# 促销工作总结范文(优选43篇)

来源：网络 作者：落日斜阳 更新时间：2025-05-16

*促销工作总结范文120xx年x月x日，市场部就xx节促销活动召开总结会议。会议对光棍节促销活动取得的成绩和存在的问题做出总结分析，并对年底的目标任务做出总体规划。公司于xx节期间开展的“xx节，王者归来”活动已经结束，公司针对此次活动的开展...*

**促销工作总结范文1**

20xx年x月x日，市场部就xx节促销活动召开总结会议。会议对光棍节促销活动取得的成绩和存在的问题做出总结分析，并对年底的目标任务做出总体规划。

公司于xx节期间开展的“xx节，王者归来”活动已经结束，公司针对此次活动的开展情况，进行会议总结。上午，会议在公司三楼大会议室进行，参会人员包括公司总经理xxx、营销总监xxx、营销中心其他管理人员和各区域市场主管负责人。各区域市场负责人先后做了工作报告，会上大家各展风采，认真分析、总结了活动开展过程中凸显的新问题和值得借鉴的经验，把在这次活动过程中的工作成绩与大家一同分享，把自己在平时工作实践中的心得和经验倾力奉献出来。对于活动进行过程中存在的问题，大家各抒己见，对活动情况进行细致的分析和探究。

最后，总经理xxx和营销总监xxx分别对会议内容做出总体评价，充分肯定此次活动取得的成效，强调各市场代表之间应该互相吸取经验和教训，营造1个互相学习，彼此提高的良好氛围，同时也是大家取得进步的好机会。xxx说：各市场代表和经销商要客服自身惰性，满足甚至超越公司要求，不断提升公司形象，提高自身效益，实现良性发展和多赢的局面。大会最后对的x、x月份任务做出具体规划。

承载着经销商朋友诸多期待和渴望的光棍节促销活动，在经过长期而繁复的备战工作和轰轰烈烈的销售工作之后，已经告以段落。针对此次活动，公司对部分经销商进行了回访。

其中，xxxx、xxxx、xxxx、xx等地依旧是xx家具公司的销售冠军。xxx、xx等店则紧跟其后。而一些新店开业同样出手不凡，xx、xx、xx等店都取得了不俗的销售成绩。当然，也有一些销售则让经销商感到心酸。整合众多专卖店的珍贵经验，我们试着分析导致销售结果天差地别的原因，并整理成文，希望对广大经销商朋友有所助益。

**促销工作总结范文2**

xx超市是xx市的一个大型连锁超市，xx超市是它的一个子超市，拥有员工二百多名，这次“xx”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“xx”活动中，据负责人介绍，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。

1.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8折。

2.游动宣传赠货品

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

3.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

1.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.

2.员工积极性

“xx”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.

3.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。

在暑假来临之际，我抱着锻炼自己，培养自己的社会实践能力，于是我开始寻找兼职工作。在朋友的介绍下，通过面试之后我顺利的成为尚将酒的一名促销，便开始了我暑期打工自己赚钱的计划。成为尚将酒的促销员我相当幸运，因为在这里我觉得自己不会在课堂上那样被人忽略。不知不觉在尚将酒工作3个月了，在这段时间里我学到了很多知识，不仅仅只是对白酒有所了解和接触，而更多的是做人方面的，在这里我成长了很多。

就促销员说来人人可做，却也并不是人人都能做得好。虽然我之前就做过许多的促销工作，所以第一天在浅草塘上班时，心里还是紧张的，在开始的两周中，我的工作并不是很顺利，了解我到同伴们都有销量，我的心理压力也很大，原来做白酒的促销并不像想象中那么简单。虽然上面说卖不出没关系，而我总觉得既然来了就应该做出点成绩。第一次被拒绝，说实话，真的有种说不出的感觉，顾客的质疑与不屑也着实让我心里着实不是滋味。我觉得我的酒是货真价实的好酒，为什么大家却不愿意接受呢?大概是我个人能力的问题，也许只要我努力，最终会赢得顾客的好评。

首先，不管在任何情况下，都不要受到工作以外影响，在向顾客介绍的时候，要始终保持微笑，要知道微笑的力量是无穷的。没有人会拒绝一张可爱的\'笑脸，在工作的时候提前了解一些顾客的信息，过程中要礼貌待人，分清主谓，站在顾客的立场上向顾客介绍我们的产品，哪怕他不买也给他们留下一个好的印象，因为在这里，我代表的并是我个人的，还有公司和酒店的形象。在酒店里，除了推销，我要融入这个集体，因为在这里我也是其中的一分子，力所能及的事都要尽力做，通俗一点说就是要有眼色，不该说的不说不该做的不要做。长此以往，推销起来也顺手多了，开开心心把工作做好不是很好吗?

后来，我终于有了成绩。回想起当初被一位女顾客推出来的场景，那是很沮丧，现在想想其实也没有什吗?还有很多有意思的顾客，虽然当时他们有点故意为难我，提了很问题，说的一些问题，我当时没有回答出来，现在想来，他们真的给我很大帮助，让我深刻的感觉到我还有很多的不足。还有很多热心的顾客，给了我很多建议和灵感。在此，我也谢谢他们。

这期间也让我学会了如何做人，我学会了察言观色，与人沟通，遇事要常保乐观心态，冷静平和的面对。与此同时，在尚将酒我也认识了一些新的朋友，这些朋友每个都很可爱。和她们相处我很快乐。

按照总公司的部署和安排，郯城国大仁和堂郯东中店于12月9日—11日举行了药品促销活动，在总公司的正确领导和全体店员的共同努力下，本次促销活动取得了较好的成绩，并一定程度了扩大了国大仁和堂药店在社会的良好信誉。现将本次促销活动总结如下：

**促销工作总结范文3**

1、组织店员学习领会总公司安排的这次活动精神，在每月固定时间的促销活动工作的基础上，分析工作中存在的漏洞，强调了本次活动的重要性，把DM单分到每一位职工手中，划片发放。并要求所有店员提前安排好时间，活动期间全天上班。

2、根据活动要求，组织店员清点库存，分别对促销产品、赠品准备货源，提早对特价药品，常用药品，本季节药品，洗化，家电等进行备货。

3、专门组织职工讨论怎样促销药品，分析可能出现的问题。如果特价的商品，冲量品销售太多，怎样销售才能保证毛利。

4、营造良好服务环境。 组织店员对店内店外环境整理卫生，做到整洁卫生，药品摆放整齐。对特价药品做了POP宣传海报。针对70多个特价药品全部做了店外宣传海报，张贴在药店外8个橱窗。同时为突出特价药品，引起顾客的注意，专门做了70多个爆炸贴放在该药品陈列位上。为突出活动效果，在门店前搭起彩虹门，摆放了花篮，安排了音响，对本次活动起到了很大作用。

**促销工作总结范文4**

乐乐图书的合作书店及代理在五一节日期间举行了图书展销活动,合作书店做活动的家数超过乐乐的预期,在五一期间部分追加货受到物流公司滞留,影响了销售,在此歉意!希望六一会有更大的收获!

通过反馈活动情况特总结如下希望有所借鉴:读书文化活动的环节要素!

1.活动筹划：成立活动指导组。考察场地的居民环境、自然人流量，做预期评估。场地恰谈，确定[注意天气变化]。制定活动的方案计划、人员分工定位、培训演练等。

2.物资准备：展架展台、条幅海报、收款台、方便袋、剪刀、胶带、绳子、打印的热销书或推荐书的提示等。另外准备应急的防风雨的绳子和雨布[以透明厚的雨布为佳]。

3.培训指导：培养营业员对读者的洞察力，导购员要善于推荐读者买大量，善于配合，善于制造热销氛围和抢购潮。以读者的立场推荐图书，推书果断收款迅速。

4.图书陈列：系列的套书摆到一起便于读者买整套。热销的、精美的图书要摆到明显的位置，甚至立堆或悬挂。比较杂的单品种书最好乱堆在一处有利于读者扎堆枪挑。

5.活动宣传：海报[16开、8开两色，突出价格低品种全，注意时间地点]用于小区张贴[宣传栏和楼道]，小票[彩色小长条或单色的小单页突出价格低品种全，注意时间地点]用于就近的路口、小区、学校等地发放。大型活动可以考虑报纸、电台、电视广告。

6.经营规范：活动的整体要突出正规并体现出文化色彩，强调正版酬宾特价。服务人员要具备文化修养注意礼貌待客、热情服务。回头客和口碑宣传是展销活动的重点。

>轻松启动，一促即发

书店在与乐乐的合作中劲增价格、品种，增加竞争力等多重优势。与乐乐合作的书店优势已经大大显现出来，并表示永远支持乐乐配合乐乐。乐乐独具品种，价格和模式的多重优势。创造以“正版低价，绿色直达”为基础，以“整合互动”为主导的全新营销模式。轻松启动，一促即发！打造一个让书店生意火，让读者买的起的书业销售平台。

>乐乐提供常年热销的图书种类

乐乐的图书品种定位在幼儿、少儿到作文、工具书等，均是书店常年热销的图书品种，常年保持3000种图书品种，年流通品种数万种。几乎含盖了0-18岁读者的所有品种，启蒙教育画册、童话寓言、科普读物，中外名著，古诗儿歌、简笔画等等。而且每系列有不同的多种版本！乐乐提供的书中多为印制精美的品牌图书，如大苹果、小小孩、很好玩等。

乐乐与众多出版机构合作，常年保持3000种畅销图书品种，年流通品种数万种。独具“绿色直达”的价格优势，灵活的合作方式！重金打造的乐乐体系正在改变图书十几年不变的销售格局。

**促销工作总结范文5**

（1）广宣品风格应与目标消费群心理特点一致。

（2）促销POP标价和内容。

促销价与原价同时标出，以示区别；

尽可能减少文字，使消费者在三秒之内能看完全文，清楚知道促销内容。

（3）巧写特价。

部分城市物价局规定不准在海报上标出原价特价对比字样、这种情况可把最不好销的口味写原价、其余口味写优惠价，消费者自然明白

（4）师出有名：冠以新品上市、节庆贺礼等“借口”。

（5）写清楚限制条件。

**促销工作总结范文6**

一年一度的世界电信日促销活动，是我们通信行业必不可少的事件营销黄金时节。连续几年组织、参与县分的现场促销活动，具体负责客户服务团队成员的促销点现场管理与协调，有一些收获，与区县同仁分享:

一、要有一个活动方案。古语告诉我们

二、活动促销点要有督导。岁末年初促销活动时，我们就采用了这一模式。将后台的几位主管分别委派到各班组进行活动现场督导，一方面增加人力资源支持，另一方面对促销点进行现场管理与协调。同时将现场促销的实际效果与各位主管的绩效挂钩，确保各位主管的权利与义务对等，能更好地促进现场促销效果。我们团队有位主管，将他委派到一位置稍偏的营业厅现场督导，三天促销活动期过后检验促销效果，每天的活动成果竞然比位置较好的营业厅不相上下，实践证明这一举措是行之有效的。

三、要善于营造活动氛围。活动氛围营造得好坏，直接关系到现场促销的效果。路演平台布置，要严格按照公司下发的规范执行，统一外部形象，提高客户认同;帐蓬位置的摆放，一定要选择便捷于客户的地方，即人流量大，位置空旷，适合于现场促销活动展开;海报的制作与张贴，有公司下发的海报即可直接取用，没有公司下发的海报，自己制作书写时要规范美观，要点突出，张贴的位置要醒目;促销桌功能区的划分要清晰，要体现宣传单页区、业务办理区、礼品展示区等功能区域;礼品堆头的布置一定要抢眼，摆放要有规范，高低层次感要突出，高中低档礼品上还要用标签明示，便于吸引客户眼球。以上明列的都是促销点活动氛围营造的关健要素，要用心去思考，用行动去落实，现场的活动氛围就一定会亮点纷呈。

四、要解决

五、要有活动奖惩措施。在促销之前制定活动奖惩措施，是调动团队力量完成既定目标的有效措施之一。主要明确游戏规则，即奖惩标准。现场促销活动本身就是一件比较辛苦的劳动，我们需要公司领导的肯定与激励，需要在取得业绩时将成就感与团队成员一起分享。完成了公司下达的目标任务，我们要适当适时地给予团队成员以褒扬，我们是好样的!没有完成目标任务，我们也要适当适时地给予团队成员以鞭策，我们还需要努力!当然，我们一定会给全面完成公司下达目标任务的团队现金奖励，没有完成公司下达目标任务的团队进行绩效扣分，并处警示谈话以示惩戒。

六、成绩是总结出来的。促销活动结束后一定要及时进行总结，分析活动过程的得失，总结活动过程中的经验与教训，对达到奖励标准的团队或个人进行奖励，通报表现欠佳的团队或个人的处理措施。我们团队的促销竞赛活动一直持续到5月底，在6月初及时召开517促销活动总结会议，现场给获奖的团队发放现金奖励，同时对活动中涌现出来的亮点进行总结与褒扬，为以后的促销活动提供了促销活动模板。

**促销工作总结范文7**

9月30日—10月7日圆满完成了“国庆不愁价”促销抽奖活动。活动通过 司领导和广大的商户老板的支持，以及同仁们的齐心协力。取得较好的效果。对本次促销活动作个总结，

具体情况如下：

活动时间：20××—09—24~20××—10—07

活动主题：国庆不愁“价”

活动对象：全市市民

活动方式：降价 打折 买赠 抽奖

卖场形象：卖场装饰以白色、粉色为主题，凸显万原家居的高贵与特别。在卖场内发气球，以及商产品信息，各展位摆放赠品，装饰展位，衬托出浓烈的节日气氛。奖品提前购置摆放大厅，正面的位置摆上抽奖箱，给顾客进门第一印象就是“划算！有东西送！”，并在大厅搭建舞台，突出这次活动的重要性与氛围。

>宣传方式：

报纸（10月24/25日：时光广告2期内版本，费用总计8300元），dm单页（5万份，安排工作人员发放，单页费用7800），电台（10天，102。8电台，费用7200元），公交电视（10天，4920元，160台车），短信（8天，105000条信息，费用2800元），拱门2座，空飘6个，场内舞台布置。

>分析说明：

此次活动取得全公司各部门的积极配合。工程部同事负责活动现场的音箱调试、活动道具搭建及安保工作，在规定时间内完成，给抽奖活动提供了有效地硬件保障；人事部和物管部及营销部在活动期间负责将商场装饰一新，提升了商场的活动氛围，提前将奖品购置摆放到位，有效地刺激了顾客的购买欲。

>总结：

1、 整体情况

业绩统计上看，本次促销没有达到预期效果，预计活动期间营业额110万，实际售卖85万，达成率仅63%。客流统计， 09月30日、客流157人；10月1日—7日，客流分别为：250人、305人、288人、545人、258人、296人、325人

活动期间客流不理想，平均人303人/天。活动人流量和天气原因有很大的关系。

>出现以上情况原因在于：

1、宣传媒体推广时间较短，活动前9天才正式确定活动开始，前期筹备时间过长，真正的活动推广时间较短。

2、公交广告视频可以做得更好，所有媒体推广时间过短，不能让客户充分理解万原家居促销活动内容。

3、dm单发放的效果有待提高，商场人员储备上需要更多人手投入到活动中，整个活动上常出现人员监管不到位情况，使整个活动的执行效果严重打折。

4、扫楼效果不理想，搜集回来的客户信息总共才157个，而花费的费用高达3680元。

5、宣传时间没有充分利用网络平台的优势，造成宣传有死角；

6、商品摆放不够突出特点，营业员的服务意识不高，产品专业度不够，不能再短时间内让顾客对商品产生兴趣。营业员不会占有主动权，大多数是在跟随顾客的思路。在整个活动期间，我们的营业员大部分没有提高服务意识，服务质量未有提升。除了服务员自身素质不够高以外，和商场没有培训也有关系，营业员的服务质量不是一朝一夕的时间能够到位的，要通过我们平常的不懈努力，通过我们内部培训，定期组织专业知识学习，提升自身水平，从产品分类，材料特性，如何辨别真伪，区分产地，如何做到展位的合理布局，培训营业员建议性销售，能做到给商户和营业员合理有效的指导，及制定合理培训计划。

2、 销售情况

活动期间各商户销售状况，有高有低，总销售额为9250045元：售卖较好的罗曼迪卡：1242330元；名艺名居：1080000元；富贵东方：772932元；最低销售：瑞庭家居：120\_2元，主要是因为品牌效应不强，价格低端，主要走中低端路线。

3、活动成本及相关费用

此次活动奖项，根据销售额设置如下：iphone4s 2台，sony相机5台，金婚钻节3套，品牌压力锅10个，雨伞100把，合计：400050元；提点：xxxx元。整体成本：76766元，商场支出：34096 元；商户支出：38470元，未付部分：气球拱门：2400，舞台1800，合计：4200，扣点方面：星港：，慕思：，芝华士：，澳玛：，富贵东方：，上艺：，艺瑧：，扣点合计：元。

4、活动策划

此次活动的策划，开始的时候通过征求商户意见和后来公司专会研究，所有

人员献策献力，使活动方案较为完整并得以实施。但是，从细节来看还是不够严谨，包括幸运奖，卡瑞珠宝的清洗卡，可以换个方式进行，dm单出来的效果可以根据印刷工艺，设计更亮一些，相信通过磨合，在以后的活动中避免发生。

5、活动执行

一、电话营销：

使用人员61人/次，打电话总数：16273个，a类客户12050个，b类客户：25600，c类客户：3620个，详细见附件。

二、短信

短信群发客户信息达550000条，电话号码达21000个，平均每个电话接收达5条。

三、dm单发放：

学生发放18人/次，商户11人/次，整体执行存在监督不利和商户的自觉性都完全没达到标准，整体效果没完全达到，下午去抽查，存在个别人员不在指定区域的情况，下次活动必须改进，以达到预期效果。建议全部请专业发放传单人员，或学生进行操作。

四、扫楼情况：

共计花费36800元，扫楼有效号码：1570个，平均每个号码费用：元/个，费用相当惊人，建议下次活动，全部使用学生，商场派人严格监督，将扫楼的效果提高，让更多的人知道万原。

>奖品/礼品方面：

邀请函客户当中存在个别店面的人员自行领取的情况，情况混乱，没有真正的落实到实处，也给商场和商户带来了损失，请各为商户自觉加强店员教育，拒绝内部人员领取活动礼品，下次活动一点会加强管控和监督。

>活动中存在的问题

活动期间来的客户较多，但是成交量相当低，整体原因是多方面的，过来了解产品的居多，所以在销售过程中，要求导购人员沟通上做到三大主动：

1、主动介绍，宣传公司的促销活动情况及优惠活动；2、主动解答顾客的疑问；3、主动加强与顾客的沟通。

通过顾客对商场的认知度调查来看，各种宣传的途径都带来一些顾客群，但主要有：通过报纸，小区广告、电话、短信及周边居民了解到的居多。被朋友介绍过来的顾客也占有一定比例，所以建立顾客档案和建立推荐机制是必须的。建立顾客档案，是想通过对老顾客的维护让其为商场带来新的顾客；建立推荐机制是为了刺激让更多的人将意向顾客带到商场，拉动销售。

>总结

从活动现场来看，今年的家具行业形势确实受到一定的影响，销售平稳，没有高潮，调查过几家较大的家居商场，情形也是如此。但是潜在的刚需顾客还是有的，就看我们怎么去发觉和如何去培养顾客。当前应提升商场商品的档次和规范提升营业员行为和素质。根据节日时间，提前将策划方案做出。大的节日策划在提前两个月的时间完成，小的节日在提前一个月完成，预留充分的时间便于将方案更细致化。定时到其他商场了解情况，购买相应的书籍丰富自己的专业知识，通过询问征求更多的建议。

**促销工作总结范文8**

1、建立和维持企业与消费者之间的正常的合作关系。

昌大昌超市是湛江市的一个大型连锁超市，雷州昌大昌超市是它的一个子超市，拥有员工二百多名，这次“教师节”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“教师节”活动中，据负责人介绍，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：

2、企业与供应商建立良好的协作关系以保证商品正常运转。

3、设立科普画廊利用图文实物文体等形式向人们讲述爱护资源保护环境的途径树立良好的社区关系。

4、赞助失学儿童多参加一些公益活动树立良好的企业形象。

5、邀请官员对企业参观考察出席新闻发布会等形式。

**促销工作总结范文9**

20xx年xx专项营销活动已圆满结束。在市局召开xx营销动员会议之后，我局领导深感任务艰巨，当即召开中心主任以上管理人员会议，研究制定详细营销方案，组建了以局领导为主的营销队伍，发扬“亮剑”精神，变压力为动力，克服困难，主动出击。截至9月底，共完成xx销售额xx万元，完成市局下达计划的xx%，取得了此次营销活动的胜利。现将思乡月营销活动工作总结如下：

>一、立足“早”字，抢占市场

在传统xx节来临之际，各大商家都想抢占这块市场，要想在这块有限的市场上分得最大限度的一杯羹，就必须早安排、早动手，结合往年经验，做好前期的营销准备工作。知己知彼才能百战不殆，为此我局组织人员对市场进行了详细的调查研究，了解掌握客户的心理及所用xx的用途和需求。

>二、加大宣传，营造氛围

营销的效果好坏，宣传是关键，为了达到理想的宣传效果，制定了一套详细的宣传方案。

一是组织策划了xx年xx产品推介会，向客户详细介绍生产厂家和不同产品的特点，会上气氛热烈，当场有三家客户达成了定货意向，为下步营销活动的展开打下了基础。

二是利用报纸夹送DM中邮广告、张贴宣传海报、营业厅门前悬挂宣传横幅，电子屏飘字、电视上飘字等手段，营造宣传氛围来达到宣传的目的，让家喻户晓，提高了xx活动的感知度，为寄递和销售市场做好了前期业务推广。

>三、准确定位、分类营销

根据县域经济特点和不同的客户群体，制定相应的营销方案。

一是把产品分为高、中、低三个档次，有针对性的对各个机关、企业、厂矿、学校等单位进行地毯式的营销；

二是采用目标认领的方式，托熟人、找关系，充分利用人脉关系向客户介绍推荐产品来进行营销；

三是利用节日拜访大客户的机会向客户介绍推荐员工福利产品；

四是营业员采取多说一句话的精神不失时机的以“买xx，免费寄递亲情”“明月寄相思，千里送真情”向用户介绍业务，引导用户购买产品，增加寄递业务量。

>四、领导带头、身先士卒

在xx活动开展以来，局领导身先士卒，扑下身子，冲锋在宣传、营销第一线。分别拿上宣传资料、产品样品对认购的单位逐一进行宣传、攻关、营销。见局长们亲自登门拜访，各单位的领导们深受感动，纷纷想方设法定购产品。领导们的这种精神也深深感动了员工，部分管理人员和员工自告奋勇，纷纷请缨，加入到xx营销活动当中，形成了你追我赶比拼营销的局面，取得了良好的营销效果。

>五、发挥优势、组合营销

面对激烈的市场竞争，充分利用我们xx特有的资源优势，打出购xx送xx贺卡、贺年挂历、企业形象宣传册的这张王牌，即：定购xx达一万元以上的，免费为其制作相应盒数的xx贺卡；五万元以上的，免费为其制作相应盒数的新年挂历；十万元以上的为其制作相应盒数的企业形象宣传册，且内容由其自行选定。此举得到了客户的认可。

虽然我们在这次xx营销活动中取得了一点成绩，但还有很多不足，离快速发展的要求还有一定差距，我们一定要总结经验，扬长避短，向发展好的兄弟局学习，为实现有效益、快速发展的目标而努力奋斗！

**促销工作总结范文10**

前期筹备：

1、预售

今年双十一的一个创举就是早在10月15号就开始预售，天猫官方并没有给出对于此次预售的具体数据，可能是因为数据并不如191亿这么好看，不过，预售为双十一前期的选品规划做出了有意义的指导，对备货，系统，仓储的效率实现了很大程度的提升，当卖家能偶清晰地知道热销产品，更快和更有信心的筹备双十一时，带来的巨大效果将是无法量化的;

2、天时

今年的双十一恰好是周末，单这一个条件就可以在同等情况下让去年的销售额翻一翻。购物的狂欢放在周末再合适不过了，当整个周末街上的人都明显减少时，我们就应该知道，多少人将近期的消费一股脑的涌向了天猫!

3、无处不在的天猫

当爷爷奶奶都打电话过来问双十一要不要买点东西时，你就知道这次天猫在广告上投入了多大的规模，算上硬广和相关资源置换，估计天猫在此次双十一至少投入了10个亿的广告，

4、预充值

今年支付宝的预充值类宣传的出现频率大大增加，从派友在相关帖子中提到的情况来看，今年支付宝预充值的比例应该是非常高的，由此带来的快捷的支付体验不仅让买家消费的欲望更加不可抑制，更是锁定了大部分想在此刻消费的人群，大大提高了支付成功率。

24小时狂欢

当2亿多用户涌向天猫，在30分钟左右的时间将10亿元人民币通过鼠标汇聚到支付宝的另一端时，你就可以知道这次注定是一个创造历史的时刻：

70分钟——20亿;

8小时16分——50亿!

13小时18分——超过100亿!

24小时结束——最终定格在，191亿。

其中，销售额破亿的商家有3家

5000万以上销售额——18家;

1000万以上销售额——227家;

500万，100万——501家，2580家......

当零点过后，兴奋的香槟在不同城市的写字楼里相机迸发的时候，当淘品牌，传统品牌和国际品牌携手跳起江南style的时候，可以认为，我们已经走到了网络购物时代的深处，新的商业力量将依靠网联网崛起!

一、工作内容:在双十一，我在cdd担任售前客服，在经过前期的培训，大概了解了天猫的规则，和客服人员需要注意的一些事项后。我们开始了自己的工作，主管人员把我们分成好几个小组，并且各自有相应的组长负责。我在第七组，组员有8个，在一组当然是要互帮互组的，在分流时，有的客服接到的客户多，我们其他组员忙的过来也会相应的分担。我们主要的工作就是解答客户关于商品的各类信息，客户问的最多的就是尺码以及快递的问题，当然也不乏有刁钻的问题，这时就考验我们的耐心和忍耐力了。

二、心得体会：客服是服务人员，那就应该有顾客至上的理念。尊重顾客，尽量满足顾客的要求。我认为做客服是一次很好的锻炼，首先，作为客服要有亲切感，那么这就考验了我们的表达能力，说话方式要委婉亲切，这一点很重要。然后要有好的忍耐力，因为不乏有一些不讲理的顾客，这种时候就要有耐心，有好的忍耐力，保持作为客服的良好素质，不能顾客不讲理，我们就和顾客吵。最后，作为客服要有好的口才，用适当的语言向顾客讲解商品的优点，以便销售出更多的商品。

三、建议：因为之前也有过网上购物的经历，再加上这次客服的体验。我认为当好天猫客服要对每一位顾客购买的商品负责，保证顾客买到满意的商品，得到好的服务。让顾客有一个愉快的购物过程，我认为这是很重要的

为迎接双十一，我店举行了小型的促销活动，在公司领导的正确部署和支持下，本次活动取得了较好的成绩，并一定程度上扩大了2688商城在沁源的人气，但还有一定的不足。现将本次促销活动总结如下：

活动前期宣传准备工作不足，参与当天活动产品数量及品种少，进货数量少、资金有限。没有达到预期效果，对畅销产品的进货估量不足，有的产品已售完，再加上选址没有选好，我个人认为有这样好的政策，初次活动应该选择人多繁华地段，搞稍大的活动，产品明显分类、划分。在视觉和心态上给予消费者很大的冲击力，一炮打响。给我们以后的活动留下很好的借鉴。

季节性产品比较热销，有一些商品没有及时到位，导致损失了一部分销售，这是值的我们去深思和检讨的，本店在人力方面不足，也是活动没有得到充分发挥的原因，此次活动人气有了，但还是没有达到预想的效果。

销售情况

这次活动店里进货大概在一万元左右，还有以前店里不到4000元的存货。活动中飞科剃须刀,温碧泉的套盒,冬季的自发热用品都销售的不错.活动第一天的销售1723元，第二天销量达到3341元，是活动中销量最好的一天，第三天由于中午接到通知说有工商检查，下午不得不收拾了外面的帐篷，但总体还是不错的，当天的销量也达到了2585元。三天活动下来也有7649元的现场销量。

总之，任何工作要不断进行总结和检讨，才能把下一次的工作做好，我们希望以后公司能够给予我们代购点更多帮助和支持，再加上我们的不断努力，我相信2688的未来会更上一层楼，成为电商中的龙头老大。

在活动开启前几个小时彻底的露出原型，“水立方”的晚会，我是用耳朵听的，一边做事一边听，我认为看的东西是给买家看的，现在我作为卖家应该听阿里的话，想着如何站在买家的角度，从所有娱乐的语言间，发现对淘宝两个字一次未提，仅有一次还是口误，彻底抛弃C店，失败的兆头也可以通过10号数据可以读懂，需要我们强化应急措施，越接近活动越明显，在活动进入10分钟的时候就已经定局，还不如平时随便做个活动，做了一些挣扎，因为离我的第三预期目标太远，也无济于事，为了获取小胜，只能开始应急预案的加强，凌晨两点后，我们尽力依托唤醒老客户做努力，向最低预定产出努力，我开始进入一种思考，通过对自我的审视，以及一路布局活动的点点滴滴进行对话，给我对电商之路的走向引发了很多的启迪，或者说，明天我急迫需要去做什么。

小观阿里淘宝平台，也可以说成是淘宝与天猫两个平台，从11月1号零点预热起阿里就不断放圈套，让不是做天猫的商家，也是第一次运营淘宝C店的双十一活动的我，陷入一个个困境，直到5号，才发现阿里完全是借助大面积C店给天猫聚流与做陪衬，严重一点容易是陪葬，当然也有些寥寥无几的老油条获得一羹。例如：1号放出烟雾弹，淘宝C店与天猫统一打标“双十一全球狂欢节”为诱导，我们C店为此而欢欣鼓舞，推想今年应该是统一联欢，因为结合一些报名时文案资料显示，需要迎合投入推广，谁知产生错误的思路，当时由于疑虑，没有大量投入赛马，观其变，试探性的做了一些小动作，大概20小时左右果然出现换标，将淘宝C店脱离双十一，其中用冲加购铺底，构建一个几乎空架(活动期间的销量完全可以说话，同行进入新发现的销量还不如我一个外围宝贝布局于店铺的三线宝贝销量的十分之一)“淘宝嘉年华”会场又一次诱导C店卖家杀出血路，为了争得此次活动的成功，我们也只能按部就班，但在3号的时候发现阿里故意在搜索引擎这一块弱化C店的排名。于是，对于通过冲刺加购生出怀疑，问自己，通过设定的“淘宝嘉年华”主会场的构建体系投入资金推广有无意义性，直觉告诉我，需要慢慢将付费推广转向与压缩，投入到正式开始做电商8个月积累接近10万客户的维护老客户中去，5号就非常明朗了，连销量排名的前几位都让给了不及于C店销量的天猫，人气排名本应该是整个卖家的根，是卖家销量的命脉，却发现前六页C店的影子越来越少，并不是那些挤上去的天猫商家比C店做的好，而是彻底人为弱化，做过行业内与行业外详细的权重对比与销售竞争力的对比数据分析，因此，为了不想浪费投入，不想亏本去换取大屏幕上的数字，采取主动的人工优化与巧用免费推广，博取一场小胜，来填补失败的空虚，效果可以明显的通过店铺数据获取。

现在离大促活动结束还有3小时，电商部办公室的叮咚声虽然比平时密集，但我需要的是疯狂的节奏。现在的产出是平时常规一天销量产出的20倍以上，还在挣扎着倍数……越发一份心寒，也是一份欣慰，通过中午小睡，静静梳理，新的思路已经开启，新的方向有了目标，带着卖家在消费者的角度一边思考，一边买了些东西，等待乌云消散……

**促销工作总结范文11**

一、展示了公司良好的服务形象，提高了公司高标准的服务质量。在精心的策划下，在严密的组织下，公司的所有成员都投入了巨大的精力，努力地把这次的营销活动开展好。比如领导不时地来各个场所查看并指导工作，营销的战斗员们不遗余力地去帮学生和家长们拉行李、递盒饭、引路线、办号码等。这些都大力地体现了校园营销活动是以“学生为中心”的主题，让学生和家长有种宾至如归的感觉，从而对我们移动人有了更深的亲切感。所以，通过这次活动不仅优化了我公司的服务质量，而且也展示了公司良好的服务形象。

二、塑造了团队的合作精神，锻炼了员工的营销能力。这次以厅为单位在三地同时发起战斗。每个厅就是一个团队。良好的凝聚力是每个团队发挥最强战斗力的基础，而合作精神是团队凝聚力的根本。因此，团队成员必须学会并加强这种合作的精神。作为成员的个体，在被安排的岗位上发挥出自己的最大效应也是重中之重。如在与学生客户的交流中应尽快尽好地将学生引导到办卡这个主题上来，而且还应从学生的角度来对待这一业务，要将他们关心好、解释好、办理好。

三、给学生客户群提供了最优服务，深化了“动感地带”品牌的影响力。从整个活动的策略和目标实现上来看，该活动已很好地为学生提供了话费优惠的活动，并且对“动感地带”的品牌做了很好的推广与深化。许多年轻人，主要是学生都感觉动感地带是他们生活中不可或缺的部分，由此可见，该品牌的影响力之深。在加强品牌的同时，我们也大力地提高了服务，比如专门的动感体验厅，为学生客户群提供了最优的服务。而去校园动感厅领取赠送的三件小礼品是让学生能尽快地、主动地去熟悉、体验这些服务。

但在整个活动中也有一些问题值得我们继续去思考或探讨，比如：一，各个厅如何根据营销场所的特点更好地去组织团队;二，在各个场所如何对团队成员进行更合理的分工;三，在营销技巧上如何更好的提高等。

**促销工作总结范文12**

每年到x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x节促销活动中各种收获和问题的总结，利于以后x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x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。

**促销工作总结范文13**

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，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。

在天时人和方面我们也占到了一定的优势，七周年活动开始天气突然转凉使原本快讯计划中的季节性商品热销，人气鼎沸。这和我们分析和组织商品的前瞻性分不开的，最后真的连老天都帮我们，再加上我们的勤奋努力和较好的分析执行能力，还有做不好的事情？

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。

**促销工作总结范文14**

20xx年7月31日至8月2日，由杨蛟龙，杨韬，万果带队，组成线下活动推广小组，在保利社区“贝因美奶粉店”，与湖南涉外经济学院天元商城“可爱可亲母婴店”，展开“机友网”环保回收主题的线下推广活动。在这三天的活动中，各个成员相互配合，相互理解，通观整个活动之中，整体还是比较顺利的，有诸多的可喜之处，但是也存在一些小问题，故先坐总结如下：

>一.领导重视，身为表率

在本次活动中，带头人不仅时刻忙碌在第一现场，还在各个地方作宣传，发布传单。现场掌控大局，形成良好的表率，对本次活动的成功起了很大的效应，并且，人员调配中，后勤工作中，合理安排工作，时间，地点，实时提供生活补给品，为活动的成功开展提供了前提与保障。

>二.人员配合，通力合作

在工作中，各小组成员分工明确，能够很好主动的去做安排下来的工作，并且成员之间，能够相互理解，相互配合，保持良好的沟通，讨论如何能做的更好，并且在于客户的沟通中能够明确表达出本次活动的主题，与活动的内容。

>三.广大参与者的配合

本次活动的成功，也在于广大参与者的配合，能够在工作人员的解说与操作步骤能够耐心的配合。

>四.环保回收主题

本次回收手机，“环保”，与当前社会大众呼应保护环境相结合，保护地球环境。

开展这次活动，提高了我们公司“机友网”的大众知名度，向广大市民宣传了我们“机友网”的环保回收，保护地球，物尽其用的理念。

但是这次活动也依然存在一些不足之处，例如：

1. 贴膜的型号不全，有部分顾客的手机无法将其进行贴膜。

2.人员密度不够大，流量不足

3.活动没有硬性要求：列如必须让客户关注，然后再给予客户一定的好处。

**促销工作总结范文15**

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

>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国庆促销活动内容、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。

**促销工作总结范文16**

20xx年xx地区实现销售万;其中主力品牌：索伊万、吉德万;较20xx年索伊增幅%、吉德增幅%;与20xx年相比整体持平的主要因素是荣事达、东宝、日立、欧力等整体萎缩，另国商荣事达、日立库存的转代销冲抵销售等。

>场外分析

一、市场竞争白热化

20xx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：海尔的部分型号利润空间可达到xx余元，而且零售价位并不高。

二、促销活动拉升年

20xx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xx余台、金鱼洗衣机xx余台!

三、渠道变革加速

20xx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xx市场鹏程、百诚区域连锁模式，xxxx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xx20xx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xxxx市场就通过以县级代理商为依托，抢占了不少市场份额。

>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xxxx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!

具体来说，运用好会议营销及时抢占客户的资金和仓位是第一步;

其次，用有力的促销手段跟进消化渠道库存，抢占市场份额，形成良性循环，活动务必多搞尤其针对核心网点核心卖场;

再三，务必确保经销商的合理利润，使其有利可图;

第四，针对部分市场渠道变革加速的特点，首先稳住阵脚，因为所有的模式仅仅是一种探索，并不一定适合市场，我们应了解并消除渠道经销商心中的困惑、顾虑，寻找切机不应放弃和消极对待;

第五，通过有效努力，使能够上量的卖场形成品牌主推，并加强跟进促销活动，尤其是能上规模的活动方案务必抓牢、及时落实，20xx年活动一定还是主题，特别是创新型的活动方案，一定是;针对冒税务风险的代开票性质的县级代理商我们应坚决抵制，而应通过提升其他方面的服务来说服经销商放弃代开票，转成一般纳税人等，同时我们应在小规模发货、返利及时、账务清晰方面来给渠道经销商吃定心丸，提升我们的整体服务水平。

>心境波澜

20xx年褪去了年少，成熟了心智;这一载顺与不顺都告知了自己，这一载的平凡也只有自己知晓，这一载的得失皆已过往云烟;波动的是心境，有助的是未来，不变的是梦想;懂得了应该更好的了解本性、了解自我，并需要努力克服与生俱来的缺陷;融入社会、融入团队中去，不仅需要保持自有的个性，也要参考社会的标准;俗语有之“一口吃不成胖子”那么就要一口一口去吃成胖子;不能一步登天，那么就需要一步步脚踏实地的去实现自己年轻的梦想;谦逊、和气、包容、乐学、勤奋、坚定、果断等等都是比不可少的优良品性，务必时时提醒自己;浮得起、藏得住，听的了掌声、忍得住委屈;人的成长总是要经历起起伏伏，过去的一年真的教会了我许多、也参悟了许多。

来年——即便道路依旧泥泞崎岖，相信我可以走的更加坚定、更加沉稳!

来年——也坚信我们所处的团队可以更好的驾驭市场，实现更辉煌的销售!

来年——我们依旧在路上!

**促销工作总结范文17**

本月xx日、xx日在xxxx举行了为期2天的促销活动。本次促销活动以“咖啡可乐，快乐随行”为主题，主要是宣传娃哈哈的新产品咖啡可乐，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，请到丹东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10个精致的展销台和10位着装整齐的促销员为活动增添了气氛。具有娃哈哈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；二等奖娃哈哈雨伞一把；三等奖娃哈哈饭盒一个；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，两天的销量达到了六百余箱，共收入两万余元。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2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，xx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。丹东地区的可口可乐和康师傅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。

**促销工作总结范文18**

>一、本次活动取得的效果

xx月xx日销售xx万，xx月xx日销售xx万，xx月xx日销售xx万。

>二、本次活动心得体会

1.从xx月xx日—xx月xx日都是阴雨雾天，活动之初我们预想效果比平时能增加营业额30%左右就算成功。因为天气等原因我们感到信心不足，没想到我们提前做的各项准备工作起到了很大作用。

2.活动前短信宣传、全市医保一卡通在x月x日全市联网刷卡、x年底前清卡、丰厚的赠品等因素带动了销售量。

单发放时间短，有些仓促，覆盖面不够广;由于担心预期活动效果，xx油备货不充分，出现短缺。

4.下一步工作要积极吸取本次活动经验与不足，积极发展新会员，在活动促销中发短信才能起作用。

本次活动得到了总公司领导的全力支持和帮助，常经理第一时间为我们店提供赠品，荣海峰经理一周吃住在郯城，随时帮助解决遇到的问题!这次活动取得了成绩全店职工都非常兴奋，都有一种释放的感觉，心血没白费，没白加班，以后会更加努力提高营业额，积极完成公司任务。

20xx年xx月xx日-xx日开展了xx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xx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。

**促销工作总结范文19**

>一、活动目的：

中秋节、中国传统三大节日之一，国庆节、国定的长假。本次活动为“中秋篇”与“国庆篇”。中秋篇围绕“中秋情浓意更浓”这个活动主线，全力突出中秋节的“团圆”“情意”“礼品”三大节日特征，利用极富人情味的活动来打动消费者。而国庆篇则以“欢乐国庆欢乐颂”为主线，分“幸运”“实惠”“会员”“时尚”四个系列进行，透过国庆系列商品促销活动，我们将力求既争取商品的销售高峰，又得个性化的商品口碑、价格口碑，从而真正做深做透我们的节假日市场。

>二、活动时间：

XX年xx月23日——XX年xx月8日，7号就结束了国庆长假，而中秋送礼，吃团圆饭更是在6号之前的事，所以此次活动的时间定为以上的时间。

>三、活动主题：

“同喜同贺中秋国庆，同欢同乐精彩华联”

>四、活动资料：

中秋篇：“欢乐中秋，情浓意浓”

(本来想做欢乐中秋礼品展的，但总觉得没有一种气势。)“欢乐在华联，情浓意更浓”

1、XX年中秋美食节——月饼展

结合美食节举办“名月贺中秋——月饼大联展”，集中推出月饼厂家各具特色、口味各异的新款月饼。

2、XX年滋补保健品节

中秋节历来就是保健品的销售旺季，尤其是经过近几年保健品广告大规模“送礼送健康”的宣传，中秋节送礼选取保健品的消者已越来越多，从另一方面看，由于保健品具有相丰厚的利润空间，故而供应商无论是在促销、，还是在配合上力度都是就应相当大的。因此，充分整合各保健品厂家的中秋促销活动，开展一届滋保健品节，一方面能够有效降低促销成本，另一方面也能够有效刺激保健品在节日期的销售。

3、XX年名酒名特产荟萃展

中秋节本就是酒的销售旺季，再加之国庆婚宴高峰，酒的消费潜力相当大，因此透过开展名酒名特产荟萃展能够进一步刺激酒销售的增长。(烟不让做活动，我们能够用烟、酒、保健品等做成礼篮，再降价销售，便能够避免。)

4、“华联送情意，中秋礼上礼”

凡在本超市购月饼或滋补品满200元，即送精美礼品一份。(礼品推荐为红酒、打火机等时尚物品)

国庆篇：“欢乐国庆欢乐颂，华联大礼乐翻天”

1、“欢乐幸运颂”幸运转盘转不停，大礼连连送!

凡在本超市购物满66元以上的顾客皆有转动幸运转盘一次的机会，132元两次，以此类推!可得到指针指中的相应的奖品。

2、“欢乐实惠颂”国庆7天假，每一天推出一款超惊爆价。让顾客能感到实实在在的实惠。

3、“欢乐会员颂”

推出数百种会员商品，让会员能感到，拿会员卡与不拿会员卡有实质的不同。让不是会员的顾客看到会员的好处，也想成为我们的会员。要让华联的会员卡变成随身必带的物品之一。

4、“欢乐时尚颂”时尚家纺又送礼，开心赠券送不停!

凡在家纺购物满100元，便可得到20元的家纺购物券一张。购物200元可得到两张，以次类推!(推荐：家纺还能够针对国庆婚庆高潮，以套餐形式刺激新婚夫妇成套购买。)

>五、活动配合：

采购处：与供应商洽谈活动、赠品的相关适宜。

营运处：场地、地堆的带给。

企划处：场地的布置，dm的制作与发放，活动的监督执行。

**促销工作总结范文20**

1.师出有名：以节庆贺礼、新品上市之名打消变相降价促销的负面影响；

2.有效炒作：

3.“活动名”要有吸引力、易于传播：

如：某米酒厂家在酒店推广产品的加热饮用，促销命名为“青梅煮酒论英雄”

雀巢加咖啡送咖啡杯名曰“红杯欢乐送（颂）” ；

4.赠品绰号要响亮：

如：肯德鸡的球星塑料人起名为“超酷球量派对”

5.赠品价值要抬高：

如：缤纷夏日防紫外线秘芨太阳扇；

6.限量赠送做催化：

消费者总是买涨不买落，让消费者在活动现场看到赠品堆放已经不多，旁边赠品空箱子倒是不少，这种“晚来一步就没有赠品”的感觉会大大促进购买欲；

7.尽量不做同产品搭赠（如“买二送一”），免有降价抛货之嫌，结果可能“打不到”目标消费者，反而“打中了” 贪便宜低收入的消费群。

8.可用成熟品牌带动新品牌捆扎销售，但要注意两者档次、定位必在同一层次上（如果老品牌已面临种种品牌危机、形象陈旧就不可取）。

9.面对消费者的促销政策坎级不宜太高，而且要提供多种选择。

如：买1袋/包送透明钥匙包一个；

买2袋/包送荧光笔一支；

买5包送飞镖玩具一套；

买1箱送T恤衫一件。

尽可能减少文字，使消费者在三秒之内能看完全文，清楚知道促销内容。

aoc此次仅有两个系列型号参加促销，着实有些小气，而且“夏日送伞”虽有心意在，但是伞的价值实在不高，至于当当购物卡更是没什么价值，对消费者购买促进作用并不明显。漫步者s5、1m音箱、50个价值588元的松下dvd、150个华卫电视盒、200个saitekr220游戏方向盘、1000个液晶护颜套装，最低也有5元现金奖。买超人机系列液晶显示器——fp73g/fp93g，即获赠一套三个可爱的“超人变身玩偶”。凡购买benq冲浪机系列——fp72e/fp92e的用户，再加29元即可获一款价值99元的时尚夏日沙滩椅。刮刮卡中至少有5元的安慰奖，比起看不见摸不着的大奖来说，这个还是最实惠的。

自从我加入\_\_公司以来也有一年的时间了，促销员年度工作总结。在这一年的工作中，我不断的挑战自我，对工作兢兢业业，严格遵守商场的规章制度，在实践中磨练了工作能力，使我的业务水平有了较大的提高。我深知工作中的进步与大家的帮助是分布开的，而且得到了商场领导的高度认可，在\_\_年的8月让我担任柜长一职，这是对我工作的最大肯定。回首自己一年爱经历的风雨路程，我做出如下工作总结：

一、品德素质修养及职业道德

通过报纸，书籍，杂志的不断学习使自己爱岗敬业，具有强烈的责任感和事业心，工作态度端正，认真负责，加强专业知识的学习，使自己不断的充电，这是销售珠宝信心的源泉，年度工作总结《促销员年度工作总结》。

二、工作质量成绩，效益和贡献

保质保量的完成工作，工作效率高，同时在工作中学习了很多东西，也锻炼了自己，经过不懈的努力，是自己的工作业绩有了长足的提高。

三、工作中的经验

销售是一门艺术，作为珠宝销售员，要讲求语言的技巧，让顾客买到满意的珠宝应该时刻考虑的几个方面;1认真的接待顾客做到3米问好，1米询问，微笑服务是关键，人为的制造一个轻松愉快的购物环境。2充分展示珠宝饰品，由于多数顾客对珠宝知识缺乏了解，因此对珠宝首饰的展示十分重要，顾客对珠宝首饰的了解越多购买后的满足感越强烈，常言道;“满意|”是顾客最好的广告。3促进成交，由于珠宝首饰价值相对较高，因此，顾客在最后成交前压力重重，所以要营业员采取分心的方法减轻顾客的压力。4熟悉珠宝的佩戴，保养，使用，产地，质量。5售后服务，当顾客购买后营业员的工作并没有结束，应该详细介绍佩戴与保养知识，最后说一些祝福的话是顾客的心情愉悦。增进与顾客的感情，期待二次消费的发生。6抓住每一次销售的机会，以最佳的精神状态等待顾客的到来，注重自己的外表，衣着要干净得体，每天坚持化妆。

四、工作中的不足和努力方向

总结一年来的工作，尽管有不小的进步，但还是有很多改进与不足的地方。比如，对珠宝首饰的了解还不够，还要加强学习，自己的销售技巧还应该提高，也需要学习这方面的知识，借鉴他人成功的经验很重要。有时候销售不好思想就消极，这是要不得地，消极思想是销售的敌人。对销售失败后的总结不够，每一次销售失败都有它的原因，比如对顾客推荐的珠宝是否符合顾客的需要，对顾客的态度是否生硬造成顾客的不满意。对顾客是否充分的展示了珠宝首饰?等等这些都需要想一想。作为一个柜长，就像一个带兵打仗的班长，冲在第一线影响，感染成员很重要，作为柜长首先要起到表率，模范带头作用，一个柜台就是一个集体，充分的团结才能释放最大能量。互相学习，互相进步。

总之，在这一年里我工作并快乐着。

**促销工作总结范文21**

元宵节到了，各大超市、本土糕点店都已陈列出了汤圆专柜。在沃尔玛超市，销售汤圆的专柜已经陈列出来，汤圆的品牌、品种、数量更是繁多。黑芝麻馅、花生馅、水果馅……销售人员告诉记者，今年还特别推出了水晶汤圆，300克的售价是14。5元。“人们越来越注重饮食健康，厂家在汤圆的品种上也不断推陈出新，特别推出了无糖健康汤圆。”超市汤圆的价格从最便宜的2元多到最贵的19。8元不等。

今年所有汤圆、水饺系列产品都有买50元减10元的活动，同时，几个品牌的汤圆还分别推出了买二送一、买三送一的活动。虽然超市已经陈列出专柜，但现在距离元宵节、情人节还有几天，销售还未现火爆，一般来说要到节日前一天和当天才能迎来采购高峰。”

今年1月份家乐福汤圆的销量同比去年增长了60%，由于提前消费，春节大年初一到初八几天的汤圆销售量有所下滑。但同时，他也表示，今年汤圆的销售也推出了一些优惠活动，价格比去年更有优势，同样的价钱今年能买得更多。

本土的糕点店嘉华饼屋就有玫瑰馅的汤圆出售，十分应景，300克15枚汤圆售价是14。8元，算下来一颗汤圆最多1元钱，且目前还有买四送一的活动。

>元宵节促销活动方案

元宵节又称灯节，是我国主要的传统节日。元宵节促销活动营造特色的传统节日气氛来带动人气，树立企业文化形象，达到增加销售额的目的。。

>一、[活动时间]：xx年2月12日至17日（正月初十至十五）

>二、[活动主体]：正月里来闹元宵

>三、[活动主题]：

1。 投色子 赢元宵 欢欢乐乐[xxxxx]

正月初十至十五，凡在超市购物满58元以上，服装百货类满88元以上的顾客，均可凭购物购物小票到二楼中厅参加“投色子 赢元宵”活动一次，单票最多投5次。

奖品设置：

1点至5点： 瓜子一袋 6点： 元宵1包

2。正月里来闹元宵 [xxxxx]元宵节有戏

活动期间超市推出汤圆、水饺、生鲜商品等超低价限时抢购，价格绝对低，赶快行动！

科迪、三全等名优精品元宵以及无糖元宵、礼品元宵、果味元宵、手工汤圆、元宵齐聚新世纪。最新引进的汤圆机，现场为顾客制作各种口味的汤圆。

备注：每天至少两小时（活动时段请自行安排，建议安排在客流高峰时段，以促进业绩的提升，各部根据情况自行举办相应的大品牌限时抢购活动，力求抢购价低于全县平均水平，以提高抢购业绩。采购部提前洽谈）。

3。灯谜猜猜猜，[xxxxx]灯谜文化展

正月初十至十五，凡在超市购物满28元以上，服装百货类满58元以上的顾客，均可凭购物购物小票参加“有奖猜

射灯谜活动”，凡猜中任一灯谜者，即可到一楼总服务台领取精美礼品一份。

奖品设置：1元左右

备注：① 此活动必须凭购物小票参加。

② 所猜射灯谜底编号必须与谜面编号相符，并将答案写于购物小票背面。

③ 所猜谜底经服务台核对准确后，领取谜底并张贴于谜面之上方可领取奖品。

>四、 [广告宣传]：

1。电视台广告、飞字广告，气象局广告

电视台媒体

播放时间：2月22日至28日

2。dm单页

活动内容

大度16开1页

3 灯谜：一、二楼悬挂灯谜谜面

初九到位

4 吊挂pop 闹元宵 新世纪

年货大街换元宵挂旗

双面（初八到位）

5 门外看板：东门、圆门、南门大看板

（初九到位）

播音：服务台全楼播音工作总结

6。超市收银台/服务台活动告知板：小看板（初九到位）

7。门贴：一楼所有正门

（初八到位）

8。横幅：一楼化妆品楼 梯口

kt板双面（初八到位）

礼花：一楼外部燃放礼花

**促销工作总结范文22**

本店在节日期间的商品价位要在大众普遍接受范围之内，性能要针对外地人口的心理特点进行有效地选择，性价比比较高的商品要保持货源的充足。

促销手段一：广告促销现如今价格的吸引仍然是促销的重点，节日的的前一个礼拜要进行大范围的广告宣传。

宣传方式为：宣传单页，海报，条幅以及足校人员的店面宣传。

此宣传可以突出以下几点：

1.超低的价格。

2.丰厚的赠送礼品（月饼，或是手机配件或是来店即有获得大奖的机会）。

3.给消费者带来的便利和好处。

4.以自身产品的长处来和竞争者或是替代品的短处进行相比较。

促销手段二：人员促销在节日期间要安排专门的促销人员，要求：待人态度好，有很好的职业道德，对本店的商品价格性能等各个方面要熟悉，业务能力要强。

此手段目的在于通过和消费者的交流可以很快的找出消费点，增加消费者的消费欲望以达成交易。

促销手段三：店面营销，在节日期间要保证店面的外在形象，各个促销设备的到位，店员的良好形象，以及有意的营造火爆的气氛。

节日的前两到三天的时间进行试促销活动，及时的发现问题，及时解决，以保证节日促销的顺利进行。

促销前期要做好各个方面的准备工作，包括：物料，宣传设备的到位，以及宣传人员的.培训等各类工作。在促销期前，要保证一切工作的顺利开展。

节日促销活动后要总结各类信息，来店人数，购买人数，购买种类，出现的问题，后期可能出现的问题和解决方案，进行综合分析，为十一期间的促销应得更大的胜利做准备。

总结：此次促销活动大体方案在此，我们可以在成就最大化利润，在消费者和店面利益的基础上作出合理的工作。

**促销工作总结范文23**

除了服务员自身素质不够高以外，商场的培训不到位，培训除了正式的讲课以外还可以通过日常的沟通灌输，营业员的服务质量不是一朝一夕的时间能够到位的，要通过我们平常的不懈努力，通过我们内部培训，定期组织专业知识学习，提升自身水平，从产品分类，材料特性，如何辨别真伪，区分产地，如何做到展位的合理布局，培训营业员建议性销售，能做到给商户和营业员合理有效的指导，及制定合理培训计划。

>一、名品家具折扣卖

为庆祝家具城二期开业，家具城从中国最大的家具生产基地——东莞引进流行时尚新款，厂商联合让利，首掀家具行业名牌折扣风暴，全场3-5折，套房家具2518元起!名牌，真的就这样便宜!

>二、欢乐购物中大奖( 4月20日--5月10日)

活动期间,凡在家具城当日全场累积消费每满500元即可参加抽奖一次，满1000元可参加两次，以此类推，多买多中，上不封项。

派驻促销员的铺货型的卖场:赠品必须由促销员控制,赠品的发放数量必须和活动开始之日到结束之日的实销量一一对应.

>奖项设置(100%中奖)：

一等奖： 2名 各奖名牌冰箱一台

二等奖： 5名 各奖名牌电动车一辆

三等奖： 30名 各奖名牌自行车一辆

综合管理部是今年刚组建的部门，是管理服务并重的职能部门，他们在强化内部管理，健全有关规章制度的同时，做好经营的后勤服务工作。

四等奖： 50名 各奖精美电热水壶一只

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。

感谢奖： 若干 各奖水杯或靓盆一只

>三、超值服务旧换新

建议招商部参与本次活动，5月29、30日，活动当天由企划部邀请一支专业儿童文艺表演队，参与本次活动，由儿童模特队为商场内各种儿童服装品牌及儿童用品(书包、童鞋、童帽)作新款舞台展示(所用物品由招商部负责与联营商联系)，活动中将有精彩的儿童歌舞及器乐表演，吸引顾客的观看，提高宣传儿童各种用品的知名度，促进销售。

家具城为方便广大消费者，特推出以旧换新、家具维修、送货上门、家具购买常识咨询等服务;旧家具最高折价500元。

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。正阳专卖店良好的售后服务为其在当地赢得了良好的口碑和信誉，与同类品牌相比，无形中提升了不少竞争力。

>四、地板保养健康送

活动期间，在家具城消费2024元即可享受免费“生活家”地板保养一次，每人每户限一次，限实木地板，可转让。

>五、家具价格有奖猜(5月1日)

活动当天，家具城门前广场将举办精彩文艺演出，现场观众均有机会参加此项活动。竞猜价格最接近者为胜，获价值50元奖品一份。演出时间：活动当天上午10：00开始。

本次促销活动的成功是对整个项目最好的，也是最有利的宣传，同时也借此机会改善了外界对本项目前期不良传闻造成的影响。

母亲节前夕，与报社联系关于“为母亲祈福，送安康‘祥鹤’!”的新闻报道，是之成为我市商业同行的又一促销亮点。

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。

**促销工作总结范文24**

优势：沃尔玛具有很强的规模效应。在一定程度上具有很大的竞争力。而其本身不断进行技术更新并购买卫星打造强势供应链管理具有高度规范化经营理念科学化营运营销具有特色培训体系健全化等显著特点。

劣势：运营成本高规模巨大带来管理上的更大挑战在异地发展面临问题颇多。

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。

机会：目前零售业的发展形势很好市场机率很高及对市场的把握分析有利于企业抓住机遇引领购物新高潮。

威胁：存在现实的和潜在竞争力市场风险因素较多。

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。正阳专卖店良好的售后服务为其在当地赢得了良好的口碑和信誉，与同类品牌相比，无形中提升了不少竞争力。

**促销工作总结范文25**

除了服务员自身素质不够高以外，商场的培训不到位，培训除了正式的讲课以外还可以通过日常的沟通灌输，营业员的服务质量不是一朝一夕的时间能够到位的，要通过我们平常的不懈努力，通过我们内部培训，定期组织专业知识学习，提升自身水平，从产品分类，材料特性，如何辨别真伪，区分产地，如何做到展位的合理布局，培训营业员建议性销售，能做到给商户和营业员合理有效的指导，及制定合理培训计划。

>一、名品家具折扣卖

为庆祝家具城二期开业，家具城从中国最大的家具生产基地——东莞引进流行时尚新款，厂商联合让

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！