

跑市场销售工作计划 市场销售计划书(大全6篇)

计划是一种为了实现特定目标而制定的有条理的行动方案。什么样的计划才是有效的呢？下面是小编整理的个人今后的计划范文，欢迎阅读分享，希望对大家有所帮助。

跑市场销售工作计划篇一

目前在全国基本上进行了点的销售网络建设，但因为零售价格过低，18.00元/盒，平均销售价格在11.74元，共货价格在3—3.60元，相当于19—23扣，部分地区的零售价格在17.10元/盒，因为为新品牌，需要进行大量的开发工作，而折合到单位盒的利润空间过小，造成了代理商业或业务员不愿意投入而没有进行必要的市场拓展。

经过与业务员的大量沟通，业务员缺乏对公司的信赖，主要原因是公司管理表面简单，实际复杂，加上地区经理的感情及不合适的沟通措辞其他相关因素，造成了心理上的压力，害怕投入后市场进行新的划分、或市场的失控，造成冲货、窜货的发生，不愿意进行市场投入，将变为情感的销售，实际上，因为低利润的原因，这样的情况将可能持续到每个市场的润利润在10000以后才有所改变。

如果强制性的进行市场的划分，因为公司没有进行必要的投入、更没有工资、费用的支持，加上产品的单一、目前利润很少，并没有让业务员形成对公司的依赖、销售代表对公司也没有无忠实地，势必造成市场竞争的混乱，相互的恶性竞争，不仅不能拓展市场，更可能会使市场畏缩。

所有经营活动必须有一个统一的营销模式，而不是所谓的放任自流，凭借代理商的主观能动性去把握和操作市场，因为产品价格定位、产品用途的定位、同类产品的竞争分析等综

合因素的考虑，更不可能期望于业务员替换单盒利润空间大的某个产品，事实上也是如此，与我来公司的前提出的以Otc□以农村市场为目标市场的市场销售定位为主、以会议营销实现网络的组建和管理，迅速提高市场的占有率。而依据业务员的自觉性来任其发展，公司只能听凭市场的自然发展，失去主动性。

到目前为止，公司对市场支持工作基本上为0，而所有新产品进行市场开拓期，没有哪个企业没有进行市场的适当投入，因为目前医药市场的相对透明，市场开拓费用的逐步增加，销售代表在考虑风险的同时，更在考虑资金投入的收益和产出比例，如果在相同投入、而产出比例悬殊过大，代表对其的忠实度也过底。而比较成功的企业无疑在新产品进入市场前期进行必要的支持与投入。四、管理方面分析：

新业务员及绝大部分业务员对公司管理存在较大的怀疑，几乎所有人的感觉是企业没有实力、没有中外合资企业的基本管理流程，甚至彼此感觉缺乏信任、没有安全感。

企业发展的三大要素之一是人力资本的充分发挥、组织行为的绝对统一、企业文化对员工的吸引及绝对的凝聚力。

管理的绝对公平和公正、信息反馈的处理速度和能力的机制的健全。而目前公司在管理问题上基本还是凭借主观的臆断而处理问题。

跑市场销售工作计划篇二

随着网络技术的发展和人们消费观念的改变，越来越多的人选择通过网络购买自己需要的东西。为了了解本校区大学生网络购物情况以及他们对网络购物的看法，特开展此次调查。

通过此次调查，对本校区大学生网络购物情况以及其对网络购物的看法做初步了解。同时，通过本小组成员亲自动手、

共同努力，提高本小组成员的动手能力和与陌生人的交往能力。

1、了解大学生对网上购物的认知与消费情况。

2、对影响大学生网上购物的主要因素及消费渠道进行调研分析。

3、对影响其销售的因素如：价格、包装、促销等因素调研分析。

1、采用问卷调查法：

就调查中所需的信息设计调查问卷，通过访问员对被访者的面访，采用被访者填写问卷的形式从被访者那里收集调查中所需的信息。初步设定问卷量为150份每份问卷内容规范统一，调查过程进行严格监督，调查完毕后对问卷进行仔细审核，筛选出有效问卷。

2、调查过程：

访问员携带问卷到达样本所在地对符合要求的调查对象进行随机访问并保证访问结果真实有效，访问过程中不得给予被访者任何的暗示，或其它改变被访者本来意愿的言行，对被访问者热情礼貌。

3、调研数据录入与分析：

对回收的问卷中的有效问卷中的信息进行初步整理统计。统计后对数据进行详细分析并形成书面报告。

1、调研进度：

(1)、第一阶段：总体方案的确定

(2)、第二阶段：初步市场调查

(3)、第三阶段：计划阶段

制定计划

审定计划

确认修改计划

(4)、第四阶段：问卷设计阶段

问卷设计

问卷调整确认

问卷印刷

(5)、第五阶段：调查实施阶段

执行问卷调查

(6)、第六阶段：数据处理分析阶段

数据统计

数据分析

(7)、第七阶段：报告形成阶段

书写报告

2、经费预算：

调研问卷印刷费： $150 \times 0.20 \text{元} = 30.00 \text{元}$ 。

调研报告印刷费：预计10、00元

跑市场销售工作计划篇三

时间流逝得如此之快，我们又将接触新的知识，学习新的技能，积累新的经验，写好计划才不会让我们努力的时候迷失方向哦。你所接触过的计划都是什么样子的呢？下面是小编收集整理的市场营销计划书，仅供参考，大家一起来看看吧。

（一）企业的目标和任务

“christina咖啡屋”将在位于欧美学院和燕山大学等高校附近的繁华地段开业，它以浓郁的美国乡村气息作为主体格调，并汇以中国特色装饰。尽管校园附近已有西式快餐店、冰淇淋店、街景奶茶店、书吧等，这会占据一定的市场份额，但本店以顾客需求为导向，进行中西结合的服务，满足高校大学师生和周边居民对高品质咖啡屋的需要，具有更强的吸引力。

“christina咖啡屋”将以最快的速度抢占市场份额，弥补需求空白，满足顾客需求，赢得高额利润。为达到预期目标，我们将在严密的市场调查后，展开实施营销计划。分段完成利润额的阶段目标。

（二）市场现状和策略

1、市场现状分析：

一方面，现代大学生越来越追求高品质的生活，对咖啡的需求越来越大，喝咖啡也成了一种文化，一种情调和一种生活方式，咖啡厅已正在成为人与人沟通和自我享受的一个重要场所，咖啡不仅是一种饮料，而且是一种文化氛围和生活追求。它的价值在于能提供给消费者高层次的精神享受。咖啡

市场的需求呈快速递增趋势，咖啡文化消费在校园市场大有可为。“christina咖啡屋”，对市场调研的结果进行了详尽透彻的分析，所设计的产品和室内布置等，一切以顾客的需求为基础，很好地契合了大学生对咖啡的个性化高品质追求，市场发展前景广阔。

另一方面，欧美学院和燕山大学等高校附近的繁华地段目前还没有一家真正的咖啡厅，远远不能满足学子对咖啡的巨大需求。校园附近已有西式快餐店、冰淇淋店、街景奶茶店、书吧等会和我们分享市场份额，成为我们的竞争对手。但我们以差异化的产品，满足消费者的个性选择，再辅之以很有竞争力的价格，定能在校园咖啡市场上独树一帜。

2、策略：

咖啡店经营态势走发展型到稳定型的战略步骤；经营领域从专业化到多元化发展。除此之外还要注意差异化战略、目标集中战略、最佳成本战略。

（三） 主要竞争对手及其优劣势

1、主要竞争对手：西式快餐店中的西式快餐、冰淇淋店的休闲环境、街景奶茶店的奶茶、书吧的上网服务和安静环境。

2、优劣势：

（1）最主要的竞争对手校园书吧，虽然是以经营书刊为主，但是其兼营休闲饮品和收费上网。优点是具有优雅的环境，时尚的装修。在那里既可以喝茶聚会，又可以看书买书，同时可以提供宽带上网服务。他们的同心多元化战略，扩大了产品经营种类和经营方式。缺点是位于某大学内部，虽然小有名气，但是客源有限。区别于此，我们将致力于专营、深化咖啡饮品，以此作为我们的核心优势，吸引更多的顾客。

(2) 其他饮品店，西式快餐店、冰淇淋店、街景奶茶店是我们的同业竞争者，他们的优点是品种多样，消费群体相对较广。缺点是经营范围单一，环境一般。对此我们将抓住顾客对咖啡喜好的特点，重视咖啡的专业化及店内的环境氛围，加深消费者的视觉和感觉记忆，提高对本店的认可度。

3、竞争战略：差异化战略，专业化战略。

(四) 营销外部环境分析

1. 经济

世界经济危机，国内就业形势严峻，国家鼓励大学生创业。

2. 法律法规

3. 成本

店面面积：70平方米

店铺租金：20000元每年

装修及设备：

(1) 咖啡机（双头）8000元

(2) 磨粉机：6000元

(3) 滴滤咖啡机：4800元不等

(4) 水处理设备（过滤掉水中的杂质和怪味，保证咖啡的味道）：1200元

(5) 人员开支：员工3名，每人月工资800元左右。全年共计28800元。

店内装修装饰及杂项21200元。

贷款与流动资金：10000元。

总投资：80000元。

投资回报：咖啡利润率为30%。每天大约30人次，人均消费30元左右。月销售额

为27000元，月利润为8100元。

4. 竞争

(1)、进入壁垒低，竞争性强□christina咖啡屋一旦成功，容易导致同类产品竞争者的跟进。

但是行业进入壁垒低不代表christina咖啡屋经营层次低□christina咖啡屋作为优秀的模式是不容易被复制的。我们也将坚持不懈的进行产品创新，经营创新，努力走在最前面，成为地区校园咖啡行业的领跑者。

(2) 同类产品竞争者的激烈竞争。大学区的竞争者的经营模式容易与christina咖啡屋的相似，所以christina咖啡屋对校内的竞争者的竞争侧重点应放在明晰差异性和加强专业性。区域较外的其他竞争者的规模大，资金雄厚，但运营起来比较迟钝，所以christina咖啡屋对校外的竞争者的竞争侧重点是扬长避短，发挥我们运营的灵活性和及时把握消费者需求敏感性的优势。

5. 技术：新技术的引进，加强了专业化。

用纸制滴液漏斗冲调咖啡

用纯棉滴液漏斗冲调咖啡

用咖啡机冲调咖啡

用液滤装置冲调咖啡

冲调冰咖啡

浓缩咖啡机的基础知识

用专用浓缩咖啡机冲调咖啡

用家用浓缩咖啡机冲调咖啡

用咖啡炉冲调咖啡

喷雾牛奶和泡沫牛奶的制作方法

机器的保养

上百种咖啡种类

6. 社会因素

(1) 校园市场未被开发，潜力巨大。这是christina咖啡屋经营填补的空白，满足了广大师生消费者的一个心愿。

(2) 大学生生活品味提高，个性化追求递增。这与christina咖啡屋发展个性化和时尚的发展理念是契合的，显现出christina咖啡屋广阔的发展空间。

(3) 大学校园内外国留学生和外籍教师需要一个适合他们休闲、方便他们消费的时尚个性咖啡屋。

(五) 内部环境分析

1、优势

及、为客人提供的人性化服务：中英文餐单和服务，优雅个性的环境，舒适的`沙发，无线网连接，包罗万象的时尚杂志和图书，人性化的客户交流纪念照片。这样的产品组合充分考虑消费者的需求，满足消费者的时尚品味。

(2)、专营性□christina咖啡屋专注经营各种时尚咖啡，始终坚持自身发展的主题。其他茶品和快餐仅为辅助，为客人提供方便。这样的经营模式容易提升自身专业化经营水平，更能保证消费者对christina咖啡屋的忠诚度。

(3)、地域优势明显□christina咖啡屋选址欧美学院和燕山大学间的繁华地段，地理上更加接近欧美学院和燕山大学消费者，充分节省顾客时间成本，方便消费者。且密集的人流量易于结队消费，人群集中，易产生示范和模仿消费效应。

(4)、格调的优势。有些消费者本能的排斥商业气息浓厚的咖啡厅，而christina咖啡屋作为学生自己的咖啡屋，异国风情，格调优雅，情感上更容易为消费者接受。

(5)、价格有竞争性。我们将咖啡的价格定在适当的价位，具有更强的价格竞争优势。

2、劣势

(1)、缺乏规模效益。虽然christina咖啡屋规模小导致规模效益的缺乏，但是可以充分利用校内资源，一定程度上降低成本，弥补不足。

(2)、大学生消费时间对我们的局限。这类群体特殊的消费时间相对过于集中，不利于christina咖啡屋的有效循环经营，增加了管理成本和运营费用。

(3)、缺乏经营管理的经验□christina咖啡屋会在坚持自身经营理念的基础上积极探索出属于自己的特色经营管理的道

路，使自己的管理经验成熟。

3、预期变化

首先，是原材料进口咖啡豆的货源是否保证供应。我计划和供应商签订供货协议，支持我的经营不受影响，货源优先供应。

其次，是价格上涨的因素。我不会为了保持原先的零售价格而去改换低劣的咖啡豆。如果价格严重上涨，我或者会自己承担其后果，或者将其转嫁给顾客。当然，我要张贴告示来解释咖啡价格上涨的原因。

第三，不可抗拒的外界因素。我计划通过“意外伤害保险”来弥补这方面的损失。

第四，现在市面上出现一种韩国进口的全自动电脑管理咖啡机，它可以自动出售咖啡，自动调味，四季温度调节，可同时出原豆咖啡，韩国茶，奶茶三种口味的饮品。

针对它的潜在威胁，我们要在产品和服务方面下功夫，增加产品的种类，保证产品的质量，并保持其一贯性。服务要以人为本，诚信经营，照顾每一位顾客的口味，计划开发茶饮品，毕竟有些人习惯喝产品新颖，特色服务。咖啡屋推出的具有异国情调的咖啡、茶品和西方快餐。

（一）公司发展战略——专业化战略和多元化战略

专业化战略是指企业把所有资源和能力集中从事某种核心业务，通过核心业务的发展，建立竞争优势和市场地位的战略。多元化就是丰富附加产品，更好的满足顾客需求，提供方便。

（二）公司竞争战略——差异化战略和集中化战略

产品差异化、服务差异化及目标客户特定为高校师生并细分市场集中化战略。

（三）公司层面和经营层面的战略分析

1、公司层面

从专业化逐步实现多元化——在加强主营产品质量和特色的同时，丰富附属产品的种类，从而更好的满足顾客需求。

2、经营层面

（1）、资源的发掘、利用与整合

（2）、企业自身的定位

（3）、核心竞争力和战略竞争力

（4）、经营模式规划与设计

（一）战略目标/预期效果

我们制定了最初两年的市场进入目标，根据实际调查，只要运营正常，我们有足够的信心实现这一具有挑战性的目标。

第一个月的目标：初入市场，知名度低，盈利能力相对较低，计划实现销售额12000元，占市场份额的5%。

前半年的目标：逐渐提高知名度，市场份额提高，达到20%，实现销售额约180000元。第一年的目标：经过一年的努力。顾客的忠实度提高，市场份额突破30%，实现销售额402720元。同时也将亏损控制在36000元以下。

第二年的目标：加强产品创新及业务拓展，力求市场份额达到40%以上。

目标的实现要有准确的市场定位，结合实际的市场调查，制定正确的营销策略，瞄准目标市场，积极树立良好的品牌形象和口碑。我们将自始至终坚持理念“总有一种味道会在某个时刻打动您”，致力于满足消费者的个性化、高品质需求。同时，对消费者心理和行为反应进行分析，调整产品结构。

（二）目标市场描述（识别特征 及独特的需求、态度和行为）

校园咖啡市场的消费者主要为周边高校的在读大学生（包括留学生）、大学老师（尤其是年轻老师和外教）和其他工作人员。按照对咖啡的不同需求，具体可细分为：普通在校大学生、外国留学生、普通在校教师、外籍教师、学校其他工作人员。

（三）营销组合描述

1、产品/服务

如前所述，产品种类丰富，具有个性化突出的特色。中英文的餐单和中西结合的装饰装修更能吸引留学生和外教们的青睐，也是时尚达人的休闲好去处。饮品中既有百种主打咖啡、椰奶、柠檬茶，又有乌龙、杭州绿茶、酸梅汤；食品中既有匹萨、薯条、三明治，又有中式小甜点。异国情调中却有家的感觉。在这个咖啡店里，你不尽可以品味咖啡，而且可以免费使用无线网，或是看看书和杂志，和店主聊聊天，和其他志趣相投的客人交个朋友。这里是安静优雅的，也是时尚个性的新天地。在经营进入成熟期的过程中，逐渐树自身的品牌效应。对咖啡杯，室内设计都在配合咖啡质感与风格的同时，根据季节等因素适时调整。

2、分销

由于这是我们的第一家校园咖啡店，所以近期没有渠道计划。

不过随着christina咖啡屋的品牌的建立，我们以后会考虑在其他校园附近或内部建设连锁咖啡店。

3、定价

对不同咖啡价格不同，但总体价格与顾客的价格期望值相符，在市场上具有很强的竞争力。附属产品完全采用代销，而且品牌价值高，因而价格比市场价格略高。在经营的过程中，根据顾客反应和市场占有率适当进行价格调整。这样的定价策略一方面可以吸引顾客的注意力，另有方面可增加营业额和提高市场份额。

4、促销

在进行christina咖啡屋的营销传播时，我们将强化本店根据顾客喜好，种类繁多、品质优良的特点及中西双语服务的特色，吸引我们的目标顾客。考虑到我们目标顾客比较集中——大学生群体，为了节省成本的同时，最大限度的扩大宣传效果。在媒体选择上，我们选择大学生关注最多的校内网（秦皇岛部分），进行网络宣传，这样可以最大限度的让每位在校大学生了解本店；在广告方面，我们选择在各公寓天气提示栏冠名，突出本店多种类高品质的特色，这样既可以将本店的一份温暖带给同学们，同时也宣传了本店；在公共关系方面我们将赞助校学生团体，进一步推广本店，拉近本店与同学的距离；此外我们将有间隔地在本店举行三次主题活动，使本店的良好形象一步步深入到同学当中，形成良好的口碑；同时我们会注重本店品牌的建立与传播。为了保证本店的顾客率，我们还会针对不同的顾客群实行特定促销手段，以此吸引更多的顾客和留住老顾客。在本店品牌建立后，我们将会向其他校园进行加盟连锁的方式进行扩张。

5、市场定位

主营咖啡店，同时兼营简单其他饮品和西式甜点。拥有临近

目标消费群体的地理位置，美国乡村酒吧式装修结合中国特色装饰，采用先进的咖啡制作工艺，中英文双语餐单及服务，免费提供图书杂志阅览和无限区域网使用。是个性、特色、优雅的中高档咖啡屋。

跑市场销售工作计划篇四

1、市场营销战略的概念

——是为了实现其经营目标，对于企业在较长时期内市场营销发展的总体设想和规划。

2、市场营销战略的主要内容

1企业的宗旨、目标(经营方向)

1企业的战略业务组合(经营结构)

1企业的增长途径(增长点)

3、营销战略的基本类型

1成本领先战略

1差异化战略

1集中化战略

1、确定企业宗旨

——应以市场为导向来确定。

2、确定企业目标

——应遵循科学性与现实性、关键性与数量化、层次化、协调性、灵活性的原则。

3、企业的战略业务组合计划

1战略业务单位的特征

1对现有战略业务单位的分析与评估

波士顿矩阵、通用矩阵

4、企业的增长战略

(1) 密集型发展战略

市场渗透、市场开发、产品开发

(2) 一体化发展战略

后向一体化、前向一体化、水平一体化

(3) 多元化发展战略

同心多元化、水平多元化、综合多元化

1、编制步骤与内容(索尼克台式音响实例)

计划提要(对拟制定的计划的概要说明)

1营销现状(市场、产品、竞争、销售及环境状况)

1机会与问题分析(机会、威胁、优势、劣势及问题)

1确定营销目标(销售量、市场份额、利润等)

1确定营销策略(实现目标拟采取的营销手段、途径)

1制定行动方案(行动的内容、时间、费用、主体)

1编制预算(预测计划实施后的财务收益情况)

1检查与控制(说明如何监控计划的实施)

2、编制营销计划的方法

1分派法(至上而下制定计划)

1累积法(由下至上制定计划)

1、战略计划实施中存在的问题及原因

1计划脱离实际

1长期目标与短期目标相矛盾

1因循守旧的情况

1缺乏明确具体的实施方案

2、市场营销战略计划的实施过程

1制定行动方案(行动的内容、时间、费用、主体)

1建立组织机构(明确职、责、权、利)

1设计决策与报酬制度(激励机制)

1建立企业文化和管理风格(价值、理念)

1协调实施系统内各要素间的关系

跑市场销售工作计划篇五

工作计划网发布市场营销计划书，更多市场营销计划书相关信息请访问工作计划网工作计划频道。

一. 公司概况一. 公司名称：弈天有限责任公司二. 公司地址：鄂尔多斯市三. 公司司徽：

四. 股权结构：本公司采取股份有限责任制的股权结构。由股东大会选举产生董事会，并聘请董事长。本公司采取总经理聘任制，由董事长提名总经理，并报请董事会后经由半数以上的董事批准产生。由总经理负责公司经营管理，并受董事会监督。董事会和总理由监事会监督，向股东大会负责。

监事会由三人组成，其中包括由股东会选派的代表一名，由股东会聘请的知名专家一名和来自公司内部的职工代表一名。

五. 领导体制：六. 成立公司手续、文件：董事会技术服务部信息部品种推广部财务部人力资源部总经理（一）工商登记：公司成立之前先要经过名称审核。申请名称预先核准，应当提交下列文件：1、有限责任公司的全体发起人签署的公司名称预先核准申请书；2、出资人或者发起人的法人资格证明或者自然人的身份证明；3、公司登记机关要求提交的其他文件；4、由投资各方签署的投资协议；（二）、设立有限责任公司，应提交下列文件：1、公司董事长签署的设立登记申请书（制式表格）；2、公司成立大会记录；出资人合作协议书；3、筹办公司的财务审计报告；4、具有法定资格的验资机构出具的验资证明；（验资前发起人应办理有关的财产转移手续）

跑市场销售工作计划篇六

随着市场经济的发展，人们的工作生活变得日益繁忙，被世界誉为现代化革命的标志产品冷柜以环保、健康、省时、省力、方便、卫生、安全的特点迅速走入寻常百姓的家庭和各

大超市卖场。人们日益体会到了冷柜带来的高效和便利。目前冷柜在超市中普及率很高了，冷柜已经进入快速的增长期，冷柜的生产和销售每年均保持在相当高的增长水平。在这样的形势下，冷柜企业应该一方面抓紧时间进行生产规模的扩张，另一方面积极拼争国内、国际市场，以期在未来的市场竞争中处于更为有利的市场位置。

但是由于现今产品的同质化程度较高，差异化缩小，为改变这一趋势，我们应当从性能发展，节能、环保是众多用户所热门关注的方面出发。

为进一步针对超市冷柜应用普通中空玻璃和我司真空玻璃耗能情况，我们做了这次市场调研。

本次市场调查在特定的超市卖场中冷柜耗能情况进行调查访问和观察法等以达到以下目标：

- 1、了解冷柜在各大超市卖场的都有哪几种，以及是哪些品牌和型号，尺寸。
- 2、了解单台冷柜的日耗能量是多少。
- 3、了解低温冷柜在超市日耗能总量是多少，
- 4、了解低温冷柜占超市总耗电量的百分比。

在北京各大超市卖场，便利店针对超市冷柜应用普通中空玻璃和我司真空玻璃耗能情况进行分析调查。

以问卷调查为主：在特定的超市卖场便利店对超市方进行问卷调查。

原因：1、调查时间和调查人员有限，只能在特定的地点进行访问，数据代表性可能不够。

2、问卷调查形势比较简单，方便我们对消费者进行调查

3、问卷调查结果容易统计，数据真实可靠

第一阶段：初步市场调查

第二阶段：制定计划 审定计划 确定修正计划

第三阶段：问卷设计 问卷修改确认

第四阶段：实施计划

第五阶段：研究分析

调查实施自计划问卷确认后的第二天开始执行。