

<<会展管理与服务>>

图书基本信息

书名：<<会展管理与服务>>

13位ISBN编号：9787503220685

10位ISBN编号：7503220686

出版时间：2002-10-1

出版时间：中国旅游

作者：Milton T.Astroff,James R.Abbey

页数：687

字数：808000

译者：宿荣江

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>

## <<会展管理与服务>>

### 前言

前言 本教程第一版问世以来，饭店业中的会展业务发生了巨大的变化。饭店业自身在此阶段也出现了前所未有的变革，行业取得了长足的进展。今天，各类会议、年会、布展和奖励旅游的年直接收入已超出828亿美元，这个数字还在每年稳步上升。

自从本教程出版以来，饭店业的产品服务销售发生了根本性的巨变，饭店行业开辟了广告宣传的新渠道。

国际互联网络和光盘驱动器的先进技术以前所未有的方式在传播并推广饭店的产品和服务项目。广泛使用的计算机技术(笔记本电脑、电子邮件和传真机)使饭店的销售人员和客户能迅速地确定饭店产品服务

## <<会展管理与服务>>

### 内容概要

目前，全世界有60多个国家引进了AH&LA的教材，有1400多所大学、学院、职业技术学校将其作为教科书及教学辅助用书。

全球45个国家有120多个授权机构为饭店35个重要岗位颁发AH&LA职业资格证书，该证书在饭店业内享有最高的专业等级。

中国旅游出版社引进了AH&LA系列教材，使读者能够从中见识到饭店工作的真正挑战，并能从中获得解决实际问题的方法和技巧的训练，它将帮助你全面了解国际现代化饭店的管理与运作实务，提高饭店经营和管理的专业水准。

## <<会展管理与服务>>

### 作者简介

James R. Abbey CHA。

曾任内华达州拉斯韦加斯酒店市场营销管理大学教授并具有俱乐部、餐厅和酒店的管理经历。

身为顾问和研究者，他与众多的知名公司在销售和市场策略研究方面保持着密切的关系。

同时还积极参与专业公司会议协会（ Society of Company Meeting Professionals ）和国际酒店销售与营销协会（ HSMAI ）的业务活动。

Abbey曾获得美国旅游研究协会国家食品指导研究会和斯塔特勒基金会的奖励。

Milton T. Astroff，在当今美国酒店业中享有很高的知名度。

他是《会议与会展》、《旅游大师》和《培训》等书籍的策划者和第一撰稿人，还著有多篇酒店业管理的文章。

同时。

他还多次参加酒店业专题讨论会、管理发展研讨会、销售培训和会议发展研讨会并做主题发言。

Astroff曾就任于许多著名公关公司和专业行业会报刊的高级行政和营销职位。

宿荣江，北京第二外国语学院英语系副教授。

曾作为国务院交流学者，分别赴美国佛罗里达州中部大学和美国华盛顿州立大学学习酒店和工商管理。

1996年加入香格里拉国际酒店管理集团，负责集团中国区的人力资源 and 培训工作。

负责并参与了中国大饭店、国贸饭店、北京香格里拉饭店等10多家饭店的筹建和员工培训工作。

## <<会展管理与服务>>

### 书籍目录

祝贺前言感谢引言学习教育学院课程的提示第一部分 会议销售 1.会展业入门 当今会议业 当今会议市场的规模 会议的类型·会议举办单位·应运而生的各种会议设施 会议业的其他趋势 全球化·二线城市·会议中心的涌现·专业会议策划人·日益增加的技术含量·合作式营销 注释 主要术语 复习题 网址 复习小测验 2.制定市场营销计划 销售与市场营销的区别 市场营销的重要性 市场营销计划 制定市场营销计划的四个步骤 步骤1:进行市场营销调研·步骤2:选择目标市场并为企业定位·步骤3:确立目标,制定行动计划·步骤4:对市场营销计划的评估与调整 市场营销计划的实际应用 主要术语 复习题 网址 附录 市场营销计划示例 复习小测验 3.会议销售的组织工作 饭店经营中的销售 销售组织机构·销售部与其他部门的协调 销售及市场营销员工 销售部的职位·补充性销售人员 对销售工作的管理 标准工作程序(SOPS)·销售部会议·客房佳酿职责·评估销售工作 销售记录和档案系统 销售部办公自动化 注释 主要术语 复习题 网址 案例 复习小测验 4.团组织市场 5.公司会议市场 6.其他市场 7.推进会议市场销售 8.针对会议策划者的广告 9.谈判和合同第二部分 会议服务 引言 10.服务的功能 11.客房 12.会前准备工作 13.会议室和会议布置 14.餐饮服务 15.视听需求 16.会议入场式及其他服务项目 17.展览与展示会 18.会议计费和会后总结 附录 译后记

## &lt;&lt;会展管理与服务&gt;&gt;

## 章节摘录

书摘案例 不要纸上谈兵——要真正推销出去 拥有112间客房的安睡饭店的销售最近一直在下降，客房的间夜销售数量下降了，并且由于员工流动，销售员工都没有经验。

今天，销售总监桑德拉·萨维开始培训新的销售人员中的一员德鲁·纽比。

在桑德拉的办公室他们第一次见面的时候桑德拉解释说：“德鲁，要销售我们的饭店，你得明白你销售的是什么，它怎样能吸引你的潜在客户。

” “这很简单——我们在销售客房。

” 德鲁说。

“没错。

” 桑德拉回答说，“不过没那么简单。

要想做一个成功的销售人员，你必须得知道饭店的哪些特色能使你的潜在客户受益并满足他们具体的要求。

” “你是什么意思？” 桑德拉问：“你会怎样向一个从来没来过这里的人描述安睡饭店？” 德鲁说：“嗯，它拥有112间客房，有三层楼，有外楼走廊。

你是指这些信息吗？” “可以这样开始，还有什么？” 德鲁继续说：“嗯，让我想想，我们有一个游泳池，并且我们的价格也很合理。

我们还有一顿丰盛的欧洲大陆式早餐，免费的。

” “非常正确。

” 桑德拉说，“那饭店的地理位置怎样？” “我想我明白你的意思了。

” 德鲁热心地说，“我们有一个客人用的投币洗衣房。

饭店位置在离商业区很近的郊区，这个地区很安全，并且靠近州际公路。

即使我们没有任何餐饮店，在步行范围之内也有许多家庭餐馆和便利店。

” “棒极了，你找到窍门了。

” 桑德拉说。

“你对潜在客户提起的其他事情可能还要包括饭店最近的更新情况，比如像我们刚刚完成的花费为150000美元的客房改建，我们提供的免费电影，以及我们的无烟房间。

这些事情似乎很小，但对有些客人来说却很重要。

关键是要找出你的潜在客户需要什么，然后把饭店的特色和他们的需要联系起来，告诉他们饭店能给他们带来什么利益。

” “所以说并不仅仅是告诉某人我们有可用的客房，对吧？” 德鲁问道。

桑德拉摇摇头说：“是的，那种叫做告知销售。

沿用老一套的销售员就是这样做的一你知道，有进取心的人会试图卖给你一辆你不想要的二手车。

要想在销售中真正获得成功，你得寻找一个与客户都能获益的情况，找出他们真正需要什么，然后给他们描述与他们的需要相匹配的饭店的特征。

不过一定要记住，那可不仅仅是把一条线路/线索卖给他们。

你不能编造关于饭店的不真实的东西。

你只需要尽力使你所有的和他们需要的匹配起来，向客户描述你所有的能够给他们带来各种各样的利益。

这是与客户建立长期关系的方法，从长远来讲，会增加你房间夜的销售量。

” 德鲁想了一分钟后说：“这听上去像常识。

” “这就是常识。

只要听听你的潜在客户的需要，描述你的饭店可以怎样满足他们的需要，再用一点点常用的礼貌，你就会惊讶地发现你竟然可以做得如此成功。

” 桑德拉说。

“常用的礼貌，” 德鲁说，“这我明白，我总是说‘请’和‘谢谢’。

” “远不止这些。

## <<会展管理与服务>>

”桑德拉说，“你做的有些很简单的事情可能会给潜在客户留下深刻的印象，为你赢得终生的生意。例如，到前门去迎接他们并向他们问好，或者甚至到停车场去迎接他们，陪他们一直走到前门；不能等他们到前台去打听你。

在饭店观光期间，把他们介绍给饭店的经理和雇员。

你会惊讶地发现这些细枝末节能把事情搞定。

” “那么你怎么才能弄清楚潜在客户需要什么呢？”德鲁问道。

“很简单——问问他们！另外，要花点时间了解你的市场。

我在与潜在客户见面之前总要做一些调查研究，因此对他或她的需要我就有些概念。

这不仅帮我做好准备工作，还表明我不仅仅只关心做成生意，我还关心他们的需要能否得到满足。

然后，当你领他们在饭店观光的时候，只要问一问饭店里的什么对他们来说最重要，就可以直截了当地回答他们，给他们描述饭店的什么特色能满足他们的需求以及可以给他们带来什么利益。

” “我猜现在有工作等着我做了。

”德鲁对此做出了反应。

“是的，德鲁，不过你能胜任这项工作的。

”桑德拉拿起她的计划书打开后接着说：“我有一个主意。

下周我要安排3次饭店观光。

现在我告诉你我对每一个潜在客户的了解情况，然后你告诉我你会对每个客户怎样推销饭店。

” “第一次观光活动安排的是本地的车站终点站经理，他负责安排长途汽车司机的膳宿。

那些客人通常使用客房八九个小时，也就是在重新上路前要有足够的睡眠时间。

他们需要时间放松，没有社交活动，一般呆在自己的房间里看电视或睡觉。

他们需要特大号的床、干净的房间和别人的尊重。

他们想要感到放心的一点是你没有因为他们是卡车或公共汽车司机而瞧不起他们。

“下一个观光活动安排的是一个公园和娱乐部门的青年足球队组织者。

他负责向外出到这里参加比赛的球队推荐宾馆。

球队的队员一般是12岁到16岁的男孩子和女孩子，他们的父母、教练和监护人都要寻找安全的饭店，附近有吃得起的餐馆和可供孩子们玩的球场。

幸运的是我们饭店的确离足球场很近并且附近有很多吃得起的餐馆。

这些客人需要配有两张双人床的房间，有就地使用的洗衣房。

而且他们选择的饭店还得能容忍运动员，每个人都想过得愉快，可是孩子们可能会非常吵闹。

“第三个观光安排的是一个地方教堂的牧师，他一年举办两次周末夫妻例会。

参加例会的夫妻对价钱很在意，不过他们需要安全、干净、设备完善的房间，有特大号的床和供他们周末享用的设施。

他们大部分时间都不呆在饭店里，不过在早餐时和例会后经常要有一些集体活动。

”桑德拉合上计划书，抬起头来说：“好了，德鲁，该你了。

如果我们能赢得这几个客户的生意，那么我们的客房的间夜数量一年就可额外增加4000个，那意味着1250万美元的收入。

要得到这几笔生意，你会怎样对这几个潜在客户中的每个人来描述我们的饭店？”同期会议 多数会议是小型的。

75%以上的公司会议出席者少于100人。

为了赢得更多会议生意，您必须能够同时接待一个以上的会议。

如果您把整个饭店都包租出去，情况自然就不同了，但在会议活动簿上登记的经常都是一些规模较小的会议。

接待不同的小规模的会议要求仔细的计划。

您不可能与所有团体同时进行谈判，所以要注意不要把公共场所全部租给一个团体，防止自己没有余地去接纳其他团体。

一定要仔细研究人流量以防止混杂和拥塞。

还要考虑团体的不同类型。



## &lt;&lt;会展管理与服务&gt;&gt;

在一个培训班旁边举行校友聚会则要招来麻烦。

您可能会发现招徕接待小型会议的利润是非常高的。

首先,小型会议远多于大型会议。

通常而言,小型会议的组织者不会坚持要低价和要求饭店让步,它们经常提供更多的回头生意,对服务人员的要求也不是很高。

预订一个如同“本垒打”的全包型会议当然是非常诱惑的。

可是,正如稳定、递进的成功“上垒”一样,小型会议通常会赢得比赛,因为它们提供每个饭店所期望的生意——赢利。

使用会议场地的其他机构 某些机构希望或要求饭店向他们提供会议期间同期召开会议的其他机构的名单。

他们试图对自己的会议环境进行控制,而不希望有竞争机构的会议同时、同地举行。

这种对企业秘密的担心不容忽视。

对此饭店要认真小心。

想像一下,IBM的调研研讨会如果与控制数据公司或Honeywell公司的会议在同地、同时举行是什么结果!当竞争者在现场出现时,通常比较随和的会议策划人也变得非常紧张。

而您自己也会发现,一个相对小规模的和简单的研讨会也需要相当严格的保安措施。

您不仅要在会间保持高度安全,而且在会前和会后数天也是如此。

一次只能举办一个一般规模会议的小型饭店可以利用这个机会兜售自己。

在淡季,小型度假饭店可以声称不能接受没有预约的来自竞争机构的散客。

会议组织者可以放心地包租您所有的设施,并得到饭店全力的关注,而不用担心人流量和不受欢迎的客人。

会议组织者可能会要求取消在他的会期同时举行的某个会议。

许多公司在展示会上召开代理商会议。

多数协会负责人对此并无意见,很多人认为这会增加活动的重要性。

但是也有不少人担心在此时召开这样的会议,会把许多代表从主要活动中吸引走。

可以肯定地说,会议策划人对其会议期间的其他与会者和活动很感兴趣。

员工工作程序手册 会议服务经理是饭店内的会议协调人。

他们的工作与饭店内几乎所有部门发生关系。

他们与对方协调时所具有的权威性,在很大程度上取决于各自的性格以及所赢得的尊重。

在许多饭店,会议服务经理对客房部和餐饮部没有直接的权力。

因此经常需要他们利用自己的机智和明辨力来解决问题。

然而,他们在自己的部门内拥有直接的权力,必须起到经理的作用。

这个位置下辖3名至10名会议室服务员,负责会议室的布置。

每个人都要接受有关会议布局的培训。

我们的经验表明,实现此目的的最好的办法是使用员工程序手册。

员工程序手册不是工作说明。

手册列明员工的工作程序,而工作说明主要是管理工具,说明岗位的责任和权力。

程序手册最好包括插图和图示。

比如应该包含类似本章所使用的布局图。

手册还应当包括会议室服务员的每一个工作步骤。

程序手册对于会议服务部员工的重要性无异于总食谱对于厨师。

成功的餐馆之所以成功,大多因为所保持的一贯性;会议服务也应如此。

程序手册确保了会议室布置每天都是统一的标准。

要求员工记住布置会场的每个程序以及所需要的物品通常是很困难的。

手册则包含所有的标准布局,因此是培训新员工的很有价值的工具。

手册还可以包括针对会议服务员的规章制度。

要努力使手册具有独特性。



## <<会展管理与服务>>

小册子的大小应当正合适放在衬衣口袋里，便于迅速查阅。

任何手册都不是永久不变的。

恰恰相反，添置的新桌、新椅和所需要的新的操作技巧都会使手册有所更新。

可以让员工自己就如何更好地开展工作提出建议。

.....

## &lt;&lt;会展管理与服务&gt;&gt;

## 媒体关注与评论

前言本教程第一版问世以来，饭店业中的会展业务发生了巨大的变化。饭店业自身在此阶段也出现了前所未有的变革，行业取得了长足的进展。今天，各类会议、年会、布展和奖励旅游的年直接收入已超出828亿美元，这个数字还在每年稳步上升。

自从本教程出版以来，饭店业的产品服务销售发生了根本性的巨变，饭店行业开辟了广告宣传的新渠道。

国际互联网络和光盘驱动器的先进技术以前所未有的方式在传播并推广饭店的产品和服务项目。广泛使用的计算机技术(笔记本电脑、电子邮件和传真机)使饭店的销售人员和客户能迅速地确定饭店产品服务的周期性。

今天的会议策划者足不出户即可“拜访”到各个饭店。

饭店行业发生的这些巨变和会展业对各种运营规模的饭店所带来的影响促成了本教程第五版的问世。

在过去的几年中，我们不断地整理各个章节，加入了相关的商业刊物文章、简报资料、学生和导师们的评注、书评和研讨会议记录。

这些资料汇集了新的数据组合和经营理念、创新的解释和文章构思，反映出行业的最新研究和实践成果。

这些构成了本书第五版的崭新内容。

新选的图片 and 表格进一步烘托出内容的新意。

本教程前四版的内容都在世界范围的大学课堂和饭店的销售部门得以实践和应用。

早期应用中得到的反馈意见也注入到本版之中。

使人倍感欣慰的是，资深的行业专家对本教程如此评价，“的确如此，这就是实际经营的模式……尽管饭店的运营规模不同，只要遵照本书的经营策略就能取得经营的成功。

”成功的喜讯总是降临到那些善于向客户提供尽善尽美的服务的饭店。

如果一个饭店没有合理的会议设施计划安排，很难使人想像其经营的最终成果。

然而，会议布展业务决非仅仅是对一般设施的要求。

它意味着劳动密集型的人员的积极投入。

《会展管理与服务》的写作目的是作为入门指导和规范原则，向那些目前从事于饭店行业的人士提供鲜活的例证并探讨会议布展的各个层面的因素构成。

本教程的第一部分主要分析探讨各类会议及举行这类会议的行业特点，同时还建议应如何向负责会场选址的人员进行促销。

文章的内容包括对饭店各部门的运营分析、成功的促销方式和员工的服务水准。

本教程还针对谈判和协议信件等议题向读者提供了大量的实用性建议。

教程的第二部分主要探讨会议的服务程序这一关键环节。

一旦客户决定采用某饭店作为举行会议的场地，饭店的员工必须提供相关的服务使各类会议圆满成功。

每一次会议的举行都应被视为广交客户的良好机遇，因此需要饭店的员工具备专业的技巧和知识来争取更大范围的客户惠顾。

对于任何饭店来说，争取回头客源是至关重要的经营策略，如果一家饭店要得到自己在市场上的营业份额，就需要建立一支专业化的会议服务团队。

现代化饭店的高级行政人员必须熟练地掌握会议销售和服务技巧。

这有利于饭店保持较高的人住率，并能填补营业预算中的低谷和淡季及一周内营业平淡造成的销售缺口。

文章还提供了你应关注的客户分类情况，而不应只是一味地去追求客户数量的增加。

在现代化的饭店运营中，如果管理者不了解会展在饭店成功经营中的重要作用，他就不可能在本行业中得以发展，所以，这一十分看好的市场需要学生和专业人员的共同关注。

<<会展管理与服务>>

《会展管理与服务》一书能帮助你顺利步入饭店行业并得到持续的发展。

## <<会展管理与服务>>

### 编辑推荐

《会展管理与财务》第五版向读者提供了会议销售和承办的经营技巧，并针对新世纪饭店发展的新动向，更新完善了饭店销售和承办会议的理论依据。文章中的经营理念已被世界各大饭店集团的会议销售部门和大学的课堂教学所采用，各种销售技巧和程序已被广泛视为会议销售业的惯例。

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>