

<<会展营销与服务>>

图书基本信息

书名：<<会展营销与服务>>

13位ISBN编号：9787040192216

10位ISBN编号：7040192217

出版时间：2006-1

出版时间：高等教育出版社

作者：丁萍萍

页数：279

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

## <<会展营销与服务>>

### 内容概要

《会展营销与服务》是会展专业或相关专业会展方向的主干课程教材。

《会展营销与服务》针对高等职业教育会展类专业教学和在职人员培训的特点，以实际工作流程为主线，设计了15个有关会展营销与服务的学习单元。

其中，会展营销部分6个单元阐述了展会推介、邀请参展商和专业观众、邀请演讲者和参会者、展会场地安排等内容；会展服务部分9个单元阐述会刊制作和有关展会的接待、交通、商务、清洁、安保、运输通关、礼宾、翻译、法律、客户跟踪等诸多内容。

《会展营销与服务》编写的总体思路是：一个单元解决一个方面的实际问题，突出技术性、可操作性，节多点细，生动活泼，方便实用。

体例设计人性化，强调趣味性和互动性。

《会展营销与服务》可作为高等职业院校、高等专科学校、成人高校、民办高校、本种院校举办的二级职业技术学院会展及相关专业教学用书，也可作为会展从业人员在职培训用书或业务参考书。

## &lt;&lt;会展营销与服务&gt;&gt;

## 书籍目录

第一单元 如何进行展会推介1.1 开篇案例1.2 展会推介的必要性1.3 展会推介形式1.4 制定展会推介方案1.5 新闻推介1.6 广告推介1.7 人员推介1.8 事件推介——“造势”活动1.9 会刊推介1.10 海报推介第二单元 如何邀请参展商2.1 开篇案例2.2 招展的意义2.3 招展的前期准备2.4 招展书设计与制作2.5 电话招展技术2.6 传真招展技术2.7 E-mail招展技术2.8 其他招展技术2.9 签订参展合同第三单元 如何组织专业观众3.1 开篇案例3.2 招商的意义3.3 制订招商方案3.4 建立专业观众数据库3.5 邀请函设计与制作3.6 电话招商技术3.7 E-mail招商技术3.8 传真招商技术3.9 其他招商技术3.10 确认出席观众第四单元 如何邀请演讲者4.1 开篇案例4.2 确定演讲者产生办法4.3 排列拟邀请人名单4.4 预约演讲者4.5 确认演讲者出席4.6 演讲人背景资料准备4.7 演讲嘉宾介绍实例4.8 为演讲者提供全程VIP服务4.9 演讲效果调查反馈第五单元 如何组织参会者5.1 开篇案例5.2 搜集目标参会者信息5.3 排列拟邀参会者名单5.4 -参会者食宿预安排5.5 预约参会5.6 参会者确认5.7 参会者跟踪服务第六单元 如何选择与安排展(会)场6.1 开篇案例6.2 展会举办地的选择6.3 落实展位分配方案6.4 绘制展会相关图纸附录6-1 《中国展览城市办展环境评价指标体系》评定细则第七单元 会刊制作技术7.1 开篇案例7.2 会刊的作用7.3 会标和海报设计7.4 封面封底设计7.5 会刊内容7.6 校样审核7.7 排版和印刷第八单元 展会接待服务技术8.1 开篇案例8.2 参展商和观众登录服务8.3 人员导引服务8.4 媒体接待8.5 咨询服务8.6 订房服务8.7 文娱和表演8.8 志愿者组织第九单元 展会交通服务技术9.1 开篇案例9.2 确保展馆外围交通顺畅9.3 车辆基本类型9.4 车辆线路安排及停车位的安排9.5 人员组织及紧急情况处理附录9-1 北京展览馆展品进出馆运输管理规定(节选)第十单元 展会商务服务技术10.1 开篇案例10.2 展会商务中心概述10.3 文件复印、打印10.4.名片制作10.5 I。告制作10.6 通信服务10.7 办公用品销售第十一单元 展会安保和清洁服务技术11.1 开篇案例11.2 在展会中安保突发性事件的处理方案11.3 安保清洁人员安排.....第十二单元 展品运输通关服务技术第十三单元 展会礼宾和翻译服务技术第十四单元 展会法律服务技术第十五单元 客户跟踪服务技术参考文献

## <<会展营销与服务>>

### 章节摘录

版权页：插图：从消费者购买动机的角度来分析，了解参展商前来参展的原因对于有针对性地开展营销很有帮助。

重庆海纳会展研究所（中德）在“重庆第四届高新技术成果交易会”上所做的一项调查表明，参展商的目的普遍具有多重性，参展商的参展动机相对集中，排在前三位的分别为：展示新产品或企业形象占65%，收集市场信息占31.4%，产品直接销售占23.4%。

这里尚且不去讨论这次“重庆高交会”的参展动机结构是否合理（属于高级层次），但有一点可以肯定，即展会可以实现各参展商的不同愿望，相应地，组织者在开展宣传推广活动时也应突出展会的不同功能，以吸引多种类型的参展商。

从盈利模式的角度来讲，招揽参展商无疑是展会营销的核心工作。

正因为如此，业内许多经营人员把展会营销简单地理解为招展。

事实上，其内涵要广博得多。

面向各种类型的参展商，展会组织者至少要明确三个工作重点：一是提交科学可行的专业观众促进计划。

一般来说，这是参展商们最关心的问题。

二是承诺提供完善的配套服务，尤其是为参展商和观众创造理想的洽谈平台。

三是强调本次展览会的创新之处和良好的举办环境（城市、时间、气候等），以增强展会的综合吸引力。

## <<会展营销与服务>>

### 编辑推荐

《会展营销与服务》是高等职业教育技能型人才培养培训工程系列教材之一。

<<会展营销与服务>>

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>