

销售策划方案 14 篇

销售策划方案 篇 1

一、目的

1. 通过经销商会议交流及思想传导，坚定和鼓励核心价值客户合作信心；
2. 通过经销商会议，分享成功的'商业模式与学习先进的市场运作方法；
3. 宣贯公司发展形势、传导公司经营理念、解读公司营销政策。

二、主题

三、时间

报到报到时间：X月 X日 10:00—18:00

会议召开时间：X月 X日 08:00—18:00

旅游联谊时间：X月 X日 08:00—18:00

客户返程时间：X月 X日上午 12:00 之前

四、地点

报到地点： _____

会议地点： _____

五、会议组织分工

1 . 组织结构

2. 各组职责说明：

六、会议预设置奖项：

七、项目推进总表

__ 部门

X年 X月 X

销售策划方案 篇 2

一、策划目的概述

企业开张伊始，尚无一套系统营销方略，因而需要根据市场特点策划出一套行销计划。

二、分析当前的营销环境状况

(一) 市场状况分析及市场前景预测

1. 产品的市场性、现实市场及潜在市场状况。

2. 市场成长状况，产品目前处于市场生命周期的哪一阶段上。对于不同市场阶段上的产品公司营销侧重点如何，相应营销策略效果怎样，需求变化对产品市场的影响。

3. 消费者的接受性，这一内容需要策划者凭借已掌握的资料分析产品市场发展前景。

如台湾一品牌的漱口水《德恩耐 行销与广告策划案》中策划者对德恩耐进入市场风险的分析，产品市场的判断颇为精彩。如对产品市场成长性分析中指出：

①以同类产品 李施德林 的良好业绩说明 德 进入市场风险校

②另一同类产品 速可净 上市受普遍接受说明 李施德林 有缺陷。

③漱口水属家庭成员使用品，市场大。

④生活水平提高，中、上阶层增多，显示其将来市场成长。

(二)影响产品的不可控因素进行分析

如宏观环境、政治环境、居民经济条件，如消费者收入水平、消费结构的变化、消费心理等，对一些受科技发展影响较大的产品如：计算机、家用电器等产品的营销策划中还需要考虑技术发展趋势方向的影响。

三、SWOT分析

营销方案，是对市场机会的把握和策略的运用，因此分析市场机会，就成了营销策划的关键。只是找准了市场机会，策划就成功了一半。

(一) 优势

(二) 劣势

一般营销中存在的具体问题/劣势，表现为多方面：

企业知名度不高，形象不佳影响产品销售。

产品质量不过关，功能不全，被消费者冷落。

产品包装太差，提不起消费者的购买兴趣。

产品价格定位不当。

销售渠道不畅，或渠道选择有误，使销售受阻。

促销方式不务，消费者不了解企业产品。

服务质量太差，令消费者不满。

售后保证缺乏，消费者购后顾虑多等都可以是营销中存在的问题。

从问题中找劣势予以克服，从优势中找机会，发掘其市场潜力。分析各目标市场或消费群特点进行市场细分，对不同的消费需求尽量

予以满足，抓住主要消费群作为营销重点，找出与竞争对手差距，把握利用好市场机会。

(三) 机会

(四) 威胁

四、营销目标

营销目标是在前面目的任务基础上公司所要实现的`具体目标，即营销策划方案执行期间，经济效益目标达到：总销售量为×××万件，预计毛利×××万元，市场占有率实现××，规划方案《市场运营策划方案》。

五、营销战略(具体行销方案)

(一) 营销宗旨

一般企业可以注重这样几方面：

以强有力的广告宣传攻势顺利拓展市场，为产品准确定位，突出产品特色，采取差异化营销策略。

以产品主要消费群体为产品的营销重点。

建立起点广面宽的销售渠道，不断拓宽销售区域等。

(二) 产品策略

通过前面产品市场机会与问题分析，提出合理的产品策略建议，形成有效的 4P 组合，达到最佳效果。

1) 产品定位。产品市场定位的关键主要在顾客心目中寻找一个空位，使产品迅速启动市常

2) 产品质量功能方案。产品质量就是产品的市场生命。企业对产品应有完善的质量保证体系。

3) 产品品牌。要形成一定知名度，、美誉度，树立消费者心目中的知名品牌，必须有强烈的创牌意识。

4) 产品包装。包装作为产品给消费者的第一印象，需要能迎合消费者使其满意的包装策略。

5) 产品服务。策划中要注意产品服务方式、服务质量的改善和提高。

(三) 价格策略

这里只强调几个普遍性原则：

拉大批零差价，调动批发商、中间商积极性。

给予适当数量折扣，鼓励多购。

以成本为基础，以同类产品价格作为参考。使产品价格更具竞争力。若企业以产品价格为营销优势的则更应注重价格策略的制订。

(四) 销售渠道

产品目前销售渠道状况如何对销售渠道的拓展有何计划，采取一些实惠政策鼓励中间商、代理商的销售积极性或制定适当的奖励政策。

(五) 促销策略

(人员推销、广告、营业推广、公共关系)

以广告宣传为例：

1. 原则：

①服从公司整体营销宣传策略，树立产品形象，同时注重树立公司形象。

②长期化：广告宣传商品个性不宜变来变去，变多功能了，消费者会不认识商品，反而使老主顾也觉得陌生，所以，在一定时段上应推出一致的广告宣传。

③广泛化：选择广告宣传媒体多样式化的同时，注重抓宣传效果好的方式。

④不定期的配合阶段性的促销活动，掌握适当时机，及时、灵活的进行，如重大节假日，公司有纪念意义的活动等。

2. 实施步骤可按以下方式进行：

①策划期内前期推出产品形象广告。

②销后适时推出诚征代理商广告。

③节假日、重大活动前推出促销广告。

④把握时机进行公关活动，接触消费者。

⑤积极利用新闻媒介，善于创造利用新闻事件提高企业产品知名度。

(六) 具体行动方案

根据策划期内各时间段特点，推出各项具体行动方案。行动方案要细致、周密，操作性强又不乏灵活性。还要考虑费用支出，一切量力而行，尽量以较低费用取得良好效果为原则。尤其应该注意季节性产品淡、旺季营销侧重点，抓住旺季营销优势。

六、策划方案各项费用预算

这一部分记载的是整个营销方案推进过程中的费用投入，包括营销过程中的总费用、阶段费用、项目费用等，其原则是以较少投入获得最优效果。费用预算方法在此不再详谈，企业可凭借经验，具体分析制定。

七、方案总结(或方案调整)

(或方案调整：这一部分是作为策划方案的补充部分。在方案执行中都可能出现与现实情况不相适应的地方，因此方案贯彻必须随时根据市场的反馈及时对方案进行调整。)

销售策划方案 篇 3

一、前言

在旅游人气旺季组织已有客户的自驾游活动，深度推广品牌的文化内涵，提高品牌的良好口碑宣传，维护品牌高度的社会效应和美誉度，开展本次充满温馨、家庭化的粉色之旅自驾游活动。

二、本次活动主体资料

1、组织部分已有客户参加__x 自驾游活动

2、开展多趣、共赏、齐欢的娱乐节目和品牌推介：情侣大惊喜、体面人生娱乐晚会、新老客户产品恳谈会等环节

3、____巡游，市区、购物广场、居民社区等进行巡游展示，将品牌宣传战略拉伸、拉广、拉大

4、邀请主流媒体全程参与活动，更人性化的宣传__，更直观全面的报道__

主办：____汽车贸易服务有限公司

协办：__汽车网__电台文艺频道

企划：____市场部

推广：____广告策划有限公司

时间：x月x日至x日

地点：____x

三、流程

组织客户自驾游，数十台__，__至____x

__巡游，经过市区、购物广场、社区等地

驾车游玩参观__x景点

体面人生娱乐晚会，观看民族节目

组织精彩的浪漫情侣大惊喜游戏

新老用户品牌恳谈会

四、目的

1、已有用户的全心参与，为品牌树立良好的口碑和美誉度，加强品牌的形象建立，促进销售；

2、主流媒体的全程报道；扩大活动影响力和品牌知名度；

3、新老客户、潜在客户的聚集，互相交流__汽车的心得，对品牌的推广和传播有着不可替代的重要性；

4、丰富多样的节目、周密全面的后勤安排，贴心的全面服务，

将爱（对用户的爱）进行到底！

五、日程

x月x日（星期六）

07:00—10:30 ____汽车贸易服务有限公司出发，__市区

10:30—12:00__自驾游车队市区巡游

12:00—14:00 车队午餐（农家土菜）、午休

14:00—15:30 车队__市区—__x景点

15:30—16:30 自由活动（房间休息、整理）

16:30—18:00 参观__x景点

18:00—20:00 车队晚餐（__x特色菜）、休息

20:00—22:00 体面人生娱乐晚会

x月__日（星期日）

07:00—08:00 早餐

08:00—10:00 新老用户产品恳谈会

10:00—12:00 车队参观__x景点

12:00—14:00 车队午餐、午休

14: 00—18: 00__x 至__, 活动结束

开展将爱进行到底——__“粉色之旅”自驾游, 充分体现了__对关爱已有用户、对消费者负责的品牌魅力, 全面提升了品牌在消费者心中的美誉度和信赖感, 透过良好的口碑宣传扩大品牌影响力的同时促进销售。活动资料区别于模式化的自驾游, 组织安排了多种形式的品牌推广资料, 以点代面, 抓住促销中心, 借用一切有利的外界力量。此活动的开展, 对画__品牌的知名度提高和品牌效应的维护起用心重要的因素。

篇 4

一、计划销售任务:

10 万

二、销售指标分解: (不包含送礼部分):

市场销售部: 200 盒

餐饮部: 300 盒

客房部: 80 盒

三、广告制作

1、制作宣传布条，悬挂大厅人流量较大的显眼位置；主题是“花好月圆人团圆，唐人街与您共渡中秋、国庆佳节”。感受秋天带来的收获与成熟的风韵。

2、设计并印制 3000 份宣传广告单，用于销售人员外出洽谈业务时提供给顾客并用于住店、用餐客人的宣传。

3、在大厅布置月饼展厅。

四、完成各项任务的时间：

1、广告制作在 9 月 6 日前完成；

2、月饼销售数量于 8 月 25 日与供应商确定并签订合同，月饼于 9 月 5 日到位；

3、9 月 16 日开始领取月饼；

4、10 月 7 日停止月饼领取；

五、月饼的种类、数量及包装由餐饮部结合去年情况定出。

吸取去年教训，在所有内外包装及手提袋上均要印有酒店标志，凸显度假村风格。注重实惠，避免华而不实，可以多推出月饼套装，除了包装内有月饼没那外，可以包装上红酒、巧克力等，以增加卖点！

销售部建议销售品种及定价、提成：

月饼种类	进价(每盒/元)	售价(每盒/元)	提成(每盒/元)
------	----------	----------	----------

中秋伴月 65 96 5

港台精品月 118 158 10

富贵中秋月 143 188 15

精品礼品月 203 258 15

月之味 46 69 5

团圆月 69 98 5

小锦月 106 148 10

祥月 115 158 10

银皇尊御礼 123 168 10

大皇尊御礼 131 188 15

六、月饼销售的优惠政策：

1、方式一 即“月月升”的销售模式，逐月上升的折扣：即8月订购8.8折、9月订购9.5折、10月不打折；(备注：此方案与团购优惠不同时使用)

方式二 团购优惠政策：10盒以上9折，50盒以上8.8折，100盒以上8.5折；(此团购优惠不与其它优惠同时使用)

2、酒店月饼按各部门销售任务完成后，对需要出具发票的单位，一律不打折，按原价出售，酒店按月饼售价的 100%回收。

3、月饼销售工作完成后，各签单经手人配合收回销售款项交财务部，根据款项收回速度 11 月中旬完成核算工作。

篇 5

一、活动目的

国庆节历来是餐厅酒店做促销的大好时节，也是刺激消费者，拉动消费的最好机会，此次活动一是为了获得更好的利润，另一方面也是为了加强餐厅外在形象，加深餐厅在消费者心目中的印象。

二、活动主题：“国庆同欢喜，好礼送不停”

三、活动对象：针对高中低不同的人群进行不同的国庆促销活动，有效的照应不同的人群。

四、活动时间：9 月 28 日——10 月 8 日

五、活动形式：打折；赠送；抽奖

六、活动具体内容

1、促销期间凡在本店用餐，百元以上均可享受九折优惠。并随桌赠送中秋特别加菜。

2、促销期间凡在本店指定系列套餐，即可获得相应中秋礼盒。

3、活动期间，凡在本店用餐，均可以参加国庆灯谜有奖竞猜活动。同时可免费得到快照一张。

七、活动广告宣传

1、人流量集中的地方，火车站，公交车站等，做户外广告。

2、报纸、当地电视台也要进行宣传。

3、并进行传单发放。

八、其它相关策略

人员调动、酒店布置等都要事前做好分配安排，并启动应急措施，同时要做好相关记录总结，为促销评估做准备

销售的. 策划 8

星空婚礼主题

1、餐桌上可以用深蓝色的亮片桌布，加上闪烁着点点星光，就像是夜空中的星星在闪闪发亮。

2、竹节椅、刀叉、烛台等细小的东西，可以用金色来点缀，经典的星空配色。

3、清爽的森系桌花用金色方形花瓶摆放，可以为整体添加一些清新感。

4、甜品桌可以选用金色亮片桌布，上面摆放了白色、深蓝、黑色的三色甜品，上方悬挂一些金属色的立体菱形，摇动间就像星星悬挂在天空闪闪发亮。

5、蛋糕可以采用几种颜色做一些装饰，利用小面积的圆点随意点缀，渐变效果让蛋糕像是艺术家的一幅星空图。

自然婚礼

在大自然的怀抱中，翠绿的草坪像一块软绵绵的无边地毯，衬托着热闹的婚礼现场，用鲜花和绿叶做成的拱门圈出了主会场的地域，整整齐齐的大长桌上铺满了鲜花和美餐。像这种婚礼通常都采用自助餐的形式。大地、蓝天、阳光、绿草、小花，一同为这个浪漫的婚礼祝福，让大家都来走进美丽的大自然婚礼。

蝴蝶婚礼

已经确定了蝴蝶主题，那么整体的婚礼背景当然少不了蝴蝶了。蝴蝶装饰品可以喝花构成最温馨的婚礼画面，我们可以根据蝴蝶的形状弄成一个花环，花环的中央写上美好的祝福语，少许的蝴蝶点缀或许会有不一样的效果。蝴蝶为主题的婚礼，当然蝴蝶自然是少不了的装饰物，我们当然不能直接用蝴蝶，我们可以各色的糖果色纸张裁剪成不一样大小的蝴蝶样子，同时我们可以在甜点上上装扮一下，好像蝴蝶是闻到了甜点的香味来了婚礼的现场，那么整个婚礼的浪漫氛围及出现了。

销售策划方案 篇 9

引进大型公益活动和文化旅游展览，组织各种革命历史题材的主题展览，努力搭建非营利性文化互动体验平台，以此来拉伸品牌形象，强化品牌正能量。

一、活动主题：

中国人天生就有红色情结，红色情结流淌在民族的血液里，遗传在民族的基因里。该活动将

让南阳市场的目标客户以及竞争对手的潜在用户进一步充分了解提供的独特服务，创造出对体验的强烈欲望，进一步加强与南阳媒体的互动和交流，为在区域市场的销售和推广营造一个良好的舆论环境；借助开业机会，建立起与南阳市场的相关政府部门和合作伙伴的良性关系，为后续的市场经营及推广做好铺垫。让人们对 x 大酒店有一个初步的了解、认识。参与人员：市、县级相关领导、公司领导、外界友人、相关媒体。

九、现场布置：包括场外布置和场内布置：

1、在酒店(10#117)大门两侧设立迎宾两名，用气球等用品适当布置。

2、酒店大门上沿挂横幅一条，内容：x 大酒店开业庆典；

3、在酒店(10#117)大厅里设置迎宾台，设迎宾一名，旁边有身着喜庆旗袍(可视情况而定)的 名礼仪小姐，在活动现场引导来宾签到、佩带贵宾花、典礼开始引导来宾入场、配合仪式；

4、现场礼仪服务人员 名，负责现场秩序的维护、给嘉宾倒茶等事项。

5、主席台两侧放置户外远程音响一对，活动开始活动期间播放喜庆音乐和活动开始主持人及相关领导嘉宾发言讲话扩音。

十、相关庆典布置人员安排：

—x

十一、开业典礼实施流程

x 月 x 日：00 酒店工作人员到达现场做准备工作，保安人员正式对现场进行安全保卫。

十二、庆典活动流程：

x:00 活动各项准备工作就绪，播放喜庆音乐；

x:00 礼仪小姐迎宾(佩带贵宾花、请领导签名并引导相关领导和来宾至休息处)；

x:00 主持人介绍相关活动情况，邀请相关领导和来宾至主席台前就位；

x:00 主持人宣布 x 大酒店仪式正式开始,介绍到场领导及嘉宾。

x:00 第一项: 鸣炮(下载鞭炮音乐代替)

x:00 第二项: 邀请省南阳市相关领导讲话;(上台时配出场乐,讲话时配轻音乐)

x:00 第三项: 邀请宛城区领导致恭贺词:(上台时配出场乐,讲话时配轻音乐)

x:00 第四项: 酒店董事长或总经理表态发言,企业介绍;(上台时配出场乐,讲话时配轻音乐)

x:00 第五项: 主持人邀请相关领导为 x 大酒店剪彩;(礼仪陪同、放礼花炮、喜庆音乐)

x:00 第六项: 主持人宣布开业大典胜利闭幕,由酒店董事长或者总经理送别相关领导以及嘉宾。

十三、预期效果

1、使 x 大酒店开业的消息得到广泛的传播,吸引更多的目标消费群体来参加此来次活动。

2、加深 x 大酒店在消费者心目中的印象。

3、不管是从前期策划还是从后期执行上,都要力争做到使这一开业庆典达到空前轰动的效果。

4、增强内部员工对公司的信心。

5、在同行业中做到后来者居上，成为行业内一匹黑马

十四、活动预算经费

1、现场布置：条幅、气球、礼炮、礼花等共 x×元。

2、请相关领导赴会的车费以及其他花费共 x×元。

3、活动结束后给相关嘉宾以及记者赠送的礼品等共 x×元。

销售策划方案 篇 10

微信和微博在性质上一样，都属于社交性，而在这样的平台上，最重要的就是企业与粉丝的互动与交流，所以官方账号需要不时策划微信粉丝互动活动方案，通过活动来增加产品或服务的人气和关注度。

为提升舜和国际酒店海鲜超市、巴西烤肉餐厅人气，增加餐厅消费，使之与微信粉丝之间加强互动，并带动粉丝数量的增加，特制定如下互动方案：

一、推送信息

增强互动，就是要让更多的用户参与进来，可以先淡化营销，以让用户体会到微信公众平台带来的乐趣为主。随后再注入品牌价值，不是泛泛做广告。

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/445314012211011102>