# 202\_会展策划方案优秀范文

来源：网络 作者：翠竹清韵 更新时间：2024-01-07

*方案是从目的、要求、方法、进度等方面进行具体、周密、可操作性强的计划。今天小编整理了20\_会展策划方案优秀范文五篇供大家参考，一起来看看吧!20\_会展策划方案1一、展会名称：20\_\_第十九届中国(上海)建筑装饰及材料博览会二、展会地点：上海...*

方案是从目的、要求、方法、进度等方面进行具体、周密、可操作性强的计划。今天小编整理了20\_会展策划方案优秀范文五篇供大家参考，一起来看看吧!

**20\_会展策划方案1**

一、展会名称：20\_\_第十九届中国(上海)建筑装饰及材料博览会

二、展会地点：上海新国际博览中心(上海浦东新区龙阳路2345号)

三、展会时间：20\_\_年9月26日-28日

四：展位号：N4场馆F32、F33号展位

四、参展目的：

1.国内外营销渠道拓展

2.打造公司品牌及知名度

五、参展安排

1、展前准备

(1)工作安排(接待、洽谈、资料发放以及后续等工作进行分工)

(2)工作行程(工作时间，轮班安排，每日展台会议等)

(2)检查参展各项内容是否到位(包括展品、产品资料、宣传资料以及设备工具等)

2、展位准备

(1)参展产品：1、种类2、规格3、数量4、样品的分类及编号5、摆放

(3)展位的布置; 包括展台总体设计和材料准备。(宣传视频、样品、宣传册等)

3、参展服饰：参展人员在展会期间必需穿着统一的正装，佩戴好公司的工牌。

4、宣传资料：1、宣传册2、宣传单3、名片

5、展台布置

6、参展人员：布展、撤展、展览资料发放、参加展览后勤，物品的分类，保管，领取等，安排好职责，选择人数，分配好!

(二)、展中：

1.产品促销活动：

①促销政策的实施，当场签订签订购合同的客户给予一定的优惠(待确定)。
②当场签订合同的客户可以按条件获得一份精美礼品譬如：MP3、交通卡、礼盒装茶叶、数码相机等赠品。

2.媒体报导：

①公司网站进行同步报道。

②国内和国外行业媒体报道。

③钓鱼岛宣传片(爱国主义)

3.调动展位现场人气的活动策划：

活动之一：产品讲座(热镀锌方管、角钢、槽钢计算，产品特征) 活动之二：有奖知识问答

(三)展后：

1.准客户追踪跟进。

2.把在展会上的火热场面刻成光盘，进行形象整合、再包装。

3.网站的后续报道。

六、参展物料：

1.宣传资料：

①准客户邀请函√

②公司简介

③产品宣传册√

④海报√

⑤赠品

2、洽谈资料：

①名片√

②相关合同书

3.现场用品：

①客户资料统计表

②嘉宾签到簿

③名片夹：一是放置本公司工作人员的名片，另外是放置嘉宾名片。

七、温馨提示：

1.展示期间关注笔记本摆放和演示，防止被人偷窃。

2.关注被邀请客户的行踪，何时到达并及时接待。

3.在展会期间，参展工作人员不能在现场吃东西，要体现出一个尊超品牌的水平要求来，保持展厅干净整洁。

4.每天闭馆后要及时开总结会，总结一天的工作，发现问题及时解决，重要的大客户尽量当天晚上或者第二天就约见。

5.参展工作人员要统一穿工装，体现出公司的良好的精神面貌，和尊超品牌的操作要求。

一、活动目的：

1.提高展会现场与观展商的互动机会;

2.为观展商提供现场观摩仪器检测的机会;

3.为观展商提供免费检测服务也是展会现场的宣传炒作方案之一。

二、活动时间：

惯穿整个展会期间

三、活动地址：

展位内

1.邀请函宣传

①国外准客户邀请函宣传

②国内准客户邀请函宣传

(二)、活动的操作方案：

2.活动现场分工：

①宣讲、接待人员：2—4名，负责活动的宣讲、观展商的接待、咨询、资料派发、名片交换。

②市场销售人员：5名，对上门客户一一做详细讲解。

2.活动操作流程：

①观展商与宣讲接待人员进行沟通交流(首当其冲的重要一环);

②观展商被引导到登记台工作人员处

③观展商市场销售人员进行亲密接触(观展商的“取经”之地)。

3.注意事项：

①接待人员要收集客户名片等资料以备会后跟踪客户，另外对被邀请客户要进行区分，视被邀请客户为此次展会嘉宾，同时，对所有观展商都应当有迎有送;

②工作人员应根据现场人数灵活安排。

二、活动时间：

展会期间每天上午和下午各一次，每次持续时间30分钟，具体时间暂时确定为：上午10：30——11：00，下午3：30——4：00(具体时间可根据实际情况临时调整)

**20\_会展策划方案2**

一、活动简介

展会名称：20\_\_年湖南大学生春季服装艺术节

举办地点：长沙大学新体育馆(规模可扩大至篮球场甚至周边校园内)

办展机构：1、主办单位：长沙市人民政府

长沙学院(取得多方的支持和赞助)

2、策划协办单位：长沙学院法学与公共管理系部

承办单位：闪星创意会展公司(07级公共事业管理会展班)

展品范围：服装(衣服、裤子、鞋、袜等)

饰品(手饰、项链、耳环、头饰等)

挎包类

办展时间：3月6日――3月7日(时间应在开学后一个月以内，这是学生的消费旺季，开幕式安排在周末或者特别的日子)，展期两天(星期六、星期天)，办展时间还应定在换季时期，那是大学生服装消费的旺季。

展会规模：小型或是中型(因为是初展，投入规模不能太大，展会的筹备阶段进行调查，根据掌握的信息预测参展商和观众的数量)

展会性质：展与销双重性质

展会定位：本次展会的创新首先体现在展会的主题上，只在服务和打造大学生服装文化，专门性和创新性。展现大学生的年轻活力，追求时尚潮流，积极向上，充满奋斗激-情，同时还融入一定的艺术性。再次，在大学校园里举行，比较亲近大学生活，有地域优势和情结优势。

招展对象：耐克，阿迪达斯，康威，李宁，安踏，特步，lee，班尼路，增值牛仔，以纯，森马，摩高，美特斯邦威、真维斯、淑女屋、依米奴、马克华菲、伊韵儿、罗宾汉、卡帕等品牌服装。

观众：主要是湖南在校大学生各个经销商以及社会公众。

办展目标：帮助参展企业达到预期目标，能让大学生对此展会留下深刻印象，坚持长远延续发展，使该展会成为企业与消费群体可信赖的交流交易平台。树立该展会的优质形象，打造展会品牌，让展会成为每年固定节目。

二、调查与分析

(1)行业调查与分析：

整个服装行业出现了新的形势：市场重点从欧美转到中国。金融风暴对欧美国家打击，品牌企业也不能幸免，消费者的购买能力与信心也要一段长时间才能恢复过来全世界的目光也都集中到中国市常中国将从以往一味崇洋，到冷静地看洋品牌的价值以及优劣，中国市场将不再盲目追求洋牌子了，这也是国内品牌升值的大好机会。学生装产业因为消费群体稳定而且庞大，不失为服装企业应重点培养的效益增长点。对于服装厂家来说：①它可以帮助企业树立品牌形象，适应企业的品牌发展战略。②有利于专门开拓大学生这块市场，产业化生产，影响和引导企业的发展方向。同时，专门打造大学生这块市场对企业也是一种竞争手段，是一种战略分析。③通过展销可以扩大企业的产品销量。④展示服装产品，与消费群体实现交流，收集市场信息。对大学生来说满足了大学生的消费需求，适应了大学生追求时尚、阳光等的消费心理。为大学生树立个人形象提供了一个更好的平台，还可以从中寻找一种乐趣、新鲜感，引导购买行为。同时也是一种社会信息资源库。而且，通过该展会可以提高学校知名度、丰富校园生活，激发学校的氛围，促进学校的建设和发展。

(2)外部环境分析。后经济危机时代，服装产业复苏，各个品牌正积极寻找利益增长点。学生装产业在国内发展趋于成熟，企业完全有能力向世人展现能体现当代大学生风采的产品。甲流流行趋势有所减缓，各种集会活动能继续展开。

(3)内部环境分析。各大高等院校有足够的面积容纳展会的进驻举行，学校本身具有相当数量的安保人员，申请动用学校保安维持展会进行的基本秩序，以及保持学校正常秩序，扶持帮助公司工作人员开展工作，能保证展会的顺利进行。闪星创意公司工作人员，在学校系部老师的指导帮助下，提供现场服务，维持展会进行的正常秩序。

三、广告宣传推广

(1)展览标志：

展览标语：

(2)宣传方式：

①在各高校发放印有展会信息的传单、招贴画。宣传推广的重点是湖南各大高校，宣传资料的制作以及宣传团队的建立，有两种方案，第一，宣传团队去各大高校实地宣传，本方案实施起来工作量较大，宣传工作难度加大;第二，在各大高校寻求合适的代理，这种方案的实施减少了工作量，宣传工作比较容易展开，但成本相对比较高，宣传力度不够大。宣传资料的设计制作必须展现展会主题，设计要精美，能吸引观众的眼球和好奇心，树立展会面对观众的第一印象。同时，宣传资料要写明相关信息，交代展会地点，公交换乘路线，举办时间等具体信息。

②高校电台广播宣传。与移动校园集团合作，在校园集团内部进行短信的群发，确保展会基本信息能够提前让同学们知晓。

③邀请本土电视台报社对本次展会进行相关追踪

④宣传工作可利用同学的关系网。

四、筹备日程表

1、特装修、搭建布展：

3月3日—3月4日9:00-17:00

3月5日9:00-14:00

2、封馆检查：

3月5日14:00-17:00

3、开幕式：

3月6日9:00-9:30

4、开馆及观众参观时间：

3月5日9:30-17:00

3月6日9:00-16:00

5、撤展时间：

3月7日9:00-17:00

五、展会管理计划：

申请动用学校保安维持展会进行的基本秩序，以及保持学校正常秩序，扶持帮助公司工作人员开展工作。闪星创意公司工作人员，在学校系部老师的指导帮助下，提供现场服务，维持展会进行的正常秩序。

展会可进行分区布置，体现层次感，展位中间不止t台，这由展会公司聘请学校相关艺术学生进行帮助设计。同时在学校聘请两位优秀主持人，或者主持人直接从会展公司内部挑眩展览开幕期间，进行t台走秀活动，t台模特从学校聘请。

同时，我们在展会期间进行现场录像，以备展会后续宣传工作，扩大影响。在校园交通方面同学校校车进行洽商。

六、相关活动计划：

①开幕计划，主持人邀请主办单位负责任讲话，介绍宣传展会

②t台走秀表演，旨在服务展商产品活动宣传介绍。这也是活动的重点

③情歌对唱，现场礼品派送活动

④进行现场录像，以及现场采访

七、展会财务管理：

展会定价必须通过市场调查之后才能确定，请求专业人员的协助。展位期间的资金流动由会展公司进行管理，主办单位和协办单位进行监督。

会展管理专业 男生组

**20\_会展策划方案3**

一、指导思想

积极贯彻落实省委、省政府关于“主动接轨上海、积极参与长江三角洲地区合作与交流”的战略部署，按照“虚心学习、主动接轨、真诚合作、实现共赢”的总体要求，从观念、产业、市场、体制等方面与上海进行全方位接轨，进一步提高丽水对内对外开放水平，促进我市经济社会全面发展，加快全面建设小康社会。

二、目标任务

1、宣传丽水，提高丽水的知名度，向上海人民展示丽水新形象;

2、推介丽水投资环境，拓展招商引资渠道，吸引境外客商及上海市的企业来丽水投资发展;

3、进一步推进丽水市与长宁区两区市友好合作与交流，立足长宁，接轨上海;

4、展示丽水名特优新产品，促进丽水名优产品、绿色食品进入上海市场;

5、与中科院上海分院建立科技合作交流机制，促进技术成果及科技项目向丽水市的转移和信息指导服务;

6、建立长期的旅游合作关系，实现旅游资源的互补与共享;

7、建立经济园区招商合作机制，推进园区一体化发展;

8、建立长期的劳务合作机制，促进丽水市劳务输出。

三、活动内容

1、丽水(上海)投资环境推介暨名特优新产品展示展销会开幕仪式

(1)推介丽水市招商引资项目和投资环境;

(2)丽水市政府与长宁区政府签订进一步推进两区市友好合作与交流协议;

(3)丽水市政府与上海市旅游委员会签订旅游合作意向书;

(4)丽水市政府与中科院上海分院签订科技合作协议

;

(5)丽水经济开发区管委会与上海虹桥临空经济园区管委会签订园区一体化发展合作框架协议;

(6)丽水市人劳社保局与长宁区劳动局签订劳务合作协议;

(7)招商引资项目签约;

(8)领导、来宾参观丽水市名特优新产品展示展销会。

2、招商引资项目洽谈。

3、丽水市名特优新产品展示展销。

4、考察参观长宁区及上海市经济开发区和有关企业。

5、系列专题活动：

(1)农业：①介绍丽水绿色农业发展环境、现状及前景;②邀请农产品经营企业代表座谈。

(2)科技：①科技部门、企业与上海科研院所座谈;②参观部分科研院所。

(3)旅游：①介绍丽水旅游资源;②丽水市旅游局与长宁区旅游局签订旅游合作协议;③双方旅行社签订销售协议。

四、时间安排

1、9月27日上午

丽水(上海)投资环境推介暨名特优新产品展示展销会开幕式和项目签约仪式。

9:00?9:30 丽水(上海)投资环境推介暨名特优新产品展示展销会开幕式

9:30?10:00 参观丽水市名特优新产品展示展销会

10:00?11:30 投资环境推介暨项目签约仪式

12:00 招待酒会

2、9月27日下午

2:00?5:30 上海、丽水两地科技合作洽谈签约会。

上海、丽水两地旅游合作洽谈会。

上海、丽水两地农产品营销合作洽谈会。

3、9月28日上午

丽水市代表团考察当地经济开发区及企业等。

4、9月28日下午

考察参观部分科研院所。

5、9月27日下午至29日下午

各县(市、区)和市直有关单位与上海有关方面进行项目洽谈。

6、9月27日11:00至29下午4:00

名特优新产品展示展销。

五、地点安排

1、主会场：上海国际体操中心(武夷路777号)。

2、招待酒会会场：上海市美仑大酒店5楼多功能厅。

3、住宿地点：上海市美仑大酒店(武夷路789号)、上海市绿洲大厦(中山西路555号)等。

4、项目洽谈地点：美仑大酒店。

六、组织方式

采取市里集中安排与县(市、区)分团组织相结合的方式。

1、总体方案、总体宣传及开幕式活动由市里负责组织安排;

2、项目洽谈由各县(市、区)政府和有关部门组织企业与对方相关单位对口洽谈;

3、名特优新展示展销会在符合总体要求的前提下，市直和9个县(市、区)分别设立展区并自行组织布展;

4、农业、旅游、科技等专项活动，由市直主管部门组织落实，邀请相关领导参加。

七、活动规模

总人数约400人。

1、丽水方(140人)：

(1)市委、市政府领导和市委组织部、市委宣传部，市计划、经贸(协作)、外经贸、劳动、农业、科技、旅游、丽水开发区管委会、市政府驻沪联络处、新闻等单位约20人;

(2)各县(市、区)委、政府和经贸、农业、科技、旅游等单位约80人;

(3)项目推介企业约40人。

2、上海方(25人)：

(1)上海市委、市政府及经贸、协作、农业、科技、旅游、教育等单位约1

0人;

(2)长宁区委、区政府及组织部、经贸、农业、科技、旅游、劳动等单位约15人。

3、其他邀请单位(239人)：

(1)省委、省政府及省直有关部门领导约14人;

(2)部分外国驻上海领事馆经济参赞等约15人;

(3)新闻单位约20人;

(4)项目签约代表、客商约190人。

八、组织机构

成立丽水投资环境推介暨名特优新产品展示展销会筹备领导小组，在市委、市政府领导下，具体负责活动的各项筹备和组织实施工作。副市长沈仁康为筹备领导小组组长，市委副秘书长、市委办主任王昌荣，市政府副秘书长杨晓宏为副组长，市直有关单位和各县(市、区)负责人为成员。筹备领导小组下设综合组、布展组、项目及联络组、宣传组、后勤保卫组等五个工作小组

**20\_会展策划方案4**

一、活动主题:

缤纷营销，快乐赢销。

附:汇从化之精品，展城建之风采(

二、活动内容:

本次“商品展销会”活动面向东方职业技术学院全体师生，活动包括学生营销和商家展销两大类型。同时还创新地在活动中穿插“商品拍卖会”，促使气氛更热闹活跃。通过活动宣传和组织，为学生、商家提供一个“展示、交流、交易、合作”的平台，达到学生对营销学以致用和商家品牌推广的双赢目的。为了激励城建学子与广大商家积极参与本次活动，主办方设立了学生类的“销售奖”、“金牌服务奖”“创意奖”、“金牌团队奖”四大个奖项和商家类的“金牌冠名赞助商”、“欢迎店铺奖”、“金牌店长”、“诚信经营奖”四大奖项。另将配合学生、商家需要，巧妙设计会场，合理布置摊位，努力营造“缤纷和谐”的营销氛围。还将推出精彩隆重的“开幕式”和激动人心的“闭幕式暨颁奖仪式”，以突出“快乐消费，快乐赢销”的活动主题。

三、活动宗旨:

(1)丰富校园文化，激发本校学生营销创意潜能，为本校学生提供营销策划学习及学以致用的实践机会;

(2)加强东方职业技术学院和外界商家的交流与合作，通过活动和宣传及商品的现场展销，提高赞助商家品牌知名度和美誉度，深化师生心中的品牌形象;

四、活动时间和地点:

时间:\_月\_日-\_日

地方:教学楼口(优势:面积大，人流量多)。

五、活动举办单位:

主办单位:东方职业技术学院工程系学生会(注:其中计算机应用技术，信息管理技术为学院重点专业)。

协助单位:滑轮协会、街舞社、武术协会、翼新社，羽毛球协会……

赞助单位:………………

六、市场分析:

东方职业技术学院，坐落于龙湾区甬江路1号，毗邻街口。校本部共有在校生6000余人，我校校园气氛活跃，对新鲜事物接受快，故东方职业技术学院的校园市场较适合各商家作为商品展销场所。我主办方也曾成功举办了\_届大型校园“商品展销会”。

七、商家权益:(以下权益为冠名商家所享有，一般赞助商家享有以下的部分权益:b.的2、3、4、5、6、、和d.)

a、获大赛的冠名权如:城建职业学院\_\_杯第\_届商品展销会。(如何在冠名权体现双方的名称，有待具体协商。)

b、为整个活动的宣传的主体，体现于以下几方面:

1、活动内容以该品牌为策划对象

2、持续一个月的横幅，海报，传单宣传深化品牌形象

3、成为活动现场的背景的设计主题，请柬，入场券的主体。

4、活动前两天，走访各班班长，以班为单位，加重宣传力度。活动后向学院网站新闻栏投放活动通讯稿，并在管理工程系系刊和校园报刊上刊登本次活动

5、活动现场派人员发传单、宣传商家产品等。

6、以照片、海报、院刊、新闻等形式展示活动成果，进一步推广品牌。

c、享有优先选择场地的权利。

d、被邀请出席开幕式和闭幕式，并为获奖者颁奖。

**20\_会展策划方案5**

第一部分展览会前的准备工作

展览会的策划过程是一个综合而又复杂的过程,并不是简单的等价交换。它是为卖家和买家提供一定的环境和场所，促使交易达成的过程。评价一场展览会的策划，而是要涉及到众多行业和部门的，因此我们在策划展览会的时候要充分考虑到各方面的因素。

一、首先要了解展览要涉及到哪些部门，并怎样更好而又合理的协调组织好这些部门，为展览会的成功举办而铺路

从上述图中我们可以看到展览业促进了相关行业的发展，同时主动权又完全掌握在展览的组织策划者手中。作为一名有着丰富展览经验的组织者来说，必须要充分的考虑到这些因素，才能使展览会达到圆满的目的。否则其中一环没有考虑到，都要付出很大的代价。因此要求策划者本着以上实际出发，真正意义上策划一场全面而又深度的展会。

二、项目经理制

目前大多数展览公司实行的是项目经理制，即项目经理从展览会的组织确定到招展，及最后展出期间所遇到的问题的负责制。它要求(如图1)所示一样必须要全面的掌握工作才能作为一个合格的舵手。

项目经理策划会议的前期工作

市场调研:市场调研对于策划者来说，尤其第一届展览会的策划特别重要。

对于首届展览会的开展具有以下缺陷:

1、没有成功召开的经验和现有模式。

2、没有创造出品牌

3、没有与顾客建立稳定的关系及没有稳定的顾客群

4、不了解行业市场的发展动态

要求项目经理

1、具有敏锐的市场调查能力和超前的市场知识，曾经有一个会展界同行说:“当别人已经占领了山头，我们没有必要去抢这个山头，我们可以另开辟路。占领别人没有发现的山头”。这是一个最直接的形象比喻。策划者在策划展览本身要有这种创新意识，即对周围和未来的事业的关心与思考。京某展览中心，在策划中国第一届零售业的展会成为我们的展会的成功典型，我们可以作为思考。项目经理在准备策划这个展会时，不仅提前到实地考察,而且收集了大量的相关信息,确定未几年中国发展趋势,而成功的策划了这届展览,并取得了展会的延续性。

2、可行性分析报告。展览会的实地考察、企业的反应，相关资料的整理，通过这些信息的观察和自身的经验，确立展览会的“可行性”或“不可行性”做出最终的判断展会的召开与否。再汇报给上级主管，最终根据报告制定整体展览会方案，因此书写报告也是项目经理非常主要的环。因为决策者在支持展览会的召开是根据会议可行性报告和项目经理对整个行业的了解程度来决定的。

项目场地的确定、规模及时间

项目经理根据市场调查，最终确定展会召开，必须充分考虑到展会的场地、规模及时间的确定根据国际惯例，一个成品版和规模的展会，并不是首次举办就规模很大的，是经历一个过程而发展壮大的。当然展会规模和起点高其影响力度也就更高，但这对于展会策划者来说风险和投资太大，造成很大的压力，日前我国根据场馆规模及相应配套设施以及展览知识还远不及欧美等展览业发达的国家(以国家际展览会策划为例)必须要充分考虑到国际展的要求:

⑴国外参展商必须要达到整体参展对象的20%

⑵展会召开期间，邀请的国外参观者要达到整个参观人数的20%

在国内很多研展会，号称国际但大多数达不到这个要求，因此并不算是一个真正的国际展会，而只能是区域性的。因此必须考虑拓展力度和能力等因素，要考虑多方面的因素。

场馆整体的因素:

1、硬环境的考虑:

Α、场馆的交通是否便利;

Β、场馆周围的酒店、娱乐设施是否齐全

C、场馆的交通运输方式是怎样安排的

①是否有货运电梯

②场馆仓库的库容量有多大

D、场馆的面积及场地的合理化分配(制定展位图做考察)与相关租用配套设备。

E、研讨会的场地安排

2、软环境的考虑

①场馆内部保卫设施是否到位

②场馆的停车场及休息场所是否合理

③场馆的水电供应情况

④场馆的卫生清理工作

⑤会议期间场馆提供的相应服务

租赁方式一般分两种情况:

1、以场馆实际建筑面积计算，按平方米/元/天来整体计算场地租金，国际上专业会展的召开期为六天。布展为两天，开展期为四天，也有安排五天或七天的。

2、按场地实际搭建展位(标准3\_3)即每个展位/天/元计算总体租金，根据具体的租赁方式，在确定场地后，场馆一般要求租用方支付定金，该定金支付根据场馆租赁的规模来算大约为整个

租金的30%，也就是说整个场馆的费用为一百万，确定场地租赁合同后要求支付30万的租金，因此这是策划展览的一项很大的费用投入。

建议:①首次展览会场地不要太大。根据自己的实力做出预算。控制在一万平方米以内为宜，南方某展览公开发中心在策划展会时估计失误，过于乐观，预定了两万平方米，但最终只招了4000平米的场地，结果损失了将近1.6平方米定金。

②建议要充分考虑举办展览会的时间，如果同期在同一个地方一个日期内有2到3个展览与其发生冲突，这将势必影响招展的力度，这样很容易分散参展的注意力。

三、项目招展

展览会议的招展工作中与展销会有很大的不同:

A、展览的展即展示——参展者构成，览即看——观众构构成的。如果是专业的展览会，还需要邀请专业人士或同行业内人士参加，普通大众不是展览会的邀请对象。一般这种招展对象具有以下特点:

①实力比较雄厚，重视产品和品牌的宣传;

②技术力量雄厚，一般为技术领域领头羊或是生产者本身;

③规模和档次都要比较高;

④注重参观对象

⑤注意展览会议期间的相关行业研讨会

⑹注意参展的同行

例如:在我国每两年举办的汽车展，全球汽车厂商为抢占中国市场，在展览会期间把上述6点展示得淋漓尽致，做到完美无缺的地步，因此策划者在进行招商策划时，要充分考虑到参展商即我们的客户的心态，进行仔细而又深入的研究，才能做好招商工作的过程。

B、建议

①重点突破几个知名的大型企业，以知名的大型企业带动小型企业的参展。要求特装修，把整个展览会场装饰起来。

②以先期参展的优惠方式吸引参展商参展，并尽快落实参展商的展位，费用。

③取得国内外行业协会的支持，通过行业协会邀请参展对象做招商工作。(因为在国外很多行业协会是因各个行业自身组成的，本身就是多行业领头羊的综合体现)

④“以会带展，以展带会”突破传统的思维模式。展览会特别是专业性很强的展览会，相应召开的研讨会将是展览会的实质性的东西，招展者在招商时可以利用自身的优势来通过会议的重要性来带动企业参加展览会。把会议研讨与展览结合，是企业参展的积极性所在。

C、具体操作

①项目经理根据展会情况制定好招展计划(因为这样有利于安排展会进程，合理安排时间。)②分配具体招展对象公关工作(按照业务员的各个优势，充分的发挥其潜能，挖掘客户)。③资金运作的到位(展览是以展位租赁的形式进行交易的。确定展位不一定确定的费用到位，因此在招展中最终确定的企业参展还是在于资金到位。)

④广告宣传:广告宣传是非常重要的，一般分两阶段

a.前期招商宣传

b.后期的品牌宣传，即观众的宣传

Ⅰ、普通大众的宣传Ⅱ专业观众的宣传

c.会期会场广告宣传

⑤展览会的服务:企业参展作为组织方必须为企业提供一个参展指南，介绍大会的具体安排即相关的运输、酒店住宿等相关的服务。这样促使参展商更加全面的了解展览会的行程以使更加合理的安排时间。

第二部分展会期间的组织协调工作。

本DOCX文档由 www.zciku.com/中词库网 生成，海量范文文档任你选，，为你的工作锦上添花,祝你一臂之力！