

# 并在醒目处贴出 商店儿童节促销活动方案 (实用5篇)

每个人都曾试图在平淡的学习、工作和生活中写一篇文章。写作是培养人的观察、联想、想象、思维和记忆的重要手段。写范文的时候需要注意什么呢？有哪些格式需要注意呢？下面我给大家整理了一些优秀范文，希望能够帮助到大家，我们一起来看一看吧。

## 并在醒目处贴出篇一

每年的6月1日是国际儿童节，在这一天，很多家长会陪孩子出去玩，为了把握这次商机，心连心超市针对六一儿童节制定了促销方案。“六一”国际儿童节不仅能带动人气，促进相关商品的直接销售，而且能建立良好的企业形象，增强品牌势能。同时希望通过这次六一儿童节的促销活动能提高新世纪在少年儿童心目中的影响力，借助儿童节来提高成人的消费，以特别的比赛互动形式来营造六一节的欢乐气氛，促进儿童商品的销售。

经过心连心超市或者来心连心超市购物的有家长陪同的4—15岁的小朋友。

### 1、促销实施主题

“庆六一，欢乐送. 活动多，礼品多.”

### 2、促销时间

x月x日—x月x日

### 3、促销商品

主要是儿童类消费品，比如童装、童鞋、玩具、文具、体育用品、图书、零食饮料等。

#### 4、促销宣传

人员宣传：在xxx商店门口安排人员对过往的人进行宣传（主要针对带着小朋友的家长），吸引他们进来参加促销活动。

派发传单：安排工作人员到幼儿园、小学和初中发放宣传单，扩大本次促销的知名度。

#### 5、促销方式

##### （1）儿童类商品88折销售

活动时间：在x月x日至x月x日期间

活动地点□xxx商店

活动对象：任意消费者

活动内容：在本次活动期间，购买童装、童鞋、儿童用品、学生用品，以及指定的零食和饮料全场6折—9折，其中根据商品的利润和销售量来确定商品的打折力度。

##### （2）卡通面具大放送

活动时间：在x月x日至x月x日期间

活动地点□xxx商店六一儿童节领取礼品的专柜

活动对象：不管是成人还是小朋友都可以凭票领取卡通面具  
活动内容□xxxx个卡通面具免费大发放，凡在超市进行消费的消费可以凭购物发票免费领取卡通面具一个。

### (3) 个个有奖，礼品大放送

活动时间：在x月x日至x月x日期间

活动地点□xxx商店六一儿童节领取礼品的专柜

活动对象：不管是成人还是小朋友都可以参加抽奖

特等奖1名：英汉电子词典

二等奖10名：乒乓球拍一副

三等奖50名：铅笔一只

安慰奖□xxx促销气球一只

### (4) 免费摄影机会放送

活动时间：在x月x日至x月x日期间

活动地点□xxx商店六一儿童节领取礼品的专柜

活动对象：不管是成人还是小朋友都可以凭票领奖

活动内容□xxx商店与附近的摄影楼进行合作，凡在xx商店消费满xxx元的消费者可以凭借购物小票到xxx商店六一儿童节领取免费的摄影券，家长可以凭票带着小朋友带与xxx合作的影楼进行1张10寸照片的拍摄并冲洗照片。

## 并在醒目处贴出篇二

1、总经理办公室无

2、招商处招商手册、厂商提供资信明细、商厦布局图

- 3、招聘处招聘岗位、招聘登记表
- 4、促销活动咨询处店庆期间商厦的各项促销活动
- 5、会员卡发放咨询处会员卡的登记表、联网电脑、会员卡、会员卡使用手册
- 6、顾客意见接待处顾客留言簿、处理退货簿等

## 并在醒目处贴出篇三

### 1、超市抢购风

负责人□xx

每天推出x余种超低价商品，从x点开始限量抢购至售完为止。

每天在商场门前用pop标出超低价商品的品种价格，负一层设有告示牌，告知顾客具体内容。

### 2、洗化特价潮

负责人□xx

主要以买赠方式为主，在门前以商品图例展示，标出原价和特价。（费用商户承担）

### 3、穿戴类商品打折促销：

负责人：各楼层经理

具体内容：

1)活动时间：（10月1日---10月7日）

2) 凡参加活动的商户结算时扣x个点，不含税。具体商品及折扣幅度：鞋帽类商品x折，箱包类商品x折，二、三楼男装折，三楼休闲装折，4楼女装折，5楼针织折。

3) 不参加此次活动的商户在原扣点的基础上加扣x个点。

4) 原合同中有x%广告费的商户不另加扣点。

5) 要求各楼层在x日前将具体商户参加此次活动的情况及不参加此次活动的情况报业务部。

4、寻找幸运顾客：你的幸运，我的快乐

负责部门：业务部，礼品提供：洗化超市，负一层超市

顾客凭有效证件在总台登记领取。有限证件包括：身份证、户口、警官证、士官证

如果是10月出生的顾客送价值x元的礼品。

如果是10月1日出生的顾客送价值x元的礼品。

如果是49年出生的顾客送价值x元的代金券。

如果顾客名字中包括“国庆”两个字，送价值x元的代金券。

如果是x年10月1日出生，名字中包括“国庆”两个字的顾客，送价值x元的代金券。（限每天一位）

## 并在醒目处贴出篇四

1、本开业方案具体实施期：\_\_年\_\_月\_\_日-\_\_年\_\_月\_\_日，共计三天。

2、本开业方案宣传主题：吃中国名火锅“\_\_\_\_火锅”，给您双重惊喜(一重：开业优惠酬宾;二重：好礼送不断)。

3、实施本方案所需物品及经费预算。

## 方案的主要内容

### (一)开业前的筹划准备工作

1、由公司外筹备指导人员组成开业筹委会，迥然不同人员的招聘与培训工作，物品设施与设备的采购、调试、安装等，并协调好与当地职能部门的关系，了解当地广告业的情况等一系列涉及后期开业的相关事宜，要求在执行本方案前三天完成。

2、与加盟商共同研究并熟悉本方案，确保本方案能顺利实施与执行。

3、将正式开业的前三天做为试营业期，且此三天不做任何广告与宣传，主要用于检验内部营运情况。

4、正式确定开业日期应尽量避免在周末开业。

### (二)开业前期店内气氛营造与烘托。

1、vi形象礼堂部分中的餐巾纸、筷套、订餐卡、优惠券(代餐券)、dm单、pop吊旗、\_\_\_\_专用气球、专用灯笼、老照片、相关写真图片等由公司各加盟店设计制作并督导落实到位。

2、店堂布置：视各店实际场地情况在屋顶的梁上悬挂pop吊旗、\_\_\_\_专用灯笼、彩带;墙面上悬挂老照片、柱子上悬挂老照片、名人名画、\_\_\_\_木雕、专用中国结，注意整齐与数量。

3、背景音乐：餐厅播放一些喜庆的音乐(民乐、古典音乐、

民歌等)，忌放现代流行快节奏歌、舞曲(如disco音乐等)。

4、店堂内员工整齐站台、统一着装，开业期内员工按营运要求(早9:00，晚16:00)在店外整齐列队(例行检查、企业口号、掌声、练舞、班前营业安排等)。

### (三)店外气氛营造

1、如达到公司有关加盟店的分级要求，店外应有\_\_\_\_雕像。

2、门头上悬挂两面\_\_\_\_pop旗。

3、门头下方悬挂\_\_\_\_专用灯笼，每个灯笼上印有“\_\_\_\_”专用字体。

4、前放置一气拱门，拱门直径根据当地实际情况而定，拱门上内容：“中国名火锅”“重庆\_\_\_\_火锅”全国连锁\_\_店隆重开业，拱门的旁边各放一气柱，每个气球上贴两条竖幅，内容：热烈庆祝\_\_\_\_火锅全国连锁\_\_店开业；消费满100元，送\_\_元消费券(一正一反)。

5、找一个显要位置做一幅布幅，内容：全国\_\_家店同庆\_\_店隆重开业!开业大酬宾：吃100元(菜品)，送\_\_元(消费券)、吃\_\_\_\_火锅，好礼送不断。活动时间：\_\_年\_\_月\_\_日-\_\_年\_\_月\_\_日。

注：另可采用打折方式、赠送菜品的方式、发放贵宾卡的方式或免费酒水的方式等。不另制作促销细则。活动解释权归店方。

6、开业花蓝至少不少于20个，且要求为真花。

7、大门口铺红地毯。

8、在当地主要路口主要是转盘，进出城口放置空飘，一般一处四个，空飘下竖幅内容为：吃重庆名火锅——\_\_\_火锅，好礼送不断；开业酬宾吃100(菜品)，送\_\_元(消费券)，可重复放置。

9、店附近前后200m插刀旗，刀旗上印“\_\_\_火锅”、“全国绿色餐饮企业”、“重庆名火锅”、“中国优秀企业”。

#### (四)广告宣传

1、媒体一定要投放资金做宣传(可采取软文+广告)同时并举。如：电视字幕、报纸等形式。

2、随报夹带，选择当地发行量较大的报纸做随报附送广告，区域为当地店所在区及周边区域。且选择订阅户，时间为开业前第二天和开业当天、开业第二天。

3、dm单的发放，选择当地人流量较大且人口质量较高的区域，如：大型商场门口、小区门口、高档门面、写字间、政府部门门口。发放要求：

(3)发放的姿势及语言，左手托dm单，腰微屈，且面带微笑，并配以礼貌用语“欢迎光临巴将火锅店”，用右手将dm单送到目标对象的手中。

(4)统一着装，披授带，可选用店内员工，也可以临时聘用附近的大中学生。

(5)注意事项：若对方不接dm单不能强行塞到对方手里，且注意将附近散落的dm单捡拾起来，以免造成不好印象，数量每天10000-0份，三天共计30000-60000份左右。

(6)广告气球的发放(赠送)：选择中、高档茶楼、酒吧、咖啡厅，数量视店周围情形定。

(7)广告餐巾纸的发放：广告餐巾纸的发放选择踵就餐时段，即11：30到12：30之间，发放的地点为政府、行政机部门旁的一些高档次的快餐店，因为里面的人多为实行朝九晚五改革后的政府机关人员，现代企业的高级打工人员。同时将广告餐巾纸向临街的门面发放，但应注意不要其它饭馆、面摊上。

注：随报附送的dm单做大度16k的规格，而街散发的dm单适当配合广告餐巾纸一起发放。

(8)腰鼓队(或其它有当地民众风格的节目)：60人的一个方队，另派两我们的迎宾披授带走在最前面，撑一横幅内容为：“重庆\_\_\_\_火锅店开业酬宾，吃100元(菜品)，送元(消费券)”。另一横幅内容：“开业期间好礼不断+地址+订座电话”(可走在队尾)，腰鼓队暂定为三支，开业三天各一支，路线选择人口密集区或主街道；时间为早上10：30-13：00(沿途配合发放dm单)。

(9)短信发送内容：“吃\_\_\_\_火锅，给您双重惊喜：热烈庆祝重庆\_\_\_\_火锅店开业，吃100元(菜品)，送元(消费券)；好礼不断，订座电话。

(10)电视字幕：可以参照短信广告内容，另加入地址信息，欢迎光临等字样。

(11)当地交通台。

(五)开业促销细则

此此类推，如顾客有扑克数量的要求，可适量加赠，其它类推。注：代餐券的使用说明应明确、不包括酒水消费。

注：1、凡来就餐每桌均赠送\_\_\_\_手提袋1个，\_\_\_\_中国结1个。

2、持代餐券前来消费请见代餐券使用细则。

3、活动解释权归店方。

另有以下促销细则可供参阅：

1、赠送现金券相关于就餐人员来回的交通费。

2、活动期间的就餐人员免费喝\_\_\_\_各种滋补酒。

3、凡在活动期间内就餐的人员享受\_折优惠。

## (六)开业庆典

若能请到当地名人或官员可摘一个隆重的开业典礼，找一家礼仪公司负责

## 并在醒目处贴出篇五

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忙。

十一活动第一天，9月30号。当天天气很不好，雨一向下个不停，说大不大，说小不小。但是如果这种状况的话，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，但是奇迹发生在下午，虽然雨还是在下，但是客流能够说是相当的火爆了。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。但是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明白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，看当天任务完成状况，并且与同期进行比较。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。这次而是选取两个品牌定点，参加销售，帮忙完成任务，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。但是从销售中，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！期望老天爷不要耍我们。才第一天，10月1号要更加努力才行。

因为昨日实在太累，一回家躺到床上就睡着了，所以没有写，这天就把两天的合并起来一齐完成。

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，但是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(怎样都是经销)，但是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，此刻销售第一，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，起初我以为是自已长得不错的原因，之后才慢慢发现，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，素质也不高。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。他和他小姨一齐来购物，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!

活动还有几天，可能一天不如一天，只有做好每一天的销售，才能完成公司下达的任务，大家都加油吧！

10月3号，这天最后是个不错的天气——阴天，到了中午还出了太阳，暖暖的，有点燥热。但是卖场的人气却大不如前三天了。尤其是我们柜，早上几个品牌都是涂个开张，但是到了下午还是多少有点回升。到晚上六点半，我们柜的任务还差两万，看似不多，但是对于单品均价只有300——500左右的我们，还是要更加努力才行，而且这个时候基本上都没有什么人流量了，只有祈求几个品牌能够卖几个大泡泡。直至下班，离任务还差一万左右，算是有点庆幸了。但是听说这天店任务没有完成，跟同期比较也有所下降，甚至有人传说不完成任务不能下班了，天啊，大家电的同仁们，加油啊！但是还好了，最后还是九点关了门，因为那个时候整个商场已经没什么人了，光耗着也没用，何况每个人都已经精疲力尽了，不如回家重整旗鼓，明日再战。

我这天给自己的任务是到飞利浦柜参加销售，不卖个xx元不罢休。其实对于我来说，产品知识还不是很全面，除了剃须刀，自己使用过，有经验和想法外，就一无是处了，所以xx元对于我来说不是小数目啊。销售员看到我的参加也很高兴，她们说有男士来卖剃须刀比她们卖更方便，都是同类，有共通语言，方便销售。但是我越是要有意参加销售，老天越是跟我作对，站了半天，连个过来看的都没。有个男的看了一眼，我刚开口问有什么需要，他理都不理我就走了，让我当时情绪很低落，难道真的是同性相斥吗！之后来了个中年妇女，我把活动资料——所有产品都有折扣，只到7号，跟她详细一讲，她很快就有了兴趣，但是接下来却让我失望的是她却不是来买剃须刀，而是买了吸尘器。但是还好了，至少我的宣传没有白费，总算是买了。几十分钟下来，我一个都没卖出去，很失落的走了，看来我就不是销售的料子，还是回柜台做我该做的去吧。

个嘴呢，也可能确实太累，连张口的力气都没了。但是没想

到的是，我刚准备离开，车房的看门师傅过来对着我就吼：“把车弄倒了怎样不扶起来？”我还，离我们这么近你没看见吗，眼睛长什么地方去了，顿时就烦了：“又不是我弄倒的！”“算了，你走吧！”师傅的口气就变了，看来不强硬不行。这两个事情给我的感触很大：一、不能做好人。人善被人欺，马善被人骑；二、该强硬时就不能软弱，耳朵根不能软；三、要坚持自己的立场，不能因为一点插曲就随意偏移。如果当时我能做到以上三点，就不会跟先前那个客人磨叽那么长的时间，被车库的看门师傅冤枉我。但是这样也好，让我一天之类学到人生这么大的学问。

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！

## 国庆促销活动总结

9月30日-10月7日圆满完成了“国庆不愁价”促销抽奖活动。活动透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，具体状况如下：

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个性。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), 信息(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用心配合。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, 给抽奖活动带来了有效地硬件保障; 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、整体状况

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。

出现以上状况原因在于:

1、宣传媒体推广时间较短, 活动前9天才正式确定活动开始, 前期筹备时间过长, 真正的活动推广时间较短。

2、公交广告视频能够做得更好, 所有媒体推广时间过短, 不能让客户充分理解万原家居促销活动资料。

3、dm单发放的效果有待提高, 商场人员储备上需要更多人手投入到活动中, 整个活动上常出现人员监管不到位状况, 使整个活动的执行效果严重打折。

4、扫楼效果不理想, 搜集回来的客户信息总共才157个, 而花费的费用高达3680元。

5、宣传时间没有充分利用网络平台的优势，造成宣传有死角；

6、商品摆放不够突出特点，营业员的服务意识不高，产品专业度不够，不能再短时间内让顾客对商品产生兴趣。营业员不会占有主动权，大多数是在跟随顾客的思路。在整个活动期间，我们的营业员大部分没有提高服务意识，服务质量未有提升。除了服务员自身素质不够高以外，和商场没有培训也有关系，营业员的服务质量不是一朝一夕的时间能够到位的，要透过我们平常的不懈努力，透过我们内部培训，定期组织专业知识学习，提升自身水平，从产品分类，材料特性，如何辨别真伪，区分产地，如何做到展位的合理布局，培训营业员推荐性销售，能做到给商户和营业员合理有效的指导，及制定合理培训计划。

## 2、销售状况

活动期间各商户销售状况，有高有低，总销售额为9250045元：售卖较好的罗曼迪卡□xx42330元；名艺名居：1080000元；富贵东方：772932元；最低销售：瑞庭家居□xx0202元，主要是因为品牌效应不强，价格低端，主要走中低端路线。

## 3、活动成本及相关费用

此次活动奖项，根据销售额设置如下□iphone4s2台，sony相机5台，金婚钻戒3套，品牌压力锅10个，雨伞100把，合计：400050元；提点□x元。整体成本：76766元，商场支出：34096元；商户支出：38470元，未付部分：气球拱门：2400，舞台1800，合计：4200，扣点方面：星港：59.50，慕思：20.75，芝华士：94.55，澳玛：66.75，富贵东方□xx40.56□上艺：1574.05，艺：2195.14，扣点合计：5251.30元。

## 4、活动策划

此次活动的策划，开始的时候透过征求商户意见和之后公司专会研究，所有人员献策献力，使活动方案较为完整并得以实施。但是，从细节来看还是不够严谨，包括幸运奖，卡瑞珠宝的清洗卡，能够换个方式进行dm单出来的效果能够根据印刷工艺，设计更亮一些，相信透过磨合，在以后的活动中避免发生。

## 5、活动执行

一、电话营销：使用人员61人/次，打电话总数：16273个a类客户xx050个，b类客户25600c类客户：3620个，详细见附件。

二、信息：信息群发客户信息达550000条，电话号码达21000个，平均每个电话接收达5条。

三、dm单发放：学生发放18人/次，商户11人/次，整体执行存在监督不利和商户的自觉性都完全没到达标准，整体效果没完全到达，下午去抽查，存在个别人员不在指定区域的状况，下次活动务必改善，以到达预期效果。推荐全部请专业发放传单人员，或学生进行操作。

四：扫楼状况：

共计花费36800元，扫楼有效号码：1570个，平均每个号码费用：23.43元/个，费用相当惊人，推荐下次活动，全部使用学生，商场派人严格监督，将扫楼的效果提高，让更多的人明白万原。

5：奖品/礼品方面：

邀请函客户当中存在个别店面的人员自行领取的状况，状况混乱，没有真正的落实到实处，也给商场和商户带来了损失，请各为商户自觉加强店员教育，拒绝内部人员领取活动礼品，

下次活动一点会加强管控和监督。

## 6、活动中存在的问题

活动期间来的客户较多，但是成交量相当低，整体原因是多方面的，过来了解产品的居多，所以在销售过程中，要求导购人员沟通上做到三大主动：1. 主动介绍，宣传公司的促销活动状况及优惠活动；2. 主动解答顾客的疑问；3. 主动加强与顾客的沟通。透过顾客对商场的认知度调查来看，各种宣传的途径都带来一些顾客群，但主要有：透过报纸，小区广告、电话、信息及周边居民了解到的居多。被朋友介绍过来的顾客也占有必须比例，所以建立顾客档案和建立推荐机制是务必的。建立顾客档案，是想透过对老顾客的维护让其为商场带来新的顾客；建立推荐机制是为了刺激让更多的人将意向顾客带到商场，拉动销售。

## 7、总结

从活动现场来看，今年的家具行业形势确实受到必须的影响，销售平稳，没有高潮，调查过几家较大的家居商场，情形也是如此。但是潜在的刚需顾客还是有的，就看我们怎样去发觉和如何去培养顾客。当前应提升商场商品的档次和规范提升营业员行为和素质。根据节日时间，提前将策划方案做出。大的节日策划在提前两个月的时间完成，小的节日在提前一个月完成，预留充分的时间便于将方案更细致化。定时到其他商场了解状况，购买相应的书籍丰富自己的专业知识，透过询问征求更多的推荐。