

印度慕尼黑电子展2020-印度班加罗尔电子展|印度国际展览中心

产品名称	印度慕尼黑电子展2020-印度班加罗尔电子展 印度国际展览中心
公司名称	广东斯瑞国际展览广告有限公司
价格	.00/平方米
规格参数	地点:印度德里 展馆:印度国际展览中心 举办方:慕尼黑博览集团 (MMG)
公司地址	深圳市龙华区民治街道新牛社区民治大道与工业东路交汇处展滔科技大厦C座C301 (注册地址)
联系电话	18811888196 18811888195

产品详情

所有成功的展览人员身上必定具备一些共有的知识、能力。印度慕尼黑电子展2020-印度班加罗尔电子展|印度国际展览中心

2020印度电子展地点

印度 印度国际展览中心 班加罗尔

印度国际展览中心 (INDIA EXPO CENTER) 拥有八个室内展厅和六个室外展厅, 室内覆盖了 171,970 平方米, 拥有102,132 平方米的户外展示区域。展览中心为展商和观众设置了会议中心、饮食区域和其他服务区域, 包含全套综合设施, 使印度国际展览中心成为印度最炙手可热的展览中心。

展会名称: 2020 年印度国际电子元器件及生产设备博览会 / electronica & productronica India 2020

展会日期: 2020 年 9 月 25 - 27 日

展会地点: 印度 印度国际展览中心 大诺依达

举办周期: 每年一届

首届时间: 2000 年

参展联系: 何小姐 (Rebecca)

广东斯瑞国际展览广告有限公司

Tel : 0755-83148314-8017

QQ : 87917062

E-mail:Rebecca@Seric-Asia.com

Web : www.Seric-expo.com

Mob : 188-1188-8196

展会数据 (2018 年) :

展出总面积达,24,000 平方米

展商数量 : 共有 592 家展商来自 27 个国际及地区

观众数量 : 共吸引 2.5 万余名观众 , 观众数量相比上届班加罗尔展增长 34%

展团来自 : 中国、德国、韩国、新加坡、中国台湾、英国、欧盟和斯里兰卡

展商来自 : 中国、德国、韩国、新加坡、中国台湾、英国以及首次参与的欧盟和斯里兰卡 , 凸显了印度电子市场积极的增长前景

展品范围 : 元器件 : 半导体 , 嵌入式系统 , 显示器及 LED , 微纳系统 , 传感器技术 , 测试与测量 , 电子元器件设计 (ED/EDA) , 被动元件 , 机电设备/系统外围设备 , 电力供给 , PCB 及其他电路制造 , 电子制造服务 (EMS) , 组件及子系统 , 汽车电子 , 无线 , 信息收集和服务
生产设备 : PCB 及电路载体生产 , 电子制造服务 (EMS) , 测试与测量 , 质量保证 , 半导体和显示制造 , 组件安装技术 , 微纳生产 , 生产材料/设备 , 环境技术和洁净室技术 , 焊接技术与连接 , 生产子系统 , 电缆加工和连接器技术 , 太阳能电池生产技术及电能储存技术 , 有机印刷电子产品 , 混合元件制造 , 制造和加工软件 , LED 生产和分立器件 , 产品精饰 , 材料加工 , 生产物流与物流技术 , 服务激光、光电技术 : 激光设备、激光打印机、激光器、激光笔、扫描仪、激光投影机、切割机、打孔机、光电技术相关产品等

参展人员应具备哪些相关知识 ?

所有成功的展览人员身上必定具备一些共有的知识、能力。为了获取展会的成功 , 参展人员应掌握如下知识。

公司的相关知识

所有参展人员都需了解一些有关公司历史、目标、组织、政策和程序的信息 , 了解公司的历史和当前的使命非常重要 , 这些背景知识有助于参展代表对公司产生理解和接受最高管理层的价值观。

参展人员需明白如何在公司系统如何动作 , 他们还应了解公司政策与程序及其原因。当参展代表了解这些原因后 , 他们就能自觉遵守这些规定 , 也能更好地向观众解释。

产品知识及应用的有关知识

他们必须了解参展产品，并掌握产品的不同使用方法。熟悉产品特点可从书面知识开始，进而做到能在实践中运用这些信息解决顾客的问题。

现在，大量的产品信息被存放在计算机数据库，参展代表可以直接提取。许多参展代表带笔记本电脑进行参展拜访。这使得参展人员可以在顾客的办公室调出任何产品的信息。

竞争对手的产品知识

参展人员应该像了解自己的产品一样了解竞争对手的产品，因为他们必须在参展时与对手竞争。对竞争产品的细致了解可以使参展代表设计出优于对手的产品参展演示系统。

展览知识

有关展览性质、分类、展览设计、展览实施等知识。

客户知识

在今天的竞争环境下，参展人员必须以顾客为导向才能成功。因此，他们必须了解客户的业务。每个客户的重点和问题不同，参展人员必须能够识别它们，并做出相应的反映，对于每家企业，参展人员通常要与几个不同的客户打交道。参展代表必须了解所有对购买决策起影响作用的人的偏好。

业务实践知识

许多参展人员负责各自区域的利润。而且参展人员经常充当顾客的顾问。因此，了解本公司和客户公司经营背后的基本业务实践非常重要。

关系建立技巧

许多公司专注于与特定的客户发展长期关系。参展人员必须进行有关培训，以便识别这些客户，并培育与他们的关系。着重长期利益的客户管理与关心短期参展的客户管理，对参展人员的活动安排有不同的要求。他们必须同客户一起工作，预测并识别问题，并找到互益的解决方案。这要求很大程度的相互公开、信任和承诺，而这很难在交易型营销中看到。

团队参展的技巧

许多参展人员在团队中工作。团队成功所需具备的技能与单纯强调个人能力不一样。因此，培训中必须重视几个要素：善于察觉同伴的需要；接受别人的缺点；合作，信息共享；虚心接受别人的意见；将团队的成功置于个人成功之上等等。

时间管理技巧

大多数参展代表都有管理自己区域的很大自主权。他们不仅要在客户配时间，还要在工作的各个方面分配时间，特别是参展、服务和行政工作之间。参展人员应相信时间的无效使用将大大降低他们的成效。

计算机辅助参展

许多公司培训参展人员使用软件来分配在客户之间的接待时间，制定拜访日程，以及处理工作的许多管理细节，比如发出定单，提交拜访日志和报告，设计说明书和报价单。许多参展人员还把笔记本电脑作为其参展介绍的必要工具。由于参展活动的成效越来越依赖于计算机的使用，许多公司开展计算机应用

技术的培训课程。

参展技巧

参展人员必须学习参展技巧与手段，以使他们能够与客户有效交流，并说服客户。

知识产权与法律知识

在展览计划、实施、施工展出等工作中必须遵守有关规定。与施工有关的法规可能有：建筑法规、技术设施法规、展台施工规定；和展品与贸易有关的法规有：贸易法规、商业法规、海关规定、保险规定、版权法规等。