

第一部分

高级插花员工作技能

第一章

接待

第一节 服务

作为高级插花员不仅要掌握好插花花艺的知识，还应对公共关系、市场营销以及消费心理学等方面的知识有所了解，方能为顾客提供高质量的服务。

一、公共关系学的基本知识

1. 公共关系的定义

公共关系一词，源于美国，英文为 Public Relations，可缩写为 PR。公共关系亦可简称为“公关”。

《大不列颠百科全书》对公共关系所下的定义是：“公共关系是在传递个人、公司、政府机构或者其他组织的信息，以改善公众对他们的态度的一种政策和活动。”又如美国普林斯顿大学的希尔兹（H. L. Chils）对公共关系所下的定义是：“公共关系是我们所从事的各种活动，所发生的各种关系的统称，这些活动和关系都是公众性的，并且都有社会意义。”1978年在世界公共关系协会召开的大会上，代表们对公共关系的定义形成了共识：公共关系是一门科学和艺术，它的策划和实施，目的就是为了本组织和公众的利益，包括趋势分析、后果预测、向组织提供决策依据，以及其他一连串的实务活动。

2. 公共关系的科学含义

公共关系是社会组织为了塑造良好的形象，而进行具有艺术匠心的设计和信息的传播活动，与相关公众结成特定的社会关系。主要内容包括以下几个方面：

(1) 从形式上说，公共关系是一种社会组织与相应的公众结合而成的社会关系。公共关系的构成主要包括：组织、传播、公共三个要素，它们之间相互联系、相互制约、相互影响，按照一定的运行机制，共同处在一个不断发展的公共关系活动的状态之中。

(2) 从本质意义上说，公共关系是一种良好组织形象的设计艺术。在公共关系活动中，除了依靠科学的理论和方法指导外，还需要掌握一定的创造艺术、工作技术和运行规范，才能充分实现公共关系的管理职能。

(3) 从手段上来说，公共关系是一种传播活动。它通过传播活动促进组织与公众之间建立良好的合作关系，以确立组织的整体形象，保证事业的成功。

3. 公共关系的基本特点

(1) 以塑造良好的组织形象为目标

在公众中树立良好的组织形象是公共关系活动的根本目的和追求效果，也是公共关系的核心问题。

(2) 以诚为本

社会组织为自己塑造的形象首先是一个真诚的伙伴形象，任何虚伪的宣传和行为，都会损害组织形象，惟有真诚才能赢得合作和成功。

(3) 以公众为“上帝”

公共关系是组织与公众相结合而成的关系，因此组织必须着眼于自己的公众，公共关系设计者和实施者必须始终将自己的公众视为“上帝”。

(4) 以长远利益为着眼点

公共关系活动主要着眼于长远利益，需要进行长期的艰苦努

力，社会组织才能与公众建立友好关系，获得良好的社会声誉。

4. 插花员公关的职能和作用

(1) 插花员公关的职能

1) 为企业经营管理决策采集各种必要的经营信息，为科学经营管理提供依据。

2) 在企业与公众之间，通过沟通信息，搭建起双向信息交流的桥梁，协调企业内外各种关系。

(2) 插花员公关的作用

1) 为企业决策提供咨询意见，使企业政策制定得更正确、更完善。

2) 有效地增强了社会公众对企业的了解和支持，从而形成一股强有力的舆论力量。

3) 可促进企业与企业之间的业务交流，从而融洽感情、促进合作。

4) 塑造良好组织形象，促进产品销售，扩大企业生产经营效果。

■案例分析

某广告公司同芬兰驻华大使馆洽谈的第一项业务是制作一条横幅，广告公司通过精心设计、细致而周到的服务，完成了这项工作。经过长时间不断的业务往来，该广告公司最终全权代理了使馆与广告公司业务相关的全部业务，并于中芬建交50周年之际代理了在全国政协礼堂举行庆典活动的全部环境布置任务，其中包括花艺环境布置工程。

案例说明：在公共活动中，插花员要抓住时机，明确公共活动的目的，树立自己的形象，提高自己的知名度，及时了解要达到这个目的需要经过哪些途径，确定自己的公关对象，真心实意地为对方考虑，实实在在地为对方服务，公关的效果就会达到。

5. 插花员公关的原则

(1) 事实第一原则

本着实事求是的精神，以对事实的掌握为公关工作的出发点。

(2) 互惠互利原则

在组织与公众之间起到交换意见、交流情感的作用，在取得互相理解和信任的基础上谋取经济利益。

(3) 组织形象原则

依靠企业全体人员的共同努力树立组织形象。

(4) 科学指导原则

借助现代科学的理论和方法，从事现代组织公关活动。

6. 插花员公关策划

(1) 插花员公关策划的内容

插花员为达到企业既定目标，在充分进行公关调查的基础上，对总体公关战略，专门公关活动和具体公关操作进行策划、计划和设计工作。

(2) 插花员公关策划的原则

- 1) 信息原则 插花员收集的信息是策划的前提条件。
- 2) 优化原则 插花员通过筛选，确定最优化方案。
- 3) 可行性原则 符合社会环境及公众的承受力和喜好。

(3) 插花员公关策划的内容

1) 确定公关目标 公关目标包括一定时期内能控制组织公关活动全过程的总目标和指导实施方案的分目标。

2) 选择公众对象 根据公关目标确定相应的公众对象，使公关方案具有针对性。

3) 制订公关方案 公关方案是公关目标的具体化，是就公关工作的项目、主题、策略、时机等问题进行设计。

4) 编制预算 从财力和物力上保证公关工作的正常进行。

5) 起草书面报告 以书面报告的形式见诸文字，便于开展和检查工作，便于向组织决策层汇报，便于积累资料，建立完善的文书档案。

7. 插花员公关的工作方式

(1) 插花员公关的工作方式为插花员提供可选择的各类方法，对公关计划的实施具有指导意义。

(2) 插花员公关工作实施要考虑的因素

- 1) 组织的特点。
- 2) 组织发展的特定要求。
- 3) 执行者的意志与行为。
- 4) 开展公关的环境。
- 5) 不同类型和不同要求的公众。

(3) 插花员公关工作内容

1) 宣传性公共关系 即插花员运用大众传播媒介和内部沟通方法，开展宣传工作，树立良好的组织形象。

案例：前几年，荷兰的切花月季经技术处理，产生蓝色月季，预计在情人节上市。国内经销商正策划如何在市场上推广新品种，以获得消费者认可。恰逢电视上播放《蓝色妖姬》，商家在女主人公的名号与蓝色月季间找到了某种共同的地方，遂将蓝色月季称之为“蓝色妖姬”，并在大众传播媒介上大加宣传，让消费者在情人节之前就了解到这一信息。商家利用了消费者猎奇、求新的消费心理，制定了一个消费者可以接受的高价，使消费者倍感尊贵，亦使受花者感受到送花人的深情，成功的获得了商家与送花人双赢的局面。

2) 交际性公共关系 即插花员在无媒介的人际交往中，开展公共关系活动。目的是通过人与人的直接接触，进行感情上的联络，为组织广结良缘，建立广泛的社会关系网络，形成有利于组织发展的人际环境。

3) 服务性公共关系 即以提供优质服务为主要手段的公共关系活动方式，插花员以实际行动使企业获得社会公众的了解和好评，建立起良好形象。

案例：松林宾馆是广州的一家普通宾馆，平均开房率超过

90%。是什么使松林宾馆门庭若市呢？那就是渗入每位员工心里的服务观念。踏进宾馆，迎接你的是家人般的问候，入房落座，便有一帕香巾递来，一杯热茶端上。通过身份证了解每位住客的生日，他们给每位过生日的住客庆贺生日。一簇鲜花、一群唱着生日歌的姑娘，情感是那么亲切、热烈而又自然，充满家庭的氛围。客人登记入住，不会让客人在大厅里等待超过3分钟。每位在宾馆留下踪迹的客人，都会在每年生日时收到一张发自宾馆的生日贺卡，让松林宾馆的气息时时相随。

4) 社会性公共关系 即插花员利用举办各种公益性、社会性、赞助性活动开展公共关系活动的方式。

案例：珠海丽珠制药厂在1992年底和《黄金时代》杂志在全国范围内首次推出了“父亲节丽珠得乐献爱心”系列活动。每一位儿女只要写信参加此项活动，便可使其父亲收到由丽珠制药厂免费赠送的一张精美的“丽珠得乐”父亲节贺卡。这张小小的贺卡为父亲带去儿女平时无法用语言表达的感情，抒发出父子、父女之间的深情，弘扬了中华民族的传统亲情。活动提高了“丽珠得乐”的知名度和美誉度，塑造了良好的企业形象和产品形象。

5) 征询性公共关系 即以提供信息服务为主的公共关系活动方式，插花员通过采集信息、舆论调查、民主测验等工作，了解社会舆论及民意、民情，为组织经营管理决策提供依据。

插花员公关的工作方式是多种多样的，没有固定不变的模式，每一次成功的公关活动都是一次思维和行动的创新，插花员需要根据公关目标和任务的要求，选用不同的工作方式，并善于创造新的工作方式。

二、营销学基本知识

1. 市场营销的基本概念

以市场调查和市场预测为基础，确定顾客的需求，并运用产品、价格分销、促销等技巧，有效地满足顾客的需求。或者

说：市场营销就是在社会规范内，研究如何满足顾客现实和潜在的需求，以及有效地满足这种需求的过程。

2. 企业营销观念

(1) 为用户服务观念

花店的产品是为顾客及用户提供的，顾客及用户的需求是花店生存的基础。因此，花店在市场营销活动中必须树立用户至上，视顾客为上帝的服务思想。

(2) 生产引导消费观念

花店的商品及花艺制品是应市场需求进货及制作的，但绝不是被动地适应需要，而在某种情况下可以引导消费，开辟新的消费领域，主动开辟新的项目。例如很多人购买或搬迁新居，家居装饰是一项必不可少的内容。作为花店，插花员可以设计制作出符合家居装饰的花艺作品，用来引导消费者将花艺装饰引入到家居装饰这一领域中。

(3) 市场竞争观念

花店必须树立全面竞争的观念，要敢于进行市场竞争，并善于进行市场竞争，并合理进行市场竞争。插花员工作在花店的第一线，在日常工作中，应积极搜集与市场竞争相关的各种信息，努力提高服务水平和技能，增强市场竞争实力。在激烈的市场竞争中，是靠服务和技术水平，而不是靠相互压价赢得竞争。

(4) 不断创新观念

创新是指用新知识、新技术创造新产品，开拓新市场。创新精神是花店最大的潜在精神力量，是企业成功的秘诀之一。因此插花员要不断学习新知识、新技术，不断推出插花新造型及新的设计理念，为花店创造最大的效益。

(5) 信息观念

信息是表现事物特征的一种组合。对花店来说，市场信息是财富、是资源。插花员应积极地捕捉各方面的市场信息，准确、及时地向花店管理者反映市场信息。在信息时代能否准

确、及时地得到市场信息，是花店在市场竞争中能否站稳脚跟的关键。

(6) 时间效率观念

“时间就是金钱，效率就是生命。”对于花店来说，时间和效率更是至关重要的。插花员在工作中要合理、科学地安排时间，加强工作的条理性，不断提高技能，娴熟的制作可以减少顾客等候的时间，提高工作效率，增强花店的效益。

(7) 经济效益和社会效益的观念

讲究经济效益是办花店的根本指导思想，是一切经济活动的指导核心，所以插花员在制作花艺制品时，要坚持节约，不随意浪费花材及相关用品，合理控制成本，讲究经济效益。

3. 销售人员的素质要求

(1) 思想素质及业务素质

企业的经营宗旨是为顾客服务，因而要求插花员首先应具备良好的思想品质和道德观念，以企业的利益为己任，不谋私利，同时能够维护消费者的正当权益。为了提高服务质量，插花员还应具备丰富的专业知识和较强的工作能力。

(2) 心理素质及法制观念

一个合格的插花员，不但要有健康的体质、端庄的仪表，还要有良好的心理素质，有强烈的事业心和责任感，具有开拓精神和创新意识，遇事乐观、有耐心，给人以亲切感。

插花员在从事市场营销活动的过程中，代表的是企业（花店）。因此，插花员要懂法、守法，具有法制观念和法律意识，这一点对于插花员自身和企业（花店）经营的成败是至关重要的。

只有具备上述素质，插花员才能在营销活动中赢得更多的顾客，顺利地推销自己的作品或商品，为企业获得广阔的市场。

三、消费心理学的基本知识

1. 研究消费心理学的意义

销售活动是实现企业利润的核心，如果销售业绩欠佳或者严重到产品（商品）滞销，则势必会使整个企业的运转出现危机。销售过程可以说是企业的生命，而消费者就是企业活动的中心，因此销售领域的心理学研究无疑对开展市场营销活动，促进市场经济发展具有重要意义。

消费心理学的研究是通过观察、记述、解释和预测销售活动中消费者心理与行为取向，为企业的生产和销售提供科学的依据。它是在市场经济条件下，提高企业竞争力，为企业经营和消费者需求双方达到最佳效果的有效方法与手段之一。研究消费心理学的意义可归纳为：

（1）有助于企业全面深入了解消费者需求，预测消费需求发展趋势，开拓市场，引导消费。

（2）有助于提高企业的服务质量和水平，更好地为消费者服务。

（3）有助于促进企业经营思想的转变，形成现代经营理念。

2. 消费观的类型

消费观是指个人对消费的根本看法。由于社会地位、生活环境、经历、文化素养和生活习惯的不同，人们对于消费有着不同的观念，形成不同的消费观。常见的消费观有：实用型消费观、个性化消费观、炫耀型消费观、攀比型消费观。

消费观还可以依照其他标准进行划分，如求新消费观、时效消费观、适度消费观、效益消费观等。一个成功的经营者必须十分重视社会消费观的变化及其对经营管理和经济效益的影响。就目前消费市场而言，实用型消费观仍将是主要的消费观，价廉物美的大众化商品仍将是消费主流。但求新型、炫耀型、攀比型的消费观在中国消费者当中也占有一定比例。

3. 插花员接待消费者的技巧

优质服务的建立，要求插花员对顾客的购买心理要有充分认识。在此基础上结合接待顾客步骤实施技巧，使顾客高兴而来，满意而去。

(1) 顾客购买商品心理活动的发展阶段

1) 注意 顾客如果想购买某种商品，他一定会先注意该类商品，即有了明确购买目标之后对某种商品产生的注意，称为有意注意。

2) 兴趣 顾客对商品发生注意后，往往会对商品产生兴趣。

3) 联想 顾客总是把感兴趣的商品和自己的日常生活联系在一起。

4) 欲望 当顾客对某种商品产生联想后，他就需要这种商品了。但产生欲望的同时，他还会产生一种怀疑，例如价格是否太高，是否还有更合适的等。因此他不会马上购买，而是将购买心理转入比较判断阶段。

5) 比较判断 顾客会借助过去购买经验来对商品进行比较分析，比较判断的依据是商品的价格、质量、品牌、造型、颜色和包装等因素。

6) 确定目标 经过权衡比较，顾客明确了购买目标，此时便对这种商品产生了信心。

7) 决定购买 这一阶段顾客已经决定购买某种商品，即办理成交手续。

8) 购后感受 顾客购买商品后，自觉或不自觉的将期望效果与实际效果相比较，则会产生满意与不满意两种结果。他会把这种结果传递给他人。有资料表明，不满意消费者的信息传递是满意者的信息传递的 3 倍。

(2) 插花员接待顾客步骤及其技巧

根据以上消费者购买心理过程的 8 个阶段，插花员接待顾客也可分为 8 个步骤：

1) 等待时机 等待时机这一步骤应在顾客注意商品和产生兴趣这两个阶段之间。在这一时间插花员应随时做好接待顾客的准备。

2) 初步接触 就是接近顾客并打招呼的行动。插花员应准确选择接触时机,以利于以后工作的开展。理想的接触时机是顾客的心理由兴趣到联想之间。

3) 商品出示 插花员适时主动的出示商品,让顾客接触到商品,商品出示既可促进顾客的联想,也可刺激顾客的购买欲望。

4) 揣摩顾客需要 插花员出示商品后,就要尽快了解、揣摩顾客的需要,进而帮助顾客作出明智的购买选择。

5) 商品介绍 通过揣摩顾客心理,插花员大致把握了顾客的购买动机。这时应对商品进行介绍。

6) 参谋推荐 是指插花员把促使顾客购买的销售要点用简要的语言加以概括的一种形式。参谋推荐因顾客不同而内容有所不同。

7) 促进成交 促进成交是接待顾客的关键所在,主要应把握住成交时机和促进成交方法这两点。当插花员发现顾客有购买欲望时,应酌情提供必要的帮助,以坚定其购买决心。根据顾客具体情况介绍花店中的服务项目,推荐好的花卉品种及其制品,帮助顾客确定。

8) 办理交易手续、话别送行 收费时要表示感谢,包装商品要主动、精心,顾客要离店时应送至门口,并主动为顾客开门,道谢。

以上仅是在公共关系学、营销学和消费心理学中和插花员在接待服务工作结合较为密切的相关知识,了解这些知识是做好接待服务工作的基本保证。

四、插花英语会话 50 句

1. 接待情景英语

- (1) May I help you?
您买东西吗？
- (2) What can I do for you?
您想买什么吗？
- (3) Could I be of service to you?
您想买什么东西吗？
- (4) What can I show you?
您想买什么？
- (5) Any particular color?
要什么颜色的？
- (6) What flowers do you have in mind, sir?
先生，你想要什么花？
- (7) What sort of vases are you looking for?
您想买哪种花瓶？
- (8) Do you want to buy something here?
您想在这里买东西吗？

2. 问价情景英语

- (9) How much does it come to altogether?
总共多少钱？
- (10) How much do I pay you?
我该付你多少钱？
- (11) What's the price of the basket?
这个花篮的价格是多少？
- (12) How much is the large size?
大尺寸的多少钱？
- (13) What do you charge for this posy?
这把小花束多少钱？
- (14) The price is marked on the tag, sir.
价格就标在牌上，先生。

(15) The price depends on the quality.

按质论价。

(16) They're 5 dollars each.

每枝 5 美元。

(17) What's the price of the flowers?

这花的价格多少钱？

(18) Is this the sale price?

这是减价后的价格吗？

(19) Are these flowers on sale?

这些花降价吗？

3. 讨价情景英语

(20) Can you come down a bit?

可以便宜一点吗？

(21) How much would you like it to be?

你想出多少钱？

(22) I can give you no more than 20 dollars. Can you sell it for that?

我顶多出 20 美元。这个价钱你能卖吗？

(23) I don't want to spend more than fifty dollars.

我不想花多于 50 元。

(24) Can you come down a bit?

你可以便宜一点吗？

(25) I'll meet you half way.

我让你一半。

(26) That's rather more than I was thinking of giving.

这要比我想出的价钱高了。

(27) That's the best we can do.

我们不能再让了。

(28) That's almost cost price.

这几乎是成本价了。

- (29) That sounds reasonable. But could you give me a 10% discount?

这价钱听起来倒合理。可是，你能给我九折吗？

- (30) That's our rock bottom price.

这是我们的最低价了。

- (31) This is already the sale price. If you want some bargains , you have to wait till next weekend.

这已经是减价的，如果你要些廉价货，得等到下周末。

- (32) I don't want to wait so long. I will take it! Please give me an invoice.

我不想等那么久了，就买下吧！请给我开发票。

- (33) Here's your receipt.

这是您的收据。

4. 产品推销情景英语

- (34) What size do you want?

你要什么尺寸的？

- (35) Pick out the large flowers of Carnation , please.

请挑出大花的康乃馨。

- (36) Do you like this design?

你喜欢这种式样吗？

- (37) How about showing me some samples?

给我看一些样品好吗？

- (38) It's the fashion now.

现在正是流行这种式样。

- (39) We have many patterns and shades for you to choose from.

我们有许多式样供你选择。

- (40) Which do you think is better?
你认为哪种好？
- (41) Here you are. Will there be anything else?
给你，还有别的吗？
- (42) Is there anything else you'd like to buy?
你还有什么要买的吗？
- (43) Have you any bigger basket sizes?
你有尺寸大一点的花篮吗？
- (44) We have china bottles of various model.
我们有各式各样的瓷瓶。
- (45) I don't think we have any vase made of bamboo.
我想我们没有竹制的花瓶。

5. 祝福、道别英语

- (46) Happy New Year to you!
祝你新年快乐！
- (47) Have a happy anniversary!
结婚周年快乐！
- (48) Happy birthday!
生日快乐！
- (49) Good-bye then , and all the very best !
那么再见了，祝你万事如意！
- (50) Have a good day!
祝你度过快乐的一天！

第二节 解答咨询

随着我国人民生活水平和欣赏水平的不断提高以及交往的日益频繁，很多顾客不仅仅满足于对传统切花的消费，为了追求品味和时尚，常常需要购买一些新优的切花馈赠朋友。作为