

会展企业客户服务

Exhibition Customer Service

● 薛晨皓 主编 ● 黄彬 主审

<http://www.phei.com.cn>



电子工业出版社
PUBLISHING HOUSE OF ELECTRONICS INDUSTRY

21 世纪中等职业教育会展专业系列教材

会展企业客户服务

薛晨皓 主编

黄 彬 主审

电子工业出版社

Publishing House of Electronics Industry

北京 · BEIJING

内 容 简 介

《会展企业客户服务》是会展专业的核心课程。主要内容包括：会展客户服务概论、会展服务承包商的选择、会议客户服务、展览会的客户服务、会展宴会中的客户服务、会展旅游客户服务、会展客户关系管理与服务、会展客户满意度、会展客户服务人员实务等9部分。为方便中等职业学校教师教学，体现其操作性和实用性，本书融理论知识、技能、案例、训练于一体，内容丰富、体例新颖，每章均有学习目标、案例导入、知识点、案例综合分析、本章小结和复习思考题，以强化理论与实践的结合，学习知识与开发智力的结合，动脑思考与动手操作的结合，真正体现职业技术教育的特色。

本教材总课时为72学时。本书可作为会展、物流、旅游、市场营销等专业及相关专业的教材，也可作为相关从业人员的参考用书和岗位培训用书。

本书还配有电子教学参考资料包，包括教学指南、电子教案及习题答案，详见前言。

未经许可，不得以任何方式复制或抄袭本书之部分或全部内容。

版权所有，侵权必究。

图书在版编目（CIP）数据

会展企业客户服务/薛晨皓主编. —北京：电子工业出版社，2007.8

（21世纪中等职业教育会展专业系列教材）

ISBN 978-7-121-04389-5

I. 会… II. 薛… III. 企业—展览会—销售管理—专业学校—教材 IV. F274-28

中国版本图书馆CIP数据核字（2007）第122073号

策划编辑：涂 晟

责任编辑：宋兆武 曹 磊

印 刷：北京市天竺颖华印刷厂

装 订：三河市金马印装有限公司

出版发行：电子工业出版社

北京市海淀区万寿路173信箱 邮编100036

开 本：787×980 1/16 印张：16.75 字数：340千字

印 次：2007年8月第1次印刷

印 数：3000册 定价：23.80元

凡所购买电子工业出版社图书有缺损问题，请向购买书店调换。若书店售缺，请与本社发行部联系，联系及邮购电话：（010）88254888。

质量投诉请发邮件至 zlts@phei.com.cn，盗版侵权举报请发邮件至 dbqq@phei.com.cn。

服务热线：（010）88258888。

读者意见反馈表

书名: 会展企业客户服务

主编: 薛晨皓

策划编辑: 涂 晟

感谢您关注本书! 烦请填写本表。您的意见对我们出版优秀教材、服务教学十分重要。如果您认为本书有助于您的教学工作, 请您认真地填写表格并寄回。我们将定期给您发送我社相关教材的出版资讯或目录, 或者寄送相关样书。

个人资料

姓名_____年龄_____联系电话_____ (办)_____ (宅)_____ (手机)_____

学校_____专业_____职称/职务_____

通信地址_____邮编_____E-mail_____

您校开设课程的情况为:

本校是否开设相关专业的课程 ☐ 是, 课程名称为_____ ☐ 否

您所讲授的课程是_____课时_____

所用教材_____出版单位_____印刷册数_____

本书可否作为您校的教材?

☐ 是, 会用于_____课程教学 ☐ 否

影响您选定教材的因素 (可复选):

☐ 内容 ☐ 作者 ☐ 封面设计 ☐ 教材页码 ☐ 价格 ☐ 出版社
☐ 是否获奖 ☐ 上级要求 ☐ 广告 ☐ 其他_____

您对本书质量满意的方面有 (可复选):

☐ 内容 ☐ 封面设计 ☐ 价格 ☐ 版式设计 ☐ 其他_____

您希望本书在哪些方面加以改进?

☐ 内容 ☐ 篇幅结构 ☐ 封面设计 ☐ 增加配套教材 ☐ 价格

可详细填写: _____

您还希望得到哪些专业方向教材的出版信息?

感谢您的配合, 请将该反馈表寄至以下地址。如果需要了解更详细的信息或有著作计划, 请与我们直接联系。

通信地址: 北京市万寿路 173 信箱 中等职业教育分社

邮编: 100036

<http://www.hxedu.com.cn>

E-mail: ve@phei.com.cn

电话: 010-88254475; 88254591

反侵权盗版声明

电子工业出版社依法对本作品享有专有出版权。任何未经权利人书面许可，复制、销售或通过信息网络传播本作品的行为；歪曲、篡改、剽窃本作品的行为，均违反《中华人民共和国著作权法》，其行为人应承担相应的民事责任和行政责任，构成犯罪的，将被依法追究刑事责任。

为了维护市场秩序，保护权利人的合法权益，我社将依法查处和打击侵权盗版的单位和个人。欢迎社会各界人士积极举报侵权盗版行为，本社将奖励举报有功人员，并保证举报人的信息不被泄露。

举报电话：(010) 88254396; (010) 88258888

传 真：(010) 88254397

E-mail: dbqq@phei.com.cn

通信地址：北京市万寿路 173 信箱

电子工业出版社总编办公室

邮 编：100036

中等职业学校教材工作领导小组

主任委员：陈 伟 信息产业部信息化推进司司长

副主任委员：辛宝忠 黑龙江省教育厅副厅长

李雅玲 信息产业部人事司处长

尚志平 山东省教学研究室副主任

马 斌 江苏省教育厅职社处处长

黄才华 河南省职业技术教育教学研究室主任

苏渭昌 教育部职业技术教育中心研究所主任

王传臣 电子工业出版社副社长

委 员：（排名不分先后）

唐国庆 湖南省教科院

张志强 黑龙江省教育厅职成教处

李 刚 天津市教委职成教处

王润拽 内蒙古自治区教育厅职成教处

常晓宝 山西省教育厅职成教处

刘 晶 河北省教育厅职成教处

王社光 陕西省教育科学研究所

吴 蕊 四川省教育厅职成教处

左其琨 安徽省教育厅职成教处

陈观诚 福建省职业技术教育中心

邓 弘 江西省教育厅职成教处

姜昭慧 湖北省职业技术教育研究中心

李栋学 广西壮族自治区教育厅职成教处

杜德昌 山东省教学研究室

谢宝善 辽宁省基础教育教研培训中心职教部

安尼瓦尔·吾斯曼 新疆维吾尔自治区教育厅职成教处

秘 书 长：李 影 电子工业出版社

副 秘 书 长：柴 灿 电子工业出版社

序 一

人类的会展活动历史悠久,集市、庙会和祭祀等都属于会展活动的范畴。1851年,英国的万国博览会是人类历史上第一次较为正规的大规模展示活动,可谓世界会展历史的里程碑。从那时起,会展所涉及的领域不断扩大,涵盖了经济、文化、科技等各个领域,逐渐形成了现代会展产业,它集商品展示、商贸交易和经济技术合作为一体,并兼具信息咨询、投资融资、商务服务等配套功能,以其超常的关联影响和经济拉动作用,成为21世纪的朝阳产业。因此,会展经济被誉为国民经济的“晴雨表”和“助推器”。

近年来,我国经济发展步入快车道,高新技术、信息产业的快速发展和国内外贸易的扩大对会展业的发展提出了新的和更高的要求,我国的会展业面临着巨大的发展机遇和挑战,会展专业人才严重匮乏的问题日渐凸显,建立会展人才培养机制成为发展我国会展业的当务之急。

本套面向会展企业基层员工岗位培养培训方案的“21世纪中等职业教育会展专业系列教材”的编写,适应了会展教育服务会展业发展的需求,将缓解会展业专业人才需求的矛盾,对我国会展教育和会展业的发展起到积极的推动作用。

当前,对会展人才培养过程中的人才层次划分尚没有明确的界定,会展专业知识教材的针对性不强。本套教材的作者从基层岗位员工的应知应会出发,使人才定位较为准确,实用性较强。本人从事会展业十余年,对会展专业人才求贤若渴,对会展教育问题倍加关注,看到这套教材自然是禁不住惊喜与激动。我相信,随着会展业广大同仁对会展教育的关心与细心呵护,适合于我国会展人才的培养培训教材的编写也会逐渐成熟与完善。希望本套教材能对会展的中等职业教育起到鸣锣开道的作用,为推动我国会展业腾飞做出贡献。

湖北省会展业商会会长

尚格展览公司董事长



2007年7月

序 二

会展是指围绕特定主题多人在特定时空的集聚交流活动。会展产业越来越引人注目，会展经济成为一种多要素、多产业融合、跨区域、多空间扩张的新型经济形态，会展产业规模扩张将对世界经济体系产生重大影响，促进全球经济一体化的发展。会展反映时代的脉搏，见证世界的前进历程，激发人类的活力、进取心和智慧，促进人类文明不断迈上新的台阶。

中国会展业可谓“起步晚，发展快”，这可以从近年来展览项目数增长情况得到佐证。我国 1997 年的展览项目数首次突破 1 000 个，2001 年突破 2 000 个，2002 年超过 3 000 个，2005 年约 3 800 个。就展览项目而言，我国已跃居亚洲第一、世界第二，项目数仅比美国少一些。我国已成为一个“展览大国”。

会展实践需要会展人力资源的支撑。近年来，中国会展教育与培训工作进入空前的繁荣时期，相关的政府机构、高校、协会、会展企业，以及国外的教育机构、团体等纷纷涉足我国的会展教育与培训领域，开展会展学历教育与职业培训工作，形成了不同层次的教育培训市场。

会展教育的蓬勃发展必然催生会展专业教材的需求。近年来，我国图书市场已出现多套不同版本的本科、专科层次的会展教材，但面向中等职业学校和职业高中的会展教材几乎没有，而很多中等职业学校已经开设会展专业的教学工作，又急需中等职业层次的会展教材。电子工业出版社瞄准市场需求，填补会展中等职业学校教材这一空白，精心组织全国中等职业学校优秀会展教师组成教材编写队伍，2006 年 7 月在武汉举行教材编写研讨会，笔者有幸应邀与会。编委会的学术研讨激烈而精彩，对每本教材的提纲都进行了认真、审慎的商榷，最后集体敲定。此后，各位作者倾心创作，编审人员严格把关，现在终于付梓面世。

本套教材共 7 个分册，包括《会展概论》、《会展策划》、《会展营销》、《会展物流》、《会展设计》、《会展法律法规》、《会展企业客户服务》，皆为会展专业必须开设的核心主干课程，包括学生将来从事会展工作应知应会的基本知识。本套丛书结构新颖、观点科学、逻辑严密、内容丰富、资料翔实、形式活泼、深入浅出、自成体系。丛书体现了求真务实的

科学精神，紧密结合会展实践和中专学生的特点，突出教材的实用性，注重强化学生的会展职业能力（如组织管理能力、策划能力、宣传推介能力、沟通协调能力等），使学生学到的知识技能真正能够适应会展工作岗位的需要。

丛书的出版有利于完善我国会展专业的教材体系，有利于我国会展人才队伍的多元化发展，也必将对我国会展事业的可持续发展起到积极的促进作用。

中国会展经济研究会学术工作部主任 俞 华

2007年7月

前 言



随着我国会展业的飞速发展和会展品质的逐步提高,优质的会展服务正日益成为各种展会之间展开竞争的最为锐利的武器之一。会展服务贯穿于展会的始终,处于最为明显的地位。在各种客户服务中,会展客户服务有其独特性,是会展业中不可或缺的组成部分。《会展企业客户服务》是会展专业的核心课程,本书的编写旨在为培养该行业的中级技术人员提供一本易学快通、简单适用的专业教材和培训教材。

本书共9章。第1章,概论;第2章,会展服务承包商的选择;第3~6章,从会展客户服务的概念与内涵开始,将会展客户服务分解为会议客户服务、展览会的客户服务、会展宴会中的客户服务、会展旅游客户服务四个部分,分别讲解;之后在第7~9章,介绍了有关会展客户关系管理与服务、会展客户管理、会展客户满意度和会展客户服务人员实务等有关客户服务的最新理论,使学生不但知其然,而且知其所以然,从而能够较完整地掌握有关会展企业客户服务的知识,迅速适应会展企业客户服务工作,为将来在会展业务方面的就职打下良好基础。

教材采用项目式教学法编写,每一个知识点都是在通俗易懂的理论讲解之后,附加大量的案例和练习题,增强学生的理解,并且注意提高学生的实践能力。本书难度适中,适用于中等职业学校会展专业教学,也适用于其他专业的人员自学。本书可以作为会展、物流、旅游、市场营销等专业及其他相关专业的教材,也可以作为相关从业人员的参考用书和岗位培训用书。

本教材由山东广播电视大学文法学院的薛晨皓主编,各章节的具体编写人员是:薛晨皓编写第1、7、8和9章;济南第九职业中专的赵玲编写第2、6章;济南第九职业中专的陈桦编写第3章;南昌市第一职业中专的童颖编写第5章;南昌女子职业学校的吴展编写第4章。全书由武汉市财政学校的郑彬统稿,中国小商品城国际展览有限公司黄彬进行了审稿。

本教材在编写过程中参考了大量的教材、书籍和网络信息，得到了同行和领导的支持，在此一并表示感谢。

由于时间仓促，作者水平有限，书中的错误和不当之处，敬请读者批评指正。

为了方便教师教学，本书还配有教学指南、电子教案及习题答案（电子版）。请有此需要的教师登录华信教育资源网（www.huaxin.edu.cn 或 www.hxedu.com.cn）免费注册后再进行下载，有问题时请在网站留言板留言或与电子工业出版社联系（E-mail: hxedu@phei.com.cn）。

编 者
2007 年 7 月



目 录



第 1 章 概论	1
1.1 会展客户服务的概念与内涵	4
1.1.1 客户服务的概念	4
1.1.2 会展客户服务	5
1.1.3 会展客户服务要素与作用	8
1.2 会展服务	10
1.2.1 会展服务的含义与种类	10
1.2.2 会展服务的作用与地位	12
案例分析	16
复习思考题	18
第 2 章 会展服务承包商的选择	20
2.1 会展服务承包商的概念	22
2.1.1 会展承包商的定义	22
2.1.2 会展承包商的作用	23
2.2 会展服务承包商的选择	25
2.2.1 选择的标准	26
2.2.2 撰写招标文件	26
2.2.3 会展承包商的确定	31
2.3 会展服务供应商的概念	32
2.3.1 会展服务供应商的概念	32
2.3.2 选择供应商的原则	33
2.4 开拓会展服务供应商的原则	34
2.4.1 会展服务供应商的种类	35
2.4.2 开拓会展服务供应商的原则与步骤	36
案例分析	39
复习思考题	40
第 3 章 会议客户服务	42
3.1 会议迎送客户服务	44

3.1.1	接待客户服务	45
3.1.2	返离客户服务	48
3.1.3	会议客户接待中的礼仪	50
3.2	会议食宿过程客户服务	55
3.2.1	与会客户的饮食服务	55
3.2.2	与会客户的住宿服务	58
3.3	会议进程中的客户服务	61
3.3.1	会议中的客户服务	61
3.3.2	会议期间文艺招待活动中的客户服务	64
3.3.3	会议期间参观、考察及浏览中的客户服务	65
3.4	会议资料、礼品发放中的客户服务	69
3.4.1	会议资料撰写与分发中的客户服务	69
3.4.2	会议礼品准备与发放中的客户服务	72
	案例分析	73
	复习思考题	74
第4章	展览会的客户服务	77
4.1	招展中工作的客户服务	79
4.1.1	会展准备工作中的客户服务	79
4.1.2	参展商招待工作中的客户服务	80
4.1.3	参展商布展工作中的客户服务	81
4.1.4	会展宣传工作中的客户服务	81
4.1.5	会展物流过程中的客户服务	82
4.1.6	涉外会展工作中的客户服务	83
4.2	会展中客户服务	84
4.2.1	开幕式中的客户服务	84
4.2.2	展览中专业观众的客户服务	85
4.2.3	展览中普通观众的客户服务	85
4.2.4	展览开始后现场管理中的客户服务	86
4.2.5	撤展工作中的客户服务	87
4.3	展后客户服务	88
4.3.1	展后观众信息的收集与反馈	88
4.3.2	参展商的意见收集	89
4.3.3	参展商满意度评估	89
4.3.4	绩效评估	90
4.3.5	检讨与沟通	91

案例分析	91
复习思考题	94
第5章 会展宴会中的客户服务	96
5.1 宴会概述	97
5.1.1 宴会的含义	97
5.1.2 宴会的作用	98
5.1.3 宴会的种类	98
5.2 宴会准备中的客户服务	99
5.2.1 宴请对象的选择	99
5.2.2 宴会的规格与形式	99
5.2.3 宴会客户服务的原则及要求	101
5.2.4 菜单拟定及座次确定	101
5.2.5 宴会接待人员的礼仪培训	106
5.3 宴会中的客户服务	108
5.3.1 宴会程序运作中的客户服务	108
5.3.2 宴会中突发事件的客户服务	109
案例分析	111
复习思考题	112
第6章 会展旅游客户服务	114
6.1 会展特色旅游客户服务	116
6.1.1 会展客户旅游项目的确定	116
6.1.2 会展旅游客户服务的原则	118
6.1.3 旅游过程中的客户服务质量	119
6.1.4 旅游产品营销过程中的客户服务	121
6.2 饭店服务	122
6.2.1 会展旅游中饭店的选择	122
6.2.2 会展客户住宿的基本要求	124
6.2.3 住宿中客户服务的内容	126
6.2.4 会展客户的安全保障服务	127
案例分析	129
复习思考题	130
第7章 会展客户关系管理与服务	132
7.1 客户关系管理	134
7.1.1 客户关系概述	134

7.1.2 客户关系管理系统	136
7.2 会展客户关系管理	138
7.2.1 会展客户管理的概念	138
7.2.2 会展客户关系管理的内容	138
7.2.3 会展客户信息的收集与整理	142
7.3 会展客户管理的相关服务	147
7.3.1 会展客户的分类管理	147
7.3.2 会展服务咨询中心	151
7.3.3 会展增值服务	152
7.3.4 会展企业客户服务人员描述	154
案例分析	156
复习思考题	158
第8章 会展客户满意度	160
8.1 会展客户满意度	162
8.1.1 会展客户满意度分析	162
8.1.2 提高会展客户满意度的方法	165
8.1.3 会展客户满意度评价	167
8.2 巩固会展客户与开拓	172
8.2.1 巩固会展客户的方法	172
8.2.2 开拓会展客户的方法	175
8.3 会展客户服务质量管理	181
8.3.1 会展客户服务质量分析	181
8.3.2 会展客户服务的质量标准	184
8.3.3 会展客户服务质量体系	187
8.4 会展客户服务绩效评价与激励机制	191
8.4.1 会展客户服务绩效评价	192
8.4.2 会展客户服务评价模式——7R	194
8.4.3 会展客户服务激励机制	195
案例分析	198
复习思考题	199
第9章 会展客户服务人员实务	201
9.1 与会展客户沟通的基本方法	203
9.1.1 整合形象的方法	203
9.1.2 服务语言的表达方法	211

9.1.3 电话沟通技巧	217
9.2 对会展客户配偶及子女的客户服务	223
9.2.1 对客户子女的服务	224
9.2.2 对客户配偶的服务	226
9.2.3 会展客户休闲项目中的客户服务	227
9.3 综合客户服务技巧	229
9.3.1 留住回头客的奥秘	229
9.3.2 客户投诉的处理	232
案例分析	237
复习思考题	239
附录 A 会议邀请函	241
附录 B 中国农业工程学会 2005 年学术年会——会议指南	242
附录 C 构建中等职业学校会展专业核心课程体系	245
参考文献	250

CHAPTER

1

第1章 概 论



学习目标

通过本章学习，你应该能够：

- 熟练掌握客户服务、会展客户服务、会展服务的概念；
- 了解会展客户服务的要素与作用；
- 认识会展服务在整个会展业中的地位与作用。

