

项目概要：1月13-15日，2019“特地负离子瓷砖·道农杯”中国企业家高尔夫球队广东兄弟情邀请赛在佛山举行。本站赛事活动得到了球队全部的17位广东队员的全程赞助，本站有40名队员出席。项目前期启动周期共14天(10月30日-11月12日)，团队3人，通过项目团队的共同努力，三日的活动顺利完成。以下是团队对项目从前期设计到现场运营做出的复盘及分析。整个项目小结共五部分--团队成员及分工、核心目标、基本面、完成情况、挑战与收获。

工作挑战：本次现场工作团队相较上次减少一人，每人又负责两项以上的核心工作或环节。为了保证每一样工作都执行到位，做了一张分工表（示例如下），提醒三个人每一样工作按照规定标准和规定时间完成。

佛山站分工表				
日期	提前准备工作	完成情况	当日工作	完成情况
11月12日 (周二)	1、了解行程和分工@an 2、建立工作群@47 3、邀请函及提醒话术@47 4、赛事、赛制说明@袁洲 5、携带：队旗、植树证书、打分卡、道农杯@47 6、传播：1 确定传播核心信息点、设计传播亮点、锁定主要的合作媒体范围、设计主要的传	1、对接特地，确认采访细节@47 2、对接苏总团队，确认球赛和晚宴和接待@an 3、对接摄影师@西冬 4、对接车辆安排人，大巴司机@47 5、对接裁判@袁洲 6、确认主持人@47 7、检查背景板@47		
11月13日 (周三)				
09:00-23:00 签到 入住佛山希尔顿酒店	日程PDF和EB的更新、发布@47	√	确保礼品入住房间(段总的球和兄弟情帽子)@47	√
11:00-12:00 佛山中信山语湖高尔夫球会开球	确认队员往返行程、安排车辆以及对接接机人@47	√	1、确认接送机无误 2、和接机人保持联系，和球包负责人确认好球包信息	√
18:15-18:30 车程至太子酒家	提前确认宴会厅位置和菜单@47	√	集合人数无误@47	√
18:30-20:00 欢迎晚宴-太子酒家	确认报名人数@47	√	确认球包收集送至球场@47 (马大夏 清印)	√
11月14日 (周四)				
07:40 Morning call/早餐	让酒店设定morning call@47	√	1、确认餐厅无队员@西冬 2、核对好人数量，集合出发@47	√
08:30 酒店集合、出发	提前一晚沟通大巴车司机提前20分钟到酒店@47	√	提前去特地，现场会检査@袁洲	√
08:30-09:00 车程至特地陶瓷总部	确认苏总团队是否有工作车提前带袁洲等去球场@47	√	1、特地接智勇13702922921随车引路 2、大巴队到达后去澳洲去球场 09:00-09:35 参观特地负离子科技馆(1楼) 09:35-09:45 播放 CCTV《对话新品牌》视频 09:45-10:25 冯红健总发言、互动交流 10:25-10:40 参观特地人文楼(5楼)	√
09:00-10:50 团队访问走进广东特地陶瓷有限公司	苏总团队和袁洲一起带着特地定制的28个奖杯去球场@47	√		√



2. 核心目标

①出席率

目标：55%（44 人）

结果：49%（40 人）

②小鸟计划

目标：帮助 11 位小鸟

结果：完成 11 位小鸟的认领

3. 基本面

①呈现时间（3 日 3 晚）

2019.11.13-11.15

②核心环节（8 项 + 6 个场地）

学习部分：队企访问（特地总部）

3 场高尔夫赛事：13 日练习赛（山语湖高尔夫球会）

14 日差点赛（佛山高尔夫球会球会）

15 日团体赛（云东海高尔夫球会）

4 次用餐：13 日欢迎晚宴（太子酒家）

14 日颁奖晚宴（佛山高尔夫球会球会）

苏格兰威士忌之夜（特地总部）

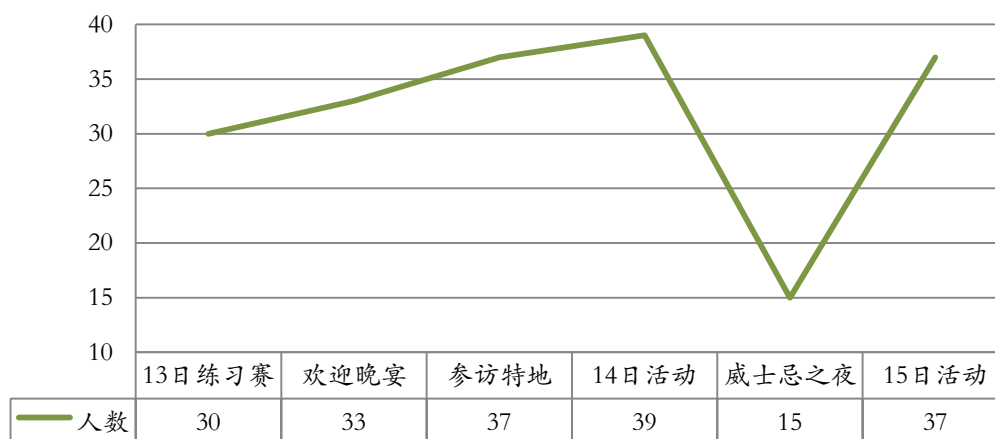
15 日颁奖午宴（云东海高尔夫球会）

住宿：佛山希尔顿酒店

③规模（40 人）

队员 48 小时内 1 人取消，俞春雷（公司临时紧急事务）。

以下为各环节出席人数：



4. 完成情况

- *出席率：出席率 49%，未完成目标 55%，主要原因是活动启动较晚(10 月 30 日)，在和队员一对一沟通中，了解到很多队员已经提前做好安排工作，也有部分队员因为活动周期工作日打球而排不开
- *流程把控：偏差小，所有日程的时间安排都在既定安排的十分钟之内完成(尤其参访环节结束时间比日程只多 1 分钟)，无拖时或提前结束较早的情况
- *学习：完成 1 场学习环节，队员出席率超过 95%
- *公益：完成 11 名同学全部结对完毕
- *运营：赛事得到 17 位队员集体赞助支持
完成运营预计(最终报销核对中，但整体未超出预算 6 万元)；
- *球赛：今年首次采取差点赛结合团体赛赛制，队员体验好，球场体验好
- *晚宴：-颁奖晚宴及午宴有热度、温度、互动交流好
-克服惯性思维，不做简单重复，根据实际情况安排设计流程
-增加了 11 月生日会环节，以后每次赛事都可考虑增加当月生日会环节
- *风尚：-球队风尚呈现到位，并无队员忘还消费本情况（是球场一开始没找到）
-积分 48 小时内发出，扣分队员都做了当面的沟通
- *团队：现场执行，搭配高效，每人两项以上复合工作，互为 AB

5. 挑战与收获

挑战一：与多名主办方沟通协调

无第三方执行公司，多线条对接：首先在活动启动后，与 17 兄弟的召集人进行电话沟通，确认主办方分工：王礼贤--赛事、张志雄--宴会、苏治昌夫妇--落地执行、特地团队--参访、奖杯制作、威士忌之夜。根据分工，与相应的队员对接相关工作，分小群同步推进，对接线条增多。团队在整个过程中发挥核心执行作用，根据实际资源，拥抱变化，优化方案，确保项目按预定目标呈现。

赛事名称分歧：主办方要求活动名称为 2019 “特地·负离子瓷砖·广东兄弟情·道农杯” 中国企业家高尔夫球队 XX 赛，在反复的沟通中，了解主办方的真实诉求和重点，又结合 CEC 的标准，最终提出了 2019 “特地负离子瓷砖·道农杯” 中国企业家高尔夫球队广东兄弟情邀请赛，得到了主办方的一致通过。

创新：在活动筹备中，充分融入广东特色。与主办方就每个细节沟通，包括舞狮、多人开球的形式、特色奖杯的选择等等。，不仅体现了东道主的周到及用心，也增强了现场的气氛和队员体验。

收获：在沟通技巧上，既要表达出对兄弟团意见的重视与尊重，同时时刻以 CEC 标准为准则，保证活动品质。在活动设计上，融入当地特色和实际情况，勇于创新。

挑战二：学习内容的把握

本站应东道主邀请参访特地总部，前期团队内容功课和策划主要来源于青岛站对冯红健的采访与对特地公众号的研究--了解到冯总的管理模式亮点，并邀请特地唐奇博士主要分享负离子瓷砖部分，本打算采取参观+双轮分享交流的模式，由于唐奇博士出差，后调整为参观+分享交流+参观的模式。

先后与特地团队就内容及形式进行多轮讨论，到达佛山后一次提前走场、一次和冯总最终沟通。最终呈现上，队员参与度高，出席率超过 95%，内容分享上队员参访更大获得的是对特地负离子瓷砖的了解以及冯红健管理模式的了解，达到团队预期。

收获：

一方面做前期充分做好功课，了解分享人的商业历程和参访企业特点；一方面和分享人深度沟通，让他讲自己最擅长的内容，并且找到内容中容易引起兴趣的话题，让参访的队员有收获和有价值。

挑战三：赛事的设计与呈现，采用新赛制

收获：

赛事设计发挥主办方智慧（组织上）：按照球队运营思路，本站赛事组织方面首先确认分管队长对赛事建议，张岷队长表示尊重主办方的意见，然后确认了本站两天赛事的赛制，推进中团队协助王礼贤总，预先准备好报名队员的差点，并对不够准确的差点与队员一一核对，准备好赛制方案，赛制信息传达到位、赛程执裁流程严谨。

利用好球场裁判（执行上）：本站没有额外聘请裁判，两天协作的都是球场本身的国际级裁判，保证了赛事的顺畅进行，规定时间完成规定动作。一个启发就是在未来的赛事中，利用好球场自有的裁判，提前沟通和准备到位，省去不必要的支出。坚持“赛事轻运营”原则，项团队也在不断完善赛事的规则、计报分系统、巡场细则及执法要求，努力以制度化的赛事体系来高标准要求裁判并减少赛事争议。

球场好（体验上）：本站主办方锁定好球场（山语湖、大佛、云东海），既考虑了球场状态，也考虑了队员的新鲜感，保证了队员的良好体验。以后的赛事活动上，同样要考虑到这两点。

挑战四：个性化服务的细致度

收获：

本站增加了一共两个个性化环节，完成的效果均不好。一个是段培毅新婚信息的分享，提前沟通段总，希望他可以晚宴分享，段总要求低调处理，所以在微



信群通知的时候，没有把握好尺度，并未将段总分享球的源头讲清楚，后经 Maggie 提醒后及时补救。我的反思是以后不要过度关注在某个点上，忽略了过程的细致。

在服装定制的工作上，足够细致但是不够灵活聪明。提前和 Maggie 确认了要在颁奖晚会上介绍赞助商，但是忽略了正式介绍赞助商与同队员分享消息是两件事，应该在去酒店的大巴上先分享。以后应该**即时并且较轻松的方式**去释放好消息。

挑战五：酒店、场地的选择，减少队员转场次数

收获：

宴会选择在球场或在酒店：这次活动，球场和酒店最先确认的是球场，苏治昌总夫妇在主办方中负责具体执行这一块，经过提前选场和过往打球体验，确认了两场宴会都在球场，第一天打完球在球会吃饭时间安排效率高、人气旺(到酒店晚宴通常大家回房在陆续集结)，第二天送机方便。

酒店的选择上要符合两点要求：性价比高 + 整体体验更顺畅，所以选择了距离特地最近的希尔顿酒店(14 日第一个活动和最后一个活动都在特地)，并且价格比携程低 23%(团队价 500 元 VS 携程价 649 元)

挑战六：传播版块

针对本次活动，提前确认传播逻辑：

- 1、现场拍摄编辑了小视频，发布参访和赛事小视频各一段；
- 2、照片分享才用云平台的模式（以后都是这样）；
- 3、文字传播重点放在队员冯红健企业的发展模式和行业、产品特点上，通过文末小视频略带球赛信息。

