# 公司促销活动总结范文

来源：网络 作者：月落乌啼 更新时间：2024-01-16

*公司促销活动总结范文5篇很多时候商家为了吸引流量都会进行促销活动，关于促销活动的总结应该怎么写呢?下面小编给大家带来关于公司促销活动总结范文5篇，希望会对大家的工作与学习有所帮助。公司促销活动总结范文11、 对于开业初期，每天上午进行第二次...*

公司促销活动总结范文5篇

很多时候商家为了吸引流量都会进行促销活动，关于促销活动的总结应该怎么写呢?下面小编给大家带来关于公司促销活动总结范文5篇，希望会对大家的工作与学习有所帮助。

**公司促销活动总结范文1**

1、 对于开业初期，每天上午进行第二次拜访，尽量把协议都签回来。

2、 下午去做陌生拜访，通过大黄页的查询按行业、公司、地理位置进行区域的划分，每天打通\_个陌生的电话，拜访有需求的客户。

3、 以酒店为圆心，方圆1公里为半径内做陌生拜访，扫楼、特别是酒店开业初期，需要全体人员的共同努力来参与销售队伍中，特别是淡季，应该尽早把会议的图片做好进行宣传，尽量发更多的宣传页、图片。

4、 \_\_网络宣传作为长期的一项基本内容，考虑到\_\_标间在开业初期的促销价格为\_元/天，但可以把网络其他房型做为卖点。

5、 酒店其他销售员应尽量的了解周边的酒店的客户类型、公司并通过一定的渠道了解这些信息，包括打通内部关系可以了解同行酒店的价格、房间的类型、档次、星级、餐饮以及会议室、对酒店的位置进行详细的对比 。

6、 开业期间，应准备\_间的免费试住房(根据房间的总数\_间)对有一定潜力的客户进行免费发放，

7、 根据每次拜访的客户资料，进行系统得分类，特别是有一定潜力的客户发出邀请函、按\_人计算 按\_人准备。

8、 形象比较好的可以做迎宾。

9、 对房间进行装饰包括：摆放鲜花、写好VIP卡，房间的电视开着。

10、 在酒店的大堂内播放宣传图片，包括总店的、或本酒店的房间、设备设施的介绍、餐饮以及酒店的服务项目。

11、 总经理致欢迎词。

12、 做有意义的游戏，需要构思。

13、 赐名片，进行第二次拜访，有效的客户宣传。

**公司促销活动总结范文2**

一、树立企业形象，参与市场竞争

1、连锁商场或超市应发挥自身多分店规模经营优势，制订统一的促销活动措施。这样就可以使一些经营业绩不是很好的分店获得广告业的支持，赢得消费者。连锁企业通过大型促销活动和企业形象宣传达到提高企业的知名度，扩大企业在消费者心目中的影响，获得消费者对企业的认同感的目的。

2、刺激消费，增加销售额在企业的正常销售阶段，通过采取一项或几项促销手段，推波助澜，以提高销售额。

3、优化商品结构，将滞销的商品推销出去，以调整库存结构，加速资金流转。

4、向顾客介绍新商品联合生产厂家共同参与的促销活动可以直接向消费者推荐新的商品。强货宣传消费新观念、新时尚、新生活方式以及与之对应的新商品，在缩短了接受某种生活观念的过程中，不仅普及了新产品也使商家获得了利润。

二、确定促销的规模

测算促销费用开展各种促销活动，费用的大小与促销规模成正比。这些必要的费用支出的大部分是用来进行销售刺激的。比如折扣、赠物、降价等。由于这些费用支出要从销售额中得到补偿，所以促销活动方案的制定必须要考虑企业的实际承受能力。

三、确定促销活动受益者的范围

促销活动可以针对任何一个进店购物的顾客，也可以是经过选择的参加购物的一部分人。比如让利销售，商场在全面降价时就是针对一切来店购物的顾客;如果采用规模购买让利活动，顾客购买商品就必须达到规定的数额后才能享受让利;如果组织一些特殊的活动，那就只有参加活动的人才能受益。总之不管采取哪种方法，促销方案都要规定得明确而具体，同时在广告宣传中要有醒目的提示，使顾客了解促销活动的内容。

四、前期准备工作及时的设定

1、方案的策划与制定。

2、商品标价签的修改。

3、方字宣传品的准备、印刷与分发;

4、广告的设计、制作与安置;

5、营业场所人员的调配和工作安排。

6、商品库存数量的落实以及销售额的预测。

五、促销活动时间的设定

1、促销活动通常安排在节假日，起止时间与节假日基本同步，或提前几日开始，推后几日结束。

2、对于某一种或者几种商品开展的促销活动时间一般说来先择时间7天为宜。

3、大型百货商场采用的突出主题的促销活动时间通常较长，一般为一个月左右。

**公司促销活动总结范文3**

本次活在时间从\_\_年\_月\_日到\_\_年\_月\_日，共\_天活动时间，总销售额\_\_元，环比增长率\_%，除去节日期间\_%的自然增长，实际增长率也达到了\_%，超过了活动前\_%预计增长目标。

活动时间安排紧紧扣住元旦假期情况，同样在\_日至\_日之间也出现了连续\_日平均营业额\_\_元，并将这种形式延续到\_月\_日。

本次活动前期宣传费用，\_月\_日《\_\_刊》封底整版\_元，展板和\_展架\_\_元，宣传费销售占比\_%

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\_%。

在\_日活动内销售联通手机体验卡\_张。与\_\_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。

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，\_日销售比上个周六却下降\_%，在元旦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。

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。

**公司促销活动总结范文4**

这次促销的活动也是随着假期的\'结束而结束了，回顾这次的促销活动，各个部门的同事们都是非常的努力，来把工作给做好，我也是对于这次的活动来总结下。

从前期的准备活动开始，各个部门的同事就是在努力，从货品的准备，宣发的资料准备，以及心理上对于这次活动的重视也是让大家一起去完成了前期的工作，受到疫情的影响，一直以来，超市的销售业绩和去年同期相比起来，也是有了一些差距，特别是二月份的时候更是如此，但是随着疫情的减退，四月份的时候，销售也是有了一定的起色，但是和去年相比还是有一些差距，所以对于这次五一的促销，都是比较的重视，希望能做好，能让销售回暖，在前期的准备工作之中，大家也是努力的去做好自己本职，货品准备充足，摆放也是提前的做好，同时对于宣传也是积极的去做，无论是广告或者标识，都是积极的配合，一起做好，在节日前，整个超市也是已经有了节日的氛围了。

在促销过程之中，货架空了，同事会积极的去补充，一些促销的产品卖得火爆，也是会提前的做好补仓的准备，各个同事都是积极的去配合，去把促销的工作认真的做好，而今假期结束，回顾这段日子的促销工作，也是过得充实，同时也是达成了当初制定的促销目标，和往年相比，也是不差，同时也是让我们更加的坚定了信心，疫情虽然还是有一定的影响，但是并没有那么大了，我们也是相信通过这次的促销也是会让超市的销售在后续之中回暖，达成往年的水平，去把营业额做好。

当然促销的过程之中也是有一些小的问题，虽然没有影响到营业，但是也是要去反思，要去改进的，一些工作也是可以做的更细致一些，一些准备也是可以再做的充分一点，也是要在下次的促销活动之中去注意，并且把这次做的好的一个地方继续的去发挥，通过促销，也是让我们更加的看到了好的前景，超市的人流量也是多了起来。同时也是让我感受到，这种促销的活动，可以多做，特别是节日或者周末的时间完全也是可以多做一些小型的促销来促进销售，提升营业额，让超市的销售做得更好。并且也是要不断地去优化，去改进，以前一些促销的手段也是有些过时，要有一些新的方式来更好的吸引到客户，去让超市的促销做得更好。

**公司促销活动总结范文5**

一、长远考虑，做足准备

在商场领导的指示下，我们提前了半个月就开始为这场促销活动开始做准备了，不打无准备之仗，这样才能运筹帷幄，所有事情都能在商场的控制范围内。

1、为了备战五一，商场的储存货物的仓库，都已经堆满了，在这个五一假期是完全不用担心货物囤积过期的情况，按照以往的假期销售额度来看，这种法定节假日来商场的客流量都比平常多一倍不止，所以货物只会得到抢购，只会有供不应求的情形发生。

2、商品的摆放也是发生了变化，我们会把以往的最热销的商品摆放在最显眼的位置，比如洗发水的区域，我们就会在一个瞩目的位置摆放，让顾客都知道，这是最受大众欢迎的商品。

3、丰富品牌，我们商场发现，很多小众的品牌也是非常受到欢迎的，所以我们也是尽可能的丰富品牌，更顾客可以有更多的选择。

二、展开促销，不计成本

我们结合以往几年的促销活动的情况，我们发现，很多的商品就算纳入了促销商品的行列享有折扣，但是依旧是无人问津，这次我们可以说是不计成本的在促销，将打折进行到底，很多的商品都是在成本上加了\_%利益而已，我们要在价格战上秒杀任何一个同行。我们这次的促销方式可不止商品折扣，还展开了，众多的促销方式，满多少钱可以进行抽奖一次、会员积分累计翻倍、满多少钱送一个什么东西等等，最大程度的挑起顾客的购买欲。

三、抢占先机，做足宣传

抢占先机：要知道五一这么难得的机会，可不止我们一家商场会进行促销活动，我们的活动力度打响的同时，我们就已经开始准备开展活动了，在四月\_号就已经宣布促销活动开始，我们要比其他商场早开始，这样就能最大程度的让顾客都到我们这里来，这个方法的效果非常好。

宣传：五一促销活动自然是要宣传的力度越大越好，这次光是宣传的费用，商场就投入了不少，很多地方的广告牌用上我们商场的宣传图;我们也是请了很多的临时工，满大街的发传单。

本次促销活动能获得圆满成功，跟商场所有员工们的齐心协力是离不开的，跟商场一直以来在大众消费者心目中的形象也是离不开的，我们会好好的吸收这次活动给我们带来的东西，争取做到让所有消费者满意。

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！