

最新家具商场促销活动总结(精选8篇)

知识点总结可以帮助我们梳理思路，加深对知识的理解。学习总结范文六：《学习时间管理的思考与总结》

家具商场促销活动总结篇一

1. 各大品牌同区域竞争、扩大产品市场迫在眉睫

安顺市内不缺乏优势家具品牌。然而随着不同品牌的相继加入，安顺市的家具市场上出现了邂逅消费。市区的市场逐渐不能满足各个商家对市场的需求。面对同行业的不断竞争，每个品牌商家的市场占有率在逐渐的缩小。除此之外，各大品牌的相继进入安顺市场，给各个商家造成不小压力的同时也抢占了大部分的市场。面对日益激烈的同行业的竞争和资金雄厚各大品牌，扩大安顺市的家具市场迫在眉睫。

2. 占领广大乡镇、农村市场势在必行

从我们现有客户资源进行分析，乡镇以及农村在家具市场的需求量也越来越大，目前这一市场尚有很大的可开发空间，各大乡镇以及农村市场的客户在采购家具用品时，大多都是到周边的市区以及县城进行采购，然而；县城的家具市场不成熟，而市区离农村和乡镇有太远，造成了这部分客户群在采购过程中的极为不便和价格偏高等一系列的不利因素。为了达到扩大产品市场，并形成一种全新、积极的多赢式营销理念。投入地方市场的开发，并以“5.1献爱心，家具送下乡”为主题的活动，进军安顺市周边各县、乡镇以及农村市场。抢先占领各县、乡镇以及农村市场的主导权。

3. 家具明码标价的趋势化经营

随着消费者消费水平的提高和对品质生活的迫切追求，家具消费渐渐成为继居民购房之后的第二大家庭投资项目，但是

消费者在购买家具时不耗几天时间好像也下不了单!造成这种结果的原因除了品牌众多、消费者产品辨别能力差等特点,还有就是家具商场等大型零售卖场都有两个价格,一个是自定标价,一个是厂的,于是所有商品的成交价格几乎就在这两个价格之间进行成交。导致消费者在家具市场里看看这个好,那个也好,回家开始算价格,老是感觉价格还能降,这就使消费者在购买家具的过程中,防备心理较强,时常保持谨慎的心态,防止被商家欺骗。如何改变目前这一消费状态呢?那就是家具产品实行明码标价经营。

4. 展望未来家具市场

家具产品去开发农村以及乡镇市场,目的只有一个,就是掌控地方家具市场的主导权。让公司在农村以及乡镇市场上形成一个讲诚信、提供优质产品和服务的家具产业品。更好的在农村以及乡镇市场上站稳脚跟,并结合市区家具市场,实行家具明码标价经营,整合成一个庞大的家具市场,只有这样,我们的家具市场才能有更大的发展空间。

二、活动主题

劳动节感恩回报

家具下乡、明码标价惠市民

三、活动时间

20xx年xx月xx日至xx月xx日

四、活动地点

国际家具城

五、市场分析

综合xx市周边县、乡镇以及农村家具市场的整体分析有以下几点情况：

- (1) 各县区，家具市场不完善，价格偏高。
- (2) 各乡镇以及农村市场家具市场基本上处于空白状态。
- (3) 各县、乡镇以及农村的客户群到市区采购不方便。
- (4) 市区各家具卖场价格不完善，存在价格差异。
- (5) 再者地方消费者对于产品和品牌的信息来源较少。

由此可见，各县、乡镇以及农村市场具有极高的开发价值。

六、客户分析

消费者主要有如下特点：

- (1) 消费者对产品价格持怀疑态度，对产品质量不放心。
- (2) 县、乡镇以及农村的广告宣传不杂乱，在宣传的时候容易取得效果。
- (3) 县、乡镇以及农村需要一个方便实惠的购物环境。
- (4) 县、乡镇以及农村对市区的产品信任度较高。

七、创意方案

针对前面我们所分析商家和消费者的特点和问题，我们从两者的角度出发，从双赢的角度出发，特提出如下敢为人先的创意方案：

- (1) 家具送下乡，让地方消费者能享受到方便实惠的统一消费。

(2) 实行部分商品明码标价式经营，让消费者不再为价格烦恼。

(3) 抽取现金大奖，刺激消费者消费。

八、运作方式

1. 五一家具下乡真情回馈活动

(a). 进店有礼活动

凡在活动期间光顾兴伟家具城的顾客都有由兴伟提供的精美礼品一份，数量有限，赠完为止。（凭农村身份证件领取）

(b). 家具下乡补贴

买家具享受家具下乡补贴：所有乡镇、以及农村户口可凭有效证件可享受家具下乡补贴10%，以最终成交价为基础。（补贴10%的含义：活动期间所以家具上浮7个百分点，真正让利3个百分点，共计让利10个百分点）

(c). 你购物，我买单

五一活动期间，特设立两个厅进行商品明码标价、平价惠市民，分别是儿童及休闲专厅。

3. 抽奖活动

抽奖可设为每3000元以上抽一次；8000元两次；13000三次，以此类推。活动设有：一等奖一名：现金奖5188元。

二等奖两名：送价值3188元的休闲沙发一套（按20__元每套成本计算）。

三等奖五名：送价值588精美衣帽架一个（按100元每套成本计

算)。

幸运奖一百名：送公司提供的精美礼品一份。

九、活动宣传

单页的发放。

早报的宣传。

3. 车身广告。

4. 乡镇张挂布标。

家具商场促销活动总结篇二

XX家私 送服到家

质量进一步 价格让一步

XX月XX日至XX月XX日

XXX美居三个销售终端

推出金鸡系列（把原有产品命名为金鸡系列），以优惠价及吉祥赠品促进销售。

1、 终端布置

（1） 购买外型为鸡形状的红色灯笼，悬挂在展厅上方；购买手工制作的金鸡工艺品，放于椅子上；在广汇美居及华凌形成世德第一个迎接鸡年的企业品牌。

（2） 在店面悬挂金鸡一唱 天下福□XX家私 送服到家横幅。

(3) 制作以金鸡一唱 天下福；质量进一步 价格让一步为主题的易拉宝，画面为一只金鸡站在椅背上啼鸣，鸡头部分背景为世德圆形标识，鸡头的下半部分为世德桌椅。

(4) 拍摄世德家具厂内餐椅加工的每一道工序实景图片，做成展板在卖场展示，让客户真正感受到世德家具的质量过硬。

(5) 到xx老客户拍摄产品照片，在展板上展示。

2、 终端促销内容

(1) 在活动期内购买世德产品均免费送货、上门安装。

(2) 购买不同产品赠送实用的赠品：

每套餐桌椅赠品金额控制在20元以内。

餐厅大量购买，为每把凳子配一个座垫，使客人一进入餐厅坐在凳子上不是冰凉刺骨，从而体现餐厅越来越人性化的服务，尽量选择以金黄色或红色为主色调的座垫，营造一种过年的气氛。

在活动进行前，为每张桌子雕刻一个烟灰缸。

制作木块型桌台号，作为赠品。

购买软包椅子的顾客，为其赠送两瓶清洗剂。体现世德企业为客户着想，过节一般送什么都是双数，所以购买一套餐桌椅就送两瓶（须实验后再定）。

(3) 推出金鸡系列，此系列的价位为优惠价。

3、 制作宣传折页

内容安排：

封面以金鸡一唱 天下福为主题。

内一为企业理念，公司简介。

世德企业理念：一生一世，同心同德

内二到内四印上主推产品及图片，套色、贴纸及裂纹漆系列产品。

内五介绍本次活动期间优惠让利产品。

内六配以20xx年日历（让客户保留收藏）。

封底是对于桌椅的寓意及桌椅鉴别、使用、保养常识。

备注：桌椅的寓意为：

人们在以下情况会利用桌椅：用餐、聚餐、聊天、娱乐（如打麻将）、谈判等

人们想到桌椅就能想到家的温馨，友情的可贵，愉快的合作

世德桌椅寓意为：家人心的链接、友人心的牵挂、事业伙伴的见证

中国店网中国最专业、最全面的开店创业网

4、 人员培训

在活动开始之前，对店面销售人员进行培训，使金鸡一唱天下福的主题体现在销售中。

家具商场促销活动总结篇三

家私送服到家

质量进一步 价格让一步

二、 活动时间

XX月XX日至XX月XX日

三、 活动地点

美居三个销售终端

四、 活动内容

推出金鸡系列(把原有产品命名为金鸡系列)，以优惠价及吉祥赠品促进销售。

1、 终端布置

(1) 购买外型为鸡形状的红色灯笼，悬挂在展厅上方;购买手工制作的金鸡工艺品，放于椅子上;在广汇美居及华凌形成世德第一个迎接虎年的企业品牌。

(2) 在店面悬挂金鸡一唱 天下福;家私送服到家横幅。

(3) 制作以金鸡一唱 天下福;质量进一步价格让一步为主题的易拉宝，画面为一只金鸡站在椅背上啼鸣，鸡头部分背景为世德圆形标识，鸡头的下半部分为世德桌椅。

(4) 拍摄世德家具厂内餐椅加工的每一道工序实景图片，做成展板在卖场展示，让客户真正感受到世德家具的质量过硬。

(5) 到老客户拍摄产品照片，在展板上展示。

2、 终端促销内容

(1) 在活动期内购买世德产品均免费送货、上门安装。

(2) 购买不同产品赠送实用的赠品：

每套餐桌椅赠品金额控制在20元以内。

餐厅大量购买，为每把凳子配一个座垫，使客人一进入餐厅坐在凳子上不是冰凉刺骨，从而体现餐厅越来越人性化的服务，尽量选择以金黄色或红色为主色调的座垫，营造一种过年的气氛。

在活动进行前，为每张桌子雕刻一个烟灰缸。

制作木块型桌台号，作为赠品。

购买软包椅子的顾客，为其赠送两瓶清洗剂。体现世德企业为客户着想，过节一般送什么都是双数，所以购买一套餐桌椅就送两瓶(须实验后再定)。

(3) 推出金鸡系列，此系列的价位为优惠价。

3、 制作宣传折页

内容安排：

封面以金鸡一唱 天下福为主题。

内一为企业理念，公司简介。

世德企业理念：一生一世，同心同德

内二到内四印上主推产品及图片，套色、贴纸及裂纹漆系列产品。

内五介绍本次活动期间优惠让利产品。

内六配以20xx年日历(让客户保留收藏)。

封底是对于桌椅的寓意及桌椅鉴别、使用、保养常识。

备注：桌椅的寓意为：

人们在以下情况会利用桌椅：用餐、聚餐、聊天、娱乐(如打麻将)、谈判等

人们想到桌椅就能想到家的温馨，友情的可贵，愉快的合作

世德桌椅寓意为：家人心的链接、友人心的牵挂、事业伙伴的见证

本站中国最专业、最全面的开店创业网

4、 人员培训

在活动开始之前，对店面销售人员进行培训，使金鸡一唱天下福的主题体现在销售中。

家具商场促销活动总结篇四

xx家居盛大开业

(一)、进店有礼

1、活动期间凡进店者都可获得礼品一份。

2、活动期间凡进店成交5000元以上者送93#汽车加油卡一张

(二)、砸金蛋享受超值服务

活动期间，凡购星港产品交现金

- 1、满3000元砸金蛋一个；
- 2、满6000元砸金蛋二个；
- 3、满9000元砸金蛋三个以此类推。

(三)、幸福顾家，回馈老顾客

活动期间，所有老客户凭已购单据可领取vip代金券一张。

(四) 爱心服务，家具以旧换新

活动期间不论任品牌的家具都可以参加以旧换新活动。(选一二款指定的家具)

(五)、预付全额货款，再优惠30%

预付全额货款再优惠30%(特价款除外)

家具商场促销活动总结篇五

红色圣诞，圆满新年□xx家具，豪礼相送。

- 1、提高公司知名度，美誉度，扩大市场销售量。
- 2、提高销售业绩，增加公司客户销售信心。

xxxx全国经销商以及自营店

20xx年12月20日至20xx年1月10日

1、沙发促销

序号套餐名称型号规格等级原价促销价备注

套餐一红色圣诞

小转角

配套产品

配套产品

配套产品

套餐二圆满新年全家福1+2+3

配套产品

配套产品

配套产品

套餐三转角单套xx家具，单套订购可享受每订一款优惠5%

1+2+3单套

家具单套

套餐四豪礼相送凡在活动期间订购产品除享受折扣外，每套沙发赠送一个抱枕一个皮凳

(一)、场外宣传：

1、报纸宣传：分别于12月20日和12月24日两天必须在当地新闻报纸发布1/4版面硬广。

2、以移动短信平台为基础，向宁海消费大众发送促销内容短信、节日祝福短信。

(二)、场内宣传：

1、店内海报□x展架□dm单页宣传。

2、店内人员口头讲解。

3、短信：3分/条，以20万客户为基础量，发送两次，共□120xx元。（公司统一编制短信内容，以xx公司品牌做推广）

1、门面布置：

各经销商根据自身店面进行烘托氛围，可以彩色气球点缀或彩丝带。

2、店内布置

于店合适的位置，一般在门口不影响产品又可以起到醒目的作用，用一棵圣诞树，树下摆满各种精品小礼物，为赠礼区。

门口左右两侧放置活动内容x展架一个，活动内容可自行定制。

3、人员装饰

每个销售人员戴上圣诞帽，主要烘托节日气氛。

4、元旦布置

以圣诞布置为基础，在厅内每个吊旗下悬挂红灯笼，可沿用至春节后。

1、报纸硬广：1/4版面，5000元/次，1次共：5000元。

2、电视滚动字幕宣传：1200元/天，两次共：2400元。

3、短信：2分/条，以10万客户为基础量，发送两次，共：4000元。

4□dm单：

5□x展架：

6、会场布置：圣诞树：500元一棵。

喷雪、贴纸和其它装饰品：300元。

小礼物：

7、以上费用预估费用，实则可能不会超出，估计推广费用约14000元。

1、红色圣诞：凡在圣诞期间客户订单红色圣诞套餐满10套的，即可享受公司价格10%优惠让利。

2、圆满新年：凡在元旦期间客户订单圆满新年套满10套的，即可每套返现20xx元。

3□xx家具：凡在活动期间订购公司单品的客户订满3套即可享受公司价格5%优惠让利。

4、豪礼相送：凡在活动期间返单的客户，除享受产品折扣外，每套沙发赠送一个抱枕一个皮凳。

5、凡本次活动下单超过20万的客户，公司除以上优惠之外可享受广告支持费用50%的补助。

1、所有参与活动的客户，需要做广告及其它推广的，需在20xx-12-3将申请单传回公司，超过时间则视为放弃。

2、所有特价产品必须将至少30%的订金打到公司账户，公司方可安排生产；

3、促销产品必须在20xx/1/12之前将所有订单传真至公司和订金打到公司账户，逾期则恢复原价。

家具商场促销活动总结篇六

1、各大品牌同区域竞争、扩大产品市场迫在眉睫

安顺市内不缺乏优势家具品牌。然而随着不同品牌的相继加入，安顺市的家具市场上出现了邂逅消费。市区的市场逐渐不能满足各个商家对市场的需求。面对同行业的不断竞争，每个品牌商家的市场占有率在逐渐的缩小。除此之外，各大品牌的相继进入安顺市场，给各个商家造成不小压力的同时也抢占了大部分的市场。面对日益激烈的同行业的竞争和资金雄厚各大品牌，扩大安顺市的家具市场迫在眉睫。

2、占领广大乡镇、农村市场势在必行

从我们现有客户资源进行分析，乡镇以及农村在家具市场的需求量也越来越大，目前这一市场尚有很大的可开发空间，各大乡镇以及农村市场的客户在采购家具用品时，大多都是到周边的市区以及县城进行采购，然而；县城的家具市场不成熟，而市区离农村和乡镇有太远，造成了这部分客户群在采购过程中的极为不便和价格偏高等一系列的不利因素。为了达到扩大产品市场，并形成一种全新、积极的多赢式营销理念。投入地方市场的开发，并以“5、1献爱心，家具送下

乡”为主题的活动，进军安顺市周边各县、乡镇以及农村市场。抢先占领各县、乡镇以及农村市场的主导权。

3、家具明码标价的趋势化经营

随着消费者消费水平的提高和对品质生活的迫切追求，家具消费渐渐成为继居民购房之后的第二大家庭投资项目，但是消费者在购买家具时不耗几天时间好像也下不了单！造成这种结果的原因除了品牌众多、消费者产品辨别能力差等特点，还有就是在家具商场等大型零售卖场都有两个价格，一个是自定标价，一个是厂的，于是所有商品的成交价格几乎就在这两个价格之间进行成交。导致消费者在家具市场里看看这个好，那个也好，回家开始算价格，老是感觉价格还能降，这就使消费者在购买家具的过程中，防备心理较强，时常保持谨慎的心态，防止被商家欺骗。如何改变目前这一消费状态呢？那就是家具产品实行明码标价经营。

4、展望未来家具市场

家具产品去开发农村以及乡镇市场，目的只有一个，就是掌控地方家具市场的主导权。让公司在农村以及乡镇市场上形成一个讲诚信、提供优质产品和服务的家具产业品。更好的在农村以及乡镇市场上站稳脚跟，并结合市区家具市场，实行家具明码标价经营，整合成一个庞大的家具市场，只有这样，我们的家具市场才能有更大的`发展空间。

劳动节感恩回报

家具下乡、明码标价惠市民

20xx年xx月xx日至xx月xx日

国际家具城

综合xx市周边县、乡镇以及农村家具市场的整体分析有以下几点情况：

- (1) 各县区，家具市场不完善，价格偏高。
- (2) 各乡镇以及农村市场家具市场基本上处于空白状态。
- (3) 各县、乡镇以及农村的客户群到市区采购不方便。
- (4) 市区各家具卖场价格不完善，存在价格差异。
- (5) 再者地方消费者对于产品和品牌的信息来源较少。

由此可见，各县、乡镇以及农村市场具有极高的开发价值。

消费者主要有如下特点：

- (1) 消费者对产品价格持怀疑态度，对产品质量不放心。
- (2) 县、乡镇以及农村的广告宣传不杂乱，在宣传的时候容易取得效果。
- (3) 县、乡镇以及农村需要一个方便实惠的购物环境。
- (4) 县、乡镇以及农村对市区的产品信任度较高。

针对前面我们所分析商家和消费者的特点和问题，我们从两者的角度出发，从双赢的角度出发，特提出如下敢为人先的创意方案：

- (1) 家具送下乡，让地方消费者能享受到方便实惠的统一消费。
- (2) 实行部分商品明码标价式经营，让消费者不再为价格烦恼。

(3) 抽取现金大奖，刺激消费者消费。

1、五一家具下乡真情回馈活动

□a□□进店有礼活动

凡在活动期间光顾兴伟家具城的顾客都有由兴伟提供的精美礼品一份，数量有限，赠完为止。（凭农村身份证件领取）

□b□□家具下乡补贴

买家具享受家具下乡补贴：所有乡镇、以及农村户口可凭有效证件可享受家具下乡补贴10%，以最终成交价为基础。（补贴10%的含义：活动期间所以家具上浮7个百分点，真正让利3个百分点，共计让利10个百分点）

□c□□你购物，我买单

凡在活动期间购买任意一款商品或对任意一款商品下订单的顾客，都可凭当日购物订货单，报取来回车费。（按购买家具的金额来报取车费）

2、商品明码标价、平价销售

五一活动期间，特设立两个厅进行商品明码标价、平价惠市民，分别是儿童及休闲专厅。

3、抽奖活动

抽奖可设为每3000元以上抽一次；8000元两次；13000三次，以此类推。活动设有：一等奖一名：现金奖5188元。

二等奖两名：送价值3188元的休闲沙发一套（按20__元每套成本计算）。

三等奖五名：送价值588精美衣帽架一个（按100元每套成本计算）。

幸运奖一百名：送公司提供的精美礼品一份。

1、单页的发放。

2、早报的宣传。

3、车身广告。

4、乡镇张挂布标。

家具商场促销活动总结篇七

活动方案指的是为某一次活动所指定的书面计划，具体行动实施办法细则，步骤等。下面是关于家具商场促销活动方案的内容，欢迎阅读！

促销指的是企业通过一定的方式向顾客传递信息，并与顾客进行信息沟通，以达到影响消费者的购买决策行为，促进企业产品销售为目的的营销活动。促销在产品上市前以及产品的成熟期尤为重要。20xx年的五一将至，家具企业也都想在这个寒冬之后的第一个黄金小长假有一番收获，那么，制定一份科学而实用的促销策划便必不可少。

家具企业通过各种传媒进行信息传递，刺激消费者的购买欲，扩大产品的销量。广告是家具企业用来直接向消费者传递信息的最重要的促销方式。

家具企业推

销人员直接与顾客接触与洽谈，向顾客宣传产品，从而达到

促进家具企业产品销售的目的。

直接针对产品采取的促销活动，在短期内能引起顾客与有关经营者对其产品注意，从而扩大产品的销售。

家具企业为获得人们的信赖，树立企业或产品形象，用非直接付款的方式在各种媒体上发布商业新闻，广播电视报道等进行的宣传活动。

不同类型的目标市场上，销售促进的特定目标各不相同。建立目标是其它一切工作的基础，没有目标就失去了工作方向与行动的动力。

工具的选择决定于以下因素：市场类型、销售促进目标、竞争状况、外部环境等等。

销售促进工作方案的制定，应注意以下问题：

- 1、选择与确定方案对市场及顾客的刺激程度。
- 2、选择对象，确定是哪类人，哪些团体。
- 3、选择合适的媒介。
- 4、选择合适的机会。
- 5、合理地进行资金分配，以便采用最有效的方式进行。

实施促销方案时，要认真注意市场与顾客的反应，不断对实施过程进行监控，并及时进行工作的调整。

通过对促销活动开展前后的销售情况的比较可以对效果做出评估，也可以参考一些调查结果。通过进行评估，可以进行工作的改进，以更好地适应市场需要。

服务促销是以消费者为中心与出发点，通过周到的服务使顾客得到实惠，通过服务促销可以提高企业的声誉，可以把顾客吸引到企业的周围，建立长期稳定的经济联系，可以使市场的渗透顺利实现，并通过准确的信息反馈，不断完善与更新产品。服务促销包括以下方式：

1、售前服务

为尚未确定是否购买企业产品的顾客提供前期服务，比如停车场，产品介绍，答疑等。

2、开放式商场

方便顾客选购，为顾客提供方便，可直接进入，随意挑选。

3、订购服务

订购可以方便顾客，更大范围地扩大销售。

4、设计服务

如果顾客对所购买物品的尺寸与规格有特殊要求，可以为顾客设计订做。

5、送货服务

解决顾客的困难，送货上门。

6、售后服务

为顾客提供方便，帮助进行安装、调试及维修。

7、培训服务

为顾客提供使用、保养、维护的知识。

8、保险服务

在提供产品的同时,为顾客办理保险。

联合促销包含两个方面,一方面是指企业联合起来共同开展促销活动;另一方面是指企业通过联合,加强自身的经济实力、竞争能力与市场地位,并借此推动促销工作的开展。联合促销使某一个企业单独无法开展的促销活动能够得以实现;大大增加了推广产品的品种、规格、款式、更为齐全,分担了企业的资金压力。

优惠券是企业给予持券人在购物或消费时享受折扣价、特惠价或换取某种赠品的凭证。它分为零售商型优惠券与厂商型优惠券两种。具有以下作用:

- 1、扭转产品下跌的局面,刺激消费。
- 2、稳定旧客户,并吸引新客户。
- 3、推荐新的产品与品牌。
- 4、扩大产品的销售量

免费样品是将产品直接送到消费者手中的一种促销方式,它能更直接更有效的刺激消费。有助于扩大品牌影响力,建立新的营销网络,吸引新的顾客与开拓经销区域。

竞赛与抽奖是一种通过让顾客参与而刺激消费的方式,它能够很好的调动客户的兴趣,达到促销的目的。

是通过包装物赠送赠品,以达到吸引顾客,推销产品的目的。

运用促销宣传手段提升品牌知名度,制定详细的促销方案,巧妙地运用促

销形式，能很好地提高产品的声誉，扩大企业的影响，赢得更多的顾客。使企业的营销业绩更快地增长。

家具商场促销活动总结篇八

不同类型的目标市场上，销售促进的特定目标各不相同。建立目标是其它一切工作的基础，没有目标就失去了工作方向和行动的动力。

工具的选择决定于以下因素：市场类型、销售促进目标、竞争状况、外部环境等等。

- 1、选择和确定方案对市场及顾客的. 刺激程度。
- 2、选择对象，确定是哪类人，哪些团体。
- 3、选择合适的媒介。
- 4、选择合适的机会。
- 5、合理地进行资金分配，以便采用最有效的方式进行。

实施促销方案时，要认真注意市场与顾客的反应，不断对实施过程进行监控，并及时进行工作的调整。

五、效果的评估

通过对促销活动开展前后的销售情况的比较可以对效果做出评估，也可以参考一些调查结果。通过进行评估，可以进行工作的改进，以更好地适应市场需要。