**出差总结报告**

来公司半年多，感谢公司领导的信任与支持，给我这次珍贵的出差机会，使我借机检验一下半年以来的所学，去现场了解业内的供应商，更重要的是寻找商机，也从实战中发现存在的问题，在以后的工作过程中学习，改正。

出差一共四天，有效的展会时间也就两天。按照计划提前一天到达去展馆布置展位，第二天展会开始，接近中午时间参观的人数才渐渐的多了起来，以为会忙的不可开交所以午饭也没有顾得上去吃，但是观众并没有给我们惊喜，午饭时间之后人数已经不多了，零散的持续到展会结束。第一天的展会就此落幕，没有给我们带来更多的客户与名片，收到名片的客户质量也有待在以后验证，所以我们更加期待第二天：参观的人数能够再多一些，能收到更多客户的名片。但是现实的展会情况却让我们的希望落空，感觉像是 展会结束了，零星的接待了两三个客户，在这种情况下对第三天的半天展会也不报任何希望了。

对于做海外市场业务的人来说，这次展会并没有带来很多的客户资源，反而是国内客户更多 。也是由于受欧债危机的影响，展会上欧洲的客户并不多，大多数来自南亚，东南亚，而客户首先关心是我们是否为生产商，其次再根据自己感兴趣的产品询问价格。很多客户对国内市场及生产技术了解的很清楚，经常会有客户问我们一些很专业的知识，使我们的回答很笨拙。另外颜色浅气味低的加氢产品正被越来越多的客户青睐，随着技术的改进，这也是我们以后大力加推的一类产品。

虽然参展客户人数不多，但贸易商，生产商等悉数到齐，也不乏第一次来中国寻找供应商的客户，中国制造树脂的影响力在扩大，中国的树脂出口量越来越大，很多市场对我们公司来说是空白的，通过展会了解到客户的需求与之前的采购源头，有助于我们针对性的去推荐我们的产品。另外一点，在展会上通过和客户交谈，发现自己对产品的了解越来越不够，比如产品是否溶于正己烷，甲乙酮，这些基本的常识对于我来说是空白。之前是没有想到，现在面对客户是无言以对，对于产品知识需要全面的补习。客户，不仅仅的展会上的，平常联系的客户都是自己学习的源头。因此展会回来，联系客户是一方面，补习展会上暴露问题的有关知识更为需要。

展会最后一天，一位客户主动发了邮件询问了很多产品，由于我商业意识的淡薄，竟然全部报价，虽然附件过大客户没有收到邮件，但自己也觉得这事办的很不妥当，领导也不ZS满意我的做法。通过这件事情，发现有太多的知识需要去学习，包括产品知识，商业意识等。

感谢这次展会，让我看到了自己的不足，更加明确了以后努力的方向。我将虚心的向同事请教学习，使自己不断的成长，前进。