

《商务公关接待礼仪及大型营销活动策划》

【课程背景】

随着当今社会的日益发展进步，时代对我们接待工作提出了更高的要求。为在商务公关接待中体现“以人为本”的思想，更好地规范接待礼仪，就企业而言，接待、拜访工作做的好坏，往往是本地区、本企业、本部门留给来访者对宾主日后的交往与合作产生相当重要的影响.商务公关接待中涉及到的拜访客人、迎送客人、安排席位、见面礼仪、馈赠礼品、等方面。另外，运用大型活动营销分析、成功营销案例分析、大型活动营销技巧演练三种方法，使员工树立正确的大型活动营销方式，有效地提高服务营销质量。

【培训目的】

- 1、通过培训使培训者懂得塑造与个人风格相适的专业形象
- 2、通过培训使学员掌握接待礼仪、公关、大型活动礼仪等通用礼仪熟练运用
- 3、了解大型活动营销特色，树立正确的大型活动营销方法

【授课方式】

讲授，案例分析，视频、小组讨论，情景模拟、商务动作演练。

【课程大纲】

第一章、拜访、迎宾礼仪

一、来宾的种类

1、以接待对象的身份为标准划分

1)VIP 客人

2)IP 客人

3)SP 客人

4)CP 客人

2、以接待的级别为标准划分

1)对等接待。

2)高规格接待。

3)低规格接待

3、迎接的形式

1)“南飞雁”迎宾线、送宾线

2)“领头羊”迎宾线、送宾线

4、引领礼仪及使用场合：

1)引领手势的种类

斜摆式：

横摆式：

斜下摆式：

2)不同场合的引领

在路上、走廊的引导方法。

在楼梯的引导方法。

在电梯的引导方法。

在会客厅的引导方法。

二、见面礼仪

1、握手礼

2、鞠躬礼

3、名片礼仪

4、问候礼

三、座次礼仪

包括会客的座次、轿车的座次、会议的座次、合影的座次、中餐宴请的座次、西餐宴请的座次等;总的遵循原则为面门为上、以右为上、居中为上、以远为上、前排为上等

(一) 会客的座次

1、相对式

2、并列式

3、居中式

4、自由式

(二) 轿车的座次

Ø 双排五座轿车

Ø 三排七座轿车

(三) 会议的座次

(四) 合影的座（站）次

(五) 中餐宴请的座次

1、中餐宴请的座次

2、中餐宴请的桌位

3、中餐宴请主人礼仪

4、中餐宴请宾客礼仪

(六) 公关礼仪细节

1、花篮摆放

2、开车接待

1) 车的档次

2) 三车接待时

3) 开车门礼仪

4、陪同者礼仪

5、奉茶顺序

四、仪态规范

A、动作语

(一) 手势语

(二) 递接物品礼仪

(三) 呈现物品礼仪

(四) 介绍座位礼仪

B、表情语

(一) 微笑

(二) 目光

演练部分：

电梯礼仪演练

轿车礼仪演练

握手礼仪演练

会议礼仪（演练）

五、商务礼仪修炼与技能提升

1、商务会面---介绍礼仪

Ø 用介绍打开交际之门--自我介绍的原则

Ø 过犹不及----自我介绍的常见误区示例分析

Ø 居间介绍的顺序、方法、禁忌

Ø 称呼的艺术

2、商务会面---握手礼仪与禁忌

Ø 握手时机的选择

Ø 握手顺序的选择

Ø 握手的要领

Ø 牢记握手的禁忌

3、商务会面---名片的使用礼仪

Ø 名片递接三不准

Ø 名片交换的细节与禁忌

Ø 名片索取与拒绝的得体方式

第二章·大型活动营销关键点与工作人员前期准备

一、大型活动营销关键点

Ø 活动的具体指标衔接完整

Ø 活动氛围营造

Ø 产品附着力

Ø 会议现场配合

Ø 后期回款

二、大型活动营销的工作顺序

A、市场调查

- 1.第三方合作方确定
- 2.制作活动方案
- 3.准备物料

B、活动执行

- 1、前期普及、宣传、铺垫时间 10 天内；
- 2、宣传期间收集目标客户；
- 3、邀约客户，确认当天到场率

C、活动营销

- 1、介绍产品、回答咨询、现场配合签约；
- 2、后期跟进签约

三、活动设计 现场执行

（一）活动设计与切入产品

Ø 活动设计（1）体育、才艺

Ø 活动设计（2）优惠活动

Ø 活动设计（3）民生式

活动设计（4）产品展示型

Ø 活动设计（5）服务式

活动设计（6）危机式

Ø 活动设计 (7) 节假日

活动设计 (8) 重大事件

(二) 开展活动五个核心

1. 会议准备

2. 营销配合

3. 永远留有回根

4. 责任跟进

6. 客户需求深度挖掘

(三) 大型活动营销

1. 会前准备

2. 大型活动营销工作流程

Ø “签到和引座”培训

Ø 邀约培训

Ø 主会场流程培训

Ø 活动营运体系升级重点项目

Ø 官方性、安全感

Ø 签单培训

Ø 催款培训

Ø 营销配合

∅ 回款进度

∅ 深度挖掘

(四) 社区营销谈判技巧

1、客户需求创造

∅ 唤起客户对现状的认识

∅ 让客户了解能获得哪些改善

∅ 使顾客产生合作欲望

∅ 促使顾客认同

2、讨价还价时的技巧

3、事件证明法

4、促成交易七法

5、反对意见转化为销售机会七法