

最新双十一总结与建议(实用8篇)

军训总结可以帮助我们回顾军训的收获和不足，为未来的成长提供有益的参考。以下是小编为大家收集的考试总结范文，希望能给大家提供一些参考。

双十一总结与建议篇一

20xx年11月11日晚20xx年河北大学工商学院日子剧团如期举办一年一度的光棍节晚会，晚会在a5一阶隆重开幕，列席本次晚会的有学校领导老师有河北大学工商学院团委副书记李卫森老师，河北大学工商学院管理学部团委书记胡夕坤老师，同时到场的还有本次晚会的赞助商，保定市避风塘ktv的老总以及小嘴煲煲饭店的经理。

这次晚会是个团结的大会，是次胜利的大会，所有老师，同学，家属，保安，保洁，楼管等等都对这次晚会做出了很高的评价，我们对此深感荣幸，不过我们在收获胜利的同时也要针对其中存在的问题不断改进不断提高。

晚会开始之前的两个小时里我们就已经开始布置会场了，虽然需要准备的道具，舞台是比较复杂的，而我们的现实的条件又是相当恶劣，我们只好发挥我们剧团人多的优势，面对成堆的舞台板子，看着压迫着地面的音箱，脚下踩着不计其数的道具，我们曾经胆怯了，但是呼亚飞总指挥的惊天霹雳，如雷灌耳的一声：“搬！”给我们大一的学弟们灌注了莫大的信心，果然会场在1个小时内就布置好了，这在许多外国人看来是不可能的，他们认为中国人不可能在没有现实条件下，在一小时内把会场布置好的。但是我们做到了，我们代表了中国人的优秀作风，我们有力回击了帝国主义与反动派的攻击，我们为我们是中国人是日子人赶到骄傲！

在看着已经布置好的会场我们心满意足地笑着，但是我们回

头看下观众席时，我们惊呆了。晚会是晚七点开始，布置好会场不过5点多，但是已经有一多半的观众进入会场了，这一情况令我们第一次办光棍节的同志们措手不及，这一关键时刻大三的学长们挺身而出，针对晚会临开始时的会场观众安排以及灯光音效控制等突出问题作了指导，并以迅雷不及掩耳之势稳定了到场观众，当机立断，关门放狗，稳定人心。开场前的稳定为我们晚会的顺利进行作了良好的铺垫。

我们期盼已久的晚会终于开始了。开场是由三部分组成，第一部分是由幻灯片来播放我们剧团创始人尉迟琳嘉上次回保定所留下的录像，他在录像里留下对我们的希冀，对日子未来的展望，第二部分是一个小型的开场剧幽默夸张的演绎把晚会的气氛一下烘托了起来。古装与现代结合也突出了我们日子的风格。第三部分是大二的女同志们精心编排的劲舞，虽然在排练过程中舞蹈几经波折，但是他们还是把舞蹈的难关攻克下来，舞蹈的动感使舞台丰满了许多。

主持人幽默的开场，反串小品的经典演绎，游戏的欢快气氛，很快把晚会的气氛推向了顶点，掌声，笑声，口哨声，叫好声，此起彼伏，不绝如缕。整个楼都好像大了一圈。

在这里我要重点提一下大一的小品剧，他们是9月底加入剧团的，他们剧组的成员以及其他的大一的同学都渐渐融入了剧团的大家庭里，大家做的都不错，不过他们做的更好一些，在小品中他们为大家激情献上了一个古装现代爱情轻喜剧，为大一的所有同志们做出了榜样，再次我代表大二的日子剧团所有成员对大一参加光棍节并在苦力工作岗位上奋战5个小时的同学表示敬佩，并希望你们坚持下去，同时对那些还没有融入大家的孩子们，我们还在向你们敞开心扉，来吧，来吧，英雄们，日子需要你们！

到最后晚会气氛跌宕起伏，原因是几个重要任务的登场，他们就是已经到大4的师兄们为我们激情上演变态街舞，变态街舞是日子剧团经久不衰的保留节目，是一代一代传承下来的，

我们对它的理解在看过大四学长们跳过后又加深了理解。

随着晚会结束的一刹那，有种想哭得感觉，但是忙啊忙啊的忙忘了，也就忙过了。日子人对光棍节有着特殊的感情，一种说不出来的依赖，重视，爱恨情仇，都没有办法理解，好了，我们明年再见吧。

双十一总结与建议篇二

（一）pc端。

（一）产品方面：

- 1、产品杂乱不成体系，配套性差，基本信息不准确，导致连带销售效果不好，客户选择难度大，客单价较低。
- 2、产品库存信息不准确，库存数据更新不及时，导致活动内容频繁变更。
- 3、产品价格混乱，导致双11促销价格与日常促销价格有冲突，客户有疑问，影响客户信任度及客服工作难度。
- 4、产品价格体系不完善，成本价、日常促销价、双11大促价没有相应的标准和数据存档，没有核算标准。

（二）运营推广方面：

前期活动产品变动较大，导致活动内容不稳定，变更频繁，客户疑问较多。

双十一总结与建议篇三

双11是电商的'狂欢，是突破销售保持强势的战场。每一家店铺，每一个品牌都有自己的目的去参与双11的推广，比如多

引进新客户，激活老客户，清理库存，传播品牌等。这些都没有错，但都有一个共同点，那就是出成绩。

除了性能，还有两点。首先是团队和能力的压力测试。通过双11的大推广，促进各方面的准备和规划，提高执行力，可以锻炼和测试团队的运营能力和抗压能力。二是创建爆炸模型。很多店铺都知道，新产品上架的时候收集是很划算的，可以帮助新产品快速启动，爆发。但是很多店铺都忽略了在双11大浦制造爆款。如何利用好双11的流量做好宝贝布局和策略，这需要大家好好学习。

大推广之前分为蓄水期和预热期。在扣押期间，尽可能多的新老客户应该知道你的活动和宝贝信息。要做好三个方面的工作：提前通知、公告、公示。热身期间，让更多的顾客把自己知道的东西加入购物车或者收藏夹。

做好赛马是关键，可以让你的活动一开始就成为重中之重的店铺或者品牌，否则来之不易的场地资源会慢慢消失。想做好赛马，需要拉动客户的消费力，利益最大化。告诉客户你的大好处是什么，比如：吃饱了送，红包，折扣、免税等。利益最大的独占者，你有什么，别人就有什么，所以没有优势。

大推广后要注意几个点，页面恢复，返场准备，数据盘点。

很多店主不知道自己的双11推广目标是什么，也不知道怎么做。边肖推荐了两种计算目标的方法。第一种是以价值为中心的算法，根据双11中促销前的品牌或店铺数据和历史数据计算出你关注的人数，然后这些关注的人能产生多少价值，进而得出目标销售额。这种方法更适合一些大品牌的标准产品。目标增长率算法适用于非标准产品，历史销售额乘以增长率和目标增长率得到的结果就是目标销售额。

以上四点是双十一营销活动的经验。所有店铺，尤其是新手

店铺，在申请双11推广前，一定要充分了解双11，才能在双11推广中取得理想的效果。

双十一总结与建议篇四

今年的双十一活动取得圆满成功，398元u盘130单，580元书籍加680元闪电光碟60套，营业额超10万!有必要总结一下。

- 1: 文案和图片的重要性，产品本身是物超所值10倍以上的!
- 2: 产品选择最好是单品，推成爆款!不能超过3个，多了客户无法选择!
- 3: 产品的塑造和不停的轮番播报可以不断提醒顾客!紧迫性和稀缺性会刺激客户尽快下决定购买，卖完就停止销售，让客户买了觉得确实是赚到了!
- 4: 平时积累粉丝，适时引爆!注重后端二次开发!
- 5: 团队统一思想，步调一致，群发语音，图片。
- 6: 扩大战果，争取下一步的更大成功!买光碟是一种学习，多总结多分享更是一种学习!闷骚无法影响别人!

双十一总结与建议篇五

11月11日，是世纪光棍节。11日晚，由系学生会办公室与劳卫部共同举办的光棍节单身派对在温馨快乐的气氛中落下帷幕。不容置疑，这次单身派对举办的'非常成功，已经超出了预期效果，这都要归功于部长与干事的大力宣传和辛勤劳动!

此次活动的成效:

- 1、对参加此次活动的部门成员的能力都有较大提升，锻炼了

团体协作精神与组织能力。在事前准备道具和事后后勤工作都做得很好。同学们普遍反映良好。

2、两位主持相当能调动现场气氛，虽然晚上的气温较冷，但同学们的热情在调动下都非常高涨，活动场面相当壮观，高潮一潮盖过一潮。

3、此次活动虽然是系部活动，但吸引来了很多兄弟系的同学参加，正是因为有他们的参加，使这次活动的规模得到空前的强大。

4、当然，单身派对当来是用来成就情侣的，在活动中使男女生互相熟悉认识，为他们将来的甜蜜打下基础！

在成功的同时，我们也反省思考了我们的不足

1、活动地点临时更改，使参加活动的同学没有找到场地。

2、场面有点混乱，活动虽然经过具体分工，详实安排，但在实际过程中由于人数过多，场面有点混乱，而且有些同学的号码拿了不参加，是配对的很少。

3、在节目时间控制上面没把握好，活动尾声的时候，人渐渐散去，观众越来越少。

4、在活动道具方面，借的灯光都是坏的，只能用电灯和台灯。

总的来说，单身派对开的相当成功。虽然在细节方面有所欠缺，但这些错误在下次活动中都是可以避免的。最后，希望部门的活动越搞越好！

双十一总结与建议篇六

收到一条短信：传说中的光棍节终于来临了，一人吃饱全家

不饿，一人开心全家快乐就是咱最大的优势！... 这么重大的节日，做个总结吧！

前一段时间孜孜不倦的在一个交友网上注册，很是期望从上面钓一个金龟婿出来。刚开始一切似乎颇顺利，应征者众。大受鼓舞，大有要好好挑挑拣拣才好的倨傲姿态。

有一个人，似乎很容易的就被我的2个鸿运大包给收买了。我也真很陶醉的想要一直供给这包子。可是，后来不知道真的、假的，他让去看一本书，叫做《冰是睡着的水》。让我看看再好好想想与他的关系。

我去看了。按照说法，他似乎应该被定义成为隐蔽战线的同志。

我摇了摇很晕的脑袋，不知道是不是应该像电影、电视上描写的一样，对天长号一声：“为什么，为什么要这样对我？”晃完脑袋之后，我不知道该怎么跟这个人说话了。我不知道，一些我想不通的东西是否可以被称为漏洞。呃~真麻烦！我不知道我这个时候应不应该用我的推理和猜测弄清楚这到底是一位隐蔽战线的同志呢，或者只是我风花雪月的故事看多后的臆想！哦，知道了。总之，后来我们就有一搭没一搭的聊，最后断线...

还有一个人，呃~这个人至少人让我在脑子里突然想到了“结婚”两个字。“结婚”这个词，我一直以为它距离我还很远、很远。可因为一个人，突然这两个字就开始让自己有了一些准备和期待。故事的大致情节呢，可以用一句诗来概括：“落花有意流水无情”。这是比较唯美的一种说法，有比较逊的一种说法就是——我被人涮了。

很难过的和高开始交流失恋心得。两人做无奈、很想不通状嗟叹：好女人没人欣赏。同时我们开始对感情有所迷惑。为什么往往总是在我们认为开始渐入佳境的时候，当我们把感

情准备郑重其事当作爱情来经营的时候，与我们对坐的那个人却突然溜走了，把我们孤零零的留在那里，有烛光，有鲜花，有小提琴手演奏者音乐，有月光，有阳台...可只有一个人面对这一切，尴尬不已...

双十一总结与建议篇七

昨天是11月11日，青年朋友们常提及的“光棍节”。我们院学生会为了庆祝这个节日，在幕后做了很多的工作，比如：到旅游系系、机械系系等各个不同的系别收集电话号码，把电话号码分成两类，一类是男生的电话号码，一类是女生的电话号码。为了体现活动的特色，我们还采取了两种方式，一种是把两类不同性别的电话号码分别装入不同的箱子里，另一种是把女生的电话号码装到粉色的气球里，把男生的电话号码装到蓝色的气球里。

努力的成果终于派上用场了，昨天青年自愿者被分配到食堂、校门口、宿舍门口不同的区域，带领成员参加游戏，气氛也很活跃，接着男生纷纷上前来抽取号码。最后女生的号码都几乎被抽完了，而男生的号码却省了很多。我想或许是女生太害羞的缘故吧！但是幸福掌握在自己手中，女生也应该尽力争取哦。那么希望被抽中的`同学能够摆脱光棍节哦！

这次活动中，每位成员很积极，活跃。并带动活动的气氛，希望以后能再接再厉。

双十一总结与建议篇八

本次活的时间从xxxx年xx月xx日到xxxx年x月x日，共x天活动时间，总销售额xxxxx元，环比增长率xx%[]除去节日期间xx%的自然增长，实际增长率也达到了28%，超过了活动前5%预计增长目标。

活动时间安排紧紧扣住元旦假期情况，同样在30日至1日之间

也出现了连续三日平均营业额xxxx元，并将这种形式延续到1月2日。

从礼品发放情况来看，单比消费额有所提升，但消费额集中。

礼品发放数量比实际估计数量减少30%。

在9日活动内销售联通手机体验卡41张。与联通公司合作活动看，这种新型营销模式给消费者带来一些新意，尤其是联通公司在各主管营业厅悬挂“中国联通红楼百货强强联合购物送手机体验卡”和印刷的500份宣传单页，“缤纷节日红楼百货中国联通强强联合购物得联通体验卡”不但给我们的活动进行了宣传，同时“强强联合”也让消费者感受到了实惠。

从以上情况来看

1、媒体选择：

本次活动在媒体平台选择上存在不足，28日广告宣传打出，29日（周六）销售比上个周六却下降17.6%，在元旦前夕营业额应呈增长趋势，尤其是在促销活动的带动下，营业额增长应较明显。从数据上看，我们在媒体选择上存在宣传范围狭隘性和目标群体偏离性。

我们主打的是时尚休闲口号，目标定位在时尚女性和年轻群体，在媒体选择上同样应该选择在媒体中具有较高知名度的平台。符合商场和目标群体共性。

2、缺乏计划性：

促销活动是在时间的迫使下组织实施的，虽然具备了一定市场基础，在单个活动或企业总体发展方向及年度规划上存在较大偏差。单次活动对企业品牌积累上轻则无力可施，重则影响到品牌积累步伐。