

企业参加展会总结报告 参加展会后的总结报告(大全5篇)

报告材料主要是向上级汇报工作,其表达方式以叙述、说明为主,在语言运用上要突出陈述性,把事情交代清楚,充分显示内容的真实和材料的客观。怎样写报告才更能起到其作用呢?报告应该怎么制定呢?下面是小编为大家整理的报告范文,仅供参考,大家一起来看看吧。

企业参加展会总结报告篇一

随着中国经济的发展,展会行业作为低碳成长型企业,在中国每年以20%的速度发展。各种展会组织不断出现,其中展会代理公司也发展迅猛,今天本站小编给大家带来了关于参加展会后的总结,希望能够帮助到大家。

我累了,是因为我真的付出了。在我自身方面来说,这次第六届宠物展活动是我加入外联部以来,投入最多感情,投入最多体力的一个活动。虽然活动只维持一天,但我们外联部在3月底已经开展工作了。竖起手指算一算,在活动正式开始前,我们已经工作了大半个月。在这里,请允许我说一声:“外联部的师兄师姐们,可爱的干事们,辛苦了!”虽然工作很累,但我很快乐!在拉赞助的过程中,我得到了不少的锻炼,让我明白了不少的道理:做每一件事的时候,每一个人都想成功,但没有多少人能肯定地说我保证我能成功,但我肯断定,中途放弃的人,一定不能成功;成功总是眷顾那些有准备的人。现在,我还不时地回想起我在活动前所做的一切一切,有时,我会情不自禁地发出如此的感叹:“看来,我真的长大了!”

我很感谢外联部给了我这样一个学习的平台,其实,我也感到很抱歉,因为我在活动的时候犯了一个错误,一个低级的

错误。那时候，我很害怕会受到师兄的批评。可是，当师兄知道这件事后，他没有责备我，反而对我说：“你先回到自己的工作地方，这事由我处理。”听到这句话，我感觉得救了，心里的压力减少了。可是，我又发现，师兄其实很忙。后来，事情得以解决，我终于可以松一口气了。但我内心总是过意不去，因为我的事情，师兄的工作量增大了。经过了这件事，我狠狠地告诉我自己：“做事一定要谨慎。”

宠物展当天，发生了不少令人愉快的事。在对活动现场进行场地布置的时候，无论你是来自哪个部门，都需帮忙。虽然都是劳累活，但我跟我的伙伴都干得很高兴。在我看来，几个人一起有说有笑地干活，畅所欲言，尽情地笑，是一件很不错的的事情。我很享受集体的感觉。还有一件事，一直让我觉得很兴奋。在游戏阶段，我得到一位狗主的允许，我可以牵着一只狗狗去参加竞赛，真的很幸运啊！那天，我不仅可以体会到，作为活动工作活动者的自豪感，还可以享受到参赛者的那份刺激。真值得回味。

我县由县委陆海清同志带队，从县招商促进局抽调黄沛剑、黄洪东等组成的石材资源招商组赴广东省云浮市参加于20xx年10月21-23日第六届中国(云浮)国际石材科技展览会，展示我县石材资源，得到众多石材企业青睐，提高了忻城石材的知名度，圆满完成参展招商工作任务，为招商引资开发石材资源开辟了新途径。10月22-23日县委书记卢忠同志率县招商促进局局长胥柳军同志在参加第六届中国-东盟国际博览会后亲临石展会指导招商工作，并拜访参加石展会中国石材工业协会会长邹传胜和云浮市云城区委书记阙继兴等领导就发展石材产业取经交流。现将参会情况总结如下：

一、会展概况

第六届中国(云浮)国际石材科技展览会于20xx年10月21-23日在广东省云浮市举行，是华南地区规模最大，全国第二，在国际是较有影响力的石材展览交易会。本届石展会共有265家

企业参展，设标准展位878个，进场人数达220xx多人次，比上届增长10%。3天共签订投资项目27宗，投资总额11.87亿元，比上届增长8%。参展商现场达成贸易成交意向112宗，成交额25.51亿元，比上届增长5%。

本届石展会“国际化”明显。境外参展商分别来自土耳其、伊朗、希腊、西班牙、葡萄牙、巴基斯坦等国。前来参观采购的欧美、日韩等外国客商络绎不绝。

本届石展会展品的高档次，高附加值的展品多。除花色品种繁多的石板材、荒料外，各种玉、石雕刻工艺品比往届石展会都多。从售价十几元、几十元的小工艺品，到数万元的玉石工艺茶台、雕塑产品应有尽有。

本届石展会有广西来宾市的忻城县、合山市、武宣县，贵州省的黔南州，重庆市的巫溪县，河南省南阳市内乡县、山东省莱州市等地区到会展示石材资源，开展招商活动。

二、参会成果

我县在本届石展会租用标准展位一个(3m×3m)□布展面积20 m²，展示银白龙、灰姑娘、霸王花、木纹黄、红玫瑰、水晶米黄、金花米黄、墨玉、七彩石、咖啡石等10个品种以及矿山、黄金水道、工业集中区、石材企业等图片。我县是来宾市参展单位中，展厅布置最大，展品最多的县。我县的石材资源展示得到众多客商的青睐，精心准备的石材资源招商宣传资料800多册，在开幕式当日就被客商索取一空；我们共接受客商咨询1200多人次，其中有土耳其古乐大理石矿业公司、伊朗埃米尔公司及欧美客商等。与云浮市财福实业发展有限公司董事长陈鉴忠等有意向投资的客商洽谈近百人次。

参展期间，拜会了云浮市石材商会会长李木南、云浮市工艺美术协会会长李森才、东山石材有限公司董事长黎金兴、云浮市荣烨石艺有限公司董事长李奋俭(云浮石材纳税大户前三，

石材工艺企业排第一)、新富云岗石有限公司总经理吴锴(中国20强之一,云浮石材榜首)、春光石材有限公司董事长万福荣(云浮石材企业前10强)、财福实业发展有限公司董事长陈鉴忠(云浮石材企业前10强)、昌宏石业有限公司总经理彭佐仕、四洲石业有限公司副总经理彭佐鹏等20多位石材企业家以台商永祥矿业有限公司董事长钟水宾、康富石材有限公司董事长林奇伟等,港商石海石材开发有限公司范如凡等。

与重庆市巫溪县、山东省莱州市就资源招商作了交流。莱州市石材产业局许国亮部长重点了解墨玉大理石资源状况,为我县介绍客商开发。

参展期间,有中国(北京)国际建筑石材产品及设备博览会暨第xx届中国国际建筑装饰及材料博览会(20xx年3月16-19日)、第二届中国厦门国际石材展览会(20xx年3月6-9日,全国最大规模的石材会展)、第xx届中国(上海)国际石材产品及石材技术装备展览会暨第八届中国(上海)国际人造石工业展览会(20xx年4月6-9日)、第四届中国(青岛)国际石材工业及机械设备展览会(20xx年7月16-19日)□20xx中国(广州)国际石材展(20xx年5月19—21日)等5个石材会展邀请我县参展招商。

有云浮市工艺美术协会会长李森才、云浮市荣焯石艺有限公司董事长李奋俭、财福实业发展有限公司董事长陈鉴忠、昌宏石业有限公司总经理彭佐仕、马林石材有限公司总经理熊国才、佳溢石业有限公司陈永强、东成石材有限公司董事长曾辉林、地产商杨腾发,台商永祥矿业有限公司董事长钟水宾、康富石材有限公司董事长林奇伟、荣春大理石股份公司钟喜雄,港商石海石材开发有限公司范如凡、喜盈居玛瑙玉石工艺厂曾紫骏等23名中外客商表态将于适当时机到忻城考察石材资源、选择投资机会。还有桂林三山金刚石工具有限公司副总经理章宁、福州天石源超硬材料工具有限公司董事副总经理朱志文等表示有意介绍客商到我县考察石材资源,了解投资机会。

10月22日县委书记卢忠同志在参加第六届中国-东盟国际博览会后亲临石展会指导招商工作并向亲自客商介绍我县的资源情况。卢书记和陆、胥局长拜访参加石展会中国石材工业协会邹传胜会长、云浮市云城区委书记阙继兴等区委领导。卢书记、陆向邹会长、阙书记等就忻城县通过招商引资和项目带动，全力推进西江黄金水道(沿红水河带)大理石加工产业带建设，集聚具有忻城地方特色的石材产业，将忻城打造成为广西乃至华南地区重要的石材加工、贸易、展示、物流基地，走出一条大石山区“点石成金”的经济发展之路取经交流。

三、主要经验

(一)领导重视，单位配合。

县委、县政府把参加本届云浮石展会招商工作作为开发石材资源，发展石材产业列为一项重要工作，县委书记卢忠、县长韦风云、县委、常务副县长盘启亮、县委陆海清、副县长黄真石等县领导关心参会推介石材资源和招商工作，并亲自过问参展、布展工作情况并协调相关部门搞好协作。陆海清、黄真石副县长等领导先后多次召集协调会议研究解决展品征集问题。县招商促进局、思练镇、安东乡、果遂乡、红渡镇积极配合做好展品征集工作，使得参加会展的展品在规定的时间内全部征集到位。领导高度重视，单位积极配合有效地提高参会筹备工作的效率，为办好参展招商提供有力的保证。

(二)成立机构，明确责任。接到参展招商工作筹备任务后，县招商促进局就制定了具体的工作方案和工作日程安排，做到“五个确定”即确定机构，确定岗位，确定人员，确定职责，确定工作目标任务。从展板设计到确定展品、编写展品介绍均有专人负责。局领导负责外部协调，工作人员按部就班，具体实施，整个参展筹备工作有条不紊进行。

深圳湾车展已经结束，在这期间，大家共同帮助共同完成了

各自的工作。保证了两天车展的顺利进行。以上就是我对本次车展的总结。

本次车展的工作分为两个工作部分，一个是布展工作，另一个是车展现场执行。

在这次布展工作当中，我的工作任务是摆立牌。由于立牌晚上才能到，所以我一大早赶到现场感觉有点多余，但是正当我觉得无可事事的时候，工作其实已经到来。借铁马，画展位，打补丁，干的不亦乐乎，等做完这些天已经全黑，这才开始了我的立牌工作。在这一天，大家分工合作，也取得了不错的效果，效率的提升，让我们感到无比的轻松，希望以后大家继续发扬，分工合作努力工作。

在开展两天，我的工作免费接送车后海站，在这两天当中，来观看我们车展的市民络绎不绝，每辆车都做的满满的，在客流高峰时刻，接送点那排起了长龙，差不多有40多位市民在耐心的等候接送车的到来，当大家看到有孕妇老人以及抱小孩的乘客后，也能主动让他们先上，在此作为工作人员的我，感到无比的欣慰。听说深大候车点的市民并不是很多，所以我建议下次在后海点曾加一辆接送车，这样既方便了市民更快的到我们车展现场购车，也能给司机师傅减轻一定的压力，起码能抽出个午饭时间来吃饭。

在这次车展中，让我感受到了大家团结合作的重要性，通过接送市民的对我们的车展的赞扬，也使我觉得我们的工作是有价值的，服务市民，使市民满意，是我们的动力。

由于这两天我没有在现场参与工作，所以对现场的情况我了解的不多。

以上就是我的个人总结，希望有做的的足的地方各位领导能提出来，让我在不断的改进中取得进步，提升自己，更好完成下一次车展的工作。谢谢。

企业参加展会总结报告篇二

根据县教研室安排，我校校本教研成果展示活动于11月19日开展，总体评价：顺利，成功。

本次展示活动分为两个部分：文档资料展示和四堂专题研究课。

由于平时资料收集和整理比较规范、教师(特别是四十岁以下的教师)通力配合、舒校长专业指导等原因，文档资料得到教研室领导的肯定。

无论是校本教研活动还是教师个人小专题研究过程性材料、成果材料都体现出规范、详实、信度高的特点。

下面仅就四堂专题研究课做简要分析：

这四堂课分别是：覃xx老师的语文综合实践活动课——《我爱文学》、赵xx老师围绕个人小专题研究的思想品德课——《经济生活》xxx老师的研究性学习课——《水循环和水资源保护》xxx老师的主题班会研究课——《爱伴我成长》。

本次展示没有一堂课是老师们驾轻就熟的考试科目常规课型，不难看出，舒校长布置任务时就刻意让我们在教研室的领导面前“丢人现眼”。

把上个世纪90年代的教学大纲和03年的课标稍作对比就会发现，这些课型背后的理念正是课改的精髓所在。

这样就很容易理解布置任务的人的本意：把握“新”字，突出“研”字。

任务布置以后，各教研组成员积极协作，献计献策，查资料，

分析教学设计、听试讲。

四位承担上课任务的年轻人更是忙的不亦乐乎，教学语言、学生可能出现的答案、每一环节的内容和环节之间的衔接都反复推敲，教学设计几易其稿。

即使在繁忙、劳累的期中考试和运动会期间都在夜里加班改稿，群体表现出来的敬业精神让人感动、钦佩。

覃xx老师执教的语文综合实践活动课——《我爱文学》：根据九年级这个年龄段学生的兴趣、爱好及个性特征，她采用了综合比赛这种形式来提高学生学习的兴趣和学习效率。

课前做了充分的准备，先是教会学生利用网络查找相关资料，让他们利用课余时间到图书室、阅览室、微机室去广泛阅读，确定具体书目或篇目；接着指导学生选定1-2篇文质兼美的文章，反复阅读、揣摩、进行点评，完成“美文推荐”的发言稿；同时指导学生开展文学小创作活动，写一篇文章，或者编一个小课本剧，然后把学生分成甲队和乙队。

每一队又按不同的探究方向分组，四六人不等；还成立了语文主题活动小组。

她的课堂分为“文学常识”、“美文推荐”、“文学创作”、“现场表演秀”四个板块，目的是为了培养学生阅读鉴赏能力和实践活动能力，力求让知识与学生的活动体验交织在一起。

因为任何知识只有在合作中学习，在交流中分享，在活动中探索，在体验中深化，才能成为真正意义上的知识。

当然，这四轮比赛的设计更是对学生口语表达能力、创新思维能力、写作能力的一次大挑战。

学生在合作交流中培养了合作精神和竞争意识，从而形成了开放而有活力的课堂教学模式。

赵xx老师执教围绕个人小专题研究的政治课——《经济生活》，他的教学设计以我们山区学生很熟悉的场景(赶集)导入，从而引起大家学习、探究的兴趣，告知他们这就是经济生活。

进而以教材第三章前言部分小叶的故事得出结论：我们也有经济生活，经济生活就在我们身边，并且它还在不断的变化发展之中。

让学生自主体会会有哪些变化，进一步归纳经济生活的变化。

最后在运用部分，让学生设计“我的元旦之旅”，来引导学生合理安排好自己的经济生活。

赵老师个人小专题研究的课题是“培养初中学生思想品德课自主学习方法”，他的课堂就是围绕课题展开的：在教师的科学指导下，由学生本人有目的的自觉探索，让学生多交流，教师也参与学生的交流，使学生的认识范围不断扩大，从而掌握更多、更全面的知识。

学生在平等的气氛中发表和交流意见，大胆质疑，大胆想象，教师努力成为学生创新能力的激发者、培养者和欣赏者。

xxx老师执教研究性学习——《水循环和水资源保护》：让学生通过生活和生产中的水循环，进一步理解自然界中关于水的各种物态变化现象。

通过水资源的现状让学生养成关心社会合理发展，形成科学的世界观。

通过探究净化水的方法，养成克服困难，不断通过实验探究追

求成功的心理品质。

让所学的知识走进生活中,在生活中学习知识,在学习探究的过程中,形成解决问题的能力,更重要的是,通过学习产生新的问题,让学生找到最感兴趣的问题,运用实验的方法去自觉探究,在学习中培养提出问题、解决问题的能力。

在探究实验中,让学生明白从生活中去探究,小实验能解决大问题,更在探究中养成节约资源的意识。

听完他的课,会让人想起美国著名的未来学家阿尔温·托夫勒的话:“一切教育都源于未来形象,一切教育也都创造未来形象。”

更可喜的是,覃永辉老师的教学能力得到教研室领导特别是物理教研员卓主任认可,有对其培养之后推向市教学比武场的意向。

杨xx老师执教主题班会研究课——《爱伴我成长》:本次班会以“爱”为主题,着意学生爱父母、爱老师、爱朋友的道德情感的培养。

通过多媒体预设情景,渲染情感;捕捉细节,拓展情节,激发情感;实践体验,坚定信念,深化情感。

学生在这样的氛围中体会感悟,入情入境,获得了情感的升华。

教学的本质是一种“沟通”与“合作”的活动。

教师在“情”上下足了功夫,“情”的调节作用被发挥得淋漓尽致,学生在情意浓浓中不仅感受了爱,更学会了发现爱。

从教育心理学的角度看,积极的情感、态度给学习提供动力,

具有提高学习效率、优化学习生活、孕育审美愉悦体验的作用。

再说情感、态度本身就是良好品德建构中不可缺少的内容。

基于这样的理念，针对学生的现状：学生家长有的做小生意，有的在工厂打工，有的干手艺活，有的办小企业……工作非常辛苦，但对待孩子宠爱有加，视他们掌上明珠。

可是孩子却普遍缺乏爱父母的情感，自私心理严重，回报意识淡薄。

此次班会把目标定为“使学生能够体会到父母养育我们长大不容易，激发学生爱父母的情感”，从课堂气氛看，目的基本实现。

很容易想到有人会认为我们在扮演“王婆”的角色，会有人质疑：我们这是做秀。

所以需要说明：前文提过，这四堂课背后的理念正是课改的精髓所在：以人为本、关注能力培养和独特的情感体验、关注个性发展和可持续发展。

可惜在现行的教师评价体系下我们平时的教学行为大都没有向课标要求靠拢，这四堂课可以视为“试水”、“引路”，一个刚下地的“婴儿”，你要提很高甚至苛刻的要求，那不是很残忍吗？不能跟常规课型比成熟度。

我们要以积极、宽容、肯定的心态对待新事物，而且这本是始于03年的“新事物”。

的确，有两堂课不是借班试讲。

原因是这两堂课课前的教师准备、学生活动极多，而且难度

不小。

如果换班上课，所有要用的. 资料必须推倒重来，时间上不允許。

另一个原因是出于对听课者的尊重。

极少有人愿意作秀，教书育人也不能作秀。

我们真心希望“星星之火，可以燎原”，本次展示的“研”这一滴水，可以演化为平日教学的“研”的海洋。

新加入照明国内销售团队，就有幸参加了20**年*月*号到*号举办的“20**年光博会”，并且四天都在展会上作为常驻人员接待客户，为客户介绍我所了解的照明产品的信息。

在这四天当中，7点半准时来到公司，坐公司的车到达展会，整理着装、资料、名片，即开始一天紧张的展会工作。

由于是第一次作为讲解人员对客户进行产品介绍，刚开始的时候，还不知道以怎样的话语开头，只能说”您好，请问您需要了解什么的？”之类的话语，随着次数的增加，话语转为”您好，欢迎来到***照明专区”，然后看着客户的眼光盯在哪，我就由哪款产品开始介绍，遇到客户提到的一些不能解答的问题，就向研发请教，然后向客户回答，或者引荐研发与客户认识，让其进行更专业的交流，以专业性来增加客户对我们公司的良好印象。

客户提到的大多数的产品知识，像尺寸、芯片类型、产品型号、光通量、功率、电压、发光角度、通过认证等，都有出现在led照明产品目录上，对各个产品进行了解，尤其是展会上展出的那几款产品，是熟练进行产品介绍的基础。

第一天接待的人数还比较多，但有大部分是同行类的人员，

照明国内销售总监指示，对待同行，也要像对待客户一样，最起码可以拿其练练手，增加你对产品介绍的熟练度，果然，通过第一天的练习，产品介绍方面熟练不少。

第二天，似乎比第一天更少了点，不过专业买家多了些，我们照明国内销售的三个人，每人负责一个入口处的客户，很多时候竟然会出现忙不过来的现象。

通过客户之口，得知我们公司在展馆布置上做得比其他家都更好，客户表示我们展馆内的产品布置很是时尚、新颖，当时自豪感由然而生，嘴上谦虚的说，这是我们公司认真对待的结果，我们公司对待每件产品都是这样的认真，但心里像喝了蜜的感觉一样，甜而不腻。

第三天和第二天情况类似，部分客户对灯条比较感兴趣；通过ul认证的迷你射灯类也是一大亮点，对于外贸类的客户来说，尤为重要；”球泡灯”折射出来的高亮度，很多客户对其也表现浓厚的兴趣；公司举行的一些小活动，将人气推到更高的阶段。

第四天上午还有客户来访，到了下午就进入了收尾阶段，大家也都坚守在工作岗位，更说明了”***”员工对此次展会的重视。

通过这次展会，倾听客户的需求、买家对灯的专业见解，不仅充实了自己的产品知识，规范了销售用语，更重要的是结识了客户，积累了客户资源，为以后更好的销售打下基础。

尽管职业由生产系统转为销售系统，但能够更直接的为客户服务，使我倍感荣幸。

企业存在的理由为创造和服务客户，作为销售，这个职位当仁不让的承担起了”小企业”的作用，众多”小企业”依托良好口碑这一稀缺资源作为平台，蓄势之下，必将创造***的

辉煌！

五月十号赴上海的包装展览会可谓是同学们期待已久的一次活动，特别是对于我们学包装的同学更是一次绝好的认识和了解世界包装的机会。

这次包装展览会虽说只有短短的五六个小时，但是收获颇多。

它是一个浓缩的世界包装展览会，让我们这些对包装感兴趣的人不出国门就能了解到世界各国的风土人情、美食及包装结构技术等。

同学们也是不虚此行，大家第一次参观大型的有各个国家参加的包装展，为了能更好地了解各种新型的包装结构和包装技术，大家都拍了很多照片儿。

我们是从n区5区开始参观，n区总共五个区，看得我们眼花缭乱，不仅尝到了很多国家的独特美食，各种新型的新鲜的包装也是让我们大饱眼福，也让自己了解到自己对包装的了解只是冰山一角，这也提醒我们要更努力地去学习我们的专业知识。

接下来还去参观了e区，里面是一些包装工业流水线，更是让我们大开眼界，也体会到当今这个工业社会科学技术的重要性。

我们也挑了几个包装工艺流程向工作人员详细了解了工作原理及流程，学到了书本上学不到的知识，也让我们更加坚定了毕业后要从事包装行业以便为我国的包装事业献一份微薄之力。

总之，此次包装展我们都感受颇深，希望以后有机会可以再次参观类似的大型包装展览会，在如今的快节奏社会，大家都太浮躁，所以有类似的这种参观活动不失为一种放松心情

而去好好欣赏去认真学习一些东西的好方法。

自己也只是走马观花，也只有一些初浅的认识，我相信每位同学都有自己的不同感受。

企业参加展会总结报告篇三

指导单位：

主办单位：

时间：

地点：具体到某街某号某房间

议程：

时间：

主题：

主讲/主持人：名字及称谓、职称

报到时间

长官致词

致词的时间

致词的标题及主要内容

主讲人：某某理事长姓名

具体时间

标题及主要内容

主讲人:主编姓名

文档为doc格式

企业参加展会总结报告篇四

新加入照明国内销售团队，就有幸参加了20**年*月*号到*号举办的“20**年光博会”，并且四天都在展会上作为常驻人员接待客户，为客户介绍我所了解的照明产品的信息。

在这四天当中，7点半准时来到公司，坐公司的车到达展会，整理着装、资料、名片，即开始一天紧张的展会工作。

由于是第一次作为讲解人员对客户进行产品介绍，刚开始的时候，还不知道以怎样的话语开头，只能说”您好，请问您需要了解什么的?”之类的话语，随着次数的增加，话语转为”您好，欢迎来到***照明专区”，然后看着客户的眼光盯在哪，我就由哪款产品开始介绍，遇到客户提到的一些不能解答的问题，就向研发请教，然后向客户回答，或者引荐研发与客户认识，让其进行更专业的交流，以专业性来增加客户对我们公司的良好印象。

客户提到的大多数的产品知识，像尺寸、芯片类型、产品型号、光通量、功率、电压、发光角度、通过认证等，都有出现在led照明产品目录上，对各个产品进行了解，尤其是展会上展出的那几款产品，是熟练进行产品介绍的基础。

第一天接待的人数还比较多，但有大部分是同行类的人员，照明国内销售总监指示，对待同行，也要像对待客户一样，最起码可以拿其练练手，增加你对产品介绍的熟练度，果然，通过第一天的练习，产品介绍方面熟练不少。

第二天，似乎比第一天更少了点，不过专业买家多了些，我们照明国内销售的三个人，每人负责一个入口处的客户，很多时候竟然会出现忙不过来的现象。

通过客户之口，得知我们公司在展馆布置上做得比其他家都更好，客户表示我们展馆内的产品布置很是时尚、新颖，当时自豪感油然而生，嘴上谦虚的说，这是我们公司认真对待的结果，我们公司对待每件产品都是这样的认真，但心里像喝了蜜的感觉一样，甜而不腻。

第三天和第二天情况类似，部分客户对灯条比较感兴趣；通过ul认证的迷你射灯类也是一大亮点，对于外贸类的客户来说，尤为重要；”球泡灯”折射出来的高亮度，很多客户对其也表现浓厚的兴趣；公司举行的一些小活动，将人气推到更高的阶段。

第四天上午还有客户来访，到了下午就进入了收尾阶段，大家也都坚守在工作岗位，更说明了”***”员工对此次展会的重视。

通过这次展会，倾听客户的需求、买家对灯的专业见解，不仅充实了自己的产品知识，规范了销售用语，更重要的是结识了客户，积累了客户资源，为以后更好的销售打下基础。

尽管职业由生产系统转为销售系统，但能够更直接的为客户服务，使我倍感荣幸。

企业存在的理由为创造和服务客户，作为销售，这个职位当仁不让的承担起了”小企业”的作用，众多”小企业”依托良好口碑这一稀缺资源作为平台，蓄势之下，必将创造***的辉煌！

企业参加展会总结报告篇五

新加入照明国内销售团队，就有幸参加了20**年*月*号到*号举办的“20**年光博会”，并且四天都在展会上作为常驻人员接待客户，为客户介绍我所了解的照明产品的信息。

在这四天当中，7点半准时来到公司，坐公司的车到达展会，整理着装、资料、名片，即开始一天紧张的展会工作。

由于是第一次作为讲解人员对客户进行产品介绍，刚开始的时候，还不知道以怎样的话语开头，只能说”您好，请问您需要了解什么的？”之类的话语，随着次数的增加，话语转为”您好，欢迎来到***照明专区”，然后看着客户的眼光盯在哪，我就由哪款产品开始介绍，遇到客户提到的一些不能解答的问题，就向研发请教，然后向客户回答，或者引荐研发与客户认识，让其进行更专业的交流，以专业性来增加客户对我们公司的良好印象。

客户提到的大多数的产品知识，像尺寸、芯片类型、产品型号、光通量、功率、电压、发光角度、通过认证等，都有出现在led照明产品目录上，对各个产品进行了解，尤其是展会上展出的那几款产品，是熟练进行产品介绍的基础。

第一天接待的人数还比较多，但有大部分是同行类的人员，照明国内销售总监指示，对待同行，也要像对待客户一样，最起码可以拿其练练手，增加你对产品介绍的熟练度，果然，通过第一天的练习，产品介绍方面熟练不少。

第二天，似乎比第一天更少了点，不过专业买家多了些，我们照明国内销售的三个人，每人负责一个入口处的客户，很多时候竟然会出现忙不过来的现象。

通过客户之口，得知我们公司在展馆布置上做得比其他家都更好，客户表示我们展馆内的产品布置很是时尚、新颖，当

时自豪感由然而生，嘴上谦虚的说，这是我们公司认真对待的结果，我们公司对待每件产品都是这样的认真，但心里像喝了蜜的感觉一样，甜而不腻。

第三天和第二天情况类似，部分客户对灯条比较感兴趣；通过ul认证的迷你射灯类也是一大亮点，对于外贸类的客户来说，尤为重要；”球泡灯”折射出来的高亮度，很多客户对其也表现浓厚的兴趣；公司举行的一些小活动，将人气推到更高的阶段。

第四天上午还有客户来访，到了下午就进入了收尾阶段，大家也都坚守在工作岗位，更说明了”***”员工对此次展会的重视。

通过这次展会，倾听客户的需求、买家对灯的专业见解，不仅充实了自己的产品知识，规范了销售用语，更重要的是结识了客户，积累了客户资源，为以后更好的销售打下基础。

尽管职业由生产系统转为销售系统，但能够更直接的为客户服务，使我倍感荣幸。

企业存在的理由为创造和服务客户，作为销售，这个职位当仁不让的承担起了”小企业”的作用，众多”小企业”依托良好口碑这一稀缺资源作为平台，蓄势之下，必将创造***的辉煌！

[]