



## 星級旅遊服務認可計劃

Programa de Avaliação de Serviços Turísticos de Qualidade  
Quality Tourism Services Accreditation Scheme

# 《評審準則》

# 旅行社界別



澳門特別行政區政府旅遊局  
DIRECÇÃO DOS SERVIÇOS DE TURISMO  
MACAO GOVERNMENT TOURISM OFFICE

2026年2月版

## 目錄

1	引言 .....	3
2	服務質素評審基準 .....	3
	2.1 “神秘顧客服務評核” .....	4
	2.2 “服務管理體系制度審核” .....	5
	2.3 獎項體系與評審項目 .....	5
3	評分類項、組成和比例 .....	5
	3.1 評分類項 .....	5
	3.2 評分組成和比例 .....	6
	3.2.1 “星級旅遊服務商戶獎” .....	6
	3.2.2 “星級旅遊服務金獎” .....	6
	3.2.3 “星級旅遊服務卓越大獎” .....	6
	3.2.4 “特別主題獎” .....	6
4	“神秘顧客服務評核”準則 .....	8
	4.1 查詢渠道和資料 .....	8
	4.2 回應效率 .....	8
	4.3 了解顧客的需要 .....	9
	4.4 介紹產品和服務 .....	9
	4.5 應對顧客疑慮 .....	10
	4.6 表現專業、態度有貌 .....	10
	4.7 結束查詢 .....	11
5	“服務管理體系審核”準則 .....	12
	5.1 設施管理 .....	12
	5.2 服務管理 .....	12
	5.3 持續發展 .....	14
	5.4 貫徹有禮待客 .....	15
	5.5 培訓提質 .....	16
6	附錄 - 評分表 .....	18
	6.1 神秘顧客服務評核 .....	18
	6.2 服務管理體系審核 .....	19

## 1 引言

澳門特別行政區政府旅遊局（以下簡稱“旅遊局”）於2014年首先向餐飲業界推出“星級旅遊服務認可計劃”（下稱“本計劃”），目的在確立旅遊業相關界別服務質素標準，透過認可和表揚提供卓越服務及推行優良服務管理的商戶，鼓勵和支持提升服務質素及推廣品質承諾。於2016年將“本計劃”推展至旅行社界別，綜合旅遊業界意見和本澳持牌旅行社的經營實務情況，讓持牌旅行社均可申請參與，鼓勵推動本澳優質旅行社服務。

本文件旨在闡述“本計劃”之評審基本概念和準則，協助業界了解和參與“本計劃”。與此同時，商戶亦可善用此評審準則進行自我評估，透過評核和追蹤自身服務表現，查找精善空間和持續優化。

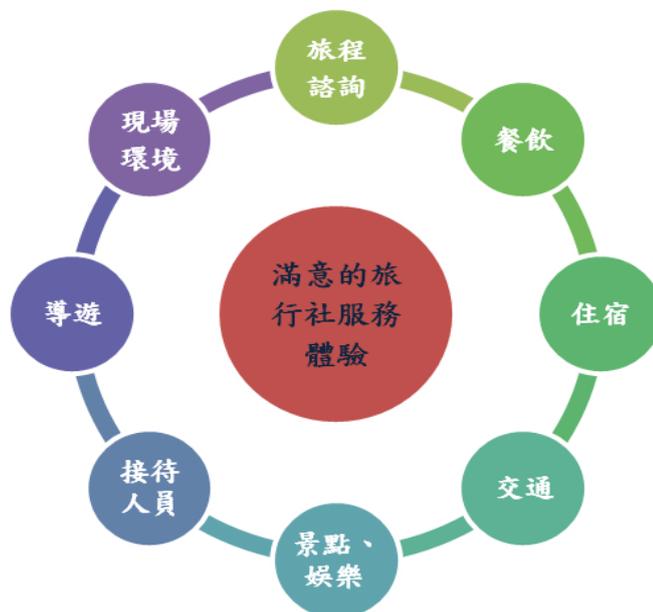
## 2 服務質素評審基準

“星級旅遊服務認可計劃”的評審是基於顧客的體驗，檢視及評估參加商戶的前線服務質素和表現。

### 旅行社的角色與顧客體驗

旅行社在旅遊產業中扮演著策劃、預訂、統籌、執行和最終呈現等角色，旅客在整個行程所體驗的服務，大部分由各個合作夥伴提供而通過旅行社統合和呈現，而各服務細節亦有賴各合作夥伴所供應的服務和產品質量（如餐飲、住宿、交通、景點和娛樂等），旅行社的聲譽無可避免地受到合作夥伴服務質量所影響，不能獨善其身，故除要控制好自身服務質量外，亦必須慎選合作夥伴和監控，以確保整體服務水平能使顧客滿意。

圖一：構成滿意旅遊體驗的主要因素



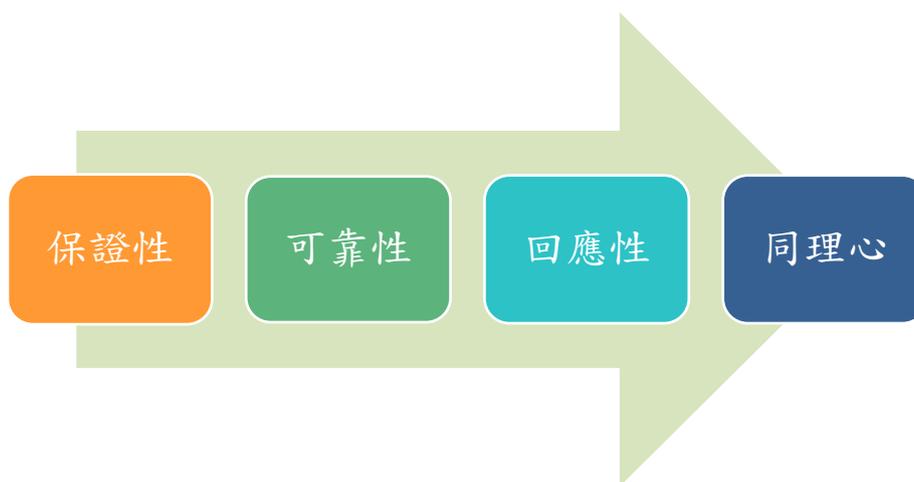
## 旅行社服務價值與評審方式

旅客在整個旅程中所體驗到的服務，主要受旅行社業務合作夥伴所影響，旅行社作為中介角色協助顧客計劃出切合預期和需要的行程，提供充裕資訊、專業和適合方案，幫助顧客選出最切合的安排，令顧客節省精力和時間是旅行社服務價值的重要部分。當中，最前端的業務查詢服務尤為重要，諮詢互動的過程直接體現旅行社營業點的服務質素和專業性，職員直接與顧客互動過程中能否提供切合的解決方案、回應個別性問題、視客人所需要點出重要環節、附加資訊和效率等等。故此，“本計劃”旅行社界別的評審主要通過“神秘顧客服務評核”和“服務管理體系審核”兩種方式，對旅行社營業點之前線查詢服務表現和相關驅動元素進行評審。

### 2.1 “神秘顧客服務評核”

現今旅行社業務以多渠道提供基礎服務的情況普及，透過多渠道進行查詢或訂購以致完成支付等服務已成為大趨勢，且比重與日俱增，服務範圍亦不斷擴大，故“本計劃”之“神秘顧客服務評核”亦會以多渠道方式，按以下四個維度的服務標準對旅行社前線查詢服務進行暗訪評核，著重在查詢服務過程中的互動表現。

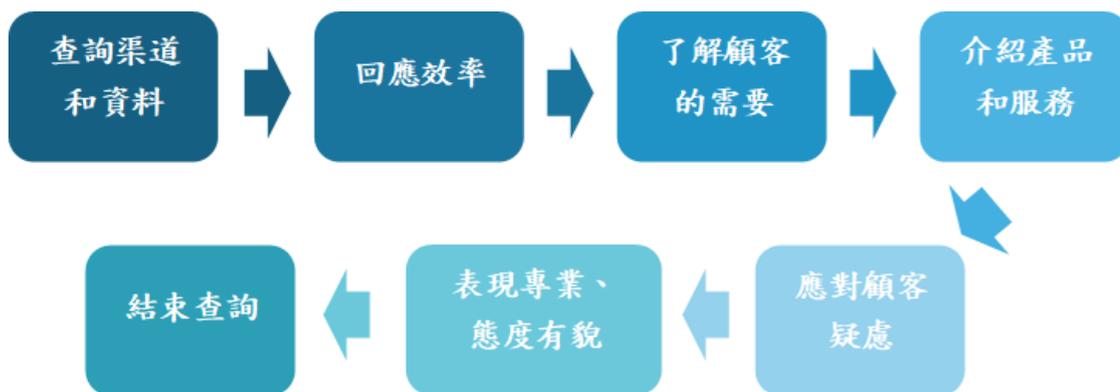
#### ■ “查詢服務表現”的四個維度



#### ■ 評核方式和次數：

評核期間，由神秘顧客在不預先通知和不透露身份的情況下，通過多種渠道對接受評審的營業點進行三次“神秘顧客服務評核”的暗訪評核。當中，設有不同的評分項目和評分準則以肯定商戶在完善前線查詢服務及流程管理方面付出的努力及值得鼓勵和表揚的成果。

#### ■ 評核重點包括以下查詢服務的元素：



## 2.2 “服務管理體系制度審核”

“服務管理體系審核”是在有預先通知的安排下，由專業管理體系審核人員對接受評審的營業點，進行一次內容關於服務管理方面的現場面訪審核，設有不同的評分項目和評分準則以肯定商戶在完善服務管理方面付出的努力及值得鼓勵和表揚的成果。

■ 審核重點包括以下管理元素：



## 2.3 獎項體系與評審項目

綜合“神秘顧客服務評核”和“服務管理體系審核”得分而成最終評審結果，視評審結果和達標情況，經評審委員會通過，獲頒“星級旅遊服務商戶獎”、“特別主題獎”、“星級旅遊服務金獎”、“星級旅遊服務銀獎”及“星級旅遊服務銅獎”。而連續 3 年獲得“星級旅遊服務金獎”的商戶，將獲頒“星級旅遊服務卓越大獎”。

# 3 評分類項、組成和比例

## 3.1 評分類項

評分是按本文件第 4 章“神秘顧客服務評核”準則及第 5 章“服務管理體系審核”準則進行評分，按既定比例經計算得出最終的總評分。

所有評分題目均會進行評分，必須從相應評分等級中，選出最適合／最貼近接受評審商戶表現的一欄（即分數值）。如商戶的現況界乎兩個級別之間，則以該兩級別相應分數的平均值代表（例如：商戶的現況界乎 75 分與 100 分之間，則為 87.5 分）。

## 3.2 評分組成和比例

### 3.2.1 “星級旅遊服務商戶獎”

全方位服務質素評分（即總評分）由以下組成部分和既定比例計算所得。



參加商戶（營業點）評審所得總評分達75分或以上，且符合《申請指南》第4章（認可程序）所述之條件，可獲頒“星級旅遊服務商戶獎”。

### 3.2.2 “星級旅遊服務金獎”、“星級旅遊服務銀獎”及“星級旅遊服務銅獎”

參加商戶（營業點）符合《申請指南》第4章（認可程序）所述條件，以及上述總評分（3.2.1條）最高且得分不低於85分的“星級旅遊服務商戶獎”獲獎商戶，可獲頒發“星級旅遊服務金獎”<sup>1</sup>；總評分第二最高且所得評分不低於80分，可獲頒發“星級旅遊服務銀獎”；總評分第三最高且所得評分不低於75分，則可獲頒發“星級旅遊服務銅獎”。

### 3.2.3 “星級旅遊服務卓越大獎”

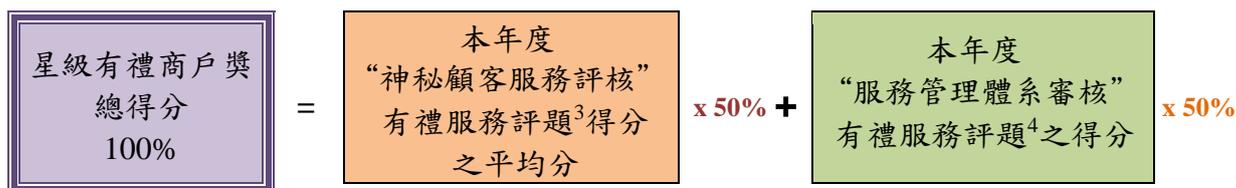
連續3年獲得“星級旅遊服務金獎”的商戶，將獲頒“星級旅遊服務卓越大獎”。

### 3.2.4 “特別主題獎”<sup>2</sup>

#### (a) “星級有禮商戶獎”

以本評審準則第4章及第5章所載的有禮服務評題進行評分，並按以下既定比例計算出有禮服務評題總得分。

#### 特別主題獎之“星級有禮商戶獎”



<sup>1</sup> 若出現同分時，則獎項將頒給在“神秘顧客服務評核”的“查詢渠道多樣化”評題中取得最高分的“星級旅遊服務商戶獎”商戶；若仍出現同分，則頒給“服務管理體系審核”的“管理貫徹以禮待客”評題中取得最高分的商戶；若仍然同分，則頒發給在“服務管理體系審核”的“培訓提質”評題中取得最高分的商戶。

<sup>2</sup> 若出現同分情況，此獎項將頒發給取得最高總評分的“星級旅遊服務商戶獎”獲獎商戶。

<sup>3</sup> “神秘顧客服務評核”中 4.2.5, 4.4.7, 4.4.8, 4.7.4, 4.7.5 為特別主題獎之“星級有禮商戶獎”的有禮服務評題。

<sup>4</sup> “服務管理體系審核”中 5.4 “管理貫徹以禮待客”為特別主題獎之“星級有禮商戶獎”的有禮服務評題。

## 《評審準則》 - 旅行社界別

取得有禮服務評題總得分最高的“星級旅遊服務商戶獎”獲獎商戶，且符合《申請指南》中第4章（認可程序）所述之條件者，將獲頒“星級有禮商戶獎”。

### (b) “星級團隊培訓獎”

以本評審準則第5章“服務管理體系審核”所載的培訓評題進行評分。

#### 特別主題獎之“星級團隊培訓獎”

$$\boxed{\text{星級團隊培訓獎總得分 (100\%)}} = \boxed{\text{本年度“服務管理體系審核”培訓評題}^5\text{之得分}} \times 100\%$$

取得最高得分的“星級旅遊服務商戶獎”獲獎商戶，且符合《申請指南》中第4章（認可程序）所述之條件者，將獲頒此獎項。

✧ 本文件附錄部分有關上述獎項評核之計分表，詳列獎項所有需評定項目。

### (c) “誠信經營獎”

【誠信經營獎】為商戶申請參加“本計劃”時之自由參與選項，選擇競逐與否並不會影響商戶於“本計劃”之其他獎項的達標和獲獎資格的評定。選擇競逐特別主題獎之【誠信經營獎】的商戶，須接受按以“最佳誠信店”評審標準<sup>6</sup>進行的實地評審，以評定獲獎資格。商戶在接受上述評審前必須已具備“誠信店認可計劃”的『誠信店』認可資格。

#### 特別主題獎 - 【誠信經營獎】步驟



“本計劃”特別主題獎之【誠信經營獎】頒發給已具備“誠信店認可計劃”的『誠信店』認可資格，且於誠信經營相關評分項目取得最高總得分之“星級旅遊服務商戶獎”獲獎商戶，以鼓勵商戶共建安心消費的旅遊環境。

<sup>5</sup> “服務管理體系審核”中5.5“培訓提質”為特別主題獎之“星級團隊培訓獎”的培訓評題。

<sup>6</sup> 評審項目詳情可參閱網頁：<https://www.consumer.gov.mo/Shop/BestCertedShop.aspx?lang=zh&year=2025>

## 4 “神秘顧客服務評核” 準則

“神秘顧客服務評核” 是以多種渠道方式，對旅行社前線查詢服務進行暗訪評核，著重在查詢服務過程中的前線人員與顧客之互動表現。

### 4.1 查詢渠道和資料

評審項目	評分等級 (得分)				
	4.1.1 查詢渠道多樣化	無查詢渠道 0	1 個 25	2-3 個 50	4 個 75
4.1.2 旅行社名稱	無法識別 0	難以識別 25	能識別 但不明顯 50	明顯，容 易識別 75	清晰顯眼，非 常容易識別， 且多渠道可見 100

### 4.2 回應效率

當顧客向旅行社提出查詢時，會期望盡快獲得回應。旅行社職員的友善態度並快速回應，可令顧客留下良好印象。

評審項目	評分等級 (得分)				
	從來沒做到	有時能做 到	大部分時間 能做到	常常做到， 偶有例外	必定做到， 沒有例外
4.2.1 電話：3 響鈴聲內接聽 電郵：一天內互動回應 其他渠道／平台：1 分 鐘內互動回應	0	25	50	75	100
4.2.2 主動打招呼	0	25	50	75	100
4.2.3 詢問顧客稱謂	0	25	50	75	100
4.2.4 職員回撥電話或其他渠 道回覆留言的時間	超過 24 小 時 0	12 至 24 小時內 25	3 至 12 小時內 50	1 至 3 小時內 75	1 小時內 100
	未如理想 0	有待改善 空間明顯 25	一般，有改 善空間 50	理想 75	非常理想， 總令人滿意 100

### 實務指引

- 回應性：查詢電話應做到響鈴 3 下內接聽，並主動向顧客打招呼，迅速回應顧客需求，以及避免顧客長時間等待。
- 回應性：線上系統則應確保在顧客提出查詢後 1 分鐘內作出回應或互動，透過即時訊息或自動回覆功能主動向顧客打招呼。

### 4.3 了解顧客的需要

在顧客查詢時，職員應細心聆聽，了解他們的需要。

評審項目	評分等級 (得分)				
	從來沒做到	有時能做到	大部分時間能做到	常常做到，偶有例外	必定做到，沒有例外
4.3.1 引導顧客提出需要	0	25	50	75	100
4.3.2 專注聆聽及複述顧客查詢	0	25	50	75	100

### 4.4 介紹產品和服務

在了解顧客的需要後，職員應以友善的態度向顧客介紹合適的服務，提供充分和清晰地說明內容、特出其獨特賣點、明確列出收費和條款等資訊，並盡量提供不同選擇。

評審項目	評分等級 (得分)				
	從來沒做到	有時能做到	大部分時間能做到	常常做到，偶有例外	必定做到，沒有例外
4.4.1 服務或產品的內容	0	25	50	75	100
4.4.2 收費／報價	0	25	50	75	100
4.4.3 條款及細則	0	25	50	75	100
4.4.4 提出不同的選項和建議供顧客選擇	0	25	50	75	100
4.4.5 解決顧客疑難	0	25	50	75	100
4.4.6 獨特賣點（產品或服務）的突出程度	完全沒有任何提及 0	粗略帶過 25	賣點清晰 一般 50	賣點清晰，但不突出 75	清晰明確 非常突出 100
<b>評審項目</b>	<b>在顧客要求時才提供</b>	<b>主動提供但不具選項</b>	<b>主動具選項但保證和可靠性一般</b>	<b>主動有選項且產品質量具一定保證和可靠性</b>	<b>具選項，保證和可靠性良好，切合顧客需要</b>
4.4.7 提供個人化的選擇	0	25	50	75	100
4.4.8 進行追加銷售或互動講解	0	25	50	75	100

#### 實務指引

- 保證性：旅行社從業員應展示和善和專業的態度，主動為顧客提供旅遊相關資訊，了解顧客的需要和意向，提供詳細解答。
- 保證性：旅行社從業員應展示對旅遊產品的充分瞭解，包括行程安排、住宿標準、交通方式及可能的特殊需求等，為顧客提供全面的產品資訊，解釋每項產品的特色與優勢，根據顧客需求推薦最合適的選擇。
- 可靠性：旅行社從業員應清楚說明旅遊產品的價格、附加條款及其他細項等，並確保顧客清楚理解，避免顧客因資訊不對稱而產生誤解或不滿。

#### 4.5 應對顧客疑慮

職員向顧客介紹服務後，顧客可能對服務的合適性仍有疑問，職員應耐心解釋。

評審項目	評分等級 (得分)				
	從來沒做到	有時能做到	大部分時間能做到	常常做到，偶有例外	必定做到，沒有例外
4.5.1 聆聽顧客的異議／疑慮	0	25	50	75	100
4.5.2 處理顧客的異議／疑慮的方法	0	25	50	75	100
4.5.3 語氣	0	25	50	75	100

##### 實務指引

- 可靠性：旅行社從業員應在意外或失誤發生時及時回應顧客需求，並採取有效措施解決問題，在過程中保持良好態度，緩解顧客的不滿情緒，令服務回復優質，使顧客重拾對旅行社的信心。
- 同理心：旅行社從業員應表現出在客戶角度出發回應顧客，站在顧客的立場上了解他們的實際需求、期望及困難，針對顧客的具體狀況提供建議。

#### 4.6 表現專業、態度有貌

若是電話溝通應著重說話語速和節奏，說話太快或太慢都不適合。此外，無論電話或社交平台或電子渠道，查詢過程中應善用魔術語，例如“早晨，您好”、“請問”、“謝謝”等，能令顧客感到受尊重。

評審項目	評分等級 (得分)				
	極度不同意	有點不同意	同意	十分同意	極之同意
4.6.1 善用禮儀魔術語	0	25	50	75	100
4.6.2 服務的整體表現	0	25	50	75	100
4.6.3 服務值得推薦	0	25	50	75	100

##### 實務指引

- 回應性：旅行社從業員與顧客互動時應善用魔術用語，如“請”、“謝謝”、“很高興為您服務”等，令顧客感到被尊重及建立專業形象。
- 可靠性：旅行社從業員應確保無論在任何時間及溝通渠道的服務質素的一致性，讓顧客無論選擇哪種方式與旅行社接觸，都獲得同樣高標準的服務體驗。

#### 4.7 結束查詢

在查詢完結前，職員應確認顧客已得到所需資料，並有禮貌地向顧客道謝。而從顧客的角度體驗查詢服務，收集和重視顧客感受，有助檢視及改善服務質素。

評審項目	評分等級 (得分)				
	從來沒做到	有時能做到	大部分時間能做到	常常做到，偶有例外	必定做到，沒有例外
4.7.1 結束查詢前詢問顧客有否其他需要	0	25	50	75	100
4.7.2 道別道謝	0	25	50	75	100
4.7.3 結束對話的次序及態度	0	25	50	75	100
評審項目	拒絕顧客要求	顧客要求但配合不到	應顧客要求而做	沒要求下而做到了	熱情而主動地做到
4.7.4 職員留下聯繫方法以作後續服務和跟踪需要	0	25	50	75	100
4.7.5 職員主動收集顧客意見	0	25	50	75	100

#### 實務指引

- 回應性：服務結束前應主動收集顧客的對查詢服務的意見，分析顧客建議和反饋，逐步付諸實行和優化，以提升服務質素，確保前線服務符合顧客需求和期望。

## 5 “服務管理體系審核” 準則

### 5.1 設施管理

優質服務離不開軟、硬體設施相輔相成的配合，一個整齊舒適環境、充足光線、室溫宜人而整潔的店面，都是顧客步入店鋪時構成第一印象的重要組件，不清潔或破舊的環境令人卻步。前線職員的儀表、舉止、專業的形象和團隊氣息等為顧客帶來服務質素信心和保證。

評審項目	評分等級 (得分)				
	從來沒有做到	有時能做到	大部分時間能做到	常常做到，偶有例外	必定做到，沒有例外
5.1.1 店面地方清潔、設施放置整齊	0	25	50	75	100
5.1.2 店面室溫及照明舒適	0	25	50	75	100
5.1.3 宣傳材料多樣化，且資料沒有過期	0	25	50	75	100
5.1.4 店面人員衣履整齊，儀容整潔和專業	0	25	50	75	100
5.1.5 店面人員佩戴名牌且名牌上字跡清晰可見	0	25	50	75	100
5.1.6 店面人員形態禮儀 (站姿/坐姿) 端正、精神奕奕	0	25	50	75	100

### 實務指引

- 保持店鋪環境舒適及整潔，室溫宜人，光線明朗，宣傳品清晰易見，不放置已過期的宣傳品等，都是建立第一好印象的重要組成；
- 員工穿著整齊制服，儀容整潔，不配戴過度配飾，團隊氣氛及神態精神奕奕等都是專業形象表現，為顧客帶來信心；

### 5.2 服務管理

員工永遠是服務的首要，是協調和控制服務質素的關鍵。為了使員工具有正確的意識、能力和良好態度，並以團隊合作精神提供服務，人員招聘、培訓、分工和協調等管理工作非常重要。

評審項目	評分等級 (得分)				
	沒有任何規定	指定負責人執行工作	按規定執行工作	按規定執行及有成效	監控執行成效，持續改善
5.2.1 招聘	0	25	50	75	100
5.2.2 工作崗位培訓	0	25	50	75	100
5.2.3 分工和配對	0	25	50	75	100
5.2.4 內部溝通和協調	0	25	50	75	100

## 《評審準則》 - 旅行社界別

5.2.5	旅遊資料之收集	0	25	50	75	100
5.2.6	諮詢及建議	0	25	50	75	100
5.2.7	預訂及更改服務	0	25	50	75	100
5.2.8	與業務合作夥伴 (如其他合作旅行社等)之合作	0	25	50	75	100
5.2.9	服務供應商(如訂票公司、租車公司、外僱人力公司、清潔公司等)的管理	0	25	50	75	100
	<b>評審項目</b>	沒有任何規定	指定負責人執行工作	有編制工作服務守則	有編制及分發工作服務守則	有編制文件及提供培訓
5.2.10	員工工作管理及守則	0	25	50	75	100
	<b>評審項目</b>	沒有相關概念指標	指標不明確	具指標，與員工有溝通	員工知道如何執行，常達標	總可達標並總可向客人展示
5.2.11	服務承諾	0	25	50	75	100
5.2.12	員工參與推廣活動	0	25	50	75	100
	<b>評審項目</b>	沒有任何規定	有分發應急用的電話號碼	有編制處理守則	有分發處理守則	有編制文件及提供培訓
5.2.13	突發情況處理和管 控守則	0	25	50	75	100
5.2.14	簡單的人身意外急救 手冊	0	25	50	75	100
5.2.15	旅遊行程安全指引	0	25	50	75	100
5.2.16	服務流程標準管理 體系	0	25	50	75	100

### 實務指引

- 招聘要求應包括具在澳門工作的資格、教育背景、工作經驗和個人性格，當有需要時也會加上對專業資格的特定要求(例如駕駛執照、導遊工作證)。
- 應徵者個人能力應與他們的職責分配進行配對。
- 詳細的員工守則可以幫助新入職同事快速了解員工管理政策；同時可以用作規範日常員工的表現及行為，員工守則主要內容包括員工紀律、儀容及舉止、禮貌等範疇。
- 提供培訓提升顧客服務人員心理素質(如正面思維、同理心等)、溝通及服務技巧，令顧客感到受重視；加強顧客服務人員的旅遊知識(如簽證要求、往來交通及其他旅遊時需要注意事項等)，有助為顧客帶來更貼心的服務。
- 訂立服務流程和服務標準是管理營運流程的重要基礎，顧客服務人員應清楚知道接待顧客的每個步驟、必須注意的事項及如何滿足顧客的要求。同時，最重要的是讓員工明白在執行職務時有什麼地方應該做和不應該做。
- 在顧客面前叫喊和爭吵絕對有損團隊合作精神，即使有不順意的事，也應盡量避免爭執。指派員工為顧客提供服務之前，充分的培訓和簡報是個很好的方法，可防止錯誤與過失。

## 《評審準則》 - 旅行社界別

- 確保有適當的溝通方法及資訊共享機制協調不同的崗位（如前線顧客服務人員和行程開發團隊）之間的運作。
- 應為員工定期安排建立團隊精神的活動或社交聚會，加強員工之間的溝通，締造和諧的工作環境。
- 掌握經營業務所涉及的服務資料，包括票價、服務時間、服務條款及細則、退票及更改安排、新增或取消的服務等資料，是讓顧客滿意的關鍵元素，收集、更新及發放資料予顧客服務人員的過程是不可忽視的，充分的資料搜集及實地考察有助將發生意外和紛爭的機會減至最低。
- 當顧客查詢旅遊資料時，應盡量提供充分和最新的資料，給予顧客有不同選擇和專業意見。保存顧客要求預訂、出票和行程更改的完整記錄，以便出現紛爭時查證及釐清責任。
- 當查詢業務合作和旅遊資料時，應提供充分和最新的資料，同時盡可能給予合作夥伴有不同選擇和專業意見。
- 與服務供應商的協議中如有特別限制使用的情況，必須在顧客確認訂單前有書面的說明及講解，避免與顧客發生不必要的紛爭。
- 服務承諾應強調顧客的重要性及對他們的承諾。服務承諾可以是一句簡單的口號如“我們承諾用心服務您”，或者是一些具體的服務指標如“即日回覆查詢”。
- 旅程中有時無可避免會遇到突發事件，導致旅程無法按預先制定的行程進行。預先制定突發事件應變措施指引及簡單的人身意外急救手冊可為導遊及員工在處理危急事故時提供直接的指引，有助作出快速和正確的反應，減少旅客的不便、減低旅行社的損失和對聲譽的負面影響。

### 5.3 持續發展

在旅行社的經營中，成功的關鍵取決於是否能夠汲取經驗和持續改善，以提高整體服務及營運的能力。

隨著社會發展，讓每位顧客都能夠方便進入及使用服務的無障礙體驗日益重要，企業對相關設施和管理支援有助推動傷健共融目標。此外，能為顧客提供一站式的服務、具備接待來自不同地區、不同文化背景和宗教等能力的旅行社應受到鼓勵及表揚。

評審項目	沒有相關措施或規定	具措施，但沒指定人員執行	指定負責人執行工作	專責人員按規定執行且具成效	定期監控執行成效，並持續改善
5.3.1 客戶滿意度調查	0	25	50	75	100
5.3.2 制定改善計劃	0	25	50	75	100
5.3.3 獲得獎項或嘉許	0	25	50	75	100
5.3.4 處理不同文化背景／宗教／語言客人的方法／設施／機制	0	25	50	75	100
5.3.5 晉升（職級或薪酬）機制	0	25	50	75	100
5.3.6 投訴處理機制	0	25	50	75	100

## 《評審準則》 - 旅行社界別

5.3.7	店面設有無障礙設施	沒有 0				有 100
5.3.8	關顧傷健客人需要	沒相關意識/ 規定/服務 0	有關顧但沒 向員工下達 25	有向員工下達 意識和有溝通 75	建立有指引 (文件化) 75	定期監控執行成 效, 持續改善 100
	<b>評審項目</b>	沒有相關 安排	有, 但單一	基本完整, 應 付日常業務	完整和總能 應付所需	完善, 已執行 / 有成效
5.3.9	一站式服務	0	25	75	75	100
5.3.10	服務多元化	0	25	75	75	100

### 實務指引

- 客戶滿意度調查提供一個收集客戶反饋意見的渠道。旅行社應對收集到的意見進行分析，訂立問題的優先次序及需要採取的行動，對客人提供有價值的服務表現。
- 制定改善計劃通常是自發性的，是追求卓越服務的行為。改善計劃可以通過與其他旅行社作出比較調查或進行客戶滿意度調查，找出需要改善的地方，如開發新行程或景點能為顧客帶來更多選擇，增加旅行社的競爭能力。
- 獎項可以包括在品牌形象或服務質量方面獲得本地或海外獎項或嘉許。
- 客戶投訴處理應包括平息事件、賠償受影響的旅客、調查事件並採取行動以防止事件再次發生。
- 提供無障礙輔助設施支援予客人和職員如適合輪椅的工作檯、殘疾人士洗手間或扶手等；重視傷健客人需要，例如制定傷健客人服務指引，推動傷健共融的良好環境。
- 鼓勵旅行社企業於恆常業務中貫徹一站式服務理念，食、住、行、遊、購、娛所需的一站式旅遊服務（一站式為顧客提供全鏈條旅遊服務之功能，包括制定旅遊計劃、預定酒店/門票、安排嚮導/領導、安排車輛司機等）和多元化發展（能夠為顧客在不同項目上都提供多元化的服務，例如多種定製化旅遊安排、多種住宿安排、多種車輛安排等），迎合不同客源市場需要。

### 5.4 貫徹有禮待客

澳門為旅遊城市，親善和有禮的服務態度尤為重要，旅遊服務的管理人員和前線員工，在有禮都市形象建設和展示上擔當著關鍵角色，故在鼓勵旅行社企業管理層在提升工作效率及服務質素之同時，亦能夠進一步為企業引入更多新的思維，在日常服務管理上多強化和貫徹以禮待客的理念和工作，共同協力推動和展示澳門親切有禮的形象。

評審項目	評分等級 (得分)				
	沒有相關措施 或機制或指引	具措施, 但沒 指定人員執行	指定負責人 執行工作	專責人員按規 定執行且具成 效	定期監控執行 成效, 並持續 改善
5.4.1 有禮服務的實務指引	0	25	50	75	100
5.4.2 以禮待客的表現技巧及 行動指標	0	25	50	75	100

## 《評審準則》 - 旅行社界別

5.4.3 企業文化的服務意識和團隊氛圍	0	25	50	75	100
5.4.4 對得到客戶表揚的員工之回饋機制	0	25	50	75	100
5.4.5 提供互動意見回饋機制	0	25	50	75	100
5.4.6 自我服務表現評核機制	0	25	50	75	100
5.4.7 售後服務流程機制	0	25	50	75	100
5.4.8 定期檢視和跟進報告	沒有	每個月內至少檢視一類報告	每個月內至少檢視兩類報告	每個月內至少檢視三類報告	每個月內至少檢視四類及以上報告
	0	25	50	75	100

### 實務指引

- 制定具體化的實務指引、表現技巧和行動指標，教導和明確提示員工有禮工作技巧，例如基本禮儀，應對說明，肢體語言，表情管理，魔術用語，服務中不當行為與不當用詞等。
- 企業文化是管理風格和價值觀顯現，是全體員工共同具有的內心態度和行為凝聚，打造企業良好的服務文化和團隊氛圍，營造和推動員工親善服務態度表現。由關顧和激勵員工出發，自內向外推動“以人為本”服務理念、意識和態度。
- 為不同職能的員工舉行簡報，通過定期的簡報會或會議促進內部溝通，內容可以是公司的共同價值觀和願景、服務承諾、服務內容的更新、突發消息、服務技巧和知識的重溫、近期的顧客投訴等。
- 制定自我服務表現評價表，讓員工透過自我檢視思考自身的服務表現，使他們更願意從心出發自我提升服務質素。
- 當出現錯誤時，員工有清晰的意識能夠以最快的速度回應及補救，來降低顧客不滿。
- 對得到客戶感謝、讚賞的員工，應予以表揚和設獎勵作表揚。
- 通過檢視和跟進例如滿意度、出團、意外事件、員工自評等相關報告，定期對服務表現、客戶意見及表揚、鼓勵機制、自我評估等有相關作文件檢視、進行會議和跟進，優化服務，加強各階層之間對服務質素的著重和要有禮服務的意識。

### 5.5 培訓提質

服務管理水平是呈現優質服務的背後驅動因素，而當中成功的要訣少不了員工的在職培訓，在服務管理上注重團隊培訓和員工在職成長、對培訓的推動和相關措施、方法和持續性的商戶應予以嘉獎。

評審項目	評分等級 (得分)				
	沒有	鼓勵參與但沒具體安排	鼓勵不同職級人員參與並分職培訓	跟進參與情況及評估成效	評估成效並收集員工對培訓內容的意見
5.5.1 鼓勵員工提質培訓的措施/工作	0	25	50	75	100

## 《評審準則》 - 旅行社界別

5.5.2 為鼓勵員工參與培訓設立實質性激勵措施，並評估激勵措施成效	沒有設立激勵措施	有設立，但沒有推廣給員工	有設立，有推廣給員工	有員工成功受惠於激勵措施	評估激勵措施成效並收集員工對措施的意見
	0	25	50	75	100
5.5.3 激勵措施的數量	沒有	只有一項	只有兩項	三至四項	五項或以上
	0	25	50	75	100
5.5.4 培訓機構種類的多樣性（社團、公或私營機關／組織、教學機構）	沒有	培訓來自同一機構	培訓來自兩個不同機構	培訓來自三個不同機構	培訓來自四個或以上不同機構
	0	25	50	75	100
5.5.5 向員工提供培訓資料的周期	沒有	約半年	約三個月	約兩個月	約一個月
	0	25	50	75	100
5.5.6 培訓模式的多樣性（講座、工作坊、課堂、研討會、交流會或持續教育課程等）	沒有	一種	兩種	三種	四種或以上
	0	25	50	75	100
5.5.7 支持考核（如專業認證，國際標準資格，學位等）	沒有	有支持，但沒有推廣給員工	有支持，有推廣給員工	有支持，有員工得益（取得證書）	評估成效並收集員工對支持措施的意見
	0	25	50	75	100
5.5.8 員工工作表現評核	沒有評核	有員工工作表現評核	有評核，並且培訓評項	有員工於培訓評項獲得加分	評估成效，並收集員工對培訓意見
	0	25	50	75	100

### 實務指引

- 對員工參與培訓，提供鼓勵政策、激勵措施和友善配合和安排，例如進修假或彈性安排工作時間，給員工參加持續教育課程、考取專業資格、專業認證課程，給予實質性鼓勵和支持。
- 當員工參加考核時會提供支持。例如一些認受性高的培訓課程：學位、MORS 專業認證課程、國際培訓等。
- 制定員工工作表現評核表可以讓員工知道自己的工作表現，並讓參加了培訓的員工可以於個人員工工作表現評核中加分，以鼓勵員工參與培訓。

## 6 附錄 - 評分表

### 6.1 神秘顧客服務評核

查詢服務表現	評審項目	得分
4.1 查詢渠道和資料	4.1.1 查詢渠道多樣化	
	4.1.2 旅行社名稱	
4.2 回應效率	4.2.1 電話：3 響鈴聲內接聽 電郵：1 天內互動回應 其他渠道／平台：一分鐘內互動回應	
	4.2.2 主動打招呼	
	4.2.3 詢問顧客稱謂	
	4.2.4 職員回撥電話或其他渠道回覆留言的時間	
	4.2.5 員工處理顧客需求的速度和效率	
4.3 了解顧客的需要	4.3.1 引導顧客提出需要	
	4.3.2 專注聆聽及複述顧客查詢	
4.4 介紹產品和服務	4.4.1 服務或產品的內容	
	4.4.2 收費／報價	
	4.4.3 條款及細則	
	4.4.4 提出不同的選項和建議供顧客選擇	
	4.4.5 解決顧客疑難	
	4.4.6 獨特賣點（產品或服務）的突出程度	
	4.4.7 提供個人化的選擇	
	4.4.8 進行追加銷售或互動講解	
4.5 應對顧客疑慮	4.5.1 聆聽顧客的異議／疑慮	
	4.5.2 處理顧客的異議／疑慮的方法	
	4.5.3 語氣	
4.6 表現專業、態度有貌	4.6.1 善用禮儀魔術語	
	4.6.2 服務的整體表現	
	4.6.3 服務值得推薦	
4.7 結束查詢	4.7.1 結束查詢前詢問顧客有否其他需要	
	4.7.2 道別道謝	
	4.7.3 結束對話的次序及態度	
	4.7.4 職員留下聯繫方法以作後續服務和跟踪需要	
	4.7.5 職員主動收集顧客意見	
6.1A	<b>神秘顧客服務評核-星級旅遊服務商戶獎評題得分</b> (以上全部)	
6.1B	<b>神秘顧客服務評核-星級有禮商戶獎評題得分</b> (4.2.5+4.4.7+4.4.8+4.7.4+4.7.5)	

## 《評審準則》 - 旅行社界別

### 6.2 服務管理體系審核

管理元素 / 成果	評審項目	得分
5.1 設施管理	5.1.1 店面地方清潔、設施放置整齊	
	5.1.2 店面室溫及照明舒適	
	5.1.3 宣傳材料多樣化，且資料沒有過期	
	5.1.4 店面人員衣履整齊，儀容整潔和專業	
	5.1.5 店面人員佩戴名牌且名牌上字跡清晰可見	
	5.1.6 店面人員形態禮儀（站姿／坐姿）端正、精神奕奕	
5.2 服務管理	5.2.1 招聘	
	5.2.2 工作崗位培訓	
	5.2.3 分工和配對	
	5.2.4 內部溝通和協調	
	5.2.5 旅遊資料之收集	
	5.2.6 諮詢及建議	
	5.2.7 預訂及更改服務	
	5.2.8 與業務合作夥伴（如其他合作旅行社等）之合作	
	5.2.9 服務供應商（如訂票公司、租車公司、外僱人力公司、清潔公司等）的管理	
	5.2.10 員工工作管理及服務守則	
	5.2.11 服務承諾	
	5.2.12 員工參與推廣活動	
	5.2.13 突發情況處理和管控守則	
	5.2.14 簡單的人身意外急救手冊	
	5.2.15 旅遊行程安全指引	
	5.2.16 服務流程標準管理體系	
5.3 持續發展	5.3.1 客戶滿意度調查	
	5.3.2 制定改善計劃	
	5.3.3 獲得獎項或嘉許	
	5.3.4 處理不同文化背景／宗教／語言客人的方法／設施／機制	
	5.3.5 晉升（職級或薪酬）機制	
	5.3.6 投訴處理機制	
	5.3.7 店面設有無障礙設施	
	5.3.8 關顧傷健客人需要	
	5.3.9 一站式服務	
	5.3.10 服務多元化	
5.4 管理貫徹	5.4.1 有禮服務的實務指引	

## 《評審準則》 - 旅行社界別

以禮待客	5.4.2	以禮待客的表現技巧及行動指標	
	5.4.3	企業文化的服務意識和團隊氛圍	
	5.4.4	對得到客戶表揚的員工之回饋機制	
	5.4.5	提供互動意見回饋機制	
	5.4.6	自我服務表現評核機制	
	5.4.7	售後服務流程機制	
	5.4.8	定期檢視和跟進報告	
5.5 培訓提質	5.5.1	鼓勵員工提質培訓的措施/工作	
	5.5.2	為鼓勵員工參與培訓設立實質性激勵措施，並評估激勵措施成效	
	5.5.3	激勵措施的數量	
	5.5.4	培訓機構類型的多樣性（社團、公或私營機關／組織、教學機構）	
	5.5.5	向員工提供培訓資料的周期	
	5.5.6	培訓模式的多樣性（講座、工作坊、課堂、研討會、交流會或持續教育課程等）	
	5.5.7	考核支持	
	5.5.8	員工工作表現評核	
6.2A	服務管理體系審核-星級旅遊服務商戶獎評題(以上全部) 得分		
6.2B	服務管理體系審核-星級有禮商戶獎評題 (5.4) 得分		
6.2C	服務管理體系審核-星級團隊培訓獎評題 (5.5) 得分		

### 6.3 總得分

獎項		評審之類別   得分   比例			總得分
A	星級旅遊服務商戶獎	6.1 神秘顧客服務評核		50%	
		6.2 服務管理體系審核		50%	
B	星級有禮商戶獎 <sup>#</sup>	6.1 神秘顧客服務評核		50%	
		6.2 服務管理體系審核		50%	
C	星級團隊培訓獎 <sup>#</sup>	6.2 服務管理體系審核		100%	

\* 符合《申請指南》第4章條件且總得分達75分或以上，獲頒“星級旅遊服務商戶獎”。

\* 符合《申請指南》第4章所述條件，同時總得分最高且不低於85分，獲頒“星級旅遊服務金獎”；總評分第二最高且所得評分不低於80分，可獲頒發“星級旅遊服務銀獎”；總評分第三最高且所得評分不低於75分，則可獲頒發“星級旅遊服務銅獎”。

# 符合《申請指南》中第4章所述之條件，且相關評題取得最高分數的“星級旅遊服務商戶獎”商戶，將獲頒相應專項的主題獎。