# 大学生推销实践报告

来源：网络 作者：独酌月影 更新时间：2024-08-24

*一：市场可行性分析报告二：推销计划报告三：推销日志与体会四：推销总结报告为期5天的暖贝儿销售活动已经结束了，这短短的5天对于我们这些即将走进社会的大学生来说，即是一种活动培训也是一种挑战。这次推销活动是在培训我们在今后工作时所具备的能力，培...*

一：市场可行性分析报告

二：推销计划报告

三：推销日志与体会

四：推销总结报告

为期5天的暖贝儿销售活动已经结束了，这短短的5天对于我们这些即将走进社会的大学生来说，即是一种活动培训也是一种挑战。这次推销活动是在培训我们在今后工作时所具备的能力，培训我们在离开学校和家人羽翼保护下如何来面对现实生活的能力，以及如何在现实生活中实现自己的最大价值。挑战是挑战我们能否接受挫折和失败的能力，所以这次活动对我们来说，让我们由稚嫩向成熟更迈进了一步。这5天我们成功完成了这次活动的销售目标，而且也学到了许多知识，更了解了推销这门学问的深奥和趣问性，接一下我和大家分享下这五天我的收获。

推销可行性分析报告

每一件产品在走向市场之前都需要对市场进行一番的调查，暖贝儿内衣在学校销售时我们也对暖贝儿内衣的可行性进行了一番分析，以方便我们的推销。可行性研究的目的是为了对问题进行研究发现问题进而找出解决问题的方法，以最小的代价在最短的时间内获得最大的价值，更好的销售我们的暖贝儿。

经过我们的分析，暖贝儿产品不仅具有穿着舒适保暖的功能，而且在价格上也相对其他名牌产品来说相对低廉，这对在校大学生是一种物美价廉的实惠，符合当代大学生的消费观。由此也奠定了我们的推销会是一种成功和快乐的过程。下面我将从可行性的三个方面来阐述一下我们推销的过程。

一，市场前景分析

暖贝儿已成为中国家喻户晓的知名内衣品牌，秉承“用心织造完美”的企业理念，以“科技，高雅，活力，时尚，健康”为品牌核心，以“互赢价值观”为准则，确保“社会，消费者，员工，合作伙伴和投资人”五方利益相关者共赢，致力打造“生产—快乐”的企业文化，通过实现“工作快乐，学习快乐，创新快乐”推动企业从优秀走向卓越。

良好的企业文化必然决定着其产品具有不可竞争的优势和优点，本次暖贝儿内衣校园行送温暖活动，营销协会秉承推销实践的理念，各位营销协会成员都积极参与其中，在严寒的天气下，大家不顾寒冷积极参与其中，在工作中发现快乐，在快乐中进行工作，实现了了销售最大化。

利润其次，实践活动更丰富了我们的课外能力，既锻炼了我们吃苦的精神又使我们跳出了课本亲身经历了真正的工作。

二，宣传

为了本次活动我们提前几天做好了宣传工作向全校师生宣传我们的这次销售活动，这更加有利于我们销售活动的开展进行。为了这次销售活动我们印制了大量宣传页向学门发放，营销协会宣传部为此也设计出一张宣传板，宣传我们的活动。为了能够吸引老师们的关注，我们还印制了一些优惠券发放给老师，利用老师的关系，销售我们的暖贝儿产品。

营销协会内部具有近300个会员，几乎遍布了每个系，每个班，利用学生分布广和人际关系多进行产品的宣传，这种方式是巨大的，直接促使了学生们对暖贝儿的认知。

三，产品定位

学校里大部分人员为学生，所以我们的目标客户就直接针对的是学生，又考虑到学生的购买力有限，我们又针对老师和学校管理人员进行了推销，争取实现市场的最大化，不错过每一个潜在消费者，做到全方位的销售。

推销计划报告

销售前：在每一件产品推向市场前我们都需要对产品的销售活动做一些安排。在暖倍儿内衣销售活动前我们也具体做了一些安排工作，这主要从以下几点方面开展的：

1，人员安排上。营销协会大约有近三百位成员，要是全部都参与的话就会形成人员上的资源浪费，这不利于活动的开展。为此协会从众多的会员当中抽调出一些能力强业务素质高的会员组成干事，具体参与活动。干事这一层级的设置更加方便了活动的进行。由于很多涉及到许多方面如;宣传工作，销售工作，财务管理等，为此营销协会内部也相对应的设立了几个部门，具体上有八个部门，分别是:营销策划部（主要职责是为活动的开展进行策划安排,使协会能更好的开展工作）。综合部（主要负责后勤保障工作，以及物品的运输与管理）。网络部（主要负责网上的宣传以及协会的网站和网店的经营管理）。宣传部（显而易见主要负责活动的宣传，主要的工作有海报及板报的设计）。秘书处（主要负责商品的管理清点工作，做一些文件上的管理）。财务处(主要负责财务的管理，和活动经费的发放)。组织部（负责人员的安排及管理，对很多的开展进行监督管理）。外联部（与一些企业进行联系，拉赞助，也就是协会的对外联系的门户）。各个部门分工明确，保证了活动的有条不紊，为活动的顺利进行垫定了条件。

2业务培训。由于我们是在校学生，缺乏一定的销售经验，对产品的了解不多，这就使我们受到了一定限制。为此我们在推销前也针对性的开展了暖倍儿产品的培训活动。这次培训请的是上一届营销协会的主要销售人员进行讲解的，他们在产品上相对比我们了解的更多。比我们更有销售经验，业务素质更高。这也直接促使了我们销售能力的提升。

销售中：在暖倍儿内衣的销售过程中，我们主要采用了摊位营销和直接上门推销的方式，更大的吸收了目标客户。

在摊位营销中，我们选择的地点是人流量最多的餐厅门口，那个地方地方开阔，是学生们上课的必经之地。在摊位营销中我们把销售时间选在了中午和傍晚时分，这是人员最多和最集中的时候，便于我们最大的销售。

在这次摊位营销中我们的每个销售员都格外积极，热心的向每个顾客讲解我们用我们的热情打动了许多顾客，使他们真心愿意购买我们的暖倍儿。

在上门推销中，我们主要针对的是老师。在那一天我们市场营销班和会展班近百名学生进行分工针对实训楼和教务楼进行上门推销，我们每八个学生为一组进入各个楼层向老师们热心介绍我们的暖倍儿，取得了不小的收获获得了老师们的好评，大大的增加了我们的销售量。

销售后：为了更好的服务消费者，我们在推销活动结束后也把产品放在了学校而未送还厂家，这主要是为了那些购买者在他们觉得产品不适或款式没相中时方便他们调货。在那些需要调货的人员中，我们也积极的为他们服务，使他们买时开心，穿时舒心，以便于我们下次活动的开展。

推销日志与体会

本次暖倍儿校园行送温暖活动中，我们经历了销售的低谷，也经历了销售的高潮。从一开始的第一天的俩件到最后一天的三十六件，我们经过了挫折享受成功后的喜悦，过程中的酸甜苦辣也只有我们经历过的人才能体会的到。

在这次销售活动中，我们卖出了八十多件保暖内衣，这远远的超出了我们的预期，事后总结了一下购买过程中，购买最多的是学生，在学生当中女生站了三分之二，这证明了我们学校女生的购买力是无限巨大的。

每一次都要有收获这是我们在活动前都要有的良好心态。经过这次活动我们深刻认识到了自己能力上的不足，过程是艰难的，但艰难后的喜悦才是最甜的。这次活动使我们对未来工作充满了无限期待，使我们更加喜欢我们的专业。感谢营销协会为我们提供了这次实践平台，希望这样的活动以后越来越多。

推销总结报告

暖倍儿内衣销售活动虽然仅仅五天，但在这短短的五天当中我们却收获了许多东西，有好的，也有坏的，但无论是好的还是坏的它都标志着我们在逐渐成长当中。

收获：在这短短的五天当中我们总共销售出八十多件保暖内衣，实现了销售的最大话，利润不讲在这五天当中我们的能力上的提升才是最要的。在这之前我们只能才书本上获得知识，虽然获得的知识比较全面但缺乏实践的机会，无法施展自己的才华，有了这次活动，它调动了我们的积极性，使我们认识到了销售的快乐，使我们更加热爱销售这个行业。

从这次活动中我们清醒的认识到了团队的重要性，我们每一个人都有自己的优点，如果我们把每一个人的优点集合起来就会实现优点的最大化，使我们优缺点互补，避免了一些错误的发生，使我们更好的完成工作。

每一个人都有缺点只要我们敢于正视缺点这就是我们最大的成功，通过这次暖倍儿销售活动的开展，我们发现了自己的不足之处，对我们以后的成长提供了助推的作用，使我们更加的完善自己，为我们以后走向社会做了一次模拟训练。

感谢这次活动的开展，希望以后还能和大家一起共同学习共同进步。

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