

广交会网上举办为广大参展企业提供了一个优质交互平台，每家参展企业拥有一个专属企业展示中心，可集中展示企业、产品信息并开展直播活动等。丰富广交会网上企业展示中心内容，吸引客户在展示中心停留并成功转化，是提升广交会网上参展效果的关键。那么如何做到丰富展示内容、提升参展效果呢？我们提供几点建议：

### 一、要有整体规划

基于广交会品牌的较大影响力，参展企业可充分利用广交会平台优势，筹展、开展期间以广交会网上企业展示中心为轴心，关联企业网站、自媒体及其他营销渠道，打造一体化营销网络，争取最大化平台利用率，提升参展效果。

*常见问题：部分企业的自身网站内容丰富，但在广交会网上企业展示中心的内容则较简单，形成了鲜明对比。这容易让客户感到企业行为不一致，不利于快速建立信任。*

**建议：**统一规划，将企业的各营销窗口与渠道纳入统一营销体系中推广。

### 二、要以引流为目标

网络营销下，企业之间的竞争除了产品和服务外，还增加了留住客户的竞争。客户流量越大，越有利于后续运营转化。参展企业要围绕客户引流目标确定展示中心的内容和形式，从而吸引、扩大目标客户流量。

*常见问题：某企业的目标是开拓新客户，为详尽描述产品，上传了长篇文字介绍，不利于快速吸引客户眼球。*

**建议：**在编排展示中心内容时，不宜长篇大论，可多利用视觉型内容，以图片、动画、视频、3D等形式突出自身优势，或制造悬念引人入胜。这更有利于捕捉客户关注的特点，充分把握客户“第一眼”商机，为后续引流转化的创造条件。

### 三、要能提供有价值且舒适的浏览体验

客户浏览是网络营销的主要场景之一。有价值且舒适的浏览体验将大大增加客户停留时间，并为后续培养客户忠诚度打下良好基础。若能让客户把观看企业展示中心的过程变成享受，有助于口碑营销，形成没有天花板的流量入口，为企业带来更大效益。

#### 常见问题：

部分企业上传的内容过于简单，信息价值不高；上传的图片模糊，不清晰；上传的图片、视频、VR的风格差异大且缺乏说明；

部分企业产品介绍采用生硬的术语，客户阅读费力；

部分企业视频内容未充分考虑客户文化差异，过于抽象，不利于传播。

**建议：**可从以下方面丰富信息内容：企业信息包括概况、历史、规模、理念、实力（研发、生产、销售）、核心产品、重要合作客户等；展品信息包括产品性能、特点、卖点、专利与获奖情况等。仔细检查上传材料是否出现上述常见问题，并相应修改、完善。

### 四、要能准确翻译成英文

广交会网上企业展示中心具备中英文两种语言版本。要注意准确进行中英文翻译，特别是有关产品的描述要注意避免歧义，避免给将来洽谈带来不必要的误解。若参展企业存在英文薄弱的困难，可借助多媒体，辅助表达产品的性能、特点和用途。在视频制作时，可采用简短英文标注的方式说明产品的名称和功能。

*常见问题：部分企业上传的图片或文字内容夹杂中英文，这不但会干扰客户对产品的了解，也侧面反映了企业不够专业，不利于快速建立信任。*

**建议：仔细检查，相应修改。**

丰富广交会网上企业展示中心内容，还可以通过加强客户互动，利用客户反馈的信息不断改进产品，不断完善展示内容等方式实现，从而形成线上线下互促的良性循环，最大化提升参展效果。