

# 拜访活动方案(实用5篇)

当面临一个复杂的问题时，我们需要制定一个详细的方案来分析问题的根源，并提出解决方案。通过制定方案，我们可以有计划地推进工作，逐步实现目标，提高工作效率和质量。下面是小编精心整理的方案策划范文，欢迎阅读与收藏。

## 拜访活动方案篇一

### 客户拜访技巧(3)

如：“王经理，今天我跟你约定的时间已经到了，今天很高兴从您这里听到了这么多宝贵的信息，真的很感谢您！您今天所谈到的内容一是关于……二是关于……三是关于……，是这些，对吗？”

### 6、结束拜访时，约定下次拜访内容和时间；

如：“王经理，今天很感谢您用这么长的时间给我提供了这么多宝贵的信息，根据你今天所谈到的内容，我将回去好好的做一个供货计划方案，然后再来向您汇报，您看我是下周二上午将方案带过来让您审阅，您看可以吗？”

## 二、第二次拜访：满足客户需求

营销人自己的角色：一名专家型方案的提供者或问题解决者；

让客户出任的角色：一位不断挑刺不断认同的业界权威；

拜访流程设计：

### 1、电话预先约定及确认；

如：“王经理，您好！我是\*\*公司的小周，上次我们谈得

很愉快，我们上次约好今天上午由我带一套供货计划来向您汇报，我九点整准时到您的办公室，您看可以吗？”

2、进门打招呼：第二次见到客户时，仍然在他未开口之前，以热情 and 老熟人的口吻向客户（他）打招呼问候，如：“王经理，上午好啊！”

4、开场白的结构：

如：“王经理，上次您谈到在订购\*\*产品的碰到几个问题，他们分别是……，这次我们专门根据您所谈到的问题专门做了一套计划和方案，这套计划的优点是……通过这套方案，您看能不能解决您所碰到的问题，我现在给你做一下简单的汇报，时间大约需要十五分钟，您看可以吗？”

5、专业导入ffab□不断迎合客户需求；

什么是ffab□

feature:产品或解决方法的特点；

function:因特点而带来的功能；

advantage:这些功能的优点；

benefits:这些优点带来的利益；

## 拜访活动方案篇二

2、加强项目的形象宣传，及项目品牌的影响力；

4、增进项目圈子的凝聚力，答谢客户支持。

中秋月·邻里情——xx·天中豪园中秋节感恩答谢酒会

9月12日(周五, 农历八月十三日)下午5:00-8:35

天龙酒店宴会厅(须要可容纳250人就餐, 配套音响、话筒设备齐全)

1、认筹客户及部分诚意度极高的未认筹客户

2、天中晚报、驻马店日报、驻马店房地产信息网、驻马店电视台等媒体记者(文字+摄影)

3□xx公司、国基公司、设计院及德邻公司代表

1、客户:由销售组以电话通知的形式邀请客户到营销中心领取邀请券。

2、媒体:由开发商以电话以及发邀请函形式邀请。

备注:制作出邀请券放置营销中心, 共分三联, 凭第一联入场, 第二联抽大奖, 第三联领取月饼礼品。每张邀请券限带2人(一张最多3人参加), 总人数控制在180-230人左右。

自助冷餐酒会+互动游戏+表演+抽奖+隐性项目推介

略

## 拜访活动方案篇三

一年一度的. 春节即将来临, 同时消费的高峰也将在年前十天左右, 各个厂家都在积极应对, 力求在春节再创佳绩, 为20年的销售开一个好头, 但如何去抓住春节这个大市场? 同时超惠百货也迎来了五周年店庆之喜, 为此, 我们可以合二为一, 但按原日期为13日的话, 时间显得有些过于仓促, 同时13号为星期二, 也尚没到顾客全面动员筹备年货的高峰期, 因此企划部特将下期活动日期安排从17日开始, 至年初一26

号，共10天，下期为元宵节/情人节合一档期（2月8日—2月15），本期活动策划如下：

活动主题：5载辉煌，感恩回馈

副题：贺新春，庆店庆，来者有惊喜！

活动时间：20年x月17日—x月26日

惊喜一：年三十，发红包，20元大红包等着你！（原元旦活动）

活动内容：即日起—x月x日，凡一次性在本商场购物满18元的顾客可获抽奖券一张，专柜满36元送一张，依此类推，多买多送，并把副券投入抽奖箱内，本商场将在年三十晚（即x月x日晚）七点三十分在超惠大舞台进行抽奖，20元大红包等你拿。奖项设置：

牛年最牛奖：1名奖超惠百货20元大红包一个！

牛年大发奖：2名奖超惠百货888元大红包一个！

牛年一路发：3名奖超惠百货168元大红包一个！

牛年小发奖：88名奖超惠百货8元小红包一个！

注：以上红包金额均为现金购物券，可在本商场超市区当现金使用。

惊喜二、辉煌5周年，有买还有送！

惊喜三、迎新年、贺年糖果任你抓

活动时间□x月x日至x月x日（共8天）

每天上午10:00至晚上20:00

活动内容：凡在本商场超市区一次性购物满28元的顾客，凭单张电脑小票即可到本商场大门口活动现场“免费抓糖果一把”。

活动细则：

- 1、限超市区购物者参与，专柜无效；
- 2、单张电脑小票最多可抓三次；电脑小票当天有效，小票金额不可累计；
- 3、抓取糖果时只能用一只手，用两只手所抓取的无效。

采购部：负责散装糖果、饼干、果冻的筹备或联系供应商赞助。

企划部：负责活动的宣传与监督及数量的预算。

营运部：负责活动商品的调拨与发放。

防损部：负责活动现场的秩序维持。

预算：预计一天需120斤糖果，八天需960斤糖果，

每斤4元左右960斤=3840元左右

惊喜四：出门恭喜又发财、吉祥利是到手来

活动时间□x月26日（即大年初一）

门红利是由店长或其它高层领导亲自派发。

企划部：负责活动的宣传与监督及数量的预算。

财务部：负责提前做好现金调拨并把现金装入利是封，每封2元；

防损部：负责活动现场的秩序维持和礼炮鸣放。

预算：“吉祥如意”红包168个，企划部原已有。

共1682元=336元

惊喜五：购物你若在超惠、红包拿到笑呵呵

活动时间□x月26日至x月28日（年初一到年初三）

每天上午10：00至晚上20：00

活动内容：凡在本商场超市区一次性购物满28元以上的顾客，凭单张电脑小票即可到本商场大门口活动现场“任意抓取红包”一个。单个红包金额可达88元，每天数量有限，抓完即止。

## 拜访活动方案篇四

话术是销售的敲门砖，也是见客户的第一步，让客户产生好的影响。才能长期维护客户，把客户的拒绝当作邀请，掌握客户需求，真诚的帮助客户才是绝招。

目标：

我们需要让客户记住：我们是谁？是干什么的？可以给他提供怎样的服务？

具体的拜访流程设计可分以下几步进行。

第一步，打招呼

在客户未开口之前，以亲切的音调向客户打招呼问候，如：“王经理，早上好！”

## 第二步，自我介绍

讲明公司名称及自己姓名并将名片双手递上，在交换名片后，对客户抽空会见自己表达谢意；如：“这是我的名片，感谢您能抽出时间让我见到您！”

## 第三步，旁白

营造一个好的气氛，以拉近彼此之间的距离，缓和客户对陌生人来访的紧张情绪；如：“王经理，我是您部门的张工介绍来的，听他说，你是一个很随和的领导。”

## 第四步，开场白

开场白的结构可以为：提出议程，陈述议程对客户价值，时间约定，询问是否接受，如：“王经理，今天我是专门来向您了解贵公司对某某产品的一些需求情况，通过了解你们明确的计划和需求后，我可以为你们提供更方便的服务，我们谈的时间大约只需要五分钟，您看可以吗？”

## 第五步，巧妙运用询问术，让客户一次说个够

在结束初次拜访时，营销人员应该再次确认一下本次来访的主要目的是否达到，然后向客户叙述下次拜访的目的、约定下次拜访的时间，如：“王经理，今天很感谢您用这么长的时间给我提供了这么多宝贵的信息，根据你今天所谈到的内容，我回去后将好好地做一个供货计划方案，然后再来向您汇报，我下周二上午将方案带过来让您审阅，您看可以吗？”

有了第一次成功拜访的基础，就可以第二次拜访，并为最终获得成功、将产品成功推销出去打开局面。

## 拜访活动方案篇五

酒店市场营销部提成方案指标分解及销售提成方案为调动员工的工作积极性，提高员工的销售意识，增加酒店客房入住率，增加员工收入，特制定奖励办法：

奖励以酒店客房协议价为基础，鼓励员工销售高价房。由于营业收入中电话费、洗衣费以及损失赔偿费等酒店收入成本费用过高，所以，奖励记提只依据房费计算。

对于自己的客户，要自始至终的跟进，从登记到结账，要了解客户信息，协助公司处理可能出现的纠纷和投诉，让宾客乘兴而来，满意而归。严禁只拿提成不作为的杀鸡取卵倾向。

营销人员必须走出去，开发新的客源，严禁在前台同接待人员争抢客户。酒店给营销人员协议价，营销人员根据报价自主营销，并根据前台收款进行提成。在预定部房源已然告急情况下，营销人员不得强行预定，应主动推销升级房源，对于强行订房，故意造成升级客房的情况，将视同为所升级房源的特批低价销售，只按照2%记提。

公司管理人员按普通员工记提比例的50%记提。

以协议价销售的提成=房价×3%×天数。

房价高于协议价的提成={（协议价×3%）+（房价差价×20%）}×天数  
低于协议价客房的销售在公司总经理特批的基础上，只能按2%记提  
长住房协议价的=（协议价×3%）  
营销人员走出去开发的新客源记入个人业绩，业绩单独记提  
领导介绍、主动上门客户均为部门整体业绩，不记入个人业绩，其营销额由部门记提。

所有销售额度，以营销部下单，前台收款签字确认为准，未收回之款项不能记入销售额度。

根据季节变化制定每月完成营业指标，整体完成指标时，按比例提成；超额完成部分按5%提成；完成基数50%，按1%提成，每增加5%销售额度，增加的提成比例；没有营业指标，底薪按50%发放。

营销部每月整体销售额提成部分，由部门根据考核发放，营销人员个人业绩记提归个人所有。

以协议价为基础，按每天完成10间夜的销售任务为基数，即每月完成300间夜的销售任务，颁发2, 元的奖励基金；每天完成20间夜 的销售任务，即每月完成600间夜的销售任务，颁发5, 元的奖励基金；未能够完成每天10间夜的销售任务，按营业额的3%记提奖励；完成的销 售任务超出每天10间夜，而不足20间夜，其10间夜按奖励基金标准颁发，剩余间夜按3%记提。

低于协议价的销售或长包房的销售按2%记提，此类销售不占销售指标，不得重复计算。