# 家电商品秒杀活动总结范文(优选5篇)

来源：网络 作者：心上人间 更新时间：2024-12-15

*家电商品秒杀活动总结范文 第一篇 xxxx年11月12日--25日开展了七周年大型促销活动，由于占了一定的天时和人和，再加上有吸引力的季节性商品和促销活动，总体效果较好，给我们以后的工作开展留下了一个很好的教材。 本次企划案的前期准备十分充...*

**家电商品秒杀活动总结范文 第一篇**

xxxx年11月12日--25日开展了七周年大型促销活动，由于占了一定的天时和人和，再加上有吸引力的季节性商品和促销活动，总体效果较好，给我们以后的工作开展留下了一个很好的教材。

本次企划案的前期准备十分充足，覆盖面很广，配合各门店店长及公司各部门的认真论证，形成了一套较完整的可操作性强的整体营销手册。

在促销方面，我们应用了针对家庭及主妇为主的消费群的促销活动，达到了应有的效果，消费者反响热烈，完全达到了聚集人气的目的。

商品方面，我们配合季节性进行了“劲爆生鲜，仅限1天”“疯狂特价，限时抢购”的商品促销活动，达到了即配合着整体快讯收费的目的，又运用商品进行拉动人气和销售的目的。再加上门店的陈列配合，现场促销。我们制作的七周年广播稿，使门店在执行宣传方面和渲染买场气氛和促销气氛方面有了新的突破。在视觉和听觉方面给了消费者很大的冲击力，为我们以后的工作留下了很好的借鉴。

七周年大型文艺晚会把整个七周年庆推上高潮，各门店的文艺表演可圈可点，供应商的邀请使我们公司的企业文化和经营思想宣传上了一个台阶。配着生日歌总经理切蛋糕的一幕使我们员工有了家庭的亲切归宿感。这是本次文艺晚会的几大重要亮点。

但是我们在工作的计划、组织安排和活动控制过程中，仍然存在着许多不足之处：在本次七周年活动中间，有一些关于促销计划、活动及商品的工作没有落实到位，导致损失了一部分销售，这是值得我们去深思和深刻检讨的：

1、部分促销活动由于找不到供应商，被迫流产。

2、监督表格没执行，是本次七周年的一个遗憾。

3、门店的现场执行力度不够，

4、门店的及时跟踪检讨没有做到位。

5、门店在人力安排方面不合理，致使本次的个别活动没有得到充分的发挥。

6、新商品/敏感性商品开发，采购没有充分的执行，是本次七周年最大的遗憾。

7、门店在七周年活动中，在一些商品的创意陈列方面明显不足，有待改进。

8、门店在七周年商品活动中，现场促销作的不到位，有时有，有时没有，没有彻底的给现场促销人员培训和跟踪，这样致使一些消费者的反映得不到收集，不能为以后的工作借鉴。

9、门店在七周年活动中，人气有了，销售上去了，但卫生工作没有及时跟进，致使各门店门口及卖场的卫生不尽如意，象个垃圾场。

10、在七周年活动中，部分敏感性商品缺货严重，影响了消费者的购物情绪，这是生意中的大禁。要认真反思！总之，任何工作要不断进行总结和检讨，才能把下一次的快讯工作作好。我们希望以后能够把整个快讯营销的方案作得更好、落实得更好。

**家电商品秒杀活动总结范文 第二篇**

20xx年上半年已经结束，我做市场营销这块也有好几年了。今年公司领导又对我的工作重新进行了安排，主要是管理营业厅和数字电视付费节目的推广工作。回顾这几个月，我觉得有必要对以下几个方面做以总结：

> 一、岗位职责

作为公司市场部领导这一职务，我在工作上有很多不到位的地方，没有使用好公司下发的考核标准。做事总是想到哪做到哪儿，工作没有合理的计划和总结，没有正确的工作方法。工作起来比较麻木，总是急于解决问题，做不到冷静的思考问题，没有合理的解决问题根本策

略和方法。 解决方法：拟定一个属于自己的工作流程，按照此流程来展开工作，这也就是被迫提高工作效率。经过一段时间的磨合，相信自己在工作方法上会有所改进，并且工作效率也会有所提升。

> 二、业务情况

> 三、团队协作

上半年工作中总结出：现在的公司只有较强的个人能力是不行的，拥有公司的团队协作精神才是最为重要的。再强的个人永远比不上一支优秀的团队。我们充分发挥公司职工的人际关系到各个单位和亲戚朋友那里宣传数字付费节目，呈现了人人发展增值的良好态势. 深刻地认识到“林欲静而风不止”的含义，感受到公司新业务发展的艰辛和困难。感受市场的残酷竞争。如果说这半年来，公司增值业务确实取得一点成绩的话，那么这一方面的认识应该算是一个很重要的方面。应该感谢公司的领导和职工的温暖和谐的工作氛围.

> 四．下半年工作打算

20\_年这一年是有意义的、有价值的、有收获的。公司在每一名员工的努力下，在新的一年中将会有新的突破，新的气象，能够在日益激烈的市场搏杀中，占一方领土，铸就一代枭雄。

**家电商品秒杀活动总结范文 第三篇**

>一、市场竞争白热化

20\_年是冰洗行业竞争急速白热化的一年，也是洗牌元年；各厂家纷纷跳水，一二线品牌亦是；直接导致三四线品牌生存压力加剧；例如：xx的部分型号利润空间可达到\*\*\*余元，而且零售价位并不高。

>二、促销活动拉升年

20\_年是“惠民”年，各种富有创意、吸引力的促销活动方案收获了大量销售；搞活动生，搞有创意、与政府关联的活动更是活的无比滋润；不搞活动就死，而且死的很惨；例如：\*\*\*\*通过与残联合作，一场活动销售容声冰箱\*\*\*余台、金鱼洗衣机\*\*\*余台！

>三、渠道变革加速

20\_年渠道变革迅速加速，县级卖场、连锁巨头纷纷植入乡镇市场；通过各种模式进行掌控，虽然哪一种模式能够持续生存，我们拭目以待；但，确确实实给我们代理商提出了一个全新的课题；例如：我们的\*\*市场鹏程、百诚区域连锁模式，\*\*县家电协会的成立。

>四、核心店品牌主推

通过观察我司品牌、及竞品的销售，我们可以发现核心店的建设非常重要，形成核心店品牌主推，销售立竿见影；例如：上菱冰箱通过\*\*\*\*一场“惠民”活动销售就达到我司一年在该地区的销量，华日冰箱在\*\*\*\*20\_年的销量将近\*\*\*万。

>五、县级代理商细分优势

县级代理商往往拥有自有门店，通过对乡镇经销商进行代开票（提供直补家电下乡、以旧换新）、小规模随时发货、欠款铺货等便捷方式迅速掌握渠道，掠夺销量；例如：美的、海尔在\*\*市场就通过以县级代理商为依托，抢占了不少市场份额。

>六、内部思考

一、团队建设

团队建设我首要讨论的是“统一思想”只有思想统一、认识一致，才有资格讲执行力；而执行力的原则就是：用有执行力的人；思想统一、具有执行力和销售激情的团队才是有战斗力的团队，才可以做大做强三四线品牌；我们可以借鉴参考一下索伊的销售团队！

二、规则优化

规则的力量是一种隐性的力量，自古就是规则定方圆；我们所期望的任何高端愿望，总是依靠规则来实现的；规则优化我想讨论的是必须明确各个岗位：业务、内勤、行政、财务、仓管物流、各级领导的权、责、利；应避免多头领导、权责不明，利用经济手段直接考量各岗各职，调动员工主观能动性，使其全力以赴解码、达成公司高端愿望、实现销售；建立签字责任制非常有必要，谁签字谁就要承担责任；同时我们也要优化行业规则，参与直至制定行业规则，这是一项长期工作；但，一定要有意识的去关注、去引领，这方面我觉得杭州\*\*是所有子公司的榜样！

三、品牌架构

针对\*\*\*\*这样一个年轻的公司来说，品牌架构还远远没有完成，合资品牌、规模化品牌是目前比较急需的；长期来看，想要在\*\*这片土壤上生根发芽务必形成高、中、低的冰洗格局，才可以在行业中掌握话语权，成为行业规则制定者；此后才有资格有能力引进其他品相，形成规模化运营；成为\*\*地区家电行业中一颗璀璨的明珠。

四、应对措施

市场白热化表明充满着机遇，同时极具挑战；随着洗牌的开始，接下来就是撕牌，我们能否成为幸存者，就看我们所采取的措施！应该来说我们目前手中掌握的品牌生存优势还是相当明显的，因为与我们合作的厂家都有着自身不可替代的优势，都处于品牌上升期，只要我们有效挖掘并放大我们的优势，通过我们团队全力以赴的耕耘，机会远大于挑战！

**家电商品秒杀活动总结范文 第四篇**

>一、活动目的

随着中国城市化进程的加快，粗放式的低端经营已经越来越没有前景。从日常礼赠到商务社交活动，对品牌的认定已经成为礼品采购者坚定的追求。为了提高xx品牌的知名度和美誉度，让广大消费者了解和支持xx电礼业，我们开展此次促销活动

>二、活动对象

此次活动在xx市开展，我们将在xx市的各大卖场张开促销活动，当前使用频率较大的小家电进行促销，活动的主要消费人群就是那些具有一定消费水平而又在夏季需要的高收入人群、次要消费人群就是在夏季有必要消费的工薪阶级人群。

>三、活动主题

夏季xx小家电夏季疯狂促销活动。

>四、活动方式

此次活动是厂商直接开展活动针对夏季这样一个特殊的时期开展以下促销活动。

1、全场特价

特价商品主要包括库存量较大、急需的处理商品、我公司主推商品、厂家规定的特价商品。

2、来就送

活动主要针对促销期间光临活动现场的顾客，不需购物即可免费赠送小可乐一瓶，人限1瓶，先到先得，送完即止。可乐可由市场部统一购买或由各活动现场根据自身需要购买，各地限350支，要做到有、有节制派送，活动结束后根据实际送出数量再和市场部结算。

3、厂家好礼送

主要根据厂家活动期间所推出的优惠政策配送的赠品及日常所配送的赠品，要求在活动前由采购部根据厂家所存在的赠品做统一配送并于活动前2天传到各分店，各活动现场根据采购部所制定的赠品配送政策事先书写好海报，活动前1天晚上张贴在对应商品上，同时采购部根据赠品在活动前根据赠品情况进行对应调拨。

4、购物抓现金活动

（1）、活动期间凭本公司购物满1000元及以上收款单据，即可参加抓现金一次。满5000元及以上抓两次；购物满10000元以上可抓三次，最多三次。

（2）、抓现金单据当日有效，对已抓现金客户的单据由抓奖负责人注明“已抓奖，此单作废”字样。

（3）、顾客所抓硬币，通过现场抓奖负责人点数核对后，可直接在兑奖区领取现金，并登记。（须登记有关资料：抓奖人姓名、身份证号码、地址、电话、购物金额、单据号码、抓现金金额等）

5、演艺狂欢、热力酬宾

活动形式：根据厂家提供的文艺资源，在现场开展歌舞表演、互动游戏、礼品派送、现场靓机展销等一系活动。

>五、活动时间和地点

活动时间自20\_年x月x日至20\_年x月x日，为期2个月

活动地点主要在xx市各大卖场开展促销活动

>六、广告表现形式

1、为配合促销活动的顺利开展，宣传媒体之运用，我们可以在xx市的地方台做广告达到宣传的作用

2、报纸宣传，在具有明显影响力的报刊杂志上刊登广告

3、pop广告：布旗、海报、宣传单、抽奖券。

4、还可以在公交车上张贴流动海报，宣传此次促销活动

>七、操作实施

（一）宣传时间

在促销活动开展前一个星期作用也就是在

今年xx节前后我们就要开始宣传工作

（二）现场安排

场地气氛营造：拱门、汽球、彩旗、横幅、促销帐篷布置

厂家采购部根据市场情况与市场部做统一调整和安排活动具体时间、内容、具体卖场。

（三）宣传方式

（一）在活动开展前一周，跟当地的报刊媒体联系，同报纸一起发放

（二）在各大流动公交车上播放促销活动信息

（三）活动前两天在各大卖场附近发放海报

>八、效果评估

此次活动后，该地市民对xx小家电都有了一定的了解，提高xx品牌的知名度和美誉度。

**家电商品秒杀活动总结范文 第五篇**

> 一、 经营情况、销售特点的分析

单位：万元我商场上半年销售计划为15200万元，实际完成16086万元。完成计划106％，完成全年计划％。

上半年主要销售特点

上半年销售同比增幅25％，所有品类商品的销售都比去年同期有所增加，其中增幅最多的是空调类商品，同比上升39％，其次是彩电、厨具、数码等品类都有30％以上的升幅。 上半年销售呈现上升趋势的原因，主要由以下消费亮点购成：

1、 推行多项会员专享优惠措施。2月6日－2月13日，开展会员购物双倍积分以及会员购物折上折优惠两项活动及2月8日-13日开展“中国年，国美情――六店齐贺国美17周年志庆电器优惠酬宾活动”吸引了大量会员消费。顾客持会员卡，国美工行联名卡购物，即可获得双倍消费积分；而顾客持会员卡、vip卡、钻石卡、国美联名卡购物，能获得折上折优惠。会员销售额占总销售额的比52％，与07年农历同期相比，增加了68个百分点，会员销售额有了明显提升。今年受到突如其来的雨雪天气吹袭，本地消费者减少外游，近六成外来工留在广东过春节，令鼠年新春假期呈现出火红的消费热潮。春节假期七日，商场总销863万元，与去年同期比上升了41%。

2、 应季商品、御寒商品销售火爆。今年春节期间突遇10年难得一见的寒冬天气，形成御寒商品如电暖器、电磁炉等销售火爆。春节期间三十天（1月18日－2月16日）电暖器、电磁炉的销售分别是122万元、68万元，于07年农历同期实现销售7万元、38万元相比，上升了1629％、79％。

> 二、经营、服务管理工作。

1、建立处理投诉流程图，切实提高推销员处理投诉能力。 为加强推销员对处理投诉的能力，商场针对电器的特殊性建立处理投诉流程图，让新入职的推销员也能了解到处理投诉的步骤及注意事项。由于流程图简单易懂，所以推销员在商场二级培训后，基本能掌握处理投诉的技巧及注意要点，使商场在上半年的服务投诉率下降了50%。

2、落实回访制度。由于各大节日销售火爆，个别商品会出现送货及安装不及时情况，商场除了要求员工做好耐心解释工作外，还要求岗组做好电话回访工作，及时了解顾客的送货、安装及使用情况，便于做好服务跟进工作。

3、落实销售旺季期间人力充足。

销售旺季首先解决的上班人力充足，所以我商场在春节、五一等各大节假日安排员工加班。春节期间更安排所有员工停休，推销员在年初六前请假回家的原则上不批准；由于商场严格控制人员的休假才能保证人力的充足，使商场销售、服务两不误。

> 三、金鼎店迎检工作情况

1、积极响应“金鼎店”迎检工作。

利用早会时间组织员工进行金鼎店迎检工作要求培训，围绕金鼎店检查要求，多次在会上动员、落实培训工作；对于一些要求强制记忆或员工熟识的内容，在早会上抽问、独立默写、会后再抽问等多种考核方式相结合来要求员工记忆，通过反反复复进行培训、考核，使到各层级人员都非常重视金鼎店的申报工作。

此外，商场为保证每一商品的证件齐全，在电器公司无法独立完成“索证”工作后，安排所有岗长加班加点进行查证，确保“一品一证”。

2、借申报金鼎店的契机，提高员工的服务水平。

为进一步提高员工服务水平，我商场结合服务工作重点和商场的实际，在5月份开展竟销活动，本次活动围绕商场销售及服务进行评比，充分发挥员工、推销员的积极性，竭尽全力，把服务、销售工作提升到一个新的水平。

> 四、全员参与企业诊断工作，深入开展研讨短板工作。

为全员能积极参与本次的企业诊断工作，商场利用早会时间不断反复动员，并通过对个别员工进行访谈，召开员工座谈会进行专题研讨，使每个员工都能更深入地将企业的经营、服务等工作中的问题及时反映，加强了商场找出问题、解决问题的自主能力。在3月初，商场围绕门店 “消灭一次投诉，减少二次投诉” 的企业整改要求，组织各岗开展讨论，针对商场存在问题，提出整改措施。商场上半年的服务投诉减少50%以上。

> 五、存在问题及建议。

1、厂家售后服务工作跟进不足。

大部分厂家在各大节日期间安排售后师傅休息，导致节假日的上门维修、上门安装、上门调试、上门检测等售后服务工作全面停滞，让顾客对售后服务工作不满。

2、销售旺季投诉送货服务的案例较多。

由于节假日期间销售畅旺，送货量骤增的情况下，配送中心只有提前出车送货和压缩每宗送货时间，要求顾客比原约定时间提前回家收货，且顾客未开箱检查商品送货人员已离开，导致顾客意见很大。

> 下半年工作计划

> 一、 下半年经营方向和目标

我商场下半年的销售目标15300万元。

> 二、 大力扩销促销，确保实现全年销售目标。

为确保实现全年的销售目标，上半年我商场围绕元旦、春节、司庆、黄金周等有效促销商机，开展全场优惠促销活动，通过组织名、优、新、特的产品进行现场展示、推介，提高商品的销量。下半年我商场仍继续加大扩销促销的力度。7、8月份，针对夏季天气炎热、学生的暑假等有利商机，围绕空调、冰箱、榨汁机、电脑、数码、手机、移动dvd、mp3、mp4等商品进行促销活动，利用通道展位进行冰箱新品展、榨汁机现场展示，继续开展环保节能空调展；紧抓学生哥对数码产品的“喜新”心理，开展“夏日动感”数码节；10、11、12月将围绕广州人“秋冬进补”饮食习惯和“食在广州”的饮食特色，对电子炖盅、电磁炉、电蒸锅等商品进行饮食文化促销，可通过开展厨艺大赛或利用厂家资源邀请厨师进行现场示范等，既可促进销售，又可提高我司的知名度；及时组织电暖炉、暖风机、电火锅、电磁炉等进行现场展示。围绕岁末的促销好时机，开展岁末竞减大型促销活动。尤其是11月份的“感恩节”更不容忽视，可通过竞减的形式答谢我司的忠实顾客群体，既可稳固我司的消费群体，又可提前将有购买需求的顾客先成交。

> 三、围绕以顾客为中心，提升服务水平。

（一） 继续提升服务、管理水平。

围绕“减少一次投诉，消灭二次投诉”号召，积极开展服务诊断

本DOCX文档由 www.zciku.com/中词库网 生成，海量范文文档任你选，，为你的工作锦上添花,祝你一臂之力！