**恒大御景湾店年中大促活动总结**

在7月10号收到年中大促活动的通知，7月15日-17日公司将开展年中大促活动，销售/奶卡/充值任务明确，建行生活的活动及入机方式也说明得很清楚，我和店员都做到了心中有数。

恒大御景湾店7月15-17日，各项任务指标完后情况如下：

（一）销售/充值任务及完成情况：

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|  | 销售任务 | 销售完成 | 充值任务 | 充值完成 |
| 15 | 15000 | 9079.5 | 12000 | 7300 |
| 16 | 13000 | 9636.2 | 12000 | 7600 |
| 17 | 10000 | 8502.9 | 10000 | 4400 |
| 合计 | 38000 | 27218.6 | 34000 | 19300 |

（二）奶卡任务/建行生活任务及完成情况：

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | 月卡 | 季卡 | 半年卡 | 年卡 | 24小时小 | 24小时大 | 奶卡总金额 | 建行生活 |
| 任务 | 15 | 5 | 2 | 2 | 3 | 2 | 7965元 | 6062元 |
| 完成情况 | 25 | 26 | 2 | 1 | 1 | 0 | 11727元 | 4151.1元 |

从上述数据来看，恒大御景湾在7月15日-17日的年中大促活动完成得不好，除了奶卡任务基本完成外，销售/充值/建行生活都完成得不好，分析其原因主要有以下几点：

1. 业绩销售上，虽然我们货量充足，但可以连带销售没有做得特别好，使得那几天销售额增长有限；
2. 充值上，通过我们对顾客做充值活动介绍，客户的反馈上来看，顾客对充值赠送的烘焙券还是觉得使用起来比较受限，或者很少吃面包不需要烘焙券，致使充值完成得不好；
3. 建行生活上，可能我们前期宣传得不好，使得有些顾客进来才下载建行生活APP，如果下载得不顺利，顾客就不想下载了，但是16号和17号的建行生活明显比15号情况好很多。
4. 这三天活动中，低温酸奶和低温鲜奶销售明显增长，占比分别为21.01%和35.31%；客流主要集中在20：00-22：30之间。

这3天的活动，店内货量充足，店员准备充沛，积极配合，并且主动加班，这是特别好的一点。虽然我们这次活动完成得不好，但我们会在之后的销售中做好连带销售，做好充值和奶卡办理，使得每月任务超额完成。