



一年推上百条个性化线路,最艰难的时刻拼的就是人才 “新世界”和它的花样员工们

本报记者 周丰



“世界好物Let's go,春天是种出来的,欢迎来直播间认养一棵果树”“这是一场与花相伴的旅行,今年春天这些地方赏花观景不容错过”……打开浙江新世界国际旅游股份有限公司(以下简称“新世界”)的微信视频号,在主题各异的直播间里吃住行游购娱信息一应俱全,旅行社的导游们变身主播带领观众“云旅游”。

疫情让旅游业触到冰点,原本一心等候行业春天再临的新世界导游们,纷纷转型发挥专长成为“斜杠员工”,打造自己的个性直播品牌和专属定制游线。这是“新世界”定期为员工开展系统化、专业化的培训,探索市场需求的最新成果。

这家旅行社正在“孵化”员工

像朱亮这样的“斜杠员工”,在新世界可以说比比皆是,有的喜欢研究茶道技艺、有的钻研关于杭州的古诗词,还有的喜欢走街寻巷挖掘城南旧事串成游线。

除了“阿亮厨房”,“斜杠员工”们还推出“匠造杭州”、“杭州说”、“诗里杭州”等系列文化旅游品牌,带领游客沉浸式体验杭州历史人文。吴军就是一名杭州文化线路的导游员,去年10月开始他专门带团寻访“西湖三杰”的岳王庙、于谦祠、张苍水墓等地,讲述名人豪杰的故事。

“团里基本都是本地人,不少还是学者和老师。”当面对比自己更懂历史的游客时,吴军坦言导游角色更重要的是交流互动。“有些游客可以把内容讲得专业深入,而我能把它们转化得更加通俗,互通有无。”

“我们还有员工专门讲解茶道技艺,指导不同节气里如何出游体验感最好、挖掘西湖景观里鲜为人知的故事等等。大家都把平时的兴趣爱好拿出来,逐一在视频平台大方地展示。”新世界董事长兼总经理许敏认为,只有为员工搭建平台各展其长,才会将人才优势转化为源源不断的发展优势。

“这两年,团队开发了上百条安全区域的旅游线路和小众消费群体的旅游产品,还根据消费者需求提供灵活的机票、酒店、配套景区、演出等系列优惠组合预定产品。”许敏表示,眼下的“新世界”正在深挖各地的风俗、文化等元素,推出更具个性化的自驾游、房车游、小包团等定制游产品。不少产品即使2人也可成团出发,深受年轻人和亲子家庭的欢迎,有的沿海线路一经推出,咨询电话就络绎不绝。

兴趣产品

线上教做菜线下组团逛吃

导游/厨师

“食遍三江六码头,世界美食跟我走。”从去年底开始,每周五的下午两点到三点,朱亮和同事都会准时在“新世界”的微信视频号上开启美食直播“阿亮厨房”。

制作蘸料爱马仕OX酱要分几步?江南腌笃鲜怎么可以锁住鲜味?湖南小炒肉怎么烧可口又不腻?镜头前的朱亮穿着一身纯白的厨师服,在为大家讲解一些家常菜的做法之余,还会把美食所在地的风土人情也顺便“烹饪”进去。

2004年,朱亮辞去了四年的星级酒店厨师工作,考取导游证跟随妻子一起从事旅游行业。十几年后,他重新拾起自己的厨艺,开辟一档美食节目打造线上品牌,同时带领一群志同道合的吃货走遍全国寻觅舌尖美味。

今年1月,朱亮带着一个25人的“吃货”团前往福建和广东,旅游主题就叫“嗨吃闽粤”。在9天的行程里,每到一处大家就首先直奔当地最地道的饭馆,既有苍蝇馆子也有高星级酒店。酒足饭饱后,旅行团才开始慢悠悠打卡周边景点。

今年4月初,随着疫情变化跨省游暂停,于是朱亮把美食游地点改在千岛湖边,组织了40名游客品尝千岛湖干饭人最爱的一鱼两吃。“‘阿亮厨房’的名头打得再响,也不如下场做一次真正让大伙尝尝鲜。”这一回,朱亮亲自下厨烹饪千岛湖鱼头,让4桌游客吃得心服口服。

5月下旬,朱亮打算在跨省游允许的情况下,再带一批吃货“嗨吃两广”,前往广东和广西大快朵颐,列入目标是当地的香蕉鸡、猪脚粉、菠萝宴和海鲜宴。为此,他还在最新的一期直播中做了预热:“晚上饱餐当地美食,第二天才有力气逛逛涠洲岛、黄飞鸿故居这些好地方嘛。”



朱亮和同事在直播做美食

人才/市场

纾困的核心命题是留人



过年期间,新世界员工在一起包饺子

目前,“新世界”拥有21名中高级导游,平均拥有5年以上的从业经历。在经历了疫情之后,旅行社人才流失严重,像“新世界”这样的员工保有量已经非常难得。

为了留住这些人才,新世界在疫情暴发后把薪酬考核改为基本工资为主、绩效奖金为辅,今年以来员工平均月薪在4000~5000元,约为疫情前的70%,保证了大家的基本生活。

“我们希望在稳定军心的同时,培养更多综合型旅游人才和个性品牌,通过全公司力量助推‘孵化破壳’。”许敏告诉记者,为了培养“一专多能”的综合型人才,旅行社加强了带团技巧、人文素养、品牌培育等内训,并组建了新媒体部、电商部、会销小组、直播带货小组等,鼓励员工各展其长。

“旅游业处于有史以来最艰难的时刻,对旅游人才全面、科学、专业的培养,不断针对市场需求开发的多元产品,都是为旅游业留下的希望火种。”许敏说道。