# 促销活动总结范文

来源：网络 作者：烟雨迷离 更新时间：2024-07-26

*促销活动总结范文5篇促销活动总结的要点在于，总结的开头要概述基本的情况，包括名称、性质、任务、背景以及总结目的、主要内容提示等。下面小编给大家带来关于促销活动总结范文5篇，希望会对大家的工作与学习有所帮助。促销活动总结范文1本次促销活动从\_...*

促销活动总结范文5篇

促销活动总结的要点在于，总结的开头要概述基本的情况，包括名称、性质、任务、背景以及总结目的、主要内容提示等。下面小编给大家带来关于促销活动总结范文5篇，希望会对大家的工作与学习有所帮助。

**促销活动总结范文1**

本次促销活动从\_\_年\_月\_日至\_\_年\_月\_日，共计\_天。据了解，商超与去年同期相比有一定的增长，销量重点拉动是以\_\_万家及\_\_乐等商超的重点店面为主，活动方案效果表现一般。

据市场了解，今年\_\_节整个商超\_\_市场有一定的萎缩，但主要体现在礼盒方面。我公司通过去年的产品结构调整与完善、店面客情关系的维护、促销队伍的建设，配合经销商的活动方案，取得了一定的业绩。

本次的促销活动形式主要分为四大类：

一、现场特价销售：

主要体现\_\_万家系统共计\_个单品，累计单品特价次数\_次。此活动形式，迎合了广大普通顾客的心理需求，市场反应比较好，在一定程度上有效的拉动了销量。但同时，也存在一点负面影响，降低消费者的品牌忠诚;增加消费者对价格的敏感度;影响消费者对商品的品质认可。

二、堆头、端架

堆头与端架不仅仅是体现在销售上，更体现在他的宣传与展示方面，吸引顾客，从而指引顾客到此类商品或者与之相配的产品上。整个\_\_节期间，我公司在超市的堆头与端架未能按照当初方案逐一落实到位，但几个重点店相继有了一定的补充，也起到了一定的宣传与销售促进作用。

三、上刊

一种单品的宣传广告，既有特价又有宣传。我公司产品主要做了\_\_珠、\_\_王朝俩个单品。此活动形式，有效地提高了销量，增加了顾客的可信度。据卖场实际情况，\_\_珠现场顾客有一定的自点量。

四、返现

返现类活动也属于一种间接让利的促销方式，虽然表面价值偏小，但对于消费者来讲是最实惠的促销。整个活动期间，我公司产品主要针对各个单品，单品返现手续比较麻烦，且只能针对有促销员的店，相对受众面比较小。整体限额促销返现相对比较弱。

总之，我们要灵活掌握各个活动形式的优缺点，从顾客的实际需求出发，尽量利用其优点，回避不利方面，从而做出最优化的方案，实现销量与品牌同步发展的格局。

同时，\_\_葡萄酒市场竞争异常激烈，尤其是张\_\_、长\_\_、威\_\_三大品牌，在\_\_地区根深蒂固，已经在顾客心中潜意识的形成。在每次的旺季促销活动中，采用高费用投入(各个店做堆头、端架、上刊)，重点店面人海战术、次类店人员覆盖，促销方式灵活，主打产品突出、礼盒更新速度较快，切合市场实际，迎合消费者。

我通过这段时间的观察与了解，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、与系统谈判我公司人员信息封闭，未了解到一手信息。导致整个决策过程时间较长，都处于未定状态，所以\_\_系统以及经销商临时的决定，短时间内难以拿出最优方案，影响较大。鉴于此，以后再做促销方案时，我们到底应该采用那种模式，显得非常重要。

二、我公司产品价格体系不完整，表现在单品\_元的无法做活动，\_\_珠和\_\_做活动都成\_元，\_元又空白，无法填补。应进一步加大售价在\_到\_元之间，尤其是\_到\_元之间的单品，可采用经销商低利润的方式，用出厂价高的单品，这样消费者受到了实惠，单瓶价格也相对提高。礼盒价格在\_元左右销量最大，而我公司礼盒价位很高，再加上品牌宣传的缺乏，走不了量。

三、促销员，尤其是临促，应当加强培训，尤其是\_\_酒知识与个人店里行为方面。临促作为应急人员的补充，应当提前做好准备，建议在旺季来临之前加强产品与销售技巧的培训，尤其是在店里接待顾客与引导顾客，应加强与长促交流，总结，必要时可采用长促带临促的方式，学习一段时间，等到旺季再分配到各个具体店面。

四、除进一步加强重点店面的日常维护外，还应加强次类店的销售，尤其是销售旺季，以拉动整体销量。目前，在整个\_\_商超中，重点店面的销量占很大比重，但是其他次类店仍然有一定的客流量，尤其是在销售旺季，更是值得注重。据了解，我们的酒在旺季在这些店有一定的自流量。如果对这些店面加大投入，尤其是旺季临促，会大幅拉动该店的销量。

五、针对淡季以维护市场份额做市场为主，加大店内堆头、端架、上刊等广告宣传引导销售，并将旺季的产品功能诉求，逐渐转向侧重于品牌认知，力争淡季的广告投放能够最大水平地提高公司葡萄酒产品的知名度，迎接销售旺季的到来。只有这样，才能更好的为旺季提高销量奠定基础，也为品牌的长期培育客户基础。

在长\_\_、张\_\_的阴影下，我们每销售一瓶酒都很困难。因此，我们只有根据市场具体情况，结合自身实际情况，进一步革新营销思路。把工作做透、做细、做精，进一步提高工作效率，在产品陈列、卖场客情、产品结构、促销员管理方面做好我们的工作。

**促销活动总结范文2**

“\_\_”促销活动已经在\_号正式结束，根据在终端的销售情况及各种终端反馈回来的信息总结后做一下报告，因为此次活动的参与店面有\_家，根据\_家不同情况分别做出不听的分析报告：

\_月\_\_店面位于\_\_比较繁华的\_\_大道，周边有数量较多的高档的住宅小区，购物超市。交通便利，进店消费的人群主要是在附近小区居住或者上班的各类人群。在\_月\_\_附近没有其他的一些孕妇装专卖店，可以说竞争者较少，但消费人群相对较窄，相对集中。

这次在\_月\_的活动总结起来有以下几点：

1、整个活动商家的配合对比较好，能够很好的接受公司关于活动的各项安排。并对我们的活动提出过自己的意见。能很好的理解整个活动的促销方案和促销手段。并在销售中能积极的给每一个顾客去宣导我们的促销活动。

2、销售业绩并没完全达到我们所预期的标准。自本次促销活动起(\_号-\_号)的\_个月内一共销售包括特价促销品在内的鞋子一共\_双，其中包括特价鞋\_双，主要是以特价凉鞋为主，另外还有包括\_双其他款的正价鞋。前期预期的标准是至少每天能销售\_双鞋。而真正达成的只有\_不到。

3、活动宣传相对影响较小。\_月\_\_附近都是一些商业街道。人流较多但真正的消费群体较少，我们所派发的活动宣传单很多的人并不接受。整个的派单过程并为取得实质性的效果，也没有一位顾客能够拿着我们的宣传单去店内进行询问或者消费。

4、\_月\_\_的店员对于活动及公司的一些建议：

⑴、活动对销售有一定的拉动作用，比上月多卖出了\_双鞋，活动还是以特价为主，对顾客有吸引力，也方便推销。

⑵、鞋子款式太少，很多有意向购买的客户看的鞋款少而且不是很时尚后就不想现在购买。

⑶、产品的季节的调换慢，夏款的凉鞋除特价的外没有其他新款。

综合整个\_月\_\_的情况看促销活动能够在一定程度上的提升销售业绩，让跟多的顾客了解并使用我们的产品。对他的店面销售也有很好的推动作用。而且我们的产品在整个店面所有产品占有的空间是最小的，当然所有销售额里面也是最少的。

甜心\_\_店面位于\_\_市妇幼保健院对面，周边主要是工厂为主，交通相对便利。进店消费人群主要是在\_\_保健院检查或者看病的孕妇为主。每天的进店人数相对较多，但是由于周边有很多的孕婴童专卖店，所以真正消费的人数不多，主要是竞争激烈。相比于\_月\_这边的消费人群相对较宽，遍及整个\_\_市，但不集中。

这次在甜心\_\_活动总结有以下几点：

1、整个活动商家在配合上前期有一点的异议，主要在于每双鞋子的提成问题。这个是在活动前我们这边没有和商家那边沟通好造成，希望下次活动前能先和商家就这个问题先达成一致，便于日后促销活动的开展。除此之外商家的配合程度较高，能够接受公司对商家店面的一些宣传海报及条幅的张贴。能很好的理解整个促销活动的方案，能积极的在销售中对顾客进行引导。

2、本次促销活动的\_个月内共销售包括特价鞋在内的鞋子一共\_双。其中包括\_双特价鞋和\_双正价鞋。也没有达到我们预期的每天\_双的目标，完成率在\_。

3、活动宣传有一定的效果。由于位于妇幼保健院边上，前来就诊的患者多数都是一些孕婴童，这类人群是孕妇鞋的主要消费人群，所以我们的派发的传单有些人能够去询问我们有关于孕妇鞋的问题。但是还是没有能拿着我们的活动海报去店面直接询问活动的具体内容。

4、员工对这次活动的一些看法：

⑴、活动对于鞋子的销售有一定的推动作用，比上月多卖\_双鞋，公司有活动可以继续做。

⑵、促销活动的种类不要只是在特价产品上，可以说卖鞋子赠送其他的一些产品如鞋垫、袜子之类的。

⑶、鞋款更新太慢，夏天的凉鞋一直到现在还没有上架。

综合甜心\_\_的几点看法我认为：\_\_保健院附近位置极为优越，能程度上接触到我们鞋子的受众。我们可以再那边加大一些宣传力度，并能够给商家多一点支持，在周边孕婴童竞争激烈的情况下有独特的竞争优势。

“\_\_”促销活动在两家进行，取得的销售成绩也不是很理想，除了商家本身的原因外我认为还有我们厂家的一些原因。

1、产品的顾客认知度不高。虽然我们的产品做为一个新的品类在市场上出现才不过短短的\_年时间。在这\_年时间里公司对我们产品进行了很多的产品宣传及网络推广，但就目前的情况来看在网络上我们的推广取得很大的成功，我们建立了一套相对完整的网络推广销售模式，但是在实体的推广上面我们的收效甚微。或者说我们在我们的本土的推广也取得很好的效果。再以后实体推广时候能不能更注重我们\_\_的本土推广，先让一部分人了解，在让一部分人带动其他人去了解我们产品。

2、公司目前情况主要是以销售为主，除了必要的推广外我们更要做的是如何把产品更快更好的卖出去，就目前的两店的销售情况看，我们在孕婴童的这个市场里所占有的份额太少，没有形成一定的规模效应。我们现在的目标不仅是在争取一个代理商或者是一个加盟商，我们更要做的是保证他们拿到我们产品后能够迅速的卖出去。

3、要及时对商家的货品进行调换。换季产品要及时上架，能再下一个季度来临前就及时把下个季度的新品推出并送到商家进行销售。

以上就是我对此次促销活动的一些看法和店面员工的意见。

**促销活动总结范文3**

一、活动目的：

\_\_节、中国传统\_大节日之一，\_\_节、国定的长假。本次活动为“\_\_篇”与“\_\_篇”。\_\_篇围绕“\_\_情浓意更浓”这个活动主线，全力突出\_\_节的“团圆”“情意”“礼品”\_大节日特征，利用极富人情味的活动来打动消费者。而\_\_篇则以“欢乐\_\_欢乐颂”为主线，分“幸运”“实惠”“会员”“时尚”四个系列进行，通过\_\_系列商品促销活动，我们将力求既争取商品的销售高峰，又贏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：

\_\_年\_月\_日——\_\_年\_月\_日

\_号就结束了\_\_长假，而\_\_送礼，吃团圆饭更是在\_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\_\_，同欢同乐精彩华联”

四、活动内容：

\_\_篇：“欢乐\_\_，情浓意浓”

(本来想做欢乐\_\_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、\_\_年\_\_美食节——月饼展

结合美食节举办“名月贺\_\_——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、\_\_年滋补保健品节

\_\_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，\_\_节送礼选择保健品的消費者已越来越多，从另一方面看，由于保健品具有相當丰厚的利润空间，故而供应商无论是在促销，还是在配合上力度都是应该相当大的。因此，充分整合各保健品厂家的\_\_促销活动，开展一届\_\_保健品节，一方面可以有效降低促销成本，另一方面也可以有效刺激保健品在节日期間的销售。

3、\_\_年名酒名特产荟萃展

\_\_节本來就是酒的销售旺季，再加之\_\_婚宴高峰，酒的消费潜力相当大，因此通过开展名酒名特产荟萃展可以进一步刺激酒销售額的增长。(烟不让做活动，我们可以用烟、酒、保健品等做成礼篮，再降价销售，便可以避免。)

4、“华联送情意，\_\_礼上礼”

凡在本超市购月饼或滋补品满\_元，即送精美礼品\_份。(礼品建议为红酒、打火机等时尚物品)

\_\_篇：“欢乐\_\_欢乐颂，\_\_联大礼乐翻天”

1、“欢乐幸运颂”

幸运转盘转不停，大礼连连送!

2、“欢乐实惠颂”

\_\_天假，每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!

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、地堆的提供。

企划处：场地的布置，\_\_的制作与发放，活动的监督执行。

**促销活动总结范文4**

\_\_-\_\_年\_月\_日——\_日开展了\_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\_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\_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。

\_周年大型文艺晚会把整个\_周年庆推上顶点，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，\_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\_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。

2、监督表格没执行，是本次\_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\_周年的遗憾。

7、门店在\_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\_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\_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，象个垃圾常

10、在\_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。

**促销活动总结范文5**

\_\_节期间各大超市都为吸引客户来购买而大力出击，大部分的超市促销手法都是相似的，所以我大致总结为三个部分：

一、全体出击，营造\_\_节氛围

1、音乐

不管在\_\_节期间进入哪个超市，里面环绕的音乐必然是喜庆的为过年而准备的吉祥歌曲，如：发财发福中国年、新年好、恭喜发财、好运来、财神来到我家门等，通过音乐让顾客一进门就感受到了浓烈的年味儿，使顾客心情愉悦，提高购物欲望。

2、店内装饰

超市内在\_\_节期间挂上喜庆的红灯笼，商品陈列柜也采用红色为主要色彩，有的超市店员的服装也改成了\_\_节特色的福字员工服，购物袋也是\_\_年新印的大红色福字袋，所有的小细节能够给顾客带来很好的购物体验，不仅增添了\_\_节购物激情，同时还为超市提高了印象分，留住了顾客。

二、重点突出，商品分类促销

1、摆放位置

\_\_节期间顾客进商场购物都是为了置办年货，所以超市管理人员选择一些符合顾客需求的商品放到显眼位置，有助于商品销售。

2、选择重点

\_\_节期间，超市选择的主要重点是：食品(糖果、饮品、烟酒、坚果、散装熟食类)、春联、果盘、水果、玩具等，选择这些重点的目的是促进销售，让顾客看到这些便觉得自己是需要的，加上打折力度，容易让顾客产生打折消费心理，比如有的商品是打折的，有的商品还维持原价，但顾客看到的时候一个是觉得方便就一起购买，另一个认为这一定是促销价格便选择购买，无形中销量大增。

3、节日打折宣传单

过节期间，超市印发的降价宣传单能够让顾客直接看到商品与价格，促销的降价幅度越大，越能够吸引顾客，也有助于吸引客源，扩大销量。

三、具体的促销手法

1、买一送一

很多食用类商品采用买一送一促销法，比如饼干、酸奶等。

2、特惠包装

洗衣液、洗发水、牙膏等生活物品通常采用特惠包装，凸显价格优势。

3、送赠品

方便面、饮料、酸奶、咖啡粉等商品都选择送赠品来吸引顾客，有送水杯、塑料盒、碗等。

4、印花折扣券

\_\_超市今年推出的印花折扣券是在此超市单次购物满\_即送印花一枚，集齐印花

就可低于\_折换购\_\_不锈钢刀具系列。

5、现金折扣券

也是来自于\_超市，\_在规定日期，单张发票满\_元发\_元折扣券，满\_元发\_元折扣券。

6、试吃

很多火腿、香肠等食品，商家会提供试吃服务，将食品炸熟，供顾客试吃，能够让顾客直接感受商品，提高顾客购买欲望。

7、会员兑奖

很多超市提供办理会员卡积分，当积分到了一定额度，就可以兑换礼品，这样能够让顾客固定在一个超市消费。

总结：大数据时代，科技日新月异，人们的生活越来越简便化、电子化，一味的靠老式推销手法是不会取得大的效果的，对待人们已经熟知的推销场所，我们可以保留其原本的推销手法，在其基础上创新，一些更加现代化的商店，我们就必须采用贴近现代化的推销手法，利用人们常用的社交软件、利用互联网来进行推销，甚至可以推广电子平台，经营微商城。

本文档由站牛网zhann.net收集整理，更多优质范文文档请移步zhann.net站内查找