# 2024年国庆假期促销活动总结最新版(五篇)

来源：网络 作者：落霞与孤鹜齐 更新时间：2024-08-31

*总结是写给人看的，条理不清，人们就看不下去，即使看了也不知其所以然，这样就达不到总结的目的。大家想知道怎么样才能写一篇比较优质的总结吗？以下是小编为大家收集的总结范文，仅供参考，大家一起来看看吧。国庆假期促销活动总结最新版篇一庆祝祖国71华...*

总结是写给人看的，条理不清，人们就看不下去，即使看了也不知其所以然，这样就达不到总结的目的。大家想知道怎么样才能写一篇比较优质的总结吗？以下是小编为大家收集的总结范文，仅供参考，大家一起来看看吧。

**国庆假期促销活动总结最新版篇一**

庆祝祖国71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x《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70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。

**国庆假期促销活动总结最新版篇二**

虽然已经转钟，但是还是觉得有必要总结一下，要养成这个习惯，可能对以后会有好的帮助。

十一活动第一天，9月30号。当天天气很不好，雨一直下个不停，说大不大，说小不小。但是如果这种情况的话，就不会有太多人来光顾了。就像我预想的一样，早上人流量相当的小，到了中午才有点人气，不过奇迹发生在下午，虽然雨还是在下，但是客流可以说是相当的火爆了。有人跟我说，因为当天是星期五，白天绝大部分人还是在上班的，只有到了下午才会陆续进入假期，所以早上没什么人是正常的，但是下午异常火爆却出乎意料之外，因为天气起到很大的作用。我个人认为，下雨最好是呆在家里，哪里都不要去，看来跟我持不同想法的人太多了。不过还有一种可能就是说明我们十一之前的户外宣传很成功，不然哪来的这么多人。（有点自夸，但是也是事实）

早上到公司很失望，觉得当天无用武之地了。先前还像楼上的家电顾问请教，如何又快又好的带套餐，因为五一的时候自己做的相当的失败，这次想在十一的时候不要太狼狈就好。但是看到连家电顾问也没什么生意的时候就知道自己也没什么机会了。虽然下午人流量大了，但是还是没机会。算了，还是先把自己的本质工作做好，本来就不是在销售上很在行，这次的冲动仅仅只是想证实一下自己到底有没有做销售的天分罢了。

因为刚刚结束小区的宣传，才回到公司有很多事情不清楚。虽然小家电每次在完成任务上起不到很大的作用，但是任务量还是很大的。所以不停的查电脑，看当天任务完成情况，并且与同期进行对比。早上的凄凉让我们很没信心，而且查电脑时，发现店销售与同期比较也有所下降，所以想到小家电也不会完成当天的任务，但是到晚上22点左右，在次查询电脑，发现小家电的销售跟同期比较却有所增长，令人惊讶的同时也是让人兴奋不已的。尤其是飞利浦、美的，都是完成了当天的任务。

这次，我没有像以往，满场子到处逛，毫无目标。这次而是选择两个品牌定点，参加销售，帮助完成任务，虽然没有卖出一台销售，但是还是多少带来了一些人气，有点运气成分在其中。就像不少嫂子说的那样，儿子丫有火气，会带来人气的，我也是将信将疑。不过从销售中，也充分发现自己的不足，例如对产品知识的不熟，销售技巧欠缺等，都是销售挂零蛋的原因。看来回家之后要好好的反省，在以后的销售中弥补不足。

据说这个雨要下好几天呢！希望老天爷不要耍我们。才第一天，10月1号要更加努力才行。

因为昨天实在太累，一回家躺到床上就睡着了，所以没有写，今天就把两天的合并起来一起完成。

10月1号，国庆当天。该死的天气，雨任然在下，好像跟我们作对一样。一想可能又像30号一样早上是没什么人的，不过当我来到公司的时候，却发现人流量是反常的爆满，楼上楼下都是人。可见十一真的是黄金周，尽情地抢钱吧。我还是如30号一样，站在美的柜台（怎么都是经销），不过我发现我根本帮不了什么忙，因为柜台上都是他们的零时促销员，全部都是职业班子，我也就是帮他们查个库存，转个货，尽量给他们绿色的通道，以此来提高销售质量，仅此而已罢了。当天，九阳、美的都是人满为患，两个品牌的负责人老大都是全程陪同，从早上开门上班到晚上关门下班，敬业程度那真不是盖的，看来领导不是好做的啊！两边拼比的相当厉害，美的砸赠品，九阳也跟着砸；美的买一送一，九阳也跟着买一送一；美的疯狂领赠品，九阳也跟着不落后。总之走道上都是两家的空盒子。哎，由着你们放肆吧，现在销售第一，到时过完了十一在好好整顿！那天店销售虽然没有完成，但是还是比同期有所提高的。

10月2号。这个雨真是有罪，不停的下，就是没停过。当天的人流量明显就比前两天少了不少。但是我们还是很有信心的，因为晚上有一支质量优越庞大的团队来——万科业主。所以完成任务还是信心十足的。前半天就是在昏昏噩噩中度过，两天的连班，不少的人已经有点疲乏，但是为了销售，大家任然坚持了下来。相信更多的人是在为晚上的万科业主养精蓄锐。到了下午一点半，我再次荣幸的被派到门口迎宾，这已经不是第一次了，起初我以为是自己长得不错的原因，后来才慢慢发现，因为我比较清闲，又听话，站在哪个岗位都不会脱岗的。这次的万科业主已经大不如从前了，人数少不说，质素也不高。每户消费上万，或者10笔消费以上的都不多。这次唯一的惊喜就是抽奖环节，六点不到，就有业主将一等奖联想电脑抽走了。后面来参加抽奖的顾客都很失望，还以为是我们玩花样，把大奖草草结束。只能说那个顾客太幸运了。他和他小姨一起来购物，他只买了2单，而他小姨却买了20多单，他抽第二次就中了。真是天意啊！

国庆七天假，已经结束了一半，店销售任务只完成60%，虽然还有三天，但是肯定是一天不如一天的。神啊，保佑我们吧！

**国庆假期促销活动总结最新版篇三**

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：20xx-09-24~20xx-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。

一、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。

**国庆假期促销活动总结最新版篇四**

20xx年9月25日—10月8日，我店开展了主题为《盛世70载辉煌2周年国庆店庆林城欢庆》的营销活动。本次店庆活动我店不仅在营销模式方面推陈出新，而且在服务理念方面，殿堂装饰方面，人员奖励方面，会员营销方面，文化活动方面都有不同程度的革新。

本次店庆活动我们才用分段式的营销模式。第一阶段9月25-30日，以分级送和大抽奖为主要提销手段，旨在提销的同时预热店庆主线活动。第二阶段10月1-8日，我店以提升销售最有效的手段：送券，为主要活动形式，并且以八天八套梦想组合为强力吸引消费者的奖品，全面开展活动，抢夺销售的战役正式拉开序幕。

下面对本次活动做以下几个方面总结：

一、从各项数据指标分析：

全店计划销售为870万元，实际销售892万元，完成销售计划的102%。其中百货部分计划销售635.25万元，实际销售664万元，完成计划的103.1%，同比上升47%。占全店销售的73%；超市计划销售166万元，实际销售167.6万元。完成计划的101%，同比上升48.3%。占全店销售的19%；租金返算实现70万元，占全店销售的8%。1至8号参加活动专柜销售401万，礼金券销售93.2万，占比23.24%。活动期间百货会员销售占比达24.2％，超市会员消费占比达52.5%。

百货日均交易笔数为27512笔，较同期增长321%。活动期间客流明显增加，根据活动期间日均交易笔数及每天下午2：50-3：00在1号门对进店顾客数统计显示，活动期间客流较平日增加11.2倍。

二、活动费用分析：

本次活动总费用支出345,398元，占总销售的3.8%。其中奖品费用94,586元（全部奖品赠品总和），装饰制作费用17,000元，宣传费用58,720元，印刷品费用5,554元；一线员工奖励费用46,060元，其他费用123,478元。

三、活动成功点：

1、活动前期准备充分

本次十一活动营销部提前一个月开始准备。经过多次修改、反复论证方案确定，而且方案细则细致入微。

本次活动参与品牌数量较以往活动相比，参与率大有增加，参与活动专柜占参与活动卖区的90%。对于不参加活动的品牌大楼推出增加扣点的政策并单独设立促销柜组，且销售产生的毛利不计入保底毛利，实销实扣，保证了大楼不损失或少损失毛利。

在商品方面，提前一个月开始对各个专柜进行商品检查，监督商品库存量及新品上柜情况，并且对商品定价进行严格把关。活动前一周，由副总牵头组成联合检查组，对每个专柜的商品情况进行细致的检查。

活动宣传装饰及殿堂装饰，版面设计提前20天全部确认完毕，提前5天制作品全部运抵我店。各种景观都如期制作完毕。

活动前营销部牵头联合防损、财务、办公室对活动相关工作人员，召开了2次技能培训会，落实细节工作，保证了活动期间的正常运行。

2、服务理念更新升级

开业至今我们分别提出了“时尚品位生活”，“让生活动起来”，“无微不至无限发展”等服务理念的宣传口号。在我店2周年店庆到来之际，我们提出了“真诚服务每一天”的服务口号，将我们的服务更细致化，让我店的新老顾客更能切身的感觉到我们服务的变化。

3、超市特价活动一军突起

本次店庆超市组织大米、豆油、鸡蛋等日常敏感商品进行低毛利或负毛利促销，并辅以满额送礼，满额抽奖等活动，大力拉动了销售，拉动了大楼的整体客流及提高了消费者的关注度。

**国庆假期促销活动总结最新版篇五**

根据教育局安排，在今年国庆节期间，组织广大未成年人开展“向国旗敬礼、做一个有道德的人”网上签名寄语活动。我校于9月27日上午举行了启动仪式并号召全校学生参加此项活动。学生反响热烈、踊跃参与，纷纷表达对伟大祖国的美好祝福。现将活动做如下总结：

一、学校高度重视

1、接到通知后，学校领导高度重视，成立了由教导处贾主任负责，学校班主任老师具体落实的活动组织小组，确定了利用信息技术课以及课余时间组织学生参加签名活动。

2、活动启动仪式

9月27日，举行了活动启动仪式。全体师生在国旗下宣誓，金校长做了动员讲话并强调学校是育人的摇篮，衷心希望全体学生积极登录x网、x网、x网，进行网上签名、发表留言寄语，表达我们对祖国的美好祝愿。同时将此次活动作为对学生进行爱国主义和理想信念教育的契机，结合学校实际情况，安排专门时间，积极组织本校学生广泛参与此次活动。明确了活动意义，提出了活动具体要求。

二、领导精心组织

1、利用班队课等平台做好宣传工作，让学生真正受到感染，发自内心地热爱着自己的祖国、祝福祖国并表达自己对祖国有着一种特殊情怀。从小做起，从点滴做起，培养自己高尚的道德情操和深厚的爱国情感。

2、和“国庆节”相结合，各班举行以“向国旗敬礼、做一个有道德的人”为主题的班队会。让学生通过班队会，来表达了对新中国成立x周年的美好祝福，热情抒发了对伟大祖国繁荣昌盛、和谐富强的衷心祝愿。

3、我们利用信息技术课的时间，组织学生利用微机课集中签名寄语活动。并进行网上签名。

4、学校把开展爱国主义教育和签名寄语活动做为学校家长的重要内容，动员广大家长和孩子共同学习、共同参与、共同提高。

三、活动收效

本次活动充分展示了我校学生的爱国之心、报国之志，展示了我校爱国主义教育的显著成果。

总之，此次活动，我校高度重视，务求实效。以开展网上签名寄语活动为契机，在全校师生中精心组织开展爱国主义教育活动，使之贯穿到课堂教学和社会实践的各个方面。着力深化拓展了活动的思想内涵，深入地进行革命历史和革命传统教育、理想信念教育、改革开放教育和民族团结教育，引导广大师生和学生家长增强爱国之情，树立报国之志，从热爱家庭、热爱学校、从立志成才、报效祖国做起，在平凡小事、点滴细节上培养高尚道德情操和浓厚爱国情感。

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