会展组织与策划

主讲：蓝 星　副教授
上海对外贸易学院

七. 观众组织--- 展览会成功的关键
（展前5个月---开幕）

- 重要性：
  专业观众是展览会的生命线
- 难点：
  同类展多，质量参差不齐
  对行业不熟悉，达不到目标
  展览会缺乏亮点
  宣传推广手段贫乏

观众组织

- a. 产业链分析
- b. 邀请渠道
- c. 参展商客户
- d. 参观资料
- e. 重要观众电话确认
- f. 新闻发布会
- g. 观众登录、统计、分析

观众组织

a. 产业链分析：

- 本行业企业厂家：未参展公司
- 本行业上游：设备、原材料供应商
- 本行业下游：相关应用行业、加工商、批发商、零售商等
- 相关科研单位、技术开发、采购等
- 相关专业媒体、期刊杂志

观众组织

b. 邀请渠道：

- 直邮：行业名录、会刊、网上资源、历届展数据库
- 专业媒体：专业期刊、网站广告、新闻报道
- 行业组织
- 行业会议、展览

观众组织

- 形式：
- 参观券
- 展前预览
- 网上登记
- 参观团组
- 杂志夹票
- 同类展览会发票

观众组织

c. 参展商客户

- 寄发参观券
- 免费晚宴请柬
- 提供展览会标志的贴纸

观众组织

d. 参观资料：

- 参观券
- 请柬
- 展前预览
- 会议日程通知
- VIP观众登记表

内容：展览亮点、主要展商、产品介绍、提供服务、会议内容、目的地介绍等

观众组织

- 策划各种实用有效的现场活动：
  - 行业会议、培训班、见面会
  - 免费试用、优惠活动
  - 专业观众特享待遇
  - 商业配对服务
  - 赞助公司抽奖活动
  - 。。。。。。

想不想看实例？

International Visitor Guide

接待和处理投诉的要点：

- 及时主动，不能回避；
- 保持冷静，避免冲突；
- 态度诚恳，耐心听讲；
- 表示理解，允诺调查；
- 问题原因，合理解释；
- 发现差错，勇于承认；
- 妥善解决，适当补偿。

撤馆

- 1. 撤馆会议：协调时间、停电、展区顺序、运输安排
- 2. 展商撤馆通知：注意事项和时间
- 3. 出门证发放：运输公司或主办单位

八。展后工作

1。展览会的赢利

1）租出面积

a. 标准展台

b. 光地

2）广告

a. 会刊　　c. 展馆广告

b. 参观券　　d. 户外广告

赢利点

3）赞助：

a. 资料袋　　d. 胸卡/吊带

b. 展览快报　　e. 新闻中心

c. 咖啡/茶歇　　f. 套餐方案

4）会议

a. 主题演讲会　　c. 技术交流会

b. 技术研讨会　　d. 单公司技术推介会

赢利点

- 其它相关服务

1。入场券

2。会刊出售

3。参观请柬

4。现场翻译/助手

5。展商胸卡

6。会刊内LOGO

7。网站链接

8。在线广告/新闻发布

9。旅游

10。Internet接入

11。外文资料翻译印刷

展览会的支出

- 1）　馆租
- 2）　主办单位费用
- 3）　代理佣金
- 4）　标摊搭建、场馆装饰
- 5）　展馆用电

展览会的支出

- 6） 进馆加班费
- 7） 广告
- 8） 礼品、印刷品
- 9） 现场消耗品：食品、饮料、文具
- 10） 新闻发布
- 11） 开幕典礼和礼宾接待

展览会的支出

- 12） VIP接待
- 13） 演讲人费用
- 14） 通讯、邮寄
- 15） 会议厅租用
- 16） 重要客户招待
- 17） 观众服务系统

收支预算基本方式

预算：

租用展馆	6，000平方米	
可租展台	270个	国外20%
国外展台	54个	USD2250/个
国内展台	216个	5，800元/个

收支预算基本方式

国外：54个 x USD2,250 = USD121,500
（1,008,450元）
国内：216个 x 5,800元 = 1,252,800元
展台营业收入：
1,008,450 + 1,252,800 = 2,261,250元
80%的销售额：1,809,000元

收支预算基本方式

场租：
9元/sqm x 6,000sqm x 6 天 = 324,000元
市场推广及广告：500,000 元
销售成本：300,000元
现场成本：100,000元
主场、标摊搭建：
200个 x 550元 + 90,000元 = 200,000元

收支估算基本方式

毛利：
1,809,000元 — 1,424,000元 = 385,000元

毛利率：20%左右

如果发生其它项目的赢利，总利润率可达25%或更高。

风险

- 风险与几个要素的关系

a. 租用场馆与面积
b. 展台售价
c. 市场推广及广告支出
d. 销售成本
e. 市场因素：行业变化、同类展竞争

风险与几个要素的关系

- a. 租用场馆与面积
  租金高 风险高
  面积大 风险高

b. 展台价格
  售价高 风险高
  售价低 风险高

风险与几个要素的关系

- c. 市场推广及广告支出
  过高过低 均有风险
  随销售业绩进行调整
  d. 销售成本：印刷、邮寄、通信、代理、出差、公关
  合理预算　适当控制

风险与几个要素的关系

- e. 市场因素：行业变化、同类展竞争

总体经济环境趋缓	风险增加
行业政策变化	风险增加
同类展竞争	风险增加
恶性竞争	风险增加

八. 展后工作

2。展后工作的主要方面：

- a. 服务商结帐
- b. 内部总结：好的地方、改进之处
- c. 汇总统计展商问卷、分析观众数据
- d. 根据展商反馈，与部分展商电话沟通
- e. 展后报告：总况、宣传效果、展商反馈、观众分析等

2。展后工作的主要方面

- a. 服务商结帐
  展馆：
  场租、电费、空调费、馆内广告费、会议室租赁费、开幕式服务费、加班费、午餐费等
  结算方式：展馆出具服务申请单及场馆租用面积，付款通知书，承办公司核对后汇款。

  主场搭建商：
  标摊搭建、表摊变形、场馆布置装饰、公共服务区、展具租赁、信息大牌制作
  结算方式：出具所有费用清单，承办方对各项服务仔细核对，符合服务承诺的，汇出总款

2。展后工作的主要方面

- a. 服务商结帐

  印务公司：

  各类宣传资料、胸卡、会刊设计印刷

  结算方式：设计质量、印刷质量和数量、送货时间

  广告/网站/影视制作公司：

  户外投放广告、平面媒体、网络广告、摄影摄像、影碟制作

  结算方式：提供广告照片样张、投放数据报告、广告新闻稿汇总册、全套照片影视资料，核实后付款

2。展后工作的主要方面

a. 服务商结帐

观众信息服务公司：

全部观众数据库、名片及扫描光碟、统计分析报告

结算方式：收到所有资料，方可汇款

合作/代理单位：

批文、赞助、观众组织、VIP接待、招展佣金

2。展后工作的主要方面

- a. 服务商结帐

  指定展运公司：

  按展运公司所收费用总额的约定比例返还佣金

  会展旅游公司：

  按接待客户的订房数和旅游安排返还佣金或支付费用

  其他：交通公司、酒店、公关礼仪、市场调研、公安保安 等

2。展后工作的主要方面

- b. 内部总结：

  展览会管理的重要体现

  发扬优势、改善弱势

内部总结报告

明了务实的工作指南

2。展后工作的主要方面

- c. 汇总统计展商问卷、分析观众数据
  - ✓ 充分利用回收的问卷信息
  - ✓ 及时了解展商观众的反馈意见
  - ✓ 对满意的信息整理成文，用于下一届宣传文件和招展工作中
  - ✓ 对提出的意见和建议，电话沟通，并反映在展后报告中

2。展后工作的主要方面

- d. 根据展商反馈，与部分展商电话沟通
  - ✓ 充分体现人性化服务，增进感情
  - ✓ 更全面直觉地倾听客户展后感想
  - ✓ 对满意的客户征求将其赞美之词用于展商评语中
  - ✓ 对客户的抱怨和不满做出合理解释和道歉
  - ✓ 将展商普遍关心的问题和解释反映在展后报告中

2。展后工作的主要方面

- e. 展后报告：总况、宣传效果、展商反馈、观众分析等

展后报告（国内）
（国际）

- 本届展的全面反映
- 下届展的有力证明

最后请大家看一个短片

展览会的视频记录

很高兴同学们的积极学习！

- 希望这门课程能帮助你们较全面认识会展览会的策划、组织、营销、销售和管理工作。
- 能在你们的实习和实际工作中起到指导作用!

38 08IEMS必修 蓝星 37