

2023年化妆品活动结束后的总结心得和感悟 促销活动结束后的总结心得(优质5篇)

从某件事情上得到收获以后，写一篇心得感悟，记录下来，这么做可以让我们不断思考不断进步。我们想要好好写一篇心得感悟，可是却无从下手吗？下面是小编帮大家整理的优秀心得感悟范文，供大家参考借鉴，希望可以帮助到有需要的朋友。

化妆品活动结束后的总结心得和感悟篇一

为贯彻落实总行《20xx年下半年银行卡业务营销活动方案》指导意见，我支行紧跟总行脚步于20--下半年积极开展盛通卡的促销活动。通过一系列的促销活动，鼓励和促进盛通卡客户刷卡消费，活跃地方消费市场，继续提升盛通卡的知名度，扩大市场份额，同时进一步挖掘潜在客户，培育优质客户，提升客户的忠诚度，扩大了社会影响力，收到了良好的营销宣传效果。现就整个营销活动的开展情况汇报如下：

支行领导班子高度重视，并结合总行下发开展银行卡业务营销活动的方案提出指导意见，对营销活动进行统一组织，协调和管理，根据活动的具体内容进行分工，充分发挥各个渠道的作用，动员一线员工积极参与。以支行个金部为活动的牵头部门，负责整个活动的开展和宣传工作，通过与网点密切配合，及时沟通，充分的调动网点人员积极性，将网点打造为活动的主力军，从而为本次促销活动奠定了良好的基础。

盛通卡营销活动开展以来，我支行从进一步促进银行卡业务稳健发展、提升银行卡交易活跃度的高度上，认真组织支行各人员开展宣传活动。

（1）渠道方面（如网点渠道等）

银行卡促销活动的渠道方面，我支行通过在营业网点的led门楣显示屏播放宣传语，在网点摆放银行卡业务促销活动易拉宝、活动折页。营造网点盛通卡促销氛围，向客户宣传我行盛通卡促销活动的内容。

（2）人员、团队方面

人员、团队方面，我支行要求所有员工于学习总行下发的相关文件精神。全面掌握我行的产品，做到人人熟知银行卡业务营销的具体内容及优惠活动，并抓住产品的优势和特点，务求为客户办理业务同时能够进行沟通并积极推广，更好地营销产品，提高客户参与率。另一方面支行动员网点积极参与各项竞赛活动，更好的推广盛通卡促销活动。

（3）户外活动方面，能够充分利用活动推广

我支行在举办相关户外宣传活动时，例如“20xx年普及金融知识万里行活动”，均对盛通卡营销活动进行宣传推广，派发盛通卡营销活动折页，讲解盛通卡营销活动的内容、优惠活动等，令客户更积极的参与盛通卡营销活动。同时我支行并要求营销人员要深入到户，现场讲明和辅导办卡、用卡知识，让持卡人熟悉用卡流程，把服务贯穿于整个营销过程，并取得较好效果。以发放宣传单、讲解银行卡业务营销活动等方式开展宣传活动。

本次银行卡业务营销活动，通过各种途径大力宣传，在柜面积极宣传下，到我行办理的客户，在柜面人员及时介绍下充分了解银行卡营销活动中优惠，推介我行银行卡相关的营销活动，有效，促进盛通卡客户刷卡消费习惯，帮助完成发卡刷卡消费额任务，提高我支行盛通卡品牌知名度和美誉度，培养客户刷卡消费习惯，增强我支行与企业的沟通、了解，通过本次盛通卡刷卡优惠活动能够与合作商户达到共赢。

大部分客户特别是较年轻的客户对我行银行卡业务营销活动都比较认可，特别是银行卡pos消费营销活动受到客户的一致好评。同时客户希望在以后的银行卡业务活动中能够加大合作商户的范围，增加优惠名额。

通过宣传活动，营造了良好的银行卡推广环境，为为推进我行银行卡业务进一步发展的工作奠定了坚实基础。支行将以此次营销活动为牵引，继续加大宣传力度，合理引导社会公众，在实践中不断探索总结成功经验、丰富宣传内容、创新宣传方式。

化妆品活动结束后的总结心得和感悟篇二

12月24日下午，职业技术师范学院分团委学生会于文科楼205教室召开了例会，例会主要是关于元旦晚会的总结并以特别的方式给分团委学生会成员送去苹果和节日祝福。分团委学生会书记陈雪映老师出席本次例会。

会议的开始，和以往一样，办公室助理对今天会议的考勤做了详细的汇报。紧接着是各个部门代表轮流做元旦晚会的总结工作，每个部门的代表都认真地汇报了他们在元旦晚会前期和过程中所做的工作，并指出优点和不足，还表示有则改之无则加勉。尤其是文艺部的部长，谦虚地点出了本部门在和支持人的沟通方面做得不够好，而且还在晚会前弄坏了一个小道具，幸好及时解决没有影响到晚会。

各部门的总结过后，陈老师首先表扬了大家在晚会中所作出的努力，并称大家实在是太谦虚了，其实我们很多部门都做得很好了。其中，陈老师也给大家提出了很多工作中的建议和指导，比如说学会合理分工，沟通，都是工作中非常重要的。陈老师的讲话十分在理，博得了阵阵掌声。

今天恰逢平安夜，因此在会议结束后，由生活部的副部长巫慧晴主持本次平安夜活动，几箱红彤彤的苹果突然展现在大

家的眼前，而且每个苹果都做了精致的包装还配有祝福语。但是苹果却不是一个个分发的，巫副部长别出心裁地让大家先来点小互动，首先由院分团委学生会陈雪映老师随机从箱子里抽出5个写有名字的苹果，赠与幸运儿。陈老师还为今天生日的黎明其同学也亲手送上了一个大大的苹果，他表示我院分团委学生会是一个温暖的大家庭，在这里感到很幸福。互动过后，没有被幸运抽中的同学就上台随机领取一个苹果，领到谁的苹果，今晚就自行联系那位同学将祝福苹果送到他的手上，这也是给大家一个交流了解的机会。

本次会议进行得有条不紊，气氛十分融洽，反思总结过后的大家都收获满满。每一次总结反思，都会让下一次工作取得更加骄人的成绩。这次会议最后发苹果、送祝福，拉近了大家的距离，同时也让大家深深感受到了分团委学生会这个大家庭的温馨和感动。

化妆品活动结束后的总结心得和感悟篇三

连锁商场或超市总部将各个分店反馈回来的商情信息以及带有共性的影响销售的住处加以综合分析，慎重考虑和周密计划之后制定统一的促销方案下达给各分店，制订促销方案必须掌握以下要点：

一、促销活动的目的必须明确：

1. 树立企业形象，参与市场竞争。连锁商场或超市应发挥自身多分店规模经营优势，制订统一的促销活动措施。这样就可以使一些经营业绩不是很好的分店获得广告业的支持，赢得消费者。连锁企业通过大型促销活动和企业形象宣传达到提高企业的知名度，扩大企业在消费者心目中的影响，获得消费者对企业的认同感的目的。

2. 刺激消费，增加销售额在企业的正常销售阶段，通过采取

一项或几项促销手段，推波助澜，以提高销售额。

3. 优化商品结构，将滞销的商品推销出去，以调整库存结构，加速资金流转。

4. 向顾客介绍新商品联合生产厂家共同参与的促销活动可以直接向消费者推荐新的商品。强货宣传消费新观念、新时尚、新生活方式以及与之对应的新商品，在缩短了接受某种生活观念的过程中，不仅普及了新产品也使商家获得了利润。

二、确定促销的规模

测算促销费用开展各种促销活动，费用的大小与促销规模成正比。这些必要的费用支出的大部分是用来进行销售刺激的。比如折扣、赠物、降价等。由于这些费用支出要从销售额中得到补偿，所以促销活动方案制定必须要考虑企业的实际承受能力。

三、确定促销活动受益者的范围

促销活动可以针对任何一个进店购物的顾客，也可以是经过选择的参加购物的一部分人。比如让利销售，商场在全面降价时就是针对一切来店购物的顾客；如果采用规模购买让利活动，顾客购买商品就必须达到规定的数额后才能享受让利；如果组织一些特殊的活动，那就只有参加活动的人才能受益。总之不管采取哪种方法，促销方案都要规定得明确而具体，同时在广告宣传中要有醒目的提示，使顾客了解促销活动的內容。

四、前期准备工作及时的设定。

每一次促销活动，不论其规模大小，时间长短，都必须提前做好各项准备工作

1. 方案的策划与制定。
2. 商品标价签的修改。
3. 方字宣传品的准备、印刷与分发；
4. 广告的设计、制作与安置；
5. 营业场所人员的调配和工作安排。
6. 商品库存数量的落实以及销售额的预测。

五、促销活动时间的设定。

促销活动时间要结合推销商品的特点因地制宜，因时制宜

1. 促销活动通常安排在节假日，起止时间与节假日基本同步，或提前几日开始，推后几日结束。
2. 对于某一种或者几种商品开展的促销活动时间一般说来先择时间7天为宜。
3. 大型百货商场采用的突出主题的促销活动时间通常较长，一般为一个月左右。

六、促销活动总结。

每一次促销活动结束后都要对整个活动进行总结。

20x年元旦五日假期已结束，在公司领导及各商家的大力支持下，我们各项活动取得了圆满成功。

为回报广大顾客的大力扶持，节日期间公司采取了有力的促销措施，各连锁店的品牌奶瓶奶嘴全线七折优惠酬宾；四大进口牌品奶粉全部低价促销；买2罐x

奶粉送x早教机或手推车，买3罐送电动摩托车。

我们的战略合作伙伴福建x皮革有限公司也对此次活动给予大力支持，我各连锁店销售的华菲儿童运动休闲鞋全线五折。其他各品牌服装合作伙伴也给予了大力支持。

此外，我们还成功举行了丰富多彩的游艺活动，比如涂沙画比赛、套圈比赛、解锁比赛和竞猜比赛等，让爸爸妈妈和孩子们在欢乐愉悦的氛围中度过了新年第一个黄金假期。

化妆品活动结束后的总结心得和感悟篇四

旺季抢量，同时强化 " 步步高音乐手机，完美音质 " 的形象定位，通过主推音乐手机，提高中高端机型的比重达到40%以上。

主题： " 完美音质，随身畅响 "

20xx年x月x日—x月x日，凡购买步步高音乐手机
□k098/k028/k058/k128/k066/k059/k088□任意一款，均有便携式旅行小音箱赠送。

赠品介绍：该赠品为便携式旅行小音箱，主要的用户利益点在于手机音乐的共享，可以在郊游，聚会等时刻，随时随地播放手机中存储的音乐。

此次促销活动，全国统一开展，赠品全部由工厂采购，公司根据各地音乐手机完成率核销各地礼品货款。礼品采用先冲帐后核销的办法。

礼品费用核销办法：根据各地促销活动期间的音乐手机销售任务的完成率核销礼品金额

完成数量/任务数量（最高为100%）×单台礼品价格

各地的赠品需求数量由各地确定，原则上是针对消费者的促销，不考虑补通路库存。

配合本次促销活动，公司将专门制作陈列，形象展示，现场活动用pop物料。

除不可抗力影响外，本次促销的所有赠品，户外促销活动以及形象布置的宣传物料，须在9月10日之前到达各一级仓库。

派驻促销员的铺货型的卖场：赠品必须由促销员控制，赠品的发放数量必须和活动开始之日到结束之日的实销量一一对应。

无派驻促销员的铺货售点：最好能借助促销活动转成现金进货；否则，不必在此类售点开展促销活动。

现金进货的售点：由于促销礼品主要是对于实销活动的促销，原则上不补通路库存。建议根据促销开始之前的零售商音乐手机库存的实际情况，按照1/3或者1/4（比例可自定）的数量补部分赠品，后续发货则按一比一配发；而且，这种补库存的情况，必须来自于该售点有新的订单下达。

从全国来看，音乐手机80%以上的销售来自于促销员；另外，还有很大一部分的销售来自于经销商老板的绝对主推。因此，我们的促销活动重点在此类售点开展。

招聘临促。旺季临促是拦截客流，留驻顾客的最重要力量，并且能加大活动范围，加大成交面。各地要从暑假开始招募培养临促队伍，才能在旺季产生巨大作用。明确临促的职责主要在于拦截以及留驻顾客，协助试机以及替顾客排队交款。

促销员演示样机配备□k098□k028□k128必须配真机。

陈列和形象更新。为突出音乐手机的主题以及整体品牌形象，在促销开展之前，各地务必在大卖场，核心售点，专区中尽可能使用新的背板（音乐手机主题背板）；并且使用1—2节柜台做专门的音乐手机陈列。工厂届时有专门的陈列示意图，各地务必按照示意图执行。

各地征订的音乐手机演示音箱必须集中陈列于促销活动售点。尤其是人流量大的核心售点。

本次促销赠品，很好地和音乐手机“完美音质”的卖点相切合，可以在销售时加以演示，进一步突出“完美音质”的概念。因此，促销品的备货和补货非常关键。

抢占销售卖场的关键陈列位置。陈列位置越好，越多，越大，销量就会成倍提升。因此，各地在9月15日前，要设法拿下关键陈列位（人流大，留驻率高）。

注意资源的投放和集中优势兵力。旺季的时候，其他品牌也是重兵投入，参照五一联想在长沙市投放的临促数量（300名临促），估计十一各品牌的投入力度会更大。因此，各地要注意借力打力和集中优势兵力，必须抓住主动拦截顾客并带到柜台前这一关键环节。

化妆品活动结束后的总结心得和感悟篇五

2020年12月24日星期五，我园进行了圣诞晚会，本节目共6个环节。在这次的活动中，通过我们的努力，保证了节目的较高质量：我班的节目受到了家长的好评。

可是在活动中，也存在不少的问题；前面的歌曲表演和手指游戏带动性强，几乎每个孩子都动起来了，只有贺瑞喜和壮壮看到家伙真纳感来有点情绪化，哭脸，不过等家长都坐好了就都没有哭了。由于小班的幼儿年龄小，看到家长多少会有点情绪化；特别在放烟花的时候，有几个幼儿吓到了，要老师

抱、哭脸。

在以后的的日常生活中我们会多培养幼儿的独立、自主的性格。在：“圣诞老爷爷”进场的这个环节，我班的气氛没有带动起来，小的幼儿怕，哭脸；胆大的幼儿就玩的很开心。接下来的是脑筋急转弯中家长的湖动特别好，家长也非常配合我们，萱萱的妈妈在进行抢答问题时，回答错误，上台表演了舞蹈“桃化朵朵开”，当时的气氛特别好，好多幼儿、家长也跟着跳。脑筋急转弯的游戏把现场的气氛也带动起来了，回答错误的也都按照惩罚内容进行惩罚。也将游戏的气氛推向高潮。

在进行气球贴画时，每组家庭有非常的认真。幼儿也非常的兴奋，能和爸爸妈妈一起做东西。最后的是水果拼盘，家长非常热情的将自己带我水果拿出来进行自创。每组家庭也都非常有创意，我们将做好的水果拼盘放在一起欣赏，最后幼儿品尝，我们看到了每位幼儿、家长脸上都露出了开心的笑容，我们心理也很开心。

总的来说，小班的这次活动比较成功，但也有不足的地方，总结经验，在日后的活动中能够进一步提高。