# 2024五一小长假品牌促销活动策划书

来源：网络 作者：前尘往事 更新时间：2024-10-14

*第一篇：2024五一小长假品牌促销活动策划书2024五一小长假品牌促销活动策划书2024-9-29 16:10| 查看数: 4925| 评论数: 0摘要: 主题：购物三天乐，天天都快乐一、促销目的：利用黄金假期，进行大规模促销活动，提高产...*

**第一篇：2024五一小长假品牌促销活动策划书**

2024五一小长假品牌促销活动策划书

2024-9-29 16:10| 查看数: 4925| 评论数: 0

摘要: 主题：购物三天乐，天天都快乐

一、促销目的：利用黄金假期，进行大规模促销活动，提高产品销量，消化库存和换季产品，刺激渠道的活跃性，并有效掌握消费者的顾客资料。

二、促销对象：顶瓜瓜的目标消费群

三、...主题：购物三天乐，天天都快乐

一、促销目的：利用黄金假期，进行大规模促销活动，提高产品销量，消化库存和换季产品，刺激渠道的活跃性，并有效掌握消费者的顾客资料。

二、促销对象：顶瓜瓜的目标消费群

三、促销时间：2024年5月1-3日，根据需要可适当提前或者延长促销区间，以保证促销活动最大量接触消费者

四、促销城市：全国顶瓜瓜零售网点。大型促销活动地点主要放在三级市场及平时销售业绩不好的城市，这么做一可而已避免大面积的伤害品牌形象，二是可以大幅度提高顶呱呱在当地的销售业绩和知名度。

五、促销方式：运用强有效的价格利器，采用多重优惠组合，以造成彩棉革命和大普及的气势，凸显强势品牌和强势营销的风范。

六、促销主题：购物三天乐，天天都快乐

副标题：四重大礼送你惊喜

七、促销产品：DEBEST各系列特价产品

八、促销操作：

促销策略：

为完成年前库存换季清销工作，本次促销活动以向消费者让利为主要操作手段；为了展示DEBEST品牌产品线的完整性，向消费者传达一线品牌的全面形象，所以此次促销活动将针对所有终端销售产品进行，根据产品的库存时间安排，库存产品折扣力度放大，以产生足够销量，新上市产品适当让利，以与消费者终端接触为目的，并产生一定的销售量；

促销形式：

本次活动考虑到在五一劳动节期间各大商场会针对女性消费者推出各种主题促销低价折让活动，为避免与这些活动混为一体，将采取三种促销内容叠加的方案，以四重大礼送你惊喜为主题副标，以多重利益吸引消费者购买：

1、曾经买过，一定送！（第一重礼）如果您曾经买过顶瓜瓜产品，凭累积300元购物票据到营业网点换取彩棉袜一双。

2、现在来买，立刻送！（第二重礼）五一三天，指定产品均享受五一快乐价！新品8.8折，详见吊牌五一价，购任何顶瓜瓜产品满200元送内裤一条，折上再送！

3、特款特价，特别送！（第三重礼）：公司将向经销商提供特价产品，特价产品涵盖内衣、线衫、裤类、内裤、家居、衬衫等。特价产品详单及供货价、市场销售价由客服部提供。

4、即使不买，还能送！（第四重礼）：用女性比较感兴趣的额外利益吸引女性消费者前来购买并进行产品接触。同时用一个高价值的美容用品做为一等奖奖品加强促销活动与女性目标消费者的心理需求关联，以此吸引消费者进行品牌接触，创造线下传播及尝试性购买的可能性。

规则设定：到顶呱呱专柜的即使不买东西只要愿意填写顾客资料的就可以参加抽奖活动。

奖品设置：一等奖价值400元的美容护肤品（也可用价值比较高的顶呱呱产品替代）

二等奖DEBEST彩棉内裤一条或等值DEBEST产品

三等奖DEBEST袜子一双或等值DEBEST产品

注：一等奖数量设置为三位，但具体执行数量及执行价格可根据实际情况安排。此活动为女性消费者参加。一等奖奖品由经销商在当地采购，二等奖、三等奖数量设置由经销商根据当地顶瓜瓜平时销售情况预估而设定名额，抽奖箱由经销商自购，抽奖用的客户资料卡可以做成名片大小，材质就和名片材质一样即可，这由客户自己制作。

顾客资料卡设计（抽奖卡）参考：

注：购买特价品不再参加买赠活动，购买特价品和参加买赠活动的同样可以参加抽奖活动。买赠指买正品、新品达到多少金额，送内衣或线衫一套/件，赠品可从特价品中选出一部分不做特价销售，专门用于赠品。

**第二篇：五一小长假品牌促销活动策划书**

2024五一小长假品牌促销活动策划书

主题：购物三天乐，天天都快乐

一、促销目的：利用黄金假期，进行大规模促销活动，提高产品销量，消化库存和换季产品，刺激渠道的活跃性，并有效掌握消费者的顾客资料。

二、促销对象：顶瓜瓜的目标消费群

三、促销时间：2024年5月1-3日，根据需要可适当提前或者延长促销区间，以保证促销活动最大量接触消费者

四、促销城市：全国顶瓜瓜零售网点。大型促销活动地点主要放在三级市场及平时销售业绩不好的城市，这么做一可而已避免大面积的伤害品牌形象，二是可以大幅度提高顶呱呱在当地的销售业绩和知名度。

五、促销方式：运用强有效的价格利器，采用多重优惠组合，以造成彩棉革命和大普及的气势，凸显强势品牌和强势营销的风范。

六、促销主题：购物三天乐，天天都快乐

副标题：四重大礼送你惊喜

七、促销产品：DEBEST各系列特价产品

八、促销操作：

促销策略：

为完成年前库存换季清销工作，本次促销活动以向消费者让利为主要操作手段；为了展示DEBEST品牌产品线的完整性，向消费者传达一线品牌的全面形象，所以此次促销活动将针对所有终端销售产品进行，根据产品的库存时间安排，库存产品折扣力度放大，以产生足够销量，新上市产品适当让利，以与消费者终端接触为目的，并产生一定的销售量；促销形式：

本次活动考虑到在五一劳动节期间各大商场会针对女性消费者推出各种主题促销低价折让活动，为避免与这些活动混为一体，将采取三种促销内容叠加的方案，以四重大礼送你惊喜为主题副标，以多重利益吸引消费者购买：

1、曾经买过，一定送！（第一重礼）如果您曾经买过顶瓜瓜产品，凭累积300元购物票据到营业网点换取彩棉袜一双。

2、现在来买，立刻送！（第二重礼）五一三天，指定产品均享受五一快乐价！新品

8.8折，详见吊牌五一价，购任何顶瓜瓜产品满200元送内裤一条，折上再送！

3、特款特价，特别送！（第三重礼）：公司将向经销商提供特价产品，特价产品涵盖内衣、线衫、裤类、内裤、家居、衬衫等。特价产品详单及供货价、市场销售价由客服部提供。

4、即使不买，还能送！（第四重礼）：用女性比较感兴趣的额外利益吸引女性消费者前来购买并进行产品接触。同时用一个高价值的美容用品做为一等奖奖品加强促销活动与女性目标消费者的心理需求关联，以此吸引消费者进行品牌接触，创造线下传播及尝试性购买的可能性。

规则设定：到顶呱呱专柜的即使不买东西只要愿意填写顾客资料的就可以参加抽奖活动。

奖品设置：一等奖价值400元的美容护肤品（也可用价值比较高的顶呱呱产品替代）二等奖DEBEST彩棉内裤一条或等值DEBEST产品

三等奖DEBEST袜子一双或等值DEBEST产品

注：一等奖数量设置为三位，但具体执行数量及执行价格可根据实际情况安排。此活动为女性消费者参加。一等奖奖品由经销商在当地采购，二等奖、三等奖数量设置由经销商

根据当地顶瓜瓜平时销售情况预估而设定名额，抽奖箱由经销商自购，抽奖用的客户资料卡可以做成名片大小，材质就和名片材质一样即可，这由客户自己制作。

顾客资料卡设计（抽奖卡）参考：

注：购买特价品不再参加买赠活动，购买特价品和参加买赠活动的同样可以参加抽奖活动。买赠指买正品、新品达到多少金额，送内衣或线衫一套/件，赠品可从特价品中选出一部分不做特价销售，专门用于赠品。

对终端要求：

1、客户活动组织能力强，愿意投入、配合。

2、五一活动前有大量备货，活动前有一定量的广告宣传。

3、严格按照公司制定的促销价格执行，如不能按统一的促销价销售，公司将对其进行严厉处罚。

促销物料准备（每活动点）：

1、吊旗16--20面/10平方；

2、DM宣传单1000/点

3、海报1张/点

注：吊旗、DM单、海报公司可统一制作，营销经理需提前和客户沟通，做好统计，4月15之前将各个数量报回公司客服部，以便公司及时安排印刷。

九、大型促销活动准备：

１、活动期间活动点派销售人员在各大商场入口处派发活动DM单页；

２、活动点于4月30日门店或专卖点营业结束在门店内或专卖点内悬挂活动主题吊旗，张贴海报，用于吸引消费者驻足观望并烘托主题活动氛围；

３、各专卖点醒目处放置主题背景及内容说明物料一个（X展架或其他物料）；

4、活动面积至少保证50平米以上，可选择商场门前或步行接的露天广场，也可选择商场内的活动广场，因为五一搞活动的品牌、厂家很多，所以场地要提前洽谈，越早越好。

5、为加强活动的吸引力和现场的气氛，客户可同时在活动场地举办模特走秀、歌舞表演或当地老百姓喜欢的特色娱乐活动。在搞这些活动时，准备工作一定要做好，现场舞台的搭置、主持人的挑选，演员的确定，娱乐活动内容的选择都要细致，周到。

场地要求：场地中央可搭建T型台，后面制作的大型背景喷绘,可以走秀,表演节目,T型台周围放几个模特,花车10-20节围在周围.货品全部放在花车与T型台之间.现场所有能利用的地方都要有顶呱呱的广告喷绘，以制造良好的现场氛围.十、人员安排：

本次活动由各地经销商按照方案自行操作，为保障此次活动的顺利执行，针对活动执行过程中的两个细节，需要指定专人负责：

1、单页派发人员

活动期间每天在营业时间于活动场地人流量最大的通道派发DM单页，负责向女性消费者传递活动的第一手信息，要求：形象、气质佳，着装整洁，并配有DEBEST明显标志。

2、抽奖活动管理人员：

为保证抽奖活动有序进行，必须指定专人对抽奖箱、奖券、奖品进行管理，避免发生不必要的纠纷，影响到品牌形象。

3、活动检查人员：

活动执行期间，DEBEST各大区派出人员进行活动检查，如发现各地经销商操作上的一些偏差行为即刻调整，保证各地活动的同步进行。

十一、物料制作说明：

五一活动所需物料及媒体支持如下：

①场地支持（50平米以上）

②五一海报

③五一X展架

④横幅

⑤吊旗

⑥活动背板喷绘

⑦DM宣传单页

⑧报纸广告

⑨电视字幕广告

⑾抽奖箱一个，用于存放消费者留下的个人信息。

（注：货品请提前三天准备好，广告发布提前一周，道具喷绘制作请提前五天做好。如有必要，经销商可以自行增加其他方式，如歌舞走秀节目。）

海报

文字部分：

顶瓜瓜（左上角商标）购物七天乐，天天都快乐

五一“购物大片” 激情七天连映

曾经买过，一定送！

现在来买，立刻送！

特款特价，特别送！

即使不买，还能送！

活动没有门槛，参与不受限制！

顶瓜瓜彩棉服饰公司独家发行，全国公映！

（海报制作注解：按照电影海报发行风格，体现经典、同时具备服饰影像，建议色调：刺激、醒目、大气！如果是专卖店，做成海报贴在橱窗，如果是商场终端，做成展架）

X展架或店堂公告

（用来解释优惠内容的！建议使用印刷体，不建议手体书写，公司可以设计样本）文字部分：

顶瓜瓜（商标）五一购物七天乐，天天都快乐！

副标：四重大礼，环环惊喜

①曾经买过，一定送：如果您曾经买过顶瓜瓜产品，凭累积300元购物票据到营业网点换取彩棉袜一双。

②现在来买，立刻送：五一七天，指定产品均享受五一快乐价！新品8.8折，详见吊牌五一价，购任何顶瓜瓜产品满200元送内裤一条，折上再送！

③特款特价，特别送：您很想很想买顶呱呱的产品，但又很想很想省点钱，怎么办？顶呱呱特别为您送出了T恤、家居服、衬衫等特款特价产品，只要掏个成本价您就可以买到喜欢的产品。

④即使不买，还能送：即使您从不买顶瓜瓜产品，但是不小心路过顶瓜瓜专柜，请您留下姓名和电话号码，活动结束当天，我们将抽出30名幸运奖，礼品为彩棉线衫、彩棉内裤和彩棉袜，中奖后我们会第一时间通知您。

顶呱呱彩棉服饰公司拥有最终解释权！

（注解：此时，要给经销商核算一下成本，是否可操作？我们此次活动主要是干什么？？就是为了第二条：现在来买、现在送！第一条，曾经买过、现在送，有两个条件限制：一要票据，二要累积300元。所以不可能出现大规模换取彩棉袜的现象。只可能有少量这样的客户出现。即使不买，还能送，因为活动是可控性的，对总成本毫无影响。而且四

重送礼活动完全可以累计享受！！唯一的对经销商要求就是，必须要有大量小件商品搭配，才能把此次活动做大做出轰动效应来。此次所有搜集的客户姓名和手机号全部登记好，以后有新品或者有小型的活动，直接用手机短信群发即可，不必在媒体或电视上做广告了！）

横幅：

五一期间，商场和专卖店均需拉出横幅：横幅内容文字：

购物七天乐，天天都快乐

五一“购物大片”，激情七天连映！

吊旗：

正反面内容：

五一快乐购物节盛大开幕

购物七天乐天天都快乐

重重大礼送你惊喜

活动场所背板喷绘：

（商场共享大厅或者室外做活动需要）

①图片一张

②文字部分：购物七天乐，天天都快乐

“五一”顶瓜瓜激情演绎快乐购物节

单页：

正反面

A，购物七天乐，天天都快乐四重大礼，送你惊喜

①曾经买过，一定送！如果您曾经买过顶瓜瓜产品，凭累积300元购物票据到营业网点换取彩棉袜一双。

②现在来买，立刻送！五一七天，指定产品均享受五一快乐价！新品8.8折，详见吊牌五一价，购任何顶瓜瓜产品满200元送内裤一条，折上再送！

③特款特价，特别送！您很想很想买顶呱呱的产品，但又很想很想省点钱，怎么办？顶呱呱特别为您送出了T恤、家居服、衬衫等特款特价产品，只要掏个成本价您就可以卖到喜欢的产品。

④即使不买，还能送！即使您从不买顶瓜瓜产品，但是不小心路过顶瓜瓜专柜，请您留下姓名和电话号码，活动结束当天，我们将抽出30名幸运奖，礼品为彩棉线衫、彩棉内裤和彩棉袜，我们会第一时间通知您。

活动没有门槛，参与不受限制！

送礼四重奏，送到您心动，送到您直乐！

五一“购物大片”5月1-7日全国激情上映！

公映地点：顶瓜瓜彩棉服饰专卖店或商场专柜

顶瓜瓜彩棉服饰公司独家发行B，（注解：反面放一篇散文，当然和衣服理念有关，传导衣文思想）

穿出自然的味道，在这美丽夏天

五一节的三天快乐小长假，服装消费高峰也随之到来，春夏换季正当时，换一身清爽，告别繁重的束缚，暂时把工作抛诸脑后，快乐购物玩七天，这正是衣装男女们对五一长假的快乐过法。

顶呱呱彩棉服饰公司在五一之际，也将为消费者献映一部“购物大片”，百万件/套服饰极限让利，折上再送，在这个打折渐欲迷人眼的时代，顶瓜瓜品牌让利实实在在，回馈真情真意，让你买的轻轻松松，穿的清清爽爽！

本次五一节期间，顶瓜瓜极限让利产品有时尚的线衫、酷酷的裙装、简洁靓丽的衬衫、自在休闲的T恤、轻松随意的文化衫、完美曲线的裤装、贴身随和的内衣、精致性感的女士底裤和文胸系列、以及健康的家居产品，这么多丰富的漂亮行头，你想怎么选就怎么选，搭配一身自己的风格，花的钱不多，穿出去却能惹来一街的目光。

自然味道，是顶瓜瓜服饰的独特风格，代表了健康的时尚元素，诉说着时尚的健康风格。衬托优美身体曲线的剪裁、蕾丝、蝴蝶图案、褶皱花边等各式女性柔美细节的尝试，让顶瓜瓜素雅的纯色不再单调，从而突变出百变的穿戴。

顶瓜瓜男士T恤更是夏季必备的行头，自在休闲、自我随意，顶瓜瓜彩棉T恤好处多多，贴身、透气，收缩性强，色彩方面自然亲切，又不失男人权威的风格，高纯度、高饱和度、色彩与中性色的搭配，更张扬了男性自然主义主张．

快乐五一节，顶瓜瓜极限大放送，快来挑选适合你的衣服吧，穿出一身自然味道，走进轻盈的夏季世界。

（附注：本页可配顶瓜瓜服装图片和商标！）

报纸广告：

（1/2，1/4版为佳，版面过小就不要做了！）

A，图片一张

B，文字部分：五一购物七天乐，天天都快乐

为感谢天下所有辛劳忙碌的消费者，顶呱呱在五一劳动节期间特别举行 “购物三天乐，天天都快乐“大型促销活动。辛苦的工作是为了快乐的生活，在这气候宜人的假日，把工作暂放一边，轻松体验购物的快乐吧！

重重大礼，送你惊喜：

①曾经买过，一定送！如果您曾经买过顶瓜瓜产品，凭累积300元购物票据到营业网点换取彩棉袜一双。

②现在来买，立刻送！五一七天，指定产品均享受五一快乐价！新品8.8折，详见吊牌五一价，购任何顶瓜瓜产品满200元送内裤一条，折上再送！

③特款特价，特别送！您很想很想买顶呱呱的产品，但又很想很想省点钱，怎么办？顶呱呱特别为您送出了T恤、家居服、衬衫等特款特价产品，只要掏个成本价您就可以卖到喜欢的产品。T恤原价260现特价58，衬衫原价198现特价38，家居服原价328现特价78。

④从不想买，还能送！如果您从不想买顶瓜瓜产品，但是不小心路过顶瓜瓜专柜，请您留下姓名和电话号码，活动结束当天，我们将抽出30名幸运奖，礼品为彩棉线衫、彩棉内裤和彩棉袜，我们会第一时间通知您。

五一购物大片，激情三天连映！

送礼四重奏，送到您心动，送到您直乐！

顶呱呱彩棉服饰公司拥有最终解释权！

电视字幕内容：

顶瓜瓜彩棉服饰，五一特别举行“购物三天乐，天天都快乐”大型优惠酬宾活动。四重大礼，环环惊喜。您来我就送，送到您心动，送到您直乐！自在生活、快乐购物，详情见店堂公告。送礼热线：\*\*\*\*\*\*\*\*

注：促销活动盈亏计算公式：

活动期销售额（S）×促销产品利润率（P）＝促销费用（C）

例：如利润率为10%，促销费用为1500元，销售额必须达到15000元才能保证促销活动盈亏平衡，以下在选择促销专卖点时可根据活动期间销售量预估来评估专卖点促销活动可行性。

**第三篇：2024年五一小长假工作总结**

市场营销部

2024年“五一”小长假工作总结

今年“五一”小长假，在公司经营班子的正确领导下，在相关部门的大力支持和密切配合下，市场营销部全体员工坚持以宣传营销为主线，以强化景区检票管理为重点，精心组织、认真筹备、有效协调、克服困难，确保了小长假的平稳过度，实现了“安全、秩序、质量、效益”的高度统一，现将工作总结如下：

一、游客接待情况

“五一”小长假三天，嵩山景区共接待游客94460人次，与2024年同期接待人数92964人次相比，增加1496人次，同比上升2%；其中有效购票人数合计80115人次，较去年同期的73602人次增加6513人次，同比上升9%；散客52934人次，同比增长6%；团队20828人次，同比减少4%；其它（包含政府购票、稽查等）6084人次，同比上升18.71%。实现总收入6341029元，较去年同期6514895元，减少收入173866元，同比下降3%。电瓶车在节日期间总计接待游客45100人次，营业收入451000元，较去年同期人数减少8600人次，人数及收入同比下降16%。

“五一”小长假期间景区市场经营特点主要有：

1、短线近郊游占主流。“一日游”及登山团队增加迅猛，五一期间一日游接待4512人次，较去年1128人次增加300%，太室山及少室山登山接待5728人次，较去年3449人次增加了66.01%，专项营销取得了阶段性的成效。

2、“自驾游”增长迅速。嵩山景区的散客数量有较大增幅，但针对散客市场缺乏有效营销措施及手段。反映了景区在广告宣传的投入不足及散客销售推广上滞后。在以后的营销中要针对不同客源地市场及细分市场，拟定有效的市场营销方案，力争优化客源结构，加强广告宣传推广，增加对散客的吸引力。

3、三景区接待数量极不平衡。三天的小长假，少林景区有效购票人数71128占嵩山景区的88.78%，营业收入占95.67%。其它两个景区占有效购票人数11.22%、收入的4.33%。但景区针对三景区接待不均的情况，在节前及四月旺季到来之前，针对嵩阳景区开展了专项营销，对专线团队及学生客源推出来专项产品，因此嵩阳景区五一期间共接待8953，较去年同比增长22%。

4、游客总量没有明显增长，特别是假期首日客流量呈大幅下降。原因主要有：一是为避免出现交通堵塞，游客拥挤和安全事故的发生，我们召开了新闻发布会，建议游客错开“五一”小长假来嵩山旅游。二是天气因素，4月30日风力较大，沙尘飞扬，5月1日、2日出现阵雨，影响了游客出

行。三是小长假时间调整，往年为1—3日，今年调整为4月30日—5月2日。在很多人的习惯里，5月1日才是出门旅游的日子。而今年假期第一天是4月30日，因此五一假期的第一天嵩山景区游客人数是22324人次，较去年同期30440人次减少26.66%，基本减少三分之一。

5、景区互动活动项目受到游客的青睐，取得了较好的效果。“五一”小长假期间推出的武风、舞韵主题活动，受到了游客的追捧，也得到了媒体的关注和好评，事实证明具鲜明特色化和参与性较强的节庆活动，对游客和媒体都是具有较强的吸引力。

二、制定方案，明确责任，周密安排。

4月中旬，我部领导班子高度重视、提前筹划、积极准备，结合景区的实际情况，对“五一”小长假工作做了通盘安排，一是成立了“五一”小长假工作领导小组”，实施统一指挥，分块负责，加强协调和领导。总经理室成员分块负责，亲临一线，现场督导，确保各项工作落到实处，安全管理万无一失。二是严格落实逐级责任制和岗位责任制，发现问题要在第一时间内报告分管领导，并做好处理工作。三是制定了《市场营销部“五一”小长假工作方案》和应急预案。细化了职责任务，完善了措施。四是根据方案多次专门召开了高级经理和经理会议，并分块召开员工会，把任务、目标、措施落实到处室、落实到人，小长假期间，全员上岗，各司

其职，各负其责。由于班子重视、组织得力、各处室和相关部门通力协作，为今年的春节旅游黄金周工作提供了强有力的组织保证，确保了各项工作的顺利进行。

三、强化武术表演的协调服务，进一步提高景区的影响力

（一）办好迎宾仪式，喜迎四方游客。

“五一”小长假期间，将游客中心广场原来的迎宾仪式表演节目进行重新编排，邀请国内知名街舞表演团“嘻哈帮”的一线专业演员，协同塔沟武术学校300名学生，“武”风“舞”韵、同台献艺，将传统少林武术的勇猛刚劲与现代流行街舞的元素创意相结合，每天上午9:00准时为游客呈现了一场颇具享受的视觉盛宴，这个节目也成为今年景区一个新的亮点和各个媒体争相报道的曝光点。

（二）增加互动项目，制造室外武术表演新亮点。在“五一”小长假期间，坚持每天上、下午在少林景区塔沟武校室外表演场组织专场武术表演，以减轻少林武术表演的压力，结合目前室外武术表演的内容，在每场武术表演演出前邀请一位游客到表演台上启鼓纳福，为武术表演开场助威，游客反响很热烈，很多游客均表示这种方式很好，希望自己能有这个运气能被邀请到。另外在表演中穿插养生八段锦互动项目，让游客能在最短的时间体验少林养生法的精妙所在，增加了武术表演的新亮点。小长假期间，共组织室

外表演12场，观看游客达5万人次。

（三）室内武术表演受到游客好评。

“五一”小长假期间，室内武术表演场场爆满，5月2日上午，因为降雨室外武术表演无法进行，我部及时与武术馆沟通协调，增加了3场室内武术表演，来满足游客对武术表演的喜爱之情，使游客都能够看到精彩的武术表演，有效地避免了游客投诉事件的发生。

四、严格票检工作，堵塞门票漏洞。

一是抽调人员，合理调配。为保证岗位落实，人员到位，我们在“五一”小长假期间，首先从部门内部的市场拓展处、销售处抽调人员，充实到检票岗位。其次是在公司的大力支持下，又借调武警30名，执法队员10名，分别配备在少林、嵩阳、中岳各检票口，保证了人力的正常使用。

二是采取强力措施，严格把关。为保证少林景区游客有序进入景区，维护检票秩序，确保游客安全，我们加强了少林景区主检票口和消防通道检票口的人员力量，充实了塔沟南门、李家门、大黄庙等便道的检票人员，严格堵截逃票游客。中岳庙检票处和嵩阳景区检票处在“五一”小长假前，就及时与文物、宗教部门进行了协调沟通，全员上岗，及时处臵扰乱检票秩序的行为，各检票点坚持早上班、晚下班，严格履行检票职责，确保了小长假期间检票秩序平稳安全。

三是全天守岗，尽职尽责。假期期间由于游客接待量的

增加，检票压力明显增大，任务十分繁重，但检票人员变压力为动力，从早上6点上班，一直到晚上7点，在岗时间长达13个小时，全体员工发扬不怕苦，不怕累的精神，中午连饭都没有顾上吃，但没有一个人叫苦叫累，默默无闻的坚守在自己的岗位上，微笑迎接第一个游客，热情的送走最后一个游客，为景区检票工作尽了自己最大的努力。

特别是5月1日下午和2日上午突然降雨，增加了检票工作的难度，雨水使得门票的条形码失灵，导致重复验码，引起游客的抱怨和不满，面对这些，检票人员耐心解释、认真做好游客的工作。景区消防通道等其它室外检票人员岗位基本上集中在户外，没有遮雨工具，在全身湿透的情况下，依然冒雨工作，争取第一时间为游客提供服务和方便。

由于措施得力、管理到位，有效提高了检票效率。无论是少林还是中岳、嵩阳景区，在面临任务重、压力大、安全隐患多的情况下，都实现了检票秩序的安全、平稳、有序，为增加景区收入提供了保证。

五、利用媒体优势，扩大对外宣传

结合“五一”小长假嵩山景区各项活动特色和景区旅游接待情况，并以此为载体，加强了和平面媒体、网络媒体等的沟通与协作，共发新闻稿两波次，见稿媒体30余家，郑州电视台和登封电视台分别针对景区“五一”活动做了专题报道，为树立景区形象做了积极正面的宣传，提高了嵩山知

名度，扩大了嵩山的对外影响。

六、深入开展调查问卷，为景区发展提供决策依据。小长假期间营销部游客中心的大屏幕滚动播出景区相关介绍，让游客在参观景区的同时能了解更多的景区知识。此外，我们以了解游客客源，提高景区服务意识为宗旨，每天安排4名人员在景区游客集散地向游客发放调查问卷表，小长假3天，发放并收回游客调查问卷表1000份，对游客情况进行及时认真细致的了解，其中收集合理建议10余条，为景区更准确掌握游客的需求打下良好基础，为景区更好提高服务指明了方向。

七、文明服务，礼貌待客，树立景区形象。

“五一”小长假期间，工作人员上班期间统一着装，佩带工牌，实行站立式服务。以游客至上为宗旨，以游客永远是对为原则，以提供优质服务为准绳，全心全意服务好每一位游客。确保游客高兴而来，满意而归。

以上是我部“五一”小长假期间所做的工作，尽管我们取得了一些成绩，但在工作中，仍然存在一些困难和问题，在今后的工作中，我们将发扬成绩，纠正不足，切实把各项工作做的更好、更扎实。

（图：“武”风“舞”韵，少林武术与街舞同台献艺）

（图：室外武术表演现场）

市场营销部

5月2日

**第四篇：五一小长假工作总结**

五一小长假工作总结

五一小长假工作总结

下面是我们文秘114的小编给大家推荐的五一小长假工作总结供大家参阅！

2024年“五一”小长假期间，市假日旅游工作小组全体成员单位积极贯彻落实国家旅游局和市政府关于假日旅游工作的指示精神，切实加强市场监管，全面做好服务保障，全市未出现重大安全事故和恶性投诉事件。

一、全市旅游接待情况

“五一”小长假期间，受天气影响，我市160家主要景区累计接待游客526.49万人次，同比增长-3.55 %。其中，博物馆型景区接待19.42万人，同比增长14.23%。历史文化观光型景区接待204.44 万人，同比增长-3.89%；城市公园型景区接待147.13万人，同比增长-1.87 %；其中，故宫累计接待21.32万人，同比增长-16.57%；xxxx动物园接待25.39万人，同比增长-2.83%；天坛公园接待20.29万人，同比增长4.74 %；颐和园接待15.63万人，同比增长-23.4%；北海公园接待17.91万人，同比增长16.22%；八达岭长城接待13.45万人，同比增长-7.56 %；古北水镇接待10.32万人，同比增长61.69%；香山公园接待3.96万人，同比增长23.5%。假期三天，全市乡村民俗户累计接待游客总人数达到216.99万人次，同比增长5.55%；民俗游收入20181.31万元，同比增长1%。其中平谷区民俗游人数63.97万人，同比增长10.71%；民俗游收入 3139.66 万元，同比增长13.2%。昌平区民俗游人数8万人，同比增长17.47%；民俗游收入444.39万元，同比增长9.12%。

总体来看，假日期间旅游市场呈现以下特点: 一是旅游节庆活动精彩纷呈。假日期间，全市各区都推出了特色鲜明、游客体验度高的精品活动，例如：海淀区举办了香山赏花季、鹫峰生态文化节、凤凰岭茶道文化节，西城区景山公园举办了牡丹展，大观园以红楼文化为主题推出了系列活动，石景山区八大处公园举行了第十五届茶文化节等，都吸引了大批游客。

二是乡村民俗游持续火热。如古北水镇游客量较去年同期增长了61.69%，大兴野生动物园添了金丝猴、美洲虎、东方白鹳等新生小动物，通过“爱心认养”等形式与游客展开互动，丰富了假日期间家庭亲子游产品。

三是游客出行更为理性。相比往年，本市游客呈现出绿色出行、错峰出行的特点。xxxx市民京郊游、跨省游渐趋旺盛，高铁等公共交通成为出行的重要工具，假期三天，铁路上下车旅客量约280万人次，同比增长11.3 %；民航进出港客运量约79万人次，同比增长9.4%。而市区的重要景区以外地游客为主，本地市民与外地游客的错峰出行一定程度上促进了全市旅游环境的舒适度提升。

四是投诉大幅下降，旅游秩序日趋良好。五一黄金周期间，全市共接到旅游投诉50起，相比去年同期下降了68%。其中最为明显的是非法一日游投诉26起，同比下降78%，投诉的减少反映出政府部门加大力度联合执法的效果明显。

二、假日服务保障情况

“五一”小长假前，市政府专门组织召开了假日旅游服务管理工作部署会，从安全排查、防火防汛、景区限流、执法检查等多个方面进行缜密部署。假日期间，各大热门景区分别采取了临时限流、单向限流、车辆分流、门票预约等措施，确保景区游览人数控制在最大承载量内，市旅游委通过网站、微信等多种渠道实时向游客发布景区游览人数及舒适度指数信息，为游客营造了安全、舒适的出游环境。

“五一”小长假恰逢新一轮“营改增”全面实施，假日前，市旅游委提前与市国税局联合面向饭店、旅行社等行业单位进行了政策讲解和答疑解惑，同时对“营改增”实施工作提出了明确要求。节日期间，xxxx没有出现行业集体涨价现象，也没有因增加单向增值税收费等问题的投诉情况。

三、执法检查情况 2024年4月30日至5月2日，全市各部门、各区县针对旅游市场秩序共出动执法人员4099人次，车辆969台次，检查导游55人次，检查旅游景区商店企业1156家，清理无照经营行为62起，查处“黑车”1辆、“黑导”2人，分别移交交通和城管部门处理，此外，5月1日昌平联合执法组在旅游市场秩序专项整治中，对严重扰乱市场秩序、无照经营的“晶润玉器城”予以停业处理。全市公安系统共组织各种力量40118人，加强对社会面及重点景区周边治安的维护；市质监局出动执法人员425人次，针对游客集中的重点区域，重点检查大型游乐设施、客运索道、电梯等特种设备，共检查单位196家；市食品药品安全监督出动执法人员9003人次，监督检查食品药品企业4843家，价格监督检查部门共出动执法人员45次，检查单位76户；城管系统共查处各类违法行为1409起，城管热线受理群众举报4070件，同比下降14 %。从各部门检查结果看，全市假日期间没有发生突发紧急事件和恶性事件，旅游秩序井然。

四、旅游咨询投诉情况

（一）2024年4月30日至5月2日，全市旅游咨询中心接待人数总计173964人次，较去年同期183557人次环比减少5.37%；其中直接来访115732人次，较去年同期124629人次环比减少7.14%；电话来访57962人次，较去年同期58928人次环比减少1.64%；资料发放78015份，较去年同期130779份环比减少40.35%。

（二）2024年4月29日14时至5月2日14时，xxxx市旅游发展委员会质监所共接到投诉50件，比去年同期158件下降了68%。其中涉及在线旅游16件，主要反映景区门票以及在线预订机票、酒店等存在的问题；涉及旅行社10件，主要反映降低住宿标准、减少游览景点、增加购物次数、签证被拒等问题；涉及旅游景区2 件，反映服务态度不好、景区二次收费等问题；涉及非法一日游投诉25件，主要反映强制购物、加收自费、中途甩客等问题，各渠道受理的投诉已正在办理或转相关部门处理。

总体来看，在市假日办成员单位和相关部门的共同努力下，“五一”小长假期间全市旅游市场运行平稳，秩序井然，实现了假日旅游市场“安全、有序、祥和、欢乐”的目标。

**第五篇：化妆品网店利用五一小长假促销狂甩产品**

化妆品网店利用五一小长假促销狂甩产品

来源：淘宝刷钻 http://www.feisuxs/

爱美是女人的天性，春季女性皮肤、身体的保养就更为重要，四五月份是婚庆市场的旺季再加之五一小长假的影响化妆品网店也将迎来今春的一个消费热季！化妆品网店营销对象具有针对性，相应促销的方式也多种多样，但如何把握旺季拓宽产品销路仍是众买家关心的重点！

根据消费者特点 做有针对性的推荐与销售根据消费者的购物年龄、皮肤情况以及消费接受能力划分出相应的消费群体，给以特定产品的推荐与展示，这样不仅能展现出化妆品网店的专业性，也能更权威的给消费者以指导和推荐！另一方面化妆品网店通常是以代理几家拳头品牌商品为核心营销重点再加之其他不同品牌商品共同销售的营销形式，这也要求网店产品的推荐要具有针对性，网店产品的布局也应更为合理！产品货源要选好 客服销售专业素质很重要相对于其他产品，化妆品网店的产品货源更具代表性，网店经营者在跟相同品牌的不同代理商不同产品之间展开的货源洽谈、货源选择、货源定价等对未来的产品销售促销来说是重要的基础！所以网店货源要选好，不仅要尽量劈开同质化产品直接的竞争，更应该结合网店实际发展深谋远略，为中后期的产品营销做好计划！在化妆品产品销售的过程中客服也起到了至关重要的作用，具有专业水准的化妆品网店客服、销售应对自身网店产品做到熟记于心，这样才能正确的推荐和引导不同肤质、不同需求的消费者的要求和愿望，并在第一时间内告知何种商品是顾客最适合的。最后要说的是化妆品网店通常商品齐全，网店经营产品、项目很多，库存量也很大！这样对网店销售带来的压力也相对更大一些！因为类似化妆品这样的日用产品存在着定时的保证期，只有尽快出售才能不拖延不迫害产品的使用效果！所以化妆品网店的促销需要更及时，更具有各阶段的特性！

本文档由站牛网zhann.net收集整理，更多优质范文文档请移步zhann.net站内查找