# 推销实践报告

来源：网络 作者：繁花落寂 更新时间：2024-08-24

*市场调查可行性报告从环境对此活动的影响运用swot分析法分析优势一：正值冬季，天气寒冷，建筑物少，人迹罕至，平均气温比郑州市低五度左右。二：我位于郑州市最东郊，离市区远。出行不便。三：大学集中，学生人数多，乘坐公交困难，导致一大部分学生不愿...*

市场调查可行性报告

从环境对此活动的影响

运用swot分析法分析

优势

一：正值冬季，天气寒冷，建筑物少，人迹罕至，平均气温比郑州市低五度左右。

二：我位于郑州市最东郊，离市区远。出行不便。

三：大学集中，学生人数多，乘坐公交困难，导致一大部分学生不愿外出。

四：大家积极性较高，积极参与。特别是对待顾客教热心。

五：部分同学晚上进行上门销售，一定程度上也宣传了产品.

六：活动期间，是下雨天气，这一定程度上，刺激了大家对保暖内衣的需要。

七：学校以及陈教授的大力支持为本次活动提供很大的便利。以及学长负责联系厂商，这一定程度上减少了我们执行这次活动的困难程度。营销协会对此次活动的具体安排。大家的全力配合。

劣势：

一：活动期间，天气寒冷，风较大，有雨。大多同学不远停驻询问。

二：xx保暖内衣价格相对与学生来说偏高

三：由于大家积极性较高，开始场面有些混乱。人员分配不到位。

四：货号不全，女生偏大，男生偏小。同一种类的产品只有一两件而已。

五：宣传力度较小，只用板报形式进行宣传，涉及面较小，只在学校内部进行，没有在其它学校进行。

六：本身对产品了解度不够，不知道产品的具体特色，不知道产品优势

七：销售员没有进行很好的培训，对产品只能泛泛而谈。没有针对性。

从营销环境分析：

从微观营销环境来说,从供应商，营销中间商，公众，竞争者，顾客分析。

xx有厂商直接供货，中间没有中间商的参与。一定程度上，降低了产品的价格。主要面对的是学生消费群体，活动在大学校园进行。在小范围内，基本上不存在竞争者。xx在一定程度上，在性价比上存在优势。但针对学生来讲，价格偏高。

从微观营销环境来说:

学校人口较多，但学生仍旧处于无收入阶段，一定程度上制约了其消费。但xx保暖内衣一定程度上较薄保暖效果较好，所以一定程度上满足了学生冬季不想穿成胖胖熊的局面，符合了大众的选择的消费流行。

从4p的角度分析，xx，属于促销产品，产品价格适中，产品质量还行。销售渠单一。

由于供应商承诺销售不完退货，所以风险性较小。在加上人口流动性较大，正值冬季，气候寒冷，出行不便。价格适中，质量还行，校方的支持，大家的积极性较高。等........ 所以活动具有可行性。

推销计划

时间：推销一共进行了5天。12月1号，2号，3号，5号，9号。销售黄金时间安排：上午10点到11点 ，下午14点 到16点30分

承办：主要有陈教授领导，营销协会具体实施安排。有营销协会综合部负责货物的搬运，具体有综合部部长具体安排。有营销协会财务部负责财务。宣传部负责对产品的宣传。营销策划部负责销售业务等..........

具体安排：一号下午开始，主要是对货物的清点，整理。分类以及具体分工。二号正式开始。一至三号只要面对的是学生群体。主要地点位于餐厅和宿舍人流量较大的地方。三号主要是上门销售主要地点教师办公楼，行政楼。有组长带队进行。主要是优惠券的发放，以及产品的介绍。五号九号主要面对老师学生群体。

销售记录

一号下午：一套 二号：八套， 三号：七套，五号：十五套，九号尚切不知道。

销售感想：

我是个不怎么爱说话的人，喜欢安静的人。所以每次看到销售点有那么多的销售人员，也就不想过去了。只是在销售人员少的时候才会过去看看。我感觉大家热情都很高，都积极参加活动，天气哪么冷，还是有很多同学站在那里推销。天下着雨，还是会那么的同学积极参加，不说成果如何，大家积极参加的劲头，着实让自己感动不已。下雨那天陈教授也到那里去指导。销售是一个很锻炼人的行业。都说销售是一种没有门槛的行业。可是要想做好却是很难。虽然说活动只做了几天，但大家却是感触颇多。

那么冷的天，大家积极性却如火如荼。九号那天，打出条幅：最后一天。一同学路过说总是最后一天也不知道什么时候会结束。听此心凉半截。我们宿舍那妞回来说：当时他这么说，他就告诉那位同学，这个真的是最后一天的。做销售难免被人误解，白眼，如果是自己也会对此由此反应，因为每次去逛街，到处写的都是最后一天，大处理，跳楼价，所以大家思维惯性难免由此反应。再加上销售总是让人觉的是有一部分的欺骗的成分在里面。所以对于销售大家难免有抵触情绪。有片面之词。

由于时间比较紧，所以大家对于产品的认识不够，所以当大家询问的时候，总是不知道说什么好。最后干脆说你上百度查一下肯定可以找到的 。想想如果你是顾客你会上百度去查询吗？可能性非常小，这样就容易丧失一部分顾客。因为销售人员的不专业，对于产品的认识不够，不能很好的回答顾客的问题，会给顾客以产品不好，销售不专业，又敷衍之嫌。

星期一那天实践课，上门推销。主要是行政楼，办公楼。我们有于振超同学为组长，带领我们前往。主要是优惠券的发放。我们的成员是都丽丽，张咏梅，张东，我，于振超同学。我们是打着伞去的，雨下的有点大了。我们负责五楼，六楼。基本上一层楼十个办公楼，两个有人就不错了。一般没什么人。我们分批前往，两个人一组，因为产品说明书只有一份，所以只能这样了。因为条件限制，所以我们并没有带保暖内衣前往。只带了，产品介绍和优惠券。我绝的这一点很不好，因为顾客只有看到产品后才会却做决定。不知到质量，很少有人会相信产品。再加上我们对产品不了解，所以一般情况 不知到如何具体去介绍产品。不知道顾客真正关注的产品的什么。价格还是质量，舒适度，安全感。没有对产品的特色以及优势的具体了解。不过大部分老师态度特别的好，虽然老师最后都说不需要。其实这个东西吧，什么时候都需要，关键是，我们不知道如何去挖掘我们的潜在顾客。不知道如何让自己的顾客对产品感兴趣。不知道如何去面对顾客的拒绝。我和于振超同学一块，在那等一个老师打电话等了好久，等的我有点不耐烦了。然后，那位老师打完电话后，小于就说了一句话说：老师你好，我们是营销协会的，今天来介绍一下我们的xx保暖内衣。然后老师一摆手说 ：我不需要。然后我们就走了。没再多说一句话。面对这种情况，我们不知道如何去处理。这就是因为我们不知道如何去处理销售过程中的问题。不过还好，随着知识的曾多和积累，这些都在以后可以提高。最后，我们的优惠券也没有送出多少。最后有张东同学负责，在教师校车上发放。

推销总结报告：

一：宣传力度不过，只是通过办板报的形式，以及张贴海报的形式去宣传，力度不够。应加大宣传力度，应该可以通过楼层宣传，或复印宣传单去宣传，抓住产品的优势，加大宣传力度。可以通过广播的形式是大家有所了解。活动只在本学校进行。涉及面太窄，不过也受条件限制。

二：针对于不同的顾客所需，将顾客分类，找到顾客真正所需，然后，在针对产品加以介绍。前提是销售人员必须要很好的了解产品，对于产品的特点有很好的把握。对产品的优势有很好的把我。适当的掌握心理学知识，以此判断顾客真正所需。对待顾客应像朋友，应该让顾客觉得你站在他的一方考虑问题。让顾客放心买，还要开心买。

三：推销人员要有个干净利落的形象，这样更容易接近顾客。要有个很好的语言表达能力，要给人以诚信的感觉，不能然顾谱。同时对待顾客一定要热情，诚恳，要站在顾客的角度想问题。拉近与顾客的关系。只有和顾客是朋友，顾客才会去放心的去买你的产品。

四：推销技巧的运用，很多时候顾客一旦以拒绝，就会不知所措。要学会运用推销技巧和顾客拉近关系。在拜访顾客的同时就要知道了解顾客的相关信息，爱好等等。我们更多的是缺少销售技巧的运用。要多读销售方面的书，提等途径，结交朋友，扩大自己的人脉，多参加社会实践，在实践中，提高自己的技巧运用，这样在面对不同的人群可以游刃有余。

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