

展览会策划方案、展览会策划实战策略、怎样进行展览会策划 (精选合集)

第一篇：展览会策划方案、展览会策划实战策略、怎样进行展览会策划

展览会策划方案、展览会策划实战战略、怎样进行展览会策划 第一部分

展览会前的准备事情 展览会的策划历程是一个综合而又庞大的历程,并不是简单的等价互换。它是为卖家和买家提供一定的情况和场合,促使生意业务告竣的历程。评价一场展览会的策划,而是要涉及到众多行业和部分的,因此我们在策划展览会的时候要充实考虑到各方面的因素。

一、首先要了解展览要涉及到哪些部分,并怎样更好而又公道的协调组织好这些部分,为展览会的乐成举办而铺路

从上述图中我们可以看到展览业促进了相关行业的生长,同时主动权又完全掌握在展览的组织策划者手中。作为一名有着富厚展览经验的组织者来说,必须要充实的考虑到这些因素,才华使展览会到达圆满的目的。不然其中一环没有考虑到,都要支付很大的代价。因此要求策划者本着以上实际出发,真正意义上策划一场全面而又深度的展会。

二、项目经理制 目前大多数展览公司实行的是项目经理制,即项目经理从展览会的组织确定到招展,及最后展出期间所遇到的问题的卖力制。它要求(如图 1)所示一样必须要全面的掌握事情才华作为一个合格的舵手。

项目经理策划聚会会议的前期事情 市场调研 市场调研对付策划者来说,尤其第一届展览会的策划特别重要。对付首届展览会的开展具有以下缺陷:

1、没有乐成召开的经验和现有模式。

2、没有创造出品牌 3、没有与主顾创建稳定的干系及没有稳定的主顾群 4、不了解行业市场的增长动态 要求项目经理 1、具有敏锐的

市场视察能力和超前的市场知识，曾经有一个会展界同行说：“当别

人已经占领了山头，我们没有须要去抢这个山头，我们可以另开辟路。占领别人没有发明的山头”。这是一个最直接的形象比喻。策划者在策划展览自己要有这种创新意识，即对周围和未来的事业的体贴与思考。京某展览中心，在策划中国第一届零售业的展会成为我们的展会的乐成典范，我们可以作为思考。项目经理在准备策划这个展会时，不但提前到实地考察，并且收集了大量的相关信息，确定未几年中国生长趋势，而乐成的策划了这届展览，并取得了展会的延续性。

2、可行性阐发陈诉。展览会的实地考察、企业的反响，相关资料的整理，通过这些信息的视察和自身的经验，确立展览会的“可行性”或“不可行性”做出最终的判断展会的召开与否。再报告给上级主管，最终凭据陈诉制定整体展览会方案，因此书写陈诉也是项目经理非常主要的环。因为决策者在支持展览会的召开是凭据聚会会议可行性陈诉和项目经理对整个行业的了解水平来决定的。

项目园地简直定、范围实时间 项目经理凭据市场视察，最终确定展会召开，必须充实考虑到展会的园地、范围实时间简直定凭据国际老例，一个制品版和范围的展会，并不是首次举办就范围很大的，是经历一个历程而生长壮大的。虽然展会范围和起点高其影响力度也就更高，但这对付展会策划者来说风险和投资太大，造成很大的压力，日前我国凭据场馆范围及相应配套设施以及展览知识还远不及欧美等展览业发达的国度（以国度际展览会策划为例）必须要充实考虑到国际展的要求：

(1)外洋参展商必须要到达整体参展东西的 20% (2)展会召开期间，邀请的外洋旅行者要到达整个旅行人数的 20% 在国内许多研展会，号称国际但大多数达不到这个要求，因此并不算是一个真正的国际展会，而只能是区域性的。因此必须考虑拓展力度和能力等因素，要考虑多方面的因素。

场馆整体的因素：

1、硬情况的考虑：

A、场馆的交通是否便利； B、场馆周围的酒店、娱乐设施是否齐

全 C、场馆的交通运输方法是怎样摆设的 ①是否有货运电梯 ②场馆堆栈的库容量有多大 D、场馆的面积及园地的公道化分派（制定展位图做考察）与相关租用配套设备。

E、研讨会的园地摆设 2、软情况的考虑 ①场馆内部守卫设施是否到位 ②场馆的停车场及休息场合是否公道 ③场馆的水电供给情况 ④场馆的卫生清理事情 ⑤聚会会议期间场馆提供的相应办事 租赁方法一般分两种情况：

1、以场馆实际修建面积盘算，按平方米/元/天来整体盘算园地租金，国际上专业会展的召开期为六天。布展为两天，开展期为四天，也有摆设五天或七天的。

2、按园地实际搭建展位（标准 3*3）即每个展位/天/元盘算总体租金，凭据具体的租赁方法，在确定园地后，场馆一般要求租用方支付定金，该定金支付凭据场馆租赁的范围来算约莫为整个租金的 30%，也就是说整个场馆的用度为一百万，确定园地租赁条约后要求支付 30 万的租金，因此这是策划展览的一项很大的用度投入。

发起：①首次展览会园地不要太大。凭据自己的实力做出预算。控制在一万平方米以内为宜，南方某展览公然发中心在策划展会时预计失误，过于乐观，预定了两万平方米，但最终只招了 4000 平米的园地，结果损失了快要 1.6 平方米定金。

②发起要充实考虑举办展览会的时间，如果同期在同一个地方一个日期内有 2 到 3 个展览与其产生辩论，这将势必影响招展的力度，这样很容易疏散参展的注意力。

三、项目招展 展览聚会会议的招展事情中与展销会有很大的差别：

A、展览的展即展示——参展者组成，览即看——观众构组成的。如果是专业的展览会，还需要邀请专业人士或同行业内人士参加，普通大众不是展览会的邀请东西。一般这种招展东西具有以下特点：

①实力比力雄厚，重视产物和品牌的宣传； ②技能力量雄厚，一般为技能领域领头羊或是生产者自己； ③范围和档次都要比力高；

④注重旅行东西 ⑤注意展览聚会会议期间的相关行业研讨会 (6) 注意参展的同行 例如：在我国每两年举办的汽车展，全球汽车厂商为抢

占中国市场，在展览会期间把上述 6 点展示得淋漓尽致，做到完美无缺的田地，因此策划者在进行招商策划时，要充实考虑到参展商即我们的客户的心态，进行仔细而又深入的研究，才华做好招商事情的历程。

B、发起 ①重点突破几个知名的大型企业，以知名的大型企业发动小型企业的参展。

要求特装修，把整个展览会场装饰起来。

②以先期参展的优惠方法吸引参展商参展，并尽快落实参展商的展位，用度。

③取得国内外行业协会的支持，通过行业协会邀请参展东西做招商事情。（因为在外洋许多行业协会是因各个行业自身组成的，自己就是多行业领头羊的综合体现）

④“以会带展，以展带会”突破传统的思维模式。展览会特别是专业性很强的展览会，相应召开的研讨会将是展览会的实质性的东西，招展者在招商时可以利用自身的优势来通过聚会会议的重要性来发动企业参加展览会。把聚会会议研讨与展览结合，是企业参展的积极性所在。

C、具体操纵 ①项目经理凭据展会情况制定好招展筹划（因为这样有利于摆设展会进程，公道摆设时间。）

②分派具体招展东西公关事情（凭据业务员的各个优势，充实的发挥其潜能，挖掘客户）。

③资金运作的到位（展览是以展位租赁的形式进行生意业务的。确定展位不一定确定的用度到位，因此在招展中最终确定的企业参展照旧在于资金到位。）

④告白宣传：告白宣传是非常重要的，一般分两阶段 **a.**前期招商宣传 **b.**后期的品牌宣传，即观众的宣传 **I**、普通大众的宣传

II 专业观众的宣传

c.会期会场告白宣传 ⑤展览会的办事：企业参展作为组织方必须为企业提供一个参展指南，介绍大会的具体摆设即相关的运输、酒店住宿等相关的办事。这样促使参展商越发全面的了解展览会的行程以

使越发公道的摆设时间。

第二部分

展会期间的组织协调事情 一、展览会布展期的事情摆设 1、设立园地前台欢迎 (1)卖力参展企业报到登记 (2)凭据参展报名情况落实参展证的派发和展品进入园地确认 (3)派发参展企业在参会期间的参会指南 (4)进行一些相关企业的咨询运动，介绍展场的大要摆设情况 2、酒店欢迎处 (1)设立前台欢迎处 (2)进行参展展商住宿登记 (3)住宿表要求 a. 企业名称

b. 房间号码

c. 酒店联系电话

d. 房主姓名 3.场馆现场协调事情 (1)卖力监督现场施工，即凭据参展企业要求进行装修的展位施工 (2)对现场事情中注意防火、防电、防盗等事情 (3)为企业协调现场租赁业务 (4)凭据企业报名表，摆设摆设会场场外的告白宣传（一般为参展企业凭据要求而设立的）

4.交通运输摆设及搬运事情 (1)企业运输展品的欢迎及装卸

(2)搬运事情协调 二、展览会的开幕式组织事情

在开幕式前要求所有的室内、室外的布展事情完成，准备迎接旅行者的旅行，如何做好开幕式也是项目经理的协调体现。

1、确定邀请参加展览会开幕式高朋名单 2、确定邀请参展企业的记者名录 3、开幕式的园地搭建要求 (1)挑选突出的位置；一般设为展厅大门正前方 (2)要求布展的庄重大方 (3)要求放音设备到位 (4)相关的礼仪及园地气氛设计要求 4.开幕式主持人发言内容的审定，及参加高朋发言内容的审定 要求：简单明了，突出主题，在最短的时间内表达中心 5.开幕式时间发起为 10-15 分钟 6.开幕式结束后，领导高朋旅行及解说的人员到位，以及会后的摆设事情 三、展览会召开期间的组织事情

展览会召开期间的所有事情进入最后结束的倒计时事情，前期大量的组织事情得到体现在于几回的展览会效果，参展商满意，旅行者满意，才华说明展会的乐成。

要求：

1.做好大会的旅行人数的统计、分类。

2.发放大会的展览会刊（每天定时发放，要凭据旅行东西的身份发放）

3.协调展会期限研讨会聚会会议组织摆设事情，做好研讨会与展览会有机结合 4.做好最后的中间人形象，积极为企业牵线搭桥，为企业办事

(1)为企业提供洽谈间（休息室）

(2)为企业提供签订条约场合 (3)实时将旅行者的信息反馈给企业 (4)积极与企业相同，了解企业的想法及要求 5.统计大会的成交额做好记录 6.积极听取参会代表对大会的意见和发起 7.凭据参会信息，再次邀请参会企业参加第二年的展会 四、撤展

展会的撤展事情一般为大会的最后一天下午提前一个小时，进行会场登记情况事情和出访事情。

派送撤馆通知要求：

1、保持馆内秩序

2、要求每个参展商清理自己的展品，并保管好

3、凭据先后有序的组织出馆事情

4、进行最后的清理事物 五、会后总结

展览会的会后总结，是以后展览会的延续，也是乐成案例的体现，因此项目经理在结束整个展会后，要求对整个展览会事情及整体情况进行一个整体阐发，以便今后事情的公道开展。

第三部分

展览会的策划

聚会会议，无论是国际性聚会会议照旧国内聚会会议，包罗两种情况：

1、以技能交换为主的学术聚会会议（内容主要是从技能的角度探讨，交换某一领域的最新技能）

2、以财产生长动态为主题的聚会会议（政府的导向性比力浓厚，以政府对财产政策的生长动向进行交换探讨，以什么样的宏观形式促进某领域的生长）

聚会会议的策划者，首先要给自己的聚会会议进行定位，这里就聚会会议策划流程作如下图表：

一、策划聚会会议前应考虑的因素 (一)组织者自身的实力 1、与政府间的交换及所处的位置

目前在我国，许多聚会会议的召开是得到政府机构、行业协会的审指和支持的（企业自身组织的本企业技能研讨会除外），行政主导占有很大比重，在未来几年纵然中国展览市场有所变动，也不会出现较大的变革的。而聚会会议的召开（特别是财产动态的聚会会议），如果得不到这一领域的机构的认可和支持，其收效就很难预计了。因此在策划聚会会议无论是技能聚会会议照旧策划政府民向聚会会议必须权衡自己的对外实力，如上海“财产论坛”得到上海市政府的支持，因此，聚会会议的召开在很洪流平上支配职位还处在政府行为之中。

2、是否有承办组织聚会会议的资格

主办出国展需要贸促会，国度经贸委等的审批。聚会会议召开也同样经过审批，审定才华最终确定能否召开。举办聚会会议的组织者自己是否正当。有权组织聚会会议必须要有展览经营许可证。现在有许多民营公司也在参加国际聚会会议的策划，因此在策划聚会会议的时候，要审视自己的公司或组织是否有办会的业务。

(二)组织者内部的组织机构 1、审视自己的机构是否有优秀的组织策划者。聚会会议乐成的召开在很洪流平上取决于策划者的策划及组织事情，一名优秀的策划者一般应具备几下几个根本素质：

a.经验富厚

b.思维开阔

c.兴趣遍及

d.会展事情的积极性

e.较强的文字组织水平 d.较强的组织能力 策划者不但仅要做好策划事情还要了解整个聚会会议的流程，才华更好地掌握聚会会议，开创新思咱，创造更大的利润。

2.资金是否到位 聚会会议召开的前期准备事情是需要一定的用度的，如果在整个策划历程中用度得不到包管，在很洪流平上会影响聚

会会议的乐成召开，那么策划一场聚会会议的用度需要多少？必须要做一个大会整体预算。

3.主题思路是否鲜明 对聚会会议主题，思路的要求，紧跟时代脉搏，并预测某一领域的生长趋势和走向。如我们前几年探讨的第三代移动通信技能的研讨会，生命工程的研讨会，环保技能的研讨会等等。它们都具有配合的特点：主题鲜明，对未来的生长趋势具有一定的导向作用。

三、在聚会会议策划中应考虑的问题 1、聚会会议筹办期的评估 预计筹办聚会会议（定期召开国际聚会会议），首届聚会会议筹办期预计要用 6-8 个月；第二届聚会会议预计为 4-6 个月。

会期一般为 1 天、2 天、2.5 天或 3 天，笔者发起聚会会议最好是开两天，这样有利于聚会会议内容及听众得到延续。如果召天一天聚会会议，聚会会议内容不一定能讲透彻；如果 3 天时间，多数参会代表无法听下去（由于身理方面，心理方面及其它外在因素等等的制约，虽然也要凭据具体情况而定，不能一概而论）。

2、对聚会会议主题内容的评估 评估研讨会的内容框架是整个聚会会议在招展历程式中的灵魂，要做到以下几点：

a.新

b.吸引人

c.务实

d.要有论据 案例：中国网络经济的生长战略国际研讨会 主题内容：

(1)网络经济的生长战略国际研讨会主题内容 (2)围绕电子商务平台，探讨中国网络经济的生长战略和思路 (3)如何利用互联网提高企业的国际竞争力 (4)探讨电子商务中的知识产权问题，进一步完善电子商务执法体系 (5)探讨政府机构进行跨部分、跨行业的信息化体系建立 (6)探讨网络技能的宁静性、保密性、适用性等问题 3、对聚会会议的可行性陈诉，配景质料进行评估 聚会会议的策划中要报批聚会会议立项（向上级主管部分或行业协会等有主办权力的单位报请主办单位）的可行性陈诉、配景质料等书面质料进行审核才华确定是否报批，因此在报批文中，两者占有举足轻重的作用）

信息收集是否到位：

(1)聚会会议召开的某一领域生长动态的资料，信息是否搜集到位
(2)拟邀请聚会会议参会东西的名录是否到位 写配景质料及可行性阐发
须考虑以下几个方面：

a.目的 b.同行业的生长情况

c.聚会会议召开的须要性

d.具体操纵的可行性

e.对上级主管部分的要求 筹办方案包罗：

(1)聚会会议名称、时间、所在、范围 (2)拟邀请主承办单位、支持单位 (3)聚会会议研讨内容 (4)具体操纵步伐 (5)承办单位的名称等 要求：简单、明了、内容富厚、一目了然 4、对邀请拟主办单位的东、支持单位东的评定需做出如下准备事情 (1)市场视察事情的情况 (2)可行性陈诉的出笼 (3)筹办方案的出台 (4)主办单位、支持单位的回执表

确立主办单位后，正式确定聚会会议的召开，进入聚会会议召开的倒计时事情 5、对聚会会议的创意有哪些方面的优势 这种创意包罗：聚会会议主题的创意，聚会会议内容创意，聚会会议运动创意。

四、对聚会会议的标准及范围的评估：

我们在组强策划一场聚会会议的时候是按什么标准来定很重要，这需要参照前面提到的整体实力而定，纵然是政府参加也是要凭据聚会会议情况而定。聚会会议一般分为高级（邀请东西为副总裁及以上一些知名专家以及政府部分的高级官员参加，能够起决策作用的领导参加），中级（对财产政策及一些政府具体操纵官员参加），一般聚会会议的召开（邀请东西凭据情况而定）

1、聚会会议的范围也是凭据聚会会议的级别及聚会会议的内容而定，分为三个范围：（1）100 人或 100 人以下；（2）250 人——300 人之间；（3）400 人或 400 人以上三种档次，这样有利于做出聚会会议的整体预处方案，也有利于招商事情的整体摆设 2、经费核算 做好聚会会议的经费预算是聚会会议策划者的头等大事，那么从聚会会议筹办开始到聚会会议结束要多少用度呢？怎样进行预算？ 以上海为例：范围 250——300 人 案例 ×××××聚会会议经费预算表、

二、会场气氛摆设 三、设备租用 投影仪

有线发话器

无线发话器 四、酒店餐饮 午宴

晚宴

茶休 五、告白宣传 同声传译设备 聚会会议资料 怀念品 会场礼仪
代表证 告白牌 文件包 六、交通通讯、客户联络费 七、专家劳务费 八、
员工劳务费 九、办公用度 十、不可预见费

十一、凭据聚会会议策划需要的其它的用度（另议）

对经济来源进行评估

市场经济的生长促成了许多聚会会议，因此促成了一些专业的会展公司、行业协会来组织承办，经费来源已抛弃了原有的政府拨款方法，现在大多数是自筹资金进行操纵的。因此聚会会议召开的乐成与否在很洪流平上取决于聚会会议内容的乐成策划。作为组织策划者必须非常清楚用度的来源，在这里列举几项经费来源形式：

1、赞助费

赞助费是聚会会议经费的主要来源，策划者对赞助费来源的考虑，是否完善决定了聚会会议的经费是否富裕。赞助经费会涉及到什么样的形式赞助？要求赞助东西赞助多少？赞助东西提供什么样的办事等等因素，往往使策划者在制定赞助费时很难掌握，怎样使赞助东西认为赞助费公道，笔者就凭据聚会会议的情况对赞助提出如下认识：

赞助费分三种情况：

(1)垄断性赞助：即寻找某个赞助东西把大会所需用度进行承包，如我们经常看到的“××企业聚会会议”等。

(2)品级性赞助：一般情况大多数企业喜欢这种方法，分为主赞助、赞助，针对性内定赞助（如资料赞助、午餐赞助、礼品赞助等等）此项策划者自己也感兴趣。

2、平摊性赞助：要求所有的参会企业赞助。一般情况下赞助者不是很存眷此项赞助方法，因为赞助者在赞助时要权衡聚会会议对其影响力度，而平摊制很难体现企业的主次干系及企业实力。

目前，无论是展会照旧展览，其利润至少在 30% 以上，也就是说

30%。主赞助东西其用处为：主会场租赁、装修、劳务费及其它的较大的用度支出实际开支加 30% 不可预见费（总体经费的 10——20% 左右）

■ 会务费

会务费的制订是凭据大会的整体情况来定的，一般占聚会会议经费来源的 25% ——30%，也就是如果就这个聚会会议的毛收入为一百万，其 30 万来自于会务费，如果本次聚会会议为 250—300 人，那么至少要摆设 200 人的会务用度，也就是要分管 30 万即每人定在 1500 元左右。

以上仅仅作为参考意见

■ 发言费

此项用度针对的是拟参加聚会会议发言的东西，他们一般站在企业自己的立场上发言并希户与会代表、同行、参会领导的认可及推动这一领域的生长，为企业自身带来效益。

另外另有政府拨款，集资等也是我们聚会会议的资金来源渠道。但这种情况大多数与政府参加有关。为赞助东西提供什么样的办事。

策划者在经评定时，要考虑赞助东西需要什么样的办事。以主赞助为例，我们把自己放在主赞助的立场上考虑：

(1)我作为主赞助、主办方能为我们提供什么样的办事（对外宣传、会场宣传等）

(2)作为主赞助、在聚会会议上起什么样脚色？

(3)我希望聚会会议召开是什么样的形式，对我方是否有利？(4)聚会会议的召开对我们的影响有多大，能起到什么样的作用？(5)我方需要做些什么，怎样配合聚会会议召开(6)什么样的人参加，范围，条理，聚会会议的内容主题，及其他赞助单位是哪些等等。

策划者从以上六点出发掌握赞助者的心里为其提供办事。

聚会会议的组织历程

1、会场简直定。我们凭据前面的范围和档次来定聚会会议的园地，考虑以下因素，以 250——300 人为例。

a.会场必须容下 350 人。太大显得空旷，太小显拥挤 b.能否提供

人的 60% 人员的住宿 d. 聚会会议中心的硬办级别（会场设施、聚会会议的相关设备）

e. 聚会会议中心能否提供聚会会议期间的停车园地，会场装修等。

f. 聚会会议中心能否提供聚会会议期间的停车园地，会场装修等。

g. 聚会会议中心给聚会会议组织单位能否提供的最优价

2、聚会会议时间简直定

聚会会议时间简直定要考虑几个因素 a. 确立召开的时间后，要考虑同期是否有相似聚会会议召开，以制止产生辩论 b. 召开聚会会议的时机是否成熟（凭据聚会会议的内容而定）

c. 对邀请东西进行考察（特别是政府聚会会议，要考察参会人员的时间摆设和参会东西的时间摆设，发起不要摆设在双休日召开）

d. 考察聚会会议期间是否有大型的运动产生辩论（国际、国内都要考虑）

3、邀请函的全面出台，我们在出邀请函时应注意考虑以下几点：

a. 会标的要求简明，并突出主题（或是聚会会议策划公司本公司的会标）

b. 英文比较，要求用最准确、最专业的术语把中文翻译出来 c. 要做邀请函的版面设计事情，包罗以下步骤：

主版面设计：聚会会议名称、时间、所在、主承办单位、主持单位、赞助单位 封二设计：聚会会议设置、前言、通知形式、要求以最标准、最精炼、最能表达的语言解释聚会会议的召开 封三设计：聚会会议主题内容、聚会会议时间、相关步伐 介绍及相关聚会会议办事内容、会务费、联系地点、联系电话、联系人等内容（预计一个星期完成）

第四项：参会回执表

4、发送邀请函的方法（在搜集信息的前提下有目的发送信息）

a. 针对邀请参会东西，发送信件，发送 E-mail 电话联络 b. 针对赞助东西，最好方法是实地造访（并列处赞助方案书以供参考）

5. 对付电话招商中，参会人员会提的问题 a. 聚会会议的范围及代价的问题 b. 出席人员

影响度等 d. 此次聚会会议的目的,意义等内容 6. 聚会会议召开期间的摆设(另议)聚会会议配套情况

1、资料的印刷(邀请函的设计、印刷、资料夹的设计、制作,会场的气氛的设计及外文翻译等)

a. 印刷邀请函预计在 2000 份,资料夹 350 本左右 b. 会场气氛设计,主席台背板,聚会会议主题板,聚会会议中摆设版 c. 聚会会议名称板及为赞助单位特别宣传板 宣传东西,灯光,宣传品等 d. 同声传译设备 e. 发言时间、发言顺序、发言人的摆设 2、国际聚会会议的召开必须要摆设同声传译设备 以北京为例: 250-300 人的范围 同声传译人员一般应以 2-3 人为宜,用度为 3500+500 元/人 3、新闻宣布 举办新闻宣布会的目的是为了招商宣传,提高影响力。

a. 以招商为目的的最好定位在聚会会议召开的前两个月举行 b. 以提高聚会会议的知名度为目的定位在聚会会议前 4-5 天举行 c. 新闻宣布会的内容是什么? 摆设什么人出席等 d. 确立新闻宣布会的时间、所在 e. 邀请那些新闻单位参加 f. 准备新闻记者要提问的相关内容 g. 确立新闻宣布会的发言人 h. 准备大会新闻稿

--20083400

怎样进行展览会策划

展览会前的准备工作 展览会的策划过程是一个综合而又复杂的过程,并不是简单的等价交换。它是为卖家和买家提供一定的环境和场所,促使交易达成的过程。评价一场展览会的策划,而是要涉及到众多行业和部门的,因此我们在策划展览会的时候要充分考虑到各方面的因素。

一、首先要了解展览要涉及到哪些部门,并怎样更好而又合理的协调组织好这些部门,为展览会的成功举办而铺路,我们可以看到展览业促进了相关行业的发展,同时主动权又完全掌握在展览的组织策划者手中。要求策划者本着以上实际出发,真正意义上策划一场全面而又深度的展会。

二、项目经理制目前大多数展览公司实行的是项目经理制,即项目经理从展览会的组织确定到招展,及最后展出期间所遇到的问题的

来说，尤其第一届展览会的策划特别重要。对于首届策划会的开展具有以下缺陷：

- 1、没有成功召开的经验和现有模式。
- 2、没有创造出品牌
- 3、没有与顾客建立稳定的关系及没有稳定的顾客群

- 1、具有敏锐的市场调查能力和超前的市场知识。

- 2、可行性分析报告。展览会的实地考察、企业的反应，相关资料的整理，通过这些信息的观察和自身的经验，确立展览会的“可行性”或“不可行性”做出最终的判断展会的召开与否。

3 场馆整体的因素：

- 1、硬环境的考虑： A、场馆的交通是否便利； B、场馆周围的酒店、娱乐设施是否齐全 C、场馆的交通运输方式是怎样安排的 ①是否有货运电梯 ②场馆仓库的库容量有多大 D、场馆的面积及场地的合理化分配（制定展位图做考察）与相关租用配套设备。E、研讨会的场地安排

- 2、软环境的考虑 ①场馆内部保卫设施是否到位 ②场馆的停车场及休息场所是否合理 ③场馆的水电供应情况 ④场馆的卫生清理工作 ⑤会议期间场馆提供的相应服务

4 租赁方式一般分两种情况：

- 1、以场馆实际建筑面积计算，按平方米/元/天来整体计算场地租金，国际上专业会展的召开期为六天。布展为两天，开展期为四天，也有安排五天或七天的。

- 2、按场地实际搭建展位（标准 3*3）即每个展位/天/元计算总体租金，根据具体的租赁方式，在确定场地后，场馆一般要求租用方支付定金，该定金支付根据场馆租赁的规模来算大约为整个租金的 30%，也就是说整个场馆的费用为一百万，确定场地租赁合同后要求支付 30 万的租金，因此这是策划展览的一项很大的费用投入。

第二部分 展会期间的组织协调工作

一、展览会布展期的工作安排

、设立场地前台接待 (1)负责参展企业报到登记 (2)根据参展报名情况落实参展证的派发和展品进入场地确认 (3)派发参展企业在参会期间的参会指南 (4)进行一些相关企业的咨询活动，介绍展场的大体安排情况

2、酒店接待处 (1)设立前台接待处 (2)进行参展展商住宿登记 (3)住宿表要求 a. 企业名称 b. 房间号码 c. 酒店联系电话 d. 房主姓名

3.场馆现场协调工作 (1)负责监督现场施工，即根据参展企业要求进行装修的展位施工 (2)对现场工作中注意防火、防电、防盗等工作 (3)为企业协调现场租赁业务 (4)根据企业报名表，布置安排会场场外的广告宣传（一般为参展企业根据要求而设立的）

4.交通运输安排及搬运工作 (1)企业运输展品的接待及装卸 (2)搬运工作协调

二、展览会的开幕式组织工作在开幕式前要求所有的室内、室外的布展工作完成，准备迎接参观者的参观，如何做好开幕式也是项目经理的协调体现。

1、确定邀请参加展览会开幕式贵宾名单

2、确定邀请参展企业的记者名录

3、开幕式的场地搭建要求 (1)挑选突出的位置；一般设为展厅大门正前方 (2)要求布展的庄重大方 (3)要求放音设备到位 (4)相关的礼仪及场地氛围设计要求

4.开幕式主持人讲话内容的审定，及参加嘉宾讲话内容的审定要求：简单明了，突出主题，在最短的时间内表达中心 5.开幕式时间建议为 10-15 分钟

6.开幕式结束后，带领嘉宾参观及讲解的人员到位，以及会后的安排工作

三、展览会召开期间的组织工作展览会召开期间的所有工作。要求：

1.做好大会的参观人数的统计、分类。

2.发放大会的展览会刊（每天定时发放，要根据参观对象的身份发放）

3.协调展会期限研讨会会议组织安排工作，做好研讨会与展览会有机结合

4.做好最后的中间人形象，积极为企业牵线搭桥，为企业服务 (1)为企业提供洽谈间（休息室）(2)为企业提供签订合同场所 (3)及时将参观者的信息反馈给企业 (4)积极与企业沟通，了解企业的想法及要求

5.统计大会的成交额做好记录

6.积极听取参会代表对大会的意见和建议

7.根据参会信息，再次邀请参会企业参加第二年的展会

四、撤展展会的撤展工作一般为大会的最后一天下午提前一个小时，进行会场登记情况工作和出访工作。派送撤馆通知要求：

1、保持馆内秩序

2、要求每个参展商清理自己的展品，并保管好

3、按照先后有序的组织出馆工作

4、进行最后的清理工作

五、会后总结展览会的会后总结，是以后展览会的延续，也是成功案例的表现，因此项目经理在结束整个展会后，要求对整个展览会工作及整体情况进行一个整体分析，以便今后工作的合理开展。

第三部分展览会的策划会议，无论是国际性会议还是国内会议，包括两种情况：

1、以技术交流为主的学术会议（内容主要是从技术的角度探讨，交流某一领域的最新技术）

2、以产业发展动态为主题的会议（政府的导向性比较浓厚，以政府对产业政策的发展动向进行交流探讨，以什么样的宏观形式促进某领域的发展）会议的策划者，首先要给自己的会议进行定位。

一、策划会议前应考虑的因素

(一)组织者自身的实力

(二)组织者内部的组织机构

二、在会议策划中应考虑的其他问题

案例

案例：

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：<https://d.book118.com/576125041014010221>