

# 会议是营销方案还是策略(优质5篇)

为确保事情或工作顺利开展，常常要根据具体情况预先制定方案，方案是综合考量事情或问题相关的因素后所制定的书面计划。方案对于我们的帮助很大，所以我们要好好写一篇方案。接下来小编就给大家介绍一下方案应该怎么去写，我们一起来看看吧。

## 会议是营销方案还是策略篇一

### 一、会议操作流程

#### 第一部分：会前准备

- 1、人员分工
- 2、场地准备
- 3、物品准备
- 4、会场布置

#### 第二部分：现场部分

- 1、现场工作流程
- 2、会前准备工作
- 3、顾客入场登记（发布促销信息及会议流程）
- 4、会议正式开始前（1、促销员与顾客的沟通2、公司产品的宣传广告视频等）

- 5、开场白（见主持人串词）（6、文艺表演）
- 6、专家演讲（7、游戏互动、有奖问答、老顾客发言等）
- 8、产品促销信息发布
- 9、咨询、促销、签单（十一、现场抽奖）

### 第三部分：会后部分

- 一、送宾（一视同仁）
- 二、顾客服务管理（新客、未购买者继续跟进服务）
- 三、会后总结

### 二、会销流程具体细节

#### （一）会前部分

顾客在会上能否产生购买，有80%的因素取决于会前的工作做的是否扎实、到位。因此，会前部分是会销活动的重点部分，主要包括：

- 1、宣讲专家的联络；提前预约、有效沟通协调。
- 2、会议时间地点的选取，综合考虑天气、方便等因素。
- 3、顾客的通知；新客与老客比例合适，提前短线通知，电话预约，电话确认等。提前给各促销员及医务人员派发任务，保证到会人数和效果。
- 4、会场的布置，现场人员的分工。
- 5、奖品、宣传资料等物料的准备到位，会前预估销量准备产

品。

## （二）会中部分

### 1、需准备物品：

笔记本电脑一台：制作好幻灯片，录像，并保存好相关培训资料。

数码相机一台：现场照像及录制。

登记表：为现场来的客户进行登记。

条幅：挂在联谊会会场的四周。

胸卡：工作人员佩带。

展板和写笔：用于讲师写东西。

抽奖箱：放置抽奖券。

小礼品：给现场客户发放。

### 二、会议程序：

1、会务人员全部提前准时到会场。

2、各部门自我检查，了解本部门应到人员情况，物品准备情况，机器设备情况等。

3、会前动员：着重对各部门工作人员讲解会场维护和会后促销事宜，讲完后大家相互击掌。

4、工作人员站在门口欢迎客户入场，一定要显的隆重；

## 迎宾、签到

规范迎宾登记顾客详细资料，特别是对待陌生销售时，员工与顾客间并不认识或熟悉时一定要登记两次电话，以确认顾客的电话是否真实。同时也要利用语气、态度和肢体语言加深与顾客的交流，尽快熟悉。

## 引导入场

将顾客领到指定人员的位置上，因为在会前邀约时就已经提到会为他留一个位置，所以在顾客到会场后，一定要根据顾客邀请函上员工的名字由专人将顾客领到该员工指定的座位上。

5、客户到来后，由主持负责，如有录像可放一些相关产品的录像资料，先让早到的客观看，达到一个好的气氛。

6、主持人开场白；开场前注意提醒顾客去洗手间，并且再次确认麦克风、音响□vcd是否好用。开场时间一般不宜超过规定时间15分钟。

（7）娱乐节目或小游戏，让我们的工作人员和全场顾客全部参加，再次让气氛活跃起来。主要是通过游戏来调动顾客的情绪，缓解因听讲座而带来的困倦感、消除顾客的戒备心，以促进销售。

8、宣讲专家开始讲座：产品讲解。由主持人借助专家讲座中提到的专业物质，提出本

品牌产品与其它产品牌有何不同，有何优势。

9、核心顾客发言：（每个发言客户发放一些小礼品，发言时间控制在两分钟左右。）说明：会议营销中的重要环节。顾客说服顾客，要求员工要对发言的.顾客事先做好沟通，确认

他可以到会，并且介绍给主持人认识，了解。顾客的发言要求简单，质朴，不要有过多的修饰，时间最好控制在三分钟左右。在会场准备三、四个核心顾客为宜。

## 10、有奖问答

针对顾客关注的问题，和我们希望顾客记住的问题，提出一些简单明了的问题，为了加深顾客对产品的印象。

## 11、宣布好消息

具体的好消息主要是现场的优惠政策。主持人的语言要重点放在优惠政策的难得。由主持人宣布促销活动政策，然后所有促销人员全部到达现场，按分工的内容开始与顾客沟通促销产品。

12、对现场定购的客户，主持人一定要大声叫出来，让所有人都知道，并告诉额外奖品。此活动一直到结束全部要围绕定单进行，销售产品的过程也是造势的过程。售出的产品员工一定要找理由将顾客留住，最好可以现场演示，制造场效。中间可贯穿能引起客户共鸣的小节目。

（13）促销活动（大概半个小时）结束后，可举行一次抽奖等）

## （三）会后的售后服务跟进

### 售后服务

电话跟踪（包括业务员咨询专家）：

亲情跟踪：联谊会上未购产品的顾客两天内回访，进一步探求顾客未购原因并做相关解释，借专家的势进行深入沟通，力争促成购买。

总结的内容包括：通报销量，到会人数，销售冠军，到会率最高的员工，可以给予一定的鼓励。会议尽量简短，以先表扬，后建议、批评为好。

#### 四、会销预算及人员分工附表

##### 表一、人员职责与分工表

联络组□xx负责通知顾客，确定名单x人，xx负责联络专家，场地等。会场组□xx负责会场布置、会场清理。

物料组□xx负责宣传资料、产品、奖品、会场布置物料的准备。

促销组□xx负责现场促销xx元产品。

接待组□xx负责嘉宾签到、发放资料、引导迎送客人等。

售后服务组□xx负责新客跟进服务。

##### 表二、经费预算明细表

联络费：聘请专家、通讯交通费用xxx

场地费：租用宾馆费用xxx

物料费：宣传资料、奖品等费用xxx

合计□xxx

## 会议是营销方案还是策略篇二

做好一份优秀的会议营销策划，首先要把会议营销的几大要

素列出来，也可以说把重要的内容先勾画出来，这就好比是建房子，梁、柱、墙、顶这些部分是必不可少的，只要把这些重要的结构搭建好，房子就倒塌不了，同样道理，策划有了这些要素，就不会出现大的偏差，然后再根据具体情况进一步的去丰满修饰它，它就会漂亮的建筑一样，既美观又实用。这些要素包括这样几点：

1、要做当地市场背景会议营销策划http://分析，这要求活动的会议营销策划者要对目标市场的情况要有充分的了解，包括经济发展，市场容量，目标顾客的消费习惯及喜好，竞品的活动情况，还有会议活动创意的理论基础，即利用了顾客的哪些心理和消费的特点，或者有哪些的优势能对消费者产生足够的刺激，否则消费者不参与，会议就会失败。这是整个会议活动方案的由来，也可以说是活动为什么能做的原因。

2、会议的主题，会议的主题就是招牌，有个好的主题可以决定消费者参与的热情程度，利用人的好奇，趋利等心理特点，尽可能做的八卦一点，目的是调起目标消费者的胃口，把她们吸引过来。

到哪里得到什么样的结果，可能连自己都不知道。

4、会议的内容和程序，这是会议活动中的关键，这里包括的方面很多，如果没有很好的筹划，很可能会直接导致会议的失败，按时间顺序可以分为三个阶段，会前、会中、会后。

在会前可以根据情况拟定开展公关活动，为活动造势，如提前与电视台联系，争取电视台以新闻形式播出，或以赠送产品是方式与媒体合作，作好宣传，还可以与妇联等政府机关当前提倡的公益活动结合，增加媒体主动播报的机会和主管部门的'支持，扩大企业影响力。还有软文支持，设计主题，进行平面的媒体宣传，可以吸引更多的目标顾客参加。还要预定会议场所，提前派发门票：如在活动日期前3-5天派发门票，门票的票面设计讲究美观华丽，内容要有吸引力，派发

目标视产品的目标顾客而定，如吸引高端消费群体，可针对有较好的经济基础的女性，以沿街店铺老板娘以及公司白领和邮电、银行、工商、税务、电业、通讯公司、教师、医生、公务员等群体为主，并指定人员检查门票的发放情况，并对参会人数作出预估。提前作好会场的布置，物料专人负责，并安排到位，作好分工，对灯光音响进行调试，并可进行预演彩排。为了保证会议的质量和秩序，在会议开始之前要检票，要求与会人员凭票入内，票面必须填写完整，并且必须严格控制非目标顾客入内（一般为男士和小孩）。

会中要设定好会议程序，一般的会议程序是这样的，先是主持人上场，宣布会议开始，企业老板与各品牌的厂家代表致欢迎辞。然后讲师讲述美容知识并抽取幸运顾客，进行产品体验，同时现场示范美容护理技巧和手法，或者只是进行主题演讲。中间穿插歌舞、演艺和互动游戏，并派发赠品与纪念品。现场可进行会员宣传与推广，结合促销政策进行产品的订购与销售。最后抽取各个奖项（这样保证参会人员不会中途退场）。

会后一般这样安排：会议次日凭晚会检过的门票在卖场办理会员证并赠送赠品，这样可以使顾客知道产品销售点的位置，还可以进行电话跟单，了解顾客使用情况，开展售后服务与连带销售，增加顾客的忠诚度和购买量。

5、活动所需物料，根据会议内容而定，一般来说，化妆品的终端会所需的物料主要有这些：给顾客体验用产品，奖品所用产品，抽奖的奖品（多数有抽奖活动），展示及宣传物品如x展架，条幅，喷画背景，脸盆、毛巾、木浆海绵、脱脂棉球、气球、精致门票、冲气彩虹门等。

6、会议地点，地点可以视具体会议而定，如宾馆，电影院，学校礼堂等都可以，能容纳的人数与会议要求相符，一般要求要有较好的灯光、音响设施以及配备白板、无线麦克风等物品。



7、人员组成，根据会议的内容要求可在会前安排好工作人员，包括模特及演艺人员，主持人，讲师，会场服务人员，检票人员，登记员，礼仪小姐，会务主管，录象师。

8、要作好费用投入分析和预算，通过分析会议活动投入的多少，可以对所需的费用作出预估，并结合预期的目标，计算出投入与回报是否合理。一般包括门票及展示宣传物料的制作费用，所用奖品和体验的产品的费用；人员的费用，如讲师和演艺人员及其他工作人员的工资、食宿费用；车辆费用；会场及租用物品费用，媒体及公关费用等。如果是厂商联合来做的会议，还要列清化妆品厂家与终端卖场各自分摊的比例。

9、会议营销策划活动的应急预案，为了应对会议活动中出现的突发事件和问题，作一套应急预备方案是不可或缺的，针对一些不能确定的因素，只有作好周密的应对措施，才能保证会议的顺利进行，并起到很好的效果。

最后要在会议活动结束后，进行及时的分析总结，找出成功或失败的原因，并不断的加以改进和完善，这样才能越做越好，会议营销才能越做越成功。

## 会议是营销方案还是策略篇三

第一部分：课程大纲

会议营销和招商会培训

讲师：文彬

课程时间：1-2天

培训地点：客户自定

培训受众：

课程背景：

会议营销以其固有的模式和独特的魅力，正成为当下各行业非常流行的营销模式。“会议就是业绩、会场就是战场。”保险、培训、直销等行业离开会议可以说很难发展。会议营销在美容美发、健康产业、投资创业理财、产品和服务营销等行业得到广泛运用。本课程则通过大量的丰富的实践向企业展示了会议营销的种类，最重要的是解密了会议营销各个环节的关键和运作方式。帮助企业 and 销售团队高效展示其产品和服务，提升销售业绩。

课程大纲：

第一部分：概述：关于会议营销？

一、什么是会议营销？——温柔的陷阱、美丽的陷阱

二、会议营销的类型

1、展会（举例：高交会、文博会、车展、房展等）

2、opp创业说明会（例如：安利、完美、天狮等）

3、新产品发布会（例如：）

4、峰会论坛、学习交流会（营销高峰会议、培训公司举办的学习交流会议）

三、什么产品适合做会议营销（具备一下条件）

1、新上市的产品（需要概念引导）

2、一对一销售教困难的，需要借助专家的力量

3、比较容易产生现场购买行为的

4、决策过程简单

找讲师、公开课，上诺达名师网，中国最大的培训平台  
<http://>

四、优势：传统“一对一”营销vs会议“一对多”营销

第二部分：会议营销的策划

一、会议营销成功的标准、（衡量会议营销成功的指标有哪些？）

二、会议营销成功的主要要素有哪些？（常规6大环节）

1、主题策划明确

2、客户名单

3、邀约话术

4、邀约

5、主持

6、主讲嘉宾

7、中场沟通

8、谈判

9、收单、跟进

第三部分：会议营销成功的关键力量——主讲嘉宾

- 1、定位：会议营销体系岗位体系的一员，至关重要的岗位
- 2、对主讲嘉宾的选择（条件）——对讲师的要求
- 3、沟通（与主持、会议组织单位、与客户）
- 4、讲师的语言组织、现场气氛的营造和控制的话语穿插在会议演讲当中。

第四部分：成功的精髓——成交业绩

第五部分：成功的精髓——团队作战

第六部分：会议营销实战演练

专注·专业·共赢

第二部分：讲师背景介绍

找讲师、公开课，上诺达名师网，中国最大的培训平台  
<http://>

主讲课程：

培训专家授课风格：

极富激情和感染力、有道有术、点面结合、重视系统框架下的能力训练；深入浅出、互动实战性强，深受学员欢迎。

教学形式：理论+实战+互动

文彬老师是为数不多提出在胜任素质框架下进行能力培训的老师，更加注重职业化习惯养成的员工职业化素质和能力训练，而销售课程更重视以业绩和结果为导向的训练。

培训学员感言：

他是一个能在两分钟时间就能让学员兴奋起来，快速进入培训状况的老师！

-----华人著名管理大师余世维

-----广东省企业家联合会培训中心梁主任

听了他半天课，我就忘了自己是企业家的身份，他能让我静下来做个好学生。我和大家一起互动，一起投入，一起分享。感谢文彬老师！

-----上市公司明珠集团董事长张坚力

市场竞争激烈，iPhone手机和联通捆绑销售业绩压力很大。我们组织全市经理以上销售精英和管理者参加了文彬老师两天的销售技能特训，结果状态很好。达到我们培训目的：激励士气、明确目标、找到办法、提升技能！

-----中国联通清远分公司张总经理

这次培训我的收获最大，本来开完场我就要走。结果文彬老师的课深深吸引了我，让我觉得应该和公司员工一起成长。

-----bp(德国)车轴总经理李小宝

文彬老师的培训课程用这样一句话来表达最准确：静如处子，动如脱兔！完全投入进去，被吸引了。真的，收获很大！

-----珠光房地产人力资源陈经理

早听到文彬老师课程就好了。让员工更加明确职业化的真正意义，管理也好，员工的能力也好，一切按照“标准”去做。

———富源大酒店董事长李金星

用贴近生活的案例讲解，用鼓励大家发言的方式学习。非常多的信息量，需要慢慢吸收消化。（陈钢）

主要著名客户(摘录)

论坛：大智慧财富论坛、西子财富企业家峰会、培训行业趋势论坛（千人）等、

## 一、操作形式

1、“如何一次性通过建造师考试” “建造师考试备考秘籍” “建造师考试内幕”

## 二、活动目的

开发新客、提升销量、提高培训产品知名度

## 三、会议操作流程

### 一、会前部分

顾客在联谊会上能否产生购买，有80%的因素取决于会前的工作做的是否扎实、到位。因此，会前部分是会销活动的重点部分，主要包括：.

- 1、专家的联络（提前预约、有效沟通协调）；
- 2、会议时间、地点的选取（综合考虑天气、方便等因素）；
- 3、顾客邀约；

新客与老客比例合适，提前短信通知，电话预约，电话确认等。

公司相关工作人员要合理分配任务，保证到会人数和效果。

会前30分钟到一个小时电话确认。

#### 4、会场布置：

笔记本电脑一台。

数码相机一台：现场照像及录制。

登记表：为现场来的客户进行登记。

条幅：挂在联谊会会场的四周。

胸卡：工作人员佩带。

展板和写笔：用于讲师写东西。

抽奖箱：放置抽奖券用的。

小礼品：给现场客户发放。

5、奖品、宣传资料等物料的准备到位，会前预估销量准备产品。

6、现场人员的分工（会场人员、物料人员、促销人员、接待人员）；

## 二、会中部分

2、会前动员7：30左右开始，着重对各部门工作人员讲解会场维护和会后促销事宜，讲完后大家相互击掌。

3、工作人员站在门口欢迎客户入场，一定要显的.隆重；

4、迎宾、签到：规范迎宾，登记顾客详细资料，特别是对待陌生销售时，员工与顾客间并不认识或熟悉时一定要登记两次电话，以确认顾客的话是否真实。同时也要利用语气、态度和肢体语言加深与顾客的交流，尽快熟悉。

1

指定的座位上。

6、客人落座后，由主持负责，可先让早到的客户进行简单的健身操的事项，让客户能参与进来，达到一个好的气氛，同时如有录像可放一些相关产品的录像资料。

7、主持人开场白：

开场前注意提醒顾客去洗手间，并且再次确认麦克风、音响□vcd是否好用。

开场时间一般不宜超过规定时间15分钟。

8、娱乐节目或小游戏，让我们的工作人员和全场顾客全部参加，再次让气氛活跃起来。主要是通过游戏来调动顾客的情绪，缓解因听讲座而带来的困倦感、消除顾客的戒备心，以促进销售。

9、专家开始讲座，

10、老客户发言，一定要选择a类客户或b类客户也可以。每个发言客户发放一些小礼品，发言时间控制在两分钟左右。

11、核心顾客发言

联谊会中的重要环节。顾客说服顾客，要求员工要对发言的顾客事先做好沟通，确认他可以到会，并且介绍给主持人认



识，了解。顾客的发言要求简单，质朴，不要有过多的修饰，时间最好控制在三分钟左右。在会场准备三、四个核心顾客为宜。

12、当专家部分完毕后；产品讲解（主要讲解产品的优势）由主持人借助专家讲座中提到的专业物质，提出本品牌产品与其它产品牌有何不同，有何优势。

13、有奖问答

针对顾客关注的问题，和我们希望顾客记住的问题，提出一些简单明了的问题，为了加深顾客对产品的印象。

14、宣布好消息

具体的好消息主要是现场的优惠政策。主持人的语言要重点放在优惠政策的难得。由主持人宣布促销活动政策，然后所有促销人员全部到达现场，按分工的内容开始与顾客沟通促销产品。

15、促销人员开展一对一的介绍劝单。

如果特别要求，不适合在会场内劝单的可以请到其他会客室会谈。

大家尽量做到行动迅速，资料准备齐全。

不依不饶，临阵换将，打破砂锅问到底总之以成单为主。

16、对现场定购的客户，主持人一定要大声叫出来，让所有人都知道，并告诉额外奖品。

17、促销活动（大概半个小时）结束后，可再举行一次抽奖等）。

18、送客（对于当场没有成交的继续下一次邀约；对于成交的做好服务工作）。

### 三、会后的售后服务跟进

售后服务应具备的理念：

#### 1、最为诚信的售后服务。

推销员销售额的大小是体现通过与客户成交量的多少来实现，从一定意义上讲，他是在创健培养一个自己的市场，如果他采用诚信的态度与手法，去和客户沟通，他就会很快培养一个很大的消费群体，所有我们只有取的客户的充分信任，才能达到我们的市场不断的扩大的目的。

#### 2、增加亲密服务

当成交后你要做的第一件事就是花点小钱，给客户送去一张感谢信之类的东西，这对我们来说是非常重要的，客户会因为你的一封感谢信或感谢卡而对你更加的信任。和你的关系也会更好。从而达到长期的合作关系的目的是。

#### 3、成交不是最终的目的。

## 2

做优秀的推销员应当时刻记住，我们不是因为图回报而为客户服务的，给客户的全方位的服务才是我们的义务，当成交后，我们应当把客户当成我们的朋友，我们的儿女，亲人，成交后要更多的和客户联系，并从真正意义上对客户进行情感等方面的各个关心。这样才能进一步的建立我们的客户关系网络。

#### 4、失去后也要关心。

如果第一次成交后，客户反应产品效果不是太好，从而失去了这个客户后，我们仍要去关心我们的客户，因为我们有很多产品，只要我们心诚，失去的客户还是可以回头的。

5、特别优质的客户，按实际情况，可以给以更优质的服务或者优惠，最重要的是让客户感受到我们给他们精神上带来的意义。)

## 6、条件成熟后利用转介绍开拓市场

当我们的准客户和我们工作人员熟了以后，要真诚的请他们为我们转交新客户，通过客户转介绍的方法往往是我们成功的最好办法。但一定要注意，每一定客户为我们转介绍成功了以后，要给老客户一定的实际好处，让客户在得到我们的亲情服务，真诚服务以后再得到相应的好处，客户会更有力度的帮助我们。

## 会后总结

总结的内容包括：通报销量，到会人数，销售冠军，到会率最高的员工，可以给予一定的鼓励。会议尽量简短，以先表扬，后建议、批评为好。

# 会议是营销方案还是策略篇四

## 一、swot分析

### (一) 机会分析

现代生活节奏加快,精神紧张,压力大,加方过量饮酒、吸烟、空调、长期缺乏户外运动等因素,使得人们的免疫功能紊乱,抵抗力降低,免疫功能是人体重要的生理功能,免疫功能失

调就会造成体质虚弱，抵抗疾病能力下降，于是，有的人会反复得感冒、头疼、咳嗽，现在的环境比较恶劣时而有流感传染疾病，而免疫力较差者更容易感染，可见这种纯天然中草药感冒胶囊市场前景广阔。而感冒药大部分都有一副作用，如过敏之类，不仅给人的身体带来伤害，并且是治标不治本，只是传染的机率降到最低。

## （二）产品优势

## （三）劣势分析

独特的产品优势及良好的市场前景，使得制造感冒药的商家云集，竞争也日趋激烈。但目前市场上已有纯天然中草药感冒药强势品牌，例如：999感冒颗粒等。因此莲花清瘟胶囊还需要解决以下几个问题：

- 1、 品牌知名度不够
- 2、 产品定价不合理
- 3、 包装设计无特色
- 4、 营销渠道不畅通

## （四）、风险分析

1. 药品品种方案，是药品营销中的一个重要内容，药品应是个整体概念，同时要树立起药品大质量的观念，把好莲花清瘟胶囊的质量关。

2. 药品的定价方案，药品价格目前是十分敏感的问题，平价大药房的冲击药品的定价方案尤其重要，在新的环境下，莲花清瘟胶囊应该更加充分考虑自己产品的定价，使价格更加亲民。

3. 药品分销渠道方案，国内制药企业长期的营销模式，使医药企业形成了很大的渠道依赖，以岭药业需要建立起稳定的医药分销渠道，为连花清瘟胶囊进一步开拓民营药店的分销渠道。

4. 药品促销方案，随着国家新的医药政策的出台，连花清瘟胶囊在新的形式必须引入健康的促销模式，新的营销机制。

### 三、营销方案

1) 要放弃以前那种对医生的诸如辛苦费，广告费，促销费，处方费等模式，坚持顾客服务导向，加速产品的研发和品牌培育，重新整合销售渠道。

2) 可以通过学术推广会来促销，学术推广销售，主要指在医药销售过程中，以学术宣传和学术活动来推动销售。

3) 广告拉动抢滩otc市场，从几年otc市场的增长速度来看otc市场占半壁江山，otc市场是未来竞争的主要战场之一，而这一市场的营销与医院销售差别较大，更多地体现出医药营销的共性，以超大规模品牌广告投入来拉动医药消费。

4) 可开展数字化营销，用电子商务提速连花清瘟胶囊的线上销售，同时可以节省开支却生产出更大的效益，利用在线调查可以收集到客户的'偏爱和购买方式，还能更好地为他们服务，从而体现个性化营销时代的特征。

### 四、营销战略

#### (一) 市场细分

随着消费者的水平的不同，也可以将药品的消费者分为不同的等级，比如普通消费者、高级消费者、vip消费者。

## （二）目标市场选择

现代社会中儿童与老人的免疫力普遍都很低，而年轻人患有炎症的机率比较高，所以将目标市场选为儿童、老人以及患有炎症的顾客群体。促进销售，为了提高市场占有率及品牌的知名度，树立行业强劲品牌。想要提高市场占有率及品牌知名度须做到以下两点：

1、形成以成本为基础的市场竞争优势 首先加强自己企业内部的管理，管理不仅可以出效益而且可以提高效率降低成本，管理的内容如生产管理，人事，营销，财务等，关键要针对企业本身情况采取适合企业自身的管理模式才能真正出效益，才能降低运营成本。其次，加大研发投入，研发一些在临床上有特殊疗效的药品，申请专利，利用它的不可替代性，取得相对较高利润，把利润再用于扩大大于别的厂家同质量的品种的整体规模，从而进一步降低运营成本，提高整个企业在市场上的竞争优势。

2、形成以无形资源为基础的竞争优势

能力，以提高专业推广人员的业务水平，无形中也树立了企业的品牌知名度。第三，要树立整体的营销观念，企业须切实树立起为患者解除疾病痛苦的根本经营观念，从最终客户开始而不是生产过程开始策略，只有有一个好的营销策略才能树立起自己的良好的形象品牌。

## （三）市场定位

1、产品的主要功能

莲花清瘟胶囊是一种具有良好的抗炎,抗病毒,提高机体免疫的功效,可以治疗因上火或着凉引起的感冒,无副作用,可以使病情的传染率达到更低。

2、该产品与同类产品相比具有明显的优势

- (1)、稳定性高，过敏反应的发生率低；
- (2)、具有提高机体免疫作用。

## 五、营销组合策略

### (一) 产品策略

2、强调具有提高机体免疫作用3、通过包装提高产品的吸引力，包装的吸引力也是非常大的，也是提高销量的方法之一。

### (二) 价格策略

1、成本导向定价：根据产品成本来合理定价。2、竞争导向：根据竞争产品的价位的特点来定该产品的价格。3、顾客导向定价：

根据市场调研问卷来定该产品的价格。

### (三)、分销渠道策略

通过医院、药店、网络直销、电视等渠道进行销售，渠道销售的合作伙伴分为两类：一是分销管客户，是我们重点合作伙伴。二是工程客户是我们的基础客户。

### (四)、促销策略

1、我们可以通过在药店做促销活动、利用媒体、网络等模式进行促销。

2、可以培养一批好客户，建立良好的社会关系网。

3、建立一支好的营销团队。

4、整合当地的各种资源，建立完善的销售网。

5、加强销售队伍的管理：实行三a管理制度，采用竞争和激励因子，定期如开销售会议，树立长期发展思想，使用和培养相结合。

6、根据市场情况和竞争对手的销售促进活动，灵活策划一些销售促进活动。主题思路以避其优势，攻其劣势，根据公司的产品优势及资源优势，突出重点进行策划与执行。

#### 四、总结

通过以上的方案可以达到提高该药品的品牌知名度，促进连花清瘟胶囊的销售，占领更大的市场。

## 会议是营销方案还是策略篇五

根据省纪委安排，××省党务公开工作现场会议将于20xx年11月15日至18日在××举行。为了办好这次现场会，特制订本方案。

### (一)指导思想

本次“全省党务公开试点工作现场会议”以党的十八大精神和“三个代表”重要思想为指导，以“推行党务公开，加强党的建设，展示和谐××”为主题，全方位宣传、推介、展示××市各级在党的建设特别是推行党务公开工作中所取得的成绩，为党务公开在全省更深入地推行提供范本、创造经验，促进全市经济社会新发展。

### (二)会议内容

深入学习贯彻党的十八届五中全会精神，总结××市党务公



开试点工作的做法和经验，现场观摩党务公开示范点，研究部署全省党务公开工作，推进全省惩治和预防腐朽体系建设。

### (三)主、承办单位及参会人员

××省党务公开工作现场会议由中共××省纪律检查委员会主办，中共××市委、中共××市纪律检查委员会承办。

参会人员为：省委副秘书长，市直有关部门负责同志；各市(州)委副书记、纪委书记，组织部副部长，市(州)委副秘书长；省直机关纪工委、省国防纪工委、高校纪工委书记；省纪委、监察厅负责同志；××市有关单位负责同志等，共预计70余人。

### (四)主要活动

现场会的主要活动有：

1. 现场观摩(单位：××市、××县、××区等单位)；
2. 交流经验(地点：市委礼堂)；
3. 大会总结(地点：市委礼堂)。

### (五)组织机构及职责

成立“××省党务公开工作现场会议筹备委员会”，全面负责本次现场会的筹备工作。

主任：××× 副主任：×××

成员：××××××××××

筹委会下设5个小组：

## 1. 秘书组。

组长：×××成员：×××××××××××××××

主要职责：(1)负责起草筹备工作《总体方案》。(2)负责筹委会工作会议及有关会议的组织、协调工作。(3)起草领导讲话、市委经验介绍、现场会欢迎辞及会议要求、大会主持词、欢迎宴会祝酒词等文件。(4)负责大会经验介绍材料的审核、把关。(5)负责收集、整理党务公开工作文件、资料，编制目录，分类归档，提供与会代表参观。(6)负责市委及有关单位经验介绍时多媒体服务。(7)打印和收集会议材(资)料，统一装袋分发；负责会议之后所有材料的组卷归档。(8)完成筹委会安排的其他工作。

## 2. 联络组。

组长：×××成员：×××××××××××××××

主要职责：(1)负责会前踩点及对观摩点的督导、完善、联络工作。(2)确定观摩路线、审核观摩点简介材料。(3)完成筹委会安排的其他工作。