

销售文创产品策划方案 产品销售策划方案 (汇总5篇)

确定目标是置顶工作方案的重要环节。在公司计划开展某项工作的时候，我们需要为领导提供多种工作方案。方案的制定需要考虑各种因素，包括资源的利用、风险的评估以及市场的需求等，以确保方案的可行性和成功实施。下面是小编帮大家整理的方案范文，仅供参考，大家一起来看看吧。

销售文创产品策划方案篇一

营销策划分析可以是逐项分类分析,也可以作综合分析,视策划的具体情况来定。

1. 项目市场分析

宏观环境状况：

主要包括宏观经济形势、宏观经济政策、金融货币政策、资本市场走势、资金市场情况等等。

项目市场状况：

主要包括现有产品或服务的市场销售情况和市场需求情况、客户对新产品或服务的潜在需求、市场占有份额、市场容量、市场拓展空间等等。

同业市场状况：

主要包括同业的机构、同业的目標市场、同业的竞争手段、同业的营销方式、同业进入市场的可能与程度等等。

各种不同的营销策划所需的市场分析资料是不完全相同的,要

根据营销策划需要去搜集,并在营销策划中简要说明。

2. 基本问题分析

营销策划所面临的问题和所要解决的问题,这些问题的生成原因是什么?其中主要原因有哪些?解决这些问题的基本思路如何确定,出发点是什么?通过何种途径,采取什么方式解决?等等。

3. 主要优劣势分析

主要优势分析:

围绕营销策划主题,将要开展某一方面的市场营销活动(如市场调查、新产品开发、市场促销、广告宣传等),拥有哪些方面的优势,主要是自身优势(即自身的强项)分析,也应考虑外部的一些有利因素。营销策划就是要利用好有利因素,发挥出自身优势。分析优势应冷静客观,既不能“过”,也不能“不及”,要实事求是。

主要劣势分析:

主要劣势分析就是分析与将要开展的市场营销活动相关联的外部一些不利因素和自身的弱项、短处等。营销策划就是要避免和化解这些不利因素,如何弥补自身的不足,错开自身的弱项。

主要条件分析:

主要条件分析就是分析将要开展的市场营销活动所需要的条件,包括已具备的条件和尚须创造的条件,逐一系列出,逐一分析,以求得资源的最佳利用与组合。

[编辑本段]营销方案的基本步骤

每一个营销人员在其工作生涯中必然会面对营销方案的写作与汇报，特别是每年的年终岁末，营销方案的写作与汇报成了区域经理，大区经理的必备课题，方案写的好、思路清晰的，不但能换来实际操作的成效，而且会赢得上司的关爱，得到提升与嘉奖的机会；方案写的一般的，既会受到上司的责备，在实际运用中也难以收效，所以，作好一份好的方案，实际上对营销人员的成长与发展非常关键。特别是区域经理、大区经理，几乎与方案打交道是每个人都无法回避的内容。

一份好的营销方案应注重方案的条理清楚与实际操作性，方案分析应该有理有据，侧重用数字说话，方案的核心是指标与费用分析与预测。

优秀的方案的提纲大约包括以下几个内容：

一、整体分析：市场特征、行业分析、竞争对手分析、消费趋势分析、销售状况分析

二、本产品(公司)swot分析：优势、劣势、机会、威胁

四、营销战术规划：产品策略、产品定位与细分；价格策略；渠道策略、渠道选择、渠道拓展顺序、渠道规划、渠道占比、渠道销售量预测分析、上市时间计划。

五、促销思路概要及促销与推广细案：上市渠道促销计划、上市终端消费者促销计划、上市终端推广计划、媒介促销安排、后期促销跟进计划。

[编辑本段]营销创意理念：

- 1、具有高度的自信野心；
- 2、富于竞争，且乐此不倦；

- 3、头脑敏锐，不拘传统；
- 4、感性认识和理性认识相处融洽；
- 5、注重历史，尊重现实，睽重未来。

[2017年产品销售方案]

销售文创产品策划方案篇二

一、管理职责：

- 1、必须保证完成企业下达的各项承包指标□20xx年目标是完成销售万元。
- 2、建立与企业财务制度相应的二级核算台帐，做到帐目清楚、核算正确，并定期检查，发现错误应立即纠正。
- 3、按企业制定的价格目录，并掌握一定的浮动幅度销售产品。如发现擅自涨价，应严加处理。
- 4、把握政策机遇和行业动态，根据企业生产能力和经营目标，最大限度地争取市场份额。
- 5、搞好产品发运调度，按合同保证安全正点交付。
- 6、制定科学合理的薪酬方案，充分激发业务人员的聪明才智，确保年度经营目标顺利实现。
- 7、根据市场情况，负责地提出产品开发和持续改进建议
- 8、负责应收帐款的管理和回收工作，呆滞欠款按规定移交法律事务部组织清收。

9、认真做好市场信息的搜集、处理工作，逐旬编发《市场旬报》，逐月编发《市场分析报告》，提交企业经理层及各相关部门参考。

二、管理权限

1、对部门人员的调度权、安排权、加班审批权、出差审批权，以及奖惩权。

2、有权决定业务员的聘用、区域定位和职务升迁，操作程序可参照企业相关制度，聘任决定须报企业人力资源部备案。

3、有权制定承包体内部二次分配方案和包干费用内控办法，经企业审定后实施。

4、有权组织相关部门对销售合同、特殊订单进行评审，编制要货计划

5、有权合理组织产品的发送运输工作。

6、属销售费用管理范围的费用开支权、用款审批权、费用核报权、费用领款权。

7、有权提出产品开发、持续改进及价格策略等合理化建议。

8、有权组织企业产品推广展示、品牌形象宣传及市场公关活动。

9、在不违背企业根本利益的前提下，享有营销业务管理全过程的自主调控权和应急处置权。

三、承包方式：

销售承包的结算，主要解决两大问题：一是结算企业给销售承包部门的经济利益；二是计算销售承包部门内部职工的利益

分配。

1、目标任务是年度万元。完成万元，给与部门绩效工资为万元。在基本目标完成之上，每增加10%，绩效提成为增加销售额度的10%。

2、工资发放采取先预支，季度考核兑现。根据部门定员5人，依据企业现行岗位工资标准，按月发放基本工资。季度进行技校考核后，多退少补。考核基数是：第一季度任务为万元，其他三个季度为万元。第一季度提成工资总额为万元，其余季度为万元。没有完成任务，核算绩效提取比例为10%。考虑销售季节性，年终完成任务后，可以综合平衡全年提成。营销部人员每月总基本工资____万元由营销部自由支配。

3、销售部核定员工人数为6人，部门自行安排适当职位。具人员名称见附件。

四、法律效力

1、本方案一式两份双方签章后生效，具有同等法律效力。

2、未尽事宜，双方可以补充协议，补充协议具备同等法律效力。

销售文创产品策划方案篇三

2、自身分析：产品优势?主打产品以及其所应对的行业 规模、品牌、专业、服务优势提炼 我们的机会在哪里? 年度盈利目标?通过市场分析，找出市场机会，提炼自身优势，确定销售目标。年度目标，季度目标，月度目标主打产品的比例，利润目标，市场占有率的提升目标等。

1、确定目标市场：以行业销售为主(利润和稳定市场);渠道销售为辅(提高知名度，扩大市场占有率)行业主要指：工矿，

交通，建筑，消防，制造，工厂等有一定采购规模的目标客户。渠道销售指：区县级的加盟或者代理商。

2、市场开发思路：

a行业销售：首先确定我公司的优势产品(指市场控制好，价位好，质量好，厂家支持力大，利润操作空间大的产品)，确定优势产品所针对的行业，找出行业中的有影响力的客户，整合各种资源进行销售攻关。以此作为我公司的样板和市场的宣传者协助我们撕开市场的裂口。然后以点带面系统性的开发行业客户。

b渠道销售主要针对区县市场有一定行业和社会关系，有发展潜力的经销商进行盈利模式的引导。开始可以针对不同经销商的不同行业关系进行分类，可以在一个地区发展多个经销商。待市场发展良好，知名度提高后可以采取加盟或者设立办事处等形式进行市场的整合。

c根据情况加以行业和会议等营销手段。

3、在市场开发的同时加大对市场的调研力度，以便及时的对销售目标和计划的调整。

1、团队组成：

a销售内勤 **b**业务员(大客户型+渠道型) **c**技术商务支持

2、薪酬制定：基本工资+考核工资+业绩提成+奖金+福利

3、制定销售制度和流程

4、编写培训计划和内容

1、熟悉公司的组织架构，产品，业务流程

- 2、了解公司目前的市场、销售情况
- 3、了解公司现有销售团队情况
- 4、制定销售目标，计划
- 5、制定业务流程
- 6、制定考核，管理，奖惩制度
- 7、管理和培训销售团队
- 8、考察市场情况
- 9、维护开发大客户
- 10、协调公司各部门，整合销售资源

销售文创产品策划方案篇四

方案是从目的、要求、方式、方法、进度等都部署具体、周密，并有很强可操作性的计划。下面是本站小编整理的产品销售策划方案□

主体思想：

- 1、提高市场占有率
- 2、扩大产品知名度
- 3、树立规模、优质、专业、服务的良好形象

操作思路：

一、确定销售目标

1、市场分析：目标客户集中的行业与区域

市场总体容量

竞品活动情况

客户采购方式

敌我优势劣势

2、自身分析：产品优势?主打产品以及其所应对的行业

规模、品牌、专业、服务优势提炼

我们的机会在哪里?

年度盈利目标?

通过市场分析，找出市场机会，提炼自身优势，确定销售目标。

年度目标，季度目标，月度目标

主打产品的比例，利润目标，市场占有率的提升目标等。

二、制定销售计划

1、确定目标市场：

以行业销售为主(利润和稳定市场);渠道销售为辅(提高知名度，扩大市场占有率)

行业主要指：工矿，交通，建筑，消防，制造，工厂等有一

定采购规模的目标客户。

渠道销售指：区县级的加盟或者代理商。

2、市场开发思路：

a行业销售：

首先确定我公司的优势产品(指市场控制好，价位好，质量好，厂家支持力大，利润操作空间大的产品)，确定优势产品所针对的行业，找出行业中的有影响力的客户，整合各种资源进行销售攻关。以此作为我公司的样板和市场的宣传者协助我们撕开市场的裂口。然后以点带面系统性的开发行业客户。

b渠道销售

主要针对区县市场有一定行业和社会关系，有发展潜力的经销商进行盈利模式的引导。

开始可以针对不同经销商的不同行业关系进行分类，可以在一个地区发展多个经销商。

待市场发展良好，知名度提高后可以采取加盟或者设立办事处等形式进行市场的整合。

c根据情况加以行业和会议等营销手段。

3、在市场开发的同时加大对市场的调研力度，以便及时的调整销售目标和计划的调整。

三、筹备销售资源

1、团队组成：

a销售内勤：

b业务员(大客户型+渠道型)

c技术商务支持

2、薪酬制定：基本工资+考核工资+业绩提成+奖金+福利

3、制定销售制度和流程

4、编写培训计划和内容

四、销售经理前期工作

1、熟悉公司的组织架构，产品，业务流程

2、了解公司目前的市尝销售情况

3、了解公司现有销售团队情况

4、制定销售目标，计划

5、制定业务流程

6、制定考核，管理，奖惩制度

7、管理和培训销售团队

8、考察市场情况

9、维护开发大客户

10、协调公司各部门，整合销售资源

前言

通过推广it资源管理的平台，因而建立某某公司的市场环境，业务逻辑，并与传统业务相互促进，形成良性健康的拓展前景，这是某某公司市场部近期的主要工作目标，产品销售工作计划□

企业宗旨：始终坚持“以技术求发展、以质量求生存、以信誉交朋友”，用科学的设计和先进的施工为用户创造一个确保计算机的可靠性、使用寿命及工作人员身心健康的工作环境。

企业信条：精神是支柱、团结是力量、纪律是保证、信誉是生命

质量服务理念：199

某某公司依靠科学化的管理，本着敬业、专业、创新的某某精神，不满足于已经在政府机关、金融系统、邮电通信、保险、电力、石化、军队机构等行业取得的业绩，正在与时俱进、再造辉煌！

以市场导向为核心，拓展客户的需求，以信息技术产品服务为线索，扩展市场占有率。

以行业龙头为核心，供应链为线索，向中国电信，中国移动，房地产集团等企业靠拢，同时向下游企业推广。

背景

某某公司拥有来自政府、机关、事业单位以及企业的市场资源。高速发展的信息技术与不断增长的客户需求，培养出某某公司业务的推广契机。挖掘客户的应用需求，建立代理商渠道，推销高新技术产品及解决方案，成为市场部近期的主要工作目标。

方案

我们的方案旨于树立团队奋斗目标，以集体部署带动员工成长，帮助渠道代理商发展业务，培养协同操作技巧。

1、渠道拓展

1.1、建立渠道代理制度

1.1.1、合作共赢

通过渠道体系的建立，对渠道的支持与管理，建立和谐的渠道环境，确保厂家、客户、某某公司、渠道的共同长期利益。

1.1.2、耕耘收获

鼓励渠道对市场的长期耕耘、某某公司品牌在行业市场的长期树立，持续为渠道创造最大价值。

1.1.3、产品渠道架构

定制渠道拓展工作计划，各级渠道业务分成，操作流程，代理业务接洽组织，认证技术服务资质，向用户及渠道提供售后服务支持。

1.2、渠道代理招商工作

1.3、业务操作流程

报备流程，招商会举办申报流程，产品安装申报流程，产品撤场申报流程，渠道代理商协议签定流程，渠道代理商撤消流程，产品销售合同审批流程，渠道代理商奖励审批流程等等。

1.4、知识交流环境

1.4.1、产品知识讲座

1.4.2、产品推广技巧研讨会

1.4.3、产品问题及解决方案知识库

1.5、客户体验环境

在公司内部建立代理产品的体验环境，邀请客户或代理商代表人员上门或通过网络远程控制体验产品的运行效果。

1.6、技术支持

向客户或代理商提供技术咨询，根据产品技术知识库查询相关信息，反馈和转达问题的解决方案，现场或在电话中解决技术问题。

1.7、渠道市场管理

为促进产品销售、资金的快速流通，让渠道市场在良性竞争的环境下健康成长，防止出现厂家、渠道、直销人员在市场竞争中产生冲突，影响我公司的业务收入，从而建立优良的渠道管理体系。

1.7.1、明确渠道分工，优化渠道层次结构：

1) 优先支持增值服务商建设下级渠道。

增值服务商以低端产品押货、物流分销和渠道支持为主要定位

银牌增值代理商的销量全部计入增值服务商

2) 增值代理商保证质量。

强化增值代理商对客户、行业和项目的定位跟踪，提高做单成功率

3) 对不同类型渠道制定不同考核奖惩制度。

对增值服务商设立台阶奖励以强化承诺额管理，并设立物流奖励

对增值代理商设产品推广奖，加大项目支持政策倾斜

4) 对二级渠道(代理商)签约，纳入渠道管理体系

1.7.2、细化渠道考核政策，引导渠道健康发展

1) 增值服务商考核销售额、二级渠道建设数量、二级渠道建设质量及均衡度、对二级渠道供货及时率、市场活动等。

代理协议设考核台阶和物流奖励，其他项目设立“年度最佳分销奖”进行考核

2) 增值代理商的考核：总体销售额、中高端产品比例、行业活动等。

通过设立“产品推广奖”和“项目合作奖”进行考核

3) 代理商(二级)：考核销售额

1.7.3、加强渠道的管理、支持及培训，提高代理的积极性及销售能力。

1) 制定严格、科学、合理的价格体系。监控价格秩序，保证代理商利润空间。

2) 区分不同代理(增值服务商及增值代理商、某某及非某某渠道)，提供不同的支持方式。

3) 区分代理不同人员需求，提供相应的培训，提高代理售前咨询和营销能力。

2、直接销售

2.1、销售人员技巧培训

2.1.1、目标设定的原则

2.1.2、时间管理的原则

2.1.3、个人绩效与团队绩效

2.1.4、化解冲突、携手合作

2.1.5、销售人员的客户服务

2.1.5.1、不同视角看服务

2.1.5.2、积极服务的步骤

2.1.5.3、应对挑战性的客户，将投诉变成机会

2.1.6、销售人员解决问题技巧

2.1.6.1、解决问题的流程

2.1.6.2、常用工具

2.1.7、建立个人客户关系

2.1.8、电话直销

2.1.9、踩点

2.1.10、培养日常习惯

2.2、人员职责分工

转眼间又要进入新的一年——20xx年了，新的一年是一个充满挑战、机遇与压力开始的一年，也是我非常重要的一年。出来工作已过4个年头，家庭、生活和工作压力驱使我要努力工作和认真学习。在此，我订立了20xx年度销售工作计划书，以便在新的一年里有更大的进步和成绩。

1) 建立一支熟悉业务，而相对稳定的销售团队。

人才是企业最宝贵的资源，一切销售业绩都起源于有一个好的销售人员，建立一支具有凝聚力，合作精神的销售团队是企业的根本。在明年的工作中建立一个和谐，具有杀伤力的团队作为一项主要的工作来抓。团队扩大建设方面，初步预计明年的销售人力达到十五人。组建两支销售小组，分别利用不同渠道开展销售工作。

2) 完善销售制度，建立一套明确系统的业务管理办法。

销售管理是企业的老大难问题，销售人员出勤，见客户处于放任自流的状态。完善销售管理制度的目的是让销售人员在工作中发挥主观能动性，对工作有高度的责任心，提高销售人员的主人翁意识。强化销售人员的执行力，从而提高工作效率。

3) 培养销售人员发现问题，总结问题，不断自我提高的习惯。

培养销售人员发现问题，总结问题目的在于提高销售人员综合素质，在工作中能发现问题总结问题并能提出自己的看法和建议，业务能力提高到一个新的档次。

4) 建立新的销售模式与渠道。

把握好现有的保险公司与证券公司这一金融行业渠道，做好完善的计划。同时开拓新的销售渠道，利用好公司现有资源做好电话销售与行销之间的配合。

5) 销售目标

今年的销售目标最基本的是做到月月都有进帐的单子。根据公司下达的销售任务，把任务根据具体情况分解到每月，每周，每日；以每月，每周，每日的销售目标分解到各个销售人员身上，完成各个时间段的销售任务。并在完成销售任务的基础上提高销售业绩。销售部内部拟定20xx年全年业绩指标一千五百万。我将带领销售部全体同仁竭尽全力完成目标。

今后，在做出一项决定前，应先更多的考虑公司领导的看法和决策，遵守领导对各项业务的处理决断。工作中出现分歧时，要静下心来互相协商解决，以达到一致的处理意见而后开展工作。今后，只要我能经常总结经验教训、发挥特长、改正缺点，自觉把自己置于公司组织和客户的监督之下，勤奋工作，以身作则。我相信，就一定能有一个更高、更新的开始，也一定能做一名合格的管理人员。

20xx年我部门工作重心主要放在开拓市场，选取渠道和团队建设方面。当下打好20xx年公司销售开门红的任务迫在眉睫，我们一定全力以赴。

我认为公司明年的发展是与整个公司的员工综合素质，公司的指导方针，团队的建设，个人的努力是分不开的。提高执行力的标准，建立一个良好的销售团队和有一个好的工作模式与工作习惯是我们工作的关键。

销售文创产品策划方案篇五

活动时间：

目的：

不仅可以让消费者花少钱吃百样菜，还可以使消费者知道餐厅的特色。促进该餐厅的消费(增加人气)，获得更多的剩余价值(利润)。

要求：

要让消费者耳目一新。美其名曰“享受”也。

活动形式：

1、自助餐、点餐、新菜、特价菜等

2、打折消费：

3、赠送优惠券：凡消费满100元以上的消费者均能获得优惠券。

4、免费赠送饭菜：凡消费满200元以上的消费者均能获得一份免费的特色菜。