

招商方案策划模板范本(通用 12 篇)

招商方案策划模板范本篇 1

一、明确招商目的

招商的准确解释和定义：通过宣传、谈判等各种方式，说服和吸引者或客商参与共同经营的商业行为。

自从中国由完全的计划经济转变为以市场经济为主以来，招商成为很多行业的一种经营方式。如各种开发区、工业园区、科技园区的招商，各种市场的招商，各个品牌销售的招商，各种加盟连锁店的招商，各种服务行业的招商等等。从全局和长远的角度看，招商不仅仅是政府和企业快速发展的手段，更是保证政府和企业实施全局战略的重要策略。

通过招商，政府和企业可以最大限度发挥已有资源的综合效益；通过招商，政府和企业可以非常充分的利用外围资源来加快发展规模和速度；通过招商，政府和企业可以通过合作共赢来规避市场风险、减少和避免因市场和政策变化带来的损失。

一个要长远发展的企业，其招商目的应与那些只顾眼前或短线利益的企业、个人不同，其根本目的应该是打动和争取消费者，从根基上启动和占领市场，把招商仅仅作为市场开发的手段和工具之一，而不是企业的终极目的。与投资户和客商利益相通、命运相连、风险共担，进而形成真正意义上的、长久而稳固的战略伙伴，才能为招商工作树立牢固的操作准则和服务理念。

二、设置招商机构

由于招商模式在运作手法及技巧等方面与传统渠道操作存在较大差异，甚至在人员素质、特长、经验以及管理、激励政策等方面，两者都不尽相同。因此，一般来说在招商期间应将招商部门与其它业务部门独立开来，并赋予其一定的职

级高度、权限和有别于一般销售的激励机制，使其尽量在整体企业组织框架中享有较为灵活的权限。招商部既要和营销策划部门紧密联系，又要和销售部、物管部、工程部、财务部、办公室等部门全力配合，以保证招商的顺利进行。

三、制定招商方案

在做好必要的准备之后，必须设计一份详细的招商方案。

一份完整的招商方案大致分以下几个部分：

1、招商流程：

整体招商方案设计——招商人员准备——设置招商机构——招商广告创意、媒体选择与发布——1次信息处理(来电、来函)——2次信息处理(书面回复)——邀请——签约——督促履约——移交物管部——进入正常经营环节。

2、招商方式

1)访问招商，主动上门拜访相关的投资者和客商，开展招商活动；

2)广告招商，利用各种形式的广告(报纸、电视、电台、杂志、户外广告、宣传册、海报、DM单等)招商；

3)会议招商，利用行业会议、经销商会议、企业家会议等招商；

4)展会招商，在各种汽车、汽车配件及相关产业展览会、展销会上招商；

5)活动招商，设计举办各种相关的活动(如体育活动、文艺演出活动、公益活动、社会活动、各类大奖赛、比赛等)招商；

6)管理招商，在招商的区域内，请政府合作，通过加强管理，引导相同业态的客商进入市场或开发区、园区；

7)效益招商，在招商区域内，形成产业规模，创造赢利模式，形成产业集群效应，以良好的经济效益示范吸引客商。

8) 服务招商，通过对市场和开发区、园区内客商精心和周到的服务，利用口碑传播效应招商。

9) 网络招商，利用网站、网页、网上商店招商；

10) 搬迁招商，利用城市改造、街区搬迁的机会进行招商；

11) 招商，利用行业内外各种培训的机会招商；

12) 专家招商，邀请行业专家介绍新的客商；

13) 连锁招商，请已经合作的投资者和客商介绍新的投资者、客商；

14) 边缘招商，寻找相似或相近行业，如汽车、汽车配件和农用装备、工程机械、摩托车、电动车、自行车等。

15) 跨行招商，市场或开发区、园区寻找配套或其他业态进行招商，如酒店、银行、娱乐、服务、商场、医院、学校、加工厂、仓库等等；

16) 联合招商，根据投资者和客商的需求，和他们联合招商，如品牌店招商售后服务，整车商招商车辆美容清洗，配件经营户招商维修厂家等等。

17) 预定招商，对一些潜在的客商，可以在他们的租房到期之前，先请他们预定在市场的经营用房，而且给予适当的优惠。

18) 销售招商，在市场商铺销售的过程中，鼓励购买商铺的投资者自购自营。

3、招商手册

在招商之前，可以设计印刷完备的《招商手册》。

招商手册主要内容如下：

1) 企业(市场)实力、荣誉和发展历史。

2) 卖点提炼：市场特点和优势。

3) 市场现状介绍。

4) 给投资者和客商的支持：(8 大支持)

(1)政策：争取相关的优惠政策；

(2)管理：物业管理和市场管理；

(3)信息：提供产业和市场信息；

(4)网络：建立市场或开发区、园区的网络，共享网络资源；

(5)培训：定期或不定期组织相关的培训，提高投资者和客商的素质；

(6)服务：提供安全、物业、生活等各种配套服务；

(7)宣传：帮助投资者和客商策划并开展广告宣传和促销活动；

(8)费用：减免相关的费用，支持投资者和客商的发展。

5) 合作协议。

6) 签约程序。

4、招商广告

目前，主流的媒体为电视、广播、杂志、报刊、户外。而新兴媒体主要有短信、黄页、互联网络、社区广告、DM直邮等等。由于各种媒体不同的性格及特性，而有着各自独特的吸引性、传达性、及时性。这些不同点，变构成了各类媒体的特点。如电视广告效果好、覆盖面广、对树立品牌有良好的效果，但是却价格昂贵；报刊、杂志能读不能听，便于保留、理解，但却做不到生动活泼。

要针对不同市场的情况，依据当地的广告资源、广告到达率、面对的消费群体、企业的经济实力、等相关因素，综合评价以后，精心选择合适的广告媒体，采用合适的广告宣传方式进行招商广告的发布。

5、招商活动。

根据市场所在地的实际情况，可以设计系列的、各种形式的招商活动，促进招商工作的顺利进行。

通常的招商活动有：介绍会、座谈会、展销会、行业论坛、高峰会等等。

四、客商分类法

招商有很大的随机性和不可控性，一般来说，招商的“应招者”对市场各项资源的关注如下：

要素排序及权重“应招者”关注要素

1(10%) 市场背景及实力

2(20%) 市场品牌力及市场容量

3(30%) 将来获利空间

4(30%) 竞争状况

5(5%) 市场广告宣传力度

6(5%) 后继市场服务

上表仅是按一般的招商惯例的提示性分析，实际运作当中各项要素的排序及权重会因市场和“应招者”不同条件与心态而发生较大的变化。但上述六点无疑是“应招者”最关心的问题，因此市场应根据自己的资源最大可能的完善各项资源，力求达到“应招者”满意的状态。

在实际操作中，可以根据“应招者”不同的情况采用有针对性的方式开展招商活动。

我们推荐一种客商分类法：

把所有的招商客户分为五类：第一类，签约客商；第二类，即将签约客商；第三类，潜在客商；第四类，一般客商；第五类，无希望客商。

给五类客商制定不同的策略：

对于第一类客商，经常走访，了解经营情况，保持友好关系，提供各种服务。对于第二类客商，重点拜访，反复宣传，耐心说服。对于第三类客商，以关心为主，经常打电话、寄送资料，通报市场发展情况，努力把他们发展成为第二类客户。对于第四类客商，顺其自然，有机会决不放过。对于第五类客商，一般关注，观察有无可能转变。

对以上五类客商必须进行详细登记，每月分类整理，不断地把第四类客商上升到第三类，把第三类客商上升到第二类，把第二类客商上升到第一类。

如果招商部门随时贮备 50-100 个三类以上的客商，就会每天工作忙碌，每月进展神速。



招商方案策划模板范本篇 2

一、工作目标

力争新引进内外资开工(开业)产业项目 120 个，实际利用内外资金 35 亿元，其中工业项目占项目总数的 50%以上；重点实施“三个十”招商工程，即力争引进 10 个战略投资者、5 个总投资过 10 亿元、10 个过亿元的项目，新增企业创税能力过亿元，解决 1 万名劳动力就业岗位，实现 100 个新增项目顺利开工、竣工、投产。

二、工作任务

继续保持衡阳市招商引资工作一类单位，力争获得湖南省扩大开放工作先进单位荣誉称号。

三、工作措施

(一) 宣传造势，打造亮点，让招商引资理念深入人心。

一是利用媒体网络抓招商。一方面充分利用中国衡阳招商网、耒阳电视台、耒政网、《今日耒阳》、红网手机报等新闻媒体为平台，开设招商引资专栏，对我市的资源优势、区位优势、优惠政策等进行宣传报道，力争在全市迅速掀起招商引资热潮。另一方面进一步加大异地招商宣传力度，在北京、上海、广州、深圳、成都、长沙、衡阳等地主流媒体进行宣传，第一时间把我市招商引资亮点展示出来。二是依托自身优势抓招商。根据耒阳特色，认真学习借鉴先进地区招商引资成功经验，做到出好一份信息刊物（《耒阳招商信息》），制好一张光碟（《投资耒阳》光碟），建好一个网站（耒阳招商在线网站），做好一块大型宣传广告牌（高速公路沿线或武广高铁沿线）。三是壮大招商主体抓招商。实施“四个五”招商主体拓展工程，即以耒阳同乡会为主体，组建耒阳珠三角地区商会、长三角地区商会和西南地区商会，主要在北京、上海、广州、成都、长沙建立 5 个耒阳商会；聘请 50 名有责任心、信息渠道广的招商网络信息员；逐步发展 50 名招商联络员、500 名招商宣传员。四是推进项目建设抓招商。积极组织“回头看”，邀请市级领导、重点企业负责人、各职能部门及项目座落地负责人、相关村支书、主任召开重点招商引资工业项目推进会，通过调度督办，查找问题，为企业解决实际困难，加速项目建设进度。

(二) 项目为王，突出重点，让在谈客商看到拳拳诚心。

一是坚持“招大引强”招商，着力引进十个战略投资者。近阶段主要引进一个总投资过 30 亿元的项目、四个总投资过 10 亿元的项目，即由北京天洋集团与深圳老乡谢鹏程合资兴办的“武广新城综合开发”项目；由深圳众为兴数控机床有限公司董事长老乡曾逸牵头，联合富士康集团相关供货商投资兴办的“深圳耒阳工业园（富士康配套基地）”项目；由江苏江阴远景能源集团和香港华润（集团）有限公司投资兴办的“风力发电”项目；由蒙牛股份有限公司投资兴办的“乳制品加工基地、种养基地”项目；由深圳中兴通讯股份有限公司投资兴办的“中兴

网通配套基地”项目。二是坚持“走出去”招商，策划好三类招商引资活动。即做好规定动作，积极参加国家、省、衡阳市组织的大型招商引资活动，重点突出第七届中博会、第六届湘商大会等活动；创新自选动作，依托长三角、珠三角、西南地区耒阳几大商会，适时举办招商引资项目推介会，近期拟于四月份联合深圳耒阳商会在深圳召开一次重点项目推介会；由市领导带队组织招商小分队，赴蒙牛集团、众为兴数控机床、远景能源等企业上门招商。三是坚持信息网络化招商，建好三个人力资源台账。即建立重大企业客商信息库、耒阳籍知名专家学者及在外创业成功人士信息库、招商项目信息库等三个台账，构建多层次、多渠道和多元化的立体招商网络。

(三)服务至上，解决难点，让投资软硬环境使人放心。

以省委、省政府明确今年为“开放平台建设年”活动为契机，坚持投资软硬环境两手抓，一是打造招商硬平台，加快一区三园建设。积极推进市经济开发区中小企业创业园建设，加快标准厂房及相关配套设施建设，分功能、分区域、分产业大力引进沿海发达地区劳动力密集型、环境友好型企业落户；积极推进市哲桥现代国际物流园和精美制造园建设，建议加快路网建设，拉通“一横一纵”主干道即七岭完小至京广铁路线、金华北路至柴哲路两条道路，拓宽拓深欧阳海灌区渠道，完善物流园区内给排水基础设施；积极推进大市循环经济产业园建设，建议启动运煤专线建设，新建配套容量的变电站。二是构筑服务软环境，整治部门违法行为。建议对与市政府签约的重点招商引资工业项目，在办理相关手续时，发改、国土、环保、财政、经信、规划、林业、电力、水利、遥电公司、开发区招商局等部门要安排一名专人负责无偿跟踪服务；出台一个服务性文件(明确审批程序、人员、办结时间及该部门对“三乱”行为的查处办法)；统一一个收费标准。严厉整治项目座落地强揽工程、强买强卖、敲诈勒索等破坏投资环境的恶性事件，建议发现一起、坚决查处一起，并作为典型案例向全市通报。

(四)明确目标，关注热点，让责任单位坚定招商信心。

为强化责任、明确目标，进一步完善招商引资奖励政策、考核方案、项目呈报程序，建议：一是尽早召开耒阳市开放型经济工作暨招商引资表彰大会，有关筹备工作我局正在抓紧时间落实，请领导初定会议时间。二是完善耒发()3号文件，出台更公开、公平、公正的激励机制和奖励政策，进一步加大对投资者、中介人、项目座落地的奖励力度；建议增设十大重点招商引资工业项目最快进度奖和最佳服务奖两个奖项，争取奖得让人心动，奖得让人心跳，奖得让人眼红，在全市营造更加浓厚的招商引资气氛。三是参照衡阳市项目建设和招商引资考核方案精神，结合我市工作实际，按地域把市经济开发区、街道办事处、有一定工业基础的乡镇、产煤乡镇、其他乡镇分成五类，下达引进项目、签约项目目标任务进行考核，分层次进行比较；按职能把对政府序列单位、机关责任单位分成三类，根据引进产业项目、为企业办实事、客商投诉受理、招商引资工作领导小组集体评定等指标进行考核。四是建议建立招商引资项目评审制度，完善招商引资项目呈报程序，从项目申报、考察、评审、合同起草、领导审阅、正式签约实行“一条龙”跟踪调度制度。五是建议严格实行“五统一”机制，即统一规划布局、统一资源配置、统一政策标准、统一项目准入、统一管理服务；根据耒阳特色对“一区三园”进行分区域、分类别引进产业项目，以全市现有产业分布基础和潜在优势，突出承接产业转移重点，着力发展以先进制造业、电子信息和现代服务业为主的产业体系。

招商方案策划模板范本篇 3

为进一步调动农委及所属单位招商引资工作的积极性，营造浓厚的招商氛围，推进招商引资工作向纵深发展，确保完成农委全年招商引资目标任务，根据县委、县政府统一安排和部署，结合我委实际，制定实施方案如下：

一、 成立组织

为深入开展好招商引资工作，确保招商引资取得实效，农委成立了招商引资领导小组。人员如下：

组 长：李__

副组长：蔡 _ 陈__ 崔__

成 员：冉__ 程 _ 张 _ 王__ 尹__

何__ 田__ 李 _ 孙__ 尚 _

二、实施措施

1、坚持主要领导带头招商。认真贯彻落实“招商周”制度。组长和副组长要积极率队外出招商；对在建项目，要加快推进项目建设，提高资金到位率；对已签订合同、协议、洽谈意向的项目要亲自跟踪洽谈，力促项目尽快落地开工建设。

2、坚持有目标有重点招商。招商引资期间“一把手”要率队赴长三角、珠三角等地区，确定招商目标，主攻重点产业、重点企业、重点项目，创造条件开展集中招商或产业招商活动。

3、坚持参与各类活动招商。积极主动参与省市县在8、9、10三个月举办的各类大型节会招商活动。9月份、10月份县委、县政府将在长三角、珠三角地区适时举办灵璧县招商引资推介会暨项目集中签约仪式，我们将积极做好政府安排的关于推介会、项目签约和客商邀请等准备工作。

三、目标任务

1、9月份、10月份要外出招商4次以上；

2、利用9月份在合肥召开的“中国安徽（合肥）农业产业化交易会”，与丰乐集团、皖垦集团举行项目洽谈；

3、9月下旬至10月上旬，分别赴浙江金华、江苏昆山市政工程建设集团洽谈制衣项目和市政基础设施建设事宜；

由于领导重视，措施得力，任务明确，__年农委超额完成县委、县政府下达的招商引资任务。蔡__副主任三次外出邀商引进蒙牛集团在荷金来生态养牛示范园存栏进口奶牛____头，价值9300余万元，其中农委6000万元；引进__宿迁碧禾餐饮有限公司在七孔桥良种场建设高档温控蔬菜大棚，__年一期工程已投资____余万元。（注：招商引资确认手续在招商局）

另附：1、新增省、市级龙头企业文件；

2、农业产业化工作先进县区政府表彰文件。



招商方案策划模板范本篇 4

促进我区经济发展，加快实现全面建设小康社会的步伐，，我局应认真围绕区委、区政府继续以招商引资为“总抓手”，以大开放、大招商、促大发展为中心工作重点，切实抓好全局招商引资工作。全面实现招商引资工作目标。特提出以下工作意见。

一、指导思想

紧紧围绕加快全区经济发展，进一步解放思想，与时俱进，真抓实干，促进发展。实现我局的招商引资工作再上新台阶。

二、目标任务

全年全局招商引资任务目标值为万元，确保实际进资万地。其中工业项目进资必须达到70%以上。为确保全年任务的完成，将招商引资任务分解落实到局领导班子、局属各单位。（具体任务见附表）

三、主要措施

1、成立区建设局招商引资工作领导小组，组长由，副组长由担任，副局长为领导小组成员，下设办公室，办公室主任由担任。

2、区建设局党政主要领导是全局招商引资工作的第一责任人，对全局招商引资工作负总责；局分管领导是分管部门第一责任人，凡分管单位部门的招商引资软环境出了问题，分管领导要承担领导责任；局属各单位、各部门“一把手”是本单位招商引资的第一责任人，各单位部门的主要领导要从思想上高度重视招商引资工作，亲自部署，狠抓落实，经常检查，责无旁贷地承担起招商引资工作第一责任人领导责任，确保招商引资工作有专人抓、专人管，确保全局招商引资任务顺利完成。

3、按区招商兵团对口，抽调有一定工作能力和外交能力的同志组成招商引资小分队，分别在上海、广东、福建、浙江等地进行定点和蹲点招商。充分发挥优势，瞄准重点地区广泛联系客商，紧紧围绕工业、加工业、农业产业化等项目进行招商。确保一个招资 1000 万元以上的工业项目进入工业园区。

四、优化环境

1、跟踪服务。凡引进的项目要实行挂牌跟踪服务，由局抽调 1-2 名人员实行全方位、全天候、全过程跟踪服务，凡客商需要办理的有关手续，都由跟踪服务人员认真负责办理。

2、加大整治力度。努力营造高效率的办事环境和营造公平公正的执法环境。对影响客商招资环境，侵害客商企业利益的要一查到底，严肃追究。

3、简化办事程序，提高办事效益。规划、建管一律进入政府集中办事大厅实行“一条龙”服务。做到当天的事当天办，能办的事及时办。提供无偿咨询服务，使客商进得来，留得住。

五、奖惩兑现

有关招商引资考评和奖惩办法，原则上按临发[]17 号、22 号、44 号文件执行。对局属各单位倒数

一、二名的，除给予黄牌警告外，单位年终考评时不予评先进单位。单位一把手予以降职使用。

局班子领导交纳招商引资保证金元。局属各单位党政一把手交纳招商引资保证金元。完成任务保证金退回，未完成的保证金转为罚金。

六、考评时间

考评时间为 12 月 1 日——11 月 30 日。

招商方案策划模板范本篇 5

按照县委、县政府招商引资会议的要求以及县委招商引资百日会战工作方案的指示精神，我局广泛动员，全员参与，积极投入到招商引资工作中来，确保招商引资工作扎实开展。

一、招商工作目标

水务局招商引资工作目标为 1600 万元。其中水务局 800 万元，上游水库 400 万元，跃进水库 400 万元。

二、工作措施

1、系统动员，全员招商。招商引资工作既是单位的主要工作，领导班子的首要工作任务，也是我们全体职工干部的工作职责。因此，我们各个基层单位都要动员广大党员、全体职工干部响应县委、县政府的号召，增强招商引资的工作意识，付诸招商引资的行动，在全局范围内掀起招商引资工作的热潮。

2、广泛联系，宣传招商。落实招商引资工作任务，就是要求我们每名党员、职工干部都要积极的行动起来，真正把亲友、朋友、战友、老乡等人际关系充分利用，查找和筛选有价值的招商引资信息，同时，积极对外阜关系宣传我县的招商引资政策和奖励措施，用政策的鼓励和亲情关系的纽带把招商引资工作联系起来，为深入招商引资工作奠定一个良好的基础。

3、举荐客户，落实招商。我们每个单位或者一个自然人，都有一个或多个联系的群体，我们要主动的和这些群体取得联系，探寻招商的方法以及招商的目标，各个单位要及时的收集这些招商信息，与局领导小组通报研究，做好招商引资的基础工作。基本的要求就是，我们每个单位在研究了本单位的招商引资信息之后，最少向局里上报一条有价值的招商引资信息。

4、专题研究，实地招商。在获得招商信息后，我们认真专题研究，并通过相关程序上报审批，待确定招商目标后，局里将组成招商工作组，奔赴目标地实施招商。

三、加强领导

招商引资工作是一项十分重要的工作，各个单位都要高度重视起来，局成立招商引资工作领导小组，组长、副组长分别由局党委书记、副书记担任，其他领导为成员，办公室设在党政办。各个基层单位也要成立领导组织，确定具体的工作人员，专门开展这项工作。局党委将通过汇报，检查的方式对这项工作进行督导，确保招商引资工作取得实效。

招商方案策划模板范本篇 6

一、主办方介绍

广东外语外贸大学国际经济与贸易学院勤工俭学会，简称经贸勤俭，以为学院学生，提供一个服务平台与心灵家园为宗旨，积极协助勤工俭学生的生活学习。

我们有一个专门的人才库，运行高效合理，可以为这次 我们在一起 的公益活动方案的征集比赛召集许多人才，提供许多优秀的公益活动方案。

经贸勤俭的口号是:Strivefordreams! 一直以来，经贸勤俭保持着开展优良精品活动的传统:20XX年 11 月，响应学院 学会感恩、学会感动 的精神，组织了经贸学院 情暖心灵,感动广外 班级感恩文化建设系列大赛，引起了校内外广泛的关注，且该活动以每年一届的形式开展至今。20XX年 5 月经贸勤俭与国泰君安证券有限公司、中国人寿广州分公司、中德安联人寿保险有限广州分公司、美国友邦保险有限公司广州分公司、建设银行等十多家公司和机构合作，举办一场广外大实习兼职招聘会，为勤工俭学的同学们提供实习兼职岗位，落到实处，帮助到有需要的同学。20XX年 11 月，顺迎经贸学院第一届校友会的成立，协助学院举办 对话企业高层--论当代大学生所需素质 的经贸校友论坛，邀请了包括美国总统圆桌会议议员徐耀良先生等经贸学院尊敬校友与同学们展开了关于大学生发展的多元交流，响应热烈。在汶川大地震发生半年后，勤俭举行了一场哀悼逝者、同时激励人心的 汶川大地震半年祭 。20XX年 11 月，我会承办了校级性的大型活动 南湖国旅马尔代夫杯 ，体现了经贸勤俭活动的多样性，提高了学会的影响力和知名度。20XX年 3 月开始的面向勤俭服务对象进行的访谈调研活动立会至今，经贸勤俭多次与多家知名商家成功地交流与合作，开展过诸如讲座、展销等形式的活动，获得了诸多好评。

二. 活动背景:

改革开放以来，中国的经济不断发展，许多老百姓都过上了小康生活。然而还有一群人，他们孤独，他们无助，他们需要我们的帮助。他们是社会的弱势群体--失学儿童，孤独老人等。同时，经济迅速发展也带来了许多环境问题，由于环境恶化引起的各种灾祸也严重影响了很多人的生活。

广东外语外贸大学国际经济贸易学院勤工俭学会本着 勤俭永远站在需要帮助的人身边 的宗旨，开展此次主题为 我们在一起 的公益活动方案的征集比赛，希望能够唤醒大家做公益的想法，并让他们付诸行动，帮助更多需要帮助的人。

三. 活动目的:

广东外语外贸大学国际经济贸易学院勤工俭学会希望能够通过开展照片展以及主题为 我们在一起的公益活动方案征集比赛,使大家更加关注公益活动,并且付诸行动,投入到公益活动中来,在大学中兴起一股做公益的风气同时帮助身边需要帮助的人。另一方面,在这一次活动中,既能提高贵公司的知名度,也能为贵公司树立良好形象。

四. 活动主题:

我们在一起 公益活动方案征集及评选

五. 活动形式:

(1)照片展宣传公益活动

(2)征集公益活动方案

(3)公益活动方案初赛

(4)公益活动方案复赛

(5)执行胜出者的公益活动方案

六. 活动地点

校道(照片展及宣传)课室(复赛场地)

七. 宣传方式

(续上表)

八. 市场分析

改革开放以来,中国的经

经济不断发展，许多老百姓都过上了小康生活。于是，在物质生活相对稳定的情况下，人们开始更多地关注慈善事业。商家如果从慈善事业入手，在群众中树立优秀的品牌形象，积极进取的公司文化，这样会更容易被消费者所接受。消费者也会更有意愿选择形象良好的商家的商品。商家的无形资产就会显著增加，在与激烈商业竞争中更有优势，为商家的长远发展打下了牢固的基础。

(1) 主办方可行性：

我们经贸学院是广外中最大的，人数最多的一个学院。并且学院里各部门都很活跃，总是能带动整个学校一起活动。并且，我们与大学城其他高校的联系颇为频繁，到时候能邀请外校部门的同学们参与其中。况且，这次我们举办的这个活动这么有意义，届时活动参与人数上万不是问题。

(2) 时间可行性：

如今正是新学期伊始，大家的课余时间很宽裕，有充分的时间关心学习以外的活动。并且能积极地参与到其中。并且正是因为课余时间很多，学生此时的消费能力是很强的。商家在这时候做宣传，宣传的效果很快就能体现出来。

(3) 活动形式可行性：

这次我们举办的这个公益活动策划大赛，是迎合社会发展的需要。商家也能从中获得无形资产，为商家占领消费者市场提供便利。

总而言之，这次活动，商家能从中获得的收益，是远远大于付出的。可见这次活动是可行的。

九. 经费预算

十. 备注

(1) 策划书中涉及的对其他物资的赞助，可与贵公司协商后决定赞助方式；

(2) 在活动期间，贵公司可派负责人到现场视察宣传工作的进程和效果；

(3)活动结束后，如商家需要，可为贵公司提供宣传工作反馈；

(4)若贵公司对本次活动的细节有不清楚的地方，我们将由专人向贵公司提供详细解答

十一、联系方式

广州市番禺区小谷围大学城广东外语外贸大学

单位:广东外语外贸大学国际经济贸易学院勤工俭学会

联系人:郑燕妮 159****4123 陈梓杨 158****3825

广东外语外贸大学

国际经济贸易学院

勤工俭学会外联部

招商方案策划模板范本篇 7

主题：药品营销财富论坛峰会暨国家一类降糖新药：“____”产品招商会

宗旨:展示产品特点及公司实力,树立经销商信心,促成潜在客户签单.

程序及具体细节：

一、招商会议时间策略和地点策略

(1)时间策略：招商会议在星期天举行，以方便客户的参与。

(2)地点策略：选择具有一定实力和条件的酒店会议大厅，会议大厅必须具备音响、音像功能、面积适中，地理位置要在交通繁华地。(例如人民大会堂)

二、招商人员及参会人员培训

首先对招商人员作一些必要的培训：

一个球队想取得胜利，仅仅依靠球员的个人能力是远远不够的，必须进行团队的磨合和训练。同样，招商队伍组建之后，也必须进行培训。一方面，通过培训是团队了解企业的现状、产品，了解招商策略和操作步骤，同时也是进行磨合的过程。针对招商的培训主要有以下几个方面：

a. 企业及产品知识，以使团队成员对企业的现状有清楚的认识。

b. 沟通技巧(如接听电话、接待语言、洽谈技巧、仪表举止等)，以培养团队成员的职业感。

c. 招商专业知识(招商流程、谈判技巧、接听电话、注意事项等)

d. 招商要旨(招商策略说明及合同解读等)

(1) 招商人员必须对产品的各种特点如实掌握。

(2) 招商人员必须对自己的客户做事前了解，包括客户的经济实力、销售网络、个人爱好等。

(3) 招商人员必须对目前市场具有充分的了解，特别是自己目标客户所在地区市场要进一步了解。

(4) 招商人员必须具有一定的谈判策略和能力。

三、会议邀请对象确定

主要分为新客户、老客户、媒体、政要 4 个部分

通过市场细分界定招商对象：通过市场调查，在各省各个市区选择三到四个具有实力的经销商，发出邀请函，最后在招商会上或以后确定一个具有实力的地市级加盟经销商。（邀请比较突出的老经销商作为代表参加，可以现场发言和带动会场气氛。）

四、确定招商宣传渠道

(一)通过在拟招商地区发行量大的媒体上发出产品招商广告。

(二)通过短信平台向具有一定实力的经销商发出招商信息，并予以跟踪确定。

(三)通过公司营销人员，邀请主要准客户参加会议，设计具有超强杀伤力的邀请函。

五、合同策划：对现场签单的客户我们要单独会见，根据不同实力的经销商对招商合同做一定范围内的修改，提供一定的优惠政策。

六、招商会细节安排，招商人员对具有针对性的重点客户整个会议期间全程跟踪服务。

(1)做好与会客户的接待、住宿、饮食、返城等方面的工作

(2)营造一个轻松愉快的招商会氛围，同时让前来参加招商的客户从侧面知道他们本地区有相同实力的经销商也要参与招商，激起经销商的竞争心理。

(3)招商会上要有营销策划人员、产品经理对当前市场和产品做详细的分析讲解。可以由经销商现场提问关于自己的市场前景和营销策略，营销策划人员做现场解答，帮助经销商树立经销信心。

(4)公司设计的产品手册、招商手册必须有招商人员亲自发到与会经销商手中，并作登记。

(5)现场悬挂、摆放大量产品平面广告(横幅、易拉宝、宣传单等)

(6)邀请已经加盟的经销商，竞争其他地区的经销权，这样就对这个地区想经销而没有经销的准客户产生强大的震撼和压力，使他们看到这个市场的可操作性和利润空间，为了自己的市场不被别人占领，他们可能就会现场签单。

(7) 对现场签单的经销商予以更大幅度的价格优惠和政策支持，此信息由主持人现场对与会经销商说明，具体优惠政策由招商人员单独对签单客户说明。

(8) 会议结束后赠送礼品。

七、会后跟单流程

(1) 电话跟踪回访

(2) 营销人员亲自登门拜访

八、招商会结束后做好善后工作

(1) 安排好客户的返程事宜

(2) 总结此次招商会的得失

(3) 对招商会所获取的各种信息整理存档

会议程序：

顺序进行内容(演讲)演讲人时间安排

1 致欢迎辞，介绍参会人员主持人 5 分钟

2 公司介绍(配合文字及 **vcd** 资料投影展示)公司负责人 10-15 分钟

3 产品介绍(配文字、图片投影展示)产品经理 20-30 分钟

4 营销模式、产品推广方案介绍(文字、**vcd** 及图片投影展示)公司营销负责人或所合作的营销策划公司负责人 30 分钟

5 合作方式及合同讲解(配文字投影展示)公司销售管理负责人 15 分钟

6 经销商及广告商代表发言 10 分钟

7 产品展示及广告宣传、促销活动资料图像、**vcd** 展示主持人 20 分钟

8 签约方式公布、问题答疑公司几位主要负责人 2 个小时

9 签约商务代表、营销负责人 1 天

具体时间安排：

1. 9：00-10：00 来宾签到(派发礼品)，参观展示(人员陪同讲解)。

2. 10：00-10：30 领导讲话

3. 10：30-11：00 企业负责人讲解。合作单位介绍(如医院等)，

4. 11：00-11：20 前期客户代表谈经营心得。消费者代表谈服务便利性；

5. 11：20-12：00 签单会仪式(可安排前期签约者签约)，工作人员宣读签约政策，营造气氛，促成签约。

6. 12：00-1：30 午餐,签约客户抽奖

7. 1：30-3：00 分组讨论；

8. 3：00-5：00 公司参观，签约。

九. 费用预算(以预计到会人计算)

1. 场租费：

2. 中餐(桌)：

3. 交通车：

4. 空飘(2-6 个)

5. 气拱门(1 个)

6. 花篮(6-8 个)

7. 礼品(200 份)

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：<https://d.book118.com/015243300342011122>