Tôi còn có thể giúp gì cho <tên của khách hàng>?”.	<ul style="list-style-type: none"> • Gọi tên khách hàng ít nhất một lần trong khi giao dịch. • Hỏi xem khách hàng có yêu cầu thêm gì không. 	<p>Làm cho cuộc nói chuyện gần gũi hơn.</p> <p>Điều này có thể tạo cơ hội cho việc bán hàng sau này và bạn chứng tỏ với khách hàng rằng bạn có mặt để đáp ứng nhu cầu của họ.</p>	
6. Chia tay khách hàng	Sử dụng câu “Cảm ơn Ông đã đến thăm chúng tôi”.	<ul style="list-style-type: none"> • Chờ khi khách hàng rời khỏi văn phòng mới tiếp tục công việc khác. • Nếu có thể, bạn hãy tiễn khách ra tận cửa và mở cửa cho họ. 	<p>Chúng tỏ rằng bạn chỉ chú tâm đến khách hàng.</p> <p>Chúng tỏ lòng mến khách của bạn với khách hàng.</p>	

CÔNG VIỆC SỐ 4: LÀM VIỆC TẠI VĂN PHÒNG

PHẦN VIỆC SỐ 4.3: Giao dịch bằng văn bản với các nhà cung cấp và khách hàng

Có thể tìm thấy bản mô tả chi tiết cách thức chuẩn bị một thư điện tử ở phần việc 6.7.

BƯỚC	CÁCH LÀM	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	KIẾN THỨC
1. Tiêu đề hoặc cuối trang	Đảm bảo rằng mọi giao dịch bằng văn bản đều có tiêu đề hoặc nội dung phần cuối trang.	Tiêu đề cần bao gồm: <ul style="list-style-type: none">• Tên công ty.• Đường phố.• Số nhà.• Thành phố.• Tên nước.• Số điện thoại.• Số Fax.• Địa chỉ Internet.• Địa chỉ thư điện tử.	Như vậy khách hàng luôn có thể tiếp cận với địa chỉ chi tiết của công ty bạn.	

BƯỚC	CÁCH LÀM	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	KIẾN THỨC
2. Địa chỉ người nhận	Ghi đầy đủ địa chỉ người nhận.	<p>Địa chỉ trên thư cần bao gồm ít nhất những nội dung:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tên khách hàng. • Tên công ty của khách (nếu có). • Địa chỉ. • Tên nước. <p>Địa chỉ trên fax cần có ít nhất:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tên khách hàng. • Tên công ty của khách. • Số fax. <p>Địa chỉ trên Email cần có ít nhất:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Địa chỉ email của khách. 	Như vậy sẽ rõ ràng cho phía người nhận.	
3. Chủ đề	Mô tả ngắn gọn nội dung giao dịch.	<ul style="list-style-type: none"> • Mô tả chủ đề giao dịch với tối đa là 5 từ. • Khi soạn thảo Email bạn hãy soạn thảo riêng cho từng chủ đề. 	<p>Như vậy sẽ dễ cho khách hàng nhận biết chủ đề giao dịch.</p> <p>Nhiều khách hàng lưu trữ hồ sơ theo chủ đề. Như vậy sẽ dễ dàng cho khách khi lưu trữ hồ sơ. Đối với thư hoặc fax thì không cần thiết vì khách có thể photocopy nếu cần thiết.</p>	

BƯỚC	CÁCH LÀM	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	Kiến thức
4. Nội dung	Viết nội dung.	<ul style="list-style-type: none"> • Không để lỗi chính tả. • Sử dụng ngôn ngữ trang trọng dùng cho công việc. • Tránh sử dụng tiếng lóng. • Điều chỉnh ngôn ngữ phù hợp với đối tượng khách bạn đang giao dịch. • Đừng để lộ việc “cắt/dán” nội dung. 	<p>Vì đó chứng tỏ bạn không chuyên nghiệp</p> <p>Như vậy bạn không làm tổn thương khách do sử dụng ngôn ngữ quá bình dân.</p> <p>Khách hàng có thể không hiểu.</p> <p>Giúp cho bạn tạo quan hệ và thông hiểu với khách hàng.</p> <p>Điều này dễ dẫn đến cầu thả và gây cảm giác bạn không thực sự quan tâm đến nhu cầu của khách hàng.</p>	
5. Kết thúc văn bản	Kết thúc văn bản bằng câu kết và tên của bạn.	<ul style="list-style-type: none"> • Sử dụng tiêu chuẩn của công ty đối với việc kết thúc giao dịch bằng văn bản. • Ký tên với nội dung: <ul style="list-style-type: none"> - Một câu chúc. - Chữ ký của bạn. - Tên đầy đủ của bạn. - Vị trí công tác của bạn. 	<p>Như vậy mọi người trong văn phòng đều theo cách thức giao dịch chuyên nghiệp.</p> <p>Như vậy khách hàng biết rằng ai là người gửi nội dung giao dịch.</p>	Tiêu chuẩn của công ty về giao dịch bằng văn bản.

CÔNG VIỆC SỐ 4: LÀM VIỆC TẠI VĂN PHÒNG

PHẦN VIỆC SỐ 4.4: Ngôn ngữ (Kiến thức)

BƯỚC	CÁCH LÀM	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	KIẾN THỨC
Ngôn ngữ	Thỏa thuận ngôn ngữ chung sẽ sử dụng với mọi khách hàng và nhà cung cấp không phải là người nói tiếng Việt.	<ul style="list-style-type: none"> Trả lời khách hàng theo ngôn ngữ họ sử dụng. Nếu bạn không thông thạo ngôn ngữ đó, hãy nhờ đồng nghiệp trợ giúp. Nếu không ai trong văn phòng thông thạo ngôn ngữ của khách hàng thì hãy lựa chọn thứ ngôn ngữ khác mà khách hàng hiểu tốt hơn cả. Không trả lời khách bằng thứ ngôn ngữ bạn không thông thạo. 	<p>Đó là biểu hiện của sự tôn trọng và là cách dễ nhất để giao dịch với khách.</p> <p>Đảm bảo không có sai sót.</p> <p>Tránh hiểu lầm.</p>	Kiến thức về ngôn ngữ thông dụng nhất đối với khách hàng.

5. CÁC KỸ NĂNG ĐIỆN THOẠI

Giới thiệu:

Các kỹ năng về điện thoại là các kỹ năng cơ bản mà một nhân viên làm việc trong công ty lữ hành phải thông thạo. Mặc dù việc đặt giữ chỗ ngày càng được thực hiện thông qua Internet nhưng điện thoại vẫn là một công cụ quan trọng trong văn phòng.

PHẦN VIỆC SỐ 5.1:	Chuẩn bị (Kiến thức)
PHẦN VIỆC SỐ 5.2:	Trả lời điện thoại
PHẦN VIỆC SỐ 5.3:	Trả lời cuộc gọi theo phong cách của doanh nghiệp (Kiến thức)
PHẦN VIỆC SỐ 5.4:	Bảng chữ cái phiên âm quốc tế (Kiến thức)
PHẦN VIỆC SỐ 5.5:	Chuyển cuộc gọi đến bộ phận khác
PHẦN VIỆC SỐ 5.6:	Các số máy nội bộ (Kiến thức)
PHẦN VIỆC SỐ 5.7:	Đặt cuộc gọi ở chế độ chờ
PHẦN VIỆC SỐ 5.8:	Thực hiện cuộc gọi
PHẦN VIỆC SỐ 5.9:	Quyết định thực hiện cuộc gọi quốc tế (Kiến thức)



CÔNG VIỆC 5: CÁC KỸ NĂNG ĐIỆN THOẠI



MỈM CƯỜI

1



TRẢ LỜI ĐIỆN THOẠI

2



NÓI RÕ RÀNG

3



LẮNG NGHE MỘT CÁCH CẨN THẬN

4



CÁCH CHÀO KHÁCH THEO TIÊU CHUẨN CỦA DOANH NGHIỆP

5



CÔNG VIỆC 5: CÁC KỸ NĂNG ĐIỆN THOẠI



BẢNG CHỮ CÁI NGỮ ÂM QUỐC TẾ 6



CHUYỂN ĐIỆN THOẠI ĐẾN BỘ PHẬN KHÁC 7



CÁC SỐ ĐIỆN THOẠI NỘI BỘ 8



CHUYỂN CUỘC GỌI SANG CHẾ ĐỘ CHỜ 9



GỌI ĐIỆN THOẠI 10

CÔNG VIỆC SỐ 5: CÁC KỸ NĂNG ĐIỆN THOẠI
PHẦN VIỆC SỐ 5.1: Chuẩn bị (Kiến thức)

NỘI DUNG	MÔ TẢ	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	KIẾN THỨC
<p>1. Hệ thống điện thoại</p>	<p>Có khả năng sử dụng thành thạo điện thoại.</p>	<p>Biết các chức năng sau:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Trả lời điện thoại. • Chuyển cuộc gọi. • Đặt cuộc gọi ở chế độ chờ. • Trả lời nhiều cuộc gọi cùng lúc. • Thực hiện cuộc gọi đường dài và quốc tế. 	<p>Việc sử dụng điện thoại một cách chuyên nghiệp và hiệu quả rất quan trọng đối với hình ảnh của công ty.</p>	<p>Biết về hướng dẫn sử dụng điện thoại.</p>
<p>2. Kiểm tra khu vực làm việc</p>	<p>Kiểm tra khu vực làm việc xem có đáp ứng tiêu chuẩn không.</p>	<p>Kiểm tra những nội dung sau:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Điện thoại sử dụng được. • Tai nghe sử dụng được. • Điện thoại sạch sẽ. • Có ít nhất 2 bút và đủ số lượng giấy cần thiết. • Các mẫu in sẵn (nếu đã sử dụng). 	<p>Để sử dụng điện thoại một cách chuyên nghiệp và hiệu quả.</p>	

CÔNG VIỆC SỐ 5: CÁC KỸ NĂNG ĐIỆN THOẠI
PHẦN VIỆC SỐ 5.2: Trả lời điện thoại

BƯỚC	CÁCH LÀM	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	KIẾN THỨC
1. Mỉm cười	Mỉm cười khi nhắc điện thoại.	<ul style="list-style-type: none"> Nụ cười hiện trên nét mặt. 	Dù người gọi không nhìn thấy bạn, nhưng họ có thể cảm nhận tiếng cười trong giọng nói của bạn. Điều đó thể hiện bạn sẵn sàng nghe điện thoại.	
2. Trả lời điện thoại	Nhắc máy hoặc bật tai nghe.	<ul style="list-style-type: none"> Trả lời trong vòng 3 hồi chuông. 	<p>Đó là tiêu chuẩn quốc tế.</p> <p>Nếu không người gọi phải chờ quá lâu.</p>	
3. Chào một cách thân mật	Nói: “Chào buổi sáng/buổi trưa/buổi tối...”.	<ul style="list-style-type: none"> Mỉm cười khi chào người gọi. Tuân thủ phong cách của công ty bạn. 	<p>Để người gọi làm quen với giọng nói của bạn trước khi bắt đầu cuộc nói chuyện.</p> <p>Bảo đảm cách trả lời điện thoại thống nhất trong công ty.</p>	Biết rõ tiêu chuẩn công ty về trả lời điện thoại - phong cách của công ty.

BƯỚC	CÁCH LÀM	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	Kiến thức
4. Giới thiệu bản thân (đường dây nối trực tiếp)	Giới thiệu công ty và bản thân bạn. “Chào buổi sáng, “tên công ty”, “tên bạn” đang nghe. Tôi có thể giúp gì ông/bà?”.	<ul style="list-style-type: none"> Nhắc đến tên công ty. Nhắc đến tên bạn. Tuân thủ phong cách gọi điện thoại của công ty. 	<p>Như vậy người gọi biết đang nói chuyện với công ty nào và với ai.</p> <p>Như vậy người gọi biết đang nói chuyện với ai.</p> <p>Bảo đảm cách trả lời điện thoại thống nhất trong công ty.</p>	
5. Giới thiệu bản thân (chuyển cuộc gọi)	Giới thiệu bản thân và bộ phận của bạn. “Chào buổi sáng, “tên bộ phận”, đây là “tên bạn” đang nghe. Tôi có thể giúp gì cho ông/bà?	<ul style="list-style-type: none"> Nhắc đến tên bộ phận bạn làm việc. Nhắc đến tên bạn. Tuân thủ phong cách gọi điện thoại của công ty. 	<p>Như vậy người gọi biết đang nói chuyện với bộ phận nào và với ai.</p> <p>Như vậy người gọi biết đang nói chuyện với ai.</p> <p>Bảo đảm cách trả lời điện thoại thống nhất trong công ty.</p>	
6. Nói rõ ràng	Bằng cách giữ ống nghe ở trước miệng hoặc chụp tai nghe đúng ở vị trí trước miệng. Tốc độ nói chậm rãi.	<ul style="list-style-type: none"> Nói chậm hơn khi giao tiếp trực tiếp. 	Để người gọi nghe rõ và hiểu lời nói của bạn.	

BƯỚC	CÁCH LÀM	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	Kiến thức
7. Không nói tiếng lóng	Không sử dụng những từ ngữ đặc biệt trong du lịch.	<ul style="list-style-type: none"> Chỉ sử dụng những câu nói bình thường liên quan hoặc không liên quan đến du lịch. 	Để người gọi hiểu bạn định nói gì.	
8. Chăm chú lắng nghe	Không ngắt lời người gọi.	<ul style="list-style-type: none"> Người gọi cần phải được nói hết câu. Ghi lại nội dung. Nhắc lại nội dung/làm rõ nội dung thông điệp. 	Ví ngắt lời người gọi là không lịch sự. Đảm bảo bạn không quên những gì người gọi nói.	
9. Xử lý cuộc gọi	Giải thích rõ ràng, ngắn gọn cách bạn sẽ xử lý yêu cầu của người gọi.	<ul style="list-style-type: none"> Người gọi muốn biết bạn sẽ làm gì. 	Đảm bảo người gọi biết bạn sẽ hành động như thế nào.	
10. Kết thúc cuộc gọi	Chúc người gọi một ngày tốt lành và cảm ơn họ bằng cách nói “Chúc một ngày tốt lành - TÊN NGƯỜI GỌI” hoặc “Cảm ơn vì đã gọi đến CÔNG TY, thưa Ông/Bà TÊN NGƯỜI GỌI”.	<ul style="list-style-type: none"> Theo phong cách của công ty. Gọi tên khách. 	Để chứng tỏ bạn chuyên nghiệp và mến khách. Làm cho cuộc gọi thêm thân mật.	
11. Ngắt liên lạc	Tắt tai nghe hoặc đặt ống nghe xuống.	<ul style="list-style-type: none"> Chờ người gọi ngắt liên lạc trước. 	Như vậy bạn là người lịch sự và chứng tỏ bạn không vội kết thúc cuộc gọi.	

CÔNG VIỆC SỐ 5:

CÁC KỸ NĂNG ĐIỆN THOẠI

PHẦN VIỆC SỐ 5.3:

Trả lời cuộc gọi theo phong cách của doanh nghiệp (Kiến thức)

NỘI DUNG	MÔ TẢ	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	KIẾN THỨC
<p>1. Phong cách của doanh nghiệp</p>	<p>Hầu hết các doanh nghiệp đều tiêu chuẩn hoá cách trả lời điện thoại. Đặc biệt là khi chào hỏi và khi kết thúc cuộc gọi.</p>	<ul style="list-style-type: none">• Biết chính xác các tiêu chuẩn của doanh nghiệp.• Sử dụng tiêu chuẩn của doanh nghiệp đối với tất cả các cuộc gọi của bạn.	<p>Để cho khách dễ dàng nhận biết được doanh nghiệp bạn.</p> <p>Đảm bảo rằng tất cả nhân viên đều trả lời điện thoại theo cùng một cách.</p>	<p>Phong cách trả lời điện thoại của công ty.</p>

CÔNG VIỆC SỐ 5:
PHẦN VIỆC SỐ 5.4:

CÁC KỸ NĂNG ĐIỆN THOẠI
Bảng chữ cái phiên âm quốc tế (Kiến thức)

NỘI DUNG	MÔ TẢ	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	KIẾN THỨC
<p>Bảng chữ cái quốc tế dùng cho điện thoại</p>	<p>Bảng ngữ âm chữ cái là một hệ thống được công nhận toàn cầu, được sử dụng rộng rãi trong các liên lạc quốc tế.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Học thuộc lòng bảng ngữ âm chữ cái. • Có thể sử dụng khi đánh vần tên. 	<p>Đây là cách đã được tiêu chuẩn hoá để đánh vần tên, nên được sử dụng để tránh sai lỗi chính tả.</p>	<p>Ngoài ra còn có bảng ngữ âm chữ cái cho từng quốc gia cụ thể đôi khi cũng được khách hàng dùng để đặt giữ chỗ.</p>

CÔNG VIỆC SỐ 5:
PHẦN VIỆC SỐ 5.5:

CÁC KỸ NĂNG ĐIỆN THOẠI
Chuyển cuộc đến bộ phận khác

BƯỚC	CÁCH LÀM	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	KIẾN THỨC
1. Thông báo cho người gọi biết về việc chuyển cuộc gọi	Hãy nói: “Tôi sẽ chuyển cuộc gọi của Quý khách đến ..., thưa ông (tên người gọi).	<ul style="list-style-type: none">• Thông báo cho người gọi biết về việc làm của mình.• Hãy sử dụng tên người gọi.	<p>Đảm bảo rằng người gọi biết rõ về việc làm mà bạn sắp thực hiện.</p> <p>Tạo cho khách cảm giác được quan tâm.</p>	
2. Gọi đến số máy lẻ	Quay đúng số máy lẻ của đúng bộ phận cần gọi.	<ul style="list-style-type: none">• Tất cả các cuộc gọi phải được xử lý tối đa là một lần chuyển cuộc gọi.	<p>Đảm bảo rằng người gọi được nối ngay đến đúng người của đúng bộ phận cần gọi.</p>	<p>Biết được các số máy lẻ của khách sạn.</p> <p>Biết được công việc và chức năng của các bộ phận khác nhau.</p>

BƯỚC	CÁCH LÀM	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	KIẾN THỨC
3. Thông báo cho bộ phận được gọi	Hãy nói: “Tôi đang nói chuyện với ông (Tên người gọi) qua điện thoại, ông ta có câu hỏi liên quan đến....., tôi có thể chuyển máy được không?”.	<ul style="list-style-type: none"> Nêu tên người gọi. Nêu lý do của cuộc gọi. Kiểm tra lại xem bạn có thể chuyển được cuộc gọi không. 	<p>Để bộ phận nhận cuộc gọi xác định được cuộc gọi.</p> <p>Để thông báo cho bộ phận đó biết bản chất của cuộc gọi.</p> <p>Không để người gọi phải nhắc lại yêu cầu của họ.</p> <p>Thể hiện tính chuyên nghiệp.</p> <p>Chỉ chuyển cuộc gọi khi bộ phận nhận cuộc gọi có thể giải quyết vấn đề của người gọi.</p>	
4. Kết nối đến điện thoại liên quan	Ngắt đường kết nối hiện tại của bạn và thao tác kết nối tới điện thoại liên quan theo các hướng dẫn vận hành điện thoại	<ul style="list-style-type: none"> Chỉ ngắt kết nối khi chắc chắn là đồng nghiệp của bạn đã trả lời cuộc gọi. 	Đảm bảo rằng đường kết nối được thực hiện chính xác	
5. Không trả lời /máy lẻ bị bận	Đề nghị người gọi để lại lời nhắn, hãy nói: “Hiện tại máy lẻ đó đang bận, tôi có thể ghi lại lời nhắn không?” hoặc “Quý khách có thể chờ không?”.	<ul style="list-style-type: none"> Đề nghị ghi lại lời nhắn. Đề nghị người gọi chờ thêm chút nữa. 	<p>Không để cho người gọi phải gọi lại.</p> <p>Để người gọi có cơ hội gọi đến bộ phận mà họ yêu cầu.</p>	<p>Biết về các quy trình ghi lại lời nhắn.</p> <p>Biết về quy trình để điện thoại ở chế độ chờ.</p>
6. Để cuộc gọi ở chế độ chờ trong khi bạn tìm thông tin	Hỏi khách: “Tôi có thể để cuộc gọi trong chế độ chờ khi tôi kiểm tra lại thông tin được không?”.	<ul style="list-style-type: none"> Xác nhận với khách. Không để chờ lâu hơn 30 giây. 	Để khách hiểu được việc gì đang xảy ra và đồng ý.	

CÔNG VIỆC SỐ 5:
PHẦN VIỆC SỐ 5.6:

CÁC KỸ NĂNG ĐIỆN THOẠI
Các số máy nội bộ (Kiến thức)

NỘI DUNG	MÔ TẢ	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	KIẾN THỨC
Các số nội bộ	Tất cả các khách sạn đều có các số cụ thể được gọi là số máy lẻ hay số nội bộ. Để gặp được một bộ phận nào đó hoặc gặp khách, bạn phải quay các số này.	Thuộc lòng các số nội bộ của các bộ phận sau: <ul style="list-style-type: none">• Tổng giám đốc.• Bộ phận đặt giữ chỗ.• Bán hàng và tiếp thị.• Kế toán.• Biết nơi tìm các số điện thoại nội bộ của tất cả các bộ phận.• Biết các số điện thoại khẩn cấp.	Đây là các bộ phận mà khách thường yêu cầu chuyển cuộc gọi đến nhất. Học thuộc các số này thì quy trình chuyển các cuộc gọi sẽ nhanh hơn. Để bạn có thể chuyển tất cả các cuộc gọi đến đúng bộ phận. Để liên hệ nhanh trong trường hợp khẩn cấp.	Nắm được chính sách của công ty trong việc đối phó với tình huống khẩn cấp (xem phần An toàn và an ninh).

CÔNG VIỆC SỐ 5: CÁC KỸ NĂNG ĐIỆN THOẠI

PHẦN VIỆC SỐ 5.7: Đặt cuộc gọi ở chế độ chờ

Đôi khi bạn phải tìm kiếm hoặc hỏi đồng nghiệp điều gì đó; trong trường hợp này cuộc gọi cần chuyển ở chế độ chờ (để tránh người gọi có thể nghe thấy âm thanh hoặc nội dung nói chuyện riêng trong văn phòng).

BƯỚC	CÁCH LÀM	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	Kiến thức
1. Hỏi người gọi có muốn chờ không	Nói như sau “Ông có muốn giữ máy không, thưa ông “tên người gọi””.	<ul style="list-style-type: none"> Hỏi xem người gọi có muốn giữ máy không. Gọi tên người gọi. 	<p>Làm rõ xem người gọi có muốn giữ máy không.</p> <p>Để cuộc gọi thêm thân mật.</p>	
2. Chuyển cuộc gọi sang chế độ chờ	Tuân thủ hướng dẫn sử dụng điện thoại.	Cứ 20 giây lại kiểm tra xem người gọi có còn muốn chờ hay không.	Để chắc chắn rằng người gọi vẫn muốn chờ và có thể đề nghị người gọi để lại tin nhắn.	
3. Trở lại cuộc gọi	Nói như sau “Cảm ơn ông “tên người gọi” tôi đã tìm thấy thông tin theo như ông yêu cầu...”.	<ul style="list-style-type: none"> Cảm ơn người gọi vì đã chờ. Gọi tên người gọi. 	<p>Chúng tỏ rằng bạn ghi nhận thực tế rằng người gọi đã kiên nhẫn chờ đợi</p> <p>Để người gọi biết rằng bạn đã trở lại cuộc gọi với họ.</p> <p>Để cuộc gọi thêm thân mật.</p>	

CÔNG VIỆC SỐ 5: CÁC KỸ NĂNG ĐIỆN THOẠI
PHẦN VIỆC SỐ 5.8: Thực hiện cuộc gọi

BƯỚC	CÁCH LÀM	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	Kiến thức
1. Chuẩn bị cuộc gọi	<p>Đảm bảo bạn có bút, giấy và biết bạn cần thông tin gì.</p> <p>Có sẵn địa chỉ cần liên hệ.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Có giấy và bút. • Có chi tiết về việc cần gọi. • Có số điện thoại và tên người cần liên hệ nếu cần thiết. 	<p>Để có thể ghi lại nội dung khi cần.</p> <p>Để có thể trả lời các câu hỏi khi cần.</p> <p>Bạn có thể liên hệ đúng người.</p>	
2. Quay số	<p>Quay số điện thoại cần liên hệ.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Quay số cẩn thận. 	<p>Đảm bảo rằng bạn liên hệ đúng người.</p>	
3. Xưng danh	<p>Hãy nói: Tôi là “tên bạn” khách sạn “tên công ty” tôi cần gặp/ có việc liên quan....</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Hãy sử dụng tên bạn và tên công ty (theo tiêu chuẩn công ty bạn). 	<p>Để người nghe biết ai đang gọi.</p> <p>Tạo hình ảnh và thái độ chuyên nghiệp.</p>	

BƯỚC	CÁCH LÀM	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	KIẾN THỨC
4. Thực hiện cuộc gọi	Nêu rõ lý do bạn thực hiện cuộc gọi.	<ul style="list-style-type: none"> • Cung cấp càng nhiều thông tin càng tốt. • Nghe rõ ràng. • Ghi lại. • Nhắc lại nội dung (phụ thuộc vào loại cuộc gọi, nói chung những nội dung sau cần nhắc lại: <ul style="list-style-type: none"> - Ngày tháng. - Giá. - Số lượng người. 	<p>Để người nghe có thể xử lý yêu cầu của bạn hiệu quả.</p> <p>Chắc chắn bạn rõ mọi việc.</p> <p>Bạn không quên các chi tiết.</p> <p>Đảm bảo không có hiểu lầm.</p>	
5. Kết thúc cuộc gọi	Gác máy.	<ul style="list-style-type: none"> • Đợi phía đầu dây bên kia gác máy trước. 	Vì đó là phép lịch sự.	

CÔNG VIỆC SỐ 5:
PHẦN VIỆC SỐ 5.9:

CÁC KỸ NĂNG ĐIỆN THOẠI
Quyết định thực hiện cuộc gọi quốc tế (Kiến thức)

BƯỚC	CÁCH LÀM	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	KIẾN THỨC
1. Những cách thức tiến hành liên lạc bằng lời nói	Với công nghệ mới, có nhiều cách tiến hành nói chuyện qua mạng với khách hàng hay nhà cung cấp. Mỗi loại có những ưu và nhược điểm.	<p>Biết cách lựa chọn loại hình công nghệ:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Điện thoại. • Skype, Tin nhắn hoặc các hình thức VOIP. 	Có khả năng lựa chọn đúng các phương pháp nói chuyện qua mạng phù hợp với mục đích cuộc gọi.	
2. Điện thoại	Mô tả ưu, nhược điểm của điện thoại thông thường.	<p>Ưu điểm:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Thông dụng ở phần lớn các nước. • Nhìn chung đây là phương tiện liên lạc đáng tin cậy. • Phần lớn khách hàng/nhà cung cấp tiếp cận được với điện thoại. • Những người khác có thể sử dụng điện thoại di động. <p>Nhược điểm:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tương đối tốn kém. • Nếu khách hàng/nhà cung cấp dịch vụ đang trên đường, họ có thể phải mất thêm chi phí khi nhận cuộc gọi bằng điện thoại di động. • Không phải lúc nào cũng dễ liên lạc nếu bạn gọi vào lúc thuận lợi. 	<p>Phần lớn các nhà cung cấp điện thoại di động thường tính tiền các cuộc gọi nhận được khi ở nước ngoài.</p> <p>Bạn chỉ có thể làm như vậy khi đã hỏi khách hàng nếu bạn gọi vào thời gian thích hợp, nhưng lúc đó có thể bạn lại làm phiền họ.</p>	

BƯỚC	CÁCH LÀM	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	KIẾN THỨC
<p>3. VOIP (như Skype, Messenger)</p>	<p>Mô tả ưu và nhược điểm của điện thoại gọi qua mạng Internet.</p>	<p>Ưu điểm của điện thoại gọi qua Internet:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Chi phí thấp. • Dễ dàng thiết lập cuộc gọi cho nhiều hơn một người. • Nếu người cần liên lạc không thể gọi được, bạn sẽ thấy trạng thái của người đó trong hệ thống. <p>Nhược điểm của cuộc gọi qua Internet:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Chất lượng của cuộc gọi tùy thuộc vào tốc độ của Internet. • Các cuộc gọi không phải lúc nào cũng ổn định. • Không phải ai cũng cài Skype/Messenger. • Mỗi khách hàng lại dùng một chương trình khác nhau nên bạn cần cài đặt toàn bộ các chương trình đó. 	<p>Nếu bạn có kết nối Internet thì cuộc gọi là miễn phí.</p> <p>Sau khi đăng nhập vào hệ thống, người dùng có thể quyết định mình có sẵn sàng để nhận cuộc gọi hay không.</p> <p>Có nhiều chương trình khác nhau và chưa có chương trình mang tính chất chuẩn chung của quốc tế nào.</p>	

6. HIỂU BIẾT VÀ SỬ DỤNG MÁY VI TÍNH

Giới thiệu:

Tất cả các nhân viên làm việc trong doanh nghiệp lữ hành đều cần có các kỹ năng về máy vi tính. Kỹ năng sử dụng bàn phím phải đúng tiêu chuẩn để bạn có thể làm việc một cách chính xác và với một tốc độ chấp nhận được.

PHẦN VIỆC SỐ 6.1:	Phần mềm ứng dụng (Kiến thức)
PHẦN VIỆC SỐ 6.2:	Bật, tắt máy tính
PHẦN VIỆC SỐ 6.3:	Soạn thảo thư đơn giản sử dụng tiện ích “cắt/dán” trong Chương trình Word
PHẦN VIỆC SỐ 6.4:	Kiến thức cơ bản về Excel (Kiến thức)
PHẦN VIỆC SỐ 6.5:	Soạn thảo một bảng tính đơn giản sử dụng Chương trình Excel
PHẦN VIỆC SỐ 6.6:	Thư điện tử - Email (Kiến thức)
PHẦN VIỆC SỐ 6.7:	Quy tắc giao dịch bằng thư điện tử (Kiến thức)
PHẦN VIỆC SỐ 6.8:	Soạn thảo thư điện tử sử dụng Chương trình Outlook (Express)
PHẦN VIỆC SỐ 6.9:	Bổ sung địa chỉ liên hệ vào sổ địa chỉ Outlook (Express)
PHẦN VIỆC SỐ 6.10:	Dịch vụ Chat – IM (Kiến thức)
PHẦN VIỆC SỐ 6.11:	Sử dụng dịch vụ chat (IM)
PHẦN VIỆC SỐ 6.12:	Dịch vụ đàm thoại qua Internet - VOIP (Kiến thức)



CÔNG VIỆC 6: HIỂU BIẾT VÀ SỬ DỤNG MÁY VI TÍNH



HIỂU BIẾT VỀ GDS/CRS

1



BẬT MÁY TÍNH

2



TẮT MÁY TÍNH

3



SOẠN THẢO THƯ VỚI NỘI DUNG ĐƠN GIẢN SỬ DỤNG CHƯƠNG TRÌNH WORD

4



KIẾN THỨC CƠ BẢN VỀ CHƯƠNG TRÌNH EXCEL

5



CÔNG VIỆC 6: HIỂU BIẾT VÀ SỬ DỤNG MÁY VI TÍNH



LẬP BẢNG TÍNH ĐƠN GIẢN SỬ DỤNG CHƯƠNG TRÌNH EXCEL 6



THƯ ĐIỆN TỬ 7



QUY ƯỚC ĐỊNH DẠNG THƯ ĐIỆN TỬ 7



SOẠN VÀ GỬI THƯ ĐIỆN TỬ 9

CÔNG VIỆC SỐ 6:
PHẦN VIỆC SỐ 6.1:

HIỂU BIẾT VÀ SỬ DỤNG MÁY VI TÍNH
Phần mềm ứng dụng (Kiến thức)

NỘI DUNG	MÔ TẢ	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	KIẾN THỨC
1. Ứng dụng phần mềm	Thực hành ứng dụng từng phần mềm và học cách sử dụng những chức năng thông dụng của chương trình phần mềm.	Có kiến thức về vi tính và có khả năng sử dụng những phần mềm sau: <ul style="list-style-type: none">• Word.• Excel.• Email (Outlook).• Internet.• Phần mềm về lữ hành và tour sử dụng trong công ty bạn.	Như vậy bạn có thể làm việc độc lập và hiệu quả với những phần mềm thông dụng.	

CÔNG VIỆC SỐ 6: HIỂU BIẾT VÀ SỬ DỤNG MÁY VI TÍNH

PHẦN VIỆC SỐ 6.2: Bật, tắt máy vi tính

BƯỚC	CÁCH LÀM	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	Kiến thức
1. Bật Bộ xử lý	Nhấp nút “On” trên Bộ xử lý.	<ul style="list-style-type: none"> Chỉ nhấp nút một lần. Đèn bật sáng. 	Nếu không bạn sẽ lại tắt máy.	
2. Bật màn hình	Nhấp nút “On” trên màn hình.	<ul style="list-style-type: none"> Chỉ nhấp một lần. Đèn bật sáng. 	Nếu không bạn sẽ lại tắt màn hình.	
3. Kiểm tra bàn phím	Xem bàn phím đã được bật chưa.	<ul style="list-style-type: none"> Đèn bật sáng. 	Chúng tỏ bàn phím đã được kết nối với máy tính.	
4. Chờ cho máy tính khởi động	Chờ cho đến khi mọi chương trình được khởi động.	<ul style="list-style-type: none"> Đợi cho đến khi hình đồng hồ cát biến mất. 	Máy tính có thể bị treo nếu bạn thao tác quá nhanh trong lúc mở các chương trình ứng dụng bổ sung.	
5. Kiểm tra chuột	Kiểm tra chuột hoạt động bằng cách di chuột.	<ul style="list-style-type: none"> Mũi tên trên màn hình phải di chuyển. 	Kiểm tra xem chuột máy tính hoạt động tốt không.	
6. Mở chương trình phần mềm bạn muốn sử dụng	Bằng cách nhấp chuột vào chương trình ứng dụng (điều này phụ thuộc vào cách thiết lập của máy tính công ty bạn để vào chương trình).	<ul style="list-style-type: none"> Đợi cho đến khi chương trình được kích hoạt hoàn toàn. 	Như vậy máy sẽ không bị treo.	

BƯỚC	CÁCH LÀM	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	KIẾN THỨC
7. Tắt máy tính	Bằng cách di chuột đến menu “Start” và nhấp vào dòng “Shut Down”.	<ul style="list-style-type: none"> • Không tắt máy tính bằng cách ấn nút trên Bộ xử lý. • Đợi đến khi màn hình chuyển màu đen hoàn toàn. 	Có thể làm máy bị treo.	
8. Tắt màn hình	Tắt màn hình.	<ul style="list-style-type: none"> • Bằng cách nhấp nút On/Off. • Đèn màn hình tắt. 		
9. Kiểm tra xem bộ xử lý đã tắt chưa	Bằng cách kiểm tra đèn trên bàn phím và bộ xử lý.	<ul style="list-style-type: none"> • Đèn trên bàn phím và bộ xử lý phải tắt. 		

CÔNG VIỆC SỐ 6:
PHẦN VIỆC SỐ 6.3:

HIỂU BIẾT VÀ SỬ DỤNG MÁY VI TÍNH
Soạn thảo thư đơn giản sử dụng chức năng “cắt/ dán” trong Chương trình Word

BƯỚC	CÁCH LÀM	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	Kiến thức
1. Mở chương trình soạn thảo văn bản “Word”	Tuân thủ quy trình sử dụng trong công ty bạn.	<p>Nhìn chung Word có thể tiếp cận theo cách:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Bằng cách nhấp nút “Start”, lựa chọn chương trình Word và nhấp vào biểu tượng Word. • Nhấp vào biểu tượng Word trên màn hình. • Nhấp vào biểu tượng Word trên Menu START. 	Điều này phụ thuộc vào cách bố trí màn hình máy tính của công ty bạn có thể tìm được chương trình soạn thảo văn bản.	Tiêu chuẩn của công ty bạn về giao dịch bằng văn bản.
2. Mở tập văn bản	Tập văn bản mới sẽ tự xuất hiện.	<ul style="list-style-type: none"> • Sử dụng tập văn bản mới nếu công ty bạn có giấy in tiêu đề công ty. • Sử dụng định dạng mẫu có sẵn nếu công ty bạn in lên giấy trắng. 	<p>Mọi chi tiết về công ty bạn có trên văn phòng phẩm.</p> <p>Đảm bảo rằng mọi chi tiết về công ty bạn được in chính xác trên giấy viết thư.</p>	
3. Đặt tên cho văn bản	Bằng cách nhấp vào “File” và “Save as” và đặt tên cho tập tin.	<ul style="list-style-type: none"> • Lưu văn bản vào đúng tập tin – tuân thủ tiêu chuẩn của công ty về lưu tập tin. • Đặt tên cho văn bản theo chỉ dẫn của công ty. 	<p>Như vậy mọi thay đổi của văn bản sẽ được lưu một cách chính xác.</p> <p>Như vậy mọi người trong văn phòng đều có thể tìm thấy văn bản.</p>	

BƯỚC	CÁCH LÀM	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	KIẾN THỨC
4. Mở tập văn bản	Bằng cách nhấp vào “File”, “Open” và lựa chọn văn bản chính từ đúng tập tin cần tìm.	<ul style="list-style-type: none"> Lựa chọn tập tin chính. 	Trong tập tin chính bạn sẽ tìm thấy mẫu thư chuẩn bạn sẽ sử dụng trong giao tiếp với khách hàng.	
5. Copy nội dung	Sao lưu toàn bộ nội dung của văn bản.	<ul style="list-style-type: none"> Nhấp “File”. Nhấp “Select All”. Nhấp “Copy”. 	Nếu bạn nhấp “cut” bạn sẽ loại nội dung trên từ tập tin chính.	
6. Đóng văn bản chính	Đóng tập văn bản chính.	<ul style="list-style-type: none"> Nhấp “File”. Nhấp “Close”. Hiện dòng chữ Save changes? Nhấp “No”. 	Nếu bạn chọn “yes” mọi lỗi trong khi gõ phím sẽ được lưu trong tập văn bản chính.	
7. Dán nội dung	Dán nội dung vào tập văn bản bạn mới tạo nên.	<ul style="list-style-type: none"> Dùng phím “Ctrl-V”. Hoặc nhấp “Edit”, “Copy”. 	Để dán nội dung văn bản đã sao vào tập văn bản của bạn.	Làm quen với các phím tắt.
8. Kiểm tra việc dán nội dung đã hoàn thành	Bằng cách cho kéo xuống dưới văn bản.	<ul style="list-style-type: none"> Lúc này văn bản mới trông hoàn toàn giống như văn bản chính. 	Bởi vì bạn đã sao văn bản từ văn bản gốc.	

BƯỚC	CÁCH LÀM	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	Kiến thức
9. Điều chỉnh tập văn bản	Hoàn chỉnh văn bản với những chi tiết đầy đủ của khách hàng.	<ul style="list-style-type: none"> Mọi chỗ trống trong văn bản phải được điền đầy đủ. Loại bỏ mọi chỗ trống không cần dùng trong văn bản. 	Như vậy sẽ không còn có chỗ trống trong văn bản mới.	
10. Kiểm tra kép	So sánh chi tiết về khách hàng với nội dung mới đưa vào trong văn bản.	Kiểm tra kép những nội dung sau: <ul style="list-style-type: none"> Sửa chữa lỗi chính tả của các tên gọi. Thời gian. Ngày. Năm. Số lượng khách. Những yêu cầu đặc biệt. Không còn lỗi chính tả. 	Đảm bảo không còn lỗi.	
11. Đóng tập văn bản	Bằng cách lưu văn bản.	<ul style="list-style-type: none"> Nhấp File. Nhấp Save. 	Lưu văn bản.	
12. Đóng chương trình Word	Đóng chương trình.	<ul style="list-style-type: none"> Nhấp dấu “X” trên góc bên phải màn hình. 	Đóng chương trình Word. Cách này chỉ cần thiết nếu bạn không cần soạn thảo thêm văn bản nào nữa.	

CÔNG VIỆC SỐ 6:
PHẦN VIỆC SỐ 6.4:

HIỂU BIẾT VÀ SỬ DỤNG MÁY VI TÍNH
Kiến thức cơ bản về Excel (Kiến thức)


NỘI DUNG	MÔ TẢ	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	KIẾN THỨC
1. Ô (Cell)	Trong bảng tính, Ô được xác định là khoảng không gian mà các dòng và cột giao cắt nhau.	Mỗi Ô được đặt tên theo chữ cái Cột và số của Dòng.	Như vậy mỗi Ô có tên gọi và vị trí cụ thể.	
2. Dòng (Row)	Trong bảng tính, Dòng được xác định là khoảng không gian chạy ngang bảng tính.	Một số được dùng để xác định vị trí của Dòng.	Như vậy để xác định một Dòng cụ thể.	
3. Cột (Column)	Trong bảng tính, Cột được xác định là khoảng không gian chạy dọc lên, xuống bảng tính.	Chữ cái được dùng để xác định vị trí của Cột.	Như vậy để xác định một Cột cụ thể.	
4. Toán tử (Operator)	Là những dấu hiệu dùng để tính toán.	+ (dấu cộng) cộng (6+2). - (dấu trừ) trừ (6-2). * (hoa thị) nhân (6*2). / (gạch chéo) chia (6/2). % (phần trăm) phần trăm 60%.	Sử dụng đúng dấu bảng tính sẽ cho bạn kết quả tính toán chính xác.	
5. Hàm (function)	Excel có rất nhiều hàm. Bạn có thể lựa chọn trong danh mục và cũng có thể tự tạo ra những hàm mới.	Những công thức quan trọng nhất là: =SUM(A:A) Cộng tất cả các số trong cột A. =AVERAGE (A1:B4) Bình quân các số trong phạm vi tính toán.	Sử dụng đúng hàm bạn có thể có những phép tính phức tạp.	Kiến thức tổng quát về làm việc với bảng tính.

CÔNG VIỆC SỐ 6: PHẦN VIỆC SỐ 6.5:

HIỂU BIẾT VÀ SỬ DỤNG MÁY VI TÍNH Soạn thảo bảng tính đơn giản sử dụng Chương trình Excel

BƯỚC	CÁCH LÀM	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	KIẾN THỨC
1. Mở chương trình Excel	Tuân thủ quy trình sử dụng trong công ty bạn.	<p>Nhìn chung, có thể sử dụng Excel như sau:</p> <ul style="list-style-type: none"> Nhấp “Start” lựa chọn chương trình Excel và nhấp biểu tượng Excel. Nhấp biểu tượng Excel trên nền màn hình. Nhấp biểu tượng Excel trên thanh công cụ Start (Start Menu). 	Việc tìm kiếm chương trình Excel của bạn phụ thuộc vào thiết lập của máy tính văn phòng bạn.	
2. Mở bảng tính mới	Một bảng tính mới tự động xuất hiện.	<ul style="list-style-type: none"> Bản đồ bảng tính Excel 1 sẽ hiện ở đầu trang. 	Như vậy bạn biết rằng cần mở một bảng tính mới.	
3. Đặt tên cho bảng tính	Nhấp “File” và “Save as” và đặt tên cho bảng tính.	<ul style="list-style-type: none"> Lưu bảng tính vào đúng tập tin (file) theo đúng tiêu chuẩn của công ty về cách lưu văn bản. Đặt tên cho bảng tính theo hướng dẫn của công ty. 	<p>Như vậy mọi thay đổi của văn bản sẽ được lưu đúng cách.</p> <p>Như vậy mọi người trong văn phòng có thể tìm thấy tập tin.</p>	

BƯỚC	CÁCH LÀM	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	KIẾN THỨC
4. Chuẩn bị tiêu đề Cột	Thêm tiêu đề cho Cột bạn sẽ sử dụng trong bảng tính.	<ul style="list-style-type: none"> Tiêu đề Cột cần được “in đậm”. Tiêu đề Cột phải mô tả được nội dung của Cột bên dưới. 	<p>Như vậy dễ nhìn hơn.</p> <p>Điều này làm cho người đọc dễ nhận biết Cột phía dưới có nội dung gì.</p>	
5. Điền số liệu và nội dung	Bổ sung nội dung và số liệu bạn muốn đưa vào trong bảng tính.	<ul style="list-style-type: none"> Tuân thủ tiêu chuẩn công ty về cách trình bày. Đối chiếu lại số liệu nhập bảng tính với số liệu gốc. 	<p>Như vậy những bảng tính do công ty bạn soạn thảo sẽ có cùng cách trình bày.</p> <p>Đảm bảo không có sai sót.</p>	
6. Điền công thức tính	Điền công thức được yêu cầu vào bảng tính.	<p>Bạn cần phải sử dụng được:</p> <ul style="list-style-type: none"> Công thức đơn giản. Công thức có chứa hàm. 	Nhờ đó bạn có thể thực hiện những phép tính cần thiết nhờ sử dụng bảng tính.	
7. Điền một công thức đơn giản	<p>Nhấp chuột vào Ô mà bạn muốn thêm công thức.</p> <p>Điền đúng công thức, sử dụng các con số và các toán tử phù hợp.</p>	Gõ = (dấu bằng).	<p>Điều này là cần thiết khi nhập các công thức.</p> <p>Sử dụng đúng các dấu thì bảng tính sẽ có các phép tính chính xác.</p>	

BƯỚC	CÁCH LÀM	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	KIẾN THỨC
8. Điền một công thức có chứa hàm	<p>Nhấp vào Ô bạn muốn điền công thức.</p> <p>Bạn có thể tìm công thức mình cần trong danh sách xuất hiện lúc này hoặc ấn “Cancel” để tự thêm công thức.</p>	<ul style="list-style-type: none"> Một hàm là một công thức được viết sẵn để nhận một giá trị, tiến hành các phép tính và cho kết quả. Để chạy công thức, ấn chuột vào nút “Insert formula” trên thanh công thức.  	<p>Các hàm làm đơn giản hóa công việc với bảng tính.</p> <p>Điều này là cần thiết khi nhập một hàm.</p>	
9. Kiểm tra kết quả	Kiểm tra xem có nhập đúng công thức và các hàm không.	<ul style="list-style-type: none"> Nhập một vài số liệu đơn giản vào bảng tính để kiểm tra lại công thức và các hàm. 	Nếu bạn không thành thạo Excel thì sẽ rất dễ mắc lỗi.	
10. Đóng bảng tính	Lưu lại dữ liệu.	<ul style="list-style-type: none"> Nhấp “File”. Nhấp “Save”. 	Lưu bảng tính vào máy.	
11. Đóng chương trình Excel	Đóng chương trình	<ul style="list-style-type: none"> Nhấp vào dấu (X) trên góc bên phải phía trên màn hình. 	<p>Để đóng chương trình Excel.</p> <p>Thao tác này chỉ cần khi bạn không cần soạn thảo thêm văn bản khác.</p>	

CÔNG VIỆC SỐ 6:
PHẦN VIỆC SỐ 6.6:

HIỂU BIẾT VÀ SỬ DỤNG MÁY VI TÍNH
Thư điện tử (e-mail) (Kiến thức)

NỘI DUNG	MÔ TẢ	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	KIẾN THỨC
<p>1. Sổ địa chỉ</p>	<p>Đảm bảo sổ địa chỉ thư điện tử được cập nhật.</p>	<p>Mọi địa chỉ liên lạc trong sổ địa chỉ cần được cập nhật. Bao gồm:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tên. • Công ty. • Chức vụ. • Số điện thoại. • Số Fax. • Địa chỉ Email. <p>Cũng cần lưu trong sổ địa chỉ:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Địa chỉ chat (IM). • Địa chỉ VOIP (vd. Skype). • Thông tin cá nhân. 	<p>Để dễ dàng trong việc kết nối liên lạc với các khách hàng và nhà cung cấp.</p>	
<p>2. Kiểm tra thư điện tử tới</p>	<p>Mở thư điện tử càng sớm càng tốt.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Buổi sáng việc đầu tiên là kiểm tra hộp thư tới "Inbox". • Kiểm tra thư điện tử ít nhất 4 lần/ngày hoặc tuân thủ hướng dẫn của công ty bạn. • Kiểm tra thư điện tử ngay sau khi văn phòng của các thị trường chủ chốt của bạn đã mở cửa làm việc. 	<p>Như vậy bạn có thể xử lý được mọi vấn đề khẩn cấp.</p> <p>Nhằm đảm bảo rằng mọi vấn đề khẩn được xử lý ngay lập tức.</p> <p>Bởi vì phần lớn các đối tác của bạn cũng xử lý thư điện tử ngay vào đầu giờ sáng. Làm như vậy bạn có thể đảm bảo mọi đối tác sẽ nhận được thư trả lời sớm nhất có thể.</p>	<p>Số lần kiểm tra Inbox phụ thuộc vào số lượng email tới.</p>

NỘI DUNG	MÔ TẢ	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	KIẾN THỨC
3. Trả lời thư điện tử	Trả lời mọi thư điện tử cần thiết.	<ul style="list-style-type: none"> Xác nhận thư điện tử trong thời gian ½ ngày từ khi nhận. Cung cấp cho người gửi rõ ràng thời hạn chót sẽ trả lời thư. Tuân thủ theo tiêu chuẩn của công ty. 	<p>Như vậy người gửi biết rằng bạn đã nhận được thư của họ.</p> <p>Như vậy người gửi biết khi nào bạn sẽ trả lời.</p> <p>Vì điều này cho thấy tính chuyên nghiệp của công ty bạn và đó chính là tiêu chuẩn quốc tế đòi hỏi.</p>	
4. Lưu thư điện tử	Lưu trữ một cách logic vào hệ thống thư mục trong Inbox của bạn.	<ul style="list-style-type: none"> Tuân thủ tiêu chuẩn của công ty về lưu thư điện tử. <p>Các thư mục có thể được sắp xếp dưới nhiều dạng, những dạng thông dụng nhất là:</p> <ul style="list-style-type: none"> Theo tên khách hàng/nhà cung cấp từ A-Z (nhiều thư mục khác nhau cho các [nhóm] chữ cái khác nhau). Theo chức năng kinh doanh (vận chuyển, lưu trữ...). Theo vị trí (khu vực hoặc tên thành phố). 	<p>Do khối lượng email của văn phòng nên không thể theo dõi tổng thể nếu không lưu ở dạng thư mục.</p> <p>Lựa chọn hình thức phù hợp với yêu cầu của công ty bạn.</p>	

NỘI DUNG	MÔ TẢ	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	KIẾN THỨC
5. Phân phối thư điện tử	Có thể bạn chịu trách nhiệm mở những thư được gửi đến địa chỉ chung (như “info@...”; “sales@...”; v.v).	Chuyển tiếp các thư đã nhận đến người có trách nhiệm để giải quyết.	Tất cả các thư điện tử đều phải được giải quyết như đối với những khách hàng tiềm năng.	
6. Tải tập tin	Tải những tập tin gửi tới.	<ul style="list-style-type: none"> • Luôn bật bộ lọc thư rác (spam) và chương trình diệt virus. • Khi có nghi vấn thì không mở tập tin. • Chỉ mở tập tin khi biết rõ người gửi. 	Để tránh cho máy vi tính của văn phòng bị nhiễm virus và những phần mềm có hại khác.	
7. Sử dụng cho cá nhân	Không được sử dụng địa chỉ thư điện tử của công ty để gửi thư riêng.	<ul style="list-style-type: none"> • Không được sử dụng địa chỉ Email của công ty cho việc gửi thư riêng. • Sử dụng địa chỉ thư điện tử tự tạo như @gmail, @hotmail cho việc gửi thư riêng. • Theo tiêu chuẩn của công ty. 	<p>Vì điều đó có nghĩa địa chỉ thư chỉ dùng cho công việc chuyên môn.</p> <p>Trong trường hợp khẩn cấp bạn cần gửi thư riêng trong thời gian làm việc thì hãy dùng địa chỉ tự tạo để người nhận nhận biết rõ rằng đó là thư cá nhân.</p>	

CÔNG VIỆC SỐ 6: HIỂU BIẾT VÀ SỬ DỤNG MÁY VI TÍNH

PHẦN VIỆC SỐ 6.7: Quy tắc giao dịch bằng thư điện tử (Kiến thức)

NỘI DUNG	MÔ TẢ	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	KIẾN THỨC
1. Font chữ	Sử dụng loại font chữ dùng cho công việc.	<ul style="list-style-type: none"> Sử dụng font chữ tiêu chuẩn theo chỉ dẫn của công ty. Không được sử dụng chỉ toàn loại chữ in (UPPER CASE). Chỉ dùng nền văn bản thông thường, không dùng nền cầu kỳ. 	<p>Như vậy mọi thư gửi từ công ty bạn đều có định dạng giống nhau</p> <p>Điều này được coi là “hét vào mặt nhau” và có thể bị đánh giá là thô tục.</p> <p>Nền văn bản và định dạng mẫu có sẵn không phải lúc nào cũng được chuyển tải đúng ý định.</p>	
2. Mức ưu tiên	Những bức thư điện tử có thể được đặt theo những mức độ ưu tiên khác nhau (mức độ khẩn - Urgent, thường - Normal...).	<ul style="list-style-type: none"> Chỉ sử dụng «Urgent» nếu thực sự là thư khẩn theo quan điểm của khách hàng. 	Khách hàng có thể nổi giận khi nhận được thư «Urgent» nhưng theo họ lại không khẩn chút nào.	
3. Gửi thư đến nhiều địa chỉ	Hãy thận trọng khi gửi thư điện tử đến nhiều người nhận.	<ul style="list-style-type: none"> Hãy lựa chọn BCC nếu những người nhận không biết nhau. 	Mọi người không thích cho người khác biết địa chỉ Email của mình mà không có sự đồng ý trước.	

NỘI DUNG	MÔ TẢ	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	KIẾN THỨC
4. Gửi kèm tập tin	Hãy cho khách hàng biết khi bạn gửi kèm tập tin (lớn).	<ul style="list-style-type: none"> • Luôn gửi tập tin theo định dạng và phiên bản mà khách hàng của bạn có thể mở đọc được. • Hãy sử dụng cách thức khác để gửi các tập tin có dung lượng lớn. • Phương án thay thế là có thể gửi tập tin ở dạng nén file “Zip”. 	<p>Ngay cả khi bạn dùng phần mềm tối tân nhất thì khách hàng của bạn cũng có thể không mở được.</p> <p>Dùng hệ thống chuyển tải Internet như «yousendit.com» để gửi những tập tin có dung lượng lớn, tránh làm tắc nghẽn máy chủ thư đến và thư đi.</p>	
5. Văn bản pháp lý	Ở nhiều nước, Email được coi là văn bản pháp lý.	<ul style="list-style-type: none"> • Hãy lưu trữ một cách cẩn thận những thư điện tử quan trọng. 	Trong trường hợp có tranh chấp, khách hàng của bạn có thể viện dẫn những bức thư đã được gửi tới.	

CÔNG VIỆC SỐ 6:
PHẦN VIỆC SỐ 6.8:

HIỂU BIẾT VÀ SỬ DỤNG MÁY VI TÍNH
Soạn thảo thư điện tử sử dụng Chương trình Outlook (Express)

BƯỚC	CÁCH LÀM	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	Kiến thức
1. Mở Outlook (Express)	Tuân thủ quy trình sử dụng tại công ty bạn.	<p>Nhìn chung, có thể mở Outlook như sau:</p> <ul style="list-style-type: none"> Nhấp nút “Start”, chọn chương trình Outlook và nhấp vào biểu tượng Outlook. Nhấp vào biểu tượng Outlook trên nền màn hình máy tính. Nhấp biểu tượng Outlook trên thanh công cụ Start. 	Phụ thuộc vào cách thiết lập ở máy tính ở văn phòng mà từ đó bạn có thể tìm được Outlook.	Tiêu chuẩn về giao dịch bằng văn bản của công ty bạn.
2. Mở email mới	Nhấp “New”.	Một định dạng email mới được mở; các trường đều để trống.	Như vậy bạn nhận biết rằng bạn đã khởi tạo một email mới.	
3. Địa chỉ	Đánh địa chỉ email của (những) người nhận vào trường “TO”.	<p>Đảm bảo đánh đúng địa chỉ.</p> <p>Nếu đó địa chỉ đã liên lạc từ trước thì có thể lựa chọn từ danh sách địa chỉ trong máy.</p>	<p>Nếu không email sẽ không được gửi đến người nhận.</p> <p>Như vậy bạn có được địa chỉ chính xác.</p>	

BƯỚC	CÁCH LÀM	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	Kiến thức
4. Đồng gửi (CC - Carbon Copy)	Đánh địa chỉ của người cũng cần được thông báo về nội dung thư vào trường CC.	<p>Đảm bảo đánh đúng địa chỉ.</p> <p>Nếu đó địa chỉ đã liên lạc từ trước thì có thể lựa chọn từ danh sách địa chỉ trong máy.</p> <p>Mọi nhân viên ở trình độ cơ bản cần sao mọi email gửi đi cho cấp trên của mình.</p>	<p>Nếu không email sẽ không được gửi gửi đến người nhận.</p> <p>Như vậy bạn có được địa chỉ chính xác.</p> <p>Như vậy cấp trên của bạn biết những email nào đã được gửi đi.</p>	
5. Chủ đề	Đặt cho email tiêu đề mà cả người gửi và người nhận đều có thể hiểu được.	<p>Mọi email cần có chủ đề</p> <p>Tuân thủ tiêu chuẩn của công ty.</p> <p>Chủ đề email cần bao gồm:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tên. • Ngày gửi. 	<p>Như vậy sẽ dễ dàng nhận biết email có nội dung gì.</p> <p>Điều này giúp cho việc tìm kiếm email sau này.</p>	
6. Hoàn chỉnh một email	Đánh nội dung thư vào vùng soạn thông điệp.	<ul style="list-style-type: none"> • Không mắc lỗi chính tả. • Sử dụng tiện ích kiểm tra lỗi chính tả trước khi gửi thư. • Sử dụng ngôn ngữ trang trọng, ngôn ngữ dùng trong công việc. 	<p>Chúng tỏ tính chuyên nghiệp của công ty bạn.</p> <p>Đảm bảo không có sai sót.</p> <p>Bởi vì đó là yêu cầu khi soạn thảo một email chuyên nghiệp.</p>	

BƯỚC	CÁCH LÀM	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	Kiến thức
7. Lời chào trong thư	Gửi thư kèm lời chào mừng và địa chỉ liên hệ của bạn.	Mọi email đều cần có những nội dung sau đây của người gửi: <ul style="list-style-type: none"> • Họ tên. • Chức vụ. • Tên công ty. • Địa chỉ. • Số điện thoại. • Địa chỉ Email. • Địa chỉ Internet của công ty bạn. 	Bởi vì như thế sẽ tạo điều kiện dễ dàng cho người nhận liên lạc lại.	
8. Kiểm tra nội dung	Đọc lại nội dung email một lần nữa trước khi gửi.	Kiểm tra lại những mục sau: <ul style="list-style-type: none"> • Tên người nhận. • Chi tiết khác như: ngày gửi, số liệu, giá. • Tập tin gửi kèm. 	Một khi email đã được gửi đi bạn không thể sửa lỗi được nữa.	
9. Gửi email	Nhấp nút «Send».		Đó là cách gửi email.	
10. Kiểm tra	Kiểm tra lại xem email đã được gửi chưa bằng cách nhấp vào hộp «Send items».	<ul style="list-style-type: none"> • Lúc này email đã được gửi sẽ xuất hiện trong danh mục thư đã gửi. 	Đảm bảo rằng thư đã được gửi đi.	
11. Lưu email	Chuyển email vào đúng thư mục.	<ul style="list-style-type: none"> • Mục Send Items chứa thư mục của mọi mối liên lạc chính. • Tuân thủ chỉ dẫn của công ty bạn về lưu email. 	Như vậy bạn có thể dễ dàng tìm lại email đã gửi.	

CÔNG VIỆC SỐ 6:
PHẦN VIỆC SỐ 6.9:

HIỂU BIẾT VÀ SỬ DỤNG MÁY VI TÍNH
Bổ sung địa chỉ liên hệ vào sổ địa chỉ Outlook (Express)

BƯỚC	CÁCH LÀM	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	Kiến thức
1. Mở Outlook (Express)	Theo quy trình của công ty bạn.	Nhìn chung Outlook có thể mở như sau: <ul style="list-style-type: none"> Nhấp “Start”, chọn Programs và nhấp vào biểu tượng Outlook. Nhấp vào biểu tượng Outlook trên màn hình. Nhấp vào biểu tượng Outlook trên thanh công cụ Start. 	Điều này phụ thuộc vào thiết lập ở máy tính của văn phòng từ đó bạn có thể tìm Outlook.	Tiêu chuẩn của công ty bạn về giao dịch bằng văn bản.
2. Mở địa chỉ liên hệ	Nhấp vào “Contacts”.		Mở sổ địa chỉ trong Outlook.	
3. Bổ sung địa chỉ mới	Nhấp vào “New”.	Một khung địa chỉ mới còn trống xuất hiện		
4. Điền hoàn chỉnh thông tin chi tiết về địa chỉ	Điền vào những vùng cần thiết.	Những vùng dưới đây cần được điền đầy đủ: <ul style="list-style-type: none"> Họ tên. Công ty (nếu có). Tập tin (File as). Địa chỉ email. Số điện thoại (nếu có). Theo tiêu chuẩn của công ty bạn về việc điền đầy đủ thông tin về địa chỉ.	Như vậy bạn có đủ chi tiết về địa chỉ liên hệ “File as” quan trọng vì trường này xác định cách thức bạn tìm kiếm địa chỉ liên hệ trong cơ sở dữ liệu của mình.	

BƯỚC	CÁCH LÀM	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	KIẾN THỨC
5. Kiểm tra lại thông tin mới nạp	Kiểm tra lại những vùng đã được điền thông tin.	Đảm bảo mọi thứ chính xác.	Viết sai tên sẽ tạo cảm giác không chuyên nghiệp. Sai sót trong địa chỉ sẽ gây khó khăn khi gửi email.	
6. Lưu thông tin	Nhấp vào “Save và Close”.		Như vậy thông tin mới điền được lưu lại một cách chính xác và bổ sung vào sổ địa chỉ của bạn.	

CÔNG VIỆC SỐ 6: HIỂU BIẾT VÀ SỬ DỤNG MÁY VI TÍNH
PHẦN VIỆC SỐ 6.10: Dịch vụ Chat - IM (Kiến thức)

NỘI DUNG	MÔ TẢ	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	KIẾN THỨC
<p>1. Nhắn tin, chat (IM - Instant Messaging)</p>	<p>IM là một hình thức giao dịch thời gian thực giữa 2 hoặc nhiều người dựa trên việc đánh nội dung vào máy. Nội dung này được truyền qua máy tính được kết nối Internet.</p> <p>Nó cũng được gọi là chat.</p>	<p>Tùy thuộc vào thị trường mà bạn phải làm quen với các dạng:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Skype. • Yahoo Messenger. • QQ (chủ yếu ở Trung Quốc). • AOL Instant Messenger. • MSN Web Messenger. 	<p>Như vậy bạn có khả năng chat trên mạng bằng cách sử dụng hầu hết các dịch vụ IM thông dụng.</p>	<p>Tiếng lóng trong Internet: Người sử dụng thường dùng từ hoặc câu viết tắt để đàm thoại nhanh hoặc bỏ qua các thao tác nhấp phím. Danh mục những từ viết tắt có thể tìm thấy trên Internet.</p>
<p>2. Ưu thế của IM</p>	<p>Sử dụng IM có rất nhiều ưu thế.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Tương đối nhanh. • Liên lạc trực tiếp với khách hàng/nhà cung cấp. • Hầu như miễn phí. • Liên lạc theo cách không trang trọng. • Không ngắt quãng khách hàng/nhà cung cấp. 	<p>Bạn không phải chờ chuyển thư như đối với email.</p> <p>Tương tác trực tiếp để trao đổi thông tin.</p> <p>Khách hàng có thể đặt thông báo “Offline” (hoặc tương tự) để cho biết họ không muốn bị làm phiền. Khách hàng có thể từ chối “cuộc gọi” của bạn nếu thấy không phù hợp với họ.</p>	

NỘI DUNG	MÔ TẢ	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	KIẾN THỨC
3. Bất lợi của IM	Sử dụng IM cũng có nhiều bất lợi.	<ul style="list-style-type: none"> • Không chính thức. • Không được chuẩn bị trước. • Ít có thời gian xem lại lỗi chính tả. • Không phải tất cả khách hàng/nhà cung cấp đều sử dụng IM. 	<p>Cách thức này không phù hợp để xác nhận những thỏa thuận kinh doanh.</p> <p>Do đây là hình thức giao tiếp trực tiếp giữa bạn và khách hàng nên bạn cần phản ứng rất nhanh.</p> <p>Để mắc lỗi chính tả nên dễ bị coi là không chuyên nghiệp.</p> <p>Đây là công nghệ mới nên không phải mọi mối liên hệ của bạn đều sẵn sàng sử dụng IM.</p>	
4. Khi nào sử dụng IM	Dịch vụ IM chỉ có thể sử dụng với những điều kiện nhất định.	<ul style="list-style-type: none"> • Khi bạn muốn có việc trao đổi không chính thức về vấn đề nào đó. • Khi bạn cần nhận được câu trả lời nhanh chóng. • Khi bạn có quan hệ thân tình với người cần liên lạc. 	<p>IM là dịch vụ lý tưởng để có được phản hồi nhanh chóng về nhu cầu và kỳ vọng của khách hàng/nhà cung cấp.</p> <p>Khi công việc với thời gian hạn hẹp thì IM là lựa chọn tốt để bạn có được hoặc cung cấp câu trả lời nhanh chóng.</p>	

NỘI DUNG	MÔ TẢ	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	KIẾN THỨC
5. Khi nào KHÔNG sử dụng IM	Trong một số trường hợp không nên sử dụng IM.	Không nên sử dụng khi: <ul style="list-style-type: none"> • Xác nhận giao kết cuối cùng về công việc. • Khi bạn không thành thạo về ngôn ngữ viết. • Khi khách hàng của bạn không biết về hệ thống này. 	Không có bằng chứng bằng văn bản khi sử dụng IM. Để mắc lỗi chính tả. Một số khách hàng không tin tưởng vào dạng giao dịch này.	

CÔNG VIỆC SỐ 6: HIỂU BIẾT VÀ SỬ DỤNG MÁY VI TÍNH

PHẦN VIỆC SỐ 6.11: Sử dụng dịch vụ chat (IM)

BƯỚC	CÁCH LÀM	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	KIẾN THỨC
1. Chuẩn bị	Thu thập mọi thông tin bạn cần trao đổi trong phiên chat.	<ul style="list-style-type: none"> Liệt kê những nội dung chính bạn muốn trao đổi. Chuẩn bị sẵn hồ sơ khách hàng. 	Như vậy bạn đã chuẩn bị tốt và có thể trả lời mọi câu hỏi của khách hàng.	
2. Bắt đầu phiên chat	“Gọi” khách hàng và tự giới thiệu.	<ul style="list-style-type: none"> Tên: Sử dụng tên được đánh máy theo dạng công việc để tự giới thiệu. Cảnh trọng khi sử dụng hình ảnh đại diện. Tự giới thiệu bản thân bằng cách đánh họ tên + tên công ty bạn. 	<p>Cách thức này mang tính chuyên nghiệp. Tên gọi vui chỉ phù hợp cho mục đích cá nhân.</p> <p>Như vậy khách hàng biết ai gọi cho họ.</p>	
3. Xin phép chat	Kiểm tra xem khách hàng có thời gian để chat với bạn hay không.	<ul style="list-style-type: none"> Luôn hỏi xem nếu bạn tiến hành phiên chat thì có phù hợp với khách hàng không. 	Dù khách hàng tỏ ra có thời gian chat thì cũng có thể họ đang đợi phiên chat với người khác. Điều này cũng chứng tỏ bạn tôn trọng khách hàng.	

BƯỚC	CÁCH LÀM	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	KIẾN THỨC
4. Nội dung Chat	Chuyển nội dung.	<ul style="list-style-type: none"> • Thông điệp cần ngắn gọn và đơn giản. • Không mắc lỗi chính tả. • Không viết chỉ bằng toàn chữ in hoa. • Chỉ đặt một câu hỏi cho mỗi lần trao đổi. • Hạn chế sử dụng tiếng lóng và từ viết tắt. • Chỉ nói đùa khi bạn tin rằng khách hàng có thể hiểu được ý nghĩa. • Sử dụng biểu tượng thể hiện tình cảm. • Không sử dụng loại phong chữ quá sáng tạo. • Không chia sẻ thông tin cần giữ bí mật qua chat. 	<p>Khách hàng dễ theo dõi nội dung</p> <p>Vì người chuyên nghiệp không mắc lỗi chính tả.</p> <p>Vì bị coi là không lịch sự.</p> <p>Để khách hàng dễ trả lời.</p> <p>Khách hàng có thể không hiểu.</p> <p>Khách hàng có thể phật ý.</p> <p>Nếu bạn muốn bày tỏ tình cảm qua thông điệp.</p> <p>Đối với phiên chat công việc chỉ sử dụng phong chữ dành cho công việc.</p> <p>Đây không phải là phương tiện đảm bảo độ bảo mật thông tin.</p>	

BƯỚC	CÁCH LÀM	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	KIẾN THỨC
5. Chờ trả lời	Chờ khách hàng trả lời thư của bạn.	<ul style="list-style-type: none"> Với phần lớn ứng dụng IM, bạn có thể nhận biết khách hàng đang đánh máy thư. 	Vì khách hàng có thể đánh máy chậm hoặc bị mất tập trung vì những việc khác.	
6. Trả lời	Trả lời về nhận xét của khách hàng.	<ul style="list-style-type: none"> Luôn tập trung chú ý vào phiên chat. Kiểm tra lại thông điệp trước khi nhấn Enter để gửi. 	<p>Bạn gọi cho khách hàng nên họ muốn thấy bạn rất chú ý vào phiên chat.</p> <p>Trong những phiên chat trực tiếp, rất dễ gửi những thông điệp không hoàn chỉnh và không chính xác.</p>	
7. Kết thúc	Kết thúc phiên chat rõ ràng.	<ul style="list-style-type: none"> Thông báo rõ ràng phiên chat đã kết thúc. Cảm ơn khách hàng. Chờ khách hàng kết thúc mới chấm dứt kết nối. 	<p>Như vậy cả hai phía đồng ý kết thúc phiên chat.</p> <p>Vì như vậy là lịch sự.</p> <p>Đó là dấu hiệu của sự tôn trọng khách.</p>	

CÔNG VIỆC SỐ 6:
PHẦN VIỆC SỐ 6.12:

HIỂU BIẾT VÀ SỬ DỤNG MÁY VI TÍNH
Dịch vụ đàm thoại qua Internet - VOIP (Kiến thức)

NỘI DUNG	MÔ TẢ	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	KIẾN THỨC
<p>1. Dịch vụ VOIP</p>	<p>VOIP là khả năng gọi điện thoại thông qua Internet. VOIP được sử dụng thay cho việc gọi điện thoại thông thường.</p>	<p>Tùy thuộc vào thị trường bạn cần làm quen với các hình thức:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Skype. • AOL Instant Messenger. • MSN Web Messenger. 	<p>Như vậy bạn có khả năng sử dụng những dịch vụ VOIP thông dụng nhất.</p>	
<p>2. Ưu thế của VOIP</p>	<p>Sử dụng VOIP thay cho điện thoại thông thường có nhiều ưu thế.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Hầu như không mất tiền. • Dễ dàng nhận biết việc liên lạc có thể thực hiện qua điện thoại được không. • Dễ và chi phí thấp khi tiến hành đàm thoại với nhiều người. 	<p>Bạn chỉ phải trả tiền cho việc truy cập vào Internet (đăng nào nhiều công ty cũng đã nối mạng).</p> <p>Khách hàng có thể để ở chế độ “Offline”(hoặc tương tự) để cho biết họ không muốn bị làm phiền. Khách hàng có thể từ chối cuộc “gọi” của bạn nếu thấy không phù hợp.</p> <p>Bởi vì bạn có thể lựa chọn khả năng “nói chuyện với nhiều người” (Conference calls).</p>	

NỘI DUNG	MÔ TẢ	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	KIẾN THỨC
<p>3. Nhược điểm của VOIP</p>	<p>Sử dụng VOIP thay cho điện thoại thông thường cũng có những nhược điểm.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Kết nối liên lạc không phải lúc nào cũng ổn định. • Không phải mọi khách hàng đều tiếp cận được với dịch vụ này 	<p>Sẽ rất mất tập trung nếu như liên lạc bị gián đoạn hoặc một trong những người tham gia có đường kết nối không tốt.</p> <p>Vì đây là mối liên lạc trực tiếp giữa bạn với khách hàng nên bạn phải phản ứng nhanh chóng.</p> <p>Dễ mắc lỗi chính tả dẫn đến bị coi là không chuyên nghiệp.</p> <p>Đây là công nghệ mới nên không phải ai cũng đều sẵn sàng sử dụng dịch vụ này</p>	

7. HỆ THỐNG PHÂN PHỐI TOÀN CẦU (GDS)

Giới thiệu:

Vì mục đích của cuốn tài liệu này, thuật ngữ “Hệ thống phân phối toàn cầu” (GDS) và thuật ngữ “Hệ thống đặt giữ chỗ qua vi tính” (CRS) đều có cùng một nghĩa. Thuật ngữ “GDS” được sử dụng nhiều hơn trong năm 2007, thay thế cho thuật ngữ “CRS”. Tuy nhiên, trong ngành công nghiệp khách sạn, thuật ngữ CRS vẫn còn được sử dụng để nói về Hệ thống đặt giữ chỗ tập trung liên quan đến hệ thống đặt giữ chỗ sử dụng tại các văn phòng đặt chỗ hay trung tâm đặt chỗ qua điện thoại.

Thị trường du lịch là thị trường toàn cầu nơi có hàng triệu người mua (các đại lý du lịch, các nhà bán sỉ và cộng đồng khách) và người bán (các khách sạn, các hãng hàng không, các doanh nghiệp cho thuê xe ô tô, tàu hỏa, các hãng tàu biển và các doanh nghiệp bảo hiểm du lịch) làm việc với nhau để trao đổi các dịch vụ du lịch. Tại “những vùng” mà người mua tìm kiếm các dịch vụ du lịch là các hệ thống phân phối toàn cầu (GDS) và các trang Web điện tử được các nhà cung cấp và các đơn vị khác vận hành (xem CÔNG VIỆC SỐ 8). Các hệ thống và các trang này đã trở thành “siêu thị” điện tử liên kết giữa người mua và người bán và cho phép thực hiện việc đặt chỗ một cách dễ dàng và nhanh chóng.

Ngành công nghiệp hàng không đã tạo ra các hệ thống đặt giữ chỗ tự động đầu tiên vào những năm 1960 như một cách để tìm kiếm lịch bay, chỗ trống và các mức giá trên các chuyến bay. Các hệ thống này được đưa vào trong các hệ thống đặt giữ chỗ được vi tính hóa, khi SABRE (do Hãng hàng không Mỹ quản lý) và Apollo (Hàng không Liên bang Mỹ, United Airline) bắt đầu cung cấp các hệ thống đặt giữ chỗ của họ đến các đại lý du lịch, họ có thể biến các đại lý du lịch thành lực lượng bán hàng bổ sung cho hãng hàng không một cách hiệu quả và cần thiết.

Hiện nay có bốn hệ thống GDS chính là Amadeus, Galileo, Sabre, Worldspan. Ngoài ra còn có một số hệ thống nhỏ hơn hoặc mang tính vùng miền; (như Abacus, sử dụng hệ thống Sabre và cung cấp dịch vụ cho vùng châu Á/Thái Bình Dương).

Phần công việc này mô tả các kiến thức và kỹ năng cần thiết để sử dụng hệ thống GDS/CRS để tạo các đơn đặt dịch vụ cho các sản phẩm và dịch vụ du lịch khác nhau. Hệ thống GDS/CRS có thể được đại lý sử dụng để đặt dịch vụ của nhà cung cấp và cũng có thể được một Doanh nghiệp lữ hành hoặc khách sạn sử dụng để nhận và xử lý các yêu cầu đặt chỗ.

PHẦN VIỆC SỐ 7.1:	Phân phối điện tử (Chú giải thuật ngữ) (Kiến thức)
PHẦN VIỆC SỐ 7.2:	Tổng quan về GDS (Kiến thức)
PHẦN VIỆC SỐ 7.3:	Kiến thức cơ bản về tiếp nhận đặt chỗ (Kiến thức)

CÔNG VIỆC SỐ 7: HỆ THỐNG PHÂN PHỐI TOÀN CẦU (GDS)
PHẦN VIỆC SỐ 7.1: Phân phối điện tử (Chú giải thuật ngữ) (Kiến thức)

NỘI DUNG	MÔ TẢ	VÍ DỤ/NHẬN XÉT
Kênh phân phối	Các kênh qua đó khách sạn tiếp cận được với người đặt chỗ.	
Phân phối điện tử	Phân phối điện tử (ED) là một thuật ngữ dùng để mô tả việc quản lý mọi kênh phân phối. Các kênh phân phối này hỗ trợ các nhà cung cấp khách sạn đưa khách sạn của mình tới các kênh cầu khách sạn (Đại lý lữ hành, công ty lữ hành bán buôn, khách hàng và người đặt chỗ khách sạn...) và tạo điều kiện cho người đặt chỗ có thể tiến hành đặt chỗ bằng máy tính một cách nhanh chóng và với chi phí thấp. Các kênh phân phối này có thể là kênh trực tuyến thông qua Internet hoặc là kênh điện tử thông qua mạng nội bộ hoặc thông qua kết nối có giao diện tương tác.	
Kênh trung gian	Là một đơn vị được khách hàng ủy quyền thay mặt họ tiến hành đặt giữ chỗ khách sạn và vận chuyển.	Có thể là đại lý lữ hành.
GDS	<p>GDS là thuật ngữ dùng để mô tả Hệ thống phân phối toàn cầu.</p> <p>Có 4 hệ thống đặt giữ chỗ chính được sử dụng trên toàn thế giới để đặt chỗ hàng không, khách sạn, thuê xe và tàu thủy.</p> <p>Thông qua các hệ thống này, đại lý lữ hành và người đặt chỗ có khả năng tiếp cận hàng ngàn hãng hàng không, khách sạn và công ty vận chuyển ô tô và tiến hành đặt giữ chỗ trực tiếp như đặt chỗ khách sạn.</p>	
CRS	<p>Hệ thống đặt giữ chỗ trung tâm.</p> <p>Việc đặt giữ chỗ tiếp cận khách sạn thông qua văn phòng đặt giữ chỗ trung tâm.</p>	Việc đặt chỗ sẽ được chuyển thẳng đến Hệ thống quản lý tài sản khách sạn.

NỘI DUNG	MÔ TẢ	VÍ DỤ/NHẬN XÉT
Trang Web của bên thứ ba	Trên những trang web này khách hàng có thể đặt số tiền mà họ muốn thuê buồng khách sạn trong một thời điểm cụ thể nào đó, Đơn vị vận hành trang web của phía thứ ba sẽ lựa chọn khách sạn phù hợp với yêu cầu của khách hàng.	Khách hàng không biết trước sẽ đặt chỗ ở khách sạn nào. Còn được gọi là trang web đấu giá: Vd. www.priceline.com , www.hotwire.com
Mô hình thương mại	Khách sạn cam kết một số lượng buồng nhất định hoặc mức giá nhất định cho trang web của bên thứ ba. Trang web của bên thứ ba sẽ quảng bá trang web và chào mời khách hàng đặt chỗ qua trang web của họ.	www.travelocity.com , www.expedia.com
IDS	<p>IDS là Hệ thống phân phối qua Internet. Những hệ thống này là các trang web trên Internet cung cấp khả năng đặt chỗ khách sạn trực tuyến, đặt chỗ điện tử. Phần lớn các trang web này cho phép khách hàng cá nhân lên mạng và tiến hành đặt chỗ khách sạn và nhận được hồi đáp ngay lập tức bằng số xác nhận từ Hệ thống đặt giữ chỗ trung tâm của khách sạn.</p> <p>Những trang web này kết nối với khách sạn theo một trong 3 cách sau:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Kết nối trực tiếp tới một Hệ thống đặt giữ chỗ trung tâm của khách sạn cụ thể. • Kết nối qua một công ty chuyển tiếp từ đó sẽ chuyển kết nối tới nhiều Hệ thống đặt giữ chỗ khách sạn. • Kết nối tới Hệ thống phân phối toàn cầu rồi kết nối tiếp tới một Hệ thống đặt giữ chỗ trung tâm của khách sạn. 	

CÔNG VIỆC SỐ 7: HỆ THỐNG PHÂN PHỐI TOÀN CẦU (GDS)

PHẦN VIỆC SỐ 7.2: Tổng quan về GDS (Kiến thức)

NỘI DUNG	MÔ TẢ	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	KIẾN THỨC
1. Thông tin cơ bản	<p>GDS có thể tiếp cận trên toàn thế giới.</p> <p>Một hệ thống đáng tin cậy.</p> <p>Linh hoạt.</p>	<ul style="list-style-type: none"> 10.000 văn phòng bán vé máy bay, 67.000 đại lý lữ hành tại trên 200 quốc gia. Luôn sẵn sàng trả lời ngay lập tức. Dễ dàng tiến hành nhiều giao dịch. 	GDS/CRS được sử dụng trên thế giới để liên kết các nhà cung cấp sản phẩm và dịch vụ du lịch với các tổ chức trung gian đại diện cho họ.	
2. Ưu thế đối với các đại lý lữ hành/hãng lữ hành	<p>Chương trình có thể thay đổi vào phút chót.</p> <p>Đặt chỗ đối với các lộ trình phức tạp vòng quanh thế giới tương đối dễ dàng.</p> <p>Đại lý lữ hành/hãng lữ hành có thể so sánh giá và khả năng đặt chỗ.</p>			
3. Địa vị hiện nay của GDS	<p>Hiện tại có 4 hệ thống chính đang hoạt động và được gọi là Hệ thống phân phối toàn cầu (GDS) – Amadeus, Galileo, Sabre và Worldspan.</p> <p>Ngoài ra còn có một số hệ thống nhỏ hơn và mang tính khu vực như: Abacus (sử dụng máy chủ SABRE) phục vụ cho khu vực Châu Á/Thái Bình Dương.</p>	<ul style="list-style-type: none"> Hiểu biết về GDS/CRS được dùng tại công ty bạn (nếu có). 	GDS/CRS đóng vai trò sống còn trong hoạt động du lịch quốc tế ngày nay.	

NỘI DUNG	MÔ TẢ	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	KIẾN THỨC
<p>4. Sản phẩm của GDS</p>	<p>GDS có những thông tin trực tiếp và cập nhật, đa dạng về nhiều sản phẩm du lịch.</p>	<p>Thông qua GDS, có thể đặt giữ chỗ:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Máy bay. • Buồng khách sạn. • Thuê xe ô tô. • Tour. • Tàu thủy. • Xe buýt. • Tàu hỏa. • Các loại vé. • Bảo hiểm du lịch. • Dịch vụ Limousine. • Sự kiện và nhà hát. <p>Thông tin về những yêu cầu sau đây có thể tìm thấy trên hệ thống:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Hộ chiếu. • Thị thực. • Y tế và tiêm chủng. 	<p>Bạn phải có khả năng sử dụng mọi đặc tính của hệ thống GDS/CRS của công ty bạn.</p>	

CÔNG VIỆC SỐ 7: HỆ THỐNG PHÂN PHỐI TOÀN CẦU (GDS)

PHẦN VIỆC SỐ 7.3: Kiến thức cơ bản về tiếp nhận đặt chỗ (Kiến thức)

Thông tin tổng quan này mô tả ngắn gọn những kỹ năng và kiến thức mà một nhân viên ở trình độ cơ bản phải biết về GDS nếu như công ty của họ có sử dụng. Việc hướng dẫn từng bước về cách thức xử lý thông tin thông qua những hệ thống khác nhau sẽ được các nhà cung cấp phần mềm hoặc những người có kinh nghiệm trong công ty thực hiện.

NỘI DUNG	MÔ TẢ	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	KIẾN THỨC
1. Truy cập vào hệ thống	Truy cập và thao tác trên hệ thống GDS/CRS để lấy thông tin.	<ul style="list-style-type: none"> Sử dụng đúng quy trình và mã cần thiết để truy cập và thoát ra khỏi hệ thống. Truy cập và hiểu đúng những gì hệ thống hiển thị. 	Bạn cần phải đăng nhập theo đúng quy trình vì công ty bạn cần phải được hệ thống nhận dạng trước khi có thể truy cập vào GDS.	Nắm được tất cả các mã và quy trình của hệ thống.
2. Lấy thông tin	Sử dụng đúng mã sẽ cho phép lấy được nhiều thông tin về điểm đến và những cấu phần lõi hành khác nhau.	<ul style="list-style-type: none"> Thông thạo các tính năng của hệ thống để truy cập các thông tin khác nhau (bao gồm các điểm đến, các sản phẩm và các mức giá). 		

NỘI DUNG	MÔ TẢ	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	KIẾN THỨC
<p>3. Tạo và xử lý các đặt giữ chỗ</p>	<p>Bạn phải kiểm tra sự sẵn có và tạo các đặt giữ chỗ theo các chức năng và yêu cầu của hệ thống.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Mã hóa và giải mã được các câu lệnh phổ biến trong hệ thống CRS. • Trường dữ liệu bắt buộc của dữ liệu khách hàng là: <ul style="list-style-type: none"> - Tên. - Số điện thoại liên hệ. - Địa chỉ. - Hành trình. - Thời hạn phải xuất vé. - Tên người thực hiện/thay đổi đặt chỗ. 	<p>Như vậy, bạn có thể tiến hành đặt giữ chỗ phù hợp với các điều kiện khác nhau của khách hàng.</p> <p>Trường dữ liệu phải được điền hoàn chỉnh ở mọi dạng khác nhau của GDS.</p>	
<p>4. Thay đổi các đặt giữ chỗ và các yêu cầu đặt chỗ</p>	<p>Bạn phải có thể tiến hành những điều chỉnh cơ bản đối với các yêu cầu đặt giữ chỗ hiện có.</p>	<p>Ít nhất bạn phải làm được những việc sau đối với việc đặt giữ chỗ qua GDS:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Lấy thông tin. • Thay đổi. • Hủy bỏ. • Chia tách. • In vé và bản xác nhận. <p>Sử dụng các biểu mẫu theo quy định đối với một loại GDS cụ thể.</p>	<p>Có những yêu cầu cơ bản đối với những người làm việc với hệ thống này.</p>	

8. HỆ THỐNG PHẦN MỀM DÙNG CHO HÃNG LỮ HÀNH

Giới thiệu:

Các Hãng lữ hành trên thế giới sử dụng các hệ thống phần mềm được thiết kế để đơn giản hoá các bước đặt chỗ, lưu giữ các thông tin chính xác về các yêu cầu đặt chỗ, giảm chi phí và mang lại cho họ tốc độ cũng như tính chính xác cao hơn trong cung cấp dịch vụ. Thực tế ở Việt Nam hiện nay, hầu hết các hãng lữ hành đều đang sử dụng hệ thống thủ công trong đặt chỗ, giữ chỗ, điều hành và kế toán. Một số hãng lữ hành đã đầu tư vào các phần mềm tự thiết kế để hỗ trợ một hoặc một số chức năng kể trên.

Ngày nay, những đơn vị mới tham gia vào hoạt động kinh doanh du lịch trong nước và nước ngoài, cung cấp dịch vụ mặt đất và các doanh nghiệp quản lý điểm đến và các văn phòng đặt giữ chỗ trung tâm sẽ được giới thiệu về các hệ thống phần mềm đã được sử dụng phổ biến trên thế giới.

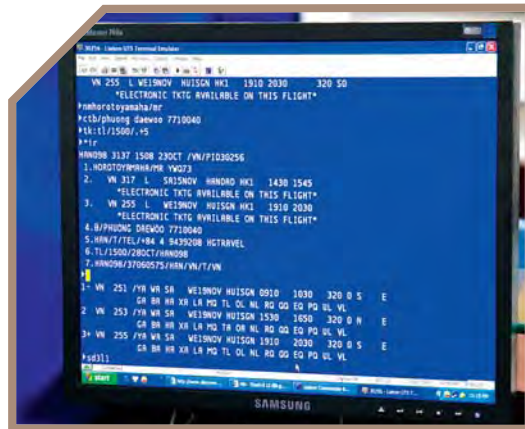
Các hệ thống phần mềm được thiết kế riêng biệt cho các yêu cầu đặt chỗ khách lẻ, khách đoàn, các chương trình du lịch theo lịch có sẵn, các chương trình du lịch mua trước, các chương trình mạo hiểm, sinh thái và săn bắn, các chương trình du lịch văn hoá, giáo dục và thể thao.

Các doanh nghiệp phần mềm khác nhau, đặc biệt là các doanh nghiệp chuyên phát triển phần mềm cho các doanh nghiệp lữ hành, thường cung cấp các giải pháp phần mềm linh hoạt với các hệ thống đặt giữ chỗ, kế toán và quản lý thông tin được tích hợp hoàn toàn, dựa trên giao diện web cho các đại lý, khách hàng và các nhà cung cấp. Các hệ thống này cung cấp một gói phần mềm toàn bộ, bao gồm việc cài đặt, quản lý dự án, đào tạo, hỗ trợ, tư vấn tổng thể và các giải pháp thiết kế theo yêu cầu. Các hệ thống của họ có thể chạy trên nền giao diện phần mềm Microsoft Windows để dễ dàng sử dụng và tăng hiệu suất làm việc của nhân viên.

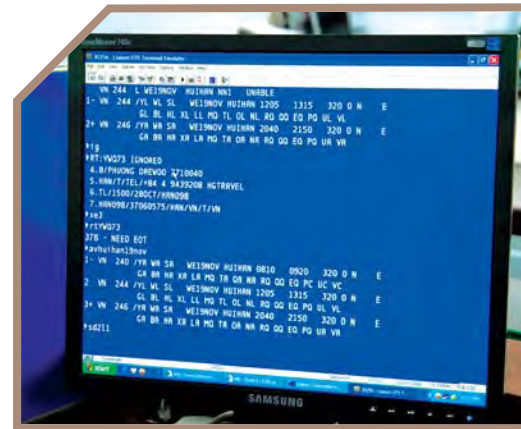
PHẦN VIỆC SỐ 8.1:	Hệ thống phần mềm dùng cho hãng lữ hành (Kiến trúc)
PHẦN VIỆC SỐ 8.2:	Cơ sở dữ liệu (Kiến trúc)
PHẦN VIỆC SỐ 8.3:	Các yêu cầu và đặt giữ chỗ (Kiến trúc)
PHẦN VIỆC SỐ 8.4:	Giao dịch (Kiến trúc)
PHẦN VIỆC SỐ 8.5:	Điều hành (Kiến trúc)
PHẦN VIỆC SỐ 8.6:	Kế toán (Kiến trúc)
PHẦN VIỆC SỐ 8.7:	Báo cáo (Kiến trúc)
PHẦN VIỆC SỐ 8.8:	Các kỹ năng cơ bản trong vận hành hệ thống phần mềm của hãng lữ hành.



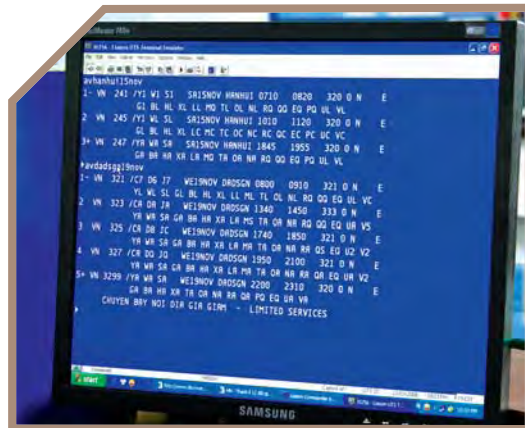
CÔNG VIỆC 8: HIỂU BIẾT VÀ SỬ DỤNG CÁC HỆ THỐNG PHẦN MỀM CHO HÃNG LỬ HÀNH



HỆ THỐNG PHẦN MỀM CƠ BẢN DÀNH CHO HÃNG ĐIỀU HÀNH TOUR 1



VAI TRÒ CỦA CHƯƠNG TRÌNH PHẦN MỀM DÀNH CHO HÃNG LỬ HÀNH 2



CHỨC NĂNG CỦA CƠ SỞ DỮ LIỆU 3



CÁC THIẾT BỊ PHỤC VỤ VIỆC ĐẶT CHỖ 4



CÔNG VIỆC 8: HIỂU BIẾT VÀ SỬ DỤNG CÁC HỆ THỐNG PHẦN MỀM CHO HÃNG LỮ HÀNH



CƠ SỞ DỮ LIỆU

5



CÁC TRANG WEB CỦA CÁC NHÀ CUNG CẤP

6



CHƯƠNG TRÌNH THANH TOÁN CHẤP NHẬN CÁC LOẠI NGOẠI TỆ KHÁC NHAU

7



LỰA CHỌN MỨC GIÁ CHO BẢNG DỰ KIẾN GIÁ

8

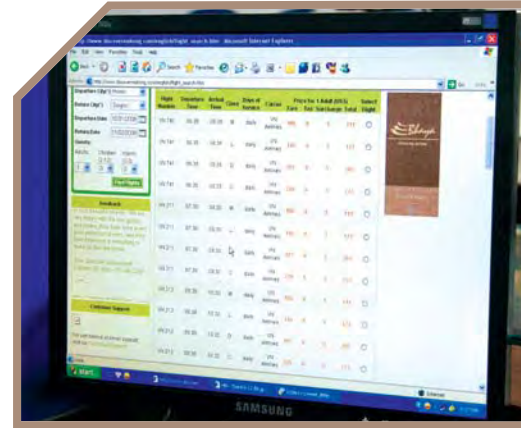


CÔNG VIỆC 8: HIỂU BIẾT VÀ SỬ DỤNG CÁC HỆ THỐNG PHẦN MỀM CHO HÃNG LỮ HÀNH



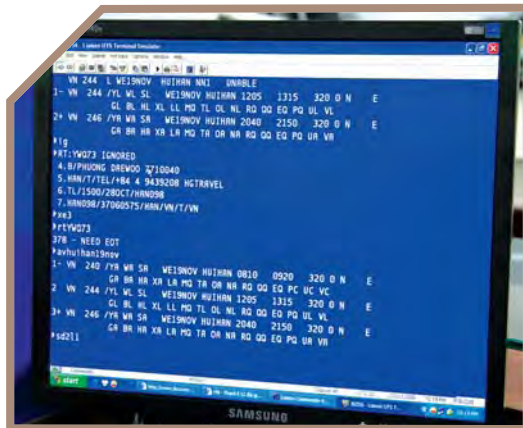
CÁC YÊU CẦU VÀ ĐẶT GIỮ CHỖ

9



CÁC YÊU CẦU

10



HỆ THỐNG GIT ĐỂ ĐẶT GIỮ CHỖ VÀ DỰ BẢO GIÁ

11



HỆ THỐNG FIT ĐỂ ĐẶT GIỮ CHỖ VÀ DỰ KIẾN GIÁ

12



CÔNG VIỆC 8: HIỂU BIẾT VÀ SỬ DỤNG CÁC HỆ THỐNG PHẦN MỀM CHO HÃNG LỮ HÀNH



GIAO DỊCH

13



GIAO DỊCH BẰNG VĂN BẢN

14



GIAO DỊCH VỚI CÁC NHÀ CUNG CẤP
TRONG NGÀNH DU LỊCH VÀ KHÁCH HÀNG

15



CÔNG VIỆC 8: HIỂU BIẾT VÀ SỬ DỤNG CÁC HỆ THỐNG PHẦN MỀM CHO HÃNG LỬ HÀNH



ĐIỀU HÀNH

16



CHƯƠNG TRÌNH KHÁCH ĐẾN

17



BÁO CÁO VỀ TÌNH TRẠNG CÁC DỊCH VỤ

18

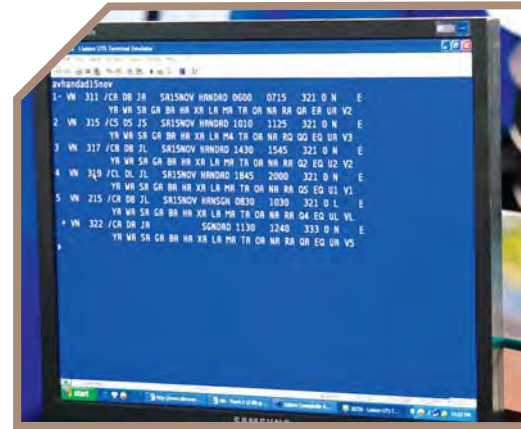


CÔNG VIỆC 8: HIỂU BIẾT VÀ SỬ DỤNG CÁC HỆ THỐNG PHẦN MỀM CHO HÃNG LỬ HÀNH



KẾ TOÁN

19



HỆ THỐNG PHẦN MỀM CƠ BẢN DÀNH CHO HÃNG LỬ HÀNH

20



TÀI KHOẢN THU TỰ ĐỘNG

21



TÀI KHOẢN CHI TỰ ĐỘNG

22

CÔNG VIỆC SỐ 8:
PHẦN VIỆC SỐ 8.1:

HỆ THỐNG PHẦN MỀM DÙNG CHO HÃNG LỮ HÀNH
Hệ thống phần mềm dùng cho hãng lữ hành (Kiến thức)

NỘI DUNG	MÔ TẢ	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	KIẾN THỨC
<p>1. Vai trò của phần mềm cho các hãng lữ hành</p>	<p>Các giải pháp phần mềm của hãng lữ hành kết hợp các chức năng nhận yêu cầu, đặt chỗ, giữ chỗ và điều hành, kế toán và gửi báo cáo quản lý tự động.</p>	<p>Phần mềm cho hãng lữ hành có thể xử lý:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Khách lẻ. • Khách đoàn. • Tour trọn gói. • Tour theo yêu cầu. • Tour theo kế hoạch. • Hội nghị. • Sự kiện. 	<p>Như vậy các hãng lữ hành có thể quản lý mọi thứ thông qua một hệ thống phần mềm.</p>	
<p>2. Chức năng về cơ sở dữ liệu</p>	<p>Cơ sở dữ liệu cung cấp tất cả các thông tin cơ bản đối với tất cả các loại hình dịch vụ.</p> <p>Cơ sở dữ liệu cũng lưu giữ thông tin về khách hàng</p>	<p>Cơ sở dữ liệu chứa đựng giá của khách lẻ và khách đoàn cho những dịch vụ sau:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Khách sạn. • Vận chuyển. • Tham quan. • Nhà hàng. • Đón tiễn. • Chuyến bay. • Tour du lịch trọn gói. <p>Luôn nhập những thông tin cơ bản về khách hàng vào trong cơ sở dữ liệu.</p>	<p>Điều này làm cho mọi nhân viên trong văn phòng dễ tìm thấy những thông tin về mọi chương trình và sản phẩm du lịch mà công ty sẵn sàng cung cấp.</p> <p>Như vậy mọi nhân viên trong văn phòng có thể tiếp cận thông tin này và đảm bảo khi khách hàng muốn lặp lại việc đặt chỗ thì bạn không cần phải nhập lại những thông tin này.</p>	

NỘI DUNG	MÔ TẢ	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	KIẾN THỨC
3. Chức năng đặt giữ chỗ	<p>Hệ thống này có khả năng đặt giữ chỗ cho tất cả các cấu phần trong chương trình.</p> <p>Hệ thống có thể lưu giữ lịch sử đặt chỗ trực tuyến trong nhiều năm và cung cấp một bộ công cụ hữu hiệu để đẩy nhanh công việc tính giá và đặt chỗ cho khách lẻ và khách đoàn.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Hiểu biết về chức năng đặt giữ chỗ trong hệ thống của doanh nghiệp. • Bạn có khả năng soạn thảo, chỉnh sửa và xác nhận việc đặt chỗ cho khách lẻ và khách đoàn. 	<p>Như vậy bạn có thể phản hồi cho các nhu cầu của khách hàng.</p>	
4. Chức năng điều hành	<p>Hệ thống này tạo nên cái nhìn tổng quát về các hoạt động và yêu cầu.</p>	<p>Hệ thống này sẽ cung cấp cho bạn:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Kế hoạch đến và đi của khách. • Kế hoạch của lái xe, hướng dẫn và ô tô. • Báo cáo về đón và tiễn hàng ngày. • Thời gian và hoạt động của các đoàn và khách lẻ hiện đang thực hiện chương trình do công ty bạn bố trí. 	<p>Điều này sẽ giúp bạn theo dõi cẩn thận việc lên kế hoạch và đảm bảo tất cả các khách hàng được chăm sóc một cách chuyên nghiệp.</p>	

NỘI DUNG	MÔ TẢ	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	KIẾN THỨC
5. Chức năng kế toán	Hệ thống kế toán hoàn toàn tích hợp với chức năng đặt giữ chỗ và chức năng điều hành.	<ul style="list-style-type: none"> Mọi chi phí liên quan đến việc đặt giữ chỗ sẽ được tự động chuyển thông qua hệ thống kế toán. 	Chức năng kế toán giúp làm cho việc ghi hóa đơn và thanh toán các cấu phần khác nhau trở nên dễ dàng.	
6. Chức năng báo cáo	Lập các báo cáo về bán, mua dịch vụ và các khoản lợi nhuận.	<ul style="list-style-type: none"> Chức năng báo cáo hỗ trợ quản lý giám sát mọi quá trình. Nhiều vài báo cáo giúp cho bạn có được cái nhìn tổng thể về những công việc tổ chức trong phạm vi trách nhiệm của bạn. 	Giúp cho việc định hướng công tác quản lý. Giúp bạn kiểm soát được mọi hoạt động.	

CÔNG VIỆC SỐ 8: HỆ THỐNG PHẦN MỀM DÙNG CHO HÃNG LỮ HÀNH

PHẦN VIỆC SỐ 8.2: Cơ sở dữ liệu (Kiến thức)

NỘI DUNG	MÔ TẢ	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	KIẾN THỨC
1. Cơ sở dữ liệu của nhà cung cấp	Cơ sở dữ liệu cung cấp tất cả các thông tin cơ bản về các loại hình dịch vụ.	Cơ sở dữ liệu lưu trữ giá cả về các dịch vụ sau đây cho khách lẻ và khách đoàn: <ul style="list-style-type: none"> • Khách sạn. • Vận chuyển. • Tham quan. • Nhà hàng. • Đón tiễn. • Máy bay. • Chương trình trọn gói. 	Điều này làm cho mọi nhân viên trong văn phòng dễ tìm thấy những thông tin về mọi chương trình và sản phẩm du lịch mà công ty chào cho khách.	
2. Tiện ích liên quan đến nhiều loại tiền	Phần lớn các cơ sở dữ liệu có dịch vụ liên quan đến nhiều loại tiền.	Dịch vụ liên quan đến nhiều loại tiền cho phép các cấu phần của chương trình có thể được mua và bán bằng bất kỳ loại tiền nào. Luôn soạn thảo chương trình phù hợp với loại tiền khách hàng sử dụng. Cần chú ý rằng việc thanh toán trên thực tế cần phải được tiến hành bằng loại tiền đất nước bạn chấp nhận.	Cơ sở dữ liệu có thể cung cấp các tỷ giá cập nhật giữa các loại tiền tệ (như USD, VND, các loại tiền khác) tạo điều kiện thuận lợi cho việc tính toán giá cả cho khách hàng bằng loại tiền của họ. Phần lớn khách hàng đều cảm thấy dễ hơn nếu giá trị được tính bằng loại tiền của mình. Như vậy khách hàng biết rằng giá cuối cùng còn có thể thay đổi phụ thuộc vào tỷ giá chuyển đổi.	

NỘI DUNG	MÔ TẢ	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	KIẾN THỨC
3. Lựa chọn mức giá cho bảng tính giá	Cơ sở dữ liệu lưu giữ các mức giá khác nhau có thể áp dụng cho các loại khách hàng khác nhau.	Bạn cần phải biết cách chọn các mức giá thích hợp: <ul style="list-style-type: none"> • Giá khách lẻ và khách đoàn. • Nhiều loại thuế khác nhau đánh vào mỗi dịch vụ của nhà cung cấp. • Các mùa khác nhau. • Giá linh hoạt. • Cộng thêm giá và tỷ lệ hoa hồng trên từng dịch vụ. 	Biết khi nào sẽ lựa chọn loại giá nào sẽ giúp cho bạn soạn thảo được một bảng tính giá chính xác.	
4. Lựa chọn từ lượng buồng đã có sẵn (allocation) trong cơ sở dữ liệu	Cơ sở dữ liệu lưu trữ lượng buồng công ty bạn đã có sẵn và cập nhật tình trạng của chúng.	Bạn phải biết cách xem thông tin về các dịch vụ đó như: <ul style="list-style-type: none"> • Các mô tả về dịch vụ / khách sạn, các hình ảnh và biểu đồ. • Tỷ giá và điều kiện đặt chỗ. 	Sử dụng lượng buồng có sẵn khi tiến hành đặt chỗ khách sạn cho phép bạn xác nhận đặt chỗ trực tiếp với khách sạn mà không cần phải kiểm tra lại với khách sạn. Nhìn chung loại giá áp dụng rất thuận lợi cho cả công ty và khách hàng của bạn.	Lượng buồng đã có sẵn là những buồng mà công ty bạn có thể đặt mà không cần phải liên hệ trước với khách sạn để kiểm tra xem có còn không.

CÔNG VIỆC SỐ 8: HỆ THỐNG PHẦN MỀM DÙNG CHO HÃNG LỮ HÀNH

PHẦN VIỆC SỐ 8.3: Các yêu cầu và đặt giữ chỗ (Kiến thức)

NỘI DUNG	MÔ TẢ	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	KIẾN THỨC
1. Các câu hỏi	Các hệ thống (công nghệ) phần mềm cho hãng lữ hành sẽ tạo thuận lợi cho bạn khi trả lời các câu hỏi và hỗ trợ bạn lập chương trình du lịch theo từng bước.	Bạn cần phải trả lời được các câu hỏi của khách về: <ul style="list-style-type: none"> • Sản phẩm. • Dịch vụ sẵn có. • Giá cả. 	Doanh nghiệp bạn có thể trả lời các yêu cầu về mức giá nhanh bao nhiêu thì sẽ nhận được sự khẳng định đặt chỗ nhiều bấy nhiêu.	
2. Hệ thống tính giá và đặt chỗ khách đoàn	Phần mềm lữ hành cho phép soạn thảo bảng tính giá cho việc đặt chỗ khách đoàn một cách nhanh chóng và chính xác hơn.	Bạn phải có khả năng: <ul style="list-style-type: none"> • Tìm kiếm sản phẩm theo hạng sản phẩm trong cơ sở dữ liệu. • Tự động tính giá các chi phí cho những người đi theo, hướng dẫn viên và lái xe. • Sử dụng các hình thái khách khác nhau. • Sử dụng hệ thống xếp phòng cho khách đoàn. 	Đặc biệt các công ty lữ hành nước ngoài muốn việc tính giá cho các yêu cầu khách đoàn của họ phải được thực hiện nhanh chóng và chính xác. Chờ đợi lâu không còn được chấp nhận và có thể làm công ty bạn mất đi cơ hội được tính giá cho đoàn khách.	

NỘI DUNG	MÔ TẢ	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	KIẾN THỨC
3. Hệ thống tính giá và đặt chỗ khách lẻ	Phần mềm lõi hành cho phép soạn thảo bảng tính giá cho việc đặt chỗ khách đoàn nhỏ và khách lẻ một cách nhanh chóng và chính xác hơn.	Bạn phải có khả năng: <ul style="list-style-type: none"> • Tính giá cho người lớn, trẻ em và trẻ sơ sinh. • Tính giá cho từng người hoặc cho từng phòng với cách tính giá cho nhiều hành trình đối với các đoàn đặc biệt. • Đặt giữ chỗ cho các hành trình trọn gói và hành trình bổ sung, đường không/đường bộ và các chương trình đặc biệt khác. 	Chương trình của bạn càng theo yêu cầu bao nhiêu và việc tính giá càng nhanh bao nhiêu thì cơ hội để bạn nhận được sự khẳng định đặt chỗ cho công ty bạn càng nhiều bấy nhiêu.	
4. Các thay đổi	Một hệ thống được tự động hóa sẽ cho phép nhanh chóng tính toán lại các chi phí và mức giá.	Bạn phải có khả năng tiến hành các sửa đổi trong những trường hợp sau: <ul style="list-style-type: none"> • Thay đổi số lượng khách hàng. • Thay đổi ngày. • Thay đổi dịch vụ. 	Phần mềm du lịch cho phép tiết kiệm rất nhiều thời gian để tính lại giá cho chương trình du lịch.	

CÔNG VIỆC SỐ 8: HỆ THỐNG PHẦN MỀM DÙNG CHO HÃNG LỮ HÀNH

PHẦN VIỆC SỐ 8.4: Giao dịch (Kiến thức)

NỘI DUNG	MÔ TẢ	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	KIẾN THỨC
1. Văn bản - bằng fax và thư điện tử	Hệ thống có chức năng định dạng văn bản và thông điệp cho phép bạn gửi tài liệu qua fax và thư điện tử cho khách hàng.	Bạn phải biết cách sử dụng các chức năng định dạng văn bản và thông điệp trong hệ thống.	Có khả năng gửi cho khách hàng và nhà cung cấp những thông tin theo yêu cầu một cách nhanh chóng và hoàn chỉnh nhất.	
2. Liên lạc với các đại lý	Hệ thống có chức năng đặc biệt giao dịch với các đại lý và các nhà trung gian.	Bạn phải có khả năng: <ul style="list-style-type: none"> • Soạn thảo các chương trình bằng nhiều ngôn ngữ khác nhau. • Chuẩn bị các bảng giá cho đại lý và các xác nhận đặt chỗ. • Soạn và in các phiếu biên nhận. • Chuẩn bị hoá đơn cho các đại lý. 	Cho phép bạn thông tin nhanh chóng và chính xác với các đại lý.	
3. Liên lạc với các nhà cung cấp	Hệ thống có chức năng tạo thuận lợi cho việc giao dịch với các nhà cung cấp.	Bạn phải có khả năng: <ul style="list-style-type: none"> • Trả lời các yêu cầu của nhà cung cấp. • Xác nhận các thay đổi. • Tái xác nhận các yêu cầu huỷ bỏ. 	Với việc tái xác nhận với nhà cung cấp một cách chuyên nghiệp, bạn sẽ chứng minh tính chuyên nghiệp của công ty bạn.	
4. Cơ sở dữ liệu về các thông điệp	Các văn bản và thông điệp của các đại lý và nhà cung cấp đều được lưu giữ tự động cùng với yêu cầu đặt chỗ và báo giá.	<ul style="list-style-type: none"> • Bạn cần phải lấy ra được bất kỳ thông điệp nào đã được gửi đi từ trước. 	Với việc lưu trữ mọi cuộc giao dịch, bạn có nguồn thông tin bổ ích để sử dụng khi có bất kỳ vấn đề gì nảy sinh.	

CÔNG VIỆC SỐ 8:
PHẦN VIỆC SỐ 8.5:

HỆ THỐNG PHẦN MỀM DÙNG CHO HÃNG LỮ HÀNH
Điều hành (Kiến thức)

NỘI DUNG	MÔ TẢ	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	KIẾN THỨC
1. Lịch khách đến	Lịch khách đến cho biết tình hình tổng thể của khách đặt chỗ sẽ đến trong một ngày cụ thể.	Lịch khách đến cung cấp cho bạn: <ul style="list-style-type: none">• Thông tin về các khách đặt chỗ nào sẽ đến.• Họ sẽ đến vào khi nào.• Tình trạng thanh toán của những khách đặt chỗ này.	Như vậy bạn có thể kiểm tra lại việc thu xếp cho từng đoàn khách. Trường hợp chưa thanh toán bạn phải tham khảo cấp trên của mình, do ta không thể cung cấp dịch vụ mà chưa được thanh toán.	
2. Danh mục các yêu cầu dịch vụ	Danh mục các yêu cầu dịch vụ cho bạn cái nhìn tổng thể về mọi dịch vụ sẽ được cung cấp theo từng ngày.	Biết cách đọc và hiểu các danh mục, các yêu cầu dịch vụ.	Như vậy bạn có thể theo dõi bất kỳ yêu cầu đặc biệt nào và kiểm tra các sắp xếp cụ thể.	
3. Báo cáo tình trạng dịch vụ	Báo cáo cho bạn cái nhìn tổng thể về mọi công việc sắp xếp cần phải tiếp tục theo dõi.	Báo cáo cho bạn biết: <ul style="list-style-type: none">• Nhà cung cấp nào chưa xác nhận yêu cầu của bạn.• Dịch vụ nào đang nằm trong danh sách chờ.	Như vậy bạn có thể theo sát nhà cung cấp dịch vụ. Kiểm tra lại xem liệu tại thời điểm đó dịch vụ theo yêu cầu có sẵn không.	

NỘI DUNG	MÔ TẢ	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	KIẾN THỨC
4. Điều hành đoàn đi đã đặt trước	Chuyển các chi tiết về khách từ các đặt chỗ khách lẻ và soạn thảo thông báo về khách.	Biết cách soạn bảng thông báo về khách đối với đoàn đã ấn định ngày khởi hành.	Điều này sẽ giúp bạn trong công tác chuẩn bị cho đoàn khách đi.	
5. Lịch của lái xe, hướng dẫn viên và phiên dịch	Lịch này cho biết tổng quát về hoạt động của lái xe, hướng dẫn viên và phiên dịch trong một ngày cụ thể.	Báo cáo cho bạn tổng thể về chương trình đón, tiễn đối với: <ul style="list-style-type: none"> • Lái xe. • Phương tiện. • Hướng dẫn viên. • Phiên dịch. 	Để có thông tin tổng quát về mọi hoạt động liên quan đến những đặt chỗ hiện tại.	

CÔNG VIỆC SỐ 8: HỆ THỐNG PHẦN MỀM DÙNG CHO HÃNG LỮ HÀNH
PHẦN VIỆC SỐ 8.6: Kế toán (Kiến thức)

NỘI DUNG	MÔ TẢ	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	KIẾN THỨC
1. Phần không tách rời của phần mềm cho hãng lữ hành	Do hệ thống kế toán là một phần của phần mềm lữ hành nên chỉ cần nhập dữ liệu một lần.	Phải biết rằng chất lượng của việc nạp dữ liệu có thể ảnh hưởng đến hiệu quả làm việc của bộ phận kế toán.	Tiết kiệm thời gian, tránh lỗi và trùng lặp.	
2. Tự động nhập số cái các khoản thu (ghi nợ)	Bằng cách nhập chính xác các thông tin về đặt chỗ, phòng kế toán có thể chuẩn bị và kiểm soát hóa đơn.	<ul style="list-style-type: none"> • Tạo thuận lợi cho công ty kiểm soát khoản tín dụng. • Phát hành hoá đơn và tín dụng bằng các loại tiền tệ khác nhau. • Soạn báo cáo đại lý. 	Để việc lập hóa đơn dễ dàng và hiệu quả.	
3. Tự động nhập số cái các khoản chi (ghi có)	Bằng cách nhập chính xác các thông tin về đặt chỗ, phòng kế toán có thể chuẩn bị và kiểm soát chính xác các tài khoản cần phải được thanh toán.	<ul style="list-style-type: none"> • Tạo thuận lợi cho công ty kiểm soát chương trình và các khoản chi ngoài dự kiến. • Khớp biên nhận đã cấp và hoá đơn của nhà cung cấp. • Thực hiện việc thanh toán cho nhà cung cấp. 	Để có được cái nhìn tổng quát về các tài khoản phải được công ty bạn thu xếp thanh toán.	

CÔNG VIỆC SỐ 8: HỆ THỐNG PHẦN MỀM DÙNG CHO HÃNG LỮ HÀNH

PHẦN VIỆC SỐ 8.7: Báo cáo (Kiến thức)

NỘI DUNG	MÔ TẢ	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	KIẾN THỨC
<p>1. Các báo cáo về mua và bán</p>	<p>Hệ thống có thể soạn thảo các báo cáo khác nhau giúp cho việc hiểu rõ các lĩnh vực khác nhau của công ty bạn.</p>	<p>Hệ thống có thể:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Soạn ra các báo cáo theo ngày, tuần và/hoặc tháng. • Soạn ra các báo cáo theo từng đại lý và/hoặc theo từng nhà cung cấp. • Phân tích bán hàng cho biết số lượng khách hàng, khối lượng đặt chỗ và doanh thu. • Phân tích sản phẩm cho biết về khách hàng, số giường/buồng cùng với số đêm nghỉ, các chi phí và trị giá doanh thu. 	<p>Doanh nghiệp của bạn có thể đưa ra các quyết định tiếp thị mang tính chiến lược một cách kịp thời.</p> <p>Các báo cáo sẽ giúp cho người quản lý sản phẩm đàm phán với các nhà cung cấp về các mức giá.</p>	
<p>2. Các báo cáo về lợi nhuận</p>	<p>Có thể lựa chọn các báo cáo bằng cách kết hợp các nhà tư vấn, các đại lý, các nhà cung cấp, các sản phẩm, các phòng ban hoặc các loại tiền tệ.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Xem lại thống kê về tính hiệu quả của bản thân bạn ít nhất một lần/năm. 	<p>Điều này sẽ giúp bạn hiểu rõ mức độ hiệu quả của công việc bạn đang làm.</p>	

CÔNG VIỆC SỐ 8: : PHẦN VIỆC SỐ 8.8:

HỆ THỐNG PHẦN MỀM DÙNG CHO HÃNG LỮ HÀNH

Các kỹ năng cơ bản trong vận hành hệ thống phần mềm của hãng lữ hành

Phần giới thiệu này mô tả ngắn gọn về những kỹ năng và kiến thức tối thiểu về hệ thống phần mềm của hãng lữ hành mà một nhân viên ở trình độ cơ bản cần có. Nhà cung cấp phần mềm hay một người có kinh nghiệm trong công ty sẽ hướng dẫn bạn theo từng bước trong việc sử dụng hệ thống để xử lý thông tin.

BƯỚC	CÁCH LÀM	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	KIẾN THỨC
1. Câu hỏi và báo giá	Hệ thống có thể được sử dụng để soạn thảo các chương trình hoàn chỉnh và tính giá.	Đảm bảo mọi thông tin được nạp để soạn thảo được bằng giá hoàn chỉnh.	Điều này sẽ giúp bạn phản hồi một cách nhanh chóng và chính xác các yêu cầu và soạn thảo các bảng báo giá.	Trường thông tin theo yêu cầu là trường thông tin mà bạn phải hoàn tất việc nạp dữ liệu. Hệ thống không chấp nhận việc đặt chỗ nếu trường thông tin không được hoàn tất.
2. Xác nhận	Nhận xác nhận lại về sản phẩm và dịch vụ đã chào.	Đảm bảo rằng tất cả các xác nhận phải dưới dạng văn bản: <ul style="list-style-type: none">• Thư điện tử.• Fax.• Thư.• Hình thức đặt chỗ.	Nhận được xác nhận bằng văn bản, bạn đã có bằng chứng giúp bảo đảm cho hoạt động kinh doanh và đoàn khách của công ty bạn.	
3. Xử lý việc thanh toán	Chuyển thanh toán đã nhận vào đúng tài khoản.	Đảm bảo tiền đặt cọc/thanh toán toàn bộ đã nhận được bằng cách kiểm tra tài khoản.	Như vậy chứng tỏ việc thanh toán (thanh toán trước) đã nhận được.	Quy định và quy trình của công ty về xác nhận và các điều kiện thanh toán.

BƯỚC	CÁCH LÀM	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	KIẾN THỨC
4. Đặt dịch vụ với các nhà cung cấp	Sử dụng hệ thống để đặt mọi yêu cầu về dịch vụ.	Bạn phải có khả năng: <ul style="list-style-type: none"> • Đặt chỗ hàng không nếu được yêu cầu. • Đặt chỗ vận chuyển mặt đất. • Đặt chỗ cơ sở lưu trú. • Đặt các dịch vụ khác trong chương trình du lịch. 	Nhu vậy, bạn có thể thực hiện ngay mọi yêu cầu về đặt chỗ.	
5. Tái xác nhận với khách hàng/ đại lý	Có thể sử dụng hệ thống để xác nhận lại các đặt chỗ và xuất biên lai.	<ul style="list-style-type: none"> • Thông báo số xác nhận/ mã đặt chỗ cho khách hàng. • Xuất biên lai dịch vụ và chuyển cho khách hàng/ đại lý. 	Khách hàng/đại lý có thể truy cập việc đặt chỗ và có thể điều chỉnh.	Quy định và quy trình của công ty về đặt chỗ và biên lai.
6. Điều hành	Hệ thống có thể: <ul style="list-style-type: none"> • Cập nhật việc chỉnh sửa, thay đổi hoặc hủy bỏ. • Lịch khách đến. • Danh mục các yêu cầu về dịch vụ trong chương trình, và báo cáo tình trạng dịch vụ. • Lịch cho xe, lái xe, hướng dẫn viên và phiên dịch. 	<ul style="list-style-type: none"> • Sử dụng hệ thống để theo dõi những thay đổi/ hủy bỏ/ báo giá mới. • Sử dụng hệ thống để lập kế hoạch khách đến. • Đảm bảo các yêu cầu về dịch vụ được đặt và xác nhận trước khi khách đến. 	Các thao tác được thực hiện bởi hệ thống một cách chính xác, tránh được sai sót và làm cho khách hàng hài lòng.	

9. TRANG WEB CỦA CÁC NHÀ CUNG CẤP

Giới thiệu:

Ngày nay, qua Internet, các sản phẩm du lịch được bán nhiều hơn bất kỳ sản phẩm nào khác. Mạng Internet là một phương tiện trung gian hoàn hảo để bán các sản phẩm du lịch vì nó kết nối một lượng lớn các nhà cung cấp với các khách hàng được phân bố rộng khắp, tạo thành một thị trường tập trung.

Mỗi nhân viên trong một doanh nghiệp du lịch cần phải biết cách tư vấn và thường xuyên sử dụng một số trang web, như trang web của Tổng cục Du lịch, để lấy các thông tin về du lịch Việt Nam; các trang web của các doanh nghiệp lữ hành để biết các sản phẩm, mức giá và sự sẵn có; các trang web của các hãng hàng không để biết chỗ trống trên chuyến bay, mức giá và lịch bay. Các trang web này phải được “đánh dấu” vào mục “Ưu thích – Favourites”, và được nhóm thành các mục một cách có phương pháp để dễ dàng tham khảo sau này.

Bạn cũng sẽ cần đến các trang web khác khi có nhu cầu phát sinh. Nhân viên trong các doanh nghiệp du lịch phải học cách xác định các trang web thông qua công cụ tìm kiếm trên mạng như GOOGLE.

Khi sử dụng các trang web trên Internet, điều quan trọng là phải đảm bảo rằng thông tin được cập nhật (ví dụ như các mức giá). Hầu hết các trang web đều cho thấy ngày cập nhật cuối cùng là ngày nào.

PHẦN VIỆC SỐ 9.1:	Truy cập Internet
PHẦN VIỆC SỐ 9.2:	Đánh dấu vào mục Favourites
PHẦN VIỆC SỐ 9.3:	Các trang trên Internet (Kiến thức)
PHẦN VIỆC SỐ 9.4:	Công cụ tìm kiếm và danh mục các trang web (Kiến thức)
PHẦN VIỆC SỐ 9.5:	Các trang web về thông tin các điểm đến (Kiến thức)
PHẦN VIỆC SỐ 9.6:	Các trang web về các sản phẩm du lịch (Kiến thức)
PHẦN VIỆC SỐ 9.7:	Các trang web của các hãng hàng không (Kiến thức)
PHẦN VIỆC SỐ 9.8:	Các trang web về cơ sở lưu trú (Kiến thức)
PHẦN VIỆC SỐ 9.9:	Các trang web của các nhà cung cấp khác (Kiến thức)
PHẦN VIỆC SỐ 9.10:	Trang thông tin do khách hàng tạo ra (Kiến thức)

CÔNG VIỆC SỐ 9: TRANG WEB CỦA CÁC NHÀ CUNG CẤP

PHẦN VIỆC SỐ 9.1: Truy cập Internet

Trong các phần việc, Internet Explorer 7 được sử dụng làm ví dụ. Tuy vậy, hầu hết các trình duyệt thông thường khác đều có cùng tính năng; nhìn chung, chỉ có tên gọi các màn hình và các nút mới khác nhau. Như vậy, trong các tiêu chuẩn dưới đây, Internet Explorer được thay bằng bất kỳ trình duyệt nào khác. Trong các bước tiếp theo, Internet Explorer sẽ được gọi tắt là IE.

BƯỚC	CÁCH LÀM	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	KIẾN THỨC
1. Kiểm tra kết nối Internet	Kiểm tra xem máy tính của bạn đã kết nối Internet chưa.	<p>Có nhiều cách kiểm tra kết nối Internet, cách thông dụng nhất là:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Kiểm tra xem biểu tượng “LAN” (thường là biểu tượng 2 máy tính) để biết đã có kết nối Internet hay chưa. 	Nếu chưa kết nối, bạn sẽ không thể truy cập được vào bất kỳ trang web nào.	
2. Mở trình duyệt Internet Browser	Theo quy trình sử dụng ở công ty bạn.	<p>Nhìn chung Internet Explorer (IE) có thể được truy cập như sau:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Nhấp nút Start, lựa chọn chương trình IE và nhấp vào biểu tượng IE. • Nhấp vào biểu tượng IE trên màn hình. • Nhấp vào biểu tượng IE trên Menu Start. 	Phụ thuộc vào cách thiết lập máy tính của văn phòng mà bạn có thể tìm thấy IE.	Tiêu chuẩn công ty về giao dịch bằng văn bản.

BƯỚC	CÁCH LÀM	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	KIẾN THỨC
3. Trang chủ	Đợi cho đến khi trang chủ hiển thị trên màn hình.	<ul style="list-style-type: none"> Trang chủ của công ty bạn phải được đặt như một trang chủ tiêu chuẩn. 	<p>Như vậy, bạn có thể kiểm tra trang chủ có hiển thị đúng không. Nếu không cần phải hành động ngay lập tức.</p> <p>Trang chủ của công ty bạn phải luôn để khách hàng nhìn rõ vì đó là nguồn thông tin chính cho khách hàng trên toàn thế giới.</p>	
4. Tìm kiếm các trang web ứng dụng	Sử dụng công cụ tìm kiếm hoặc đánh địa chỉ Internet vào máy.	<p>Sử dụng một công cụ tìm kiếm cụ thể chuẩn mực. Những công cụ tìm kiếm thông dụng nhất là:</p> <p>www.google.com www.yahoo.com www.baidu.com www.microsoft.com</p> <p>Đánh máy địa chỉ trang web. Đầu tiên là www, sau đó đến chi tiết địa chỉ. Đảm bảo không bị lỗi đánh máy.</p>	<p>Sẽ rất hiệu quả nếu bạn làm quen với một công cụ tìm kiếm cụ thể, nắm bắt cụ thể đặc tính của nó.</p> <p>Nếu đánh máy sai, bạn có thể bị truy cập vào một trang web không đúng.</p>	

CÔNG VIỆC SỐ 9: TRANG WEB CỦA CÁC NHÀ CUNG CẤP

PHẦN VIỆC SỐ 9.2: Đánh dấu vào mục Favourites

Đánh dấu được dùng để có được cái nhìn tổng quát chính xác và rõ ràng về tất cả các trang web mà bạn thường truy cập.

BƯỚC	CÁCH LÀM	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	Kiến thức
1. Truy cập trang web	Đánh địa chỉ vào trường thông tin về địa chỉ.	Đánh chính xác địa chỉ. Nhấn ENTER.	Nếu không, sẽ không hiển thị trang web cần truy cập. Trang web sẽ được tìm kiếm trên Internet.	
2. Kiểm tra	Kiểm tra xem có đúng trang web không bằng cách kiểm tra lại nội dung trang web.	Xem trang chủ.	Đảm bảo bạn đã truy cập đúng trang chủ. Thông thường các hãng lý hành nước ngoài lớn có nhiều trang web khác nhau, bạn cần bảo đảm mình đã truy cập vào đúng trang web.	
3. Đánh dấu trang web	Chọn Favourites.	<ul style="list-style-type: none">Nhấp “Favourites”.Chọn “Add to favourites”.	Như vậy bạn có thể đánh dấu trang web ưa thích của mình.	

BƯỚC	CÁCH LÀM	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	KIẾN THỨC
4. Bổ sung thư mục (Folder) (nếu cần thiết)	Chọn thư mục mới.	<ul style="list-style-type: none"> • Nhấp vào Folder mới. • Đặt tên cho Folder mới theo tiêu chuẩn của công ty. • Nhấp “Create”. 	<p>Mọi trang web ưa thích cần được tổ chức một cách logic trong các thư mục để có thể tìm kiếm dễ dàng.</p> <p>Tuân thủ tiêu chuẩn của công ty sẽ dễ dàng cho đồng nghiệp khi muốn tìm thông tin trên máy của bạn.</p>	Các thư mục thường được cấu trúc tương tự được dùng như trong các thư mục ở Outlook.
5. Đánh dấu trang web	Bằng cách nhấp “Add”.	<ul style="list-style-type: none"> • Nhấp vào “Add”. 	Trang web giờ đây trở thành một trong những trang web ưa thích của bạn.	
6. Mở một trang web bằng cách dùng bookmark (đánh dấu)	Chọn trang web ưa thích và chọn thư mục phù hợp.	<ul style="list-style-type: none"> • Nhấp vào “Favourites”. • Chuyển con trỏ đến thư mục cần thiết (trình đơn xổ xuống được hiển thị). • Chọn đúng trang web cần thiết. 	Đó là cách dễ nhất để mở trang web ưa thích của bạn.	

CÔNG VIỆC SỐ 9:
PHẦN VIỆC SỐ 9.3:

TRANG WEB CỦA CÁC NHÀ CUNG CẤP
Các trang trên Internet (Kiến thức)

NỘI DUNG	MÔ TẢ	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	KIẾN THỨC
1. Các trang web ưa thích	Biết xác định vị trí và cách truy cập trang web được giới thiệu để tiếp cận thông tin.	<ul style="list-style-type: none">Sử dụng trang web được công ty giới thiệu để tìm kiếm thông tin.Sử dụng trang web của nhà cung cấp ưu tiên của công ty trước hết là để tìm kiếm thông tin và tiến hành đặt, giữ chỗ.	<p>Không phải mọi trang web đều đáng tin cậy vì vậy bạn chỉ nên lấy thông tin từ những trang web đáng tin cậy mà thôi.</p> <p>Công ty bạn có thể có những thỏa thuận đặc biệt về điều kiện hợp tác với những công ty đó.</p>	
2. Lướt mạng	Làm quen với việc tìm kiếm thông tin trên các trang web thường được sử dụng nhất.	<ul style="list-style-type: none">Hiểu rõ cấu trúc của những trang web thường được sử dụng nhất để phục vụ cho việc:<ul style="list-style-type: none">- Đặt buồng khách sạn.- Vận chuyển.- Vé.- Hàng không.- Ăn uống.	Như vậy bạn có thể đọc nhanh thông tin trên những trang web đó.	

NỘI DUNG	MÔ TẢ	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	KIẾN THỨC
<p>3. Hiểu rõ trang web</p>	<p>Khi lấy thông tin từ một trang web bạn hãy chú ý đặc biệt tới nội dung chi tiết.</p>	<p>Luôn kiểm tra những nội dung sau:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Chi phí cho một người là bao nhiêu? • Thuế có bao gồm không? • Có chi phí bổ sung không? • Có mất chi phí đặt trước không? • Có những chi phí khác (như bảo hiểm, thuế sân bay, chi phí bổ sung cho buồng riêng)? • Giá trị của thông tin? 	<p>Để đảm bảo bạn đã có được thông tin chính xác và phải làm rõ xem có chi phí thêm nào còn ẩn chứa trong đó không.</p>	

NỘI DUNG	MÔ TẢ	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	KIẾN THỨC
<p>4. Sử dụng những nhà cung cấp mới</p>	<p>Nếu như bạn đang cân nhắc lựa chọn nhà cung cấp/điểm đến mới thì hãy kiểm tra tỉ mỉ danh tiếng của họ để làm rõ độ tin cậy.</p>	<p>Thông qua Internet:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Thông qua công cụ tìm kiếm - đánh máy tên công ty và kiểm tra thông tin. • Thông qua những trang web do nhà cung cấp xây dựng như: Trip Advisor (xem phần việc 9.10). <p>Thông qua đồng nghiệp:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tham khảo với lãnh đạo hoặc đồng nghiệp tại nơi làm việc. • Tham khảo với những nhân viên chuyên nghiệp khác trong ngành. <p>Thông qua công ty/điểm đến:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Liên hệ với công ty và nói chuyện với họ. • Đến thăm công ty/điểm đến và xem xét sản phẩm của họ. 	<p>Hãy nhớ rằng trên Internet, hầu hết các nhà cung cấp sản phẩm đều đưa ra những sản phẩm tốt nhất. Để có thể có được ấn tượng chính xác về chất lượng của sản phẩm chào bán, điều quan trọng là phải làm rõ thông tin từ những nguồn khác.</p>	

CÔNG VIỆC SỐ 9: TRANG WEB CỦA CÁC NHÀ CUNG CẤP

PHẦN VIỆC SỐ 9.4: Công cụ tìm kiếm và danh mục các trang web (Kiến thức)

Có nhiều điểm khác biệt về mặt kỹ thuật giữa các công cụ tìm kiếm (như Google) và các thư mục web (như Yahoo); tuy nhiên, để dễ tham khảo chúng ta sẽ gọi chung là công cụ tìm kiếm.

NỘI DUNG	MÔ TẢ	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	KIẾN THỨC
1. Định nghĩa	Công cụ tìm kiếm trang web là một phần mềm được thiết kế để tìm kiếm thông tin trên trang web toàn cầu. Thông tin có thể bao gồm các trang web, các hình ảnh và các dạng tập tin khác.	Sử dụng một công cụ tìm kiếm chuẩn. Một số công cụ tìm kiếm thông dụng như: www.google.com www.yahoo.com www.baidu.com www.microsoft.com	Công cụ tìm kiếm giúp cho bạn tìm thông tin trên Internet một cách nhanh chóng. Hiệu quả nhất là thông thạo một công cụ tìm kiếm cụ thể và biết rõ đặc tính của công cụ đó.	
2. Từ khóa	Khi đánh từ khóa vào trường tìm kiếm, công cụ tìm kiếm sẽ tiến hành tìm kiếm thông tin.	Hãy nhớ những chỉ dẫn trên đây khi tìm kiếm bằng từ khóa: <ul style="list-style-type: none"> • Luôn nạp nhiều hơn một từ khóa. • Không dùng những từ không cần thiết hay những từ như: "in", "to", "by", "be". • Luôn dùng những từ liên quan trực tiếp đến chủ đề bạn đang tìm kiếm. 	Điều này làm cho kết quả sát với yêu cầu của bạn hơn. Công cụ tìm kiếm không nhận dạng những từ này vì cho rằng đó là những từ quá thông dụng và không quan trọng. Để tránh nhận được những kết quả không liên quan đến chủ đề của bạn.	

NỘI DUNG	MÔ TẢ	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	KIẾN THỨC
<p>3. Quá nhiều kết quả</p>	<p>Nếu kết quả bạn nhận được là quá nhiều trang thông tin khi tìm kiếm bằng từ khóa thì bạn có thể cụ thể hóa hơn việc tìm kiếm.</p>	<p>Việc tìm kiếm có thể được cụ thể hơn thông qua:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Việc sử dụng lựa chọn “Advanced research” của công cụ. • Bằng cách dùng những từ như “VÀ”, “HOẶC”, “KHÔNG”. 	<p>Trong lựa chọn tìm kiếm nâng cao, bạn có thể giới hạn kết quả tìm kiếm.</p> <p>Sử dụng những từ này trong câu tìm kiếm của mình, bạn đã buộc công cụ tìm kiếm phải đi vào cụ thể hơn.</p>	<p>Mọi công cụ tìm kiếm đều có giải thích đặc tính của công cụ đó.</p>

CÔNG VIỆC SỐ 9: TRANG WEB CỦA CÁC NHÀ CUNG CẤP

PHẦN VIỆC SỐ 9.5: Các trang web về thông tin các điểm đến (Kiến thức)

NỘI DUNG	MÔ TẢ	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	KIẾN THỨC
1. Trang web của Tổng cục du lịch Việt Nam (VNAT)	Trang web www.vietnamtourism.com cần được đưa vào mục Favourites.	<ul style="list-style-type: none"> Hãy làm quen với nội dung thông tin trong trang web của VNAT. 	Trang web này cho chúng ta cái nhìn tổng quát về những thông tin được cập nhật về những điểm đến du lịch ở Việt Nam.	
2. Các trang web điểm đến địa phương	Giữ danh mục được cập nhật về các địa điểm và khu vực ở Việt Nam liên quan đến điểm đến mà công ty của bạn thường tổ chức chương trình du lịch.	<ul style="list-style-type: none"> Đảm bảo rằng bạn có ít nhất 2 trang web được đánh dấu cho mỗi nơi và khu vực quan trọng của công ty bạn. 	Điều này giúp bạn tìm kiếm thông tin nhanh nhất về những điểm đến này.	
3. Các trang web điểm đến nước ngoài	Giữ danh mục được cập nhật về các trang web liên quan đến những sản phẩm du lịch/lữ hành mà công ty bạn cần giới thiệu.	<ul style="list-style-type: none"> Đảm bảo rằng bạn có ít nhất 2 trang web được đánh dấu cho mỗi điểm đến quan trọng của công ty bạn. 	Điều này giúp bạn tìm kiếm thông tin nhanh nhất về những điểm đến này.	

CÔNG VIỆC SỐ 9:
PHẦN VIỆC SỐ 9.6:

TRANG WEB CỦA CÁC NHÀ CUNG CẤP
Các trang web về các sản phẩm du lịch (Kiến thức)

NỘI DUNG	MÔ TẢ	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	KIẾN THỨC
1. Các chương trình du lịch đến Việt Nam	Hiện có nhiều trang web của các hãng lữ hành, hãy sử dụng các trang web do lãnh đạo công ty bạn lựa chọn.	<ul style="list-style-type: none">• Đảm bảo rằng mọi hãng du lịch hoạt động ở Việt Nam mà bạn có quan hệ được đánh dấu trong Favourites.	Điều này giúp cho bạn có thể nhanh chóng liên hệ với đúng công ty du lịch cần thiết (công ty bạn có thể có giá net hoặc có hoa hồng đặc biệt, do vậy bạn cần sử dụng những nhà cung cấp ưu tiên này).	
2. Các chương trình du lịch quốc tế	Có rất nhiều trang web của các công ty du lịch, hãy sử dụng những trang web do lãnh đạo công ty bạn lựa chọn.	<ul style="list-style-type: none">• Đảm bảo rằng tất cả các công ty du lịch nước ngoài mà công ty bạn có quan hệ đều được đánh dấu trong Favourites.• Nếu hãng của bạn không có bất kỳ mối liên hệ đặc biệt nào thì hãy tham khảo giám sát viên của bạn về hãng lữ hành nào cần lựa chọn.	<p>Điều này giúp cho bạn có thể nhanh chóng liên hệ với đúng công ty du lịch cần thiết (công ty bạn có thể có giá net hoặc có hoa hồng đặc biệt, do vậy bạn cần sử dụng những nhà cung cấp ưu tiên này).</p> <p>Bạn chỉ nên làm việc với những công ty đáng tin cậy.</p>	

CÔNG VIỆC SỐ 9: TRANG WEB CỦA CÁC NHÀ CUNG CẤP

PHẦN VIỆC SỐ 9.7: Các trang web của các hãng hàng không (Kiến thức)

NỘI DUNG	MÔ TẢ	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	KIẾN THỨC
1. Hãng Hàng không Quốc gia Việt Nam (Vietnam Airlines)	Các trang web: www.vietnamairlines.com và http://www.jetstar.com phải được đưa vào mục Favourites của bạn.	Bạn cần phải nắm được các thông tin cập nhật về: <ul style="list-style-type: none"> • Lịch bay. • Mức giá • Chỗ trống. • Thực hiện đặt chỗ. 	Để trả lời các câu hỏi của khách hàng và đặt chỗ cho khách.	
2. Các hãng hàng không trong khu vực	Các hãng hàng không trong khu vực có đường bay đến/từ Việt Nam (như Singapore, Thái Lan, Malaysia, Cathay Pacific) và các hãng hàng không của Trung Quốc, Hồng Kông, Nhật Bản, Hàn Quốc và Đài Loan.	Bạn cần phải nắm được các thông tin cập nhật về: <ul style="list-style-type: none"> • Lịch bay. • Mức giá • Chỗ trống. Bạn cũng cần phải thực hiện việc đặt chỗ.	Để trả lời các câu hỏi của khách hàng và đặt chỗ cho khách.	
3. Các hãng hàng không quốc tế	Các hãng hàng không quốc tế có đường bay đến/từ Việt Nam (như Pháp, Úc).	Bạn cần phải nắm được các thông tin cập nhật về: <ul style="list-style-type: none"> • Lịch bay. • Mức giá • Chỗ trống. Bạn cũng cần phải thực hiện việc đặt chỗ.	Để trả lời các câu hỏi của khách hàng và đặt chỗ cho khách.	

CÔNG VIỆC SỐ 9:
PHẦN VIỆC SỐ 9.8:

TRANG WEB CỦA CÁC NHÀ CUNG CẤP
Các trang web về cơ sở lưu trú (Kiến thức)

NỘI DUNG	MÔ TẢ	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	KIẾN THỨC
<p>1. Các chuỗi khách sạn chính có khách sạn tại Việt Nam</p>	<p>Các tập đoàn Accor/Sofitel, Hilton, Melia, Nikko, Sheraton và các tập đoàn khách sạn khác đều có các trang web có đường dẫn đến các khách sạn của họ tại Việt Nam.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Đánh dấu các trang web các công ty khách sạn mà công ty bạn có quan hệ đặc biệt. • Đánh dấu các trang web khách sạn mà khách hàng của bạn thường hỏi thông tin. • Có khả năng: <ul style="list-style-type: none"> ◦ Lấy giá. ◦ Lấy chỗ. ◦ Lấy thông tin về sản phẩm. ◦ Đặt chỗ. 	<p>Đó là những nhà cung cấp ưu tiên của bạn.</p> <p>Đó là các khách sạn ưa thích của khách hàng của bạn.</p> <p>Bạn có thể đáp ứng nhanh chóng các nhu cầu của khách hàng.</p>	<p>Các tập đoàn khách sạn quốc tế lớn ngày nay đảm bảo trang web của họ chào giá tốt nhất có thể trên thị trường.</p>
<p>2. Các khách sạn địa phương</p>	<p>Sử dụng công cụ tìm kiếm để xác định các trang web về khách sạn tại một địa phương cụ thể nào đó của Việt Nam.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Đánh dấu các trang web các công ty khách sạn mà công ty bạn có quan hệ đặc biệt. • Đánh dấu các trang web khách sạn mà khách hàng của bạn thường hỏi thông tin. • Có khả năng: <ul style="list-style-type: none"> ◦ Lấy giá. ◦ Lấy chỗ. ◦ Lấy thông tin về sản phẩm. ◦ Đặt chỗ. 	<p>Đó là những nhà cung cấp ưu tiên của bạn.</p> <p>Đó là các khách sạn ưa thích của khách hàng của bạn.</p> <p>Bạn có thể đáp ứng nhanh chóng các nhu cầu của khách hàng.</p>	

NỘI DUNG	MÔ TẢ	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	KIẾN THỨC
<p>3. Các khách sạn quốc tế</p>	<p>Sử dụng công cụ tìm kiếm để xác định các trang web về khách sạn tại một địa phương cụ thể nào đó của Việt Nam.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Đánh dấu các trang web các công ty khách sạn mà công ty bạn có quan hệ đặc biệt. • Đánh dấu các trang web khách sạn mà khách hàng của bạn thường hỏi thông tin. • Có khả năng: <ul style="list-style-type: none"> ◦ Lấy giá. ◦ Lấy chỗ. ◦ Lấy thông tin về sản phẩm. ◦ Đặt chỗ. 	<p>Đó là những nhà cung cấp ưu tiên của bạn.</p> <p>Đó là các khách sạn ưa thích của khách hàng của bạn.</p> <p>Bạn có thể đáp ứng nhanh chóng các nhu cầu của khách hàng.</p>	
<p>4. Trang web về buồng phòng</p>	<p>Có nhiều trang web về buồng phòng có thể dùng để đặt phòng khách sạn. Trang web buồng phòng thường chào giá đặc biệt và thỏa thuận với khách sạn (tập đoàn) về khả năng lấy buồng.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Đánh dấu ít nhất 3 trang web về buồng phòng chào giá tốt nhất và có khả năng lấy phòng cao tại những điểm đến phổ biến nhất của công ty bạn. 	<p>Như vậy bạn có thể truy cập để dùng những trang web này. Có sự khác biệt lớn về khu vực giữa giá chào, những trang web khác nhau chuyên về những khu vực khác nhau.</p>	<p>Hiện tại, những trang web về buồng phòng được dùng nhiều nhất là:</p> <p>www.asiarooms.com</p> <p>www.hotels.com</p> <p>www.expedia.com</p>

CÔNG VIỆC SỐ 9:
PHẦN VIỆC SỐ 9.9:

TRANG WEB CỦA CÁC NHÀ CUNG CẤP
Các trang web của các nhà cung cấp khác (Kiến thức)

NỘI DUNG	MÔ TẢ	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	KIẾN THỨC
<p>1. Đường sắt Việt Nam</p>	<p>Trang web: http://www.vr.com.vn (có riêng phần tiếng Việt và tiếng Anh) cung cấp thông tin về hành trình, lịch chạy tàu và các mức giá vé.</p>	<p>Có thể sử dụng trang web để:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Lấy thông tin về hành trình, lịch chạy tàu, mức giá vé và chỗ trống trên tàu. • Để đặt chỗ trên tàu. 	<p>Như vậy bạn có thể có thông tin về du lịch bằng đường sắt ở Việt Nam.</p>	
<p>2. Các doanh nghiệp vận chuyển du lịch đường biển</p>	<p>Chuẩn bị một danh sách các công ty bạn có quan hệ khi chào tour đường biển (ví dụ tour đường biển ở Vịnh Hạ Long, Đồng bằng sông Mê Kông).</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Đánh dấu các trang web của công ty vận chuyển du lịch đường biển mà công ty của bạn có quan hệ đặc biệt. • Có khả năng: <ul style="list-style-type: none"> ◦ Lấy giá. ◦ Lấy chỗ. ◦ Lấy thông tin về sản phẩm. ◦ Đặt chỗ. 	<p>Lấy thông tin về du lịch đường biển, đáp ứng nhu cầu khách hàng.</p>	
<p>3. Bảo hiểm du lịch</p>	<p>Chuẩn bị một danh sách các công ty bạn có quan hệ khi chào bảo hiểm du lịch.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Đánh dấu các trang web của các công ty bảo hiểm mà công ty của bạn có quan hệ đặc biệt. • Có khả năng: <ul style="list-style-type: none"> ◦ Lấy giá. ◦ Lấy thông tin về sản phẩm. ◦ Đặt chỗ. 	<p>Lấy thông tin về bảo hiểm du lịch đáp ứng nhu cầu khách hàng.</p>	

CÔNG VIỆC SỐ 9: TRANG WEB CỦA CÁC NHÀ CUNG CẤP

PHẦN VIỆC SỐ 9.10: Trang thông tin do khách hàng tạo ra (Kiến thức)

NỘI DUNG	MÔ TẢ	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	KIẾN THỨC
<p>1. Khái niệm</p>	<p>Phương tiện thông tin do khách hàng tạo ra để cập nhật nhiều loại nội dung thông tin công khai do người sử dụng cuối cùng tạo ra.</p> <p>Mục đích của những trang web này là để khách hàng hỗ trợ nhau tìm kiếm đúng sản phẩm và dịch vụ.</p>	<ul style="list-style-type: none"> Nội dung của những trang web này không phải do các nhà cung cấp mà do khách hàng tạo ra, sau khi trải nghiệm sản phẩm hoặc dịch vụ. 	<p>Bạn phải biết về những phương tiện thông tin do khách hàng tạo ra được dùng nhiều nhất vì chúng ngày càng trở nên phổ biến với khách du lịch khi họ muốn điều tra và chuẩn bị cho chuyến du lịch của mình.</p>	
<p>2. Ví dụ - Trip Advisor</p>	<p>Trip Advisor.com là trang web nghiên cứu và hướng dẫn du lịch miễn phí, cung cấp thông tin giúp cho việc lập kế hoạch chuyến đi.</p> <p>Trip Advisor tạo điều kiện cho khách du lịch tìm hiểu kinh nghiệm thực tế của khách du lịch khác về khách sạn mà họ chuẩn bị đến ở.</p>	<p>Trip Advisor:</p> <ul style="list-style-type: none"> Bao gồm hơn 270.000 khách sạn. 30.000 điểm đến. 15 triệu bài viết. Hơn 30 triệu người đọc/tháng. 	<p>Bạn phải làm quen với những bài viết của Trip Advisor về khách sạn mà công ty bạn sử dụng thường xuyên. Khách hàng của bạn có thể đối chiếu đề nghị của bạn với các trang web như Trip Advisor.</p>	

NỘI DUNG	MÔ TẢ	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	KIẾN THỨC
<p>3. Ví dụ - Các trang web về cơ sở lưu trú</p>	<p>Phần lớn những trang web về cơ sở lưu trú như Asiarooms.com, hoteltravel.com, expedia.com cũng tạo điều kiện cho du khách truy cập vào xem các bài viết.</p>	<ul style="list-style-type: none"> Những trang web này ban đầu không được thiết kế cho khách hàng xem bài viết mà du khách chỉ dùng chúng để đọc về những điểm đến tiềm năng. 	<p>Mọi người sẽ lướt qua những trang web này khi sử dụng công cụ tìm kiếm để xem thông tin.</p>	
<p>4. Ví dụ - các trang web về điểm đến</p>	<p>Internet được khách hàng sử dụng ngày càng nhiều để chia sẻ ý kiến về điểm đến. Khách hàng sẽ sử dụng Internet để lấy ý kiến cho kế hoạch du lịch và điểm đến du lịch.</p>	<p>Ví dụ:</p> <ul style="list-style-type: none"> www.guidevietnam.com www.worldtravels.com www.lonelyplanet.com/worldguide/Vietnam <p>Phải hiểu rằng không thể dựa vào những trang web này để lên kế hoạch chương trình du lịch cho khách hàng của bạn. Bạn chỉ có thể ghi lại những gì được đăng trên đó.</p>	<p>Đây là những nguồn thông tin không phải lúc nào cũng đáng tin cậy. Với thông tin quan trọng, bạn phải đối chiếu với các trang web chính thống.</p> <p>Khách hàng của bạn có thể sử dụng những trang web này để lấy ý kiến về việc tổ chức chuyến đi do bạn đề xuất. Sẽ là có ích cho bạn nếu bạn biết trước sẽ đối mặt với sự từ chối nào.</p>	

10. NHIỆM VỤ CƠ BẢN CỦA HÃNG LỮ HÀNH VÀ ĐẠI LÝ LỮ HÀNH

Giới thiệu:

Chức năng quan trọng của một doanh nghiệp lữ hành (đại lý lữ hành và hãng lữ hành) là lập chương trình, tính giá, đặt chỗ và điều phối các chương trình tham quan cho khách hàng. Họ là “người trung gian” giữa du khách và các nhà cung cấp dịch vụ (hàng không, khách sạn...).

Là nhân viên trong một doanh nghiệp lữ hành, bạn phải biết được các quốc gia, các thành phố và các điểm du lịch ở nơi nào và có khả năng đưa khách hàng đến các khu vực này một cách nhanh chóng và thuận tiện nhất; có khả năng tư vấn cho khách về các phương tiện vận chuyển tốt nhất có thể và các chi phí tương ứng để đến được các điểm đến này; có khả năng tư vấn cho khách về việc nên xem cái gì, lưu trú ở đâu, mặc gì và trông chờ gì ở mỗi điểm du lịch. Ngoài ra, nhân viên du lịch cần phải biết cách kiểm tra các quy định hiện thời về thị thực và hải quan của các nước mà khách hàng đang có kế hoạch đến tham quan.

Tất cả các thông tin này sẵn trong hệ thống GDS/CRS và/hoặc trên mạng. Khách hàng có thể truy cập trực tiếp trang web của nhà cung cấp hoặc các công cụ hỗ trợ đặt giữ chỗ của các doanh nghiệp GDS/CRS. Họ có thể có các thông tin về khả năng phục vụ và giá cả. Họ có thể đặt chỗ và lập chương trình du lịch cho riêng họ. Vậy thì, tại sao chúng ta lại cần có trung gian lữ hành?

Một nhân viên tư vấn du lịch thành công hoặc một chuyên gia điều hành du lịch phải có các kỹ năng cần thiết trong khi thực hiện công việc nhằm gia tăng các giá trị cho khách hàng, bằng cách thực hiện công việc tốt hơn, nhanh chóng hơn, với một kết quả tốt đẹp hơn cho khách hàng.

Các công việc và phần việc sau đây là của một trung gian lữ hành lành nghề. Đây chính là tiêu chuẩn cần có của các nhân viên đang sử dụng kỹ năng lữ hành.

PHẦN VIỆC SỐ 10.1:	Thiết kế chương trình du lịch cho khách hàng
PHẦN VIỆC SỐ 10.2:	Các chương trình khách hàng trung thành của hãng hàng không và khách sạn (Kiến thức)
PHẦN VIỆC SỐ 10.3:	Tính giá chương trình cho khách hàng
PHẦN VIỆC SỐ 10.4:	Đặt giữ chỗ các dịch vụ trong chương trình
PHẦN VIỆC SỐ 10.5:	Các thuật ngữ về tình trạng đặt giữ chỗ (Kiến thức)
PHẦN VIỆC SỐ 10.6:	Tư vấn cho khách hàng về hộ chiếu, thị thực, hải quan và y tế
PHẦN VIỆC SỐ 10.7:	Thu tiền đặt cọc và toàn bộ số tiền
PHẦN VIỆC SỐ 10.8:	Hiểu rõ mọi tài liệu và giải thích cho khách hàng (Kiến thức)
PHẦN VIỆC SỐ 10.9:	Thay đổi chương trình theo yêu cầu của khách hàng
PHẦN VIỆC SỐ 10.10:	Xử lý việc hủy dịch vụ và hoàn tiền
PHẦN VIỆC SỐ 10.11:	Lưu giữ hồ sơ

CÔNG VIỆC SỐ 10: NHIỆM VỤ CƠ BẢN CỦA HÃNG LỮ HÀNH VÀ ĐẠI LÝ LỮ HÀNH
PHẦN VIỆC SỐ 10.1: Thiết kế chương trình du lịch cho khách hàng

BƯỚC	CÁCH LÀM	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	KIẾN THỨC
1. Thu thập thông tin từ khách hàng	Đưa ra những câu hỏi mở và chú ý lắng nghe/chăm chú đọc các câu trả lời.	<ul style="list-style-type: none"> Sử dụng 6 câu hỏi (tại sao, cái gì, ở đâu, khi nào, ai và như thế nào). Ghi chép lại mọi thông tin cần thiết (xem bước 2). 	Để xác lập nhu cầu và yêu cầu của khách hàng.	Yêu cầu của khách có thể chuyển tới các bạn qua: <ul style="list-style-type: none"> Thư điện tử. Chat. Thư/Fax. Trực tiếp. Điện thoại. Như vậy bạn phải biết làm việc với những phương tiện khác nhau này.
2. Thiết lập thông tin cơ bản	Ghi nhận thông tin cần thiết để có thể chuẩn bị một chương trình ban đầu.	Cần nắm được các thông tin tối thiểu sau: <ul style="list-style-type: none"> Nơi khách đi du lịch. Khoảng thời gian của chuyến đi. Ngày khởi hành. Ngày trở về. Hạng ghế khách ưa thích (ví dụ: hạng F, J, Y). Loại (các) khách sạn. Số lượng người trong đoàn. Có trẻ em không và bao nhiêu tuổi. 	Trước khi bắt đầu thiết kế một chương trình thực tế và khả thi, bạn cần phải có thông tin chi tiết từ khách hàng của bạn.	

BƯỚC	CÁCH LÀM	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	KIẾN THỨC
<p>3. Ghi chép thông tin “cần biết”</p>	<p>Ghi chép cẩn thận thông tin sẽ giúp cho bạn thiết kế chương trình theo yêu cầu khách hàng.</p>	<p>Thông tin cần biết bao gồm:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Lý do đi du lịch. • Có yêu cầu chương trình linh hoạt hay không. • Ngân sách của khách hàng. • Lựa chọn hãng hàng không. • Yêu cầu đặc biệt (ví dụ: bữa ăn, dị ứng, xe lăn, chỗ ngồi trên máy bay, buồng trong khách sạn). • Mọi khách hàng có đi theo cho đến cuối cùng của chương trình hay không? • Khách hàng muốn tính giá thế nào (cho từng người, giá tổng thể hay theo từng dịch vụ)? • Thành viên của hãng hàng không và/hoặc chương trình khách hàng trung thành. 	<p>Những thông tin này giúp cho bạn tiếp tục điều chỉnh chương trình và đưa ra đề nghị phù hợp cho những khách hàng riêng biệt.</p> <p>Mỗi khách hàng có yêu cầu khác nhau về diễn giải giá chương trình.</p>	

BƯỚC	CÁCH LÀM	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	KIẾN THỨC
4. Đảm bảo kế hoạch du lịch khả thi	Đánh giá xem các yêu cầu của khách có thể thực hiện được trong khung thời gian đó không. Xem xét cả về khoảng thời gian đặt chỗ và sự tiện lợi cho khách (ví dụ: liệu khách đang lên kế hoạch để đi du lịch quá nhiều trong khoảng thời gian quá ngắn). Thảo luận về các giải pháp lựa chọn thực tế với khách hàng.	<ul style="list-style-type: none"> Đảm bảo đạt được sự đồng ý của khách hàng trước khi tiến hành các bước tiếp theo. 	Bạn chỉ có thể bắt đầu thiết kế chương trình nếu khung thời gian ban đầu là thực tế và khách hàng đồng ý với những thỏa thuận sơ bộ.	Kiến thức và hiểu biết chi tiết về các điểm đến (ví dụ về các khoảng cách) là cần thiết để thông báo cho khách hàng việc đánh giá này.
5. Kiểm tra tình trạng chỗ của các phương tiện vận chuyển	Sử dụng đúng cách các nguồn và các hệ thống để đảm bảo tính thực thi của chương trình dự thảo.	<ul style="list-style-type: none"> Sử dụng hệ thống GDS, trang web của các nhà cung cấp hoặc gọi điện thoại để kiểm tra chỗ trống trên chuyến bay/xe buýt/tàu hỏa vào các ngày khách yêu cầu. Đưa ra các lựa chọn khác nếu lựa chọn ban đầu không thích hợp. Tiến hành đặt giữ chỗ dự phòng. 	<p>Trước khi thực hiện việc tính giá chi tiết, bạn phải kiểm tra tính thực thi của hành trình du lịch:</p> <p>Ví dụ, ngày khách lựa chọn có chuyến bay không? Hạng ghế khách muốn có còn chỗ trống nào không?</p> <p>Nếu không có việc giữ chỗ này, chương trình không thể tiến triển theo kế hoạch được. Đây là việc đặt chỗ dự phòng vì bạn chưa thỏa thuận với khách hàng toàn bộ chương trình.</p>	Giữ chỗ hay chỗ dự phòng là việc đặt giữ chỗ có tính chất then chốt đối với thành công của chương trình và đối với những nơi bạn dự kiến có số lượng chỗ hạn chế.

BƯỚC	CÁCH LÀM	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	KIẾN THỨC
<p>6. Kiểm tra khả năng đặt chỗ khác</p>	<p>Sử dụng đúng cách các nguồn và các hệ thống để đảm bảo tính thực thi của chương trình dự thảo.</p>	<ul style="list-style-type: none"> Sử dụng hệ thống CRS, trang web của các nhà cung cấp, gọi điện thoại hay bất kỳ phương tiện nào để kiểm tra chỗ trống tại các khách sạn, chuyến du lịch, dịch vụ thuê xe, sự kiện. Đưa ra các lựa chọn khác nếu lựa chọn ban đầu không thích hợp. Tiến hành đặt giữ chỗ dự phòng. 	<p>Trước khi thực hiện việc tính giá chi tiết, bạn phải kiểm tra:</p> <p>Ví dụ:</p> <p>Liệu khách sạn có còn chỗ trống không? Chuyến du lịch khách lựa chọn đã kín chỗ chưa? Có còn vé cho sự kiện khách yêu cầu không?</p> <p>Nếu không có việc giữ chỗ này, chương trình không thể tiến triển theo kế hoạch được. Đây là việc đặt chỗ dự phòng vì bạn chưa thỏa thuận với khách hàng toàn bộ chương trình.</p>	
<p>7. Tính giá</p>	<p>Tiến hành tính giá.</p>	<ul style="list-style-type: none"> Tuân thủ các bước như trong phần việc 9.2. 	<p>Trước khi bạn tiếp tục thu xếp chương trình cuối cùng, bạn phải có được sự đồng ý của khách hàng với chương trình dự thảo. Để làm được việc đó, khách hàng cần được cung cấp bảng tính giá.</p>	

CÔNG VIỆC SỐ 10:
PHẦN VIỆC SỐ 10.2:

NHIỆM VỤ CƠ BẢN CỦA HÃNG LỮ HÀNH VÀ ĐẠI LÝ LỮ HÀNH

Các chương trình khách hàng trung thành của hãng hàng không và khách sạn (Kiến thức)

NỘI DUNG	MÔ TẢ	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	KIẾN THỨC
<p>1. Chương trình khách hàng trung thành của khách sạn</p>	<p>Nhiều tập đoàn khách sạn thực hiện chương trình này nhằm nâng cao sự trung thành của khách hàng đối với thương hiệu khách sạn (khuyến khích khách hàng luôn đặt phòng khách sạn trong cùng một hệ thống). Những chương trình khách hàng trung thành đưa ra hình thức thưởng đa dạng cho khách hàng dựa trên mức độ thường xuyên họ nghỉ ở khách sạn.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Đảm bảo bạn phải điều chỉnh mỗi lần thiết kế chương trình cho khách hàng là thành viên của chương trình khách hàng trung thành của khách sạn. • Bổ sung số thành viên vào hồ sơ khách hàng. 	<p>Là khách hàng trung thành anh ta được nhận phần thưởng từ khách sạn.</p> <p>Cập nhật thông tin khách hàng và bạn không phải hỏi khách hàng câu hỏi đó nữa.</p>	<p>Mỗi chương trình khách hàng trung thành đều có tên gọi. Chúng cũng được gọi là chương trình khách hàng ưu tiên.</p>
<p>2. Chương trình khách hàng trung thành của hãng hàng không</p>	<p>Chương trình khách hàng trung thành của hãng hàng không cũng tương tự như của khách sạn. Nhiều chương trình của hãng hàng không liên kết với khách sạn (tập đoàn khách sạn) nào đó. Khách du lịch đi máy bay nhận được “cây số” (miles) do bay thường xuyên với một hãng hàng không nhất định. Những cây số này có thể đem lại cho khách hàng lợi ích bổ sung như được nâng cấp dịch vụ hay vé miễn phí.</p>	<p>Hãy làm quen với những lợi ích của chương trình khách hàng trung thành của hãng hàng không một cách tổng thể và cụ thể với:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Hãng hàng không bay đến và đi từ thị trường quan trọng nhất của bạn. • Chương trình bông sen vàng (của hãng Hàng không Quốc gia Việt Nam). 	<p>Bạn có thể tư vấn cho khách hàng về những lợi ích mà họ có thể được hưởng.</p>	<p>Chương trình khách hàng trung thành của hãng hàng không còn được biết đến như là chương trình khách hàng bay thường xuyên.</p>

CÔNG VIỆC SỐ 10: NHIỆM VỤ CƠ BẢN CỦA HÃNG LỮ HÀNH VÀ ĐẠI LÝ LỮ HÀNH

PHẦN VIỆC SỐ 10.3: Tính giá chương trình cho khách hàng

BƯỚC	CÁCH LÀM	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	KIẾN THỨC
1. Định vị bảng tính giá	Mở bảng tính giá của doanh nghiệp lữ hành của bạn.	Chỉ dùng bảng tính giá của công ty.	Sử dụng bảng tính giá tiêu chuẩn sẽ đảm bảo mọi chi phí được tính khi tiến hành tính giá. Sử dụng bảng tính giá mẫu sẽ đảm bảo cho bạn tính giá chính xác cho mỗi cấu phần dịch vụ.	Mẫu hoặc định dạng tính giá trong doanh nghiệp lữ hành của bạn.
2. Thu thập thông tin khách hàng	Thu thập tập tin khách hàng cần thiết cho việc tính giá.	Bao gồm những thông tin trên cơ sở những yêu cầu sau: <ul style="list-style-type: none"> • Vận chuyển. • Lưu trú. • Hướng dẫn du lịch. • Các bữa ăn. • Chương trình chi tiết. 	Những thông tin này cần thiết cho việc tính giá.	

BƯỚC	CÁCH LÀM	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	KIẾN THỨC
<p>3. Tính giá các dịch vụ trong hành trình của khách</p>	<p>Hoàn chỉnh bảng tính giá theo hướng dẫn của công ty bạn.</p>	<p>Kết quả cuối cùng của bảng tính giá phải bao gồm những thông tin sau:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Giá vé máy bay và các loại thuế + phụ phí. • Các chi phí cho toàn bộ chương trình tham quan. • Các chi phí thuê xe bao gồm cả thuế và bảo hiểm. • Các chi phí vận chuyển (sân bay/khách sạn/sân bay) tại từng thành phố. • Chi phí lưu trú cho từng đêm và toàn bộ thời gian lưu trú. • Các dịch vụ khác (ví dụ: ăn, hướng dẫn viên, phí vào cửa, giải trí,...). • Chi phí bảo hiểm du lịch. • Chi phí hộ chiếu và thị thực. • Các mức giá khác cho trẻ em. 	<p>Có chi phí nằm trong mọi dịch vụ thì chúng phải được bao gồm trong bảng tính giá.</p>	

BƯỚC	CÁCH LÀM	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	KIẾN THỨC
4. Các loại phí	Thêm các loại phí và tiền hoa hồng.	<ul style="list-style-type: none"> • Thêm các loại phí và tiền hoa hồng theo tiêu chuẩn của công ty bạn. 	Đây là yêu cầu của công ty để có lợi nhuận trả cho các khoản chi tiêu của công ty.	
5. Kiểm tra bảng tính giá	Đối chiếu yêu cầu của khách hàng với những nội dung trong bảng tính giá.	<p>Mọi dịch vụ phải được tính giá và bao gồm:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Vận chuyển. • Lưu trú. • Hướng dẫn du lịch. • Các bữa ăn. • Chương trình chi tiết. • Các loại phí. 	Đảm bảo trước khi giao dịch với khách hàng, mọi nội dung tính toán đều chính xác. Nếu bạn phải thừa nhận với khách hàng rằng đã mắc lỗi trong tính toán sẽ bị coi là không chuyên nghiệp. Còn tệ hại hơn nếu sai sót ảnh hưởng đến doanh thu của công ty.	
6. Liên hệ với khách hàng	Liên hệ với khách hàng.	<ul style="list-style-type: none"> • Dùng đúng cách mà khách hàng đã liên lạc với bạn trừ trường hợp hai bên có những thỏa thuận khác. 	Đó chính là cách liên lạc mà khách hàng ưa thích.	

BƯỚC	CÁCH LÀM	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	KIẾN THỨC
7. Giới thiệu chương trình và giá	Liên hệ với khách hàng và giới thiệu giá.	Việc giới thiệu cần bao gồm: <ul style="list-style-type: none"> • Giá được tính theo định dạng khách hàng quen thuộc. • Mọi chi tiết cụ thể như: <ul style="list-style-type: none"> ◦ Hộ chiếu, thị thực và những yêu cầu của khách hàng. ◦ Yêu cầu về y tế. ◦ Cảnh báo du lịch. • Giá trị hiệu lực của bảng tính giá. 	<p>Đó là dịch vụ đối với khách hàng và chứng tỏ tính chuyên nghiệp và linh hoạt của công ty bạn.</p> <p>Khách hàng muốn bạn cung cấp những thông tin cập nhật và chính xác về những yêu cầu quan trọng.</p> <p>Thông báo cho khách hàng bảng tính giá có giá trị đến khi nào.</p>	
8. Điều chỉnh	Điều chỉnh chương trình theo mong muốn của khách hàng.	Nạp những thay đổi vào trong bảng tính giá. Kiểm tra lại nội dung mới nạp, đối chiếu với yêu cầu của khách hàng.	<p>Như vậy, chương trình sẽ phù hợp với nhu cầu và yêu cầu của khách.</p> <p>Đảm bảo không để xảy ra sai sót.</p>	

BƯỚC	CÁCH LÀM	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	KIẾN THỨC
<p>9. Thỏa thuận với khách hàng</p>	<p>Có được đồng ý chính thức của khách để tiếp tục với việc đặt giữ chỗ các dịch vụ.</p>	<p>Sự đồng ý chính thức phải LUÔN dưới dạng văn bản. Hình thức dưới đây được chấp nhận:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Thư. • Fax. • Email. • Mẫu đặt giữ chỗ có chữ ký. <p>Tuân thủ theo tiêu chuẩn của công ty bạn khi tiếp nhận sự đồng ý của khách hàng.</p>	<p>Là người đại diện cho khách hàng, bạn phải có được sự đồng ý của họ trước khi tiến hành mọi cam kết đặt chỗ. Việc hủy đặt chỗ sau đó có thể liên quan đến chi phí hủy đặt chỗ.</p> <p>Bạn phải có bằng chứng về thỏa thuận với khách hàng đối với chương trình.</p>	

CÔNG VIỆC SỐ 10: PHẦN VIỆC SỐ 10.4

NHIỆM VỤ CƠ BẢN CỦA HÃNG LỮ HÀNH VÀ ĐẠI LÝ LỮ HÀNH Đặt giữ chỗ các dịch vụ trong chương trình

BƯỚC	CÁCH LÀM	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	KIẾN THỨC
1. Thực hiện việc đặt chỗ	Sử dụng công nghệ thích hợp để tiến hành đặt giữ chỗ các dịch vụ trong chương trình.	<p>Bạn phải có khả năng đặt:</p> <ul style="list-style-type: none">• Vé máy bay.• Khách sạn/lưu trú.• Thuê xe và các loại phương tiện vận chuyển khác.• Các dịch vụ khác trong chương trình. <p>Bạn phải hiểu rõ các quy định và điều kiện về giá đối với từng chuyến bay đã đặt chỗ:</p> <ul style="list-style-type: none">• Phí thay đổi hành trình.• Thời gian lưu trú tối thiểu/tối đa.• Phí phạt hủy bỏ.• “Được phép hoặc không được phép” thay đổi ngày.	<p>Như vậy, bạn có thể thu xếp chương trình theo yêu cầu của khách.</p> <p>Như vậy, bạn biết lựa chọn việc sắp xếp chương trình phù hợp nhất đối với khách hàng của mình.</p>	

BƯỚC	CÁCH LÀM	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	KIẾN THỨC
		<p>Bạn phải hiểu được điều kiện đặt chỗ đối với khách sạn và các dịch vụ khác trong chương trình:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Thời gian lưu lại ít nhất/nhiều nhất. • Phí hủy đặt chỗ. • Có thể thay đổi thời gian hay không. <p>Mọi đặt chỗ phải được xác nhận bằng văn bản:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Email. • Fax. • Thư. 	<p>Như vậy, bạn biết lựa chọn cách sắp xếp phù hợp nhất đối với khách hàng của mình.</p> <p>Có được bằng chứng về việc đặt chỗ.</p>	

BƯỚC	CÁCH LÀM	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	KIẾN THỨC
<p>2. Ghi lại tình trạng đặt chỗ</p>	<p>Giữ lại các ghi chép mới nhất về tình trạng đặt chỗ của các dịch vụ trong chương trình.</p>	<p>Tình trạng đặt chỗ phải là một trong những hình thức dưới đây:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Theo yêu cầu. • Lựa chọn (Optional). • Đã được xác nhận. • Trong danh sách chờ. • Không có (Unavailable). • Đã hủy. • Đã đặt cọc. • Đã thanh toán toàn bộ. <p>Tình trạng đặt chỗ trong chương trình của khách hàng phải luôn được cập nhật.</p>	<p>Nếu bạn vắng mặt, đồng nghiệp của bạn phải biết được tình trạng chính xác.</p>	<p>Xem định nghĩa tình trạng đặt giữ chỗ.</p>
<p>3. Ghi lại các yêu cầu về thanh toán</p>	<p>Ghi lại các yêu cầu về đặt cọc, thanh toán cuối cùng và thời hạn thanh toán cuối cùng của mỗi dịch vụ đặt chỗ.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Sử dụng bảng kiểm tra những ngày thanh toán (đặt cọc và số còn lại) mà các nhà cung cấp yêu cầu. 	<p>Bạn phải thanh toán vào ngày yêu cầu để giữ chỗ đã đặt.</p> <p>Nếu bạn vắng mặt, đồng nghiệp của bạn cần phải biết tình trạng chính xác.</p>	

BƯỚC	CÁCH LÀM	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	KIẾN THỨC
4. Bảo hiểm du lịch	Mua bảo hiểm du lịch cho toàn bộ chuyến đi của khách hàng nếu được yêu cầu.	<p>Lựa chọn bảo hiểm du lịch tính đến các tiêu chí sau:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Độ tuổi của khách hàng. • Độ dài của chuyến đi. • Những điểm đến du lịch. • Yêu cầu đặc biệt của khách hàng. 	Khách hàng muốn được bảo hiểm tốt nhất với mức phí bảo hiểm hợp lý nhất.	
5. Tư vấn cho khách hàng	Giữ liên hệ thường xuyên với khách hàng như đã thỏa thuận.	<p>Liên lạc thường xuyên với khách phụ thuộc vào yêu cầu của khách hàng, nhưng bạn phải liên lạc với khách nếu:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Cần thay đổi chương trình. • Khách hàng yêu cầu thanh toán. 	Như vậy, khách hàng được cập nhật mọi diễn biến và nhận được sự đồng ý của họ đối với những thay đổi cơ bản.	
6. Điều chỉnh hành trình, giá cả và đặt chỗ	Thực hiện các điều chỉnh cần thiết trong hành trình của khách và trong bảng tính giá; sau đó thực hiện việc đặt chỗ, căn cứ vào xác nhận của khách.	<p>Luôn phải có xác nhận bằng văn bản của khách đối với những thay đổi chương trình qua:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Fax. • Email. • Thư. • Mẫu đặt chỗ. <p>Thực hiện ngay sau khi nhận được sự đồng ý của khách.</p>	<p>Như vậy bạn luôn có được bằng chứng khách hàng đã đồng ý với thay đổi.</p> <p>Để giữ chỗ đã thay đổi và tiến hành các đặt chỗ khác do việc thay đổi gây ra.</p>	

BƯỚC	CÁCH LÀM	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	KIẾN THỨC
7. Thanh toán	<p>Giải thích với khách hàng về các thời hạn thanh toán và tiến hành thanh toán.</p> <p>Thực hiện việc thanh toán cho các nhà cung cấp.</p>	<p>Cung cấp cho khách hàng lịch thời hạn thanh toán rõ ràng bao gồm:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Các khoản nợ • Thời gian nợ. <p>Liên hệ ngay với khách hàng trong trường hợp họ không thanh toán.</p> <p>Luôn thanh toán cho nhà cung cấp trước thời hạn.</p>	<p>Như vậy, khách hàng biết được khi nào phải thanh toán.</p> <p>Làm rõ khách hàng còn muốn bạn giữ chỗ hay không và thông báo với khách hàng trường hợp không thanh toán, chỗ đã đặt không được giữ lại.</p> <p>Để giữ chỗ.</p>	<p>Chính sách của công ty về tài khoản thu, chi.</p> <p>Phần việc 10.5.</p>
8. Chương trình chi tiết cuối cùng	Soạn thảo chương trình chi tiết cuối cùng cho khách.	<p>Chương trình cần phản ánh mong muốn của khách hàng về:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Bố cục. • Chi tiết. 	Đây là “lịch trình” về chuyến đi sắp tới của khách, những chi phí và đặt chỗ đã thực hiện.	

CÔNG VIỆC SỐ 10: NHIỆM VỤ CƠ BẢN CỦA HÃNG LỮ HÀNH VÀ ĐẠI LÝ LỮ HÀNH

PHẦN VIỆC SỐ 10.5: Các thuật ngữ về tình trạng đặt giữ chỗ (Kiến thức)

NỘI DUNG	MÔ TẢ	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	KIẾN THỨC
Đã yêu cầu	Đại lý đã thông báo yêu cầu đặt chỗ cho nhà cung cấp.	<ul style="list-style-type: none"> Yêu cầu đã được đại lý thực hiện nhưng nhà cung cấp chưa trả lời. 	Cho thấy yêu cầu đặt chỗ đã được tiến hành.	
Dự kiến (Optional)	Nhà cung cấp đã trả lời cho việc đặt chỗ dự kiến.	<ul style="list-style-type: none"> Nhà cung cấp giữ chỗ theo yêu cầu trên cơ sở yêu cầu dự kiến. Một đặt chỗ dự kiến luôn có thời hạn giải tỏa chỗ. Đến thời hạn này nhà cung cấp sẽ giải tỏa đặt chỗ này. Hãy gia hạn thời hạn giải tỏa chỗ nếu bạn cần thêm thời gian chuẩn bị chương trình. 	<p>Bạn có thể tiếp tục sắp xếp chương trình dựa trên những đặt chỗ ban đầu này.</p> <p>Bạn phải theo dõi thời hạn giải tỏa chỗ nếu không muốn mất đi việc đặt chỗ dự kiến.</p>	
Đã xác nhận	Nhà cung cấp đã xác nhận việc đặt chỗ.	<ul style="list-style-type: none"> Nhà cung cấp khẳng định giữ chỗ. Hủy đặt chỗ có thể bị phạt. 	<p>Bạn đã có đặt chỗ chính thức.</p> <p>Thường đó là một trong những điều kiện đặt chỗ chính thức.</p>	
Trong danh sách chờ	Nhà cung cấp không còn chỗ, nhưng có thể còn một chút cơ hội sẽ có chỗ.	<ul style="list-style-type: none"> Luôn phải có phương án dự phòng trong trường hợp chỗ đặt nằm trong danh sách chờ. 	Vì bạn không thể khẳng định sẽ có chỗ theo yêu cầu hay không.	

NỘI DUNG	MÔ TẢ	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	KIẾN THỨC
Không có chỗ	Nhà cung cấp không có chỗ và không hy vọng sẽ có chỗ trong thời gian tới.	<ul style="list-style-type: none"> Thực hiện đặt chỗ với nhà cung cấp khác. 		
Hủy chỗ	Việc đặt chỗ bị hủy do yêu cầu của bạn hoặc nhà cung cấp.	<ul style="list-style-type: none"> Nhà cung cấp chỉ có thể hủy chỗ dự kiến nếu việc đặt chỗ dự kiến không được xác nhận chính thức trước ngày giải tỏa chỗ. Việc hủy chỗ sẽ không bị phạt nếu đó là chỗ đặt dự kiến. Với chỗ đặt chính thức, bạn luôn phải kiểm tra chính sách hủy trước khi tiến hành hủy chỗ. 	Bởi vì bạn đã thỏa thuận với nhà cung cấp để giữ chỗ trong một thời gian nhất định.	
Đã thanh toán đặt cọc	Một số nhà cung cấp yêu cầu bạn trả trước một phần tiền như là một đảm bảo.	<ul style="list-style-type: none"> Trả tiền trước chỗ đặt nhìn chung được đánh giá có mức độ chính thức cao hơn việc đặt chỗ đã được xác nhận. 	Nhà cung cấp làm như vậy để đảm bảo họ không giữ những chỗ mà không có doanh thu.	
Đã thanh toán toàn bộ	Một số nhà cung cấp yêu cầu bạn thanh toán trước toàn bộ chi phí.	<ul style="list-style-type: none"> Với việc thanh toán trước, đôi lúc sẽ có những điều kiện hoặc giá thuận lợi hơn (vd. khách sạn/chuyến bay quốc tế). 	Nhà cung cấp làm như vậy để đảm bảo họ không giữ những chỗ mà không có doanh thu.	

CÔNG VIỆC SỐ 10: NHIỆM VỤ CƠ BẢN CỦA HÃNG LỮ HÀNH VÀ ĐẠI LÝ LỮ HÀNH

PHẦN VIỆC SỐ 10.6: Tư vấn cho khách hàng về hộ chiếu, thị thực, hải quan và y tế

BƯỚC	CÁCH LÀM	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	KIẾN THỨC
1. Hộ chiếu	Tư vấn cho khách hàng về yêu cầu hiệu lực của hộ chiếu.	Trực tiếp xem lại hộ chiếu và giấy thông hành của khách và kiểm tra: <ul style="list-style-type: none"> • Thời hạn giá trị. • Có dấu hay thị thực của đất nước thù địch trong hộ chiếu. 	Khách du lịch phải mang theo hộ chiếu còn giá trị sử dụng đối với các quốc gia đến thăm trong toàn bộ hành trình. Một số nước không chấp nhận khách du lịch đã có vết sẹo thăm quốc gia thù địch với họ.	Các yêu cầu về hộ chiếu còn giá trị sử dụng của các quốc gia (có trong hệ thống CRS, Internet hoặc gọi điện thoại đến Đại sứ quán/Lãnh sự quán).
2. Thị thực và giấy thông hành (khách quá cảnh)	Kiểm tra xem quốc gia hoặc các quốc gia khách đến thăm có cần phải có thị thực không. Nếu phải có thị thực, hãy cung cấp mẫu đơn xin thị thực cho khách hàng để khai, thu hộ chiếu và phí thị thực, và gửi đến Đại sứ quán hoặc Lãnh sự quán để xin cấp thị thực.	<ul style="list-style-type: none"> • Kiểm tra yêu cầu về thị thực qua các kênh chính thức như trang web của Nhà nước. • Thông báo cho khách hàng biết chính xác các yêu cầu về thị thực. • Hỗ trợ khách hàng trong việc xin cấp thị thực. • Thông báo cho khách hàng về các yêu cầu phỏng vấn có thể. 	Khách du lịch phải có thị thực, nếu người thuộc quốc tịch đó cần phải có để nhập cảnh vào các nước có yêu cầu thị thực.	Các yêu cầu về thị thực của các nước (có trên hệ thống CRS, Internet hoặc gọi điện thoại đến Đại sứ quán/Lãnh sự quán).
3. Các giấy tờ về hộ chiếu và thị thực	Đảm bảo rằng khách hàng có đầy đủ hộ chiếu và thị thực cấp vào trước ngày khởi hành.	<ul style="list-style-type: none"> • Hộ chiếu và thị thực sẽ được cấp ít nhất 24 giờ trước ngày khởi hành của khách. 	Tránh sự vội vàng vào phút cuối và còn có thời gian bố trí nếu có những yêu cầu bổ sung khác.	Biết ngày nghỉ của các Đại sứ quán/Lãnh sự quán – ví dụ: các ngày quốc lễ hay ngày nghỉ theo tôn giáo.

BƯỚC	CÁCH LÀM	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	KIẾN THỨC
4. Hải quan	Thông báo cho khách biết chính xác các yêu cầu về hải quan.	<ul style="list-style-type: none"> Kiểm tra các yêu cầu hải quan về nhập khẩu và xuất khẩu theo chương trình của khách. Thông báo cho khách. 	Khách du lịch phải tuân thủ các quy định hải quan về nhập khẩu và xuất khẩu của các nước đến tham quan.	Các quy định hải quan của các quốc gia đến tham quan (có trên hệ thống CRS, Internet hoặc gọi điện thoại đến Đại sứ quán/Lãnh sự quán).
5. Y tế	<p>Kiểm tra tất cả các yêu cầu về vắc xin và tiêm chủng của các nước đến tham quan và tư vấn cho khách của bạn về vấn đề đó.</p> <p>Thông tin cho khách hàng biết về các giấy tờ y tế được yêu cầu, và xem Sổ theo dõi tiêm chủng của họ để đảm bảo rằng việc tiêm chủng yêu cầu đã được cập nhật.</p>	<p>Tư vấn y tế cần bao gồm:</p> <ul style="list-style-type: none"> Tiêm chủng bắt buộc. Tiêm chủng không bắt buộc. Các hành động phòng ngừa khác. Cảnh báo khách hàng các nguy cơ về sức khỏe và những cảnh báo du lịch đối với những quốc gia và vùng đến thăm. 	<p>Khách du lịch phải mang theo những chứng nhận y tế còn giá trị sử dụng đối với các quốc gia đến thăm. Nếu không mang theo bằng chứng về việc đã tiêm chủng bắt buộc, khách du lịch có thể không được phép vào các nước họ mong muốn.</p> <p>Khách hàng có thể không biết rõ các nguy cơ về sức khỏe ở các nước có trong chương trình.</p>	Thông tin về các cảnh báo y tế trong các vùng khác nhau trên thế giới (có trên hệ thống CRS hoặc trang web của Tổ chức Y tế thế giới).

CÔNG VIỆC SỐ 10: NHIỆM VỤ CƠ BẢN CỦA HÃNG LỮ HÀNH VÀ ĐẠI LÝ LỮ HÀNH

PHẦN VIỆC SỐ 10.7: Thu tiền đặt cọc và toàn bộ số tiền

BƯỚC	CÁCH LÀM	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	KIẾN THỨC
1. Thu tiền đặt cọc và các khoản thanh toán đầy đủ	Thu các khoản đặt cọc từ khách hàng theo các điều kiện đặt chỗ của từng dịch vụ.	<p>Loại tiền đặt cọc có thể thu là:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tiền mặt. • Séc. • Thẻ tín dụng. • Tiền chuyển khoản. <p>Luôn tuân thủ chính sách của công ty về thanh toán.</p> <p>Mọi khoản đặt cọc phải được thu đúng hạn.</p>	Để giữ các đặt chỗ trước cho chương trình.	Chính sách của đại lý lữ hành của bạn về việc chấp nhận thanh toán.
2. Thanh toán các khoản tiền đặt cọc và thanh toán đầy đủ	Theo dõi mọi khoản tiền đặt cọc đã được thanh toán.	<ul style="list-style-type: none"> • Thanh toán mọi khoản đúng hạn cho các nhà cung cấp. • Liên lạc với phòng kế toán về các khoản phải thanh toán. 	Để giữ các đặt chỗ trước.	Các điều khoản về đặt cọc và thanh toán với nhà cung cấp dịch vụ.
3. Cập nhật các ghi chép	Cập nhật bảng tính giá chương trình.	<p>Ghi chép:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Khoản đặt cọc đã nhận. • Khoản thanh toán đã thực hiện. 	Nếu bạn vắng mặt, đồng nghiệp của bạn có thể biết tình trạng chính xác của việc đặt chỗ.	

BƯỚC	CÁCH LÀM	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	KIẾN THỨC
4. Thu các khoản tiền còn lại từ khách	Đảm bảo bạn phải thu từ khách hàng các khoản còn lại.	<ul style="list-style-type: none"> Thu các khoản tiền từ khách đúng thời gian để đảm bảo việc thanh toán đúng hạn. 	Để giữ các đặt chỗ trước và đảm bảo công ty bạn được thanh toán đầy đủ.	
5. Thanh toán các khoản còn lại cho các nhà cung cấp	Phối hợp với kế toán để thanh toán cho các nhà cung cấp trước khi hết hạn.	<ul style="list-style-type: none"> Phải thanh toán mọi khoản đúng hạn. 	Để giữ các chỗ đặt chỗ.	Các điều khoản liên quan đến thanh toán và đặt cọc với nhà cung cấp.
6. Cập nhật các ghi chép	(Như bước 3 nêu trên).	<ul style="list-style-type: none"> Ghi chép của bạn phải luôn được cập nhật. 	Nếu bạn vắng mặt, đồng nghiệp của bạn phải biết tình trạng chính xác.	
7. Nhận các giấy tờ từ các nhà cung cấp	Yêu cầu các nhà cung cấp cấp các tài liệu cần thiết và ghi lại ngày nhận các tài liệu đó (vd như biên lai).	<p>Lưu giữ (thủ công hoặc trên máy tính):</p> <ul style="list-style-type: none"> Các tài liệu nhận được. Ngày nhận các tài liệu này. 	Quản lý công việc một cách hiệu quả.	

CÔNG VIỆC SỐ 10: NHIỆM VỤ CƠ BẢN CỦA HÃNG LỮ HÀNH VÀ ĐẠI LÝ LỮ HÀNH

PHẦN VIỆC SỐ 10.8: Hiểu rõ mọi tài liệu và giải thích cho khách hàng (Kiến thức)

NỘI DUNG	MÔ TẢ	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	KIẾN THỨC
1. Các tài liệu của các nhà cung cấp	Ghi nhận và kiểm tra các tài liệu từ các nhà cung cấp.	Làm rõ những chi tiết sau đây: <ul style="list-style-type: none"> • Họ tên. • Ngày tháng năm. • Số lần. • Những chi tiết cụ thể khác của các nhà cung cấp. Thông báo cho nhà cung cấp ngay nếu có nhầm lẫn. Ghi nhận lại việc đã nhận đủ tài liệu từ các nhà cung cấp. Bảo quản tài liệu một cách an toàn.	Nhầm lẫn trong tài liệu của các nhà cung cấp sẽ gây khó khăn cho khách hàng khi thực hiện chương trình. Để có thể thay đổi ngay. Bạn có trách nhiệm đối với việc giữ an toàn cho vé...	
2. Cung cấp các tài liệu cho khách hàng	Bàn giao tất cả các tài liệu cho khách hàng.	<ul style="list-style-type: none"> • Chỉ chuyển giao cho khách bộ tài liệu hoàn chỉnh. • Chỉ chuyển giao cho khách khi họ đã thanh toán mọi chi phí theo yêu cầu. • Yêu cầu khách ký đã nhận tất cả tài liệu. • Sao chụp lại vé máy bay và các giấy tờ khác trong bộ tài liệu. 	Như vậy khách hàng đã nhận đủ mọi tài liệu một lần. Đảm bảo khách hàng tuân thủ yêu cầu thanh toán. Là bằng chứng và để sau này kiểm tra lại nếu có những yêu cầu.	

CÔNG VIỆC SỐ 10:
PHẦN VIỆC SỐ 10.9:

NHIỆM VỤ CƠ BẢN CỦA HÃNG LỮ HÀNH VÀ ĐẠI LÝ LỮ HÀNH
Thay đổi chương trình theo yêu cầu của khách hàng

BƯỚC	CÁCH LÀM	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	Kiến thức
1. Khách thay đổi chương trình sau khi đã hoàn thành việc đặt chỗ trước	Lắng nghe những thay đổi về chương trình mà khách hàng muốn.	<ul style="list-style-type: none"> Ghi lại và đặt câu hỏi mở. Nhắc lại yêu cầu của khách. 	<p>Chúng tôi bạn chú ý lắng nghe và để có thông tin tham khảo.</p> <p>Chúng tôi bạn hiểu rõ yêu cầu thay đổi.</p>	
2. Ảnh hưởng đến bảng tính giá chương trình	Làm rõ những ảnh hưởng xảy ra do việc thay đổi chương trình và giá cả.	<ul style="list-style-type: none"> Xem lại điều kiện đặt chỗ. Tính toán các chi phí kèm theo các thay đổi. Thông báo cho khách. 	Khách hàng biết được ảnh hưởng có thể có của yêu cầu thay đổi.	
3. Thoả thuận với khách để thực hiện các thay đổi với mức giá điều chỉnh	Đạt được thỏa thuận và tiến hành thực hiện các thay đổi theo yêu cầu.	<ul style="list-style-type: none"> Đảm bảo khách hàng đã đồng ý bằng văn bản những thay đổi theo yêu cầu. Thay đổi theo yêu cầu đã thỏa thuận với khách. 	Bạn phải có bằng chứng là khách hàng đã đồng ý với những thay đổi.	
4. Những khoản thanh toán bổ sung	Thu các khoản tiền bổ sung và thanh toán cho các nhà cung cấp để nhận được các tài liệu thay đổi.	<ul style="list-style-type: none"> Thu và trả các khoản thanh toán bổ sung. Tuân thủ quy trình thanh toán của công ty. Lưu giữ bản sao các tài liệu trong hồ sơ khách hàng. 	Giữ và đảm bảo việc đặt chỗ đã điều chỉnh.	

BƯỚC	CÁCH LÀM	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	KIẾN THỨC
5. Chương trình sửa đổi cuối cùng	Soạn thảo chương trình mới cuối cùng và gửi cho khách.	<ul style="list-style-type: none"> Chương trình mới cuối cùng được soạn thảo và gửi cho khách. 		
6. Các giấy tờ du lịch	Nhận và giải thích/trao các giấy tờ mới cho khách.	<ul style="list-style-type: none"> Khách hàng nhận đầy đủ vé máy bay và các tài liệu. Khách hàng phải ký đã nhận các tài liệu đã sửa đổi. Lưu giữ bản sao các tài liệu trong hồ sơ khách hàng. 	<p>Khách hàng có thể thực hiện chương trình mới.</p> <p>Có bằng chứng chứng tỏ khách hàng đã nhận tài liệu.</p> <p>Trong trường hợp có vấn đề.</p>	

CÔNG VIỆC SỐ 10: NHIỆM VỤ CƠ BẢN CỦA HÃNG LỮ HÀNH VÀ ĐẠI LÝ LỮ HÀNH
PHẦN VIỆC SỐ 10.10: Xử lý việc huỷ dịch vụ và hoàn tiền

BƯỚC	CÁCH LÀM	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	KIẾN THỨC
<p>1. Khách huỷ bỏ chuyến đi</p>	<p>Lắng nghe nguyên nhân huỷ bỏ chuyến đi của khách hàng.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Ghi lại nội dung. • Nhắc lại yêu cầu huỷ tour. • Ghi lại nguyên nhân huỷ tour. 	<p>Chúng tôi bạn chú ý lắng nghe và để tham khảo sau này.</p> <p>Để nghiên cứu nếu khách hàng có đề cập đến việc nhận hoàn trả (một phần) bảo hiểm du lịch.</p>	
<p>2. Nếu chưa đặt chỗ trước</p>	<p>Nếu chưa đặt chỗ chính thức và chưa đưa giấy tờ đi lại thì việc huỷ sẽ giải quyết theo hướng dẫn của công ty bạn về hoãn huỷ.</p>	<p>Giữ khách để có các yêu cầu du lịch sau này của khách:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Lưu các chi tiết về khách hàng và hành trình của họ để tham khảo sau này. • Đề nghị lựa chọn lập chương trình lại vào ngày phù hợp. • Đề nghị khách gọi cho bạn để hỗ trợ cho chuyến đi sau. • Tuân thủ chính sách của công ty bạn về hoãn huỷ. 	<p>Đại lý lữ hành của bạn cần có số lượng lớn các khách hàng trung thành.</p> <p>Không để xảy ra hiện tượng tổn thất về chi phí.</p>	

BƯỚC	CÁCH LÀM	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	KIẾN THỨC
3. Nếu đã đặt chỗ trước	Tiến hành hủy một cách thích hợp và thông báo cho khách hàng về những chi phí hủy tour.	<p>Đảm bảo tất cả các đặt chỗ trước liên quan đến chương trình đều bị hủy bỏ.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Đảm bảo rằng khách hàng biết rõ về các khoản phạt hủy bỏ, và tổng chi phí về các khoản phạt này trước khi hủy bỏ. • Trừ các khoản phí hủy bỏ từ tiền đặt cọc của khách hàng và trả cho các nhà cung cấp có liên quan. 	<p>Giảm thiểu chi phí cho khách hàng.</p> <p>Đảm bảo duy trì được mối quan hệ kinh doanh tốt giữa Đại lý lữ hành của bạn với các nhà cung cấp.</p>	
4. Hoàn tiền	Nếu đã thanh toán và đã xuất giấy tờ cho chuyến đi thì phải tiến hành hoàn trả tiền.	<ul style="list-style-type: none"> • Nhận lại từ khách hàng vé máy bay và các tài liệu khác đã được cấp. • Gửi các tài liệu này đến các nhà cung cấp liên quan để xin hoàn tiền. • Thông báo cho khách hàng biết về quá trình hoàn tiền. • Chuyển lại số tiền được hoàn cho khách hàng ngay khi nhận được từ nhà cung cấp (ngay và càng nhanh càng tốt). 	Sự trợ giúp hoàn tiền có hiệu quả là một dịch vụ quan trọng đối với khách hàng của bạn để đảm bảo rằng họ sẽ trở lại với bạn trong lần du lịch tiếp theo.	Các quy trình hoàn tiền của các nhà cung cấp.

CÔNG VIỆC SỐ 10: NHIỆM VỤ CƠ BẢN CỦA HÃNG LỮ HÀNH VÀ ĐẠI LÝ LỮ HÀNH
PHẦN VIỆC SỐ 10.11: Lưu giữ hồ sơ

BƯỚC	CÁCH LÀM	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	KIẾN THỨC
<p>1. Hoàn chỉnh hồ sơ khách hàng</p>	<p>Các thông tin về khách phải được cập nhật, dễ hiểu và hoàn chỉnh.</p> <p>Tạo hồ sơ với những chi tiết chính xác về khách hàng:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Lưu hồ sơ khách hàng theo thứ tự chữ cái trong hồ sơ văn phòng. 	<p>Hồ sơ khách hàng PHẢI có:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Họ và tên. • Chức danh. • Địa chỉ. • Số điện thoại. • Địa chỉ thư điện tử. • Quốc tịch. <p>Hồ sơ khách hàng CÓ THỂ có:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Bí danh. • Tuổi/ngày sinh. • Sở thích. • Số hộ chiếu và ngày hết hạn. • Số hiệu khách hàng bay thường xuyên. • Thẻ khách hàng trung thành của khách sạn. • Con cái. <p>Lưu hồ sơ khách hàng theo thứ tự chữ cái trong hồ sơ văn phòng hoặc theo mã số trong quy trình của công ty bạn.</p>	<p>Lưu giữ thông tin khách hàng cập nhật giúp bạn có thông tin cần thiết trong hồ sơ trong trường hợp khách đặt dịch vụ trở lại. Điều này cũng tạo điều kiện cho bạn giữ liên lạc với khách. Ví dụ: gửi thông tin về công ty bạn cho khách theo định kỳ.</p>	

BƯỚC	CÁCH LÀM	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	KIẾN THỨC
2. Hoàn chỉnh các thông tin chi tiết về các cuộc liên lạc	Lưu giữ tất cả ghi chép về các lần liên hệ, từ cuộc gọi hoặc gặp mặt đầu tiên cho đến khi khách hàng hoàn thành chuyến đi.	Hồ sơ ghi chép cần bao gồm: <ul style="list-style-type: none"> • Ghi chép về các cuộc liên lạc qua điện thoại, gặp gỡ, email, thư, fax hoặc chat. • Thời gian, ngày tháng và địa điểm. 	Để bạn hoặc đồng nghiệp dễ dàng tham khảo.	
3. Bổ sung chương trình cuối cùng	Lưu lại bản sao của hành trình được tính giá lần cuối cùng.	Hồ sơ khách hàng cần có bản sao: <ul style="list-style-type: none"> • Chương trình cuối cùng. • Bản tính giá gốc. 	Để bạn hoặc đồng nghiệp dễ dàng tham khảo.	
4. Kiểm tra lịch sử đặt chỗ	Kiểm tra việc ghi lại đầy đủ việc đặt chỗ.	Lưu giữ hồ sơ đặt chỗ đầy đủ, bao gồm: <ul style="list-style-type: none"> • Các đặt chỗ. • Các thay đổi. • Việc hủy bỏ. • Các xác nhận. Với các ngày thực hiện.	Để dễ dàng tham khảo trường hợp có ai hỏi.	

BƯỚC	CÁCH LÀM	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	KIẾN THỨC
5. Kiểm tra lịch sử thanh toán	Kiểm tra việc lưu hồ sơ hoàn chỉnh về những lần thanh toán tiền với khách hàng.	Lưu giữ hồ sơ lịch sử thanh toán bao gồm: <ul style="list-style-type: none"> Số tiền thu từ khách hàng. Tiền thanh toán cho nhà cung cấp. Thời gian thanh toán. Bản sao. 	Để bạn hoặc đồng nghiệp dễ dàng tham khảo trong trường hợp có chất vấn về việc thanh toán.	
6. Kiểm tra các tài liệu	Kiểm tra xem có sao lưu vào hồ sơ các tài liệu đã cấp cho khách.	Lưu giữ bản sao các tài liệu đã cấp hoặc giữ hồ sơ hoàn chỉnh trong máy tính. Tuân thủ quy định của công ty về điều này.	Bạn có thông tin tổng thể về những tài liệu đã xuất cho khách hàng.	
7. Hoàn chỉnh hồ sơ của khách	Sử dụng danh sách kiểm tra để kiểm tra lại nội dung trong hồ sơ.	Xem lại hồ sơ cuối cùng của khách và hoàn thành danh mục kiểm tra để đảm bảo rằng tất cả các ghi chép cần thiết đã được lưu giữ.	Danh mục kiểm tra sẽ giúp bạn đảm bảo rằng không có thứ gì bị bỏ quên.	Danh sách kiểm tra được lưu giữ trong hồ sơ khách hàng.

11. CHĂM SÓC KHÁCH HÀNG

Giới thiệu:

Có rất nhiều từ để nói về một khách hàng. Trong một khách sạn thì khách hàng là một “khách lưu trú”; trên máy bay, tàu hỏa hoặc tàu thủy thì là “hành khách”. Doanh nghiệp lữ hành thường dùng thuật ngữ “khách hàng”. Tiêu chuẩn kỹ năng của nghề này đã sử dụng thuật ngữ “khách hàng” để nói về bất kỳ ai điện thoại đến, gửi email hoặc trực tiếp viếng thăm; ban đầu là đặt câu hỏi và/hoặc đặt chỗ và mua sản phẩm qua công ty bạn.

“Khách hàng” của một **ĐẠI LÝ LỮ HÀNH** là du khách hoặc đại diện của khách, ví dụ trợ lý khách thương gia. Một đại lý lữ hành thành công sẽ có nhiều khách hàng thường xuyên, các khách hàng này sẽ tiếp tục làm việc với công ty chừng nào họ còn thấy hài lòng với các dịch vụ và giá trị của thông tin tư vấn họ nhận được (khách hàng quay lại). Chính khách hàng này sẽ giới thiệu đại lý lữ hành cho bạn bè họ. Các khách hàng quay lại và được giới thiệu thường là nguồn khách chủ yếu của một đại lý lữ hành.

Khách hàng của một **HÃNG LỮ HÀNH** có thể là một trong các đối tượng sau:

- Các hãng lữ hành bán sỉ du lịch nước ngoài tại châu Âu, Mỹ, Úc, Nhật Bản, Hàn Quốc... ký hợp đồng với công ty bạn đóng vai trò như “Hãng lữ hành trong nước” của họ, để phục vụ các khách hàng của họ là những khách du lịch “Outbound”, đi đến du lịch “Inbound” tại Việt Nam. Các khách hàng của họ trở thành khách du lịch của công ty bạn.
- Các đại lý bán lẻ du lịch ở Việt Nam, những người bán một trong các tour du lịch của công ty bạn cho khách hàng là những khách du lịch trong nước. Các khách hàng của họ trở thành khách du lịch của công ty bạn.
- Khách du lịch mua sản phẩm tour du lịch trực tiếp từ công ty bạn.

Hai loại khách hàng sau cùng nói trên - khách du lịch trong nước và khách du lịch mua trực tiếp - có thể là:

- Người Việt Nam đang sống tại Tp. Hồ Chí Minh chẳng hạn và mua tour du lịch đi Hà Nội, Sa Pa hoặc Vịnh Hạ Long.
- Người nước ngoài hiện lưu trú tại Việt Nam đi nghỉ trong nước.
- Khách du lịch nước ngoài tới Việt Nam không thu xếp bất kỳ một tour du lịch nào trước khi tới Việt Nam, nhưng trước khi rời Việt Nam họ có nhu cầu đi du lịch trong nước.

Nhân viên tại các doanh nghiệp lữ hành (bao gồm hãng lữ hành và đại lý lữ hành) sẽ tiếp xúc với các khách hàng nói trên.

PHẦN VIỆC SỐ 11.1:	Khách hàng của công ty (Kiến thức)
PHẦN VIỆC SỐ 11.2:	Nhân viên công ty lữ hành bán sỉ nước ngoài (FTW) (Kiến thức)
PHẦN VIỆC SỐ 11.3:	Nhân viên các đại lý lữ hành bán lẻ (Kiến thức)
PHẦN VIỆC SỐ 11.4:	Khách hàng trực tiếp của công ty (Kiến thức)
PHẦN VIỆC SỐ 11.5:	Phản hồi của khách hàng (Kiến thức)
PHẦN VIỆC SỐ 11.6:	Xử lý phàn nàn của khách

CÔNG VIỆC SỐ 11: CHĂM SÓC KHÁCH HÀNG
PHẦN VIỆC SỐ 11.1: Khách hàng của công ty (Kiến thức)

NỘI DUNG	MÔ TẢ	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	KIẾN THỨC
<p>1. Hãng lữ hành bán sỉ nước ngoài (FTW)</p>	<p>Họ là các doanh nghiệp đặt tại châu Âu, Mỹ, Úc, Nhật Bản,...</p> <p>Họ thực hiện các tour du lịch ra nước ngoài (Outbound) trọn gói từ nước họ đến Việt Nam.</p> <p>Họ đã chọn công ty của bạn làm hãng lữ hành nội địa để phục vụ các khách hàng của họ tại Việt Nam.</p> <p>Họ chỉ định một số thành viên trong số nhân viên của họ làm đầu mối liên hệ với công ty của bạn.</p> <p>Khách hàng của họ là khách du lịch của công ty, và vì vậy là khách hàng của bạn.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Biết các khách hàng FTW (là các hãng lữ hành bán sỉ nước ngoài) của công ty, và đầu mối liên hệ. • Nhận biết khác biệt về văn hóa. • Xử lý khẩn mọi yêu cầu. 	<p>Họ là khách hàng của bạn vậy bạn phải phục vụ họ.</p> <p>Giúp cho bạn làm việc với FTW và khách hàng của họ một cách chuyên nghiệp, và giúp bạn hiểu yêu cầu và nhu cầu của khách.</p> <p>FTW cần làm khách hàng của họ hài lòng vì vậy bạn cung cấp thông tin theo yêu cầu nhanh bao nhiêu thì họ có thể cung cấp cho khách hàng của mình những dịch vụ tốt bấy nhiêu.</p>	<p>Xem phần việc 11.2.</p>

NỘI DUNG	MÔ TẢ	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	KIẾN THỨC
<p>2. Các đại lý bán lẻ du lịch</p>	<p>Họ bán dịch vụ du lịch ra nước ngoài và du lịch nội địa từ thành phố quê hương họ.</p> <p>Họ sẽ bán các sản phẩm của công ty bạn cho các khách hàng của họ, là người Việt Nam hoặc người nước ngoài.</p> <p>Đại lý du lịch của họ sẽ là đầu mối liên hệ của bạn.</p> <p>Khách hàng của họ là khách du lịch của bạn, và vì vậy là khách hàng của bạn.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Biết các khách hàng là đại lý bán lẻ du lịch của công ty, và đầu mối liên hệ. • Xử lý yêu cầu của họ một cách nhanh chóng 	<p>Biết được mình đại diện cho ai, bạn sẽ cung cấp dịch vụ có chất lượng cho họ.</p> <p>Họ đang bán công ty bạn!</p>	<p>Xem phần việc 11.3.</p>
<p>3. Khách hàng trực tiếp</p>	<p>Họ có thể là người nước ngoài, những người xa xứ, hiện ở tại Việt Nam muốn đi du lịch trong nước.</p> <p>Họ có thể là người nước ngoài - khách du lịch đến Việt Nam, mà không đặt tour trước khi đến Việt Nam.</p> <p>Họ có thể là người Việt Nam (khách du lịch trong nước).</p> <p>Họ đã đặt chỗ trực tiếp với công ty bạn mà không thông qua đại lý du lịch.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Luôn luôn cung cấp cho khách hàng của bạn những dịch vụ chuyên nghiệp. 	<p>Những khách hàng hài lòng sẽ quay lại với công ty bạn lần sau khi họ lại muốn đặt một tour du lịch trong nước (Mua tiếp).</p> <p>Những khách hàng hài lòng sẽ giới thiệu công ty bạn cho bạn bè và những người cộng tác với họ khi những người này muốn mua một tour du lịch nội địa (Giới thiệu).</p>	<p>Xem phần việc 11.4.</p>

CÔNG VIỆC SỐ 11:

CHĂM SÓC KHÁCH HÀNG

PHẦN VIỆC SỐ 11.2:

Nhân viên công ty lữ hành bán sỉ nước ngoài (FTW) (Kiến thức)

NỘI DUNG	MÔ TẢ	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	KIẾN THỨC
1. Hỗ trợ cung cấp thông tin cho nhân viên của FTW	Duy trì mối quan hệ công tác chặt chẽ với các nhân viên liên hệ của bạn tại các FTW mà khách hàng của họ được bạn phục vụ tại Việt Nam.	<ul style="list-style-type: none">Báo cho các nhân viên thích hợp của FTW (ví dụ như người lập kế hoạch sản phẩm) các thông tin chi tiết về tất cả các điểm đến mới và các đặc điểm của sản phẩm.Gửi fax cho họ các bản sao của các bài thích hợp đăng trên báo và tạp chí về những vấn đề họ quan tâm.Trả lời nhanh chóng và chính xác cho bất kỳ yêu cầu nào họ đặt ra.	Bạn là một phần của nhóm làm việc - của công ty bạn và doanh nghiệp của họ; các nhóm đối thủ cạnh tranh là các FTW khác trong cùng nước đó và hãng lữ hành khác tại Việt Nam; bạn là đôi mắt và đôi tai của họ tại điểm đến, vì họ là các chuyên gia về thị trường nguồn du lịch.	Có kiến thức về điểm đến và sản phẩm.
2. Hỗ trợ nhân viên của FTW khi họ tới thăm Việt Nam	Cung cấp sự trợ giúp và dịch vụ đầy đủ khi họ đến Việt Nam.	<ul style="list-style-type: none">Giúp họ khi họ tới Việt Nam để xem xét các điểm đến và sản phẩm mới; hoặc các chuyến đi với mục đích học tập và làm quen.Đi cùng với họ (nếu được người quản lý của bạn cho phép) để giúp họ trong những vấn đề ngôn ngữ và văn hóa Việt Nam.	Bạn có thể giúp họ trong các vấn đề ngôn ngữ, văn hóa và thông lệ địa phương trong toàn bộ lãnh thổ Việt Nam, điều này sẽ giúp họ thu thập được giá trị tối đa thông qua chuyến thăm của họ.	Ngôn ngữ, văn hóa và phong tục tập quán Việt Nam.

CÔNG VIỆC SỐ 11: CHĂM SÓC KHÁCH HÀNG
PHẦN VIỆC SỐ 11.3: Nhân viên các đại lý lữ hành bán lẻ (Kiến thức)

NỘI DUNG	MÔ TẢ	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	KIẾN THỨC
<p>1. Hỗ trợ nhân viên của đại lý bán lẻ</p>	<p>Duy trì mối quan hệ công tác chặt chẽ với các nhân viên là đầu mối liên hệ của bạn tại các đại lý bán lẻ du lịch mà khách du lịch của họ được bạn phục vụ.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Thông báo cho các nhân viên thích hợp của đại lý du lịch (ví dụ như đại lý du lịch được lựa chọn nào đó) các thông tin chi tiết về tất cả các sản phẩm mới và ưu đãi đặc biệt. • Gửi fax cho họ các bản sao của các bài thích hợp đăng trên báo và tạp chí về những vấn đề họ quan tâm trong thành phố của bạn. • Trả lời nhanh chóng và chính xác cho bất kỳ yêu cầu nào họ đặt ra. 	<p>Bạn muốn họ giới thiệu khách du lịch cho công ty bạn nhiều hơn các doanh nghiệp khác.</p>	<p>Các kiến thức về điểm đến và sản phẩm.</p>
<p>2. Bản thân bạn sẽ hỗ trợ nhân viên của đại lý bán lẻ du lịch</p>	<p>Cung cấp trợ giúp và dịch vụ đầy đủ khi bạn gặp họ tại thành phố của bạn hoặc thành phố của họ.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Giúp họ khi họ đến thăm thành phố của bạn; chỉ cho họ các nơi bạn ưa thích. • Gọi cho họ khi bạn đến thăm thành phố của họ. 	<p>Bạn muốn họ giới thiệu khách du lịch cho công ty bạn nhiều hơn các doanh nghiệp khác.</p>	

CÔNG VIỆC SỐ 11:

CHĂM SÓC KHÁCH HÀNG

PHẦN VIỆC SỐ 11.4:

Khách hàng trực tiếp của công ty (Kiến thức)

NỘI DUNG	MÔ TẢ	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	KIẾN THỨC
1. Bộ phận giữ chỗ và đặt chỗ	Cung cấp dịch vụ khách hàng chuyên nghiệp cho các khách hàng trực tiếp, xử lý yêu cầu thông tin, giữ chỗ và xác nhận của họ.	Bạn có thể: <ul style="list-style-type: none">• Tiếp nhận yêu cầu thông tin từ các khách hàng trực tiếp.• Đưa ra các đề nghị về sản phẩm hoặc bản chào giá.• Thảo luận chi tiết về chương trình và các hoạt động bao gồm.		Các quy trình từ khi xử lý yêu cầu thông tin cho tới khi nhận yêu cầu giữ chỗ.
2. Bộ phận điều hành	Cung cấp dịch vụ khách hàng chuyên nghiệp cho các khách du lịch từ nước ngoài vào và du lịch nội địa khi bạn gặp gỡ và giúp đỡ họ.	Bạn có thể: <ul style="list-style-type: none">• Gặp các khách hàng du lịch khi họ đến tại sân bay hoặc khi họ bắt đầu khởi hành tour du lịch.• Cung cấp các thông tin cần thiết ngay khi khách đến và trả lời các câu hỏi của họ khi đưa đón; giúp họ nhận phòng khách sạn.• Gặp gỡ và giúp họ khi họ ra về.	Đôi khi các hướng dẫn viên sẽ đi cùng nhóm khách trong ngày du lịch đầu tiên chứ không phải ngay khi khách mới tới sân bay; Nhân viên điều hành tour được cử làm đại diện gặp và chào đón khách và đưa họ về khách sạn; cũng tương tự như vậy khi kết thúc tour du lịch.	Các quy trình gặp gỡ và giúp các khách du lịch từ nước ngoài tới Việt Nam.

CÔNG VIỆC SỐ 11: CHĂM SÓC KHÁCH HÀNG
PHẦN VIỆC SỐ 11.5: Phản hồi của khách hàng (Kiến thức)

NỘI DUNG	MÔ TẢ	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	KIẾN THỨC
<p>1. Theo dõi khách hàng sau chuyến đi</p>	<p>Cung cấp dịch vụ liên tục cho mọi khách hàng.</p>	<p>Bạn cần:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tiếp nhận phản hồi của khách sau chuyến đi để cập nhật kiến thức về đặc điểm, điểm yếu, điểm mạnh của sản phẩm và điểm đến, và ý kiến của khách. • Soạn thảo một văn bản về phản hồi của khách để lưu hồ sơ và cung cấp cho lãnh đạo và đồng nghiệp (nếu phải làm). • Đưa khách vào danh sách gửi thư trong những dịp quảng bá và chào bán sản phẩm mới. • Nhớ ngày sinh nhật của khách hàng nước ngoài để gửi thiệp hoặc gọi điện chúc mừng. 	<p>Khách hàng của bạn thích đặt tour qua công ty bạn và qua bản thân bạn.</p> <p>Bạn có thể cập nhật thông tin về sản phẩm và kiến thức về điểm đến từ trải nghiệm của khách.</p> <p>Bạn có thể học hỏi nhiều điều từ việc tham khảo khách hàng để dùng cho việc tư vấn những tour sau này.</p>	

CÔNG VIỆC SỐ 11: CHĂM SÓC KHÁCH HÀNG
PHẦN VIỆC SỐ 11.6: Xử lý phàn nàn của khách

BƯỚC	CÁCH LÀM	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	Kiến thức
1. Lắng nghe	Lắng nghe một cách chăm chú.	<ul style="list-style-type: none"> Tạo điều kiện cho khách hàng “Xả cơn giận”. Gật đầu, nhìn thẳng vào khách hàng. Ghi chép nếu cần. Tránh ngắt lời khách. 	<p>Như vậy khách có thể bình tĩnh trở lại.</p> <p>Chúng tôi bạn chăm chú lắng nghe.</p> <p>Chúng tôi bạn nhìn nhận vấn đề một cách nghiêm túc và ghi lại những điểm quan trọng để khách không phải nhắc lại.</p> <p>Điều này làm cho khách lại nổi giận và như vậy là không lịch sự.</p>	
2. Bày tỏ sự cảm thông	Thể hiện bằng ngôn ngữ hình thể thích hợp.	<ul style="list-style-type: none"> Gật đầu, hay nói vâng mà không ngắt lời khách. Cảm ơn khách đã thông báo cho bạn và công ty bạn. Nói ở ngôi “Tôi” (nếu nói bằng tiếng nước ngoài). 	<p>Chúng tôi bạn đang lắng nghe.</p> <p>Nhấn mạnh rằng khách đã tạo điều kiện cho bạn sửa chữa sai lầm.</p> <p>Chúng tôi bạn cảm thấy có trách nhiệm cá nhân, rằng bạn sẽ xử lý tình huống này (dù bạn không là nguyên nhân gây ra).</p>	

BƯỚC	CÁCH LÀM	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	KIẾN THỨC
3. Xin lỗi	Sử dụng câu “Tôi rất xin lỗi vì đã để xảy ra sự việc thưa.....”.	<ul style="list-style-type: none"> • Xin lỗi. • Sử dụng tên khách. 	<p>Chúng tôi rất lấy làm tiếc vì khách đã gặp khó khăn.</p> <p>Chúng tôi rất nhớ tên khách và làm cho câu chuyện gần gũi hơn.</p>	
4 Giải thích bạn sẽ làm gì	Giải thích điều bạn dự kiến làm.	<ul style="list-style-type: none"> • Cung cấp những lựa chọn cho khách (nếu có thể). • Chỉ cam kết nếu bạn có thể thực hiện được. • Không đưa việc cho đồng nghiệp và bộ phận khác. • Kiểm tra xem khách có đồng ý với đề nghị của mình không. • Nếu cảm thấy không tự tin giải quyết phàn nàn của khách thì hãy liên hệ với cấp trên. 	<p>Nếu bạn hứa mà không thực hiện thì khách còn thất vọng hơn.</p> <p>Đối với khách bạn là đại diện của công ty và thành viên của tập thể.</p> <p>Để yên tâm những gì bạn đề xuất đều được khách chấp nhận.</p> <p>Trong những trường hợp nào đó bạn thấy khó giải quyết, tốt nhất hãy để cấp trên chịu trách nhiệm giải quyết.</p>	

BƯỚC	CÁCH LÀM	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	KIẾN THỨC
5. Liên hệ với những người liên quan để giải quyết vấn đề	Liên lạc với các bộ phận hay các nhà cung cấp liên quan để giải quyết tình hình.	<ul style="list-style-type: none"> • Giải thích nội dung phàn nàn. • Giải thích những điều bạn đã thỏa thuận với khách. • Nhận cam kết giải quyết từ cá nhân/bộ phận/nhà cung cấp. • Hỏi rõ về thời hạn giải quyết. • Yêu cầu họ liên hệ với bạn khi đã giải quyết xong. 	Đảm bảo rằng bộ phận/nhà cung cấp liên quan hiểu rõ vấn đề và cam kết giải quyết.	
6. Liên lạc với khách hàng	Gọi điện hoặc liên hệ với khách hàng.	<ul style="list-style-type: none"> • Kiểm tra xem khách đã hài lòng chưa. • Sử dụng tên khách. • Xem bạn có thể giúp gì thêm cho khách không. 	Đảm bảo rằng khách hàng hoàn toàn hài lòng với giải pháp đã có. Làm cho cuộc gọi trở nên thân mật hơn. Tạo điều kiện cho khách yêu cầu dịch vụ bổ sung.	

BƯỚC	CÁCH LÀM	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	KIẾN THỨC
7. Ghi lại phàn nàn (Log in)	Ghi lại phàn nàn vào sổ và cập nhật hồ sơ khách hàng.	<ul style="list-style-type: none"> • Sổ ghi nhận phàn nàn cần có: <ul style="list-style-type: none"> - Ghi ngày tháng. - Tên khách. - Thời điểm phàn nàn. - Nội dung phàn nàn. - Thời điểm giải quyết. - Tên của bạn. • Cập nhật hồ sơ khách hàng và/hoặc hồ sơ công ty. 	<p>Với quyển ghi phàn nàn công ty bạn theo dõi được số lượng, nội dung phàn nàn và có biện pháp giải quyết tình hình.</p> <p>Có ghi chép rõ ràng về lời phàn nàn để tham khảo và tránh tiếp tục xảy ra trong tương lai.</p>	<p>Đặc biệt nếu phàn nàn từ hãng hoặc khách hàng thường xuyên thì cần phải cho bộ phận bán tour biết.</p>

12. KẾT THÚC NGÀY LÀM VIỆC

Giới thiệu:

Trước khi kết thúc ngày làm việc, bạn phải tuân theo quy trình “kết thúc ngày làm việc”. Bạn có thể lập một bảng kiểm tra các công việc chủ yếu mà bạn cần phải thực hiện:

1. Khi kết thúc một ngày làm việc bình thường, bạn phải:

- o Kiểm tra nhật ký công việc của ngày hôm sau để đảm bảo các thông tin, các mức giá, v.v... đã được chuẩn bị.
- o Lưu hồ sơ theo trình tự công việc trong ngày của bạn.
- o Thu dọn khu vực làm việc của bạn.
- o Thoát khỏi hệ thống CRS (nếu có).
- o Tắt máy tính.
- o Khoá các ngăn tủ đựng tiền và tài liệu quan trọng.
- o Khoá ngăn kéo bàn hoặc các tủ đựng hồ sơ cần bảo mật.

2. Khi rời văn phòng sớm trước giờ nghỉ bình thường của công ty bạn

(áp dụng đối với trường hợp bạn làm theo ca kíp hoặc xin nghỉ sớm vì một lý do nào đó):

o Thực hiện như trên, và bổ sung:

- o Thông báo cho các đồng nghiệp biết về những vấn đề chưa được hoàn thành, (ví dụ) như đang đợi xác nhận, đang chờ khách hoặc nhà cung cấp liên hệ lại; để họ có thể tiếp nhận các cuộc gọi, xử lý các thư điện tử hoặc tiếp khách giúp bạn.

3. Khi kết thúc công việc trước khi bạn nghỉ phép hoặc ngày lễ:

o Xử lý như trên và bổ sung:

- o Bàn giao các hồ sơ khách hàng và nhà cung cấp đang giải quyết cho các đồng nghiệp với sự xác nhận của người quản lý.

PHẦN VIỆC SỐ 12.1: Quy trình kết thúc ngày làm việc

PHẦN VIỆC SỐ 12.2: Quy trình bổ sung khi rời nơi làm việc trước giờ quy định

PHẦN VIỆC SỐ 12.3: Quy trình bổ sung khi rời nơi làm việc trước kỳ nghỉ phép, nghỉ lễ

CÔNG VIỆC SỐ 12: KẾT THÚC NGÀY LÀM VIỆC
PHẦN VIỆC SỐ 12.1: Quy trình kết thúc ngày làm việc

BƯỚC	CÁCH LÀM	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	Kiến thức
1. Danh mục công việc cần làm	Liệt kê các danh mục công việc hàng ngày.	<ul style="list-style-type: none"> Luôn sử dụng danh mục này khi kết thúc ngày làm việc. 	Tránh bị quên khi bạn đang vội hoặc mệt mỏi.	
2. Nhật ký công việc	Kiểm tra nhật ký lịch làm việc ngày hôm sau để chuẩn bị sẵn thông tin, mức giá, v.v...	<ul style="list-style-type: none"> Kiểm tra nhật ký và hoàn thành việc chuẩn bị. 	Chuẩn bị sẵn sàng cho công việc của ngày hôm sau.	
3. Các ghi chép	Kiểm tra và vệ sinh khu vực làm việc của bạn.	<ul style="list-style-type: none"> Lưu hồ sơ của khách hàng và các công việc đã giải quyết trong ngày. Thu dọn khu vực làm việc của bạn. 	<p>Đảm bảo các ghi chép quan trọng được lưu giữ an toàn và dễ dàng cho việc lấy các tài liệu này cho lần sử dụng sau.</p> <p>Để hôm sau bạn bắt đầu một ngày làm việc mới với khu vực làm việc gọn gàng sạch sẽ.</p>	
4. Các thiết bị	Tắt các máy móc và thiết bị.	<ul style="list-style-type: none"> Tắt máy tính theo đúng quy trình. Tắt hết các máy móc, thiết bị khác theo quy trình. 	Kéo dài tuổi thọ của thiết bị. Tiết kiệm điện năng.	
5. An ninh	Tiền mặt và các thứ có giá trị được cất giữ an toàn.	<ul style="list-style-type: none"> Cất giữ tiền và các tài liệu quan trọng vào két an toàn của văn phòng. Khoá các ngăn kéo, tủ hồ sơ riêng. 	Đảm bảo an ninh để không xảy ra mất mát đồ vật có giá trị.	

CÔNG VIỆC SỐ 12: KẾT THÚC NGÀY LÀM VIỆC**PHẦN VIỆC SỐ 12.2: Quy trình bổ sung khi rời nơi làm việc trước giờ quy định**

BƯỚC	CÁCH LÀM	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	KIẾN THỨC
1. Như phần 12.1	Như phần 12.1.	Như phần 12.1.	Như phần 12.1.	
2. Những công việc gấp chưa được giải quyết	Thông báo cho đồng nghiệp về các công việc đang giải quyết, (như) đang đợi xác nhận, đang đợi khách hàng và nhà cung cấp liên hệ lại, để đồng nghiệp có thể tiếp nhận các cuộc gọi, xử lý thư điện tử hoặc tiếp khách giúp bạn và hoàn thành tiếp.	<p>Các việc cần nhờ đồng nghiệp giải quyết tiếp gồm:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Điện thoại, thư điện tử, tiếp khách. • Giấy xác nhận. 	Đảm bảo công việc được đồng nghiệp tiếp tục.	

CÔNG VIỆC SỐ 12:

KẾT THÚC NGÀY LÀM VIỆC

PHẦN VIỆC SỐ 12.3:

Quy trình bổ sung khi rời nơi làm việc trước kỳ nghỉ phép, nghỉ lễ

BƯỚC	CÁCH LÀM	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	KIẾN THỨC
1. Như phần 12.1	Như phần 12.1.	Như phần 12.1.	Như phần 12.1.	
2. Như phần 12.2	Như phần 12.2.	Như phần 12.2.	Như phần 12.2.	
3. Hồ sơ khách hàng	Bàn giao hồ sơ khách hàng đang giải quyết cho các đồng nghiệp với sự chứng kiến của người quản lý.	<ul style="list-style-type: none">Bàn giao đầy đủ hồ sơ khách hàng đang giải quyết cho các đồng nghiệp có liên quan trực tiếp.	Đảm bảo phục vụ khách hàng liên tục. Tránh sai sót.	

2.4 BẢNG CHÚ GIẢI THUẬT NGỮ

A	
Account payable <i>Tiền phải trả</i>	Một sổ cái theo dõi các số tiền phải trả sẽ ghi lại các khoản tiền hãng của bạn đến hạn phải thanh toán, đã thanh toán hoặc còn nợ các doanh nghiệp cung cấp.
Account receivable <i>Tiền phải thu</i>	Một sổ cái theo dõi các số tiền phải thu sẽ ghi lại các khoản tiền khách hàng đến hạn phải thanh toán, đã thanh toán hoặc còn nợ hãng của bạn.
Airline route map/Airline route network <i>Sơ đồ tuyến bay/mạng đường bay</i>	Sơ đồ bao trùm toàn bộ các khu vực một hãng hàng không bay tới.
Airline schedule <i>Lịch bay</i>	Lịch trình các chuyến bay của một hãng hàng không cụ thể - số ngày và thời gian bay, điểm xuất phát, tuyến bay, điểm dừng (quá cảnh) và điểm đến.
Amendment fee <i>Phí sửa đổi</i>	Các mức phí do hãng hàng không, đại lý du lịch, hãng lữ hành thu của khách hàng khi khách thay đổi một hành trình.
ASEAN	Hiệp hội các quốc gia Đông Nam Á. Các quốc gia thành viên là: Brunei, Cambodia, Indonesia, Lao, Malaysia, Myanmar, Philippines, Singapore, Thailand và Việt Nam.
Availability <i>Còn để bán</i>	Sản phẩm vẫn chưa bán hết (ví dụ chỗ trong một tour du lịch, phòng khách sạn vào một đêm cụ thể nào đó, chỗ ngồi trên một chuyến bay cụ thể).

B	
Back office <i>Hậu trường</i>	Các hoạt động trong một đại lý lữ hành hoặc hãng lữ hành không liên quan tới quan hệ mặt đối mặt với một khách hàng.
Baggage allowance <i>Lượng hành lý cho phép</i>	Số hành lý tối đa mà một hành khách có thể đem theo khi làm thủ tục vào cửa trên một chuyến bay cụ thể nào đó. Phụ thuộc vào các khu vực IATA trên thế giới mà chỉ tiêu này có thể được tính theo số kiện hoặc số cân (kg).
Boarding pass <i>Thẻ lên máy bay</i>	Cấp cho hành khách đi máy bay sau khi làm thủ tục vào cửa tại sân bay. Thẻ lên máy bay cung cấp các thông tin chi tiết về số ghế hành khách và cửa ra máy bay.
Booking file <i>Hồ sơ đặt chỗ</i>	Yêu cầu đặt chỗ của khách hàng trên hệ thống đặt giữ chỗ trên máy tính (CRS/GDS) ghi lại toàn bộ thông tin chi tiết về hành trình.
Brochure <i>Tập gấp</i>	Một cuốn sách in nhỏ trong đó có lời giới thiệu và ảnh minh họa về các điểm đến và sản phẩm, được thiết kế nhằm cung cấp cho các khách hàng tiềm năng các thông tin về đặc điểm và lợi ích khi sử dụng sản phẩm tour du lịch của hãng du lịch và nhằm thiết lập hoạt động bán hàng.
Bus schedule <i>Lịch chạy xe buýt</i>	Lịch cung cấp dịch vụ chuyên chở của một doanh nghiệp xe buýt - số ngày và thời gian hoạt động, điểm xuất phát, tuyến xe chạy và điểm đến.
Business tourist <i>Khách du lịch là thương gia</i>	Khách du lịch tới một điểm đến với mục đích kinh doanh bao gồm cả khách tới để dự hội nghị, hội thảo, triển lãm và các sự kiện kinh doanh đặc biệt.

C

Cancellation penalty <i>Phạt do huỷ bỏ</i>	Tiền phạt một khách hàng phải trả do huỷ bỏ dịch vụ của một doanh nghiệp cung cấp sản phẩm.
Carrier <i>Hãng vận chuyển</i>	Bất kỳ doanh nghiệp cung cấp phương tiện vận chuyển nào, thường hay dùng để chỉ một hãng hàng không.
Check-in <i>Thủ tục vào cửa</i>	Các thủ tục cần phải hoàn tất khi một khách đi máy bay đăng ký tại quầy thủ tục vào cửa hàng không tại sân bay.
Check-in time <i>Thời gian vào cửa</i>	Khoảng thời gian tối thiểu hành khách phải hoàn thành thủ tục vào cửa tại sân bay.
Commission <i>Hoa hồng</i>	Khoản tiền do nhà cung cấp trả cho đại lý lữ hành.
Compensation <i>Bồi thường</i>	Tiền trả cho một khách hàng để bồi hoàn cho một dịch vụ không được thực hiện.
Complimentary <i>Miễn phí</i>	Miễn phí.
Credit card guarantee <i>Đảm bảo bằng thẻ tín dụng</i>	Một khách hàng có thể cho khách sạn biết số thẻ tín dụng của mình như một sự đảm bảo sẽ đến lưu trú. Nếu khách hàng không đến thì khách sạn sẽ thu một khoản phí hủy bỏ từ thẻ tín dụng của khách hàng.
CRS/GDS	Hệ thống đặt giữ chỗ trên máy tính hoặc Hệ thống phân phối toàn cầu. Hệ thống được sử dụng trên toàn thế giới để đặt chỗ trên máy bay cho hầu hết các hãng hàng không trên thế giới.
Customer <i>Khách hàng</i>	Khách lẻ, hãng lữ hành nước ngoài, đại lý lữ hành trong nước, khách du lịch nước ngoài đặt trực tiếp.
Customer file <i>Hồ sơ khách hàng</i>	Hồ sơ ghi lại tất cả các thông tin về khách hàng của doanh nghiệp lữ hành.

D	
DBLB	Thuật ngữ khách sạn để cập tới một phòng đôi (cho hai người một giường cỡ to nhất (King size) hoặc cỡ vừa (Queen size) có phòng tắm kèm theo.
Deposit <i>Đặt cọc</i>	Khoản tiền do doanh nghiệp lữ hành thu của khách hàng để đảm bảo khách sẽ lấy chỗ; hoặc khoản tiền do doanh nghiệp lữ hành trả cho nhà cung cấp để đảm bảo có chỗ cho khách hàng của mình.
Destination <i>Điểm đến</i>	Nơi mà khách sẽ tới.
Destination knowledge <i>Kiến thức về điểm đến</i>	Là những kiến thức về điểm đến cần được cung cấp cho khách hàng.
Direct <i>Trực tiếp</i>	Một khách du lịch đặt chỗ trực tiếp với hãng lữ hành không sử dụng người trung gian như đại lý du lịch hoặc môi giới.
Distribution <i>Cung cấp</i>	Các kênh thông qua đó một khách hàng có thể đặt mua các sản phẩm lữ hành.
Documentation <i>Tài liệu giấy tờ</i>	Tất cả các tài liệu giấy tờ khách hàng cần có để thực hiện chuyến đi. Có thể bao gồm hộ chiếu, thị thực, vé máy bay, vé xe buýt, vé tàu hỏa, phiếu lưu trú, phiếu vận chuyển (transfer voucher)...
Domestic travel <i>Du lịch trong nước</i>	Đi du lịch trong phạm vi một nước.

E

E-ticket <i>Vé điện tử</i>	Vé máy bay được mua qua mạng. IATA đặt ra thời hạn cho đến năm 2008 tất cả các vé máy bay phải được xuất theo hình thức vé điện tử.
Educational tour <i>Tour du lịch tìm hiểu sản phẩm</i>	Chuyến thăm một điểm đến hoặc sử dụng một dịch vụ của một người làm việc trong ngành du lịch, có thể đi một mình hoặc theo nhóm, được tổng cục du lịch, hãng lữ hành bán sỉ, hãng lữ hành và/hoặc doanh nghiệp cung cấp tiếp đón; mang tới cơ hội lần đầu tiên được trải nghiệm về điểm đến và sản phẩm.
Excursion/promotion airfare <i>Vé máy bay khuyến mãi/hạ giá</i>	Vé máy bay giá rẻ hơn nhưng phải tuân theo một số hạn chế. Có thể là phải thanh toán trước, khả năng có chỗ thấp, phụ thuộc vào mùa cao điểm và thấp điểm, phạt nếu huỷ vé.
Expatriate resident(s) of Vietnam <i>Người nước ngoài sinh sống tại Việt Nam</i>	Một người nước ngoài sinh sống tạm thời tại Việt Nam. Thuật ngữ này bao gồm toàn thể gia đình – (ví dụ) những người nước ngoài kinh doanh tại Việt Nam và gia đình hiện tại của anh/cô ta - những người cũng đang sống tại Việt Nam trong thời hạn hợp đồng làm việc của anh/cô ta.

F

Familiarisation visit/trip <i>Chuyến đi/chuyến thăm làm quen</i>	Chuyến thăm một điểm đến hoặc sử dụng một dịch vụ của một người làm trong ngành du lịch, có thể đi một mình hoặc theo nhóm, được tổng cục du lịch, hãng lữ hành bán sỉ, hãng lữ hành và/hoặc doanh nghiệp cung cấp tiếp đón; mang tới cơ hội lần đầu tiên được trải nghiệm về điểm đến và sản phẩm.
Final payment <i>Khoản thanh toán lần cuối</i>	Tổng số tiền khách hàng được yêu cầu trả cho doanh nghiệp lữ hành sau khi trừ đi khoản tiền đã đặt cọc trước.
Flyer <i>Tờ rơi</i>	Một tài liệu giới thiệu trong đó ghi các thông tin mô tả (và đôi khi có ảnh minh họa) về sản phẩm và điểm đến của một tour du lịch, được thiết kế sao cho hấp dẫn khách hàng.
FOC	Miễn phí, còn gọi là complimentary.

G**Geographic features***Đặc điểm địa lý*

Sự hấp dẫn tự nhiên của một đất nước: ví dụ núi, sông, bãi biển, vịnh, đảo.

Gross rate*Giá gộp*

Giá mà khách hàng trả để mua sản phẩm hoặc dịch vụ.

Guide book*Sách hướng dẫn*

Sách xuất bản giới thiệu về điểm đến: ví dụ Lonely Planet.

H**High season***Mùa đông khách/cao điểm*

Thời gian cao điểm để đi du lịch tới một quốc gia cụ thể nào đó; (ví dụ) khi điểm đến đạt được mức độ hấp dẫn cao nhất của nó; vì vậy, đó là thời gian phổ biến nhất để đến thăm và do đó, đây là thời gian mà giá khách sạn và giá vé máy bay đắt nhất.

Inbound tour operator <i>Hãng lữ hành trong nước</i>	Một hãng lữ hành bán sỉ các tour trọn gói trong một nước cho những khách hàng ở các nước khác hoặc cho những đơn vị tổ chức tour nội địa.
Inbound tourism <i>Khách du lịch từ nước ngoài vào</i>	Những người đi du lịch từ nước khác tới Việt Nam. Thuật ngữ “domestic inbound” có thể mô tả trường hợp một khách du lịch đi từ Tp. HCM ra thăm Hà Nội và là khách hàng sử dụng các sản phẩm du lịch của điểm đến là Hà Nội.
Inclusive tour <i>Chuyến du lịch giá trọn gói</i>	Một chuyến du lịch có tổ chức dành cho khách bao gồm vé máy bay, nơi lưu trú, di chuyển, tham quan...
Independent traveller or tourist <i>Khách lữ hành hoặc du lịch độc lập</i>	Một khách du lịch chỉ mua vé máy bay và có thể mua một hoặc hai đêm nghỉ đầu tiên tại điểm đến. Một khách lữ hành hoặc du lịch độc lập sẽ lập kế hoạch lịch trình trong nước mình và sẽ đặt thêm phòng nghỉ và tour du lịch nội địa sau khi đến.
Itinerary component <i>Thành phần lịch trình</i>	Các thành phần của một lịch trình du lịch của khách hàng ví dụ nơi ở, chuyến du lịch, vé máy bay, đặt chỗ máy bay...
Itinerary <i>Lịch trình</i>	Chương trình đi du lịch của một tour theo nhóm hoặc cá nhân, bao gồm tất cả các thành phần đã đặt tính từ chuyến bay đi cho đến chuyến bay về.
International tourist <i>Khách du lịch quốc tế</i>	Một người đi tới và nghỉ lại ở một nước khác với thời gian liên tục không nhiều hơn một năm với mục đích nghỉ ngơi, làm ăn hoặc các mục đích khác.

L	
Log on, log off <i>Đăng nhập, đăng xuất</i>	Đăng ký vào làm việc và thoát khỏi chương trình làm việc trên một máy tính, có sử dụng mã số truy cập đặc biệt.
Low season <i>Mùa vắng khách</i>	Thời gian ít phổ biến nhất để tới một điểm đến cụ thể nào đó và do đó thông thường giá vé máy bay và khách sạn sẽ thấp nhất.
Loyalty programme <i>Chương trình khách hàng trung thành</i>	Một chương trình tặng thưởng cho các khách hàng thường xuyên đi lại trên một hãng hàng không hoặc một nhóm các hãng hàng không nhất định nào đó; hoặc thưởng xuyên lưu trú tại một khách sạn hoặc một chuỗi khách sạn nhất định.

M	
Manifest <i>Bảng kê</i>	Danh sách chính thức sau cùng về toàn bộ các khách hàng đi trong một nhóm (hãng lữ hành) hoặc của các hành khách trên một chuyến bay (hãng hàng không).
Mark-up	Số tiền mà một hãng lữ hành hoặc một hãng lữ hành bán sỉ du lịch nước ngoài sẽ cộng thêm vào chi phí sản phẩm của doanh nghiệp cung cấp để có thể trả hoa hồng cho các đại lý du lịch bán các sản phẩm tour du lịch của họ và để thu được một biên lợi nhuận cho doanh nghiệp của họ.
MICE	Hội thảo, Khuyến mãi, Hội nghị, Triển lãm.

N**Nett rate**
Giá net

Giá gộp trừ đi số tiền hoa hồng.

O**Outbound travel**
Du lịch ra nước ngoài

Đi từ Việt Nam đến nước khác; thuật ngữ “domestic outbound” có thể dùng để mô tả trường hợp một khách du lịch từ Hà Nội tới thăm Tp. HCM, và có thể là khách hàng tiềm năng của đại lý du lịch tại Hà Nội.

P**Passenger**
Hành khách

Khách hàng của hãng hàng không, tàu hỏa hoặc tàu biển.

PNR

Hồ sơ danh sách khách hàng – khi đặt thông qua hệ thống GDS/CRS.

Passport
Hộ chiếu

Một loại giấy tờ sử dụng khi đi du lịch, yêu cầu bắt buộc khi xuất nhập cảnh ra nước ngoài.

Preferred product
Sản phẩm được ưu đãi

Một đại lý du lịch có thể thu xếp với một doanh nghiệp cung cấp sản phẩm (ví dụ một hãng hàng không hoặc một khách sạn hoặc một hãng lữ hành) để bán các dịch vụ của doanh nghiệp cung cấp này. Để đổi lại, doanh nghiệp cung cấp sẽ trả cho đại lý du lịch mức hoa hồng cao hơn cho mỗi giao dịch bán hàng.

Product knowledge
Kiến thức về sản phẩm

Kiến thức về quảng cáo bán sỉ các chuyến du lịch, lịch bay và giá vé các hãng hàng không, các doanh nghiệp cho thuê xe, lưu trú tại khách sạn...

Product manager
Giám đốc sản phẩm

Người chịu trách nhiệm xác định và lựa chọn các sản phẩm, dịch vụ và các doanh nghiệp cung cấp, nhằm mục đích đưa các sản phẩm và dịch vụ đó vào chương trình du lịch của mình.

R	
Rail schedule <i>Lịch chạy tàu hỏa</i>	Giờ khởi hành và giờ đến của tàu hoả.
Reconfirmation of booking <i>Xác nhận lại việc đặt chỗ</i>	Nhiều hãng hàng không (bao gồm cả Hãng hàng không Quốc gia Việt Nam) yêu cầu hành khách phải gọi điện thoại và xác nhận việc đặt chỗ trên máy bay của họ trước chuyến đi. Việc này phải thực hiện 72 tiếng trước khi chuyến bay xuất phát.
Record locator (Rec loc) <i>Hồ sơ đặt chỗ</i>	Hay còn gọi là Booking File. Thông tin khách hàng được ghi vào hệ thống CRS/GDS. Mỗi hành khách đặt chỗ có một mã số đặt chỗ duy nhất để nhận dạng đặt chỗ của khách đó.
Retail travel agency <i>Đại lý bán lẻ du lịch</i>	Đại diện cho doanh nghiệp cung cấp các sản phẩm du lịch và bán các sản phẩm này cho khách hàng để nhận hoa hồng hoặc phí đặt chỗ.
Room only <i>Chỉ đặt phòng</i>	Một phòng đặt tại khách sạn không bao gồm bất kỳ bữa ăn nào.

S

Seasonality <i>Theo mùa</i>	Các khoảng thời gian trong năm khi giá buồng khách sạn và giá vé máy bay thay đổi phụ thuộc vào mùa đông khách và vắng khách.
SGLB	Một buồng đơn trong một khách sạn (dành cho một người - chỉ một giường) với một phòng tắm kèm theo.
Single supplement <i>Tiền thu thêm buồng đơn</i>	Số tiền bổ sung tính thêm vào giá buồng tiêu chuẩn công bố mà khách sạn thu thêm của một khách muốn sử dụng một buồng một mình. (Giá buồng tiêu chuẩn công bố dựa trên cơ sở hai người một buồng).
Source market <i>Thị trường nguồn</i>	Nước xuất phát của các khách du lịch đến từ nước ngoài.
Supplier of product <i>Doanh nghiệp cung cấp sản phẩm</i>	Một hãng hàng không, doanh nghiệp cho thuê xe, doanh nghiệp đường sắt, hãng tàu thủy, khách sạn, doanh nghiệp bảo hiểm du lịch...

T	
Ticketing time limit <i>Giới hạn thời gian của vé</i>	Việc giữ chỗ của hệ thống GDS/CRS sẽ bị hủy nếu vào thời gian xác định không có xác nhận.
Timetable <i>Lịch trình</i>	Lịch cung cấp dịch vụ của một hãng hàng không, tàu hoả hoặc xe buýt.
Tour Operating Company <i>Hãng lữ hành</i>	Tương tự như hãng lữ hành, loại hình doanh nghiệp này cung cấp các sản phẩm và dịch vụ cho khách du lịch nội địa và khách nước ngoài đến.
Tour voucher <i>Phiếu dịch vụ du lịch</i>	Chứng từ do một hãng lữ hành bán sỉ, doanh nghiệp cho thuê xe, khách sạn... xuất ra và đưa cho khách hàng trước khi bắt đầu hành trình. Doanh nghiệp cung cấp sẽ thu các phiếu tương ứng và thực hiện các dịch vụ theo thoả thuận.
Tour wholesaler <i>Hãng lữ hành bán sỉ</i>	Một doanh nghiệp thu gom kết hợp các sản phẩm và dịch vụ du lịch với nhau trong sản phẩm tour và bán chúng thông qua một đại lý bán lẻ du lịch ở thị trường nguồn.
Transfer <i>Đưa đón</i>	Thường bao gồm trong các chuyến du lịch trọn gói. Phiếu vận chuyển sẽ được phát cho khách hàng mỗi khi khách cần được đưa đi/đón về tới và từ sân bay tại mỗi thành phố khách dừng chân dọc đường.
Travel advisories <i>Thông tin cảnh báo khách du lịch</i>	Các cảnh báo do các Chính phủ hoặc các cơ quan Liên hợp quốc như Tổ chức Y tế thế giới đưa ra về các rủi ro an ninh/sức khỏe/rủi ro khi đi tới một điểm đến hoặc quốc gia nào đó.
Travel desk agent <i>Nhân viên đại lý lữ hành</i>	Một người lập kế hoạch tư vấn/bán hàng hoặc tư vấn/du lịch. Là nhân viên làm trong một đại lý du lịch và giúp khách hàng giải quyết tất cả các yêu cầu đặt chỗ đi du lịch, ví dụ đi nghỉ, kinh doanh hoặc thăm bạn bè và thân nhân.
Travel trade <i>Kinh doanh lữ hành</i>	Là một thuật ngữ chung nói về các doanh nghiệp lữ hành bao gồm đại lý bán sỉ và bán lẻ du lịch và hãng lữ hành cung cấp các sản phẩm và dịch vụ cho khách du lịch nội địa và khách nước ngoài đến.
Traveller or tourist <i>Lữ khách hoặc khách du lịch</i>	Một người đi khỏi nơi họ cư trú tới một điểm đến mới và ở lại đó ít nhất là một đêm vì bất kỳ lý do gì.
TRPB	Một buồng cho 3 người trong khách sạn với một phòng tắm kèm theo. Có thể có 3 giường đơn, 2 giường đôi hoặc một giường cỡ to vừa (Queen bed) và một giường đơn.
TWNB	Buồng kép trong khách sạn (dành cho 2 người – hai giường đơn) và có một phòng tắm kèm theo.

U**UNWTO**

Tên cập nhật (2006) của Tổ chức Du lịch Thế giới, nhằm phân biệt với tên của Tổ chức Thương mại Thế giới (WTO).

V**Visa**

Thị thực

Giấy tờ cần có để nhập cảnh vào một nước nhất định nào đó.

VNAT (TCDL)

Vietnam National Administration of Tourism

Tổng cục Du lịch Việt Nam.

VOIP

Truyền giọng nói trên giao thức IP.

VOIP là khả năng thực hiện các cuộc điện thoại qua Internet. VOIP được sử dụng như một giải pháp thay thế các cách gọi điện thoại “thông thường”.

Voucher

Biên lai

Biên lai là một giấy biên nhận thông qua đó một bên thứ ba (thường là một đại lý du lịch hoặc hãng hàng không) xác nhận khách hàng đã trả tiền. Qua việc chấp nhận biên lai hãng lữ hành du lịch hoặc doanh nghiệp cung cấp sẽ phải cung cấp một tập hợp các dịch vụ ghi trên biên lai và gửi hóa đơn cho bên thứ ba để thanh toán.

W**Wholesaler**

Hãng lữ hành bán sỉ

Một doanh nghiệp kết hợp các sản phẩm và dịch vụ trong các sản phẩm tour và bán chúng thông qua các đại lý bán lẻ du lịch ở thị trường nguồn.

2.5 DANH MỤC BẢNG CHỮ CÁI PHIÊN ÂM QUỐC TẾ

CHỮ CÁI	PHÁT ÂM	BẢNG CHỮ
A	/ei/	Alfred
B	/bi:/	Benjamin
C	/si:/	Charles
D	/di:/	David
E	/i:/	Edward
F	/ef/	Frederick
G	/djei:/	George
H	/eitsj/	Harry
I	/ai/	Isaac
J	/djei/	Jack
K	/kei/	King
L	/el/	London
M	/em/	Mary
N	/en/	Nellie
O	/eu/	Oliver
P	/pi:/	Peter
Q	/kju:/	Queen
R	/ar/	Robert
S	/es/	Samuel
T	/ti:/	Tommy
U	/ju:/	Uncle
V	/vi:/	Victor
W	dubble /ju:/	William
X	/eks/	X-ray
Y	/wai/	Yellow
Z	/zed/	Zebra