

云南世博旅游集团：

以优质服务塑造云南旅游品牌形象

无论是樱花烂漫的春天，还是银杏叶灿若黄金的秋天；无论是天蓝水碧的夏天，还是红嘴鸥蹁跹的冬天，美丽的七彩云南，一年四季总能让无数游客为之赞叹。

当前，云南正由旅游大省向旅游强省阔步迈进，随着旅游产业面不断得到拓展、产业链不断得到延伸，旅游业所带来的贡献也越来越凸显。然而，随着经济社会的发展，游客对旅游服务的要求也越来越高，旅游业既面临大好发展机遇，更面临着前所未有的挑战。

“服务是旅游行业的生命线，只有将优质服务融入到旅游资源中，助推旅游业转型升级，才能成为游客放心、安心、舒心的旅游目的地，才能满足游客对旅行的美好期待。”云南世博旅游控股集团有限公司党委书记张睿说。

在跨越发展的进程中，云南世博旅游集团努力践行企业社会责任，全力提升服务能力，正逐步成为云南旅游业中一张耀眼的名片。

服务职工 提升职工幸福感

甜蜜的微笑，热情的问候，幸福、自豪的表情洋溢在员工脸上。走进云南世博旅游集团旗下的云南旅游股份有限公司，每一位员工脸上洋溢着幸福感，让人印象十分深刻。

“要让一线员工自觉而真诚地为游客提供优质服务，企业首先必须服

务好自己的员工，让员工有归属感与幸福感，才能催生他们干事创业的激情，这是一个基本的发展逻辑。”张睿说。

2011年底，云南世博旅游集团为有效盘活资产，需要云南旅游股份有限公司近70户员工搬出职工宿舍。为了尽可能地不损害员工利益，集团公司出面协调为他们租用离单位较近的住房。虽然新租房条件要比职工宿舍好，但由于房租比原来有所提高，个别员工不愿搬迁，甚至借着酒劲威胁单位领导。时任该公司运营管理部经理的张林，几经周折及时找到这名员工，进行推心置腹的沟通交流，终于打开了该员工的心结，并同意搬迁。如今，这名员工爱岗敬业，正用自己的实际行动回报公司的帮助。

“要让员工幸福生活、安居乐业，除了在生活工作中给予关心帮助外，提高员工收入是关键。”云南旅游股份有限公司党委书记张立琼说。

随着'99昆明世博会光环的减弱，昆明世博园的门票收入也随之大幅下滑。2010年，云南旅游股份有限公司遇到了发展中最为艰难的时候。

事业是一盘棋，成败源于决策。面对困难，公司及时深化企业改革，积极盘活世博园区资产，层层传导责任压力，做到“千斤重担人人挑，人人头上有指标”，激发出了大家的工作热情。最终实现了企业稳步发展和员工收入的逐年递增，并涌现出一批创新发展的服务能手。

服务顾客 让客人舒心满意

“因为你们的贴心服务，让我在惊喜中找回了自己浪漫的人生。”一位来自新加坡的老夫人，手捧一支桃花，满含热泪地对昆明饭店的服务员说。

原来这位老夫人和丈夫是来昆明庆祝金婚的。因为他们的相识与一支桃花有关，所以老先生就向服务员打听哪里能买到桃花。当时正值6月，桃花早已凋谢，但是昆明饭店的服务员默默地把这件事记在了心上，经多方打听，骑车到昆明呈贡花圃基地为这对老夫妇找来了一支桃花。

因为爱情，昆明饭店多了一抹浪漫的色彩。然而，对于走过60年发展历程的云南酒店业老字号昆明饭店来说，这样感人的故事数不胜数。

“在服务行业中，人们常说要把客人当上帝，其实要真正的把服务工作做好，应该把客人当亲人，想客人所想，急客人所急，想尽办法让客人满意和舒心。”昆明饭店有限公司党委书记杜永安说。

云南世博旅游集团旗下的昆明饭店始建于1956年，曾是昆明的十大标志性建筑之一，在云南涉外酒店行业发展历史上，昆明饭店留下过辉煌业绩。随着时代发展，昆明各类酒店如雨后春笋般迅猛发展，昆明饭店在硬件设施方面开始略显滞后。

“昆明饭店是老国企，虽然硬件设施陈旧一些，但以服务品质提升酒店软实力，精神面貌不老，服务绅士风