第一图书网, tushu007.com

<<企业参展经理案头手册>>

图书基本信息

书名：<<企业参展经理案头手册>>

13位ISBN编号：9787513606974

10位ISBN编号：7513606978

出版时间：2011-7

出版时间：中国经济出版社

作者：郭明武

页数：165

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：http://www.tushu007.com

内容概要

一场精心准备的展会能为企业带来多大价值?这取决于展会操作是否专业，是否规范，是否能够最大限度地发挥作用!本书从展会前期准备、展会期间的规范化管理与操作、展会结束后的跟踪与总结，多角度阐述展会运作的细节与规范，是现代企业高效利用展会，达到效益最大化的指导性范本。

第一图书网, tushu007.com

<<企业参展经理案头手册>>

书籍目录

第1章　展会是企业营销的平台
1.1　展会与企业营销
1.2　展会营销，策划先行
l.3　如何让展会发挥作用
1.4　展会经理能力要求
1.5　如何做宣传
1.6　容易忽略的七种错误
1.7　展会里的细节问题
1.8　如何实现营销目标
第2章　企业参展人员配置及岗位职责
2.1　展台经理
2.2　项目经理
2.3　秘书(经理助手)
2.4　推销员
2.5　技术员
2.6　公关员
2.7　保安员
2.8　清洁工
2.9　接待员
2.10　表演示范员
2.1 1　操作示范员
第3章　展会准备阶段工作规范
3.1　展台经理主要工作环节把握规范
3.2　企业参展各准备日程操作规范
3.3　展会活动筹划工作规范
3.4　企业参展主题确立策划规范
3.5　企业参展目标制定规范
3.6　制定参展目标常见问题处理规范
3.7　企业参展人员筛选规范
3.8　企业参展团队组建规范
3.9　参展人员工作沟通规范
3.10　展品陈列规范
3.11　展前目标客户邀请工作规范
3.12　企业参展广告宣传工作规范
3.13　参展企业新闻宣传工作规范
3.14　展会新闻工作计划运作规范
3.15　记者招待会运作规范
3.16　记者招待会工作计划
3.17　记者采访接待工作规范
3.18　参展企业参与展会宣传规范
3.19　参展企业宣传资料编印工作规范
……
第4章　展会进行阶段工作规范
第5章　展会后续阶段工作规范
第6章　实用表格举例

第一图书网, tushu007.com

附录一　A品牌成功展会全程操作规范策划总结案
附录二　展览企业案模板
附录三　展会组委会的规定与限制

章节摘录

1.1 展会与企业营销　　1 展会是企业营销的窗口　　企业以参加展会的形式拓展市场的成本费用要比其他传统形式节省40%以上，同时还大大缩短了促销时间。
在欧美一些贸易大国，绝大多数企业都是从展会上获得大部分贸易机会和寻求合作伙伴的，同时展会也是它们参与国际市场竞争的最佳场所。
展会营销在中国被越来越多的企业所重视，其操作也越来越规范和高效。
　　展会是一个很好的企业营销和市场探测手段。
　　为什么展会这么重要呢？
　　展会是关系到企业全年销售的重要活动，它能有效地降低企业的经营风险，帮助企业把握市场潮流，抢占市场先机。
　　首先，展会能有效地降低企业的经营风险。
展会的期货制本质（客户先下单，企业根据订单组织生产、OEM采购）刚好能缓解这一风险；同时，根据展会期间的订单，企业可以大致推算本季所需生产的产品数量，能有效组织原料采购、生产、OEM采购，避免大量库存。
　　其次，展会能帮助企业准确把握市场潮流，抢占市场先机。
企业研发、采购的样品虽然都是迎合市场需要、切合消费需求而开发出来的，但是市场需要不能直接变成成品，只能是流行理念被研发、采购人员吸收后，研发、采购人员根据他们的理解来开发新产品。
要想准确把握市场潮流，唯一的办法就是放到市场里，经受市场的考验，展会为企业提供了一次产品精选的机会，帮助他们第一时间淘汰不合适产品。
　　当然，展会的用途远不止这么多。
从客户角度看，展会能帮助订货单位（代理商）更全面地了解市场潮流、产品动态，展会期间下的订单可以享有更多的优惠（打折、退货、上货优先等），能享受企业给予的所有增值服务（免费旅游、参观、培训等），等等。
由此可见，展会是一个多赢的经营活动。
　　2．展会是企业营销的商务平台　　越来越多的企业把参加展会看做是企业开拓市场的重要活动。
借助展会平台宣传与推介新产品、找到合适的买家和市场、提升企业知名度，成为企业的主要营销手段之一。
具体地说，展会的作用主要体现在以下几方面：　　（1）推广新产品、新服务。
　　展会是一种立体的广告，使新产品获得最大限度的曝光。
它能使企业找到合适的市场和买家、打开新市场并与新客户建立联系。
　　（2）销售与成交。
　　展会的时间虽然短，但便于客户直接与厂商交流，大多数参展企业都希望在展会上达成一些协议或意向，获得订单或签订销售意向。
他们认为这是在展会上的最大收获。
　　（3）维护或树立企业的形象，提升公司在本行业内的声誉。
　　对公司形象进行宣传，提高产品知名度。
对于新企业来说，参展可以帮助企业在短时间内建立客户关系，进入市场，被同行业所接受。
而对老企业来说，经常固定参加一些有影响力、有规模的专业展会，便于定时与客户交流与联络。
　　……

第一图书网, tushu007.com

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:http://www.tushu007.com