

2023年销售计划书 销售计划计划(优秀7篇)

做任何工作都应改有个计划，以明确目的，避免盲目性，使工作循序渐进，有条不紊。计划为我们提供了一个清晰的方向，帮助我们更好地组织和管理时间、资源和任务。以下是小编收集整理的工作计划书范文，仅供参考，希望能够帮助到大家。

销售计划书篇一

20__年是我们__地产公司业务开展至关重大得开局之年，对于一个刚刚踏入房地产中介市场得新人来说，也是一个充满挑战，机遇与压力并重得开始得一年。

一、业务的精进

1、加强团体的力量

在团体中能够更好的发挥自身的能力，同时对提升个人素质具有更大的帮助，在与同事们两个月的相处中，我发现我和郝姗在性格上有很多的共同处，同时也有很多的不同，其中有许多是我要学习加强的，这种性格上的互补，在具体的工作中可以帮助我们查缺补漏，提升自己。

2、熟识项目

销售最重要的是对自己所从事项目的精度了解，我在年前散发传单不断的与人接触的过程中，对本项目有了深度的了解，但在接待顾客的过程中，还是不断的有新问题的出现，让我无法流利的回答顾客的提问，主要是对项目及相关房产知识的不够了解，在新年之后，对项目的学习，对房产知识的了解，是熟识项目的首要。

3、树立自己的目标

20__年正徐徐的走来，工作当中我一直是一个有规划的人，不打无准备的仗，这是非常有道理的，我相信在这过去的一年我有很多东西值得我去细细体会，将要到来的20__年虽然事情很多，但实际上还是有很多方面做的不好，当然在这个过程中会有很多改变，但是能做的事情一定要做好，这是一定的，过去的一年已经过去，在20__年我相信自己依然是充满动力，这也是我就对自己有的信心，有一个工作的方向肯定是非常重要的，我也给自己规划一番。

一、做好市场调查

作为一名房地产销售这是必然要做好的，结合现有的业务去做一些调查，销售工作注定是非常难做的，在这个过程中一定会有更多事情在等着我，做好市场调查非常简单的事情，但是一定要好好的去体会，当然有很多事情就是从细节入手然后去逐步的完善好的，通过市场去了解现在的行情，这对于销售工作有很大的帮助，过去的20__年整体的行业状况还是不错的，当然这些都是一些很简单的东西，第一步做好的就是调查工作，当然不可急躁，在销售工作当中养成一个好的工作习惯，这绝对是非常有必要的，我希望能够在工作中继续努力去实现好这些，当然有很多事情都是需要这样做的。

二、为客户提供优质服务

作为一名房地产销售，其实从另外一个角度来看也是一名服务者，需要为客户用心的去解答问题，把好的房源提供给客户，这个过程会非常的有意义，作为一名的销售人员无论是在细节上面，还是在个人的业务水平上面，这几点都是非常有必要做好的，当然在这个过程中一定会发生很多问题，未来工作当中我一定好好的对待出现的问题，把自身的业务水平提高了才能够提供更好的销售，作为房地产销售人员首

先就是为客户考虑，在谈业务的时候一定是非常用心，细心的，我会加强这方面的能力，面对客户一定要具备这几点。

二、态度端正，坚定信心

工作当中不是一路顺风，销售工作一定是会遇到很多问题，当然也会有挫败感，但是要坚信这些都是工作当中的垫脚石，我会坚定不移的去做好自己，未来时间很长，我也会把这些好的东西发扬光大，把细节的上面的东西完善好，提高自己抗压能力，不求进度，发挥好自己的业务能力。

有目标才会有方向，有方向才会有不断努力的动力。在每个月的月初都要对自己订立下目标，先从小的目标开始，即独立流利的完成任务，然后再一步步的完成奖励下授的销售任务，直到超额完成任务。

二、自身素质的提升

销售的产品可以不同，但销售的目的相同，都是为了把自己的产品卖出去，用实物换成钱。因我从未正式的接触过销售，所以在推销及推销技巧处有很大的不足，所以提升自身就要从提升自己的销售能力开始。首先，书籍是活的知识的最有利的途径，新年后要大量的阅读有关销售及销售技巧的书籍，同时不断的关注房地产方面的消息，及时的充实自己，总结自己的实践经验。其次，实践出真知，所有的理论只有与实践相结合，才能被自身很好的吸收，提升自己，从基础的做起，重新对销售流程进行学习，在演练中对项目加深印象，同时对顾客关心的合同条款进行熟读并学习。了解最新的法律法规知识。在与顾客的交流中，不断的发现问题，在团队的交流中，解决问题，不断的提升自己。

最后，感谢公司所有的领导和同事，因为我个人的进步离不开大家的帮助和支持。

销售计划书篇二

1. 市场分析，依据市场容量和个人能力，客观、科学的制定出销售任务。暂订年任务：销售额100万元。
 2. 适时作出工作计划，制定出月计划和周计划。并定期与业务相关人员会议沟通，确保各专业负责人及时跟进。
 3. 注重绩效管理，对绩效计划、绩效执行、绩效评估进行全程的关注与跟踪。
 4. 目标市场定位，区分大顾客与一般顾客，分别对待，加强对大顾客的沟通与合作，用相同的时间赢取最大的市场份额。
 5. 不断学习行业新知识，新产品，为顾客带来实用的资讯，更好为顾客服务。并结识弱电各行业各档次的优秀产品提供商，以备工程商需要时能及时作好项目配合，并可以和同行分享行业人脉和项目信息，达到多赢。
 6. 先友后单，与顾客发展良好的友谊，处处为顾客着想，把顾客当成自己的好朋友，达到思想和情感上的交融。
 7. 对顾客不能有隐瞒和欺骗，答应顾客的承诺要及时兑现，讲诚信不仅是经商之本，也是为人之本。
 8. 努力保持和谐的同事关系，善待同事，确保各部门在项目实施中各项职能的顺利执行。
1. 制定出月计划和周计划、及每日的工作量。每天至少打30个电话，每周至少拜访20位顾客，促使潜在顾客从量变到质变。上午重点电话回访和预约顾客，下午时间长可安排拜访顾客。考虑北京市地广人多，交通涌堵，预约时最好选择顾客在相同或接近的地点。

2. 见顾客之前要多了解顾客的主营业务和潜在需求，最好先了解决策人的个人爱好，准备一些有对方感兴趣的话题，并为顾客提供针对性的解决方案。

从招标网或其他渠道多搜集些项目信息供工程商投标参考，并为工程商出谋划策，配合工程商技术和商务上的项目运作。

做好每天的工作记录，以备遗忘重要事项，并标注重要未办事项。

5. 填写项目跟踪表，依据项目进度：前期设计、投标、深化设计、备货执行、验收等跟进，并完成各阶段工作。

前期设计的项目重点跟进，至少一周回访一次顾客，必要时配合工程商做业主的工作，其他阶段跟踪的项目至少二周回访一次。工程商投标日期及项目进展重要日期需谨记，并及时跟进和回访。

前期设计阶段主动争取参与项目绘图和方案设计，为工程商解决本专业的设计工作。

8. 投标过程中，提前两天整理好相应的商务文件，快递或送到工程商手上，以防止有任何遗漏和错误。

9. 投标结束，及时回访顾客，询问投标结果。中标后主动要求深化设计，帮工程商承担全部或部份设计工作，准备施工所需图纸(设备安装图及管线图)。

10. 争取早日与工程商签订供货合同，并收取预付款，提前安排备货，以最快速度响应工程商的需求，争取早日回款。

11. 货到现场，等工程安装完设备，申请技术部安排调试人员到现场调试。

12. 提前准备验收文档，验收完成后及时收款，保证良好的资金周转率。

1. 定期组织同行举办沙龙会，增进彼此友谊，更好的交流。

顾客、同行间虽然存在竞争，可也需要同行间互相学习和交流，本人也曾参加过类似的聚会，也询问过顾客，都很愿意参加这样的聚会，所以本人认为不存在矛盾，而且同行间除了工作还可以享受生活，让沙龙成为生活的一部份，让工作在更快乐的环境下进行。

2. 对于老顾客和固定顾客，经常保持联系，在时间和条件允许时，送一些小礼物或宴请顾客，当然宴请不是目的，重在沟通，可以增进彼此的感情，更好的交流。

3. 利用下班时间和周末参加一些学习班，学习营销和管理知识，不断尝试理论和实践的结合，上网查本行业的最新资讯和产品，不断提高自己的能力。以上是我这一年的销售工作计划，工作中总会有各种各样的困难，我会向领导请示，向同事探讨，共同努力克服，争取为公司做出自己最大的贡献。

销售计划书篇三

转眼间又要进入新的一年——2019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2019年度公司销售工作计划书，以便使自己在新的一年里有更大的进步和成绩。

公司在不断改革，订立了新的规定，特别在诉讼业务方面安排了专业法律事务人员协助。作为公司一名老业务人员，必须以身作责，在遵守公司规定的同时全力开展业务工作。

1、在第一季度，以诉讼业务开拓为主。针对现有的老客户资

源做诉讼业务开发，把可能有诉讼需求的客户全部开发一遍，有意向合作的客户安排法律事务专员见面洽谈。期间，至少促成两件诉讼业务，代理费用达8万元以上(每件4万元)。做诉讼业务开发的同时，不能丢掉该等客户交办的各类业务，与该等客户保持经常性联系，及时报告该等客户交办业务的进展情况。

2、在第二季度的时候，以商标、专利业务为主。通过到专业市场、参加专业展销会、上网、电话、陌生人拜访等多种业务开发方式开发客户，加紧联络老客户感情，组成一个循环有业务作的客户群体。以至于达到4.8万元以上代理费(每月不低于1.2万元代理费)。在大力开拓市场的同时，不能丢掉该等客户交办的各类业务，与该等客户保持经常性联系，及时报告该等客户交办业务的进展情况。

3、第三季度的“十一”“中秋”双节，还有2019带来的无限商机，给后半年带来一个良好的开端。并且，随着我对高端业务专业知识与综合能力的相对提高，对规模较大的企业符合了《中国驰名商标》或者《广东省著名商标》条件的客户，做一次有针对性的开发，有意向合作的客户可以安排业务经理见面洽谈，争取签订一件《广东省著名商标》，承办费用达7.5万元以上。做驰名商标与著名商标业务开发的同时，不能丢掉该等客户交办的各类业务，与该等客户保持经常性联系，及时报告该等交办业务的进展情况。

4、第四季度就是年底了，这个时候要全力维护老客户交办的业务情况。首先，要逐步了解老客户中有潜力开发的客户资源，找出有漏洞的地方，有针对性的做可行性建议，力争为客户公司的知识产权保护做到最全面，代理费用每月至少达1万元以上。

学习，对于业务人员来说至关重要，因为它直接关系到一个业务人员与时俱进的步伐和业务方面的生命力。我会适时的根据需要调整我的学习方向来补充新的能量。专业知识、综

合能力、都是我要掌握的内容。

知己知彼，方能百战不殆，在这方面还希望业务经理给与我支持。

积极主动地把工作做到点上、落到实处。我将尽我最大的能力减轻领导的压力。

以上，是我对2019年工作计划，可能还很不成熟，希望领导指正。火车跑的快还靠车头带，我希望得到公司领导、部门领导的正确引导和帮助。展望2019年，我会更加努力、认真负责的去对待每一个业务，也力争赢的机会去寻求的客户，争取的单，完善业务开展工作。相信自己会完成新的任务，能迎接2019年新的挑战。

销售计划书篇四

一、市场环境分析：

二、商场进货渠道与方法分析

降低进货成本是本店发展最根本的因素。

1、在大卖场采购商品，降低商品的成本。本店最接近的大卖场是高桥大市场。

2、与供应商签定合同，采取月结，有利于达到融资的目的，购买新产品，以需定购。

3、供应商定期送货，节省运费。

4、与供应商达成协议，以提成来赢利，这样有利于陈货处理，本店可以全心投入销售，而不必考虑库存剩余。

5、时刻关注市场动态，使本店的产品急于换新。

三、商场销售与顾客分析

销售是本店获利的总提前，本店要获利，就要全身心的做好销售。采取员工责任制，以销售竞赛的形式提高积极性和销售量。

- 1、每天主办一场促销活动，吸引顾客。
- 2、每天采取定点特价。建立客户档案，进行网络营销。
- 3、员工反映顾客最新动态，满足新需求。

四、商场名称与发展空间分析

全民自选商场是一家经营数十载，有固定客户群的商场，在将来有更大的发展机会。

- 1、注册商标
- 2、可以开加盟连锁店，统一营销方案，达到融资的目的，扩大本店的规模。

本店现在所经营的一些商品是无商标的散装产品，本店可以通过自我包装，冠以自己的商标。

五、店面与店堂的设计

- 1、采取“半封闭型”，即大店门，大招牌，大橱窗。店面采用红色为主基调，有一种热情向上之感。
- 2、招牌设计：实体空心，以红色为底色，金黄色的字体。灯箱；白色实体，红色字体。

3、灯光；明亮，射程广的长筒的日光灯，闪烁的彩灯。店门入口占整个店铺的3/4。

4、店堂设计墙壁，天花板与地板的设计墙壁，天花板以浅红或浅黄为主色调。利用天花板来打广告，悬挂一些标志性的，大方，有个性的pop广告，或者通过刷漆。直接在天花板上打广告。

5、墙壁靠店门10米内用玻璃作货架，有利于扩大视眼。地板应耐磨，防滑，防尘，图案大，图形少的瓷砖，也可以通过刷漆，利用地板打广告。橱窗与通道的设计四周橱窗紧靠墙壁，橱窗顶到天花板处的空白地方以所陈列商品的大幅海报作背景，既美化了卖场，又促销了商品。

6、中间货架采取直通式，简单明了，能够使顾客对商品一目了然。货架分铁制和木制货架，木制货架应精致的的大方，放置在前头和拐角。靠近店门5米内放置柜台，设置商品专柜，如化妆品专柜，小型精品专柜。通道宽度以两人同时侧身通过为佳。颜色与灯光设计颜色能够激发顾客的购买欲望。卖场天花板应采用长筒日光灯，走向与货架的走向一致。灯光通过直接与间接照明，引起顾客的欲望。不同的商品采用不同颜色的灯光。

六、商场商品陈列设计

1、商品陈列主要有两个作用

(1) 在有限的空间里陈列最多的不同品牌的商品。

(2) 美化购物环境，本身起到了促销作用，激发顾客兴趣，快速购买。

2、本店商品陈列的要求：

整体分货架陈列与柜台陈列，一个品牌占有一个版位。同大类商品放置同一个货架。柜台主要设置专柜：化妆品，礼品，文具等专柜。

1、整齐陈列：商品包装大小统一，陈列在一起，突出量感，从而是顾客在意识上由“稳重”过度到“质量可靠”的效果。

2、关联陈列：如：各种厨具陈列在一起，顾客产生联想，有效的提高商品的购买概率。

3、比较陈列：同一种商品不同规格，数量陈列在一起，价格差别来刺激购买。主题陈列：制造一个主题，运用艺术，促销手段，来吸引顾客。

七、商场促销方法

促销是每个商家吸引顾客，提高销售量的途径，也是本店发展的重点，促销分为形象促销与实体促销形象促销的目的是提高本店形象与提高商品的形象，具体方法如下：

1、卖场内，使用pop广告，张贴相关产品的海报。发送传单，留住老顾客，引进新顾客。

2、制作精致小巧的名片，放在顾客容易拿的地方，让顾客记住本店，让顾客为你做宣传。重大的促销活动期间，举办演唱会，宣传车作宣传。

3、实体促销指的是本店给予顾客的实际回报，让顾客在本店购物感到实惠。具体方法如下： 每天举办一场促销活动，针对不同的产品。

4、每天举行定点特价，短时间扩大顾客流动量。运用打折的手段进行促销，主要以数量折扣为主。逢年过节的时候，以摸奖的形式促销。

5、采用积分制促销，长久的留住顾客，分档次送礼。

八、留住顾客的技巧

卖场是顾客的购物场所，忙碌与噪音大是主要特征，而顾客在作出购买决策的时候往往需要一个相对安静的地方，好让顾客作出自我决定，否则他会放弃购买。

商品销售策划方案

班级：13营高5

姓名：于玲

学号：20131142136

销售计划书篇五

一. 品牌的定位

niya是一个体龄项目开拓的技术领导者。将提供的产品和解决方案是中国美业市场上体龄项目最完整的产品，包括眼部、面部及头部以下12个部位，目前在中国已经建立了开发基地，已实现在中国的研发和本地化。

a前期为节约成本，暂时以北京美容美体终端店为主要发展对象
b成为美业一流的产品生产商及供应商。

c以系统集成项目带动整个项目和产品的销售与发展。二. 销售策略指导和行业目标

1前期采取针对终端店的销售策略，以踏实稳定发展为主要指导方向，绝对不能过快发展，形成有开拓无售后，给项目造成不良影响。具体为发展中、高端终端店为主，用密集的人

海战术来完成。

2强调两重点；大力发展重点区域和重点终端店对完成我们的销售目标具有非同寻常的意义。争取有成功的案例，由此带动全线产品的销售。

3七月开始争取做到国内市场遍地开花，中心城市和中小城市同时突破。4实际的出货量决定产品的知名度，每一个产品都是一个强有力广告。

三．市场销售目标

目标：在很短的时间内使销售业绩快速成长：在年底使自身产品成为行业内知名品牌，取代国内同水平产品的一部分市场。跨越生成点，成为快速成长的成功品牌。

2014年销售业绩计划表

致力于发展分销市场，到2014年底发展到116家终端店，总成交额计划为440万元，返单金额计划为：239万元，全年合计业绩总额为679万元。

四．营销基本理念和基本规则

1营销团队的基本理念；

a开放心胸：

b战胜自我：

c专业精神；

2营销基本规则：

a分销合作伙伴名称：分为二类：一是项目客户，是我们的重点合作伙伴。二是 整店输出客户，是我们的大客户。

b每一个员工都不要认为他是一个新品牌。

c竞争对手是国内同类产品的直销商。

d分销市场上目标客户的基本特征

1市场上处于成长类的公司，具有强烈的事业心和生成的欲望。

2在当地的美容美体市场处于重要地位的知名终端店。

3具有较好行业背景及消化能力的终端店。

五. 市场营销模式

1渠道的建立模式：

a采取寻找重要客户的办法，通过谈判可以先交部分款项大量铺货的形式进行合作分成，设限打款期限，为期只能五五分成，然后我们的销售和培训支持跟上。

b可以设定区域保护。可以不同命名。

c在代理之间挑取竞争心态，在谈判中因有当地的一个潜在客户而使我们掌握主动和高姿态。不能以低姿态进入市场。

d在谈判时在我们的广告中就可以出现草签代理商的名字，挑取了终端店和邻近终端店的矛盾，我们乘机进入市场。

e在当地的区域市场上，随时保证有一个当地的可以成为代理的？以对代理成为威胁和起到促进作用。

2给终端店信用等级上的支持（指定信用等级评定方法）：普通和高级

高级的信用等级评定标准：

1签定了正式的授权营销协议，并在公司进行了完整的备案。

2前三个月内每月的定货符合授权营销协议的规定销售额。

3在三个月内的商业交换中没有发生过恶意倒帐事件和商业纠纷。

4积极开拓市场，独立操作在当地的市场活动。配合公司的市场营销活动。

5没有违反授权行销协议中规定内容。

六. 价格策略

1高品质，高价格，高利润空间为原则！

2制订较现实的价格表：价格表分为两层，公开报价，市场销售的最底价。

3制订较高的月返点和季返点政策，以控制营销体系。

七. 渠道销售的策略

市场上有推，拉的力量平衡。要快速的增长，就要采用推动力量。拉需要长时间的培养。为此，我们将主要精力放在开拓渠道销售上。另外，负责整店输出的人员主攻行业市场有意向成为合作伙伴的潜在客户，力争在三个月内完成8—20单，以给全部员工树立信心。到年底为止，完成自己的营销定额。

八. 售后服务体系

1前期会有铺货合作形式，体验费用全额到帐后，售后人员会按计划与店家沟通培训时间，制定销售计划，将按约定时间给予最佳售后服务。

2终端店向公司帐户全额汇款后，售后人员会在接到通知后，第一时间与店家电话沟通培训时间及销售时间，进行终端客户分析制定销售计划。

九. 培训工作的开展

1认证美容师培训工作。分为初，高二级。并且开展专业销售美容师的培训工作。考核全部项目和产品知识。前为免费培训，后为收费培训。

十. 专业网络站点

1公司形象，产品介绍，手册，驱动程序下载。解答。

2电子化服务。如资料，图片。

十一. 内部人员的报告制度和销售决策

1每周一或二召开工作会议，提交工作报告，内容为：

a本周完成销售数

b本周渠道开发的进展

c下周工作计划和销售预测。

d困难。

e月末会议进行业务人员的销售排名。奖励制度。

2价格控制

a统一的价格和折扣制度。

b价格的审批制度

3工作单制度

4做好销售支持工作；一定时间的业绩，折扣，返单的计算，定单的处理，终端店的业绩排名。

5编制销售手册；其中包括代理的游戏规则，技术支持，市场部的工作范围和职能，所能解决的问题和提供的支持等说明。

销售计划书篇六

在已过去的20xx年里，作为一名房产销售人员，我所在的销售部在企业领导的正确带领下和各部门的积极配合下提前完成了全年的销售任务。这一年全球的经济危机蔓延，房地产市场大落大起，整个销售团队经历了房地产市场从惨淡到火爆的过程。为了以后在这个既充满了机遇又充满了挑战的房地产行业更好地销售，现将销售工作计划如下：

在20xx年的房产销售工作中，我将加强自己在专业技能上的训练，为实现20xx年的销售任务打下坚实的基础。进行销售技巧为主的技能培训，全面提高自身的专业素质。确保自己在20xx年的销售工作中始终保持高昂的斗志、团结积极的工作热情。

在新的一年里，我将仔细研究国内及本地房地产市场的变化，为销售策略决策提供依据。目前政府已经出台了调控房地产市场的一系列政策，对20xx年的市场到底会造成多大的影响，政府是否还会继续出台调控政策，应该如何应对以确保实现20xx年的销售任务，是我必须关注和加以研究的工作。

我在20xx年的房产销售工作重点是***公寓，我将仔细分析可售产品的特性，挖掘产品卖点，结合对市场同类产品的研究，为不同的产品分别制定科学合理的销售计划和任务目标及详细的执行方案。

我将结合20xx年的销售经验及对可售产品的了解，仔细分析找出有效的目标客户群。我将通过对工作中的数据进行统计分析，以总结归纳出完善高效的销售方法。

我将按计划认真执行销售方案，根据销售情况及市场变化及时调整销售计划，修正销售执行方案。定期对阶段性销售工作进行总结，对于突然变化的市场情况，做好预案，全力确保完成销售任务。

明年的可售产品中商铺的所占的比重较大，这就要求我要具更高的专业知识做保障，我将在部门经理与同事的帮助下，进行相关的专业知识培训，使销售工作达到销售商铺的要求，上升到一个新的高度。

销售计划书篇七

责任人：胡洋许雲凯李彦博

初步发展方向：

为了明确目标，销售量最大化，以后发展的基础和销售渠道的成熟，制定该销售计划和具体工作的负责制度。

前期策略以保定城区南部为基础发展方向，面向东二环和东三环之间的郊区村庄，城边区的沿街小超市小商店为主要销售方向，逐步向城市主要街道和面向临近的清苑县等几个县城发展。

由于前期每个人都没有成熟的经验，所以但凡任何事情都要

进行商议，三人之间必须团结一致，实事求是，踏实做事，要能吃苦，争取将销售成本压缩到最小，从自身把利润最大化，便于前期的铺货和后续发展。

具体营销策略：

前期已拟定八年陈酿酒（紫砂葫芦型）为主打酒种，头曲，二曲以及陈酿，窖酒为辅助市场开发品种。八年陈酿，陈酿，窖酒定位于中低端市场，主打郊区和县城，头曲，二区定位于中高端市场主打市区一些高档烟酒店，同时低端价位也可以送入高档客户！

由于保定本地酒在市场有一定的发展优势和基础，所以采取“集中化”策略，针对于对手酒类没有完全占据的市场展开攻势，挤占市场。初期以铺货为主，利润为辅，拉开与同档次对手产品之间的价格差距，争取小方向发展，一步一步走实。

目标市场可以分为a□b两类□a类为保定城边郊区和各个县城的城区□b类为保定各大街的超市和校园附近便利店。（校园附近的便利店可以相对大的让利于客户，以引导客户给学生进行推销）

明确流程和规范，加强管理，强化对销售网络的控制力度，使客户的利益和咱们之间的利益紧密结合起来，成为利益共同体，实现双赢的目的。线下富裕时间咱可以通过网络做团购和酒店的推销，通过网络营销进行团购活动，团购活动可以实行零利润，以增加产品销售量，打开产品知名度。前期股份安排，可于产品销售前，所有程序准备完毕时在做安排，但一定要留出一定的股份用于后续人员的加入和雇佣业务员给予一定的股份。