

# 2023年营销活动数据报告(精选5篇)

在当下社会，接触并使用报告的人越来越多，不同的报告内容同样也是不同的。那么什么样的报告才是有效的呢？这里我整理了一些优秀的报告范文，希望对大家有所帮助，下面我们就来了解一下吧。

## 营销活动数据报告篇一

基本情况：销售实践

实习目的：通过销售实践了解成品房营销情况，在这个基础上把所学的知识与实践紧密结合起来，培养实际工作能力与分析能力，以达到学以致用目的。

实习时间□xxxx年8月1-16日

实习地点□xxxx有限公司

总结报告：

为期半个月的实习结束了，我在这半个月的实习中学到了很多在课堂上根本就学不到的知识受益匪浅。现在我就对这半个月的实习做一个工作小结。

自8月1日起，在半个月的工作中我参加了该公司的销售实习。“皇天不负有心人”通过努力我终于在最后一个星期里做成了两挡生意。为了这挡生意我做了很多功夫：背熟资料，市场调查，总结前几次失败原因等等。通过这两个星期的销售实习使我深深明白到推销的重要性和搞推销是一件很辛苦的事，根本不是读书时想象的那样简单。同样也使我深刻体会到在学校学好专业知识固然很重要，但更重要的是把学到的知识灵活运用到实践中去。

在为期半个月的实习里，我象一个真正的员工一样拥有自己的工作卡，感觉自己已经不是一个学生了，每天点起床，然后象个真正的上班族一样上班。实习过程中遵守该公司的各项制度，虚心向有经验的同事学习，.一个月的.实习使我懂得了很多以前不知道的东西，对伊旗万力房地置业有限公司也有了更深的了解。

最后衷心感谢xxxx房地置业有限公司给我提供实习机会！

## 营销活动数据报告篇二

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。在去年的十一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，不会认为我们是挂羊头卖狗肉。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。

## 营销活动数据报告篇三

### 1. 市场分析：

#### (1) 市场需求预测分析

第一年度因公司只有本地市场，产品只有p1□研发p2需要6个季度，在第二年第二季度可以研发成功;区域市场开发需要1年，在第二年可以进入;开发市场需要两年，在第三年可以进入。故我们只预测了本地与区域市场的p1与p2的需求量及单价。如下图所示：

#### (2) 竞争状况分析

竞争对手为6家同类型的制造企业，第一年度，生产能力、产品类型及市场区域相同，故第一年与对手的竞争会非常激烈。

### (3) 竞单技巧分析

最佳的订单就是将生产出来的产品全部销售，并且使毛利润最大、账期最短。我们明确了在每个季度p1的'生产情况，最大产量为7个。在争取订单的过程中，尽可能争取应收账期短的订单，避免现金流断裂。

### (4) 市场占有率分析

因第一年尚未将产品投入本地市场，因此无法对市场占有率进行分析，市场占有率直接决定企业销售收入，故在以下年度中，我们进行了分析。

## 2. 市场策略及其结果：

(1) 市场策略：采取保守型战略，以保产能为重点，为下几个年度保生产能力，将广告投入到本地市场p1投入费用较少为7m这一年度我们准备对区域市场、国内市场、市场、市场进行了费用投入，并开始研发产品p2

## 营销活动数据报告篇四

\_\_\_店空调课国庆销售任务为73万元(去年同期)，实际完成41.6961万元。销售数量为152台，销售金额完成任务56%。

(二)、市调，\_\_\_店空调数量占比25%，金额22%，国美1店数量占比23%，金额占比28%(含格力空调)，\_\_\_店数量25%，金额24%，(含格力空调)

(三)a□b□c卡，现金卡和抵值券使用□a卡三菱电机使用500元属于厂家的电费补贴□b卡未使用□c卡合计使用18403元，占销售比为4%，美的使用8959元，占销售比为6%□c卡使用权限是销售总金额2%□c卡除去系统控价高和美的厂家国庆政策补差

实际使用□c卡占比为3%，海尔使用c卡9344元，销售占比6%，国庆c卡权限为10%，有结余。希望采购部以后增加美的c卡权限为3%-4%，海尔c卡为6%-8%，现金卡使用200元，占比0.13%，抵值券11099元，3%。

(四)价格，库存，价格没有问题，只要对比顾客价格做到最低，以成交为主，国庆各品牌库存机，中低端配比都可以，没有预定。

#### (五)、国庆年主要销售特点

国庆客流量比去年同期下降很多，除海尔，科龙，海信所有品的销售都比去年同期有所下降，其中增幅最多的是海尔空调，同比上升113%，增加82118元，其次科龙增长260%，增加40508，海信增长32%，增加4497元，下滑严重的是美的-41%，下滑金额101391，松下-530%。下滑金额95167，（去年松下空调有7.7万工程）

国庆销售呈现下降的原因，主要由以下原因购成：

#### 1、国庆促销不够有吸引力

买400送200，买800送400，只限小家电的专属产品，对大家电带动不大。小家电专属产品的送券国庆期间没有用在空调上，对空调销售无带动作用，相对于国美苏宁我们公司的活动没有亮点，国庆机期间的销售，没有八月份三亚店0元购销售的火爆。苏宁国庆活动内容单品买500送100，1500返200，2500返300，3500返400，预约10元等100元，20元等于200元，50元等500元，国美1500返100，2500返200，3500返300。相对比较我们公司的活动对大家电的拉动不是很大。我们公司活动的宣传比较单一，针对性不强，建议公用短信平台信息，这次光大肯德基券活动比较成功，送出495份。顾客得到了实惠，反馈较好。

## 2、销售人员问题

美的空调两位导购员，都是新人，对公司流程不够了解，销售技巧较差，导致美的空调这次国庆严重下降-41%，下降10万，这次十一\_\_\_\_地区我们排名第二，苏宁一店88套，销售20万左右，切高端机型销售占比高，我们销售159386万，59套，松下空调，导购人员销售意识不强烈，和近期受抵制日货影响，下降-530%，海尔，科龙，海信出现逆势上涨，海尔，科龙，海信导购员都是老员工，销售技巧较好，拼抢顾客意识强烈，公司流程较熟悉，套购能力较强。海尔导购员带套购能力较强，再加上高端客人，对海尔整个产品的喜欢，对海尔的销售增长也有一定的帮助。

## 3、课长对国庆预估不足

国庆前夕虽对美的空调导购培训，但还是造成国庆美的空调销售严重下滑，没有对国庆做一个很好的销售预估和合理的判断，也是造成销售下滑的一个重要原因。我们基层领导没有更好地灌输公司政策，和及时反馈别的商场的活动信息，需要检讨。

## 4、国庆市场占比

国庆期间我们空调在整个是\_\_\_\_的空调市场产比处于中等水平，美的三亚排名第二，海尔三亚排名第一，科龙三亚排名第一，海信三亚排名第二，三菱重工三亚排名第二，三菱三菱电机三亚排名第二。

## 5、客诉，物流，售后问题

国庆期间物流配送，售后安装未出现严重投诉问题，一些顾客反馈的问题都及时的得到了解决，没有出现重大投诉。

接下来的工作计划

## 一、经营方向和目标

销售任务。接下个月是空调传统的淡季，要更多的加强团队的培训，做出培训计划要有人员监督，检查，每周做一次销售技巧培训和市调反馈课长负责，，店长监督检查，和导购员要有更多的沟通，理解和关系淡季销售给他们带来的一些心理波动，保证整个空调的年度销售和去年同期持平。

二、严格要求自己。作为课长我们要严格要求自己的行为规范，提升自己的业务水平，关注销售的变化，多学习，对竞争门店每周五要进行市调，对于员工反馈问题要及时的解决，对跟上任务进度的品牌进行沟通，找出原因，促进销售。

三、希望公司加大促销，促进年底的销售。

进入十月份内地顾客来\_\_\_\_过冬，也进入三亚销售的旺季，通过十一的销售发现国庆期间\_\_\_\_顾客为了装修需要购买家电的在整个顾客群体中占比很重，希望公司能对这部分具有一定购买力的消费群体，做一些有针对性的宣传告知。周边县市，乡镇，顾客明显减少。

公司对就多的\_\_\_\_市，\_\_\_\_市，\_\_\_\_市的新楼盘项目侧重的宣传，可以对他们进行活动赞助，或发放印有我司名称，电话，地址，标志的购物袋，做广告宣传。

四、围绕以顾客为中心，提升服务水平。

继续提升服务、管理水平。要微笑待客，使用文明用语，更快捷高效的问顾客服务，遇到顾客反映的问题和建议要及时的解决和恢复。

## 营销活动数据报告篇五

\*\*\*领导并呈\*团委:

在“五一”国际劳动节和“五四”青年节到来之际，为了弘扬民族精神，培养和展示大家的人文素质，进一步增强同志们明确当前社会思想领域是非、善恶、美丑的界限，促进良好工作作风的形成，体现××工作者奋发向上的精神风貌，我团委特此举办此次×××活动。

以下简述活动时间、地点和内容。

活动经费预算如下：

根据自身情况而定，以下仅为举例：

一等奖(1名)：奖状各一张、羽毛球拍一副，价钱为30元左右；乒乓球拍一副，价钱为15元左右。

二等奖(2名)：奖状各一张、羽毛球拍各一副，价钱为 $30 \times 2 = 60$ 元左右；

三等奖(3名)：奖状各一张、乒乓球拍各一副，价钱为 $15 \times 3 = 45$ 元左右。

纯净水：1箱(20元)

合计：××元

特此申请经费××元，以上妥否，请批示。谢谢！

此致

敬礼！

申请人：

20\*\*年\*\*月\*\*日

更多