

最新中秋国庆活动总结 中学中秋国庆活动总结(实用5篇)

当工作或学习进行到一定阶段或告一段落时，需要回过头来对所做的工作认真地分析研究一下，肯定成绩，找出问题，归纳出经验教训，提高认识，明确方向，以便进一步做好工作，并把这些用文字表述出来，就叫做总结。那么，我们该怎么写总结呢？以下是小编为大家收集的总结范文，仅供参考，大家一起来看看吧。

中秋国庆活动总结篇一

一、活动介绍：

温州春华学校在国庆，中秋节来临之际。为期15天中进行了营销活动的开展，活动开展的目的：一个是围绕10月份招生业绩的指标来进行；另外一个回馈学员，吸引更多学员到温州春华学校了解近期的一些营销活动，带动学员参与报名。节日期间所做的营销方案为：

(1) 报名送话费：

兑奖日期：10月20日开始。

备注：最终解释权归属温州春华学校所有

二、活动期间带来的学费业绩：

报名人数131人，比去年同期新增人数22人，报名门数141门，比去年同期新增门数31门；学费新生收入183370元，比去年同期新增收入106005元。

三、礼品赠送数量：

本次活动为全部学员充值话费9850元。

四、存在问题：

1、在国庆节期间，活动的开展，广告的宣传，造成学员咨询等待时间过长，网络800客服有时无人回复信息，客服qq有时无人及时回复。

2、目前总共咨询师只有两个，只有下午同时上班，很多学员咨询报名工作很长时间内无法办理，造成一些咨询活动无法推行，在忙的时候，送话费活动登记不够详实，造成活动后需要重新整理核对参与活动的学员信息，话费金额等。

3、在这几天里，报名学员较多，造成前期排满的班级，无法插班，及开课班级的冲突，另外学员在挑选老师也有很多要求，造成教务方面的压力，及师资方面的压力。

总之，在过节期间是学员报名最高峰，也是推行营销活动最好的时机，我们要利用时机做好准备，用礼品吸引学员适时推广业务，增加招生业绩。

中秋国庆活动总结篇二

适合中小型美容院举办的活动：

1. 次数促销

在中秋节期间美容可购买次数消费卡，可享受十一免费体验美容院制定项目和服务。

这种次数消费者卡可以运用到美容院中每一个项目中，比如说面部项目在中秋节期间购买10次，可享受国庆节免费面部护理2次。

让顾客感受到美容院真心实意在为他们提供优惠活动，也可以提高十一期间顾客的进店率。

2. 要消费先体验

很多美容院曾经为了吸引顾客，都会打出们，免费体验的项目。

但是最后演变成，如果不给钱就不让走，让不少顾客都觉得自己似乎被美容院给坑了。

其实这样的促销方式是非常吸引消费者的，只是当初没有把握好尺度，让消费者对此活动感到怯意。

可是中秋佳节期间，所有的美容院都在做促销活动。

如何才能够竞争过其他美容院，尤其是中小型美容院，当然最好的方式就是免费二字。

在中秋节前期免费为顾客做护理，让顾客感受到这个项目的效果，同时也给予这些体验们，免费护理消费者8折优惠券，只能在中秋促销活动期间使用。

相信只要效果好，顾客必然会舍得花钱。

这个免费体验活动，可以在中秋促销活动之前一个礼拜，每天为前10名顾客做免费体验项目。

适合任何美容院举办的促销活动

对于积分兑换这是美容院中为了回馈店内老顾客的一种方式们，让老顾客们在一定消费之后，就可以免费得到美容院中一些的小礼品。

此次中秋促销活动也可以利用这种促销模式，只不过我们赠

送的不是小礼品，而是直接的优惠项目和产品。

利用积分兑换项目和低价购买产品的活动。

给予顾客更多的优惠和惊喜，让他们同时期待十一国庆的促销活动。

适合大型高端美容院的. 促销活动

在大型、高端美容院加盟店中，拥有非常多非富即贵的名媛顾客。

她们喜欢上流的生活，所以不妨在高端美容院中举办一场大型的美容讲座。

邀请某些的美容专家、大师们亲临现场。

最能在短时间内刺激销量的活动，也是只适合于大型美容院促销活动。

中秋国庆活动总结篇三

本次在时间从2020年x月x日到2020年x月x日，共6天活动时间，总销售额100000元，环比增长率5%，除去节日期间8%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中秋假期情况，同样在x日至x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9月8日。

本次活动前期宣传费用[x月x日《商业刊》封底整版1000元，展板和9展架1000元，宣传费销售占比1%。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x日活动内销售xx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“xxxx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xx百货xxx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。

从以上情况来看

本次活动在媒体平台选择上存在不足□x日广告宣传打出□x日（周六）销售比上个周六却下降17.6%，在中秋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。

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。

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。

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。

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。

以上就是对此次活动的总结，希望大家吸取教训，以后做的更好。

中秋国庆活动总结篇四

2020年x月xx日市场部就中秋促销活动召开总结会议。会议对中秋促销活动取得的成绩和存在的问题做出总结分析，并对年底的目标任务做出总体规划。

公司于中秋期间开展的“xxx”活动已经结束，公司针对此次活动的开展情况，进行会议总结。上午，会议在公司三楼大会议室进行，参会人员包括公司总经理xx、营销总监xx、营销中心其他管理人员和各区域市场主管负责人。各区域市场负责人先后做了工作报告，会上大家各展风采，认真分析、总结了活动开展过程中凸显的新问题和值得借鉴的经验，把在这次活动过程中的工作成绩与大家一同分享，把自己在平时工作实践中的心得和经验倾力奉献出来。对于活动进行过程中存在的问题，大家各抒己见，对活动情况进行细致的分析和探究。

最后，总经理xx和营销总监xx分别对会议内容做出总体评价，充分肯定此次活动取得的成效，强调各市场代表之间应该互相吸取经验和教训，营造一个互相学习，彼此提高的良好氛围，同时也是大家取得进步的好机会。周才友说：各市场代表和经销商要克服自身惰性，满足甚至超越公司要求，不断

提升公司形象，提高自身效益，实现良性发展和多赢的局面。大会最后对的9、10月份任务做出具体规划。

承载着经销商朋友诸多期待和渴望的中秋促销活动，在经过长期而繁复的备战工作和轰轰烈烈的销售工作之后，已经告以段落。针对此次活动，公司对部分经销商进行了回访。

其中□xxxxx等地依旧是xxx具公司的销售冠军□xxx等店则紧跟其后。而一些新店开业同样出手不凡□xxx等店都取得了不俗的销售成绩。当然，也有一些销售则让经销商感到心酸。整合众多专卖店的珍贵经验，我们试着分析导致销售结果天差地别的原因，并整理成文，希望对广大经销商朋友有所助益。

1、店面形象。作为塑造品牌价值的第一步，店面形象的维护非常重要。正如一件礼服只有摆在精美的橱窗内才能更好地凸显它的价值不菲一样，作为国内知名品牌，雅宝家具的价值需要精美、高档的店内装潢、艺术性的饰品摆放、优雅的空间氛围来烘托和塑造。一个装潢高档、格调优雅的专卖店用自身的良好形象为店内的家具增值，所以，在二三级市场，良好的卖场形象是我们塑造品牌价值、展示产品档次、拉开与杂牌家具距离并避开与其低价竞争的第一步。

强力而科学的广告宣传更有可能弥补地理位置的缺陷。加大促销宣传力度，不仅可以让更多的人了解活动内容、提升xx品牌在当地的知名度，还可以在在一定程度上弥补地理位置所带来的先天不足，这是xxx专卖店已经印证的道理。

3、客户维护。此次活动中，有不少专卖店尽管受到来自公司、市场、自身等因素的制约，仍然取得了不错的成绩，这得益于专卖店的客户维护工作□xx专卖店良好的售后服务为其在当地赢得了良好的口碑和信誉，与同类品牌相比，无形中提升了不少竞争力。

4、导购能力。专卖店大量广告费用的投入、震撼折扣和特价

的推出，目的就是为了让吸引顾客进店，以借此机会成交顾客。所以，在前期工作完成以后，接下来，考验的就是导购员的销售能力了。所以，对于那些在活动期间能吸引众多顾客进店，却无法提升销售成绩的专卖店来说，导购人员的专业能力低下是急需解决的问题。除了进行专门的导购人员培训，专卖店管理人员更要督促和鼓励导购员自觉运用网络和书本资源学习导购知识，提升销售能力。

这四个方面是每个经销商都耳熟能详的。但要做好，还需要经销商树立正确的经营理念、不断提升品牌意识，充分认识到这四个方面对xx品牌和专卖店发展的重要性并认真践行。

中秋国庆活动总结篇五

经过近xx天的国庆节主题活动，在校内进行了全覆盖的国庆活动，使学生加强了对祖国的热爱之情。活动过程中出现了不少精彩事例，学生自己制作的手抄报内容新颖，设计美观，国庆节演讲比赛学生准备充分，展现了新一代少年的风采。现将活动总结如下：

在活动开始前，学校成立活动小组，通过商讨确定这一系列的“迎国庆”活动方案，层层推动活动开展：

- （1）通过国旗下讲话、红领巾广播站进行前期宣传，向全体同学发出活动倡议。
- （2）利用心理课时间，组织学生观看感恩教育视频，为“十一长假”布置感恩作业打下伏笔。
- （3）精心设计假期“致家长一封信”，家校联合形成合力。
- （4）布置符合学校实际，学生特点的活动：板报评比。
- （5）重视反馈，及时总结。

学生思想上高度重视在学校日常教学当中，向学生渗透爱国主义教育，在潜移默化当中为学生树立爱国主义思想。因此，自发出活动倡议以来，班主任积极激励使得学生参加积极性更加高，黑板报极为丰富，他们在课后的时间里到图书馆或阅览室里查抄相关资料。

2、黑板报比赛（中高年级）充分发挥了同学们的想象力和创造力，其画面的精美、布局的合理、字体的端正，无不令人惊叹：学生的想象创造能力实在令人敬佩。

在学校领导的高度重视和广大师生的积极参与下，此次活动落到了实处，收到了实效。通过本次活动，提高了全体师生的爱国热情，增强全体师生的民族自尊心、自信心和自豪感，引导学生树立了远大理想信念，继承了中华民族的传统美德，培养了学生的爱国责任感等优秀品质，学生一致表示把努力学习作为爱国的*好体现！