# 最新的公司促销活动总结

来源：网络 作者：平静如水 更新时间：2024-01-13

*最新的公司促销活动总结5篇总结是把你所做的事情总和起来，进行具体的分析，来让自己的思路更加的清晰，下一次行动起来就会得心应手。下面小编给大家带来关于最新的公司促销活动总结5篇，希望会对大家的工作与学习有所帮助。最新的公司促销活动总结1为了提...*

最新的公司促销活动总结5篇

总结是把你所做的事情总和起来，进行具体的分析，来让自己的思路更加的清晰，下一次行动起来就会得心应手。下面小编给大家带来关于最新的公司促销活动总结5篇，希望会对大家的工作与学习有所帮助。

**最新的公司促销活动总结1**

为了提升公司的产品销量，宣传品牌，回馈消费者，也为了在\_\_佳节即将到来之际，进一步配合我司门店工作的胜利进行，我司开展了\_\_节促销活动。

为了在不同的时间段针对不同的产品进行促销以达到最佳的促销效果，此次促销分为两个时间段：第一、直营门店鲜肉促销时间为：\_月\_日、\_日共计\_天。第二、其他促销时间为：\_月\_日开始促销，礼品送完即止。针对不同的产品采用的促销赠品也有所不同。

活动概况：

1、直营门店鲜肉促销

直营门店鲜肉促销区域涵盖了\_\_地区现有的\_\_家直营门店，时间为：\_日、\_日，共计\_天。促销方式是：凡在我司直营门店购买鲜肉金额\_元以上即可领取对联一幅。分配的对联数量为\_\_幅，并于\_月\_日全部送至办事处，各门店具体分配数量由直营门店根据实际情况统一安排。

2、直营门店肉制品、豆制品促销

直营门店肉制品、豆制品促销门店数量为\_\_家，促销时间是从\_月\_日开始。赠品配送情况：\_月\_日这一批是派车直接送至门店。从\_月\_日开始，直营门店未配送完的赠品热狗肠是按业务人员根据门店实际情况分配数量然后交给内勤开单随货送至门店，未配送完的对联、玻璃杯、小猪水果叉也是按业务员根据实际情况分配好数量然后跟车配送至门店。

美食加盟店肉制品、豆制品促销的门店为已经开张的\_\_家门店，促销时间和直营门店肉制品、豆制品促销时间一样，是从\_月\_日开始。赠品配送情况：\_月\_日这一批是按门店把赠品都打包在一起然后跟随豆制品发货的车直接送至门店，但有\_家门店由于\_月\_日未叫货而未能随车送至，则在\_月\_日上午派车第一时间送到。

未配送完赠品除热狗肠由业务人员根据实际情况向内勤开单以外，对联、玻璃套杯、小猪水果叉都在\_月\_日送至办事处，有办事处统一安排。

活动的效果：

1、进一步提升了门店的销量。通过购买一定金额公司的鲜肉就可以领取一组礼品(对联\_幅，红包\_个)或者购买公司的肉制品和豆制品金额达到一定的量就可以领取相对应的礼品来增加单个客户的购买量及增加门店的客流量，从而提升门店的销量。

2、进一步宣传了公司的品牌。通过买赠增加客流量的同时也加大了门店在消费群中的曝光率，增加消费者对公司品牌的好感，而且消费者在家中张贴带有公司logo和字样的对联，或者在派红包时用公司的红包，本来也是对公司品牌的一种宣传。

3、美食连锁加盟店都刚开张不久，即逢佳节销售高峰期，\_\_节促销活动正好在这段时间开展，对提高美食加盟店的人气有很大的帮助作用。

存在的问题及从中吸取的经验和教训：

1、直营门店肉制品、豆制品促销，美食加盟店肉制品、豆制品促销时间太紧，加上人员不足，导致赠品配送的困难的局面。建议在以后执行方案的时候，尽可能地预留一段机动时间，最好能够在拟定方案初期，召集相关人员开个小会，让相关人员了解方案的时间进度安排及相关的工作职责，对在执行过程中可能出现的一些问题进行事先的准备。

2、直营门店鲜肉促销这次只安排送对联，时间安排在\_月\_日和\_月\_日，我在去门店时了解到这个时候很多顾客已经在市场上买好了对联，因此对联对已经备好对联的顾客来说就没有吸引力了。因此，建议在以后执行促销活动时，可以事先进行现场宣传布置告知消费者促销时间及相关赠品，或者多安排赠品让消费者自行选择。

3、赠品或者奖品尽量追求简单、实用，便于公司配送、监控，也容易让顾客喜欢。相关人员反映这次春节促销，赠品热狗肠的欢迎程度就比其他几种赠品高很多，主要原因是热狗肠在顾客看来比其他几种赠品都实用。

4、没有一个周全的赠品监控流程，在活动的过程中赠品的流向无法很好地监控。建议在以后涉及赠品时，赠品的配送数量要和客户的进货量联系在一起，按一定的比例来配送，让促销不单只停留在针对消费者的层面，而且要面对终端——我们的客户。这样的话即能提高客户的\'进货积极性又能较好地对赠品进行监控。

5、执行的效果没有预计的理想。由于\_\_节临近，公司产品销售迎来高峰期，相关业务人员事情繁多，因此在一定程度上减少了对\_\_节促销的关注度。

**最新的公司促销活动总结2**

在\_日活动内销售联通手机体验卡\_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\_\_公司在各主管营业厅悬挂“中国\_\_百货强强联合购物送手机体验卡”和印刷的\_份宣传单页，“缤纷节日\_百货中国\_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。

一、从以上情况来看

1、媒体选择：

本次活动在媒体平台选择上存在不足，\_日广告宣传打出，在\_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。

2、缺乏计划性：

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。

3、营利部门与非营利部门工作协调性差：

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。

4、活动执行力差：

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概念”。另外，活动在销售过程中也没有一个激进方案，销售任务没有进行细分，“笼统管理，大概销售”，也限制了销售额的增长。

5、前瞻性和时尚性表现不够：

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。

二、下一部计划

克服种种困难规避以上情况，每项活动都具备以下5个要素：

1、准确的市场背景;

2、周密的计划;

3、密切的结合;

4、密切的配合;

5、强悍的执行。

**最新的公司促销活动总结3**

每年到\_结束时，商场都会做好。为什么商场如此重视呢?因为是对于商场在\_节促销活动中各种收获和问题的总结，利于以后\_促销活动的开展。

一：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。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商品增值，所以良好的卖场形象是专卖店塑造品牌价值、展示产品档次、拉开与杂牌距离并避开与其低价竞争的第一步。

二：广告宣传

广告宣传有力保证着促销成绩的取得，经销商朋友要根据自身的店面规模。

活动筹划、当地情况进行宣传。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\_促销活动内容、提升品牌在当地的知名度，还可以在一定程度上弥补地理位置所带来的先天不足。

三：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。专卖店良好的售后服务可以为其在当地赢得良好的口碑和信誉。

四：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。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。

**最新的公司促销活动总结4**

本月\_日、\_日在\_\_举行了为期\_天的促销活动。本次促销活动以“咖啡可乐，快乐随行”为主题，主要是宣传\_\_的新产品咖啡可乐，活动举办的非常成功并使这一新品成为家喻户晓的饮品。

这两天是这周以来最好的天气。难得的好天气为此次活动提供了成功的条件。在优越的条件下，我们搭建了具有咖啡可乐产品形象的大型舞台，请到\_\_具有实力的乐队和舞蹈团，主持人的幽默、舞蹈者们的激情表演加大了产品的宣传，受到了消费者的好评。现场周围\_个精致的展销台和\_位着装整齐的促销员为活动增添了气氛。具有\_\_公司产品特点的太阳伞为顾客提供遮阳场所，方便顾客观看现场大型的表演。

中心的领奖区吸引了大量消费者的目光，宣传报上标志着我们的奖品：一等奖欢乐椅一把;二等奖雨伞一把;三等奖饭盒一个;四等奖面巾纸一包。这些精美、实用的礼品为活动增加了优势，加大了消费者的购买量。促销员早早的来到促销台前，周到、热情的服务受到了消费者的高度评价，促销员们一浪接一浪的宣传也成为人潮拥挤的步行街中一道美丽的风景线。现场热烈的气氛使消费者停下脚步一边观看节目一边购买产品、饮用产品。互动活动更拉近了我们的新品与消费者之间的距离。消费者现场品尝我们的新产品，评价我们的新产品。凡是喝过新产品的消费者都连声赞美，一致认为是个成功的新品。

促销员多数是大学生，为在校的大学生提供实践的机会，使大学生接触社会，了解社会，为踏入社会工作打下一定的基础。还有一部分人群来自于社会，为待业的人群提供了就业的机会。促销员的努力换取了成功的业绩，两天的销量达到了\_余箱，共收入\_万余元。公司领导对促销员的业绩非常的满意，并承诺每卖出一箱给予\_元的奖励，业绩突出者还有额外的奖金，此项奖励增加了促销员销售的动力，使其全身心的投入到促销工作中。

活动能取得令人满意的成果有赖于领导的现场指导和活动前的策划。具有咖啡可乐特色的现场离不开领导和业务员们精心的设置，现场整体的流程井然有序。同时促销员的业绩也为活动成功打下了基础。当然，\_\_的成功更离不开消费者的大力支持。但是在此活动中，存在着这样一个现象，就是没有突出产品的特点和优势。在促销活动中销量可观，活动结束后是否还会有可观的销量是值得我们考虑的。\_\_地区的\_\_和\_\_两大品牌也具有一定的实力，我们要利用产品本身的优势和大量的宣传增加产品在消费者心中的地位。不仅让消费者认识我们的产品，还要接受我们的产品。

另外，还应加大对促销员的培训。促销员的一举一动都影响着产品的形象。特别是促销现场，促销员与消费者是面对面的交易，促销员的言语和神态也是成功交易的关键因素。公司可以从知识、技能和态度三个方面有针对性的进行教育、培养和训练。以提高促销员的综合素质。

**最新的公司促销活动总结5**

\_\_\_超市是\_\_市的一个大型连锁超市，\_\_\_超市是它的一个子超市，拥有员工\_\_名，这次“五一”黄金周，超市搞了一个大型的促销活动，把全体员工的三分之一投入这个“五一”活动中，据，超市想利用这次的活动提高在消费群体的口碑，同时想把握这个黄金周的大量销售额，在和百一等超市竞争中取得有利的主动权。本次的促销活动主要分为三大类。

一、现场特价销售

现场销售品有五大类，其中有化妆品，日常生活用品，电器，饮料，家具。

化妆品主要是厂商直接派促销人员和超市员工负责，日常生活用品是明码标价，电视，空调等家电进行降价和赠送副带品，各种饮料都比平时价格要低，家具全部打\_折。

二、游动宣传赠货品

超市利用各赞助商的车加上超市名进派送广告品(化妆品和日常生活用品)和宣传单。

三、现场抽奖活动

抽奖的办法和奖品比较灵活，中奖率100%，利用变形促销各类产品。

我通过一天的观察与了解，觉得这整个活动是比较成功的，但从我个人的角度来看，还是有一些不足的地方。

我就从以下几点说说我的看法：

一、广告宣传

在广告宣传的用词和出发点不是很好，应该改成以消费者的角度出发，广告的衫底音乐也应该适合大部分消费者的心里，经过不同的街口就要放不同的音乐。

二、员工积极性

“五一”黄金周的客量增大，工作时间会加长，就会出现一些员工的消极性、应该安国家规定增加员工三倍的补助金，据员工说，只是按平时的工资加工费，还有就是包吃一餐，所以，员工的积极性直接影响到促销效果。

三、增强竞争力

a建立创新制度，加强自身素质建设，做到硬件过关、软件到位。

b健全管理体制，好的管理体制是超市各种策略、方案顺利实施的保证，也是企业不断成功的保证。力求做到超市分工至细、权职分明、监督有效。

c完善培训制度，现代企业以人为主，优秀的员工是企业得以生存和发展的关键。超市应完善员工的教育培训及福利待遇制度，确立员工入企业先培训制度，和员工进行有效的沟通，做到人无贵贱、事无巨细、教育及时、奖惩分明。

d充分运用营销理念，解除员工思想包袱，把握好顾客投诉的接待与处理，积极开拓市场、巩固市场。

e做好日志、月志工作，管理人员必须每日书面汇报工作状况及突发事件的发生与处理。超市还应定期举行员工大会，总结经验，进行员工激励，制定发展目标等。

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！