



会展

一门特殊的艺术

让你的参展有更多的收获!

黛丝瑞·奥瓦内尔·著

燃起你的热情!

启发你的灵感!

对你进行培训!

祝愿你在下一次会展中大获全胜!



会展： 一门特殊的艺术

——让你的参展有更多的收获！

黛丝瑞·奥瓦内尔 著

图书在版编目(CIP)数据

会展: 一门特殊的艺术/(荷)奥瓦内尔(Ouweneel,D.)著;
吴燕荃译.-上海:上海教育出版社,2004.10
ISBN 7-5320-9823-0

I. 会... II. ①奥...②吴... III. 展览会-管理-技术培训-教材 IV. G245

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2004)第 106290 号

会展: 一门特殊的艺术

——让你的参展有更多的收获!

作者: 黛丝瑞·奥瓦内尔

中文翻译: 吴燕荃

插画作者: Henk Akker

上海世纪出版集团

上海教育出版社出版、发行

(200031 上海永福路 123 号 www.ewen.cc)

太仓市印刷厂有限公司印刷

开本 787x1092 1/32

印张 2.75 字数 68,000

2004 年 10 月第 1 版

2004 年 10 月第 1 次印刷

印数 1-10,000 本

ISBN7-5320-9823-0/G·9568

定价: 10.00 元

“这个培训课程为我们提供了非常实用的指导，它教会了我们如何更有意识地处理诸如仪态和交流之类的问题，使我们现在更加注重那些符合我们要求的人选，而不是毫无重点地面对大量的候选人。这显然不同于我们以往所参加会展时的情况。”

斯托克航天工业公司 (Stork NV)，伊丽丝·伊夫琳斯 (Iris Eveleens)

“会展培训课程对于我们展出商，无论在筹备阶段还是会展过程中，都是非常具有补充价值的。开放式的问题帮助我们得体地接近来访者并与他们进行交谈。结果是有目共睹的：我们如今有一群积极主动的展台工作人员，他们能看准合适的客户而且与他们有了更多的交流。这个课程当然值得反复进行。”

优利系统有限公司 (Unisys)，马里耶纳·屈斯泰 (Marielle Custers)

“我竭力向我们的公司推荐此书。它时刻帮助我们努力改进工作细节，使会展圆满成功。”

格奥丹生态工程公司 (Geodan)，米因杰·斯帕本 (Mijntje Spaapen)

“黛丝瑞自始至终跟学员面对面地交流。她的叙述生动活泼，能够有效地激发出展台工作人员参展的满腔热情。无论新手还是老手，只要上过黛丝瑞的一堂课，他们都会在本公司表现得更出色，更有独创。”

弗里斯兰会展集团 (Bedrijven Contactdagen voor Friesland)，威廉·范穆伊维克 (Willem van Muylvijk)

“黛丝瑞传授的是一堂非常能够启发灵感的课程。在课堂上，她用生动活泼的例子展示做事的步骤，特别会告诉你，哪些是不应该做的事。”

惠氏药厂集团 (Wyeth)，马尔让·范齐尔 (Marjan van Ziel)

目 录

7	前言
9	第一章 去有鱼的地方垂钓
11	第二章 会展对你来说很重要
15	第三章 参加会展的三个阶段
19	第四章 会展成功的十一个步骤
31	第五章 展台工作人员
43	第六章 服务
47	第七章 交流
59	第八章 会展上的谈话技巧
65	第九章 展台设计
69	第十章 会展的总体安排
72	附：一些有用的表格
76	笔记页

前 言

身为会展培训师和顾问，我的工作让我怀着极大的热情整理出一套有关会展的营销方法。会展是一个多么了不起的推销形式，而我们往往做得那么不到位！

出于我的工作性质，我经常漫步在各种各样的会展上，我喜欢看各种各样的人，漂亮的展台，还有那些精致、新颖、各具特色的展品。然而，当我观察展台上的工作人员，心想：他们在这么短暂的时间里，就可以把自己的产品和服务带到这么多的来访者的面前，这是多么奇妙的一个机会呀，但是恰在此时我有时会感到羞愧难当。

除了工作人员缺乏热情，我还注意到不受欢迎的肢体语言。他们更热衷于相互之间谈天，而不是努力接待来访者，香烟不断、饮料不止，还唠着家长里短，懒洋洋地无所事事。你无疑会想，这是多么消极的一幅画面，但可悲的是，情况往往如此！试想一下，你可以产生多么巨大的影响，还有什么形式的活动会给你同样的机会？！当然也有例外，我见过有些展台的工作台人员表现得相当不错。

本书就是根据上述情况有感而写。它将会引导你正确地走过会展的各个不同的阶段，我力求自始至终以通俗易懂的方式介绍一些你会非常认同的情境，并辅以插图和实例。

我也非常明白，本书的内容远不能涵盖我所能提供的信息。然而，我想把书的内容限制在一些最重要的方面，加上你自己的独创和资源，将它在你的公司中运用，以充实你公司的企业文化的内容。

黛丝瑞·奥瓦内尔
荷兰迪亚商务有限公司
培训师，顾问

第一章

去有鱼的地方垂钓

恭喜你！你正在考虑参加会展或者你或许已经决定参加了。无论如何，你已经选择了一个了不起的形式，这样你就可以面对面地接触那些可能成为你的顾客的目标顾客群；但是要想获得成功，你必须有意愿并且懂得如何垂钓！

与以往相比，人们更加感到需要人与人之间的接触。这是建立以相互信任为基础的人际关系的唯一途径——它不是你通过一本小册子、登一个广告或者访问一个网站就能做到的。我们必须不断进行面对面的有效的接触，除此之外，我们不可能找到更好的途径。

然而，参加会展往往是一个心血来潮的决定。这使得参展者常感到目标不明确，开支和收益难以把握，日程安排也不能顺利地进行和实施，展台上人员的配备更是在筹划过程中被忽视，最后才匆匆安排。总之，准备工作十分草率。

要想取得参加会展的最佳效果必须有详细而周到的准备，惟有这样才能保证赢得最大限度的回报。

本书旨在成为一本实用手册，引导你从筹备阶段到参加会展本身，直到最后也同样重要的一步，即必不可少的会展以后的后续跟踪，这样一个完整的过程。

第二章

会展对你来说很重要

会展正是一个吸引新顾客的好地方。在很短的时间内，你就有幸遇见一大群你所感兴趣的目标顾客群。这个目标群特地选择到你的会展来，愿意投入时间和精力。这真的给了你一个绝妙的机会，让你可以一下子展现出你公司的不同方面，特别是你的产品或服务。

通常来说，一个展台工作人员一天大约可以亲自接待四十到五十个人。试想一下，对一个推销人员来说，这远远超出了他或她日常工作几周或几个月才能达到的数量。

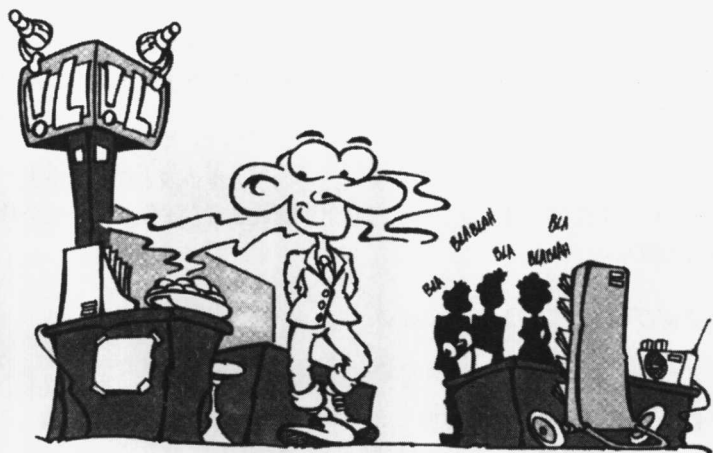
会展最有效地支持您的销售活动

- 成果很容易衡量
- 有一个现成的目标顾客群
- 节省一定的费用（不必支付他们的车旅费）
- 节省一定的时间（短时间内产生大量的机会）

你必把具体的目标和会展联系起来，这样会展一结束，你就可以查证你是否达到目标。没有任何其他营销工具能给你这样及时的衡量。

会展有如下的好处

- 直截了当的接触，面对面的交流。
- 会展实质上是活的广告：来访者有机会了解公司产品或服务的多个方面。
- 不同的感官（眼、耳、鼻等）对交流都会发生作用，这意味着来访者会接受到额外的刺激，因此能更快地被说服，而且事后的记忆会更加清晰。
- 来访者有机会在同一地点、短暂的时间内见到许多参展摊位。
- 参展商面对的是一个已经发生兴趣并特地抽时间来参观这个会展的客人。
- 你有机会使自己在会展竞争对手中脱颖而出；你有机会清楚地、最大限度地展示你的产品或服务的独到之处。



第三章

参加会展的三个阶段

为了使你的参展取得最佳的效果，你必须记住三个阶段：

- 会前阶段
- 会展阶段
- 会后阶段

这三个阶段紧密相连，不可分割。若有任何一个阶段处理不当，你还是不参展为好。否则，那将会浪费金钱、时间和精力。

会前阶段，即准备阶段

- 在这个阶段中，你要决定是否参加会展；若参加，是哪一个。
- 联系会展组织者，了解会展的相关情况。
- 在你的公司或机构中成立一个工作小组，负责内部的组织工作。
- 起草一份计划，列出需要做的事情以及完成的时间。
- 确定目标，确定为展台配备的工作人员。

在这个阶段，你必须已经着手考虑第三阶段，即无比重要的后续跟踪阶

段。在会展之后，你打算发出什么样的信息，到那时你是否有足够的材料进行派发。

会展阶段，就是在会展场地上、你的展台上实际参展的阶段

- 谁来站在展台前工作，他们心中应该有什么目标？
- 他们如何进行准备？
- 他们是否接受过特别的训练？

许多公司主管以为，只要派销售人员去会展现场，一切问题都不在话下。然而，他们忘记了一个重要的方面。在日常工作中，销售人员打电话给顾客或者可能成为顾客的人，约定时间碰面。红地毯虽未铺开，但是咖啡和茶已经准备就绪，你的销售员至少有一小时可以和这个人在现场进行一对一的交谈。

在会展上，情况却截然不同。我们一般对来访者个人并不了解，我们不知道他或她的背景，而且只有很短的时间进行交谈。除此之外，会场上还有许多嘈杂声，这样就很大地影响了来访者听我们的宣传的效果。

当来访者离开你的展台，走出还不到30米，他就已经忘记了你所说的内容的90%。这并不是因为你所说的没有意思，而是因为在旁边的展台上，有人也在对他说着什么；在你对面的那个展商也许雇了个小丑来取悦来访的客人，诸如此类的事都有可能发生。

这些事情都会影响来访者，展台人员需要考虑这些因素。他们必须接受专门的训练，否则你的参展会彻底失败。无论你的展台做得多么漂亮，到最后是要依赖站在展台上的人来完成任务的。

学会迅速作出判断和选择对他们来说也非常重要：迅速洞悉来访者为何人，他或她从事哪一行，兴趣是什么。

推销员经常会犯一个毛病——语言上的腹泻。还没弄明白是怎么回事，来访客就被潮水般的信息所淹没，而这些信息都是他不需要的。因此，还没离开会展，他就把那些信息忘得差不多了。这无论是对参展商，还是来访者，都是浪费时间和精力。在下面的章节里，我会详细阐述这一点的。