

展会招展工作总结(大全5篇)

总结是对某种工作实施结果的总鉴定和总结论，是对以往工作实践的一种理性认识。相信许多人会觉得总结很难写？那么下面我就给大家讲一讲总结怎么写才比较好，我们一起来看看吧。

展会招展工作总结篇一

根据组委会的安排，我们承担了高技术项目展览的筹备工作，主要负责会议的组织，如展会总体方案的设计与实施、展位配置、展会布置、项目展区的征集与招募、联络与协调等。目前，会议各项展会任务已顺利完成，该工作组的相关工作方案总结和报告如下：

(1) 起草会展计划，在认真总结对接会展经验，吸收相关方意见和建议的基础上，提出、讨论、修订对接会展工作总体方案，并逐步实施和推广，取得了良好的效果为会议总体筹备工作的顺利进行发挥了重要作用。

(2) 会议展览招聘工作。按照分工，各了解任务单位、主要领导亲自牵头，开拓进取，运用各种工作渠道，组织会议展览招聘工作。这项工作任务重、要求高、难度大、时间长平锅由于组委会及各单位领导的重视和参会人员的负责工作，展览组圆满完成了此次大会的展览工作。

(3) 承办展览设计工作，根据组委会工作部署和总体规划要求，多次起草和修订展览组工作计划，对会议的展览风格、会议特点和功能分区进行总体设计，制定相应的根据大会筹备工作的进展情况和各工作组的具体情况及时调整，同时坚持与组委会的整体工作，坚持与各工作组的工作交流和信息沟通，注重与各方面工作的衔接，会展中心就展馆租赁、服务要求、价格优惠等问题进行了多次洽谈。经过多次协调修改，完成了室内外展区的平面布置和展览布置图，对展厅的

展览布置提出了统一要求。

本次对接会设置室内外展厅及会议区。室外展厅面积4000平方米，室内展厅面积20000平方米。有400个标准展位和450家参展商，特别安装面积为8200平方米。有序馆及地方、市级异常支持单位、国家创新试点城市展区、投资者展区、开发区县区展区、大学科研院所展区、高新技术项目展区、，环保产业生产区人才交流展区、科技兴贸展区、国际科技合作展区。

（4）各展区特殊装修招标，根据组委会办公室要求，已对各功能展区的所有特殊装修任务进行了招标，起草了招标文件和设计脚本，召开了特殊装修设计招标审查会n组织对中标方案进行修改，报组委会办公室审批，并监督中标单位严格设计方案，高质量制作。

（5）组织高校参展，高校的参展工作关系到整个对接会的项目层面，展会团队高度重视高校的展会动员工作，总体规划发布后，展会将继续进行团队坚持与各单位密切联系，信息畅通。组织召开了参与对接会的高校展览工作协调会，讨论相关高校参展情况。会议向各单位通报了第六次对接会的筹备情况，并说明了高校参加对接会的初步方案。与会者就本单位情况讨论了展会相关问题，提出了许多建设性建议，并表示积极参与第六次对接会，充分利用这个平台，做好成果推广工作，扩大宣传。

（6）展会安排及现场组织。10月20日，驻扎在展览中心的展览团队开始接收参展商发送的标准展板，并跟踪落实部分预定展位的参展商。10月25日，所有经过特别装饰的参展商进入现场进行c施工。展览团队注重现场协调和质量安全监督，根据整体进度情况配合安排加班，确保施工质量和进度。10月28日至30日，会展集团的中心工作转移到现场管理和服務上，做好人员和展品的准入管理，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项要求，10月30日中

午协调领导巡视、新闻采访等相关工作，进行现场撤展。经过精心组织，使整个撤展过程礼貌、安全、有序，顺利完成展会的现场组织和管理。

（七）组委会和办公室交办的其他工作。参与会议协办单位或非正常支持单位的邀请工作，积极参与参会商户的邀请工作，通过多种渠道宣传对接会，吸引更多投资者参会，并坚持与他们及时沟通联系。

当然，由于部分参展单位计划变更频繁，不遵守统一的时间表，信息沟通不及时，影响了展会现场组织的整体进度，增加了额外工作量。这些问题虽然最终得到了解决，但在下一届展会组织中也值得关注。

展会招展工作总结篇二

第25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：

一、展会前期准备

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

二、展会分析

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。

三、现场观众分析

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。

四、产品竞争力

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。

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。

五、展会效果

- (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

六、展会的不足

- (1) 展位的设计
- (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
- (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赠送，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！

展会招展工作总结篇三

第25届上海玻璃展已经落下帷幕，相比于xx年北京玻璃展，我企业不管是在规模、展品的种类还有人员配置方面都有很大的提高，对企业品牌的推广起到了很好的作用，让我企业在玻璃耗材行业有了一定的知名度，这与全体企业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，企业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，树立了企业的精神风貌。
- 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企业的方案对比，最终选择性价比高的企业为我们进行展台的搭建。
- 5、企业宣传片的制作，为推广企业品牌更是制作了本企业的第一部宣传片

本企业展位号是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，我相信这次展会我企业绝对是异军突起，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，但是我相信经过企业所有人的努力，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，以便今后能够方便企业的业务联系。

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，这就需要我们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。提高本企业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

(2) 企业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

(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赠送，也能够促进今后的合作。

展会招展工作总结篇四

1、场馆□n3厅、登录大厅□n1厅

2、面积：12000平方米

3、参展商数量：40。

4、有效专业观众：3000人次。

20xx年中国（天津）国际婴童成长教育博览会持，为展会开发大型客户，保障展馆的优先使用、提供强大的现场服务团队、为展会审批开拓绿色通道。

以上单位的主要负责人肯定了本次展会，也坚定了越美文化办展的信心，与此同时，公司员工为展会投入了相当大的工作精力和时间，绝大多数下班时间定格在晚上8点左右，同时周末也在和客户见面或者电话联系，因为第一次办展缺少实

战经验，公司员工基本上把要做的工作反复性的做一次、或者两次再或者三次，以保证下一步工作能够顺利实施，有部分宣传资料，做了精心的、反复性的论证和修改，由于工作负担过于庞大，很多事情不很顺利，工作略有混乱，展会前期，公司流失了一部分展会人才，也给工作流程上造成岗位缺失。但是，通过公司其余员工查漏补缺，重新整理组展方案，锁定招展方向，老总不断鼓励支持下，公司人员的工作能力和素质有了质的进步，每个人都能独当一面，与客户交谈能过对答如流，并且能过给客户有利资源和展示方案。

组展期间，公司策划了各类可能实施的活动，丰富展会内容，增加展会亮点，并且洽谈了“朗朗一童音飞翔”、“中国移动无偿捐赠”“双汇火腿冠名”等等事宜，虽然某些项目没有实现，但对公司来说也是直接积累经验的过程，为下一次举办大型活动积累“燃料”。

通过以上宣传，大会积累的大量媒体资源，也针对性的选择了部分专业媒体。

在以后的展会宣传上，锁定宣传方式，尽最大力度的做到点对点的广告宣传，值得重视的是，公司后期进行的免费赠票活动，使得展会宣传做到了点对点，并为展会争取了大量的观众。展会现场的时事报道，增加展会的知名度。总之，通过各类宣传，本届展会得到了各方面的宣传，也为下次办展打造了良好的基础。

同时，家庭育儿、宝宝车模决赛、百城百婴活动、英语小达人、国谊健康讲座、健康宝宝大赛、宝宝涂鸦大赛丰富展会内容。

会场设立的怀旧区，让家长们展示了他们儿时的娱乐项目，小朋友们也是跃跃欲试，现场一片欢腾。

n1厅开放的充气城堡游乐区，举办了各类活动和比赛，参加

比赛的小朋友也是手拿奖品满载而归，场馆里一片欢呼雀跃。

以上丰富多彩的活动吸引了家长和儿童，增加了展会现场的人气，真正做到了“婴童嘉年华”这一展会主题。

总的来说，展会宣传的：早教咨询、智力开发、学前教育、孕婴服务、体验购物、儿童游艺、亲子互动等基本实现，并在此基础上增加了儿童食品专区，丰富了展会内容，真正使展会实现学、衣、食、住、行、用、玩等全面的项目。

20xx年中国（天津）国际婴童成长教育博览会

在展会招展上也存在着困难和错误，招展人员对婴童行业很陌生，不能很快、很透彻的了解商家的需求，同时，参展项目没能够做全面的归纳，导致招展内容确实，进而导致参展商缺失，招展人员招展方向混乱，也在找展期间出现重复性招展现象的发生。

通过集体、单独培训和实战模拟的方式解决了绝大部分商遇到的问题，招展人员对客户提出的问题能够一一解答，并提供更丰富更详细的参展方式和内容。公司有争分夺秒的组织全体大会，明确个人招展分工和招展方向，有力的避免的资源 and 时间的浪费，也扩大了参展商的范围，在招展这一过程中值得表扬的是，参展商有知名的大型企业，也有个体的商贩门脸，从此可以看出，招展人员已经尽可能的搜集、争取了天津市的婴童行业商户。

展会期间，人人奋力当先，有的同志，展会的各个岗位都经历过，哪里需要就奔向哪里，更有的同志，连中午饭都没有时间吃。工作人员不厌其烦的、耐心解绝参展商、和观众遇到的困难和问题。

梅江会展中心为本次展会贡献了相当大的力量，在场地的提供和展位的搭建上给予了相当大的支持，同时为展会办理报

批手续也是全力以赴，创造了一天之内办理完消防和安防手续的全新纪录，现场服务上又是不遗余力，为展会提供人力和物力，所有展会用具一应俱全，并主动为展会工作人员送上电暖气和其他用品。同时有秩序的管理参展商入场、展示和撤场。

从合作媒体、招展公司、参展商、梅江会展都是本展会积累的有力资源，要协调和保障好公司与他们的关系，为以后办展打造坚实基础。

此届展会在相关政府、各类媒体、会场地及行业人士的大力支持下，展商数量、观众数量及展会规模都为今后办展打下了良好的基础，为天津孕婴童教育及其他相关产业提供了博览、借鉴、交流、合作的渠道，为行业企业展示形象和实力、开拓市场、寻求合作提供了有效平台，同时也是为优秀的早教机构更好的服务天津的幼儿家庭，拉近企业与家庭的距离。该展览会已成为天津地区婴童市场规模最大、最有影响的盛会。

从客观的角度来说，本届展会基本上是成功的，参展商基本符合宣传内容，3厅能够充分利用，参观人流量也在1号出现了小高峰，虽说展会期间出现了或多或少的小矛盾，但是没有出现大的问题，都在现场及时的和谐的得到解决，展会顺利结束。从自身的角度来说，展会没有做到极致，还有发展的空间，发展空间指的是参展客户和组委会工作能力的提升，天津市还有很多保持观望态度的企业，他们是有待我们下一届或者下下届开发的客户，同时，工作人员的工作能力得到很大的提升，从不知何为展会，到独立成功办展，工作能力得到了升华。

最后，预祝公司各位同事新年快乐，在新的一年里，事事顺心、梦想成真。

展会招展工作总结篇五

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，这就需要我们产品的竞争力。产品竞争力能够体现此刻产品的设计、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

(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

(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赠送，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！