

# 如何提高 会展服务质量

文 / 石志明

编者按：现在什么都讲求与国际接轨，会展场馆的建设要与国际接轨，办会、办展的模式也要与国际接轨，那么中国的会议和展览的服务质量是不是也该考虑一下与国际接轨呢？

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。会展服务质量的高低，直接影响到组展商与参展商的合作关系。参展商是展览会的主体，主办单位的收益主要来自企业支付的参展费用。因此，主办单位与参展商之间的价值传递是非常重要的。在激烈竞争的市场压力下，随着市场化、国际化的日益扩大，参展商与主办方传统的买卖关系必将难以继续维系。为了组展的顺利进行，主办方往往会尽己所能取得参展商的满意和信任。参展商不再愿意仅仅作为参展费用的支付者，而是希望能够从主办方那里获得更多的服务。

## 国际标准来规范

首先，主办单位要树立服务观念，按照市场化、商业化、专业化的要求来进行服务运作。国外会展发达的国家都有一套成熟的会展服务运作模式，而我国展览业起步较晚，很多展览会都具有较浓的行政主导色彩，主办单位在客户面前，往往是居高临下的指挥者，而不是服务者。开幕式一结束，展览会就宣告成功，主办单位的人员便无影无踪，在国外这种现象决不会出现，主办单位是以服务客户的形象出现的，特别是客户服务中心可以帮助参展商、采购商解决各种具体问题，包括投诉。只要是参展商、采购商需要的，主办单位就应该想到做

到，只有通过优质的服务形成一个固定的客户群，主办单位才能在群雄逐鹿的时代牢牢占据一块自己的地盘。

其次，实现服务流程的规范化、标准化。国内很多展览企业都已经意识到了展览服务流程规范化、标准化的重要意义，如在全国率先获得ISO9000国际质量体系认证的深圳高交会展览中心，就已经创立了一套包括展览业务经营、展览工程、展场租赁、会展物业管理等较为完善的会展服务体系。在展览实践中严格按照规范的流程进行运作，为高交会、家具展、中国国际互联网展等大型展览会提供了一流、高效的会展服务。此外，上海、大连、厦门等城市的会展中心也都相应地建立了各具特色的服务运作模式。

## 制作会展服务手册

在组展过程中，主办单位或展览承办商不可缺少的要为每家参展商提供一本优质的会展服务手册。这本服务手册制作的既要有吸引力，又要通俗易懂，还要标准规范。一方面，不要把手册的读者当作会展界高手，要把他们想象成初入展览大门的新人，把一切可能想到的问题和解决方案都要写进去。另一方面，及时和大会主办方沟通，了解本届展览会服务的新变化。最后，你的会展服务手册应该具有查询方面的功能，可读性强。这种既完整又易查的会展手册，可以节省会展工作人员和参展商的时间，减少摩擦。

会展服务手册主要包括以下几个方面：展览内容方面。包括展览的中英文名称、展览举办城市及场馆的名称、展览日期，包括进场、出场日期；展览承包商名字、地址、电话、传真或其他相关承包商；详述摊位租金付款方式（包括提供材料和服务的程序）；相关规定；叙述展览的内容等；订购单方面。包括正式合同信息、摊位承包公司名称和其他指示标志、家具租借、装潢和地毯、运输、安置和拆除劳工、电力、消防、摊位清理等；其他相关服务方面。包括邀请函、配套宣传策划、住宿及行程安排、交通旅游、视听设备、摄影、花艺、盆景租借、呼叫装置、模特儿现场展示或接待等。

## 服务要务实

会展服务也要体现重实效和“以人为本”的思想。比如，展览会的布局完全以展品大类来划分，方便观众参观；参观者刚踏进展览馆就能得到一份用不同文字编成的会展服务手册或参观指南，展场内还有就餐中心区、休息场所、便捷通道等等。这些都体现着主办方无微不至的服务理念，也充分地体现了会展优质服务的魅力。

最后还需说明的是，会展服务与国际接轨并不是说要把国外会展服务模式全盘生搬硬套地引进来。我们在学习取经的同时，也应该注重推陈出新，开发具有自身特色的服务模式。所以，一个成功的展会就应该把优质服务放在第一重要的位置。”

（责任编辑：顾嫣红）