

营销计划书

作者：小六 来源：网友投稿

本文原地址：<https://xiaorob.com/fanwen/zhuanti/29688.html>

ECMS帝国之家，为帝国cms加油！

营销计划书

营销计划书（一）：

一、市场分析

辅材市场近几年蓬勃发展，价格战也逐渐打响，但是市场上配套性的服务体系却没有跟上。随着城市建设的步伐不断加快，装饰行业的也进入了高速增长期，主材市场由于需求量大，关注度高，各种配套性的服务体系正在日趋完善。但辅材市场由于用量小，品牌杂，市场上更是存在这以次充好，以假充真的现象。在重庆、武汉等地市类似金蚂蚁建材配送的仓储中心由于品种齐全，价格优惠，服务配送体系完善，受到市场的一致好评。

到目前为止在西安市场还没有一家类似金蚂蚁建材仓储配送中心的物流组织来整合市场，所以我们的项目在市场上的竞争对手少，发展前景广阔，在后续的工作中要不断加强与品牌商的合作和渠道的多元化开发，就会迅速占领西安市场。但也有很多实际的问题摆在我们的面前，市场基础比较薄弱，团队还比较年轻，品牌影响力还需要巩固与拓展。根据以上状况做以下工作规划。

二、工作规划

根据以上状况在10月份主抓六项工作：

1、销售业绩

根据公司下达的年销任务，月销售任务。根据市场具体状况进行分解。分解到每月、每周、每日。以每月、每周、每日的销售目标分解到各个人员，完成各个时段的销售任务。并在完成任务的基础上，提高销售业绩。主要手段是：提高出国留学网团队业务素质，加强团队管理，开展多渠道营销，制定工作细则及工作流程。

2、对现有的客户管理及关系维护

针对现有的装修公司、工长、小区物业或将拓展的小区业主进行有效管理及关系维护，对各个客户建立客户档案，了解客户的销售需求状况并及时跟踪拜访，同时进行金蚂蚁文化传播和公司不断完善的服务体系的传播，此项工作在10份正式启动。并在此后的工作当中加强品牌文化建设的力度。了解各负责人的基本状况进行定期拜访，进行有效沟通。

3、品牌及服务体系的推广

品牌及服务体系的推广在10月份配合及执行公司的定期品牌宣传及产品推广活动，并策划一些投入成本较低的公共关系宣传活动，提升品牌形象。如“金蚂蚁会员正在征集中、金蚂蚁邀您一齐体验会员高品质享受、”等公益活动。有可能的状况下与厂商联合进行推广，不但能够扩大影响力，还能够建立良好的合作关系。产品以及服务体系的推广还要不断的深挖客户资源并及时进行平面媒体和网络媒体的推广。

4、业务和品牌渠道的拓展

根据公司的9月份制定的销售目标，客户渠道还需要超多的增加，根据此种状况随时、随地深挖现有资源，并加大力度对老客户进行定期的回放，规范店面配送服务流程，加强店面人员的管理(根据公司的要求制定工作细则和工作流程)。用心对现有市场(北大明宫)进行品牌渠道的摸排，加大与各品牌商的广泛合作，争取最大利润空间。

5、针对“十一小长假”的活动策划与执行

促销活动的策划及执行主要在10月1日——10月7日进行，第一严格执行公司的销售促进活动，第二根据届时的市场状况和竞争对手的销售促进活动，灵活策划一些销售促进活动。主题思路以避其优势，攻其劣势，根据公司的产品优势及资源优势，突出重点进行策划与执行。

6、团队建设、团队管理、团队培训

团队工作分四个阶段进行：

第一阶段：10月4日——10月8日

A、对现有人员进行重点的进行量化考核。对部分业务潜力底下的人员，进行重点培养。B、制定相关的团队管理制度，权责明晰和工作范围明晰，完善工作报表制度。

C、完成金蚂蚁项目资料的培训。(保障在人员请假的状况下，工作继续开展)

第二阶段10月9号——10月14日

第二阶段主要是对主力团队进行业务潜力和产品知识的强化培训，配合公司的品牌及服务体系推广，并加大对装饰公司、工长、小区物业、小区业主、房地产开发商的宣传力度，并协作市场部门进行小区业务的扩张，用心进行金蚂蚁服务体系的宣传，并持续与原有装饰公司，工长的有效沟通，维护好小区物业和物业主的关系。

培训系统安排进行分级和集中培训

业务人员 网络营销人员 电话营销人员 店面管理人员 利用周例会对全体促销员进行集中培训

10月9日：进行产品知识的培训培训和行业知识的培训

10月10日：进行营销技巧的专业知识培训

10月11日：进行网络营销技巧知识的培训

10月12日：进行电话营销技巧知识的培训

10月13日：进行店面管理和配送体系的培训

(心态引导、培训及平常随时进行心态建设)。

第三阶段：10月15日-10月31日

第四阶段全面启动整个西安市场，主抓销售所有工作重心都向提高销售倾斜。

第一：加大与各品牌商的合作力度，保证品类和货源充足，比例协调，到达库存最优化，尽量避免断货或缺货现象。

第二：严格执行公司的销售策略，加大渠道的开发力度

第三：对开工的小区进行重点宣传，提升金蚂蚁品牌形象。

第四：对每的任务进行分解，并严格按照营销策略对工作任务进行分解做到环环相扣，权责分明，职责到人。

第五：时时进行市场调研、客户动态信息反馈，全力打造一个快速反应的机制。

第六：协调好我们与品牌商，我们与消费者等各环节的关系，全力以赴完成月销售任务。

营销计划书（二）：

市场营销计划书范文

一、计划概要

- 1、年度销售目标600万元；
- 2、经销商网点50个；
- 3、公司在自控产品市场有必须知名度；

二、营销状况

空调自控产品属于中央空调等行业配套产品，受上游产品消费市场牵制，但需求总量还是比较可观。随着城市建设和人民生活水平的不断提高以及产品更新换代时期的到来带动了市场的持续增长幅度，从而带动了整体市场容量的扩张。湖南地处中国的中部，空调自控产品需求量比较大：1、夏秋炎热，春冬寒冷；2、近两年湖南房地产业发展迅速，个性是中高档商居楼、别墅群的兴建；3、湖南纳入西部开发、将增加各种基础工程的建设；4、长株潭的融城；5、郴州、岳阳、常德等超多兴建工业园和开发区；6、人们对自身生活要求的提高；综上所述，空调自控产品个性是高档空调自控产品在湖南的发展潜力很大。

营销方式总体来说，空调自控产品销售的方式不外三种：工程招标、房产团购和私人项目。工程招标渠道占据的份额很大，但是房产团购和私人项目两种渠道发展迅速，已经呈现出多元发展局面。

从各企业的销售渠道来看，大部分公司采用办事处加经销商的模式，国内空调自控产品企业2007年都加大力度进行全国营销网络的部署和传统渠道的巩固，加强与设计院以及管理部门的公关合作。对于进入时间相对较晚的空调自控产品企业来说，由于市场积累时间相对较短，而又急于快速打开市场，因此基本上都采用了办事处加经销制的渠道模式。为了快速对市场进行反应，凡进入湖南市场的自控产品在湖南都有库存。湖南空调自控产品市场容量比较大而且还有很大的潜力，发展趋势普遍看好，因此对还未进入湖南市场的品牌存在很大的市场机会，只要采用比较得当的市场策略，就能够挤进湖南市场。目前上海正一在湖南空调自控产品市场上基础比较薄弱，团队还比较年轻，品牌影响力还需要巩固与拓展。在销售过程中务必要十分清楚我公司的优势，并加以发挥使之到达极致；并要找出我公司的弱项并及时提出，加以克服实现最大的价值；提高服务水平和质量，将服务意识渗透到与客户交流的每个环节中，注重售前售中售后回访等各项服务。

三、营销目标

- 1.空调自控产品应以长远发展为目的，力求扎根湖南。2009年以建立完善的销售网络和样板工程为主，销售目标为600万元；
- 2.挤身一流的空调自控产品供应商;成为快速成长的成功品牌；
- 3.以空调自控产品带动整个空调产品的销售和发展。
- 4.市场销售近期目标：在很短的时间内使营销业绩快速成长，到年底使自身产品成为行业内知名品牌，代替省内同水平产品的一部分市场。
- 5.致力于发展分销市场，到2009年底发展到50家分销业务合作伙伴;
- 6.无论精神，体力都要全力投入工作，使工作有高效率、高收益、高薪资发展；

四、营销策略

如果空调自控产品要快速增长，且还要取得竞争优势，最佳的选取必然是——“目标集中”的总体竞争战略。随着湖南经济的不断快速发展、城市化规模的不断扩大，空调自控产品市场的消费潜力很大，目标集中战略对我们来说是明智的竞争策略选取。围绕“目标集中”总体竞争战略我们能够采取的具体战术策略包括：市场集中策略、产品带集中策略、经销商集中策略以及其他为目标集中而配套的策略四个方面。为此，我们需要将湖南市场划分为以下四种：

战略核心型市场---长沙，株洲，湘潭，岳阳

重点发展型市场----郴州，常德，张家界，怀化

培育型市场-----娄底，衡阳，邵阳

等待开发型市场----吉首，永州，益阳，

总的营销策略：全员营销与采用直销和渠道营销相给合的营销策略

1、目标市场：

遍地开花，中心城市和中小城市同时突破，重点发展行业样板工程，大力发展重点区域和重点代理商，迅速促进产品的销量及销售额的提高。

2、产品策略：

用整体的解决方案带动整体的销售：要求我们的产品能构成完整的解决方案并有成功的案例，由此带动全线产品的销售。大小互动：以空调自控产品的销售带动阀门及其他产品的销售，以阀门及其他产品的项目促进空调自控产品的销售。

3、价格策略：

高品质，高价格，高利润空间为原则；制订较现实的价格表：价格表分为两层，媒体公开报价，市场销售的最底价。制订较高的月返点和季返点政策，以控制营销体系。严格控制价格体系，确保一级分销商，二级分销商，项目工程商，最终用户之间的价格距离级利润空间。为了适应市场，价格政策又要有必须的能活性。

4、渠道策略：

(1) 分销合作伙伴分为二类：一是分销客户，是我们的重点合作伙伴。二是工程商客户，是我们的基础客户。

(2) 渠道的建立模式：A.采取逐步深入的方式，先草签协议，再做销售预测表，然后正式签定协议，订购第一批货。如不进货则不能签定代理协议；B.采取寻找重要客户的办法，透过谈判将货压到分销商手中，然后我们的销售和市场支持跟上；C.在代理之间挑取竞争心态，在谈判中因有当地的一个潜在客户而使我们掌握主动和高姿态。不能以低姿态进入市场；D.草签协议后，在我们的广告中就能够出现草签代理商的名字，挑取了分销商和原厂商的矛盾，我们乘机进入市场；E.在当地的区域市场上，随时保证有一个当地的能够成为一级代理的.二级代理，以对一级代理成为威胁和起到促进作用。

(3) 市场上有推，拉的力量。要快速的增长，就要采用推动力量。拉需要长时间的培养。为此，我们将主要精力放在开拓渠道分销上，另外，负责大客户的人员和工程商的人员主攻行业市场和工程市场，力争在三个月内完成4~5项样板工程，给内部人员和分销商树立信心。到年底为止，完成自己的营销定额。

5、人员策略：

营销团队的基本理念：A.开放心胸；B.战胜自我；C.专业精神；

(1) 业务团队的垂直联系，持续高效沟通，才能作出快速反应。团队建设扁平。

(2) 内部人员的报告制度和销售奖励制度

(3) 以专业的精神来销售产品。价值=价格+技术支持+服务+品牌。实际销售的是一个解决方案。

(4) 编制销售手册；其中包括代理的游戏规则，技术支持，市场部的工作范围和职能，所能解决的问题和带给的支持等说明。

五、营销方案

1、公司应好好利用上海品牌，走品牌发展战略；

2、整合湖南本地各种资源，建立完善的销售网络；

3、培养一批好客户，建立良好的社会关系网；

4、建设一支好的营销团队；

5、选取一套适合公司的市场运作模式；

6、抓住公司产品的特点，寻找公司的卖点。

7、公司在湖南宜采用直销和经销相结合的市场运作模式；直销做样板工程并带动经销网络的发展，经销做销量并作为公司利润增长点；

8、直销采用人员推广和部分媒体宣传相结合的方式拓展市场，针对空调自控产品，我们能够采用小区推广法和重点工程机项目样板工程说服法；

9、为了尽快进入市场和有利于公司的长期发展，应以长沙为中心，向省内各大城市进军，其中以长沙为核心，以地市为利润增长点；

10、湖南的渠道宜采用扁平化模式并作好渠道建设和管理，在渠道建设方面能够不设省级总经销商，而是以地市为基本单位划分，每个地级市设二个一级经销商，并把营销触角一向延伸到具有市场价值的县级市场，改变目前湖南其他空调自控产品品牌在地级市场长期以来的游击战方式，采用阵地战，建立与经销商长期利益关系的品牌化运作模式，对每个地区市场都精耕细作，稳扎稳打。

营销计划书（三）：

一、活动目的：

依托假日经济，透过强有力的促销活动，吸引消费者关注，促进消费者购买，提升销量以十月销售旺季为契机，透过策划活动，进一步宣传(中金)品牌形象，提高品牌知名度和美誉度，从而到达促销效果。

透过多样化的促销活动，把利益真正回馈于消费者的同时，突出温情的品牌形象，拉近企业与消费者的距离，提升品牌忠诚度，最大限度的提高店内人流量、

聚集人气、扩大专卖店的销售业绩。

二、活动主题：

“钻”动全城“爱”度佳人

三、活动时间：

20XX年10月——20XX年11月

四、活动地点：

各地中国黄金店铺内。

五、促销活动资料：

一重礼：进店免费礼无需购物，进店就有礼。活动期内所有顾客凭宣传单进店登记后均可免费领取精美礼品一份。

促销说明：活动期间礼品发放数量限前20名进店的消费者(预计10天200个)。礼品选购中。

二重礼：回馈感恩礼(特价、定制商品除外)不是做低价，中国黄金不做低价而是直接返现让利消费者，全场非黄类商品/折。

三重礼：金秋现金礼：钻石戒指金额到达3000元以上直返千足金1克(以此类推)

定制1克拉裸钻送全家福写真、

定制2卡拉裸钻送个人写真、

定制3卡拉裸钻以上送婚纱照一套。

营销计划书（四）：

九月份我们将迎来一个新的促销高点，上次由于先期杨雨老师铺垫的好以及我们的努力超额完成了任务，这次期望再上一个新的台阶，所以我们每个人也都在努力做好准备。

对于这月我期望自己工作中需要提高的主要有以下几点：

- 1.先做好9月4号边老师来沧州进行仪器检测和砭石使用的讲解的宣传工作和统计预期的订购数额，这样能够有利于更好的准备砭石，期望不要像上次那样断货好几次。
- 2.加强对于砭石的了解以便在有客户咨询的时候能够做到游刃有余。同时重点加强学习全面综合的理论和销售技能
- 3.老客户有的家里别家产品也很多，他们对于健康的需求迫切，但是有些盲目，我们能够很好的利用这点，做好我们的口碑宣传和产品推介。
- 4.做好新客户的开发吸引工作，虽然不必须就每一个都抓住销售，起码就应慢慢培养，成为我们的铁杆，至少在别人问到的时候不会说出我们的不好，这样也算是成功的一种，口碑很重要。
- 5.做好大客户的维持工作，上学的时候在客户关系里有个二八法则，对于我们还是很适用的，80%的销售来自20%的客户，我们80%的销售来自20%的产品，就像是先天精气宝，上次活动主要就是靠宝，虽然比例不是完全如此，但是大概如此。所以我们要想办法做好大客户的维持同时不断开发新客户，在做好现有客户的产品维持同时扩大其他产品销售。
- 6.做好店长安排的工作，尽我们的最大努力期望能够再接再厉发扬我们沧州的武术精神，百折不挠，勇往直前。上次做的是门迎，店长说我适合做门迎，其实我还是很期望尝试其他工作的，而且同样期望都能够干好，所以几次讲师不在的时候常常代讲，虽然不期望永远做别人的替补，但是起码这是一种锻炼，因为起码有需要的时候你替补的上，而不是需要你的时候，你什么也干不了。

总而言之，我们希冀这次又更好的结果。并且能够得到更多客户的认可。

营销计划书（五）：

如果说8、9月是战争的节奏，那10月份就是战争的开始，纵观国庆节市场的实际状况各大食品商家纷纷各出招争夺旺季市场，而我们各部门的战前准备，工作如何呢，相信各位经理，心中最清楚，所以本月提出以下几个推荐：

- 1.将春节前的每月指标务必规划完必，做到每个人有总指标，每个重点客户有指标明细。
- 2.针对旺季市场促销的准备，实施，总结工作如何做到人人心中有数。
- 3.新品入市的工作应怎样展开、解决、进场---终端铺市----促销配合。
- 4.作好春节的重点客户备货计划。
- 5.如何重视炒货与豆乳片的销量。
- 6.客群关系的进一步加强，防止春节促销活动实施受阻或出现临时抱佛脚的现象。
- 7.请各级主管正视自己的工作岗位与职责，因为你肩负着下面员工的发展与老板的信任。让良好的工作态度为责任心来带动团队的整体协作潜力与效率。

营销部本月目标

本月营销部及各部门促销重点

- 1.重视炒货并将炒货及时开通，并在终端构成强势陈列。个性是“煮瓜子”--天喔广告之际，抢占终端陈列从而构成市场压力。
- 2.针对豆乳片加强促销力度，因为10-12月是豆乳片旺销的季节。
- 3.加强礼盒、桶装产品的出样陈列。
- 4.新品的展示与新产品集中陈列黄金位置。

营销计划书（六）：

9月份，随着我部门太阳能产品市场份额的不断扩大，结合本月份的销售状况，思考到我们应对的客户群体与季节要素，根据研发部的新品的不断推出，本部门做出20XX年10月份的如下销售工作计划:要狠抓销售的质与量;剖析并细分市场;有效利用公司的品牌形象和资源优优势，掌握客户的物质和心理需求，从细节抓起全力以赴，以销售工作带动我司的品牌运作。

1.9月份工作回顾

根据9月份最后一周的新品发布效果总结，市场反映出来的问题如下：

1.1业绩完成状况

时间：20XX年9月15日~20XX年9月30日

1.2市场方面

1.1.1客户沟通：

(1)工作总结:我司做太阳能水泵已做了4年，是环保节能产品，这方面客户已经比较固定，能够继续推广市场，增加客户源。针对目前开发的一些新的太阳能应用产品。比如太阳能增氧泵和太阳能电池充电器。这些产品目前还没有推广开来，需要持续的推广。多喝客户沟通，了解产品的各项性能，在了解市场的基础上开发市场。

(2)问题：1.每个客户的需求都有所不同，有的需要小巧和轻便的低价产品，有的比较喜欢高端产品。

2.产品一些方面的要求，比如太阳能充电器能够既充5号电池又能够充7号电池。

3.和客户的沟通也是一个问题，要经常和客户沟通，了解客户的意向。

(个性是很久没有出货的客户的联系)

1.1.2客户群体分析：目前分为外贸和零售。主要是批量销售。

2.六月份工作重点及目标

总目标(不排除特殊干扰因素)：新产品20套。

2.1市场方面

2.1.1加大推动公司新的宣传力度，把新公司的形象和宗旨展现和推广出来。

2.1.2加大与老顾客以及固定顾客的交流，用心开展与新顾客的沟通工作。见客户之前要多了解客户的状态和需求，再做好准备工作

2.1.3进一步做好畅销产品的统计分析，收集资料信息。

2.1.4在日常工作中多留意各种客户群体的心理及意见评价，收集资料信息。

2.2管理方面

2.2.1认真做好单据和文件管理工作。

2.2.2严格规范产品进出库流程。

2.2.3做好客户的统计分析。

营销计划书（七）：

鉴于开盘到此刻的销售业绩一向都不理想，我作为国际花园售楼部副经理有不可推卸的职责，我们的销售及管理工作质量务必提高，市场上投资商铺的客户是有限的，我们要剖析市场细分市场，全力以赴做好销售工作。

根据7，8，9月份的销售工作，市场反应的问题如下：

一、市场方面：

1、市场动向：信息搜集不够，对其他楼盘信息掌握不够全面，影响与客户的沟通。

2、客户开发：一向以来置业顾问发传单和电话约客，不能扩大宣传面，基本大街上的人都对传单产生厌恶感了，导致发了单子也很少人问津；

3、客户维护：由于置业顾问欠缺销售技巧，与客户沟通说辞太单调，理据太单薄，不能激发客户购买欲；

二、管理方面：

1、来访来电登记不够明确，有些自来客户不能留下联系方式以至于流失客户；

2、平时只注重了专业知识的培训，忽略的实战技巧，以至于置业顾问在销售时不能随机应变、自圆其说，不能到达专业化给予客户所需；

3、对于休假、请假的管理不够到位，没真正做到劳逸结合使得员工心态散漫，不能全身心的投入工作中；

十月份的工作重点：

针对7，8，9月份出现的问题，我们十月份的工作重点有

一、市场方面：

- 1、做好市场调研，分析周边各楼盘的优劣势，做详细比较表，做到知己知彼，百战不殆；
- 2、有针对性的进行宣传，固定时间，固定地点让置业顾问出去发单子；

二、销售方面：

- 1、改变销售策略，运用假销控进行后期销售，营造热销的氛围；
- 2、优化说辞，让置业顾问统一口径，先说服自己再说服客户，在谈客户时不要因为说辞使客户产生误解和不信任；
- 3、对于老客户和潜在客户，要经常持续联系，争取带来新客户；并能从与老客户练习过程中获得更多客户信息和市场行业信息；
- 4、做好售楼部日志记录工作，做好客户资源的入档，和数据的及时统计；

三、人员方面

- 1、置业顾问要加强学习，提高自己的专业知识水平，并端正自己的管理与被管理意识；
- 2、改变每一天会议方式，置业顾问每早汇报昨日的成绩和这天的工作计划，让每个人的生活工作都有计划有规矩，汇报完后要无条件按计划执行，
- 3、要有好业绩就得加强业务学习，开拓视野，丰富知识，采取多样化形式，除专业知识外更要注重销售技巧的培训与锻炼，把专业知识与销售技巧相结合。
- 4、不定期抽查专业知识，90分过关，但是关者罚款十元充为售楼部公费和停轮排一天；

四，十月份对自己有以下要求

- 1、每一天做好工作计划，按计划执行工作，一刻也不能懈怠；
- 2、一周一小结，每月一大结，看看有哪些工作上的失误，及时改正下次不要再犯，并根据总结改变工作方式，自身管理水平要尽快提高；
- 3、置业顾问接待客户时要旁听，适时帮忙职业顾问谈客户，务必每次想办法留下客户联系方式，以便做好回访工作才有可能不会丢失这个客户。
- 4、要不断加强业务方面的学习，多看书，上网查阅相关资料，与同行们交流，向他们学习更好的方式方法。
- 5、及时向上层领导汇报工作及工作状态，不能与公司断绝联系，以免让公司误会我们有“天高皇帝远，不服天朝管”的思想；
- 6、和开发商多多沟通，争取让开发商重新建立起对我们的信任；
- 7、客户遇到问题，不能置之不理必须要尽全力帮忙他们解决。要先做人再做生意，让客户相信我们的工作实力，才能更好的完成任务。
- 8、自信是十分重要的。要经常对自己说我是最好的，我是独一无二的。拥有健康乐观用心向上的工作态度才能更好的完成任务。

9、和公司其他员工要有良好的沟通，工作中遇到各种各样的困难，要向公司请示，向同事探讨，抓好细节共同努力克服。为公司做出自己最大的贡献;

10、为充分发挥大家的用心性，实施多劳多得，不劳不得，实干加巧干，确保本月的销售工作计划能如期完成。

营销计划书（八）：

一、任务分配

本月总目标25万，按照公司的要求分摊到每一击分别为：第一击10万;第二击8万;第三击7万，此刻店面共有店员四人每一击任务已平均分配到每个人身上，确保合理分配，并激励员工按照每一天任务向前赶月目标进度。

二、人员分配

将店铺每一天的工作按照员工特点分配，合理利用人力资源。每人每一天至少五名试穿顾客，至少成交liuxue86两单，提高试穿率及成交率。因2月份是春季新款刚上市的时候，我会组织大家背款号了解货品，用心调整陈列，让顾客感到耳目一新。

作为高端品牌服务是不可或缺、重中之重的，在提高人员服务水平，加强服务意识教育的同时，注重员工、销售人员的言、谈、举止等综合素质的提高，更好的全心全意为顾客着想，减少投拆。

三、经营管理

1.加强商品进、销、存的管理，掌握规律，提高商品库存周转率，不积压商品，不断货，使库房商品管理趋于科学化、合理化。

2.因店铺进商场之初没有进行装修及形象设计，期望公司于春节后及时作出升级店面形象的计划，我会用心配合公司做好装修期间一切工作。

3.利用节假日做文章，多做些促进销售的活动，如新品满额赠礼品等吸引顾客眼球的活动。另外因为我们品牌刚进入天津市场，与其它在天津已成熟品牌竞争缺乏竞争力的主要原因之一就是固定的顾客群，推荐公司能够做一些鼓励顾客办理会员的优待政策，如入会有赠品等，我们会紧紧抓住有潜力的顾客，发展成为本品牌会员。

4.用心抓住大宗、集团购买的接待工作，做好一人接待，全面协调，让顾客感到热情、贴心的服务。

5.为了保障完成目标所指定的内部管理制度：

1)店铺员工要做到用心维护卖场陈列，新货到店及时熨烫;

2)工作时间电话务必静音，且接听私人电话不得超过3分钟;

3)无论任何班次务必保证门口有门迎，且顾客进店后务必放下手中任何工作接待顾客。

6.为了完成目标业绩需上级领导给予货品与活动方面支持，保证每款不断码及超多赠品支持。

以上是我对10月份营销工作的计划，有不足之处请领导指正。

营销计划书（九）：

一、省内行情分析

同类竞争品牌是衣香丽影、三彩、伊布都、IAM27服饰

二、公司现有的店面

公司现有加盟商30家，5月份新开2家，黔西、锦屏;其中遵义有3家店，仁怀2个店;直营店7家;会员店10家

三、季度目标：550万折扣是3.5折

计算方式：550万/105元=52380件现有库存等杭派45600那么还需要补货6780件

四、任务分配

本季度总目标550万，按照公司的要求分摊到每一击分别为：第一击280万;第二击180万;第三击90万，公司现有加盟商、直营店、会员店及所有店面每一击任务已平均分配到每个店面上，确保合理分配，并激励加盟商、直营店、会员店及所有店面按照每一天任务向前赶季度目标进度。

五、人员分配

将店铺每一天的工作按照员工特点分配，合理利用人力资源。每人每一天至少五名试穿顾客，至少成交两单，提高试穿率及成交率，用心调整陈列，让顾客感到耳目一新。

作为高端品牌服务是不可或缺、重中之重的，在提高人员服务水平，加强服务意识教育的同时，注重员工、销售人员的言、谈、举止等综合素质的提高，更好的全心全意为顾客着想，减少投拆。

六、市场的拓展

(一)建设良好的企业管理平台

(1)建立和完善选人、用人、留人的聘用体系;

(2)建立完善的薪酬制度;

(3)建立完善的人事制度、管理制度;

(4)建立独立、透明的财务制度。

(二)市场拓展和品牌运作方式

目前服装市场开拓的基本模式主要是：央视广告+地方招商广告+人员拜访+招商会订货的模式。我方将在种种模式的基础上配合以自己的方式：

1.广告宣传，扩大区域的品牌知名度

2.渠道创新，培养扎实的经销商队伍

3.活动创新，体现品牌特征

4.服务客户，扩大占有率

七、市场督导的工作职责

1、跟进每日所辖终端数据上报的准确性、及时性。

2、货品到货信息、发布到各终端并跟进配货。

3、对每日销售与上周同期销售数据进行比较分析，对升降幅度较大的终端进行单店分析其原因。

4、掌握所辖终端每日销售、下单配货状况，并核实其配货数量与其销售、库存是否合理，进行销售动态管理。

5、到店检查相关工作，随时了解终端状况。

八、经营管理

1.加强商品进、销、存的管理，掌握规律，提高商品库存周转率，不积压商品，不断货，使库房商品管理趋于科学化、合理化。

2.利用节假日做文章，多做些促进销售的活动，如新品满额赠礼品等吸引顾客眼球的活动。另外因为我们品牌刚进入天津市场，与其它在天津已成熟品牌竞争缺乏竞争力的主要原因之一就是固定的顾客群，推荐公司能够做一些鼓励顾客办理会员的优待政策，如入会有赠品等，我们会紧紧抓住有潜力的顾客，发展成为本品牌会员。

3.用心抓住大宗、集团购买的接待工作，做好一人接待，全面协调，让顾客感到热情、贴心的服务。

4.为了保障完成目标所指定的内部管理制度：

1)店铺员工要做到用心维护卖场陈列，新货到店及时熨烫;

2)工作时间电话务必静音，且接听私人电话不得超过3分钟;

3)无论任何班次务必保证门口有门迎，且顾客进店后务必放下手中任何工作接待顾客。

4)加盟商的销售回款管理制度(见附表一)

5.为了完成目标业绩需上级领导给予货品与活动方面支持，保证每款不断码及超多赠品支持。

6.如何VIP客群：

1)结合自己的产品特点和优势，仔细选取资料中的客户，挑选出可能适合你的客户群。

2)联系客户的心态必须好处上决定新客户是否愿意和您深入接触。

3)联系方法上，如果您有比较好的英语条件，我们推荐首次联系尽量采用电话和传真相结合的方式。

4)建立专门展示产品的英文网站对联系和开发新客户十分重要，既能够给新客户详尽的产品介绍，又能够避免过早的产品传递带来的昂贵费用。

5)对于一时没有下定单的新客户，千万不要急于催促，更不要轻易放下

营销计划书（十）：

基于本人是第一次接触电子商务和销售行业，面临困难和压力较大，为了能顺利完成公司所规定的指标和到达个人预期目标，针对行业特点、现状，结合本人这几天对“销售服务”的理解和感悟，特对八月份工作制定以下计划。

本计划包括宗旨、目标、工作开展计划和计划评估总结等四部分。

一.宗旨

本计划是第一个月工作开展的指导，是完成销售指标和到达个人预期目标的保证。制定本计划的宗旨是确保完成指标、实现目标。

二.目标

1.全面、较深入地掌握我们“产品”的功能、特色和优势并做到应用自如。

2.根据自己以前所了解的和从其他途径搜索到的信息，录入客户资料150家。

3.锁定有意向客户20家。

4.力争完成销售指标

三.工作开展计划

众所周知，现代销售的竞争就是服务的竞争。服务分为售前服务、售中服务和售后服务，而我们有恰恰是销售“服务”的，所以前期工作即就是售前服务更是我们工作的重中之重。正是因为如此，我的工作开展计划也是围绕“售前服务”来进行。

1.多渠道广泛地收集客户资料，并做初步分析后录入，在持续的信息录入过程中不断地提高自己的业务知识，使自己在对“家家网”的功能、操作和特点掌握的基础上进一步的深入体会，做到在客户面前应用自如、对答如流。

2.对录入完的客户尽可能多地带给免费的服务(比如根据其需要给它发各种商务信息、技术指导等)，目的让客户了解“家家网”，在此基础上，与客户进行互动沟通。

3.在用电话、E-mail等方式与客户互动的过程中，实时掌握其心理动态，并可根据这些将客户分类。

4.在互动的过程中，锁定有意向的客户，并持续不间断的联系沟通，在客户对我们的“服务”有感兴趣或期望进一步了解的状况下，能够安排面谈。

5.在面谈之前要做好各种充分准备，做到“知己知彼”，克服心理障碍。

6.对每次面谈后的结果进行总结分析，并向领导汇报，听取领导的看法。克服困难、调整心态、继续战斗。

7.在总结和摸索中前进。

四.计划评估总结

在一个月后，要对该月的工作成果、计划执行状况做一次评估，总结得失，为下个月的工作开展做准备。

营销计划书（十一）：

随着8月份的结束，也意味着进入下一步的实质性工作阶段，回顾这一个月的工作，十分感谢公司领导和各位同事的顶力支持，使我掌握相关业务知识。基于本人是第一次接触房产销售行业，面临困难和压力较大，针对行业特点、现状，结合本人这一个月来对“房产销售”的理解和感悟，特对9月份工作制定以下房产销售工作计划。

本工作计划包括宗旨、目标、工作开展计划和计划评估总结，日计划，等五部分。

一.宗旨

本计划是，完成销售指标100万和到达小组增员10人。制定本计划的宗旨是确保完成指标、实现目标。

二.目标

1.全面、较深入地掌握我们“产品”地段优势并做到应用自如。

2.根据自己以前所了解的和从其他途径搜索到的信息，搜集客户信息1000个。

3.锁定有意向客户30家。

4.力争完成销售指标

三.工作开展计划

众所周知，现代房产销售的竞争，就是服务的竞争。服务分为售前服务、售中服务和售后服务，而我们房产销售也是一种“服务”，所以前期工作即就是售前服务更是我们工作的重中之重。正是因为如此，我的工作开展计划也是围绕“售前服务”来进行。

1.多渠道广泛地收集客户资料，并做初步分析后录入，在持续的信息录入过程中不断地提高自己的业务知识，使自己在对房产销售特点掌握的基础上进一步的深入体会，做到在客户面前应用自如、对答如流。

2.对有意向的客户尽可能多地带给服务(比如根据其需要及时通知房原和价格等信息)，目的让客户了解房源和价格，在此基础上，与客户进行互动沟通。

其次给客户一种无形的压力，比如：房源紧张，价格要上涨，等。挑起其购买欲望。

3.在用电话与客户交流的过程中，实时掌握其心理动态，并可根据这些将客户分类。

4.在交流的过程中，锁定有意向的客户，并持续不间断的联系沟通，在客户对我们的“产品”感兴趣或期望进一步了解的情况下，能够安排面谈。

5.在面谈之前要做好各种充分准备，做到对房源，面积，单价等。了如指掌

6..对每次面谈后的结果进行总结分析，并向上级汇报，听取领导的看法。克服困难、调整心态、继续战斗。

7.在总结和摸索中前进。

四.计划评估总结

在一个月后，要对该月的工作成果、计划执行状况做一次评估，总结得失，为下个月的工作开展做准备。

营销计划书（十二）：

一、对于老客户，和固定客户，要经常持续联系，在有时间有条件的状况下，送一些小礼物或宴请客户，好稳定与客户关系。

二、在拥有老客户的同时还要不断从各种媒体获得更多客户信息。

三、要有好业绩就得加强业务学习，开拓视野，丰富知识，采取多样化形式，把学业务与交流技能向结合。

四、九月对自己有以下要求

1、每周要增加个以上的新客户，还要有到个潜在客户。

2、一周一小结，月底一大结，看看有哪些工作上的失误，及时改正下次不要再犯。

3、见客户之前要多了解客户的状态和需求，再做好准备工作才有可能不会丢失这个客户。

4、对客户不能有隐瞒和欺骗，这样不会有忠诚的客户。在有些问题上你和客户是一向的。

5、要不断加强业务方面的学习，多看书，上网查阅相关资料，与同行们交流，向他们学习更好的方式方法。

6、对所有客户的工作态度都要一样，但不能太低三下气。给客户一好印象，为公司树立更好的形象。

7、客户遇到问题，不能置之不理必须要尽全力帮忙他们解决。要先做人再做生意，让客户相信我们的工作实力，才能更好的完成任务。

8、自信是十分重要的。要经常对自己说你是最好的，你是独一无二的。拥有健康乐观用心向上的工作态度才能更好的完成任务。

9、和公司其他员工要有良好的沟通，有团队意识，多交流，多探讨，才能不断增长业务技能。

10、为了今年的销售任务九月我要努力完成到万元的任务额，为公司创造更多利润。

以上就是我九月的工作计划，工作中总会有各种各样的困难，我会向领导请示，向同事探讨，共同努力克服。为公司做出自己最大的贡献。

更多 专题范文 请访问 <https://xiaorob.com/fanwen/zhuanti/>

文章生成PDF付费下载功能，由[ECMS帝国之家](#)开发