# 药店促销的活动总结

来源：网络 作者：落梅无痕 更新时间：2024-09-17

*药店促销的活动总结总结就是对一个时期的学习、工作或其完成情况进行一次全面系统的回顾和分析的书面材料，它能帮我们理顺知识结构，突出重点，突破难点，不妨坐下来好好写写总结吧。我们该怎么写总结呢？下面是小编收集整理的药店促销的活动总结，欢迎阅读与...*

药店促销的活动总结

总结就是对一个时期的学习、工作或其完成情况进行一次全面系统的回顾和分析的书面材料，它能帮我们理顺知识结构，突出重点，突破难点，不妨坐下来好好写写总结吧。我们该怎么写总结呢？下面是小编收集整理的药店促销的活动总结，欢迎阅读与收藏。

药店促销的活动总结1

按照总公司的部署和安排，xx中店于12月9日—11日举行了药品促销活动，在总公司的正确领导和全体店员的共同努力下，本次促销活动取得了较好的成绩，并一定程度了扩大了xx药店在社会的良好信誉。现将本次促销活动总结如下：

1、组织店员学习领会总公司安排的这次活动精神，在每月固定时间的促销活动工作的基础上，分析工作中存在的漏洞，强调了本次活动的重要性，把dm单分到每一位职工手中，划片发放。并要求所有店员提前安排好时间，活动期间全天上班。

2、根据活动要求，组织店员清点库存，分别对促销产品、赠品准备货源，提早对特价药品，常用药品，本季节药品，洗化，家电等进行备货。

3、专门组织职工讨论怎样促销药品，分析可能出现的问题。如果特价的商品，冲量品销售太多，怎样销售才能保证毛利。

4、营造良好服务环境。组织店员对店内店外环境整理卫生，做到整洁卫生，药品摆放整齐。对特价药品做了pop宣传海报。针对70多个特价药品全部做了店外宣传海报，张贴在药店外8个橱窗。同时为突出特价药品，引起顾客的注意，专门做了70多个爆炸贴放在该药品陈列位上。为突出活动效果，在门店前搭起彩虹门，摆放了花篮，安排了音响，对本次活动起到了很大作用。

12月9日销售2.9万，12月10日销售4.1万，12月11日销售5.8万。

1、从12月5日—12月8日都是阴雨雾天，活动之初我们预想效果比平时能增加营业额30%左右就算成功。因为天气等原因我们感到信心不足，没想到我们提前做的各项准备工作起到了很大作用。

2、活动前短信宣传、全市医保一卡通在12月10日全市联网刷卡、农行年底前清卡、丰厚的赠品等因素带动了销售量。

3、dm单发放时间短，有些仓促，覆盖面不够广；由于担心预期活动效果，龙大花生油备货不充分，出现短缺。

4、下一步工作要积极吸取本次活动经验与不足，积极发展新会员，在活动促销中发短信才能起作用。

本次活动得到了总公司领导的全力支持和帮助，常经理第一时间为我们店提供赠品，荣海峰经理一周吃住在郯城，随时帮助解决遇到的问题！这次活动取得了成绩全店职工都非常兴奋，都有一种释放的感觉——心血没白费，没白加班，以后会更加努力提高营业额，积极完成公司任务。

药店促销的活动总结2

药店多半会在节日里举行促销活动，即给顾客带来好处，又给药店带来利润。纵观成千上万的药店促销活动，发现许多药店不缺少创意，缺少的是执行到位。一般包括四个执行到位：物料到位、氛围到位、宣传到位、培训到位。

物料到位主要包括商品、赠品、宣传品。

首先根据季节、节日、地区、常见疾病和畅销产品，进行数据分析，找出常见疾病对应的畅销产品、重点产品，进行充分备货。譬如，我们找到了30款秋冬季节重点产品，如果每月要货8次，某次要货时库存有35盒，上月销量为160盒，平时补货公式为，要货量=160/8=20，20\*2=40，40-35=5，5盒就是要货量，要保证库存有两个周期销量，根据经验可以适当上调，这样确保重点产品有足够库存，便于满库存丰富陈列。在活动期间，通常建议重点产品保证一个月的销量作为库存，这就是商品到位。

再次根据活动制订的销售目标和买赠档位，测算赠品种类和数量，并准备到位。最后根据活动宣传所需横幅、DM单、音响、录音、POP、海报、喊话器等做好宣传品准备。

店内店外氛围到位，拉拱门、挂横幅、招牌干净、做主题橱窗、做喷绘写真、厂家门口撑伞摆台义诊宣传、店内音响店外音响播放活动录音、重点产品推介录音、企业文化录音、养生录音、店内悬挂相应活动和产品POP等。

一定要确保卖场营销氛围足够，员工满面堆笑，热情服务;商品丰富丰满陈列、重点产品用POP、爆炸卡、云彩卡提示;比如陈列阶梯状、圆形、心型、做一个空盒中国结，做一个风铃、来些葵花卡……。这些是氛围到位，让顾客进店感觉很美。愿意多停留一会儿，增加与店员互动时间。

20xx年元旦前一星期，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\*\*7295箱，\*\*14930箱，\*\*5560箱，\*\*930箱，\*\*335箱，\*\*122箱，\*\*\*\*箱。共送出加油卡\*\*19500元，\*\*515条。

以店为中心分小区，分时段，分小组发放宣传单

活动对象：本店周围社区居民，工厂员工，造贝里的居民。 活动方式：品牌药品特价，保健品买赠，额度买赠

发单界定统一的话术：您好，我们是XX药店，X月X日-X月X日举行十万礼品大放送活动，欢迎您来参加。界定动作，界定表情，制作活动录音，买赠录音、抽奖录音、养生录音……店外音响播放，拱门、横幅、门口义诊、会员电话、会员短信、电子字幕等。

让每个店员对活动方案了如指掌，是关键。一定要让全体店员演练出来，不只是简单培训和背诵。

注重三个统一：统一使命、统一语言、统一动作。

使命就是明确每天销售指标，客单价、交易次数目标、重点产品目标，然后交代每个店员想尽一切办法让每个顾客拿一份礼品走。

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。

语言就是统一从第二档开始说，为了提升客单价。比如说第一档买满48元送两包洗衣粉，第二档买88元送不锈钢盆一个。要求全体员工对顾客说一句话：您好，今天我们做活动，买满88元送不锈钢盆一个!

动作就是要求全体店员在营业时间里全程抬盆，盆内装好既定物品(一张DM单、一包第一档赠品洗衣粉、一个第三档赠品水杯)每一个细节必须到位。如果是连锁总部统一对店长培训，店长统一对店员培训，总部到门店抽查，总部再活动前一天统一对店长培训检查落实，提出考核奖惩，执行不到位，考核分数不及格的店长甚至就地免职。

e做好日志、月志工作。管理人员必须每日书面汇报工作状况及突发事件的发生与处理。超市还应定期举行员工大会，总结经验，进行员工激励，制定发展目标等。

药店做促销活动通常是三分策划，七分执行，可见重要的是执行到位。若药店在执行促销活动的过程中能够把活动真正的执行到位，那促销活动也就成功了。

药店促销的活动总结3

各行各业使用了广东短信群发进行了层浪逐高的促销活动，也开始将整个市场搅得沸沸扬扬。\*\*\*\*大药房也将跃跃欲试，拿出\*\*\*\*药业集团的主打产品——茸桂补肾口服液和好谓口参芩口服液参与市场促销活动。我们知道，促销的实质是送，促销活动是送礼，但在送礼的“符号”——名目上，一定得符合目标消费者的接受心理。说到底，促销活动的实质就是万变不离其“送”。大家都在送，看谁送得好，送得妙!

1、 爱心奉献社会 幸运送给顾客

2、 \*\*\*\*大药房真情回报--专家现场免费义诊

3、 \*\*\*\*大药房购药抽奖大活动

2月28日--3月7日

：\*\*\*\*大药房中心店

1、爱心奉献社会 幸运送给顾客

1)、在两节期间如购买茸桂补肾口服液和好谓口参芩口服液一个疗程(四盒)以上，可优惠10%，并免费获赠名典咖啡店30元的消费券一张;

2)、其他顾客在两节活动期间购买茸桂补肾口服液和好谓口参芩口服液一个疗程(四盒)可获得10%的优惠，并免费获赠名典咖啡店20元的消费券一张;

2、 \*\*\*\*大药房真情回报--专家现场免费义诊

两节活动期间，特邀医学专家(西医专家)亲临\*\*\*\*大药房中心店现场免费为市民就诊，免费开据医药处方，免费测量血压等义务性的服务，顾客可以凭处方在\*\*\*\*大药房购药享受10%的优惠。\*\*\*\*大药房以真情回报娄底人民三年来对\*\*\*\*大药房的大力支持与关注。

3、 \*\*\*\*大药房购药抽奖大活动

两节活动期间，市民购买茸桂补肾口服液和好谓口参芩口服液一个疗程(均为四盒)，可免费获赠名典咖啡店30元消费券一张，多买多送，购买其它的医药产品可参加抽奖，中奖率为100%。(具体抽奖事宜另行)。

：广告除了说明活动以外，着重树立企业形象\*\*\*\*大药房为社会福利事业真诚奉献，把幸运无私地送给消费者。两节活动期间，在\*\*\*\*大药房中心店通知媒介进行现场报道，大张旗鼓地炒作。

：不仅能花费最少的钱买到最好的产品，而且能免费获得消费券，定会吸引力大增，换来的是快速促销的实绩和良好的形象。

促销广告往往不被消费者关注，其实并不是促销不具备吸引力的问题，而是由于促销广告本身缺乏说服力和吸引力，没有将促销活动的核心利益点表达清楚。故而，促销广告也需要进行精心的设计和创意，关键不在于说什么，而在于怎么说。SP策略中，常用的主要有四种，即降价和打折、买赠、派送、有奖促销。在具体的操作比较上，降价和打折所涉及到的具体的活动支出费用最少，对一些价格敏感的消费群体的影响力也最大，价格的下调极易对品牌造成伤害，品牌产品所集聚的目标群体会因品牌的贬值而流失，另外，消费者是买涨不买跌，价格一旦下调，将很难回复，强行上调，只会是失信于顾客，让顾客对品牌产品心灰意冷。与之相对应的是派送，产品派送可以在短时间内让精选的目标人群看到自己的品牌和产品，并且由于获取的低成本甚至是无成本，也非常容易引动获取者的尝试性消费，这种效果是很多促销方式费尽万般心思也望尘莫及的。而买赠和有奖促销，无论在促销成本和目标达成效应上都处于居中水平，这就难怪很多的操作者在实际的促销过程中，争捧这两种促销方式了。不过，就时间绵延的角度来考虑，有奖促销耗时会长一些，如果操作者不想让自己的这次促销活动拖泥带水的影响后续的市场操作，买赠促销势必就成为了选择的首要。

：一般说来，消费者接受商品信息的模式为：注意--兴趣--欲望--行动--满足。注意、兴趣、欲望都是在消费者头脑市场中的活动，加上目前的消费者越来越试图在商品大潮中寻求各自爱好、趣味和审美价值的落脚点，故而怎么能够将比较繁琐枯燥的促销信息转化为消费者的兴奋点，就非常重要

药店促销的活动总结4

一、活动执行情况

1、药店纯销数据（就是销售情况），最好提供数据对比，就是活动前后销售数据对比，这样才能体系活动带来的效果；

2、赠品消耗数量，计算投入产出比，就是我投入多少钱，产出多少销量，计算费用率；

3、活动现场展示，拍点照片吧，例如药店的陈列情况、活动现场气氛等等。

二、消费者沟通情况

1、购买消费人群的分类，描述或者统计不同类型消费者购买的比例，以确定活动是否满足既定消费人群；

2、购买消费者的反馈，就是消费者对于活动的喜好、对于赠品的喜好等等；

三、终端反馈

1、药店的反馈，含药店老板、店员对于活动的反馈（喜好度、建议等）；

2、竞品的反馈，例如活动对于打击直接竞争对手的作用，竞品是否有针对性的动作。

四、活动总结及建议

1、总结一下，对于活动效果给出自己整体的评价；

2、得失分析及启发，总结活动做的好的地方和需要改进的地方，为下一次活动提出个人建议。

总结三：药店促销活动总结

药店多半会在节日里举行促销活动，即给顾客带来好处，又给药店带来利润。纵观成千上万的药店促销活动，发现许多药店不缺少创意，缺少的是执行到位。一般包括四个执行到位：物料到位、氛围到位、宣传到位、培训到位。

物料到位

物料到位主要包括商品、赠品、宣传品。

首先根据季节、节日、地区、常见疾病和畅销产品，进行数据分析，找出常见疾病对应的畅销产品、重点产品，进行充分备货。譬如，我们找到了30款秋冬季节重点产品，如果每月要货8次，某次要货时库存有35盒，上月销量为160盒，平时补货公式为，要货量=160/8=20，20\*2=40，40—35=5，5盒就是要货量，要保证库存有两个周期销量，根据经验可以适当上调，这样确保重点产品有足够库存，便于满库存丰富陈列。在活动期间，通常建议重点产品保证一个月的销量作为库存，这就是商品到位。

再次根据活动制订的销售目标和买赠档位，测算赠品种类和数量，并准备到位。最后根据活动宣传所需横幅、dm单、音响、录音、pop、海报、喊话器等做好宣传品准备。

氛围到位

店内店外氛围到位，拉拱门、挂横幅、招牌干净、做主题橱窗、做喷绘写真、厂家门口撑伞摆台义诊宣传、店内音响店外音响播放活动录音、重点产品推介录音、企业文化录音、养生录音、店内悬挂相应活动和产品pop等。

一定要确保卖场营销氛围足够，员工满面堆笑，热情服务；商品丰富丰满陈列、重点产品用pop、爆炸卡、云彩卡提示；比如陈列阶梯状、圆形、心型、做一个空盒中国结，做一个风铃、来些葵花卡……。这些是氛围到位，让顾客进店感觉很美。愿意多停留一会儿，增加与店员互动时间。

宣传到位

以店为中心分小区，分时段，分小组发放宣传单

发单界定统一的话术：您好，我们是xx药店，x月x日—x月x日举行十万礼品大放送活动，欢迎您来参加。界定动作，界定表情，制作活动录音，买赠录音、抽奖录音、养生录音……店外音响播放，拱门、横幅、门口义诊、会员电话、会员短信、电子字幕等。

培训到位

让每个店员对活动方案了如指掌，是关键。一定要让全体店员演练出来，不只是简单培训和背诵。

注重三个统一：统一使命、统一语言、统一动作。

使命就是明确每天销售指标，客单价、交易次数目标、重点产品目标，然后交代每个店员想尽一切办法让每个顾客拿一份礼品走。

语言就是统一从第二档开始说，为了提升客单价。比如说第一档买满48元送两包洗衣粉，第二档买88元送不锈钢盆一个。要求全体员工对顾客说一句话：您好，今天我们做活动，买满88元送不锈钢盆一个！

动作就是要求全体店员在营业时间里全程抬盆，盆内装好既定物品（一张dm单、一包第一档赠品洗衣粉、一个第三档赠品水杯）每一个细节必须到位。如果是连锁总部统一对店长培训，店长统一对店员培训，总部到门店抽查，总部再活动前一天统一对店长培训检查落实，提出考核奖惩，执行不到位，考核分数不及格的店长甚至就地免职。

药店做促销活动通常是三分策划，七分执行，可见重要的是执行到位。若药店在执行促销活动的过程中能够把活动真正的执行到位，那促销活动也就成功了。

药店促销的活动总结5

江苏\*\*药房连锁有限公司具有里程碑意义的一年，国药控股国大药房有限公司收购\*\*全部自然人股权，以80.11的股权控股江苏\*\*药房连锁有限公司，使\*\*成为国大药房的一个控股子公司，为\*\*的稳定，快速、健康发展提供了良好的契机。一年来，尽管内部矛盾突显，千头万绪，纷繁复杂，外部医药零售市场竞争激烈，形势严峻，我们能够正确面对困难和挑战，今年重新设置了内部组织架构，出台了多项管理制度，更新了微机程序、统一了国大编码，快速开发了多家连锁直营店，成立了自己的配送中心，取得了经营管理的良好业绩。

今年，公司顺利完成了自然人股权转让，并于6月28日成功召开了第二届第一次股东会、董事会、监事会，企业更名为江苏\*\*药房连锁有限公司，成为国药控股国大药房有限公司的一个控股子公司。这一具有里程碑意义的重大事件为\*\*长远、稳定、快速、健康发展提供了良好契机。

按照国药控股“批零分离”的要求，上半年\*\*与江苏公司整体分离，并重新整合了内部组织架构，组建了营运管理部、综合管理部、财务部、采购部、物流部、门店管理部、门店开发部等。

综合管理部是今年刚组建的部门，是管理服务并重的职能部门，他们在强化内部管理，健全有关规章制度的同时，做好经营的后勤服务工作。

1）狠抓制度建设：今年来制定“20xx年发展目标规划”、“三年（20xx—20xx年）发展目标规划”、“20xx年分配制度及绩效考核办法”，逐步完善内部激励机制，体现“按绩取酬”、“多劳多得”的.分配原则。为规范促销费管理，制定了“关于加强厂方终端促销费管理的有关规定”。

2）细抓行政管理：建立健全了各项基础台账，收发文登记、档案保管、工章使用登记等。对固定资产进行彻底的清查核对、登记造册，并建立了电子文档。及时完成新老门店的装修、改造任务。积极配合门店开发部对新增门店的考察、选址、设计、装修及货柜货架等设备的购置工作，保证新开门店的顺利开业。建立了内容全面的房屋租赁合同电子文档，统一管理房屋租赁合同，配合门店开发部、门店管理部做好门店续租协议等工作。及时完成各类证照变更登记工作，为申报了中华老字号积极收集、整理、申报相关材料，为确保任务按质、按时完成，节假日加班是非常正常的事情。

3）实抓安全工作：连锁门店众多，分布面广，安全工作丝毫不能松懈。一是健全了安全制度，出台了“安全生产管理”制度及“安全工作责任制”；二是配齐配全安全器材，如报警器、灭火机等；三是开展经常性的安全检查工作；四是排查安全隐患，发现问题及时解决，从而确保了全年无重大安全事故。

4）狠抓质量管理，巩固GSP成果。我们严格按照GSP规程操作，质检人员严格把关，经常督促检查各环节有无质量管理回潮现象，发现问题及时纠正，确保了台账完整规范，手续完备无缺，巩固了GSP成果。

药店促销的活动总结6

持医保卡消费优惠多多。

利用促销活动传递开通医保的信息 ，提升企业知名度，维护老顾客，开发新顾客，从而提升销售业绩。

20xx年11月1日—–20xx年11月5日

药店多半会在节日里举行促销活动，即给顾客带来好处，又给药店带来利润。纵观成千上万的药店促销活动，发现许多药店不缺少创意，缺少的是执行到位。一般包括四个执行到位：物料到位、氛围到位、宣传到位、培训到位。

1、凭医保卡可免费办会员卡，享受会员权益。

2、保健品8.8折，中药贵细精品8.8折

3、持医保卡消费满就送：

持医保卡消费满28元送洗洁精1瓶 持医保卡消费满48元酱油一瓶 持医保卡消费满68元送洗衣粉一包 持医保卡消费满88元送纸巾一条(10小包) 持医保卡消费满128元送小沐浴露1瓶(名牌) 持医保卡消费满198元送纸巾一条(10卷) 持医保卡消费满288元送5KG香米一包

持医保卡消费满498元送4L调和油1瓶

4、惊爆超低价：龟苓膏10元/6盒， 抗病毒口服液16.5元/盒， 凉茶12元/包， 麦柑桔颗粒11.8元/包， 阿胶液体42元/盒， 益气养血口服液35元/盒， 999润通茶25.8元/盒， 701跌打镇痛膏3.9元/盒(大参林会员价4元/盒)， 倍他乐克5.5元/盒，降压0号6元/盒，复方丹参滴丸(150粒)19.9元/盒， 拜新同33.5元/盒。

同时开业当天一次性消费100元都可以获得精美咖啡杯一个，200元以上的活动精美礼品一份，250以上的获得电吹风一件

药店促销的活动总结7

活动宣传：企划部配合做好活动前期宣传预热及店内店外、POP海报的制作，负责整理广播稿交于总台反复播放。

规范各管区、各岗位的服务用语，提高对客服务质量。为了体现从事酒店人员的专业素养，在XX年元月份，针对我部各岗位服务用语存在不规范、不统一的现象，我部号召各管区搜集本管区各岗位的服务用语，进行留精去粗，后装订成册，做为我们对客交流的语言指南，同时，也将做为我们培训新员工的教材。自规范服务用语执行以来，我部人员在对客交流上有了显著提高。但到了后期，很多员工对此有所松懈，对自身要求不严，有回来原来的迹象，这也是较遗憾的地方，但好东西贵在坚持，贵在温故而知新，我部将对此加大督导、检查方面的力度。

本次活动通过公司各级领导的支持，以及同仁们的齐心协力，取得了佳绩。20012年9月7号至9号，是激动人心的三天，通过这三天振奋人心的促销活动!我受益匪浅，不但提高了个能素质能力，增强了对各药品的了解，更懂得了以人为本的服务理念。当前促销活动往往不被消费者所关注，消费者参与热情不高，容易导致促销活动效果不佳，其实并不是促销本身不具备吸引力的问题，而是由于当前促销活动太多，太乏乱，部分活动在宣传中没有将促销活动的核心利益表达清楚，宣传执行力度也不够，但我们这三天的活动，克服了以上的缺点，达到了稳定忠实消费群的目的，现场有奖促销更是提高了活动现场购买欲望和吸引人气的重要手段，加强了药店外在形象，扩大了知名度。具体的感受如下：

这次活动采用了宣传单投递、口啤宣传、各家各户高密度甩投，共投宣传单总量约为一万份，投集的重点为集市商业区、中心医院周边、居住门户、湖西烈士陵园周边、步行街等等，并发布促销广告。在药房悬挂活动内容为主的条幅标语，活动现场布Z好后，为促使活动进行的有条不紊，吸引更多的人参与，还在药房门口设立义诊检测服务台、咨询台、礼品发放台、抽奖箱等等。更具有轰动效果的是请了东北二人转、杂技团、戏剧等舞台形式的表现效果，密集了人员，掌握好了活动节奏，维护好现场秩序，引导顾客进店参与活动，发放资料和奖品发放并及时登记签字。这种新型营销模式给消费者带来了一些新意，使单县市民对誉天有了充分的了解，加强了药店的外在形象，扩大了知名度。

本次促销宣传活动的主要对象为：本店周围社区居民，工厂员工，商铺居民。在具体操作中，特价和打折对一些敏感的消费群体影响力是最大的，特别是部分敏感药品价格的特价极易起到事半功倍的作用，与其相对应的派送可以让消费者享受到其消费的价值，达到稳定忠实消费群的目的，现场有奖促销是提高活动现场购买欲望和吸引人气的重要手段，是活动成功的保证。特别是对前佰名顾客送6个鸡蛋和购药抽奖活动，给顾客进门第一印象就是“哇，划算!有东西送!”。对这种以人为本的服务理念，赢得了客户的掌声。这次活动的增长，主要是抓住了顾客对赠品的需求之心，把客单价冲上去才是唯一的出路。什么可以影响客单价呢?赠品，只有赠品才能影响客单价。这样的活动对药房推动性很大，借机宣传并加强了咱们药店的影响力度。

按照国大药房长远发展战略，开发新门店的任务很重，门店开发部克服困难，放弃许多休息日频繁奔波在扬泰地区、南通、苏州、镇江地区，进行考察、选址，招聘人员、办理证照，举办开业活动。

满298元，送价值118元的施泰福霏丝佳修润洁肤露100ml一支或施泰福霏丝佳修润沐浴露150ml一支或价值198元的施泰福霏丝佳修润密集滋养霜50ml一支。

在人员安排方面要“人人有事做，事事有人管”，无空白点，也无交叉点。谁负责与政府、媒体的沟通?谁负责文案写作?谁负责现场管理?谁负责礼品发放?谁负责顾客投诉?要各个环节都考虑清楚，否则就会临阵出麻烦，顾此失彼。

通过这次活动的开展，让我充分理解了：关怀无巨细，服务无止境. 对于进店的每一位顾客,第一时间就应该送上最和蔼的微笑,与最温馨的关怀问候语.与顾客交谈,语言文明,语气亲切,自觉使用”服务用语”,”请”字当先,”谢”字不离口.从细节关怀顾客开始,到无止境的服务礼仪.我们誉天店将永把”关怀”铭刻在心.特别在这次活动中，主动加强了与顾客的沟通，明白客户心里想什么，需要什么!使我更能主动介绍和宣传公司的药品药具，主动解答顾客的疑问，让顾客在购药的过程中也能学到更多的药品知识!并且还能在销售中发现自己的不足，特别是对药品的了解上，还有些盲区，以此为契机，促使我在以后的工作中努力学习医疗药品知识，明白每种药品的用途及注意事项，安心工作，刻苦锻炼，规范自己的服务,提升服务质量,让微笑成为我亮丽的名信片。

把弓劲射，与誉天药房同行。鹰的理想是崇高的，翱翔苍穹;鸟的事业是豪迈的，搏击长空。而我生活最大的能源是对美好理想的追求，最能激发我的热情是豪迈的誉天事业。满怀对未来的憧憬和希望，带着对誉天事业的满腔热情，我为迈进了梦寐以求的誉天公司而自豪，为终于有了实践自己的舞台而兴奋不已，我将投身到我所痴爱的这片热土中，将自身的人生价值与誉天的事业紧紧相连，用高亢的声音和瑰丽的光华去谱写一名誉天员工的青春乐章。

康佳在深圳全面举行\"康佳高清天下再战风云\"促销活动，现场统一摆放红色台牌、吊旗及其他装饰物，现场布置整洁，一片红色的海洋，十分醒目。\"雷霆优惠 惊艳折扣\"把产品价格拉到更低，且特价机货源较充足。

药店促销的活动总结8

本次五一劳动节的促销活动通过公司各级领导的支持，以及同仁们的齐心协力，取得了佳绩。4月29号至5月4号，是激动人心的几天，通过这几天振奋人心的促销活动!我受益匪浅，不但提高了个能素质能力，增强了对各药品的了解，更懂得了以人为本的服务理念。当前促销活动往往不被消费者所关注，消费者参与热情不高，容易导致促销活动效果不佳，其实并不是促销本身不具备吸引力的问题，而是由于当前促销活动太多，太乏乱，部分活动在宣传中没有将促销活动的核心利益表达清楚，宣传执行力度也不够，但我们这三天的活动，克服了以上的缺点，达到了稳定忠实消费群的目的，现场有奖促销更是提高了活动现场购买欲望和吸引人气的重要手段，加强了药店外在形象，扩大了知名度。具体的感受如下：

在天时人和方面我们也占到了一定的优势，七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?

直营门店鲜肉促销区域涵盖了厦门地区现有的\_\_\_家直营门店，时间为：\_\_\_日、\_\_\_日，共计2天。促销方式是：凡在我司直营门店购买鲜肉金额\_\_\_元以上即可领取对联一幅。分配的对联数量为\_\_\_幅，并于\_\_\_月\_\_\_日全部送至办事处，各门店具体分配数量由直营门店根据实际情况统一安排。

这次活动采用了宣传单投递、口啤宣传、各家各户高密度甩投，共投宣传单总量约为一万份，投集的重点为集市商业区、中心医院周边、居住门户、步行街等等，并发布促销广告。在药房悬挂活动内容为主的条幅标语，活动现场布Z好后，为促使活动进行的有条不紊，吸引更多的人参与，还在药房门口设立义诊检测服务台、咨询台、礼品发放台、抽奖箱等等。更具有轰动效果的是请了东北二人转、杂技团、戏剧等舞台形式的表现效果，密集了人员，掌握好了活动节奏，维护好现场秩序，引导顾客进店参与活动，发放资料和奖品发放并及时登记签字。这种新型营销模式给消费者带来了一些新意，使单县市民对老百姓大药房有了充分的了解，加强了药店的外在形象，扩大了知名度。

主席团：负责召开晚会筹备的部长级会议，分配各部门任务。 文艺部：此次晚会的总策划，安排好节目的筛选和晚会的走场。 办公室：请帖的印制和发放，购买晚会现场布置所需的道具和物品以

一是新选址、考察、开业连锁直营店9家。二是整体收购加盟店为直营店28家。特别是高邮、宝应等加盟店由于矛盾突出、遗留问题较多，开发部的人员想方设法，认真细致的逐个做有关人员的思想工作，切实解决实际问题，取得明显效果。三是吸取社会药店为加盟店，对于志愿在\*\*百分之百进货，并付给一定加盟管理费的证照齐全的合法社会药店，经变更名称、签订协议后发展为加盟店，对于名不符实的原邗江各乡、镇加盟店17家药店按加盟要求，重新签订了加盟协议，对加盟店加强了监督、管理。

xx店位于xx市老城区东郊，离城市中心(传统意义上西湖为中心来讲)较远，周围又有农贸市场和专营批发市场及部分小型的批发店面，这一带消费群主要从农村转化而来，在消费能力上较低，消费意识上习惯于从农贸市场上专营批发市场及部分小型的批发店面中购取廉价的生活必须品，消费群体年龄的平均年龄较高，所购单品较集中。但随着城市中心的逐步转移，人们的消费能力和消费意识消费习惯将得到逐步的提升和改善，加之附近还没有出现类似经营方式的大型购物中心及超市，相信不久的将来，这一带将成为各个商家必争之场所，我们xx店应抓住机会抢占市场。

本次促销宣传活动的主要对象为：本店周围社区居民，工厂员工，商铺居民。在具体操作中，特价和打折对一些敏感的消费群体影响力是最大的，特别是部分敏感药品价格的特价极易起到事半功倍的作用，与其相对应的派送可以让消费者享受到其消费的价值，达到稳定忠实消费群的目的，现场有奖促销是提高活动现场购买欲望和吸引人气的重要手段，是活动成功的保证。特别是对前佰名顾客送6个鸡蛋和购药抽奖活动，给顾客进门第一印象就是“哇，划算!有东西送!”。对这种以人为本的服务理念，赢得了客户的掌声。这次活动的增长，主要是抓住了顾客对赠品的需求之心，把客单价冲上去才是唯一的出路。什么可以影响客单价呢?赠品，只有赠品才能影响客单价。这样的活动对药房推动性很大，借机宣传并加强了咱们药店的影响力度。

环境营造：香港街着重营造西方本位的、充满童话色彩、浪漫温馨的圣诞街景，游客进入大门便进入了“香港”的缤纷圣诞节，美丽的欧式城堡，琳琅满目的圣诞礼品，装点缤纷的圣诞树，白雪皑皑的小木屋，挂满铃铛的游览车，人群中穿梭的圣诞老人，教堂里传来的圣诞颂歌??香港街到处是欢乐的海洋、节日的色彩。

c完善培训制度。现代企业以人为主，优秀的员工是企业得以生存和发展的关键。超市应完善员工的教育培训及福利待遇制度，确立员工入企业先培训制度，和员工进行有效的沟通，做到人无贵贱、事无巨细、教育及时、奖惩分明。

本次促销宣传活动的主要对象为：本店周围社区居民，工厂员工，商铺居民。在具体操作中，特价和打折对一些敏感的消费群体影响力是最大的，特别是部分敏感药品价格的特价极易起到事半功倍的作用，与其相对应的派送可以让消费者享受到其消费的价值，达到稳定忠实消费群的目的，现场有奖促销是提高活动现场购买欲望和吸引人气的重要手段，是活动成功的保证。特别是对前佰名顾客送6个鸡蛋和购药抽奖活动，给顾客进门第一印象就是“哇，划算!有东西送!”。对这种以人为本的服务理念，赢得了客户的掌声。这次活动的增长，主要是抓住了顾客对赠品的需求之心，把客单价冲上去才是唯一的出路。什么可以影响客单价呢?赠品，只有赠品才能影响客单价。这样的活动对药房推动性很大，借机宣传并加强了咱们药店的影响力度。

下面说的就是最最关键的了，漆面。一块地板现在多的有20多层漆面，少的有6层漆面，或者自己上漆，涂个几层都可以。但是，经过研究发现，漆面层数多导致漆面容易崩漆、裂漆，一旦有特殊情况，钥匙不慎坠落，都能使整个地板“破相”。但是，漆层少，很多功能又不能得到最大发挥。漆面根据三种特性：通透性、柔韧性和附着力，研制出三种漆，柔性离子漆、韧性粘合漆、养护耐磨漆。再加上，高温固化和高频射线，形成一层致密的立体网状结构，是一般地板漆面所不能达到的。

通过这次活动的开展，让我充分理解了：关怀无巨细，服务无止境. 对于进店的每一位顾客,第一时间就应该送上最和蔼的微笑,与最温馨的关怀问候语.与顾客交谈,语言文明,语气亲切,自觉使用”服务用语”,”请”字当先,”谢”字不离口.从细节关怀顾客开始,到无止境的服务礼仪.我们誉天店将永把”关怀”铭刻在心.特别在这次活动中，主动加强了与顾客的沟通，明白客户心里想什么，需要什么!使我更能主动介绍和宣传公司的药品药具，主动解答顾客的疑问，让顾客在购药的过程中也能学到更多的药品知识!并且还能在销售中发现自己的不足，特别是对药品的了解上，还有些盲区，以此为契机，促使我在以后的工作中努力学习医疗药品知识，明白每种药品的用途及注意事项，安心工作，刻苦锻炼，规范自己的服务,提升服务质量,让微笑成为我亮丽的名信片。

把弓劲射，与老百姓大药房同行。鹰的理想是崇高的，翱翔苍穹;鸟的事业是豪迈的，搏击长空。而我生活最大的能源是对美好理想的追求，最能激发我的热情是豪迈的老百姓事业。满怀对未来的憧憬和希望，带着对誉天事业的满腔热情，我为迈进了梦寐以求的誉天公司而自豪，为终于有了实践自己的舞台而兴奋不已。

一般做法是：顾客只要交纳一定的会费，就可以成为会员，凭会员卡可在美容美发店定期的优惠活动、美容美发讲座沙龙、免费咨询、附加值服务等方面享受优惠。可以将会员制打造成真正意义的俱乐部形式，并编写会刊或报纸，与会员互动，营造成轻松、愉快、温馨、情感交流的场所。会员的成员资格期一般1-2年，期满后再续交会费，延续会员资格。这些措施有利于培养长期顾客，稳定客源。

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