

服装店促销活动总结(优质5篇)

总结是对前段社会实践活动进行全面回顾、检查的文种，这决定了总结有很强的客观性特征。总结怎么写才能发挥它最大的作用呢？以下我给大家整理了一些优质的总结范文，希望对大家能够有所帮助。

服装店促销活动总结篇一

根据学校的实践活动要求，结合自己的实际情况，我利用假期去工作的“服装店”进行了一日促销实习，活动也为自己提供了一次进一步接触了社会的机会。对我来说促销是个全新的领域，通过一天的实习，我深切地感受到自己社会经验的欠缺，也深刻体会到了促销工作的艰辛和专业，现将我的实习感受总结如下：

1、商店要有良好的卫生环境。带我进入服装店，作了简单的介绍后，便开始了一天的工作，首先被安排的任务便是打扫卫生，先拖地，然后擦拭、整理衣服货架。每次顾客走后，若地面脏乱也要整理，尤其是门口一带。良好的卫生环境能给顾客留下好的第一印象，是顾客愿意逗留、顺利购物的前提。反之，顾客很可能产生反感情绪甚至“拂袖而去”。

2、销售人员要有良好的精神面貌。销售人员如果拥有阳光向上、富有活力的精神面貌，便会影响到顾客，从而让顾客也感到自己情绪高昂，那么才能让顾客愿意主动与你交流。好的精神状态还表现在仪容仪表上，顾客们在看一个品牌时，销售人员就成为了这个品牌的“代言人”，具备良好的专业知识销售人员，才能对服装品牌给出的诠释。精神状态好的销售者，成交的几率会大很多。

3、营业人员要有良好的身体素质。销售人员一整天都要在店里工作，忙碌时更要不停地走动，站立服务让我感到劳累。

只有拥有良好的身体素质，才能拥有旺盛的精力来全力以赴地工作。强健的体魄是一个销售人员必备的“硬功夫”。从这个角度来讲，做生意也是一种体力活。

4、销售人员要有良好的专业知识。专业知识自然是顺利销售商品的基础，我们在销售商品时要掌握相关专业知 识，譬如32号是小号，34号是中号，36号是大号，而且我们看到顾客，就应当大致清楚他（她）应穿多大的衣服，我们也要清楚每种服装的价格，熟悉它们在仓库的位置，并熟悉商店的折扣情况，从而更好地为顾客服务。

5、销售人员要有良好的销售技巧。销售技巧是顺利销售货物的关键，作为销售人员，要善于察言观色，能够大致了解顾客的心思，判断顾客的态度。譬如从顾客说话的方式、走路的姿势等言谈举止，便能判断出顾客是漫无目的的闲逛，还是想要认真地挑选。当顾客试穿衣服时，要真诚地称赞顾客的优点，委婉地指出不足，注意措辞，当顾客临走时，亦可推荐顾客到与本店拥有共同利益的其它店（对方不知情），正所谓“肥水不流外人田”。

6、销售人要有良好的营销心态。经过在服装店实习，我进一步认识了社会，一天的时间也接触到了形形色色的人。总体感觉作为销售人员，必须具备良好的心理状态，树立“顾客至上”的销售理念，无论顾客是何态度，都要用友好的态度耐心地为顾客服务，即使卖不出衣服也不可急躁。同时，长久的站立服务可能会感到枯燥、疲倦，销售人员应当具备顽强的毅力，才能坚持工作。

经过实习，我感受到了工作的辛苦、挣钱的不易，也丰富了一些社会阅历，并进一步拓宽了视野，同时也认识到了自己的不足，这都是一笔财富，为将来进入、融入社会积累了一些宝贵的经验。

一、活动目的

圣诞节与元旦节相隔十分接近，同时也是秋冬季节销售的旺季的高峰时期！所以说市场的需求也十分集中，应对市场做业绩的冲刺十分有必要的。故推出本企业划方案。目的在尽可能的将本店的营业额再推上一个新的高峰。同时，接近年底要对一直支持我们店的忠实客户进行回馈活动！目的在于：

1、直接提高店面此段时间的销售业绩。

2、为农历新年的销售峰期奠定客户基础！

二、活动主题：礼享冬日

三、活动对象：新老顾客。

四、促销活动的方式：圣诞节前与顾客的联系

在12月24日平安夜前，销售人员通过发送短信圣诞贺卡[可当地购买]对忠实顾客发送祝福，加强品牌与顾客的沟通联系！
圣诞祝福短信（例）：

例：在圣诞树旁静静的许愿，希望祝福能随着飘絮的圣诞雪飞到你的身边，一个因你而美好的圣诞夜！（可以加专卖店详细地址）

五、促销活动时间与地点

六、促销方法

1、活动期间，全场货品优惠大酬宾。

2、活动期间，老顾客凭兑换券到店领取精美圣诞礼物一份，每券仅限使用一次。（数量有限，送完即止。）

3、新客户购满300元以上送格兰小镇的精美礼品一份。（数量有限，送完即止。具体礼品店里自备）

七、活动宣传

看板立牌

窗贴以红、绿、白圣诞色为主色调，装饰店面微信/短信/网络

服装店促销活动总结篇二

各大卖场比着打折让利销售的行为让人担忧，认为从表面上看起来红红火火的假日销售，只是消费者将昨天、明天或下个月的消费集中在几天内进行。为了引导消费，激发节日冲动性消费，并且要想在五一期间取得较好的销售量和较有影响力的社会效应，提升一手机的企业形象及特点，一应该举办与节日相应的各种活动，推出文化营销，使营销过程与文化享受有机结合起来，使消费者在享受多元化服务的同时，增加随机消费的欲望。从本质上区别与其他商家大同小异的一味让利打折手段来带动假日消费，真正意义上从社会角度提升长虹集团的形象，树立高层次的文化消费来吸引消费者，笼络高层次的消费群体。拟策划以下“一集团·五一盛惠”五一节日主题系列活动。

二、活动简析

4月30日，以软文的形式在晚报上以《劳模与平顶山商场的情结》为标题，重点宣传“劳模有礼”活动，并贯穿宣传本次“五一”促销活动的整个内容。

活动前期我们大胆构思，突破常规的让利模式，以一集团厂价直销的方式进行策划，以集团为主线联合长虹手机来达成我们联合促销的目的。活动拟在一市一一广场举行，以联合促销厂家让利的方式深入人心，提高顾客的购买欲望。在五一这个群雄争霸的战场上取得我们的胜利。

返现类活动也属于一种间接让利的促销方式，虽然表面价值偏小，但对于消费者来讲是最实惠的促销。整个活动期间，我公司产品主要针对各个单品，单品返现手续比较麻烦，且只能针对有促销员的店，相对受众面比较小。整体限额促销返现相对比较弱。

活动时间：4月30日—5月3日

参与机型以低端攻击机型和一二代长动力为主。以低价位机型来体现和提升我们的厂家直销，和联合促销的影响。

活动形式：户外路演，店外布展的模式结合游街队及单页发放和巡车的宣传。活动标语：--集团·五一盛“惠”。厂价直销，专场特卖。前期准备工作：

公司物料支持：4月27日上午在市场部经理一的指导下把拱门、站篷、产品单页、堆头、价签、手提袋、绶带、扩音器等物料发放到位。

活动安排策划及人员支持：本次活动公司上下非常重视，市场部樊吉、蓝矫及实习生黄诚、韦庆增，于27号下午出差抵达东兴与各方商讨活动事宜。基本敲定活动流程，组织，和人员安排。我司人员主要负责活动宣传，培训、终端氛围营造，物料制作与布置。及费用估算。

28日：宣传路线的定制。宣传车的准备。物料的最后确认，舞台、口号、录音和喷绘设计与制作。下午游街小队开始市区游街宣传，宣传形式大胆、夸张、个性。假发成为我们小队一道亮丽的风景线，在大家“疯狂”的宣传下，取得了非常明显的宣传效果，很多做生意的小摊小贩主动跟我们索取活动单页。有个别客户主动询问活动地点，表示活动期间来购买。

29日：宣传小分队按照规定路线在指定地点进行宣传活动，

各人员按照各自分配开展本次活动的重点宣传。三辆宣传车布置完毕，市区游街宣传。产品准备、价签编写、喷绘张贴pop手绘海报，一切都在紧罗密布的进行中。29日晚：动员大会。下午去做陌生拜访，通过大黄页的查询按行业、公司、地理位置进行区域的划分，每天打通50个陌生的电话，拜访有需求的客户。

参会人员：捷瑞达长虹厂家人员、国强通讯店员、威王家电店员。主要确定人员的具体分配。以及快速成交法的培训，和政策的讲解。最后各部门人员相互介绍，和宣布各自的工作职责和目标。活动中30号、活动正式开始。第一天，预热。拱门布置就绪、站篷布置就绪、柜台摆就绪、堆头准备就绪、海报就绪、机器摆放一切都准备就绪、正当我们忙得不可开交的时候，突然李总叫我：你们长虹的宣传音乐呢？啊，我突然反映过来昨天他们提过的叫我把那个宣传广告拷备到优盘里面。怎么办！活动马上就要开始了，广告还在电脑里面，电脑还在我住的地方。不管了，深呼吸一口气就往前冲，这个关键时刻可不能掉链子啊。还好我们住的地方不远，不一会就搞定了。看着音响里面播放着我们事先准备好的声音，我有一种满足感和轻松感。当然现在还不是轻松的时候，现在才刚刚开始。接下来我们的兼职来了，我跟蓝娇负责安排，先给她们换上我们统一的服装。因为兼职的年龄比较小，不愿意带上我们的假发，也不愿意举牌，刀旗也不肯背。怎么办啊！如果这些都不装备上的话我们这么多装备不是白准备了么？怎么来达到我们预期的宣传效果？好吧就劝劝她们吧！我跟蓝哥好说歹说劝了半天她们就是不肯。唉！果然要管理一个团队不是那么容易的啊！后面李总来了，姜还是老的辣啊！几句话就把她们搞定了，不过还是不肯带假发，不管了，再说下去我们还没出去游，这个上午就过了。赶快抓紧时间出发。我们这套装备果然不同凡响啊，回头率就是高。感觉我们走到哪，哪里就是中心。出发的时候有点担心自己可能会不够信心，会有点害羞。实际上当我到了外面那种感觉都抛到脑后了。反正都丢脸丢到这份上了还有什么可怕的呢！每当我看到顾客看我们单页认真的表情，每当顾客看着我们的装扮露

出的笑脸，我都会有一种莫名的满足感。这是顾客对我工作的肯定，也是他们对我工作的支持。

开始有第一个顾客来我们展区了，开始有第一个顾客成交了。每一次我都会跑过去问我们卖了多少台了。因为我觉得我们成交的数额就是对我们工作的一个侧面评价。

五月一号：活动正式开始，成不成就看今天了。昨天一天经过大家的共同努力卖出了21台。还是没有达到我们的'预期目标。今天大家要更加努力了！今天的兼职在昨天的一天的带动下，今天的工作激情也高了很多。这是个好现象，赶紧出发，继续游街发单页。

今天孙总找我谈话了，对我的工作很不满意。确实回头想想自己确实做得不够好。为什么这么容易就屈服了呢！尽管当时别的卖场经理赶我离开，尽管城管来收我单页，这些都不是我的理由。确实我不应该自己换地方，即使换地方也应该要通知相关人员。这样才便于管理。如果我私自离开岗位，不管是做什么都是不对的。就像孙总说的：什么是手机的营销工作？这句话只有七个字，但分开来解释这里面的道理很深。怎么样有思想的工作，用什么样的工作技巧结合我们自己自身的知识，来更好的完成我们的工作，这些都是我这次活动该好好推敲推敲的。

五月二号：活动最后一天了。大家冲刺，尽管大家都有点疲惫，但还是要打起精神坚持这最后一天。今天中国移动的路演活动就在我们户外展区旁边，所以我们要抓住这次地利优势，把握机会争取取得更好的成绩。

今天的太阳很烈，可能是我在广西见过的最热烈的太阳吧。所以愿意出门逛的顾客也很少，大家都比较担心，士气也比较低落。虽然今天来逛的人不多，但是来我们柜台的基本上都是要买的，这些主动来买的肯定都是前期接收过我们的单页，接受过我们的宣传所以我们前期的宣传工作还是做得比

较到位的。重点是晚上，晚上出来逛的人比较多，领导们也要求我们能够在晚上打起精神，把顾客吸引过来。到了晚上，开始人还是比较少，不行，我们必须把人气给聚集过来。我们带上假发，背着旗子就上了。站在舞台上拿着麦就喊，自己都觉得疯狂。对于喊麦，以前只有过一点点的经验，喊不好。既然今天有机会给我锻炼锻炼肯定要争取！豁出去了，丢丑不是一两天了，还怕这一下？经过我们的努力，看着人群越来越多。心里还是比较欣慰。找到自己存在的感觉是最好的也是最幸福的。最后我们今天买了30台。

玩具卖区5累计销售33.7万，同比增长3.4%。玩具卖区各专柜均能积极的参加此次活动，各专柜在正柜打折的基础上推出大量的特价单品，有力的拉动了销售。6月是童车和户外遥控类玩具的销售旺季，因此在活动前期要求各专柜积极筹备该类商品，并在大堂北街作大型的商品展示，以保证和拉动销售。六一期间童车销售4.4万，同比增长13%。户外遥控类玩具销售占卖区总销的40-50%。

最后的总结

最后结束了，活动结束了，我们在--的日子也结束了。做在回程的车上感觉有点点伤感，会有一点舍不得这里。在这里我跟大家一起工作，一起承受压力。受过委屈，留过汗水，甚至泪水。也同样有我的欢笑。学东西那是肯定了，也是必须的。这次活动，从策划到实施，我全程都有接触。遇到了很多没有想到的问题和挑战。也看到了别人处理问题的方式。更重要的是我觉得我真正理解了促销活动的含义，为什么要做活动，怎样的方式来深入人心，什么地方适合什么样的方式，使用什么产品。计划卖出多少台，计划投入多少。人员如何组织，如何分配。如何推广，怎么样的方式才能更好的把活动主题告知消费者。如何卖，如何快速成交等等。这些都有很科学的定义和分析，也对我们的成长非常重要。

服装店促销活动总结篇三

通过对各部门进行沟通、了解，健全管理制度、创新运营模式，阅读和研究商场以前的大型促销活动方案及管理资料，创新策划了五一期间一系列促销活动，基本上了解和掌握了卖场现阶段市场竞争所处的环境及优劣势，理顺了卖场内外关系，主要工作为：

一是策划节日促销活动。深入各组动员，统一思想认识，全面调查分析全市竞争对手情况，动员营销部、采购部、促销员学习和借鉴对手促销策略，研究制定了五一、端午节促销活动方案。

二是宣传卖场形象。本着控制宣传制作成本，力求节省开支的原则，制作了促销活动字幕广告，印制了促销活动传单，生动地体现促销内容，给予消费者对步步高家电卖场一个全新的认识，有效宣传卖场形象及活动内容。三是营造卖场氛围。按照全新的理念营造卖场内外气氛，塑造导购员形象，对卖场布局进行装扮调整，优化卖场环境，使其更抢眼，更吸引人流；使卖场形象全新、服务全心。四是总结促销活动成果。整理促销活动资料，收集各项数据、图片，总结活动亮点，分析不足之处，对五一、端阳促销活动的成效和存在问题进行全面评估，以促进今后活动开展，从筹备、执行等事项进行了全面、具体总结。五是开展部门协作。组织职工开展了卖场是我家大讨论，采取走出去，请进来的方法，组织职工学习职业知识、销售策略和管理销售知识，使员工更加明白企业的竞争力大部分来自知识的竞争和团队协作竞争，通过开展部门协作演练和卖场是我家大讨论，员工爱岗敬业精神增强，团队协作精神增强，使卖场这一团队以乐观积极向上的态度面对所有困难。

二、存在的主要问题

虽然销售成效显著，卖场气氛高昂，员工热情高涨，但仍然

存在一些问题。一是卖场热销机型缺货，导致顾客流失。二是部分促销员缺乏信心，对自己销售的品牌底气不足，缺乏自信，工作热情不高主动性不强，不愿作细致的市场调查。三是少数部门负责人责任心不强，存在着摆资格的现象，处理问题往后退，缺乏主人翁精神，甚至有的部门负责人有拉人闹不团结的行为。

三、今后的努力方向

一是加强市场宣传推广。在家电市场竞争越来越激烈的时期，必须在宣传推广方面以新、奇、好等声画形式进行产品宣传，广泛吸引消费者眼球，拉近消费者距离。我们将通过电视广告、图画广告、公交广告等进行全方位的针对性强、流动性强、视觉冲击力大、覆盖面广、直观性强、可信度高的广告，宣传卖场形象和促销政策，提升卖场商品销量，优化市场竞争力。二是加强促销策略推广。

通过一定的促销手段使家电业达到争相抢购，限时购买的销售氛围；我们将采取多种广告，对促销活动进行提前造势，利用歌舞互动产生吸引力，拉起销售高潮。三是加强人力资源推广。强化营销管理，提高市场推广人员技能，以促进卖场销售力，在卖场开展比贡献、比创新活动，适时调整部门负责人，在情况允许下，请求招聘有丰富营销知识的大学生到卖就职，提升卖场生机。四是加强服务推广。

当今家电业的市场竞争中，各卖场的商品种类、质量、价格基本雷同，透明度也越来越大。价格优势，规模优势，商品结构优势，很难体现出来。服务的优劣，则可决定消费者的购买动机，优质的服务和灵活的销售技巧在一定程度上可以弥补商品的不足，所以对于商业部门来说，不管是售前还是售后，服务就是企业生命。因此，不但要热心做好售后服务，还要正确对待顾客投诉，重视顾客投诉内容，及时进行回复处理，绝对不能不闻不问，及时处理一件投诉案件，让一个顾客满意了，兴许会带来100个顾客的光临。提升办理投诉案

件处理力度，提高卖场整体素质，能有效树立卖场形象，不断扩大卖场影响力。

服装店促销活动总结篇四

促销策略对企业来讲，就是通过一系列的活动向消费者传递信息，刺激消费者的需求，激发消费者的购买欲望，达到扩大商品销售目的。今天本站小编给大家带来了促销活动后的总结，希望能够帮助到大家。

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

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特别。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)，公交车(10天，4920元，160台车)，短信(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积极配合。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，给抽奖活动提供了有效地硬件保障；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、整体情况

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。

出现以上情况原因在于：

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、公交广告视频可以做得更好，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内容。

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情况，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，要通过我们平常的不懈努力，通过我们内部培训，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，培训营业员建议性销售，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、销售情况

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□xxxx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，艺臻：2195.14，扣点合计：5251.30元。

4、活动策划

此次活动的策划，开始的时候通过征求商户意见和后来公司专会研究，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，可以换个方式进行□dm单出来的效果可以根

据印刷工艺，设计更亮一些，相信通过磨合，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□25600□c类客户：3620个，详细见附件。

二、短信：短信群发客户信息达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达到标准，整体效果没完全达到，下午去抽查，存在个别人员不在指定区域的情况，下次活动必须改进，以达到预期效果。建议全部请专业发放传单人员，或学生进行操作。

四：扫楼情况：

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，建议下次活动，全部使用学生，商场派人严格监督，将扫楼的效果提高，让更多的人知道万原。

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情况，情况混乱，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情况及优惠活动；2. 主动解答顾客的疑问；3. 主动加强与顾客的沟通。通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：通过报纸，小区广告、电话、短信及周边居民了解到的居多。被朋友介绍过来的顾客也占有一定比例，所以建立顾客档案和建立推荐机制是必须的。建立顾客档案，是想通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一定的影响，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，就看我们怎么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情况，购买相应的书籍丰富自己的专业知识，通过询问征求更多的建议。

“五.一”黄金周是春节过后的第一个销售高潮，再加上恰逢春夏交替之时，应紧紧抓住销售，以促销为载体，提升客流，扩大销售，清甩春装库存，为夏装的全面上市及下一步的全面招商做好铺垫。

二、活动时间：

4月28日——5月13日

三、活动主题

每个季节都有礼!----“五一”有礼!

四、活动详细内容：淘巧好，好淘巧

(一)、劳模有礼

5月1—7日，凡历年获得过市级(含)以上荣誉的劳动模范，可凭有效证件在我商场服务台领取礼品一份(衬衣一件，服务台值班经理负责登记发放，财务处准备库存衬衣40件)。

(二)、购物有礼淘巧好，好淘巧

(三)、母亲节有礼

“为母亲祈福，送安康‘祥鹤’!”

注：为加深顾客印象，宣传我商场，印制10000张小型“背粘胶”，打上“平顶山商场赠送”字样，所有礼品上都要粘贴。

五、室内外布置：(统一色调——蓝色)

1、正门口上方以品牌宣传为主，配以“五.一”促销主题的宣传。

2、正门口两边广告牌以整体活动内容宣传为主。

3、二门口更换为详细活动内容宣传(包括x展架)。

4、各专厅可以pop海报、打折牌宣传价位及打折信息，渲染气氛，主题统一为——“五.一”有礼!(部经理配合实施)

六、媒体宣传

1、4月30日，以软文的形式在晚报上以《劳模与平顶山商场的情结》为标题，重点宣传“劳模有礼”活动，并贯穿宣传

本次“五一”促销活动的整个内容。

2、母亲节前夕，与报社联系关于“为母亲祈福，送安康‘祥鹤’！”的新闻报道，是之成为我市商业同行的又一促销亮点。

七、要求

1、部经理大力配合，一定要把活动精神传达到每个商户和员工。

2、除黄金、双星、图书不参加活动外，其余商户无条件执行参加。

3、值班经理和活动组织人员要尽心尽职，各处室配合好此活动。（每天活动工作人员名单另文下发）

4、4月27日、5月13日下午到收款台统一缴款，部经理督促到位。 5、各收款员要履行职责，收款盖章，不可徇私舞弊。

6、各营业员、商户不得私自收款，截留顾客小票；不得参与此活动。一经发现，严肃处理。

八、预算：

1、中厅布置：1000元

2、“背粘胶”印刷：3000元；

3、室内外布置：1000元；

4、活动奖品预算：16000元；

5、报纸广告：3000元

总计：24000元

其中：4月28日——5月13日(母亲节)共16天时

间按各专柜销售额的1%进行扣点，其余商场负担。

x年11月12日--25日开展了七周年大型促销活动，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。我们制作的七周年广播稿，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。

七周年大型文艺晚会把整个七周年庆推上高潮，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。

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：在本次七周年活动中间，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，是本次七周年的一个遗憾。
- 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，是本次七周年最大的遗憾。
- 7、门店在七周年活动中，在一些商品的创意陈列方面明显不足，有待改进。
- 8、门店在七周年商品活动中，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、门店在七周年活动中，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、在七周年活动中，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。

服装店促销活动总结篇五

时间在不经意中从指间划过，转瞬间又是一年，回顾光棍节的工作，在公司领导的正确指导和同事的大力配合下，我的各项工作都能够按部就班的正常开展，现就光棍节的工作情况总结如下：

我认为做导购就好象在读免费的mba课程，它让我学到了许多无法在大学校园里学到的知识与技能。现在的顾客越来越理智，越来越精明，所以我们要更好的销售产品，更好的说服客户，必须学习更多，更专业的产品知识，所以久而久之，就成了某个领域的专家，之前我连服装方面一些基本的问题都回答不出来，更不要说成为什么专家了。我认为问题出现在两个方面：一方面公司培训不到位；另一方面自我学习成长意识太差。我想如果这样继续干下去，十年以后我依然还是一名平凡的小人物，成功永远与我无缘。在xx年我参加了好几次公司组织的.专业培训，在平时闲暇时也自己去网上查找各种服装方面的知识来充实自己，现在我已经可以自信的说自己是服装的专家了。

作为一名导购除了学习专业的商品知识外，还要学习一系列与商品相关的外围知识，这样才能让我表现得更自信，更有专家水准，成交率更高。于是，我利用业余时间，大量参与公司其它部门的工作，向同事学习。就这样一个不经意的行为让我的业务越做越顺，让我成为公司销售业绩的导购之一。做得比别人多一点，学得比别人多一点，于是经验就会比别人多一点，这样我的成长速度也就会比别人快一点，收入就会比别人多一点。学习是为自己、为财富、为成功、为快乐、所以作为一名优秀的导购不但是某些产品的专家，他的知识也应是全方位的。

在工作中每天都与行行色色的人打交道，他们来自不同的行业、不同的层次，他们有不同的需求、不同的心态，如果我们想把每一位顾客服务好，无论买不买东西，都能让顾客满

意而归，那就需要当我们面对失败、面对别人说“no”时表现一流的心理素质。所以我要感谢工作，让我在工作中学会了察颜观色、眼观六路、耳听八方的本领，让我的心理素质在工作中得到了良好的锻炼。

人生何处不营销，我觉得任何工作都与销售有关，就连美国竞选总统，总统们都要四处演讲，销售自己。优秀的导购不但要拥有良好销售及服务的心理素质，更是一位优秀的销售心理学家，在日常工作中我学会了通过顾客每一个细小动作，每个细微的面部表情，分析出顾客的心理变化及需求。

要做一个优秀的导购就必须要有拥有一流的口才，通过语言才能表达出自己的思想，在日常的工作中，我每天都要与不同的顾客沟通、交流、介绍产品、久而久之，口才及沟通技巧都有了大幅的提升。

在销售过程中我们每天都在与人打交道，所以是学习如何与人沟通、如何建立信赖、如何赢得他人认同的机会。而我，充分把握住了这个机会，通过优质的服务把一个陌生的顾客变成一个知心的朋友，让各种各样的顾客都能喜欢我，为未来的成功做好的充分的准备。而之前我从来都没有意识到这些，工作只是为了工作，从没有想到我还能对未来做些什么准备。

当然，我在工作中还存在许多不足和困难，因此在这些收获面前我不会骄傲，我将不断提高业务素质，加强业务训练和学习，不断改进工作中的不足，以更加热情，优质的工作服务于公司，服务好顾客。我们一天的大部分时间都是在工作岗位上度过的，只有使工作真正的快乐起来，我们的生活才能真正的快乐。很庆幸我找到了一份能使我快乐和充实的工作，我非常热爱自己的工作。新的一年里，我会以更加饱满的热情投入到工作当中，为公司贡献出我的光和热！