

# 最新活动公司策划方案(模板5篇)

总结是对前段社会实践活动进行全面回顾、检查的文种，这决定了总结有很强的客观性特征。那么，我们该怎么写总结呢？下面是小编为大家带来的总结书优秀范文，希望大家可以喜欢。

## 药品促销工作总结 促销活动工作总结篇一

12月14日凌晨2点，最后一个包裹打包完毕后，意味着这次我们店铺配合的全民疯抢双12活动属于我们的这部分的工作告一段落了，总算是幸不辱命，比我们预计的要顺利以及提前完成了发货任务！这次全民疯抢活动淘宝网总销量达到了43.8亿，超越了双11活动商城所创下33.6亿的记录，说明了集市店铺和中小卖家的实力不容忽视。我们店铺参加活动的地狱狂蛇鼠标点击率达到了217055次，销量总计2239台，创了当天单鼠标销售额的新高。店铺的总销售额当天达到36.8万，创造了店铺单日销售额的新高，店铺进入淘宝网类目总排名12位。

此次活动能获得如此成功，我感觉的功劳应该属于淘宝网小二，非常感激小二给予我们的信任，给我们提供这么好的机会。尤其是朝歌提前一周就给我们参加活动的卖家天天开会，告诉大家什么地方需要改进什么地方需要优化，这次活动让我们获益匪浅。

巧合的是，这次的活动正好赶上我们店铺5周年庆典，对我们来说，这是一个难得的机会，借此东风，我们也在店庆活动上面下了一些功夫。为了保证双12活动的顺利进行，在活动前一周我们所有活动货物入仓，所有打包物资采购完毕，参加活动产品的具体功能和信息让客服深度熟悉，保证做到顾客提出的相关产品问题对答如流。

12月7日，店铺重新装修完毕，我们利用了相互关联产品模式，努力把进入的流量不流失出去，参加活动商品详情页我们加入6个关联宝贝，然后6个关联宝贝又各自再关联12个不同的宝贝，如此一共可以关联到72个宝贝。店铺3条悬浮条分别加入不同的店铺分类页面，主打的产品加入主页各个活动区域，让买家能更多机会看到我们的不同类目的产品。

12月8日公司开会考核所有客服的对活动产品的常识以及所有快捷回复的了解情况，物流人员和仓库人员开始准备如何打包产品，研究出打包同款产品最快速度的办法，以避免万一当天货物超售导致的物流打包跟不上问题，开完会后物流部门开始提前打包部分活动产品。

12月9日，我们将本来打算在双12当天开的5周年庆典晚宴，提前举行，特地购买了几瓶红酒，大家开怀痛饮。士气高涨，互相鼓励一定要更加努力，更要出色完成眼下的这次双12活动。第二天大家休息，只有养足精神了才可以更好的投入工作。

12月10日，公司留1客服值班，1库房人员打包，其余所有人休息等待迎接双十二。

12月11日，白天依旧留1客服值班，物流人员全部待命开始打包活动商品，所有需要提前准备的物流材料，需要如何分配全部完毕。当日10点后所主力人员全部到位，公司当晚灯火通明，我们在群里等待朝歌最后的命令，朝歌在活动即将开始之前，给所有人再次核对宝贝情况以及一些必须关注的信息，所有的准备工作到此结束，大家随时准备迎接双12的到来。

12月12日，0点钟声响起，淘宝网被疯狂涌入的买家导致部分服务器暂时性瘫痪，紧接着支付宝也出现了问题，可想当时的流量的惊人。朝歌统计前2小时的销售总结，我们凭地獄狂蛇鼠标闯入了前十名，而跟我们同在前十的全部是笔记本电

脑和平板电脑卖家。朝歌也对我们的成绩表示了肯定。该次活动我们的转化率非常的高，客服人员的催付起到了决定性的作用，没有进入催付名单。

12月12日上午，全公司所有人员都进入繁忙状态，公司客服区也堆满了打包物资和需要打包的产品。

12日晚10点的统计数据，我们惨遭各大强势卖家的围剿，掉出了前十。所有客服的心情大受影响，我们一直保持将旺旺群里面积极的消息截图反馈到公司的群里，不断激发客服的热情和信心，大家都表示有再次冲入前十的雄心。我们紧急召集美工对店面以及宝贝引流的优化，最后时刻我们再次冲入前十，证明了我们键鼠外设行业并不亚于输于任何人。最后一小时的销量是对我们为了12号辛苦了几天的所有同事的鼓励，我们所有付出的努力没有白费，再一次证明了我们在这个类目的地位。

12月12-13日全部物流人员加班加点打包，2位美工调用到物流帮忙打包，所有客服都照样在自己岗位做好售后服务以及正常接待买家，12-13日发走了大部分的货物。

14日凌晨2点打包完最后一个包裹，所有发货流程完毕。

本次活动的总结：

1、这次靠活动产品引流的优化手段非常有效果；

## **药品促销工作总结 促销活动工作总结篇二**

### **1、音乐**

不管在xx期间进入哪个超市，里面环绕的音乐必然是喜庆的为过年而准备的吉祥歌曲，如：发财发福中国年、新年好、恭喜发财、好运来、财神来到我家门等，通过音乐让顾客一

进门就感受到了浓烈的年味儿，使顾客心情愉悦，提高购物欲望。

## 2、店内装饰

超市内在xx期间挂上喜庆的红灯笼，商品陈列柜也采用红色为主要色彩，有的超市店员的服装也改成了xx特色的福字员工服，购物袋也是xx年新印的大红色福字袋，所有的小细节能够给顾客带来很好的购物体验，不仅增添了xx购物激情，同时还为超市提高了印象分，留住了顾客。

### 1、摆放位置

xx期间顾客进商场购物都是为了置办年货，所以超市管理人员选择一些符合顾客需求的商品放到显眼位置，有助于商品销售。

### 2、选择重点

xx期间，超市选择的主要重点是：食品（糖果、饮品、烟酒、坚果、散装熟食类）、春联、果盘、水果、玩具等，选择这些重点的目的是促进销售，让顾客看到这些便觉得自己是需要的，加上打折力度，容易让顾客产生打折消费心理，比如有的商品是打折的，有的商品还维持原价，但顾客看到的时候一个是觉得方便就一起购买，另一个认为这一定是促销价格便选择购买，无形中销量大增。

## 3、节日打折宣传单

过节期间，超市印发的降价宣传单能够让顾客直接看到商品与价格，促销的降价幅度越大，越能够吸引顾客，也有助于吸引客源，扩大销量。

### 1、买一送一

很多食用类商品采用买一送一促销法，比如饼干、酸奶等。

## 2、特惠包装

洗衣液、洗发水、牙膏等生活物品通常采用特惠包装，凸显价格优势。

## 3、送赠品

方便面、饮料、酸奶、咖啡粉等商品都选择送赠品来吸引顾客，有送水杯、塑料盒、碗等。

## 4、印花折扣券

就可低于x折换购xx不锈钢刀具系列。

## 5、现金折扣券

也是来自于x超市□x在规定日期，单张发票满x元发x元折扣券，满x元发x元折扣券。

## 6、试吃

很多火腿、香肠等食品，商家会提供试吃服务，将食品炸熟，供顾客试吃，能够让顾客直接感受商品，提高顾客购买欲望。

## 7、会员兑奖

很多超市提供办理会员卡积分，当积分到了一定额度，就可以兑换礼品，这样能够让顾客固定在一个超市消费。

大数据时代，科技日新月异，人们的生活越来越简便化、电子化，一味的靠老式推销手法是不会取得大的效果的，对待人们已经熟知的推销场所，我们可以保留其原本的推销手法，

在其基础上创新，一些更加现代化的商店，我们就必须采用贴近现代化的推销手法，利用人们常用的社交软件、利用互联网来进行推销，甚至可以推广电子平台，经营微商城。

## 药品促销工作总结 促销活动工作总结篇三

3、超市布置：活动期间对超市各个专柜进行了布置，工作服也进行了改进，较之以前有一定的进步。

2、礼品实在，顾客易于接受；

3、提高公司在社会上的地位，扩大公司信誉。

1、由于准备时间仓促，礼品准备的不够充分；

3、员工对活动的促销知识了解不够，缺少服务热情，对促销活动促进上缺乏技巧和活力，在员工心目中没有“活动是在大量资金与人力投入下，营业额大幅度拔高”的概念。

1、抓准准确的市场背景；

2、周密的计划；

3、密切的`结合与配合；

4、强悍的执行，强化细节管理，规范员工行为，触动顾客心灵。

## 药品促销工作总结 促销活动工作总结篇四

本次活动在时间从xxxx年xx月xx日到xxxx年x月x日，共x天活动时间，总销售额xxxxxx元，环比增长率xx%[]除去节日期间xx%的自然增长，实际增长率也达到了28%，超过了活动前5%预计增长目标。

活动时间安排紧紧扣住元旦假期情况，同样在30日至1日之间也出现了连续三日平均营业额xxxx元，并将这种形式延续到1月2日。

从礼品发放情况来看，单比消费额有所提升，但消费额集中。

礼品发放数量比实际估计数量减少30%。

在9日活动内销售联通手机体验卡41张。与联通公司合作活动看，这种新型营销模式给消费者带来一些新意，尤其是联通公司在各主管营业厅悬挂“中国联通 红楼百货 强强联合 购物送手机体验卡”和印刷的500份宣传单页，“缤纷节日 红楼百货 中国联通 强强联合 购物得联通体验卡”不但给我们的活动进行了宣传，同时“强强联合”也让消费者感受到了实惠。

## 一、从以上情况来看

### 1、媒体选择：

本次活动在媒体平台选择上存在不足，28日广告宣传打出，29日（周六）销售比上个周六却下降17.6%，在元旦前夕营业额应呈增长趋势，尤其是在促销活动的带动下，营业额增长应较明显。从数据上看，我们在媒体选择上存在宣传范围狭隘性和目标群体偏离性。

我们主打的是时尚休闲口号，目标定位在时尚女性和年轻群体，在媒体选择上同样应该选择在媒体中具有较高知名度的平台。符合商场和目标群体共性。

### 2、缺乏计划性：

促销活动是在时间的迫使下组织实施的，虽然具备了一定市场基础，在单个活动或企业总体发展方向及年度规划上存在

较大偏差。单次活动对企业品牌积累上轻则无力可施，重则影响到品牌积累步伐。如本次活动在奖品制定上是参考了畅销品牌的销售记录，然而在本次活动中几家畅销品牌却没有参加，不但影响到活动力度，还影响到了商场凝聚力。

### 3、营利部门与非营利部门工作协调性差：

各楼层专厅促销活动，不能定期反馈给把这些信息宣传到外部去的企划部，专厅促销信息成了内销文件，不能起到增加品牌顾客的作用，薄利多销的目的也成了一相情愿。企划部失去了这些信息的支撑，在活动计划拟订上，不能将商场活动与专厅活动结合，不但存在独立性，更甚使活动被孤立，营业部与代理商或厂家洽谈活动承担比例时，失去立场。

### 4、活动执行力差：

一项活动，无论大小，“策占三划占七”，可见活动实施重要性，即使再好的策略，没有人去实施，他还是等与零。员工对活动的促销知识了解不够，缺少服务热情，对促销活动促进上缺乏技巧和活力，在员工心目中没有“活动是在大量资金与人力投入下，营业额大幅度拔高的概念”。另外，活动在销售过程中也没有一个激进方案，销售任务没有进行细分，“笼统管理，大概销售”，也限制了销售额的增长。

### 5、前瞻性和时尚性表现不够：

企划部成员应常走出去，了解最新市场信息，做好信息归整，并多了解时尚前沿时尚资讯。

## 二、下一部计划

克服种种困难规避以上情况，每项活动都具备以下5个要素：

### 1、准确的市场背景；



- 2、周密的计划；
- 3、密切的结合；
- 4、密切的配合；
- 5、强悍的执行。

## 药品促销工作总结 促销活动工作总结篇五

通过报纸，书籍，杂志的不断学习使自己爱岗敬业，具有强烈的责任感和事业心，工作态度端正，认真负责，加强专业知识的学习，使自己不断的充电，这是销售珠宝信心的源泉，年度工作总结《促销员年度工作总结》。

保质保量的完成工作，工作效率高，同时在工作中学习了很多东西，也锻炼了自己，经过不懈的努力，是自己的工作业绩有了长足的提高。

销售是一门艺术，作为珠宝销售员，要讲求语言的技巧，让顾客买到满意的珠宝应该时刻考虑的几个方面；1认真的接待顾客做到3米问好，1米询问，微笑服务是关键，人为的制造一个轻松愉快的购物环境。2充分展示珠宝饰品，由于多数顾客对珠宝知识缺乏了解，因此对珠宝首饰的展示十分重要，顾客对珠宝首饰的了解越多购买后的满足感越强烈，常言道：“满意|”是顾客最好的广告。3促进成交，由于珠宝首饰价值相对较高，因此，顾客在最后成交前压力重重，所以要营业员采取分心的方法减轻顾客的压力。4熟悉珠宝的佩戴，保养，使用，产地，质量。5售后服务，当顾客购买后营业员的工作并没有结束，应该详细介绍佩戴与保养知识，最后说一些祝福的话是顾客的心情愉悦。增进与顾客的感情，期待二次消费的发生。6抓住每一次销售的机会，以最佳的精神状态等待顾客的到来，注重自己的外表，衣着要干净得体，每天坚持化妆。

总结一年来的工作，尽管有不小的进步，但还是有很多改进与不足的地方。比如，对珠宝首饰的了解还不够，还要加强学习，自己的销售技巧还应该提高，也需要学习这方面的知识，借鉴他人成功的经验很重要。有时候销售不好思想就消极，这是要不得地，消极思想是销售的敌人。对销售失败后的总结不够，每一次销售失败都有它的原因，比如对顾客推荐的珠宝是否符合顾客的需要，对顾客的态度是否生硬造成顾客的不满意。对顾客是否充分的展示了珠宝首饰?等等这些都需要想一想。作为一个柜长，就像一个带兵打仗的班长，冲在第一线影响，感染成员很重要，作为柜长首先要起到表率，模范带头作用，一个柜台就是一个集体，充分的团结才能释放最大能量。互相学习，互相进步。

总之，在这一年里我工作并快乐着。

xx年转眼间已经过去了，新的一年已经开始。作为百货大楼的一名专柜导购员，我现将我的工作总结及心得呈现如下。希望各位予以指导建议。

我来百货大楼工作已有几个月了，工作中学会了很多东西，更学会了用自己的头脑来开扩自己语言的不足。还有就是懂得了，作为一名营业员，要想提高自己的销售能力，就得比别人多努力。以下就是我在工作中学到的。

在销售过程中，导购员有着不可比拟的作用，营业员是否能掌握销售技巧很重要。首先要注意推荐购买技巧。营业员除了将产品展示给顾客，并加以说明之外，还要向顾客推荐该种产品，以引起顾客的购买兴趣。

作为导购员，不能只是随意推荐产品，推荐时更要有信心。因为只有自己本身有信心，才能让顾客对他所需要的产品有信任感。也让我懂得了，不是光推荐那么简单。还要学会配合商品的特征，每类产品有不同的特征，价格也不同。如功能，设计，品质等方面的特征。向顾客推荐时更要着重强调

它的不同特征。推荐的同时，还要注意观察对方对产品的反映，以便适时促成销售。

不同的顾客购买的心理也不同。同样的价格比质量，同样的质量比价格。要因人而宜，真正使顾客的心理由“比较”过渡到“信念”，最终销售成功。在极短的时间内能让顾客具有购买的信念，是销售过程中非常重要的一个环节。

时刻要保持着导购员该有的素质。要以顾客为中心，因为只有顾客满意了，东西才能卖的出去，素质及态度也决定了你会不会拉到回头客的重要因素。谁都想买的开心，用的放心。你得让顾客高兴，愿意买你的产品才行。

以上便是我在工作中的小小心得。在以后的过程中，我将做好工作计划，及时总结工作中的不足，力求将艾酷专柜营业工作做到。

作为百货大楼专柜的一名导购员，我深切感到百货大楼的蓬勃的态势。百货大楼人的拼搏向上的精神。

最后，祝愿百货大楼在新的一年里更上一层楼，更加兴旺。

## 药品促销工作总结 促销活动工作总结篇六

20××-4-21~20××-5-13

“砸金蛋 中金条”

全市市民

降价 打折 买赠

此次活动取得全公司各部门的积极配合。物管部同事负责活动现场的音箱调试、活动道具搭建及安保工作，在规定时间内

内完成，给抽奖活动提供了有效地硬件保障；综合办在活动期间负责将商场装饰一新，提升了商场的活动氛围，提前将奖品购置摆放到位，有效地刺激了顾客的购买欲。

3. 宣传时间没有充分利用网络平台的优势，造成宣传有死角；

4. 商品摆放不够突出特点，营业员的服务意识不高，产品专业度不够，不能再短时间内让顾客对商品产生兴趣。营业员不会占有主动权，大多数是在跟随顾客的思路。虽然，在活动之前举行过统一的营业员培训的，但是效果不佳，在整个活动期间，我们的营业员大部分没有提高服务意识，服务质量未有提升。除了服务员自身素质不够高以外，商场的培训不到位，培训除了正式的讲课以外还可以通过日常的沟通灌输，营业员的服务质量不是一朝一夕的时间能够到位的，要通过我们平常的不懈努力，通过我们内部培训，定期组织专业知识学习，提升自身水平，从产品分类，材料特性，如何辨别真伪，区分产地，如何做到展位的合理布局，培训营业员建议性销售，能做到给商户和营业员合理有效的指导，及制定合理培训计划。

b.活动期间各商户销售状况，有高有低，总销售额为654888元（其中尾款为73400元）：售卖较好的梦丽莎：128900元；瑞尔中式：146200元；南方家私：49200元；帝标：37100元；大堂红木：2500元；百强圣：17800元；另有部分展位没有销售额产生，二层家饰居多，原因在于商场标示不明，没有对顾客做好引导（正在改进中）。

c.活动成本，此次活动奖项，根据销售额设置如下：金条□5g□3个，电视2台（1599），冰箱2台（1299），山地车4辆（460），自行车5辆（260），电饭煲、电饼铛、电压力锅、挂烫机、电饭煲各5台（299），蚕丝被10床（126），电热水壶10个（85），电吹风18个（56），合计：27764元；提点：15000元。

d□ 此次活动的策划，开始的时候通过征求商户意见和后来公司专会研究，所有人员献策献力，使活动方案较为完整并得以实施。但是，从细节来看还是不够严谨，就活动现场的节目表演而言，没有做好时间的规划，以致抽奖时间比预计的推迟半小时，活动的时间节点没有掌握好，活动用得架子规定上午就要准备好，但是一直到两点才到位。

另，活动期间要求导购人员沟通上做到三大主动：

2. 主动解答顾客的疑问；
3. 主动加强与顾客的沟通。

通过顾客对商场的认知度调查来看，各种宣传的途径都带来一些顾客群，但主要有：通过报纸，小区广告及周边居民了解到的居多。被朋友介绍过来的顾客也占有一定比例，所以建立顾客档案和建立推荐机制是必须的。建立顾客档案，是想通过对老顾客的维护让其为商场带来新的顾客；建立推荐机制是为了刺激让更多的人将意向顾客带到商场，拉动销售。

从活动现场来看，今年的家具行业形势确实受到一定的影响，销售平稳，没有高潮，调查过几家较大的家居商场，情形也是如此。但是潜在的刚需顾客还是有的，就看我们怎么去发觉和如何去培养顾客。当前应提升商场商品的档次和规范提升营业员行为和素质。根据节日时间，提前将策划方案做出。大的节日策划在提前两个月的时间完成，小的节日在提前一个月完成，预留充分的时间便于将方案更细致化。定时到其他商场了解情况，购买相应的书籍丰富自己的专业知识，通过询问征求更多的建议。

6·1国际儿童节 九开家居 sos儿童村关爱行动：5.24日以商场为单位，组织商户参与购买礼品，到烟台市儿童福利院进行慰问。

7·1建党日：结合6月23日端午节以商场为单位，组织商户编排文艺节目，至社区慰问老的素质培养当下工作重中之重。

8·1建军节：以商场为单位组织商户编排文艺节目，至部队慰问活动。