

五一营销活动总结

篇1：五一营销活动总结

我们的活动时间是4.29-5.2,但是实际上从四月中旬就开始了。

首先是四月一整个月的小区驻点宣传活动！以唐家墩店为圆心，向四周新老社区驻点。针对老社区，主要是以旧换新；新社区则是新的乔迁居民，装修用户，结婚家庭。宣传手段是派发单页，免费办理会员卡，登记以旧换新用户，预存订金等。刚开始别人对我们的真实性产生质疑，全部都是持观望态度，但是时间一长，对我们也打消了顾虑，就都很踊跃的报名参加。

总结：1.将前期好的活动延续。在去年的一和今年的过年期间都开展过预存订金活动，受益顾客任然会继续预存，同时也会给我们带来他们的亲戚朋友。不仅顾客受益，我们也能锁定顾客，防止了顾客的流失！2.规范驻点宣传人员，

加强宣传力度！驻点员工都必须将工作服穿戴整齐，戴好工牌，这样可以使顾客对我们产生信任感，不会认为我们是挂半头卖狗肉。另外宣传不再是守株待兔，而是主动出击。发宣传单页给客人，并详细介绍活动内容。3.针对不同的小区,主推的活动力度也不同。老社区主要是以以旧换新活动为主，鼓励客人现场交旧，并一次性办理交旧登记，客人一旦交旧,为少麻烦和顺利拿到以旧换新费用，都一定会到卖场购新的。新社区以预存订金为主，新搬入的客人都是要装修，要结婚的，一次性会购买全套家电，就让客人预存订金，不仅可以翻倍使用，而且还能现场领取赠品，优惠多多。

其次是4.29——5.2的卖场活动！每天都是从早上8:00一直营业到晚上12:00左右。4.29是亲朋友好友和会员的团购夜；4.30是驻点社区的团购夜；5.1是万科业主的团购夜，只要凭有效证件就可以领到打折卡一张。另外加上家电顾问全程陪同购物，帮助客人选择适合的家电，为顾客争取最大的价格优惠和赠品力度。为了能更好的服务顾客，分散人流，卖场增加了多处收银台，发放赠品处、打包处、办理会员卡处、套餐接待处也分了不同的地点。这次我被安排在套餐接待处，主要任务是如果有人来买家电套餐，就马上给家电顾问打电话。因为顾客很多，家电顾问们手头都有不少的单子，实在是分身不暇，这时候经理如果批准了，就可以由我来接待。

总结：1.秉承公司的经营理念，“创新经营，贴心服务”。在接到有人需要家电顾问的时候，最短时间联系到家电顾问为客人服务，如果联系不到，立马顶上（事先经经理批准），不能让客人久等。因为我们也是经过长期培训的，在做不到最好的情况下，做到顾客满意是我们的宗旨。2.配合各个部门，顺利的完成销售和服务。因为人太多了，每个柜台、收银台，还有总台都挤满了人。在等待客人缴费的期间，发现有客人与客人、客人与收银员之间产生轻微的摩擦，就主动上前劝阻，使收银手续的办理更加流畅；虽然只是接待购买家电套餐的客人，但是接待台摆在总服务台旁，所以当有人来咨询也会主动帮助服务台接待，分散人流虽，使工作更好的开展。3.做好每一笔销售，不让顾客流失。虽然是第一次接待套餐，但是要力求做好。遇

到不清楚的事情要立马询问资历久的员工、柜长和经理，千万不能自作主张。搞不定的单，要申请资源，但是也要视情况而定，如果客人要求过分了，超出了底线，也只好跟客人说抱歉了。

这次五一活动搞下来，人确实有些累，不过也学到了不少的东西，还是值得的。另外宣传一下，如果有人要买家电,请选择工贸家电唐家墩店！

篇2：五一营销活动总结

“五·一”时期是本项目销售“中坚”阶段，为做好开盘前热场工作，为以后销售打下良好基础，销售部计划“五·一”前后推出现场抽奖的营销活动。

活动的目的是刺激客户购买欲望、活跃现场人气、提升项目口碑、知名度。活动时间从20XX年4月24日到20XX年5月13日。其中20XX年5月3日举行一次抽奖仪式、20XX年5月13日举行第二次抽奖仪式。两次抽奖分别抽取豪华云南双飞六日游和购房代金券若干。

此次促销活动，由销售总监邢树辉主持全局工作，销售经理杜劲松制定活动计划章程，销售部人员共同参与，经公司高层领导授权后开始实施。

本次活动是面向整个县城，凡在规定时间内来售楼处填写抽奖活动信息的顾客均参加后期抽奖活动。本着公平、公正、公开、透明抽奖仪式的原则。

本次活动采取DM单页、短信、报纸等媒介宣传。穿插销售人员去县城内家乐家、宽广、华晨等大型商场外广场内发放本项目宣传单页，辅助宣传本次活动。

截止到20XX年5月4日止，在活动期间共销售商品房11套，填写抽奖资料填写单X位，接听电话四十余通，接待客户人流量八百余人次。在5月3日抽奖当天截止上午11时抽奖开始前，当日上午资料填写量达到百余位，抽奖现场观众人数也达到八九十人。

抽奖现场嘉宾由衡总担任，分别抽取十名豪华云南双飞六日游。整个抽奖活动现场公平、公正、公开原则准时封闭投奖箱，奖项抽取时现场打开抽奖箱，抽取奖项后当场宣读中奖人员。抽奖现场反映良好，整个过程的透明性、公开性、公平性对咱们项目的口碑、公信力、知名度等方面都起到了充分的提升作用。活动期间商品房的成交数目充分显示着本次活动的成功。

本次促销活动的成功是对整个项目最好的，也是最有利的宣传，同时也借此机会改善了外界对本项目前期不良传闻造成的影响。

在活动期间施行全员在岗制度，取消活动期间休假，为本次活动准备好最佳的销售状态。活动期间销售队伍得到了充分锻炼，也是对整个队伍组建半年来最好的检验，同时也发现了许多以前未曾暴露的问题。等待活动结束后整理在此次活动中发现的问题并逐个解决。活动后重新调整队伍，加大对员工整体素质以及执行力方面的培养，以达到优秀销售团队的目的。

此次促销活动前期预计经费X元，截止20XX年5月4日各项费用共计花销X元。

销售部

篇3：五一营销活动总结

20xx年5月1日--7日开展了为期7天的大型五一促销活动，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1天”“疯狂特价，限时抢购”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。我们制作的五一广播稿，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。

五一大型文艺晚会把整个五一庆推上高潮，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，五一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：在本次五一活动中间，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，被迫流产。
- 2、监督表格没执行，是本次五一的一个遗憾。
- 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，是本次五一最大的遗憾

。

7、门店在五一活动中，在一些商品的创意陈列方面明显不足，有待改进。

8、门店在五一商品活动中，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、门店在五一活动中，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，象个垃圾场。

10、在五一活动中，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。