

# 最新营销活动做好后的总结报告(优秀9篇)

报告是指向上级机关汇报本单位、本部门、本地区工作情况、做法、经验以及问题的报告，写报告的时候需要注意什么呢？有哪些格式需要注意呢？以下是我为大家搜集的报告范文，仅供参考，一起来看看吧

## 营销活动做好后的总结报告篇一

\_\_年新年伊始，公司于\_年\_月\_日至\_月\_日在\_\_来进行的为期3天的年会活动现已落下帷幕。本次年会举办的主要目的是为了为了使员工放松身心、缓解工作压力、增强团队凝聚力，更是为了展望新一年的新工作及新要求而开展。这次活动就是展现我们行政人事部的职责及存在意义。

本次年会相比往年，人员更多，内容更加丰富。由于第一次组织50人的活动，经验不足，前期准备了很多，包括搜集信息，咨询价格，实地考察，制作流程、奖品方案、抽奖方案、游戏方案，购买奖品、酒水，准备主持等等。从开始准备到最后敲定大概有近一个月的时间，为了年会能顺利举办，位置选在了位于顺义的酒店，相对距离市区较近，前期我们去查看了酒店的具体设施，收集每一项内容的价格，对价格做出对比和尽量争取的优惠，并详细的做出了三天活动的内容安排。

但由于种种原因，此次酒店未能成行；眼看着距离活动时间越来越近，酒店方面还没有订下来，我们非常着急，很担心活动受到影响无法如期举行，在考虑到路程和会议期间需要录课要求网速的情况下，我们紧张的进行着酒店的搜索、询问和联系沟通。最终还是联系到一家适合公司开会并开展活动的地方——\_\_。经初步确认后，我们抓紧时间前去查看酒店住宿情况、活动场地和餐厅等，在收到和商榷所有价格后

做出了一份较为完善的预算，预算包括酒店活动和年会礼品两个方面；制定完成后，立即向领导报告所有预算情况，在获得项目批准后迅速投入到分工策划和落实活动及会议的详细内容中，包括设置奖项、奖品发放、发放方式、年会活动内容、采购奖品、酒水食物……秉承公司一切以人为本的宗旨，为了让大家会开得好，活动玩得好，行政人事部想了很多、策划了很多，考虑了很多，一切都是为公司员工服务，尽量做到尽善尽美，不使活动留遗憾。

这次活动的组织确实考验了行政人事部的能力，如何组织好大家一起活动、如何使活动更精彩、如何做好统筹安排……一些细微的环节，都在考验着我们的能力，不过遇到情况我们都能及时的解决；比如临时更换场地、分工明确、有困难大家一起上，都是我们行政人事部团结的结果。当然也存在一些不足，比如制定方案方面，在第一次方案被否定后，应及时制定备选方案两组，以备不时之需；再比如活动经验少的原因，一些组织经验就缺少了，没有组织员工照张集体照，这是一大遗憾，会铭记于心！这些不足会使我们成长，争取把以后的活动都组织的圆满。

总之本次年会活动圆满成功，是大家共同努力的结果。\_\_年，我们行政人事部会再接再厉的为公司每位员工提供更好的服务，因为我们的使命如此！就是要通过活动凝聚大家的团队意识，才能更好的使每位员工专心投入到工作中去，为公司的发展发挥自己的能力！

## 营销活动做好后的总结报告篇二

### 1概述

#### 1.1实践单位简介

金元证券股份有限公司简称金元证券，金元证券股份有限公司

司成立于20xx年8月，是经中国证监会批准，由首都机场集团公司作为核心股东出资成立的综合类证券公司，是首都机场集团金融板块的核心企业之一。公司注册资本9亿元，开业以来年年盈利，净资本率达90%以上。公司总部位于深圳，在全国各大中心城市设有25家证券营业部(辽宁、北京、天津、江苏、上海、浙江、广东、海南、湖南、湖北、四川、陕西、新疆)，旗下设有金元期货经纪有限公司和金元比联基金管理有限公司等子公司，已形成证券、期货、基金业务良性互动的证券控股集团运作模式。金元证券坚持“诚信、亲和、创新、志成”的企业精神和“稳健经营、规范管理、风险控制”的经营理念，并将其贯穿于经营管理和客户服务的每个环节。公司全体同仁以使命感、事业心和专业追求致力于为客户提供优质、高效的全方位服务。并努力为繁荣和发展中国证券市场，推动中国资本市场建设进程贡献力量。公司地址：深圳市深南大道4001号时代金融中心大厦17层。邮编：518048。在未来的发展中，金元证券的发展策略是通过实施资本公众化、资产轻型化、经营集约化、服务差异化等战略来增强公司的营销能力、定价能力、风控能力、研发创新能力，同时提升公司的企业文化水平，从而进一步完善公司的治理机制。相信在金元证券积极健康的经营理念的引导下，在金元证券全体员工的不断努力下，金元将会更加强大。

## 1.2 实践过程的基本回顾

### 1.2.1 实践过程介绍

这次实践主要有：熟悉证券开户流程以及临时情况的处理方法，对开户时应注意的一些基本的情况进行了解。熟悉资本市场的发展情况和证券交易的相关内容。熟悉k线理论的实际操作。熟悉切线理论的实际操作。熟悉基金的相关内容。整理实践过程中记录的资料。查阅相关资料进行实践的总结。

### 1.2.2 具体实践内容介绍

### 1.2.2.1 熟悉证券开户流程以及临时情况的处理方法

实践的第一天，公司的职员向我们介绍了开户的相关情况，使我们对开户流程有了相关的了解。证券账户包括股东账户、资金账户和基金账户三种类型。股东账户是客户向证券公司申请开立的，用于证券买卖的账户。股东账户包括上海股东账户和深圳股东账户，他们又各自包括a股股东账户和b股股东账户。上海b股的股东账户用美金进行交易而深圳的b股股东账户则用港币进行交易。上海a股的股东账户不可以复开而深圳的可以。在开立股东账户时客户需填写自然人证券账户申请表、代理开户合同中的开户申请表和第三方存管协议。第三方存管协议有三联：客户联、券商联和银行联。银行联由客户带往相应的银行进行确认。第三方存管的目的是保障资金安全。资金账户是客户向证券公司申请获得的客户号，它是由股东账户对应生成的。基金账户是客户向基金公司获得用于购买基金的账号。一个身份证只能在一个证券公司开一个资金账号，一个资金账号可以向多个基金公司开立基金账号。开立a股账户费用为46元人民币，b股账户则为100元人民币，对于三板股票的账户开户费只需三十元。

学习开户时客户应携带的资料，以及客户日常可能遇到的问题解决方法。对于未开过户的客户他们需携带身份证和银行卡。银行卡必须是中行、建行、工商、兴业、农行、交行，还有华夏和招商等八家之一的银行卡。客户如要进行同行换卡则可直接到对应银行的柜台进行换卡。但如果客户是要进行异行换卡，则客户要先对账户进行清仓，即达到零股票零资金。客户要进行转账必须在营业时间进行否则资金会被冻结，如果资金是从证券账户转向银行账户，其上限为50万。

### 1.2.2.2 熟悉资本市场的发展情况和证券交易的相关内容

金元证券股份有限公司乌市黄河路营业部的总经理芦红星先生向我们介绍资本市场和证券交易的相关内容。首先他提到资本市场在中国仍属于新兴的市场，有很大的发展空间。它

的主要功能是筹集资金、合理定价和资源的优化配置。在国外资本市场与商业银行混业经营，在中国二者是分业经营。其次他向我们介绍了证券公司的业务。其业务包括经济业务、资产管理业务、自营业务和投资银行业务。

接着芦经理向我们介绍个人投资方面的问题。他说到，个人投资首先要看宏观环境，因为宏观环境反映的是系统风险，是个人无法控制和避免的。其次我们还得关注公司的监管和技术层面的信息。技术信息主要在于我们对知识把握的情况。芦经理讲到“要想口袋满就要脑袋满”这生动地说明了知识的重要性。在后面的讲述中他向我们介绍了主动性买盘和被动性买盘以及股市与房产价格之间的紧密关系。紧接着他向我们介绍了证券经纪人以及从事证券行业所应具备的工作精神。从事证券行业要具有全力以赴的敬业精神、团结协作精神、个人主义与集体注意相结合、全局观和敢于接受挑战的精神。

芦经理介绍说证券市场有一级市场、一级半市场和二级市场。一级市场是未进入市场，二级市场是进入市场，而一级半市场非法的。之后他向我们介绍了权证的相关内容。其中他主要介绍了期货和基金。现在期货主要以金融期货为主。基金与理财产品的主要区别在于基金的资金全部来自投资者而理财产品的资金部分来自券商，部分来自投资者。

最后芦经理向我们介绍了金元的主要情况。他向我们介绍了金元的交易方式，理财中心和前、中和后台的管理。前台主要负责营销，中台负责咨询，而后台则负责总的管理。

## **营销活动做好后的总结报告篇三**

21世纪，信息、经济迅速发展，为我们生活带来很大方便，但于此同时，一个显著的社会现象-----就业困难，也呈现在我们面前。在科技兴国，知识兴邦的大背景下，我国高学历人数显著增多，对我们刚刚走出大学校门的学生形成了就

业压力，也引发了一系列的就业问题。但这些问题，并不只是社会原因，也归咎于，我们在落实教育时，以理论知识为重，为学生提供的实践机会太少，所以当学生走出校门时，只有满腹经纶，却无实际的社会经验和工作技巧。

## 二、活动目的

本次营销实践大赛，打破了目前已经存在的绝大多数大学生课外活动重理论轻实践的现象，将活动置于真实的社会环境中，带领学生走出书本，走进现实，走进社会。锻炼在校学生为学为用的综合能力，强调学有所得，学以致用。开辟“第二课堂”，为企业发掘人才，为社会培养人才，为大学生就业提供一种新途径。

本次大赛我们将其定位于以专业营销知识为基础，以实际销售为手段，从基础工作做起为在校大学生提供商业知识实践的平台，发掘大学生的创业热情和商业才华，培养学生能够与不同的群体进行沟通的能力、实践能力，团队精神 提高学生的综合素质。强调社会经验的积累，最终达到使参赛学生整体综合素质得到锻炼提高这一目的。

## 三、活动时间

20xx年04月16日—20xx年05月17日

## 四、活动地点

河南大学民生学院民生广场

## 五、活动构成

第一阶段 宣传报名

第二阶段 准备

第三阶段 正式开赛

第四阶段 颁奖大会

六、活动流程

第一阶段宣传报名（）

1. 活动宣传

## 营销活动做好后的总结报告篇四

在房地产行业工作也已经半年多了，在销售方面还有待提高。虽然自己的水平有限，但还是想把自己的一些东西写出来，即从中发现得到提高，也可以从中找到自己需要学习的地方，完善自己的销售水平。

经历了上次开盘，从前期的续水到后期的成功销售，整个的销售过程都开始熟悉了。在接待客户当中，自己的销售能力有所提高，慢慢的对于销售这个概念有所认识。从自己那些已经购房的客户中，在对他们进行销售的过程里，我也体会到了许多销售心得。在这里拿出来给大家看看，也许我还不是做的很好，但是希望拿出来跟大家分享一下。

第一、最基本的就是在接待当中，始终要保持热情。

第二、做好客户的登记，及进行回访跟踪。做好销售的前期工作，有于后期的销售工作，方便展开。

第三、经常性约客户过来看看房，了解我们楼盘的动态。加强客户的购买信心，做好沟通工作，并针对客户的一些要求，为客户做好几种方案，便于客户考虑及开盘的销售，使客户的选择性大一些，避免在集中在同一个户型。这样也方便了自己的销售。

第四、提高自己的业务水平，加强房地产相关知识及最新的动态。在面对客户的时候就能游刃有余，树立自己的专业性，同时也让客户更加的想信自己。从而促进销售。

第五、多从客户的角度想问题，这样自己就可以针对性的进行化解，为客户提供最适合他的房子，解决他的疑虑，让客户可以放心的购房。

第六、学会运用销售技巧，营造一种购买的欲望及氛围，适当的逼客户尽快下定。

第七、无论做什么如果没有一个良好的心态，那肯定是做不好的。在工作中我觉得态度决定一切，当个人的需要受挫时，态度最能反映出你的价值观念。积极、乐观者将此归结为个人能力、经验的不完善，他们乐意不断向好的方向改进和发展，而消极、悲观者则怪罪于机遇、环境的不公，总是抱怨、等待与放弃！什么样的态度决定什么样的生活。

第八、找出并认清自己的目标，不断坚定自己勇往直前、坚持到底的信心，这个永远是最重要的。龟兔赛跑的寓言，不断地出现在现实生活当中，兔子倾向于机会导向，乌龟总是坚持核心竞争力。现实生活中，也像龟兔赛跑的结局一样，不断积累核心竞争力的人，最终会赢过追逐机会的人。人生有时候像爬爬山，当你年轻力壮的时候，总是像兔子一样活蹦乱跳，一有机会就想跳槽、抄捷径；一遇挫折就想放弃，想休息。人生是需要积累的，有经验的人，像是乌龟一般，懂得匀速徐行的道理，我坚信只要方向正确，方法正确，一步一个脚印，每个脚步都结结实实地踏在前进的道路上，反而可以早点抵达终点。如果靠的是机会，运气总有用尽的一天。

对工作保持长久的热情和积极性，更需要有“不待扬鞭自奋蹄”的精神。所以这半年来我一直坚持做好自己能做好的事，一直做积累，一步一个脚印坚定的向着我的目标前行。



## 营销活动做好后的总结报告篇五

为认真实践三个代表的重要思想，深入贯彻党的xx大、xx届五中全会精神，更好地发挥党联系职工群众的桥梁纽带作用，切实解决困难员工的生活问题，进一步推动送温暖工程的经常化，按照集团公司工会[20xx]54号《关于在20xx年元旦春节期间继续开展送温暖活动的通知》文件要求，积极响应集团公司进千家门，知千家情，解千家难，暖千家心送温暖活动，我公司认真开展了20xx年元旦春节慰问送温暖活动，现将该次活动小结如下：

### 一、领导重视，统一部署

### 二、突出重点、措施有力

公司工会以强烈的使命感和责任感，把它摆上工会的重要议事日程，切实抓好困难员工的生活保障工作，维护职工的合法权益，为了切实做好元旦春节慰问工作，公司工会首先对公司所有人员状况进行了一次普遍摸底调查工作，并克服了人员居住分散，居住在外地离退休老人多，分散面广、交通不便等诸多困难，特别是对居住在偏远山区，山高路远平时难以联系的离退老人，逐一进行了事前专访或专门联系落实到人，及时发现了困难人员生活中存在的问题通过在元旦前集中一段时间做好特困员工人员家庭的核实摸底工作，及时调整充实了特困员工档案，摸清了底数，为送温暖活动提供了可靠的依据。在实施送温暖活动中，我们注重突出重点，将生活一般相对困难和特别有灾有难大病等的区别开来，如特困、大病致贫员工、特困单亲家庭等，进行一一有重点的排列确认，采取有针对性地进行困补等措施和办法，切切实实的为他们排忧解难。由于抓住重点采取有力的措施，使真正有困难的员工得到了及时的帮助，收到了较好的效果。

### 三、做实做细，落到实处

通过本次对公司特困员工、伤病员工和离退休人员等进行送温暖活动，在对困难员工进行帮扶的同时，公司领导、工会还注意倾听职工群众的呼声，进一步摸清了员工的具体困难和存在的一些实际问题，并将在今后工作中加以认真、区别对待，予以尽力解决。

## 营销活动做好后的总结报告篇六

期中碳酸饮料的消费人群达到；果汁饮料的消费人群占；而茶饮料以及矿泉水等并不是大学生最受欢迎的饮料。在品牌方面，国际品牌占了大头，例如可口可乐、康师傅等；国产品牌哇哈哈、农夫山泉等也占了约3%—7%的比例，稳定的市场和良好的口碑，使得国有饮料拥有很大的发展空间。要扩大一个饮料品牌的市场占有率，就要做好在大学生群体的宣传工作。

### 二、市场细分及市场定位

#### 1、目标市场

以目前在校大学生作为目标消费群体，对我哇哈哈公司的茶产品进行宣传推广，既可以有利地争取冰红茶在现有的校园市场份额，又极大地开拓了未来广阔的潜在市场。以高校宣传作为首要切入点，培养一批长期的顾客，一旦规模形成，那么以后就会形成忠于哇哈哈品牌的固定消费群里。

#### 2、消费者分析及业务推广前景

频繁，所以及早的占据校园市场，培养品牌忠实客户，这也是现在以及将来的大势所趋。

(2) 娃哈哈是非常优质的国有品牌，声誉良好，产品质优价

廉。随着市场细分的进一步深入，大学生群体是各个饮料品牌的必争之地。在此之际，哇哈哈老牌冰红茶的推出符合大学需求，同时可以加深其在大学生心中的印象，产品形象定位于青春活力，同时有益身体的冰红茶，无疑是让一只老牌劲旅加大影响力的重要措施。

(3) 纵观各商家进入高校市场均采用广泛宣传与促销活动并进的手段,时间较短，其实为了长远考虑，是可以在各大校园里建设娃哈哈品牌产品的饮料站，专门出售娃哈哈的相关产品。这样做一是可以增加销售量，二是可以长期树立娃哈哈的品牌形象。

### 3、市场竞争态势

(1) 当今大学生对饮料的选择性非常大，各种饮料产品充斥着大学市场，但是一旦大学生消费者肯定了某一品牌的饮料，那么就具有相当大的可能性去支持其旗下其他系列的产品。娃哈哈是我们非常熟悉的品牌，对其信任度高，所以只要娃哈哈可以提供符合大学生需求的产品，是非常有可能得到学生的支持的。娃哈哈在市场竞争态势中取得心理优势。而冰红茶就可以作为一种推销产品。

(2) 娃哈哈面临来自康师傅的挑战。康师傅是大家都知晓的公司，其推出的许多茶饮料，也占据了饮料市场很大的份额，大家对康师傅的知晓度非常高，并且在消费者心里树立了良好的品牌形象。

(3) 娃哈哈冰红茶产品口味无创新，与其他同类产品相似，特色不

够明显，没有新鲜感。

### 4、市场优势机会

正是由于我们的目标群体对饮料产品选择性非常大，所以这也给我们提供了机会，这时加大娃哈哈冰红茶的推广，有利于加深大学生对其的了解度，提高大学生对冰红茶的购买欲望。同时产品茶感好，口感清爽，具有一定的解渴性，适合8-10月份的季节性需求。

### 三、具体活动

#### 1、活动意义

我们策划这一活动的目的主要是向高校大学生宣传介绍娃哈哈冰红茶，便于冰红茶在市场中的推广和销售。活动将针对红茶的口感和效果，着重介绍老产品的独特性，突出冰红茶所代表的意义与当代大学生特追求健康、活力、绿色消费契合。同时根据市场反应，了解消费者诉求，总结优势劣势，及时调整营销策略。

#### 2、活动主题

运动健饮，绿色享饮，激情畅饮

#### 3、活动的目标对象

#### 4、活动时间

xx年8月——10月

## 营销活动做好后的总结报告篇七

同时，公司营销部还制订了《“供电服务提升工程”活动绩效考核细则》，明确了“创业服务年”各项工作的具体标准，细化了工作要求，从成立组织机构、制定活动方案和计划、宣传发动、具体实施情况、实施效果等方面对基层供电公司进行评价打分，并将评价结果纳入各单位全年绩效考核。

## 二、健全机制，用电环境保障安全可靠

(一)保障重要客户的供用电安全。进一步完善重要客户停电应急机制，最大限度地减少因重要客户停电造成的不利影响和损失，保障重要客户的正常供电。此外，开展客户安全用电服务，组织对高危及重要客户供用电安全排查治理。深入开展用电安全隐患排查与治理整改工作，督促客户完善自备应急电源配置完成安全隐患整改落实工作，1-3季度份，共开展对475户高危及重要客户的隐患排查，发现安全隐患并下达整改通知书268条，提高了客户侧的用电安全状况。

(二)积极做好抗洪救灾工作，力保灾区用电。xx年6月-7月，持续的暴雨天气袭击了赣鄱大地，抚州、鹰潭等地区发生严重洪涝灾害，电力设施受损严重。省电力公司第一时间启动防汛应急预案，成立了防汛应急指挥部，协调指挥公司系统防汛应急处置工作。营销部作为应急办成员部门，全力参与抗洪救灾过程中的各项工作。

为尽快恢复因灾受损的电力设施，营销部协助政府开展供电设施的应急处置，保障重要用户供电和临时安置点的群众生活用电，有序地组织抚州、鹰潭等受灾地区供电部门抢修应急队伍和装备投入抗洪抢险工作。同时调集了南昌、赣东北、赣西、赣州等供电公司发电车及员工驰援重灾区抢修电力设施，据统计，此次抗洪救灾中，公司系统共投入抢修人员55374人次、发电车28辆、抢修车辆5228台次。

在加快抢修受灾电力设施、恢复供电的同时，营销部还积极做好水灾过后的安全用电宣传。通过江西卫视宣传播放、发放宣传单、95598短信平台等形式宣传灾后安全用电常识，仅抚州地区就发放了3万份安全用电宣传单到灾民手中，列出了水灾过后安全用电要注意的相关事项，提醒受灾地区的广大群众主动做好防范措施，确保家庭用电安全。

(三)全力做好各项保供电工作。今年省内各项重大活动频繁，

公司积极做好中博会、高考、招商引资活动、经贸洽谈、省运会、鄱阳湖国际生态文化节等各项保供电工作。截至目前，累计调用应急发电车78台次，有力保证了重大活动的顺利召开。

## 营销活动做好后的总结报告篇八

在不知不觉中，20\_\_年已经过了，加入公司的时间拼拼凑凑也有不少的时间了。在这段时间里，从一名置业顾问一步步晋升为销售经理，我不断的学习的知识并积累了很多的经验，也同时锻炼和提高了业务能力，这让自己的人生多了一份激动，一份喜悦，一份悲伤，最重要的增加了一份人生的阅历。可以说在九阳的这段时间中，收货颇多，感触颇多。在这里，非常感谢公司的每一位领导和同仁的帮助和指导，现在已能独立完成本职工作，现对目前的工作做以下总结。

### 一、任务完成

今年实际完成销售认购签约回款佣金的情况和竞争对手易居的对比的情况。

### 二、团队管理方面

#### 1、招聘面试方面

自己在招聘面试的时候缺少精心的设计和安排，有时候自己也不加重视，总是奔着你情我愿的想法，没有必要跟着面试者讲太多，正是因为自己的不重视应聘这个环节从而导致一部分优秀人员的流失，也给人事部部门增添了不少麻烦。

#### 2、团队培训工作

没有计划的培训，培训目的的不明确，培训前没有系统的准备对团队的打造目标不够明确比较笼统，培训的计划做的也

比较笼统，因此在培训工作开展时想到什么就培训什么，感觉团队缺少什么就培训什么，有的时候很少培训，有的时候天天都在培训也达不到预期的效果。不但增加了置业顾问的负担更影响大家的心情。

对于培训没有一个长期统筹安排和布置，自己也没有提前做好充足的准备工作。自己不但没有得到锻炼，更使整个团队裹足不前。也没有研究过老的置业顾问和新人进行区别培训，导致新人学习难度增大，老的置业顾问也感觉付出了时间却得不到较好的效果。

### 3、监督、督促工作方面的

很多事情都是及时的安排下去，但是没有给予及时的督促和监督，导致安排下去的事情做的不理想甚至是基本上没有完成。例如置业顾问的约电约客问题，自己很少去督促和检查他们的来电来客，导致置业顾问在这方面的工作开展的不是很理想。有的置业顾问甚至很长时间对客户都不进行约访，损失了公司难得的客户资源。

### 4、及时总结学习方面的

当工作期间遇到一定难题的时候，自己很少去总结学习更谈不上将自己总结的东西传授给团队，有时候难题过去就过去了，不再过多的进行回顾总结和传授。当遇到问题客户的时候，总是想尽一切办法给予解决但总是忽略产生这些问题的根源在那，因而重复的问题不断出现，如何将该问题在前期解决掉或避免该问题的产生自己却不总结和传授。

### 5、公司制度的执行和落实方面的

例如有的工作人员偶尔迟到三五分钟，但出于不忍心就不再严格按照公司制度给予其罚款，从而导致了其它置业顾问心理不平衡，给管理工作带来了一定的困难。究其原因做为

名销售部负责人首先必须严格按照公司的管理制度进行相应的处罚，对其违纪行为视而不见于心不忍不给予其进行罚款可实际上就是在纵容其行为，因此对于我来说是一种失职行为。公司最基本的管理制度自己都因为种种原因执行和落实不到位，更谈不上让自己的团队按照制度去严格要求自己。

## 6、销售一线工作出现的问题敏感性。

由于销售一线工作灵活多变，因此需要根据实际情况及时制定出相应的制度策略。在这方面自己的主动积极意识存在很大的欠缺，总是习惯于领导将工作安排完事以后自己才去执行，不动脑子去想过多事情，从而使很多工作做起来很被动。

## 7、团队之间的沟通。

曾经也认真制定过与工作人员之间的沟通计划，但是实施一段时间后便抛向脑后，因为各种原因落下了，在置业顾问提成方面因为没有事先沟通，向团队说明公司的情况，导致了一些小的情况发展，不仅仅影响了团队的士气也影响了正常工作的进行。通过这件事才让我深刻的意识到及时的沟通是多么的重要。

## 三、案场管理方面的

1、案场谈客监督及把握方面当问题客户出现的时候，自己都想办法及时给予解决，在案场自己也时常全程并及时的给予置业顾问的谈客进行指导，同时提示或组织其它置业顾问给予适当的造势来创造氛围，常组织置业顾问交流谈客过程的关键点把握，从而提高了部分置业顾问的成交率。尤其是对新的置业顾问谈客自己都及时给予点评，并组织其它置业顾问给予及时的旁听来提高谈客技巧。

## 2、案场问题客户处理方面



当出现问题客户的时候自己都很有耐心的给予解释和解决，减少了异议客户，增加了客户对公司的信任感和认同感。

#### 四、执行力方面的

我深刻的意识到自己办事比较拖沓，总有一种不到最后一刻绝不完成的想法，因此对领导安排或者其其它的事情总是能往后拖就往后拖，深知自己拖沓的习惯害人害己，自己也要努力改掉这样拖沓的坏毛病。

在公司工作的这段时间里，深知自己身上存在各种各样的问题和不足，在以后的日子里我要给自己进行重新定位，振奋信心、保持本色、重燃激情，在改掉自己不足的前提下努力学习知识提高自身各方面的能力，并做出了以下工作计划。

- 1、首先在个人心态方面不仅好好调整，无论在任何的困境下都要和公司团队荣辱与共，共渡难关。用自己的良好的心态去影响身边的人和公司的团队。
- 2、其次对于个人在团队管理上存在的不足自己要制定出详细的团队管理目标和实施方案。
- 3、学习招聘面试方面的技巧，重视每次的招聘面试工作，每次在面试之前都要设计出面试的方案，尽可能为公司吸纳和留住优秀人才。
- 4、在培训工作方面，制定出详细的培训方针和大纲，每个月末都要根据实际情况做出下个月详细的培训计划，针对新人和老人区别做出培训计划。并尽努力严格按照培训计划执行。落实项目部日常的管理制度，并严格按照管理制度去执行，无论任何人只要触犯公司的原则问题都一视同仁绝不姑息，牢牢记住“管理即是严格的爱”。
- 5、针对自己的沟通不足问题。每周固定两次和置业顾问进行

有效沟通。及时的了解并掌握置业顾问的心态和动态。

6、关于监督督促工作在春节前也要形成制度，有奖有罚奖罚分明。

7、关于执行力不足问题，制定出关于执行力不到位的奖罚措施，争取任何事情达到第一时间，高质量的去完成。关于做事拖沓问题，自己要从每天上班开始锻炼，要求自己每天上班必提前20分钟到项目部，制定出处罚措施由秘书监督进行处罚。

都说公司是自己的第二个家，既然是家，没有谁有理由不爱自己的家，在这个家里我一直都是，忠诚可靠，乐于奉献，一切以公司利益为出发点，忠于职守，不以权谋私，敢于管理，尽心尽力，尽职尽责，管的公平、公正、一视同仁，心胸宽广，宽容善待他人，任人为贤。积极热情、充满活力。用自己的热情去感染自己的下属，关心他们的工作和生活。当然没有谁是十全十美的，我也有很多的不足之处，在执行力方面的欠缺，有时候性格的过于温和，对团队管理经验的不足，以及和下属沟通的欠缺，都给工作的进行带来了一定的困扰。作为一名销售经理，想好更好的发展，这些缺点和不足都需要一一的克服和解决，我有信心能够很好的解决。

学习犹如逆水行舟，不进则退，深刻的认识到自身知识水平有限及能力的不足，对未来我充满着期待和信心，相信在公司领导不断的批评和指导下我会进步的更快，变的更加成熟。

房地产公司举行营销活动总结范文

## 营销活动做好后的总结报告篇九

09年9月25日—10月8日，我店开展了主题为《盛世60载辉煌2周年国庆店庆林城欢庆》的营销活动。本次店庆活动我店不仅在营销模式方面推陈出新，而且在服务理念方面，殿堂装

饰方面，人员奖励方面，会员营销方面，文化活动方面都有不同程度的革新。

本次店庆活动我们才用分段式的营销模式。第一阶段9月25-30日，以分级送和大抽奖为主要提销手段，旨在提销的同时预热店庆主线活动。第二阶段10月1-8日，我店以提升销售最有效的手段：送券，为主要活动形式，并且以八天八套梦想组合为强力吸引消费者的奖品，全面开展活动，抢夺销售的战役正式拉开序幕。

下面对本次活动做以下几个方面总结：

全店计划销售为870万元，实际销售892万元，完成销售计划的102%。其中百货部分计划销售万元，实际销售654万元，完成计划的，同比上升47%。占全店销售的73%；超市计划销售166万元，实际销售万元.完成计划的101%，同比上升。占全店销售的19%；租金返算实现70万元，占全店销售的8%。1至8号参加活动专柜销售401万，礼金券销售万，占比。活动期间百货会员销售占比达%，超市会员消费占比达。

百货日均交易笔数为27512笔，较同期增长321%。活动期间客流明显增加，根据活动期间日均交易笔数及每天下午2：50-3：00在1号门对进店顾客数统计显示，活动期间客流较平日增加倍。

本次活动总费用支出345,398元，占总销售的。其中奖品费用94,586元（全部奖品赠品总和），装饰制作费用17,000元，宣传费用58,720元，印刷品费用5,554元；一线员工奖励费用46,060元，其他费用123,478元。

## 1、活动前期准备充分

本次十一活动营销部提前一个月开始准备。经过多次修改、反复论证方案确定，而且方案细则细致入微。

本次活动参与品牌数量较以往活动相比，参与率大有增加，参与活动专柜占参与活动卖区的90%。对于不参加活动的品牌大楼推出增加扣点的政策并单独设立促销柜组，且销售产生的毛利不计入保底毛利，实销实扣，保证了大楼不损失或少损失毛利。

在商品方面，提前一个月开始对各个专柜进行商品检查，监督商品库存量及新品上柜情况，并且对商品定价进行严格把关。活动前一周，由副总牵头组成联合检查组，对每个专柜的商品情况进行细致的检查。

活动宣传装饰及殿堂装饰，版面设计提前20天全部确认完毕，提前5天制作品全部运抵我店。各种景观都如期制作完毕。

活动前营销部牵头联合防损、财务、办公室对活动相关工作人员，召开了2次技能培训会，落实细节工作，保证了活动期间的正常运行。

## 2、服务理念更新升级

开业至今我们分别提出了“时尚品位生活”，“让生活动起来”，“无微不至无限发展”等服务理念的宣传口号。在我店2周年店庆到来之际，我们提出了“真诚服务每一天”的服务口号，将我们的服务更细致化，让我店的新老顾客更能切身的感觉到我们服务的变化。

## 3、超市特价活动一军突起

本次店庆超市组织大米、豆油、鸡蛋等日常敏感商品进行低毛利或负毛利促销，并辅以满额送礼，满额抽奖等活动，大力拉动了销售，拉动了大楼的整体客流及提高了消费者的关注度。

## 4、店内装饰引人入胜

在林城百姓中引起了不小的轰动。

## 5、加大奖励，全体员工积极性大幅提高

遵从集团加大一线员工奖励的精神指示，我店自上至下解放思想，在本次店庆活动中，加大了一线员工的奖励力度，首次实行专柜双奖制度，并首次将超市按照计划纳入考核机制、首次将租赁专柜进入系统的销售纳入奖励机制。此机制的推出不仅在最大限度上提高了一线员工销售的积极性，同时提高了隐含的租赁销售。

## 6、宣传延伸性广泛

本次店庆活动在宣传方面取得了很大的成功，尤其是在dm的发放方面，真正的做了细致入微，派专人监督发放，大幅度的提高了传单的效果。

## 7、店庆文化活动丰富多彩

本次店庆的文化活动在宣传炒作方面发挥了巨大的作用，在国庆60周年到来之际，我店借势造势，以势炒店，组织了《迎国庆大家都来唱》的文化活动，全面提升宣传的高度。

### 1、营业员对于活动内容掌握不够准确

我店开展抽奖活动的准入门槛是单票满200元，在实施的过程中有个别营业员自己购买的商品，单票不满200元却到信息录入处录入个人信息。次情况反映个别营业员对活动信息掌握不准。

### 2、对于销售预期不足

今年的十一正好是国庆60周年8天长假期，在加上八月十五佳节，外地返乡的顾客人数相当大，我店销售额一度攀高。营

销部对此情况估计不足，致使代金券一度紧张，后紧急加印两次，问题得以解决。

### 3、抽奖活动如能出新会更上一层楼

延续宣传会更好。

至此十一活动已经告一段落，我们将吸取本此活动的经验，落实到以后的营销活动中。