

全国高等职业教育会展专业精品系列教材

会展服务与营销

HUIZHAN FUWU YU YINGXIAO

舒光美 张志纯 ◎ 主 编



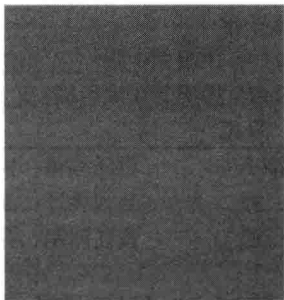
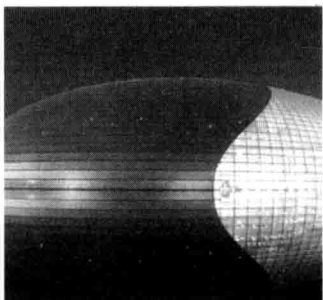
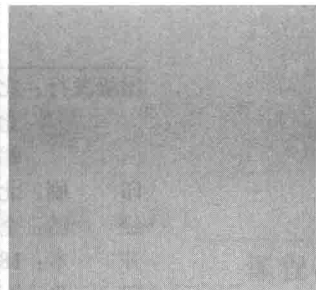
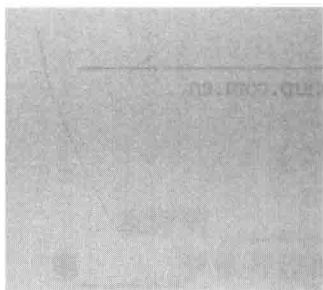
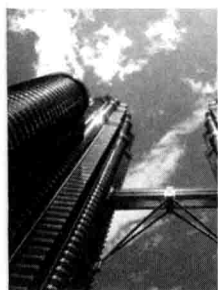
北京师范大学出版集团
BEIJING NORMAL UNIVERSITY PUBLISHING GROUP
北京师范大学出版社

全国高等职业教育会展专业精品系列教材

会展服务与营销

HUIZHAN FUWU YU YINGXIAO

舒光美 张志纯 ◎ 主 编
薛 艳 招 戈 ◎ 副主编
袁其玲



北京师范大学出版集团
BEIJING NORMAL UNIVERSITY PUBLISHING GROUP
北京师范大学出版社

图书在版编目(CIP) 数据

会展服务与营销 / 舒光美, 张志纯主编. —北京: 北京师范大学出版社, 2011.10

(全国高等职业教育会展专业精品系列教材)

ISBN 978-7-303-13520-2

I. ①会… II. ①舒…②张… III. ①展览会—商业服务—
高等职业教育—教材②展览会—市场营销学—高等职业教育—
教材 IV. ① G245

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2011)第 203620 号

出版发行: 北京师范大学出版社 www.bnup.com.cn

北京新街口外大街 19 号

邮政编码: 100875

印 刷: 北京嘉实印刷有限公司印刷

经 销: 全国新华书店

开 本: 184 mm × 260 mm

印 张: 9.25

字 数: 175 千字

版 次: 2011 年 10 月第 1 版

印 次: 2011 年 10 月第 1 次印刷

定 价: 20.80 元

策划编辑: 宋淑玉 责任编辑: 宋淑玉

美术编辑: 高 霞 装帧设计: 高 霞

责任校对: 李 茵 责任印制: 孙文凯

版权所有 侵权必究

反盗版、侵权举报电话: 010-58800697

北京读者服务部电话: 010-58808104

外埠邮购电话: 010-58808083

本书如有印装质量问题, 请与印制管理部联系调换。

印制管理部电话: 010-58800825

全国高等职业教育会展专业精品系列教材
基于高职高专会展课程教学与教材改革成果实践教材

编审委员会名单

■总主编

- 刘松萍 广州大学旅游学院教授、硕士研究生导师
商务部会展经济研究中心客座研究员
中国会展经济研究会专家委员
澳门展贸顾问
广州市政府决策咨询专家
广东省商联会会展协作专业委员会常务副主任
广州会展产业研究所所长
- 吴唤群 广州大学商学院教授 副院长
广州会展产业研究所研究员

■ 编审委员会名单(按作者所在学校名称音序排列)

- | | |
|-----|----------------|
| 舒立志 | 广东工程职业技术学院 |
| 熊有生 | 广东工程职业技术学院 |
| 肖铁蕾 | 广东工贸职业技术学院 |
| 杨国民 | 广东工贸职业技术学院 |
| 陈颖 | 广东交通职业技术学院 |
| 范娜娜 | 广东交通职业技术学院 |
| 高南林 | 广东交通职业技术学院 |
| 赵惠 | 广东科贸职业学院 |
| 朱学宁 | 广东科贸职业学院 |
| 万方秋 | 广东科学技术职业学院 |
| 马亚娜 | 广州城建职业学院 |
| 林瀚 | 广州大学 |
| 陈豫岚 | 广州工商职业技术学院 |
| 赖燕林 | 广州工商职业技术学院 |
| 熊金华 | 广州工商职业技术学院 |
| 杨俊 | 广州工商职业技术学院 |
| 张月丽 | 广州工商职业技术学院 |
| 周燕 | 广州工商职业技术学院 |
| 舒光美 | 广州康大职业技术学院 |
| 张志纯 | 广州康大职业技术学院 |
| 罗绮琦 | 广州科技贸易职业技术学院 |
| 薛艳 | 广州科技贸易职业技术学院 |
| 苏春 | 广州涉外经济职业技术学院 |
| 招戈 | 广州市轻工技师学院 |
| 陈亚东 | 广州铁路职业技术学院 |
| 李锦丽 | 广州现代信息工程职业技术学院 |
| 骆群祥 | 广州现代信息工程职业技术学院 |
| 余先玲 | 广州现代信息工程职业技术学院 |
| 张友瑞 | 广州现代信息工程职业技术学院 |
| 范高羽 | 海口经济学院 |
| 刘红霞 | 海口经济学院 |
| 杨亮 | 河源职业技术学院 |
| 张桂玲 | 吉林大学珠海学院 |
| 伍锋 | 江门职业技术学院 |
| 赵东平 | 江门职业技术学院 |
| 陈薇 | 顺德职业技术学院 |

本书编写委员会

主 编：

舒光美 广州康大职业技术学院

张志纯 广州康大职业技术学院

副主编：

薛 艳 广州科贸职业技术学院

招 戈 广东工贸职业技术学院

袁其玲 广州城建职业学院

编 委：

高南林 广东交通职业技术学院

罗绮琦 广州科贸职业技术学院

陈孟君 广东私立华联学院

陈 薇 顺德职业技术学院

陈 辉 江门职业技术学院

武 旻 广东科学职业技术学院

前 言

会展业的发展,既是全球现代服务业的发展趋势,也顺应了我国经济及产业转型的要求。作为21世纪朝阳产业的会展业,正日益迸发出鲜活的生命力。近几年我国会展业得到了蓬勃发展,经济和社会收益都有了很大的提升。但在发展过程中,有喜也有忧。喜的是这个产业的强大发展潜力。忧的是,会展专业教育和人才培养远远跟不上我国会展业的发展,会展教育与会展行业需求接轨不够,导致会展专业教育培养出的人才不断增多,却未能从根本上改变会展人才需求匮乏的局面。

为了适应会展业的发展需求,各位专家学者力图编写出适合当前行业发展需求的实用型教材。本书也是对此进行的一次努力尝试。

本书的特点是紧贴行业需求,精练实用。本书重点介绍了目前契合高职高专会展教育要求的服务及营销人才,侧重讲解会展服务及营销专业学生需要掌握的会展服务与营销的技能。不求面面俱到,只求简约实用。本书在每章节中均设有开篇案例、任务引入、任务分析、知识链接、课后训练等环节,力图深入浅出地将会展理论知识融入到教学和学习过程中,提升会展专业学生的职业技能。

本书是集体智慧的结晶。首先,本书的出版是在前辈们的开拓性工作基础上进行的,站在巨人的肩膀上,吸收会展行业专业和会展教育界的前辈的精华整合而成。其次,本书的编者多为青年教育工作者,有的在会展专业教育方面小有心得,有的在会展业界打拼多年,秉着对会展教育的一片热忱,组成一个理论与实践并重的团队,着手本书的编写。其中,舒光美负责本书写作思路的提出及最后统稿,兼执笔项目一。张志纯执笔项目二和项目三,薛艳执笔项目四和项目五,招戈执笔项目六和项目七,袁其玲参与项目三的编写。大家在一起共同讨论,精心配合,最后才有拙著的问世。

特别需要说明的是,由于目前会展资料收集较为困难,囿于编者水平有限,我们在编写过程中参考了许多专家的观点与理论,虽在参考文献中尽量列出,但可能有遗漏或不详尽的地方,在此表示歉意。

本书虽然力图完善,但由于时间及编者水平有限,缺点和错误在所难免,欢迎各位专家及会展业内人士不吝赐教,谢谢!

编 者
2011年5月

内容提要

本书采用项目任务单元体裁，包括会展服务与营销的主要工作内容。一共分为七个项目：分别是“认识会展服务与营销”、“会展接待服务训练”、“会展现场服务训练”、“会展配套服务训练”、“会展后续服务训练”、“会展招展训练”、“会展招商训练”。本书结构合理，内容紧凑，适合高职高专、中职技校、会展企业员工培训等人员广泛使用。

目 录

项目一 认识会展服务与营销	1
项目二 会展接待服务训练	6
任务一 认识会展接待服务	7
任务二 会展接待服务工作训练	15
项目三 会展现场服务训练	24
任务一 会展礼仪服务训练	24
任务二 会展商务服务训练	29
任务三 展中服务与管理	36
项目四 会展配套服务训练	41
任务一 会展物流服务训练	41
任务二 会展法律服务训练	47
项目五 会展后续服务训练	53
任务一 展后总结评估训练	53
任务二 展后客户服务训练	60
项目六 会展招展训练	65
任务一 如何邀请参展商	66
任务二 招展营销方式训练	90
项目七 会展招商训练	117
任务一 认识招商工作	118
任务二 招商营销技巧	130
参考文献	134
教学支持说明	135

项目一

认识会展服务与营销

● ● ● ● 开篇案例

贸易 技术 服务——2009 顺德家电展三大亮点

第九届中国顺德国际家用电器博览会(以下简称 2009 顺德家电展)于 2009 年 10 月在广东顺德举办,“贸易、技术、服务”成为 2009 顺德家电展的三大亮点,在展会期间,围绕每个主题都有两场高峰论坛,专家学者、参展商、消费者共商家电贸易促进、科技投入、售后服务大计。展会期间,主办方积极围绕家电产品技术上的问题和解决方法,邀请多位业界权威及专家,同与会人士探讨家电创新、科技投入等的发展趋势。为配合“家电下乡”,2009 顺德家电展还将“服务”作为展会的主题之一。主办方表示,“家电下乡”开展后,的确给农民和厂商带来实惠,但也暴露了一些问题。主办方邀请了中国家用电器维修协会作为展会的支持单位,吸引全国各地的家电维修售后服务企业参会,共同探讨“家电下乡”中的家电维修、售后服务等问题,寻求解决方式,切实服务消费者、参展商、家电企业。

● ● ● ● 任务引入

本次展会在营销上有什么创新?对展会营销有何借鉴意义?

● ● ● ● 知识目标

1. 认识会展服务的内涵及特点
2. 认识会展营销的内涵及特点

● ● ● ● 能力目标

掌握会展营销与服务的工作内容

一、认识会展服务

(一)会展服务内涵

会展是特殊的服务行业,其核心是服务。会展业是现代服务业的六大行业(现代金融业、现代信息业、现代会展业、现代物流业、现代咨询业和现代管理业)之一。随着会展业的发展,会展服务在会展业中的地位越来越重要。一般来说,会展服务有广义和狭义之分,广义上的会展服务,既包括发生在展览现场的租赁、广告、保安、清洁、展品运输、仓储、展位搭建等专业服务,也包括餐饮、旅游、住宿、交通、运输等相关行业的配套服务。狭义的会展服务仅指前者。会展服务具体可分成以下几类:

(1)广告宣传类:现代会展广告宣传服务的项目很多,围绕会展现场的相关服务有派送宣传活动的宣传品、服务手册、提供会展现场的招贴广告、入场券广告等。

(2)信息咨询类:信息咨询类服务包含的内容多种多样,如提供会议简报、展会动态、处理提案和议案等。

(3)秘书礼仪类:秘书礼仪类在会展活动中是最常见的,如文印、文案写作、会议记录、报到签到、资料分发、礼仪引导、庆典礼仪、会展模特等。

(4)设计安装类:会展活动离不开安装服务,从展台、会场的设计到展具展架定制、搭建布展、设备安装、撤展等都需要专门的服务机构。

(5)运输仓储类:包括提供展品、展具、展架的包装、运输、通关、搬运、仓储等。

(6)设备租赁类:如语音视频会议系统、电视墙、视频数字投影仪、音响扩声系统、灯光表演系统、同声传译系统等设备的租赁、安装、调试服务。

(7)休闲娱乐类:安排文艺表演观摩、体育比赛、电影录像、打高尔夫球、KTV等活动,让观众、嘉宾休闲娱乐是常见的服务形式。

(8)观光考察类:这类服务通常是指现代会展通常在会展活动期间或会展结束后,结合会展活动主题安排商务考察、文化考察、观光旅游等方面的服务。

(9)后勤保障类:主要是为参加者提供食宿安排、茶水供应、票务联系、展品保护、现场急救等服务。

我们重点介绍在展会现场及配套后继服务中的接待服务、礼仪服务、商务服务、物流服务、法律服务等其他服务。

(二)会展服务特点

会展服务具有专业性、人文性、综合性、时尚性、协调性等特点。

(1)专业性:参与会展服务的人员必须掌握足够的会展专业知识,只有明确会展的业务性质、范围、工作流程、职责要求及服务标准,才能很好地完成会展服务工作。

(2)人文性:“人文”强调对人的关怀,强调个性化服务。在会展服务中,人文性贯穿于会展的整个过程——会展报名、会展的议题、会场的选择、会展的筹备、策划、日程安排,与会者的食宿、会展布置,现场服务及会后的后续工作等无处不在。

(3)综合性:要做好会展服务工作,需要综合素质好、能力强的专业人员。因为会展服务的对象特殊而又复杂,参与会展服务的人员不仅要掌握政治、文化、艺术、餐饮文化还需掌握现代设施及设备的使用等服务技能。

(4)时尚性:会展服务的性质、场所与时代经济的发展密切相连,因而,服务的形势

与内容都要求时尚、有现代感，给所有参加展会的人留下深刻的印象。

(5)协调性：会展服务涉及的部门很多，各部门需要通力合作、协调共进才能提高服务质量，达到共赢的目的。

二、认识会展营销

据英国联邦展览业联合会调查，会展优于以推销员推销、公关、广告等为手段的营销中介体。通过一般渠道找到一个客户，需要支付成本 219 英镑，而通过会展，成本仅为 35 英镑。可以说，会展具备了其他营销沟通工具的共同属性。在发达国家，企业通过参加会展进行产品推广已成为企业的重要营销手段。

对会展营销而言，低成本和服务创新是重点，灵活应变的组合策略是关键。会展营销是一种很特殊的营销行为，它具有有形的产品营销和无形的服务营销的双重特性。有形产品的营销特性，要求会展企业能熟练使用产品、价格、渠道和促销等营销的要素；而无形服务的营销特性，则要求会展企业要考虑服务营销所特有的人、有形展示和过程等营销要素。所以会展营销的这种特性就使得会展营销由传统的产品营销 4Ps 组合要素扩充到 7 个服务营销要素，即产品、价格、渠道、促销、人、有形展示和过程。而只有将这 7 个要素进行有机地组合，才能制定出科学的营销策略。

1. 产品

展会营销中的产品主要指展会组织者提供的整个展会及展位本身。展会营销既是对展位的营销，也是对展会的整体推广。没有在展会题材、服务、档次、品牌等要素的营销，也就无从推销展位本身。而展位的营销除受到展会影响外，展位位置好坏和面积大小将直接影响到展会营销的效果。

2. 价格

对于展会营销而言，低成本、低价格对参展商具有很大的吸引力。但展会营销中的价格不仅指展位的价格，它还包括展会支出中一切费用及成本，因此，展位价格低并非决定参展成本的唯一标准，展台设计搭建费、展会现场服务费、展具租赁费、参展食宿及交通费等都成为展会产品价格的衡量尺度。此外，展会价格在营销过程中，要考虑价格水平、付款条件、折扣幅度、展会品牌等综合因素。制定出合理的价格水平是展会营销的重要步骤。

3. 渠道

展会营销的渠道是指如何将参展产品卖出去的途径。在展会营销中，可以采取直接渠道和间接渠道两种。展会营销中，可以通过组展方向参展商直接销售展会产品，也可通过招展中介、广告公司等进行营销。在考虑采取哪种方式时，应充分考虑展会的类型及会展公司的实力，最大限度地节约成本、扩大营销市场份额。

4. 促销

展会营销的促销手段多样，包括人员推销、广告促销、电话营销、营业推广等传统方式。此外，在会展营销中，还有关系营销、合作营销、直接邮寄、电话营销、传真营销、直接拜访、网络营销、公共关系营销等招展营销方法。上述促销方式往往在会展营销中选择性组合使用，以更好地促进营销工作。

5. 人

展会营销中的“人”主要包括两方面：一方面组展方的工作人员；另一方面会展客户。会展业是现代服务业的代表，买方和卖方的交易关系最终会落实到人与人的交往中。因此，展会工作人员的服务理念和水平直接决定着营销的成败，现代服务业提倡服务营销的理念，在会展服务中更应该贯彻。客户对展会营销的贡献不仅体现在他们是会展产品的消费者，同时也可以通过口碑传播吸引更多的新客户。因此，努力做好对老客户的关系管理和服务，也是现代展会营销中的有效手段之一。

6. 有形展示

就是将会展中无形的产品转化为有形的展示。让客户能实实在在地体会到、感受到和享受到无形的服务。主要在展示环境、设施设备、员工着装及服务、展会标志等方面将无形产品有形化。

7. 过程

展会是一个系统过程，由多方面密切配合协调而成。展会的运作策略、运作程序和手续、服务中的自动化程度、客户的参与、咨询等都是这个过程中不可缺少的一部分。在会展营销过程中，要重视每个环节的工作要点，同时做好整个过程的整合优化，为展会营销做出贡献。

三、会展服务及营销人员基本素质及能力

由于会展行业的从业人员有别于一般商店的销售人员，所以对他们的个人素质要求也应该略高于一般营业员。根据上海市相关部门对会展服务人员素质及能力的要求，细分为：

(一) 知识结构要求

(1)一般经济常识与规律：从根本上讲，会展活动是一种为满足商务人士交易需求而策划和设计的商务活动。从业人员只有系统了解一般性的经济常识、理解一般性的经济变量逻辑关系，才能够深刻地理解会展服务。

(2)市场营销知识：不仅会展从业人员自身从事的是“营销业务”，展览会本身的功能也是营销。所以，会展服务的从业人员必须扎实掌握会展营销的基础知识，因为这不仅是提高个人营销业务水平的需求，同时也有利于了解目标客户的需求和行为特征。

(3)展览会知识：会展服务人员除了需要了解一般的经济知识和扎实地掌握市场营销知识以外，还需要对展览会的相关知识有比较深刻的认识。主要包括展览会存在的经济原因、展览会的产品构成、展览会的供求关系、展览会的运作特点和规律等。

(4)外语知识：随着国际经济一体化进程的发展，不同国家和地区的经贸往来日趋发达。作为国际经贸往来重要载体的展览会，国际化程度越来越高。语言是国际化交流的重要工具，不能够流利地掌握国外的语言，在展览会的国际招展与招商过程中必然困难重重。

(二) 能力结构要求

(1)吃苦耐劳的精神：在展览会的组织过程中，从最初目标客户的选择到目标客户的初期沟通，从客户的认购、签约到最终的展后服务，每一家客户都要通过电话、传真、信函、电子邮件直至登门拜访等进行数十次业务沟通。对于有数百家甚至上千家展商的展览

会来说,工作的业务量和复杂程度由此可见一斑。因此,从业人员必须具有足够的耐心和吃苦耐劳的精神。

(2)团队合作的精神:在竞争日趋激烈的市场环境中,几乎所有的企业都在培养员工的合作精神,通过提高团队的凝聚力来提高企业的竞争力。会展服务从业人员的团队合作精神就更为重要,由于会展服务企业不生产实体产品,业务的扩张主要依赖于从业人员,如果从业人员缺乏团队精神,在招展与招商过程中各自为战,必然会带来市场秩序的混乱。这样一来,不仅会破坏企业形象,而且会直接影响到企业的长远发展。

(3)不断学习的能力:与其他众多行业相比,会展行业总是和“新产品、新技术、新理念”等新兴事物联系在一起。会展活动的这种特点,决定了从业人员必须具备不断学习的能力,要不断接受新的观念,尝试新的事物,并把这些新知识、新事物融入到工作实践中。



课后训练任务

主题会展:“传播一种思想,创造一个市场”

主题会展必须以研究消费者生活方式为切入点,围绕主题,彻底打破行业界限,按照相关性的原则组合展品:“时尚家园”的主题会展,就可以按照客厅、卧室、书房、餐厅、厨房……的布局来组合展品。主题会展以培育参展商品的市场、创造参展商品的市场为己任,除了把很大的力量用在组织会展之外,还要运用多种宣传手段传播主题所代表的生活方式、价值观念,在消费者中赢得更多的“信众”,从而造就一个稳定的消费者群体。

思考:请收集所在城市主题会展类展会,并加以归类和分析,结合实际提出一个主题会展的题材。

项目二

会展接待服务训练

● ● ● ● 开篇案例

北京饭店金色宴会大厅举办的车展

2002年12月23日,在北京饭店金色宴会大厅,五辆刚刚下线的由北京现代汽车有限公司生产的“索纳塔”高级轿车被分别放在五个展台上,其豪华典雅的造型和炫目的色彩吸引了400多位嘉宾,一时间,北京饭店这座充满浓郁民族特色的大厅与代表当今最现代最时尚的车展达到了最完美的和谐统一。为使这次车展办得圆满成功,北京饭店餐饮预订部等有关部门与主办公司积极配合,不仅给客户 provide 场地的相关资料和数据,而且还为客户提出许多合理化建议,给客户提供了高效便捷的服务。为解决参展汽车开进宴会厅这一难题,北京饭店毅然拆除、改装了C座大门,尽管它实际上与车宽只相差几厘米的空间,然而,饭店认为,此次大门的拓展不仅满足了现代车展的需要,而且更是向今后的会展市场敞开了大门。

● ● ● ● 任务引入

北京饭店的做法是否可取?如何让会展客户得到你与众不同的服务?你能挖掘哪些细微的、潜在的,甚至是不可能的资源而让客户难以忘怀?

任务一 认识会展接待服务

●●●● 知识目标

1. 了解会展报到, 咨询, 接机, 接车等服务内容
2. 熟悉会展接待服务流程

●●●● 能力目标

掌握会展接待服务工作要领及技巧



知识链接

《会务接待服务员》职业简介

一、职业名称

会务接待服务员

二、职业定义

为各类会议提供会务、接待服务; 为办公室及活动场所提供后勤保障服务; 进行会议设计、布置和装饰的人员。

三、主要工作内容

从事的工作主要包括: (1) 普通话和简单英语的接待; (2) 常规会议标准服务; (3) 宴会接待服务; (4) 制定服务方案; (5) 编制员工安排计划、物品准备计划; (6) 会场安排; (7) 会议服务策划; (8) 会务接待常用设备的使用、维护。

四、职业等级

本职业共设三个等级: 五级(初级)、四级(中级)、三级(高级), 均已列入鉴定公告, 可面向社会开展培训与鉴定。

五、建议培训课时

五级: 200 课时; 四级: 220 课时; 三级: 160 课时。

六、鉴定申报条件

参照《上海市职业技能鉴定申报条件》(09 版)。

七、鉴定方式

五级、四级的鉴定方式分为理论知识考试和操作技能考核。理论知识考试采用闭卷计算机机考方式, 操作技能考核采用现场实际操作、口试方式。理论知识考试和操作技能考核均实行百分制, 成绩皆达 60 分及以上者为合格。理论知识或操作技能不及格者可按规定分别补考。

三级的鉴定方式采用笔试、口试方式进行。考核分为 2 个模块, 均实行百分制, 成绩皆达 60 分及以上者为合格。不及格者可按相关规定分模块补考。

(资料来源: 上海市人力资源和社会保障网)

会展的礼仪接待是会展活动中一道亮丽的风景线, 它已经融入到活动的整个过程中, 盛况空前的开幕式、气势宏大的闭幕式、隆重热烈的颁奖仪式等活动都离不开会展礼仪的

参与。礼仪接待服务不仅能为展会活动顺利进行提供有益的引导,而且青春亮丽的礼仪小姐和活力四射的礼仪先生也给整个展会活动带来勃勃生机。礼仪接待服务在很多场合中都需要,如会议室、贵宾室、会展场馆内、开幕式或闭幕式、新闻发布会、颁奖仪式现场等,礼仪接待的工作人员主要是从事贵宾接待、路线指引、资料派发、产品宣传以及接待或会议过程中的翻译服务。在会展活动中做好礼仪接待服务工作并不容易,对于礼仪接待服务的要求如下。

1. 安排有序

每个工作人员在活动过程中承担什么角色,要做什么样的工作都已经事前确定,不能出现手忙脚乱、不知所措的现象。

2. 行为规范

所有参加礼仪接待服务的工作人员应按标准的商业行为规范来引导和服务客人,统一的服饰、统一的礼貌用语、统一的行走站立姿势、统一的商业礼仪训练,使客人能感受到所有的人员都训练有素,是一支专业的服务队伍。

3. 态度真诚

可人的微笑、亲切的问候、细声的叮咛、耐心的解说……这些都是礼仪接待人员良好素质的表现,也是人们对礼仪接待服务的基本要求。同时礼仪接待人员应具备一定的应变能力和解说能力,能灵活应对客人提出的各种问题。

4. 富有个性

根据展会活动的形式和内容,礼仪接待服务的形式也可以设计得富有个性和特色,通过礼仪接待服务来凸显展会活动的特色和主题。

在进行礼仪接待服务管理时,首先要对会展活动全过程的礼仪接待进行策划。虽然礼仪接待服务的基本要求没有什么差别,但不同类型的活动其礼仪接待的表现形式有很大不同。如举办国际性的学术会议,其礼仪接待工作人员主要安排在会议室的出入口引导参会者签到和分发资料;在会议过程中礼仪接待人员需要引导嘉宾上台发言,或者为听众传递话筒,需要时还负责给客人斟茶倒水;会议结束后,礼仪接待人员需要引导嘉宾和听众有序地离开会场,或在会议室门口目送客人离开会场。由于是国际性的学术会议,会议过程较为严肃和正式。礼仪接待人员应选择较为典雅和娴静的礼仪小姐,并且能进行简单的英语沟通。在着装上要求礼仪接待人员着装正式、高雅、富有中国特色,中国传统的长旗袍是一个不错的选择。从这些事例中可以发现,要做好礼仪接待服务,事前的策划是十分必要的,那么应该如何进行礼仪接待服务的策划呢?

要做好礼仪接待服务需要回答以下几个问题。

1. 会展活动的内容、主题和特色

不同性质的会展活动在表现形式上是不同的,因此在接待服务的表现形式上也就有所差异,如会议活动和展览活动。展览活动和大型节庆活动的礼仪接待服务的表现形式不同,有些活动需要热闹,有些需要安静;同样是展览活动,不同的主题和内容,其礼仪接待服务的要求也不同。例如汽车展的礼仪接待服务可以比较活泼欢快,具有现代感;化妆品展的礼仪接待服务则可以时尚前卫。

2. 整个会展活动的程序安排和礼仪接待人员安排

了解会展活动的程序安排是进行礼仪接待人员配备的重要信息输入。如果会展活动的