

最新会展工作计划表(优秀9篇)

在现实生活中，我们常常会面临各种变化和不确定性。计划可以帮助我们应对这些变化和不确定性，使我们能够更好地适应环境和情况的变化。计划为我们提供了一个清晰的方向，帮助我们更好地组织和管理时间、资源和任务。下面是小编整理的个人今后的计划范文，欢迎阅读分享，希望对大家有所帮助。

会展工作计划表篇一

第一条 为加强展会期间知识产权保护，维护会展业秩序，推动会展业的健康发展，根据《_对外贸易法》、《_专利法》、《_商标法》和《_著作权法》及相关行政法规等制定本办法。

第二条 本办法适用于在_境内举办的各类经济技术贸易展览会、展销会、博览会、交易会、展示会等活动中有关专利、商标、版权的保护。

第三条 展会管理部门应加强对展会期间知识产权保护的协调、监督、检查，维护展会的正常交易秩序。

第四条 展会主办方应当依法维护知识产权权利人的合法权益。展会主办方在招商招展时，应加强对参展方有关知识产权的保护和对参展项目（包括展品、展板及相关宣传资料等）的知识产权状况的审查。在展会期间，展会主办方应当积极配合知识产权行政管理部门的知识产权保护工作。

展会主办方可通过与参展方签订参展期间知识产权保护条款或合同的形式，加强展会知识产权保护工作。

第五条 参展方应当合法参展，不得侵犯他人知识产权，并应对知识产权行政管理部门或司法部门的调查予以配合。

会展工作计划表篇二

电话销售即通过电话，有计划、有组织、高效率地扩大会展客户群，并提高客户满意度，维护和保持客户，在当前，电话销售依然是会展营销中十分重要的策略手段。作为一种营销方法，电话销售尽管显得比较传统，但它能使会展组织者在一定的时间内快速、准确地将信息传递给目标客户，并及时获得反馈，争取客户。随着当下微信成为人们日常的交流习惯，“电话+微信”相结合营销的形式，直接、便捷、高效，得到了会展营销的普遍应用。

电话营销是相对感性的销售过程，在营销实践过程中，电话营销的效率性和便利性往往是通过营销人员的个人魅力与技巧来实现的。以下是几点在会展营销电话销售中要注意的：

1) 对电话营销人员进行专业化的培训。高效率的电话营销与销售队伍的招聘、培训、激励、组织体系管理、计划等因素有密切关系。面向电话营销人员的培训包括了：熟悉会展组织机构与会展项目的基本情况，了解目标客户的参会或参展动机，为目标客户准备建议方案，了解目标客户的背景，谈话技巧。

2) **crm**软件系统支持 **crm**客户管理系统是电话营销工作中最普遍和常用的管理工具平台。合适的**crm**客户关系管理系统在提高会展营销效率的同时，也为决策层管理和分析客户、制定合适的营销策略提供科学的决策依据。

3) 利用广告、邮件、信件直邮等相关营销方法支持配合电话营销。从会展营销的实践角度来讲，在开展电话营销之前，如果已经通过广告、邮件、信件直邮等营销方法使得目标客户了解到了会展项目的相关信息，则电话营销人员与客户间的沟通就会更加容易，也更容易取得积极有效的成果。

2. 直接邮寄

直接邮寄的方式是将各种资料直接邮寄给潜在的会展客户，邀请他们参与会展活动。直接发函是一种相对很传统、直接、单向的宣传营销方法，尽管存在着反馈效率非常低的问题，但因其成本较低、性价比高，目前虽然仍有小部分会展业项目使用该营销方法，尤其是在官方、政府主导的会展项目上。不过伴随着现代信息技术的迅速发展，利用电子邮件、传真手段发送越来越普遍，常态化，直接邮寄已然在逐渐的淡出视野。

3. 广告宣传

广告宣传是会展营销的极其重要方式。会展广告的范围可能覆盖已知的和潜在的所有目标客户，可以将会展项目情况传达到直接联络所遗漏的目标客户，也可加强直接联络的效果。广告宣传覆盖面广，但成本高，因此对广告安排需要谨慎控制和管理，明确广告宣传的目标，确定合理的科学预算，谨慎选择广告媒体，仔细安排广告投放时间段。

通常，会展广告宣传的方式主要分为：大众媒体广告和专业媒体广告两大类。

会展工作计划表篇三

- 1、9月份北大销售部共实现销售4台，其中*卡车2台。江淮和悦1台、江淮悦悦1台，远远没有完成公司制定的销售任务。
- 2、进行了多次市场走访工作，尤其针对延吉市内进行了不间断的市场走访工作，收到的效果良好。经过不间断的走访成交了江淮和悦1台。
- 3、本月实施了多次延吉市内的小型车展活动，在金达莱广场、彩虹桥广场、阿里郎美食广场等多个地点进行了小型车展活动。特别是在阿里郎的美食节车展上成交了江淮悦悦1台。取得了明显的效果。

4、本月由于汽博会的举行，公司的客户进店数量又出现了下降，导致江淮汽车的销量不断下滑。不过由于延吉高速铁路开工建设，本月的卡车咨询数量明显提高，但是长春等地的一级经销商互相争抢客户，价格都让到低价，基本没有什么利润可言，使公司的*销量也遇到明显阻力。

5、分析销量低迷的主要原因，我认为还是出在北大店面的形象问题上。很多客户还是不知道我公司经营江淮汽车品牌，我们已经上报的公司外部形象的设计样稿，希望公司领导如果觉得可行，请尽快批复。如此进行下去，时间不等人，我们会损失很多客户的。

6、本月公司商品车资源（江淮悦悦、瑞鹰、和悦）等资源严重不足，始终没有到货，尤其是悦悦车型，时间跨度太长。迟迟不到车，会严重影响销量，另外公司的调车流程混乱，库存控制力下降也影响着销量。

7、公司目前的活动太少，屈指算来，跟去年同期相比，公司本年度的车展活动、巡展活动、市内展示等等活动基本没有，客户来电数量又不断下降，分解的销售部缺乏团结和向心力，这些都是目前急需解决的问题。长此以往，势必使公司受到损失。

会展工作计划表篇四

1、领会上级领导的想法和目的

上级领导的想法往往代表了公司层面对于产品认知的高度，因此展会策划过程中的每一次会议、每一项通知都代表了其对当前事务以及下一阶段工作的具体要求。

在个人对产品认知不足的前提下，通过领导了解公司的产品，比自己独立理解要来的快速和深刻。

2、围绕核心内容开展工作

展会的表现形式有很多，但只有承载了内容才能变得鲜活。

确定核心内容

任何展示都要有一个主题，而围绕主题的内容脚本则是展览的核心内容。核心内容的确定是整个展览工作的重点和难点，核心内容来源于对展示产品的认知，一方面前面提到的领导意志实际上就是核心内容的前身，要在此基础上进行整理和完善；另一方面，核心内容是一个完整的体系，涵盖多个方面的要素，包括：目标、手段、措施、能力、效果等。

理解核心内容

展会准备工作涉及的人员角色较多，各方只有建立和达成同一个共识才能向着一个方向前进。核心内容最好是通过方案进行表述，再配合关键示意图进行说明，从而能够让项目成员迅速理解。

运用核心内容

核心内容的确定后，策划工作基本完成了一半，而内容的合理运用也至关重要，如：展板、二维码、宣传册、ppt、视频等，要根据不同展示形式的特点进行内容编排。

3、针对参展对象，突出相应内容

如果一次展会参展人员较多，而参展对象的身份差别较大，那么建议要针对不同的参展对象突出不同的展示内容，对于较高层级的领导，他们较为关注决策分析类的应用展示，例如关键指标数据呈现、大数据应用等。由于他们的时间非常有限，因此讲解过程要求短平快，重点突出，结论鲜明，用数据说话。

而对于大众级别的参会人，他们往往对业务模式较为感兴趣，这时候可以直截了当的展示具体产品，越直接，感受就越强。例如，通过一个业务流程的操作将解将产品的功能、特点和操作模式完全展示出来，或者让参展人员进行切身操作体验等都是很好的方式。

4、任务安排要明确、详细、可落地

展会准备工作是一个分工协作的过程，少不了工作计划的制定。列任务、定时间、出成果是工作计划的基本要求，计划一定要可执行，具体来说就是要让任务负责人知道今天和明天应该干什么，否则计划就成了一纸空文。

明确任务，拆分任务

任务越粗略就越不明确，负责人执行起来就越无法预期。建议将一个任务按照任务构成或工作进程继续分解，体现出关键任务节点甚至是工作成果输出。

合理安排责任人

如果一项任务涉及两个甚至多个角色成员参与，一定要明确第一责任人；对于策划这一角色，类似产品经理，要尽量承担内容产出、项目沟通、进度控制等事宜，不要负责看似有关但完全可以交付给其他人的事务。

合理设定时间

时间的设定既要考虑整个工作的期限，也要考虑每项具体任务的工作量，同样建议和负责人共同协商确定。

5、善于沟通，勤于汇报

沟通是做事情的一部分，而且是很重要的一部分，上下级之

间、项目成员之间、内部外部之间都需要适时进行沟通汇报。不确定的事宜要沟通；重要工作节点要沟通；工作的产出结果要沟通。我们需要将沟通作为一种工作风格，将汇报作为一种工作习惯。

会展工作计划表篇五

一、主办方如何到同题材展会收集资料

3. 调查渠道与信息的获取方式有： 调查渠道具体有：

信息的获取方式有： 同上，加合适动词

二、参展商在参展期间如何通过市场调查获取发展机会 1. 优势：（1）可调研内容多：

c.参加展会同期活动。

（3）调研质量高：展会调研具有被调查者数量众多和调查直接两大优势

（4）能够节约调查的时间、精力，短短几天时间就能结实很多展商和竞争对手。

缺点：贵 调研可由公司内部进行调研：

优点：便宜

缺点：不客观，容易受到其他因素的影响

b.进行小范围试做；

c.根据试做的结果对问卷进行修改；

d.抽取一定量的样本进行评估；

e.将试卷发入被调查者手中；

f.被调查者答题；

g.回收问卷；

h.赠送小奖品。

会展工作计划表篇六

近年来，会展业异军突起，形成了新兴的展览业市场。区委、区政府高度重视会展工作，在浙洽会期间，成立了浙洽会**分团组委会，在广交会期间，区四套班子领导分别到广州考察广交会情况，给外贸企业鼓劲，有效增强了企业发展的信心。同时□20xx年区委1号文件专门出台了关于外贸企业参加展会的奖励政策，切实提高了企业参加展会的积极性□20xx年区财政用于企业参展的补贴资金在超过1000万元人民币。

在集团公司的正确领导及大力支持下，在公司领导班子的带领下，面对激烈的市场竞争和全国范围内抗击非典的严峻形势，公司全体员工团结一致、开拓进取，紧紧围绕年初制定的工作目标开展工作，取得了抗击非典和经营发展的全面胜利，管理工作持续改进，服务品质稳步提升，全年实现主营业务收入共计9669万元，较上年同期增长23。税前利润、净利润分别比去年提高和，圆满完成集团公司下达的各项经营指标。

二、全力配合集团地产开发，小区管理品质不断提升

今年，为了配合集团的物业发展，公司调整了发展战略，奉行“先品牌、后规模”、“把工作重心放在改进集团开发物业的服务品质”的思路，适度放慢对外拓展速度，集中优势资

源确保为集团开发的精品楼盘提供配套的精品物业管理。为此，公司进行了一系列的调整：首先强化了领导分工，由总经理直接分管、各副总协助参与集团开发物业的管理服务工作，并专门设立了集团开发物业周工作例会制度，缩短发现问题和解决问题的周期；优化人力资源配置，调换部分管理处负责人；收支实行“取之于集团物业，用之于集团物业”的政策，作为整体不提利润要求。同时，重点抓好以下几方面工作：

第一，抓好制度建设。制定“封闭式管理规范标准”，以集团开发物业小区为试点，并向各全委小区全面推广封闭式管理；加强对各小区的安全评估，对小区内易攀爬部位实施安全防范，采取各项防攀爬措施；实行管理处主任-安全主管-分队长的安全管理组织架构，安全总监-安全管理部-安全主管垂直领导，通过测评考核确定安全主管人选34人；通过理论考核和现场实操，从114名保安骨干中确定分队长人选76人；根据工作岗位的变化，合理调整，分流保安骨干18人，为安全管理工作迈上新台阶打下了坚实的基础。

第二，调整保安培训重点，强调保安的敬业精神和纪律性，以及对值班时各类事件的处理规范，特别是外来人员车辆管理及各种异常情况的处理办法。全年保安培训时间达126小时/人。

第三，加强对保安工作和生活的关心。对保安工资实行了大幅度的调整，解决了保安的社会保险问题，平均增幅达200元/人·月；同时投入20余万元资金，完善保安宿舍物品的配置工作；开设公司职工食堂，解决队员的吃饭问题；配置了报纸、金地期刊、金地物业报、金地保安园地等报刊杂志，极大地丰富了保安员的业余生活。

第四，严肃纪律和检查处罚。坚决执行请销假制度，防止私自外出；实行严格的查岗查哨和晚点名制度；加大检查督导的力度，查处睡岗26人，脱岗13人，其它违纪31人；增大处

罚力度，受处罚70人次。

今年，公司全面强化“以业主为中心”的服务意识，率先在深圳业内提出并推行“7x24”服务模式，力求限度地满足业户需求；推出入户维修免费服务，集团开发物业全年上门维修4107次，得到业主的好评，大大提高了业主对小区服务的满意程度。公司全年组织了15次有关职业技能和行为规范培训，共28项内容，培训课时达56小时/人。据集团公司三季度对开发物业进行的调查，业主对我们维修服务的满意程度达到了100。

在销售配合方面，筹备成立上海、武汉分公司和深圳管理部，克服非典困难及异地资源短缺问题，全力投入深圳翠堤湾、北京格林小镇和国际花园、上海格林春晓和春岸等项目的前期介入和销售配合工作，全面展示金地物业管理良好形象，满足集团地产销售配合工作的需要。今年，针对北京格林小镇存在的问题，公司先后从深圳总部抽调2名工程师、2名客服主管、15名维修人员及2名客服人员充实到管理处，给予人力资源的支持。同时派出客服人员参与和组建应急维修队，在地产客服中心统一调度下统一工作，全力参与地产维修整改工作，使小区工作各项管理步入正轨。海景方面，积极配合地产公司做好业户走访工作，“黄牌”数量从高峰时期的130户270块，减少到目前的2块(字朝里放置于阳台内)，限度地降低了在社会上形成的负面影响，减弱和抑制了对翠堤湾的销售工作产生的不良影响，有力地配合了地产公司的品牌策划和销售工作。翠堤湾方面，面对销售、入伙、装修、业主生活同时并存的环境条件，公司全力以赴提供一流的销售现场管理、入伙前与业主的主动沟通及规范的入伙手续办理、服务导向的装修管理，尤其是超前做好复杂环境下的封闭式管理和快速反应的维修服务，使已入伙业主的生活成为潜在客户看得见、摸得着、信得过的促销样板，使得翠堤湾在5月份便基本完成了全年的销售任务。

今年以来，翠盈嘉园、芳邻等6个小区先后成立了业主业委会，

金地花园业委会完成改选。金海湾、金地花园、金地翠园等9个管理处完成了物业管理合同的续签工作。金地海景顺利通过安全文明小区的复检工作；翠堤湾、彩世界、太阳新城小区通过市级安全文明标兵小区的考评；彩世界通过深圳市物业管理示范小区考评；嘉多利花园通过广东省物业管理示范小区考评；公司通过质量体系认证复审，同时被沙头办评为环卫工作标兵单位。太阳新城、嘉多利花园两个小区清洁工作实施外包；碧华庭居、金地翠园消防系统进行了外包。金海湾花园电梯签订了外包协议。为公司相关外包工作进行了有的尝试。

三、品牌宣传效应显现

会展工作计划表篇七

虽然分数不高，还是尽量回答你吧，必定以助人为主，分数为辅，答好了也可以再加分呀！

你可能是个食品的生产厂家，想在某地区或某城市开拓市场，要开个经销商或零售商的招商会，是这个意思吧。

- 1、开招商会的目的是促成订货，所以在会上对现场订货的商家要给与奖励。
- 2、通过当地的代理商或自行邀请二级批发商、零售门店的采购人员参会，发请帖，会后举行晚宴或有礼品赠送。
- 3、会场布置：一般找当地知名酒店会议厅，现场陈列你的产品、可能的话现场品尝，周边要有展板或广告装饰。
- 4、会上要介绍你的产品优势、销售政策、市场支持、市场预期及现场订货奖励，以使参会人员了解产品、增加信心、促成订货。

以上是些要点，举办展会要有一定的程序。还有一些锦上添花的东西，如现场歌舞表演、来宾抽奖等活动，主持人要好，会活跃现场气氛。

先想这么多，其他的可以再交流。

会展工作计划表篇八

展会的立项策划是指在展前进行展会项目的可行性分析，写出相应的立项分析报告。展会可行性分析的关键是要进行展会项目的环境分析、战略分析、可行性分析、风险分析等，在此基础上编写完整的展会项目可行性报告，对展会的各种策划方案进行系统的总结，并提出科学的、结论性的意见和建议。这是会展营销策划方案的基础，也是必不可少的一环。

二、大型展会筹建策划策

展会筹建策划主要包括展会的整体布局、展区的设计和布置、展位的承建、展品的运输方案、展馆的清洁和保安等内容。随着展会业竞争的日趋激烈，对展会的整体要求越来越高，展会的筹建策划是否合理、周全，会影响展会的实施，甚至反映出展会水平的高低。

三、大型展会宣传推广策划

展会宣传推广策划是围绕展会基本目标制订的、有目的有计划地举行的一系列促进招展、招商和建立展会形象的宣传推广活动。展会宣传推广策划主要包括确定宣传推广策略、宣传推广渠道、宣传推广时间和地域及展会宣传推广的费用预算。

在实施展会宣传推广策划方案时，必须结合宣传推广阶段的不同目标，分别选择最佳宣传推广渠道，一方面让这些活

动实现不同阶段的具体目标；另一方面要全面、系统地进行整体的规划和部署，使得各项活动互相辉映，共同服务于整体目标。

四、大型展会招展策划

参展商的连续参展也是展会主办者的利益所在，组织招展工作一定要重视目标参展商的个性化需求，实施定制服务；客户数据库要能实现互动反馈，追踪客户的需求变化；建立科学的绩效评估措施，来改善客户关系。

五、大型展会招商策划

展会招商策划如何招揽观众参观展会，具体就是通过各种方式将那些对拟办展展会示的产品有需求和感兴趣的采购商和其他观众引进展会。“招商比招展更重要”、“展会成功的关键在招商。”建立一个动态的目标观众数据库就显得非常重要，目标观众的信息采集是招商方案的基石，也是展会成功与否的关键。目标观众数据库与招展阶段的参展商数据库保持适当的对接，也是吸引潜在参展商一种行之有效的方法。

六、大型展会现场管理策划

七、大型展会相关活动策划

展会相关活动策划是指在展会举办期间的相关活动的计划安排，如展会开幕表演活动、专业研讨会和技术交流会活动、产品发布会和产品推介会活动、现场表演活动及其他相关活动等，这些相关活动已成为展会不可分割的重要组成部分。在会展营销策划方案中加入展会相关活动内容，能丰富展会的信息功能，扩展展会的展示功能，强化展会的发布功能，延伸展会的贸易功能；对提升展会档次、扩大展会的影响发挥着非常重要的作用。

会展工作计划表篇九

最近接到了一些计划参展的客户送来的项目说明书，这些说明书中普遍存在一些问题。

首先，国内的地区、企业项目说明书表述过于模式化，千篇一律。

招商引资首先是要让项目吸引人，要让投资方看到投资前景，认识到有个良好的适于投资的环境，特别是对投资风险的论证。这也就是说一定要站在投资方的角度去编制项目说明书。

其次，项目特色也是被忽略的地方。

很多很有特色的项目在项目说明书中并没有将特色反映出来，于是，最突出的_投资额_和_回收期_就在投资方眼中变得生硬了。

再次，很多旅游、文体、轻工、环保项目欠缺创意和包装。

这类都是融精神和文化在内的项目，可以说需要的是富有灵感的创意，需要招商引资前做比较详尽的准备。参加展览会目的是什么？第一要吸引对方注意力，第二要有实际的收获。如果你的方案引起了对方的重视，即使在展会上没有立刻见效，在今后的接触中同样有可能达到目的。

所以建议参展企业在写项目说明书时参考以下几点：

- 1、项目说明书强调亮点和特色，请专业人士协助撰写更好，不要模式化；
- 2、项目说明书要有强烈的市场意识和回收保证；
- 3、不要笼统的表述投资环境，最好是针对项目本身与投资环

境的论述；