

<<会展营销全攻略>>

图书基本信息

## <<会展营销全攻略>>

### 内容概要

要想通过商业会展的手段，成功抢占国际、国内市场，就需要有一定的技巧与策略，这种技巧与策略在几个世纪以来一直在不断改进、提高。

事实上，那些在古老东方的古董买卖中使用的一些基本销售技巧，至今仍在广泛地使用。

成功的销售其实是一种在人群之间实现有效沟通的方式。

虽然将产品或服务卖出去是销售的重点，但其第一要务是在客户与销售人员之间建立良好的沟通。

不论是古代的商贩在集市上大叫“伙计，我想咱俩该做笔买卖！”

或是当今那些销售精英为新客户解决燃眉之急，他们做语言交流的目的都是建立沟通——以此获取更多信息，直至最终做成一笔交易。

《会展营销全攻略》(原名《成功会展手册》)是专为致力于国际、国内会展业的管理、从业人员所撰写的一本参考书。

根据《商务会展周刊》提供的数据表明，在北美每年大约举办一万多场会展。

与会企业总数超过一百万家，而用于商品展出的费用则超过200亿美元。

由此看来，会展业的确是一块大蛋糕，但许多企业尤其是其工作人员，参加会展全凭一时兴趣。

本书所论及的一些原理对该行业的每个从业人员都适用。

每个人都应该明确其个人职责的重要性。

对于你公司里的员工而言，只要他从事的是会展工作，都必须熟读本书的内容。

为同时兼顾会展业新人与资深工作者的需要，本书在内容编排上分成三个章节：第一章——展前预备：举办成功会展的第一要素是在开展前做好周密的计划和准备。

第二章——会展进行：工作人员必须通晓在会展当场所需的一切重要的销售、工作技巧。

第三章——展后收尾：在会展结束后为避免前功尽弃，必须合理安排、执行跟进步骤，同时对会展成果做深入的分析。

将本书中所附的表格作为你计划、执行工作进程中的一部分。

一步一步地遵循书中的指导，最终结果将令所有人感到满意。

即使你不像东方商人那样大声吆喝，你也可以用专业化的营销手段来征服更多的顾客。

## <<会展营销全攻略>>

### 作者简介

巴利·西斯坎德（Barry Siskind）是北美最知名的贸易及商业会展专家，国际培训与管理公司总裁。该公司专业致力于协助参展商在贸易及商业会展中获取上佳表现。作为一位广受追随的资深专家，巴利·西斯坎德每年要为上千名会展从业人员举办讲座与培训，他同时还是美国会展业研究中心（the Center for Exhibition Industry Research）、贸易会展协会（the Trade Show exhibition Association）与加拿大会展管理协会（the Canadian Association of Exhibit Management）的成员。

## &lt;&lt;会展营销全攻略&gt;&gt;

## 书籍目录

- 第一章 展前预备 第一节 为什么要举办会展 A. 会展在市场营销中的地位 B. 会展成功密钥——紧扣目标 C. 统筹会展目标 D. 评估会展目标 E. 设定现实可行的目标 F. 目标分级 G. 个体目标 H. 核算目标的可行性 第二节 会展市场适应性分析 A. 列出适合的会展 B. 测算人流量与设施 C. 测算会展与目标的匹配度 D. 估算预定场地面积 第三节 会展成本控制 A. 场地租金 B. 设计与搭建 C. 交通运输 D. 会展服务 E. 职员 F. 广告与促销 G. 杂项 H. 典型会展开支 第四节 会展陈设操作实务 A. 潜在规则 B. 确定目标 C. 建立预算 D. 力求简洁 E. 打造聚焦点 F. 树立独特风格 G. 吸引注意 H. 路径统筹安排 I. 展区布置 J. 远程运输包装 K. 远程运输与场内运送 L. 布展 M. 撤展 N. 会展设计师——用户选择指南 第五节 会展促销策略 A. 展前促销 B. 展中促销 C. 展棚现场促销 第六节 会展经理人际沟通 第七节 如何运作国际化会展 A. 概论 B. 你的会展目标 C. 代理机构 D. 商务礼仪 E. 着装礼仪 F. 跟进计划 G. 使用宣传册页 H. 演示说明 I. 个人私密空间 J. 礼品派送 K. 会展现场客户甄选 L. 行为举止 M. 会展设施 N. 结论
- 第二章 会展进行 第八节 实际启动会展 A. 会展不是电话销售 B. 在会展现场树立融洽关系 C. 过度推销的坏处 D. 明确工作任务 第九节 妨碍融洽关系的三大障碍 A. 时间 B. 疲劳 C. 态度 第十节 评估潜在客户 A. 如何识别“视觉派” B. 如何识别“听觉派” C. 如何识别“感受派” D. 映射与匹配 第十一节 吸引观众参与 A. 主动出击 B. 战胜胆怯 C. 高明的开场白 D. 避免无关问题 E. 避免封闭性问题 F. 打造跟进问题 G. 三类场景的应对 H. 练习、练习再练习 第十二节 “四分钟”判定观众 A. 在每个参观者身上花费适当时间 B. 行动ACTION C. 结论 第十三节 发布展示 A. 紧扣焦点 B. 时间控制 C. 登场准备 D. 开场白:告诉人们你想说的 E. 主体:实际告知 F. 结束语:重申刚才讲过的内容 第十四节 结束谈话 A. 结束交流的P原则 B. 结束谈话的技巧 C. 小结
- 第三章 展后收尾 第十五节 关键在于跟进 A. 直接致函 B. 电话销售 C. 个人商务致电 第十六节 会展后期价值评估 A. 展后汇报 B. 即时结论分析 C. 最终投入、成果分析 D. 总结报告 第十七节 结束语 附录1 商贸会展指南 A. 美国 B. 加拿大 C. 国际 附表2 行动计划 最初计划 展前准备 展中运作 展后工作

## <<会展营销全攻略>>

### 编辑推荐

全美劲销八万册！

释放您的会展魔力 为产品选择合适的会展仅仅是起始的第一。

详尽地设定目标、谨慎地规划、小心地执行、精力充沛地跟进，所有这些，才能确保获取会展的丰厚收益。

无论你是刚入门的菜鸟，或是想进一步提升的老手，本书所提及的有关成功会展的秘诀都能让你受益匪浅。

这本最新升级与内容拓展的指南涵盖了大量详实的数据，能为您在会展中遇到的问题提供完满的解答。

比如：· 我该如何确立自己的会展目标？

· 哪种类型的展棚最为适用？

· 我该如何克服时间、态度、疲劳三大障碍，与参展者建立起融洽的关系？

· 我该如何在3秒钟内抓住参观者的注意力？

· 该如何运用肢体语言来协助我们辨别与确认潜在客户？

· 会展结束后，怎样利用其后续影响来实现利润？

<<会展营销全攻略>>

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>