

# 市场销售月份计划 市场工作计划(实用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！计划可以帮助我们明确目标，分析现状，确定行动步骤，并制定相应的时间表和资源配置。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。

## 市场销售月份计划篇一

### 1、新芙蓉的市场定位

新芙蓉的市场定位决定了新芙蓉广告定位，在广告诉求上就必须与其他市场拉开档次：

第一，我们的规模和定位要求我们的广告必须是高品位、大手笔，与其小家子气不如不做；

第二，我们不打价格战，进行低价竞争；

第四，我们的广告以尽量少的投入，达到最好的效果。

### 2、新芙蓉消费群体

新芙蓉的潜在消费群体集中在政府职员、公司白领、业界精英、成功人士等具有中、高档消费水平的人群，所以在媒体选择和广告制作上也必须上档次、上水平。

2、公司在正常营业期间的广告投入可以控制在25万元/月以内，到2015年2月春节前的5个月广告总投入在75-100万元；有必要在一个特殊时段(如正式开业、特别活动、春节等)进行

集中投放，造成轰炸效应，平时间断投放，保持消费者的印象。

3、日常的报纸广告投放一般每月4至5次，集中在每周的周五，为周末的活动作铺垫，平均每月的广告投入约为10万元。

4、电视的广告投放的内容一般是形象广告，不经常进行修改(还可以节约广告制作费用)。一次投放计划应在半年以上，一般以5秒的形象广告或冠名等形式出现，这样既可以节约大量资金投入，又可以保持一定的连续性，平均每月的广告投入约为10万元。

5、其他广告：包括车身广告、户外广告、楼宇广告牌□pop宣传单页等。公司前期的广告主要还是以即时广告为主，如电视在一个特定时段(晚上)，报纸也在特定时段(早上)，对其他形式的户外广告(如候车亭、的士车身)可以适当考虑□pop宣传单页既可以在市场内部使用，也可以在市內繁华地段派发，费用低廉，是十分有效的宣传手段，后期必须实施。所有其他广告的每月总广告投入约为5万元。

## 1、电视媒体

选择湖南经视，湖南经视的收视率很高，覆盖面广，收视人群与新芙蓉的客户群较吻合。湖南经视旗下的综合、都市、生活可以考虑投放套装计划，既可以提高覆盖面，还可以签下更低的广告折扣。

长沙政法频道在长沙的收视排名大约在第5位，收视人群与市场的消费对象并不是十分契合，但公司目前投入十分巨大，而且因为种种原因，广告的价格高，投放密度大，十分有必要进行调整。我们大胆建议：将今年11月将10万元押金投放完成后停止长沙政法频道的广告。

其他的电视频道暂不作考虑。

## 2、平面媒体

选择潇湘晨报，潇湘晨报发行量大，覆盖面广，读报人群与新芙蓉的客户群较吻合，品位较高，长沙晚报可以作为辅助投放。

三湘都市报、当代商报、东方新报在发行量、覆盖面、品位都落后于潇湘晨报和长沙晚报，我部门认为以上报纸不再做任何广告计划。

## 3、广播电台

如果公司广告费用充裕的情况下，可以选择交通频道，其收听率和覆盖面的优势都十分明显，同时新芙蓉目前的地理位置还市民不是特别熟悉，的士司机熟悉新芙蓉就显得十分必要，其他广播电台不作考虑。

各类营销活动是提高市场知名度和美誉度，提高市场营业额的有效手段，新芙蓉的'各类营销活动主要是专题活动和酬宾促销活动，每月作一次计划：

1、专题活动：活动的周期一般半个月至一个月做一次，如“明星见面会”、“金秋音乐会”等，时间主要集中在周末，活动的主要目的是提升新芙蓉的形象，并带动市场的销售，专题活动的费用一般由公司分承担，但我们可以选择效果好，投资省的好项目。

2、酬宾促销活动：一般是常年做，要求每个经营户每周都要有特款，市场每月有一个酬宾主题，酬宾促销活动的费用一般由经营户分担。

3、营销资源整合：新芙蓉可以利用自己的品牌和资源和相关行业进行资源整合，如向知名楼盘、家装公司、婚纱影楼、健身休闲等行业借势、换势，利用新芙蓉的无形资产开展营

销活动。

## 市场销售月份计划篇二

今年的10月份，我走进了某，成为一名市场督导，截至到在，已经在公司沉淀4个月了，对于某彩妆的专业知识已大部分掌握，化妆技术也得到了很好的提升，回顾这4个月的工作，有太多的感慨、太多的感触在里面。让我颇有心得，做出了如下总结：

我进入公司后，在公司内部接受到了某彩妆的专业知识培训，在公司的直营店亲身体会到了优良的销售氛围。在经过一个多月的培训后，我对产品的卖点已基本掌握了，根据代理商的需求，公司决定让我去和代理商接触，我也就开始了我的出差生活。

此次出差的目的地是某，出差的主要任务有两项：前期的工作是协助代理商开展年终答谢会，后期的工作主要是市场服务。

### 一) 年终答谢会

初到某，我的心情期待而忐忑。我到达时，代理商已经开始了年终答谢会的会前准备工作，我也迅速地投身其中。在几天的努力下，代理商公司于20xx年11月30开展了20xx年度的年终答谢会。

会议邀请了新老客户约60人，会上请到某网的创始人之一到场讲解零障碍营销模式，下午由某教授讲解了人体排毒，在听了不同讲师讲课后，感受到了不同的讲课风格，对于我的讲课水平有很大的帮助。晚上请到了专业的演出团队，为新老客户带来了精彩的表演，我荣欣的担任主持人，很好的锻炼了我上台讲话的胆量以及主持能力。

会议结束整理过后，取得了较理想的成绩，所有的品牌共签单约200万，由于不是以某，某彩妆品牌为主打，所以彩妆品牌签单的都是老顾客，约有30万。会后客户也能很迅速的的汇款，比其他的品牌回款的速度高出很多。

## 二) 市场服务

我在某市场一共出差了一个多月，服务了5个店家，3家日化店，2家美容院。店内彩妆品牌大多都有两个，以价格来区分，某、某彩妆相对来说都是高价位的。

我的工作安排以协助市场销售和培训店员为主，培训工作成果较理想，能够很好的鼓励店员的学习积极性，帮助掌握某彩妆的专业知识以及娴熟的化妆技巧，促进店员专业带动销售，服务产生业绩。

因年关和天气寒冷等原因，销售成绩不是很理想，但基本还是可以保持每个店家3000元以上的销售业绩。某出差对于我个人来说，总体效益还是不错的，又上了一个新的台阶。

在某这份工作，并不是我踏入社会大学的第一份工作，我换过好几份工作。能走进公司，天生就是缘份，我和公司是有缘的。不过更重要的是公司的氛围、公司里的每个人、包括公司的领导给我留下了不一样的感觉。

在和大家的相处中，我感觉很受益。和公司的领导人沟通也一直很愉快，让我对公司和我自己充满信心。这是一个温馨的大家庭，这里的人都很好相处，没有尔虞我诈，没有人际斗争。这里的氛围我很喜欢！

在过去的这四个月里，我学到了很多新的人生经验，销售是一门永远也学不完的课程，这4个月里，我学会了慢慢的去剖析顾客的心理，为其选择适合的产品。某彩妆形象丰富，在和顾客交谈的过程中，学会了去了解顾客的消费能力，从而

为其选择适当价格的产品。

慢慢的认识到了要提高自身的影响力，才能够做好循环销售和离开店家后的店家持续销售。在贵州出差的期间，协助了年终答谢会的开展，从而了解到了终端会议的筹备和开展，为以后我自己筹备终端会议打下了扎实的基础。从公司完善的会员制度中，我也清楚地明白了会员对于店家的重要性。

这些都将成为我实现梦想的垫脚石，让我的人生更加丰富。这4个月时间里，有太多的事情让我不能忘记，有太多的感动让我铭记....

新的一年对我们来说是充满挑战、机遇、希望的。新的一年，我一定要努力打开一个工作新局面。为了提高工作效率，我制定了以下的新年计划：

一)在销售方面，要努力加强自己对产品的专业度，提高自己的销售水平，为明年出差赢得更高的人气，为店家，代理商，公司和自己赢得更高的利益。努力做好和代理商的沟通，学习和了解回款政策，做好公司和代理商之间的桥梁，代理商和店家之间的桥梁。

二)在讲课方面，要提高个人自身影响力，鼓励店员学习，带动店销。把产品剖析的更透彻，并努力开创出自己独特的讲课风格。

以上就是本人20xx年度的年终总结以及新年计划。工作计划写出来了，目的就是要执行。在明年的工作中，我一定会努力配合、虚心求教、善于发现并积极面对所遇到的问题与困难，迅速成长起来，不让关心我的领导与同事们失望。请大家拭目以待。

## 市场销售月份计划篇三

城乡环境综合整治的巡查。重点巡查农贸市场、流通领域食品安全。

加强对“元旦”、“春节”节日市场巡查。重点巡查集贸市场、专业市场维稳安全、节假日食品安全。

农业生产资料市场专项巡查。重点巡查种子、农药、化肥、农业机械及零配件、农用薄膜等经营主体资格，进货索证索票制度、进货台帐、产品销售台帐情况、种子经营户建立种子经营档案制度情况，查处农资经营违规行为。

生猪定点屠宰及肉类食品专项巡查。重点查处违法销售注水猪肉、牛肉和家禽以及销售未经检验检疫的“白板肉”和家禽的行为。

烟花爆竹专项巡查。重点查处无照经营烟花爆竹和销售违禁烟花爆竹的行为。

食品安全专项巡查。重点巡查和宣传落实情况，办理情况。

粮食市场专项巡查。重点巡查粮食、饲料生产加工企业合法经营情况。

鼠药市场和春季灭鼠工作巡查。

结合验照、年检工作开展市场经营主体资格专项巡查。

加强城乡环境综合整治督导巡查，不松动、不反弹确保监管效果。

成品油市场专项巡查。重点巡查成品油经营主体资格。

商品交易市场信用分类监管和信息化建设巡查，重点巡查商品交易市场信用分类监管和信息化建设推进落实情况。

“五一”黄金周旅游市场及专业市场安全、经营秩序等情况巡查。

煤炭市场专项巡查。重点巡查煤炭经营主体资格。

危化品市场专项巡查。重点巡查危化品经营主体资格，打击违法经营、储存、运输危化品的行为。

汽车市场专项巡查。按照、和，重点巡查汽车经营主体资格、二手车交易行为，打击非法拆解旧车的行为。

食品安全专项巡查。重点巡查饮料、奶制品、儿童食品等。

市场经营主体资格专项巡查。

液化气市场专项巡查。重点巡查液化气经营主体资格和液化气经营场所的安全。

开展校园周边环境和学校后勤服务专项巡查。重点巡查学校后勤服务经营主体资格和食品安全。

农业生产资料市场专项巡查。重点巡查农资经营企业、个体工商户分类监管、落实索证索票制度、建立进货台帐、建立产品销售台帐情况，以及农资经营网点的设置、前置手续等。

粮食市场专项巡查。重点巡查粮食收购主体资格和粮食收购点的设置、前置手续等。

食品安全专项巡查。重点巡查大米、面粉、食用油、中老年食品和中秋月饼生产经营单位。

食品添加剂、饲料添加剂专项巡查。重点巡查食品添加剂、

饲料添加剂生产企业主体资格准入和违规使用添加剂。

“国庆”节前旅游市场巡查。重点对旅游景区、景点、车站码头、农家乐、专业市场安全经营情况巡查。

市场经营主体资格专项巡查。

野生动物专项巡查。重点巡查餐饮行业、集贸市场违规收购销售野生动物行为，同时查处商贩非法贩销野生动物的行为。

鼠药市场和秋季灭鼠工作巡查。

市场规范化管理工作巡查。重点巡查市场业主第一责任制度和各项规章制度落实情况以及市场监管“三化”建设情况，集贸市场升级改造达标情况。

“红盾护农行动”专项巡查。重点巡查服务“三农”工作措施的落实，对辖区经纪机构和经纪人培训和监管情况。

“元旦”、“春节”节前旅游市场、专业市场安全、经营情况巡查。

食品安全专项巡查。重点巡查节前食品安全、食品经营者索证索票、建立食品进销货台帐等情况。

市场秩序专项巡查。重点巡查划行归市、座商归店和市场卫生秩序，冒口经营。

开展商标、广告、合同工作专项巡查。

生猪产品市场监管及打击注水猪肉、“白板肉”专项巡查。

建材市场专项巡查。重点巡查建材市场商品质量状况。

市场经营主体资格专项巡查。

危化品专项巡查。重点巡查危化品产品质量和查处无经营危化品的行为。

## 市场销售月份计划篇四

根据公司整体的战略规划，加强市场营销部的人力资源管理，特制定该部门员工的培训计划，并旨在完成下列目标：

- 1) 提升整体市场营销部人员的专业技能，从而提高企业运营的效益和效率，迎接企业内外环境的挑战。
- 2) 完善公司文化的建设，使公司文化深入人心，加强部门凝聚力
- 3) 促使新员工更快地融入市场营销部，并满足老员工自身发展的需求

考虑到营销部门专有的特点，除公司内部培训外，还应开展企业外部培训，从而全方面提升营销部门员工的实战能力和团队合作能力，从而将公司内部培训环节所学的理论应用于实践，深入掌握培训技能。外拓训练计划按每个季度2次，其主要目的在于提升营销人员以下四个方面的能力：

- 1) 以提升团队理念、团队协作能力为主的户外训练。
- 2) 以提升沟通交流能力为主的户外训练。
- 3) 以提升创新思维能力为主的户外训练。
- 4) 以提升经营管理能力为主的户外训练。

培训将采用参与式培训法（头脑风暴法，角色扮演法和研究讨论法），通过一系列的户外训练，进一步提升员工的业务能力并加强部门内部的凝聚力，此外，也为各员工提供了一

个轻松的相互交流沟通的平台。

1) 企业内部培训讲师费用，共计\_\_\_\_学时，每学时\_\_\_\_元，共计\_\_\_\_元。

2) 外部培训，共计\_\_\_\_学时，每小时\_\_\_\_元，共计\_\_\_\_元。

3) 讲义、教材支出共计\_\_\_\_元。

以上培训费用全由公司承担。

销部负责本部门人员培训的落实工作。

2) 外部培训主要由市场营销部经理负责，定期或不定期地追踪培训效果。

考评依据。

进行初级考核。初级考核设“优、良、可、差”四个级别，被评“差”者须重新学习相同或类似的培训课程，直到成绩为“良”。

训人员进行考核，考核通过后方为培训完成，并将每次考核结果进行记录；考核未通过者需进行补考，三次考核仍未通过者根据其学习态度予以降薪、降职直至待岗处理。

3) 培训完成后填写《员工培训记录卡》对员工的培训成绩、表现进行记录，作为加薪、提升的考核的标准。

4) 对公司内部培训讲师的考核主要通过授课教案的准备、授课技巧、参训人员的反馈意见及参训人员整体的考核成绩来进行考核。根据考核结果评定兼职培训讲师的等级，给予一定的培训奖金，并以此作为今后晋升、加薪的优先条件。

为市场营销部每一位员工建立培训档案，并将培训的总结和

培训结束后填写完毕的《培训成绩考核表》、《培训效果调查表》等归入员工的个人档案中，从而完善员工个人档案的建立。

## 市场销售月份计划篇五

x月x日——x月x日

### 二、地点

\_\_酒店

### 三、活动目标及活动宗旨

- 1、让顾客了解锦江大酒店，打消顾客对消费档次的各种顾虑。
- 2、丰富传统节日的庆祝氛围，刺激亲情消费；
- 3、开发现有场地资源，调动清淡时段的营业潜力；
- 4、凝聚宾馆销售合力，调动全员积极性，捆绑式营业。

### 四、公众对象

端午节期间的散客、家庭、亲朋好友。

### 五、定位

“融融端午情 团圆家万兴”在\_\_酒店消费水平日益提高成为一个高档次的状况下，首先在广告攻势上独树一帜，活动标新立异，令人耳目一新，营造节日上热烈温馨的气氛。

### 六、促销活动组合

- 1)美食城的菜价10元，燕京纯啤买一送一。

2) 贵宾厅菜金八折。消费300元以上送消费卷20元，并送ktv下午场(不含海鲜、鲍翅燕、煲汤、烟酒)。

3) 以端午节文化为内容推出多款适合家庭聚会的精美实惠端午团园宴，预定团园宴送ktv下午场。并推出几款特价端午菜品。

4) 在这一系列的活动过程中，一定要把握“地道”、“原汁原味”的原则。家庭用餐、亲朋好友聚会是这一阶段的主要客源构成。那么酒店的产品就应以满足这类客人的需求为主，菜品方面要求口味清淡，老少皆宜，菜量偏多，价格适中，并适时地推出各档次宴会用餐，此间穿插特色菜、招牌菜、新派菜等，使消费者能全面地了解酒店的厨师水平，促进酒店形象品牌的树立和推广。这是此次营销的主要目的，也是此次活动中的主题项目。

## 七、营销活动效果分析

1、这次策划体现锦江大酒店“先谋势再谋利”的营销总体思想(也就是先做人气)，让顾客敢进酒店来消费，让酒店的服务设施能够获得广大顾客的认知，对端午节期间的家庭，亲朋好友的优惠能体现酒店对顾客的诚意。

2、酒店所有营运部门的销售目标向餐饮部倾斜，以部门联动拉升餐饮人气。

3、此活动会让顾客留下许多美好、甜密的回忆，加深顾客对锦江大酒店的认识。