

香港贸发局国际礼品及赠品展会—香港礼品展—贸发局展会

产品名称	香港贸发局国际礼品及赠品展会—香港礼品展—贸发局展会
公司名称	斯瑞信息（深圳）有限公司
价格	.00/平方米
规格参数	地点:香港湾仔区 展馆:香港会议展览中心 举办方:香港贸发局
公司地址	深圳市龙华区民治街道民康路秋瑞大厦七楼715室
联系电话	0755-8241 8241 18811887171

产品详情

优秀的展台布置一般要做到引人注目，凸显竞争优势，并能与公司的品牌形象相统一，香港贸发局国际礼品及赠品展会—香港礼品展—贸发局展会

香港贸发局国际礼品及赠品展会Gifts Premium

开展时间2019.04.27 ~ 2019.04.30 【全球最大】

展会行业：礼品

举办周期：一年一届

举办地址：中国 - 香港 - 香港会展中心Hong Kong Convention & Exhibition

举办单位：中国香港贸易发展局Hong Kong Trade Development Council，HKTDC

展馆面积：84000 平方米客商流量：47000 人

第33届香港礼品展27日在港开幕，来自世界各地超过4000家参展商展出多种设计新颖、别具特色的产品。不少参展商借此平台推广新产品和服务，期望扩大客源。

香港礼品展历史悠久，更是全球范围内规模最大的礼品展会，参展的企业年年都破记录。展会为满足方便买家不同的采购需求新增了三个主题区：为香港本土企业展示设立的创艺廊；专为节庆用品及各类圣诞产品开创的圣诞灯饰；为展出各国文化及来自世界各地的纪念品的旅游纪念精品坊。

一展会联系

联系人：yoki（许小姐）

电话：18028752426

微信：Seric-E

网址：www.Seric-Expo.com

地址：深圳市龙华新区民治民康路秋瑞大厦七楼715室

主要分析出以下情况：

- 1、展会规模和发展走向。
- 2、该展会中同类企业（最好为同类产品）的情况。
- 3、设法获取以前出席过该展会的大客户名单。
- 4、设定目标客户。

二、展位设计与人员培训

1、展位设计。

2、人员培训：作为公司长期发展的考虑，每年为员工设定一定培训课程是必要的。展会前的人员培训主要针对公司的销售人员进行。

出席展会的销售员应注意以下几点：

A、出席展会的销售员必须对产品的性能，功用，特点和最大卖点有一定的掌握。

B、技术信息。作为销售人员必须对产品的技术信息有一定的了解，但不要求每个业务员必须精通。遇到难以回答的问题，最佳的答案是SORRY，然后直截了当的告诉客户，这些问题属于技术人员管理的范畴，可以在回公司以后给予答复。这样比不懂装懂或者无意识中给了客户错误的信息要好。

C、仪容和着装。在公司有条件并有充分准备的情况下，尽量为员工提供统一的着装。女士以深色套装，高跟鞋，适度的化淡装为宜；男士深色西服并打领带。接待时女士应该在前台周围或者展位靠前的位置，决定性谈判应当尽量以男士出面。

D、标准表情。西方的基础礼节是保持微笑以及在交谈时注视对方的眼睛。尽管这一点上每一个外贸人都已经熟知，但真正能做好的为数不多。请切记展会是展示公司形象的重要时机，销售人员的良好素养能给客户留下深刻地印象。

E、接待等级。

合格的展会接待人员应当在客户将目光停留在本公司产品第三秒时开始你的接待服务。个人觉得对这一

类客户，可以抱以微笑示意，这样无论对方是否对你的产品感兴趣都不会令销售员本身感到尴尬，同时也能锻炼你的亲和能力。但当客户停下来索取资料或者提出问题时，你的真正接待任务便开始了。合格的销售人员应当能在短时间内判断出客户感兴趣的产品，以及购买的基本诚意。这些信息可以通过问答或者从该客户的名片和资料中获取。接待的等级是指：当一个客户与你交谈时，请注意“仅站在门口交谈”，“请到展位内参观”，“坐下来交谈”这分别代表三个不同的程式和客户等级。由于会展现场人员众多，接待时间有限，而且个人交谈时出于礼节不能中断交谈接待另一位客户，如需要进行“坐下来谈”的客户，至少是销售人员认为较有开发价值的人选。

F、谈判技巧。在短暂的谈判过程中，销售员的任务除了向客户介绍产品、发放资料外，另一个重要的任务是尽可能多的了解对方的“底细”。习惯用提问的方式获取客户信息，对擅长交谈的客户也可用“倾听”取代说教式的推销。在现场与客户交谈的内容必须要详细记录下来。中国的古训“好记性不如烂笔头”，最简单的方法是准备一本笔记本，订书机。将你听到的信息记录下来后在信息旁边订上客户的名片。并要求写明日期和客户编号。另外提供我以前用过的客户信息记录表的格式，贵司也可参考使用。

E、客户分类。根据谈判中所得的结论把客户分为：A，B，C，D四个等级。等级的标准不同的公司有不同的分类方法。一般来说：

(A) 当场下单订购的客户、对新产品感兴趣的老客户或公司一直在努力开发的客户。

(B) 目标客户，国际知名企业或采购商。也有意向合作的。

(C) 认为有合作可能的。

(D) 获取过公司资料的。

G、报价。必须注意展会中有相当一部分客户其实是抱价格比较的态度出席的。一般大企业或者国外的参展商从不会轻易报价给客户，对此客户也是能够理解的。所以当你根据自己的判断得出该客户没有什么开发价值时，可以直接告诉他“NO PRICE, BECAUSE IN EXHIBITION”然后跟他说如果对某件产品感兴趣可以会后用EMAIL询价。

H、其他加印象分的小手段：

A) 合影留念。对于谈的比较好的客户可以要求他跟你合影留念，并在展会结束后用EMAIL发给他一份。拍摄的关键是尽可能拍到公司产品或者LOGO等显著标志，这样使客户将来一看到照片便能想起这家公司。

B) 廉价小礼物。有公司LOGO和名字的，或者有中国特色的小礼物。比如中国结等等。当然最好适用于国外展会，此外必须注意各国的不同风俗，比如某些派系的伊斯兰教徒对红色的饰物有些敏感。

C) 随带正规格式的报价单和PI，如果遇到当场下订单的客户，相信会对贵司的做法大加赞赏。

D) 叫的出老客户的名字（包括从前在展会遇到过，有过沟通但从未下过定单的客户。）这类客户极有可能本身对贵公司的产品感兴趣，但因为某些原因：如价格或者已经有过同类合作者等因素而没有成为真正客户。要知道如何“打劫”其他公司的客户资源也是成熟业务员的基本技能。

三、其他补充

以下是必须准备的参展用品：

样品、样本、名片、笔记本、笔、计算器、订书机和钉子、透明胶带大的、夹子、剪、袋子若干。

出行前先熟悉展会流程。

在样品的选择上必须是代表公司最高工艺水平。配越详细越好的说明和介绍。必要的客户可以把详细资料给他，这样给客户的印象是“专业”。

—全球热门展会

香港春灯展HKTDC (2019年4/6—9日)

香港礼品展HKTDC (2019年4/27—30日)

香港春季电子展HKTDC (2019年4/13—16日)

香港秋季电子展HKTDC (2019年10/13—16日)

德国慕尼黑国际电子元器件博览会 (2020年11/10—13日)

美国拉斯维加斯消费电子展CES (2020年1/7—10日)

西班牙巴塞罗那移动通讯展MWC (2019年2/25—2/28日)

慕尼黑 (印度) 国际电子元器件展 (2019年9/25—27日)