

蟬聯旅發局「優質服務獎」得獎員工分享「拆彈」經驗 笑容真誠啲 誤會變機會

為推動香港旅遊業界的提升，特區政府除積極推展「深度遊」外，香港旅遊發展局早前完成檢視「優質旅遊服務」計劃商戶評審準則，並透過舉辦「傑出優質商戶及員工服務獎」，嘉許「好客」商戶及員工。兩名去屆得獎者日前接受香港文匯報專訪時，異口同聲強調友善的待客態度，可以融化矛盾和誤解。蟬聯兩屆的得獎者蔡燕群 (Yuki) 認為，笑容是「國際語言」，她曾以真摯笑容、誠懇態度，化解一名韓國旅客因小事產生的誤會，亦令一名持券要改換月餅的顧客得償所願，自此成為熟客。她寄語前線的服務業人員，要將心比心待客，「若令客人滿意開心，自己亦會高興。」

◆文／圖：香港文匯報記者 劉明

香港旅發局以不同措施，鼓勵前線人員與市民一同展現好客精神，如繼續推動「優質旅遊服務」計劃，包括每兩年舉辦一屆的「傑出優質商戶及員工服務獎」，嘉許前線從業員及商戶。

連續兩屆獲得「傑出優質商戶員工服務獎（前線員工）」金獎的蔡燕群入職華餅家6年，首四五年在機場分店任職，後因疫情影響航運而調往市區的分店工作，目前已升任為分店副經理。她日前接受香港文匯報訪問時表示，身為前線服務業人員，工作態度很重要。

韓客誤會遭硬銷 韓語搭笑容「救火」

她分享了自己以往待客的小故事時：由於顧客來自不同地方，入職時要學習基本的韓語、日語和英語，在機場分店工作時大派用場，「那時剛學完韓文，有一天就有導遊帶一個韓國團旅客到店內，那班是中年婦女客人，她們鍾情我們的熊貓曲奇、鳳梨酥、蛋卷等，那熊貓曲奇推出買四送一優惠，有客人買了三盒排隊付款。我們同事就跟他說多買一盒，就會有一盒免費。同事拿着一盒熊貓曲奇向她展示，但那班客人有誤會即時轉身就走。」

導遊其後進入店舖，向職員表示旅客投訴店員不禮貌地推銷，蔡燕群立即用韓語向該團客人打招呼，解釋該店員只是表達有優惠，但因為不諳韓語才出現誤會，最後她面帶笑容真誠向旅客解釋，化解了彼此的誤會，「之後導遊就經常帶團友來找我，最重要就是溝通，做多一點可以令大家成為朋友，而笑容也很重要。」她最高興的是「剛學懂一點的韓語，她們（韓國顧客）也聽得懂」。

盡量滿足合理要求 躁客變熟客

蔡燕群在市區分店工作時曾遇到脾氣暴躁的顧客：當時正值中秋節前，餅店銷售月餅券，在餅券換領限期前一天，一名男顧客持券要求換領雙黃豆沙月餅，「他持有的是陳皮豆沙月餅券，但要換雙黃豆沙，而雙黃豆沙月餅已售罄。」客人得悉售罄很生氣，她即耐心跟對方解釋暫時沒有存貨，但會幫他致電其他分店，一兩天才取貨送給他，「我着他放心，一定拿到給他，他亦由初時暴躁變得放鬆，更有些笑容，其間看到我們也有售賣麵包，他過兩天領取雙黃豆沙月餅後，每天也來買麵包，其實盡量滿足顧客要求，多數都可以搞定。」

除入職時接受培訓外，3年前擔任其公司培訓導師的高級營業主任 Thomas 挑選了蔡燕群參加高級培訓課程，提升說話和溝通技巧。她形容，與店內同事儼如一家人，彼此互相學習，她亦以自己待客之道言傳身教，讓其他同事也同樣有高質素的服務。



◆蔡燕群連續兩屆榮獲旅發局的「傑出優質商戶員工服務獎（前線員工）」金獎。



◆蔡燕群(右)參加導師 Thomas 的培訓課程，提高溝通技巧以服務顧客。



◆陳松業在店內向顧客講解商品，為員工做好榜樣。



▲日本城店內設有自助收銀機。

善用科技提升服務 「日本城」膺優質商戶

設自助收銀機 員工騰出時間待客

他承認，過去兩三年因人手不足，難免影響了前線人員的心態，「有些同事可能因為不夠人，要做好手頭上的事，就會將顧客服務放在一邊，又或者同一時間有幾個客人有詢問，有些同事可能應付不了，影響情緒，這是雙向的，有些客人亦會覺得你幫不到我，又會不開心，會令到那個情況很僵。」

為減省前線員工處理繁瑣工作，集團引入科技協助員工，除有自助收銀機，讓一些顧客無須排隊等候結賬外，店舖亦使用電子價錢牌，為貨架上的商品自動顯示價錢，無須人手改價錢牌，騰出更多時間專注照顧客人，包括為顧客尋找所需商品，及講解不同商品用途等，「好像有些老人家燈泡壞了，要更換，但不知購買的是否合適，店員便會講哪些是黃光白光，以及大小等，為客人選擇適合的貨品。」店員更會介紹店舖有哪些優惠，教客人如何慳錢。

現在的顧客未必有太多時間慢慢挑選貨品，「尤其疫情時客人慢慢習慣上網尋找商品，例如家裏的燈泡突然壞了，如果門市沒有所需的燈泡，以往要去另一間尋找，但現在引入『一click



◆店內使用電子價錢牌，員工無須花時間逐個在貨架上更換價錢牌，可專心服務顧客。

即日擇』網絡服務，直接付款，到時行開到門市，所以我們會用一些更方便快捷的科技幫客人，令他們提升整個購物體驗。」

除了本地顧客外，他表示還會配合訪港旅客的需要，「旅客多是購買一些生活上的用品，甚至有些旅客來買枕頭，因試過酒店的不合適，寧願買枕頭到酒店用，同時我們都會增加一些他們需要的藥物，尤其在酒店、賓館及旅遊區附近的分店。」

日本城早前成功申請聘用內地勞工，紓緩人手不足情況，「4月中已陸續有外地勞工來幫忙，截至本月中大約有20多人，盡可能聘請懂廣東話的，和客人溝通上不會有問題，同一時間，我們亦會繼續招聘本地員工。」

老手做榜樣 新手更熱心

日本城所屬的國際家居零售有限公司高級總監一門市營運陳松業，早前在接受香港文匯報訪問時介紹，該集團的員工會採取「以舊帶新」的安排。舊有員工除教導新人如何理貨和產品知識外，還要加強培訓新人的待客之道，「舊員工做一個role model (榜樣)，他們（新員工）見到原來是用真誠熱情去幫客時，自然會受到感染，再將他們在培訓上學到的東西，運用在真實的情況下，提供好的服務給客人。」

「臥底」探查服務質素 不斷提升「好客之道」

特區政府積極推廣「好客之道」，香港旅遊發展局亦一直推動相關行業提升優質服務，1999年就推出「優質旅遊服務」計劃，以提升及推廣優質旅遊服務質素，現有逾1,200間餐飲、零售及旅客住宿服務商號、近8,000間商舖獲得計劃的認證。為表揚認證商戶及其員工

獻，旅發局2011年起首度舉辦「優質旅遊服務」計劃獎項，並於2013年增設「傑出優質商戶員工服務獎」。

今年1月起，香港旅發局修訂了「優質旅遊服務」計劃的商戶評審準則，加大員工評分佔比，肯定服務質素的重要性。此外，承接去年推出的《專業優質旅遊服務承諾》，旅發局製作不同培

訓短片協助業界培訓人才，展示專業優質服務精神，並夥拍本地電視台推出「真人show」節目《臥底服務團》，測試香港旅遊及相關行業服務質素。

香港旅發局表示，除與業界合作，全港市民參與對提升好客文化至為關鍵，故早前已宣布擴大「旅遊義工計劃」，招募更多年輕人擔任旅遊義工，做好東道主角，樹立港人好客精神的榜樣。同時亦正製作全新宣傳片，鼓勵市民一同展現好客精神。

楊潤雄：正商討重置《九龍城寨》布景

香港文匯報訊（記者 王偉）中央港澳工作辦公室主任、國務院港澳事務辦公室主任夏寶龍日前在會見香港特區政府文化體育及旅遊局局長楊

潤雄時，提出了「無處不旅遊」概念，引發熱烈討論，有建議趁港產片《九龍城寨之圍城》在兩地大熱，可利用該電影城景，重建承載港人集體回憶的九龍城寨作為新興景點。

楊潤雄昨日在接受電台訪問時表示，局方正與各方商議細節，主要考慮是選址不易，既要場地夠大，地點不可太偏僻，還要考慮交通配套問題。

料來港客消費額會一直提高

有調查顯示，到訪新加坡的旅客人均消費額超過1,900美元，而到訪香港的旅客人均消費僅約530美元，楊潤雄在節目中表示，相信來港旅客消費額會一直提高：「旅客是否來港消費要視乎香港有否適度轉變，例如餐飲業若沒有新變化，可能旅客無太大興趣光顧。」

被問及會否為盛事活動設績效指標(KPI)時，楊潤雄表示評估各項盛事的效益時，不能僅計算參與人數和帶動多少生意額等，要同時顧及背後的政策目標，例如辦體育盛事，需考慮如何帶動社會關注的體育氣氛，以及增加香港精英運動員

的參賽機會。

各區基建增藝術點綴變「打卡點」

特區政府運輸及物流局局長林世雄昨日在網誌中表示，路政署將尋常路磚、路燈燈柱、升降機，以及有蓋行人道和行人天橋的天花、牆身和柱墩，變身為配合該地區特色的藝術點綴，成為切合各區歷史文化所打造的「打卡點」，響應「無處不旅遊」理念。

他舉例說，中環港外線碼頭、大圍港鐵站及荃灣路德圍，3個分布在港九不同區域的地區，都是路政署於去年初選定，進行小區街景美化工作的高行人流量地點，將尋常路磚、路燈燈柱、升降機，以及有蓋行人道和行人天橋的天花、牆身和柱墩，變身為配合該地區特色的藝術點綴。例如在大圍港鐵站的一側以「躍動郊野」為主題，在美田路/車公廟路行人天橋的通道及橋身展現香港郊野的多種野生動物圖案，包括果子狸、豹貓等，將郊野生態風景帶進大圍市中心。



▲果子狸圖案融入美田路與車公廟路交界的行人天橋。



▲長洲的「喜悅慶典」是5號碼頭的設計主題。

▶等候升降機時可與白鷺遙望。



區區有打卡點

圖：林世雄網誌

▲大圍港鐵站對開村南道行人路的特色渠蓋。



楊潤雄