**自学考试2020年上半年《会展经济与管理》（专升本）实践性考核报告**

**上海应用技术大学**

考试课程 会展客户关系管理（实践）

报告题目 上海国际照明展客户流失原

因与解决对策研究

考生姓名

准考证号

座 位 号

课程成绩 \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

教师签名 \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

**摘要**

一个成功的现代化展会与良好和稳固的客户关系是分不开的。据不完全统计，国内展会的客户流失率很高，有的甚至高达 75%。如此高的客户流失率不仅会给会展主办方带来经济上和声誉上的损失，还会给整个会展行业带来诸多不稳定因素。本文通过数据采集并结合相关案例，总结了当前会展行业客户流失的现状，并分析导致客户流失的原因，最后结合会展行业的实际情况，提出留住客户、拓展客源以及实行有效的客户关系管理的对策。

关键词：会展主办方；客户流失；客户关系管理；解决对策

**目 录**

**[一、上海国际照明展简介 1](#_Toc31394)**

**[二、上海国际照明展客户流失原因分析 1](#_Toc21805)**

[（一） 创意性办展质量不高 1](#_Toc26684)

[（二） 会展主办方的客户关系管理意识不强 2](#_Toc17355)

[（三） 会展主办方的创新意识不够 2](#_Toc2586)

**[三、上海国际照明展客户流失预防策略研究 2](#_Toc9897)**

[（一） 制定参展商满意的服务营销策略 2](#_Toc21302)

[（二） 建立客户流失分析预警机 3](#_Toc5329)

[（三） 增强“以客户为中心”的管理意识 4](#_Toc20593)

**[四、结语 4](#_Toc22958)**

**[参考文献 5](#_Toc4427)**

在经济社会迅速发展的推动下，目前我国会展业正以 20%年增长率迅速发展，成为我国城市化进程的明显标志。但发展的同时，也存在诸多的问题，尤以客户流失现象最为严重。如果会展主办方不注意维持和客户的关系，不注重客户关系的有效管理，势必会加重客户的流失，更何谈获得忠诚的客户。因此，会展主办方应对客户关系管理引起充分的重视，认真分析客户流失的原因并着手改善和解决。

# 上海国际照明展简介

目前上海国际照明展的定位是围绕照明行业以及企业的照明产品推广服务为主，以短平快的业务类型推动展会营销的高质量发展。目前上海国际照明展的营销定位策略清晰，切入点小而美，是照明行业难得的有知名度的展会。

今年参展商呈献有助于提升能源效益的全方位技术，包括控制、LED 光源及热管理，同时亦展示各种可根据环境、亮度作出调控的照明应用方案。智能照明解决方案已成为推动照明产业发展的主要驱动力，愈来愈多房地产及基建发展商、以及照明设计师在规划工程项目及进行设计时，融入更多的智能照明解决方案。上海国际照明展将聚焦绿色节能及智能照明，引领照明产业走向一个新的发展方向，帮助参展商把握工程项目与智能照明的庞大潜在市场商机。

在办展经验上，上海国际照明展无论在产品展示及研讨主题，均涵盖智能照明的设计和技术层面，包括无线运动控制、调光开关、中央调控、照明和楼宇管理集成控制接口等，成功举办了八届。未来，上海国际照明展主办方能够抓住中国照明市场的发展机遇，为更多的照明类企业提供优质的展销服务。

# 二、上海国际照明展客户流失原因分析

## 

## （一）创意性办展质量不高

目前很多会展主办方在展馆设施、展会环境等方面还有待提升，部分会展主办方招募参展商只在乎数量而不在乎质量的好坏，招募参展观众时也忽视了其专业程度。以上海国际照明展为例，上海国际照明展每年的创意性展会活动比较少， 活动传统，办展效果差强人意。虽然观众对华东及华中地区市场前景看法较好， 但由于上海国际照明展活动质量不高，久而久之，客户就容易流失。

## （二）会展主办方的客户关系管理意识不强

在上海地区类似的会展行业竞争激烈的形势之下，展会项目重复率高导致大多数展会的客户流失，客户流失率不断增加。因此，会展主办方必须花费更高的成本去重新赢返客户。如果会展主办方增强客户关系管理意识，客户流失率就会减少，会展主办方所花费的成本也会减少。会展主办方的客户关系管理意识薄弱表现在对专业观众的邀请不够重视、展后跟客户的交流与互动较少，对客户流失没有充分重视和采取重大举措。最重要的是，很多会展主办方没有意识到在会展行业中展会结束只是会展工作的一半，真正起作用的是展后及时跟进。展会结束之后，会展主办方应该主动征询客户意见和建议，将收集到的意见和建议整合， 然后针对典型的问题加以解决并反馈给客户。因此，该灯具展要赢得客户的信任， 就应该增强客户关系管理意识并采取相应的措施，这样既可以提高客户的满意度和忠诚度又可以预防客户流失。

## （三）会展主办方的创新意识不够

创新是企业发展和进步的灵魂，对会展主办方亦是如此。然而，现在的大多数展会既无特色又无创新。在这种情况下，会展主办方的办展理念创新、技术创新、展会形式创新，就成为决定会展主办方能否赢得市场竞争成功的重要因素。例如，本次展会在办展理念方面环保意识不强，缺乏和国际标准接轨的效果，对互联网＋这样的新概念也缺乏认知。

很多参展商反馈，上海国际照明展在整合营销技术上较为落后，缺乏新型的光影技术、虚拟现实技术等增强参展观展体验的设施。如果该展会不增强创新意识，很多参展商和专业观众参展就只是走形式。这会导致很多参展商不再参展， 流向竞争对手展会。因此，如果要实现上海国际灯具展的发展和进步，就迫切需要鼓励会展主办方创新，推进展示以及参展体验的创新。

三、上海国际照明展客户流失预防策略研究

## （一）制定参展商满意的服务营销策略

服务营销是一种无形化的营销。展会主办方通过充分利用构造服务的有形化因素即服务营销的有形展示来凸显展销服务的特色,例如展会同期活动，使无形的服务变为相对有形化和具体化，使采购商和参展商在采购、零售之前,能正确地辨别服务的性质及享受服务所获得的利益。因此，笔者建议：

第一，会展主办方需加强展会宣传展示系统的建设，通过现代信息技术、许多渠道、许多渠道加强展品信息的交流和更新。此外，上海国际照明展十分重视每次展后报告的梳理，录制现场展销短视频，以展示良好的服务效果。

第二，以新媒体营销为例，会展主办方需提高实际新媒体营销应用能力。新媒体营销系统建设完成之后应该要投入使用，而不是闲置在一边，白白花费运营资金和维护资金。在新媒体营销系统建设的前期，会展主办方就应该对其功能、作用、维护预算进行设计，以提高在信息营销中心落成之后的实际应用能力。

第三，提高参展性价比。上海国际照明展需加强促销策略的执行，以高性价比吸引新老参展商。现场广告机（带搜索功能）、室内立体广告板、三角架广告板、户外立式广告板、LED 屏广告、现场黄金广告牌、展会全场喷画等广告位可以用“买展位，赠广告位”或者转介绍分销制打造营销合伙人体系等策略调动参展商参展兴趣。

（二）建立客户流失分析预警机制

如图一 所示，笔者建议，会展主办方可以制定客户流失管理标准程序，收集客户信息，分析客户流失的原因。对那些已停止参展、参观或转向竞争企业的客户，会展主办方应该派出业务人员与他们深入接触，调查情况原因，区分客户流失的原因，并基于此，对流失的客户进行成本分析，制定挽留策略，实施挽留措施。

竞争者介入

关注市场变化

发现挽留机会

市场竞争

有效应对竞争对

手

制定挽留策略

提高员工忠诚度

实施挽留行动

员工离职

强化诚信意识

客户反馈信息

公司诚信问题

细节疏忽

保证产品服务质

量

评估挽留效果

沟通不畅

有效沟通

自然原因

图一：客户流失管理程序

（三）增强“以客户为中心”的管理意识

要想从根本上树立科学合理的营销观念，首先就要将客户当做企业发展的命脉，会展主办方的客户就是参展商，如何围绕参展商来提供一系列的服务是关键。为此，业务人员需要牢固树立“客户为本”的经营理念。对主办方而言，参展商就是主办方的客户，因此，整个展会都需要围绕参展商为核心，从而提出以“客户为本”的战略发展理念。在营销的过程中，始终以满足客户的要求为原则，以完成顾客的意愿为导向，全心全意为客户服务，降低客户流失率。

# 四、结语

客户流失管理的关键在于会展主办方充分利用客户资源并以此为基础建立完善的销售管理机制。为持续提升展会平台的影响力以及销售业绩，业务人员需通过良好的客户沟通来不断提升客户留存率。为实现良好的发展局面，笔者提出了可行的客户留存优化建议，以期启迪更多的会展主办方持续努力提升参展体验或观展服务更加人性化，更贴近参展商的推广与营销需求，从而提升展会的行业影响力，助力照明行业的发展。

# 参考文献

[1]周志平.进一步推动我国会展业发展[J]. 商业时代.2005（36）：54-56.

[2]胡平, 杨杰.会展业经济拉动效应的实证研究——以上海新国际博览中心为例[J]. 旅游学刊, 2006, 21(11):81-85.

[3]林敏.上海会展产业集群形成机制研究[J]. 商场现代化, 2009(17):131-132.