# 公司节日活动总结

来源：网络 作者：枫叶飘零 更新时间：2024-01-16

*公司节日活动总结5篇促销结束，你对这次的促销活动有怎样的收获呢?一起来看看吧！下面小编给大家带来关于公司节日活动总结5篇,希望会对大家的工作与学习有所帮助。公司节日活动总结1盘点整个光棍节日期间，有得有失，有关于以顾客服务为导向方面的问题;...*

公司节日活动总结5篇

促销结束，你对这次的促销活动有怎样的收获呢?一起来看看吧！下面小编给大家带来关于公司节日活动总结5篇,希望会对大家的工作与学习有所帮助。

**公司节日活动总结1**

盘点整个光棍节日期间，有得有失，有关于以顾客服务为导向方面的问题;关于企业品牌价值认可的问题;关于顾客忠诚度管理方面的问题;还有居安思危、进军零售速度、整合零售营销传播方面的问题，更有岌岌可危的人力基础管理方面的问题。

随着经济的发展和形势的变化，零售市场如今到处生根发芽，竞争日趋惨烈。面对这种局面，我已深知需完成角色转换，修正态度，抓紧学习，从实际出发，从细节着手，以图加强职能培训，整顿卖场氛围，调整员工心态，狠抓顾客忠诚度，加强调查研究，探求解决错综复杂问题的途径。对于光棍节节日期间的工作进行反思和总结如下：

一、盘点光棍节日期间的工作

A、加强卖场的人力资源、A类销售科别、A类商品的管理。

B、对本卖场竞争店的调研及附近消费情况的评估，在尽量做到差异化经营的情况下，避免商品同质化条件的价格竞争，对超市滞销商品进行清退，节日性商品的管理，尽一切可能做到不打无准备之仗。

C、积极组织管理岗员工的学习，加大对A类科别的帮扶力度，一切为销售服务。努力提高员工以及促销人员的工作积极性，并针对节日期间员工以及促销人员可能出现或之前经常出现的问题进行了分析。

二、存在的问题

超市在总部领导下，年度11月份月合计销售：288万于元，月度销售目标360万元。超市业绩的影响主要来自于以下几个方面：

A：大环境受国内整体经济环境，竞争店酒饮强势等影响，客单价、来客数相对减少，特别是在商品同质化的条件下，同种商品的价格往往高于竞争店，一线商品更为严重，购买力严重不足，因高新区店的主要消费层次为周边居住的中老年人群，顾客往往在购买来都货比三家、精挑细选，对于高单价商品的需求相对减少。

B：促销场外促销活动以及有力的促销手段全无，在商品没有竞争力的同时，应加大场外促销活动，特别是节日前10-15天，这对于提高商场来客数、客单价起到了较大的推动作用，

能起到了立竿见影的效果。大型促销活动每次都是一昧地特价促销活动，老生常谈，缺乏预见性和可行性。有的甚至只是形式性化，对于日益竞争的零售业没有起到攻城掠地的效果。

员工以及促销人员积极性不高，商品只是不够全面充实，缺乏培训、促销卖点不清晰。C：畅销商品缺货、堆头管理混乱与新品引进速度慢光棍节节月份多为公历纪年中的9-10月份是食品、酒饮销售旺季时期，顾客需求量大。而畅销商品、特价促销商品经常出现备货不足，堆头陈列不丰满，有的堆头甚至只有外围一层商品，在顾客购物时缺乏商品可比性，造成业绩的流失。

卖场商品选择性不够，同类商品额过多，造成卖场陈列过程中不能几种按照类别陈列，卖场陈列尤显凌乱。

堆头陈列位置多未能按照其所属类别分区分类，例如：酒水区出现奶制品堆头，礼盒区出现饮料类堆头。致使顾客购物时不能快速找到所需商品，且无法对同类商品有直观选择性的购买。另，同一堆头上虽同时陈列同一供应商的商品，但这些商品并不属同一类别。

新品引进速度较慢，开发新品力度有限，旧品淘汰率低，违背了“卖场商品都是新的”这一经营理念。另，酒水堆头多为本地较为常见的品类，\_\_、\_\_\_等。我店已有商品竞争者均有在售，而竞争者已有商品我店并未进场。我店至少缺乏此一项上的竞争力度。

D：商品质量问题和顾客投诉高一旦商品发生质量问题，一方面承担卖场的品牌形象损失，另一方面商场还可能要承担商品死货的责任，严重影响卖场业绩及对外信誉度。顾客因商品质量引起的投诉率和抱怨普遍，如：小家电商品质量问题，和光棍节大闸蟹事件等。

E：人员流失率过高员工入职时间一到两月或者半年时间对其负责的业务知识相对熟悉后出现辞职或自动离职，对商场的损失较大，一支稳定、高效的团队是商场参与竞争的根基。由于公司改革和薪酬体系的原因，员工流失比较严重。同时主管及员工的沟通、指导以及专管员干部的考核力度不够，员工的纪律观念强化有待升级。

管理人员工作不到位，未能及时并详尽的了解员工的心理活动状态以及变化。因员工更换频繁，收银、理货对商品了解的不足，业务机能不够熟练所导致的顾客普遍在卖场滞留时间过长而引起的消费降低，以及埋单时间过长造成的顾客抱怨。投诉。

F：硬件设施急需改善在光棍节节日高峰期间，硬件设备突显不足。以收银口为例，断网现象时有发生，很大程度上，延误了顾客探亲访友的预定时间，顾客在等待3-5分钟左右时会有近1/4者选择别家购买，而其中绝大多数这选择了竞争者的卖场。断网修复后收银台前散落满地的购物车购物篮中的商品可见一斑，也叫人触目惊心。

另，购物车的严重不足，大型购物车本店现有18辆，这远远无法满足光棍节节日高峰期时的顾客需要，因此出现的顾客在卖场寻找购物车的现象屡有发生，对光棍节这样的节日而言，这无疑会损失许多客单价较高的顾客到店选购。

G：超市目标不够明确目标不明确，导致员工工作的积极性不高，员工在经营理念上未树立起一定的目的，商场的各项培训工作未贯彻到实际工作中去，认知率较低，特别是一些服务理念上只落实在口头上，与实际操作行动程度上还有较大的差距，惰性化的工作态度较为严重。

贯彻目标不仅仅止于制度，应旨在培养并营造员工的工作心态和工作状态，环境影响人，而人又都是环境的产物，营造一个良好的工作状态和工作氛围应尽早纳入卖场经营理念中来。

个人问题：

A：沟通不够本人对于本卖场管理理论钻研不够深入透彻，不能有效的将公司所有理念传达至全体员工，对管理干部和员工的培养不够，零售竞争形式变化莫测，单兵应战以不是制胜之道。

B：创新力能力较差超市的发展需要创新，特别是营销方式需要创新，但由于顾虑到调整带来对商场业绩的影响，求稳怕乱想赢怕输的心理未能及时克服，以致于求新求变求胜之路，未能如我心愿。有负领导栽培。

C、细节管理不够超市需要细节管理，过于相信人性化管理的观点，相信全体干部的具体掌控，工作不全面、不细致。计划性不强、监督不力导致很多细节的执行不到位。

针对以上问题，主要完善以下工作：

A、提升专业技能不断学习和总结提高工作效率，以强化基础管理、狠抓服务质量、提升总体业绩为己任，以树立良好品牌形象、创建杨宁薛城根据地为目标，在坚持行为影响、示范引导的前提下，尽我所能激发带动全体员工工作热情，加强对值班长、管理岗同仁的共同学习，贯彻制度的落实与执行，强化现场管理力度，处理好顾客的投诉与抱怨，把握好顾客的退换货制度，尽量让顾客高兴而来、满意而归。

B、商品管理坚持对A类商品和C、Z类商品的追踪，努力提升商品陈列艺术，做到主力商品的位置，体现较强的季节性陈列、关联性陈列等。认真分析商品结构及市场需求，及时调整商品结构并合理控制库存，避免积压资金。做好竞争分析，与竞争者形成差异优势，使商品在完善消费市场的同时，进一步展示卖场连锁优势。

D：员工管理努力提升全体员工士气，用多种方式激励员工。强化领导班子对优秀员工的培养和指导、考核，认真贯彻师徒帮带体系，以及对专管员干部的考核力度，配合采购部对商品的各项管理及各类商品的追踪。认真落实卖场环境、卫生，让员工养成良好的习惯，积极配合公司开展各项现场管理节日促销活动，改善卖场氛围，提升卖场业绩。

E、服务管理加强员工服务意识培训，贯彻便民、利民、为民、亲民的宗旨，把服务看成企业文化的外在表现和综合竞争力的体现。我和我的管理团队定将自上而下不懈努力，向着这个目标步步迈进，完善服务体系、全程跟踪服务，全面进行客户渗透。

我志努力做好一名超市店长，坚持系统地学习了专业知识、加强沟通、做好顾客消费分析、做好人员的培训，带出一支具有竞争力的超市管理团队。

衷心感谢各位领导一直以来对我工作的支持、指导、监督及对我个人的帮助。我将认真地总结经验，发扬成绩，克服不足，以百倍之信心，饱满之工作热情，与公司和我的团队一起，勤奋工作，顽强拼搏，为杨宁的发展做出应有的贡献。

**公司节日活动总结2**

20\_\_年春节前一个月，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\_\_箱，\_\_箱，\_\_箱，\_\_箱，\_\_箱，\_\_\_箱，\_\_\_箱。共送出加油卡\_\_\_元，\_\_\_条。

这次活动搞得比较成功，效果也是立竿见影的。体现在以下几个方面：

一：整个系列产品销量的提高，特别是\_\_的销量从\_\_年初的下滑状到这次的扭转超过了\_\_年的销量最高峰的一个月，甚至赶上了\_\_年销量最辉煌的同期销量。

二：产品市场氛围的营造和拉动，在\_\_年初，\_\_处于低迷状态，而\_\_迅速占有市场，当时我们还在担心\_\_的后路何去何从，经过一年的努力，\_\_终于扭转了这个劣势，重新主导了市场。

三：这次活动，在公司的正确掌控下，产品的流向趋于良性，资金回笼及时，各分销商积极主动配合这次活动的开展。

但是在过程当中也存在着几个问题值得我们思考。

一：对于复杂多变的市场，我们没有一个合理的数据来预测到较为准确的总销售量，导致了在活动进行中销量不断提升，我们再次向厂方追加销售计划数字。我们以后要建一个销量档案，每个月的，每年的，促销期间的和自然销售的。这样的话对整个数据分析，对比。也能对市场有一个动态的了解和下次做活动的销量数据预测的依据。

二：由于公司这次活动销量的组成有二批商，团购商，乡镇渠道和分销渠道。在活动面市前没能做一个比较完善的销量细化分割，导致了最后的实际销售数据有3个单品高于厂方核报数量。在以后的活动前，我们要有一个具体的数据分割方案。

三：执行不到位。执行力差的问题体现在梦系列的活动上，在活动初期，我们要求各分销商：凡是有梦系列消费的必须要在第一时间向各维护经理登记备案方可参加此次活动。但是由于种种原因，执行不到位，最后处于失控状态。这也反映了我们业务人员的.执行力不够。这样给我们督查带来了很大的难度。这一点在以后的活动中要，如果不能执行到位的我们宁可放弃。

四：产品的价格问题。在产品做促销前，我们本来很担心\_\_的价格。但在公司的正确掌控下，海的价格并未见明显异常。而\_\_的价格却一路走低。在去年\_\_月份\_\_调价前，市场成交价能在每瓶255元左右，但在这次活动中，市场成交价最低只有225元-228元每瓶，即使现在活动结束，价格也停留在每瓶240元左右，又回到了调价前的价格。以后搞这样的活动要借鉴这次\_\_的掌控手法，不要给市场留有太多的库存，有计划的控制发货量。不为了销量而做销售。

五：数据的核报工作没有及时衔接，十天一次的滚动销量报批厂方没有及时跟进。以后再有这样的全方位大活动要有专人来负责这一数据的统计和上传工作。

预计在节后的一个月时间里，\_\_的销量会有所下滑，建议在市场库存不多的情况下对\_\_做一个跟进活动，让市场的氛围继续热起来。

**公司节日活动总结3**

黄金周的活动终于结束了，在近乎不眠不休的连续工作了这么久之后，终于是时候去看看我们在工作中取得的成果了!从目前整理的数据来看，在这次的活动中超市的营业额比起往年高出了不少!这也是因为我们在今年的改革和人们的消费水平上升导致的。

在仔细的对这几天分析过后，我也好好的整理了这次的问题，尽管收入提高，也不能总盯着成功的看。总之，在整理之后，我对这次超市黄金周的促销活动情况总结如下：

一、活动前准备情况

在节日到来前，已经有不少的商家来带超市给出了不少的促销活动方案，在对情况仔细研究之后，我们结合今年的销量和往年的数据，选择了主要和几家重要的商家合作，推出节日特别优惠套餐。同时在超市的重要区域也做出了堆头以及广告牌引导。

这次的活动主打礼品方面，对节日的主要礼品，如：“白酒、香烟、礼品盒……”等重点推荐和折扣，同时考虑到了不少家庭会乘着这次的机会来采购生活电器和消耗品，这些产品也是都给出了很多的优惠，并放出了满额回馈优惠券。

在这次的活动准备中，我们反省了过往活动中的不足，考虑到周围住户的情况，针对用户，重点宣传和折扣。这种迎合了大众口味的折扣活动，让这次的销售情况空前的火爆!

二、活动宣传

在这次的活动宣传中，我们在周围\_\_里内发放了\_\_\_份宣传单，同时配合在节日前几日的广告车辆宣传，在周围居民区可谓是做足了宣传。当然，在电台、报纸等区域也做好了相应的分时段宣传。

同样，在超市周围更是做了不少宣传和礼品的发放，进一步炒热了顾客们对活动的期待，同时对国庆宣传装饰也早早的挂出。

这次在宣传上可谓是废了很大的精力和经费，全部计算消耗约为\_\_\_元。不过和付出后带来的收获确实有效，这样大的宣传同样提升了\_\_\_超市的知名度。但是考虑到高额的消费，在以后的宣传中可能需要更加的精打细算，尽量以更加便宜的方式作出有效的宣传。

三、不足

在宣传方面的经费没有控制好，这虽然没有导致直接的损失，但也并不是好事，对于经费的调控，还是要再做加强。其次，就是对顾客流量的预期，这次的人流量确实超乎了想象，火爆商品的预计也没做好，导致了几次售空来不及补货的情况，这些都需要着重注意。

四、促销情况的总结

在这些准备之后，确实收到了很大的效果，甚至出现了比预期更好的反响，导致在很多货架都供不应求，不过还好我们准备的储备商品足够多，及时的补充上了售空的货架。

在这次的活动中，我们再次见识到了顾客们的销售热情。同样，我们也确定了自己选择的促销路线是正确的。在今后的工作中，我们会更多的去考虑顾客的主要需求，去了解顾客的选择，并积极的运用在销售中。

**公司节日活动总结4**

为迎接双十一，超市举行了促销活动，在公司领导的正确部署和支持下，本次活动取得了较好的成绩，并一定程度上扩大了超市在\_\_的人气，但还有一定的不足。现将本次促销活动总结如下：

活动前期宣传准备工作不足，参与当天活动产品数量及品种少，进货数量少、资金有限。没有达到预期效果，对畅销产品的进货估量不足，有的产品已售完，再加上选址没有选好，我个人认为有这样好的政策，初次活动应该选择人多繁华地段，搞稍大的活动，产品明显分类、划分。在视觉和心态上给予消费者很大的冲击力，一炮打响。给我们以后的活动留下很好的借鉴。

季节性产品比较热销，有一些商品没有及时到位，导致损失了一部分销售，这是值的我们去深思和检讨的，本店在人力方面不足，也是活动没有得到充分发挥的原因，此次活动人气有了，但还是没有达到预想的效果。

这次活动店里进货大概在\_万元左右，还有以前店里不到\_\_元的存货。活动中\_\_的套盒，冬季的自发热用品都销售的不错.活动第一天的销售\_\_元，第二天销量达到\_\_元，是活动中销量最好的一天，第三天由于中午接到通知说有工商检查，下午不得不收拾了外面的帐篷，但总体还是不错的，当天的销量也达到了\_\_元。三天活动下来也有\_\_元的现场销量。

总之，任何工作要不断进行总结和检讨，才能把下一次的工作做好，我们希望以后公司能够给予我们\_\_点更多帮助和支持，再加上我们的不断努力，我相信超市的未来会更上一层楼，成为\_\_中的龙头老大。

**公司节日活动总结5**

充满机遇与挑战的光棍节已经过去，回首今年整个节日期间的超市，在总部各中心领导的帮助和指导之下，加之全体管理人员以及优秀员工的合作与努力之下，各方面得以稳固磐实，商场工作得以顺利开展。在\_\_销售目标上，众人不可谓未尽之能事，且不论结果如何，此中显现之苗头，不可说不令人欣喜。对于光棍节节日期间的工作进行反思和总结如下：

一、盘点光棍节日期间的工作

A、加强卖场的人力资源、A类销售科别、A类商品的管理。

B、对本卖场竞争店的调研及附近消费情况的评估，在尽量做到差异化经营的情况下，避免商品同质化条件的价格竞争，对超市滞销商品进行清退，节日性商品的管理，尽一切可能做到不打无准备之仗。

C、积极组织管理岗员工的学习，加大对A类科别的帮扶力度，一切为销售服务。努力提高员工以及促销人员的工作积极性，并针对节日期间员工以及促销人员可能出现或之前经常出现的问题进行了分析。

二、存在的问题

超市在总部领导下，年度\_\_月份月合计销售：\_\_万于元，月度销售目标\_\_万元。超市业绩的影响主要来自于以下几个方面：

A：大环境：受国内整体经济环境，竞争店酒饮强势等影响，客单价、来客数相对减少，特别是在商品同质化的条件下，同种商品的价格往往高于竞争店，一线商品更为严重，购买力严重不足，因\_\_区店的主要消费层次为周边居住的中老年人群，顾客往往在购买来都货比三家、精挑细选，对于高单价商品的需求相对减少。

B：促销：场外促销活动以及有力的促销手段全无，在商品没有竞争力的同时，应加大场外促销活动，特别是节日前10-15天，这对于提高商场来客数、客单价起到了较大的推动作用，能起到了立竿见影的效果。大型促销活动每次都是一昧地特价促销活动，老生常谈，缺乏预见性和可行性。有的甚至只是形式性化，对于日益竞争的零售业没有起到攻城掠地的效果。

C：畅销商品缺货、堆头管理混乱与新品引进速度慢，光棍节节月份多为公历纪年中的9-10月份是食品、酒饮销售旺季时期，顾客需求量大。而畅销商品、特价促销商品经常出现备货不足，堆头陈列不丰满，有的堆头甚至只有外围一层商品，在顾客购物时缺乏商品可比性，造成业绩的流失。

D：商品质量问题和顾客投诉高：一旦商品发生质量问题，一方面承担卖场的品牌形象损失，另一方面商场还可能要承担商品死货的责任，严重影响卖场业绩及对外信誉度。顾客因商品质量引起的投诉率和抱怨普遍，如：小家电商品质量问题，和光棍节大闸蟹事件等。

E：人员流失率过高：员工入职时间一到两月或者半年时间对其负责的业务知识相对熟悉后出现辞职或自动离职，对商场的损失较大，一支稳定、高效的团队是商场参与竞争的根基。由于公司改革和薪酬体系的原因，员工流失比较严重。同时主管及员工的沟通、指导以及专管员干部的考核力度不够，员工的纪律观念强化有待升级。

针对以上问题，主要完善以下工作：

A、提升专业技能。不断学习和总结提高工作效率，以强化基础管理、狠抓\_\_服务质量、提升总体业绩为己任，以树立良好品牌形象、创建\_\_根据地为目标，在坚持行为影响、示范引导的前提下，尽我所能激发带动全体员工工作热情，加强对值班长、管理岗同仁的共同学习，贯彻制度的落实与执行，强化现场管理力度，处理好顾客的投诉与抱怨，把握好顾客的退换货制度，尽量让顾客高兴而来、满意而归。

B、商品管理。坚持对A类商品和C、Z类商品的追踪，努力提升商品陈列艺术，做到主力商品的位置，体现较强的季节性陈列、关联性陈列等。认真分析商品结构及市场需求，及时调整商品结构并合理控制库存，避免积压资金。做好竞争分析，与竞争者形成差异优势，使商品在完善消费市场的同时，进一步展示卖场连锁优势。

C：员工管理。努力提升全体员工士气，用多种方式激励员工。强化领导班子对优秀员工的培养和指导、考核，认真贯彻师徒帮带体系，以及对专管员干部的考核力度，配合采购部对商品的各项管理及各类商品的追踪。认真落实卖场环境、卫生，让员工养成良好的习惯，积极配合公司开展各项现场管理节日促销活动，改善卖场氛围，提升卖场业绩。

D、服务管理。加强员工服务意识培训，贯彻便民、利民、为民、亲民的宗旨，把服务看成企业文化的外在表现和综合竞争力的体现。我和我的管理团队定将自上而下不懈努力，向着这个目标步步迈进，完善服务体系、全程跟踪服务，全面进行客户渗透。

我志努力做好一名超市店长，坚持系统地学习了专业知识、加强沟通、做好顾客消费分析、做好人员的培训，带出一支具有竞争力的超市管理团队。

衷心感谢各位领导一直以来对我工作的支持、指导、监督及对我个人的帮助。我将认真地总结经验，发扬成绩，克服不足，以百倍之信心，饱满之工作热情，与公司和我的团队一起，勤奋工作，顽强拼搏，为\_\_的发展做出应有的贡献。

本DOCX文档由 www.zciku.com/中词库网 生成，海量范文文档任你选，，为你的工作锦上添花,祝你一臂之力！