

2023年展会工作总结个人不足(模板9篇)

总结的选材不能求全贪多、主次不分，要根据实际情况和总结的目的，把那些既能显示本单位、本地区特点，又有一定普遍性的材料作为重点选用，写得详细、具体。那关于总结格式是怎样的呢？而个人总结又该怎么写呢？下面是我给大家整理的总结范文，欢迎大家阅读分享借鉴，希望对大家能够有所帮助。

展会工作总结个人不足篇一

为了能够顺利完成本次展会的搭建及维护，公司全体员工都全力投入，分工合作，我明确公司分配给我的展会工作，深记于心。

1、搭展前工作职责：

(1) 认真对接客户、供应商之间的相关事宜，提前处理好现场可能会出现的情况。

(2) 做好项目计划，安排配备人员。

(3) 到现场踩点，布置好需要使用的场地。

(1) 认真监督好搭展过程，及时排除安全隐患。

(2) 与客户、供应商做好沟通，根据客户需要做好调整。

(3) 处理商家在进场中遇到的相关问题。

(1) 维护、管理现场，监督商家的用电安全，监督指示牌等的使用安全，及时排除安全隐患。

(2) 租赁器材给商家。

(3) 推广公司品牌。

4、开展结束后的工作职责：

(1) 协助供应商做好撤场工作。

(2) 监督好撤场的安全。

(1) 有了一定的提前意识，能提前把一些可能在展会过程中出现的突发情况处理掉。

(2) 对接问题更加细心，特别是安全问题，处处考虑是否存在安全隐患。

(3) 合理安排配备人员，做好分工安排。

(4) 划分好事情的轻重缓急，按顺序处理事情，效率有所提高。

但是，即使有了些许改进，我仍然存在许多不足：

(1) 没有做好项目预备方案，没有找好预备供应商，导致公司处于被动，造成较大损失。

(2) 没有做好时间计划表，导致工作进度缓慢。

(3) 对客户过于热心，事必躬亲，客户的需要都一一去解决，以至于耽误了自己的工作进度。

(4) 缺乏商机头脑，失去很多可以为公司添益的机会。

(1) 做好时间进度表，严格执行时间进度表的任务。

(2) 按时向客户索取需要的资料文件。

- (3) 多找至少2家预备供应商，做好预备方案。
- (4) 把对接的问题记录好，方便下次对接。
- (5) 搭建过程中按轻重缓急有序的处理问题。
- (6) 严格监督好安全问题。
- (7) 合理安排人员，不必事事躬躬。
- (8) 看清商机，努力为公司创造更大的利益。

学到的知识，而且更是体会到：一个人的力量始终是有限的，而团队的力量却是无穷的。

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协调沟通能力，与同事保持良好的关系，与公司共同成长。

展会工作总结个人不足篇二

一、展会概况

(一)参展规模。本届展会共有24家企业24个楼盘参展，参展楼盘面积145万平方米，有电梯、多层、洋房、别墅等多种项目形态。另有7家房地产中介机构、1家建筑装饰材料商家参展，工商银行、建设银行、中国银行、交通银行等四家金融机构以及公积金中心、公证处等机构提供配套服务，房管局设立了政策咨询点。

(二)交易情况。4天房博会期间，住房成交81套，面积平方米，交易金额万元；车位交易5个，交易面积72平方米，交易金额36万元；商业房交易2宗，交易面积平方米，交易金额48万元。购房意向登记1700余组，其中新都约占70%，成都市区占20%，省内其它地方10%。参展楼盘售房部人气大增，几乎恢复了xx

年市场繁荣时期的接待量。展会期间共接待参观、咨询群众万余人次。

二、展会特点

(一)楼盘整体品质较高。本次参展楼盘，如万科双水岸、汉嘉国际社区、东骏湖景湾、港基翰香府、交大香洲半岛、和信水沐天城、交大云堤、天之海天府江南等，都是新都的精品中高档楼盘，无论是基础配套、周边环境还是小区规划、建筑质量等都可圈可点，是新都房产的形象和代表。

(二)参展商品房全部通过安全鉴定。由于是在汶川特大地震后举办的成都市第一个房博会，为消除购房者顾虑，区房管局邀请了中国物业管理协会房屋安全鉴定委员会专家自6月8日起，对24个楼盘、万平方米商品房进行安全排查，所有参展楼盘完全达到抗震要求和质量标准，主体结构安全，无隐患。

(三)城市形象规划展成为亮点。本次展会设置了城市规划展厅，以展中展的形式，将新都“北部新城·成都新区”的发展总体规划向市民进行展示，使市民更加了解新都，对新都的未来发展充满信心。规划展受到购房者的高度关注，成为本次房博会亮点之一。

(四)配套活动丰富多彩。房博会期间，为营造氛围、聚集人气，承办单位组织进行了“房博会文艺晚会”、“迎奥运挑战世界冠军乒乓球表演赛”、“发现新都摄影展”、“千名车友自驾购房游”、“省内10城购房游”、“购房抽奖”等丰富多彩的配套活动，促进了人气的提升。

(五)政策优惠助推交易。作为全省震后第一个房博会，区委、区政府及时出台了促进房地产业发展的优惠政策，其中公积金贷款政策放宽、财政补助、个税优惠以及房管局系列办证优惠政策，直接促使房地产交易量和展会人气的提升。

(六)开发商推出购房优惠。房博会期间，为了吸引购房者，除了政府给予的优惠政策外，各开发企业都推出了一些优惠措施，如购房直接优惠2-3万元，同时有4-8%的返点折扣；有的楼盘还针对灾区购房者推出了特别的优惠措施。

(七)宣传形式多样，媒体广泛参与。本次房博会的宣传采用了多种媒体形式，有电视、报纸、期刊、电台、网络、短信、出租车分动传媒、定点视频、户外单立柱、主干道灯杆道旗、dm单、广场气柱等，几乎涵盖所有的宣传形式，省、市及省内10城主流媒体广泛参与，宣传宽度前所未有。

三、几点经验

开展展开发企业座谈会，听取企业意见，安排部署展会筹备工作。开幕式当天，区委、区人大、区政府、区政协领导冒雨出席开幕式，展示了新都区领导班子务实、自信、干练的工作作风，感染了所有参加开幕式的购房群众、工作人员和媒体记者。

(二)充分筹划。本次房博会自4月中旬开始筹划，历时两个月，期间4次召开参展开发商座谈会，充分听取意见、建议，展会方案多次修改、完善，最后确定了“北部新城·成都新区·福地新都”的展会主题。在展会各项筹备工作充分准备的同时，加紧优惠政策的拟订，在成都市促进房地产发展的优惠政策出台后，新都区及时跟进，迅速反应，制定了适合本区的优惠政策。

作的顺利进行。

(四)作风过硬。受地震影响，房博会筹备工作一度停滞，6月初重新启动，短时间内房管局完成了工作方案分配、召开新闻通气会、开发企业再次动员、对外宣传组织、场地协调、灯杆广告安装、各活动方案制定和组织实施等诸多工作，许多工作人员节假日连续工作，每天工作10几个小时，顺利上

完成了各项组织工作。

四、问题与不足

(一)时间仓促。5月12日下午，作为房博会启动标志的新闻发布会在成都香格里拉大酒店举行。正在进行之中，由于汶川特大地震的突然发生，被迫中止，各项筹备工作也暂时停止。工作重点转为抗震救灾，直至6月初，筹备工作才重新启动，完全打破了原来的工作部署和节奏，给宣传和组织筹备工作带来了很大的困难。

(二)招商困难。自xx年11月以来，房地产市场便从火暴转入低迷，开

发商和购房者信心受挫，5月12日汶川特大地震灾害的发生，使本来冷清的市场雪上加霜，许多售房部可以说门可罗雀，甚至关门大吉。开发商对短时间内召开房博会缺乏信心，致使招商工作进行得十分困难，原来划定的近40个展位只有 24 个楼盘参展。

(三)协调脱节现象偶有发生。由于缺乏工作经验和因地震对原来工作节奏的影响，承办单位与主办单位之间、区级部门之间以及承办单位与协办单位之间，出现了一些工作脱节现象，导致效率不高、工作质量不高甚至疏漏、错误的偶有发生。

(四)宣传的力度不够。本次房博会，因宣传资金较少，加上目前群众对抗震救灾的关注，宣传的深度和声势还不够。

五、下一步工作建议

(一)积极推进城市营销。

新都新城区规划和楼盘整体品质与成都二圈层中其它区域比

较并不逊色，某些方面甚至优于其它区域。但由于新都城市营销长期以来散、软、少，在区域竞争中处于劣势，成都市民对新都的印象还是乱、差、交通不方便，影响了城市整体形象的提升，房地产销售价格在成都二圈层处于洼地，开发、交易量较小。应积极推进城市营销工作，提升城市形象，塑造城市品牌，使城市价值得到应有的体现。

(二)落实购房各项优惠政策。

在本次房博会上，许多购房者关心优惠政策的落实问题，应尽快拟订可操作的实施细则，树立政府以人为本、诚信高效的良好形象，增强亲和力。

(三)加快基础设施配套建设。

新城区基础设施配套和交通道路建设应进一步加快，按照对外公布的进度千方百计推进，言必行，行必果，使新都城市功能进一步增强，新城区人气有较大提升。

本次展会已落下帷幕，4天展会创下多个第一：

1. 全省震后首个房博会；
2. 新都时隔8年后第一届房博会；
3. 第一次在新城区举办大型展会；
4. 第一次媒体宣传全覆盖；
5. 第一次对商品房展开全面的结构安全排查；
6. 第一次在对在新都购房的业主进行财政补助；

……□

经历过“炮火”的洗礼沉淀，让今天的自己就算是一个人像一支队伍一样，也能够对自己的心灵与头脑招兵买马，不抛弃、不放弃！

1、我的后勤—情绪管理

集中注意力，耐下性子做一些最不愿意做的事情，往往就是当下最应该去做的事情，每一件事情都是最重要的小事。当选择坚持做下去，心灵就能够获得磨练和提升，而如果选择拖延，那么将继续痛苦。在情绪管理这场战役中，最需要的就是克服和战胜的就是自己本身的弱势与惰性。

招展过程是漫长而琐碎的，由最初的人工筛选符合行业类别要求的参展商，到电话、网络的咨询了解参展商真实情况与参展意愿，及过后寄送缴费通知书、展位确认书、参展商手册、参展证件等等长达4个月的反复、持续。而这段过程同时又要求从每一件小事儿做起，不仅仅包括做完做好，更包括由此而引申出来的所有的方法、沟通、隐患、技能都要思考的到。例如，在落实到寄送相关文书于参展商时，必须先电话通知后，同时在寄发时严格记录下寄送材料的具体内容及快递单号，过后同过网络或电话确认是否收到。在工作过程中，这样的流程或许是繁杂、零碎的，当下往往是枯燥而机械的，如今回想起来才真正明白只有对每一个小事儿做到了面面俱到的了解和掌握，才能在往前走的时候更快一点。

2、我的武器—行事

计划、执行、总结“三部曲战役”里，有条理是最关键的。具体落实到比如说，当天工作事项的笔记、零散大小突发情况的记录、到第二天工作日志的归纳排列。有条理可以保证好结果的连贯一致，并且几乎自动地产生，同时能时刻提醒自己做事的优先度、从而确保集中精力在关键点。这便是让我在其中发现工作和学习课堂里专业知识最不同却又最相似的一点，在知识、行事中它们有很多碎片需要自己去填充

扩展，从而才能搞清楚自己当下最需要做的是什么。

而如今5个月下来，翻开自己满满书写的两大本笔记本里罗列出工作事项，以及当下随手写的处理解决问题心得体会已然成为了在流程繁杂与信息繁复的环境属于自己思路框架和知识系统，虽然一点像拼图，需要一点一点来用拼板一块块去凑，但这已然成为自己成长里记录下得最宝贵的轨迹图。

3、我的指挥官—上级

一个人在工作上的价值常常是借由他人的认可来体现的，我的第一句认可便是来自于自己的直属上司，一个完美主义者加工作达人，至今令我感恩万分的是她的信任与包容，大胆的放权并允许我在实践的过程之中，就算不停地摔倒，也都有勇气以自己的方式站起来、一步一脚印的走过这段属于自己一个职场“菜鸟”混乱的第一战。

而今后，当我不再是能够被容忍犯错的“菜鸟”时，如何管理好老板对自己的期望值仍是值得我今后深思并探究中的话题。因为一点很显然确实实在实践的过程中让我深刻体会到，在每犯一个可能避免的错误后，信用程度就在受损；一个在精确度上的错误，抵得上若干天的加班。

除此之外，“严以律己，宽以待人”便是203这个充满着大气度与人格魅力的办公室所另外教会我最珍贵的职场智慧！

4我的同伴们—同事间

初入职场，在经验方面肯定是欠缺，但值得庆幸的是能够与一群自己喜欢的人，在自己喜欢的地方做自己喜欢的事，同伴们相互鼓励、学习、成长，给予彼此正面力量，学会如何用最快速的时间接受新的事物，发现新事物的内在规律，提升个人工作能力。有着睿智的上级在指引这战斗的方向，周围都是一群志同道合的伙伴，就算是每个人都有着各自向朝向

的战斗，也不会觉得孤单，这就是团队的力量！忘不了，加班熬夜的加油鼓劲儿；忘不了，会展期间时的盒饭、凉白开；忘不了，我们都是南博人的坚定誓言！都有着作为广西人的那份骄傲与担当，就是为了一个目标，做好这一届有我们参与的中国—东盟博览会！而一个团队最核心的是什么？信任、风格还是负责？通过这次的历练，我想应该是一个大家都参与的“目标”。

5、我的胜利—客户

招商招展最直接面对的就是客户，博览会提供给客户的除了一个兼容并蓄、富有生命力的交流平台之外，或许就是服务这一软性设施了。当硬件设施，已经被做到极致之后，在我看来真正能用来当做“武器”去披荆斩棘的就是服务了。而服务的本质又是什么？当我还是在校大学生时就与老师们及挚友讨论过这一问题。专家说：“服务是满足客户需要的一系列特征的总称。”而如今在我看来，服务的本质就是“尊重”即为尊敬与重视！服务人员对客户不卑不亢的尊重！

不因为对方是客户，就将自己的地位放低到尘埃里，卑躬屈膝；也不因为自己是举办者，就将自己抬高到天上人间，目空一切，双方应该是在一个水平线上，以自己的同理心去尊重的服务于客户。从马斯洛需求层次理论来看，人人都有获得尊重的需要，即对力量、权势、名誉、威望的向往，对地位、权利、受人尊重的追求。

记得在临近开展的前几天里，食品包装和加工机械行业的参展企业佛山市禅城区电器有限公司的负责人来到办公室寻求帮助，由于当天晚上办证系统就要关闭，而他们参展团队却刚刚才到达南宁，临时决定变更布展人员，需要立刻更改系统内的数据，当下我就立即在笔记本上记录下他们的需求，同时帮助企业负责人在办公室里利用无线网络更新了办证人员的相关数据，之后及时与办证系统的工作人员沟通，使得

客户在当天下午就完成了增补人员办证审核。

过后的反馈是我意想不到的，不仅

在之后电话中，布展与开展现场，该企业的负责人一直对我表达他们的感谢，之后一定会大力邀请同行参加，因为透过服务让他们看到了博览会的高规格与国际化。

工作、生活，学习、运动，社交、独处……都是在动态中寻求平衡。通过“实战”提升技术能力、深入了解常规业务、业余去钻研专业知识，都要花很多时间，所以必须明确规划来分配有限而宝贵的时间和精力。

和兴趣爱好差不多，所有事情都是做得好、擅长了，才会喜欢上，然后便是持续地正面累加……这样才让工作不仅仅是工作！

展会工作总结范文展会工作总结（3） | 返回目录

(一)会展方案的起草工作。在认真总结对接会展经验的基础上，吸收了相关方面的意见和建议，提出了对接会会展工作总体方案，进行了讨论修改，并逐步落实推进，为大会的整体筹备工作顺利推进起到了重要的作用。

(二)大会招展工作。根据工作分工，各接受任务单位，主要领导亲自挂帅，积极组织力量，利用各种工作渠道，组织大会招展工作，此项工作，任务重，要求高，难度大，时间跨度长，由于组委会和各单位领导的重视，参与人员负责任的工作，会展组圆满地完成了大会的招展工作。

行了总体设计，并根据大会筹备工作进展及各工作组的具体情况，及时作相应的调整，保持与组委会的总体工作同步；保持与各工作组的工作交流和信息沟通，注意与各方面的工作衔接；会展中心就展馆租用、服务要求、价格优惠幅度等进行

了多次磋商，经过多次协调、修改，完成了室外、室内展区的平面布置图和布展示意图，并对展馆的布展提出了统一要求。

本次对接会设室内、室外展厅和会议区。室外展厅4000平方米；室内展厅xx0平方米，设标准展位400个，450个参展单位；特装面积共8200平方米，设序厅及地市特别支持单位，国家创新型试点市展区、投资商展区、开发区县区展区、高校科研院所展区、高新技术项目展区、环保产业产区、人才交流展区及科技兴贸和国际科技合作展区。

标文件和设计脚本，组织了特装设计招标评审会，对中标方案进行修改，报组委会办公室批准，监督中标单位严格设计方案，高质量制作。

(五)组织高校院所参展。高校院所的参展工作关系到整个对接会的项目水平，会展组高度重视驻高校院所的参展动员工作。在整体方案出台后，会展组即与各单位保持密切的联系，保持信息通畅。组织召开了高校院所参与对接会会展工作协调会，讨论有关高校院所参与对接会的会展工作安排，高校院所派代表参加了会议。会议向各单位通报了第六届对接会筹备情况，就有关高校院所参与对接会的初步方案做了说明。与会代表就各自单位的情况对有关参展问题进行了讨论，提出了不少建设性意见，并表示积极参与第六届对接会，充分利用这个平台，做好成果推介，扩大宣传。

(六)展会的布展及现场组织工作。10月20日，会展组进驻会展中心现场，开始接收各参展单位送来的标准展板，并对部分预订展位的参展商进行跟踪落实工作；10月25日，各特装参展商进场施工，会展组重点做好现场协调和质量安全监督工作，并根据总体进展情况合理安排加班时间，确保施工质量和进度；10月28日至30日，会展组的中心工作转移到现场管理和服务上，做好人员和展品展件的进出管理，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种要求，

协调好领导巡馆、新闻采访等相关工作;10月30日下午,现场开展撤展,通过精心组织,使整个撤展过程做到文明、安全、有序,圆满完成展会的现场组织管理工作。

(七)做好了组委会及办公室交办的其它工作。参与了会议的协办或特别支持单位的邀请工作;积极参与大会的客商的邀请工作;利用各种渠道进行对接会的宣传,吸引更多的投资商参会,及时与他们保持沟通和联系等。

当然,由于部分参展商频繁改变计划、不遵守统一的时间安排以及信息沟

通不及时等原因,展会现场组织工作的整体进度受到了的影响,也增加了额外的工作量,虽然这些问题最终得到了解决,但也值得在下次展览组织时给予重视。

展会工作总结个人不足篇三

1、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%。

2、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。

3、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。

4、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。

1、我县在本届石展会租用标准展位一个[3m×3m]布展面积20m²，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。

2、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。

3、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。

4、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。

5、有云浮市工艺美术协会会长李森才、云浮市荣烨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。

6、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。

1、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。

2、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。

展会工作总结个人不足篇四

本文目录

1. 展会工作总结
2. 展会招商工作总结
3. 展会工作总结范文

(一) 参展规模。本届展会共有24家企业24个楼盘参展，参展楼盘面积145万平方米，有电梯、多层、洋房、别墅等多种项目形态。另有7家房地产中介机构、1家建筑装饰材料商家参展，工商银行、建设银行、中国银行、交通银行等四家金融机构以及公积金中心、公证处等机构提供配套服务，房管局设立了政策咨询点。

(二) 交易情况。4天房博会期间，住房成交81套，面

积9016.99平方米，交易金额3395.07万元；车位交易5个，交易面积72平方米，交易金额36万元；商业房交易2宗，交易面积58.45平方米，交易金额48万元。购房意向登记1700余组，其中新都约占70%，成都市区占20%，省内其它地方10%。参展楼盘售房部人气大增，几乎恢复了xx年市场繁荣时期的接待量。展会期间共接待参观、咨询群众1.2万余人次。

(一)楼盘整体品质较高。本次参展楼盘，如万科双水岸、汉嘉国际社区、东骏湖景湾、港基翰香府、交大香洲半岛、和信水沐天城、交大云堤、天之海天府江南等，都是新都的精品中高档楼盘，无论是基础配套、周边环境还是小区规划、建筑质量等都可圈可点，是新都房产的形象和代表。

(二)参展商品房全部通过安全鉴定。由于是在5.12汶川特大地震后举办的成都市第一个房博会，为消除购房者顾虑，区房管局邀请了中国物业管理协会房屋安全鉴定委员会专家自6月8日起，对24个楼盘、145.3万平方米商品房进行安全排查，所有参展楼盘完全达到抗震要求和质量标准，主体结构安全，无隐患。

(三)城市形象规划展成为亮点。本次展会设置了城市规划展厅，以展中展的形式，将新都“北部新城·成都新区”的发展总体规划向市民进行展示，使市民更加了解新都，对新都的未来发展充满信心。规划展受到购房者的高度关注，成为本次房博会亮点之一。

(四)配套活动丰富多彩。房博会期间，为营造氛围、聚集人气，承办单位组织进行了“房博会文艺晚会”、“迎奥运挑战世界冠军乒乓球表演赛”、“发现新都摄影展”、“千名车友自驾购房游”、“省内10城购房游”、“购房抽奖”等丰富多彩的配套活动，促进了人气的提升。

(五)政策优惠助推交易。作为全省震后第一个房博会，区委、区政府及时出台了促进房地产业发展的优惠政策，其中公积

金贷款政策放宽、财政补助、个税优惠以及房管局系列办证优惠政策，直接促使房地产交易量和展会人气的提升。

(六)开发商推出购房优惠。房博会期间，为了吸引购房者，除了政府给予的优惠政策外，各开发企业都推出了一些优惠措施，如购房直接优惠2-3万元，同时有4-8%的返点折扣；有的楼盘还针对灾区购房者推出了特别的优惠措施。

(七)宣传形式多样，媒体广泛参与。本次房博会的宣传采用了多种媒体形式，有电视、报纸、期刊、电台、网络、短信、出租车分动传媒、定点视频、户外单立柱、主干道灯杆道旗、dm单、广场气柱等，几乎涵盖所有的宣传形式，省、市及省内10城主流媒体广泛参与，宣传宽度前所未有。

(一)领导重视。本次房博会，区委、区政府主要领导高度重视，杨羽、王翼刚、钟建宏、曾刚强等领导多次主持召开参展开发企业座谈会，听取企业意见，安排部署展会筹备工作。开幕式当天，区委、区人大、区政府、区政协领导冒雨出席开幕式，展示了新都区领导班子务实、自信、干练的工作作风，感染了所有参加开幕式的购房群众、工作人员和媒体记者。

(二)充分筹划。本次房博会自4月中旬开始筹划，历时两个月，期间4次召开参展开发商座谈会，充分听取意见、建议，展会方案多次修改、完善，最后确定了“北部新城·成都新区·福地新都”的展会主题。在展会各项筹备工作充分准备的同时，加紧优惠政策的拟订，在成都市促进房地产发展的优惠政策出台后，新都区及时跟进，迅速反应，制定了适合本区的优惠政策。

(三)团结协作。房博会的举办涉及宣传部、政府办、房管局、公安局、财政局、城管局、规划局、文体局、供电局等多个部门，各部门在时间紧、任务重的情况下，及时协调，保障了各项工作的顺利进行。

(四)作风过硬。受地震影响，房博会筹备工作一度停滞，6月初重新启动，短时间内房管局完成了工作方案分配、召开新闻通气会、开发企业再次动员、对外宣传组织、场地协调、灯杆广告安装、各活动方案制定和组织实施等诸多工作，许多工作人员节假日连续工作，每天工作10几个小时，顺利上完成了各项组织工作。

(一)时间仓促。5月12日下午，作为房博会启动标志的新闻发布会在成都香格里拉大酒店举行。正在进行之中，由于汶川特大地震的突然发生，被迫中止，各项筹备工作也暂时停止。工作重点转为抗震救灾，直至6月初，筹备工作才重新启动，完全打破了原来的工作部署和节奏，给宣传和组织筹备工作带来了很大的困难。

(二)招商困难。自xx年11月以来，房地产市场便从火暴转入低迷，开发商和购房者信心受挫，5月12日汶川特大地震灾害的发生，使本来冷清的市场雪上加霜，许多售房部可以说门可罗雀，甚至关门大吉。开发商对短时间内召开房博会缺乏信心，致使招商工作进行得十分困难，原来划定的近40个展位只有 24个楼盘参展。

(三)协调脱节现象偶有发生。由于缺乏工作经验和因地震对原来工作节奏的影响，承办单位与主办单位之间、区级部门之间以及承办单位与协办单位之间，出现了一些工作脱节现象，导致效率不高、工作质量不高甚至疏漏、错误的偶有发生。

(四)宣传的力度不够。本次房博会，因宣传资金较少，加上目前群众对抗震救灾的关注，宣传的深度和声势还不够。

(一)积极推进城市营销。

新都新城区规划和楼盘整体品质与成都二圈层中其它区域比较并不逊色，某些方面甚至优于其它区域。但由于新都城市营

销长期以来散、软、少，在区域竞争中处于劣势，成都市民对新都的印象还是乱、差、交通不方便，影响了城市整体形象的提升，房地产销售价格在成都二圈层处于洼地，开发、交易量较小。应积极推进城市营销工作，提升城市形象，塑造城市品牌，使城市价值得到应有的体现。

(二)落实购房各项优惠政策。

在本次房博会上，许多购房者关心优惠政策的落实问题，应尽快拟订可操作的实施细则，树立政府以人为本、诚信高效的良好形象，增强亲和力。

(三)加快基础设施配套建设。

新城区基础设施配套和交通道路建设应进一步加快，按照对外公布的进度千方百计推进，言必行，行必果，使新都城市功能进一步增强，新城区人气有较大提升。

本次展会已落下帷幕，4天展会创下多个第一：

1. 全省震后首个房博会；
2. 新都时隔8年后第一届房博会；
3. 第一次在新城区举办大型展会；
4. 第一次媒体宣传全覆盖；
5. 第一次对商品房展开全面的结构安全排查；
6. 第一次在对在新都购房的业主进行财政补助；

.....□

“北部新城·成都新区·福地新都”城市形象展示暨房产博

览会的举办，使开发商、购房者重新树立了信心，迅速恢复了房地产市场销售的人气，为抢得新都经济发展的时间创造了有利条件，效果超过预期，取得了圆满成功。

展会工作总结（2） | 返回目录

1、我的后勤—情绪管理

2、我的武器—行事

3、我的指挥官—上级

4我的同伴们—同事间

5、我的胜利—客户

6、我的战役—个人提升

和兴趣爱好差不多，所有事情都是做得好、擅长了，才会喜欢上，然后便是持续地正面累加……这样才让工作不仅仅是工作！

展会工作总结（3） | 返回目录

(一)会展方案的起草工作。在认真总结对接会展经验的基础上，吸收了相关方面的意见和建议，提出了对接会会展工作总体方案，进行了讨论修改，并逐步落实推进，为大会的整体筹备工作顺利推进起到了重要的作用。

(二)大会招展工作。根据工作分工，各接受任务单位，主要领导亲自挂帅，积极组织力量，利用各种工作渠道，组织大会招展工作，此项工作，任务重，要求高，难度大，时间跨度长，由于组委会和各单位领导的重视，参与人员负责任的工作，会展组圆满地完成了大会的招展工作。

(三)承担展览设计工作。根据组委会的工作部署和总体方案的要求，起草并多次修订了会展组的工作方案。对接会的展览风格、会议特色、功能分区进行了总体设计，并根据大会筹备工作进展及各工作组的具体情况，及时作相应的调整，保持与组委会的总体工作同步；保持与各工作组的工作交流和信息沟通，注意与各方面的工作衔接；会展中心就展馆租用、服务要求、价格优惠幅度等进行了多次磋商，经过多次协调、修改，完成了室外、室内展区的平面布置图和布展示意图，并对展馆的布展提出了统一要求。

本次对接会设室内、室外展厅和会议区。室外展厅4000平方米；室内展厅xx0平方米，设标准展位400个，450个参展单位；特装面积共8200平方米，设序厅及地市特别支持单位，国家创新型试点市展区、投资商展区、开发区县区展区、高校科研院所展区、高新技术项目展区、环保产业产区、人才交流展区及科技兴贸和国际科技合作展区。

(四)各展区特装的招投标工作。按照组委会办公室的要求各功能展区的特装任务，全部对外进行招标，起草了招标文件和设计脚本，组织了特装设计招标评审会，对中标方案进行修改，报组委会办公室批准，监督中标单位严格设计方案，高质量制作。

(五)组织高校院所参展。高校院所的参展工作关系到整个对接会的项目水平，会展组高度重视驻高校院所的参展动员工作。在整体方案出台后，会展组即与各单位保持密切的联系，保持信息通畅。组织召开了高校院所参与对接会会展工作协调会，讨论有关高校院所参与对接会的会展工作安排，高校院所派代表参加了会议。会议向各单位通报了第六届对接会筹备情况，就有关高校院所参与对接会的初步方案做了说明。与会代表就各自单位的情况对有关参展问题进行了讨论，提出了不少建设性意见，并表示积极参与第六届对接会，充分利用这个平台，做好成果推介，扩大宣传。

(六)展会的布展及现场组织工作。10月20日，会展组进驻会展中心现场，开始接收各参展单位送来的标准展板，并对部分预订展位的参展商进行跟踪落实工作;10月25日，各特装参展商进场施工，会展组重点做好现场协调和质量安全监督工作，并根据总体进展情况合理安排加班时间，确保施工质量和进度;10月28日至30日，会展组的中心工作转移到现场管理和服务上，做好人员和展品展件的进出管理，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种要求，协调好领导巡馆、新闻采访等相关工作;10月30日下午，现场开展撤展，通过精心组织，使整个撤展过程做到文明、安全、有序，圆满完成展会的现场组织管理工作。

(七)做好了组委会及办公室交办的其它工作。参与了会议的协办或特别支持单位的邀请工作;积极参与大会的客商的邀请工作;利用各种渠道进行对接会的宣传，吸引更多的投资商参会，及时与他们保持沟通和联系等。

当然，由于部分参展商频繁改变计划、不遵守统一的时间安排以及信息沟通不及时等原因，展会现场组织工作的整体进度受到了的影响，也增加了额外的工作量，虽然这些问题最终得到了解决，但也值得在下次展览组织时给予重视。

展会工作总结个人不足篇五

一、经营业绩

1、负债业务：截至11月底，我行全口径存款时点达到60978万元，较年初增长2358万元，其中对公存款余额达28614万元，较年初增长1525万元，储蓄存款时点余额32364万元，较年初增长833万元。截止11月底全年全口径日均存款余额为60625万元，较年初增长1020万元，其中对公存款日均已浮出水面，较年初正增长39万元，余额为27517万元;储蓄存款日均余额

为33108万元，较年初新增981万元。

2、资产业务：截止11月底，我行贷款余额为40273万元，比年初新增 万元。9月底，我行向**项目成功营销4亿元贷款，并分别于9月底投放2亿元、11月置换1亿元固定资产贷款，有效调整了我行的贷款结构，提高了利息收入水平。同时，我行今年在房地产项目贷款营销上也取得了较好的成绩，分别营销**、**两家优质房地产企业贷款各5000万元，为我行房地产金融业务打下了良好的基础。全年累计收息达到634.26万元，资产质量良好。全年累计签发银行承兑汇票达13189万元，手续费收入达到6.6万元。

3、中间业务：今年我行对中间业务收入的认识有了较大的提高，并积极拓展中间业务收入的各种渠道，积极组织收入，提高收益水平。截止11月底，全年累计中间业务收入达172万元，比去年增速达到215%。其中10月份我行收到第一笔财务顾问收入7.5万元，以及国际结售汇收入2800元，开拓了新的中间业务空间。代理发售国债1651万元，基金1300万元，信托280万元，各类保险25万元，理财产品中间业务收入达到**万元。

4、国际业务：今年我行国际业务有了较大的进展。通过营销**科技、**等有进出口业务的贸易企业，我行仅10月和11月就完成对公企业国际结售汇82.59万元，国际结算量达到71.71万元。11月，经上级行批准我行开办外汇储蓄业务后，我行积极行动，对前台员工进行多次国际业务培训，悬挂宣传条幅进行业务推介，并在较短的时间内开始办理业务，为我行今后国际业务和外汇理财业务的发展奠定了坚实的基础。

5、电子银行业务：为了给客户提供方便快捷的高科技服务，减轻前台压力，今年我行对电子银行业务的发展提出了较高的目标。截止11月底，我行共发展企业网银客户14户，个人网银273户□callcenter签约287户，网银结算量达到32393万元。

6、其他方面：2005年**路支行在结算服务、核算质量、安全生产等方面也取得了一定的成绩，实现全年安全生产无事故。同时也积极参与**支行举办的各种活动，在行庆50周年合唱比赛中，我行做为牵头行，积极准备，组织有序，与营业部、黄河支行组成的参赛队一举获得第一名的好成绩。

二、主要工作回顾

1、围绕增强价值创造能力，提高经营水平

在2005年的工作中，**路支行始终坚持以提高价值创造能力为目标，以增加收入、创造效益为工作成效的评价依据，对每一项产品、每一个客户进行认真地梳理，挖掘潜力客户和潜力产品，合理调配人员，达到提高经营水平的目的。今年，我行充分认识到省行理财中心的潜力，通过与省分行个人客户部的多次沟通，利用理财中心的优美环境，开通对公高端客户窗口，不仅完善了理财中心的功能，也提高了对公高端客户对我行的满意度，实现了对客户的差别化服务。此项举措对我行的服务水平是一个很大地提升，收到了良好的效果。

在今年的业务发展中，我行将对公客户进行了细分，有信贷业务的客户和存款余额较大的客户由客户经理进行维护，小额客户由前台通过优质服务进行维护，要求每天专人统计余额变动，大额进出情况，并调查分析原因，提出有针对性的为客户提供量身定体的服务方法。初步形成多层次的营销网，如前台柜员通过余额大小或者大额进出筛选出潜力客户推荐给客户经理，客户经理负责上门走访维护，并由前台客户经理进行方便快捷的核算服务。今年以来客户经理维护的优质客户户数增加了42%，存款余额增加22%。

在今年3月份储蓄存款达到37000万元以后，我行对私存款新增不理想。一度回落到年初32000万元左右。目前通过设立对私前台客户经理，开辟vip客户专区，筛选金博大和世纪联华返款商户的前20名做为重点寻找沟通联系等手段，发现并留

住高端客户，从而促进对私业务向上增长。同时狠抓前台人员服务水平和工作效率，目前由于dcc上线、集约化经营等因素流失的客户已逐渐开始回流。

2、积极推行绩效管理，提高支行管理水平

“银行2005年工作总结”版权归作者所有;转载请注明出处!

匹配，以鼓舞中层负责人的工作热情和主观能动性。经过半年多的运转，绩效管理的激励约束效果已得到充分的体现。部分部门也在本部门内部对员工进行了试运行。我行试行的绩效管理办法也得到了金水支行相关部门的关注和认可，准备在一定范围内予以推广。

为了调动客户经理的积极性，5月份我行出台了客户经理管理办法和相应的考核办法，由于激励约束有力，使客户经理充分发挥自身潜力，积极营销客户，主动承担行内大客户的维护工作，我行对公业务有了较大的起色。今年我行自行上报申请审批的项目全部得到省分行认可并顺利通过，使**科技、等信贷业务的投放为我行今年以及明年的对公业务、国际业务发展奠定了基础。

3、从严把握核算质量，防范资金风险

今年，面对dcc上线、员工业务水平参差不齐，差错率较高等情况，我行从严把关，要求员工提高核算质量，积极防范资金风险。通过强化培训、一对一老带新等方式，迅速提高核算水平。对会计主管的工作给予有力的支持，对核算差错出台了相应的处罚措施，使员工的业务水平在短时间内达到了迅速的提升。同时，在人员相对紧张的情况下，将b级柜员岗位后撤，做好全行后台稽核工作，从严把关，使我行的核算质量有了较大的提高。

4、强化培训，提高员工业务水平和综合素质。

今年，我行加大了培养优秀人才的力度，把内容繁多的学习培训多层次分布在立体培训网中，让全行员工得到良好的教育，成为适应建行改造和社会竞争的所需人才。员工的培训主要从以下几个途径展开：1) 积极组织员工参加上级行培训，全年参训132人次，是力度最大的一年。特别是支行在人员短缺、业务繁忙情况下，克服重重困难，让每一个前台员工脱产11天专心学习。2)、支行自行组织对全体员工的深化培训。专项制定学习计划，每周安排2个晚上培训。培训采取多样化的学习形式，如每次由3名员工做讲师进行背课，使每个人既是学生又是讲师，收到了很好的效果。3)、加大对客户经理、中层负责人、业务骨干的提升培训。组织读书活动，推荐《细节决定成败》、《成功人士的七个习惯》等优秀书目，开展读后感想座谈，使骨干人员得到有效的素质提高。

5、把安全防范溶入日常管理，防微杜渐，继续创造安全无事故

安全是各项业务发展的基础，是第一要事。对外我行密切关注社会形式，严防不法分子的侵害。从早接款晚送款，到出入通勤门，我行都制订了严格的规章制度，并督促每一个员工遵照执行。做到人人熟悉防抢预案，定期演习。对内签订职工联保责任书，员工思想动态调查报告。设立专职稽核员，对帐务全程监控，并制订核算差错处罚办法，有效遏制了业务差错和违规违纪现象。今年处罚相关责任人20多人，消灭隐患30多起，有力保证了我行业务发展。

展会工作总结个人不足篇六

1、公司的宣传资料、技术样品、展品、名片以及来自助展位的客户名单。

2、对于来自助摊位的老顾客，他们可以准备一些小礼物，此外，他们也可以为更大意图的顾客准备一些小礼物。这些礼物可以印有公司名称和logo，可以表达你的心意，打动你的客户。

1. 对于老客户：我可以坐下来聊聊，问问他对之前的供货是否满意，有没有需要改进和提高的地方；问对方接下来有什么采购计划；最后送个小礼物表示心意。

ps1:你必须主动。不要指望客户主动来找你。看展位外的客户可以主动邀请对方进去参观，并为对方保留名片。来展览会的人通常来一两天。如果他在第一天参观了你的摊位，但没有太大的意图，那么第二天你再见到他时，一定要邀请他坐在里面详细讨论。

ps2:不要轻易放手，好好利用你能利用的所有资源。记得第一天有个外国客户(暂叫a)来我们摊位，他只大致看了一下我们的产品，旁边有个中国人(他在国内的供应商，暂叫b)这次，兼他的翻译。我也是第一次参展，没什么经验，不懂怎样把握住客户，等他们走了之后才想到其实这个客户就应是能够立刻订单的，但是这时候已经晚了。但是突然想到b他们的展台就在我们前面，我下午就一向注意前面的展台，呵呵，等了很久，最后看到他们回来了，等a走了，我就过去跟b聊天，从他那了解了一些关于a的信息，并得知a明天还会来展会，而且这次是b负责a的行程安排，我就请b明天再邀请a来我们展台，我们能够细谈。就是这样，这个客户第二天又来到了我们展台，并简单的下单了(十分感谢b，虽然这次有点后知后觉，但亡羊补牢，仍然为迟。此刻我正等a确认，期望能与a建立起良好的合作关系。

3、及时记下客户的信息，将重要的信息写在客户的名片上。展会时光短、人多，很多时候都忙但是来的，如果你等晚上回去再来慢慢整理名片和客户的信息，那很多东西都会忘记

的，而且晚上回去肯定都很累了，哪还有那么多精力，所以当时就将最要的信息写在相对应的名片上，这样回去也方便统计、也不容易搞错。

展会后的跟踪是相当重要的。

1、回公司后，立刻把所有名片整理归档，分为重要客户和一般客户，然后全部邮件发送公司的相关资料。

2、如果客户三天之后还没回邮件，就进行电话跟踪，务必要让对方记住自我。

展会工作总结个人不足篇七

5月25日至6月3日我们承办了xx宁夏石嘴山房车生活博览会，在大武口区和惠农区分别举办，此次展会盛况空前，是我市目前规模最大、宣传最广、时间最长、参展商和观展者最多的一次展会。

1、时间长、任务重，展会进行有序，能落实到人。

此次房博会，思路正确：石嘴山日报要做大做强，广告部的作用不可忽视；广告部要做大做强必须跳出原有的套路和思路，以展会促业务就是一条成功的发展之路。此次展会就是在前几次展会的基础上，广告部承办的一次大型展会，这次的成功将激励我们将展会进行到底！

2、定位规格高：主办单位：石嘴山日报社、石嘴山市住房保障和城市管理局、大武口区人民政府、惠农区人民政府、石嘴山市房地产业协会；承办单位：石嘴山市悦报文化传媒有限公司；媒体支持：《石嘴山日报》、《银川晚报》、《宁夏日报》、《新消息报》、《乌海日报》、《阿拉善日报》、石嘴山电视台、石嘴山人民广播电台、石嘴山网、石嘴山新闻网、石嘴山生活网、石嘴山房地产网、石嘴山报社户外电子

屏等媒体。充分整合社会各界资源为我所用。

3、策划精细：从展会名称、展会时间、举办地点、展会宗旨、展会主题、展会目的、展会会程、展会特色、同期举办、房地产行业奖项设置、参展范围、展馆分布、规划及展位设置、大会招商支持、展位配备、展会宣传实施、展会宣传品会刊地图的收集印制、展会须知、参展程序、开幕式、展会安保保洁以及预算等全方位做了精细的策划。真正做到了：专业、精细、到位。

4、实施严谨：一是我社与市房管局通力合作，部署合理、分工到位，责任到人，以终为始，自始至终一抓到底；二是广告部倾巢出动，从策划、协调、招商、广告、宣传、布展、开幕式、开展续展、撤展、后勤、保卫、保洁、服务、出会刊、出地图、制作参展证工作证、后续宣传到信息反馈及回访等工作，一一责任到人，定岗定责定任务，奖罚分明，倒计时工作制，天天汇报、检查、督促，员工们一切行动听指挥，顶住压力，有条不紊的工作，体现了广告部员工的高品质、高素质，事实证明是一只能打硬仗的团队。在100%做好展会的同时积累了经验、锻炼了队伍、增加了广告部业绩、增加了广告部及个人收入。

5、参展费收得及时到位，不缴费不准进场布展这个方法非常好，避免了会开完了钱收不回来的情况发生。

1、招商工作不够理想，特别是家具、建材不理想。尽管有种种客观原因，但我们在对同行的协调上、在对客户的感情投入上、在激发客户参展欲望等方面功夫下得太少，还有业务员在招商过程中方法简单、敷衍了事、怕苦怕累、不负责任等问题也比较严重，致使招商不理想。

2、在对此次展会的成本掌控方面把握的不够严，一些本该少花的钱没少花，加之临时增项过多等问题，致使开支过大。

3、本部人员在处理具体问题的能力上稍有欠缺，致使展会期间有些工作没有做到位，更为严重的是：工作不主动、不负责、不守岗，有的人甚至不知道干什么，领导使一下干一下，不使不动，造成大门进出混乱没人协助、不参展的房产公司在场内发传单没人管、下雨时自己的东西没人收、东西丢了连情况都不知道等，这不是一般的缺点，每个人必须深刻反省，必须彻底改进，否则你很快就会被淘汰。

4、商业广告量与预期值有偏差，对此必须加强改进，弥补不足，通过展会影响力，使第四季度的广告实现淡季不淡。

5、由于咱们大型展会经验尚浅，准备尚不足，在策划方面缺少应急方案及后备方案，当吸引客户活动等措施被取消后，没有后续手段，造成观展人数不太理想。

针对这些缺点，我们一定认真对待，尽快制定措施并实施，从根本上解决问题，确保今后各项工作顺利进行，百尺竿头更进一步。

总之，此次展会所取得的成绩是突出的、经验是宝贵的，从各方面来说都是很成功的，是我们拥抱春天、走向辉煌的新的起点。对此，我们充满信心。

展会工作总结个人不足篇八

一、在思想上，认真学习和领会_新时代中国特色社会主义思想党的十九大精神，在“不忘初心、牢记使命”主题教育中对照查摆问题，利用报纸、杂志、“学习强国”app等媒体关注国内国际形势，学习党的基本知识和有关政治思想文件、书籍。进取参加办公室组织的各种政治学习及教育活动；进取学习党的方针政策和精神；时刻牢记为人民服务的宗旨，明白自我所肩负的职责，在工作中能起到模范带头作用，同时认真学习相关业务知识，不断提高自我的理论水平和综合素质。

二、做为一名部队驾驶员，平时注意车辆的维修和保养，能做到不开故障车、带病车，常检查、早发现、早处理，即节俭了时间又节俭了维修费用。平时对车内卫生做到，勤清洗勤打扫，坚持车辆的清洁与安全。做到随叫随走，绝不耽误任何工作。让领导和同志们有一个愉快的心境放心乘车，受到了领导和同志们的好评和欢迎。

三、这半年虽然工作繁重，但做为班级一员较好完成了班级和上级安排的各项工作。在做好本职工作的前提下，协助办公室做好其他日常事务，例如经常去__送文件拿文件。其他科室的电脑有问题也能进取帮忙解决问题，实在不能解决的也进取向领导汇报，说明不能解决的原因和解决问题的办法。

四、遵守单位考勤制度，做到不迟到不早退，出满勤、干满点。遇到加班也进取配合领导和其他科室加班。没有任务时，严格遵守早上不接领导上班时，提前到局里给局长办公室打扫卫生。

五、进取配合办公室的工作，不耽误领导交办的各项任务，在做好自己本职工作同时，能进取学习各科室的业务知识和法律法规政策，做一名合格的社保人员。

存在的问题：

上半年来，本人能爱岗敬业，取得了一些成绩，但也存在一些问题和不足，主要表此刻，一作为一名部队驾驶员，服务效率有待进一步提高；二有些工作还不够过细致，有待于加强。

今后努力方向：：

在以后的日子里，在领导的正确领导下，我决心认真提高专业技术水平。做到，一、继续坚持安全行车，不开溜号车，不开情绪车，不开故障车，不酒后驾车，不让车辆带病上路，做到勤检查，勤修理。二、对领导安排的事情坚决不拖拉，

能当时作到的当时作到，今日的事情在今日做好。三、工作中要学会开动脑筋，主动思考，充分发挥自我的主观能动性。四、有问题进取与领导进行交流，出现工作上和思想上的问题及时汇报，也期望领导能够及时对我工作的不足进行批评指正，使我的工作能够更加完善。

未来还有新的起点新的机遇新的挑战，以后随着社会保障工作的发展，能够预料今后我们的工作将更加繁重，要求也更高，需掌握的知识更高更广。为此，我将更加勤奋的工作，刻苦的学习，努力提高文化素质和各种工作技能，为社会和事业贡献自我的青春和微薄之力，在平凡的工作岗位做出不平凡的业绩。

展会工作总结个人不足篇九

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。

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！