# 南宁艺术展会工作总结(推荐29篇)

来源：网络 作者：青苔石径 更新时间：2023-11-03

*南宁艺术展会工作总结11.国外展会要选好，像抵制货或者是局势动荡的地方如俄罗斯 请慎重选择，。2.如果参加国外展会请慎重选择组展和展品公司。3.如果有展品需要运输，与组展公司签订时候要强调组展公司要保证推荐或者是指定的运输公司要保证展品在展...*

**南宁艺术展会工作总结1**

1.国外展会要选好，像抵制货或者是局势动荡的地方如俄罗斯 请慎重选择，。

2.如果参加国外展会请慎重选择组展和展品公司。

3.如果有展品需要运输，与组展公司签订时候要强调组展公司要保证推荐或者是指定的运输公司要保证展品在展会前运到摊位上，如果运输不到或者是展品在开展后才到他们承担损失百分之多少。

4.展品运输时候要与展品运输货代公司签订运输，保证展品在展会前安全到达，如果不到他们承担损失的百分之多少。

5.即使签订合同还不够，最好能够在协议上协商展品到摊位号再付款。

6.对于组展公司的免责条款要慎重看一下。合同是不是能签。几乎所有的组展公司会罗列出很多免责条款，也就是说展商不注意，如果展商遇到损失，他们组展公司会推脱的一干二净。

以上是我的一些，也许这种事情很少会遇到，不过我就是想提醒各位参加国外展会的公司对于合同条款多注意一下，对于要的组展公司和货代公司要慎重选择。国外展会（2）：展会

展会费用：36820（展位）+8440（飞机票两人）+3456（住宿）+2360（签证）=51076

（10）展会开端之前，应当把展会停止国的客户和潜在客户清算出来。展会竣预先，参展人员没必要急于回国，应当去访问访问来过展台的潜在客户和清算出来的一些平常平凡在家里堆集的潜在客户。归正签证也办了，飞机票的钱也了，来都来了，不如多做点任务。退一步讲，即使展会后果欠好，我们还可以去访问其他的客户，定有播种，也不会白跑一趟。 关于开拓市场。市场的开拓，光靠坐等在家里是不行的，效率大大折扣。生意不克不及靠等，靠抢。若是不克不及找到靠得住的代办署理帮你鼎力的开拓市场，那末公司就要有伶仃的在里面开拓市场的人。等堆集了必然的客户以后，完全可以跑到客户的公司面临面详谈。也可以和展会的时候凑在一，插手完展会去访问客户。绝对和在家发发邮件后果纷歧样。访问完客户以后，我必定也对这个市场有了必然的体味。为今后的打举动当作铺垫。一举多得。

（9）代表公司去参展的人必需懂手艺和有决定权。

（5）参展竣预先，站在用户角度、行业角度、媒体角度来有打算的撰写软文，然后把这些软文宣布在不合的网站上，《》()。操纵收集的优点加大公司出名度。也可觉得今后要插手此展会的企业供给倡议。

展会津贴：15000-XX0元（经由过程组委会一致请求）

中国组委会鼓吹误导。明明是管材展，鼓吹的时辰却称是机械工业展。关于此点，今后要接收经验。绝不再轻信那些小单元。要随着正轨的单元走。

（6）建筑网站相关主题的电子书，然后在电子书中合理融入奉行。然后把电子书放到成千的下载网站供恢弘精准受众免费下载。同时鼓吹我们公司的网站。

参展无益于集思广益，视野。这是一个陈旧的事理，相当于闭关锁国和鼎新关闭之间的对照。听听这家企业是如何做的，看看那家是若何生长的，有茅塞顿开之感。

（8）针对机械行业，参展时带一到两个小型的具有代表性的产物，特别是在亚洲参展时，拼箱运输费用较少。既然展会已插手了，需求的投入仍是要的。有展品在现场给客户很直观的感触感染。亲眼目击是人类斗劲信任的编制。

对外贸，有几个环节很首要：经管，手艺，发卖，售后。

此次展会观众很少，首要启事小我认为有以下几点：

（2）参展打算肯定后，用电子邮件和传真向每个客户或潜在客户各发一封延聘函，延聘他们来插手。一来申明我们公司可以国外参展，实力是不错的；二来，客户接到延聘，感触感染本人很受看重。即使他们禁绝备插手，也会答复邮件说声抱愧，热诚就在来往的邮件中

增强了。若是有的客户答复说对这个展览很感，可是没时候插手，那末展会竣预先，可以给客户发送邮件申明一下此次展会的景象，倡议他今后要不要去。客户会感触感染你向他供给了有价值的消息。

但播种仍是良多，由于观众较少，参展商时候较多，是以经常停止内部。有以下感应： 汇集展会：经由过程对此展会数据的收录和展会本质的研讨，肯定公司是不是要插手这展会。

售后。这世上最难的任务就是让他人信任你，更别说让一个目生人信任你。所以你要若何说服潜在的客户去采办。拿我们的产物来说，一个不大也不小的机械装备。客户不克不及问我要样品，然后说遵循样品来临盆，否则拒收。这对我们这类机械来说不。所以客户在斗劲认可我们的手艺和被我忽悠的差不多的根本上还得追求保证。这就是售后。首先我们得保证安装调试的顺遂停止。若是客户能本人把这个任务处理还好，若是他本人不克不及处理，这对生意联系的成立就有很大妨碍。我们畴昔安装调试，签证费，往复的机票，食宿等都得花钱。估量这些加起来，我们的对象也不实惠了。客户也不情愿省事了。其次，若是产物在今后的使用过程中泛起成绩了如何办？这个客户得斟酌，所以要售后。若是真泛起成绩，我们要派人畴昔，又得破钞人力物力财力，大大的不划算了。

关于代办署理。虽然说地球村，可是国与国之间的距离仍是具有的。所以代办署理是一个斗劲好的处理编制。若是我们取得相关消息，而本人谈下这个定单又斗劲坚苦，便可把消息流露给代办署理，让代办署理和他们面临面的去谈。这样的几率大了良多。另外我们必需对代办署理停止，让代办署理体味我们的产物，这无益于他们跟客户的构和。这样今后客户的产物出了成绩，可以让代办署理去维修。所以代办署理既可以帮忙我们开拓市场，又可同时处理售后的成绩。虽然在一开端的时辰能够省事点，又费点钱，可是一旦成功，可以说是一劳永逸的编制，省钱，费神。虽然，这类编制要以找到靠得住的诚恳想与你协作的代办署理为根本。若是客户传闻你在他的国家有代办署理，我想，他也会感觉心里结壮了点。

（4）可在电子杂志上刊登参展消息。

**南宁艺术展会工作总结2**

针对这次展会

1、参展意义不大，下次选择的时候要慎重

2、展会沟通还是要更到位不要被工作人员忽悠切记好的展会是不会总是给你预留展位的

3、展会布置要有针对性

先说说我对展位的看法，我们是小行业，应选择专业性比较强的展会，一年在世界各地有不同的展会，如何正确选择适合自己的展会哪，除了自己去网络上了解一些信息外，其实最好的信息来源是你的业内的竞争对手。那些做了十多年每年都参展的大公司，在这方面应该是比较有经验的，所以他们去哪个展会有很高的参考价值。

要把展会搞好，分三步骤，第一步、展会前的准备第二步：展会上的执行第三步：展会后的跟踪，如果这三步每个环节都做好了的话，没有客人是不可能的，下面就和大家分享一下我的这三步是如何进行的

第一步：展会前的准备

1、邀请函：

a、告诉客人你们的位置，展位的时间这一步非常重要，如果你能把你的老客户都约到你的展位上，只要你有新产品，基本上有新订单是很容易的事情。对于那些在你们这里订单量不是很大的客户，最好的方法就是多介绍品种给他做，这样订单量也就自然上去了。

b、给客人的邀请信，除了告诉你们的展位号和新样品的新信息外，最好还是能附上你们的装修图给客这样的话能方便客人找你。因为展馆如果大的话，客人一下就转晕了，有些展位没有写展位好是比较难找的，如果有装修图的话，就很方便了。在这里提醒大家，展位号最好显示在比较明显的地方，这样对客人来说方便很多。我自己经常去客人展位上拜访的时候，发现很难找，因为大多数自己装修的展位都没有展位号，我觉得这点可以改善。

c、注意约见客人的时间，基本上可以半小时约一个，对于那些事先有很多内容要谈的客户，而且谈话内容估计比较艰难的客人可以预算一个小时。

d、约客人的时候，要考虑如果约的是大客人，尤其是一个国家和地区，或者互相是竞争对手的，千万不要约的时间很近，这样职能对自己没有好处。大客人通常都希望竞争对手越少越好，而且经常会要求公司进行产品的市场保护。所以要小心，千万不能在一个客户面前提及同一地区和国家的大客户。

e、以上做好了还有最后一个环节，就是要客人在展会期间的手机号，或者是酒店号码，这样的话即使他没有来的话，如果忘记了，你都可以及时提醒他。

f、关于约会时间上其实也有一定的讲究，就是那些非常重要的客人最好约在最前面，因为万一他没来的话，你可以打电话给他，不至于束手无策。

2、展台装修：

a、装修简洁大方就好。颜色要和产品有对比度，很重要。

b、但是灯光的效果很重要，灯光可以烘托出产品的质感，如果没有选对，反而降低产品质感，所以要稍微研究一下，选择一个对比度好的灯光来展示产品，灯光一定要够亮，但是又不能太热，如果太热的话，一个可能会破坏产品，另外就是太热了会另客人很烦躁，影响谈判

c、有个能隔音的房间也很重要，那些大客户就可以在这里谈，来一个收拾一个。

**南宁艺术展会工作总结3**

一年来，全镇广大干部职工认真贯彻市经济工作会议和全镇工作经济会议精神，继续推进“工业立镇、商贸活镇”战略。积极对外招商，拓展会展市场，同时鼓励本镇企业“走出去”参加布展。现将我镇20xx年会展工作情景和20xx年工作思路总结如下：

一是加强组织领导，构成工作合力。会展工作是一项具有蓬勃发展潜力的新型工作，同时这项工作又涉及各个职能办公室，为此我镇于年初就把会展工作纳入重要议事日程，并系统列入镇年度目标考核资料，成立了镇会展工作领导小组和会展办公室，配备了联络员，进一步加强了领导，明确了分工、落实了工作职责，构成了线上工作分头抓，中心工作共同抓的局面，确保工作顺利展开。

二是理清工作思路，制定会展计划。镇会展工作领导小组在认真分析我镇会展经济发展现状，在年初，召开了会展工作会议，经仔细研究，并结合任务要求，研究制定了切实可行的会展工作计划，以办好一节（杨梅节）、配合好二会、组织好三展为工作目标，细化职能，使会展工作有章可循。

三是加大宣传力度，营造良好氛围。为进一步做大做强会展产业，提高知名度，镇专门召开专项工作会议，研究部署会展工作。经过召开企业老总座谈会、各类会展推介活动等形式宣传办展环境，充分利用广播、有线电视、宣传窗、黑板报等手段加大会展工作宣传力度。例如在杨梅节期间，我镇各主要道口均设置醒目宣传标语、标牌，极大地展示了马渚镇特有的西山白杨梅文化。

四是找准自身定位，积极配合参展。我镇积极响应市委、市的号召，根据会展办的总体安排部署，充分挖掘自身潜力，不断鼓励辖区内贴合要求的\'企业参展。其中，积极配合市组织的“二展”，今年我们共有二家企业参加会展，共有126平米的展览面积，取得了较好的效果，得到上级一致的好评。组织好本地企业参加二期广交会，20xx年，全镇共有48家次企业参加广交会，用有展出摊位60只。积极组织参加了第十二届浙洽会和市洽会。同时积极组织参加第10届中国国际日用消费品博览会。同时，积极配合市级的各种会展工作，有宁波汽车零部件展，中小企业对接会，20xx中韩设计对接会，20xx年小家电设计大赛等等。

一是加大引导，不断调动企业参展的积极性。20xx年我镇将定期召开规模企业负责人座谈会，深入研究会展工作，逐步提高企业参展的意识，促使企业深刻理解展会是市场与企业互相了解的重要途径和发展手段，经过产品的展示能吸引客户，拓展和建立市场，展会也是企业走持续发展的重要平台。此外，积极组织好塑博会、小家电博览会、宁波汽车零件展等参展活动。

二是积极调研，以展会助推产品产业转型升级。深入调研马渚镇各行业及块状经济的发展动态，把握发展趋势。同时密切关注国内外知名展览机构在新兴产业领域开办新展的动向，从而做好双向互通工作，引导企业与之对接，自愿配对，积极参展，实现马渚企业在产品产业转型升级的新突破。

三是整合资源，进一步挖掘会展潜力。进一步整合展览资源，充分利用现有的工作资源。同时更加重视系统外展览工作资源的整合，进一步加强与市会展办和其他展览机构的交流与合作。高度重视专业队伍建设，以为人本，探索建立展览业务人才的培养与发展机制。

**南宁艺术展会工作总结4**

在公司做销售这么多年，经常跟随公司参加国内各个行业举办的专业产品展示会，此刻的展览会已经不是简单好处上的展示产品、推销产品、购买商品的场所。现代展览会已经快速发展为交流和获得信息的中心。参加展览会也成为了企业整个市场拓展工作的重要组成部分，推广和宣传公司品牌展示企业实力和形象的绝好时机。

参加多次的产品展会，略有心得，期望与同事共享。

销售人员接到公司的参展通知时，就开始准备本次参展的前期工作。首先就是：

客户的邀请。展位确定下来后，其中很重要的一项工作就是遍发英雄帖，邀请客户届时参观你的展位。邀请函要注明展会的名称，时光，公司的展位号，参展人员及联系方式，顺便也可附带一下最新推出的产品。邀请的时光一般在展会前一个月左右。这样做的好处有很多，首先，你告诉客户你参展了，是在传递你有实力参展的信息；其次，参展商由被动的等客户变成主动请客户，效果更加明显；再者，应对面的沟通要比电话或邮件沟通要容易的多。参展时公司往往配备专业的技术工程师，应对面的沟通更能了解客户的产品需求及应用，能获得事半功倍的效果。

产品知识再学习：对于参加专业产品的展示会，参展人员必须要对自我本公司的参展的产品知识有更多的了解，以便我们在会议期间正确的引导客户。我们公司与其他公司不一样，产品领域涉及比较广泛，所以要针对此次参展的重点来学习相关的产品。比如：光电展就多学习了解陶瓷插芯及陶瓷套筒方面的知识。上海电子展多学习片容片阻方面的知识。LED展就多了解我们的LED陶瓷基座方面的知识以及他们所有的应用等。

如何会出现以上标题？参展前的各项细致的准备都是为展会做铺垫的，参展中与客户的交流至关重要。细节决定成败，在参展过程度需要注意一些细节：

持续斗志：参展人员必须要注意自我在展会中的形象，站立迎宾，精神抖擞，良好的精神面貌不但体现了公司的活力和蓬勃向上的氛围，更能向客户展示自我的良好素养提升客户与我们合作的信心。

胆大心细：应对光顾展位的客户，不要胆怯，要主动打招呼，观迎进来参观。可是专业性的展会会有很多同行参展，所以对于与竞争对手的交流，要做到有所保留，但更需要互相的沟通交流，尽力从对方的言谈中，了解到行业信息。做到知己知彼，方能百战不殆。所以参展也是对同行进行全方位了解和摸底的关键时刻。

接待老客户：

1、询问客户对以前使用的产品有何推荐。

2、询问客户将来需要的产品及具体的数量。

3、了解客户与三环后续合作的份额及规划。

接待新客户：了解对方是厂家还是经销商，主要生产产品，所需求产品的数量。因为在展会期间来访人员比较多，不会沟通很长时光。所以要留下对方详细的联系方式，若来访人员不是采购，请对方推荐并索取采购人员的联系方式，以便后续跟踪联系。

资源收集：销售人员信息渠道十分重要，所以在参展难得的机会中，建立后续行业信息来源的渠道。与媒体或客户互留产品宣传资料，索取样本。起到资源互补共享的效果。

谨防探子：展会上经常会碰到同行中的探子，他们会扮作客户来套我们的价格和我们的产品宣传资料及技术甚至客户资料，所以对此我们的\'参展人员要持续高度的警惕性。对于索取我们资料的人员，我们需要详细询问他的需求及他们公司状况，根据决定来分析是否后续的进一步接洽。

参展结束，只能说工作只进行一半，真正起作用的是展后及时跟进。这时我们需要做到的是：

客户分类：根据展会上与客户谈判的过程及结果，将客户分为正式客户，潜在客户，无效客户。那里的正式客户是指老客户。潜在客户即指对我们的产品有明确的订购意向，只需进一步跟进，确定一些细节即可订货的客户。无效客户指仅在展会留下名片，没有进行过交流，且对方仅是收集一些资料的客户。将展会期间的客户记录进行梳理，与客户对应起来，再做进一步的沟通接洽。

联系客户：给客户发邮件，邮件中体现出参展的资料，感激客户的关注。对重点客户要重点联系，先联系重点客户，分清主次。若参展中有与客户的合影照片，顺便发过去，做为纪念。

回复客户：邮件发出去以后，陆续会收到一些回复。对这些回复要认真阅读，掌握客户的真实的想法，针对客户的回信资料及时复信。如果客户需要就某产品的报价，那就专门为客户制作报价单。

再次跟进：如果客户对我们的产品及价格比较满意，我们就诱导他购买产品，按照公司销售程序，进行初期合作。如果我们发了邮件，客户没有反应，一个礼拜后再发一封与上次有所变化的邮件或电话询问结果。以便我们确定此客户后续合作的可能性。

公司参加专业性的行业展，不但能在同行业中秀出自我公司的产品实力，更贴近的服务于客户，也并能从相同参展的客户当中，看到自我的不足，不断完善自我。也许从某次的展会当中，不能立竿见影的见到成效，接到很多的订单。但我相信透过公司的大力宣传及推广，再加上后续开发工作的跟进，多与行业里各方面的信息融汇交流，让专业的展会真正的成为服务于我们的品牌的推广，产品的展示及公司实力的展现，所以让三环的品牌效应遍布中国，走向世界。

**南宁艺术展会工作总结5**

紧张忙碌的家具展即将结束，第一次参加展览，感触颇深。看着身边的领导和同事，都瘦了。虽然没人喊，但我知道大家都觉得“累”，因为我也有同感。在尽力做好本职工作的同时，大家都在积极配合团队的工作。虽然不完美，但他们仍然展示了一个团结高效的团队。作为其中一员，我觉得很幸福。努力是有回报的，相信大家的努力一定会有丰硕的成果。

在此期间，作为后勤保障人员，我主要负责酒店入住和接待客户。看似简单，实则繁琐。在最大限度满足客户需求的同时，要坚持节约原则，不浪费酒店资源。东莞家具展16日正式开幕。在此之前的一两天，分散的客户来参观工厂。前两天两个和尚有点不解。我会提前拜访木兰酒店的何经理，询问一些细节，以便更合理地安排客人入住酒店。一开始，我整天都很紧张，害怕犯错。我渐渐熟悉了整个过程，才觉得轻松多了。但让我清楚地明白了“台上一分钟，台下十年”的道理。工作再简单，也不容易做到极致。在努力完成工作的同时，也让我更明白团队合作的重要性，更明白尊重和支持同事劳动的成果。我认为这些是我工作的收获，将使我受益终生。

20-16对我们来说是不平凡的一天。一群精明能干的商家冲到了前线，我们在后方积极配合。结果晚上聚集了50多个新老经销商。公司董事、员工、客户齐聚一堂，大家开心地吃着、聊着，希望以后合作愉快，每个人脸上都洋溢着灿烂的笑容。我们向客户展示了一个合格的、得到充分认可的团队。虽然最后的结果难以预料，但我们问心无愧，因为我们成就了自己。

我还清楚地记得，在家具展的前一天晚上，S先生召开了一个非常严肃的紧急会议。其实和动员大会有点类似，只是气氛有点压抑，因为他是老大，承受的压力比我们大。经过紧张的接待工作，我们很快就会看到收获的喜悦。希望大家休息几天，放松一下。

**南宁艺术展会工作总结6**

展会总结怎么写

为期三天的南京API展会在11月11日落下帷幕。通过两天的参展和前期一个多月的准备工作，从让我深切地感受到了展会前期准备和专业知识的积累的重要性。下面谈谈我的一点感想和总结。

1.团队精神很重要。展会前期的准备、布展和参展，都离不开同事们的团结互助。特别是在参展中，接待客户，递宣传册，整理名片，到最后整理收集上来的客户资料等，都需要一个团队来完成。

2.在接待来访的客户中让我觉得专业知识太欠缺，接待客户要热情。此次来展位的客户大都是国内的外贸公司，还有一些国外公司驻国内办事处，也有少数一些潜在的最终客户。一般情况下，外贸公司会先看下我们公司有哪些产品，然后觉得有熟悉的，就拿走一份名片和我们的宣传册，我也会请他们留下他们的名片，顺便会问下对哪个系列产品感兴趣还有他们的主要目标市场是哪里并在名片上用铅笔做好备注。有些潜在客户对产品本身了解比较多，会多问一些专业性和技术性的问题，这也是我所欠缺的一部分，后期要往这方面努力，加强专业知识的积累。觉得客户问得越多，他的需求就越大。特别说下老外，这次来参展的印度老外偏多，来我们展位的也有一些，有的看下直接展架的产品目录就走了，有的会多停留几分钟，我就会拿着公司的宣传册看着过去打个招呼了，跟他们简单介绍下，然后互换名片。很多老外问我有没有跟展架上那样的产品目录，当时是因为怕以后产品有变

更，就没做单独的产品目录。估计他们想着宣传册太重了，拿回去不太方便，他们要的也只是你能提供的产品名称。下次参展要注意下，可以单独印刷一份产品目录。

3.收集行业信息和找潜在的客户很重要并了解我们自己产品的市场潜力。可是参完展回来，我收集到的行业信息不多，找到的潜在客户也很少。来参展的也有一些真正的同行，可是从他们那了解的不是很多。通过展会了解的潜在客户，找生产我们下游产品的厂家也不多。我试着去一个潜在客户展位上坐着聊了下，可是得到的信息是暂时没做，明年再说。对我来说，也是一个希望。

总的.来说，此次参展有些许收获也有一些经验不足。从目前了解的市场行情看，公司产品市场比较单一狭小，更多的产品正在初步实验生产中。想要进一步拓宽市场和了解国外行情，通过国内的外贸公司，利用他们的客户资源也是必需的。对现在有一定市场的产品来说，国内和国外的客户都是有待进一步开发。

通过展会我们获得了一些购买意向，了解到了客户对产品的需求，特别是泰诺福韦中间体和电镀中间体的其中两个产品，同时也宣传了我们的企业形象。接下来我们要做的就是把意向转化为订单，争取在后期能跟他们合作。再接再厉！

**南宁艺术展会工作总结7**

一年来，全镇广大干部职工认真贯彻市经济工作会议和全镇工作经济会议精神，继续推进“工业立镇、商贸活镇”战略。积极对外招商，拓展会展市场，同时鼓励本镇企业“走出去”参加布展。现将我镇xx年会展工作情况和xx年工作思路总结如下：

一是加强组织领导，形成工作合力。会展工作是一项具有蓬勃发展潜力的新型工作，同时这项工作又涉及各个职能办公室，为此我镇于年初就把会展工作纳入重要议事日程，并系统列入镇年度目标考核内容，成立了镇会展工作领导小组和会展办公室，配备了联络员，进一步加强了领导，明确了分工、落实了工作职责，形成了线上工作分头抓，中心工作共同抓的局面，确保工作顺利展开。

二是理清工作思路，制定会展计划。镇会展工作领导小组在认真分析我镇会展经济发展现状，在年初，召开了会展工作会议，经仔细研究，并结合任务要求，研究制定了切实可行的会展工作计划，以办好一节（杨梅节）、配合好二会、组织好三展为工作目标，细化职能，使会展工作有章可循。

三是加大宣传力度，营造良好氛围。为进一步做大做强会展产业，提高知名度，镇专门召开专项工作会议，研究部署会展工作。通过召开企业老总座谈会、各类会展推介活动等形式宣传办展环境，充分利用广播、有线电视、宣传窗、黑板报等手段加大会展工作宣传力度。例如在杨梅节期间，我镇各主要道口均设置醒目宣传标语、标牌，极大地展示了马渚镇特有的西山白杨梅文化。

四是找准自身定位，积极配合参展。我镇积极响应市委、市的号召，根据会展办的总体安排部署，充分挖掘自身潜力，不断鼓励辖区内符合要求的企业参展。其中，积极配合市组织的“二展”，今年我们共有二家企业参加会展，共有126平米的展览面积，取得了较好的效果，得到上级一致的`好评。组织好本地企业参加二期广交会，xx年，全镇共有48家次企业参加广交会，用有展出摊位60只。积极组织参加了第十二届浙洽会和市洽会。同时积极组织参加第10届中国国际日用消费品博览会。同时，积极配合市级的各种会展工作，有宁波汽车零部件展，中小企业对接会，xx中韩设计对接会，xx年小家电设计大赛等等。

一是加大引导，不断调动企业参展的积极性。xx年我镇将定期召开规模企业负责人座谈会，深入研究会展工作，逐步提高企业参展的意识，促使企业深刻理解展会是市场与企业互相了解的重要途径和发展手段，通过产品的展示能吸引客户，拓展和建立市场，展会也是企业走持续发展的重要平台。此外，积极组织好塑博会、小家电博览会、宁波汽车零件展等参展活动。

二是积极调研，以展会助推产品产业转型升级。深入调研马渚镇各行业及块状经济的发展动态，把握发展趋势。同时密切关注国内外知名展览机构在新兴产业领域开办新展的动向，从而做好双向互通工作，引导企业与之对接，自愿配对，积极参展，实现马渚企业在产品产业转型升级的新突破。

三是整合资源，进一步挖掘会展潜力。进一步整合展览资源，充分利用现有的工作资源。同时更加重视系统外展览工作资源的整合，进一步加强与市会展办和其他展览机构的交流与合作。高度重视专业队伍建设，以为人本，探索建立展览业务人才的培养与发展机制。

**南宁艺术展会工作总结8**

一年来，全镇广大干部职工认真贯彻市经济工作会议和全镇工作经济会议精神，继续推进“工业立镇、商贸活镇”战略。对外招商，拓展会展市场，同时鼓励本镇企业“走出去”参加布展。现将我镇20xx年会展工作情景和20xx年工作思路总结如下：

一是加强组织领导，构成工作合力。会展工作是一项具有蓬勃发展潜力的新型工作，同时这项工作又涉及各个职能办公室，为此我镇于年初就把会展工作纳入重要议事日程，并系统列入镇年度目标考核资料，成立了镇会展工作领导小组和会展办公室，配备了联络员，进一步加强了领导，明确了分工、落实了工作职责，构成了线上工作分头抓，中心工作共同抓的局面，确保工作顺利展开。

二是理清工作思路，制定会展计划。镇会展工作领导小组在认真分析我镇会展经济发展现状，在年初，召开了会展工作会议，经仔细研究，并结合任务要求，研究制定了切实可行的会展工作计划，以办好一节(杨梅节)、配合好二会、组织好三展为工作目标，细化职能，使会展工作有章可循。

三是加大宣传力度，营造良好氛围。为进一步做大做强会展产业，提高知名度，镇专门召开专项工作会议，研究部署会展工作。经过召开企业老总座谈会、各类会展推介活动等形式宣传办展环境，充分利用广播、有线电视、宣传窗、黑板报等手段加大会展工作宣传力度。例如在杨梅节期间，我镇各主要道口均设置醒目宣传标语、标牌，极大地展示了马渚镇特有的西山白杨梅文化。

四是找准自身定位，配合参展。我镇响应市委、市的号召，根据会展办的总体安排部署，充分挖掘自身潜力，不断鼓励辖区内贴合要求的企业参展。其中，配合市组织的“二展”，今年我们共有二家企业参加会展，共有126平米的展览面积，取得了较好的效果，得到上级一致的好评。组织好本地企业参加二期广交会，20xx年，全镇共有48家次企业参加广交会，用有展出摊位60只。组织参加了第十二届浙洽会和市洽会。同时组织参加第10届中国国际日用消费品博览会。同时，配合市级的各种会展工作，有宁波汽车零部件展，中小企业对接会，20xx中韩设计对接会，20xx年小家电设计大赛等等。

一是加大引导，不断调动企业参展的性。20xx年我镇将定期召开规模企业负责人座谈会，深入研究会展工作，逐步提高企业参展的意识，促使企业深刻理解展会是市场与企业互相了解的重要途径和发展手段，经过产品的展示能吸引客户，拓展和建立市场，展会也是企业走持续发展的重要平台。此外，组织好塑博会、小家电博览会、宁波汽车零件展等参展活动。

二是调研，以展会助推产品产业转型升级。深入调研马渚镇各行业及块状经济的发展动态，把握发展趋势。同时密切关注国内外知名展览机构在新兴产业领域开办新展的动向，从而做好双向互通工作，引导企业与之对接，自愿配对，参展，实现马渚企业在产品产业转型升级的新突破。

三是整合资源，进一步挖掘会展潜力。进一步整合展览资源，充分利用现有的工作资源。同时更加重视系统外展览工作资源的整合，进一步加强与市会展办和其他展览机构的交流与合作。高度重视专业队伍建设，以为人本，探索建立展览业务人才的培养与发展机制。

**南宁艺术展会工作总结9**

彩旗飘扬，呼声震天。6月16日，我校举办了“大家唱，大家跳”艺术教育展演活动。本次活动大大激发了学生的热情，加强了学生的审美体验，展示了我校师生的风采，受到全校师生的一致好评。现将我校“大家唱，大家跳”活动开展情况总结汇报如下：

学校本着以人为本，全面开展素质教育，着力提高校园艺术品味，加强学生的艺术修养为目的，积极地开展本次活动。学校领导高度重视，认真组织，不分职责，积极配合，真正地体现了学校的龙头力量。为保障本次活动的顺利完成，特成立“大家唱、大家跳”艺术教育展演活动领导小组。

展演活动从筹备到全部演出结束，期间有许多工作需要各方面通力协作，各参演班级班主任、全体评委、各工作小组能以大局为重，服从领导小组安排，服务于各参演班级按时、愉快演出。演出中的组织工作是对筹备工作的一个检验，更是展演活动的一个重要环节，所有工作相互联系、相互协调、缺一不可。领导小组各成员既分工又协作，每位领导与成员之间及时沟通，评委依据标准，公平执法，场地器材定时定点到位，从而保证了各项表演的顺利进行。

在“大家唱、大家跳”艺术展演活动中，安全专班督导得力，学生的活动安全得到了充分的保障。在活动的全过程中，安全专班既制定了各班进出场安全“十不准”等措施，又针对学生展演活动中防暑防晒这些细节进行培训，确保活动有序开展。四、全员参与、意义深远。

本次艺术教育展演活动，各班班主任精心组织，全体学生积极参与，全体教师都参与了展演活动的组织管理、现场裁判、成绩统计。充分展示了师生员工团结一心、积极向上、勇创佳绩的豪迈气概。尤其是我校年轻女教师程晓老师表现最为突出，为了活动顺利开展打下良好的基础，程晓老师利用音乐课及自己休息时间为各班编排节目，在本次活动中付出了很大的努力。

本次“大家唱、大家跳”艺术展演活动形式多样，激发了学生开展“大家唱、大家跳”的兴趣，掀起了开展“大家唱、大家跳”活动的高潮。在活动中，展现了学生的艺术风采，体现了班级团队的精神风貌，涌现出了七（1）班、八（3）班、七（3）班、九（1）班等许多优秀的班集体。在“唱”中激发了学生浓浓的爱国热情，提高了学生的品德修养；在“跳”中锻炼出了学生坚强的意志力，加强了学生的审美修养。活动虽然结束，但它赋予我们“向真、向美、向善和向上”的校园文化之花依然在学校的每一个角落绽放！罗集二中20xx年6月25

**南宁艺术展会工作总结10**

XXXX论坛已经顺利落下帷幕，在此我向公司领导做一个参展报告，此次会议是XX、XX两省XXX界进行学术交流的重要学术活动，在XX都具有一定区域效应，所以非常感谢公司能够支持并给予我们XX区域这次参展的机会，此次参加展会人数约有XX多人，基本涵盖了XX、XXX两省主要XXX的XXXX，对公司品牌的推广起到了很好的作用，让我公司在XXX区域内提高了一定的知名度，也为我们以后在XX内推广本公司的XX设备提供了一定的助力，这也是我们参加本次XXX最大的一个收获。而在展会上遇到的各种各样的问题，则使我的知识面更加宽广，对康复行业有了更新的认识并且从中汲取经验，学会了很多在平时工作当中学不到的专业知识，现特对本次展会加以总结，具体如下：

1、为了能够顺利参加本次展会，在展会的.前期准备中，我们两省都针对性的拜访了参会的目标客户，对目标客户的需求意愿进行摸底，做好接待方案和湖北的同事分工合作，完成了对重要客户的接待和保障工作。

2、在展会宣传资料、展品以及办公用品的上我们都做了完备的准备，对于来参观的每一位客人，我们都及时的把客户资料做好备份，有名片的交换名片，没有名片的也做了登记，以便今后能够方便后期的业务联系。

1、在展会效果上因没有申请摆放视频播放设备，来播放公司宣传片，也导致在宣传效果上没有达到预期，这个在以后的展会上也是需要改进的。

2、在人员配置上虽然有XX的同事过来进行协助，但由于公司康复产品种类比较多，加之参会人员较多，有时来展位上咨询的客户较多时，没能及时给予接待讲解和接待，所以在以后这一类的大型会议中，我也会合理的安排申请公司的人员协助。

3、在产品展示上由于在展会之前没计划好参展的展品，在后期时也考虑到展位大小位置的关系，所以也没有申请样机的展示，导致我们机器人等拳头的产品不能给客户更为直观的一个感受，也让我们在讲解中面临了一些问题，这点我也会在以后的参会中引起重视。

4、展会赠品上，本次展会大多数的厂家都设有赠品，而且赠品也分为几个档次，这样不仅吸引参观者更加愿意了解产品信息，而且遇到大客户，我们如果有一些好的礼品增送，也能够促进今后的合作，这点也是在以后的展会中可以进行改进的。 以上就是我对于这次展会的总结

总体来说，本次展会经过全体员工的努力还是比较顺利的，并且对公司的品牌也进行了很好的推广，我更是在展会上学到了以前没学到的知识，并且对康复行业有了一个更新的认识。我在以后的工作当中，将进一步提升自身的专业知识以及销售谈判能力，与同事保持良好的沟通，与公司共同成长。关于展会后的计划安排，具体还是将以成单为目标导向来安排行程，对于出差方面将根据具体客户情况进行相应调整。这里就不做赘述！

**南宁艺术展会工作总结11**

自20\_年楼市调控新政出台后，海南房地产行业一直处于低迷时期，其间积压了大量的刚需购买力量。20\_年为激活楼市，首套房贷款利率下调的政策，再次燃起了购房者的欲望。因此，在下半年“金九银十”的销售旺季节点上，为海南楼市搭建一个大规模、高品质的交易、交流平台显得极为重要。

海南秋季旅游房博会作为当地第一品牌房展会，历来是开发企业进行品牌展示、项目推广、市场营销的立体展示平台，被誉为岛城地产风向标，在市场环境变幻莫测之时，行业风向标的作用便愈加凸显。

为此20\_海南秋季房博会将于“十一”黄金周举办。本届房展组委会以“房展三大蜕变”为核心，旨为购房者打造一场集沙盘静态展示、项目现场体验、满足各类刚需为一体的金秋楼市嘉年华。现场再次启用海南国际会展中心A、C两个展厅，展览面积近二万平方米，是海南楼市新政低迷以来影响最广、规模最大、效果最佳的专业地产盛会。届时，将为参展企业赢得加强宣传推广、奠定销售基石、把握市场先机等多重展会效果！

组织机构：

批准单位：海南省住房和城乡建设厅

主办单位：海口市人民政府海南省贸促会

承办单位：海口市规划局海口旅游投资控股集团有限公司

海南共好会议展览有限公司

协办单位：海口市住房和城乡建设局海口市贸促会

海口国际会展中心经营管理有限公司

展览范围：

房产展区：商品房住宅、经济适用房、商铺写字楼、产权式酒店、旅游房产、商业街、购物中心、各类别墅机构等。

房产服务机构展区：金融保险机构、法律咨询、房产中介服务、房产评估机构、房地产营销策划、投资顾问公司、物业管理机构、房产专业媒体、杂志等与房地产相关的运营服务机构。

展览日程：

布展时间：20\_年9月26日—28日

展览时间：20\_年9月29日—10月1日（每日9：00—18：00）

撤展时间：20\_年10月1日下午18：00

开幕式：20\_年9月29日上午10：30

展览活动：

1、全国分销商&参展商见面洽谈会

2、海南青少年戏曲大赛

3、美食文化节

4、最佳展位设计评选

5、VIP购团房抽奖活动

6、“我和家”微电影原创大赛

7、微博看房展

展览宣传：在户外广告、报纸、广播、电视、专业网站等原有的传统宣传模式下，添加事件舆论炒作、话题投票、路演活动等非传统的推广方式，提升社会各层人士对房展的进一步关注，让更多消费者了解房展期间各个楼盘项目的信息。

展览活动：完善全国分销商&开发商洽谈会、论坛等服务类型活动，让参展商扩展更多营销渠道；新增各项互动类型活动，吸引观众参与，提高展会人气，促进房展期间各楼盘项目的口碑传播。

专业买家：将庞大的购房数据库中有效客户剥离出来，根据购房者需求进行有效细分，定期输送给参展商；在稳固现有分销机构的前提下，谋求全国更多更有实力地区的分销商合作；全面挖掘本地各类刚需客户。

户外：市内重要路段大型高炮广告、路牌背面广告、电梯间静态+动态广告、公交车尾广告报刊媒体：海南日报、南国都市报、海口晚报、海南特区报、国际旅游岛商报、三亚晨报、南岛晚报、上海新楼市报、哈尔滨日报、长春房地产报、大连日报、内蒙古北方新报、沈阳日报、哈尔滨新晚报、大同晚报等

广播电视：海南广播电视总台、海口市广播电视台、三亚电视台、旅游卫视、中央电视台等

网络媒体：新浪乐居、搜房网、海南在线、网易、搜狐焦点、我房网、房展网、山西房

地产门户网、长春购房网、内蒙古房地产网、大连房产联盟、都市房产网、齐鲁传媒网、上海佳来房产交易网等

其他媒体：短信、电梯视频、DM杂志

非常规推广模式：楼市舆论事件炒作、话题投票、路演活动等

1、邀请房展数据库中全部有效客户

2、通过全国分销机构合作，组织岛外购房者

3、展前异地巡展，收集并组织准购房者到会观展选购

4、依托车展平台，广泛邀请全国各汽车厂家领导参观

5、向本地政府、大型企业单位领导和员工发送观展邀请函

6、组织岛内各大红酒会所、车友会等高端会员制俱乐部的客户到会

在这种独有热带气候优势下，大会组委会将以内蒙古、重庆、吉林、辽宁、陕西等北方沿线城市为重点，在机场、景区、车站、酒店、银行等场所进行“海南房交会·冬季回暖”广告宣传；联合当地房产合作联盟单位，邀请并组织大批“候鸟型”购房者前往海南冬季房交会现场选购，全面深入挖掘岛外有购买潜力的消费人群。

特展位：A1280元/平，B1080元/平，C880元/平

该展区展位要求自己装修，只提供电源

标准：8800元/个，9平米大小，包含一套固定的隔间以及桌椅

**南宁艺术展会工作总结12**

不知不觉来到公司差不多一个月了，认在一个月的学习中，学习到了很多专业上的知识、了解到了公司于学校的差别，认识了很多良师益友，获得了很多经验教训，感谢领导给了我这个学习的机会，同时感谢领导给的一些建议与指正。在这一个月的时间里，通过自己的努力学习和领导的不吝赐教中学习到了很多，但也存在了诸多不足。现将上周工作总结如下，有不妥之处还望领导指正。

1、本周完成的工作主要学习西博会参展商手册，熟练掌握参展商手册中各项注意事项，明确馆长职责。

2、参观了会展中心展馆，了解了布展是用到的工具及工具的专业术语，熟悉会场的环境。

3、统一了各项表格的所填的专业名词和领导开会说明了注意事项。

4、领导开会说明了公司对个人形象的要求及工作要求。

1、通过演练了解到自己操作不是很娴熟，操作时间较慢。

2、通过开会及平时的演练认识到了在展会中对自己的职责认识不够深刻，说明需要充分熟悉参展商手册提高临时应变能力。

1、通过参观展馆，对布展工具有了进一步的认识。

2、在前期的学习中了解的大多是如何管理展会我们职责内的相关事项，但在近期的开会和学习中了解了我们作为服务行业首先应该体现的是服务然后才是管理，我们应更好的做好外在的服务工作然后执行管理工作。

3、通过在学习与工作中了解到自己在工作中存在许多的不足之处，在平时的工作中应该学习前辈的工作态度，工作细节上的处理和提高自己现场的随机应变的能力。

以下几点是我在工作共需要提高的地方：

1、工作要注重实效、对于现场的突发事件做到冷静不慌张，冷静的处理问题。

2、在工作中以大局为重，明确自己代表的不仅仅是自己，思考自己的行为与形象是否会给公司形象带来不好的影响。

3、把握一切机会的思考和实践，认真对待每次的学习实践的机会。虽然在公司来到公司差不多一个月了，但在实际的工作中任然存在诸多的不足之处，许多的地方需要向前辈们学习，多做，多想，多问，多看，结合工作实际不断的进步。

总结人：XXX

总结时间：X年X月X日

**南宁艺术展会工作总结13**

五个月的实习经历，现在回头去分析、总结，我更愿意将它形容成是过去作为学生的自己与初涉职场的我的一场长达142天得拉锯战。在这场持久战里，“战场”里到底埋葬了过去的什么、咬紧牙关坚持下来了什么，这些经历过“炮火”的洗礼沉淀，让今天的自己就算是一个人像一支队伍一样，也能够对自己的心灵与头脑招兵买马，不抛弃、不放弃！

集中注意力，耐下性子做一些最不愿意做的事情，往往就是当下最应该去做的事情，每一件事情都是最重要的小事。当选择坚持做下去，心灵就能够获得磨练和提升，而如果选择拖延，那么将继续痛苦。在情绪管理这场战役中，最需要的就是克服和战胜的就是自己本身的弱势与惰性。

招展过程是漫长而琐碎的，由最初的人工筛选符合行业类别要求的参展商，到电话、网络的咨询了解参展商真实情况与参展意愿，及过后寄送缴费通知书、展位确认书、参展商手册、参展证件等等长达4个月的反复、持续。而这段过程同时又要求从每一件小事儿做起，不仅仅包括做完做好，更包括由此而引申出来的所有的方法、沟通、隐患、技能都要思考的到。例如，在落实到寄送相关文书于参展商时，必须先电话通知后，同时在寄发时严格记录下寄送材料的具体内容及快递单号，过后同过网络或电话确认是否收到。在工作过程中，这样的流程或许是繁杂、零碎的，当下往往是枯燥而机械的，如今回想起来才真正明白只有对每一个小事儿做到了面面俱到的了解和掌握，才能在往前走的时候更快一点。

计划、执行、总结“三部曲战役”里，有条理是最关键的。具体落实到比如说，当天工作事项的笔记、零散大小突发情况的记录、到第二天工作日志的归纳排列。有条理可以保证好结果的连贯一致，并且几乎自动地产生，同时能时刻提醒自己做事的优先度、从而确保集中精力在关键点。这便是让我在其中发现工作和学习课堂里专业知识最不同却又最相似的一点，在知识、行事中它们有很多碎片需要靠自己去填充扩展，从而才能搞清楚自己当下最需要做的是什么。

而如今5个月下来，翻开自己满满书写的两大本笔记本里罗列出工作事项，以及当下随手写的处理解决问题心得体会已然成为了在流程繁杂与信息繁复的环境属于自己思路框架和知识系统，虽然一点像拼图，需要一点一点来用拼板一块块去凑，但这已然成为自己成长里记录下得最宝贵的轨迹图。

一个人在工作上的价值常常是借由他人的认可来体现的，我的第一句认可便是来自于自己的直属上司，一个完美主义者加工作达人，至今令我感恩万分的是她的信任与包容，大胆的放权并允许我在实践的过程之中，就算不停地摔倒，也都有勇气以自己的方式站起来、一步一脚印的走过这段属于自己一个职场“菜鸟”混乱的第一战。

而今后，当我不再是能够被容忍犯错的“菜鸟”时，如何管理好老板对自己的期望值仍是值得我今后深思并探究中的话题。因为一点很显然确确实实在实践的过程中让我深刻体会到，在每犯一个可能避免的错误后，信用程度就在受损；一个在精确度上的错误，抵得上若干天的加班。

除此之外，“严以律己，宽以待人”便是203这个充满着大气度与人格魅力的办公室所另外教会我最珍贵的职场智慧！

初入职场，在经验方面肯定是欠缺，但值得庆幸的是能够与一群自己喜欢的人，在自己喜欢的地方做自己喜欢的事，同伴们相互鼓励、学习、成长，给予彼此正面力量，学会如何用最快的时间接受新的事物，发现新事物的内在规律，提升个人工作能力。有着睿智的上级在指引这战斗的方向，周围都是一群志同道合的伙伴，就算是每个人都有着各自向朝向的战斗，也不会觉得孤单，这就是团队的力量！忘不了，加班熬夜的加油鼓劲儿；忘不了，会展期间时的盒饭、凉白开；忘不了，我们都是南博人的坚定誓言！都有着作为广西人的那份骄傲与担当，就是为了一个目标，做好这一届有我们参与的中国—东盟博览会！而一个团队最核心的是什么？信任、风格还是负责？通过这次的历练，我想应该是一个大家都参与的“目标”。

招商招展最直接面对的就是客户，博览会提供给客户的除了一个兼容并蓄、富有生命力的交流平台之外，或许就是服务这一软性设施了。当硬件设施，已经被做到极致之后，在我看来真正能用来当做“武器”去披荆斩棘的就是服务了。而服务的本质又是什么?当我还是在校大学生时就与老师们及挚友讨论过这一问题。专家说：“服务是满足客户需要的一系列特征的特性的总和。”而如今在我看来，服务的本质就是“尊重”即为尊敬与重视！服务人员对客户不卑不亢的尊重！

不因为对方是客户，就将自己的地位放低到尘埃里，卑躬屈漆；也不因为自己是举办者，就将自己抬高到天上人间，目空一切，双方应该是在一个水平线上，以自己的同理心去尊重的服务于客户。从马斯洛需求层次理论来看，人人都有获得尊重的需要，即对力量、权势、名誉、威望的向往，对地位、权利、受人尊重的追求。

记得在临近开展的前几天里，食品包装和加工机械行业的参展企业佛山市禅城区电器有限公司的负责人来到办公室寻求帮助，由于当天晚上办证系统就要关闭，而他们参展团队却刚刚才到达南宁，临时决定变更布展人员，需要立刻更改系统内的数据，当下我就立即在笔记本上记录下他们的需求，同时帮助企业负责人在办公室里利用无线网络更新了办证人员的相关数据，之后及时与办证系统的工作人员沟通，使得客户在当天下午就完成了增补人员办证审核。

过后的反馈是我意想不到的，不仅在之后电话中，布展与与开展现场，该企业的负责人一直对我表达他们的感谢，之后一定会大力邀请同行参加，因为通过服务让他们看到了博览会的高规格与国际化。

这便是服务的魅力吧，不需要过多的言语，放肆的宣传，因为行胜于言！

工作、生活，学习、运动，社交、独处……都是在动态中寻求平衡。通过“实战”提升技术能力、深入了解常规业务、业余去钻研专业知识，都要花很多时间，所以必须明确规划来分配有限而宝贵的时间和精力。

和兴趣爱好差不多，所有事情都是做得好、擅长了，才会喜欢上，然后便是持续地正面累加……这样才让工作不仅仅是工作！

**南宁艺术展会工作总结14**

我公司不管是在规模、展品的种类还有人员配置方面都有很大的提高，对公司品牌的推广起到了很好的作用，让我公司在玻璃耗材行业有了一定的知名度，这与全体公司员工的努力是分不开的。而在展会上遇到的各种各样的问题，则使我的知识面更加宽广，对玻璃行业有了更新的认识并且从中汲取经验，学会了很多在平时工作当中学不到的专业知识，现特对本次展览会加以总结，具体如下：

为了能够顺利参加本次展会，公司全体员工都全力投入，分工合作：

1、销售人员深入的了解和熟悉产品知识，对产品性能、结构和参数都牢记于心。

2、接待人员统一服装和装扮，以良好的精神面貌面对每一位客户，树立了公司的精神风貌。

3、展会宣传资料、展品以及办公用品的准备

4、展台的搭建更是通过各个公司的方案对比，最终选择性价比高的公司为我们进行展台的搭建。

5、企业宣传片的制作，为推广公司品牌更是制作了本公司的第一部宣传片

本公司展位号是E7-278，位于耗材馆最中心位置，不管是规模还是展位设计风格都应该是工具馆名列前茅的，我相信这次展会我公司绝对是异军突起，将给玻璃耗材行业掀起不小的波澜，虽然根基不如做了10几年工具的几个知名品牌，但是我相信经过公司所有人的努力，这些都不是问题。

参观的人分为几类人：

1、参展人员

2、其他行业的人员

3、玻璃行业的人

4、行业内想了解市场的人

而对于我们来说要准确判断客户属于哪类，这就需要具备一种特殊的观察能力。对于来参观的每一位客人，我们都及时的把客户资料做好备份，有名片的交换名片，没有名片的也做了登记，以便今后能够方便公司的业务联系。

无论作为“买”或“卖”，其关键是产品。即使客户有购买需求，但市场的同类产品如此之多，我们如何让客户选购我们的产品，这就需要提高我们产品的竞争力。产品竞争力可以体现在产品的设计、知名度、质量、价格等。市场竞争者的增加，正代表了这个市场的庞大，如何有效去抓住市场，这才是以后需要去思考的主题。

总体来说，客户对于我们的产品是比较满意的，不管是包装设计还有质量，都十分满意，对于价格方面，鉴于我们现在是以贸易为主，如果想在价格上有竞争优势，那么供应商的选择是很重要的，这点也是在后期选择供应商方面必须要注意的地方。

最主要的是在有竞争者的情况下，如何维持老客户，增加新客户。提高本公司产品在市场上的占有率，这才是现阶段我们不能忽视的问题。

（1）崭露头角，提高了企业知名度

（2）推动销售，促进业务增长

（3）树立企业员工信心

（1）展位的设计

由于本次展会是与东莞博朗合作共用70平米的展位，比较显眼的一面留给了博朗，这也影响了一部分参观者的视线，也间接的影响了公司品牌的推广

（2）公司首部宣传片的清晰度不够，由于是第一次制作，视频的比例没有调好，导致宣传片的宣传效果没有达到预期，这个在明年的展会上将要改进。

（3）人员配置

由于公司产品种类比较多，涉及到整个玻璃加工生产流程，再加上新进员工对产品的知识理解的还不是很透彻，导致有些专业性的问题不能及时准确的跟客户进行沟通、解说，这也是在今后工作中要注意的；

（4）产品展示

由于在展会之前已经计划好展品的排列顺序，因为没有实际考虑到展位位置的关系，导致切割类的产品被客户询问的几率大大降低，这点在及时改变展品陈列顺序后得到了很大的改善。

（5）展会赠品

本次展会大多数的厂家都设有赠品，而且赠品也分为几个档次，这样不仅吸引参观者更加愿意了解产品信息，而且遇到大客户，我们如果有一些好的礼品增送，也能够促进今后的合作。

以上就是我对于这次展会的总结

总体来说，本次展会经过全体员工的努力还是比较顺利的，并且对公司的品牌也进行了很好的推广，本人更是在展会上学到了以前没学到的知识，并且对玻璃行业有了一个更新的认识，而且更是体会到：一个公司想要健康有序的运营下去是需要全体员工的一致努力、互帮互助的。

本人在以后的工作当中，将进一步提升自身的专业知识以及销售谈判能力，与同事保持良好的关系，与公司共同成长，见证中国式BOHLE的崛起！

关于展会后的计划安排，具体安排行程将与20xx年工作计划一致，对于出差方面将根据具体客户情况进行相应调整。这里就不做赘述！

工具部：

20xx年4月25日

**南宁艺术展会工作总结15**

经过一个多月的前期筹备与辛勤付出，此次房车博览会已圆满结束，在这段时间里，广告部同仁都很用心，放弃了周末休息时间为房展会付出了巨大的努力，这次展会也做的非常成功。为了取长补短，以利再战，现总结如下：

5月25日至6月3日我们承办了xx宁夏石嘴山房车生活博览会，在大武口区和惠农区分别举办，此次展会盛况空前，是我市目前规模最大、宣传最广、时间最长、参展商和观展者最多的一次展会。

1、时间长、任务重，展会进行有序，能落实到人。

此次房博会， 思路正确：石嘴山日报要做大做强，广告部的作用不可忽视;广告部要做大做强必须跳出原有的套路和思路，以展会促业务就是一条成功的发展之路。此次展会就是在前几次展会的基础上，广告部承办的一次大型展会，这次的成功将激励我们将展会进行到底!

2、定位规格高：主办单位：石嘴山日报社、石嘴山市住房保障和城市管理局、大武口区人民政府、惠农区人民政府、石嘴山市房地产业协会;承办单位：石嘴山市悦报文化传媒有限公司;媒体支持：《石嘴山日报》、《银川晚报》、《宁夏日报》、《新消息报》、《乌海日报》、《阿拉善日报》、石嘴山电视台、石嘴山人民广播电台、石嘴山网、石嘴山新闻网、石嘴山生活网、石嘴山房地产网、石嘴山报社户外电子屏等媒体。充分整合社会各界资源为我所用。

3、策划精细：从展会名称、展会时间、举办地点、展会宗旨、展会主题、展会目的、展会会程、展会特色、同期举办、房地产行业奖项设置、参展范围、展馆分布、规划及展位设置、大会招商支持、展位配备、展会宣传实施、展会宣传品会刊地图的收集印制、展会须知、参展程序、开幕式、展会安保保洁以及预算等全方位做了精细的策划。真正做到了：专业、精细、到位。

4、实施严谨：一是我社与市房管局通力合作，部署合理、分工到位，责任到人，以终为始，自始至终一抓到底;二是广告部倾巢出动，从策划、协调、招商、广告、宣传、布展、开幕式、开展续展、撤展、后勤、保卫、保洁、服务、出会刊、出地图、制作参展证工作证、后续宣传到信息反馈及回访等工作，一一责任到人，定岗定责定任务，奖罚分明，倒计时工作制，天天汇报、检查、督促，员工们一切行动听指挥，顶住压力，有条不紊的工作，体现了广告部员工的高品质、高素质，事实证明是一只能打硬长的团队。在100%做好展会的同时积累了经验、锻炼了队伍、增加了广告部业绩、增加了广告部及个人收入。

5、参展费收得及时到位，不缴费不准进场布展这个方法非常好，避免了会开完了钱收不回来的情况发生。

1、招商工作不够理想，特别是家具、建材不理想。尽管有种种客观原因，但我们在对同行的协调上、在对客户的感情投入上、在激发客户参展欲望等方面功夫下得太少，还有业务员在招商过程中方法简单、敷衍了事、怕苦怕累、不负责任等问题也比较严重，致使招商不理想。

2、在对此次展会的成本掌控方面把握的不够严，一些本该少花的钱没少花，加之临时增项过多等问题，致使开支过大。

3、本部人员在处理具体问题的能力上稍有欠缺，致使展会期间有些工作没有做到位，更为严重的是：工作不主动、不负责、不守岗，有的人甚至不知道干什么，领导使一下干一下，不使不动，造成大门进出混乱没人协助、不参展的房产公司在场内发传单没人管、下雨时自己的东西没人收、东西丢了连情况都不知道等，这不是一般的缺点，每个人必须深刻反省，必须彻底改进，否则你很快就会被淘汰。

4、商业广告量与预期值有偏差，对此必须加强改进，弥补不足，通过展会影响力，使第四季度的广告实现淡季不淡。

5、由于咱们大型展会经验尚浅，准备尚不足，在策划方面缺少应急方案及后备方案，当吸引客户活动等措施被取消后，没有后续手段，造成观展人数不太理想。

针对这些缺点，我们一定认真对待，尽快制定措施并实施，从跟本上解决问题，确保今后各项工作顺利进行，百尺竿头更进一步。

总之，此次展会所取得的成绩是突出的、经验是宝贵的，从各方面来说都是很成功的，是我们拥抱春天、走向辉煌的新的起点。对此，我们充满信心。

**南宁艺术展会工作总结16**

根据组委会的安排，我们承担了高新技术项目会展的筹备工作，主要负责会展总体方案的设计和落实、展位分配、布展，项目展区征集的和招展，联络协调等大会的组织工作。目前会议的各项会展任务已圆满完成，现将本组的有关工作情景总结汇报如下:

（一）会展方案的起草工作。在认真总结对接会展经验的基础上，吸收了相关方面的意见和提议，提出了对接会会展工作总体方案，进行了讨论修改，并逐步落实推进，为大会的整体筹备工作顺利推进起到了重要的作用。

（二）大会招展工作。根据工作分工，各理解任务单位，主要领导亲自挂帅，积极组织力量，利用各种工作渠道，组织大会招展工作，此项工作，任务重，要求高，难度大，时间跨度长，由于组委会和各单位领导的.重视，参与人员负职责的工作，会展组圆满地完成了大会的招展工作。

（三）承担展览设计工作。根据组委会的工作部署和总体方案的要求，起草并多次修订了会展组的工作方案。对接会的展览风格、会议特色、功能分区进行了总体设计，并根据大会筹备工作进展及各工作组的具体情景，及时作相应的调整，坚持与组委会的总体工作同步；坚持与各工作组的工作交流和信息沟通，注意与各方面的工作衔接；会展中心就展馆租用、服务要求、价格优惠幅度等进行了多次蹉商，经过多次协调、修改，完成了室外、室内展区的平面布置图和布展示意图，并对展馆的布展提出了统一要求。

本次对接会设室内、室外展厅和会议区。室外展厅4000平方米；室内展厅20000平方米，设标准展位400个，450个参展单位；特装面积共8200平方米，设序厅及地市异常支持单位，国家创新型试点市展区、投资商展区、开发区县区展区、高校科研院所展区、高新技术项目展区、环保产业产区、人才交流展区及科技兴贸和国际科技合作展区。

（四）各展区特装的招投标工作。按照组委会办公室的要求各功能展区的特装任务，全部对外进行招标，起草了招标文件和设计脚本，组织了特装设计招标评审会，对中标方案进行修改，报组委会办公室批准，监督中标单位严格设计方案，高质量制作。

（五）组织高校院所参展。高校院所的参展工作关系到整个对接会的项目水平，会展组高度重视驻高校院所的参展动员工作。在整体方案出台后，会展组即与各单位坚持密切的联系，坚持信息通畅。组织召开了高校院所参与对接会会展工作协调会，讨论有关高校院所参与对接会的会展工作安排，高校院所派代表参加了会议。会议向各单位通报了第六届对接会筹备情景，就有关高校院所参与对接会的初步方案做了说明。与会代表就各自单位的情景对有关参展问题进行了讨论，提出了不少建设性意见，并表示积极参与第六届对接会，充分利用这个平台，做好成果推介，扩大宣传。

（六）展会的布展及现场组织工作。10月20日，会展组进驻会展中心现场，开始接收各参展单位送来的标准展板，并对部分预订展位的参展商进行跟踪落实工作；10月25日，各特装参展商进场施工，会展组重点做好现场协调和质量安全监督工作，并根据总体进展情景合理安排加班时间，确保施工质量和进度；10月28日至30日，会展组的中心工作转移到现场管理和服务上，做好人员和展品展件的进出管理，及时协调解决现场出现的各种问题，尽可能满足参展商提出的各种要求，协调好领导巡馆、新闻采访等相关工作；10月30日午时，现场开展撤展，经过精心组织，使整个撤展过程做到礼貌、安全、有序，圆满完成展会的现场组织管理工作。

（七）做好了组委会及办公室交办的其它工作。参与了会议的协办或异常支持单位的邀请工作；积极参与大会的客商的邀请工作；利用各种渠道进行对接会的宣传，吸引更多的投资商参会，及时与他们坚持沟通和联系等。

当然，由于部分参展商频繁改变计划、不遵守统一的时间安排以及信息沟通不及时等原因，展会现场组织工作的整体进度受到了的影响，也增加了额外的工作量，虽然这些问题最终得到了解决，但也值得在下次展览组织时给予重视。

**南宁艺术展会工作总结17**

第xx届上海玻璃展已经落下帷幕，相比于20xx年北京玻璃展，我公司不管是在规模、展品的种类还有人员配置方面都有很大的提高，对公司品牌的推广起到了很好的作用，让我公司在玻璃耗材行业有了必须的知名度，这与全体公司员工的努力是分不开的。而在展会上遇到的各种各样的问题，则使我的知识面更加宽广，对玻璃行业有了更新的认识并且从中汲取经验，学会了很多在平时工作当中学不到的专业知识，现特对本次展览会加以总结，具体如下：

为了能够顺利参加本次展会，公司全体员工都全力投入，分工合作：

1、销售人员深入的了解和熟悉产品知识，对产品性能、结构和参数都牢记于心。

2、接待人员统一服装和装扮，以良好的精神面貌应对每一位客户，树立了公司的精神风貌。

3、展会宣传资料、展品以及办公用品的准备

4、展台的搭建更是经过各个公司的方案比较，最终选择性价比高的公司为我们进行展台的搭建。

5、企业宣传片的制作，为推广公司品牌更是制作了本公司的第一部宣传片

本公司展位号是e7-278，位于耗材馆最中心位置，不管是规模还是展位设计风格都应当是工具馆名列前茅的，我相信这次展会我公司绝对是异军突起，将给玻璃耗材行业掀起不小的波澜，虽然根基不如做了10几年工具的几个知名品牌，可是我相信经过公司所有人的努力，这些都不是问题。

参观的人分为几类人：

1、参展人员

2、其他行业的人员

3、玻璃行业的人

4、行业内想了解市场的人

而对于我们来说要准确确定客户属于哪类，这就需要具备一种特殊的观察本事。对于来参观的每一位客人，我们都及时的把客户资料做好备份，有名片的交换名片，没有名片的也做了登记，以便今后能够方便公司的业务联系。

无论作为“买”或“卖”，其关键是产品。即使客户有购买需求，但市场的同类产品如此之多，我们如何让客户选购我们的产品，这就需要提高我们产品的竞争力。产品竞争力能够体此刻产品的设计、知名度、质量、价格等。市场竞争者的增加，正代表了这个市场的庞大，如何有效去抓住市场，这才是以后需要去思考的主题。

总体来说，客户对于我们的产品是比较满意的，不管是包装设计还有质量，都十分满意，对于价格方面，鉴于我们此刻是以贸易为主，如果想在价格上有竞争优势，那么供应商的.选择是很重要的，这点也是在后期选择供应商方面必须要注意的地方。

最主要的是在有竞争者的情景下，如何维持老客户，增加新客户。提高本公司产品在市场上的占有率，这才是现阶段我们不能忽视的问题。

（1）崭露头角，提高了企业知名度

（2）推动销售，促进业务增长

（3）树立企业员工信心

（1）展位的设计

由于本次展会是与东莞博朗合作共用70平米的展位，比较显眼的一面留给了博朗，这也影响了一部分参观者的视线，也间接的影响了公司品牌的推广

（2）公司首部宣传片的清晰度不够，由于是第一次制作，视频的比例没有调好，导致宣传片的宣传效果没有到达预期，这个在明年的展会上将要改善。

（3）人员配置

由于公司产品种类比较多，涉及到整个玻璃加工生产流程，再加上新进员工对产品的知识理解的还不是很透彻，导致有些专业性的问题不能及时准确的跟客户进行沟通、解说，这也是在今后工作中要注意的；

（4）产品展示

由于在展会之前已经计划好展品的排列顺序，因为没有实际研究到展位位置的关系，导致切割类的产品被客户询问的几率大大降低，这点在及时改变展品陈列顺序后得到了很大的改善。

（5）展会赠品

本次展会大多数的厂家都设有赠品，并且赠品也分为几个档次，这样不仅仅吸引参观者更加愿意了解产品信息，并且遇到大客户，我们如果有一些好的礼品增送，也能够促进今后的合作。

以上就是我对于这次展会的总结

总体来说，本次展会经过全体员工的努力还是比较顺利的，并且对公司的品牌也进行了很好的推广，本人更是在展会上学到了以前没学到的知识，并且对玻璃行业有了一个更新的认识，并且更是体会到：一个公司想要健康有序的运营下去是需要全体员工的一致努力、互帮互助的。

本人在以后的工作当中，将进一步提升自身的专业知识以及销售谈判本事，与同事坚持良好的关系，与公司共同成长，见证中国式bohle的崛起！

关于展会后的计划安排，具体安排行程将与20xx年工作计划一致，对于出差方面将根据具体客户情景进行相应调整。那里就不做赘述！

**南宁艺术展会工作总结18**

三天的展会终于落下了帷幕，因为是第一次参加这种大型的展会，所以给我的感触很深。非常荣幸能够参加“第十三届建筑科技、节能博览会”，这对我来说是一个很好的锻炼，也使我的阅历和见识得到了拓宽。公司在参加展会前做了许多的准备工作，作为公司的新员工，这是一个难得的机会，让我尽快融入集体，与同事相处起来也比较的融洽。

由于我对公司产品的了解不够深入，有客户问到一些比较专业的问题时，有点让我措手不及，所以在参展之前对产品得十分地熟悉，并且要让人感觉你狠专业，但是同事都很好，当遇到这种问题时，同事都会帮你解围，这让我感觉到一个团队的配合十分的重要。对于这次展会我也有一些自己的心得体会：

展会前做足充分地准备十分重要。公司对这次展会非常重视，从参展单位就可以看出我们公司还是比较用心地在准备，这离不开领导的重视、同事之间的配合。

1、了解、熟悉公司产品。我们充当着公司产品与客户的媒介，我们对产品的介绍直接影响到客户的购买意愿。因此对产品的特点、参数要非常熟悉，在给客户进行讲解的时候才能够体现我们的专业性。之前公司在这方面对我们也进行了培训，但是我在产品的专业性上还是有欠缺的，所以还需要学习。

2、团队意识。作为一个团队，配合也是不可或缺的，要有强烈的团队意识，我们不是个体，是一个集体，只有一个团队配合好了，分工明确才能够达到预期的效果。

3、宣传资料的准备。这次公司展会所准备的资料相对来说就不是那么的充足了。第一天就发掉了大部分，所以以后应多备份，以免造成尴尬的场面。

**南宁艺术展会工作总结19**

1、公司的宣传资料、技术样本、展品、名片和会来自己展台的客户名单表。

2、而针对会来自己展台的老客户可以准备一些小礼品，除此之外，还可另外备一些小的礼品用于送给意向比较大的客户。这些礼品最好能印上公司名称和LOGO，这样既能表达心意又能让客户对你有印象。

参展期间注意事项：

1、针对老客户：最好能坐下来聊聊，问下他对之前的供货是否满意、是否有哪些还需要提高、改进的；再问问对方接下来有什么采购的打算；最后送点小礼品，以表心意。

2、针对新客户：要主动接待客户，应尽量留下对方网络的联系方式，最好有MSN或SKYPE，这样方便以后联系，在与客户聊天的时候尽量了解清楚对方的公司性质（是贸易公司还是生产厂家）、主要采购的产品和基本要求。

PS1：一定要主动，不要期望客户会主动上门来找你。在展台外张望的客户可以主动上前请对方到里面参观，并最好互留名片。来参展的人一般都会来一两天的，如果第一天他有来你展台参观，但没有多大的意向，那么第二天当你再看到他的时候一定要请他到里面坐坐、详谈。

PS2：不要轻易放弃，利用好所有你能用上的资源。记得第一天一个国外客户（这里暂称为A）来我们展台时只大致的看了一下我们的产品，而且他旁边有一个中国人（是他在中国的供应商，暂称之为B），这次还兼他的翻译。我也是第一次参展，没什么经验，不懂怎么把握住客户，等他们走了之后才想到其实这个客户应该是可以马上订单的，可是这时候已经晚了。但是突然想到B他们的展台就在我们前面，我下午就一直注意前面的展台，呵呵，等了很久，终于看到他们回来了，等A走了，我就过去跟B聊天，从他那了解了一些关于A的信息，并得知A明天还会来展会，而且这次是B负责A的行程安排，我就请B明天再邀请A来我们展台，我们可以细谈。就是这样，这个客户第二天又来到了我们展台，并简单的下单了（非常感谢B^\_^）。虽然这次有点后知后觉，但亡羊补牢，仍然为迟。现在我正等A确认PI，希望能与A建立起良好的合作关系。

3、最好及时记下客户的信息，将重要的信息写在客户的名片上。展会时间短、人多，很多时候都忙不过来的，如果你等晚上回去再来慢慢整理名片和客户的信息，那很多东西都会忘记的，而且晚上回去肯定都很累了，哪还有那么多精力，所以最好当时就将最要的信息写在相对应的名片上，这样回去也方便统计、也不容易搞错。

展会后的跟踪：

展会后的跟踪是相当重要的。

1、回公司后，马上把所有名片整理归档，分为重要客户和一般客户，然后全部邮件发送公司的相关资料。

2、如果客户三天之后还没回邮件，就进行电话跟踪，务必要让对方记住自己。

参加展会后的工作总结范文3

6月20日至23日，“北部新城·成都新区·福地新都”城市形象展示暨房产博览会在新都芙蓉生活广场举行。

展会历时三天半，人气旺、销量大、效果好，社会各方反响热烈，现将工作总结如下：

(一)参展规模。

本届展会共有24家企业24个楼盘参展，参展楼盘面积145万平方米，有电梯、多层、洋房、别墅等多种项目形态。

另有7家房地产中介机构、1家建筑装饰材料商家参展，工商银行、建设银行、中国银行、交通银行等四家金融机构以及公积金中心、公证处等机构提供配套服务，房管局设立了政策咨询点。

(二)交易情况。

4天房博会期间，住房成交81套，面积平方米，交易金额万元;车位交易5个，交易面积72平方米，交易金额36万元;商业房交易2宗，交易面积平方米,交易金额48万元。

购房意向登记1700余组，其中新都约占70%，成都市区占20%，省内其它地方10%。

参展楼盘售房部人气大增，几乎恢复了20xx年市场繁荣时期的接待量。

展会期间共接待参观、咨询群众万余人次。

(一)楼盘整体品质较高。

本次参展楼盘，如万科双水岸、汉嘉国际社区、东骏湖景湾、港基翰香府、交大香洲半岛、和信水沐天城、交大云堤、天之海天府江南等，都是新都的精品中高档楼盘，无论是基础配套、周边环境还是小区规划、建筑质量等都可圈可点，是新都房产的形象和代表。

(二)参展商品房全部通过安全鉴定。

由于是在汶川特大地震后举办的成都市第一个房博会，为消除购房者顾虑，区房管局邀请了中国物业管理协会房屋安全鉴定委员会专家自6月8日起，对24个楼盘、万平方米商品房进行安全排查，所有参展楼盘完全达到抗震要求和质量标准，主体结构安全，无隐患。

(三)城市形象规划展成为亮点。

本次展会设置了城市规划展厅，以展中展的形式，将新都“北部新城·成都新区”的发展总体规划向市民进行展示，使市民更加了解新都，对新都的未来发展充满信心。

规划展受到购房者的高度关注，成为本次房博会亮点之一。

(四)配套活动丰富多彩。

房博会期间，为营造氛围、聚集人气，承办单位组织进行了“房博会文艺晚会”、“迎奥运挑战世界冠军乒乓球表演赛”、“发现新都摄影展”、“千名车友自驾购房游”、“省内10城购房游”、“购房抽奖”等丰富多彩的配套活动，促进了人气的提升。

(五)政策优惠助推交易。

作为全省震后第一个房博会，区委、区政府及时出台了促进房地产业发展的优惠政策，其中公积金贷款政策放宽、财政补助、个税优惠以及房管局系列办证优惠政策，直接促使房地产交易量和展会人气的提升。

(六)开发商推出购房优惠。

房博会期间，为了吸引购房者，除了政府给予的优惠政策外，各开发企业都推出了一些优惠措施，如购房直接优惠2-3万元，同时有4-8%的返点折扣;有的楼盘还针对灾区购房者推出了特别的优惠措施。

(七)宣传形式多样，媒体广泛参与。

本次房博会的宣传采用了多种媒体形式，有电视、报纸、期刊、电台、网络、短信、出租车分动传媒、定点视频、户外单立柱、主干道灯杆道旗、DM单、广场气柱等，几乎涵盖所有的宣传形式，省、市及省内10城主流媒体广泛参与，宣传宽度前所未有。

(一)领导重视。

本次房博会，区委、区政府主要领导高度重视，杨羽、王翼刚、钟建宏、曾刚强等领导多次主持召开参展开发企业座谈会，听取企业意见，安排部署展会筹备工作。

开幕式当天，区委、区人大、区政府、区政协领导冒雨出席开幕式，展示了新都区领导班子务实、自信、干练的工作作风，感染了所有参加开幕式的购房群众、工作人员和媒体记者。

(二)充分筹划。

本次房博会自4月中旬开始筹划，历时两个月

本文档由范文网【dddot.com】收集整理，更多优质范文文档请移步dddot.com站内查找