

团 体 标 准

T/CCBD 11—2020

品牌管理 酒店在线预售服务要求

Brand management—Requirements of hotel online pre-sale service

2020-06-22 发布

2020-06-22 实施

中国品牌建设促进会 发 布

目 次

前言 I

引言 II

1 范围 1

2 规范性引用文件 1

3 术语和定义 1

4 服务要求 2

5 服务流程 3

6 监督与评价 4

7 紧急事件处理 4

8 服务质量控制 5

附录 A（资料性附录） 酒店在线预售产品流程图 6

参考文献..... 7

前 言

本标准按照 GB/T 1.1—2009 给出的规则起草。

本标准由中国品牌建设促进会提出并归口。

本标准起草单位：北京三快在线科技有限公司、中国标准化研究院、中国品牌建设促进会、中国旅游协会文旅投资分会、南开大学旅游与服务学院、深圳消费研究院消费维权中心。

本标准主要起草人：郭庆、陈荣凯、徐驰、胡振夫、王天颖、刘瑾、路梦西、吕安然、万福军、王钊、张静珏、李美莹、郭明东、杨亦楠、妥艳焢、张飞、王倩倩。

引 言

品牌管理是酒店企业提升酒店管理水平和品牌价值的重要手段。本标准描述了在线酒店预售服务要求、流程、监督与评价、紧急事件处理、服务质量管理,旨在帮助酒店通过在线酒店服务平台开展住宿经营,科学开展酒店预售活动,提升酒店住宿业务水平和能力,并为企业整体品牌管理提供支撑。

采用本标准开展酒店企业品牌管理活动,一方面通过预售产品提前锁定部分需求,帮助酒店在复工复产过程中合理经营规划、决策,缓解疫情期间酒店订单量下降和收益折损等问题,另一方面也有助于为酒店企业应用品牌管理技术和方法创造更好的经营环境。

品牌管理 酒店在线预售服务要求

1 范围

本标准规定了在线酒店(以下简称“酒店”)预售服务要求、服务流程、监督与评价、紧急事件处理、服务质量控制要求。

本标准适用于酒店通过在线酒店服务平台(以下简称“在线平台”)开展酒店住宿经营活动,也可用于消费者通过在线平台购买酒店住宿服务及对服务进行评价。

2 规范性引用文件

下列文件对于本文件的应用是必不可少的。凡是注日期的引用文件,仅注日期的版本适用于本文件。凡是不注日期的引用文件,其最新版本(包括所有的修改单)适用于本文件。

GB/T 16766 旅游业基础术语

3 术语和定义

GB/T 16766 界定的以及下列术语和定义适用于本文件。

3.1

酒店预售 hotels pre-sales

酒店通过互联网平台或线下等渠道,提前售卖其未来一段时间内可用的酒店住宿预订凭证(通兑券),消费者购买后,可通过此凭证兑换限定时间段内的酒店住宿服务。

3.2

在线酒店服务平台 online hotel service platform

利用互联网技术能力,根据与酒店业务经营者的协议,整合住宿房间配套设施及相关服务资源,为在线酒店和消费者提供信息展示、交易撮合和评价等相关服务的网络平台。

3.3

在线酒店 online hotel

通过在线酒店服务平台为消费者提供酒店信息查询、预订、评价等服务的企业。

3.4

线上履约 online performance

消费者通过购买的酒店住宿预订凭证(通兑券)兑换酒店住宿服务时,在线酒店和平台可为消费者提供酒店查找、直接兑换等服务,不需要线下二次预约。

3.5

线下履约 offline performance

消费者购买的酒店住宿预订凭证(通兑券)兑换酒店住宿后,在线酒店可提供对应的客房、餐饮、卫生、休闲及售后等服务。