# 公司营销活动总结

来源：网络 作者：落花时节 更新时间：2024-01-03

*公司营销活动总结 所谓的活动营销是指企业通过介入重大的社会活动或整合有效的资源策划大型活动而迅速提高企业及其品牌知名度、美誉度和影响力，促进产品销售的一种营销方式。下面是整理的节营销活动总结范文，欢迎参考。 >(1)国庆节营销活动总结 ...*

公司营销活动总结

所谓的活动营销是指企业通过介入重大的社会活动或整合有效的资源策划大型活动而迅速提高企业及其品牌知名度、美誉度和影响力，促进产品销售的一种营销方式。下面是整理的节营销活动总结范文，欢迎参考。

>(1)国庆节营销活动总结

(一)、国庆销售计划及完成情况

xx店空调课国庆销售任务为73万元(去年同期)，实际完成41.6961万元。销售数量为152台，销售金额完成任务56%。

(二)、市调，xx店空调数量占比25%，金额22%，国美1店数量占比23%，金额占比28%(含格力空调)，xx店数量25%，金额24%，(含格力空调)

(三)A，B，C卡，现金卡和抵值券使用，A卡三菱电机使用500元属于厂家的电费补贴，B卡未使用，C卡合计使用18403元，占销售比为4%，美的使用8959元，占销售比为6%，C卡使用权限是销售总金额2%，C卡除去系统控价高和美的厂家国庆政策补差实际使用，C卡占比为3%，海尔使用C卡9344元，销售占比6%，国庆C卡权限为10%，有结余。希望采购部以后增加美的C卡权限为3%-4%，海尔C卡为6%-8%，现金卡使用200元，占比0.13%，抵值券11099元，3%。

(四)价格，库存，价格没有问题，只要对比顾客价格做到最低，以成交为主，国庆各品牌库存机，中低端配比都可以，没有预定。

(五)、国庆年主要销售特点

国庆客流量比去年同期下降很多，除海尔，科龙，海信所有品的销售都比去年同期有所下降，其中增幅最多的是海尔空调，同比上升113%，增加82118元，其次科龙增长260%，增加40508，海信增长32%，增加4497元，下滑严重的是美的-41%，下滑金额101391，松下-530%。下滑金额95167，(去年松下空调有7.7万工程)

>国庆销售呈现下降的原因，主要由以下原因购成：

>1、国庆促销不够有吸引力

买400送200，买800送400，只限小家电的专属产品，对大家电带动不大。小家电专属产品的送券国庆期间没有用在空调上，对空调销售无带动作用，相对于国美苏宁我们公司的活动没有亮点，国庆机期间的销售，没有八月份三亚店0元购销售的火爆。苏宁国庆活动内容单品买500送100，1500返200，2500返300，3500返400，预约10元等100元，20元等于200元，50元等500元，国美1500返100，2500返200，3500返300。相对比较我们公司的活动对大家电的拉动不是很大。我们公司活动的宣传比较单一，针对性不强，建议公用短信平台信息，这次光大肯德基券活动比较成功，送出495份。顾客得到了实惠，反馈较好。

>2、销售人员问题

美的空调两位导购员，都是新人，对公司流程不够了解，销售技巧较差，导致美的空调这次国庆严重下降-41%，下降10万，这次十一xx地区我们排名第二，苏宁一店88套，销售20万左右，切高端机型销售占比高，我们销售159386万，59套，松下空调，导购人员销售意识不强烈，和近期受抵制日货影响，下降-530%，海尔，科龙，海信出现逆势上涨，海尔，科龙，海信导购员都是老员工，销售技巧较好，拼抢顾客意识强烈，公司流程较熟悉，套购能力较强。海尔导购员带套购能力较强，再加上高端客人，对海尔整个产品的喜欢，对海尔的销售增长也有一定的帮助。

>3、课长对国庆预估不足

国庆前夕虽对美的空调导购培训，但还是造成国庆美的空调销售严重下滑，没有对国庆做一个很好的销售预估和合理的判断，也是造成销售下滑的一个重要原因。我们基层领导没有更好地灌输公司政策，和及时反馈别的商场的活动信息，需要检讨。

>4，国庆市场占比

国庆期间我们空调在整个是xx的空调市场产比处于中等水平，美的三亚排名第二，海尔三亚排名第一，科龙三亚排名第一，海信三亚排名第二，三菱重工三亚排名第二，三菱三菱电机三亚排名第二。

>5、客诉，物流，售后问题

国庆期间物流配送，售后安装未出现严重投诉问题，一些顾客反馈的问题都及时的得到了解决，没有出现重大投诉。

>接下来的工作计划

一、经营方向和目标

销售任务。接下接个月是空调传统的淡季，要更多的加强团队的培训，做出培训计划要有人员监督，检查，每周做一次销售技巧培训和市调反馈课长负责，，店长监督检查，和导购员要有更多的沟通，理解和关系淡季销售给他们带来的一些心理波动，保证整个空调的年度销售和去年同期持平。

二、严格要求自己。作为课长我们要严格要求自己的行为规范，提升自己的业务水平，关注销售的变化，多学习，对竞争门店每周五要进行市调，对于员工反馈问题要及时的解决，对跟上任务进度的品牌进行沟通，找出原因，促进销售。

三、希望公司加大促销，促进年底的销售。

进入十月份内地顾客来xx过冬，也进入三亚销售的旺季，通过十一的销售发现国庆期间xx顾客为了装修需要购买家电的在整个顾客群体中占比很重，希望公司能对这部分具有一定购买力的消费群体，做一些有针对性的宣传告知。周边县市，乡镇，顾客明显减少。

公司对就多的xx市，xx市，xx市的新楼盘项目侧重的宣传，可以对他们进行活动赞助，或发放印有我司名称，电话，地址，标志的购物袋，做广告宣传。

四、围绕以顾客为中心，提升服务水平。

继续提升服务、管理水平。要微笑待客，使用文明用语，更快捷高效的问顾客服务，遇到顾客反映的问题和建议要及时的解决和恢复。

>(2)企业营销工作总结

人生的脚步总是从偶然走出之后的路越必然便越感慨当初偶然的发生。 从11月11日加入天手食品整两个月零3天作为一个新人写年终总结的时候自然与别个不同储存柜中的原始票据和成形的报表已是厚厚一摞小具规模内心涌起一阵暖流它们无声无息记载着两个月的成果像是成长的年轮有迹可查却又无法道尽。

在201X年这两个月时间基本以收集汇总为主其中包括财务报表、销售分、总报表销售排名原材料进出存报表材料消耗考核、工资报表等。 当所有的报表中都清晰地在制表人后边出现属于自己的那个的文字组合。那一刻起自己变成了彻头彻尾的新人好奇而又欣欣然。因为又重新战斗在钟爱的财务领域而欣欣然因为又回到“时时防备出错、夜夜须有反思”的会计岗位而战战兢兢。但一切就这样开始了 一直觉得自己不是一个具备快速适应能力的人恐惧陌生。陌生的环境似乎总是个未知数在度过了那段熟悉陌生环境的日子之后蓦地感觉自己已逐渐融进了这个集体重新开始分享工作带来的乐趣。虽然已经而立期间的足迹也足以让我看淡世事、悲喜但对于这样一个事实依然掂起来沉甸甸。我把他看作付出换回的爱。 作为营销的一员自然明白营销的真正内涵就是满足需求、创造价值用饱满的热情善待每位员工和客人让自己成为一道风景展示天手人的风貌。领导的点拔是让大家做到足够优秀独挡一面。但我想在这个快速流转的世界没有什么不能代替越来越多的替代品的悄然出现便是明证。看看柜中留存的那些材料我想它会越来越厚。我们存在的理由就是使自己不断强大和不可替代而它所替代的是生命。

又一年结束了这是我初来乍到的一年就像逝去的日子一样我的工作中有残缺和不足但我都认真度过了。对得起每一天就算对得起自己的生命了因为它是生命的替代我们一辈子也就只在做这一个事儿。 生命就是每一个偶然的轨迹而后重叠成必然就看是快乐多一些还是悲伤多一些。我会在工作中让自己变得快乐起来把每一个快乐的成长瞬间带给身边每一个人。 新年的工作已经开始我会虚心学习谨慎工作尽快加入到企业的大家庭中来。

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！