

2023年展会工作总结(优质9篇)

总结是指对某一阶段的工作、学习或思想中的经验或情况加以总结和概括的书面材料，它可以明确下一步的工作方向，少走弯路，少犯错误，提高工作效益，因此，让我们写一份总结吧。那么，我们该怎么写总结呢？下面是小编为大家带来的总结书优秀范文，希望大家可以喜欢。

展会工作总结篇一

这次广州展我们推出了全新的都市生活系列，这对我们是一次重要的尝试，也是我们国际品牌本土化的关键一步，总的来说，我们还是比较成功的，但从我所负责的局部区域来看，效果不是很理想，我想从以下几方面来对这次展会做出总结。

1， 负责区域的客户到访情况

本次西北区域共有16个客户到访我展位，其中，银川6人，兰州1人，西安1人，河南5人，山西3人。从数量来看，横比其它区域明显偏少，同比3月展会也明显减少。从质量来看，第一次了解我产品的是9人，意想比较强烈的有3人，经过展后沟通明确表示不做的有4人。

2， 都市生活的概念是否接受

本次展会我们推出了都市生活，如果从我品牌二线产品的角度来看，客户还是比较接受的，因为都市生活是第一次与客户见面，本身的产品内涵还不是很丰富，所以如果要將都市生活单独作为一个品牌来推广让客户认知，那还需要运作一段时间。

3， 产品，款式是否可以接受 产品我们还是传承了一线产品的风格，总体上客户还是比较认同的，但是现在我们的产品还不够丰富，比如床品只有四款，有客户反映，都不是很理

想。

从客户眼里看来，这次产品质量还是有一些欠缺，钢架的表面处理容易脱落，垫子的坐感不是很好，我们自己也看到垫子的外包布有破损，这一点包装部门已经说过要改良。

4， 价格高低如何?如果高， 应该低多少?

这次产品价格相对仿造品来说还是比较高， 主要是散件和配件的价格较高， 造成了产品整体价格偏高， 这在一定程度上对我们形成了冲击。如果简单的说高低我想肯定无法下结论， 但成本， 预期利润(能否顺利开店)， 竞争对手价格， 都是各种定价方法都应考虑进去的。

事实上我们都知道， 根据西方经济学理论， 定价不是越高越好， 也不是越低越好， 找到均衡价格而使利润达到最大化才是最合适的价格。

5， 新老经销商的反映如何?

我们只能谈谈新经销商的看法， 我觉得在谈之前， 应该将新经销商分为两类， 一类是以前接触过我产品或者是了解我品牌的经销商， 另一类是这次展会第一次了解我产品的经销商。

应该说第一类经销商的反映要好于第二类经销商， 因为第一类经销商以前知道我们产品， 他们不会过多的和仿造品去比较， 更多的关注的是价格下调多少， 款式和质量等等。而第二类经销商则不同， 他们往往会比较我们和仿造品的价格， 但是这点我们是不占优势的。

6， 整体我们本身的自我感觉

店面总体感觉比较有吸引力， 但是还是有一些不足， 门前挂的两个灯过大过低将喷绘遮挡了， 影响了视觉效果。面积过

小，顾客进门就可以一眼望穿，很多没有再继续询问，转身走掉了。地毯的质量客户反映比较差，不知以后建店是否采用这种地毯。

产品款式如能再丰富一些，钢架和垫子的质量有所提升，价格如果能将配件和散件的价格合理下调，最好是达到包含这次的配件和没有配件的价格一样的话，我们将能再次提高竞争力。

一是加大引导，不断调动企业参展的积极性。20xx年我镇将定期召开规模企业负责人座谈会，深入研究会展工作，逐步提高企业参展的意识，促使企业深刻理解展会是市场与企业互相了解的重要途径和发展手段，通过产品的展示能吸引客户，拓展和建立市场，展会也是企业走持续发展的重要平台。此外，积极好塑博会、小家电博览会、宁波汽车零件展等参展活动。

二是积极调研，以展会助推产品产业转型升级。深入调研马渚镇各行业及块状经济的发展动态，把握发展趋势。同时密切关注国内外知名展览机构在新兴产业领域开办新展的动向，从而做好双向互通工作，引导与之对接，自愿配对，积极参展，实现马渚在产品产业转型升级的新突破。

三是整合资源，进一步挖掘会展潜力。进一步整合展览资源，充分利用现有的资源。同时更加重视系统外展览资源的整合，进一步加强与市会展办和其他展览机构的交流与合作。高度重视专业队伍建设，以为人本，探索建立展览业务人才的培养与发展机制。

以上这篇家具展会工作总结。就为您介绍到这里，希望它对您有帮助。如果您喜欢这篇文章，请分享给您的好友。更多工作总结，尽在总结报告。

展会工作总结篇二

xx年，我委按照市委、市府的工作要求，以全省白银xxx发展抓项目xxx现场会为契机，紧紧围绕国家产业策和投资方向，立足我市基本情况，立足于抓大项目、抓对全市国民经济和社会发展起重大影响的项目，竭尽全力争取各类建设项目和建设资金，协调各方力量抓好全市重点项目建设，项目工作取得显著成效。

1、进一步完善项目库建设

根据国家、省上产业策、投资策、立足我市基本情况，在认真同各县区、各部门衔接的基础上初步谋划筛选了大批事关全市生产、生活各个领域发展的项目，并经过认真分析、整理、建立了丰富的全市项目储备库，目前，共储备各类建设项目299个，总投资亿元，从其中筛选确定全市xxx十一五xxx规划项目117个，总投资亿元，并对117个项目逐个进行了简评；项目涉及城市基础设施建设、农林水利、社会事业、交通能源、工业技术改造、市场建设、旅游发展等各个领域，这批储备项目将成为全市xxx十一五xxx期间经济社会发展的主要载体。此外，我委在充分征求县区及相关部门意见的基础上，提出了全市xx年重点建设项目个，总投资亿元，同时根据工作需要，对全市投资亿元以上和5000万元以上的项目分别进行了归纳，调整了项目库的项目内容和技术工艺等信息，使项目库更加科学、完善。

展会工作总结篇三

随着年底的临近，各种展会纷至沓来，公司也应邀参加了“东盟博览会”“20xx全国秋季糖酒会”“20xx西部国际博览会”以及即将举办的“山东济南糖酒会”等展览盛会。

本人参加后略有心得，期望与各位同事共享。

首先承办人员接到公司的参展通知时，就开始准备本次参展的前期工作。

首先就是参展样品与各种资料的准备。

1. 样品，样品必须经过全面的检验，如：产品规格、包装、类型，试吃品质量及口感等。
2. 企业画册、产品画册、宣传单页、易拉宝或x展架、广告光盘、展会背景画面等广宣物料。
3. 名片：每人200张，名片上打上展位号-客户回头能够更好的找到我们，也便于提醒客户回去想得起来我们作为供应商是何时何地接触的。

(供参考)

4. 备好客户登记表，展会现场很多客户没有准备或使用完名片，做好现场客户资料登记尤为重要。
6. 还有就是客户的邀请展位确定下来后，其中很重要的一项工作就是遍发英雄帖，邀请客户届时参观你的展位。

邀请函要注明展会的名称，时间，公司的展位号，参展人员及联系方式，顺便也可附带一下最新推出的产品。

邀请的时间一般在展会前半个月左右。

这样做的好处有很多，首先，你告诉客户你参展了，是在传递你有实力参展的信息；其次，参展商由被动的等客户变成主动请客户，效果更加明显；再者，形象及产品的整体展示加上现场氛围的感染，容易让客户当场订单产生实际签约和付款。

参展前的各项细致的准备都是为展会做铺垫的，参展中与客

户的交流至关重要。

细节决定成败，在参展过程中需要注意一些细节：

1. 坚持斗志：参展人员必须要注意自我在展会中的形象，站立迎宾，精神抖擞，良好的精神面貌不但体现了公司的活力和蓬勃向上的氛围，更能向客户展示自我的良好素养提升客户与我们合作的信心。

2. 胆大心细：应对光顾展位的客户，不要胆怯，要主动打招呼，欢迎进来参观。

可是专业性的展会会有很多同行参展，所以对于与竞争对手的交流，要做到有所保留，但更需要互相的沟通交流，尽力从对方的言谈中，了解到行业信息。

做到知己知彼，方能百战不殆。

所以参展也是对同行进行全方位了解和摸底的关键时刻。

3. 客户接待：了解对方是做什么渠道的。

是流通还是做商超，代理了哪些产品、对公司什么产品感兴趣。

因为在展会期间来访人员比较多，不会沟通很长时间。

所以做有针对性的推荐和说出公司优惠的政策吸引对方关注和留意。

再留下对方详细的联系方式，若来访人员不是主要负责人，请对方推荐并索取负责人或其领导联系方式，以便后续跟踪联系。

4. 资源收集：销售人员信息渠道十分重要，所以在参展难得

的机会中，建立后续行业信息来源的渠道。

与媒体或客户互留产品宣传资料，索取样本。

起到资源互补共享的效果。

5. 谨防探子：展会上经常会碰到同行中的探子，他们会扮作客户来套我们的价格和我们的产品宣传资料及技术甚至客户资料，所以对此我们的参展人员要坚持高度的警惕性。

对于索取我们资料的人员，我们需要详细询问他的需求及他们公司情景，根据确定来分析是否后续的进一步接洽。

参展结束，只能说工作只进行一半，真正起作用的是展后及时跟进。

这时我们需要做到的是：

1. 客户分类：根据展会上与客户谈判的过程及结果，将客户分为正式客户，潜在客户，无效客户。

那里的正式客户是指老客户和现场签约客户。

潜在客户即指对我们的产品有明确的订购意向，只需进一步跟进，确定一些细节即可订货的客户。

无效客户指仅在展会留下名片，没有进行过交流，且对方仅是收集一些资料的客户。

将展会期间的客户记录进行梳理，与客户对应起来，再做进一步的沟通接洽。

2. 联系客户：展会结束后第一时间给所有潜在客户进行电话回访，回访中体现出参展时的沟通资料，抓住客户关心的问题和问题点，进行逐一解答。

切忌超之过急引起客户反感。

对重点客户要重点联系，先联系重点客户，分清主次。

3. 及时跟进：如果客户对我们的产品及价格比较满意，我们就引导他及时下订单、签约、付款。

按照公司销售程序，进行初期合作。

如果我们电话联系后，客户没有反应，一个礼拜后再次或电话回访询问结果。

以便我们确定此客户的后续合作可能性。

公司参加专业性的行业展，不但能在同行业中秀出自我公司的产品实力，更贴近的服务于客户，也并能从相同参展的客户当中，看到自我的不足，不断完善自我。

也许从某次的展会当中，不能立竿见影的见到成效，接到很多的订单。

但能够起到行业内的曝光和经销商信息交流的目的

展会工作总结篇四

马克思主义说“理论联系实际是我们工作中所应遵循的基本工作方法。”但怎么样才可以理论联系实际?作为大学生，暑期将至，找家单位实习，其实就是我们理论联系实际的最好方法之一。这样，我们不但可以接触到社会，而且可以将自己在学校里学到的东西在社会工作中运用起来。跟其他大学生一样经过自己的努力我找到了一家公司——宁波海曙启瑞展览有限公司，是一家专业做海外展招商的公司，在那里做了为期一个月的实习。

宁波海曙启瑞展览有限公司，是一家专业代理海外展会向国内企业推广展会招商的单位。电话营销海外会展是我们营销海外会展的一个重要手段，所以我在自己的暑期社会实践报告里也做了一个海外会展电话营销技巧的总结。

谈实习感想，除了让大家先了解我的实习单位，也更有必要让大家了解我是怎么选择这家实习单位和为什么选择这家单位的，这样大家就可以进一步了解我整个实习过程的一些感触和变化及实习所给我带来的体会。在假期将到来之前，朋友帮我共介绍了三家可以实习的单位。除了所在实习的单位，其他另外两家：一家是环保器材单位，另外一个家是手机销售单位。但我选择了展览公司，虽然当时我对具体工作还并未很清楚，但当时我首先考虑到，会展与我们的专业有关，与策划有关；第二，考虑到我自己想进一步了解会展行业，因为自己在暑假到来之前的一个学期内，自己看的最多的课外书也是与会展相联系的，自己想进一步了解会展行业，并将自己所学到的书本上的运用到现实工作中来。虽然介绍的朋友还没能告诉自己具体做什么，但是想想既然是会展相关单位，去实习无论怎么样，都会学到一些相关的东西并可以让自己进一步了解会展。所以就选择了我选择了第三份：到宁波海曙启瑞展览有限公司实习。

因为报名参加了班里的实践小组，教小朋友学英语，所以直到7月7号才到公司开始正式报到实习上班，与其说是实习，还不如说是正式的开始工作，因为我的工作跟新进去的同事的工作基本上都是一样的。进入公司工作后，才发现有很多跟我想的并不一样。在开始相关的工作之前，在开始和中间部分时间公司相关人员都给我和新同事做了相关的培训。只是培训的人员也一再强调，做事情时要灵活应变，我们有时没必要按部就班。我知道他们的意思也就是说要理论联系实际，根据实际情况处理事情，这在我们电话营销时培训人员尤其特别又强调了。

我们的工作，首先要在网络上发布信息，所以过来的新会展

项目资料，在发布前我们都要检查字句的表达是否符合我们公司的口吻及标点符号是否正确等，同时我们还要为不同的会展项目做同样的有关我们公司文件形式的排版工作。其次，我们把整理好的项目信息和公司资料在互连网上开始发送，并通过电子邮件向相关企业发送相关的会展项目信息，同时还通过网络查找与会展项目相关的信息和所在国家的经济信息等。最后我们还有通过电话向客户提供我们的会展项目信息与客户沟通，即电话营销。我们在边工作的同时，公司还要求我们写实践工作体会上交到公司，与我们的同事共同分享彼此的经验，这也算是我们从实践中得到的一些理论性的东西。

从7月7号到8月7号，我一共在公司做了一个月，说是一个月，其实真正在公司只是待了20天，因为我们双休日大家都休息。但是话又说回来，双休日虽然名义上说是我们休息，但是做为实习生的我，自己根本没有给自己休息的份，我不知道其他人怎么样，起码我自己是这样。因为实习，公司里的任何事对你来说都是新的，什么都要学，不学就做不好。比如发信息，怎么样才可以效率更高？收集信息，什么信息才是会对公司业务有帮助的？电话营销怎么样才可以更吸引对方让对方不挂掉你电话并对你的产品产生兴趣？……这些都要靠努力，何况我还是个新来的实习生。有人说做名实习生没必要那么拼，简单点学点就够了。但是我觉得：无论做什么事情，我们自己都要认真去对待认真去做，你要尽自己最大的努力。所以我坚持让自己写工作周小节，虽然公司并没有严格的规定，但是我觉得自己有必要这么做。而且后来在工作午休时我总会写一些自己的心得体会，存在电脑里想让自己以后多多注意些东西。但是后来我知道我平时所写的体会，公司的相关人员一直在看。我下午5点半下班，但我下班后公司另一个负责人总会过来习惯用我用的电脑，我写的东西自然他看了。这是个偶然，但却有可能是公司现在为什么开学后还提供给我另外一份兼职工作的缘故。公司解释说因为我比较负责，所以找我在课余时间做其他另一份工作。我很开心，这算是我在宁波第一次因为工作而得到工作。

暑期实习完了，根本就没想到现在公司又给了我另一份工作让我兼职工作，同时也可以勤工俭学，我想这应是给我实习的肯定吧。至于以后的工作，我想我一定努力并认真的去做好。如果要问这次暑期实习在行业上我学到多少，我想，那是很少的，毕竟才一个月时间。实习虽然也学习到的知识性的东西，但我想是很少且还不够深入的，很多东西只是表面的感知，尤其电话营销这块，如果想做好，则花很长的时间来学习和实践。而且实习期间属于公司的业务依始阶段，现实中接触到顾客的机会还比较少。理论要靠实践来检验，书本上的理论只有通过实践的检验才知道它的可行性。在这次电话营销的过程中，虽然我看了很多别人总结的经验，但是在现实运用中我还要靠实践来灵活运用。一个月的实习，虽然我的电话营销取得了一些效果，但是这毕竟也存在一些幸运，而且会展行业是一个长期的营销行业，你只有经过长期的努力，才会建立属于自己的人脉，有了一定的人脉你的工作才会更加顺利的进行。所以实习只是一点感知，只是一个开始将理论联系实践并不断的学习的过程。

这，就是暑期里我理论联系实际实习体会，希望与大家共同分享。谢谢！

展会工作总结篇五

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

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该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，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_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！

展会工作总结篇六

广义上的会展服务，既包括发生在展览现场的租赁、广告、保安、清洁、展品运输、仓储、展位搭建等专业服务，也包

括餐饮、旅游、住宿、交通、运输等相关行业的配套服务。会展服务质量的高低，直接影响到组展商与参展商的合作关系。参展商是展览会的主体，主办单位的收益主要来自企业支付的参展费用。因此，主办单位与参展商之间的价值传递是非常重要的，参展商希望支付了展位费能够从主办方那里获得更多的服务。

按照国际标准来规范

首先，主办单位要树立服务观念，按照市场化、商业化、专业化的要求来进行服务运作。国外会展发达的国家都有一套成熟的会展服务运作模式，而我国展览业起步较晚，很多展览会都具有较浓的行政主导色彩，主办单位在客户面前，往往是居高临下的指挥者，而不是服务者。开幕式一结束，展览会就宣告成功，主办单位的人员便无影无踪，在国外这种现象决不会出现，主办单位是以服务客户的形象出现的，特别是客户服务中心可以帮助参展商、采购商解决具体各种问题，包括投诉。只要是参展商、采购商需要的，主办单位就应该想到做到，只有通过优质的服务形成一个固定的客户群，主办单位才能在群雄逐鹿的时代牢牢占据一块自己的地盘。

展览公司 3d模型下载展览模型展览展示设计

供了一流、高效的会展服务。此外，上海、大连、厦门等城市的会展中心也都相应地建立了各具特色的服务运作模式。

在组展过程中，主办单位或展览承办商不可缺少的要为每家参展商提供一本优质的会展服务手册。这本服务手册制作的既要有吸引力，又要通俗易懂，还要标准规范。一方面，不要把手册的读者当作会展界高手，要把他们想象成初入展览大门的新人，把一切可能想到的问题和解决方案都要写进去。另一方面，及时和大会主办方沟通，了解本届展览会服务的新变化。最后，你的会展服务手册应该具有查询方面的功能，可读性强。

会展服务手册主要包括以下几个方面：展览内容方面：包括展览的中英文名称、展览举办城市及场馆的名称；展览日期，包括进场、出场日期；展览承包商名字、地址、电话、传真或其他相关承包商；详述摊位租金付款方式（如果需要提供材料和服务的程序）；相关规定；叙说展览的内容等。

订购单方面：包括正式合同信息、摊位承包公司名称和其他指示标志、家具租借、装潢和地毯、运输、安置和拆除劳工、电力、消防、摊位清理等。

其他相关服务方面：包括邀请函、配套宣传策划、住宿及行程安排、交通旅游、视听设备、摄影、花艺、盆景租借、呼叫装置、模特儿现场展示或接待等。

提供服务要以人为本

展览公司 3d模型下载展览模型展览展示设计

道等等。这些都体现着主办方无微不至的服务理念，也充分地体现了会展优质服务的魅力。

最后还需说明的是，会展服务与国际接轨并不是说要把国外会展服务模式全盘搬进来。我们在学习取经的同时，也应该注重推陈出新，开发出具有自身特色的服务模式。所以，一个成功的会展就应该把优质服务放在第一重要的位置。

德马吉国际展览有限公司<http://>

展览公司 3d模型下载展览模型展览展示设计

展会工作总结篇七

此次展会从9月5日—9月9日共计5天，我们小组实际从9月3日开始接待客户。

我一共接洽客户18位，其中来自公司成人品牌或意向做成人品牌产品的客户计12位，其中来自公司儿童品牌或意向做儿童品牌产品的客户计6位。各占总接待比例67%、33%。大部分来自辽宁、山东、山西、安徽。

二、成人品牌新产品的客户调查

略

三、客户意见反馈(公司产品或服务存在不足与改善建议)

小结：

通过此次东莞展会，意识到现代企业竞争特别是家具业竞争已经白热化。企业不仅要通过不断的产品品质提升、制度改革创新、研发推陈出新、不断减低企业营运成本，更是要注重环境保护、节约资源、做有社会责任感勇于担负起社会公益责任的好企业。不仅是企业之争，更是整条供应链的行业之争。作为金天拓一员，要立足于本职工作，在普通的工作岗位服务上让客户满意，让领导满意、让公司满意；让客户放心，让领导放心、让公司放心才能提升自己，与企业同成长，永葆发展的活力与激情！

展会工作总结篇八

这次广州展我们推出了全新的都市生活系列，这对我们是一次重要的尝试，也是我们国际品牌本土化的关键一步，总的来说，我们还是比较成功的，但从我所负责的局部区域来看，效果不是很理想，我想从以下几方面来对这次展会做出总结。

1， 负责区域的客户到访情况

本次西北区域共有16个客户到访我展位，其中，银川6人，兰州1人，西安1人，河南5人，山西3人。从数量来看，横比其

它区域明显偏少，同比3月展会也明显减少。从质量来看，第一次了解我产品的是9人，意想比较强烈的有3人，经过展后沟通明确表示不做的有4人。

2， 都市生活的概念是否接受

本次展会我们推出了都市生活，如果从我品牌二线产品的角度来看，客户还是比较接受的，因为都市生活是第一次与客户见面，本身的产品内涵还不是很丰富，所以如果要都市生活单独作为一个品牌来推广让客户认知，那还需要运作一段时间。

3， 产品，款式是否可以接受 产品我们还是传承了一线产品的风格，总体上客户还是比较认同的，但是现在我们的产品还不够丰富，比如床品只有四款，有客户反映，都不是很理想。

从客户眼里看来，这次产品质量还是有一些欠缺，钢架的表面处理容易脱落，垫子的坐感不是很好，我们自己也看到垫子的外包布有破损，这一点包装部门已经说过要改良。

4， 价格高低如何?如果高，应该低多少?

这次产品价格相对仿造品来说还是比较高，主要是散件和配件的价格较高，造成了产品整体价格偏高，这在一定程度上对我们形成了冲击。如果简单的说高低我想肯定无法下结论，但成本，预期利润(能否顺利开店)，竞争对手价格，都是各种定价方法都应考虑进去的。

事实上我们都知道，根据西方经济学理论，定价不是越高越好，也不是越低越好，找到均衡价格而使利润达到最大化才是最合适的价格。

5， 新老经销商的反映如何?

我们只能谈谈新经销商的看法，我觉得在谈之前，应该将新经销商分为两类，一类是以前接触过我产品或者是了解我品牌的经销商，另一类是这次展会第一次了解我产品的经销商。

应该说第一类经销商的反映要好于第二类经销商，因为第一类经销商以前知道我们产品，他们不会过多的和仿造品去比较，更多的关注的是价格下调多少，款式和质量等等。而第二类经销商则不同，他们往往会比较我们和仿造品的价格，但是这点我们是不占优势的。

6，整体我们本身的自我感觉

店面总体感觉比较有吸引力，但是还是有一些不足，门前挂的两个灯过大过低将喷绘遮挡了，影响了视觉效果。面积过小，顾客进门就可以一眼望穿，很多没有再继续询问，转身走掉了。地毯的质量客户反映比较差，不知以后建店是否采用这种地毯。

产品款式如能再丰富一些，钢架和垫子的质量有所提升，价格如果能将配件和散件的价格合理下调，最好是达到包含这次的配件和没有配件的价格一样的话，我们将能再次提高竞争力。

一是加大引导，不断调动企业参展的积极性[]20xx年我镇将定期召开规模企业负责人座谈会，深入研究会展工作，逐步提高企业参展的意识，促使企业深刻理解展会是市场与企业互相了解的重要途径和发展手段，通过产品的展示能吸引客户，拓展和建立市场，展会也是企业走持续发展的重要平台。此外，积极好塑博会、小家电博览会、宁波汽车零件展等参展活动。

二是积极调研，以展会助推产品产业转型升级。深入调研马渚镇各行业及块状经济的发展动态，把握发展趋势。同时密切关注国内外知名展览机构在新兴产业领域开办新展的动向，

从而做好双向互通工作，引导与之对接，自愿配对，积极参展，实现马渚在产品产业转型升级的新突破。

三是整合资源，进一步挖掘会展潜力。进一步整合展览资源，充分利用现有的资源。同时更加重视系统外展览资源的整合，进一步加强与市会展办和其他展览机构的交流与合作。高度重视专业队伍建设，以为人本，探索建立展览业务人才的培养与发展机制。

以上这篇家具展会工作总结。就为您介绍到这里，希望它对您有帮助。如果您喜欢这篇文章，请分享给您的好友。更多工作总结，尽在总结报告。

展会工作总结篇九

一年来，在公司领导的亲切关怀和其它主管的热情帮助下，自己从一个保险门外汉到能够很好的为客户提供保险咨询服务，在自己的业务岗位上，做到了无违规行为，和全司伙伴一起共同努力，较好地完成了领导和上级布置的各项工作任务。以下是本人一年来的工作情况总结。

一、努力提高政治素养和思想道德水平

积极参加上级公司和支公司、本部门组织的各种政治学习、主题教育、职业教育活动以及各项组织活动和文娱活动，没有无故缺席现象；能够坚持正确的政治方向，从各方面主动努力提高自身政治素养和思想道德水平，在思想上政治上都有所进步。

二、努力提高业务素质和服务水平

积极参加上级公司和支公司、本部门组织的各种业务学习培训和考试考核，勤于学习，善于创造，不断加强自身业务素质的训练，不断提高业务操作技能和为客户服务的基本功，

掌握了应有的专业业务技能和服务技巧，能够熟练办理各种业务，知晓本公司经营的各项业务产品并能有针对性地开展宣传和促销。

三、严格执行各项规章制度

一年来，无论在办理业务还是其它的工作中，都能严格执行上级公司和支公司的各项规章制度、内控规定和服务规定，坚持使用文明用语，不越权办事，不以权谋私，没有出现被客户投诉的行为以及其它违规违章行为。业余生活检点，不参与不良行为。

四、较好地完成支公司和本部门下达的各项工作任务

一年来，能一直做到兢兢业业、勤勤恳恳地努力工作，上班早来晚走，立足岗位，默默奉献，积极完成支公司和本部门下达的各项工作任务。能够积极主动关心本部门的各项营销工作和任务，积极营销电子银行业务和各种银行卡等及其它中介业务等。

一年多来，本人凭着对保险事业的热爱，竭尽全力来履行自己的工作和岗位职责，努力按上级领导的要求做好各方面工作，取得了一定的成绩，也取得领导和同志们的好评。回首一年过来，在对取得成绩欣慰的同时，也发现自己与最优秀的伙伴比还存在一定的差距和不足。但我有信心和决心在今后的工作中努力查找差距，勇敢地克服缺点和不足，进一步提高自身综合素质，把该做的工作做实、做好。