

2023年保洁公司的市场策略 市场拓展工作计划优选(实用5篇)

当我们有一个明确的目标时，我们可以更好地了解自己想要达到的结果，并为之制定相应的计划。因此，我们应该充分认识到计划的作用，并在日常生活中加以应用。下面是我给大家整理的计划范文，欢迎大家阅读分享借鉴，希望对大家能够有所帮助。

保洁公司的市场策略 市场拓展工作计划优选篇一

20xx年主要工作是是两手抓紧，一手抓拓展，一手抓市场维护，

鉴于今年服装品牌专卖形势及“***”专卖店广东市场的实际分布情况□20xx年广东市场的拓展细分为（珠三角地区、粤东粤北地区、粤西地区）三个地域进行拓展。

1、粤东、粤北、粤西地区：***品牌的知名度较低，市场占有率较为薄弱。考虑到以上因素及该地区无公司形象店，建议公司在影响力较大的地级市开一至两间形象店，以辐射周边县城，从而加快该区域的拓展速度。

3、珠三角地区：采取商场多点开花形式抢占市场。综合分析目前男装及运动品牌为了抢占市场，竞争非常激烈，对广东市场冲击很大，造成地铺租金普遍偏高，零售利润空间减小，给拓展新客户开新店的工作带来新的困难和挑战。

1、分析我们品牌加盟店铺目前的分布情况，很多地区还存在市场空白的现象，造成我们的品牌在当地知名度较低。经本人的市场调查,广东省目前的市场开发还有有非常大的空间，对二、三线市场以树点并以水花式复盖周边县城。

2、根据市场的调查，以公司发展a级地铺的标准（面积100平方以上）计算，平均店铺租金万元左右，平均月销售额15万元左右，预计首期投资需要45-50万元。这庞大的资金对意向加盟商有一定的顾虑，使意向加盟商感受到这是很大的风险投资。另外，同类品牌发展加盟商的竞争亦非常激烈，公司的支持力度往往成为意向加盟商选择品牌最重要的依据。

（2）开业当季的货品公司给予进货金额100%的退货优惠。

4、在比较偏远、经济水平较低、品牌竞争较小的乡镇山区，我们可从实际情况出发，多开一些形象及店铺地理位置好、利润高的精致小店铺，以保持品牌的市场占有有力。

（3）开业时货架、收银台、门头字、灯具及模特的总金额分12个月返还给加盟商，并且能免费为加盟商提供增值税发票。

1、春季（1至3月份）计划开发新店铺2家：重点开发清远市、韶关市及肇庆市地区及珠三角的市场；另外，通过各种渠道多方面搜集意向客户，为夏季及秋季开店高峰期做好充分的准备。

2、夏季（4至6月份）是一年之中开店的高峰期，在充足人力的情况下，计划开发4-7间新店。重点开发珠三角以及粤东地区的市场。

3、秋季（7至9月份）是一年之中第二个开店高峰期，计划开发4-8间新店。重点开发粤西地区的市场。

4、冬季（10至12月份）计划开发新店3间主要还是开发粤西、粤北和粤东地区。

五、人员架构：

为完善广东零售部的部门机构，进一步加强广东市场的终端店铺维护，并加大市场开发力度，部门人员配备如下：市场拓展2人、督导3人、终端数据文员3人。

六、预计20xx年市场开发店铺

保洁公司的市场策略 市场拓展工作计划优选篇二

一、目的

为全面贯彻落实中央、国务院、省委省政府有关安全生产工作的指示精神，进一步强化企业安全生产工作，根据《中华人民共和国安全生产法》等法律法规，以及上级有关安全工作部署，在公司xx年度工作目标的基础上，制定安保环卫科xx年度工作计划□

二、主要目标

1. 制定年度安全工作管理计划。
2. 安全生产责任书签订率100%。
3. 隐患整改率达到100%。
4. 员工教育培训率达到100%，考试合格率达到80%以上。
5. 消防器材等安全设施完好率100%。
6. 治安环保刑事案件为零。
7. 一年2次防雷检测，至少一次事故应急救援预案演练。
8. 每年不少以一项创新管理。

三、具体措施

1. 年初安保科根据公司年度工作任务及上年工作总结制定本年度安全生产工作目标管理计划并将其层层分解下发至各个部门，各部门在完成总体目标的前提下根据本部门实际情况制定本部门年度安全生产哦你工作分目标。
2. 年初安保科组织全厂职工签订安全生产目标责任书并制定考核办法，按照谁主管谁负责的原则将职责层层分解，落实到人。安保科定期对目标实施计划的执行情况进行监督、检查，每半年对目标完成情况进行评估与考核，并按公司考核与奖惩办法纳入年终考核。
3. 安保科组织安全生产委员会每月进行安全生产检查并做好检查记录，对发现的问题隐患能当场整改的当场整改，不能当场整改的立即下发隐患整改通知书给相关责任部门要求其及时整改，并对整改情况进行监督复查。
4. 由总工室制定年度教育培训计划，安保科协同组织负责全厂职工教育培训并以试卷形式进行培训结果考察，确保员工教育培训率达到100%，培训结果合格率达到80%以上，不合格者不得上岗作业。
5. 安保科每月负责对全厂消防器材等安全设施进行检查，发现过期失效的立即整改换新，确保消防器材合格有效率达到100%。加强治安保卫，安排领导干部值班，有效防范各类治安刑事案件。
6. 加强危险有害因素辨识和应急救援预案演练。确保职工了解身边可能存在的危险有害因素，掌握应急突发情况下的自救互救措施、避险撤离方法。
7. 加强创新管理，安保科根据实际情况□xx年创新管理将从隐患排查治理和将与培训两个方面入手，积极寻找安全工作创

新突破口，做好创新管理工作。

四、考核要求

1. 加强领导，落实责任。认真研究公司年度安全生产总体目标和安全生产标准化的要求，将工作细化，层层分解，落实到本部门的每一个人身上。
2. 认真学习，提高认识。加强法律法规的有效识别，提高安全生产知识水平，以理论武装自我，以实际情况为依据，做好安全生产标准化工作，实现安全生产目标。
3. 抓住重点，统筹兼顾。以安全责任、隐患排查与治理和安全教育培训三大块为重点，同时兼顾其他安全生产目标。在抓住重点的同时抓住细节，做到标本兼治。
4. 认真谨慎，不怕困难。由于安全生产标准化的要求始终贯穿整个安全全生产工作目标，所以在实际工作中会遇到很多困难，我们一定要积极应对，迎难而上。

五、考核办法

按照公司考核与奖惩办法施行。

保洁公司的市场策略 市场拓展工作计划优选篇三

我公司承接云南御行中天房地产开发有限公司所开发的【御景新城】保洁服务以来，在云南京中物业服务有限公司领导的指导和大力支持下，经过全体员工的共同努力，我公司顺利地完成了保洁工作任务，积累了一定的工作经验，为御景新城保洁项目提供了优质的服务工作，在此对的工作做以简要总结，找出不足，为20__年的工作打好基础。

一、保洁工作简要总结：

，我公司秉承“您的满意是我们永恒的追求”的宗旨，不断努力工作，圆满完成了以下工作任务。

4、石材护理完成情况：大理石地面结晶48次；

5、样板房保洁开荒工作，均为免费服务；

6、及时协助处理突发事件10余件；

7、及时对新入职的员工做好岗前培训，对在岗员工不定期进行培训，让每个人能熟记熟知公司的各项规章制度和保洁工作流程，确保了工作操作的安全性和卫生质量达标。

8、严格执行公司的规章制度，落实上级领导安排的工作任务，做好员工的培训、指导、监督工作。按照制定的保洁每日工作流程，每天坚持检查员工的个人形象、服务礼貌、工作完成情况，做好巡检记录，每月对员工进行一次全面考评，填写在员工考评表内，作为评选优秀员工的依据。坚持每天召开员工班前会，每周召开一次员工会议，总结本周工作完成情况、工作中存在的问题、下周主要工作安排，其目的是让员工增强团队意识，能及时纠正错误，弥补漏洞，顺利开展下周的工作任务。物耗用品的管理使用控制方面，由于前期没有单独的库房，物资及工具堆放在员工休息间，无法做到原料的使用与控制，超出正常领用数量，使其清洁消耗品的费用增加。公司较为重视对员工的安全意识教育，全年未出现安全事故。

二、20__年工作中的不足：

(2) 程序化的工作持续性不强，有待加强；

(3) 员工缺乏稳定性，流动性较强；

(4)管理制度落实不到位，员工在岗时出现脱岗、串岗、扎堆现象；

(5)卫生检查工作流于走形式；对现场的安全防范意识及措施不够完善；

三、20__年工作计划：

1、保洁总体目标

2、年度工作计划：（具体执行时，根据情况可能在时间上有变动）

3、培训计划表

保洁公司的市场策略 市场拓展工作计划优选篇四

一 公司简介

二 保洁方案

三 保洁管理承诺

五 费用构成公司简介

本公司引进美国，意大利的清洗设备，代理销售各种高档品牌清洁用品，所有技术工人都通过公司的系统培训，具有专业化高质量的水准。

太阳风家政成立于1995年8月，是乐山第一家专业清洗企业，2005年公司引进了方略管理系统，公司全部管理人员均由成都方略公司正规培训，经过十一年多不断发展与进步，公司已经建立了一套完整的人员管理体系及质量监督体系。

所有施工人员都经过岗前培训，现场实习，上岗作业三个阶段。故公司现有工作人员均以具备丰富的实战经验及职业技能，并能熟练掌握各种清扫、清洗和保洁设备及药剂的操作使用。完全可以应付一切清洁类大小疑难和日常作业。

外墙清洗粉刷，各种材质地面清洗、打蜡、抛光，沙发、地毯、壁纸壁布清洗，各种家用电器清洗，石材养护与翻新，大型排油烟机、大型烟道清洗，楼宇开荒清洁服务，装修后办公区开荒清洁服务，装饰后家庭开荒清洁服务，商场、超市物业托管，酒店、宾馆物业托管，企事业单位物业托管，公共设施物业托管，工厂、办公区物业托管。销售各种清洁设备、清洁工具、清洗药剂。

到目前为止，公司以一贯的诚信为理念，贯穿于整个服务项目的全过程，赢得广大客户的认同，树立了良好的企业形象，承接了乐山多家公司及单位不同项目的服务，其中不乏享有盛名的大型建筑。太阳风公司成立至今先后为乐山很多单位都提供了服务。政府机关：市政府 市公安局海关 财政局 城管局 卫生局等；银行系统有：人行，建行，农行 工商银行，中国银行等；宾馆行业：包括乐山峨嵋所有星级宾馆。在2006年先后承接了 乐山大佛博物馆的保洁工作四川省少数民族艺术节的保洁工作武警医院创三甲的保洁工作乐山市创优活动的清洁工作 以及百强市市长会议在乐时的保洁工作。因此，本公司完全有信心有能力承接贵公司工程项目，并提供一流的服务。

保洁方案

方案一：派一名员工全天在贵公司做保洁，这个方案的弊端：在上班时需要蹲守在贵公司，每天上班以前又要把负责的区域打扫一遍，需要加班时间，由于时间太长，我们公司现有工作人员还不太情愿。只有按照这个条件另聘新人。

方案二公司派两个人早上一般情况不来（如果前一天有未完

的工作例

中午到贵公司做一遍巡检。

晚上在你们下班后把负责的区域全面做一遍，以保证第二天上班时办公区整洁干净。

工作效率。避免了没事时仍然滞留在贵公司。

保洁管理承诺

二太阳风家政保洁员经过统一，正式培训。

三保洁员应爱护的一切设施，如非正常损坏应照价赔偿。

四太阳风公司注重工作质量，执行严格的监督检查，采用员工自查，监督员

巡查和公司抽查“三查结合”的办法。

五太阳风公司注重热情，礼貌服务。

费用构成两种方案价格一样：3000元 / 月

保洁所需的工具清洁剂需贵公司购置

乐山太阳风家政

二〇一一年十月三十一日

保洁公司的市场策略 市场拓展工作计划优选篇五
计划书

三号团队

学号姓名工作

2012096107 胡扬 计划书撰写swot分析

2012096102董路安 计划书撰写财务分析、计划书排版

2012096101陈倩雯 计划书撰写评价和控制

2012096121王宇开 市场调研、制作ppt和视频

2012096116唐科 计划书撰写营销状况

2012096128周佳 计划书撰写营销状况

2012096110卢洪启 计划书撰写营销战术制定

2012096124徐良辰 计划书撰写营销战术制定

2012096105冯刘璐 计划书撰写市场营销战略

2012096114莫尧 计划书撰写市场营销战

计划概要

随着我国高校不断扩招和经济的发展，高校市场正成为一个巨大的消费市场，成为企业一个重要的、具有战略意义的市场。高校市场具有容量大、分布集中、稳健增长、连续性强等特点。针对大学生消费和高校市场的特点，企业应制定相应的市场营销策略，包括价格、产品、沟通和销售策略。因此，根据目前高校市场潜在的无限商机，研究和开发高校市场，对于广州蓝月亮具有重大的现实意义和战略意义。

“凡事预则立，不预则废。”做任何事情，必须做好充分的

准备，才可能获得成功。遵照这个准则，我们新月营销团队11个人，针对广州蓝月亮实业有限公司进行了本次校园推广的营销策划，通过完整流程的调研准备、分析预测、目标确立、策略制定、创意表现、预算编制，制定出最大限度的符合企业实际和目前的高校市场环境的营销计划书，使其更具有可操作性和可执行性。

广州蓝月亮实业有限公司，秉承“一心一意做洗涤”的理念，将国际尖端技术融入中国人的生活，成为洗涤行业的潮流代表。为了进一步开发市场，扩大企业规模，挖掘潜在客户，面对高校市场这一巨大的市场，蓝月亮完全可以制定详尽而完备的策划方案，找准突破口，占据大学生洗涤用品的主导品牌地位。

本次策划主要想要达到的目标就是提高蓝月亮在大学生消费群体中的品牌知名度，增加产品初次购买率，并且培养蓝月亮的顾客忠诚度。由此，本计划书经过充分的市场调研和问卷分析，对目前洗涤产品的营销环境进行分析，从中发现存在的问题，并提炼出有利于企业发展的机会点，据此制定了贴合企业实际的营销目标；在营销战略部分，主要详细表述了我团队目标市场、产品定位、价格、分销渠道等多方面所要实行的具体战略；根据确立的营销目标和营销战略，制定有效的营销组合策略和营销实施方案；最后进行了财务预算分析和计划控制和评价方案的制定。

1、企业状况（公司概况）

蓝月亮，中国洗衣液领导品牌，连续五年全国销量领先。作为国内从事家庭清洁剂生产的专业品牌，旗下拥有衣物清洁护理、个人清洁护理和家居清洁护理三大系列产品。

蓝月亮公司奉行精雕细琢的质量方针，追求完美无暇的品质效果，蓝月亮人深知质量稳定的重要性。公司已通过iso9001国际质量管理体系认证□iso14001环境体系认证，为蓝月亮产

品的质量稳定提供了进一步的保障。始终以消费者需求为导向，蓝月亮系列产品充分满足了现代家庭、宾馆、写字楼等各类场所的清洁需要。

十多年来，蓝月亮产品广泛地进入中国人的家庭，赢得了大众的真诚信赖。与国际洗涤业发展同步，为人们生活品质提高尽力，蓝月亮人，追求不息。

2、市场状况

洗涤行业是一个拥有多种产品的大市场，从大方面可以分为洗衣产品，彩漂漂白产品，柔顺剂等，另外洗衣产品主要有洗衣液，洗衣粉，肥皂等产品。虽然它们与该产品并非属于同类产品，但是却具有功能上的可替代性（因为大部分产品标明自己具有深入衣服纤维，瓦解多种顽固污渍的作用）。

男生对于洗衣粉和洗衣液各有所爱，女生多洗衣液情有独钟；

洗衣液在学校市场占有率中蓝月亮占有90%的份额；

男生和女生都比较看重功效，气味，以及产品口碑。

对于洗衣液的选择，价格和品牌是两个比较重要的选择标准。

相当重要的位置，是大部分消费者的首选。

3、产品状况

蓝月亮主要从事衣物护理类、家居护理类、个人护理类三大系列产品。衣物护理类：衣领净、丝毛净、丝绸宝、漂渍液、绿色柔顺剂、羊绒净、全效洗衣液、彩漂、卫诺衣物消毒液。

居室清洁类：强力型油污克星、全能水、强力厕清、洁瓷宝、除菌地板清洁剂、玻璃水、漂白水、洁厕宝、果蔬净、84消毒

液、橙油油污克星□q厕清□q渠乐、茶清洗洁精。

个人护理类：洗手液、儿童洗手液、卫诺消毒液。

在哈尔滨工程大学主要销售的产品种类有：蓝月亮洗衣液：手洗专用、机洗专用，分别有1kg替换装□500ml桶装□1000ml桶装；衣领净、绿色柔顺剂、洗手液、彩漂液等。

4、竞争状况

主要竞争对手：奥妙，汰渍，立白等洗衣产品。

a) 奥妙

奥妙推崇的是全自动，“奥妙全自动”能轻松去除各种污渍。注重给消费者留下“实惠实用”的产品印象，单件产品的价格较低且大多为小包小分量。

b) 汰渍

始终如一的广告概念，塑造出汰渍的核心价值“具有很强的去污能力”。汰渍采用竞争性定价策略。竞争性定价策略可以有效攻击竞争对手，从竞争对手手中抢占顾客。

c) 立白

借优良的产品质量，树立了良好的品牌形象，立白拥有进入洗衣液行业的核心上风资源，即洗涤行业领先的研发实力与多年经营洗涤用品积累的品牌、渠道、终端等核心资源。

在哈尔滨工程大学这个市场中，各个洗衣产品所占的学校市场份额为：蓝月亮占51%，立白占16%，奥妙占12%，汰渍14%，其他占7%。

5、分销状况

分销商主要由船海助学超市，各个公寓小卖铺，11公寓商店，学校周边超市。

其中：

船海助学超市规模相对大一些产品较多，靠近图书馆流动人口较多。主要面向全校师生，与供应商关系比较密切，有时还会推出不同的促销活动，在产品价格上面相对其他销售点会便宜一点。

11公寓商店规模较小主要客户为餐饮店铺，为了迎合餐饮店铺的要求，一般销售价格低廉的产品。

各公寓小卖铺位于学生住所，最靠近学生的销售点，能随时响应客户需求。有稳定的客户群体，价格相对高一点，因为其占有有利地址具有不弱的竞争能力，但与此同时它很难再增加新的消费客户，产品销售量一般很难再有大的提高。

周边超市规模大产品数量多，面向的消费者群体很大组成较复杂，销售量很大。经常推出各种促销活动，产品价格会有所变动，一般会比学校相同场频价格低。但因为他里学校有一定距离，一般学生在假期或者需要采购的时候才会去周边超市购买洗涤产品。

6、宏观环境

人口环境：哈尔滨工程大学大约22000人，由于每年有毕业和新进学生人口数量不会有太大的变动。消费群体主要为在校学生，其他还有学校店铺，教职工和教职工家属。由于学生的时间比较紧张，他们需要简洁的能快速的洗涤方式。学生夏季洗衣大多为手洗，且夏季洗衣频率较为频繁，对洗衣液的需求量较高。冬季由于天气寒冷，热水供应不便，大多会

采用洗衣机清洗衣物，对洗衣液的需求量会降低。其次由于学校人口比较密集，餐饮店铺相对较少，因此餐饮店铺对洗涤产品的需求也是占有一定比率，但餐饮店铺考虑到成本问题，他们会对洗涤产品价格会较为敏感。

经济环境：消费群体多为在校学生，学生作为家庭中的消费者，一般经济比较宽裕，但学生时间较为紧张，他们更愿意以金钱买效率，因此高效的能快速洁净的洗衣产品会更受青睐。相反餐饮店铺会跟注重产品的价格是否够实惠。

技术环境：相对于洗衣粉而言，洗衣液的技术含量较高，其主要成分非离子表面活性剂能够深入衣物纤维内部，洗后能使衣物蓬松、柔软、光滑、亮泽，并具有除菌和持久留香的效果。而且溶解速度快，易漂洗，pH值偏中性，不易损伤皮肤和衣物，也不会对环境造成污染。