

从会务服务到会议主办 成功转型的提示

马国宜

上海国际旅游及会议论坛演讲稿

探讨领域

- Conference-商业会议
 - 收费
 - 自有品牌
 - 论坛、行业年度会议、研讨会、峰会等



前景

- 随着制造型经济向知识经济转型，必将得到进一步发展
- A. C. Nielson 调查显示2010年一年内，中国商业会议的增长为40%



能发展多大？

Informa
2011年

参会者收入：

319Million GBP

赞助收入：

63.2Million GBP



差距

中国普通商业会议公司

年收入：



800-1000万人民币

空间---稚嫩



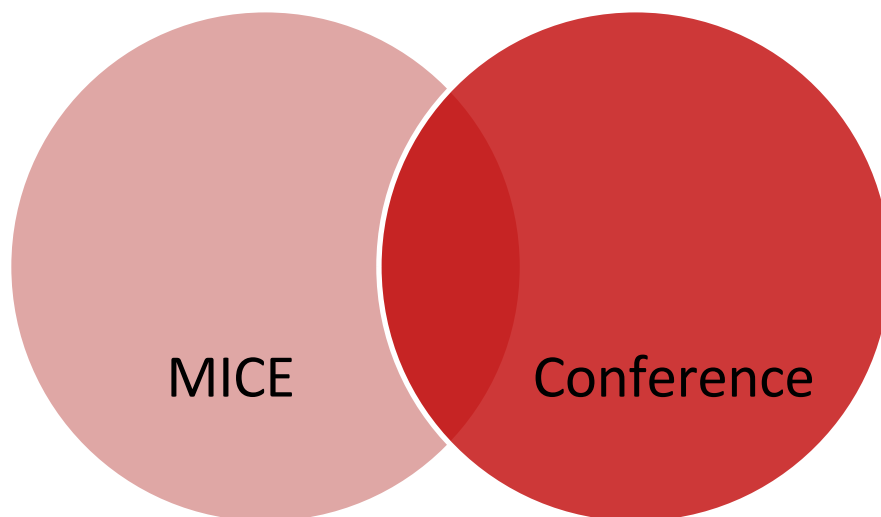
行业需要更多呵护与支持

➤ 与城市发展
高端商务旅游
目标一致

- 固定举办地
- 策划更多会议
- 更多高端商务人士
- 更多国际参与



现象



- MICE服务公司开始关注论坛策划
- 一批旅行社纷纷成立会议展览公司
- 旅行社会议展览公司或MICE服务公司开始介入大型展览或论坛的策划组织



共同的期望

- 品牌化发展

意义？



共同的期望

- 品牌化发展

良好的客户感受；

客户忠诚度-客户维护成本；

正面的口碑-引荐；

竞争优势；可持续发展；增长



愉快的第一次握手-至关重要!



如何确保？



转型必要准备1

知识



1. 何为
好会议?

2. 如何
策划
好会议



转型必要准备2

团队





关于好会议



知识

你最常看到的不一定是对的和好的！例



影响品牌发展的常见现象一

知识

会议灵魂被卖给了赞助商

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：
<https://d.book118.com/687064020103010001>