# 2024年双十一总结与建议(大全8篇)

来源：网络 作者：空山幽谷 更新时间：2024-09-07

*总结，是对前一阶段工作的经验、教训的分析研究，借此上升到理论的高度，并从中提炼出有规律性的东西，从而提高认识，以正确的认识来把握客观事物，更好地指导今后的实际工作。总结怎么写才能发挥它最大的作用呢？下面是小编整理的个人今后的总结范文，欢迎阅...*

总结，是对前一阶段工作的经验、教训的分析研究，借此上升到理论的高度，并从中提炼出有规律性的东西，从而提高认识，以正确的认识来把握客观事物，更好地指导今后的实际工作。总结怎么写才能发挥它最大的作用呢？下面是小编整理的个人今后的总结范文，欢迎阅读分享，希望对大家有所帮助。

**双十一总结与建议篇一**

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宝信息。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二**

我在cdd做过售前客服。经过前期的培训，对天猫的规则以及客服人员应该注意的`一些事项有了一个大致的了解。我们开始自己的工作，主管把我们分成几个小组，每个组长负责。我在第七组，有八个组员。第一组，当然要互相帮助。分流期间，有的客服接待的客户比较多，其他团队成员忙的时候也会相应分享。我们的主要工作是回答客户关于产品的各种信息。最常问的问题是尺寸和快递。当然，也有棘手的问题，考验我们的耐心和耐力。

尊重客户，尽量满足客户的要求。我觉得做客服是一个很好的锻炼。首先，作为客服，要有亲切感，这是考验我们表达能力的。礼貌和善地说话非常重要。那我们要有很好的耐心，因为有一些不讲理的客户。这个时候，我们作为一个客服，要有耐心，要有良好的耐心，要保持良好的品质。如果顾客不讲道理，我们就不应该和他们争吵。最后，作为客服，你要有很好的口才，用恰当的语言向客户说明商品的优点，这样才能卖出更多的商品。

我认为做一个好的天猫客服应该对每一个客户购买的商品负责，保证客户买到满意的商品，得到好的服务。我认为顾客有一个愉快的购物过程是非常重要的。

**双十一总结与建议篇三**

本次活动开展较为顺利，并且由综合部拉到三个赞助，使得活动更好进行。

(1)活动宣传：我们在一堂门口放置海报，进行男生节活动的宣传，宣传效果不错，部分同学就是看到海报才来到活动现场的。接下来就是印发策划书，跟每个班的班长交流，让他们在班级宣传男生节，让更多的人参与进来。但是这个过程出现了一点问题，就是班长的执行能力不足，没有让班级的同学对这个男生节产生浓厚的兴趣。改进：我们部门有各个班级的同学，以后会利用这个资源，让我们的干事来协助班长，在班级宣传我们活动，提高大家的积极性。

(2)活动现场：

1、不足：活动场地布置得太简陋。

改进方法：下次应当再更早一点去布置，并且提前规划好布置。

2、不足：由于音响线路在过程中出现故障，故而现场混乱。

改进方法：应当提前防备这种情况，若有条件的话借小蜜蜂来作为保险。

3、不足：材料准备太少

4、不足：活动涉及面太狭窄，只限于13级新生

改进方法：对于活动应至少提前半个月进行策划并且宣传，视野要放广，要办好办大活动，前期准备工作不能偷懒，群策群力把活动办大。例如本次活动，若是可以将内容再更丰富一些，细节部分更注重一些，完全可以做到在12级中也参与到。

5、不足：任务分工及衔接问题，活动过程中许多分工不够明细，各个事项的衔接不够紧密。

**双十一总结与建议篇四**

本次活动在时间从20xx年x月x日到20xx年x月x日，共x天活动时间，总销售额xx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x%，超过了活动前x%预计增长目标。

本次活动前期宣传费用，x月x日《xx刊》封底整版xxxx元，展板和x展架xx元，宣传费销售占比x%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xx%。

在x日活动内销售xx体验卡xx张。与xx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xx公司在各主管营业厅悬挂“xx”和印刷的xx份宣传单页，“xx”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。

本次活动在媒体平台选择上存在不足，x日广告宣传打出，x日（周六）销售比上个周六却下降xx%，在xx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。

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。如本次活动在奖品制定上是参考了畅销品牌的销售记录，然而在本次活动中几家畅销品牌却没有参加，不但影响到活动力度，还影响到了商场凝聚力。

各楼层专厅促销活动，不能定期反馈给把这些信息宣传到外部去的企划部，专厅促销信息成了内销文件，不能起到增加品牌顾客的作用，薄利多销的目的也成了一相情愿。企划部失去了这些信息的支撑，在活动计划拟订上，不能将商场活动与专厅活动结合，不但存在独立性，更甚使活动被孤立，营业部与代理商或厂家洽谈活动承担比例时，失去立场。

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，他还是等与零。员工对活动的促销知识了解不够，缺少服务热情，对促销活动促进上缺乏技巧和活力，在员工心目中没有“活动是在大量资金与人力投入下，营业额大幅度拔高的概念”。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。

企划部成员应常走出去，了解最新市场信息，做好信息归整，并多了解时尚前沿时尚资讯。

克服种种困难规避以上情况，每项活动都具备以下5个要素：准确的市场背景；周密的计划；密切的结合；密切的配合；强悍的执行。

**双十一总结与建议篇五**

20xx年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们参加，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**

今年双十一的一个创举就是早在10月15号就开始预售，天猫官方并没有给出对于此次预售的具体数据，可能是因为数据并不如191亿这么好看，不过，预售为双十一前期的选品规划做出了有意义的指导，对备货，系统，仓储的效率实现了很大程度的提升，当卖家能偶清晰地知道热销产品，更快和更有信心的筹备双十一时，带来的巨大效果将是无法量化的。

2、天时

今年的双十一恰好是周末，单这一个条件就可以在同等情况下让去年的销售额翻一翻。购物的狂欢放在周末再合适不过了，当整个周末街上的人都明显减少时，我们就应该知道，多少人将近期的消费一股脑的涌向了天猫！

3、无处不在的天猫

4、预充值

今年支付宝的预充值类宣传的出现频率大大增加，从派友在相关帖子中提到的情况来看，今年支付宝预充值的比例应该是非常高的，由此带来的快捷的支付体验不仅让买家消费的欲望更加不可抑制，更是锁定了大部分想在此刻消费的人群，大大提高了支付成功率。

24小时狂欢

当2亿多用户涌向天猫，在30分钟左右的时间将10亿元人民币通过鼠标汇聚到支付宝的另一端时，你就可以知道这次注定是一个创造历史的时刻：

70分钟――20亿；

8小时16分――50亿！

13小时18分――超过100亿！

24小时结束――最终定格在，191亿。

其中，销售额破亿的商家有3家

5000万以上销售额――18家；

1000万以上销售额――227家；

500万，100万――501家，2580家。

当零点过后，兴奋的香槟在不同城市的写字楼里相机迸发的时候，当淘品牌，传统品牌和国际品牌携手跳起江南style的时候，可以认为，我们已经走到了网络购物时代的深处，新的商业力量将依靠网联网崛起！

**双十一总结与建议篇七**

1.活动前：策划部写了一份详细具体的活动方案，让整个活动都有条不紊的进行。在宣传方面，我们采用了条幅，海报，宣传单和网络等多种形式相结合，争取让林大的`每一个人都了解此次活动。

2.活动中：

11日早上，在7点之前，我们的会员将光棍节营养早餐送到寝室，让参加晚会的观众有一个美好温馨的节日早晨。

晚上六点，在老干部活动中心上演了一场声势浩大的文艺晚会，邀请的嘉宾有喻林传媒协会指导老师张老师，学团主席，团宣常副、副部长、分部部长，广播台台长，喻林上任会长及举办方的各位会长、其他友好协会的会长。

晚会以轻舞飞扬的复古舞开场，接下来有太极协会精彩的《刀剑如梦》，维风动漫社的cosplay展示，新疆艺术协会的民族乐队，征集节目优美单曲、个人舞蹈、电子琴演奏、歌舞串烧等，还有我们喻林协会的话剧、单曲，爱琴海吉他协会的炫酷乐队，云岭文化协会经典唯美的歌舞剧，低调bbox协会会长的超级bbox表演，还有武术协会精彩的双节棍表演，此外，以男女搭档完成的游戏环节更是推动了晚会的高潮，而以爱为主题的拍卖环节也更好的诠释了晚会的主题。

3.活动后：晚会结束后，喻林真诚的感谢了为此次活动奉献了自己一份力量的所有组织和个人。

1.在筹备阶段，做出了很多创新的地方，包括征集节目、座位排号、游戏策划等，都给人一种不一样的感觉和享受，为后面活动的效果和影响提供了全面的指导。

2.采用了全面的宣传方式——条幅、海报、宣传单以及网络，每种宣传都互相搭配。特别是条幅的制作上、悬挂上都大大的彰显的晚会的吸引力。

3.门票奇缺。我们印制了600张票，实际只发放400张，发票三天。前两天发票量便突破预期安排，最后不得不在最后两天有限制的发放了120多张站票，凭借门票总预计晚会当场的观众为700人左右，这对老干部活动中心来说是一个巨大的挑战和突破;当然，这要归功于前期宣传的效果。

4.晚会现场爆满，达到了700多人次，且观众热情高，积极性好。

5.此次的节目都是精心挑选的，无论是各大协会的特色还是征集节目，在质量上较以往有了很大的创新和提高，且形式多样，各具特色。

6.此次晚会的游戏是精心策划和筹备，并尝试。在晚会过程中对象场氛围起到了相当好的推动效果。

7.晚会过程中的时间把握的非常好，与预算的180分钟差离不大，效果很好。

8.除了邀请广播台的主持外，协会会员也参与其中，且很好的适应了初次主持的挑战，给自己一次充分展示的机会。

9.参与此次活动的十家协会，由原先的不熟悉变成了友好的兄弟协会，期间，大家在各个方面都相处融洽，合作的非常愉快!

10.将以爱为主题的活动诠释的很好，融入爱心，引导了一种特别的文化，履行了协会“爱心传媒”的宗旨。

11.通过此次活动，沉默了一年的协会在此时一炮打响，知名度大大提高，为以后的发展奠定了相当好的基础。

12.自招新以来，这是协会举办过的最大一次活动，让新会员更加深刻的了解了自己的协会，同时协会也给了会员们一个实实在在的交代与展示。

1.资金问题。此次活动的外联赞助现金只有350元，虽然发票卖早餐收入了400元左右，但是整个晚会的花销还是在1100元左右，资金空缺400元，这对于毫无收入的协会来说是一笔难以弥补的严重亏损，不过虽然我们将怕卖环节的280元现金转赠给了启明星爱心社，但是整个活动在资金方面的弥补还是缺乏前期的工作投入。

2.整个活动前的准备工作不是很足，节目没有彩排过，而且期间有很多节目临时改动，给主持人造成了很大的不便;另外轻舞飞扬的开场舞在质量和细节上都有大的问题，直接导致晚会的开场一片苍白。

3.协会内部组织方面也出了很大问题，首先是我不敢放手让会员们去做，事必躬亲，把权力和事情全都揽过来自己做，没有把会员们的积极性调动起来，而且所有的事由我做，直接导致我忙得一塌糊涂，各方面工作开展应接不暇(如：游戏环节的道具和奖品没准备);其次是会员们没有找到属于自己的位置，缺少主动性，没法锻炼出自己的领导组织能力;而且其他大三与大二之间的沟通和相互理解少了点。

4.活动前，晚会现场的准备工作做得不足。包括会场布置、人员安排，直接导致嘉宾、对号入座的观众席等座位都显得很乱，虽然一部分要归结于协会内部工作人员太少、观众太多外，主要还是自己的安排问题。

5.晚会现场控制方面做的欠缺，个别节目音响没有控制好，影响了节目的质量。

6.节目秩序安排的不尽合理，包括歌曲的搭配、太极协会的演出以及开场舞，以至于给观众带来的些许不快、疲劳。

7.今年邀请的协会太多，虽然一方面提升了活动的质量和影响度，但是约束了我们协会自己的自由，包括节目编排和门票的发放。

通过举办此次活动，我们总结出了以上各点成功和失败之处，我想重点描述下以下改进：

1.参与协办的协会邀请的太多，6个就可以了。我们以后可以在征集节目上多花点力气。而且，少邀请些协会可以让我们有更多的门票收入，弥补资金的空缺。

2.一定要训练自己的人员学会外联赞助方面的各项工作。

3.协会要发展不能以“光棍节”这个活动为自己的品牌活动，要将目光放长远一点，所以“东林之窗”的建立很迫切。

最后，我们相信，成功的地方我们将会更好更合理的发扬和延续，让喻林的每一个人都继承这种成功之道，合理的应用到以后的各项活动当中;而对于失败的地方，则更应该铭记和反思，不能在同一个地方栽两个跟头。只有继承成功和改进错误，才能使协会更好的发展下去，才能有资本争创百年老品牌，才能有爱心传媒的力量!

**双十一总结与建议篇八**

20xx年11月11日，市场部就光棍节促销活动召开x会议。会议对光棍节促销活动取得的成绩和存在的问题做出x分析，并对年底的目标任务做出总体规划。

公司于光棍节期间开展的“光棍节，王者归来”活动已经结束，公司针对此次活动的开展情况，进行会议x。上午，会议在公司三楼大会议室进行，参会人员包括公司总经理周才友、营销总监冉亚夫、营销中心其他管理人员和各区域市场主管负责人。各区域市场负责人先后做了工作报告，会上大家各展风采，认真分析、x了活动开展过程中凸显的新问题和值得借鉴的经验，把在这次活动过程中的工作成绩与大家一同分享，把自己在平时工作实践中的心得和经验倾力奉献出来。对于活动进行过程中存在的问题，大家各抒己见，对活动情况进行细致的分析和探究。

最后，总经理周才友和营销总监冉亚夫分别对会议内容做出总体评价，充分肯定此次活动取得的成效，强调各市场代表之间应该互相吸取经验和教训，营造一个互相学习，彼此提高的良好氛围，同时也是大家取得进步的好机会。周才友说：各市场代表和经销商要客服自身惰性，满足甚至超越公司要求，不断提升公司形象，提高自身效益，实现良性发展和多赢的局面。大会最后对的9、10月份任务做出具体规划。

承载着经销商朋友诸多期待和渴望的`光棍节促销活动，在经过长期而繁复的备战工作和轰轰烈烈的销售工作之后，已经告以段落。针对此次活动，公司对部分经销商进行了回访。

其中，河北隆尧、河南漯河、山东曹县、单县等地依旧是雅宝家具公司的销售冠军。平顶山、虞城等店则紧跟其后。而一些新店开业同样出手不凡，长葛、宝丰、太康等店都取得了不俗的销售成绩。当然，也有一些销售则让经销商感到心酸。整合众多专卖店的珍贵经验，我们试着分析导致销售结果天差地别的原因，并整理成文，希望对广大经销商朋友有所助益。

本文档由028GTXX.CN范文网提供，海量范文请访问 https://www.028gtxx.cn