

随着私家车的普及,自驾游已经越来越普及。针对如此庞大的市场,传统旅行社行业不再作壁上观、坐失良机,开始积极主动地介入这一市场。与单纯地推出自驾旅游线路不同的是,目前已有旅行社开办自驾游俱乐部。据了解,旅行社的自驾游俱乐部非常注重“去商业化”,换句话说,俱乐部看重的是自驾人群、拓展人脉,及建立情感后的“利益链条”,而非单纯地赚取自驾团费。

现代快报记者 马晶晶 邓倩 实习生 江舒

不为赚钱 只为人脉 旅行社搞起自驾游俱乐部

甲方:自驾游客

比个人自驾更实惠

旅游跟团不够自由、纯个人自驾又太操心费力,参加旅行社举办的自驾俱乐部,既有领队安排路线、食宿,还能在旅行中结识新的朋友。据了解,南京飞鹰等一些旅行社开办了自己的自驾游俱乐部,会定期推出自驾游的活动。飞鹰自驾俱乐部负责人杨洁发现,参加自驾游的游客大多为家庭式出行,“我们会员的年龄在35-55岁居多,忠诚度高的会员一个基本特点就是性格上不计较,这样大家很容易玩到一起。”

费用方面,参与自驾游俱乐部比纯个人自驾更加实惠。这是因为通过旅行社的资源,预订酒店和景点门票都比个人预订价格上要实惠不少。

比个人自驾更好玩、更安全

在出行时间上,杨洁告诉记者,出于对游客休息时间的考虑,平时周末以1日游为主,小长假则通常是三天假期安排两天的行程,不会占用全部的假期时间。

“短线自驾的目的地以皖南为主,”从事汽车俱乐部多年的吴杰坤表示,“还有江浙沪的水乡古镇、名山大川,以及江苏的苏北、安徽往武汉一带,我们会根据时间安排线路,节假日会选择稍微冷门的地方,避开拥堵。”平时则根据客户人群来有针对性地设计线路,行程安排也更随性,如果行程中遇到更美的风光,可以随时停下仔细观赏;有些行程是安排了两个领队,这样还可以分头行动。

据吴杰坤介绍,与跟团游相比,自驾游会更注重主题性,并且因为自驾游车型较小,能够去一些大巴不能去的地方,看更多不一样的风景。用浙西大峡谷的一段山路举例,这里被称为“浙西的唐古拉山”,这是一段长20~30千米的盘山公路,“城市里开车大多时候都是拥堵的,根本体验不到驾驶的乐趣,但在这段山路上,就能有‘过瘾’的感觉”。

出行车辆在六七辆到十来辆不等,人数在二三十人,根据目的地不同配有1~2名领队,并且会有一辆保障车,“万一遇到客户车辆抛锚,需要拖车,或者电瓶没电,都需要保障车解决问题。”吴杰坤笑言,跟团游的领队的作用是保障游客的需求,但自驾游主要是保障车辆行驶顺畅。

乙方:旅行社

更注重“朋友式”服务

旅行社的传统团队游客服务落实到自驾游服务体系中,最重要的一点是在规范化服务基础上形成“朋友式服务”。

比如传统团队游客去用餐时,旅行社都是按照餐标下单,绝大多数情况下,游客们对于具体吃哪些菜没有自主选择权。参加过多次自驾活动的范先生告诉记者:“我最喜欢的自驾活动是这样的,到饭店后,组织者不是催着餐厅上菜,而是拿出菜单说,想吃什么自己点,每人一道菜。这样做,让我真正地感受到这就是一伙朋友的聚餐,而不是所谓的‘团队餐’”。另一方面,虽然是客人自己点菜,但往往最后费用常常还低于既定标准,并且客人用餐满意度还很高。“越是这样‘朋友式’服务,客人更会体谅组织者,回报组织者,且这样的用餐过程中,会有更多的快乐和惊喜。”

强化“朋友式”服务的理念还体现在对自驾游客人有时候不需要叫早,在行程中,有时会让客人睡到自然醒。另外,晚上还会根据现场条件,组织各类特色交流活动互动。

不做一锤子买卖

“去商业化”是旅行社自驾游俱乐部的特点之一。成立七年的飞鹰自驾俱乐部负责人杨洁则告诉我们:“我们的活动商业性质很淡,俱乐部成立的前五年几乎没多少利润,会员费正好补贴领队的出行开销。”他们更加看重的是发展会员所带来的人脉。有业内人士表示,旅行社在介入自驾游市场时,要明白,自驾游开拓的不仅是市场,还有友谊,增加的不仅是收入,还有情感。所以,做自驾游更重在于做平台,做一个有共同兴趣爱好、共同生活理念、共同价值观的平台,认识到这一点,才能明白如何去培育游客忠诚度。游客忠诚度高,才有可能反复、多次参与同一旅行社组织的自驾旅游活动。

小贴士 自驾游俱乐部对车和驾驶员有要求吗?

90%的短线游的要求都十分简单,只需一些高速上行驶的基本条件:如建议车排量在1.6以上、高速上不会掉队、驾驶员的驾龄要在2年以上,此外没有其他附加要求。但去新疆、西藏等一些特别设计的长线,车辆就很重要,要求为SUV车辆,并建议四驱,更为保险。



跟着地铁去品尝各种“奇葩”的小龙虾 金10
买地板遇上连环套 金16