# 圣诞节商场促销活动总结

来源：网络 作者：紫陌红颜 更新时间：2024-08-22

*圣诞节商场促销活动总结5篇圣诞节的时候，许多商家为了促进销售，吸引更多消费者的目光，都会在圣诞节这一天举行促销活动。那么作为商家，在促销活动结束后，一定要记得及时总结。下面小编给大家带来关于圣诞节商场促销活动总结5篇，希望会对大家的工作与学...*

圣诞节商场促销活动总结5篇

圣诞节的时候，许多商家为了促进销售，吸引更多消费者的目光，都会在圣诞节这一天举行促销活动。那么作为商家，在促销活动结束后，一定要记得及时总结。下面小编给大家带来关于圣诞节商场促销活动总结5篇，希望会对大家的工作与学习有所帮助。

**圣诞节商场促销活动总结1**

20\_\_年\_\_月\_\_日举行的圣诞party已告一段落，相比去年的活动来说今年的活动形式有了新的突破，得到广大顾客的认可，活动的顺利进行有赖于酒店各部门的大力支持，再此衷心的表示感谢!每开始一次活动，我们都要集思广议的去考虑新颖的方式，考虑活动的安排，节目的筛选，尽力做好每一步工作，考虑好每一个流程，活动结束后结合活动的实际情况作出接待总结，对工作安排及检查工作不足之处作出分析，找到解决方案并归纳存档，便于日后更多活动的顺利进行。

下面就此次活动期间接待作出相关总结如下：

晚餐接待人数及收入情况如下：(略)

分析：根据数据显示，整体接待人数较去年有所下滑，分析主要原因如下：

1、今年\_\_月\_\_日平安夜为周一而不是周末，消费群体均为上班状态，且小朋友也在读书，对销售票券数量产生一定的影响

2、票券的销售数量减少，员工推销意识有待提高，前提是不断收集餐厅熟客资料并将相关推广内容准确、有效地传达给到顾客，

人员安排方面：

1、咖啡厅：\_\_日人手充足，24日略显紧张，当日已另行安排帮手，服务不够细致有待提高;旋转餐厅：\_\_日—\_\_日安排收银员及酒吧员值守，以舒缓48楼人员不足，根据当日预定以及时增加人手协助服务，无特别事项大堂吧：安排一名领班及一名服务员值守，因接待客人较少，无需额外增派人手;

洲际宴会厅：

1、支援人员对西餐操作不熟悉，质量有待提高，建议圣诞节前做专场培训，达标上岗;

2、本部厅面服务人员处于缺编状态，此次仍有参与唱诗班安排，为保证服务质量，建议人事部在明年圣诞节不作西餐人员安排

3、现场员工纪律有待加强，因酒店WIFI的便捷及当日节目表演使许多员工未按要求遵守相关纪律;出品方面：咖啡厅：未按既定的菜单出品，鱼翅汤改成了意大利菜汤，热菜方面亮点不够，有出品圣诞火鸡，但无圣诞火腿，客人反馈价格偏高;

旋转餐厅：

按照既定套餐出品，客人表示满意;

洲际厅：

出品按既定菜单出品，但未注意到以下细节：

1、自助餐区需增加明星标识，便于客人熟知出品类别及取用区域;

2、出品高峰期食品出现短缺情况;

3、热盘出品不够精细，虽客人无特别意见，在日后出品方面仍有大的提升空间;

4、厨房部分食品准备不足，下单晚，造成食材缺货，如：\_\_\_

5、西饼房人员缺编严重导致甜品区域出品缺乏亮点，西饼出品仍有待提高

服务方面：

支援人员能够按照既定的自助餐服务要求给客人提供服务，但服务意识仍有待提高，体现在以下几个方面：

1、餐台上客人使用过的碗碟、餐具未及时收撤;

2、未及时给客人添加酒水及茶水

3、纪律方面不足，员工将注意力转向节目表演上而未注意客人的感受

4、因为迎宾的人数安排不足导致大量客人自行寻找座位，服务人员未及时引领;

5、节目表演准备工作不到位，彩排时间短，应改为\_\_：00开始

6、同步转播设备存在问题，检查工作需提前完成

合理化建议：

洲际厅：

1、自助餐不设酒会，安排18：00进场，避免客人等候的焦虑;

2、自助餐台移至洲际厅外围，保证宴会厅内座位充足，

3、工作安排不够细致，有漏洞，需作出合理化安排

旋转餐厅：套餐因多备注一条信息，特殊节假日酒店会另出安排，及拉手网晚上不得使用，以避免不必要的投诉与纠纷。楼面服务人员为缺编状态，需增加人手，确保服务质量。因节假日多为家庭或情侣用餐，套餐菜牌建议以双人套餐或家庭套餐为主导。抽奖环节的流程与注意事项不够清晰，需以文字形式更新。(如票券的回收程序等)。酒水的赠送可多元化，除红酒及气泡酒，可考虑增设其他软饮或特色饮品

咖啡厅：

1、重大节日人手配备仍需增加，确保服务质量;

2、节日气氛不够浓烈，建议增加圣诞老人及卡通人物巡游次数;

3、网购界面仍需注明清楚节假日票券可否使用及注意事项，避免客人不理解及投诉。

**圣诞节商场促销活动总结2**

本次商场总结了\_\_月\_\_日晚圆满完成了“\_\_”圣诞节促销抽奖活动。活动通过公司领导的支持，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：

活动时间：20\_\_-\_\_-\_\_~20\_\_-\_\_-\_\_

活动主题：“\_\_”

活动对象：全市市民

活动方式：降价打折买赠

商场形象：商场装饰以紫色、金色为主题，凸显九开家居的高贵。在商场内发气球，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，正面的位置摆上大大的“奖”字，给顾客进门第一印象就是“划算!有东西送!”

宣传方式：报纸(\_\_月\_\_：晨报整版;\_\_月\_\_日晚报整版;)，单页夹报(\_\_月\_\_日夹报2万份)，张贴海报(\_\_\_张)，发放宣传单(1万张)，拱门，场内宣传

分析说明：

此次活动取得全公司各部门的积极配合。物管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;综合办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：

A.业绩统计上看，本次促销没有达到预期效果，预计活动期间营业额\_\_\_万，实际售卖\_\_万，达成率仅\_\_%。客流统计，较为理想的是\_\_月\_\_日，活动其他期间客流较为平稳，平均\_\_人次/天。

原因在于：

1.宣传时对\_\_家居没有名确的凸显，导致客流量1/10的顾客看到宣传直接到了三站;

2.宣传的时效性没有达到，一个是宣传时间段，所有的宣传都是在活动前\_天开始的，有的甚至于活动同期，再者宣传的时间没有提前预留出来，活动内容的宣传至少要提前3-4个周，应当给顾客一个了解过度的一段时间;

3.宣传时间没有充分利用网络平台的优势，造成宣传有死角;

4.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。虽然，在活动之前举行过统一的营业员培训的，但是效果不佳，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，商场的培训不到位，培训除了正式的讲课以外还可以通过日常的沟通灌输，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。

B.活动期间各商户销售状况，有高有低，总销售额为\_\_\_元(其中尾款为\_\_元)：售卖较好的梦丽莎：\_\_\_元;瑞尔中式：\_\_元;南方家私：\_\_元;帝标：\_\_元;大堂红木：\_\_元;百强圣：\_\_\_元;另有部分展位没有销售额产生，二层家饰居多，原因在于商场标示不明，没有对顾客做好引导(正在改进中)。

C.活动成本，此次活动奖项，根据销售额设置如下：金条(5G)\_个，电视\_台(\_\_\_)，冰箱\_台(\_\_\_)，山地车\_辆(\_\_\_)，自行车\_辆(\_\_\_)，电饭煲、电饼铛、电压力锅、挂烫机、电饭煲各5台(\_\_\_)，蚕丝被\_\_床(\_\_\_)，电热水壶\_\_个(\_\_)，电吹风\_\_个(\_\_)，合计：\_\_\_\_元;提点：\_\_\_元。

D.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，就活动现场的节目表演而言，没有做好时间的规划，以致抽奖时间比预计的推迟半小时，活动的时间节点没有掌握好，活动用得架子规定上午就要准备好，但是一直到两点才到位。

另，活动期间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。

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\_\_，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。

**圣诞节商场促销活动总结3**

本次活动从20\_\_年\_\_月\_\_日到20\_年\_\_月\_\_日，共3天活动时间，总销售额\_\_元，另\_\_元为与活动价格不衔接的其外部分，总体环比增长率\_\_\_%的自然增长，实际增长率也达能了\_\_%，超过了活动前20%预计增长目标。活动时间紧紧扣住了圣诞节，这次活动是为圣诞节预热的初步目的已达到预期效果。

本期活动学期宣传费用，DM快讯与户外幕布及锣鼓队总计费用约\_万元左右，宣传费用销售占比\_%。

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\_\_%。

在\_日活动内2层应季带返季这种新型营销模式给消费者带来一些新意，尤其是买一送一加赠礼品，不但给我们的活动进行了口口相传的效果，同时也让消费者感受到了真正的实惠。

一、从以上情况来看

1.媒体选择

本次活动我们没有选择媒体，这是一种引客缺失。如果这次我们造势媒体的话，那么营业指标至少会上升1736%，从媒体这块，我们忽视了它的宣传范围，从而导致了策略的狭隘性和目标群体偏离性。我们主打是是时尚休闲口号，目标定位在时尚女性和年轻群体，在放弃媒体的同时也放弃了争取较高知名度的契机，也无法用一般营销策略来弥补目标和群体共性缺失。

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，重则影响商场长远发展步伐。如本次活动在奖品上贴近了百姓需求，使商场在凝客方面有了号召力与聚集力。

3.活动执行力差

一项活动，无论大小“策占三划占七”可见活动实施重要性，即使再好的策略，没有人去实施，他还是等于零。员工对活动的促销知识了解不够，缺少热情服务，对促销活动促进上缺乏技巧和活力，在商户心目中没有“活动是在大量资金与人力投入下，营业额大幅度拨高的概念”。另外，活动在销售过程中也没有一个激进方案，销售任务没有进行细分，“笼统管理，大概销售”也限制了销售额的增长。

4.前瞻性和时尚表现不够

一个成功的活动是应该在了解最新市场信息，并多了解时尚前沿的最新动态为重要依据方可进行推广宣传为依据的。

二、下一部计划

克服商场目前困难，充分准备圣诞节活动。

1.准确的商场背景

2.周密的计划

3.密切的结合

4.密切的配合

5.强势的执行力

**圣诞节商场促销活动总结4**

\_\_月\_\_日晚圆满完成了“\_\_”圣诞节促销抽奖活动。活动通过公司领导的支持，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：

一、卖场圣诞氛围营造

A、门前广场可设置这样一个场景造型：在雪地上矗立着一座别墅市的房子，房子周围是浓郁的圣诞树，并有着一个美丽的花园，整个房屋透着黄色的温暖的灯光，透过窗户可看到一家人的身影，正在欢快忙碌着准备圣诞晚会，精心布置圣诞树，圣诞老人正悄悄爬上烟囱，悠扬的音乐从圣诞屋飘出来。整个场景静谧而欢快，有动有静，栩栩如生、充满情趣。注：音乐必不可缺少的，给整个场景增加动感，可以播放一些经典的曲子。

B、营业员和收银员全部戴一顶红色圣诞小帽子，衬托节日气氛，刺激顾客消费。

C、划出圣诞商品区域，陈列各种圣诞礼品，圣诞树排成一排，配以各种彩灯、装饰品等，加上海报、音乐等来渲染圣诞氛围，将商场变成圣诞晚会的天堂。

二、主持人节目促销活动

(1)狂欢帽子节!展出款式新颖、色彩鲜丽的各款男女老少帽子!部分帽子、手套半价销售!让您在享受暖冬的同时，增添一抹靓丽的风采!操作说明：在寒冷的冬天，帽子是不可少的御寒用品，也越来越成为时尚年轻人着装的一大点缀。在帽子展出陈列上，可以突出红色的圣诞帽，一方面渲染节日氛围，另一方面也通过圣诞帽带动其他帽子的销售。

(2)购物送手套!还有连环大惊喜商场购物满1200元，凭购物小票，赠送一双手套(手套价值5-10元左右)，在手套里还藏有奖券。同期可开展\"手套节\"，展出销售不同款式的各类手套。

奖券奖项设置(可根据实际情况定夺)：

一等奖：\_名，29寸彩电一台

二等奖：\_名，VCD一台

三等奖：\_\_名，圣诞音乐CD一张

四等奖：\_\_\_名，圣诞贺卡一张所有奖券上都应该写上祝福语：圣诞快乐、新年快乐。

操作说明：手套也是人们不可少的防寒用品，购物送手套，对顾客来说比较实在，将奖券藏在手套里又是一个新颖的促销方式，跟西方的小孩在过圣诞节时在长袜子里得到礼物有异曲同工之妙。作为赠品的手套可为同一价位不同款式不同颜色的手套，顾客在选定一副手套后，不可再次挑选更换。奖券制作尺寸大小不宜太大，以方便藏在手套里不致掉出来。注：购物赠品还可为一些时尚台历、圣诞礼品、平安符(平安夜赠送平安符)等。

(3)圣诞大蛋糕

定制一个圣诞大蛋糕，直径可长达几米，上面写\"圣诞快乐\"几个字，并插满蜡烛，在晚上八点，大家一起许愿，然后一起吹灭蜡烛，整个场景周围用圣诞树、彩灯等装饰，并配以音乐营造氛围，凡25日当晚6点至8点在商场购物满1000元的顾客，凭购物小票即可分得一块蛋糕，分完为止。

活动说明：在国外，为圣诞节添姿增色的往往还有美味圣诞蛋糕。人们常常把圣诞蛋糕做得新奇漂亮。上面用奶油或果酱浇\"圣诞快乐\"的字样，四周插上特制的圣诞蜡烛。蜡烛形状小巧，只有三四寸长，但用料精致，五颜六色，有的还做成螺旋形。点燃之后，由主人吹熄，然后大家分吃蛋糕。人们有时还在蛋糕里放进三粒豆子，以此代表圣经故事中的三个东方贤土，谁吃着豆子谁就当上了\"三王\"，令人感到十分有趣。

操作注意事项：可在中央大厅划出一专区摆放蛋糕，注意维持现场秩序，以免阻塞客流;蛋糕可以做得尽量大，也可以分为几个大蛋糕，准备切蛋糕之用具。在圣诞夜晚八点，顾客凭规定时间内的购物小票领取一份蛋糕。同时准备好盛放蛋糕之用品，如塑料盘和塑料叉，同时放置垃圾桶，以免顾客乱扔垃圾破坏环境。

(4)购物送C打

CIDER(C打)是一种不含酒精的，从苹果汁当中提取出来的饮料，有点像香槟，国外人过圣诞的时候，晚上习惯将2升的C打和2根桂皮枝，还有黄糖一起放在锅里煮15分钟，于是整个房间里都充满了圣诞的味道联合厂家共同举行此促销活动，购物满500元送一瓶C打，满1000送2瓶，以此类推。

操作说明：可以事先通过报纸广告、海报、DM等来宣传西方庆祝圣诞的这一方式，将西方圣诞习俗介绍给顾客，通过增强顾客的文化意识来引导顾客的消费习惯，从而促进商品销售。

(5)购物送免费餐券!

兑换地点：总服务台商场消费满1000元，可获甲天下免费券一张100元，满20\_送两张，限单张小票，不可累计。操作说明：对于年轻顾客和小孩来说，过圣诞节总是免不了吃的，餐券倍受欢迎，还能在邀约进餐的好友中进一步传播金义。

(6)其他促销活动

圣诞诞服装大特卖：冬季休闲服装、西装、风衣、羽绒服、保暖内衣等。

圣诞限时特卖，开设圣诞疯狂抢购区，可分为一元抢购区、五元抢购区、十元抢购区等，抢购商品为一些小商品，如圣诞小礼品、袜子、手套、毛巾、巧克力、饼干等等

圣诞玩具节：玩具对与年轻消费群体特别是小孩总是最具吸引力的商品之一，展出销售不同类别、各种款式的玩具，对于促进圣诞销售会有很大帮助。

三、特别企划

每年的圣诞之夜，你是否会想起那个卖火柴的小女孩，是否会想起那个慈祥的老奶奶，其实在我们城市中，也还存着需要我们去关心的孩子，伸出您热情的双手，献出您的爱心，让我们共同给他们点亮\"希望的火柴\"。

您只要将自己的购物小票投在募捐箱内，我们就会将顾客投票金额的1%作为爱心公益捐献给这些孩子们，并中征集十名公益热心者，在圣诞节当天，扮成圣诞老人去看望全市各大孤儿院、福利院儿童，给孩子们送去礼物，并与孩子一同嬉戏游乐。礼物设置：冬衣、帽子袜子等保暖用品、玩具、食品等。

操作说明：邀请相关媒体对此活动进行报道，并邀请公证单位对此活动进行公证，此公关活动有助于引导市民来关心和爱护这些弱势群体，提倡公益爱心，也有助于提升金义百货的美誉度。

主持人还会穿插互动的时尚游戏、健身项目表演来持续吸引市民，一方面让市民了解金义百货欢乐优惠在圣诞的活动主题，增加对企业美誉度的认知，带动商品销售。

**圣诞节商场促销活动总结5**

这次促销的活动也是随着假期的\'结束而结束了，回顾这次的促销活动，各个部门的同事们都是非常的努力，来把工作给做好，我也是对于这次的活动来总结下。

从前期的准备活动开始，各个部门的同事就是在努力，从货品的准备，宣发的资料准备，以及心理上对于这次活动的重视也是让大家一起去完成了前期的工作，受到疫情的影响，一直以来，超市的销售业绩和去年同期相比起来，也是有了一些差距，特别是二月份的时候更是如此，但是随着疫情的减退，四月份的时候，销售也是有了一定的起色，但是和去年相比还是有一些差距，所以对于这次五一的促销，都是比较的重视，希望能做好，能让销售回暖，在前期的准备工作之中，大家也是努力的去做好自己本职，货品准备充足，摆放也是提前的做好，同时对于宣传也是积极的去做，无论是广告或者标识，都是积极的配合，一起做好，在节日前，整个超市也是已经有了节日的氛围了。

在促销过程之中，货架空了，同事会积极的去补充，一些促销的产品卖得火爆，也是会提前的做好补仓的准备，各个同事都是积极的去配合，去把促销的工作认真的做好，而今假期结束，回顾这段日子的促销工作，也是过得充实，同时也是达成了当初制定的促销目标，和往年相比，也是不差，同时也是让我们更加的坚定了信心，疫情虽然还是有一定的影响，但是并没有那么大了，我们也是相信通过这次的促销也是会让超市的销售在后续之中回暖，达成往年的水平，去把营业额做好。

当然促销的过程之中也是有一些小的问题，虽然没有影响到营业，但是也是要去反思，要去改进的，一些工作也是可以做的更细致一些，一些准备也是可以再做的充分一点，也是要在下次的促销活动之中去注意，并且把这次做的好的一个地方继续的去发挥，通过促销，也是让我们更加的看到了好的前景，超市的人流量也是多了起来。同时也是让我感受到，这种促销的活动，可以多做，特别是节日或者周末的时间完全也是可以多做一些小型的促销来促进销售，提升营业额，让超市的销售做得更好。并且也是要不断地去优化，去改进，以前一些促销的手段也是有些过时，要有一些新的方式来更好的吸引到客户，去让超市的促销做得更好。

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