

# 2023年创业专题会议的讲话稿 大学生创业心得体会报告(通用6篇)

制定计划前，要分析研究工作现状，充分了解下一步工作是在什么基础上进行的，是依据什么来制定这个计划的。计划书写有哪些要求呢？我们怎样才能写好一篇计划呢？以下是小编收集整理的工作计划书范文，仅供参考，希望能够帮助到大家。

## 市场工作开展计划篇一

如果说销售部的使命是为公司增加收入，那么财务部的使命就是为公司控制费用。而市场部的使命就是为了确保收入增加的同时，市场费用的控制更为合理和平衡。

如果说生产部的使命是提高生产效率和降低产能消耗，那么当与销售部的产品需求为尽可能满足市场需要这一意愿发生冲突的时候，就需要市场部作为这三方的部门为产品品项做出合理规划，以确保公司向市场提供的产品既能适应市场需要，同时结合公司的成熟生产工艺以减少产能消耗。

所以从这个点上来说，市场部的使命就是：使市场费用的投放更为科学和合理，使公司产品的规划更为精准和高效，以达到公司在业绩增加的同时减少不必要的生产浪费。

站在消费者的角度来说：买不买得到是销售部的任务；愿不愿意买是市场部的任务；买了是否还买是生产部的任务。

## 二、市场部的常规工作方式

市场部最常规的工作方式之一就是：采用制定营销策略，并通过市场费用的调控来达到营销策略在市场上的完美执行，以这种方式来完成市场部的基本使命。

那么，何为策略？策略就是规定先做什么，后做什么，主要做什么，次要做什么，重点做什么。

那么，又为何要有策略？我们都知道，要以客户为中心，要以销售为导向，但这仅能满足短时的区域市场占有率提升；而维持长远的市场销售成长率，则要以消费者为中心，要以市场为导向，才能实现。

什么是以客户为中心的市场策略？无外乎如下几个方面：

- （1）价格策略（价格体系、通路促销专案、陈列奖励、进货搭赠）
- （2）渠道策略（进场规划、网点布建、渠道规划、达成返利）
- （3）品项策略（新品上市推广、主打品项奖励专案）
- （4）区域策略（优势区域巩固、弱势区域扶持）

目的就是：满足客户需求，保持产品在市场上的优势地位，抢占竞品市场以提高市场占有率。

什么是以消费者为中心的营销策略？它包括：

- （1）品牌策略（基本诉求、广告元素整合，品牌形象统一）
- （2）宣传策略（媒体合作、广告投放，物料管控）
- （3）推广策略（消费者互动、现场导购、新品试用）

她的目的是：培育消费群体，增加消费者对品牌的忠诚度和信任度，以确保未来市场产品的持续优势地位。

很显然，我们现在之所以部分市场如此胶着，甚至于部分市场竞争生存得很痛苦，其根本点就是没有很好的，有机的统

一并灵活运用这两个市场策略。

### 三、市场部的常规工作之广告与促销推广

从狭义的角度来讲，市场部的工作内容几乎就是围绕着广告如何来做？促销及推广如何来搞？这两个板块来进行的。而这也是大多数人对于市场部工作的基本认识。所以不妨我们就先从这两块来谈谈市场部在这两块常规工作上，应该如何去做。

#### (1) 广告宣传----攻心

提高品牌知名度，加强消费者对品牌的忠诚度，信任度。

#### (2) 促销推广----利诱

提升消费者现场购买的积极性，维持购买热情，拉动销售氛围。

共同之处：都是围绕着品牌在做拉升。

何谓品牌？品是品质，牌是烙印。品牌就是消费者和客户对产品品质与服务品质的基本印象。所谓做品牌就是通过不断的宣传和推广加深消费者和客户对公司产品和服务的烙印。这也是市场部基本工作中广告及促销推广存在的意义及工作的出发点。

广告的投放的基本方式：

(1) 媒体广告（优点：可信度高。缺点：时效性短，信息量少，费用较高）

(2) 平面广告（信息量大，时效性长，可信度低）

空中媒体广告与地面平面广告共同的缺点：单项沟通，互动

性不强。

促销推广：可以有效地弥补所有广告无法进行双向沟通的短处，同时增加厂家与消费者之间的互动，但致命的缺陷是沟通成本过高，需要大量的终端人力乃至物力及长期不懈的专业化、生动化培训做支撑。但这种有素称“特种部队”的促销推广方式，却是在预算费用有限的前提下，不失为一种有效改变当期单个终端地区销量突破的王牌。为什么这么说？下面我们来分析一下：

### （1）促销推广活动能解决什么？

- 1) 提高现场购买的积极性；
- 2) 扩大一次性购买量；
- 3) 提供产品近距离沟通平台；
- 4) 培育重点消费群体。

### （2）促销推广活动不能解决什么？

- 1) 不能解决渠道布建的局限性；
- 2) 不能解决产品本身的所存在的定位缺陷、工艺缺陷；质量问题
- 3) 不能解决销售团队的士气、信心问题；
- 4) 不能解决客户对售后服务的不满和投诉。

所以归结起来一句话：单单只使用促销推广活动不是灵丹妙药，对于区域市场来说，她也做不到雪中送炭，她能做的就是锦上添花！

在具体使用过程中，一定是要搭配广告宣传，特别至少是与平面广告宣传相结合，配合有效的、专业的、生动化的培训，公平且具有激发人员内心动力的绩效激励机制，成功的终端产品辅市，才能产生事半功倍的效果。

#### 四、市场部整体工作方向及20xx年重点跟进目标

如果说销售部做的是现在的销量，那么市场部做的就是未来的销量。

如果说销售部的目标是拿到今天的客户订单，那么市场部的目标就是确保销售部每天都能拿到订单。从这个角度来讲，市场部整体工作的开展方向就好理解也好阐述了。

### 市场工作开展计划篇二

0\*\*年□xx市市场管理局在市委、市政府的正确领导下，认真贯彻落实市委经济工作会议精神，紧紧围绕“稳定、发展、效益”这一主题，加强管理树形象，加大招商强后劲，接管社会市场拓空间，以解放思想活动为契机，深化改革，整合资源，优化资产，将市场经济推入可持续发展的良性循环轨道，取得了经济效益和社会效益的双丰收，全年预计完成市场收入560万元，占年度任务的111%。一年来，市场管理局的事业取得了长足进步，市场环境不断优化，市场交易日益繁荣。但为适应市场发展的需要，我们要进一步解放思想，加快发展，改变以往的经营理念和管理模式，做实做强市场，提升市场品位，最大限度的发挥市场的承载作用，争取要在20cc年有重大突破。为实现上述目标□20cc年我局重点抓好以下四个方面的工作：

为发挥耒阳的区位优势，形成湘南贸易旺市，我局计划在近几年内将城区几个骨干市场升级改造成超市型市场□20cc年，我局管辖的三个城区骨干市场升级改造将全面启动，灶市综合市场规划设计、拆迁工作已经完成，改造工程总投资3400

万元，总建筑面积25000平方米，营业面积9000平方米，将建成一个高标准的、新型的综合型市场，为带动灶市地区的经济起到至关重要的作用；蔡子池蔬菜批发市场计划xx年完成规划、设计及拆迁工作，拟总投资4000万元，按照超市型蔬菜市场要求进行改造，有效改善我市市民的菜篮子工程；金山服装城是城区商贸的金山角，现有市场的容量与不断发展的城市规模很不适应，同时消防隐患异常突出，为尽快消除安全隐患，二期改造工程政府常务会议已经通过，市场规划、图纸设计已经完成，招商协议初步达成，市场拆迁工作也正在逐步实施，计划20cc完成总投资1个亿，完成商城部分建设，该市场通过改造兴建，将进一步扩大面积，改善环境，增添设备，优化组合，无论在硬件设施上和软件管理上都堪称一流水平，居全省先进地位，“栽好梧桐树，引来金凤凰”，市场人气会更旺，生意会更火，可谓建好一座市场，造福一方百姓，市场将呈现一片欣欣向荣的景象。

20cc年，我们要引进先进的管理经验，在管理模式上有新突破，在工作方式上有新改变，特别是要制订规范的市场管理制度，用制度约束经营户，推进市场经济的发展。

一是计划推行经营户积分管理制度，对违反市场管理条例的进行扣分，有突出贡献的给予奖分，采用评选文明经营户的作法，给予精神、物质奖励，让积分和评选与租金挂勾，对违反市场管理条例且屡教不改的经营户，将终止其合同，严禁进入市场经营。

二是规范门面转让制度，严禁经营户擅自将门面转让，如有特殊情况，确需转让，要严控高价转让，以保持市场的平稳。

三是规范门面转租制度，特别是严控转租标准，实行限额控制，以保持市场的长兴不衰。

接管社会市场是市场管理局的一个重要举措，我局在接管方面已迈出了喜人的步伐，市场业主反映较好，成绩值得肯

定□20xx年国务院取消工商两费的收取，市场经营户的负担进一步减轻，但同时出现部分社会市场无人管理或无法正常管理的局面，为此，我局争取20cc年将城区尚未接管的社会市场尽量全部纳入我局管理范围，同时加强对农村社会市场的指导，把条件成熟的市场接管过来。我局将充分发挥专业管理队伍的优势，将市场管理和物业管理有机结合起来，为市场管理与物业管理探索一条切合耒阳的管理路子。

我市市场发展较快，但缺少合理规划布局，大多数市场都是以房地产开发为主，所以市场建设布局存在不合理性。按照协调可持续发展的原则□20cc年我们将努力搞好新建市场的论证、考察和报批，联合商务局、工商局等有关部门全面清理市场，加强市场建设的监督管理，严格把好新建市场的审批关。

20cc年将是我局快速发展的新起点，我们的市场升级改造大潮已经拉开序幕，憧憬未来，我们信心百倍，市场管理将进一步完善，市场经济将飞速发展，为我市的经济发展贡献力量。

### 市场工作开展计划篇三

随着节日的气氛渐渐淡去，我们迎来了崭新的学期，与此同时学生会的.工作也进入了新的轨道。上学期在王老师和主席团的带领下，我系学生会积极配合院学生会的工作，虽有不足但总体上取得了骄人的成绩。经过上一个学期的磨砺，我们积累了很多经验。在新的学期里我们会更加努力，不断完善自身的不足之处，使学生会朝着更完善更和谐的方向发展，再创辉煌！因此，我们特制定了本学期的工作计划：

- 1、执行学院方针政策，积极协助老师，配合院学生会工作，及时完成各项工作。

- 2、做好市场营销策划大赛的相关准备与组织工作。

- 3、组织协调及管理学生会各部门工作。
- 4、领导学生会形象、风气的建设。
- 5、对学生会内部的工作规程进行完善、改革。

#### （一）秘书处：

- 1、配合主席团，结合各部门具体情况提交学生会本学期工作计划和工作总结。
- 2、及时传达主席团的决议，做好会议教室的申请、会议通知及考勤、记录工作。
- 3、与团总支办公室共同制作新一学期的团总支、学生会成员值班表。完善各项制度，配合老师工作，促使学生会的工作更加制度化、规范化的进行。
- 4、负责学生会组织的精品活动的报道工作及各种文件的及时收取。
- 5、配合其他部门工作，做好各部门之间的协调。

#### （二）学习部：

- 1、多创新组织一些与本专业相关的活动，以培养同学们的专业素质。
- 2、积极配合其他部门做好各项活动。

#### （三）自律部：

- 1、做好大一新生的升旗、晨跑、晨读、晚自习的签到及纪律检查工作。



- 2、维持系里各项活动、会议的秩序。
- 3、及时张贴海报，使同学们能够及时了解各种信息。
- 4、协助其他部门做好各项工作。

#### （四）生活部：

- 1、做好xx级新生助学贷款的相关工作。
- 2、完成贫困生助学金、奖学金的评选工作。
- 3、认真完成好星级宿舍评比工作。
- 4、做好系里各项体育活动、赛事的供水工作。
- 5、积极配合其他部门做好相关工作。

#### （五）文娱部：

- 1、举办“k歌之王”比赛，发掘歌唱人才，丰富同学们的校园文化生活。
- 2、协助院文娱部进行班级合唱比赛的准备和组织工作。
- 3、创立“信息园”板块，将学生区的信息及时传达给旅游学院的同学们。
- 4、帮助院文娱部完成旅游风采节的相关工作。
- 5、协助其他部门做好各项工作。

#### （六）宣传部：

- 1、负责系里各类海报的制作，及时准确地向同学传达信息。

- 2、加大宣传力度，扩大市场系的知名度和影响力。
- 3、配合文娱部做好“信息园”板块。
- 4、与团总支宣传部合作，共同举办“涂鸦”大赛。
- 5、积极配合其他部门做好各项工作。

#### （七）体育部：

- 1、办好本系传统精品活动“三对三”篮球赛。
- 2、组织做好系足球赛的相关工作。
- 3、协调其他部门做好各项工作。

#### （八）外联部：

- 1、加强对外联系，为同学们提供兼职锻炼的机会，提高实践能力。
- 2、为本系k歌之王、足球赛、涂鸦大赛等各项活动拉赞助，提供活动经费。
- 3、利用学校举办娱乐活动（如演唱会）的机会进行相关的销售活动以赚取活动经费。
- 4、配合其他部门做好各项工作。百分热情，全心服务，携手共进，续写辉煌！

## 市场工作开展计划篇四

本站后面为你推荐更多市场工作计划！

伴随着万达购物广场的落成，市场部始终坚信“公司的战略

是清晰的，定位是准确的，决策是正确的”，随着发展适时调整适合现阶段中国市场发展的商业营销模式，快速确定了最合适的营销理念。职务分析，万达购物广场市场部，主要负责购物广场战略目标的规划，对市场“商场如战场”发展趋势做出预测，对目标顾客的需求做出判断，对竞争对手和潜在竞争对手的策略做出分析。

包括广告宣传、公关活动、促销活动、讲座与展会，以及网上资料、印刷资料、音像资料的制作。正常来讲他们并不大量接触零散的顾客，而是紧盯住一个目标顾客“群体”去做工作，去激发他们的潜在需求。因此，在下一年的工作规划中，将针对以下几点工作来进行。

## 一、主要竞争对手分析

就现阶段而言，我市各大购物广场的销售额主要是依靠制造各种形式的活动，让利于消费者、吸引消费者，从而达到引导消费者消费、提升自身销售额的目的。作为我们而言，市场的分析是重中之重，如何把握市场发展趋势，在众多商家、众多活动中脱颖而出，吸引更多的消费者，创造更多价值，在招数上出奇制胜非常关键。也是我们在20xx年的工作重点。

去年我们着重对全国的商业模式进行了考察，大连万达模式对我们深受启发我们也通过网络了解和电话咨询等进一步了解到万达的整体策划也不是他们自己搞的完全是依赖大连的展览公司。整体策划是以4t商业营销模式为基础以休闲、体验、互动、娱乐四大元素组成，直击网络购物的致命弱点，他们在策划方案中融入各种展览旅游文化教育等形成互位交叉和资源共享购物广场在营销策划上逐渐向以服务为轴心的商业综合体转化；将原来的美陈的投资大量压缩全部采用租赁的模式。他们的策划方案深受启发很值得我们学习和借鉴。这一点我们市场部已经开始学习和贯彻《商业4t营销理论》。

把我们原来的供应商体系重新做了梳理，引进大连几家专业

从事展览器材及展品租赁的供应商，这样我们将大大节省了20xx年商业美陈的投入。并随时关注大连万达的发展动向，即时做出调整。购物广场的壮大，离不开新老顾客不间断的物质资助。不断把潜在顾客变为顾客，把顾客变为老顾客、忠实顾客，也将是购物广场发展的必由之路。因此，发展会员，推行会员卡，同时不断通过相关活动把顾客提升为沈阳大悦城家族的一分子、一部分，应是20xx年战略规划之一，而会员卡也将在下一年的各个活动中具体体现和运用起来。

## 二、广告公关

我们做广告的目的，就是第一在消费者心目中树立良好、牢固的企业形象，提升美誉度和认同度；其二就是借助广告媒体对商业信息进行有效传递，提升实效性。两相结合，才是相对完善的广告宣传。

长期以来，我们的广告媒体主要是以电视字幕广告为主流媒体，从实效性来看，的确具有一定的效果，但是作为主流媒体，欠缺的是无法将形象树立在市民心中，而对于现代广告营销而言，电视字幕、短信等广告媒体也只是起到发布信息的作用，并没有完全发挥出“广告形象宣传”的作用。

在20xx年，首要的任务则是根据以往收集来的各广告公司、广告媒体进行深入分析，确定出着实适合我们企业的主流媒体作为宣传平台，并根据该媒体特点制定长期宣传战略，使其切实为我们服务，达到真正广告宣传的目的。其次，在依托主流媒体进行形象宣传的同时，尽可能多地通过各种方式增加社会影响力，如制造新闻看点、发展大型文化主题巡展等公益性质的活动等，通过社会舆论提升购物广场在市民心中地位和认知度。

## 重点工作规划

4、在网络上大肆宣传本购物广场 20xx年度新一轮大型文化

巡展活动。

### 三、购物广场销售区形象

综合起来，购物广场的销售区形象大致包括橱窗、内部氛围布置、商品陈列等方面。其中，作为个人而言，对于橱窗形象方面，在设计及搭配方面均不成熟，而橱窗又相当于购物广场的门脸，对于吸引消费者起着很大的作用，新的一年中，在橱窗方面将下深工夫研究，并结合实际锻炼摸索，把弱项弥补上来。

新的一年中，购物广场内部布置整个围绕年度文化主题，为消费者创造商品以外的价值空间和值得体验的真实感受。积极策划组织各类带有公益色彩的文化展览及各类主题活动，强调与消费者的情感沟通，在消费决策前便取得认同。在 dp 点原来的花卉全部取消，从大连购买趣味雕塑作品 20 件整体分布，提升购物广场整体的艺术氛围和档次。各部门积极沟通、配合，包括货架摆放、商品摆放等尽量多地从各渠道进行学习并具体实施到导购员处。

#### 重点工作规划

3、配合购物广场活动做好各项有关购物广场活动氛围的设计工作，确保购物广场活动的卖场气氛。

为的就是通过了解市场，分析市场，提升部门工作的准确性，实效性，从而提升市场部整体工作能力，给购物广场带来更大的利益。

### 市场工作开展计划篇五

20xx年，我省将按照文化部和省委省政府的统一工作部署，结合省情实际，以深入推进文化市场综合执法改革为契机，围绕网络文化、上网服务营业场所、演出、出版广电、艺术

品市场等重点领域，加大巡查执法力度，强化案件办理，强化执法监督，着力解决文化市场监管存在的主要问题，全面规范文化市场经营秩序。主要工作计划如下：

（一）抓紧推进文化市场综合执法改革。根据《中共广东省委办公厅 广东省人民政府办公厅关于进一步深化文化市场综合执法改革的通知》，制定我省具体的实施措施，明确路线图、时间表，加快推进全省文化市场综合执法改革，加强督查督办，确保各项改革措施不折不扣得到落实。争取20xx年上半年在全省范围内实现同城一支队伍。

（二）继续加强案件查办督办工作。省执法局将继续部署加强对网络文化、上网服务营业场所、娱乐演出、出版广电、艺术品市场案件的查办和督办工作。组织各地集中执法力量查办案件，坚持违规必查，有案必办。重点加强对含有禁止内容类案件的查办，充分发挥文化执法保障意识形态安全的特点。

（三）逐步构建以信用监管为核心的新型监管模式。处理好日常巡查和随机抽查的关系，对上网服务营业场所、出版物经营场所、文化娱乐场所和艺术品经营场所等人员聚集、易生隐患场所的日常巡查执法要紧抓不放，对非实体场所类文化经营单位全面实行“双随机”抽查。省执法局将继续组织对各地实体类文化市场的暗访抽查，开展对网络文化市场的随机抽查，及时公开抽查事项、程序和结果。落实文化市场黑名单管理制度，实施信用分类监管。

（四）重点加强演出市场监管。继续紧抓重点时段和重点地区，加强演出市场全面清查，严防死守，坚决取缔未经批准擅自举办的外国或港澳台文艺表演团体、个人参加的演出，严查含有宣扬淫秽色情、煽动民族仇恨、反对宪法确定的基本原则等非法内容的演出活动。继续加强对农村物资交流会、庙会、节会、集市、“红白喜事”期间营业性演出活动的排查整治工作。加强对网络表演经营单位的日常监管，重点查

处提供禁止内容等违法违规网络表演活动，对网络表演市场监管全面实施“双随机一公开”。

（五）全面应用文化市场技术监管与服务平台。进一步加强全国文化市场技术监管与服务平台应用工作，督促各级执法机构使用平台开展日常执法工作，全面提高平台使用率。争取20xx年全省各级文化市场综合执法机构全面使用平台开展日常执法检查、办理举报、执法办案、信息报送等工作。

（六）加强文化市场综合执法队伍建设。进一步健全完善全省文化市场综合执法培训师资库，依托师资库开展全省文化市场综合执法师资巡讲活动，重点加强对基层执法人员的培训指导。开展法律法规知识学习培训，提高依法行政、依法执法能力。开展网络文化市场、演出市场“以案施训”活动，扩大网络文化市场执法培训覆盖面。

（七）全力抓好文化市场安全生产工作落实。进一步强化“万无一失，一失万无”的安全生产意识，将文化市场安全生产工作作为文化市场综合执法工作的一项重要内容来抓，切实规范文化市场安全生产监督管理，严格落实安全生产责任，加强文化市场各类场所安全生产隐患排查，主动协调并积极配合有关部门督促经营场所落实整改工作。

## 市场工作开展计划篇六

即将过去的20xx年，我的感受颇多。回顾这一年的工作历程作为某某迪的一名员工我深深感到某某之蓬勃发展的热气和某某人之拼搏的精神。作为企业的一个窗口，自己的一言一行也同时代表了一个企业的形象。所以更要提高自身的素质，高标准的要求自己。在高素质的基础上更要加强自己的专业知识和专业技能。

在上级领导的带领和各部门的大力配合下[]20xx年的销售额与去年相比取得了较好的成绩，在此我感谢各部门的大力配合

与上级领导的支持!

某某年工作总结:

从开厂以来截止某某年12月31日, 东南亚区域共有3个国家(某某、某某、某某)共某某个客人有合作往来, 总销售额约某某:

: 客户共某某个(某某年新客户某某个, 之前的老客户某某年未返单的共某某个), 总销售额约某某.00rmb□

按以上数据, 东南亚区域国家, 某某市场较为稳定, 且返单率较高(未返单的老客户多为无客人联系方式, 使得我们无法主动与客人联系取得信息), 但市场单价竞争激烈, 利润空间较小。某某和某某市场的返单率也较高, 但订单订货量少, 品种繁杂。不过也有个别现有客户较为理想, 但还需不断与更多理想的新客户保持联系, 以取得合作机会, 提高销售额。

忙碌的某某年, 由于个人工作经验不足等原因, 工作中出现了不少大问题。

4月份, 由于灯杯电镀厂的电镀材料问题, 导致我司4-5月份出货给客人部分的直插筒灯灯杯有大量严重变色的异常情况发生;10月份, 又因环电镀厂问题, 导致客人投诉铁皮环易生锈的问题。但因公司及时查出导致产品出现各种质量异常的根本原因, 及时向客人解释, 重新将出现质量异常的产品赔偿给客人, 并向客人承诺我们在今后努力完善工作, 以确保产品的质量不再出现更多的问题, 从而使得老客户没有放弃与我们合作的关系。但第一次和我们合作的某某客人, 由于我们出货给客人所有产品的灯杯全部严重变色, 终造成了客人无法正常销售, 虽然之后我们有全部赔偿新的灯杯给客人, 但客户最终还是对我们的产品质量失去信赖, 同时也使客人打消了与我们长期合作的念头, 使得我们失去了一个理想的大客户。



10月份，某某客人，由于客人支付货款不及时，且多次沟通都无法取得好的结果，使我们对客人失去了信誉，从而不得不安排其客人订单暂停生产，同时造成其客户订单的产品库存，资金不能正常运作，给公司带来了严重损失。此问题至今还在紧密与客人沟通，直到问题得到解决为止。

对于某某年发生的种种异常问题，使我认识到了自己各方面的不足，也使我从中深深吸取了教训，获得了宝贵的工作经验。在今后的的工作中我将努力学习，以取得更多的工作经验，使得犯错的机率逐渐降低。

## 20xx年工作计划及个人要求

2. 在拥有老客户的同时还要不断发掘更多高质量的新客户；
5. 熟悉公司产品，以便更好的向客人介绍；
6. 试着改变自己不好的处事方法以及不爱与别人沟通等问题。

有关建议：

1. 建公司销售员议公司生产的所有产品能拟定产品详细资料，一方面可对灯具的所有详细资料进行记载，以完善资料，另一方面可方便销售人员在向客人介绍产品时更清楚和肯定地向客人介绍产品的各种的性能、材质、优势等，使得客人更加相信我们的专业水平和实力。

## 市场工作开展计划篇七

西南市场做为中国西部大开发的重要阵地，很多大、中型国际企业也毫不犹豫的选择了这样机会，扎根西南，同时高薪人才和高薪老板是中、高档化妆品的又一次良好的销售机会，同时也是各大国际知名化妆品展示销售的机会。但谁输谁赢，暂切不论，关键看谁的营销策略制胜、谁的销售渠道稳定。

那么作为国际知名面膜品牌——维肌泉怎样打开西南之门呢？又怎样拥有一席之地呢？作为该品牌，首先我们要进行清晰的认识，在西南地区，该产品的知名度不高，是一大弱点，同时没有很多消费者尝试购买使用过，所以在90--300元的面膜产品，如果没有好的销售渠道、没有好的包装和质量效果、同时没有配备完善的销售策略，是很难打开销售局面的。所以在产品进入市场之前，我们先要进行市场的具体分析，再根据产品特点和消费市场制定相匹配的销售策略。方可减小销售投入风险，确保占领一席之地。

首先对产品消费对象来讲，西南市场属于潮湿气候，消费者对面膜产品不是护肤过程中重要的选择品，选择对象应该对自己皮肤要求完美、进行科学护理保养且拥有一定消费能力的消费者，那么这类消费群体大部分生活在一级城市和重要的二级城市、部分的三级城市。所以我们必须针对消费群体来制定策略和渠道。

其次我们对渠道的策略应该针对消费群体来制定，零售网络我们必须重点针对西南的一级城市和二、三级城市有化妆品有相当影响力的化妆品专卖店、商场、美容美体护理店，因为消费者是注重生活品味和时尚的人，所以她们对购买渠道也是有很重要的选择、那么我们选择的渠道必须是有知名化妆品销售的品牌连锁店等等，加上利用渠道进行推广也容易提升产品的购买力和影响力。如四川美乐、蓝天时尚、泸州金甲虫、三商、贵州的广明日化、兴义的顾氏日化、云南的佳佳美妆、艳丽日化等一定是我们的重点谈判对象。因为他们是我们的重点突破销售口，更是高消费者重点的光顾对象。

那么对代理商的选择对象，我们首先要对代理商进行分析，一，他对以上的销售网络有一定兴趣和客情关系。

二、具有一定的资金实力、

三、具有良好的品牌推广意识，因为他们要将在西南区域将

还不知名的面膜产品销售好，必须投入一定的精力来进行产品的推广，、四、必须具有一定销售团队和培训教育团队。因为维肌泉的销售必须要进行系统的销售培训和产品推广教育零售商团队。五、具有诚信经营理念和长期的经营打算。所以选择好了代理商等于成功了一半，对代理的选择我们必须进行细致挑选。

对于产品的推广，做为在西南区域还不知名的面膜产品要想在零售终端得到良好的销售，我认为要制定良好的销售策略，分五个阶段来进行，1、省级经销商建立期、2、零售渠道建立期、3、产品销售培训期、4、产品推广期、5、产品终端陈列、渠道整理期、强化重点网络。下面进行具体的分析。

1、 省级经销商建立期：这个阶段重点开发四川、云南、贵州、重庆、西藏的省级代理商，在三到四个月全部完成。建立第一渠道基础，找到产品的辐射点。

2、 零售渠道建立期：这个阶段首先要指导省级代理商极其销售人员、促销队伍、让他们明白怎样同零售商沟通和谈判、怎样说服零售商去接受产品、拿出资金和陈列位置销售面膜产品。怎样去签定合同。先开发哪些零售商、后开发哪些零售商。怎样确定合作方式等等。

3、 产品销售培训期：这个阶段首先要指导省级代理商极其销售人员、促销队伍、让他们明白怎样同零售商沟通和谈判，怎样让零售商的人去销售产品、陈列产品、推广产品、怎样服务消费者。什么样的推广方式适合什么样的零售商，以及产品的功能特点和独特之处。

4、 产品的推广期：这个阶段是给零售商带来最大利润的阶段，而利润来自产品的销量，关键又在我们是否制定了合理、有效的推广方式，所以在推广一个大家不熟悉的面膜产品，我们除了展示和试用以外，我们更要提升品牌价值，因为这些消费者不但要购买好质量的产品，更需要有品牌价值的产

品，我们必须面对市场、重点围绕产品和具体的市场制定不同阶段的产品推广活动和服务活动。特别是在夏季的旺季季节，我们选择1—2款低价位的产品进行品牌渗透。因为靠低价位的产品渗透品牌影响力、高价位产品拉动产品的特色服务和功能服务，产生更高的品牌魅力价值。

5、产品终端陈列、渠道整理期、强化重点网络：这个阶段我们要进行网络的整合、太差又销售不好的网络既费人力成本、又影响产品的品牌魅力，甚至对网络带来负面的影响，所以我们必须分析每个网络的销售情况，进行有效的整合。建立适合零售商的销售策略。同时寻找公司和省级代理的销售缺点，进行纠正更改。检查和落实零售终端还没有执行到位的地方。不断完善整改。强化网络质量，提升终端销售和品牌价值。

在完成以上5个阶段后，我们必须还要对网络进行反复的销售教育培训、分析零售商的不足和需要为了销售要改善的地方。同时建立客户服务体系、完善不同阶段的销售推广策略。随着销售时间的积累、网络不断完善、渠道就要进行慢慢的'细化和跟踪服务。

那么我们西南市场整体布局也就清晰明朗了，从渠道到服务、从销售推广到网络的细化我们就有良好的销售思路了。