# 展会工作总结个人收获香水(热门46篇)

来源：网络 作者：风月无边 更新时间：2025-06-08

*展会工作总结个人收获香水1四月五日，\*\*\*\*的季节，我也带着一份兴奋的心情，在菏泽市博物馆参观了\*人民大学画院马硕山师生画展，说实话对于我这种\*时没什么艺术细胞的人来说，这真是一种独特的享受，更是一次难得的增加艺术修养的机会。这次画展集结了...*

**展会工作总结个人收获香水1**

四月五日，\*\*\*\*的季节，我也带着一份兴奋的心情，在菏泽市博物馆参观了\*人民大学画院马硕山师生画展，说实话对于我这种\*时没什么艺术细胞的人来说，这真是一种独特的享受，更是一次难得的增加艺术修养的机会。这次画展集结了多位有\*\*性的画家的作品成此画展，他们的绘画语言和风格给我们的带来了一次视觉上的盛宴。

这次展出的都是大幅的国画，画作中透出一种宁静的美，回归大自然的美。景物中有自然风光，有农家乐，有花鸟。刚进入画展就给人一种既轻松又厚重的感觉，马硕山教授的画运用了朴素、简洁的民族文化意象，融入了现代构成的理念，用笔劲健有力、含苍带润，墨韵\*和淳厚，欲露还藏。以清幽古雅的品性，传递出一股浓郁纯正的文化气息和盎然的古意情怀。印象比较深刻的是我们九三学社社员杨文彬的画，展出的十余幅作品大气恢弘，颜色艳丽，无论从风格还是意境上都给我留下了深刻的印象。我感觉一幅作品是否引起观者的瞩目，除了画者的绘画艺术水\*外，也与观者的审美情趣和内心体验分不开。观者的感受和画家的旨趣。可以不尽相同，仁智之见，或可互补；二者若能一致，倒是应了一句古语：“会心处，不必在远”。

总之，非常感谢博物馆和九三学社给了我这么好的机会能体验到这么美妙的画展，也希望有更多的机会能加入到其中体验不同的乐趣，更多更深地领会艺术的魅力。

——参加展会心得体会菁选

参加展会心得体会

**展会工作总结个人收获香水2**

光阴似箭，转眼这一学期就快结束了，学习《会展实务》这门课程也已经进入了尾声，仅仅想通过短短一个学期的时间，就想要把会展实务这门课程学透，把这个行业了解彻底那是不可能的，个人觉得这门课程还是更偏重实践性的。虽然这样，但是学习《会展实务》这门课程还是有所收获的，了解会展的基本框架，懂得了会展的主营业务，对会展业这个行业也有了初步的了解，感觉到会展业这个行业的前景很好，蕴含无限生机，有很大的发展空间。在近几年，会展业可以算是大放异彩，发展趋势可谓算是迅猛，在海内外产生了极大的影响。

会展实务的主要内容：

会展可以分为展前、展中、展后三个阶段。展前程序：市场\*\*、可行性分析、立项策划、展中程序：有关程序办理、现场服务管理、展后程序：总结、评估、展后服务、会展与会展业是两个不同概念的词，会展有许多的类型，按照不同的分类标准划分成不同的类型，可以按性质、内容、时间、规模、场地、形式等等来分。而会展业则是一个更大的范畴，一些国际性的会展管理机构也很多，比如：国际展览联盟、国际展览局、国际展览管理协会、国际会议协会、\*\*\*\*组展商协会等。会展业也有它自己相关的法律法规，国际会展法规、各国国家会展法规，各国地方会展法规、会展业拥有如此美好的前景，因而也呈现出它独特的特点：产业关联度高、社会综合效益显著；提升城市形象、提供就业机会；行业导向性强；集聚性强。会展业的发

展趋势极好：会展一体化；专业化和品牌化；集团化和国际化；\*在会展业的发展中扮演着越来越重要的角色；信息技术与实物展览的结合；欧美市场稳定，亚洲市场迅速增长；会展业规模扩张和质量增长并存。

展前的市场环境分析\*\*：

宏观市场环境：包括人口环境、经济环境、技术环境、\*\*法律环境、社会文化环境等。

微观市场环境：包括办展机构内部环境、目标客户、竞争者、营销中介、服务商、社会公众等。

市场环境评价：SWOT分析法，即内部优势、内部劣势、外部机会、外部威胁分析。

编写《展会立项策划书》,所谓展会立项策划，就是根据掌握的各种信息，对即将举办的展览会的有关事宜进行初步规划，设计出展览会的基本框架，提出计划举办的展览会的初步规划内容。

主要包括：展会名称和地点、办展机构、展品范围、办展时间、展会规模、展会定位、招展计划、宣传推广和招商计划、展会进度计划．现场管理计划、相关活动计划等。《展会立项策划书》是为策划举办一个新展会而提出的一套办展规划、策略和方法，它是对以上各项内容的归纳和总结。

招展招商和宣传推广计划、对人员进行分工：

人员分工计划、招展计划、招商和宣传推广计划是展会的具体实施计划，这四个计划在具体实施时会互相影响。

**展会工作总结个人收获香水3**

20xx年是大恒不寻常的一年，她迎来了大恒二次创业，大\*\*阶。第一阶段，我们出色地完成了\"做大\"的目标，第二阶段，我们要把大恒\"做强\"，为以后的\"做长\"打下坚实的基础。

说到广州市比较有名气的房地产开发商，人门会不约而同想起大恒、越秀城建、合生创展、富力等名字。没错，对于名气，我可以自豪地说：有。但是，说到\*\*名盘，我大恒13个楼盘中又能举出几个来呢?\"做大\"并不是一件难事，\"做强\"才是一门高深的学问，因为她关系到如何\"做长\"，如何打造百年老店。许\*不愧是我们的`领头人，在这个关键时刻，他敢于转变思想，提出了：\"从我做起，从零开始;打造\*\*，重塑大恒\"的战略目标。

秉着\"勇于开拓，集百家精华\"的精神，5月12日下午，我们集团上下怀着学习的态度，组团参观了市内几个出名的楼盘----星河湾、美林湖畔花园金碧世纪花园。通过\"以盘比盘\"，发现别人的优点，找出自己的缺点，把好的东西带回\"家\"，把坏的东西扫出\"家\"门。

第一站是星河湾。该楼盘远离广州市中心，位于成熟的华南板块，北邻\*\*，东部为自然山坡，西邻番禺迎宾大道，万亩生态果林使星河湾远离城市的喧嚣，倍显宁静、清幽。车子一路驶入星河湾楼盘，一下车，一排排整齐的绿树立刻映入眼帘。一条条的林荫小路向四周延伸，就象树叶的叶脉，非常清晰、有续。我在整个小区兜了一圈，沿路树木郁郁葱葱，花草修剪得层次有续，柏油路上极少见到有垃圾，也看不到打扫垃圾的工具。公共路上每隔一段距离就有一个垃圾箱，而且还对垃圾分门别类。星河湾的建筑风格还是挺有特色的。星座式布局是星河湾规划的核心，建筑结构，园林规划都以此为基础展开，星座式楼宇布局，形成每一住户视野开阔，开窗即见景，避免对视。此外，令我感到最敬佩的是星河湾隐蔽工程非常到位，很好的保持了小区的\*\*外观和风格。这里我可以举一两个例子。我非常细心地留意了他们安装的空调位置。他们的做法非常聪明，原来他们都把空调位置\*\*用与阳台栏杆相同颜色的铁架遮盖，从外面看非常隐蔽，尺寸布局也很合理。另外，走在公共路上，几乎看不到有沙井盖。做工程的都知道小区内不可能没有沙井盖，要不然排水成大问题了。他们把沙井盖修饰得跟路面的外观非常相似，在外面不容易发现。这些都是值得我们借鉴的经验。总括来说，星河湾是一个非常成熟的小区，隐蔽工程让人很满意，各方面规划都很舒服。

第二站是位于东圃板块的美林湖畔。一进美林湖畔小区，感觉来到了一个公园。车子走了将近三分钟才来到住宅区，沿路是一个2310㎡的超大无极泳湖，非常壮观。因为是比较新的楼盘，我特意参观了样板房。美林湖畔向业主推销的是\"精装修\"，\"精装修\"在层次上要比\"豪华装修\"要高。开发商的\"精装修\"有三个版本供业主选择，风格不一，有开放式的，有传统式的，适合不同的年龄段。他们对样板房的资金投入是蛮高的，室内各种摆设的真实度很高。配合发展商\"没有看不到风景的房子!\"主题，每一户型的房间均可看到园区的风景，其中中心游泳池是一卖点。另外我还发现，户型相对差一点的房子看到的风景要比户型相对好一点的房子看到的风景好，这样发展商在开发上找到了\*衡点，自然也有利于销售。总括来说，美林湖畔的建筑风格一般，稍逊星河湾。但是美林的超大园林湖区和休闲配套设施是他们的强项。这样价钱高也是有道理的。

最后是我们自己的楼盘，金碧世纪花园。

大恒的楼盘和上述两个楼盘相比确实有不足之处。相比之下，我们的楼盘在结构上比较单一。拿第三金碧小区的别墅为例，建筑体现不了风格，比较死板，花园还满布沙井盖，影响外观。大恒有些楼盘的绿化面积够是够，但离美观还差很远。我们一直强调楼房的外观要\*\*，但是我们在设计上却没有考虑周全，以致于有些时侯根本行不通。在楼房和配套设施的规划上还有很多需要改进的地方。另外，以金碧世纪花园为例，从大门口到销售部，我们

沿路都看不到一个垃圾箱。园区卫生是业主对园区的首要印象，试问连垃圾箱的配套都不足卫生又怎么会搞得好呢?

我感觉，我们所标榜的\"特色保安、特色管理\"已经不再是我们的优势了。其他的楼盘在保安和管理上都有自己的特色，而且和我们不相上下。就拿上述两个楼盘来讲，星河湾的保安穿的是蓝色制服，戴的是蓝色鸭舌帽，站姿是两脚分开与肩同宽，双手背后交叉。而美林湖畔的保安穿的是一身夏威夷服，正配合炎热的夏日。这两个楼盘的保安都配合了楼盘悠闲、轻松、渡假式的风格，避免了那种不协调的拘束。不过，话又要说回来，每个楼盘的定位都不同。过于死板的比较也没多大意义。

我们应该吸取星河湾和美林湖畔花园两个小区的养分，扬长避短，在管理人文环境、公共配套等方面都应仔细推敲斟酌。我认为硬件的`高标准投入、人员的高素质服务、管理的高起点突破至关重要，是打造金碧\*\*的有效途径

**展会工作总结个人收获香水4**

>展览前的准备工作：

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。

>展会期间的注意事项：

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。

2.对于新客户：主动接待客户，尽量留下对方网络的联系方式，包括MSN或SKYPE，方便以后联系。和客户聊天时，尽量了解对方公司的性质(是贸易公司还是厂家)，主要采购的产品和基本要求。

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PI，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：

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。

**展会工作总结个人收获香水5**

今天去参加了HP双核服务器的产品推广会,感想颇多,自己搞服务器也有近7个年头了,总觉得服务器发展到现在基本上已经算是到头了,大有被高端PC取代之势,但今天一看好象服务器要走的路还没到尽头、这次最大的感受是HP服务器的几大部件都采取了新的技术，又有新东西可以研究喽。

首先是服务器紧跟PC潮流,很快推出了双核CPU产品,自己一直都认为双核用在服务器上是最合理的,毕竟个人计算机处理能力有限,而且一般个人计算机要处理的任务实在没那么繁多,用超线程已经算奢侈了,再用双核简直是牛刀宰鸡。而对于服务器而言，意义就不一样，服务器本身就\*\*多任务多线程处理，以前靠的是多路CPU的配合可以实现，或多台服务器的负载均衡达到整个资源整合的效果，现在加上双核，更是如虎添翼，运算速度和处理能力得到\*\*的提升，更能彰显服务器在网络当中的核心地位。

内存技术的变化好象不是很大，顶多是全线采用DDR2总线的ECC内存。倒是硬盘的变化满大的，现在HP的服务器全面采用了SAS硬盘，这种硬盘是串行总线接口的SCSI硬盘，取代了以前的并行总线接口，一个\*\*芯片可以有两组输出端口了，不象并行的，一个端口就要有一个SCSI\*\*器，而且速度也有了提升，体积也更小，扩充性也高了不少，高端用SAS，低端用SATA，这个是不是今后服务器硬盘存储的总体潮流呢?另一个让我感兴趣的.就是高智能网卡，它本身整合了TCP/IP的分包功能，把这项运算从繁重的CPU处理中\*\*出来，网络访问速度得以提升，而且网卡集成了ISCSI\*\*器，使得客户不用在单独购买光纤通道卡就可以把服务器接入SAN环境中，真是个好东东，不知道这款网卡能不能脱离HP的\*台应用到其它品牌上去。

以前对HP的软件用的很少，什么ILO，INSIGTMANGER，多是客户不要求也就懒的装了，这次听了介绍，好象管理功能满强大的，而且有一款产品可以完成一台服务器到另外一台服务器的安全迁移，包括系统，数据，应用，这满值得关注的，可惜工程师现场演示不是很成功，散会后我也没时间看他重试了，以后有机会再试验啦。

罗嗦了一大堆，好象是在给HP打广告，其实多研究这些顶级厂商推出的新品，才能把握技术潮流的走势，自己也不至于落伍。原以为没什么技术发展的产品也能做如此大的技术更新，看来要学的东西还很多啊。

——参观楼盘心得体会3篇

**展会工作总结个人收获香水6**

一年来，全镇广大干部职工认真贯彻市经济工作会议和全镇工作经济会议精神，继续推进“工业立镇、商贸活镇”战略。积极对外招商，拓展会展市场，同时鼓励本镇企业“走出去”参加布展。现将我镇\_\_\_\_年会展工作情况和\_\_\_\_年工作思路总结如下：

一、\_\_\_\_年度会展工作总结

一是加强组织领导，形成工作合力。会展工作是一项具有蓬勃发展潜力的新型工作，同时这项工作又涉及各个职能办公室，为此我镇于年初就把会展工作纳入重要议事日程，并系统列入镇年度目标考核内容，成立了镇会展工作领导小组和会展办公室，配备了联络员，进一步加强了领导，明确了分工、落实了工作职责，形成了线上工作分头抓，中心工作共同抓的局面，确保工作顺利展开。

二是理清工作思路，制定会展计划。镇会展工作领导小组在认真分析我镇会展经济发展现状，在年初，召开了会展工作会议，经仔细研究，并结合任务要求，研究制定了切实可行的会展工作计划，以办好一节(杨梅节)、配合好二会、组织好三展为工作目标，细化职能，使会展工作有章可循。

三是加大宣传力度，营造良好氛围。为进一步做大做强会展产业，提高知名度，镇专门召开专项工作会议，研究部署会展工作。通过召开企业老总座谈会、各类会展推介活动等形式宣传办展环境，充分利用广播、有线电视、宣传窗、黑板报等手段加大会展工作宣传力度。例如在杨梅节期间，我镇各主要道口均设置醒目宣传标语、标牌，极大地展示了马渚镇特有的西山白杨梅文化。

四是找准自身定位，积极配合参展。我镇积极响应市委、市的号召，根据会展办的总体安排部署，充分挖掘自身潜力，不断鼓励辖区内符合要求的企业参展。其中，积极配合市组织的“二展”，今年我们共有二家企业参加会展，共有126平米的展览面积，取得了较好的效果，得到上级一致的好评。组织好本地企业参加二期广交会，\_\_\_\_年，全镇共有48家次企业参加广交会，用有展出摊位60只。积极组织参加了第十二届浙洽会和市洽会。同时积极组织参加第10届中国国际日用消费品博览会。同时，积极配合市级的各种会展工作，有宁波汽车零部件展，中小企业对接会，\_\_\_\_中韩设计对接会，\_\_\_\_年小家电设计大赛等等。

二、\_\_\_\_年会展工作思路

一是加大引导，不断调动企业参展的积极性。\_\_\_\_年我镇将定期召开规模企业负责人座谈会，深入研究会展工作，逐步提高企业参展的意识，促使企业深刻理解展会是市场与企业互相了解的重要途径和发展手段，通过产品的展示能吸引客户，拓展和建立市场，展会也是企业走持续发展的重要平台。此外，积极组织好塑博会、小家电博览会、宁波汽车零件展等参展活动。

二是积极调研，以展会助推产品产业转型升级。深入调研马渚镇各行业及块状经济的发展动态，把握发展趋势。同时密切关注国内外知名展览机构在新兴产业领域开办新展的动向，从而做好双向互通工作，引导企业与之对接，自愿配对，积极参展，实现马渚企业在产品产业转型升级的新突破。

三是整合资源，进一步挖掘会展潜力。进一步整合展览资源，充分利用现有的工作资源。同时更加重视系统外展览工作资源的整合，进一步加强与市会展办和其他展览机构的交流与合作。高度重视专业队伍建设，以为人本，探索建立展览业务人才的培养与发展机制。

**展会工作总结个人收获香水7**

20XX年，面对甲型流感和国际金融危机等不利影响，全市会展业高举科学发展观大旗，以“城乡统筹、四位一体”科学发展总体战略为统领，紧抓“灾后重建、扩大内需、试验区建设”的“三个机遇”，用统筹城乡的思路和办法，按照“全域成都”的理念，实施“品牌化、专业化、国际化”会展业总体发展战略，加快“中国国际会议目的地城市、会展总部集聚区、中国节庆活动中心”建设，在会展经济规模、拉动作用、产业知名度等方面均创历史新高，实现了会展业又好又快发展，为展示成都震后新形象，促进服务业快速发展，提升城市知名度作出明显贡献。

>一、20XX年全市会展经济工作情况

(一)主要特点和成效。

1、会展产业发展呈加速度态势，行业运行质量较高。

统计显示，预计20XX年全市会展业直接收入亿元，增加值亿元，同比增长，超计划目标个百分点;共举办各类展会节庆活动320多个，同比增长，其中专业展会100多个，论坛和学术会议100多个(全市全年举办各类会议万个，大型综合专业论坛和学术会议100多个)，节庆活动120多个;全市展览总面积达170万平米，同比增长。

在世纪城新国际会展中心举办的82个专业展览会，平均规模超过1万平米， 5万平方米以上的大型展会达8个，增加3个;在娇子国际会议中心举办的XX多场会议中，平均参会人数超过300人。

2、经济拉动作用显著，会展产业链竞争力增强。

20XX年，全市参展参节参会人数超过7240万人次，其中外地来蓉人数超过1062万人次，直接带动旅游、广告、餐饮、娱乐、交通、信息通讯等服务业的发展，拉动消费亿元，增幅超过22%。

沿海和香港、台湾等地来蓉设办事处和分公司的会展企业新增数十家。

其中世纪城洲际集团的效益排名其全集团亚太区各分部效益第一。

3、展会品牌影响力突出，行业知名度提升。

20XX年，我市专业展呈现出规模明显扩大的趋势，第80届全国糖酒会、第10届成都家具展、第12届成都汽车展、第10届西博会、第62届医博会、第62届药交会等展会规模均在8万平米以上，同比增长均超过20%以上;论坛和会议规格、规模普遍提高，如亚欧减灾能力建设研讨会、第七届软洽会、第八届中国律师论坛、20XX国际茶叶大会、首届中国成都新能源国际论坛、20XX全国泌尿外科学术会议暨全球华人泌尿外科会议等;节庆赛事活动影响力持续提升，如第六届美食旅游节、第二届中国非遗节、20XX年成都购物节、成都啤酒节、第五届会展文化节、20XX世界电子竞技大赛总决赛等。

20XX年，我市在国内外会展业界内的影响迅速提升，被誉为“中国会展经济的领跑者”。

继20XX年中国贸促会将成都与北京、上海、广州、大连列为中国五大会展中心城市，20XX年，成都被业界评为“中国十大会展城市”、“中国十大魅力会议目的地城市”、“中国十大节庆城市”等。

4、会展国际化程度提高，推动成都对外交流合作加快。

20XX年，成都会展经济国际化水平明显提高。

其中：糖酒会首次设立1万平米国际红酒专馆;医博会3000家参展企业和12万客商中国际化程度超过60%;亚欧首脑会议的45个成员国和相关国际支部的代表出席亚欧减灾能力建设研讨会;第十届西博会有来自55个国家和地区的4938家企业参展，6位外国政府首脑和27个国家的70位部长级官员、驻华使节，以及全球88个国家和地区的嘉宾出席;20XX世界电子竞技大赛总决赛有来自65个国家和地区的600位世界顶级选手参赛。

(二)主要做法。

1、实施三大会展经济发展战略，加快“会展之都”建设步伐和会展产业科学发展。

20XX年以来，成都创新实施“品牌化、专业化、国际化”会展业总体发展战略，全面提升会展经济整体实力;实施“三步走”阶梯式发展战略，即20XX年建成中国中西部会展名城，20\_年建成亚洲内陆会展名城，2025年建成“辐射全国、面向世界”的国际重要会展名城;实施把成都建设成为“中国国际会议目的地城市、会展总部集聚区、中国节庆活动中心”三大具象目标发展战略。

20XX年取得了显著成绩，其中第一步目标今年提前实现。

2、创新申办机制，提升会展业国际化水平。

在京设立联络处，加强与国家部委、行业协会联系，申办到20XX全国泌尿外科学术会议暨全球华人泌尿外科会议等9个项目;整合部门资源，联合申办到第八届中国律师论坛(已办)、第20届中国图书博览会等;深化与中糖集团、国药集团、欧盟国际商会的合作，提升糖酒会、医博会、药品会、欧洽会等展会的合作层次;拓展与英国励展博览集团中国公司、中国电子展览集团、华博励展、中国机械联合会、阿里巴巴公司的合作，引入并定点打造中国成都微电子展、中国西部电子展、中国西部礼品展、中国西部制造业博览会、中国网货交易会等。

3、优化会展发展环境，提升办展办会水平。

完善会展政务服务“一站式”工作机制，对不同规模和档次的展会实现分级服务和管理。完善会展统计工作，对大型展会节庆活动开展专项调查，加强产业运行质量监控。对市政府举办的.重点会展节庆活动实施招投标制度，引入行业优势主体、知名策划公司、广告公司、展览企业办展办会，保证了我市自办品牌展会节庆活动的提档升级，如美食节、软洽会、西博会成都馆、购物节等。成都会展行业协会、成都旅游行业协会、成都餐饮同业公会等协会支部100多家企业发起并建立会展旅游联盟。

4、立足全域成都，推动区县节会经济大发展。

将美食节、购物节等重点节会向二、三圈层区(市)县延伸，扩大品牌覆盖面。以“城乡一体化、扩大内需”为目标，按照“一区(市)县一主节”原则，扶持每个区(市)县重点打造1―2个品牌节会。统计显示，20XX年区(市)县节会活动超过110次。

5、加强营销推广，提升会展产业知名度和城市美誉度。

以营销成都为目标，联合相关部门策划并启动上海世博会成都市相关活动。与市委宣传部、各大新闻机构合作，分阶段有重点开展会展产业和重点展会宣传。将糖酒会、软洽会、西博会、医博会、药品会、律师论坛等展会作为对外交流合作平台，宣传城市和行业。发挥贸促会渠道优势，利用国际经贸活动平台，先后在韩国、法国、巴西等国以及香港、台湾地区开展推广。全面展开与《中国会展》、《会展财富》等5家会展专业媒体合作以提升我市在会展业界的影响。

(三)存在的不足和问题。

虽然20XX年我市会展产业保持了高速增长，但是面临的问题和困难依然突出：一是西安、重庆、武汉等中西部城市超过20万平米新场馆近两年内将投入使用，追赶势头迅猛，对我市会展场馆硬件设施形成挑战，对展会申办形成更大压力;二是国际国内一流的品牌展会的缺乏，影响了我市会展业地位的进一步提升;三是我市会展节庆活动的国际化、专业化水平还有待大幅度提高，特别是要进一步加强本土会展龙头企业和专业人才的培育。

>二、20XX年会展经济工作计划

(一)总体要求和主要目标：以“统筹城乡、四位一体”科学发展战略部署为指导，发挥城市比较优势和会展先发优势，深入实施“国际化、品牌化、专业化”会展业总体发展战略，实现会展业的跨越创新科学发展，全面推进“亚洲内陆会展名城”建设，加快“辐射全国、面向世界的会展之都”发展步伐。

20XX年，全年计划举行会展节庆活动360个以上，会展产业直接收入增长20%，超过30亿元以上，拉动消费270亿元，5万平米以上展会8个，新申办展会10个以上。

(二)重点工作：

1、规划先导，全面提高“会展之都”建设水平。

深化《成都建设“会展之都”课题》研究，按要求制定《成都市会展产业“十二五”发展规划》专项规划和《中国国际会议目的地城市建设发展规划》单项规划。主要确定成都会展的国际目标定位、重点发展领域和功能区、重点打造品牌和龙头企业、政策措施等。

2、以打造对外交流合作平台为主线，加强自办品牌培育，办好承接展会。

高起点策划并创办2个国际论坛;承办好全国糖酒会、全国书博会、全国药交会、全国药机会等;巩固并提升自办品牌会展节庆活动，自办展有西博会、家具展、汽车展、电子展、礼品展、鞋展等;节庆活动有美食节、购物节、桃花节、放水节等;论坛和会议有欧洽会、软洽会、新能源论坛、网商大会、化工新材料论坛、零售商大会、医学论坛、环境论坛、美食论坛、统筹城乡论坛等。

3、扩大招展引会网络，增强展会申办效果。

推广成功经验，进一步创新展会申办北京联络处工作，并联合部门和企业在上海、香港等地增设联络处。加强与国家外交部、商务部、发改委、中国贸促会等国家部委和国际支部驻京沪机构的联络，申办更多、更高规格的国际会议。探索创建国际大型展会申办基金，整合资源，加大申办资金投入。进一步细分会议市场，重点申办高端国际支部行业会议、企业年会、奖励旅游会议。同时，完善国际国内大型专业展会主办单位和关键人士的激励办法。

**展会工作总结个人收获香水8**

从上海到广州、再到深圳，很感谢公司能给我们提供这么好的参观学习机会。这次机会对我来说，实在难得，开阔视野的同时，也亲身感受到目前房地产发展的现状。

一路上高高耸立的楼盘、车流不断的马路、行走匆匆的人群，都让我不免感叹于现代化都市快速生活的节奏。心中不免有一丝恐慌，假如我在这/个人工作计划里的话，能否有我一丝立足之地呢?我想，这也是公司为什么安排我们学习的原因之一。

要想在社会中不被淘汰就必须不断学习、不断进步。领略体会到优秀楼盘的至高水\*，为以后自己的工作提供了很多前瞻性、丰富的思路和工作方法。

公司\*\*了为期6天的外出学习，一路来考察学习了数个楼盘，亲眼目睹了多个\*\*一线开发商的开发项目，从视觉到思想上都受益匪浅。

以下是这几天来的一些心得体会：

>1、项目规划因地制宜

规划设计是前期重中之重，我们今后接盘操盘必须认真研究

众所周知，房地产项目的前期规划设计是至关重要的一环，它直接决定了项目的产品类型及营销推广方向。项目前期规划设计是否符合市场要求，是否具有创新性亮点，是否有效地整合和利用了项目现有的资源等等，可以说是项目的第一生命线，也是项目成败的关键。

不论是我们这次考察所接触的高端项目，还是我们\*常接触的区域的各个项目，我们不难看出，好的前期规划对后续产品的营销推广都有极大的推动作用。我们所看到的波托菲诺，除了品牌优势外，很关键的一点就是因地制宜为产品创造了很多附加值，湖景和别墅的规划布局都让产品增值不少。

>2、景观绿化极为精致

本次参观的几个小区，除万科、汤臣一品、碧桂园未能进入外，其它的小区均允许进入内部参观，其景观设计及绿化设计乃至后期的管理均及其细致，处处给人以新颖、赏心悦目的感觉，好像进入了风景区或者是一个别致的花园。这几个项目对景观的投入对项目的销售起到了极其重要的作用。

>3、精装交付

准现房、现房、精装现房到真正拎包入住的房源将是趋势。从这次考察过程中我们发现，这些楼盘都在做精装交付。那么同时也给我们提供了一个新的思路，从房地产/电工工作总结发展的趋势来看，准现房—现房—精装现房，也有可能到真正的拎包入住的房源。精装交付将是一个不错的营销推广思路。也就是我们这次的商务广场项目。

>4、广告推广简约明了、主题突出、大气自然

一路从广州到深圳，大型户外看板广告我们所见并不多，相比之下，从临近项目现场的道路两边到项目内场，灯杆旗广告倒是每个项目必有的。不论是从项目周边的围墙还是灯杆旗广告，它们都有一个共同的特点：简约而不简单。但我们操作的项目来看，它们这种方式也许并不适合，就像我们所说的：只选对的，不选贵的。但是简约明了、主题突出、大气自然的文案和版面风格是值得我们学习和借鉴的。

>5、细微之处见功力

正如大家购买普通商品一样，商品房它也是商品的一种，大家都希望买到“物美价廉”的商品。与此同时，随着生活质量的提高，人们对品质生活的要求也越来越高，于是我们发现我们时常挂在嘴边的“服务”。其实可以简单到你开车过去的时候，他已经早早的站在那里，准备着给你敬礼，并为你打开门栏，除此之外，整洁的路道，有序的施工现场。这就是细节的功力，也正是这些无声的细节，才是真正有说服力的广告 21世纪的竞争是服务的竞争，做好细节服务，正是日趋成熟的房地产市场的核心竞争力，在这个区域聚集了众多实力强劲的开发商，他们不再是比拼谁的广告打的多，谁的广告打的响，而是在用行动告诉消费者，我的房子值这么些钱。

——参观酒店心得体会\_心得体会3篇

**展会工作总结个人收获香水9**

5月12日下午,参观了星河湾、美林湖畔花园同时也看了金碧世纪花园，回来后颇有体会。

星河湾和美林湖畔花园在布局上、规划上都各有千秋。

星河湾突出的有几点：一是环境卫生方面做得比较突出，给人感觉整个园区干净、整洁包括扶栏都是一尘不染;二是绿化养护方面管理得当，绿化地清洁，花木生长茂盛，没有杂物，没有坏死现象，并对较为名贵、稀有或数量较大的品种在适当的地方用标志牌对其名称、种植季节、生长特征、管理方法等都做了\*\*，可见管理人非常熟悉花草树木的名称、特性和培植办法。三是优质的服务，走进物业管理公司，看到的是他们那微笑服务，热情对待住户，做到了住户有问必答，有求必应，为住户解决实际困难，对任何人、处理任何问题都做到文明礼貌、耐心、细致。

美林湖畔花园整个园区都突出了它独特的一面，不管是从建筑还是其它设计方面还是保安的着装方面都感觉身在异国他乡，走在园区真让人心旷神怡。

从参观两个园区可以看出在布局是合理的，设计上是科学的，功能上是齐全的，配套是完善的。从外观上可以看出有一支年轻、专业齐备、业务熟练，思想活跃的管理队伍。在物业管理上无不体现时时事事求创新，坚持高标准、高起点、严要求。

再看金碧世纪花园，相比之下不足之处自然暴露出来，不管是从环境卫生还是建筑方面均无法相比。

相对比，金碧世家物业管理公司在工作上也还存在着一定的差距。作为行政主管，我深深感到自身工作的不足及压力，因为公司的生死存亡我有很大的责任。为有效地避免某些环节工作的沉淀和盲点，使办公室工作处于最佳状态，首先培养全局观念，从公司的整体需要出发，以公司最高效益为自己的工作宗旨。第二是具有强烈的参谋意识，在各个方面当好\*\*的助手，充分发挥办公室在公司的作用。第三把工作效率和工作质量作为自己的首选目标，力求处理事情迅速准确，事半功倍。我相信只要有决心、有信心按照许\*的要求和标准，按照公司\*\*的要求把本职工作做好，定能为集团公司打造\*\*，重塑大恒做出贡献。

**展会工作总结个人收获香水10**

20xx年xx月17日，在学校\*\*范校长和李\*\*的带领下，我们一、二年级的班\*\*来到了云良小学，就他们常规管理、综合课程实践、课堂\*\*、学科评价、学生德育、校园文化、学校建设、教育科研、新教育成果等诸多方面进行了半天的参观学习。不看不知道，一看真奇妙，一进校园给我们的感觉校就是校园处处洋溢着清新、宁静却又不乏生机的人文气息。通过学习参观，我开阔了视野，也\*\*了思想。现将本次学习参观的收获与体会汇报如下：

迎着清晨的阳光我们走进云良小学的校园，前来参观的人络绎不绝，这里汇集着全镇的“精华”。在参观全校的资料室时，一系列的成果展示让人眼花缭乱。进入各展室，可以看到几块显眼的展板，展示了云良小学的办学理念、教育思想、教学特点等，各处又有提示牌，有按科目分类的手抄报，有文化牌，有教师的语录和部分学生作品等。该校的突出特点是：“以讲学稿为载体，进行课堂教学。”他们把国家课程与地方课程整合，使之效果化。师生共同使用其文本，共同探究，师生互动，以此稿贯穿整个教学过程中。备课采用20字方针：“提前备课、轮流主备、集体研讨、优化设计、师生共用。”三个步骤：①学习目标；②课堂研究；③拓展延伸。设想是：“关注细节，反复坚持，适合自己的才是最好的\'东西，不放弃每一个学生。”他们要求学生每天写学后记，写有哪些收获，有哪些问题，教给学生会反思。要求教师每节课都要写出教后，不断总结归纳教学得失，使教师的业务水\*不断提高。随后，我重点看了学校校本课程的开设情况。学生作品的展示，及教师们的认真指导，表明全校师生\*时态度的认真，而且一些过程性的`材料亦很充足，仿佛让人看到他们努力的身影。学校墙报作品不仅把艺术惟妙惟肖地展现了出来，也提高学生对生活中的艺术现象的关注程度。

云良小学，给我留下了深刻的印象，学生时时处处沐浴在有效教育的氛围之中，在学校中形成“我读书，我成长，我快乐”的浓厚氛围。以读书为突破口，让学生从读书中汲取有效教育的文化，在合作中积累知识，丰富精神生活，增强综合素质。

在云良小学，我感触较深的几个地方：

（1）每个教学班前门外侧都有一个十分精致的小板块，其形式和内容新颖。

（2）教室前后走廊里有：学生优秀成果展、名人字画、常规\*\*栏等。

（3）教室内墙壁上有：富有个性的班名，如：“腾飞班”，有誓言、学习小组评价表，有条幅：“我参与我快乐，我自信我成功”、“自主课堂我参与我快乐”。每个教室靠走廊一侧的窗子上均有一句话，如：“勤于动手，善于动脑”、“学会微笑，学会尝试”、“尊老爱幼，\*等待人”、“讲究卫生，爱护公物”、“劳逸结合，积极思考”、“真诚友爱，礼貌待人”、“严于律己，遵守公德”等，就连教室的外侧窗子上都有提示语：“勿探头、探身，危险！”，确实用氛围和环境影响学生，成就学生。

校园处处洋溢着浓厚的文化氛围，校园文化建设让人切实感受到了学校以生为本、给学生搭建多样化的成长舞台的先进理念，但云良小学的文化不是看这些形式，其文化核心渗透在学校管理、教学活动中。

路途的奔波实在让人苦不堪言，但是这半天的所见所想何尝不是劳累后的回报。为收获而欣喜!

**展会工作总结个人收获香水11**

不知不觉间我已经在巴夫特肥料有限公司工作了两个月。可谓感触颇深，最令我缅怀的是期间开的这几个大的会议，它不仅让我开阔了眼界，更让我增长了业务知识和经验。同时，能近距离的面对面接触如此多的准客户，对我来说也是一笔很大的财富。

(一)济南会

济南一行，收获很丰厚。因为是在本省又是植保会，可能公司考虑到这一点并没有安排展位。我们在展厅门口摆摊来推销我们的产品。参展单位以农药行业最多，再次为肥料行业。农资行业，肥药是不分家的，许多老农资以前专搞农药，但近几年他们明白农药的销售淡季正是用肥季节。聪明的农资客户应该不会放过这一赚钱的机会。所以在会上我们接触的很多客户并没有作肥料，但他们都说已把售费列入他们的计划。可见未来的肥料市场多大啊!

在茫茫热海，穿梭人流中，如何让潜在客户在你的展位前驻足这是所有厂家为何用五花八门的宣传方式来吸引客户的原因。从宣传方式和力度上来看，可以看出农资行业竞争何等激烈。多数厂家舍得花钱也懂得了广告宣传的重要性!我们要学会找卖点，开发新卖点，用这些来吸引客户继而谈合作意向。

为了找到一个好的位置来布展，我们很早就起床甚至半夜就起来占地方。苦是哭，但是值，因为我们用最少的投入换来了最大的回报!

(二)成都会

成都会应该是这几个会里公司投资最多的一个会。我们也明白应该通过努力使投资与回报成正比。所以在会议期间，同事们都相当卖力。大家都很默契，抛开以往的所有不开心共同布展，集体行动，行动迅速听指挥，团队的力量在此次会议上体现的淋漓尽致。

此次会议由磷肥工业协会\*\*，专业性强，全国各地的肥料厂家各领风骚，也使得在抢占客户的问题上竞争更加激烈。但是会上客户并不是我们想象的那么多，不过应该来说地区分布相对均匀，全国各地的都有。我们的展位虽然不是特展，但与同区同行来说可谓鹤立鸡群，独领风骚。因此到我们展位的客户都对公司产品与品牌很感兴趣，而且大户较多。有了两次展会的经验，我已经能准确分辨客户与厂家了，而且学会了如何面对!

路上，我们又说有笑，观赏沿途风景;

旅馆里，我们养精蓄锐，随时待命;

布展时，我们齐头并进，最快最好的将展位布好;

会场上，我们精神饱满，慷慨激昂，尽量留住每一位准客户...

这是一次成功的展会!

(三)沈阳会

沈阳会为东北地区的土肥大会!东北地区，地域辽阔。农业土地分布广阔为肥料厂家必争之地!因此此次展会虽为地方性展会，但与会厂家并不少。我们在布展时充分利用每一寸展位资源，田经理将乐义展牌黏贴与展位前立柱上，起到了很好的宣传效果;王经理将易拉宝放于后门前展位旁也很醒目!

展会期间，客户相对集中，大都在上午9：00--下午2：00之间，其余时间客户较少。东北地区多为大田用肥，因此我们准备了足够的氨化造粒大粒样品，事实也证明我们的准备是正确的，很多客户看了样品后都很感兴趣，争相要样品递名片。我们在东北地区合作的客户并不多，因此开发新户是很有必要的，也更体现了此次展会的价值!很多客户对产品感兴趣，但一听报价就跑了，为何?个人认为现在市场上流通的货大部分还是原先经销商的库存，新货并不多，由此也可看出化肥涨价并不一定是坏事，相反他给了我们更大的市场运作空间，谁把握著这个机遇谁就是赢家!

(四)宁波会

宁波会为全国植保会，参展单位大多为农药行业，肥料行业很少，可能公司考虑到南方市场需要开拓和此次会议面向全国，因而设立展位。南方市场多数农用地为水稻瓜果蔬菜地，因而冲施肥是此次展会不可忽视的展品。但毕竟是植保会，肥料客户相对教少。不过凡是对公司产品感兴趣的肯定是有志向，这反而减少了我们对客户的挑选，而且有更多的时间与客户交谈。使这些客户比以往会议上的潜在客户更加了解我们的产品，因此此次会议虽然量不大但质绝对高!

——开学班会心得体会

开学班会心得体会

**展会工作总结个人收获香水12**

在公司做销售这么多年，经常跟随公司参加国内各个行业举办的专业产品展示会，现在的展览会已经不是简单意义上的展示产品、推销产品、购买商品的场所。现代展览会已经快速发展为交流和获得信息的中心。参加展览会也成为了企业整个市场拓展工作的重要组成部分，推广和宣传公司品牌展示企业实力和形象的绝好时机。

参加多次的产品展会，略有心得，希望与同事共享。

>一， 展前的准备：精心策划。

销售人员接到公司的参展通知时，就开始准备本次参展的前期工作。首先就是：

客户的邀请。展位确定下来后，其中很重要的一项工作就是遍发英雄帖，邀请客户届时参观你的展位。邀请函要注明展会的名称，时间，公司的展位号，参展人员及联系方式，顺便也可附带一下最新推出的产品。邀请的时间一般在展会前一个月左右。这样做的好处有很多，首先，你告诉客户你参展了，是在传递你有实力参展的信息;其次，参展商由被动的等客户变成主动请客户，效果更加明显;再者，面对面的沟通要比电话或邮件沟通要容易的多。参展时公司往往配备专业的技术工程师，面对面的沟通更能了解客户的产品需求及应用，能获得事半功倍的效果。

产品知识再学习：对于参加专业产品的展示会，参展人员一定要对自己本公司的参展的产品知识有更多的了解，以便我们在会议期间正确的引导客户。我们公司与其他公司不同，产品领域涉及比较广泛，因此要针对此次参展的重点来学习相关的产品。比如：光电展就多学习了解陶瓷插芯及陶瓷套筒方面的知识。上海电子展多学习片容片阻方面的知识。LED展就多了解我们的LED陶瓷基座方面的知识以及他们所有的应用等。

>二，展中细节：保持斗志，胆大心细。

如何会出现以上标题?参展前的各项细致的准备都是为展会做铺垫的，参展中与客户的交流至关重要。细节决定成败，在参展过程度需要注意一些细节：

保持斗志：参展人员一定要注意自己在展会中的形象，站立迎宾，精神抖擞，良好的精神面貌不但体现了公司的活力和蓬勃向上的氛围，更能向客户展示自己的良好素养提升客户与我们合作的信心。

胆大心细：面对光顾展位的客户，不要胆怯，要主动打招呼，观迎进来参观。但是专业性的展会会有很多同行参展，所以对于与竞争对手的交流，要做到有所保留，但更需要互相的沟通交流，尽力从对方的言谈中，了解到行业信息。做到知己知彼，方能百战不殆。因此参展也是对同行进行全方位了解和摸底的关键时刻。

接待老客户：1，询问客户对以前使用的产品有何建议。2，询问客户将来需要的产品及具体的数量。3，了解客户与三环后续合作的份额及规划。

接待新客户：了解对方是厂家还是经销商，主要生产产品，所需求产品的数量。因为在展会期间来访人员比较多，不会沟通很长时间。因此要留下对方详细的联系方式，若来访人员不是采购，请对方推荐并索取采购人员的联系方式，以便后续跟踪联系。

资源收集：销售人员信息渠道非常重要，因此在参展难得的机会中，建立后续行业信息来源的渠道。与媒体或客户互留产品宣传资料，索取样本。起到资源互补共享的效果。

谨防探子：展会上经常会碰到同行中的探子，他们会扮作客户来套我们的价格和我们的产品宣传资料及技术甚至客户资料，所以对此我们的参展人员要保持高度的警惕性。对于索取我们资料的人员，我们需要详细询问他的需求及他们公司情况，根据判断来分析是否后续的进一步接洽。

>三，展后总结：整理资料，及时跟进。

参展结束，只能说工作只进行一半，真正起作用的是展后及时跟进。这时我们需要做到的是：

客户分类：根据展会上与客户谈判的过程及结果，将客户分为正式客户，潜在客户，无效客户。这里的正式客户是指老客户。潜在客户即指对我们的产品有明确的订购意向，只需进一步跟进，确定一些细节即可订货的客户。无效客户指仅在展会留下名片，没有进行过交流，且对方仅是收集一些资料的客户。将展会期间的客户记录进行梳理，与客户对应起来，再做进一步的沟通接洽。

联系客户：给客户发邮件，邮件中体现出参展的内容，感谢客户的关注。对重点客户要重点联系，先联系重点客户，分清主次。若参展中有与客户的合影照片，顺便发过去，做为纪念。

回复客户：邮件发出去以后，陆续会收到一些回复。对这些回复要认真阅读，掌握客户的真实的想法，针对客户的回信内容及时复信。如果客户需要就某产品的报价，那就专门为客户制作报价单。

再次跟进：如果客户对我们的产品及价格比较满意，我们就诱导他购买产品，按照公司销售程序，进行初期合作。如果我们发了邮件，客户没有反应，一个礼拜后再发一封与上次有所变化的邮件或电话询问结果。以便我们确定此客户后续合作的可能性。

公司参加专业性的行业展，不但能在同行业中秀出自己公司的产品实力，更贴近的服务于客户，也并能从相同参展的客户当中，看到自己的不足，不断完善自己。也许从某次的展会当中，不能立竿见影的见到成效，接到很多的订单。但我相信通过公司的大力宣传及推广，再加上后续开发工作的跟进，多与行业里各方面的信息融汇交流，让专业的展会真正的成为服务于我们的品牌的推广，产品的展示及公司实力的展现，因此让三环的品牌效应遍布中国，走向世界。

**展会工作总结个人收获香水13**

根据课程的需要，我们于20xx年参观了两个织布的工厂。有这么好的机会到布料生产厂生产现场，能够亲身去观看布料的生产制作过程，让我更深一步地了解理论与实际的差别。

我们首先参观的是\*\*\*公司厂区，这家工厂生产的布大多是出口用于工业使用，向导带领我们参观了从棉花开始，一向到成品布的出现的整个过程;再到布的切割，到整个产品出现的过程。

之后又来到\*\*\*公司的工厂，这家工厂生产的布就是普通的，我们在嘈杂的车间里，见到了织布机，明白了经纱纬纱织布的过程。又看到完成的布还要经过严格的检查才能够通个合格，这让人感到严谨。由纱线到布匹，这样的过程最后是亲眼见到了。

在两家工厂里，整个车间，看到次序井然的工作程序，那些先进的流水线，那些熟练的技术水\*，完全会感觉到现代化的管理。但是，机器却是很喧嚣。走在车间，那些管理和效率还有各种的.机器吸引了大多的同学。

从这次参观我也学习到了很多有关布匹的知识，也让我认识到了一些自身不足，课本的知识毕竟有限，而且死板，要亲身实践才能更有体会，过程才是最重要。这次的参观，让我了解到了工厂的规模水\*、生产流程以及现代化的管理水\*，在以后的学习中相信会有较大的帮忙。

参观实践学习能够增强我们的感性认识，帮忙我们掌握基本理论专业知识，为后绪课程的学习打下基础。

这次\*\*\*厂参观实践学习不仅仅让我学到了许多在课堂上根本就学不到的知识，而且使我开阔了视野，增长了见识，为我们以后更好地把所学的知识运用到实际工作中打下坚实的基础。透过生产实践使我更深入地掌握服装材料知识，进一步了解织布工作的生产流程，了解布料生产过程中的理论与实际理论知识，与实践紧密结合起来，培养实际工作潜力与分析潜力，以到达学以致用的目的。

——展会心得体会 (菁选2篇)

**展会工作总结个人收获香水14**

近日，我有幸参加了公司\*\*的xxxx酒店参观学习活动。能够在这家由\*人自己设计建造和管理的第一座五星级酒店里呆上一天，确实能给人不同寻常的完美体验。从酒店结构来说，xx酒店是由xx国际管理有限公司按照国际五星级豪华商务酒店的水准来进行管理的，因而它无论在硬件设施、服务质量、或者相关服务上都能做到首屈一指；从管理哲学上来说，xx酒店正是得益于其每个细节都能做到五星级的标准，才能在竞争激烈的xx高端酒店市场独占鳌头。

这次的参观让我对xx酒店的几个方面印象深刻，其一便是酒店的装饰与布置。众所周知，一家酒店无论是几星级，看一眼室内装饰便可略窥一豹。它不仅能给人美的视觉体验，更是让人时刻可以品味到这所酒店的文化气质。例如酒店中不同价位的客房，虽然在价格上各有高下，但是从家居、布局到灯光、设备，无不都透露着五星级的感受，让你仿佛享受到了国王般的礼遇。当你一进入xx酒店，首先映入眼帘的就是树根直径约一米有余的大理石石柱，然后便是那金碧辉煌的灯影效果。除了绚烂的大厅外，楼上还有来自\*\*、韩国、意大利等多个\*\*国家的美食餐厅，以及顶层的一家中式自助旋转餐厅。此外，店内还配有多功能会议厅、美容美发中心、书店等等配套区域，可以说只要你入住了xx酒店，足不出店就可以享受到任何你在世界其他地方想去体验的东西。

除了xx酒店五星级的装饰与布置外，更令我印象深刻的还是酒店的PA管理。众所周知，PA对于任何一家想要规范经营的酒店而言都是至关重要的，特别是在当今快节奏的商务旅程中，也许上一位客人3分钟前刚刚办完离店手续，而3分钟后下一位客人就已经要办理入住空房的手续。在这短短的时间里，一方面考验的是我们协调管理房间的能力，另一方面更是考验我们PA部门快速处理、规范作业的能力。酒店公共区域的清洁工作，若要进行得顺利而又避免对客人构成骚扰，必须事先妥善地编订排班时间，安排每位工作人员所负责的区域和配合酒店各部门的营业时间，以制定\*\*的计划和程序。一般来说，业内都会推行三班制，即早班、中班和夜班。而在xx酒店，则除了这寻常的三班外，还增加了一班巡查人员，作为正常时间外的补充，可以随时协助或直接来执行紧急的清洁任务。

班次的安排还只是第一步，更重要的，还是让PA部的每位员工清楚知道自身所负责的工作范围、区域和工作要求，并且得力争在规定时限内将自己的职责完成。这一方面离不开xx酒店\*常国际化的PA例行培训，一方面也离不开他们高素质的员工，这两点我认为是最值得我们借鉴学习的。其次，在人手分配方面也很有讲究，一般为了避免对客人构成不便或危险，xx酒店的大型清洁及保养工作都是安排在夜班内进行的，因而夜班的人数比较多，而且素质要求也更高。因为既要保障工作质量，又要保障客人的安静睡眠，这也是得我们多从\*常的培训中来寻求解决的。

除了上述所讲的时间及人员安排外，严格的PA员工个人要求也是必要的。例如在这次的参观中，我了解到xx酒店对于男女员工都有如下要求，制服：干净整齐，没有褶皱；工牌：上班时须佩带在制服前胸左上方；头发：干净修剪整齐，女员工若长发则需盘起并戴指定的头花；指甲：整齐干净，不可留长指甲及涂彩色指甲油；嘴：口气要清新，上班前和上班时禁止喝酒和吃带刺激味的食物；香水：只能使用清淡型的香水……等等等等，小到指甲的长短，大到制服的穿戴，无处不体现着xx酒店五星级的规范化、标准化。能有如此标准的服务\*\*、作业程序做保障，也难怪xx酒店蜚声\*\*名扬四海。

在每间客房的内部，PA人员的工作也是从服务细节做起的。例行的打扫完毕后，每间客房里相应功能区域的物品摆放也必须按程序操作。例如行政豪华套间的卧室里，一定会在客人小憩的圆桌上摆上一盘新鲜的水果和一瓶红酒，可折叠式的化妆镜亦能给人方便与便捷；而商务豪华套间的书房里，宽大而敞亮的书桌上必然整整齐齐的摆放着\*\*外直拨电话和一台可以高速上网的电脑，书房旁的小酒吧还能让你在办公之余休息一番；xx套间的会客厅里真皮沙发给人的是一种严肃感，而小圆桌上摆放的几本休闲杂志却能让人在紧张的商务谈判之余享受成功的轻松。

如果你觉得有如此奢华的装饰，如此奢华的客房，xx酒店便可以高枕无忧，那你可就错了。在这次的学习中，xx酒店所开展的各项个性化服务也是很值得我们学习的。除了业内常有的房间送餐、叫醒服务以外，xx酒店还提供照顾儿童、残疾人客房、擦鞋服务、电子保险箱等等体贴的照顾服务，为每位客人解决入住后的一切烦恼。比如残疾人客房就是按照国际标准的残疾人设施进行配置的，充分考虑到了每一位顾客的入住需求；还比如代看儿童的服务，xx酒店里面的娱乐设施足有好几层楼，把孩子交给他们代看，你自然可以安心的办公去了。

通过这次参观学习，我不仅对酒店管理的相关流程有了更新更深的认识，同时对酒店的PA管理有了更多的感悟。我认为我们要想把这个行业做好，则必然需要像xx酒店一样，以标准称王，用服务取胜！

——参观车厂心得体会3篇

**展会工作总结个人收获香水15**

6月30日，在\*国际展览中心，我参观了第八届国际煤炭装备及矿山技术设备展，第五届煤层气体利用及发电设备展，第三届\*\*\*国际煤化工展览会。

总体的感觉就是整个会展，以矿用机械设备为主，与通信有关的企业相对来说不是很多。来到的第一个展位是\*\*富华宇祺信息技术有限公司，此公司致力于智慧矿山的解决方案，此方案有矿用工业PON光网络综合接入系统，KT182矿用CDMA2000无线集群调度系统，KT195矿用一体化通讯系统，KT217矿用TD-SCDMA无线通信系统，现场管理系统等。这套解决方案可以实现矿山的监测\*\*、人员定位、通信联络一体化。井下布设多功能的综合分站，这些分站直接提供百兆光口、百兆电口、RS485接口、电话POTS口、模拟视频BNC口和ZIGBEE无线射频口，完成矿山各个系统的直接接入。每个分站可以接入PLC、矿用摄像机、矿用传感器、矿用电话等，然后这些分站通过核心交换机将数据上传到地面管理中心。

随后来到\*\*化工大学的一个企业的展台旁，此企业主要做的是一些石油化工行业的一些故障信号的检测，主要检测的是振动、加速度等的信号，检测仪的操作系统采用的是WindowsCE，主芯片使用的是ARM9，此检测仪通过外接一个传感器，即可测量所需要的数据。

在一家\*\*MATRIX公司的展位前，通过咨询，我们了解到，MX3是一个运作与单个告诉冗余网络的全矿井通信及监测系统，可以进行追踪，全矿井空气监测以及\*\*传送带。MX3将无线节点系统，以及传统矿井监测/\*\*技术的最佳特性结合于一体，组成了一个维护成本低且操作简便的系统。是\*\*井下矿井开采业内使用最广泛的追踪系统。此系统包括：拥有2年电池寿命的追踪标签，整字键盘蚊子通话器，无线本安(IS)和事故后通信，追踪和空气监测。

这次展会中，\*\*得瑞紫峰科技有限公司也来参展了，此公司的得瑞紫峰综合监测系统，采用的是Zigbee技术，由人员定位系统、无线通信系统以及环境监测系统组成。人员定位系统主要用来跟踪监测井下人员和车辆的运行轨迹，人员通过携带识别卡，车辆通过放置定位卡，来实现实时\*\*井下人员的数量，分布情况，工作路线等情况。无线通信系统主要解决的是井下无线通话问题，实现井下人员之间，井下人员与井上人员之间的语音通信。环境监测系统是对矿井环境的监测，将检测的数据实时的发送到\*\*中心，交由\*\*中心处理。他们的多功能采集器使用的主要芯片是TI的CC2530，可以实现对多种物理信号的测量，最多可以采集16路信号，可以采集包括瓦斯、CO、风压等信号，采集精度可以达到24位，在洞内的通信距离可以达到300米。

通过对展会的参观，以及与展位工作人员的交流，了解到，目前有很多公司将3G网络技术，光纤技术等应用到井下通信当中。Zigbee技术是一门新兴的技术，目前在井下的应用还比较少，参展商中与此技术有关的公司不是很多。\*\*\*一家公司是与无线通信有关的，提供Wi-Fi技术解决方案，但是在井下没有应用，主要是在地面上。

通过此次参观，对Zigbee技术在矿井领域的应用，以及最新动态，心中有了一个大致的了解，对自己来说是一次很好的学习机会，使自己将来的学习目标更加明确。

**展会工作总结个人收获香水16**

高考的战斗最后结束，在漫漫无期的长假后，最后迎来了我的大学生活，这是我生命新的开始，新的篇章。开学伊始，为了让我们这些新生更快的适应大学生活，学校给我们安排了新生入学教育，让我们受益匪浅。

先是，群众集合，点名，每人发了一册《xx学院新生守则》，在开学之初以一本守则的形式开启了我们对大学的好奇。之后，之后在这半年的生活中，我们真正理解到这本书的用途之大，真正理解到学校在开学之初就发这本书的良苦用心，真正学会了如何做一名合格的大学生。

之后，是游园，就是参观我们的校园。心里那个激动啊。在学长的带领下，我们明白了校园教学楼分abcde五大区，上不同的课程要到不同的教室去，呵呵。还是头一次听说这个呢。校园中间有一个小湖，墨色的和\*\*\*金鱼在湖水里畅游，我忽然想到这不正是我们自己吗，以后就能够\*\*的在大学里徜徉啦，想到心里那里那个乐啊哈哈。湖中间有喷泉，那天没有开，但是却为日后一睹它的风采埋下了伏笔。湖对面是小小的一个广场，好像是回音壁似的结构吧，之后没到早晨在那里读英语或是美文时，从对面就传来朗朗的回音。朝阳在天上，也在水里，更在每一个凭湖而学的学子心中。之后，我们又发现校园里有好多树啊，绿叶掩映，婆娑有致，定睛一看，嚯，这不是家乡的柿子树吗，呵呵，头一次发现柿子树也能被修成园林树，我都快不认识你们啦。到了秋天，柿子挂满了枝头，也压弯了枝头，招引了无数的喜鹊，也拴住了我们追寻美的眼睛，滋润了我们日渐干涸的心。接下来是继续的游园，在学校的后面，我们发现了另一番风景，野花开在山坡上，曲水环流，绕堤是千姿万态的垂柳，晚风\*\*，杨柳依依，流水潺潺，拱洞桥弯弯跨过，横卧在那一片绿荷之上，恰是荷花盛开的季节，风吹过处，送来清香缕缕，让人不禁醉在这香气里了。后面是层层的绿树，密密的铺开，有这麽一个清净的去处，真是人生之一大乐趣啊。

游园结束后不久，我们的系\*\*给我们作了报告，诙谐幽默的讲说常常逗得我们捧腹，侃侃恢宏的旁征博引常常引来一片赞叹。在短短的一个多小时里，系\*\*的讲话让我们明白了什么是大学生，怎样做一个合格的大学生，怎样去适应大学生活，怎样与人交往，怎样在大学里树立一个人生新的目标，并为之而奋斗。他让我明白了未来与现实的距离，；理想与现实的差距，并为我扬起了远航的风帆，指明了前进的方向。让我在开学之初的茫然里似乎看到了一扇半开的门。从那里隐约透进了期望之光。我明白，我的生命有了新的萌动，如破茧的蛾子，从此开始展翅飞翔。

坦白的说，高中时代，某种好处上并不是在为自己而活着，也不明白是为什么，懵懂的学习，懵懂的生活，当这一切结束了，回头望一望竟然如雾一般，迷迷蒙蒙的，看不清楚。太多的想法被扼杀。太多的激情被灭，仿佛这青春落满了死灰，不再有一点颜色，一点生气。高中时代，偶然听到一首歌《怒放的生命》，被他那从心底吼出的渴望所深深的震撼，泪水不争气的留下来。怒放的生命啊，什么时候能像花儿一样，开在我的生命里最后，高考结束了，是非成败不需论，且走好脚下的路。我如同一个在黑暗里挣扎已久的人，最后等到了黎明，最后看到了阳光，最后能够为自己而活，开始自己怒放的生命。暗暗地告诉自己，要好好地活啊，活出个样貌。

学了这个专业，我并不感到不适宜或是后悔，行行出状元，我并不明白自己能否成为这个状元，至少，我会为他而努力，在这个过程中，服务于社会，实现自己的人生目标，人生价值。

扬帆起航，破浪乘风，我，义无反顾。

**展会工作总结个人收获香水17**

九月的风吹过，带着秋天的味道，收获的季节近在眼前。在全国各地，数百万学子踏入校门，迎来了开学第一天。他们将在学校里播种、耕耘，然后采摘甘甜的果实。对广大青少年来说，上好开学第一课至关重要。开学第一课，标志着新学期的开始；上好开学第一课，当以爱国\*\*为主题。

越来越多的学校开学第一课以爱国为主题。x月x日开学当天，很多学校以“\*，我为你自豪”为主题，鲜明地表达了爱国主题。很多学校纷纷将开学第一课的主题设置为爱国\*\*教育，形式丰富多彩。“我和我的祖国，一刻也不能分割，无论我走到哪里，都流出一首赞歌……”注册报到第一天，《我和我的祖国》就唱响众多学校，老师带领学生致敬祖\*亲。

爱国\*\*是教育的必修课。在学生内心播撒下爱国的种子，使之生根发芽、开花结果，事关“培养什么人”的深刻命题。开学第一课的主题是爱国\*\*，既能给学生留下深刻印象，也能让学生真正受到感染和触动。1935年，著名\*\*\*张伯苓在南开大学开学典礼上问了3个问题：你是\*人吗？你爱\*吗？你愿意\*好吗？其言谆谆，其意切切，振奋起师生的爱国斗志。通过讲故事、唱红歌、听演讲、收看电视节目等各种形式，学生在潜移默化中了解\*\*民族的光辉历史，感知\*崛起的力量，进而树立以身报国、振兴\*\*的人生理想，非常必要。

爱国\*\*从来都是实实在在的。从司马迁“常思奋不顾身，而殉国家之急”的担当，到林觉民“为天下人谋永福”的志向；从鲁迅“我以我血荐轩辕”的誓言，到罗阳“用生命擎起舰载机起飞”的壮举，爱国\*\*激励着一代代\*\*儿女不懈奋斗。但是，总有一些人鼓吹历史虚无\*\*，或者崇洋媚外，对爱国行为不屑一顾，甚至制造\*\*。这恰恰说明，时至今日，爱国\*\*教育仍然需要不断加强。

开学第一课，爱国\*\*教育应该得到更多的强化、更精彩而多元的呈现。特别是今年新\*成立x周年，爱国\*\*教育恰逢其时。站在这样的节点上，回溯x年的不凡征程，讲述x年的时代变迁，重温爱国的历史故事，比照身边的模范典型，我们会对脚下的这片土地爱得更加深沉，爱国情怀会更加浓郁。新时代，我们距离实现民族伟大复兴是如此之近，青少年更应该把个人追求融入民族复兴的伟大梦想，挽紧臂膀、向前奔跑，书写人生的灿烂篇章。

记得路遥说过：“世界上有许多美好的地方。但是，那里有黄山么？有黄河么？有长江么？有长城么……既然这些都没有，那么，祖国就是一个不可替代的地方。”再读这些文字，心中的爱国情愫油然而生，感动依然如故。开学第一课，点亮爱国教育的火种，让青春的心跳与爱国的情怀同频共振，收获的定是学生的爱国之情、强国之志和报国之行。

**展会工作总结个人收获香水18**

三天的展会终于落下了帷幕，因为是第一次参加这种大型的展会，所以给我的感触很深。非常荣幸能够参加 第十三届建筑科技、节能博览会 ，这对我来说是一个很好的锻炼，也使我的阅历和见识得到了拓宽。公司在参加展会前做了许多的准备工作，作为公司的新员工，这是一个难得的机会，让我尽快融入集体，与同事相处起来也比较的融洽。由于我对公司产品的了解不够深入，有客户问到一些比较专业的问题时，有点让我措手不及，所以在参展之前对产品得十分地熟悉，并且要让人感觉你狠专业，但是同事都很好，当遇到这种问题时，同事都会帮你解围，这让我感觉到一个团队的配合十分的重要。对于这次展会我也有一些自己的：

一、 展会前做足充分地准备十分重要。公司对这次展会非常重视，从参展单位就可以看出我们公司还是比较用心地在准备，这离不开领导的重视、同事之间的配合。

1.了解、熟悉公司产品。我们充当着公司产品与客户的媒介，我们对产品的\'介绍直接影响到客户的购买意愿。因此对产品的特点、参数要非常熟悉，在给客户进行讲解的时候才能够体现我们的专业性。之前公司在这方面对我们也进行了培训，但是我在产品的专业性上还是有欠缺的，所以还需要学习。

2.团队意识。作为一个团队，配合也是不可或缺的，要有强烈的团队意识，我们不是个体，是一个集体，只有一个团队配合好了，分工明确才能够达到预期的效果。

3.宣传资料的准备。这次公司展会所准备的资料相对来说就不是那么的充足了。第一天就发掉了大部分，所以以后应多备份，以免造成尴尬的场面。

二、在参展中的准备。俗话说台下十年功，台上一分钟。之前的努力就是为了这三天展会能够圆满、顺利的进行。

**展会工作总结个人收获香水19**

第25届上海玻璃展已经落下帷幕，相比于20xx年北京玻璃展，我公司不管是在规模、展品的种类还有人员配置方面都有很大的提高，对公司品牌的推广起到了很好的作用，让我公司在玻璃耗材行业有了必须的知名度，这与全体公司员工的努力是分不开的。而在展会上遇到的各种各样的问题，则使我的知识面更加宽广，对玻璃行业有了更新的认识并且从中汲取经验，学会了很多在平时工作当中学不到的专业知识，现特对本次展览会加以总结，具体如下：

>一、展会前期准备

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

>二、展会分析

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。

>三、现场观众分析

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。

>四、产品竞争力

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，这就需要提高我们产品的竞争力。产品竞争力能够体此刻产品的设计、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。

>五、展会效果

(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

>六、展会的不足

(1)展位的设计

由于本次展会是与东莞博朗合作共用70平米的展位，比较显眼的一面留给了博朗，这也影响了一部分参观者的视线，也间接的影响了公司品牌的推广

(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

由于公司产品种类比较多，涉及到整个玻璃加工生产流程，再加上新进员工对产品的知识理解的还不是很透彻，导致有些专业性的问题不能及时准确的跟客户进行沟通、解说，这也是在今后工作中要注意的;

(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增送，也能够促进今后的合作。

以上就是我对于这次展会的总结

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!

**展会工作总结个人收获香水20**

紧张忙碌的家具展即将结束，第一次参加展览，感触颇深。看着身边的领导和同事，都瘦了。虽然没人喊，但我知道大家都觉得“累”，因为我也有同感。在尽力做好本职工作的同时，大家都在积极配合团队的工作。虽然不完美，但他们仍然展示了一个团结高效的团队。作为其中一员，我觉得很幸福。努力是有回报的，相信大家的努力一定会有丰硕的成果。

在此期间，作为后勤保障人员，我主要负责酒店入住和接待客户。看似简单，实则繁琐。在最大限度满足客户需求的同时，要坚持节约原则，不浪费酒店资源。东莞家具展16日正式开幕。在此之前的一两天，分散的客户来参观工厂。前两天两个和尚有点不解。我会提前拜访木兰酒店的何经理，询问一些细节，以便更合理地安排客人入住酒店。一开始，我整天都很紧张，害怕犯错。我渐渐熟悉了整个过程，才觉得轻松多了。但让我清楚地明白了“台上一分钟，台下十年”的道理。工作再简单，也不容易做到极致。在努力完成工作的同时，也让我更明白团队合作的重要性，更明白尊重和支持同事劳动的成果。我认为这些是我工作的收获，将使我受益终生。

20x16对我们来说是不平凡的一天。一群精明能干的商家冲到了前线，我们在后方积极配合。结果晚上聚集了50多个新老经销商。公司董事、员工、客户齐聚一堂，大家开心地吃着、聊着，希望以后合作愉快，每个人脸上都洋溢着灿烂的笑容。我们向客户展示了一个合格的、得到充分认可的团队。虽然最后的结果难以预料，但我们问心无愧，因为我们成就了自己。

我还清楚地记得，在家具展的前一天晚上，S先生召开了一个非常严肃的紧急会议。其实和动员大会有点类似，只是气氛有点压抑，因为他是老大，承受的压力比我们大。经过紧张的接待工作，我们很快就会看到收获的喜悦。希望大家休息几天，放松一下。

**展会工作总结个人收获香水21**

为期五天的展会终于结束了，在那五天的时间里，我一直处于一种高度紧张、亢奋的状态。

现在回来了，我才感觉到自己身体已经透支，过了两天才刚刚恢复过来。

不过回想起来。这次的经历我的确收获颇多。

不光是认识了德国EIBACH的老总，他是一个非常友善的老人，起初因为不自信，我一直抵触和EIBACH过来的两个外国人英语交流，他看到我的.心事，便主动过来安慰、鼓励我，年轻人不要把出错，怕就怕遇到问题就怕出错而退缩。老人的话非常诚恳，让我很感动。

于是，我重新给自己定位，用我自己有限的英语跟他们交流。原来好学的精神是是可以感动别人的，每当我看到他们的宣传图册上有不明白的问题时(注：他们的图册是英文版的)他们都会用尽可能简单的英语给我解释明白，当然我还是不一定能够全部理解，不过这不重要，重要的是他们的友善和对自己公司产品认真地态度着实让我感动。

或许我这人太容易被感动了吧?抑或是容易被骗。经过这次展览会我原本铁定辞职的念头也被\*\*老板打消了，意志太不坚定了。谁让他用金钱和出国机会来\*\*我呢?先是给我加了20xx块的薪水，再着说下半年派我到\*\*也是去参加一个什么汽车改装的展会。姑且不说这出国的承诺能不能兑现，但就这增加的20xx元大洋已经深深动摇了我的心意。

咱贫民阶层一下涨这么多工资也不容易是吧?思前想后，罢了，再忍个一两年再说。

\*\*此行，除了精神和经济上的双重收获之外，我也大受了一把刺激。不练好英语是真TMD不行啊!

在\*\*见过的人，动不动就\*\*\*呆过，要不就是年纪跟我差不多，但英语特溜，跟老外交流起来基本没什么问题，让我在一旁看着真是汗颜!同样都是年轻人，但人和人的差距咋就这么大呢?

咱不能比人落后，我在回来之前就下定决心，一定要把这英语练好，期待吧，一个英语天才即将诞生!!

**展会工作总结个人收获香水22**

第20届秋季广州国际艺术博览会在广交会开展，会展现场名家云集，各专业藏家交流探讨，展示自己的藏品，实为盛况。

昨天，冒着寒风冷雨去参观这么大型的展览，还真是感慨!一来发现自己自从毕业后就很少去参观各种展览，感觉自己与展览有点脱节了似的。二来是为藏家们收藏的作品而震撼，可谓视觉满足，大饱眼福啊!

参观展览期间，有位师弟跟我开玩笑说:“师姐，什么时候能有个你的专场?”哈哈，这小子真会开玩笑，我可从来都不敢想我能有这样一个专场。不过，看着那些由双手创作出来的艺术品，我的`心底也泛起了阵阵涟漪。

艺术品的专场我是未曾想过，也不会拥有。不过，专场梦却早已在心底播下种子，曾经以为，那是个遥不可及的梦，藏在心底也罢。如今看来，辛勤耕耘，倾心浇灌，心底的种子也会慢慢地生根发芽，梦想成真，化为现实。同样，需要时间的沉淀。

所以，接近生活，坚持播种，相信秋天到来之时，亦是我们收获累累硕果之季!感谢展览!感恩收获!加油吧!女孩!

**展会工作总结个人收获香水23**

万众瞩目的第30届东莞名家具展览会终于落下帷幕，作为佛山市金天拓家私有限公司的成员之一，有幸见识了这个在中国影响力巨大的家具业中的“奥斯卡”，目睹了家具业中众多名家的优秀产品和企业文化。不仅增长了专业知识，更是提升了对这个行业更深入的了解。意识到家具企业要成长，不进要吸取家具业百家之所长，更要在不断发展的过程中善于发现自家产品和服务的不足之处。作为公司售后组成员，就展会期间工作作以下小结：

一、展会客户接待工作

此次展会从9月5日—9月9日共计5天，我们小组实际从9月3日开始接待客户。

我一共接洽客户18位，其中来自公司成人品牌或意向做成人品牌产品的客户计12位，其中来自公司儿童品牌或意向做儿童品牌产品的客户计6位。各占总接待比例67%、33%。大部分来自辽宁、山东、山西、安徽。

二、成人品牌新产品的客户调查

三、客户意见反馈(公司产品或服务存在不足与改善建议)

小结：

通过此次东莞展会，意识到现代企业竞争特别是家具业竞争已经白热化。企业不仅要通过不断的产品品质提升、制度改革创新、研发推陈出新、不断减低企业营运成本，更是要注重环境保护、节约资源、做有社会责任感勇于担负起社会公益责任的好企业。不仅是企业之争，更是整条供应链的行业之争。作为金天拓一员，要立足于本职工作，在普通的工作岗位服务上让客户满意，让领导满意、让公司满意;让客户放心，让领导放心、让公司放心才能提升自己，与企业同成长，永葆发展的活力与激情!

**展会工作总结个人收获香水24**

1.国外展会要选好，像抵制货或者是局势动荡的地方如俄罗斯 请慎重选择，。

2.如果参加国外展会请慎重选择组展和展品公司。

3.如果有展品需要运输，与组展公司签订时候要强调组展公司要保证推荐或者是指定的运输公司要保证展品在展会前运到摊位上，如果运输不到或者是展品在开展后才到他们承担损失百分之多少。

4.展品运输时候要与展品运输货代公司签订运输，保证展品在展会前安全到达，如果不到他们承担损失的百分之多少。

5.即使签订合同还不够，最好能够在协议上协商展品到摊位号再付款。

6.对于组展公司的免责条款要慎重看一下。合同是不是能签。几乎所有的组展公司会罗列出很多免

本文档由028GTXX.CN范文网提供，海量范文请访问 https://www.028gtxx.cn