# 消费季活动工作总结(必备30篇)

来源：网络 作者：梦里寻梅 更新时间：2025-03-10

*消费季活动工作总结1(一)结合我县实际择机开展促销活动。消费促进月活动要逐渐脱离传统的提升消费功能，应结合德江旅游产业发展进一步推广，以增强其对旅游产业发展的服务功能，通过购物吸引游客，增强德江旅游业竞争力，打造德江城市形象品牌。(二)吸取...*

**消费季活动工作总结1**

(一)结合我县实际择机开展促销活动。消费促进月活动要逐渐脱离传统的提升消费功能，应结合德江旅游产业发展进一步推广，以增强其对旅游产业发展的服务功能，通过购物吸引游客，增强德江旅游业竞争力，打造德江城市形象品牌。

(二)吸取经验，形成传统，办出特色。德江消费促进月活动，如果需要提升影响力，就必须吸取以往活动的经验教训，固定举办时间，举办单位，带动更多有活力的企业参与进来，将消费促进月作为我县“守诚信、促消费、倡低碳、惠民生”工程建设的一个总抓手，形成传统。加大宣传力度，扩大宣传范围，改善消费环境，促进消费与旅游一体化，将消费促进月办成集旅游、消费、休闲一体化的特色发展模式。

(三)政府主导，培育更多商贸服务市场。消费促进月属于消费推广活动，政府作为引导部门，不仅需要商业企业的积极参与，特别是在店外促销活动的开展方面还需要政府部门之间的大力支持。我县城南商业步行街布局情况已经出炉，商贸服务业的发展空间正在以成倍的速度拓展，政府相关部门要加强主导，结合以上功能板块业态来培育更多新兴的商贸企业，进一步优化商贸服务市场环境。

我们要以坚持走科学发展道路，加快建设生态文明城市为指导，充分发挥德江县区域性中心城市的辐射作用,精心打造德江消费促进活动，以节造势、以市助节、以节促销，拉动消费增长，培育市场诚信体系建设，倡导低碳生活，惠及民生，推进我县商贸服务业加快发展，为我县建设生态文明城市做出更大贡献。

为进一步激活城乡居民消费需求，增强消费对县域经济增长的拉动作用，4月2日至5月4日，长武县组织开展了以“守诚信、促消费、倡低碳、惠民生”为主题的“长武县20xx年‘红四月’消费促进月”，取得了良好的经济效益和社会效益。

活动月期间，全县20多家规模大、信誉好、有影响力的大型宾馆、饭店、商场、超市、购物中心、专业门店围绕“品牌消费、信用消费、绿色消费、低碳消费”等四大内容，按照统一主题、统一标识，开展了形式多样的促消费活动。参与活动的企业涉及手机话费、家用电器、日用百货、服装鞋帽、针纺织品、化妆用品、水果蔬菜、餐饮美食等商品，极大地繁荣了消费品市场，促进了消费增长，呈现出“企业大促销，诚信齐让利”的促消费氛围。据不完全统计，活动月期间全县参与商家累计完成销售额20xx多万元(含餐饮)，比去年同期增长约。

一是主管部门积极发挥在扩大消费中的指导作用，精心组织开展此项活动，细化工作方案，结合季节实际和具体活动要求，对活动内容、组织方式、责任分工、监督检查和安全保卫等环节进行了细化和量化。搞好动员协调，及时组织参与企业负责人召开座谈会，动员商家积极参与“长武县20xx年‘红四月’消费促进月”活动，并举行了启动仪式。

二是商务部门牵头，工商、质监、卫生、城管、公安等部门组成联合工作组，根据各自职能协同做好活动现场的各项监督管理工作。工商部门负责做好各类商品的检查巡查，并在每个活动现场设立了消费者投诉服务台，维护消费者合法权益;质监部门负责做好参展商品的质量检查工作，防止“三无”等不合格产品损害消费者利益;公安、交警等部门负责做好现场安保和交通要道人群和车辆的疏通工作;城管部门负责做好户外广告、宣传资料的悬挂、摆放等管理工作;商务部门在牵头做好相关工作的同时，与有关部门共同强化了市场监管力度，严防活动期间哄抢、火灾、踩踏等恶性事故发生，积极倡导诚信消费理念，切实维护消费者合法权益，为“红四月消费促进月活动”营造良好的市场秩序，确保了活动的顺利开展。

三是充分发挥媒体宣传作用，加强新闻媒体报道。从4月初开始，组织长武县电视台、长武吧等主要媒体对活动进行全方位、多角度的报道，充分宣传“长武县20xx年‘红四月’消费促进月”活动，扩大影响力，营造氛围;组织所有参加活动的企业，在活动场所内统一制作悬挂“长武县20xx年‘红四月’消费促进月”活动标识、“扩大消费、改善民生、促进发展”等活动口号悬挂条幅进行宣传，加大企业宣传力度，大力宣传“文明、健康、绿色、低碳”的科学消费理念。在整个活动期间，向市民发放促销宣传资料10多万份，积极宣传各类促销信息，吸引广大市民消费。

四是各参与企业纷纷列出各种优惠办法吸引顾客，永德宏购物中心、全都购物广场、武商服装城等商场打折优惠，部分商品低至4至6折、换季品牌服装低折扣、清仓大减价。同时以优惠价推介新上市的时尚服饰鞋包等商品，深受市民青睐;黄河机电长武经销部、富元家电经销部、国英家电等商场和家电厂家联系，以让利、抽奖、店庆、迎节日、以旧换新、买一赠一等形式开展促销;部分商场联合银行推出让利活动，刷银联卡消费可享受一定额度补贴。通过打折、让利、发积分卡、消费卡、赠送礼品等方式吸引顾客，收到了良好的效果。

**消费季活动工作总结2**

我本着务实扎实的原则，更好的负起自身的职责，加强理论业务学习，勇于实践，逐步提高自己的业务水平、管理水平，为公司发展奉献自身全部的能量。

作为一名店长，负责协调各项工作，维护全卖场的正常营运，应对突发事件的处理，在这个岗位上，自己立足全局，在工作的同时，充分利用这一平台全面提升自身的组织协调与业务水平，在收银、客服、接货、防损、消防等各个环节深入了解，发现问题，消减漏洞，努力争作一名称职的超市主管。全体员工一起努力，潜下心来，从头干起，卫生、陈列、库房、接货从每一个细节开始严格的要求，使花桥分店业绩逐渐有了改观销售有了明显的增长。

在对员工严格要求的基础之上，与员工保持了更多的沟通，同时也经常性的进行业务培训，使员工的精神面貌有了改观，工作的积极性自主性得到了发挥。在公司各部门的关心支持下，全组员工齐心努力，超市的进步得到了公司的认可。

**消费季活动工作总结3**

消费教育是消费维权活动中的一个重要环节，其目的主要全面提高消费者的自我保护意识和综合素质。近几年来，区消协紧紧围绕年主题，点面结合，大力开展各种形式的消费教育。尤其是针对不同的消费群体，因地制宜，把消费教育延伸到社区、延伸到学校、延伸到农村。止目前，全区建立消费教育基地XX个，其中学校X个，社区X个，农村X个，老年大学X个。消费教育基地共举办各类培训班XX期，培训学员XXXXX余人次，印发宣传资料X万余份，编印《消费手册》X万余册，举办征文比赛X次，刊出宣传专栏XX余期，消费教育影响广泛，成效较为显著，受到了广大消费者的普遍欢迎和各级领导的好评（具体见附后材料）。

**消费季活动工作总结4**

保护消费者权益工作需要经营者参与，需要行业自律。为此，上半年我们一是推出省消信单位黄岩百货有限公司加强消费维权监督联络站建设做到“消费投诉不出店”的成功做法，在电视上宣传，并在消协召开的“消信单位”表彰会上介绍。二是与质监部门、食品行业协会配合，推出X家食品企业在全区发出诚信经营共建健康、安全、放心消费环境倡议，X月XX日，X家企业在城区新世纪广场组织了倡议活动，倡议书在媒体上刊登。三是与企业互动，关注老年、残疾弱势群体生命。X?XX期间，区消协组织省消信单位台州供水大厦到农村敬老院访贫问苦，给老人送去保暖棉被，并由特级厨师给老年烹制了一餐美味佳肴。此外，为保证农村消费者能买到货真价实的农资商品，我们与工商、农业等部门配合，组织全区农资经营单位签订不销售不合格或假冒伪劣农资商品承诺书，规范农资经营单位的经营行为，促进农资企业严格自律。

为促进德江县商贸流通业发展，积极搭建消费平台，切实拉动消费，我县20xx年4月2至20xx年5月4日开展了以守诚信、促消费、倡低碳、惠民生为主题消费促进月活动。在整个消费促进月期间，市场繁荣、购销两旺、亮点纷呈、特色突出，全方位展示了我县商业品牌，进一步促进了消费，实现了经济效益、社会效益双丰收。

**消费季活动工作总结5**

一是认真学习，提高认识。在接到上级工作安排后，我局及时召开了会议，会上传达学习了相关文件精神，局班子成员，机关各股室负责人，各基层单位负责人，县主要景区负责人参加会议。会议就彭泽县开展“百日百县”文旅消费季活动进度情况和彭泽县第四季度旅游消费相关工作进行了安排。

二是加强领导，压实责任。局党委书记、局长是第一责任人。作为一把手，既要以身作则、身体力行，当好“百县百日”活动的参与者、先行者；又要挂帅出征、靠前指挥，当好拉动文旅消费的施工队长。始终坚持以人民为中心的发展理念，一把手亲自抓，精心组织、周密部署，细化分工、落实责任，因地施策、统筹协调，切实做好本地“消费季”各项活动。

**消费季活动工作总结6**

1、加强组织领导。全镇要把消费扶贫作为打赢脱贫攻坚战的重要抓手，采取有效措施，组织开展多种形式的农产品营销活动，扎实做好贫困村、贫困户农产品产销对接工作，要充分发挥乡、村两级干部和帮扶队伍作用，组织实施好消费扶贫工作，确保各项措施落地落实落细。

2、加强宣传引导。各村和社区要充分运用宣传条幅、村内大喇叭等加大推介力度，加大消费扶贫引导力度，培育社会大众消费扶贫献爱心理念，及时总结和宣传推广消费扶贫工作中涌现出来的经验做法，营造全社会参与消费扶贫的浓厚氛围。

3、强化督促落实。将消费扶贫纳入年度脱贫攻坚工作计划，要统筹做好消费扶贫的组织实施和跟踪检查，及时总结工作开展情况，定期统计包扶部门、机关单位购买和销售贫困村、贫困户的产品相关数据。

二是扩大农副产品销售渠道。积极联系工业企业、商贸企业、物流园食堂，为扶贫大棚蔬菜的销售寻找销路，重点用好政府集中采购的方式助力贫困户增收。

为确保消费扶贫工作顺利开展，格尔木市根据省州相关要求，结合本地消费扶贫实际需要，筛选有发展前景、带动能力强的企业(合作社)4家(格尔木云朵枸杞科技有限责任公司、青海昆杞生物科技有限公司、格尔木鑫农生态种植专业合作社、格尔木冰天电子商务有限公司)参与消费扶贫，提升其带动脱贫群众的能力。格尔木杞盛科技发展、青海格尔木藜乡生态农业科技、格尔木云朵枸杞科技、格尔木源鑫堂生物科技、格尔木康普农业发展5家公司入选国家消费扶贫832平台，专门销售枸杞、藜麦及相关加工产品。20\_年6月以来，各参与消费扶贫的企业共计销售价值万元的农畜产品。

一是积极号召局系统党员干部职工主动购买对口帮扶贫困村的农副产品。组织局系统党员干部职工开展“消费扶贫、你我同行”主题党日活动。由驻村工作队提前做好需求统计和产品对接，广大干部职工购买贫困户家中的茶叶、竹笋、猕猴桃、猪肉、土鸡、鸡蛋等农副产品，累计消费xxxxx元。在去年xx月xx扶贫日，组织局系统单位购买贫困户茶叶万元。

二是工会引导。号召局系统各单位采购工会会员节日福利物资时，优先选择帮扶村的农副产品。

三是食堂直供。倡导有自办食堂的下属单位，及有意愿的养老服务机构、社会组织与帮扶村建立稳定的农产品定向直供机制。

四是动员社会力量参与消费扶贫。印发《动员社会组织参与消费扶贫助推脱贫攻坚工作方案》，结合“共建促脱贫”、“百社百村”等帮扶活动，充分引导xx家社会组织采取“以购代捐”、“以买代帮”等方式采购贫困村农副产品，累计消费万元。去年x月，xx县青年志愿者协会共发动志愿者xx人次，在县城分五个售卖点，帮助朱家河村销售滞销香菇xxxx斤，抢收经济效益xxxx元。县社工协会、美容美发协会、慈善协会、福康老年公寓、汉水人家公益志愿者协会、博爱医院等社会组织充分发挥自身优势，提供产业扶持，技术指导，扶贫岗位、公益救助，教育讲座等服务，累计投入帮扶资金万元，受益万人次。

（一）广泛组织动员，巩固帮扶力量。县司法局高度重视消费扶贫工作，将此项工作作为局20\_年包保帮扶计划中的一项重要目标，明确了消费扶贫工作的任务与要求。同时，定期召开村三委班子成员会议，研究落实关于脱贫攻坚工作中消费扶贫工作任务及措施，为村消费扶贫工作的开展提供了有力保障。20\_年，局领导班子针对消费扶贫工作召开会议6次，就村消费扶贫工作制定年度任务目标，同时对帮扶责任人结对帮扶提出要求，必须重视消费扶贫工作，并抓好后期跟进和落实。

（二）瞄准突出短板，解决“瓶颈”问题。屯灵芝种植及榆树林子屯蔬菜大棚是村目前比较成熟的集体项目，但灵芝孢子粉缺乏销售渠道、蔬菜大棚种植技术不成熟阻碍了产业的发展。今年，县司法局全体帮扶干部通过微信公众号、新浪微博等自媒体平台对屯灵芝孢子粉进行宣传推广，驻村工作队还联系厂家为产品设计包装，使其焕然一新；同时，局领导请来专家为村民讲解蔬菜大棚支架、扣膜及选种、种植经验，解决了老百姓的难题，蔬菜成熟后，帮扶责任人还帮忙联系销售渠道，确保实现稳定增收。

\_扶贫办20xx年就提出了消费扶贫的理念，但从目前我县的情况看，消费扶贫的理念还主要限于扶贫体系内，尚未形成广泛的社会影响，导致扶贫产品的销售量不是很好，个别乡镇为了打开扶贫产业的销售渠道就变相出台了一些强制消费扶贫产品的措施。

建议：要加强宣传推介消费扶贫，组织各类媒体通过新闻报道、公益广告等多种方式，广泛宣传扶贫产业推介农产品品牌。扩大宣传面，提高大众对消费扶贫的知晓率。同时坚持自愿原则，引导社会各方力量发挥主动性，积极参与到消费扶贫这个“大家庭”中来，壮大参与消费扶贫的“朋友圈”，营造人人皆愿为、人人皆可为、人人皆能为的良好氛围。

进一步加强消费扶贫工作宣传，力争动员更多企业参与和实施消费扶贫工作，履行企业社会义务;督促消费扶贫意向、协议签约企业兑现和落实承诺，积极采购农副特产品;进一步加快电商示范县建设项目，力争农副产品物流服务等体系早日建成投用。

为进一步巩固扩大格尔市脱贫攻坚成果，拓宽困难群众的农畜产品销售渠道，增加困难群众的致富增收的途径，格尔木市严格按照省州部署安排，扎实开展消费扶贫、产业扶贫工作，并已取得明显成效。

20xx年以来，县应急管理局在县委、县政府的正确领导下，在镇党委、镇政府的大力支持下，结合村实际，脚踏实地搞服务，一心一意抓扶贫，团结和带领全村干部群众艰苦创业，攻坚克难，在帮扶过程中扎根基层、精诚团结，紧紧围绕工作目标，谋准村政、解决难题，受到了干部群众的一致好评。现就我局20\_年消费扶贫工作情况总结如下：

应急管理局作为非贫困村镇村帮扶单位，年初来，我局认真贯彻县委、县政府的相关部署要求，扎实推进消费扶贫工作，高度重视消费扶贫宣传动员，为打好打赢脱贫攻坚战，营造了良好的工作氛围和舆论环境，同时创新服务方式，转变工作作风，切实履职尽责，为民办事，谋服务。

我是xx超市站街店一名普通的工作人员，从踏入xx超市那天起，我就把自己融入其中。忙碌的工作，使我的生活变得格外的充实。

年终岁末，紧张繁忙的一年即将过去，新的挑战又在眼前。沉思回顾，在xx超市这个大家庭里使我得到了更多的锻炼，学习了更多的知识，交了更多的朋友，积累了更多的经验，当然也通过不少深刻的教训发现了自身的种种不足。这一年是充实的一年，我的成长来自xx超市这个大家庭，为xx超市明年更好的发展尽自已的全力是义不容辞的责任。

刚加入xx超市的时候，一切对我来说都是新鲜的，也是陌生的。许多东西都需要老工作人员教，我感觉自己需要学习的`太多了。于是，他们做什么我都仔细的看，耐心的学，从商品的陈列到缺货的补报;从商品的促销到新品的开发……一点一滴的学，一点一滴的记。两年的工作，使我得到了锻炼，日常工作逐渐得心应手。

我们的工作于细节处见真功，所以必须认真仔细。因此，我认真了解每种商品的功能、价格，随时检查商品的生产日期，及时了解同类商品的市场信息，并向店内汇报……我始终坚持：做什么事情，做了就一定把它作好。对工作抱以热情，对同事抱以关心，用积极的行动来感染周围的人，带动周围的人这是我在xx超市感受到的，也是希望我能够切切实实做到的。

在b05便利店

旧的一年即将过去，新的一年即将到来。我希望xx超市是新的，我也是新的。xx超市给了我一个舞台，我会在这个舞台上越做越好

怎样做好一个超市理货员，超市中的理货员看似工作较简单、普通，但他们是与顾客接触最直接人。他们的一举一动、一言一行无不体现着超市的整体服务质量和服务水平，他们的素质好与差，将直接影响到公司的生意和声誉，所以只有不断地提高理货员的素质和业务能力，才能使我们的超市在激烈的市场竞争中立于不败之地，因此工作人员的基础知识培训非常重要。

1、理货员的工作职责和日常完成本职工作的要点

1、 理货员有对商品进行验收和为顾客提供退货服务的工作职责

2、 对商品按编码进行标价和价格标签管理的工作职责

3、 有对商品进行分类，并按商品陈列方法和原则进行商品陈列(包括补货)的工作职责。

4、 有对顾客的咨询导购提供服务的工作职责。

5、 有对超市内卫生进行保洁及商品防损管理的工作职责。

xxxx年上半年副一店的经营情况不是特别理想，1-6月份销售只实现了xxx万元，毛利实现了100万元，利润实现了30万元;与200万元的销售计划相差甚远，销售完成计划的，毛利完成计划的50%，(利润完成计划的215%)。上半年的销售计划没有完成好，下半年的任务又接踵而至，感觉压力甚大，面对困难和压力，我觉得下一步要做的就是要调整好自已的心态，多想办法，加倍付出，尽自已最大努力

做好销售。管理出效益，一切管理都是为销售服务。为保证副一店的正常运行，我们保证畅销商品的货源，不能使销量好的商品、季节性商品有缺豁、断货的现象发生。由于供货商送货不及时，我们每次的订货都得提前备好一个月的库存。考虑到本店大部分商品都是代销经营，按销量结算，可以不占用本店的流动资金，而直接利用厂家的资金达到存货的稳定。虽然这样保证了库存量，但也是导致我们店库存量过大、商品周转缓慢的直接原因之一。

**消费季活动工作总结7**

1.制定出月工作计划和周工作计划、及每日的工作量。每天至少打30个电话，每周至少拜访20位客户，促使潜在客户从量变到质变。上午重点电话回访和预约客户，下午时间长可安排拜访客户。考虑北京市地广人多，交通涌堵，预约时最好选择客户在相同或接近的.地点。

2.见客户之前要多了解客户的主营业务和潜在需求，最好先了解决策人的个人爱好，准备一些有对方感兴趣的话题，并为客户提供针对性的解决方案。

为认真贯彻落实\_、自治x、自治x扶贫部门关于开展好消费扶贫的相关通知要求，xx市扶贫办根据自身实际情况制定了《20xx年xx市消费扶贫行动实施计划》，用消费扶贫来创新推动社会扶贫，建立“三项机制”、运用“四种模式”、做到“五个结合”，扎实推进消费扶贫工作取得实效，现将近期工作小结如下。

**消费季活动工作总结8**

1.市场分析，根据市场容量和个人能力，客观、科学的制定出销售任务。暂订年任务：销售额100万元。

2.适时作出工作计划，制定出月计划和周计划。并定期与业务相关人员会议沟通，确保各专业负责人及时跟进。

3.注重绩效管理，对绩效计划、绩效执行、绩效评估进行全程的关注与跟踪。

4.目标市场定位，区分大客户与一般客户，分别对待，加强对大客户的沟通与合作，用相同的时间赢取最大的市场份额。

5.不断学习行业新知识，新产品，为客户带来实用的资讯，更好为客户服务。并结识弱电各行业各档次的优秀产品提供商，以备工程商需要时能及时作好项目配合，并可以和同行分享行业人脉和项目信息，达到多赢。销售人员年度工作计划6.先友后单，与客户发展良好的友谊，处处为客户着想，把客户当成自己的好朋友，达到思想和情感上的交融。

7.对客户不能有隐瞒和欺骗，答应客户的承诺要及时兑现，讲诚信不仅是经商之本，也是为人之本。

8.努力保持和谐的同事关系，善待同事，确保各部门在项目实施中各项职能的顺利执行。

**消费季活动工作总结9**

（一）充分发挥农村消费维权监督站点、监督员作用，消费维权宣传服务活动向维权最薄弱的农村地区倾斜。针对西部山区涉农投诉反映出的问题，X月上旬，我们会同工商、农业部门、宁溪、上郑、富山、屿头等乡镇消费维权监督站，在宁溪召开了有农资经营者、农户代表、消费维权监督员共XX多人参加的“XX护农”座谈会，区农技专家向经营户、农户代表进行农资知识培训、消协分会认真剖析了辖区近二年涉农消费投诉案例，并讲解了《消法》等有关法律法规知识，工商部门传达了当前各级政府护农有关文件精神，当地政府、政府职能部门、消协组织多方配合为山区农资经营户、农户建立了一个良好的交流平台。农资经营户还在会上签订了诚信经营承诺书。

（二）以工商、消协主线，会同各职能部门开展现场宣传咨询服务活动。

共设点X个，提供咨询和服务XXXX人次，发放宣传资料万余份，当场受理投诉XX件，涉及金额万元。

（四）“健康?维权”消费教育进一步深入社区、学校。我们在海棠、县前、山亭等社区刊出了年主题宣传专栏XX个版面，着重加强了食品安全的消费教育。在澄江中心校消费教育基地，消协分会同志带领学生到超市、商场开展消费体验活动，现场指导学生掌握商品包装标识有关知识和如何识别假冒伪劣商品，帮助学生树立正确的消费观，X月XX日浙江电视台新闻联播节目作了报道。

**消费季活动工作总结10**

\_扶贫办20xx年就提出了消费扶贫的理念，但从目前我县的情况看，消费扶贫的理念还主要限于扶贫体系内，尚未形成广泛的社会影响，导致扶贫产品的销售量不是很好，个别乡镇为了打开扶贫产业的销售渠道就变相出台了一些强制消费扶贫产品的措施。

建议：要加强宣传推介消费扶贫，组织各类媒体通过新闻报道、公益广告等多种方式，广泛宣传扶贫产业推介农产品品牌。扩大宣传面，提高大众对消费扶贫的知晓率。同时坚持自愿原则，引导社会各方力量发挥主动性，积极参与到消费扶贫这个“大家庭”中来，壮大参与消费扶贫的“朋友圈”，营造人人皆愿为、人人皆可为、人人皆能为的良好氛围。

**消费季活动工作总结11**

1、高度重视，及时成立消费扶贫专班。我局高度重视消费扶贫工作，把消费扶贫作为全局一项政治任务和重点工作来抓，及时成立了以主要领导为组长、以分管领导为副组长、各股室负责人为成员的县商信局消费扶贫领导专班，负责商信系统消费扶贫发展方案制定、工作推进、任务落实及统筹协调督促督导等工作。

2、深入调研，及时起草了《扶风县深入开展消费扶贫助力打赢脱贫攻坚实施意见》。5月初，我局先后深入全县8个镇街、10户商贸流通企业、34户贫困户家中，对消费扶贫工作进行了认真的调研，起草了《扶风县深入开展消费扶贫助力打赢脱贫攻坚实施意见》，从“预算单位承售、邳州与扶风帮销、经营主体带销、商场超市直销、电商平台营销、社会爱心助销、宣传推介展销”等七个方面拿出了消费扶贫实施意见，明确了部门、镇街主体责任，建立了工作机制和保障措施。

3、产销对接，及时设立了扶贫专柜。针对今年新冠肺炎疫情对贫困户农产品造成的卖难问题，我们积极开辟扶贫产品“绿色通道”，广泛开展“买产品、献爱心、促脱贫”消费扶贫活动，在老实人、惠鲜生、百合生活馆等超市设立了消费扶贫专柜，及时与县扶贫办对接，分三批次认定扶贫产品，积极联系推荐扶贫产品供应商，解决了贫困户产品卖难问题。其中，新贸物流、多美汇等商场超市对专柜销售的扶贫产品减免超市展位摊位费。同时，我们还鼓励工业企业、商贸企业、餐饮企业、社会团体等优先购买贫困户的农特产品。今年1—6月份，在扶贫产品专柜共销售贫困户农产品190多万元，有效地解决了贫困户农产品卖难问题。

加强产销对接，实施龙头企业带销。发挥陕果集团扶风公司、民香果业、华泰果蔬等农业产业化龙头企业、农产品加工骨干企业、农民专业合作社对贫困户的辐射带动作用，我局积极协调帮助龙头企业、骨干企业、专业合作社进行农特产品收集、分级、包装、检测、品牌设计、商标注册，通过企业自身营销渠道实现农产品、畜产品与市场需求方的精准对接，实现统销统售。

**消费季活动工作总结12**

一是配合工商、卫生、质监等部门加大对流通领域商品质量的监督检查，特别关注经营者是否存在危害百姓生命健康的经营行为，对损害消费者人身健康的企业和产品坚决予以取缔查处。X月X日配合工商在市场蔬菜检测中，发现白菜咸菜有二氧化硫残留，根据这一线索，进行排查，掌握了白菜咸菜的储存地，经检测，冷库内的腌制商品均有二氧化硫残留，当场封存了白菜咸菜等腌制品XX吨。X月X、X日，配合工商部门紧急行动，在全区各主要超市、副食品市场全力“缉查”苏丹红一号，发现部分超市经销含有苏丹红一号的`长沙坛坛香调料食品有限公司生产的“坛坛乡”牌风味辣椒萝卜，当场查扣XX瓶“坛坛乡”牌风味辣椒萝卜和XX瓶“坛坛乡”牌剁辣椒。X月XX日，中央电视台“焦点访谈”栏目、《中国消费报》等新闻媒体曝光了台州一些企业生产销售“毒奶瓶”事件后，区消协会同工商、质监、卫生等部门立即组织力量对被曝光生产“毒奶瓶”的黄岩××塑料制品厂进行了查封，同时对全区XXX多家日用塑料制品的生产企业进行了地毯式的检查，查处无《卫生许可证》、超经营范围从事塑料杯制造加工的企业XX多家。二是及时发布有关生命健康的消费警示。在查到含有苏丹红一号的食品后，区消协在第一时间向消费者发布警示，要求消费者如有选购涉及问题的产品，须立即停用，并立即向工商部门举报。在“毒奶瓶”事件曝光后，区消协在第一时间把查处的情况向媒体公布，并提示消费者对其产品进行召回。针对食品市场检查中发现的问题，区消协及时在新闻媒体发布了“购买食品八看八注意”消费提示。

**消费季活动工作总结13**

充分利用网络、电视、微信、微博等各类媒体平台，多渠道多模式加大宣传力度。通过“大美彭泽”、“彭泽在线”“彭泽热线网”“彭泽广播电视台”等多媒体、公众号和电视新闻平台对活动进行直播和宣传，营造良好的活动氛围，提升活动影响力。

四、

严守安全防线，抓细抓实企业防疫措施，高度重视活动安全，压实企业安全责任主体，配合有关部门加强安全管理，营造安全放心的消费环境，切实维护消费者权益。

彭泽县文广新旅局

20\_年11月9日

**消费季活动工作总结14**

陈列包括卖场内所有的陈列点，如货架、专柜、堆头、特殊造型、冻柜等的陈列，这些陈列点的常规陈列标准，除上轻下重、先进先出、各种品牌产品分比还要注意颜色的搭配此外，在新春佳节促销活动中，陈列还要注意以下主要原则：

1、一致性原则，指的是在促销活动期间所有的陈列点表达的都是本次促销活动信息，而不应该含有其他非本次促销信息或过时信息。

2、重点突出原则，指的是重点表现本次促销活动的核心品牌、包装。可采用集中陈列、加大陈列比例、专门设立特殊陈列位等等方式来体现。

各店在实际操作过程中，应该要认真坚持是做好陈列的关键，因为再好的陈列标准和原则都是通过实际的陈列操作来体现的。新春佳节经常遇到的问题是：由于销量太大，堆放在堆码或货架上的产品没有多长时间就会被顾客拿光，来不及补货或补充。

**消费季活动工作总结15**

(一)政府引导、企业参与联动。本次活动以政府引导、商家参与、传媒推动的方式，开展消费促进月活动，充分发挥节会助推市场的作用，满足居民物质文化需求，挖掘消费潜力，提升消费文化，促进我县商业品牌的知名度和美誉度，企业按照政府规划时间进度表有序推进。

(二)借助媒体资源，进行全方位多角度宣传。为引导商家广泛参与消费促进月活动，活动前期商务中心通过各有关新闻媒体对活动时间、方式、内容、参与企业等进行了广泛宣传，各企业印发了统一设计制作促销月宣传标识、宣传海报，据调查统计本次活动社会知晓率达70%，企业知晓率达100%。

(三)活动开展形式灵活多样。根据各企业的活动开展方式来加强对参与商家的工作指导。企业采取打折、换购、抽奖、优选品会员放大“价”、凭当天销售小票即领取礼品等形式多样的促销活动，为消费者提供物美价廉的商品和服务。

**消费季活动工作总结16**

今年是脱贫攻坚决战决胜全面收官之年。我们将认真贯彻落实市县消费扶贫工作会议精神，针对消费扶贫实施过程中的难点和堵点，进一步增强决战决胜脱贫攻坚的责任感、紧迫感和使命感，突出工作重点，强化工作措施，在电商精准扶贫、消费扶贫等方面发挥职能作用，推动扶贫产品市场销售，助力脱贫攻坚，确保坚决打赢脱贫攻坚战。

消费扶贫是社会各界通过消费来自贫困地区和贫困人口的产品与服务，帮助贫困人口增收脱贫的一种扶贫方式，是社会力量参与脱贫攻坚的重要途径。大力实施消费扶贫，有利于动员社会各界扩大贫困地区产品和服务消费，助力贫困地区打赢脱贫攻坚战。但也存在以下几个问题：

**消费季活动工作总结17**

20xx年6月30日，白象春华求是学校市场部门成立了，在将近半年时间内，逐步开展市场工作，从什么都没有的市场部，渐渐的在单位中成长，做到“市场工作先调查，其次汇报，接着计划，再执行，最后是总结提炼，”现在所需的资料都可以拿出，迎接总部考核。

在单位业绩上可以知道我们市场部门是做的不好的，因为今年的招生业绩基本是和去年持平，对于当地的一些小型电脑培训机构来说，地理环境优势、学校师资都在我们之下，对手只有在项目学费上往下调，这给我们的市场带来一定的冲击。我们稳站当地市场那是一个必然性。

下面我对我们部门的工作做一下归纳

1.部门建设：部门刚刚启动，市场体系还不是很完整，可是开展市场工作人员严重不足；

2.部门人员培训：经过大半年的打磨，并参加总部安排的`有关市场业务规范及市场运作规范的培训已经有很多次，已基本上掌握了市场招生工作，但业务技能及专业精神方面仍需加强。由于部门人员少、任务重，故专业技能培训不够。

3.部门工作数据分析：在工作上对于市场数据分析是非常不足的，因为市场招生就是我们的工作，如果学生来报名了，可是我们还不知道他是怎么知道我校有相关的培训项目；

4.部门工作情况：工作没有一个很明确的目标和详细的计划，市场人远没有养成一个写工作总结和计划的习惯；

5.部门创新性：新业务的开拓不够，业务增长小，业务能力还有待提高；

6.整顿单位内部市场品牌资料，迎接总部考核；

7.以上工作得到了单位同事的大力支持与携手帮忙才能完成目标，为此我对他们表示由衷的感谢。

**消费季活动工作总结18**

二是加强定点帮扶扶贫工作。全市定点帮扶行业部门单位11x个，定点扶贫村队11x个，帮扶干部下沉村队帮助销售贫困户农副产品、牲畜等xx万余元，捐助发展生产帮扶物资达xx万余元；利用元旦、春节等重大节日契机，挖掘假日经济潜能，带动农贸消费市场，帮助我爱xx超市、x和xx超市等商贸企业对接贫困农户+合作社+超市的模式，加快推进贫困农户鸡蛋、蔬菜、牛奶等农产品直入市场，扩大扶贫车间饼干、糕点、囊等产品入货渠道，缩短中间环节，提升盈利空间，1月-2月实现扶贫车间、合作社、贫困户新增销售收入近50万元。

三是打通线上线下销售渠道。制定印发《xx市推进电子商务进农村综合示范工程工作方案》和《xx市电子商务进农村培训工作方案》，方案明确xx市电子商务进农村工作主要目标、主要任务、保障措施等，已经完成xx镇、xx乡、xx镇电子商务集中培训工作，累计培训xx人次，开展消费（电商）扶贫购买贫困户农产品累计金额达xx万余元。

**消费季活动工作总结19**

(一)参与企业数量逐渐增多、活动范围广、积极性不断提升。除了沿袭往年参与单位外，今年还增加了乐之购超市、宏发超市等，消费活动领域惠及我县城区、邻近乡镇，企业各有特点的主题活动吸引了广大居民的热情参与。

(二)活动内容多样，满足各类消费人群需求。乐之购、宏发、佳惠等超市以及各大餐饮企业都相继开展了促销活动，以民生商品为亮点，日化生活品、百货优选品会员放大“价”，让消费者省更多!结合换购、刷卡抽奖等主题活动来刺激消费，丰富居民消费生活，营造浓厚的消费氛围，取得了较好的效果。精彩纷呈的促销活动让消费者应接不暇。如宏发超市凭当天销售小票即可领取礼品，德龙电器、顺风电器、华星电器等开展消费就参加抽奖活动，让居民快乐消费，其乐无穷。

(三)超市业绩大幅增长。截止5月4日，乐之购、佳惠超市、三和超市、宏发超市等4家超市共实现销售1025万元，同比增长，其中，日用品商品、平价蔬菜、生鲜水产品最为火爆。

(四)餐饮行业促销成效显著。我县餐饮行业积极参与此次活动，以美食美客、大家园酒楼、四海汇城、和谐园为代表的大型餐饮名店在消费促进月期间开展了美食推广、打折促销、绿色促销等各种形式的美食促销活动，内容丰富，精彩纷呈，取得了良好社会效应和经济效益。

(五)信用消费和绿色消费习惯渐入人心。消费促进月活动期间，在指定的商家消费可参加抽奖等活动。中国银联贵州公司在各银行发行的银联卡负责技术支持，各家银行金融机构密切配合，在活动期间对刷信用卡消费的.消费者可获得免刷卡手续费等优惠活动，倡导居民信用消费。以“绿色消费、环保购物”为口号，活动期间我县各超市一次性塑料袋的使用量同比下降了30%，居民购物循环使用环保袋的人数和次数都在不断增加，可持续、绿色、低碳消费观念逐渐深入人心。同时也促使生产商和销售商树立环保产销的责任意识，在消费者中推广循环消费理念，引导绿色低碳消费，满足人民群众对健康生活的期待。

**消费季活动工作总结20**

一是鼓励乡工会开展消费扶贫。手机APP、微信公众号等，向辖区内各工会组织和工会会员推介扶贫产品；工会组织慰问职工在同等条件下优先选购扶贫产品。

二是消费扶贫进“企业”。积极组织参与消费扶贫相关活动,鼓励企业在发放职工福利和职工食堂采购时，优先采购脱贫户剩余农产品，引导辖区内企业参与消费扶贫。

为贯彻落实国家商务部、自治区商务厅《关于组织开展20××年“全国消费促进月”活动的通知》及赤峰市商务局相关文件精神，充分发挥消费对经济增长的基础性作用，助推供给侧改革，促进消费结构升级，区商务局将于4月1日至5月4日期间开展以“增强供给能力，促进消费升级”为主题的“消费促进月”活动。

为开展好此次活动，区商务局积极组织筹备，成立了专门的\'组织机构，选取了惠购商贸有限公司元宝山分公司、爱购超市两家企业作为活动重点开展单位，并对参与“消费促销月”活动的企业进行了现场指导;活动开展中，区商务局还将密切跟踪促销效果，并及时做好统计总结等各项工作。

据了解，此次活动旨在通过开展行之有效、富有特色的消费促进活动，搭建供需对接平台，宣传推广品牌，深化交流合作，加强信息服务，引导生产供应，建立健全扩大消费长效机制，为增加市场有效供给、满足我区人民群众物质文化需求、促进消费结构升级作出贡献。

4月份以来，陈仓区结合自身实际，认真开展消费促进月活动，并取得了一定成效:

**消费季活动工作总结21**

作为一名主管，对员工的管理是一门难度较高的必修课，每个人的经历、性格各不相同，如何使本部门员工心往一处想劲往一处使不是嘴上说说那么简单的事情。通过相关专业理论知识的学习与实际工作中的应用，在人员管理方面下了很大功夫。遵循了严格与关爱并用的方法。

首先自身从心理上真正的关心员工、尊重员工，真正的为员工着想，真心的想让员工有所提高。在这个基础上，有针对性的对员工进行思想沟通与业务培训，解决员工思路，树立明确的发展目标，确实激发员工工作的主动性与积极性，再通过业务培训让员工知道如何去作，如何作的更好。在工作管理上，始终严字当头，只要犯了原则性的错误，决不纵容。但人是不断变化与发展的，人员的管理也会随之变化与发展，这需要自己保持清醒的头脑，不断学习与提高，更好的发挥出团队的全部潜力。

对员工培训也是一名主管的重要工作，通过一次次对员工的培训与交流，自己从最初的基本商业常识培训，经过积集与学习，初步形成了对员工从思想、商品知识、销售心理与技能、纪律守则等方面的系统培训内容，得到了员工认可收到了一定的成效。

**消费季活动工作总结22**

超市零售业发展的潮流势不可挡，但零售业同时面临着机遇与挑战并存，自己有幸能够参与进时代最具发展的行业之中，一定要把握机遇努力拼搏。学习、学习、再学习是在工作与业余时间不变的任务。一方面超市管理的基本功，商品陈列、库存合理存量、季节商品的调整、快讯商品的选择、营运各个环节的衔接，自己从书上的理论到日常工作中的实践，真正把所需的知识消化贯通，再运用到工作中。另一方面，通过各种信息媒介了解最新的市场信息、行业动态，听取相关专业的培训，使自己在全局的思路更加明晰，以更高的角度来审视市场的变化，能够对公司决策层提出出自自己的战略性的建议。

最后衷心感谢所有捷强人对我工作的支持与帮助，我将认真的总结经验，发扬成绩，克服不足，以百倍的信心，饱满的工作热情，与全店员工一起，勤奋工作，顽强拼搏，更加努力的投入到为之奋斗的事业中去，用发展用效益来回报公司，实现自身的人生价值。

**消费季活动工作总结23**

(一)加强市场监控，确保商品供应和安全信息畅通。

我局流通股工作人员亲自到城南农贸贸市场、宝商佳美家超市及千渭汽车等企业了解日常生活品的市场供应情况，与各企业负责人一起研究制订好节日期间食品安全及食品市场供应保障措施，以确保物资供应。做到商品种类丰富、价格稳定，督促各企业市场做好“五一”期间的销售情况统计工作，及时掌握好商品运行状况。

(二)组织开展多种形势的商贸促销活动

为促进便利消费、拉动内需、区内较大的佳美家超市、众鑫购物广场、老实人超市、国正电器、海尔电器城以“五一”为契机，开展多种形势让利促销活动，激发了很多居民消费热情，掀起购物热潮，拉动居民消费。

(三)宝鸡市第11届汽车展销会成效显著

为期五天的第11届汽车展销活动，共销售、预订汽车846辆，预计实现社会消费品零售总额近亿元，成为拉动宝鸡消费市场的一个强大引擎。作为会展经济的一个重要组成部分，宝鸡车展成功搭建起生产商、经销商与消费者面对面沟通交流的平台，对促进宝鸡商贸流通业发展起到了强大的推动作用。

(四)搞好“万村千乡市场工程”农家店的商品配送

节日前夕，新茂公司根据农村不同消费特点，有针对性地积极组织货源，改进服务方式，延长服务时间，增加货物配送，做好农村节日市场供应，确保农家店节日期间货物充足、品种齐全，切实体现“万村千乡工程”农家店的积极作用。

通过以上活动的有效开展，进一步营造了加快商贸物流集聚区建设的良好氛围，活跃了我区商品消费市场，大大拉动了城乡居民消费。

**消费季活动工作总结24**

可以通过多种信息沟通方式层层递进地接近消费者达成销售目标：

1、媒体传播。这是信息传递与消费者沟通的传统方式，利用能影响目标消费群消费行为的广播、电视、报纸等媒体介绍活动和团购内容。媒体的选择、投放的频率和每次投放的\'主题要依活动具体要求而定，目的在于引导消费者关注本次促销活动，是促进消费的第一步。

2、销售生动化。对卖场内货架、堆码陈列、pop布置、环境气氛等进行生动化布置，提示消费者有关促销活动的信息。在销售生动化过程中必须注意突出主题，一目了然。一般在活动的前3天到前1天就要将陈列做到位，此种沟通方式既加深新春佳节的气氛，又可以更贴近老百姓。

3、人员促销。这是最直接的与消费者沟通的方式。在卖场内外设立活动兑奖点或直接销售，并通过促销人员与消费者的直接交流，面对面地将促销信息传达给消费者，促使消费者产生购买行为。

**消费季活动工作总结25**

二是扩大农副产品销售渠道。积极联系工业企业、商贸企业、物流园食堂，为扶贫大棚蔬菜的销售寻找销路，重点用好政府集中采购的方式助力贫困户增收。

年年岁岁花相似，岁岁年年人不同。充满机遇与挑战大的一年已经过去，沉思回顾，在过去的一年里，在上级领导的帮助和指导，花桥店全体同志共同的汗水与努力下， 超市业务顺利开展，圆满完成了今年的任务。本着“巩固优势，稳步发展”的原则，现将自己的工作总结如下：

**消费季活动工作总结26**

一是鼓励春耕生产。为落实种植面积，从年初开始，长湖乡扶贫办工作人员前期便挨家入脱贫户宣传惠农政策及长湖乡早稻种植奖补政策，掌握春耕脱贫种植意向，通过鼓励发展抓大户、带动散户、帮助弱户和防治抛荒等举措，全乡203户脱贫户采取集中育秧亩，种植面积达亩，预计产值 元。

二是落实消费扶贫。严格落实有关要求，我乡积极承担职责，主动作为，开展消费扶贫助力乡村振兴工作，截止目前，采购脱贫户农产品17229元，主要用于单位职工食堂食用。

三是造血脱贫农户。为帮助脱贫户持续增收，促进脱贫户的产业可持续发展，岳阳市唯本生态农业科技发展有限公司联合长湖乡扶贫办捐赠长湖村420羽鸡苗，覆盖22户脱贫户，通过养殖肉鸡提高产业收入，提高生活水平。

四是强化组织指导。组织各种新媒体平台和传统平台，通过公益广告、微信公众号、微信朋友圈等方式，宣传本地脱贫户产品，消费扶贫的好经验、好做法，营造消费扶贫的好氛围。在全乡动员鼓励在职职工在脱贫户中采购农产品，鼓励辖区内企业及居民购买脱贫户家的农产品，帮助脱贫户增收。

**消费季活动工作总结27**

1.与省、市同期联动。积极参与江西旅游消费节、江西文旅直播带货大赛。同时，结合本县产业优势、消费热点及地域文化特色，集聚各类文旅企业，联动电商，短视频等平台，整合营销景区门票、文创产品、旅游商品、酒店餐饮等文旅系列产品，着力打造文旅消费新场景，提升彭泽影响力。

2.多行业跨界联动。不断激发市场主体活力，增加多样文化供给，引导各类文旅企业与商贸、住宿、餐饮等行业跨界合作，推出优惠套餐等，延长消费链条，促进消费升级。

（1）开展暑期系列优惠活动。针对暑期学生潮，一是加强对学生持“嘉赣游”电子护照免门票政策的宣传推广力度；二是开展线上科普讲座，增强学生及家长的健康意识、安全意识等。

（2）开展传统佳节优惠大放送活动。中秋节（9月21日）免大门票；国庆节（10月1日—7日），黄梅戏、民歌进景区活动，传统文化图文展活动；重阳节（10月14日），九江市居民凭身份证免大门票。部分景区免费讲解，且另送精美礼品一份。

（3）开展中国农民丰收节活动。9月23日，在景区开展中国农民丰收节活动。一是举办“抖”舞大赛等，通过与抖音平台合作，展现彭泽人文山水；二是“非遗”进景区，利用全媒体高科技展示大巴，通过沉浸式体验方式，传播百年党史、百年伟业、百年初心。

（4）开展“发扬红色传统，传承红色基因”活动。红色教育基地全年免门票、免费讲解。通过红色革命教育，追寻红色革命记忆，接受红色文化洗礼。

我县自八月份以来共开展文旅消费季线上、线下活动共计131场，引导企业让利金额亿元，发动企业参与211家，文旅消费季投入经费亿元，发动4A级及以上景区、省级及以上旅游度假区、文化场馆参与7家，发动四星级及以上饭店及高品质酒店、民宿参与102家。

**消费季活动工作总结28**

本人是XX年进入超市，承蒙领导关怀与指导，让我不断的进步并提供我在工作精神上结实的信心和动力，伏案沉思这半年，我做一下简单的总结。

归纳以下几点：

1.一切从零开始，积极学习市场运作有关方面的专业知识，努力做到专业知识程度向市场这方面发展；

2.积极完成领导安排的有关工作，做到工作上有问题及时向领导寻求解决问题的方案，不懂就问，努力把工作做好；

3.工作于实际相符合，调研市场前景，并做好相应的市场计划；

4.分析市场需求，寻求招生市场关键在于哪，对市场的认识也有一个比较透明的掌握，并做好市场月报表；

5.在不断的学习知识和积累经验的同时，自己的能力，业务水平都比以前有了一个较大幅度的提高；

6.在每个月里设计好当月招生广告，如：广告纸、调幅、写真广告等，并积极的投入到市场的运作；

7.对于市场活动，如讲座、校外设点宣传，能很好的做好市场活动的策划，并执行；

8. “知彼知己，百战不殆”调研当地其他培训同行的有关动态，分析效果，可行性时加以模仿；

**消费季活动工作总结29**

上述每种沟通方式都有各自不同的特点，要依据不同的消费心理阶段来取舍不同的沟通方式，但这种联系是要求灵活的应该把握上应注意以下特点：

1。属于注意、兴趣、联想、欲望阶段：主要采用媒体、市场冲击等方式，将消费者引导至终端。

2、属于欲望、比较、确信、决定阶段：主要采用生动化、人员推销方式，促使消费者快速形成购买决策。

新春佳节期间，约有近5成的消费人群，都是在尚未得到任何促销信息的情况下仅仅为了购买其他商品或本身因为必须购买该类产品而进入卖场的，因此，生动化及人员推销至关重要。

3、新春佳节高利润的商品应该以堆头的形式陈列，堆头要就强大的冲击力，要有气势，要注重堆头的造型，可以用中国传统的喜庆形象来设计。

**消费季活动工作总结30**

“运筹于帷幄之中，决胜在千里之外”。新年度市场营销工作规划我觉得要强调谋事在先，但是我们还要明白年度市场工作规划并不是营销计划，只是基于年度分析总结的策略性工作思路，具体详细计划还需要分解到季度或月度来制定，只有这样才具有现实意义。

1.目标的拟定是来年市场招生工作的关键。在新年度市场招生工作规划中，首先要做的就是，全年总体的招生目标、广告费用目标、利润目标、渠道目标、人员配置目标的拟定，其中：销售目标为140万/年，广告费用目标为万/月，渠道开发目标为3条/年，人员配置为3人。

2.建立一支熟悉业务，而相对稳定的销售团队。人才是企业最宝贵的资源，一切销售业绩都起源于有一个好的销售人员，建立一支具有凝聚力，合作精神的销售团队是企业的根本。在明年的工作中建立一个和谐，具有杀伤力的团队作为一项主要的工作来抓。

3.培养市场人员发现问题，总结问题，不断自我提高的习惯。总结问题目的在于提高市场人员综合素质，在工作中能发现问题总结问题并能提出自己的看法和建议，业务能力提高到一个新的档次。

4.品牌推广。品牌是一个企业的形象，我们做职业教育企业市场形象推广是很重要的，我的品牌有：春华、求是、贝盈等，做好品牌的推广首先我们要制定计划；

5.团队支持。为了保障来年市场招生工作顺利高效地实施，我们还需要通过苦练“内功”来强化关键工作流程、关键制度来培养组织执行力标准，以更好的发展客户服务需求，并使客户向其他课程上转化。

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