# 国庆节优秀活动总结

来源：网络 作者：梦回江南 更新时间：2024-12-10

*国庆节优秀活动总结8篇国庆节是举国欢庆的日子，在这一天我们都怀着感恩的心祝福我们的祖国更加繁荣昌盛。可是在商家眼里，国庆也是促销的黄金时间，下面是小编为大家整理的关于国庆节优秀活动总结，希望对您有所帮助。欢迎大家阅读参考学习!国庆节优秀活动...*

国庆节优秀活动总结8篇

国庆节是举国欢庆的日子，在这一天我们都怀着感恩的心祝福我们的祖国更加繁荣昌盛。可是在商家眼里，国庆也是促销的黄金时间，下面是小编为大家整理的关于国庆节优秀活动总结，希望对您有所帮助。欢迎大家阅读参考学习!

**国庆节优秀活动总结篇1**

活动的主要内容有：

一、在家庭：以“爱祖国，怀感恩，从每一天做起”为主题开展实践活动：

1、做一个快乐的“分享者”。查询相关资料，了解中秋节的来历和各地中秋节的习俗等。

2、做一个快乐的“读书人”，在家阅读适合本学段的关于“感恩”的书籍或红色经典书籍。

3、做一个快乐的“文明小使者”。主动分担家务，当好父母工作的“小帮手”。

二、在社会：以“爱祖国，常感悟，从发现身边的美开始”为主题开展实践活动，“发现身边的美”活动：与家人一起到郊外走走玩玩，寻找秋天色彩中祖国发展的美。

八天假期已经结束了，孩子们按时回到了学校，校园里顿时充满了孩子们的欢歌笑语。而我们的假期综合实践活动记录表也收录了孩子们这八天假期快乐的点点滴滴。本次活动之所以能够获得圆满的收获，离不开每位班主任的大力宣传以及家长们的悉心指导和帮助。在这里，学校非常感激家长对学校工作的大力支持。

在活动中，我们大部分小朋友参与了活动并完成了回复作业，以手抄报、图画、手工玩具等多种方式表达了自己对祖国母亲的真切祝福。家长们都非常用心地参与到活动当中，帮助孩子一起完成作品，并进行了详细的评价。学校相信，通过这次活动，我们的孩子和家长们也是收获颇多的。许多家长更是反应，能和孩子们一起学习真是十分高兴，希望学校在今后的日子里多创造这种共同学习的机会。

在家长们的悉心指导和帮助下，我们的\'小朋友们给我们祖国献上了最好的礼物，让我们一起来分享这份快乐和感动吧!学校将于下个星期在全校对本次活动的优秀作品进行展出。

**国庆节优秀活动总结篇2**

为认真贯彻落实集团公司、筹建处各级安全生产文件要求防止我项目部重大事故的发生，确保全线施工人员生命财产安全，让全项目部过一个欢乐、祥和、平安的节日，按照集团公司的统一部署和要求，我项目部坚持集中整治与建立长效机制相结合的原则，及时制定工作方案，精心组织、周密部署，结合项目部实际情况，国庆节期间在全线范围内开展安全生产大检查，现就国庆节期间安全生产工作总结如下：

一、高度重视、加强领导，落实节日期间安全生产责任深入落实，广泛宣传安全发展指导原则和“安全第一、预防为主、综合治理”方针。项目部紧紧围绕“安全生产”“隐患治理”总体部署，贴近实际、贴近生活、贴近一线人员，进一步宣传贯彻党的安全生产方针、政策，普及安全生产法律法规和安全知识，落实隐患治理的各项措施，为推进安全生产状况持续稳定好转，提供强有力的思想保证。我部牢固树立科学发展的理念，坚持统筹兼顾、服务大局，把安全生产纳入经济发展和构建和谐、活力的大局，做到同步规划、同步实施，实现安全生产与经济社会同步协调发展。项目部、各部门、各施工队统一思想，认清形势，增强做好安全生产工作的责任感和紧迫感，为构建和谐、打造平安奠定了坚实的基础。

国庆长假期间，是事故的易发时段，各部门、各施工队全面落实、认真贯彻项目部对安全生产工作的部署和要求，强化措施、狠抓落实，切实做好长假期间的安全生产工作。要按照“谁主管、谁负责”的原则，落实领导责任制，做到分级负责，确保突出重点、职责明确、任务明确、责任到人、工作到位，要针对节日长假期间安全生产工作的特点，认真查找存在的薄弱环节和漏洞，立足超前防范，对在节日期间发生安全生产事故的直接和相关责任人要依法追究责任。

二、突出重点、明确职责，认真开展安全检查排查事故隐患各部门、各施工队，在国庆节期间认真组织开展好安全大检查、大排查隐患，确保了在节日期间不发生任何事故，落实各项安全防范措施，坚持“谁检查、谁签字、谁负责”的原则，切实履行各职能部门的作用，突出重点，明确工作职责，落实岗位，认真做好国庆期间安全检查排查事故隐患。项目部成立国庆节期间安全生产大检查领导小组，组长由项目经理肖和平担任，具体如下：组长：肖和平副组长：刘友斌、谢友武成员：王海龙、仕作富、王四永、刘超、兰大方、刘飞、李绍东、杜永生、叶震、凡先勇、曾武、李明金、石维海、何平等。工作职责：一是负责对全施工、用电、机械设备等安全检查，加强安全施工检查管控力度，及时纠正和严厉打击国庆节期间违章操

作，严防重大事故的发生。二是负责对危险化学品、民爆物品、加油点的安全检查，针对爆破物品存储、运输、使用等环节的安全检查，坚决打击不按照《民用爆破物品管理规定》的使用违法行为。三是负责对全线的消防安全检查。四是抓好特种设备、锅炉、压力容器的安全检查。五是严格落实特种作业人员持证上岗的规定，切实加强对施工人员的教育与现场管理。对现场管理秩序混乱、问题突出、存在重大施工隐患的工地要停工整顿，确保各项安全措施的落实。六是负责全乡电网、高压输电和驻地用电线路的安全检查。排查出由于线路老化、破损等引起的安全隐患。并组织相关人员即时进行维护，对一时难以解决的要制定出具体的整改措施和整改时限。七是负责对隧道施工地质灾害隐患点的巡查、排查，做好监测和防范措施;及时掌握地质环境动态。

三、周密部署、精心组织，营造良好的安全氛围各部门、各施工队在国庆节期间的安全生产工作精心安排、周密部署，认真组织开展节日前和节日期间的安全大检查。一是主要负责人亲自组织，深入生产一线进行检查，特别是人隧道施工现场、桥梁施工、临时用电、道路交叉路口的交通等方面要进行科学、细致的检查，确保通过检查能真正找准问题、发现事故的隐患和安全生产过程中存在的盲区和盲点。二是对排查出的事故隐患要采取有效的措施立即进行整改，整改工作有具体的实施方案，明确责任人、完成时限、措施等，对一时难以整改的隐患和重点危险源制定监控措施，落实专人进行监控，做到万无一失。

四、加强宣传教育，营造良好的安全氛围国庆节前和国庆节期间，项目部运用多种形式，广泛开展安全生产教育活动，粘贴了安全生产标语30多条，努力提施工人员的安全意识、安全素质，做到“不伤害自己、不伤害别人、不被别人伤害”，提高各类人员的自防自救和互救的能力。

五、加强职守、健全机制，努力做好应急救援工作项目部建立了节日期间的信息沟通和事故响应联动机制。一是加强国庆节期间的值班制度。一旦发生和遇到紧急情况，领导干部和有关人员要按规定及时赶赴现场组织抢险和处置，妥善处理事故的善后工作，确保施工安全稳定。

二是建立国庆节期间生产安全事故的预测和预警机制，制定和完善有针对性的事故应急救援预案，有效组织事故的施救。

三是建立安全生产信息专报制度，如实按程序向有关部门上报。在国庆节期间，项目部突出重点，强化措施，全面深入地宣传安全生产法律法规和安全生产知识，全面落实安全生产各项工作，确保一线施工人员思想意识得到提高和行动得以指引，使一线人员生活、生产真正实现“安全发展”的理念。总之，我项目部采取了强有力的措施，在国庆节期间安全生产大检查工作取得了较好的成效，认真开展了安全生产大检查工作，消除了一批事故隐患，但离上级领导的要求还有一定距离。在今后的工作中，我部将进一步贯彻落实各级安全生产工作会议精神和文件要求，提高认识，明确责任，加大安全生产检查力度，把全线安全生产工作深入扎实、坚持不懈地开展下去，抓出成效，确保全线安全生产形势的稳定。

**国庆节优秀活动总结篇3**

为纪念中华人民共和国成立\_\_周年，我校组织部署，认真开展，此次大合唱活动，现将此活动的开展情况及效果总结如下。

一、拟定活动方案

庆祝祖国67华诞“弘扬主旋律、颂歌献祖国”学生开展大合唱活动的通知后，我校及时拟定了活动方案，要求各班教师在班主任的指导下，认真配合执行。

二、活动筹备情况

1、各班采用了听录音、教唱、表演唱等多样的形式，利用班会、晨会、午间时间等重点学习爱国主义歌曲，理解爱国主义精神。

2、音乐教师在音乐课上，集中教唱了爱国主义歌曲。

3、学校在每次午间广播站播放爱国主义歌曲，让学生对这些爱国主义歌曲耳熟能详，对学生起到了潜移默化的作用。

三、大合唱录象

1、活动时间：九月二十八日

2、参加人员：小学二年级到中学八年级学生

3、活动形式：以班级为单位，以年级为单位进行大合唱

4、合唱曲目：《我爱北京天安门》《红星歌》《歌声与微笑》《歌唱祖国》《游击队歌》《保卫黄河》

四、活动效果

通过庆祝“祖国万岁”祖国\_\_华诞爱国歌曲的教育与训练，学生不仅学会了一些爱国主义歌曲，还增强了爱国主义精神。在大合唱活动中，各班学生精神昂扬、劲头十足，以饱满的热情、出色的表现演唱了所选歌曲。本次大合唱活动在学校领导、教师和学生的积极配合下，圆满完成。我校将继续在校园内进行爱国主义歌曲的教唱与宣传，与红色革命歌曲传唱活动结合起来，对学生进行爱国主义的教育，加强学生的思想道德建设，增强了学生的集体意识。和班集体的凝聚力。学生的团队精神意识增强，爱国情绪高涨，本次“祖国万岁”合唱歌曲活动相当成功，在此祖国华诞\_\_周年来临之际，让我们共同祝福我们的伟大的祖国生日快乐

!祝福我们的祖国更加繁荣富强!

**国庆节优秀活动总结篇4**

\_\_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，\_\_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)，\_\_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\_\_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\_\_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。

**国庆节优秀活动总结篇5**

\_\_年十一黄金周唐山分部的工作在总部及大区的关注下取得了可喜的经营成果。各部门在黄金周均得到全面的励练，每个部门都进一步的成熟起来,从业务水平到流程衔接均有大幅度的提升。唐山分部的各项指标实现了快速增长，取得了明显成效。回顾整体十一工作，无论从前期准备还是后期取得的结果均好于竞争对手。为更好的保持优势，积累假日经营经验，现将十一期间的工作做一总结，以便对日后经营起到更好的指导作用。

一、前期准备工作：

为了圆满的完成此次黄金周的营销目标，唐山分部结合自身及唐秦两地门店的实际情况，紧紧围绕总部及大区下达的任务目标制定了详细的十一活动预案。每个部门也依照自身职责以及任务目标进行了详细策划，并认真分解落实。为打好十一硬仗做出充分积极的准备。

十一黄金周，国美氢弹在唐秦两地全面爆发，成功为广大消费者奉献了一场集购物、休闲、娱乐于一体的国美购物狂欢节。广告宣传在十一前夕打响了战斗的第一枪，为十一黄金周拉开了战幕。平面广告经过88个小时连续奋战，完成2个DM宣传单、4个跨版、4个整版、12个半版、52个1/4版并分别送到在廊坊、唐山、和秦皇岛不同的印刷厂及各大报社。

9月26日下午到28日晚从策划、组稿、拍摄、编辑、定稿一个完整的国美电视片在12个工作时间内高质量快速完成，29日30日分别在唐山、秦皇岛的冀东大地上播放了国美十一促销战况，此种效率让唐山、秦皇岛电视台制片人也为之惊叹。9月25日接总部下达指令，节日前完成免费报纸新闻10篇。广宣在短短5天内共计完成稿件达40篇，刊登达22篇，洋洋3万字，超过竞争对手苏宁17篇，并刊登国美照片8张，220%超额完成了总部下达的任务。高效率的工作被唐秦两地媒体成为“国美效率”。为分部两店在十一期间人气炒作做了充足的预热。

唐秦两地门店销售及物流配送是实现十一销售目标的攻坚手。为了明确目标，责任到人，全员协力达成任务，门店在分部采销部门的指导下及时分解任务目标，将销售任务首先分解到各组主任，在由各组主任对本组营业员、促销员进行任务分解，最后由营业员、促销员针对自己所负责的品牌商品将销售任务分解到具体的单品型号。同时对于各组主任进行充分授权，真正做到责任到人，人人心中目标明确，为确保完成销售任务打下坚实基础。

物流方面也是积极预案，将所有可能发生的影响配送的问题想在前面，解决在萌芽。在9月29日前分部行政管理部和物流部组织对所有自有车辆进行技术指标检查，以确保十一期间车辆正常运行。同时对所有司机进行安全法规教育，确保十一期间运行安全。与加油站沟通确保所有车辆用油的充分。

准备应急车，以备处理应急事故。组织唐秦两地物流车队保证十一期间足够运力。唐山：十一期间运力40辆，第一天30辆，第二天24辆，第三天至第六天每天18辆，第七天30辆，基本上能保证7天3900件的运力。秦皇岛：十一期间运力33辆，第一天33辆，第二天30辆，第三天24辆，第四天至第五天每天14辆，第六天至第七天10辆，基本上能保证7天5277件的运力。一系列的措施确保了十一期间物流系统的畅通。

**国庆节优秀活动总结篇6**

20\_\_年国庆节假期期间，在厂方大力促销下，在各二批商，分销商和我们公司全体同仁的共同努力下，我们的产品销量比去年同期相比又提高了一个阶梯，又一次实现了新年的开门红。仅我们分销渠道就销售了天之蓝7295箱，海之蓝14930箱，蓝瓷5560箱，梦之蓝930箱，梦三335箱，梦六122箱，梦九10箱。共送出加油卡1019500元，苏烟515条。

这次活动搞得比较成功，效果也是立竿见影的。体现在以下几个方面：

一：整个系列产品销量的提高，特别是海之蓝的销量从20\_\_年初的下滑状到这次的扭转超过了20\_\_年的销量峰的一个月，甚至赶上了08年销量最辉煌的同期销量。

二：产品市场氛围的营造和拉动，在20\_\_年初，海之蓝处于低迷状态，而竞品珍宝坊迅速占有市场，当时我们还在担心海之蓝的后路何去何从，经过一年的努力，海之蓝终于扭转了这个劣势，重新主导了市场。

三：这次活动，在公司的正确掌控下，产品的流向趋于良性，资金回笼及时，各分销商积极主动配合这次活动的开展。

但是在过程当中也存在着几个问题值得我们思考。

一：对于复杂多变的市场，我们没有一个合理的数据来预测到较为准确的总销售量，导致了在活动进行中销量不断提升，我们再次向厂方追加销售计划数字。我们以后要建一个销量档案，每个月的，每年的，促销期间的和自然销售的。这样的话对整个数据分析，对比。也能对市场有一个动态的了解和下次做活动的销量数据预测的依据。

二：由于公司这次活动销量的组成有二批商，团购商，乡镇渠道和分销渠道。在活动面市前没能做一个比较完善的销量细化分割，导致了最后的实际销售数据有3个单品高于厂方核报数量。在以后的活动前，我们要有一个具体的数据分割方案。

三：执行不到位。执行力差的问题体现在梦系列的活动上，在活动初期，我们要求各分销商：凡是有梦系列消费的必须要在第一时间向各维护经理登记备案方可参加此次活动。但是由于种种原因，执行不到位，最后处于失控状态。这也反映了我们业务人员的执行力不够。这样给我们督查带来了很大的难度。这一点在以后的活动中要，如果不能执行到位的我们宁可放弃。

四：产品的价格问题。在产品做促销前，我们本来很担心海之蓝的价格。但在公司的正确掌控下，海的价格并未见明显异常。而天之蓝的价格却一路走低。在去年10月份天之蓝调价前，市场成交价能在每瓶255元左右，但在这次活动中，市场成交价最低只有225元-228元每瓶，即使现在活动结束，价格也停留在每瓶240元左右，又回到了调价前的价格。以后搞这样的活动要借鉴这次海之蓝的掌控手法，不要给市场留有太多的库存，有计划的控制发货量。不为了销量而做销售。

五：数据的核报工作没有及时衔接，十天一次的滚动销量报批厂方没有及时跟进。以后再有这样的全方位大活动要有专人来负责这一数据的统计和上传工作。

预计在节后的一个月时间里，海之蓝的销量会有所下滑，建议在市场库存不多的情况下对海之蓝做一个跟进活动，让市场的氛围继续热起来。

**国庆节优秀活动总结篇7**

针对国庆节为期10天的商场促销活动总结如下：

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。

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。

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。

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。

**国庆节优秀活动总结篇8**

本次活在时间从20\_\_年10月1日到\_\_\_\_年10月7日，共7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28%，超过了活动前5%预计增长目标。

活动时间安排紧紧扣住国庆节节市场情况，同样在1日至7日之间也出现了连续七天平均营业额\_\_\_\_元，并将这种形式延续到1月2日。

本次活动前期宣传费用，10月1日《\_\_刊》封底整版\_\_\_\_元，展板和\_展架\_\_元，宣传费销售占比1%

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30%。

在7日活动内销售联通手机体验卡41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，尤其是联通公司在各主管营业厅悬挂“中国联通红楼百货强强联合购物送手机体验卡”和印刷的500份宣传单页，“缤纷节日红楼百货中国联通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。

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，28日广告宣传打出，29日(周六)销售比上个周六却下降17.6%，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，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。

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。

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！