

2023 年市场销售方案怎么做(五篇)

市场销售方案怎么做篇一

一、策划书的格式

(一)市场状况分析

要了解整个市场规模的大小以及敌我对比的情况，市场状况分析必须包含下列 12 项内容：

- (1) 整个产品市场的规模。
- (2) 各竞争品牌的销售量与销售额的比较分析。
- (3) 各竞争品牌市场占有率的比较分析。
- (4) 消费者年龄、性别、职业、学历、收入、家庭结构之分析。
- (5) 各竞争品牌产品优缺点的比较分析。
- (6) 各竞争品牌市场区域与产品定位的比较分析。
- (7) 各竞争品牌广告费用与广告表现的比较分析。
- (8) 各竞争品牌促销活动的比较分析。
- (9) 各竞争品牌公关活动的比较分析。
- (10) 各竞争品牌订价策略的比较分析。
- (11) 各竞争品牌销售渠道的比较分析。
- (12) 公司过去 5 年的损益分析。

(二)策划正文

策划书正文由 6 大项构成，现分别说明如下：

(1)公司的主要政策

策划者在拟定企划案之前，必须与公司的最高领导层就

公司未来的经营方针与策略，做深入细致的沟通，以确定公司的主要方针政策。双方要研讨下面的细节；

确定目标市场与产品定位。

销售目标是扩大市场占有率还是追求利润。

制定价格政策。

确定销售方式。

广告表现与广告预算。

促销活动的重点与原则。

公关活动的重点与原则。

(2) 销售目标

所谓销售目标，就是指公司的各种产品在一定期间内(通常为一年)必须实现的营业目标。

销售目标量化有下列优点：

为检验整个营销企划案的成败提供依据。

为评估工作绩效目标提供依据。

为拟定下一次销售目标提供基础。

(3) 推广计划

策划者拟定推广计划的目的，就是要协助实现销售目标。推广计划包括目标、策略、细部计划等三大部分。

① 目标

企划书必须明确地表示，为了实现整个策划案的销售目标，所希望达到的推广活动的目标。

② 策略

决定推广计划的目标之后，接下来要拟定实现该目标的策略。推广计划的策略包括广告表现策略、媒体运用策略、促销活动策略、公关活动策略等四大项。

广告表现策略：针对产品定位与目标消费群，决定方针表现的主题。

媒体运用策略：媒体的种类很多，包括报纸、杂志、电视、广播、传单、户外广告等。要选择何种媒体？各占多少比率？广告的视听率与接触率有多少？

促销活动策略：促销的对象，促销活动的种种方式，以及采取各种促销活动所希望达成的效果是什么。

公关活动策略：公关的对象，公关活动的种种方式，以及举办各种公关活动所希望达到目的是什么。

③细部计划

详细说明实施每一种策略所进行的细节。

广告表现计划：报纸与杂志广告稿的设计(标题、文字、图案)，电视广告的创意脚本、广播稿等。

媒体运用计划：选择大众化还是专业化的报纸与杂志，还有刊登日期与版面大小等；电视与广播广告选择的节目时段与次数。另外，也要考虑 **crp**(总视听率)与 **cpm**(广告信息传达到每千人平均之成本)

促销活动计划：包括商品购买陈列、展览、示范、抽奖、赠送样品、品尝会、折扣等。

公关活动计划：包括股东会、发布公司消息稿、公司内

部刊物、员工联谊会、爱心活动、同传播媒体的联系等。

(4) 市场调查计划

市场调查在策划案中是非常重要的内容。因为从市场调查所获得的市场资料与情报，是拟定营销企划案的重要依据。此外，前述第一部分市场状况分析中的 12 项资料，大都可透过市场调查获得，由此也显示出市场调查的重要。

然而，市场调查常被高层领导人与策划书人员所忽视。许多企业每年投入大笔广告费，而不注意市场调查，这种错误的观念必须尽快转变。

市场调查与推广计划一样，也包含了目标，策略以及细部计划三大项。

(5) 销售管理计划

假如把策划案看成是一种陆海空联合作战的话，销售目标便是登陆的目的。市场调查计划是负责提供情报，推广计划是海空军掩护，而销售管理计划是陆军行动了，在情报的有效支援与强大海空军的掩护下，仍须领先陆军的攻城掠地，才能获得决定性的胜利。因此，销售管理计划的重要性不言而喻。销售管理计划包括销售主管和职员、销售计划、推销员的挑选与训练、激励推销员、推销员的薪酬制度(工资与奖金)等。

(6) 损益预估

任何策划案所希望实现的销售目标，实际上就是要实现利润，而损益预估就是要在事前预估该产品的税前利润。只

要把该产品的预期销售总额减去销售成本、营销费用(经销费用加管理费用)、推广费用后,即可获得该产品的税前利润。

市场销售方案怎么做篇二

活动背景

主办方:浙江工商职业技术学院

参展商:由各个班级为单位组成的小团队以及外来其他参展团队

参展目的:为我们的赞助商壹加壹电子商务有限公司的主推系列产品做市场推广以及寻找分销代理商,提高学生的营销推广能力,使学生了解线下市场的开拓

活动策划

赞助商提供的纸器时代产品属于日用创意家居,梦娜和浪莎都是做袜子为主的因此,我们团队将根据三者不同的品类进行分开展销。

一、根据三者的不同产品将纸器时代与梦娜、浪莎的产品进行分开展销

1. 纸器时代的产品做为一个参展单位进行参展,因为纸器时代的产品比较有创意,也很创新,突出现在学生追求的个性,比较容易受学生的欢迎,当然不一定所有看了喜欢的学生都会买,毕竟学生还没有自己动手赚钱,还没有强大的购买力,因此我们可以做一个市场调研,以口头访问形式提问学生,打个比方问学生有定价10元、20元、30元的纸器

时代低、中、高档次的产品，他们会做如何选择，等有了市场调研结果后再做市场推广，根据消费者的需求，主推消费者需要的产品，再做一些现在某些单品或某些系列产品做特价限量抢购活动，拉拢人气，现在年轻人都喜欢追捧，就像一个明星一样，很多人喜欢，自己也跟着大家一起喜欢…可能做活动的商品没赚多少钱，但是花钱赢得了市场，赢得了人气，让学生知道了纸器时代的产品，那么对于后期的学生市场推广是更加有效的

2. 梦娜和浪莎的产品又是另外一种定位，因为两者皆为品牌产品，本身就已经有强大的品牌效应，可能很多人都知道这两个品牌，所以将他们另设一个展区，目的是为了给大家展现这两个品牌的形象(就像一个商场里面有 **adidaas** 、李宁、安踏以及其他各种品牌的运动服装，但是大家更多的会关注到 **adidas** 品牌，这个就是品牌效应)，因此，在大部分人都知道这两个品牌的情况下，我们将对里面的系列产品进行推广，那么就要抓产品的卖点，比如说梦娜他是卖丝袜的，他的丝袜卖的很好，他的丝袜为什么卖的好，为什么消费者不买他们的而要买梦娜的，因为梦娜是专门生产袜子的，企业专业生产袜子将近 10 多年，将产品的卖点详细介绍给消费者，这样才能增加消费者对品牌的粘度，有利于梦娜系列所有商品的销售，赢得更大的市场

3. 浪莎也是做袜子为主的一个品牌，但是为了和本次我们团队展销的产品发生冲突，我们将主推浪莎的保暖内衣，

由于冬季慢慢来临，保暖内衣的需求将越来越大，可以做关联营销，不仅仅让学生觉得买套保暖内衣很需要，可以做一期感恩主题的推广活动，将保暖内衣不仅让学生买，而且让他们觉得应该给家人也买，可以做买一件打 9 折，买两件打 8 折的促销活动，这样做不仅可以增加销售量，而且可以将浪莎的产品推销给他们的家人，从而让更多的人了解浪莎，通过学生的一片孝心赢得更多人的口碑，也使我们达到了营销的目的

二、进行市场定位，主推学生市场，走性价比路线

三、诚聘校园代理

让学生们做校园代理，不仅仅给学生自主创业打通了货源的渠道而且给我们赢得了更大的市场，可以根据我们的产品，定制一套详细的校园分销计划，对一些有自主创业想法及能力的人进行支持(学生校园内部摆摊销售和学生在淘宝自己开店的人比较多，我们

团队认为校园代理这块市场前景比较大，能够打通这个渠道，将会有更多的市场)团队分工

策划运营：吴佳檬、金剑芳

销售咨询：章倩、杨沪宝

产品陈列及展馆布置：龚谦、俞俊江

我们是一个团队，团队讲究的是配合，每一个成功推广离不开团队成员的配合!我相信我们团队是最棒的!

活动目的

本次活动的目的是为了帮助我们提升自己的组织策划能力，培养我们自主创业的精神，提高我们的语言沟通和动手操作能力！同时帮助我们的赞助商开拓更多的市场，在学生面前树立良好的品牌形象！达到学生全面能力提升以及企业产品得到良好推广的双赢好结局！

市场销售方案怎么做篇三

一、市场分析：在我校发行的有关英语学习的报纸和杂志有 21 世纪报、英语周报、英语辅导报、疯狂英语等七种，竞争异常激烈，目前我又了解到学习报的英语版正在大量进入我校市场。据了解他们的销售模式只是单纯的在大学校园宿舍进行推销，但覆盖面不广，往往是各据一方。但后期报纸或杂志的发送成了最大的问题，往往出现发送报纸或杂志不及时，或报纸积压的问题，没有给学生留下好的印象。这对于刚进入我校市场的新东方英语是一个不错的有利条件。

二、推销对象分析：

推销对象：西北工业大学 20xx 级本科新生

对象总人数：预计本科新生在 3600 人左右

对象需求分析：(1)对于刚踏入象牙塔里的大学生来说，他们心中早已经有了自己的英语学习目标，考过英语四六级，然后像更高的目标奋斗。(2)在我校，由于新生进校十天左右会有一个英语分班测试，对于远离考试几个月的学生来说会比较重视此次考试。然而事先不知情的他们很少有人会带上以前的课本或者资料，因此这也是新东方英语推销的

有利切入点。(3)现在英语四六级的试题改革，对当代大学生英语水平有了更高的要求。提高英语成绩的有效方法也是最基础的方法就是扩大词汇量。寻找一份有效地能帮助自己扩大词汇量并提高自己英语整体能力的资料是许多刚进校的学生想知道的，同时考过英语四级也成了学生学习英语的目标。

三、推销市场实地与人员：

(1)推销市场实地分析：西北工业大学地域广阔，宿舍分布较为集中。(2)推销人员：为了进行较好的市场宣传与推销，推销人员应遍布学校新生各个宿舍区，这样才能做到有利的宣传与推销，在第一时间抢占校内较多市场，同时为以后报纸的配送提供了更多的方便。同时考虑到男生进入女生宿舍不方便，推销人员应有一定的男女比例，通过这些建立有利的地理优势！(3)鉴于对市场实地的分析，估计总共需要 40 人左右的推销员分布在校园各个新生宿舍进行宣传与推销，至于后期发送杂志大概需要 5 人。

四、宣传与推销：

宣传主题：读新东方英语，做未来的主人！

推销宗旨：诚实守信，服务至上，让顾客满意！

前期准备：

(1)人员招募：考虑到前期推销的艰难性，我将招募比较有责任心的、想做的并且想执着地干下去的同学和朋友，特别是以前有过推销经验的同学和朋友优先。同时也要考虑

5 个小团

队，其中一个小团队为女生，并选择能力较强的人为队长。

(2) 人员培训及经验交流：作为推销团队，就应该有团队精神，同心协力将推销的事情做好。团队精神的培养需要团队成员更多的相处和彼此的了解。为了获得更好的推销成果，掌握一定的推销技巧是不可少的。虽然个人的智慧或者经验是有限的，但积水成河，聚沙成塔，团结的力量是无穷无尽的，要求我们能够广泛的汲取经验并互相交流。除此之外，更要努力学习理论知识，多学习有关推销的技巧。

五、推销准备工作：

(1) 提前两天到校，制定推销详细规划步骤。

(2) 协调组织成员，鼓舞士气！

六、宣传推销阶段：

(1) 定点宣传：新生入学阶段，在宿舍的主要路口设接待点。为新生及其家长提供免费饮水并制作相应的宣传版进行平面宣传。同时如果条件允许可以适量地提供免费报纸。

(2) 宣传与推销：新生入学的时段到新生宿舍进行宣传推销。

(3) 抓住老乡会的时机，帮忙新生了解大学生活及英语学习，为新生对大学的诸多困惑进行解答，同时对英语的重要性和学习方法进行讲解，借助推销我们的报纸。

七、营销策略：重在抓住推销对象的心理。

(1) 首先要给人一种亲切的感觉，自我介绍很重要，带上学生证是必须的，作为学长或学姐的我们要在新生们眼中

情况，像交朋友一般。交谈时要面带微笑，拉近彼此间的距离，言语中透露大学英语学习的重要性：作为我校的大一新生，进校后会有一个英语分班考试，这将决定他们在那个级别的班里学英语。讲清楚分班考试的重要性，快班的同学的英语老师较好，有利于他们的英语成绩的提升，更早的参加英语四级考试。而且很多同学来校时没带任何与英语有关的书或资料，买了这份杂志可以为考试做些准备，找回英语的感觉，同样可以受用于以后大学英语课程及英语四级的学习。

(2) 推销时要带上一份样品，言谈应尽量言简意赅，切入推销主题时不能表现得太商业化，这会使得新生们显得反感。

(3) 如果能顺利的推销出一份杂志，一定要开正规的订阅发票，最好该杂志专用的。还要留下校园主管的联系方式，如有任何报纸发送方面的问题可以向校园主管反映。同时推销人员还要主动留下自己的联系方式，主动提出什么问题都可以找我们学长或学姐。即使在某个宿舍没能推销成功，同样要以学长或学姐的身份留下联系电话，一来可以留给新生回头机会，二来可以向他或她的室友进行宣传，为以后征订的人留下途径。

八、营销计划进行阶段

(1) 每天从各队长处收集整理最新征订情况。

每天开队长会，共同解决推销中遇到的问题。

(3) 每天开组内会，鼓舞团队，齐心协力！

九、后期杂志的发送：

(1) 基于前面对于市场实地的分析，后期发送杂志同样做到方便快捷。因此会在校园各个新生宿舍选取个别人作为发送员，对每期的杂志进行及时地发送，给新生以满意的服务和印象，同时这也是占据市场和扩大市场的有效途径。

(2) 鉴于其它杂志和报纸在发送方面存在的漏洞，给新生客户造成了很不好的印象，有人甚至提出退款，所以后期的发送服务一定要及时、周到，据此建立读者反馈机制：根据各个宿舍区征杂志订的人数安排该区域内发送员（一个发送员负责一个宿舍楼）；另外发送员也要受到新生客户的监督，客户对杂志发送方面的问题，如发送不及时、错发、漏发等问题均可向校园主管反映，由校园主管处理解决，通过这些来间接地监督和考核业务员的业绩。

(3) 为了避免错发、漏发等问题，需要制作相应的表格将杂志发送员所负责的学生信息进行汇总，每发一份杂志在表上做好相应记录，使发送工作有条不紊进行，避免出现问题而引起客户的不满！

十、售后调研

对每位订购客户进行问卷调查，提出杂志的优点和缺点，有利于报纸的改进和发展。

市场销售方案怎么做篇四

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/268076132021006132>