

TRƯỜNG CAO ĐẲNG THƯƠNG MẠI
KHOA: DU LỊCH



BÁO CÁO THỰC TẬP TỐT NGHIỆP

**CÔNG TÁC BÁN DỊCH VỤ DU LỊCH TẠI TRUNG TÂM ĐIỀU
HÀNH DU LỊCH MIỀN TRUNG – TỔNG CÔNG TY DU LỊCH
HÀ NỘI – CÔNG TY TNHH**

Giảng viên hướng dẫn : ThS.LƯƠNG PHAN ĐÌNH PHONG
Sinh viên thực hiện : HUỲNH PHAN THỤC NHI
Lớp : 17QD16.1

Đà Nẵng, tháng 12/2025

LỜI CẢM ƠN

∞∞Ω∞∞

Trong suốt quá trình học tập tại Trường Cao đẳng Thương Mại, em đã có cơ hội không chỉ tiếp thu kiến thức chuyên môn quý báu mà còn được trải nghiệm và trưởng thành hơn thông qua kỳ thực tập tại Trung tâm điều hành du lịch miền Trung – Tổng công ty du lịch Hà Nội – Công ty TNHH.

Trước hết, em xin gửi lời tri ân sâu sắc đến Ban Giám hiệu nhà trường, cùng quý thầy cô Khoa Thương mại & Du lịch, những người đã tận tâm truyền đạt cho em kiến thức, kỹ năng và ngọn lửa đam mê với nghề. Đặc biệt, em xin bày tỏ lòng biết ơn chân thành đến thầy Lương Phan Đình Phong – người đã luôn tận tình hướng dẫn, chỉ bảo, động viên và định hướng cho em trong suốt quá trình thực hiện báo cáo thực tập này.

Em cũng xin gửi lời cảm ơn sâu sắc đến Ban lãnh đạo và toàn thể anh/chị nhân viên Trung tâm điều hành du lịch miền Trung – Tổng công ty du lịch Hà Nội - Công ty TNHH. Trong suốt thời gian thực tập, em đã nhận được sự chỉ dẫn tận tình, sự chia sẻ kinh nghiệm quý báu và sự hỗ trợ hết lòng từ các anh chị. Nhờ đó, em không chỉ hiểu rõ hơn về môi trường làm việc thực tế trong lĩnh vực du lịch mà còn học được tinh thần trách nhiệm, sự chuyên nghiệp và tinh thần yêu nghề - những điều mà sách vở không thể mang lại.

Kỳ thực tập tại Trung tâm điều hành du lịch miền Trung – Tổng công ty du lịch Hà Nội - Công ty TNHH là một hành trình ý nghĩa, giúp em nhìn nhận rõ hơn con đường mình đã chọn, tích lũy nhiều bài học quý giá và nuôi dưỡng ước mơ trở thành một người làm du lịch tận tâm, năng động và sáng tạo trong tương lai.

Em xin chân thành cảm ơn và kính chúc quý thầy cô cùng toàn thể anh/chị tại công ty luôn dồi dào sức khỏe, hạnh phúc và thành công!

Đà Nẵng, ngày 05 tháng 12 năm 2025

Người viết báo cáo

Huỳnh Phan Thục Nhi

DANH MỤC CÁC TỪ VIẾT TẮT ĐƯỢC SỬ DỤNG

STT	Từ viết tắt	Chú thích
1	HDV	Hướng dẫn viên
2	CL	Chênh lệch
3	TĐPT	Tốc độ phát triển
4	ĐVT	Đơn vị tính
5	UBND	Ủy ban nhân dân
6	TOUR	Chương trình du lịch
7	TP	Thành phố
8	MXH	Mạng xã hội
9	TM	Thương mại
10	DV	Dịch vụ
11	CSKH	Chăm sóc khách hàng

MỤC LỤC

LỜI CẢM ƠN.....	ii
DANH MỤC CÁC TỪ VIẾT TẮT ĐƯỢC SỬ DỤNG	i
MỤC LỤC	ii
CHƯƠNG 1: TỔNG QUAN VỀ CÔNG TÁC BÁN DỊCH VỤ DU LỊCH	1
1.1 Cơ sở lý thuyết về bán hàng trong lĩnh vực du lịch.....	1
1.1.1 Khái niệm về bán hàng dịch vụ du lịch	1
1.1.2 Đặc điểm của sản phẩm du lịch và dịch vụ lữ hành.....	1
a) Tính vô hình và khó đánh giá trước khi tiêu dùng:	1
b) Tính không lưu kho, phụ thuộc vào thời gian và địa điểm:	1
c) Tính thời vụ cao :	1
d) Sản phẩm phụ thuộc vào yếu tố con người và trải nghiệm khách hàng:	2
1.1.3 Vai trò của hoạt động bán hàng trong doanh nghiệp lữ hành	2
a) Là cầu nối giữa doanh nghiệp và khách hàng:	2
b) Góp phần nâng cao doanh thu, quảng bá hình ảnh thương hiệu:	2
c) Là công cụ tiếp nhận và phản hồi nhu cầu thị trường:	2
1.2 Nội dung công tác bán dịch vụ du lịch.....	3
1.2.1 Chuẩn bị sản phẩm và thông tin bán hàng.....	3
a. Mô tả công việc.....	3
b. Quy trình thực hiện.....	3
c. Điều kiện và yêu cầu.....	3
d. Kết quả.....	3
1.2.2 Trình bày, giới thiệu sản phẩm.....	4
a. Mô tả công việc.....	4
b. Quy trình thực hiện.....	4
c. Điều kiện và yêu cầu.....	4
d. Kết quả.....	4
1.2.3 Hoàn tất thủ tục và xác nhận dịch vụ	4
a. Mô tả công việc.....	4
b. Quy trình thực hiện.....	5
c. Điều kiện và yêu cầu.....	5
d. Kết quả.....	5

1.2.4 Chăm sóc khách hàng trong khi bán và sau khi bán dịch vụ du lịch	5
a. Mô tả công việc	5
b. Quy trình thực hiện	5
c. Điều kiện và yêu cầu	6
d. Kết quả	6
CHƯƠNG 2: TÌNH HÌNH THỰC TẾ CÔNG TÁC BÁN DỊCH VỤ DU LỊCH TẠI TRUNG TÂM ĐIỀU HÀNH DU LỊCH MIỀN TRUNG – TỔNG CÔNG TY DU LỊCH HÀ NỘI – CÔNG TY TNHH	7
2.1 Thực trạng công tác bán dịch vụ du lịch tại Trung tâm điều hành du lịch miền Trung – Tổng công ty du lịch Hà Nội – Công ty TNHH	7
2.1.1 Chuẩn bị sản phẩm và thông tin bán hàng	7
a. Mô tả công việc	7
b. Quy trình thực hiện	7
c. Điều kiện và yêu cầu	8
d. Kết quả	8
2.1.2 Trình bày, giới thiệu sản phẩm	9
a. Mô tả công việc	9
b. Quy trình thực hiện	10
c. Điều kiện và yêu cầu	15
d. Kết quả	16
2.1.3 Hoàn tất thủ tục và xác nhận dịch vụ	16
a. Mô tả công việc	16
b. Quy trình thực hiện	16
c. Cẩn thận, chính xác trong từng thông tin.	17
d. Kết quả	17
2.1.4 Chăm sóc khách hàng trong khi bán và sau khi bán dịch vụ du lịch	17
a. Mô tả công việc	17
b. Quy trình thực hiện	17
c. Điều kiện và yêu cầu	18
d. Kết quả	18
2.2 Đánh giá về quy trình công tác bán dịch vụ du lịch tại Trung tâm điều hành du lịch miền Trung – Tổng công ty du lịch Hà Nội – Công ty TNHH	18
2.2.1 Ưu điểm	18

a. Quy trình công việc	18
b. Điều kiện yêu cầu công việc.....	18
c. Kết quả.....	19
2.2.2 Nhược điểm.....	19
a. Quy trình công việc	19
b. Điều kiện yêu cầu công việc.....	19
c. Kết quả.....	19
KẾT LUẬN CHƯƠNG 2.....	20
CHƯƠNG 3: BÀI HỌC KINH NGHIỆM VỀ CÔNG TÁC BÁN DỊCH VỤ DU LỊCH TẠI TRUNG TÂM ĐIỀU HÀNH DU LỊCH MIỀN TRUNG – TỔNG CÔNG TY DU LỊCH HÀ NỘI – CÔNG TY TNHH	21
3.1. Những điểm giống nhau và khác nhau giữa lý thuyết và thực tiễn về công tác bán dịch vụ du lịch tại Trung tâm điều hành du lịch miền Trung – Tổng công ty du lịch Hà Nội – Công ty TNHH	21
3.1.1. Những điểm giống nhau	21
3.1.2. Những điểm khác nhau.....	21
3.2 Bài học kinh nghiệm của bản thân	22
a. Bài học về chuẩn bị sản phẩm và thông tin bán hàng.....	22
b. Bài học về trình bày, giới thiệu sản phẩm.....	22
c. Bài học về hoàn tất thủ tục và xác nhận dịch vụ.	23
d. Bài học về chăm sóc khách hàng trong khi bán và sau khi bán dịch vụ du lịch.	24
3.3. Đề xuất kiến nghị với nhà trường khi tổ chức giảng dạy thực hiện điều hành tour của điều hành.....	24
3.3.1. Đối với quá trình tổ chức giảng dạy	24
3.3.2. Đối với quá trình tổ chức thực tế:.....	24
KẾT LUẬN CHƯƠNG 3	25
KẾT LUẬN CHUNG	26

CHƯƠNG 1: TỔNG QUAN VỀ CÔNG TÁC BÁN DỊCH VỤ DU LỊCH

1.1 Cơ sở lý thuyết về bán hàng trong lĩnh vực du lịch

1.1.1 Khái niệm về bán hàng dịch vụ du lịch

Bán hàng dịch vụ du lịch là quá trình giới thiệu, tư vấn và cung cấp các sản phẩm du lịch như tour, vé máy bay, phòng khách sạn, vận chuyển... nhằm thỏa mãn nhu cầu tham quan, nghỉ dưỡng và giải trí của khách hàng, đồng thời tạo doanh thu cho doanh nghiệp lữ hành. Hoạt động này không chỉ là giao dịch mua bán mà còn là sự tương tác, thuyết phục và xây dựng niềm tin giữa doanh nghiệp và khách hàng, góp phần nâng cao hình ảnh và uy tín của doanh nghiệp du lịch trên thị trường.

1.1.2 Đặc điểm của sản phẩm du lịch và dịch vụ lữ hành

a) Tính vô hình và khó đánh giá trước khi tiêu dùng:

- Sản phẩm du lịch và dịch vụ lữ hành mang đặc trưng vô hình, nghĩa là không thể nhìn thấy, cầm nắm hay kiểm tra trước khi mua. Khách hàng chỉ có thể cảm nhận chất lượng dịch vụ thông qua trải nghiệm thực tế trong quá trình tham quan, nghỉ dưỡng hay sử dụng các dịch vụ du lịch.

- Khác với các loại hàng hóa hữu hình như quần áo, thực phẩm hay đồ dùng, sản phẩm du lịch không thể trưng bày, lưu kho hay thử trước khi tiêu dùng. Do đó, cảm nhận và sự hài lòng của khách hàng phụ thuộc vào trình độ phục vụ, sự chuyên nghiệp của nhân viên, uy tín của công ty và chất lượng đối tác cung cấp dịch vụ (như khách sạn, nhà hàng, phương tiện vận chuyển...)

b) Tính không lưu kho, phụ thuộc vào thời gian và địa điểm:

- Sản phẩm du lịch là loại dịch vụ không thể lưu kho hay dự trữ để bán dần như hàng hóa vật chất. Một chuyến bay, phòng khách sạn hay tour du lịch nếu không được bán trong thời gian quy định thì sẽ mất đi giá trị sử dụng, gây thiệt hại trực tiếp cho doanh nghiệp.

- Bên cạnh đó, sản phẩm du lịch còn phụ thuộc mạnh mẽ vào yếu tố thời gian và địa điểm. Một chương trình tour có thể chỉ hấp dẫn vào mùa cao điểm hoặc thời gian diễn ra lễ hội và mất sức hút ở thời điểm khác. Ngoài ra, điều kiện tự nhiên, khí hậu và vị trí địa lý của điểm đến cũng ảnh hưởng lớn đến khả năng tiêu thụ dịch vụ.

c) Tính thời vụ cao :

- Hoạt động du lịch chịu ảnh hưởng rõ rệt bởi yếu tố thời tiết, khí hậu, kỳ nghỉ lễ và thói quen du lịch của khách hàng, nên mang tính thời vụ cao.

- Thông thường, mùa cao điểm diễn ra vào các kỳ nghỉ hè, lễ Tết hoặc mùa có điều kiện thời tiết thuận lợi, khi nhu cầu du lịch tăng mạnh. Ngược lại, mùa thấp điểm thường rơi vào thời gian học sinh đi học, thời tiết xấu hoặc sau các kỳ nghỉ dài, khiến lượng khách giảm đáng kể.

- Tính thời vụ khiến doanh nghiệp lữ hành phải linh hoạt trong kế hoạch kinh doanh: tăng cường nhân sự, quảng bá mạnh trong mùa cao điểm, đồng thời tạo ra các chương trình kích cầu, giảm giá hoặc tour đặc biệt trong mùa thấp điểm để duy trì doanh thu ổn định và giữ chân khách hàng.

d) Sản phẩm phụ thuộc vào yếu tố con người và trải nghiệm khách hàng:

- Sản phẩm du lịch là loại hình dịch vụ đặc thù, trong đó chất lượng không chỉ nằm ở nội dung chương trình mà còn phụ thuộc vào yếu tố con người và cảm nhận của khách hàng.

- Sản phẩm du lịch là loại hình dịch vụ đặc thù, trong đó chất lượng không chỉ nằm ở nội dung chương trình mà còn phụ thuộc vào yếu tố con người và cảm nhận của khách hàng.

- Bên cạnh đó, trải nghiệm của khách hàng cũng mang tính chủ quan – mỗi người có cảm nhận khác nhau về cùng một dịch vụ. Vì vậy, doanh nghiệp lữ hành cần chú trọng đào tạo nhân viên, chuẩn hóa quy trình phục vụ và mang lại trải nghiệm tích cực, đáng nhớ cho du khách.

1.1.3 Vai trò của hoạt động bán hàng trong doanh nghiệp lữ hành

a) Là cầu nối giữa doanh nghiệp và khách hàng:

Hoạt động bán hàng giữ vai trò là cầu nối trực tiếp giữa doanh nghiệp lữ hành và khách hàng. Thông qua đội ngũ nhân viên bán hàng, doanh nghiệp truyền đạt thông tin về sản phẩm, dịch vụ, giá cả và các chương trình khuyến mãi đến người tiêu dùng, đồng thời tiếp nhận phản hồi, nhu cầu và mong muốn của khách hàng. Nhờ đó doanh nghiệp có thể nắm bắt kịp thời xu hướng thị trường, điều chỉnh sản phẩm phù hợp hơn và nâng cao chất lượng phục vụ. Bộ phận bán hàng không chỉ mang đến doanh thu mà còn góp phần xây dựng hình ảnh, tạo dựng uy tín và mối quan hệ bền vững với khách hàng, giúp doanh nghiệp phát triển lâu dài trên thị trường du lịch đầy cạnh tranh.

b) Góp phần nâng cao doanh thu, quảng bá hình ảnh thương hiệu:

Hoạt động bán hàng là nguồn tạo ra doanh thu chủ yếu cho doanh nghiệp lữ hành. Nhân viên bán hàng chính là người trực tiếp giới thiệu và thuyết phục khách hàng lựa chọn sản phẩm, dịch vụ du lịch của công ty, từ đó giúp tăng số lượng khách, mở rộng thị trường và nâng cao lợi nhuận. Trong quá trình tư vấn và giao tiếp, nhân viên bán hàng còn đại diện cho hình ảnh và phong cách làm việc của doanh nghiệp. Thái độ chuyên nghiệp, tận tâm và cách truyền đạt thông tin khéo léo sẽ tạo ấn tượng tốt, góp phần quảng bá thương hiệu và nâng cao uy tín của công ty trong mắt khách hàng.

c) Là công cụ tiếp nhận và phản hồi nhu cầu thị trường:

Hoạt động bán hàng đóng vai trò như một kênh thông tin quan trọng giúp doanh nghiệp lữ hành nắm bắt và phản hồi nhu cầu thị trường. Thông qua quá trình tư vấn, tiếp xúc trực tiếp với khách hàng, nhân viên bán hàng hiểu rõ mong muốn, sở thích, xu hướng

du lịch và các vấn đề mà khách hàng quan tâm. Những thông tin này giúp doanh nghiệp điều chỉnh sản phẩm, giá cả và chính sách kinh doanh sao cho phù hợp hơn với nhu cầu thực tế.

1.2 Nội dung công tác bán dịch vụ du lịch

1.2.1 Chuẩn bị sản phẩm và thông tin bán hàng

a. Mô tả công việc

Công tác chuẩn bị sản phẩm và thông tin bán hàng là bước đầu tiên trong quy trình bán dịch vụ du lịch. Nhân viên phụ trách cần nghiên cứu thị trường, thu thập thông tin về nhu cầu khách hàng, đối thủ cạnh tranh và xu hướng du lịch hiện nay. Đồng thời, phải rà soát các sản phẩm du lịch hiện có của công ty, cập nhật giá cả, chính sách khuyến mãi và các thông tin liên quan đến nhà cung cấp dịch vụ như khách sạn, hãng hàng không, visa, bảo hiểm, điểm tham quan...

b. Quy trình thực hiện

- Tìm hiểu và phân tích nhu cầu của khách hàng mục tiêu.
- Thu thập, cập nhật thông tin từ các đối tác cung ứng dịch vụ (landtour, nhà hàng, khách sạn, vận chuyển).
- Thiết kế chương trình du lịch hoặc chọn tour phù hợp với từng nhóm khách.
- Xác định các dịch vụ bao gồm và không bao gồm trong chương trình tour.
- Lập bảng giá chi tiết và tính toán lợi nhuận dự kiến.
- Chuẩn bị các tài liệu, hình ảnh, brochure, poster, và nội dung quảng bá cho sản phẩm.
- Cập nhật thông tin sản phẩm lên website, fanpage và hệ thống quản lý nội bộ để phục vụ công tác bán hàng.

c. Điều kiện và yêu cầu

Nhân viên bán hàng cần có kiến thức tổng hợp về điểm đến, sản phẩm du lịch và dịch vụ liên quan. Có khả năng phân tích thị trường, tổng hợp và xử lý thông tin hiệu quả. Đồng thời, cần sử dụng thành thạo công cụ tin học văn phòng, phần mềm quản lý tour, có kỹ năng viết và biên tập nội dung quảng cáo hấp dẫn, đúng định hướng truyền thông của doanh nghiệp. Đảm bảo thông tin bán hàng cung cấp cho khách luôn chính xác, đầy đủ và kịp thời

d. Kết quả

- Hình thành hệ thống sản phẩm du lịch đa dạng, phong phú, đáp ứng nhu cầu của nhiều nhóm khách hàng khác nhau.
- Thông tin sản phẩm và giá bán được chuẩn hóa, cập nhật đầy đủ, chính xác và thống nhất trên các kênh bán hàng.
- Chương trình du lịch được thiết kế rõ ràng, lịch trình hợp lý, dịch vụ minh bạch, tạo thuận lợi cho quá trình tư vấn và bán hàng.

- Tạo nền tảng vững chắc cho việc triển khai các hoạt động marketing và chăm sóc khách hàng sau bán.

1.2.2 Trình bày, giới thiệu sản phẩm

a. Mô tả công việc

Đây là giai đoạn trung tâm của quá trình bán hàng, nhằm giới thiệu sản phẩm, thuyết phục khách hàng lựa chọn dịch vụ của công ty và đạt được thỏa thuận đặt dịch vụ. Nhân viên tư vấn đóng vai trò cầu nối giữa khách hàng và doanh nghiệp, chịu trách nhiệm giải đáp thắc mắc, cung cấp thông tin chi tiết, và hỗ trợ khách đưa ra quyết định mua.

b. Quy trình thực hiện

- Tiếp nhận yêu cầu của khách hàng qua điện thoại, email, mạng xã hội hoặc trực tiếp.

- Tìm hiểu nhu cầu, mục đích chuyến đi và ngân sách của khách hàng.

- Lựa chọn sản phẩm du lịch phù hợp hoặc đề xuất phương án tour thay thế.

- Trình bày chương trình tour, lịch trình, giá bán và các điều kiện áp dụng một cách rõ ràng, dễ hiểu.

- Trao đổi, đàm phán các điều khoản liên quan đến giá, phương thức thanh toán, dịch vụ bổ sung.

- Gửi thông tin chi tiết, bảng giá và chương trình tour cho khách hàng tham khảo.

- Theo dõi, hỗ trợ khách hàng trong quá trình ra quyết định và chốt dịch vụ.

c. Điều kiện và yêu cầu

Nhân viên bán hàng cần có kiến thức vững về sản phẩm du lịch và điểm đến. Có kỹ năng giao tiếp và thuyết phục tốt, khả năng nắm bắt tâm lý khách hàng, đồng thời am hiểu sâu về sản phẩm và chính sách bán hàng của công ty. Ngoài ra, thái độ chuyên nghiệp, cẩn trọng và nhanh nhẹn trong phản hồi thông tin là yếu tố quyết định để tạo niềm tin cho khách hàng.

d. Kết quả

- Khách hàng nắm rõ thông tin sản phẩm và dễ dàng lựa chọn tour phù hợp.

- Tăng khả năng thuyết phục và tỷ lệ chốt tour thành công.

- Nâng cao hình ảnh chuyên nghiệp và uy tín của doanh nghiệp trong mắt khách hàng.

- Góp phần gia tăng doanh thu và hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp.

- Tạo tiền đề cho việc chăm sóc và duy trì mối quan hệ lâu dài với khách hàng.

1.2.3 Hoàn tất thủ tục và xác nhận dịch vụ

a. Mô tả công việc

Sau khi khách hàng đồng ý mua tour hoặc dịch vụ, nhân viên tiến hành thu thập và kiểm tra thông tin cá nhân của khách hàng phục vụ cho việc đặt dịch vụ và làm thủ tục

liên quan. Đây là bước đảm bảo tính pháp lý và tính chính xác của giao dịch giữa khách hàng và doanh nghiệp. Thực hiện xác nhận đặt dịch vụ với các nhà cung cấp như landtour, khách sạn, nhà hàng, đơn vị vận chuyển, hãng hàng không... Phối hợp với bộ phận điều hành để đảm bảo các dịch vụ được đặt đúng yêu cầu và đúng thời gian. Thông báo và xác nhận lại thông tin dịch vụ với khách hàng trước ngày khởi hành.

b. Quy trình thực hiện

- Lập và gửi hợp đồng du lịch hoặc phiếu đăng ký dịch vụ cho khách hàng.
- Hướng dẫn khách hàng thực hiện các thủ tục thanh toán theo quy định của công ty.
- Tiếp nhận và kiểm tra hồ sơ khách hàng (danh sách đoàn, giấy tờ tùy thân, thông tin liên hệ).
- Tiến hành đặt và xác nhận dịch vụ với các đối tác cung ứng theo chương trình tour đã thống nhất (vé máy bay, khách sạn, visa, bảo hiểm, vận chuyển).
- Theo dõi quá trình xác nhận dịch vụ và cập nhật thông tin cho khách hàng.
- Gửi xác nhận dịch vụ, lịch trình chi tiết và các lưu ý cần thiết cho khách hàng trước ngày khởi hành.
- Lưu trữ hồ sơ giao dịch, bao gồm hợp đồng, hóa đơn, và chứng từ liên quan.

c. Điều kiện và yêu cầu

Nhân viên cần nắm vững quy trình nghiệp vụ điều hành và pháp lý trong hợp đồng du lịch. Khả năng làm việc cẩn thận, chính xác, cùng kỹ năng sử dụng hệ thống đặt dịch vụ trực tuyến là yêu cầu quan trọng để đảm bảo chất lượng công việc.

d. Kết quả

- Các thủ tục và hồ sơ khách hàng được hoàn tất đầy đủ, đúng quy định.
- Dịch vụ được xác nhận chính xác, đúng yêu cầu và đúng thời gian.
- Hồ sơ khách hàng được lưu trữ đầy đủ, giúp công ty thuận tiện trong việc theo dõi, kiểm tra và đối chiếu khi cần thiết.

1.2.4 Chăm sóc khách hàng trong khi bán và sau khi bán dịch vụ du lịch

a. Mô tả công việc

Chăm sóc khách hàng là hoạt động hỗ trợ trước, trong và sau khi bán dịch vụ, nhằm đảm bảo sự hài lòng của khách hàng và khuyến khích họ quay lại sử dụng dịch vụ trong tương lai. Đây là yếu tố quan trọng trong việc duy trì và phát triển thương hiệu du lịch.

b. Quy trình thực hiện

- Trước khi bán: chủ động cung cấp thông tin, tư vấn tận tình, hỗ trợ khách lựa chọn chương trình phù hợp.
- Trong quá trình tour: thường xuyên liên hệ với hướng dẫn viên hoặc khách hàng để nắm bắt tình hình, giải quyết kịp thời các vấn đề phát sinh.

- Sau tour: gửi lời cảm ơn, thu thập phản hồi và đánh giá từ khách hàng; ghi nhận góp ý để cải thiện dịch vụ.

c. Điều kiện và yêu cầu

Nhân viên cần có thái độ thân thiện, giao tiếp khéo léo, khả năng lắng nghe và xử lý khiếu nại chuyên nghiệp. Đồng thời, phải có kỹ năng quản lý thông tin khách hàng và sử dụng công cụ hỗ trợ (CRM, email marketing) để duy trì mối quan hệ lâu dài.

d. Kết quả

- Khách hàng được hỗ trợ kịp thời, cảm thấy yên tâm trong suốt chuyến đi.
- Nâng cao mức độ hài lòng và trải nghiệm của khách hàng.
- Hạn chế tối đa khiếu nại và phát sinh tiêu cực trong quá trình tour diễn ra.
- Tăng khả năng khách hàng quay lại sử dụng dịch vụ và giới thiệu cho người khác.
- Góp phần nâng cao hình ảnh, uy tín và chất lượng dịch vụ của doanh nghiệp.

CHƯƠNG 2: TÌNH HÌNH THỰC TẾ CÔNG TÁC BÁN DỊCH VỤ DU LỊCH TẠI TRUNG TÂM ĐIỀU HÀNH DU LỊCH MIỀN TRUNG – TỔNG CÔNG TY DU LỊCH HÀ NỘI – CÔNG TY TNHH

2.1 Thực trạng công tác bán dịch vụ du lịch tại Trung tâm điều hành du lịch miền Trung – Tổng công ty du lịch Hà Nội – Công ty TNHH

2.1.1 Chuẩn bị sản phẩm và thông tin bán hàng

a. Mô tả công việc

- Hỗ trợ xây dựng, thiết kế poster và hoàn thiện chương trình tour theo mẫu chung của Tổng Công ty Du lịch Hà Nội.

- Cập nhật thông tin giá dịch vụ từ các đối tác: khách sạn, nhà hàng, đơn vị vận chuyển, điểm tham quan.

- Hỗ trợ nhập dữ liệu chương trình tour, bảng giá và thông tin dịch vụ vào hệ thống quản lý nội bộ hoặc file Excel của trung tâm.

- Tổng hợp thông tin về chính sách khuyến mãi, điều kiện áp dụng dịch vụ trong từng thời điểm.

- Phối hợp với bộ phận điều hành để rà soát lịch trình, đảm bảo tính khả thi khi triển khai tour.

- Chuẩn bị tài liệu bán hàng như chương trình tour, bảng giá, hình ảnh minh họa phục vụ công tác tư vấn khách.

b. Quy trình thực hiện

- Nhận yêu cầu xây dựng hoặc cập nhật sản phẩm từ trưởng bộ phận (anh Trí) hoặc nhân viên điều hành (chị Khanh).

- Thu thập thông tin dịch vụ và giá từ các đối tác qua email, điện thoại hoặc trao đổi trực tiếp.

- Kiểm tra lại lịch trình mẫu và dịch vụ bao gồm theo quy định của công ty.

- Lập bảng giá dự kiến dựa trên chi phí dịch vụ và định mức lợi nhuận của công ty.

- Trình chương trình và bảng giá cho trưởng bộ phận (anh Trí) duyệt trước khi đưa vào bán.

- Cập nhật sản phẩm lên website, fanpage, hệ thống quản lý nội bộ.

- Chuẩn bị và tổng hợp tài liệu bán hàng phục vụ công tác tư vấn khách như chương trình tour chi tiết, bảng giá, điều khoản dịch vụ.

- Hỗ trợ in ấn, chỉnh sửa, định dạng tài liệu giới thiệu tour (file Word, PDF) theo mẫu của công ty trước khi gửi cho khách hàng.

- Phối hợp với bộ phận kinh doanh chuẩn bị brochure, poster, nội dung giới thiệu sản phẩm để phục vụ chào bán tour.

- Phối hợp với bộ phận điều hành để rà soát lịch trình, đảm bảo tính khả thi khi triển khai tour.

- Nhân viên cần nắm vững kiến thức điểm đến và đặc điểm dịch vụ tại từng điểm đến.

- Nắm được cấu trúc chương trình tour, cách xây dựng lịch trình và bảng giá theo mẫu của công ty.

- Sử dụng thành thạo tin học văn phòng (Word, Excel) để soạn thảo chương trình tour, bảng giá và tài liệu bán hàng.

- Có khả năng tìm kiếm, lựa chọn và xử lý hình ảnh, tài liệu phục vụ giới thiệu sản phẩm.

- Có tinh thần trách nhiệm cao, cẩn thận trong quá trình tổng hợp dữ liệu.

- Có tinh thần học hỏi, chủ động cập nhật thông tin mới về sản phẩm và tuyển điểm.

- Hệ thống chương trình tour và bảng giá được chuẩn bị đầy đủ, đúng mẫu quy định của công ty.

- Tài liệu giới thiệu sản phẩm và hình ảnh minh họa được hoàn thiện, hỗ trợ hiệu quả cho công tác tư vấn khách hàng.

- Nâng cao các kỹ năng sử dụng tin học văn phòng (Word, Excel, Cam Scanner...), in ấn hồ sơ.

- Tăng khả năng làm việc nhóm, phối hợp với các bộ phận khác.

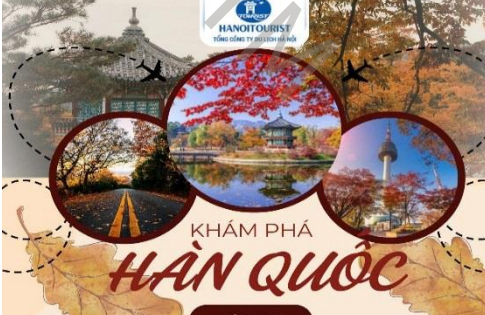
- Tích lũy thêm nhiều kinh nghiệm thực tế nhằm phục vụ cho việc làm báo cáo thực tập tốt nghiệp và trong công việc tương lai.

	A	B	C	D	E	F	G	H	I
1	 SERIES SING-MALAY // SIN-INDO-MAL TỪ ĐÀ NẴNG					Cập nhật	25/12/2023 0:53:42		
2	TOUR	CHƯƠNG TRÌNH TOUR (KÍCH VÀO TÀI VÉ)	HÀNG KHÔNG	LKH	GIÁ TOUR	HOA HỒNG ĐẠI LÝ			
						HH NGƯỜI LỚN	HH TRÉ EM 2-11T	Nhóm từ 05 pax	SỐ CHỖ CÒN
5	LIÊN TUYẾN 2 NƯỚC SING - MALAY 5N4Đ 	Tài vé Word	VIETJET AIR 1 VJ 973 DADSIN 12:05 - 16:55 2 VJ 824 KULDAD 14:30 - 16:10	10 - 14/12	12.490,000	800.000	600.000		FULL
6		Tài vé PDF		24/12 - 28/12 (Đón giáng sinh)	13.990.000	800.000	600.000		FULL
7		Tài vé Word	BATIK AIR OD503 DADKUL 13:05-16:55 SCOOT AIR TR314 SINDAD 15:00-16:35	18 - 22/02/2026 (M2 - M6 TẾT)	16.990.000	800.000	600.000		85
8		Tài vé PDF							
9	LINK CHƯƠNG TRÌNH NOGLOGO TỔNG HỢP:								
10	TỔNG HỢP CHƯƠNG TRÌNH TOUR NƯỚC NGOÀI								
11	TỔNG HỢP POSTER QUẢNG CÁO								
12									

A		B	C	D	E	F	G	H	I	J
		CHƯƠNG TRÌNH TA (KÍCH VÀO TÀI VỆ)	CHƯƠNG TRÌNH PDF LHV	HÀNG KHÔNG	LỊCH KHỞI HÀNH	GIÁ TOUR	COM TA	SỐ CHỖ	Cập nhật	28/10/2024 09:41
TOUR NỘI ĐỊA TỪ ĐÀ NẴNG										
MIỀN TÂY 4N3Đ ĐÀ NẴNG - CẦN THƠ - CHÂU ĐỐC - AN GIANG - CÀ MAU - DẮT MŨI - CẦN THƠ		Chương trình nologo	CTRINH LHV MT	VIETJET AIR VJ703 DADVCA 19h00 - 14h30 VJ704 VCDAD 15h00 - 16h30	01 - 04/01/2026 (TẾT DƯƠNG LỊCH)	7.799.000	300.000	Full		
MIỀN TÂY 4N3Đ ĐÀ NẴNG - SB HCM - MỸ THO - CHÂU ĐỐC - CÀ MAU (DẮT MŨI) - CẦN THƠ - SB HCM		Chương trình nologo	CTRINH LHV MT	VIETJET AIR VJ361 DADHAN 09h05 - 07h50 VJ644 SGNDAD 20h40 - 22h00	18 - 21/02/2026 (M2 - M5 TẾT AL)	8.499.000	400.000	17s		
MIỀN BẮC 4N3Đ ĐÀ NẴNG - SAPA - MỘC CHÂU - CẦU KÍNH BẠCH LONG 4N3Đ		Chương trình nologo	CTRINH SAPA-MOC CHAU	VIETJET AIR VJ710 DADHAN 07h15 - 08h35 VJ321 HANQAD 20h50 - 22h10	18 - 21/02/2026 (M2 - M5 TẾT AL)	8.399.000	400.000	15s		
ĐÔNG BẮC 4N3Đ ĐÀ NẴNG - HÀ GIANG - CAO BẮNG 4N3Đ		Chương trình nologo	k. nh - 20.2 (MATEL) DN - HÀ GIANG - CAO BẮNG 4N3Đ.pdf	VIETJET AIR VJ710 DADHAN 07h15 - 08h35 VJ321 HANQAD 20h50 - 22h10	20 - 23/02/2026 (M4 - M7 TẾT AL)	8.199.000	400.000	14s		
MĂNG ĐEN 3N2Đ ĐÀ NẴNG - MĂNG ĐEN - KONTUM - PLEIKU 3N2Đ		chương trình nologo		ĐƯỜNG BỘ	19/02 - 21/02 (M3 AL) 20/02 - 22/02 (M4 AL)	3.490.000	300.000	20s		
					31/12 - 02/01/2026 (Tết Dương Lịch)	3.490.000	300.000			
					Thứ 6 hàng tuần - giá năm 2026 (Nhận từ 4 khách)	3.490.000	300.000	Giá có VAT		

BẢNG GIÁ TOUR GHEP MIỀN TRUNG 2026										Cập nhật	28/10/2024 09:41
Áp dụng từ 01/01/2026 đến khi có thông báo mới, trừ lễ, tết											
MÃ TOUR	CHƯƠNG TRÌNH TOUR	CHƯƠNG TRÌNH (KÍCH VÀO TÀI VỆ)	KHỞI HÀNH	GIÁ TOUR 3 SAO	GIÁ TOUR 4 SAO LOCAL	KHỞI HÀNH (TẾT AL 2026)	GIÁ TOUR 3 SAO	GIÁ TOUR 4 SAO LOCAL	HOA HỒNG		
LHV01	ĐN - SON TRÁ - BÀ NÀ - HỘI AN 3N2Đ	Tài vệ	Hàng ngày	2.214.000	2.810.000	Các ngày từ 15/02 -> 22/02 (28 AL - M6 AL)	2.475.000	3.070.000	300.000		
LHV02	ĐN - SON TRÁ - BÀ NÀ - HỘI AN - CỬ LAO CHÀM 3N2Đ	Tài vệ	Hàng ngày	3.025.000	3.455.000	Các ngày từ 15/02 -> 22/02 (28 AL - M6 AL)	3.325.000	3.800.000	300.000		
LHV03	ĐN - SON TRÁ - BÀ NÀ - HỘI AN - CỬ LAO CHÀM 4N3Đ	Tài vệ	Hàng ngày	3.240.000	3.670.000	Các ngày từ 15/02 -> 22/02 (28 AL - M6 AL)	3.565.000	4.040.000	300.000		
LHV04	ĐN - SON TRÁ - BÀ NÀ - HỘI AN - HUẾ 3N2Đ	Tài vệ	Hàng ngày	3.025.000	3.455.000	Các ngày từ 15/02 -> 22/02 (28 AL - M6 AL)	3.325.000	3.800.000	300.000		
LHV05	ĐN - SON TRÁ - BÀ NÀ - HỘI AN - HUẾ 4N3Đ	Tài vệ	Hàng ngày	3.350.000	3.780.000	Các ngày từ 15/02 -> 22/02 (28 AL - M6 AL)	3.690.000	4.160.000	300.000		
LHV06	ĐN - SON TRÁ - BÀ NÀ - HỘI AN - HUẾ - ĐỘNG PN/ TB 5N4Đ	Tài vệ	Thứ 4 & 7	3.950.000	4.450.000	Các ngày từ 18/02 -> 22/02 (M2 - M6 AL)	4.500.000	5.060.000	300.000		
LHV07	ĐN - SON TRÁ - BÀ NÀ - HỘI AN - HUẾ - ĐỘNG PN/ TB 4N3Đ	Tài vệ	Thứ 5 & CN	3.750.000	4.050.000	Các ngày từ 19/02 -> 23/02 (M3 - M7 AL)	4.090.000	4.510.000	300.000		
LHV08	ĐN - HUẾ - ĐỘNG PN 3N2Đ	Tài vệ	Thứ 2 & 6	2.700.000	3.050.000	Các ngày từ 20/02 -> 24/02 (M4 - M8 AL)	3.090.000	3.390.000	300.000		
Note: Giá có VAT - Giá chưa bao gồm Combo Vé cáp treo Bà Nà + ăn trưa Buffet *Giá vé Bà Nà + ăn trưa Buffet: 1.250k/1 khách *Phụ thu tour Lễ: thêm 10% giá tour (QT Lao Động 30/04 - 02/05; Lễ Quốc Khánh (02/09); Tết Dương Lịch (01/01); Tết AL (từ 28AL - M6 AL) *Phụ thu Pháo Hoa: 200.000 VND/1 kh *Khách tự đặt vé Bà Nà + ăn trưa Bà Nà -> Phụ thu 140k/khách (tiền xe lên Bà Nà) *Giá áp dụng cho khách quốc tịch Việt Nam. Khách nước ngoài phụ thu theo quy định *Thứ tự chi tiết trong chương trình có thể thay đổi cho phù hợp với tình hình nhưng vẫn đảm bảo đủ các điểm trong chương trình * Công ty không hoàn tiền ăn nếu Quý Khách không dùng bữa * Công ty không hoàn tiền ăn nếu Quý Khách không đi tham quan * Nếu có thay đổi về chính sách giá công ty sẽ thông báo đến Quý Khách											





KHÁM PHÁ

HÀN QUỐC

MÙA THU

SEOUL - ĐẢO NAMI - THÁP NAMSAN -
CÔNG VIÊN EVERLAND - THƯ VIỆN
STARFIELD

GIÁ CHỈ TỪ 14.990.000 VNĐ/5N4Đ

Ngày khởi hành: 27/10-01/11/2025
04/11-08/11/2025
08/11-12/11/2025

☎ 0935191394 - Mr Trí
📍 10 Hải Phòng, TP. Đà Nẵng

2.1.2 Trình bày, giới thiệu sản phẩm

a. Mô tả công việc

- Tiếp nhận thông tin tour và phương án giá đã được thống nhất từ bộ phận điều hành/kinh doanh.

- Chuẩn bị nội dung giới thiệu chương trình du lịch phù hợp với từng đối tượng khách hàng (khách lẻ, khách đoàn, khách doanh nghiệp).

- Tiếp nhận yêu cầu của khách qua các hình thức: trực tiếp tại văn phòng, điện thoại, email, Zalo hoặc các nền tảng MXH khác

- Giới thiệu các điểm nổi bật của chương trình như: lịch trình, dịch vụ bao gồm, các trải nghiệm đặc sắc, ưu đãi kèm theo.

- Cung cấp hình ảnh, tài liệu, brochure, chương trình tour mẫu để khách hàng dễ hình dung về sản phẩm.

- Giải đáp thắc mắc của khách hàng liên quan đến lịch trình, giá tour, chất lượng dịch vụ, điều kiện tham gia tour.

- Tiến hành thỏa thuận các điều khoản với khách hàng.

b. Quy trình thực hiện

- Nghiên cứu kỹ chương trình tour, bảng giá và các dịch vụ đi kèm trước khi giới thiệu cho khách.

- Chuẩn bị đầy đủ tài liệu bán hàng: chương trình tour chi tiết, hình ảnh điểm đến, bảng giá, chính sách ưu đãi.

- Xác định nhu cầu và ngân sách của khách.

- Tiếp nhận thông tin từ khách hàng: số lượng khách, thời gian, địa điểm, các yêu cầu đặc biệt về tour...

- Lựa chọn và đề xuất chương trình phù hợp.

- Trình bày chương trình du lịch theo trình tự hợp lý, nhấn mạnh lợi ích và giá trị mà khách hàng nhận được.

- Ghi nhận ý kiến phản hồi, yêu cầu điều chỉnh của khách và trao đổi lại với bộ phận điều hành.

- Theo dõi quá trình khách cân nhắc, hỗ trợ cung cấp thêm thông tin khi khách có yêu cầu.

- Thỏa thuận giá cả, thời gian khởi hành, dịch vụ bổ sung.

- Chốt sản phẩm để chuyển sang bước làm thủ tục.



KHÁM PHÁ MÙA THU HÀN QUỐC
SEOUL – ĐẢO NAMJŌ – THÁP NAMSAN
CÔNG VIÊN EVERLAND – THƯ VIỆN STARFIELD

Thời gian: 05 ngày 04 đêm

Hãng hàng không: Eastar Jet

ZE594 DAD ICN 0025 0655

ZE593 ICN DAD 2030 2325

- KHÁM PHÁ CÔNG VIÊN TRẢI TRÍ TOP 5 CỦA THẾ GIỚI - EVERLAND PARK
- THAM QUAN ĐẢO NAMJŌ - PHIM TRƯỜNG NỔI TIẾNG CỦA BỘ PHIM | BẢN TÌNH CA MÙA ĐÔNG |
- CHIẾM NGŨNG CUNG ĐIỆN GYEONGBOK
- TRẢI NGHIỆM LÂM KIM CHI, MẶC TRANG PHỤC TRUYỀN THỐNG HANBOK
- NGẤM NHÌN TOÀN SEOUL TẠI THÁP TRUYỀN HÌNH NAMSAN

LỊCH KHỞI HÀNH DỰ KIẾN THÁNG 10 - THÁNG 11/2025

<u>Tháng 10</u>	27.10-2.11.2025
<u>Tháng 11</u>	4-8.11.2025
	8-12.11.2025

BẢNG GIÁ TOUR DÀNH CHO KHÁCH GHÉP ĐOÀN (VND)

<u>Dưới 02 tuổi</u>	<u>Từ 02 đến dưới 12 tuổi</u> <u>(không có giường riêng)</u>	<u>Trên 12 tuổi</u> <u>(bằng giá người lớn)</u>
5,246,500	13,491,000	14,990,000

LỊCH TRÌNH THAM QUAN:

NGÀY 01: ĐÀ NẴNG – SEOUL

(NGHỈ NGƠI TRÊN MÁY BAY)



21h00: Quý khách tập trung tại **Ga đi Quốc tế - Sân Bay Quốc Tế Đà Nẵng**, **Trưởng Đoàn** hướng dẫn làm thủ tục Check in đón chuyến bay khởi hành đi Hàn Quốc
Quý khách nghỉ ngơi trên máy bay.

NGÀY 02: ĐẢO NAMI - THÁP TRUYỀN HÌNH NAMSAN

(ĂN 03 BỮA)

Buổi sáng:

Chuyến bay hạ cánh tại sân bay Incheon. Quý khách làm thủ tục nhập cảnh Hàn Quốc và lấy hành lý. Xe và hướng dẫn viên đón quý khách, và đưa cả đoàn đi dùng bữa sáng tại nhà hàng địa phương Đoàn tham quan

- **Đảo Nami:** Đảo Nami Hàn Quốc hay còn được mệnh danh là "Hòn đảo tình yêu" – một hòn đảo lãng mạn bậc nhất Hàn Quốc. Với khung cảnh thiên nhiên tuyệt mỹ, Nami đã trở thành điểm đến của hầu hết du khách quốc tế khi đến với xứ Kim Chi.

Buổi trưa:

Đoàn dùng bữa trưa với món **Gà nướng**

- **Tháp truyền hình Namsan:** Tháp truyền hình nằm trên ngọn núi Namsan, biểu tượng của thủ đô Seoul. Với độ cao 237 m, khi leo lên tháp Namsan, bạn sẽ có cơ hội ngắm nhìn vẻ đẹp toàn cảnh 360 độ thủ đô Seoul. Một khung cảnh lung linh và nên thơ sẽ hiện ra ngay trước mắt các bạn. Thời điểm lý tưởng nhất để tham quan Tháp Namsan đó chính là lúc hoàng hôn, khi ánh mặt trời vừa chợp tắt, cả thành phố sẽ dần trở nên rực rỡ với ánh đèn lung linh đầy màu sắc.

Buổi tối:

Đoàn dùng bữa tối tại nhà hàng địa phương

Về khách sạn nhận phòng và nghỉ ngơi tự do.

Nghỉ đêm tại **Seoul**



NGÀY 03 : CUNG ĐIỆN - NHÀ XANH TỔNG THỐNG - CỬA HÀNG SẮM CHÍNH PHỦ - TRẢI NGHIỆM LÀM KIM CHI VÀ MẶC HANBOK

(ĂN 03 BỮA)

Buổi sáng:

Quý khách Ăn sáng tại khách sạn.

Sau đó, khởi hành đi tham quan tại :

- **Cung điện Gyeongbok** – Nơi đây được xem là cung điện lớn nhất trong số 5 cung điện nguy nga của triều đại Triều Tiên với lối kiến trúc độc đáo, mang đậm dấu ấn truyền thống của thời xưa.
- **Nhà xanh tổng thống** – (Chụp hình bên ngoài) là nơi sinh sống của các đời tổng thống Hàn Quốc
- **Bảo tàng dân gian Hàn Quốc** – Quý khách sẽ được hiểu rõ hơn về phong tục tập quán , truyền thống , lịch sử của người dân Hàn Quốc

Buổi trưa:

Đoàn dùng bữa trưa tại nhà hàng địa phương

Tiếp tục tham quan mua sắm



- Cửa hàng nhân sâm chính phủ
- Cửa hàng mỹ phẩm nội địa
- Trải nghiệm làm Kim Chi và mang trang phục truyền thống Hanbok

Buổi tối:

Đoàn dùng bữa tối tại nhà hàng địa phương

Sau đó đi chuyển về khách sạn nghỉ ngơi

Nghỉ đêm tại **Seoul**



NGÀY 04: CỬA HÀNG TINH DẦU THÔNG ĐỎ - CHỢ MYEONGDONG - LÀNG CỔ BUKCHON - CÔNG VIÊN EVERLAND (ĂN 03 BỮA)

Buổi sáng:

Đoàn dùng bữa sáng tại Khách sạn.

Đoàn khởi hành tham quan mua sắm

- Cửa hàng tinh dầu thông đỏ
- Cửa hàng sâm tươi

Buổi trưa:

Đoàn dùng bữa trưa tại nhà hàng địa phương, sau đó tiếp tục tham quan

- **Làng cổ Bukchon** - là một làng nghề truyền thống đã được bảo tồn nguyên vẹn trong đô thị 600 tuổi, bao gồm rất nhiều con hẻm, các ngôi nhà hanok, những mái chùa cổ.
- **Công viên giải trí Everland** - Công viên giải trí chủ đề lớn nhất Hàn Quốc với vô số các trò chơi thú vị, vườn thú Safari và vườn hoa bốn mùa

Buổi tối:

Đoàn dùng bữa tối tại nhà hàng địa phương

- **Chợ Myeongdong** - Khu chợ nổi tiếng, sầm uất tại Hàn Quốc. Cả đoàn tự do trải nghiệm các món ăn đường phố nơi đây

Sau đó đi chuyển về khách sạn nghỉ ngơi

Nghỉ đêm tại **Seoul**




NGÀY 05: INCHEON - ĐÀ NẴNG
(ĂN 03 BỮA)

Buổi Sáng: Đoàn dùng điểm tâm sáng và sau đó tiếp tục tham quan mua sắm tại:

- Cửa hàng miễn thuế
- Cửa hàng tạp hóa

Buổi trưa: Đoàn dùng bữa trưa tại nhà hàng địa phương, sau đó tiếp tục tham quan

- **Tham quan quảng trường Gwanghwamun** - Quảng trường trung tâm của thủ đô Seoul
- Tham quan thư viện khổng lồ trong lòng thành phố **Thư viện Starfield**

Đoàn ăn tối và di chuyển ra sân bay, làm thủ tục đón chuyến bay về Đà Nẵng. (cất cánh lúc 20:55)

Về đến sân bay Đà Nẵng, kết thúc chuyến tham quan, trưởng đoàn hỗ trợ lấy hành lý.

Chào tạm biệt và hẹn gặp lại quý hành khách trên các chuyến đi sau - **Kết thúc chương trình.**

❖ **BAO GỒM:**

- Vé máy bay khứ hồi **EASTAR JET (DAD-ICN-DAD)**
- **10 kg Hành lý xách tay (01 kiện hành lý) + 20 kg hành lý ký gửi (01 kiện hành lý)**
- Phí an ninh sân bay, bảo hiểm hàng không, thuế sân bay 2 nước
- **Khách sạn tiêu chuẩn 3 SAO HÀN QUỐC** (2 hoặc 3 người/phòng. Trường hợp lẻ Nam/Nữ sẽ sắp xếp phòng 3 người).
- Phục vụ 1 chai nước suối/khách/ngày
- Visa nhập cảnh Hàn Quốc
- Các bữa ăn như chương trình (các bữa ăn có thể thay đổi phù hợp với tuyến điểm tuy nhiên vẫn đảm bảo đủ số lượng và chất lượng bữa ăn tương đương hoặc hơn.)
- Xe máy lạnh vận chuyển suốt tuyến.
- Vé tham quan như chương trình
- Trưởng đoàn và HDV địa phương phục vụ suốt tuyến theo chương trình.
- Bảo hiểm tai nạn du lịch Quốc tế suốt tuyến

❖ **KHÔNG BAO GỒM:**

- Chi phí cá nhân, hành lý quá cước, điện thoại, giặt ủi, tham quan ngoài chương trình.
- Trường hợp khách đi lẻ một mình - không có khách khác trong đoàn ghép phòng thì chịu chi phí **phòng đơn 3.900.000VND/tour**
- Tips cho tài xế địa phương và hướng dẫn viên mức đề nghị: **35usd/khách/tour**
- Visa tái nhập Việt Nam cho khách quốc tịch nước ngoài
- Phí tham quan ngoài chương trình tour.

❖ **CHÍNH SÁCH GIA TOUR CHO TRẺ EM:**

- Trẻ nhỏ dưới 2 tuổi: Ngồi chung ghế trên máy bay, dùng chung suất ăn và sử dụng giường chung với người lớn.
- Trẻ em từ 2 tuổi đến dưới 12 tuổi: Có đầy đủ suất ăn theo chương trình và ghế ngồi trên máy bay. Không có chế độ giường riêng.



- Trẻ em đủ 12 tuổi trở lên: Trẻ có đầy đủ suất ăn, ghế ngồi và suất ngủ như người lớn

❖ **QUY TRÌNH ĐĂNG KÝ TOUR:**

- Ngay sau khi đăng ký tour, cọc 50% tổng giá tour. Hoặc cọc số tiền: 10.000.000 VNĐ/Khách
- Sau khi có visa Hàn Quốc thanh toán hết số tiền còn lại.

❖ **ĐIỀU KIỆN HOÀN HỦY TOUR**

- Hủy tour ngay sau khi đăng ký , phạt 50% giá trị tour đã thanh toán
- Hủy tour trước trong và trước 8 ngày làm việc so với ngày khởi hành , phạt 100% giá trị tour đã thanh toán
- Đối với khách hàng đã có visa mà hủy tour , thì mức phạt được áp dụng là 100% tổng giá trị tour , và công ty du lịch sẽ giữ hộ chiếu của khách hàng 03 tháng (ứng với hiệu lực của visa single Hàn Quốc) hoặc đóng dấu hủy visa

❖ **LƯU Ý**

1. Nếu Quý khách bị cơ quan xuất nhập cảnh từ chối xuất cảnh hoặc nhập cảnh vì lý do cá nhân hay nhân thân, Công ty sẽ không chịu trách nhiệm và không hoàn trả lại tiền tour đã thanh toán cũng như phải có trách nhiệm thanh toán đủ 100% giá trị tour.
2. Nếu quý khách bị từ chối không được cấp visa Hàn Quốc, thì chi phí không hoàn lại là **2.500.000vnd/khách/bộ hồ sơ**
3. Không giải quyết cho bất kỳ lý do nào để thăm thân, kinh doanh,... mà tách đoàn khi đang du lịch tại Hàn Quốc. Phí tách đoàn là 120 – 150 USD/ khách/ ngày (bắt buộc).
4. Do các chuyến bay phụ thuộc vào các hãng hàng không nên trong một số trường hợp, giờ bay có thể thay đổi mà không được thông báo trước.
5. Chương trình tham quan sẽ được linh động điều chỉnh để phù hợp với tình hình thực tế của chuyến đi nhưng vẫn đảm bảo đi đủ các điểm tham quan trong chương trình.
6. Đối với từng trường hợp cụ thể, Quý khách có thể được yêu cầu đặt cọc từ **300.000.000VND/** người trước chuyến tham quan (sau khi quay về Việt Nam, Quý Khách sẽ nhận lại đầy đủ số tiền đã đặt cọc).
7. Hộ chiếu phải còn thời hạn sử dụng trên 06 tháng (tính từ ngày nhập cảnh lại vào Việt Nam)
8. Hướng Dẫn Viên của Công ty sẽ giữ lại toàn bộ hộ chiếu bản chính của Quý Khách trong suốt chuyến tham quan tại Hàn Quốc.
9. Nếu Quý khách là Việt Kiều hoặc người nước ngoài có visa Việt Nam rồi thì phải mang theo lúc đi tour. - Đây là tour du lịch thuần túy dành cho khách có Quốc tịch Việt Nam, khách có Quốc tịch nước ngoài vui lòng đóng phụ phí là **200USD/** khách.

***Trong những trường hợp khách quan như : khủng bố, thiên tai...hoặc do có sự cố, có sự thay đổi lịch trình của các phương tiện vận chuyển công cộng như : máy bay, tàu hỏa...thì Cty sẽ giữ quyền thay đổi lộ trình bất cứ lúc nào vì sự thuận tiện, an toàn cho khách hàng và sẽ không chịu trách nhiệm bồi thường những thiệt hại phát sinh**.*

c. Điều kiện và yêu cầu

- Nhân viên cần có kiến thức về sản phẩm du lịch và các tuyến điểm đang khai thác.

- Có kỹ năng giao tiếp, thuyết trình và tư vấn khách hàng tốt.

- Sử dụng thành thạo các công cụ hỗ trợ trình bày như Word, PowerPoint, email, Zalo.

- Nắm rõ chính sách giá, điều kiện dịch vụ để tư vấn chính xác cho khách.
- Thái độ lịch sự, kiên nhẫn, linh hoạt trong quá trình trao đổi với khách hàng.
- Có khả năng xử lý tình huống và thuyết phục khách hàng hiệu quả.

d. Kết quả

- Nâng cao kỹ năng giao tiếp
- Tính kiên nhẫn được rèn luyện
- Hiểu được những điều cơ bản mà khách hàng cần để phục vụ tốt hơn cho công

việc sau này

2.1.3 Hoàn tất thủ tục và xác nhận dịch vụ

a. Mô tả công việc

- Tiếp nhận quyết định đồng ý sử dụng dịch vụ du lịch từ khách hàng sau quá trình tư vấn và giới thiệu sản phẩm.

- Thống nhất lại toàn bộ nội dung chương trình tour: lịch trình, số lượng khách, thời gian khởi hành, dịch vụ bao gồm và không bao gồm.

- Soạn thảo hợp đồng du lịch hoặc phiếu xác nhận dịch vụ theo mẫu quy định của công ty.

- Gửi hợp đồng, chương trình chi tiết và báo giá chính thức cho khách hàng qua email hoặc các kênh liên lạc đã thống nhất.

- Hướng dẫn khách hàng thực hiện các thủ tục cần thiết: đặt cọc, thanh toán, cung cấp danh sách khách, giấy tờ cá nhân.

- Phối hợp với bộ phận điều hành để tiến hành giữ chỗ và xác nhận dịch vụ với các nhà cung cấp (khách sạn, xe, nhà hàng, vé tham quan...).

- Theo dõi tiến độ ký kết hợp đồng và thanh toán của khách hàng.

- Lưu trữ hồ sơ khách hàng và dịch vụ.

b. Quy trình thực hiện

- Kiểm tra lại thông tin tour đã thống nhất nhằm đảm bảo tính chính xác và thống nhất giữa các bộ phận.

- Lập hợp đồng du lịch hoặc phiếu xác nhận dịch vụ theo đúng mẫu, đầy đủ các điều khoản.

- Gửi hợp đồng cho khách hàng kiểm tra, chỉnh sửa (nếu có) và tiến hành ký kết.

- Hướng dẫn khách hàng đặt cọc theo quy định của công ty.

- Nhận và kiểm tra chứng từ thanh toán từ khách hàng.

- Chuyển thông tin tour đã chốt sang bộ phận điều hành để triển khai dịch vụ.

- Theo dõi việc xác nhận dịch vụ từ các đối tác cung ứng và cập nhật tình trạng tour.

- Thông báo cho khách hàng khi toàn bộ dịch vụ đã được xác nhận đầy đủ.

c. Điều kiện và yêu cầu

- Nhân viên cần nắm rõ quy định về hợp đồng du lịch và các điều khoản pháp lý liên quan.

- Có kiến thức về quy trình thanh toán, chính sách đặt cọc, hủy và hoàn dịch vụ.
- Kỹ năng soạn thảo văn bản, hợp đồng chính xác, rõ ràng.
- Có khả năng phối hợp chặt chẽ với bộ phận điều hành và nhà cung cấp dịch vụ.
- Cẩn trọng, tỉ mỉ trong việc kiểm tra thông tin và chứng từ.
- Tuân thủ quy trình nội bộ.
- Có kỹ năng giao tiếp, giải thích rõ ràng các điều khoản cho khách hàng.
- Đảm bảo hoàn tất đúng thời gian.

d. Kết quả

- Hợp đồng du lịch được ký kết đầy đủ, đúng quy định của công ty.
- Giám tối đa sai sót và nhầm lẫn thông tin.
- Khách hàng nắm rõ dịch vụ được cung cấp.
- Nhà cung ứng đáp ứng đúng yêu cầu đặt dịch vụ.

2.1.4 Chăm sóc khách hàng trong khi bán và sau khi bán dịch vụ du lịch

a. Mô tả công việc

- Liên hệ với khách hàng trước ngày khởi hành để nhắc lịch, xác nhận lại chương trình tour và các thông tin cần thiết.

- Cung cấp các hướng dẫn, lưu ý quan trọng cho khách hàng trước chuyến đi (thời gian tập trung, giấy tờ, hành lý...).

- Phối hợp với bộ phận điều hành và hướng dẫn viên để theo dõi tình hình tour trong quá trình diễn ra.

- Theo dõi trải nghiệm khách trong quá trình sử dụng dịch vụ.

- Tiếp nhận và hỗ trợ xử lý các yêu cầu, thắc mắc hoặc phát sinh của khách hàng trong thời gian thực hiện tour.

- Liên hệ với khách hàng sau khi kết thúc tour để hỏi thăm, ghi nhận ý kiến phản hồi và mức độ hài lòng.

- Duy trì mối quan hệ với khách hàng nhằm tạo sự gắn bó và tăng khả năng khách quay lại sử dụng dịch vụ.

b. Quy trình thực hiện

- Gọi điện hoặc nhắn tin nhắc lịch khởi hành cho khách hàng.

- Gửi lại chương trình tour chi tiết, danh sách dịch vụ và các lưu ý cần thiết.

- Theo dõi tình hình tour thông qua hướng dẫn viên và bộ phận điều hành.

- Hỗ trợ xử lý kịp thời các phát sinh liên quan đến dịch vụ, lịch trình hoặc yêu cầu của khách.

- Liên hệ khách hàng để thu thập ý kiến đánh giá về chất lượng dịch vụ.
- Gửi lời cảm ơn và giới thiệu ưu đãi tiếp theo.

c. Điều kiện và yêu cầu

- Nhân viên cần có kỹ năng giao tiếp, lắng nghe và chăm sóc khách hàng tốt.
- Có khả năng xử lý tình huống linh hoạt, bình tĩnh khi phát sinh sự cố.
- Thái độ thân thiện, chuyên nghiệp.
- Có tinh thần trách nhiệm cao, chủ động hỗ trợ khách hàng.
- Biết ghi nhận, tổng hợp và báo cáo phản hồi khách hàng một cách đầy đủ, chính xác.

d. Kết quả

- Khách hàng được hỗ trợ đầy đủ trước, trong và sau chuyến đi.
- Tăng tỷ lệ khách hàng quay lại và giới thiệu dịch vụ cho người khác.
- Hạn chế tình huống ảnh hưởng đến trải nghiệm.
- Cải thiện sản phẩm dựa trên phản hồi thực tế.

2.2 Đánh giá về quy trình công tác bán dịch vụ du lịch tại Trung tâm điều hành du lịch miền Trung – Tổng công ty du lịch Hà Nội – Công ty TNHH

2.2.1 Ưu điểm

a. Quy trình công việc

- Quy trình bán dịch vụ du lịch được xây dựng tương đối đầy đủ, bao quát các bước từ tiếp cận khách hàng, tư vấn, ký kết hợp đồng đến chăm sóc sau bán.
- Trình tự thực hiện công việc rõ ràng, mạch lạc, giúp nhân viên dễ nắm bắt và triển khai.
- Có sự phân công nhiệm vụ cụ thể giữa bộ phận bán hàng và bộ phận điều hành.
- Các bước trong quy trình có tính liên kết chặt chẽ, hạn chế sai sót trong quá trình triển khai tour.
- Quy trình linh hoạt, có thể điều chỉnh theo từng đối tượng khách hàng và từng loại hình tour.

b. Điều kiện yêu cầu công việc

- Đội ngũ nhân viên bán dịch vụ du lịch có kiến thức cơ bản về sản phẩm và tuyến điểm.
- Nhân viên được đào tạo và hướng dẫn nghiệp vụ trước khi trực tiếp làm việc với khách hàng.
- Cơ sở dữ liệu về chương trình tour, giá dịch vụ và nhà cung cấp tương đối đầy đủ.
- Thông tin sản phẩm du lịch được cập nhật thường xuyên, phục vụ tốt cho công tác tư vấn.

- Nhân viên sử dụng thành thạo các công cụ hỗ trợ bán hàng như email, điện thoại, Zalo, phần mềm văn phòng.

c. Kết quả

- Duy trì được lượng khách hàng ổn định, đặc biệt là nhóm khách quen và khách doanh nghiệp.

- Tạo được uy tín và sự hài lòng của khách hàng.

- Góp phần nâng cao hiệu quả kinh doanh và năng lực cạnh tranh của Trung tâm Điều hành Du lịch Miền Trung – Tổng công ty du lịch Hà Nội – Công ty TNHH.

2.2.2 Nhược điểm

a. Quy trình công việc

- Một số khâu trong quy trình bán dịch vụ còn phụ thuộc nhiều vào kinh nghiệm cá nhân của nhân viên.

- Một số khâu còn mang tính thủ công, tốn thời gian.

- Việc phối hợp giữa các bộ phận đôi lúc chưa kịp thời khi khối lượng công việc tăng cao.

- Chưa tối ưu hóa công nghệ trong xử lý dữ liệu.

b. Điều kiện yêu cầu công việc

- Nhân sự bán hàng còn mỏng, phải kiêm nhiệm nhiều công việc cùng lúc.

- Trình độ và kỹ năng bán hàng giữa các nhân viên chưa đồng đều.

- Khối lượng công việc lớn, áp lực vào mùa cao điểm.

- Một số nhân viên trẻ còn thiếu kinh nghiệm tư vấn.

- Kỹ năng xử lý tình huống chưa đồng đều giữa các nhân sự.

c. Kết quả

- Giảm tốc độ phản hồi khách hàng vào giờ cao điểm.

- Chưa tối ưu hiệu quả bán hàng ở một số thời điểm.

- Ảnh hưởng đến trải nghiệm khách và khả năng cạnh tranh.

KẾT LUẬN CHƯƠNG 2

Nội dung chương 2 bao gồm các nội dung liên quan đến Trung tâm điều hành du lịch miền Trung – Tổng công ty du lịch Hà Nội – Công ty TNHH như: Giới thiệu sơ lược về Công ty, lịch sử hình thành và phát triển của Công ty, cơ cấu tổ chức và bộ máy hoạt động của Công ty, chức năng, nhiệm vụ của Công ty, kết quả kinh doanh của Công ty trong 3 năm gần đây và thực trạng về công tác bán hàng của Công ty, đồng thời đánh giá và đưa ra kết quả và hạn chế cũng như những ưu điểm và nhược điểm của công tác bán hàng tại Trung tâm điều hành du lịch miền Trung – Tổng công ty du lịch Hà Nội – Công ty TNHH.

CHƯƠNG 3: BÀI HỌC KINH NGHIỆM VỀ CÔNG TÁC BÁN DỊCH VỤ DU LỊCH TẠI TRUNG TÂM ĐIỀU HÀNH DU LỊCH MIỀN TRUNG – TỔNG CÔNG TY DU LỊCH HÀ NỘI – CÔNG TY TNHH

3.1. Những điểm giống nhau và khác nhau giữa lý thuyết và thực tiễn về công tác bán dịch vụ du lịch tại Trung tâm điều hành du lịch miền Trung – Tổng công ty du lịch Hà Nội – Công ty TNHH

3.1.1. Những điểm giống nhau

- Quy trình tổ chức và điều hành tour được áp dụng đúng theo lý thuyết: bao gồm các bước như chuẩn bị sản phẩm, tư vấn – bán tour, xác nhận dịch vụ, tổ chức thực hiện, theo dõi và đánh giá sau tour. Trình tự này được thực hiện rõ ràng, đúng quy định và đảm bảo tính chuyên nghiệp.

- Phân công nhiệm vụ giữa các bộ phận hợp lý: tương tự như mô hình trong giáo trình, công tác điều hành được phối hợp giữa các phòng ban như kinh doanh, điều hành, kế toán, hướng dẫn viên, giúp hoạt động vận hành tour diễn ra suôn sẻ.

- Tuân thủ các nguyên tắc về nghiệp vụ lữ hành: như nguyên tắc đảm bảo an toàn cho khách, quản lý chi phí tour, lưu trữ hồ sơ hợp đồng, báo cáo doanh thu – chi phí sau chuyến đi.

- Vai trò của nhân viên điều hành và bán hàng được thể hiện rõ: đúng với lý thuyết, nhân viên là cầu nối giữa khách hàng – doanh nghiệp – nhà cung cấp dịch vụ, chịu trách nhiệm giám sát chất lượng dịch vụ và đảm bảo tour diễn ra đúng kế hoạch.

- Công tác chăm sóc khách hàng sau tour được thực hiện giống với nội dung học – bao gồm thu thập phản hồi, đánh giá chất lượng, ghi nhận ý kiến và đề xuất cải thiện dịch vụ.

- Ứng dụng công nghệ thông tin trong điều hành tour như email, phần mềm đặt dịch vụ, hệ thống quản lý khách hàng (CRM) được vận dụng tương tự với những mô hình được học trong lý thuyết.

3.1.2. Những điểm khác nhau

- Khối lượng công việc thực tế lớn và áp lực hơn so với mô hình học tập: Lý thuyết chỉ trình bày quy trình tổng quát, trong khi thực tế nhân viên phải xử lý đồng thời nhiều tour, nhiều nhóm khách và nhiều nhà cung cấp, đòi hỏi kỹ năng sắp xếp thời gian và phản ứng nhanh.

- Các tình huống phát sinh không thể lường trước: Trong khi lý thuyết giả định tour diễn ra suôn sẻ, thì thực tế có thể xuất hiện vấn đề về thời tiết, thay đổi điểm tham quan, khách hủy tour, hoặc sự cố dịch vụ, buộc nhân viên điều hành phải xử lý linh hoạt và khéo léo.

- Kỹ năng giao tiếp và tâm lý khách hàng quan trọng hơn nhiều so với lý thuyết: Trong thực tế, việc làm hài lòng khách hàng, giữ thái độ chuyên nghiệp và bình tĩnh

trước những tình huống khó xử là yếu tố quyết định thành công, trong khi ở trường phần này chỉ được đề cập khái quát.

- Thời gian làm việc trong thực tế kéo dài và không cố định: Nhân viên điều hành phải sẵn sàng làm việc ngoài giờ, nhất là khi có đoàn khởi hành sớm, về muộn hoặc cần hỗ trợ khẩn cấp, điều này ít được đề cập trong lý thuyết.

3.2 Bài học kinh nghiệm của bản thân

Trong quá trình tìm hiểu lý thuyết và trực tiếp tham gia vào công tác bán dịch vụ du lịch tại Trung tâm điều hành du lịch miền Trung – Tổng công ty du lịch Hà Nội, tôi đã có cơ hội quan sát, thực hành và đối chiếu giữa kiến thức sách vở và thực tiễn. Từ đó, tôi rút ra nhiều bài học kinh nghiệm quý báu cho bản thân, giúp hoàn thiện kỹ năng nghề nghiệp cũng như hiểu rõ hơn yêu cầu của công việc trong lĩnh vực du lịch – lữ hành.

a. Bài học về chuẩn bị sản phẩm và thông tin bán hàng.

Một trong những yêu cầu quan trọng nhất đối với nhân viên bán dịch vụ du lịch là nắm vững thông tin sản phẩm. Từ thực tế làm việc, em nhận thấy việc chuẩn bị kỹ lưỡng trước khi tư vấn cho khách đóng vai trò quyết định đến chất lượng quá trình bán hàng. Không chỉ hiểu về chương trình tour, giá cả, phương tiện vận chuyển, dịch vụ lưu trú, mà người bán còn phải có khả năng giải đáp mọi câu hỏi liên quan đến điểm đến, điều kiện thời tiết, các hoạt động trải nghiệm, thủ tục đặt dịch vụ, chính sách hoàn – hủy, và những lưu ý đặc thù của từng hành trình.

Việc chuẩn bị đầy đủ và chính xác các nội dung trên giúp buổi tư vấn diễn ra suôn sẻ, hạn chế sai sót, đồng thời tạo dựng sự tin tưởng nơi khách hàng. Qua trải nghiệm thực tế, tôi học được rằng thông tin càng rõ ràng và đầy đủ, khách hàng càng dễ ra quyết định và cảm thấy yên tâm khi lựa chọn dịch vụ của doanh nghiệp.

b. Bài học về trình bày, giới thiệu sản phẩm.

– Đăng bán các trang mạng xã hội của công ty. Xây dựng, quản lý nội dung trên Fanpage facebook, website, ...

– Viết bài giới thiệu về các sản phẩm du lịch, những tour du lịch công ty đang muốn hướng đến nhằm thu hút khách hàng đến với công ty.

– Trả lời phản hồi và thắc mắc của khách hàng về sản phẩm, dịch vụ đang bán. Tư vấn cho khách về các sản phẩm, dịch vụ phù hợp với nhu cầu sử dụng của họ và thuyết phục họ mua hàng.

– Tham gia đóng góp, nêu ý tưởng và ý kiến để lên chiến dịch quảng cáo cho các sản phẩm của công ty.

– Đo lường các lượt tiếp cận để lên kế hoạch tìm kiếm khách hàng tiềm năng mới.

– Tìm hiểu về chương trình tour, các dịch vụ có trong tour để lên ý tưởng viết bài giới thiệu sản phẩm.

- Sử dụng các trang MXH như Fanpage facebook, zalo, instagram, website... đăng các về tour du lịch của công ty. Nêu lên những điểm hấp dẫn có trong tour, những lợi ích đi kèm với hình ảnh video liên quan đến tour mà mình giới thiệu.

- Sử dụng những hình ảnh nổi bật để thu hút sự chú ý của khách hàng về các sản phẩm dịch vụ của công ty.

- Tư vấn cho khách khi khách hàng quan tâm về tour, nhiệt tình, tương tác với khách hàng, đưa ra những câu hỏi gợi ý cho khách để có thêm thông tin từ khách hàng sẽ làm cho quá trình tư vấn diễn ra dễ dàng.

- Tham gia vào các hội nhóm du lịch, các hội nhóm bạn bè để giới thiệu sản phẩm cũng như dễ tiếp cận đến khách hàng.

- Cần có máy tính, điện thoại di động , laptop để thuận tiện cho việc viết bài và đăng bài giới thiệu sản phẩm

- Am hiểu về các tour du lịch để có thể tư vấn cho khách hàng

- Biết cách viết bài giới thiệu, đăng bài thu hút sự chú ý của khách hàng đến với sản phẩm, dịch vụ của công ty.

- Nhanh chóng trả lời được những thắc mắc của khách, việc mua hàng của khách cũng diễn ra dễ dàng

- Công ty có thể bán được từ 3 đến 4 tour du lịch cho 1 tháng nhờ việc đăng bài giới thiệu trên các trang MXH.

- Từ việc bán hàng thông qua các trang MXH công ty đã tìm thêm được nhiều nguồn khách hàng khác như: sinh viên, các công ty, xí nghiệp, ...

- Nắm rõ được cách viết bài giới thiệu sản phẩm hay, đầy đủ nội dung

- Việc đăng bài lên các trang mạng xã hội sẽ tiết kiệm được một khoản chi phí đi lại, phí quảng cáo trên các tạp chí , truyền hình.

c. Bài học về hoàn tất thủ tục và xác nhận dịch vụ.

Công đoạn hoàn tất hồ sơ, hợp đồng và các thủ tục xác nhận dịch vụ đòi hỏi sự chính xác tuyệt đối. Trong quá trình làm việc, em nhận thấy rằng chỉ cần nhầm lẫn một thông tin nhỏ như tên khách, ngày đi – ngày về, loại dịch vụ hay các điều khoản trong hợp đồng có thể ảnh hưởng nghiêm trọng đến chuyến đi và gây mất uy tín cho doanh nghiệp.

Từ đó, em học được thói quen kiểm tra cẩn thận từng chi tiết trước khi gửi xác nhận cho khách, phối hợp chặt chẽ với các bộ phận liên quan như điều hành, kế toán, đối tác dịch vụ để đảm bảo mọi nội dung đều đúng và đủ. Ngoài ra, kỹ năng xử lý tình huống phát sinh như thay đổi dịch vụ, điều chỉnh số lượng khách hay thay đổi lịch trình cũng là một trải nghiệm quý báu mà thực tế mang lại cho em.

d. Bài học về chăm sóc khách hàng trong khi bán và sau khi bán dịch vụ du lịch.

Qua quá trình thực tập, em nhận thấy chăm sóc khách hàng là yếu tố có ảnh hưởng lớn đến hình ảnh doanh nghiệp. Trong giai đoạn khách đang tìm hiểu dịch vụ, nhân viên bán hàng cần giữ thái độ nhiệt tình, sẵn sàng hỗ trợ. Khi khách đã chốt dịch vụ, việc theo dõi lộ trình, nhắc nhở các mốc thời gian quan trọng, hỗ trợ các thủ tục và phản hồi nhanh các yêu cầu của khách là vô cùng cần thiết.

Sau khi tour kết thúc, việc liên hệ cảm ơn, thu thập ý kiến đánh giá và giải quyết các phản hồi giúp doanh nghiệp cải thiện chất lượng dịch vụ và xây dựng mối quan hệ bền vững với khách hàng. Qua đây, em học được tinh thần trách nhiệm, khả năng quan sát nhu cầu và cách ứng xử chuyên nghiệp để giữ chân khách hàng lâu dài.

3.3. Đề xuất kiến nghị với nhà trường khi tổ chức giảng dạy thực hiện điều hành tour của điều hành

3.3.1. Đối với quá trình tổ chức giảng dạy

Qua quá trình học tập tại trường và thực tập thực tế, em nhận thấy chương trình đào tạo của nhà trường đã giúp sinh viên có kiến thức nền tảng vững chắc về nghiệp vụ điều hành tour, tuy nhiên vẫn còn một số điểm cần được điều chỉnh và bổ sung để phù hợp hơn với thực tiễn nghề nghiệp. Em hy vọng Trường và Khoa sẽ tăng cường giảng dạy các môn chuyên sâu về điều hành tour nội địa và outbound, bao gồm quy trình hợp đồng, kiểm soát chất lượng dịch vụ, và công tác hậu mãi khách hàng và ứng dụng phần mềm thực hành quản lý tour trong giảng dạy, như hệ thống GDS, TravelMaster hoặc Excel mô phỏng điều hành thực tế, giúp sinh viên làm quen với công cụ mà doanh nghiệp đang sử dụng.

3.3.2. Đối với quá trình tổ chức thực tế:

Tăng cường mối liên kết giữa nhà trường và doanh nghiệp du lịch: Nhà trường nên mở rộng hợp tác với nhiều công ty lữ hành, khách sạn, khu du lịch, hãng hàng không... nhằm đa dạng hóa môi trường thực tập, giúp sinh viên có nhiều lựa chọn phù hợp với chuyên ngành và sở thích.

KẾT LUẬN CHƯƠNG 3

Qua quá trình nghiên cứu, quan sát và trải nghiệm thực tế trong thời gian thực tập tại Trung tâm điều hành du lịch miền Trung – Tổng công ty du lịch Hà Nội – Công ty TNHH, em đã có cơ hội so sánh giữa lý thuyết đã học tại trường và hoạt động điều hành tour trong thực tiễn doanh nghiệp.

Từ đó, em nhận thấy rằng những kiến thức được trang bị trong chương trình đào tạo của nhà trường có tính ứng dụng cao, giúp sinh viên dễ dàng tiếp cận và thích nghi với công việc thực tế. Tuy nhiên, thực tiễn công việc đòi hỏi tính linh hoạt, khả năng ứng biến và kỹ năng mềm cao hơn rất nhiều so với lý thuyết.

Bên cạnh việc củng cố kiến thức chuyên môn, giai đoạn thực tập cũng giúp em rèn luyện nhiều kỹ năng nghề nghiệp quan trọng như: giao tiếp, làm việc nhóm, sắp xếp công việc, tìm kiếm đối tác, xử lý tình huống và giải quyết vấn đề thực tế.

Ngoài ra, qua việc đánh giá và đề xuất kiến nghị, em mong rằng nhà trường sẽ tăng cường tính thực hành, gắn đào tạo với nhu cầu thực tế của doanh nghiệp, để sinh viên ngành du lịch có thể phát huy tốt hơn năng lực của mình khi ra trường.

KẾT LUẬN CHUNG

Thực tập tại Trung tâm điều hành du lịch miền Trung – Tổng công ty du lịch Hà Nội – Công ty TNHH là một trải nghiệm vô cùng ý nghĩa đối với em. Trong suốt thời gian thực tập, em không chỉ được tiếp cận môi trường làm việc chuyên nghiệp, mà còn được học hỏi và rèn luyện nhiều kỹ năng cần thiết cho nghề nghiệp tương lai.

Qua quá trình làm việc thực tế, em hiểu rõ hơn về quy trình điều hành và tổ chức tour du lịch, từ khâu chuẩn bị sản phẩm, tư vấn khách hàng, đàm phán giá, xác nhận dịch vụ, đến chăm sóc khách sau bán. Đồng thời, em nhận thức sâu sắc hơn về tầm quan trọng của tác phong chuyên nghiệp, kỹ năng giao tiếp, tinh thần trách nhiệm và khả năng làm việc nhóm trong ngành du lịch – lữ hành.

Đợt thực tập cũng giúp em củng cố niềm yêu thích đối với nghề điều hành du lịch, khơi gợi động lực để tiếp tục học hỏi và hoàn thiện bản thân. Em tin rằng, những kiến thức và kinh nghiệm tích lũy được trong thời gian thực tập sẽ là hành trang quý báu giúp em tự tin hơn khi bước vào con đường nghề nghiệp sau này.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. "Quản lý và kinh doanh du lịch" - NXB Thống kê (2019)
2. "Marketing du lịch" - NXB Đại học Kinh tế Quốc dân (2018)
3. "Kinh doanh tour du lịch" - NXB Giao thông Vận tải (2020)

Nguồn trực tuyến

1. Tổng cục Du lịch Việt Nam ((link unavailable))
2. Hiệp hội Du lịch Việt Nam ((link unavailable))

Luận văn và đề tài nghiên cứu

1. "Nghiên cứu về hoạt động bán tour du lịch tại công ty du lịch" (Đề tài tốt nghiệp, Đại học Kinh tế Quốc dân, 2020)
2. "Đánh giá hiệu quả kinh doanh tour du lịch tại thành phố Hồ Chí Minh" (Luận văn thạc sĩ, Đại học Cần Thơ, 2019)