
关注观众信息，获取更多价值.....

2019 上海国际石油和化工技术装备展览会

观众信息分析报告

2019 年

振威展览集团
信息与观众组织促进部
2019-09

版权说明：

本文档是振威展览集团高度机密文件。文档所包含的全部展会信息属于广州振威展览有限公司所有。本文档仅供振威展览集团内部相关人员和本次展会参展商使用。

在未事先得到振威展览集团书面同意之前，任何个人或企业不得将本文档的内容提供给和本次展览会无关的第三方。

目 录

一、报告概念说明.....	2
二、总体观众情况.....	4
每天观众到达情况统计：.....	4
观众信息的质量指标：.....	5
三、观众来源分析.....	7
观众类别分析：.....	7
四、观众职位、部门数据统计.....	9
观众职务、部门规范化处理统计：.....	9
按照观众部门分类统计：.....	10
按照观众职位分类统计：.....	10

一、报告概念说明

根据用户所在地区将其分为：华北、华东、华南、西南、西北、东北、华中

华北：北京、天津、河北、山西、内蒙古

华东：上海、浙江、江苏、安徽、山东、福建、江西

华南：广东、广西、海南

西南：四川、重庆、云南、贵州、西藏

西北：陕西、甘肃、宁夏、青海、新疆

东北：吉林、辽宁、黑龙江

华中：湖南、湖北、河南

将观众到达情况分为：参观总人数、新到人数、新到比例

参观总人数：指当日参观展会的观众的总人数

新到人数：指当日在观众登记处登记的人数（不包含前几天来过的观众）

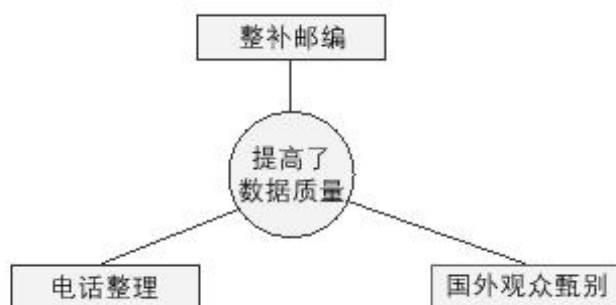
新到比例：指新到人数占参观总人数的比例

观众信息整理：整补邮编、电话整理、国外观众甄别

整补邮编：对于没有填写邮编的观众，程序根据电话和地址来自动添加邮编

电话整理：将观众填写的电话信息进行统一的整理，规范成统一的标准格式

国外观众甄别：根据电话和地址信息对国外观众进行区分。

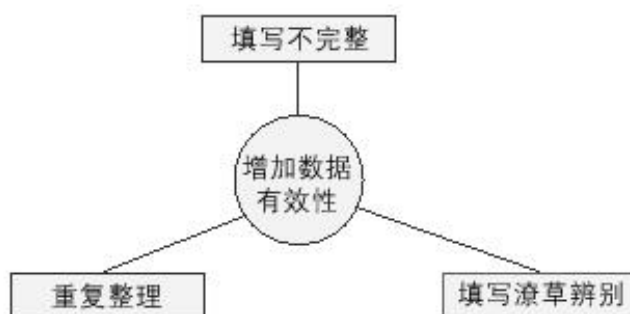


无效数据：重复信息、信息填写不完整、字迹潦草

重复信息：一个人的名片多次办理，造成的重复信息

信息填写不完整：填写的信息不足以能够联系到此人

字迹潦草：填写不清楚，字迹潦草无法辨认的信息。



对展览会观众职位信息进行规范化处理和统计

将职位规范为：决策者、部门管理、专业员工

部门规范为：管理、销售、采购、技术、服务

报告数据的分析主要通过现场收集的信息及展前预登记的观众，也包含主办单位提供的信息来综合分析得到的。报告数据的组成：普通国内观众、普通海外观众、预登记国内观众、

预登记海外观众、组团观众

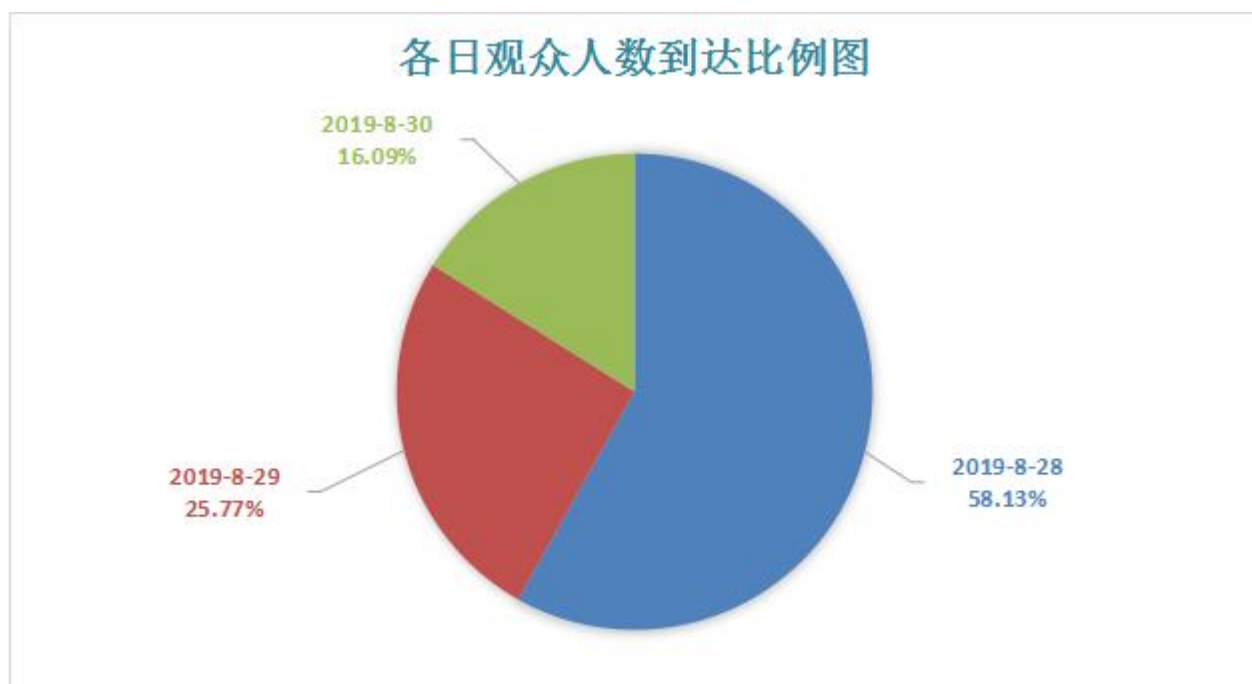
二、总体观众情况

每天观众到达情况统计：

统计结果如下：

展会日期	到达总人次	参观总人数	新到人数	新到比例
2019-8-28	17318	16101	16101	100.00%
2019-8-29	15769	7138	6349	88.95%
2019-8-30	9601	4457	4196	94.14%
总计	42688	27696	26646	96.21%

各日观众人数到达比例图：



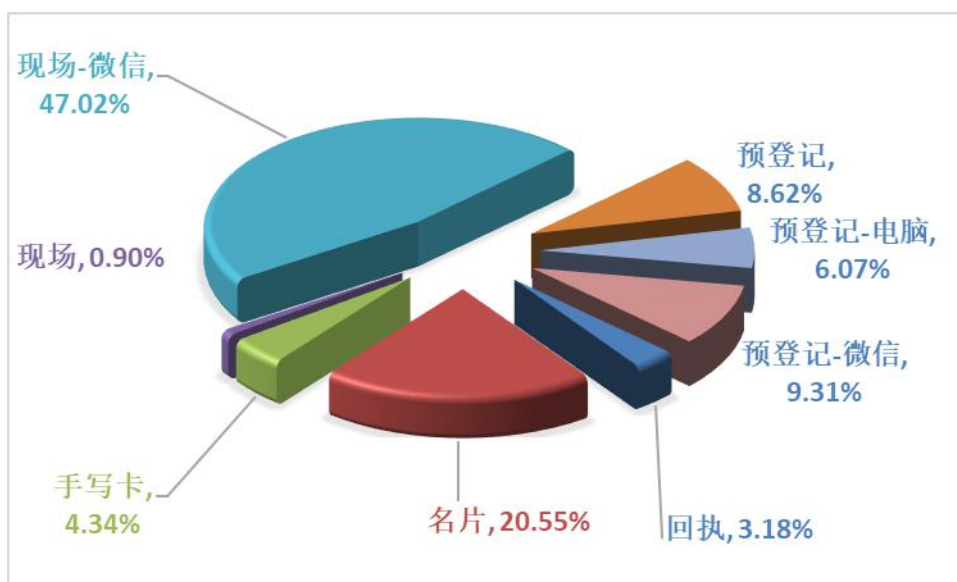
本次展会共有参观观众 **27,696** 采集器统计刷卡记录为 **42,688** 人次，新到观众 **26,646** 人。我们采集了观众的名片信息和调查表信息，采集的名片信息包括观众的姓名、职务、部门、公司名称、地址、城市、省份、区域、电话、传真、EMAIL、网址

等。同时还整理分析出每个观众的规范化职务和规范化部门，这些规范化的信息有助于提高数据使用时的效率，方便了对数据的使用和管理。

经观众信息整理，包括整补邮编及电话整理、无效数据筛选整理（包括信息填写不详、字迹不清楚、潦草的）、国外观众甄别等数据处理后得到此会观众信息库。

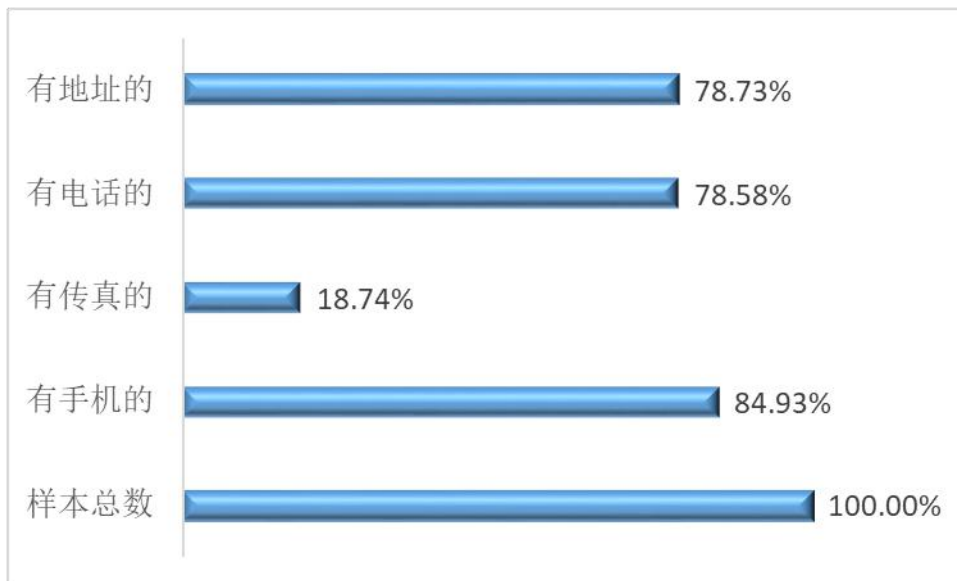
观众信息的质量指标：

经验表明：提交展会名片信息的观众信息更全面、质量更高、更符合专业观众的身份，根据我们的统计分析，持有展会名片信息的观众比例为 **20.55%**，展会名片信息相对来说真实性，准确性更高，应作为重点，为后期提供更好的服务。

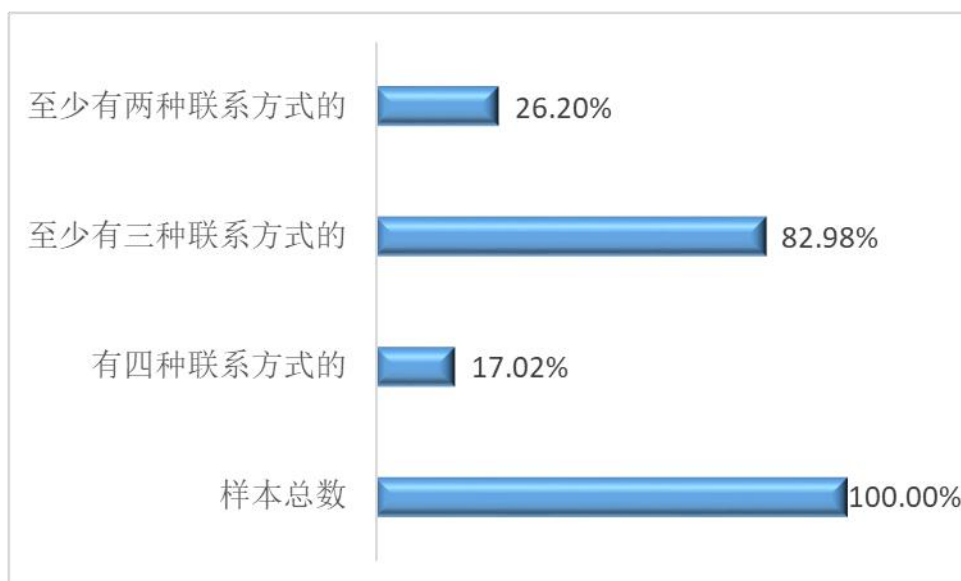


* 我们保留数据的原则是基于开展营销联络工作最大化进行的：

- ✓ 可以发直邮的信息(包括姓名、公司、地址及邮编)；
- ✓ 群发传真信息（电话及传真号码）；
- ✓ 群发短信（手机号码信息）；
- ✓ 群发 E-mail（E-mail 信息）。

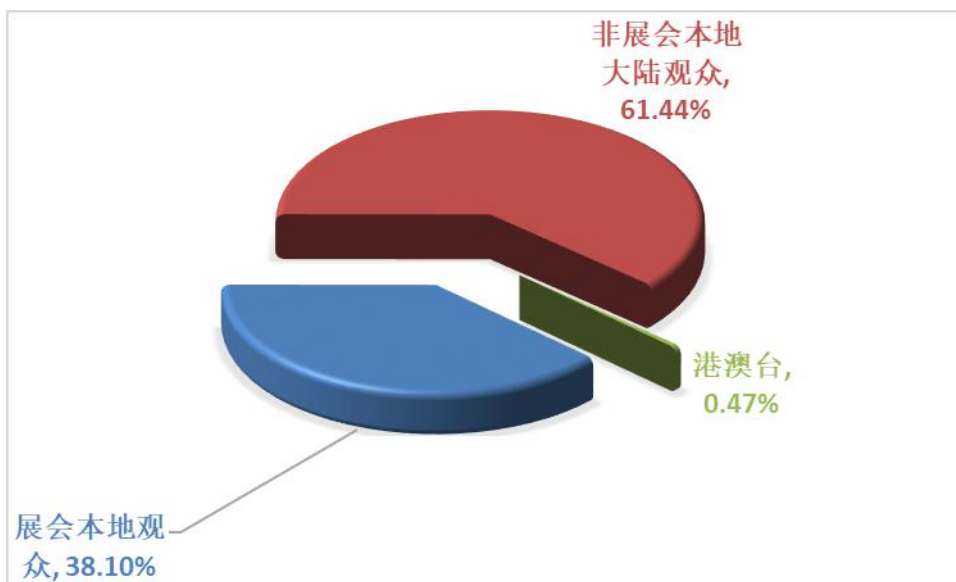


按联系方式数量统计分析：



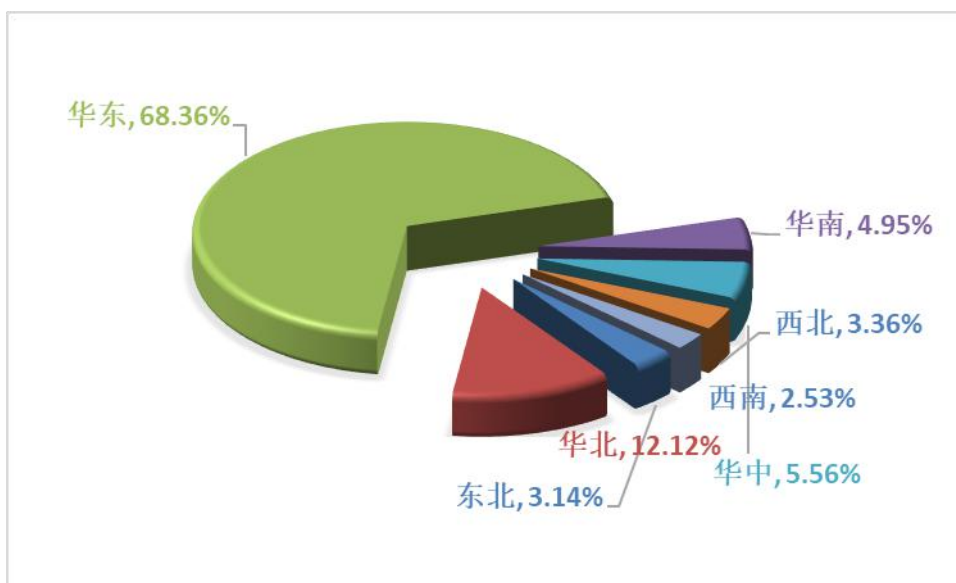
三、观众来源分析

观众类别分析：



大陆地区观众区域分类统计（行政区域）

按照行政区域分析，展会本地信息占总体观众比例的 **38.10%** 除外，除展会本地观众来自的各区域比例如下图所示，可以看到，来自华东地区的观众占了相对比例 **68.38%**，其他区域分别为：华南 **4.95%**，西北 **3.36%**，西南 **2.53%**，华中 **5.56%**，华北 **12.12%**，东北 **3.14%**。



对这些观众区域分布数据的详细分析，能够说明观众邀请工作的地区覆盖情况，以备改进观众组织工作，为以后的招展招商工作提供可靠的数据基础。

观众来源分布图（不包括展会本地——上海）：



四、观众职位、部门数据统计

观众职务、部门规范化处理统计：

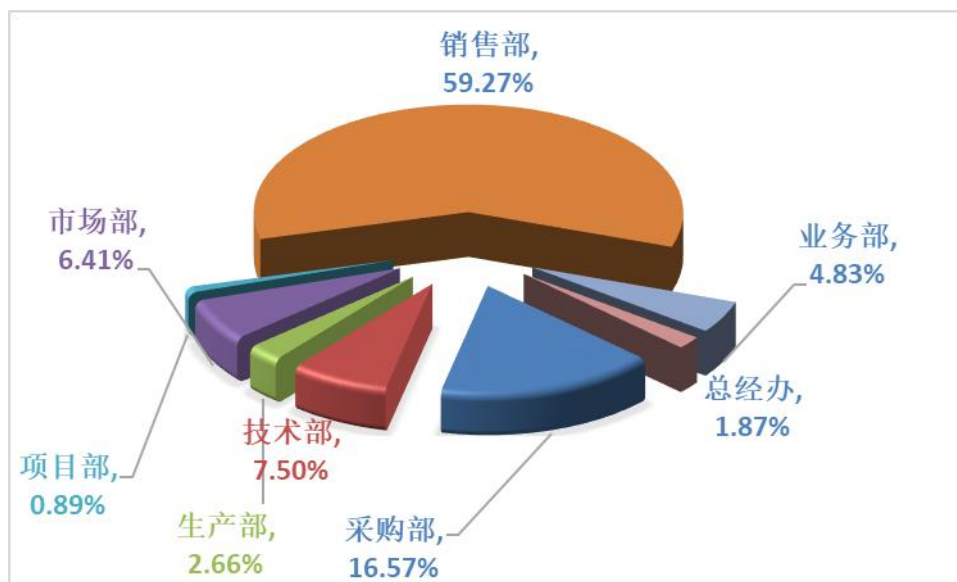
为了统计和方便管理，我们对展览会观众职位信息进行规范化处理和统计，出现次数超过 7 次以上的职位统计列表归类方法如下：

名片职务/部门	出现次数	规范部门	规范职务
采购部	采购	60	采购
采购部	采购经理	41	采购
采购部	经理	67	部门管理
技术部	工程师	35	技术
技术部	技术员	7	技术
技术部	技术总监	13	技术
技术部	经理	21	部门管理
生产部	经理	27	部门管理
市场部	技术经理	13	技术
市场部	经理	17	部门管理
市场部	市场专员	14	市场
市场部	销售	11	销售
市场部	销售经理	10	销售
项目部	项目经理	9	项目管理
销售部	经理	207	部门管理
销售部	销售	176	销售
销售部	销售工程师	8	销售
销售部	销售经理	155	销售
销售部	销售总监	18	销售
销售部	业务员	11	业务
销售部	总经理	26	决策者
业务部	经理	24	部门管理
业务部	销售	7	销售
业务部	业务员	18	业务
总经办	总经理	19	决策者

了解来源最多的观众职位和部门列表，对明确观众组成情况、为下届招展做数据准备是非常有用的。

按照观众部门分类统计：

依据以上数据，我们得到了观众部门分类比例图：



按照观众职位分类统计：

统计结果如下图：

