



闹心的会场布置

案例编号：TJVI-S&M-003

案例名称：闹心的会场布置

发生部门：销售部

案例描述：

公司销售部小邓今天心情特别好，因为通过小邓长期联络，一家企业决定4天后在酒店会议室举办大型会议，想着这个订单即将带来的提成，小邓心里美滋滋的。按照程序，小邓就会议的时间、场地、会场布置等几个问题与客户负责人通过电话进行了沟通。挂掉电话后，小邓直接给餐饮部负责宴会的同事下了任务单。过了一会儿，餐饮部的同事打小方电话来说，任务单上没有关于会场布置的内容不知道桌子应该摆成什么形状的。小邓这才想起来，刚才在电话里，问到会场布置时，对方没有回答，后来又被其他的问题岔开了，直到挂电话这个问题也没再提起。小邓心想，那可能是客户没有什么特殊要求。于是对小方说，这个随便吧，客户没有特殊要求。餐饮部正好今天不怎么忙，而且接下来的几天也没有其他会议订单，小方就安排人手先将会议室布置了起来，以免过几天忙起来人手安排不过来，于是会议桌被摆成了“课桌式”。两天后，小邓在与客户进行工作对接时，客户忽然提到会场会议桌按“U字型”布置，小邓愣了一下，还是一口应承了下来。一挂电话，小邓马上与餐饮部的同事联系，说客户要求会议室布置成“U字型”，小方一听就有些恼火了，“之前不是说随便么？我们都摆好了，你们又变？”小邓有些尴尬，但仍硬着头皮回道“客户说要变，我也没办法呀！”无奈，餐饮部又安排人把会议桌重新按客户的要求摆成了“U字型”。小邓满意的看了会议室的布置，心想一切搞定，只要会议前一晚与客户进行确认就OK了，于是，也没将工作进展与客户汇报。会议明天早上8点就要开了，小邓按照程序与客户进行最后确认，沟通过程中，客户提到，新上任的CEO喜欢环形布置的会议室，要求酒店将会议室布置成环形的。小邓一下子就傻眼了，现在已经晚上10点了，会议明早8点就要举行了，上哪儿造人重新布置，况且上次的重新布置已经让餐饮部的同事十分不满，这次再变……想到这里，小邓顿时头大不已。

案例分析：

销售部与其他部门的对接是有严格规范的，销售部通过与客人的沟通对接，得到订单的详细内容，再将各项要求按照公司统一的表单一一填好，下发到需要负责的部门手中，由各



个部门负责执行。案例中的小邓，虽然按照程序向客户询问了要求，但是在没有收到具体的回复时就按照自己的理解自作聪明的下单了，这是典型的不按照规范工作流程操作。此外，餐饮部负责布置会场的人员，在没有得到最后确认的情况下提前进行了会场布置，也是没按照规范的工作程序进行操作。二者对造成的重复工作、人力浪费都应当担负一定的责任。

事件解决：

工作就是工作，顾客提出的要求必需满足，无奈之下，小邓只好拨通了小方电话，小方一听又要重新布置，立马就发火了，“你到底有没有和客户谈好啊？老是变来变去，得降低多少工作效率你知道吗？我们部门的同事已经非常恼火了，现在又要变，我都不知道怎么交代！”小邓只得不住道歉，好说歹说，小方终于同意帮忙解决这事儿，连夜向餐饮部的同事挨个打电话，请大家4点起床，5点到达酒店布置会场。所接到电话的同事都怨声载道，但是为了酒店的名誉和利益，又不得不服从安排。最后，会议室赶在会议开始前布置妥当，会议也召开的很成功，所有人都松了口气。但是小邓酒店的人缘却一落千丈，大家都不愿意和他共事了。

案例反思：

虽然最终事情得到了解决，但是其中浪费了大量的人力，增加了工作内容，降低了工作效率。这难道不能引起许多酒店销售人员的反思么？严格按公司程序办事很难么？多找客户确认几遍详细信息很难么？作为联系客户和酒店工作的纽带，一定要具有高度的责任感，对信息的上传下达要准确，否则会带来许多不必要的麻烦。此外，酒店的各个部门间，一定要加强工作默契和工作规范性，相互监督，对不确定的客户因素，要反复确认，并在执行后，第一时间向客户汇报进展，以随时了解客户的最新需求。

案例启示：

- 1.酒店销售人员要具备“刨根究底”的职业素质，对于客户没有给出明确答复的事项，给予追踪报道，而不是想当然的自作主张；
- 2.酒店部门间要加强工作默契、相互监督工作规范性，员工之间相互体谅，加强工作的责任感；解决问题很关键，但是避免问题发生才是解决问题的根本办法。