

2023年答谢会工作计划总结(优质5篇)

时间就如同白驹过隙般的流逝，我们的工作与生活又进入新的阶段，为了今后更好的发展，写一份计划，为接下来的学习做准备吧！我们该怎么拟定计划呢？以下我给大家整理了一些优质的计划书范文，希望对大家能够有所帮助。

答谢会工作计划总结篇一

参会时间：

20xx年3月22日9点至18点

参会目的：

了解20xx年天津化妆品行业营销动态，寻找与贝壳湾项目的契合点，为拓展供货商寻找渠道。

会议内容：

- 1、探索化妆品零售门店销售瓶颈。
- 2、解密互联网+零售新形态。
- 3、传统零售行业如何打造化妆品店。
- 4、向部分优秀化妆品店颁奖。
- 5、现场各大化妆品品牌春季订货会。
- 6、年度客户答谢午餐。

会议收获：

1、了解了目前化妆品零售行业的状况，从去年10月份以来，被认为进入了化妆品零售行业的寒冬，各种线下零售店铺迫切需要打开新销路，寻找新途径。由此可见，贝壳湾项目会成为零售店店主打开新销路的渠道之一，我们在以后的目标客户推广中，要把线下化妆品店老板作为一个重要的推广渠道。

6.5折以上，耳熟能详的品牌如欧莱雅会高达7.5折，而普通的中高档品牌进货折扣在5折左右，新品牌会低至3.5折。我们可以以这个为参考依据，让供货商设定10%的佣金，给经销商更大的推广吸引力。

3、与部分日化店老板进行沟通，发现日化店老板几乎都有在微信上卖货的经历，而且对微店有一定认知。在以后的贝壳湾项目推广中，适当的以微店举例，范文top100会让店铺老板更易于理解项目，包括保证金问题和钻石商家推广问题。

4、现场接触了一些关于化妆品的互联网媒体和软件公司，如青眼传媒、聚美丽等，拓展了新的化妆品信息收集渠道。我们以后搜集客户信息可以关注此类的公共账号，在app推广使用中也可以与此类媒体合作，利用他们的资源，拓展贝壳湾的知名度。

5、现场加入了两个化妆品行业的微信群，分别是天津青眼美业群和美博会天津站2群，为以后的.化妆品供应商拓展积累了人脉资源。接下来会在这个群里添加客户，因为群内的成员都是化妆品店老板，属于精准客户，前期要跟客户建立好关系，适时向他们传达贝壳湾项目的信息，为以后业务开展打下基础。

6、思宇浓公司是天津地区中高端化妆品最大的代理商，目前也成立了电商部，并进行一系列的电商运营尝试，例如开发一些小游戏参与到化妆品销售中，改变了以往的纯代理模式。针对这些新动向，我们可以做出一些方案与他们电商部进行

合作，或者通过赞助的形式参与到他每次的订货会中，一来可以很好的推广贝壳湾品牌，二来可以依靠思宇浓品牌，拓展更多的化妆品供货商。

7、上海美博会将于20xx年5月16日至5月18日在上海虹桥举行，上海美博会是化妆品行业的年度盛会，鉴于此次天津站的活动，我们可以讨论一下是否参加。

答谢会工作计划总结篇二

在公司领导的安排与指导下，我有幸成为20xx年客户答谢会的副桌长和领舞人员，在亲身体会的客户答谢会中，我深刻感受到本次活动安排之周密、执行之细致、过程之细腻，尤其感受到客户的热情与期待。

在答谢会过程中□xx的全体参会人员紧紧围绕做好答谢会服务的原则，圆满的完成了本次会议，但是做为销售部门的一员，我认为仍存在很多问题，答谢会不只是感谢客户、提供学习机会和展现公司实力，更重要的一个环节是勾单和销售的环节，销售产品就是销售公司，也是给客户带来利益，促成合作的契机，如果产品没有销售好，怎么谈神木的形象和未来？所以针对本次销售环节，我认为存在和需要改进的问题如下：

1、参会客户的人选不准确；首先在选的大客户中有很多客户的门店存在连锁经营、夫妻各营一店或是兄弟各营一店的情况，采购是专人负责，如果仅以销售量确认客户人选，势必造成至少一人缺席或是代会，达不到预期的效果；其次根据日常的沟通与调查部分大客户已有自己的配送公司，如果邀请此类客户我认为需要考虑其近期和未来的合作意向，如果是竞争对手入席的话，反而给对方创造了竞争和洽谈的机会，不利于现场气氛调动、勾单和未来合作。

和减少未参会人员，继而减少公司本次的会议成本。

3、缺席人数过多；根据现场粗略估计，未参会人员达到38家以上，势必造成会场过于冷淡，偌大的桌子只有两到三人，会让客户感到冷清和孤单，这种客户要么选择去别的桌位聚集，要么选择离场，不利于会议完整的进行。

4、大客户和小客户分布不均；在会场中我们发现平时乐于参加活动的客户，仍在积极的参与和配合中，不乐于参加活动的客户仍在无动于衷，如果将这两种客户在每桌分布均匀的话，会起到一定的带动作用，同时也避免了部分桌长过于忙碌，而部分桌长过于清闲。

5、奖罚制度有落差；在答谢会之前我们每人都定了销售底线，保证每个客户勾单20xx元以上，每桌不少于15000元，但是在会场上，有一人一桌的，有两人一桌的，也有三人一桌的，客户的缺席和部分代替门店负责人参会情况，也影响着销售的正常进行，如果仅以销售金额作为本桌的成绩，对于部分桌长和副桌长来说有一定的偏差。

我的桌上唯一一位亲自来参会的客户，在平时就不愿参加活动，会议中没有意向勾单的情况下，在我和桌长的轮战下终于决定参加并完成了销售。

在大型的销售会议中我们要做好一切可预见和不可预见的准备，这样才能保证会议更好的完成，最后让我感慨的是神木药业今天的市场成就，是神木家人一直以来的努力奋斗的结果，我要在继承公司的成就的基础上，追求卓越、再创新进取。望在下次的销售会议中我们能做的更好，期待下一次的历练与成长。

答谢会工作计划总结篇三

一般来说，美发店年终答谢会有以下目的：

1、年底是各行业繁忙之季，以各种回馈老客户(点击进入美

发店年终答谢会顾客邀请函)的形式加强顾客忠诚度。

2、制造美发店在当地的知名度。

3、带动销售，提高美发店业绩。

4、通过终端会的交流，引导、教育顾客消费及健康美发的观念。

5、以各种促销活动留住老顾客，开发新客源。

6、通过督导老师的影响，加强美发师的销售意识，提高销售能力。

7、新品、新项目的推广，给顾客新鲜感。

8、在愉快的气氛中培养顾客与美发店的感情，促使顾客和员工成为朋友。

二、活动形式：联欢+娱乐+答谢+优惠政策

在活动形式上，可以将整个会议由各种娱乐节目串联在一起，将优惠、促销、新品、项目、等销售内容融入游戏环节，增加趣味同时又轻松的达成销售目的。

三、活动主题□s专业女子美发店s年暨s周年感恩答谢会

在活动主题的确定上，可以和喜迎s新年结合起来，给顾客留下更加深刻的印象。

四、举行时间□s年s月s日，地点：

五、宣传方式：

- 1、横幅悬挂于店外做宣传，目的吸引顾客；
- 2、宣传单张及邀请函制作。

六、活动创意

终端答谢会的创意点主要体现在以下方面：

- 1、邀请函文案要设计巧妙，创意销售，环环相扣，为现场促单埋伏笔。
- 2、不一样的开场节目，知性、品味与员工展示甚至促单相结合，而不是毫无意义的各种舞蹈。
- 3、可以用各种原创小品、产品情景剧代替课程，精心创作展现美丽主题及产品卖点，美发师主演增添表现力和亲和力。
- 4、设计全新背景音乐，烘托现场气氛。
- 5、永远记住：用心比创新更重要。

七、前期准备细则：将前期需要准备的细节问题都列出来，如会场的确定、节目的安排、奖品的准备等。

八、会前培训：在终端答谢会举行之前，要将美发店全体人员组织起来，针对方案做一个细致的培训，保证人尽其责，共同促进答谢会的成功举行。

九、会前销售政策

十、终端会现场优惠政策

十一、会后促销政策

看过答谢会活动策划方案的人还看了：

1. 酒会活动策划方案

2. 沙龙主题活动策划方案

答谢会工作计划总结篇四

一、会前提醒

各位嘉宾、各位朋友:大家晚上好!

欢迎您参加中国人寿松滋公司举办的姚守琴感恩客户答谢会。部分朋友刚刚打来电话,正在赶来的途中,预计本次会议将在2分钟后正式开始。在会议开始之前,请允许我为您做相关的友情提醒:为了保证各位嘉宾今天不虚此行,请将您的手机调至静音或振动档,保持会场安静,请您不要在场内吸烟,也不要场内随意的走动,如果您需要帮助请示意礼仪人员,他们会为您提供热情周到的服务,感谢您的配合!

二、开场白

各位尊敬的嘉宾、各位亲爱的朋友!

大家晚上好!

激情八月,硕果满枝。在这收获的季节,非常高兴能与各位欢聚一堂,我是中国人寿松滋公司的杨吉,非常荣幸受姚守琴经理的邀请,由我来担任本次会议的主持,人生的每次相逢都是一种难得的缘分,很高兴认识大家。在此,请允许我代表姚守琴及中国人寿松滋公司全体员工对各位的光临表示热烈地欢迎和衷心地感谢!并深深地祝福大家在此度过一个轻松愉快、难忘美好的夜晚。

岁月如梭,斗转星移,姚守琴在保险行业耕耘,奋斗,成长,收获。整整xx年了,这期间凝聚着她对事业的执着和追求,

凝聚着公司对她的培养和厚爱，更凝聚着在座的朋友们对他的支持和信任。今天的各位嘉宾，都是姚守琴的朋友，是来自松滋各行各业的成功人士，有长期以来支持他们的老客户，也有打算了解保险资讯的新客户，在此我代表伙伴对各位嘉宾到来，表示最热烈的欢迎和最诚挚的谢意！

三、领导致辞

人生每次的相逢都是一笔珍贵的财富。今天我们有缘相聚，是诸位对姚守琴工作上的肯定和鼓励，也是对中国人寿的信任和支持。作为中国人寿松滋公司的领导，面对这样一位杰出的员工、这么多热情的客户，我想，此时此刻，我们领导内心也必定有很多的感言。下面，借用朋友们热情的掌声，有请中国人寿松滋公司经理致词。

谢谢经理。领导的肯定是对伙伴最大的鼓舞，领导的期许也是她永久奋斗的动力。我们有理由相信姚守琴通过自己坚持不懈、锲而不舍的努力必将成为寿险界更加耀眼的明星。

四、介绍精英，致答谢词

今天，姚守琴在各位朋友的支持和帮助下，取得令人骄傲的成绩，接下来，让我们共同分享她的寿险之路，让我们共同见证她的成长足迹...（介绍幻灯片）

生命相信阳光、成长相信岁月、相知相信承诺、愿望相信未来、让每一位朋友都拥有更好的明天，是寿险人最大的心愿，也是姚守琴伙伴奋勇前进的动力！

接下来，让我们用最热烈的掌声有请姚守琴经理致答谢词，做出今后的服务承若。在座的各位朋友，是您帮助了姚守琴经理的成功，您也见证了她的成长。

五、晨操—感恩的心

六、客户代表讲话

现在，姚守琴伙伴的朋友也是她的老客户，也想将她们曾经难忘的经历和在座的各位分享，让我们掌声有请客户代表发言。

感谢的感人分享，谢谢！

七、恳谈时间：

各位来宾，心到、想到就要做到，机会稍纵即逝，无论您今天做出怎样的决定，我们相信都是明智的选择。

各位嘉宾，请填写好《意见反馈表》后尽快交给就近的工作人员，报单：由xx客户经理服务的xx嘉宾，非常认同彭凤娇老师的投资理财观念，投资瑞鑫理财计划xx万元。向您表示祝贺。

1. 祝您万事如意！身体健康！

2. 祝您家庭幸福！事业发达！

感谢各位嘉宾的参与和支持，也相信通过这样的交流和沟通，会进一步搭建一座友谊桥梁，让我们一起共创美好明天！

答谢会工作计划总结篇五

历时一个月的准备后，我公司20xx年“客户答谢会”已落下帷幕，这是一次成功的会议，但是也暴露出不少问题。

一、思想态度不端正

1、包括我在内的很多同事都没认识清楚自己的目标。我们做事情经常会认为这是一个任务，而且很理所当然的把工作等

同于任务。其实工作和任务是不同的两个概念，任务仅仅要的是结果，而工作不仅要结果还要我们学会享受过程，在过程中体现自己的价值。

2、我们没有放对自己的位置。在“答谢会”上，我们应该为每位客人提供满意的服务，从而体现公司的良好形象，而不是很机械的面带微笑、挥动手臂，让对方感觉不到温馨。

二、楼下接待不到位

1、没有指示牌。在楼下接待的时候，我发现很多客人进门后不知道应该往哪里走，因为没有“路标”，没有会场示意图，最后导致每位客人都要服务人员指引带路，这样很浪费时间、精力，如果我们提前准备好“路标”，那么对方来了之后就会感觉很清晰明了。

发现这个问题，往往客人来了之后“左右开弓”，右手签字、左手拿礼品，忙得不可开交，显得相当混乱。

三、设备准备不妥当

1、会前设备没有准备充分。“答谢会”是在下午两点正式开始，在一点多的时候我发现还有更换设备的现象，视频也不太清晰，两边的幻灯片播放也没能同步进行，而那时候客人也都陆续进入会场了，这就给客人留下准备不周的印象。

2、播放的材料准备不足。最直观的就是客人进场时，我们播放的素材没能很好体现“答谢会”的主题，进场音乐也不符合当时的气氛，这些问题都会降低我们公司在“客人”心中的印象分。

四、晚宴准备的也不够充分

1、表演冷场。印象最深刻的就是，台上表演很精彩，但是台

下观众“呼声震天”，没多少人看节目，当然背对着舞台看不着的情况例外，最后导致你演你的，我吃我的，互不相干，体现不出演出的作用。

2、晚宴结束没有顺序。晚宴具体什么时间结束？不知道。有些客人有事提前退场，情有可原。但是应该有专人主持会场秩序，安排众人统一有秩序的退场，明确客人的归宿，保证客人安全到家。安全第一，防患于未然。

以上四点是我参加这次会议发现的一些问题。当然，这次会议总

体来说达到了预期的效果，让大部分都感觉非常满意，感受到了我们公司的热情和诚意。所以我们应该再接再厉及时改正问题，将公司良好形象完美地展示给大家。

陈世锋

20xx年1月18日