

最新美的营销计划书(优秀5篇)

时间就如同白驹过隙般的流逝，我们的工作与生活又进入新的阶段，为了今后更好的发展，写一份计划，为接下来的学习做准备吧！那关于计划格式是怎样的呢？而个人计划又该怎么写呢？下面是小编为大家带来的计划书优秀范文，希望大家可以喜欢。

美的营销计划书篇一

20xx年，在公司的正确领导下，按照公司的工作部署和工作精神，围绕全年目标销售工作任务，我们连锁店全体员工团结一致，齐心协力，尽自己的责任刻苦勤奋工作，全面完成了公司下达的前三季度销售工作任务，取得了较好的成绩。现将我们连锁店20xx年前三季度工作及第四季度工作计划具体总结、安排如下：

我们连锁店xxxx年前三季度销售总额为xxx万元，毛利为xx万元，占销售额的xx%[]全面完成了公司下达的销售工作任务，完成任务率为xx%[]取得了良好的业务经营成绩。

1、加强思想教育，提高员工凝聚力

我们连锁店切实加强思想政治工作，对员工开展思想教育，培养员工的工作责任心与感恩心。通过开展思想工作，使每个员工树立正确的世界观、人生观和价值观，提高思想政治觉悟，热爱企业，热爱工作岗位，做到心往一处想，劲往一处使，增强执行力，提高工作效率和工作质量，确保完成公司下达的销售工作任务。

2、开展业务培训，提高员工业务水平

要做好连锁店销售工作，扩大食品、百货商品销售量，增加

经济效益，员工业务水平是关键。为此，我们连锁店加强对员工的业务培训，通过会议、座谈等方式学习各类业务知识，使员工懂得食品百货商品知识，能够回答顾客的询问，让顾客放心购买我们连锁店的食物、百货商品；使员工把连锁店食物、百货商品摆放得整齐美观，让顾客挑选方便，增加食物、百货商品销售量；使员工改进服务态度，热情接待顾客，耐心细致回答顾客提出的问题，营造温馨和谐的气氛，促进食物、百货商品销售。

3、开展促销活动，努力增加百货商品销量

增加食物、百货商品销量，是创造经济效益的关键。xxxx年前三季度，针对竞争激烈食物、百货商品市场，我们连锁店加强对顾客购货心理的了解，想办法，定方案，积极开展促销活动。在促销活动中，制定工作措施和激励方案，落实到实际工作中，增强员工的工作积极性，促销活动取得了较好的成绩，为完成xxxx年前三季度销售工作任务，起到积极的作用。xxxx年前三季度共开展x次促销活动，分别为xxx活动、xxx活动、xxx活动等。

1、市场竞争环境更加激烈，生意越来越难做

我们连锁店旁边批发市场多，新超市不断的增加，使得市场竞争环境更加激烈，有限的顾客不断被分流，生意越来越难做。

2、促销活动受限制，扩大百货商品销量有困难

促销活动是扩大食物、百货商品销量的一个重要举措和有力手段，但是受城市管理的影响，不允许我们搞场外活动，而店内促销达不到一定的效果，这给我们连锁店扩大食物、百货商品销量带来实际困难。

3、员工队伍不够稳定，给正常销售工作带来影响

总而言之，我们连锁店各项工作是靠员工做的，没有一支稳定的员工队伍，要扩大食品、百货商品销量，增加经济效益是困难的。我们连锁店员工队伍不够稳定，具体表现为：一是员工流失率过高，部分员工入职时间不长对业务熟悉后又辞职，造成新员工多，对业务不熟悉，影响业务的开展。二是员工薪酬不高，服务态度不够好。因为薪酬不高，员工惰性强，工作积极性不高，防损意识不强，收银员的服务态度不好，没有按照“五唱”要求去做，部分营业员和导购服务态度有时候不好，都给工作的正常发展，带来一定的困难。

4、连锁店管理不够精细化，影响店内各项工作

由于平时店里工作繁忙，日常事务多，化去了店里领导大部分时间和精力，很少有时间能静下心来，考虑管理情况，以致店里管理不够精细化，防损把关不严格，没有认真去做，一定程度上影响了店内各项工作的发展。

1、加强思想教育工作，稳定员工队伍

我们连锁店要进一步加强思想政治工作，针对员工的思想问题进行教育，帮助员工解开思想疙瘩，提高员工的政治思想觉悟，热爱企业，热爱工作岗位。同时加强对员工的关爱，通过扩大食品、百货商品销量，提高员工待遇。通过以上工作，稳定员工队伍，促进连锁店销售工作发展。

2、抓好自身建设，提高服务水平和质量

我们连锁店要努力按照业务精、善经营的复合型高素质的要求对待自己，加强业务知识学习，全面提高业务和管理素质，实现日常管理规范化和精细化，做好食品、百货商品防损工作，减少经济损失，增加经济效益。要加强对员工的业务培训，增加员工的业务知识，熟悉食品、百货商品经营。要改进和提高服务态度，热情、礼貌、文明接待顾客，营造良好

销售环境，提高食品、百货商品销量，增加经济效益。

3、加强促销活动，扩大百货商品销量

我们要在促销活动上，动脑筋想办法，利用第四季度的销售旺季，多开展一些促销活动，要营造浓厚的促销声势，运用各类促销措施，增强对顾客的吸引力和购买欲望，使促销收到良好成效，为完成全年目标销售任务，奠定坚实基础。

我们连锁店要在完成前三季度销售任务的基础上，再接再厉，加强学习，深化管理，以求真务实的工作作风，以创新发展的工作思路，奋发努力，攻坚克难，把第四季度工作提高到一个新的水平，创造良好成绩，为公司的健康持续发展做出应有的努力与贡献。

美的营销计划书篇二

工作计划就是对未来工作的规划。以下是由计划网小编为大家精心整理的“门店销售工作计划”，欢迎大家阅读，供大家参考。更多内容还请关注计划网哦。

为做好店面管理日常工作，在尚未了解公司的整体战略目标和经营思路的前提，我凭借我自身工作经历实践初步计划从如下几步入手开展我的工作。

第一：基本情况摸底

- 1、基本硬件：店面、样柜、品牌经营权、广告投放
- 2、基础团队：销售、设计、安装、文员、(老板)
- 3、基本制度：工资制度、各种规范性文件

第二：日常管理的规范化和流程优化

(一)店面工作表格化管理

熟悉店面日常的工作，整理收集现有公司规范制度和表格，分析总结现有表格的优缺点，重点整理以下日常工作：

- 1、日常客户来访登记
- 2、日常客户合同登记
- 3、日常客户回访等记
- 4、日常客户投诉与信息反馈登记
- 5、日常店面人员工作交接登记
- 6、日常店面设计师派单登记
- 7、日常店面财务登记
- 8、日常店面人员考勤

(二)形成例会制

1. 通过日、周、月例会总结前一阶段的销售结果，下发和明确今天的目标作任务。
2. 及时传达公司和商场相关文件和通知。
3. 激发员工责任感，完善激励机制，调动店面人员的积极性。
4. 优秀销售案例的分享与总结

(三)加强卖场巡视的督导的作用

1. 主要对商品陈列，卫生清洁，员工形象，人员的服务态度，

促销情况检。

2. 调动销售人员的积极性，活跃气氛。
3. 维护卖场环境整洁，及时主动协助导购人员解决消费过程中的问题。
4. 收集顾客建议和意见及时反馈公司。

第三：销售任务管理

(一)：销售目标管理与细化

- 1、数据分析：历史数据、竞品、同级市场、政策、环境
- 2、前景预测，全员认可销售目标
- 3、任务分解：时间分解、店面分解(人员分解)
- 4、目标激励：通过现有制度进行各类有效激励。
- 5、方案支持：促销方案、小区团购、广告支持、促销支持

(二)优化自身资源，开拓多渠道，提高门店业绩：

- 1、开拓顾客购买橱柜渠道市场。(力求对每个渠道可以定制一个目标和推广的方案)
- 2、提升现有团队的服务和技巧提高店面的成交率，具体工作计划如下：

a□提升店面销售的服务意识

操作方向：制定统一的服务标准，引入考核机制。

b□训练店面销售人员的沟通技巧

操作方向：定期开展模拟演练和沟通技巧的培训

c□针对自己对产品卖点进行重新梳理，找寻产品的优点及给客户带来的利益点。

操作方向：产品卖点，销售话术，攻心销售等培训

d□对竞品调研与分析。

操作方向：对竞品调研与分析，找准自身品牌真正的经争对象，找寻竞品优缺点，实行有效竞争。

3、扩大关联产品销售力度

操作方向：实行提高衣柜，电器的配套率来增加销量

4、做好店内vip客户的管理。

操作方向：实行店内vip客户的登记管理，节假日定期回访。

第四：团队培训提升：

1、产品特点销售话术统一与训练

2、销售技巧与问话技巧的沟通与说服力训练。

3、竞品分析与标准话术

4、关联产品销售标准话术

5、电话接听服务标准话术

第五：店面销售过程监控与日常解决问题

(1) 负责对店面销售人员，设计人员，业务人员的工作管理、分配与协调。

(2) 实行任务细化管理，协助各销售人员达成公司下达的各项销售指标。(4) 负责建立店面完善的客户信息档案，督促与监督销售人员跟进、服务好每一个顾客。

(5) 负责协助店内人员处理日常顾客的疑问、投诉和店面紧急事务，并视情况及时向上级征求处理意见和汇报处理结果。

(6) 负责通过各种渠道收集与整理竞争品牌和异业合作品牌的相关促销信息、其他动态信息等。

美的营销计划书篇三

空调市场连续几年的'价格战逐步启动了。二、三级市场的低端需求，同时随着城市建设和人民生活水平的不断提高以及产品更新换代时期的到来带动了一级市场的持续增长幅度，从而带动了整体市场容量的扩张[]20xx年度内销总量达到1950万套，较20xx年度增长11.4%[]20xx年度预计可达到2500万-3000万套。根据行业数据显示全球市场容量在5500万套-6000万套。中国市场容量约为3800万套，根据区域市场份额容量的划分，深圳空调市场的容量约为40万套左右，5万套的销售目标约占市场份额的13%。

目前格兰仕在深圳空调市场的占有率约为2.8%左右,但根据行业数据显示近几年一直处于“洗牌”阶段，品牌市场占有率将形成高度的集中化。根据公司的实力及20xx年度的产品线，公司20xx年度销售目标完全有可能实现.20xx年中国空调品牌约有400个，到20xx年下降到140个左右，年均淘汰率32%。到20xx年在格力、美的、海尔等一线品牌的“围剿”下，中

国空调市场活跃的品牌不足50个，淘汰率达60%。

20xx年度lg受到美国指责倾销；科龙遇到财务问题，市场份额急剧下滑。新科、长虹、奥克斯也受到企业、品牌等方面的不良影响，市场份额也有所下滑。日资品牌如松下、三菱等品牌在20xx年度受到中国人民的强烈抵日情绪的影响，市场份额下划较大。而格兰仕空调在广东市场则呈现出急速增长的趋势。但xx市场基础比较薄弱，团队还比较年轻，品牌影响力还需要巩固与拓展。根据以上情况做以下工作规划。

根据以上情况在20xx年度计划主抓六项工作：

1、销售业绩

根据公司下达的年销任务，月销售任务。根据市场具体情况进行分解。分解到每月、每周、每日。以每月、每周、每日的销售目标分解到各个系统及各个门店，完成各个时段的销售任务。并在完成任务的基础上，提高销售业绩。主要手段是：提高团队素质，加强团队管理，开展各种促销活动，制定奖罚制度及激励方案(根据市场情况及各时间段的实际情况进行)此项工作不分淡旺季时时主抓。在销售旺季针对国美、苏宁等专业家电系统实施力度较大的销售促进活动，强势推进大型终端。

2、代理商管理及关系维护

针对现有的k/a客户、代理商或将拓展的k/a及代理商进行有效管理及关系维护，对各个k/a客户及代理商建立客户档案，了解前期销售情况及实力情况，进行公司的企业文化传播和公司20xx年度的新产品传播。此项工作在8月末完成。在旺季结束后和旺季来临前不定时的进行传播。了解各k/a及代理商负责人的基本情况进行定期拜访，进行有效沟通。

3、品牌及产品推广

品牌及产品推广在20xx年至20xx年度配合及执行公司的定期品牌宣传及产品推广活动，并策划一些投入成本，较低的公共关系宣传活动，提升品牌形象。如“格兰仕空调健康、环保、爱我家”等公益活动。有可能的情况下与各个k/a系统联合进行推广，不但可以扩大影响力，还可以建立良好的客情关系。产品推广主要进行一些“路演”或户外静态展示进行一些产品推广和正常营业推广。

4、终端布置(配合业务条线的渠道拓展)

根据公司的xx年度的销售目标，渠道网点普及还会大量的增加，根据此种情况随时随地积极配合业务部门的工作，积极配合店中店、园中园、店中柜的形象建设，(根据公司的展台布置六个氛围的要求进行)。积极对促销安排上岗及上样跟踪和产品陈列等工作。此项工作根据公司的业务部门的需要进行开展。布置标准严格按照公司的统一标准。(特殊情况再适时调整)

美的营销计划书篇四

作为一名店长，要搞好店内团结，指导并参与店内的各项工作，及时准确的完成各项报表，带领店员完成上级下达的销售任务并激励员工，建立和维护顾客档案，协助开展顾客关系营销，保持店内的良性库存，及时处理顾客投诉及其他售后工作。

一、早会——仪容仪表检查，开心分享工作心得及服务技巧，昨日业绩分析并制定今日目标，公司文件通知传达。

二、在销售过程中尽量留下顾客的详细资料，资料中应详细记载顾客的电话、生日和所穿尺码。可以以办理贵宾卡的形式收集顾客资料，并达成宣传品牌，促成再次购买的目的，

店内到新款后及时通知老顾客(但要选择适当的时间段，尽量避免打扰顾客的工作和休息)，既是对老顾客的尊重也达到促销的目的，在做好老顾客维护的基础上发展新顾客。

三、和导购一起熟知店内货品的库存明细，以便更准确的向顾客推荐店内货品(有些导购因为不熟悉库存情况从而像顾客推荐了没有顾客适合的号码的货品造成销售失败)。及时与领导沟通不冲及调配货源。

四、做好货品搭配，橱窗和宣传品及时更新，定时调场，保证货品不是因为卖场摆放位置的原因而滞销。指导导购做好店内滞销品和断码产品的适时推荐，并与领导沟通滞销货品的具体情况以便公司及时的采取相应的促销方案。

五、调节卖场气氛，适当的鼓励员工，让每位员工充满自信，积极愉快的投入到工作中。销售过程中，店长和其他店员要协助销售。团结才是做好销售工作的基础。

六、导购是品牌与消费者沟通的桥梁，也是品牌的形象大使，从店长和导购自身形象抓起，统一工作服装，时刻保持良好的工作状态，深入了解公司的经营理念以及品牌文化，加强面料、制作工艺、穿着保养等专业知识，了解一定的颜色及款式搭配。最主要的是要不断的提高导购的销售技巧，同事之间互教互学，取长补短。

七、做好与店员的沟通，对有困难的店员即使给予帮助和关心，使其更专心的投入工作。做到公平公正，各项工作起到带头作用。

会有更多的切入点，更大程度的赢得顾客的信赖。

美的营销计划书篇五

- 1、市场分析。也就是根据了解到的市场情况，对产品的卖点，消费群体，销量等进行定位。
- 2、销售方式。就是找出适合自己产品销售的模式和方法。
- 3、客户管理。就是对一开发的客户如何进行服务和怎样促使他们提高销售或购买；对潜在客户怎样进行跟进。
- 4、销量任务。就是定出合理的销售任务，销售的主要目的就是要提高销售任务。只有努力的利用各种方法完成既定的任务，才是计划作用所在。
- 5、考核时间。销售计划可分为年度销售工作计划，季度销售工作计划，月销售工作计划。考核的时间也不一样。
- 6、总结。就是对上一个时间段销售计划进行评判。以上六个方面是计划必须具备的。