# 最新市场策划工作计划逐月排期(优秀9篇)

在现代社会中，人们面临着各种各样的任务和目标，如学习、工作、生活等。为了更好地实现这些目标，我们需要制定计划。那么我们该如何写一篇较为完美的计划呢？那么下面我就给大家讲一讲计划书怎么写才比较好，我们一起来看一看吧。

## 市场策划工作计划逐月排期篇一

随着新生入学，老生年级的提高，有人买了许多对自己无用的东西，有人的旧物如弃之不用、丢之可惜的'鸡肋。而这些物品，正可能为其他同学所需。所以组织在校生进行一次校园的学生跳蚤市场活动很有必要。这在让同学清理卖出对自己无用之物的同时也可以使其他学生以低廉的价格买到有用之物。校学生会联合各学院学生会举办这次活动，为同学们提供这个互助交流的机会。

1、为活跃校园文化氛围，为丰富学生课余生活，为循环利用物资，为提升学生的勤俭节约意识，也为展示学生多彩的创意才能，突显积极环保的市场文化内涵，特此举办本届跳蚤市场活动。

2、周易有言，“君子以俭德辟难”。对学生而言，我们能做到的节约多属举手之劳，浸透在学习、生活和工作的细微之处。节约个人开支，节约地球资源，节约社会财富。坚持不懈地做好节约小事，不仅能展示一个人认真于小节的态度，还蕴含着有志于大节的高尚道德素质。借由跳蚤市场之机，为学生提供一个互利互惠的交易平台，不仅能促进校园内空置物品流动，还能营造厉行节约的社会氛围，宣扬一种勤俭朴素的生活作风。

3、跳蚤市场，也是理财能力锻炼、人际交往锻炼的好场所。通过摆摊、经营、购买等环节，可以让学生熟悉市场经营过程，培养学生的创业和市场经济意识，认识市场规律和规则，增强大学生关注经济社会发展、关注市场的意识，切实为学生与社会接轨提供经验。同时能增强学生的实践能力，促进同学交往。

4、跳蚤市场大力弘扬创业精神，充分体现时代特征性，为我们学生之间提供了一个互利互惠的交易平台，一个展示和锻炼能力的舞台，意义重在提高学生的实践能力以及同社会亲和度。

活动时间：20××年11月3日—11月9日（11月3—5日各学院收集物品，6—7日各学院整理物品，8—9日上午8：00—下午18：00各学院学生会负责本院物品收集整理以及出售）

活动地点：校本部广场

活动对象：全体在校生

主办方：校学生会

协办方：院学生会

销售物品：书籍、学习用品、生活用品、手工艺品等二手物品

1、获得学院准许。

2、由学院团委和指导老师组织、指导，由校学生会主办，院学生会协办，各学院学生会和学生个人参与活动。

1、活动开始前校负责人与各学院学生会负责人商议活动具体明细并公布场地规划图：

2、院会负责人结合实际确定所需人员、帐篷、桌椅。

3、宣传：与广播站协调做好本次活动宣传，在公告栏等处张贴宣传海报和横幅。并通过qq群、贴吧、论坛等方式对此活动进行宣传，加大影响力。活动前备好宣传海报、横幅、桌椅、音响等所需物品。

4、布置：于活动前申请经费，购买横幅、海报、标价贴纸等活动所需物品，借好帐篷和桌椅。

5、收集物品：11月3日—5日下寝室和去办公室向老师收集物品，记录买主和售价，交由学生会统一存放，为物品贴好价格标签。统计各摊位总货物表、销售表、购物单等。

1、学生会于11月8日早晨7：30之前进行现场布置，搭好帐篷、摆设桌椅，运送物品至文化广场并分类摆放，避免损坏物品。

2、现场安排工作人员负责维持秩序，收款、清场，每组人数视情况而定。

3、现场安排宣传部等相关人员进行全程跟踪拍摄，并采访部分同学和工作人员，为后期宣传总结搜集素材。

4、下午18：00活动结束后整理展台，做好清洁工作，剩余物品运回并妥当存放。

1、各院会对所有物品进行清点，并核对收支、账目。

2、活动结束后按原来定价将售出资金发放于物主。未售出物品归还给物主。损坏物品由学生会按原来定价赔偿，并向其解释道歉。在一周内完成所有清点和现金、物品归还工作。

3、各院会和校会在后期工作结束后开展总结会议，提出值得表扬和需要改进之处，加强交流，积累经验。

1、物品售价需低于市场价，未登记物品不得交易。不得出售不利于大学生身心健康的物品或违禁物品，如若发现，一律取缔。其他拒收物品：衣服、鞋子□cd□已拆封化妆品、批发货物和超过300元的贵重物品。单价50元及以上物品需要与学生会签订协议。

2、向老师和同学收集物品时应礼貌、热情对待，不在休息时间前往。

3、学生在跳蚤市场内需服从学校管理，保证环境整洁，维护整体形象，文明交易，交易活动公平自愿。

4、非在校生禁止进入跳蚤市场兜售商品。

5、收尾工作由各摊位负责人打扫干净，最后由学生会工作人员检查。

6、如遇下雨、强风等恶劣天气，活动时间将酌情延迟，另行通知。

于活动前一天召集各摊位负责人与工作人员，进行场地划分安排和活动工作安排。提前做好人员资料登记表，工作人员安排签到表。

活动负责人：

活动场地布置：

现场工作人员：

值班人员：

宣传人员：

活动后清理检查人员：

根根据具体情况来制定

## 市场策划工作计划逐月排期篇二

1、参与制定并执行项目全程营销方案，包括但不限于项目定价、促销及推广方案等；

2、进行市场分析、项目分析、竞品分析与市场监控等；

3、协调内外部合作关系、利用内外部资源，促成营销业绩达成；

4、参与销售现场管理工作，包括人员招聘、培训、销售考核、团队建设等；

5、上级安排的会议组织和报告撰写等工作。

1、本科及以上学历；

2、1年及以上房地产营销策划工作经验或广告、传媒、活动执行等相关行业从业经验；

4、具备良好的沟通表达能力和优秀的文字功底；

5、抗压能力强，吃苦耐劳，勤奋务实。

## 市场策划工作计划逐月排期篇三

20xx年，区市场_紧紧围绕全面实施“三区”战略，高水平建设“海上花园”目标，以创建省级食品安全区为载体，以服务为己任，以监管为内核，圆满完成了全年各项工作任务，扎实推进市场监管各项工作出成效。现将一年来工作情况报告

如下:

(五)坚持高质量发展，强力推进“三强一制造”战略。一是“质量强区”战略深入推进。确定区电器商会、区民宿协会为试点，推行行业协会在行业自律、质量提升、质量共治等方面共治试点工作;以汽车配件产品行业为重点，集中开展质量提升攻坚行动，举办质量提升专题培训班等2期，新增卓越绩效模式企业2家;发挥龙头企业带头作用，通过经验分享、观摩学习等方式提高“品字标”品牌的认知度和影响力。二是“标准化+”战略全面实施。发动企业积极参与“浙江制造”标准，主导制定标准4项，成功立项3个，发布实施1个，完待发布1个，参与制定3项。聚焦海岛渔农业发展，发布《坛紫菜全浮翻转式栽培技术规范》地方标准;实施“大黄鱼生态养殖”、“南美白对虾工厂化养殖”2个区级标准化试点项目，其中前者获省级标准化试点项目立项。三是“浙江制造”培育实现突破。全力开展“浙江制造”品牌创建工作，采取建立重点培育企业清单制度、出台激励政策、对标达标促提升等措施，1家通过“品字标浙江制造”品牌认证，成为全省行业第二家“品字标”浙江制造认证证书企业，实现xx零的突破;2家企业通过“自我声明+保险”的方式申请“品字标”品牌标识使用授权。四是“创新红利”政策切实落地。出台《关于加快海洋经济高质量发展促进海洋强区建设的扶持政策》，对企业首个产品获得“浙江制造”品牌认证的奖励30万元，后续每新增一个的再给予奖励10万元。企业被认定为“品字标”企业的给予一次性奖励10万元。对主导制订“浙江制造”标准奖励30万元，参与制订奖励10万元。另外，市名牌产品奖励从过去的2万元提高到5万元。

(六)坚持肃风正纪，致力打造过硬“市监铁军”。一是补充精神“钙剂”，筑牢思想之“基”。对下属事业单位党风廉政实行“点题”例会制度，每月定期听取汇报，实现一方整改和全面整治。切实加强廉政风险防控，共排查廉政风险点210余个，建立防控“铁规”240余条，划片区开展廉政家访活动走访152人，构建家庭反腐防线。同时赴_、旁听庭审

接触零距离警示教育，截至10月底，已有50余名干部职工参加旁听庭审，20余人走近_聆听说法。二是加强学习历练，蓬勃能力之“树”。开设“青年讲坛”，加强业务骨干传帮带，青年干部交互学;出台读书班实施方案，编发读书班班刊，发表读书体会、生活感悟和作业赏析;开展青年干部轮训，落实纪律、担当、责任信念。截止10月底，青年讲坛已有42位干部开坛讲授，2名干部回“家”讲课，3名干部客串“青年讲坛”主讲。三是坚固反腐倡廉堤坝，强化纪律之“弩”。开展党风廉政每月一督查，对公务用车、人员在岗履职、应急值班纪律等内容进行明察暗访;开展行风评议科室大回访部门整体形象和参评单位的评议满意度。截至10月底，开展正风肃纪督查10次，3人次、3个基层所被通报批评，发出责任建议书7份，共开展回访50余起。

20xx年，区市场_将紧紧围绕区委区政府和上级局的工作部署，坚持创新提速、服务提质、监管提效、维权提档、安全提升、队伍提能，不忘初心，牢记使命，履职尽责，全力推进市场监管工作再上新台阶。

## 市场策划工作计划逐月排期篇四

一个品牌市场拥有的数量与占有例关系到一个品牌的存活以及成长，因此开拓与管理好市场对一个企业是具有重要地位的大事。具体到鞋业市场的开拓与管理，我认为可以从以下几个方面考虑与行动。

第一步，熟悉我情，行情与敌情：

首先必须熟悉我情，我认为要熟悉我情必须做好以下几点：

一、熟悉公司的背景，公司产品以及目前在同行业中的地位。了解公司的背景，公司的产品以及目前在同行业中的地位直接决定你拜访客户时的心态和底气。

二、熟悉公司产品，特别是产品的优势，产品在目前市场的销售情况和产品有关的知识。熟悉这些后，在和客户谈判时更自如，更容易被客户接受并、对公司产生安全感。

三、熟悉自己产品的生产流程与工艺。这样可以向客户很好的介绍我们产品。

四、熟悉公司营销文化，营销政策及加盟条件以及技术支持，这样有助于我们和客户谈判时把握自己的让步底线，同时让客户感觉到我们公司的运作很规范，加盟后有利可图并且风险较底。

五、熟悉新市场可以利用的一切客户资源，包括和公司有业务联系的单位、主动来电求合作的客户等。

其次是必须熟悉行情与敌情，只有对目前的皮鞋行情相当了解、，才能更好的开拓市场。而行情了解要做到了解全国行情和了解本地行情。

一、了解全国行情要做到了解目前全国市场皮鞋的流行形式，了解各类品牌的销售情况以及市场比例等，了解我们品牌在这类行情的详细情况。

二、开拓一个全新的市场，就必须做到对这个市场的全面了解。、到新市场后，我们要做到一个、“、调查、”、、三个、“、确定、”、及熟悉“敌情”与此地“行情”。

一个调查：充分进行市场调查，是开拓新市场的首要环节，市场调查的过程实际也是自己在市场上找感觉的过程，通过调查要能充分了解竞争对手的市场状况，市场潜力及销售预测，从而寻找机会，发现突破口。做好这个工作，我们可以从以下几个方面入手：

首先，调查这地区的经济水平与消费水平。经济基础决定人

们的消费水平，一个地区经济的好坏直接影响人们的购买力。只有对当地的经济基础有些了解，我们才能知道我们自己需要开发什么样的代理商或加盟商。

其次，调查这地区的消费场所及商业街。每个城市基本上都有自己的商业街，那里集聚了一些服装，鞋业，娱乐的场所，商店。对商业街的基本情况要有一个大概的了解，才使自己好开展工作，使自己能够在工作中做到事半功倍。

还有要调查这一地区与自己处于竞争地位的品牌的一些情况。所谓知己知彼，百战不殆。我们要了解他们在这一地区的销售情况，要了解他们的代理或加盟政策，以及过去，现在与将来他们在这一地区的销售计划与销售动态。了解了这些才使我们能够更好的进入这一地区并处于不败之地。

三个“确定”：

1、据市场需要，初步确定拟选择的渠道经销模式。是自营还是找代理商，是区域独家代理还是多家代理。确定这一点很重要，这直接决定我们下一步要拜访哪一类客户。

2、市场调查的基础上通过分析确定公司产品及营销政策在同行业的地位及优势，并找到突破口。

3、确定要拜访客户的名单。

有了这三个确定以后，我们就可以去开发客户了。

第二步，开发客户

调查市场是为了我们更好的.开发客户，客户开发的成败与好坏直接关系到公司产品在这一地区的销售状况。因此，开发客户是致关重要的一件事。下面我将分析一下我们如何在一个地区开发客户。

首先，在这一地区去发现我们的目标客户。鞋业的目标客户比较广泛，那些从事皮鞋，休闲鞋，童鞋，服装，箱包，皮具等买卖的客户都可以成为我们的目标客户。目标客户的数量不在呼多，我们只有拥有更多的客户目标才能找到更适合我们所要寻找的客户。寻找到目标客户时，我们要去收集他们的资料，主要掌握准客户的姓名、年龄、家庭和电话号码、教育背景、目前收入和将来可能的最高收入。同时还要获知目标客户的兴趣，掌握准客户的情感与性格，以及他们将来的投资计划。还有我们要将我们的产品的信息反馈给目标客户。

其次，在这些目标客户中我们要找出我们的意向客户。意向客户主要是那些目前从事皮鞋，有望扩大投资的，从事其他生意想改行做皮鞋生意的，还有对我们品牌感兴趣的一些人。对这些意向客户，我们要掌握他们的详细资料。在掌握他们的姓名、年龄、家庭和电话号码、教育背景、目前收入和将来可能的最高收入以及他们将来的投资计划的同时我们还要尽可能的收集他们的信息。比如收集他们的资金状况与势力，他们的诚信度，抗风险能力，社会关系网等一系列对代理和加盟我们公司有用的资料。

第三，对意向客户进行公关。此行为关系到意向客户能否能成为我们的合作伙伴的关键，因此在向其公关时我们务必详细，真诚的为其介绍：

1、公司概况及在同行业中的地位，生产规模及能力，质量保证和稳定体系以及我们的产品情况，这主要让客户吃两个定心丸：一是和我们公司可以长期合作，不用担心好不容易把产品做起来，结果公司垮台了，二是我们足够的货源保证以及产品质量保证。

2、我们的主要目标市场及市场前景分析，这样就可以让他看到我们产品广阔市场以及销售的低风险。

3、我们的市场拟推广方案，包括一系列销售计划，促销方式，广告投放等情况。让客户感到公司对代理与加盟商的负责与关怀，感到我们是在共同经营，共同赢取利润。

4、我们对代理商，加盟商的产品和技术支持，包括一系列的换货，退货方式与比例，帮助招牌与培训业务员，帮助开发市场等。免去许多客户由于经验不足而造成损失。

5、为其介绍赢利系统，使其知道加盟我们公司是有利可图的。

6、我们公司对经销商代理加盟的基本条件，让他知道怎样才能成为我们的代理与加盟商。等一些我们和客户都关注的问题。在对意向客户介绍这些东西时要内容适当并具有一定的煽动力和亲和力，使其对我们的产品具有相当的兴趣。

第四，在初步选定了一些意向性经销商后，尽量邀请并促从客户到公司考察，这样我们可以更加详细的给他介绍我们产品，政策。这是促成合作成功的重要手段。因为我相信每一个到过我们公司的客户对和我们合作都会信心大增。

第三步，确定代理商，加盟商。从几个意向性经销商中选择最适合我们品牌，并对我们品牌较认同，而且势力不错，信誉度较好，有事业心和对产品有信心，并且现有网络渠道较广、的客户为我们的合作伙伴。并且同他签定合作协议书，展开我们的合作事宜。

第五步，当我们确定代理商，加盟商以后，我们的工作就转变为管理，开发这个市场，并兑现我们以前与、合作伙伴的承若。

1、帮助经销商招聘、培训业务员；

2、帮助经销商确定适合该市场的产品；

3、帮助经销商确定适合该市场的价格体系；

4、协助经销商进行超市、商场的进场谈判；

5、协助经销商开发网点；

6、培训经销商的仓库保管人员等。

通过以上几步工作，新市场开拓才算基本完成，而市场开拓仅仅是营销工作的第一步，后面的工作将更加艰巨而伟大，但我相信：只有具备良好的开端，才可能有后面的辉煌！

## 市场策划工作计划逐月排期篇五

随着经济发展，生活水平显著提高，水果正逐步由数量型向质量型改变，小商贩和传统的水果店以无法满足广大消费者对水果品质以及购买环境的要求，因此水果专卖店能够得到市场的认可，这是果品销售的发展必然趋势。

在欧洲等发达国家的国内市场，大都有自己的果菜集团，自己实行直销和特许连锁经营。如欧洲的埃康迪批发市场，较早的进入这个领域。现在已拥有6000家连锁店和10000家小店，垄断着德国同类产品21%的销量，外来的客商无法与之抗衡。

现在，中国水果的主体市场尚处于幼稚期，但市场容量递增速度却很惊人。如果，这一时期，不先行导入，抢占战略制高点，以后进入将面临较高难度，在战略上也会受制与人。

同比‘便利店’的特许加盟，水果专卖店具有投资少，技术含量低，易操作，利润大和回报快的优点。不久的将来，必然成为一个新的加盟热点。

(一)消费群体分析

水果，这种大众消费品已逐渐转变为生活必需品，是大众消费的一个重要组成部分。目前，大众消费群体的水果消费途径是由以下两种方式组成：

(1)集市水果摊

(2)大型超市

针对一般消费群体而言，主要的水果消费途径是集市水果摊(菜市场、街道流动小贩)，他们往往选择时令水果作为主要消费对象，对非时令水果、进口水果等中高档水果的选购相对较少，他们也会在去大型百货超市集中采购的过程中选购水果。

此类消费群体以中老年消费者居多，他们时间充裕，能够很有耐心的挑选水果品质、权衡价格希望能够得到最大的实惠。他们的消费特点是：要求便利、要求低价、对比选购性强。

对于中高档消费群体而言，水果消费的主要途径是来源于大型百货超市和社区便利店。这部分人群以中青年为主。他们每日忙碌于工作和交际，日常消费品的采购一般是在周末或节假日，在大型百货超市进行一站式购齐。而这部分消费者更看中水果的品质和种类。他们往往会对新鲜、新奇的水果种类显现出喜好和偏向。

按以上两种消费途径为维度进行表格分析，具体如下：

通过上面的对比表我们能够发现，两个消费群体的消费心理略有不同，但是都对水果销售商提出了要求。为了能够满足这两种消费群体的消费心理，也为了顺应市场需求，就需要有既便利、低价又时尚、提供高品质商品的零售形式出现，这就是本报告所要研究的“水果连锁超市”的销售形式，也是“水果连锁超市”的基本定位。

水果连锁经营实行的是团体作战，灵活和及时的配送，可以保持各单位货品的新鲜度集群开店，可以降低成本，货品采购和配送成本，其高度一致的整体行动和区域市场占有密度，可以迅速扩大品牌的知名度和占有市场，其特性完全符合水果销售。

结论：

水果连锁超市的市场定位是——低价、便利、时尚、诚信、高品质、服务优。主要服务对象为中高收入阶层，辐射低收入人群。

(二)市场前景分析

## 市场策划工作计划逐月排期篇六

为了抓住产品市场的脉搏，把企业的各种优点理念、企业文化、优质产品等与社会各界沟通，让策划的行动被所有的`人所了解同时感动所有的人，使以后策划的行动得以顺利进行。

1、主要调查：9月1日一9月15日，

1、用户的特点调查：人口，规模，分布，构成，变动情况，城市，农村，主要用户，次要用户，地址，电话。

2、影响用户因素：购买力大小，社会风俗，习惯，文化水平，民族特点，购买特点购买什么样的产品。

3、用户的需要调查：现实需要，潜在需要，意识到但未及时购买，未意识到但以后会购买，不购买。

4、产品在销售区是独家不是多家，产品是否满意；诺不满意原因是什么；产品畅销还是贷销原因。

5、产品处于生命周期中那一阶段，是否有妖折危机感。

6、价格在市场上有无竟争力？用户对价格反映？市场中价格优况对哪些产品有利？对哪些产品不利？哪些产品好买？哪些代销？价格波动有多大发展趋势如何。

6、企业销售量是否适应环境需求，现有渠道是否合理？如何扩大销售渠道减少中间环节？如何正确选择广告媒体，广告效果如何？营销组合策略是否妥当效果如何。8、竟争环境笮样，竟争的力量，竟争结构与规划，竟争内容与手段对手基本情况。

1．您是从哪里得知这一消息？

2．您是否听说过我们的新产品“今越醒酒丹”？

3．您是否有过糖尿病史？

4．您亲戚朋友是否有过糖尿病史？

5．您是否希望尽快得到治疗？

6．您是否希望帮助亲戚朋友尽快得到治疗？；

7．您对送礼送健康是否也有认同感？；

8．您愿意购买我们的“今越糖可营养片”吗？；

## 市场策划工作计划逐月排期篇七

1、本着＂你的多余，我的需要＂理念，通过旧物循环利用，以物换物和以钱或奖卡换物的方式，推广循环经济、生态环保的思想。让学生把家中闲置的.文化用品、玩具、小饰品、图书拿到交易市场与同学等价交换或奖卡或钱物交换，从而

培养孩子不浪费自己的物品、节约资源、爱护环境的意识和良好的行为习惯，让学生们体验＂公平买卖＂、＂劳动快乐＂，结识更多的朋友。

2、通过交易，让孩子们初步感受市场经济，给学生创设理财平台，学会推销、购买商品，设计促销标语、广告、海报，增强团队意识，培养和加强学生的合作、动手、交流创造等能力。

xx年x月xx日15：00－－－16：30

xx教育二楼大厅

学生，家长。

一）准备工作

1、发动宣传，各班级根据活动内容和形式安排好经理、售货员、推销员、环保员、管理人员等，并进行适当的技术培训。

3、准备销售物品时，要先整理自己的商品，可以分年级的形式来经营商铺。为销售作好前期准备。

4、要先给自己的展位（小商店）选定名称，可制定促销展板、标语、条幅、海报，促销口号。（自行安排）

5、每位队员要准备好一定数目的零用钱或奖卡（带零钱，需家长同意）积极参加本次活动。

二）义卖物品要求：

1、可以是自己多余的学习用品，看过的图书，用过的玩具及多余的小摆设，自己制作的手工艺品、书画作品等，以自己多余的物品为佳，可以自己动手准备健康食品。

2、义卖物品要求健康、卫生、安全，老师对义卖物品进行验收后才能进入义卖市场。

3、所有物品要求质量较好，必须保持五成新。（老师把好质量关）

4、每位学生准备的物品须经家长同意。

5、每件物品都先贴上标价（标签也可向老师领取），每件物品价格10元之内（个别商品除外），家长或老师把好出售价格关。

1□x月x日14：30开始布置展位。由前台负责安排把商品放在指定的商铺上，并对年级的商铺进行布置。

2、义卖开始时间：15点。各年级进行义卖活动，学生到各个商铺自由选购物品，做到文明购买。

3、配老师协助管理商铺，营造欢乐、活泼、文明、安全的商品贸易环境。

4、16：30活动结束。打扫卫生，评选＂经营者＂。

1、欢迎家长们一起参加此活动。

2、义卖活动要注意不局限年级。活动中要求所有的＂销售人员＂要求对顾客做到微笑服务、优质服务。

3、在活动中还需要保持校园卫生，不乱丢纸屑，各展台活动后搞好场地卫生。评选小组将对整个活动过程进行卫生监督，对有不讲卫生行为的个人或展台进行点名批评或终止交易。

4、选出管理人员在义卖过程中维护好秩序。

5、老师要关注和处理好交易过程中出现的意外问题。

6、学生买卖物品时，注意钱或奖卡要妥善保管，以免丢失。

## 市场策划工作计划逐月排期篇八

1、通过此次义卖活动，丰富幼儿角色体验，培养幼儿良好生活习惯，提倡低碳生活绿色环保，积极参与建设节约型和谐校园。

2、培养幼儿乐于助人、乐于奉献的品质，体验奉献带来的快乐。激发他们从自我做起、从身边的每一个小事做起，把自己无私的爱奉献给身边每一个需要关爱的人。

大班各班教师协助捐赠义卖活动。

1□x月x—x日各大班家长与幼儿准备义卖物品。家长及幼儿统计定好价格，并贴好标签，要求价格合理。各班教师协助指导。

2、各大班根据活动内容和形式建议家长安排好当日的摊位，并做好横幅，桌布等准备。

3、幼儿园准备摄像机、照相机等。

幼儿园大操场、草地以及两座教学楼楼下大厅

1、各大班要建议家长及幼儿的摊位有自己的名称，标记、帽子、头饰或服装相对显眼、统一。

2、义卖所得款项由专人保管，最后由每班派出一名家长代表参与统计。

3、义卖物品要求：

1）所有物品要求质量完好，必须保持七、八成新。

2）品种可以多样化。可以是学习用具、玩具、玩偶、鞋子、衣服……自制食品一定要新鲜，卫生。

3）义卖物品要求健康、卫生、安全，班主任对要对义卖物品进行把关才能进入义卖市场。

4、经验准备：

1）谈话活动《爱心义卖》

2）游戏活动：爱心义卖（在活动中老师要引导幼儿去欣赏别人的作品，同时也要幼儿学会大胆展示自己的物品，推销自己的物品）

3）认识钱币

1、周五下午15：30，欢迎各大班家长、幼儿和老师布置好跳蚤市场义卖位置，统一时间开始活动。

2、允许前来购买的幼儿进行还价，以公道的价格将物品卖出。

3、活动中所有服务人员要求对顾客做到微笑服务、优质服务，让顾客买得称心。

4、剩余商品降价销售。

5、结帐，点钞，装袋，写明班级及所捐款额，集中各班义卖所得的钱款，并向大家公布本次义卖活动的总金额。

6、各班整理自己场地。

1、教师对售卖商品质量、价格作适当指导，并对各班摊位的个数心中有数，请于x月x日报送年级组长。

2、班主任要关注和处理好交易过程中出现的意外问题。

3、在活动中还需要保持教室卫生，不乱丢纸屑，各摊位活动后搞好场地卫生。

## 市场策划工作计划逐月排期篇九

塑造企业文化，提高企业知名度和美誉度。提升品牌形象，让家长信任并选择平放教育。

目前家教市场需求大，公司众多，竞争激烈。一线品牌大约有铸城，益智，龙文，学大等。他们主要采取大量广告投放的方式已经在家长心中建立起一定的品牌形象。大部分家长会优先选择。二线品牌众多，我们公司也位列其中。目前现状是知名度低，没有自己的竞争优势。

所有家长中约有80%的家长希望孩子上补习班或者请家教，其中补习班和家教的比例大概在7：3。而有家教需求的家长中曾经或者正在补习的小学家长站30%中学50%。大部分家长了解多家教公司，他们选择家教公司的原因一般为师资和费用。拒绝家教公司的原因一般为孩子补习效果不好或对小型公司不信任。我们公司可以通过传单或者短信将公司信息传达给家长，但是家长由于没有听说过平方教育很少主动咨询。上月家长会期间发发放了1万6千余份宣传资料，但是只收到少量咨询电话说明单单让家长知道公司是不够的。必须让家长信任我们公司。

目前我公司与家长有直接关系的部门为咨询部，教务部，和市场部，其中咨询部制度完善，员工能力突出，每天能接到少量电话咨询，平均接到8个家长咨询电话就能成一单，80%来访家长能够签单。教务部也能够合理安排学生，但是兼职老师多为毕业大学生或者外地来京老师，一线在职老师很少，教学质量达不到理想水平。学生也只有十几个。市场部目前共有四人，还不够成熟，但一般营销方案都能够实行。

公司内部文化是企业生存发展乃至宣传推广的基础，好的文化能够打动家长，让家长信任我们公司。其中包括公司理念，教育理念，教育目标，教育模式等等。只有确立了公司文化才能通过各种宣传方式把公司宣传出去。比如快乐学习，逐步提高的宣传口号。像新东方一样把公司变成一个精神象征。

目前公司文化应当围绕让家长满意来建设，参考其他公司，有以下提供参考：

1、公司前身，历史，荣誉。

2、具体的教学流程，学校老师介绍可说明优秀老师拥有隐名权，硬件设施。

3、免费讲座，或者收取少量费用的讲座

4、各学校老师比例，可具体分为学校，年龄，一线骨干等。

5、人性化服务，多对一辅导，成功学生案例，辅导效果图。

6、前xx报名者送礼物或者打九折或者凭此单免xx元

7、具体对学生有好处的措施。

8、免费下载试题，免费心理辅导。

9、让更多的孩子享受优质教学资源

10、补习套餐选择

宣传的目的是让家长了解我们公司信任我们公司，也就是建立知名度和美誉度。具体来说目前只要能让家长给我们公司咨询老师打电话或者来访就可以了。宣传方式有两种：

1、口碑宣传：即家长或学生之间交流时对我们公司评价较高，

影响一批人来我们公司补习。公司可以采取两个措施帮助口碑宣传，一是提高教学质量，二是给推荐人一定优惠或报酬。但是目前公司两方面限制口碑宣传，一是师资力量不够强，二是学生比较少。这方面需要教务、咨询部门和市场部门共同努力。

2、广告宣传：想在短期内提升品牌形象和增加学生人数必须投入大量资金进行宣传。我们公司由于广告资金较少，应采取针对性和低价的广告宣传。如发放传单，贴海报，在学校附近投放平面广告，送学生或家长小礼品，在学校举办免费讲座，与相关媒体合作举办作文比赛等活动。