

# 如何开好展会 提升展会价值

## 课程背景:

为什么企业花几十万的展费，老客户只在展位前停留 5 分钟？为什么老板，业务经理想要见到的重要客户，往往总是没有充分的时间进行交流？面对一年又一年的展会，难道只是要给客户留下印象：我们还没有倒，我们还存在？

如何让展会成为企业拓展市场的利器？如何给经销商和终端用户留下深刻印象？从我们去找客户，到我们去挑选客户的转变？如何实现从被动开发到主动拓展的转变？

如何让展会在品牌宣传、新品推广、渠道开拓、客户关系发挥作用？如何提高参展的投入产出比？提高品牌宣传的效果，提升企业的价值创造和盈利能力，提高产品的附加值。

## 课程收益:

- 熟悉展会各个环节的具体运作，做到忙而不乱。
- 掌握展会之前各项详细准备工作，做到各项工作的早安排，避免“任务式”地参加展会
- 学习完之后,企业学会了这套流程和方法，提升品牌宣传，新品推广的效果。
- 企业实现和客户的有效充分地沟通，促进客情关系
- 以更经济的投入，实现市场和客户的前期筛选和开拓
- 更方便地了解客户需求和市场趋势的变化，引导企业更好地未来发展

## 学员对象:

总经理,销售人员，市场人员，销售助理，技术研发人员

## 授课方式:

讲师讲授+案例分析+角色扮演+情景模拟+实操演练

## 课程时间:

**1天, 6小时**

讲课老师：邹国华（有 49 次参展经历）

## 课程大纲

导引：中国企业参展的现状

### 第一讲:展会的目的

- 1.展会与市场营销的 4P
- 2.为什么老客户在展位前停留时间短？

案例分享讨论：新产品要质量还是要数量？

### 第二讲:展会客户的接待工作的“四心”

- 1.信心
- 2.专业性
- 3.丰富性，代表性
- 4.细心

---

## 案例分享：企业想展示什么？

### 第三讲：展会之前的工作--专业准备

- 1.产品方面
- 2.人员方面
- 3.资料方面
- 4.体验方面

案例分享：洗碗机厂家，参展失败背后的原因是什么？

### 第四讲：展会过程中--栽了梧桐树，如何落下金凤凰？

- 1 客户引得进来
- 2.引进来后，坐得下来
- 3.坐得下来，留得下来
- 4.展会过程中，关键时候，不掉链子
- 5.关注自己，了解同行

案例分享：为什么现在越来越多地参展商到机场“抢”客户？

### 第五讲 展会结束，是企业真正的开始

- 1.有效筛选
- 2.有始有终
- 3.展会是省钱，还是花钱？

案例分享：出口型企业的内销展会之路？它为什么花了钱没有效果？

### 第六讲 课程收尾

1. 回顾课程
2. 答疑解惑
3. 合影道别