

<<会展营销与策划>>

图书基本信息

书名：<<会展营销与策划>>

13位ISBN编号：9787563813094

10位ISBN编号：7563813098

出版时间：2006-4

出版时间：首都经贸

作者：刘松萍

页数：251

字数：256000

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>

<<会展营销与策划>>

内容概要

本书综合了多个专专业展览网对会展策划和营销分析的资料和论文，并结合对展览公司和展览馆进行实际调查的案例，终于完成了从拟定提纲到成稿的全过程。

中国现有的展览已经覆盖各个领域，即使是同一领域的展览每年也会举办多次，从而为行业交易提供了重要舞台，为企业交流创造了良好条件。

在这样的经济发展下，展览已经成为企业经营的重要方式，现代展览会不再是简单意义上的展示产品、推销产品、购进商品的场所，而是已发展成为获取信息、交流沟通的重要渠道。

那么，具体操作上我们应该如何将自己的优势发挥到极限呢？

！

如果你想知道答案，不如就在书中寻找吧！

<<会展营销与策划>>

作者简介

刘松萍，广州会展产业研究所所长，商务部会展经济研究中心客座研究员，中国展览馆协会展览理论研究委员会副主任，商务部“国际会展策划”、美国CEM认证培训主讲师。荣获“2004年度中国十大会展理论人物”称号。

主持商务部“中国会展行业协会调查和研究”、中国贸保会

<<会展营销与策划>>

书籍目录

第一章 会展营销概述 第一节 会展产品与会展市场 第二节 会展营销的社会制约因素 第三节 会展市场的主体 第四节 会展市场经营观念的变化 专家视点 为什么会展现在很难做大？

第二章 会展营销与信息调查 第一节 会展市场信息的调查 第二节 市场信息的分类收集 第三节 市场营销调研的方法与技术 第四节 会展营销调研的内容 专家视点 调味品：独立成展大有作为

第三章 会展主题策划 第一节 会展主题策划的原则 第二节 会展主题策划的过程与注意事项 第三节 会展项目立项策划书的拟定 案例 汉诺威世博会中国馆的创意策划

第四章 会展项目策划的可行性分析 第一节 会展项目的环境分析 第二节 会展项目的可持续性发展分析 第三节 会展项目的财务分析 第四节 会展项目的可行性研究报告 案例 汉诺威办展的成功之道

第五章 会展产品营销的价值链分析 第一节 会展项目核心要素的价值三角 第二节 会展产品营销的价值塑造 案例 小松山：把买家留住

第六章 会展展位营销 第一节 目标参展商数据库的建立 第二节 展区与展位划分 第三节 招展函与招展方案 附录 广州国际会议展览中心参展申请表

第七章 会展分销渠道选择 第一节 会展分销的特点与主要类型 第二节 代理制渠道 第三节 合作制渠道 案例 FamworthNSW如何成为乡村音乐城？

第八章 会展招商方案策划 第一节 会展招商策划 第二节 目标观众数据库的建立 第三节 招商方案 案例 机床模具展览会（IMI）招商方案

第九章 会展促销 第十章 会展相关活动策划 第十一章 新型营销在会展市场的运用 第十二章 会展品牌形象策划 第十三章 综合案例分析 参考书目 后记

<<会展营销与策划>>

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>