

2023年白酒市场销售方案策划 市场销售方案(模板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。我们应该重视方案的制定和执行，不断提升方案制定的能力和水平，以更好地应对未来的挑战和机遇。下面是小编为大家收集的方案策划书范文，仅供参考，希望能够帮助到大家。

白酒市场销售方案策划篇一

为增强企业在砵市场中的竞争力和企业的经营活力，逐步提高企业在市场中的`占有率，促进企业快速健康持续发展，调动员工工作热情和开拓精神，提高公司经济效益；特制定全体员工销售奖励方案。

企业内部员工以不影响本职工作为前提，提供重要市场信息，并协助承揽任务签订合同，根据所签订合同单价、回款期限给予奖励，以鼓励全体员工拓宽信息渠道，实现全员销售目的。奖励方案：

- 1、现金结算的货款；按方给予奖励。
- 2、在合同规定回款期限1个月内，按方给予奖励。超出以上期限支付的，则不给予奖励。
- 3、销售货款不能按时支付的；应由销售员工予以连带担保，并在个人担保能力范围内担保。
- 4、以上奖励基数不含运费及泵送费。
- 5、销售部门不得将销售转为个人；销售如若发现将予以严肃

处理。

6、销售部门销售奖励方案另行规定。

白酒市场销售方案策划篇二

为增强企业在砵市场中的竞争力和企业的经营活力，逐步提高企业在市场中的占有率，促进企业快速健康持续发展，调动员工工作热情和开拓精神，提高公司经济效益；特制定全体员工销售奖励方案。

企业内部员工以不影响本职工作为前提，提供重要市场信息，并协助承揽任务签订合同，根据所签订合同单价、回款期限给予奖励，以鼓励全体员工拓宽信息渠道，实现全员销售目的。奖励方案：

1、现金结算的货款；按方给予奖励。

2、在合同规定回款期限1个月内，按方给予奖励。超出以上期限支付的，则不给予奖励。

3、销售货款不能按时支付的；应由销售员工予以连带担保，并在个人担保能力范围内担保。

4、以上奖励基数不含运费及泵送费。

5、销售部门不得将销售转为个人；销售如若发现将予以严肃处理。

6、销售部门销售奖励方案另行规定。

白酒市场销售方案策划篇三

发布时间：-03-31

一、检讨与愿景

xx年9月至今公司成立长沙易凌分公司，它是公司探索新管理模式的重大变革。在经过快一年之后，与目标的差距还是很大的，多次投标失利，集团客户没有取得突破，人员招聘，培训没到位，人员流失大，团队发展过慢，整体业绩不理想。但在公司领导高层的支持和我们不断地学习中，在后几个月的工作中也探索我们的生存和发展之路，在与各分公司的市场拓展，公司资源整合过程中，不断进步，业绩也稍有起色，在接下来的时间里，我们将再接再厉，把长沙易凌做大，做强。

二、长沙市场客户分析和市场潜力分析

1) 地产客户：地产客户是我们最重要的客户群体，也是能产生最大经济效益的客户群，长沙在售楼盘270个，待售楼盘328个，市场潜力是相当大的，目前找到负责人并跟进的项目有130多个，重点跟进客户30多个，已合作客户有潇湘国际，馨香雅苑、美洲故事、水岸世景、圆梦完美生活。接下来的一段时间地产将继续成为我们跟进客户的重点。

2) 大型商业机构以及各大电器品牌，如沃尔玛、家乐福、国美、苏宁、美的、格力[tcl]创维、长虹等，在这块上我们下的功夫太少，需要加强跟进力度，长沙这块的市场还是很大的。

3) 汽车销售，汽车4s店，新车上市推广或促销活动推广，长沙汽车行业做短彩信推广不是很多，人手足够的时候可以跟进，也合作客户有兰天集团。

4) 大型会展，如房展、车展、服装展，在这块我们有一定的跟进，但是效果不明显，主要给本地公司占据了，在有一定条件的情况下可以做跟进。

5) 金融，银行个人零售部，基金发售的推广，这些长沙基本是做内部平台的推广，不作为重点跟进客户。

三、同行业分析

长沙短信市场的竞争是非常激烈的，开展短信业务的公司超过100家，比较活跃的有三十多家的样子，经常碰头的有星空传媒、茉莉花开、旭为、东信、汉纳、精准、面对面、飞网、纳兰、焦点、汇弘等等。茉莉花开50多号人，这边最早做短信的，关系比较多，每个月都有自己的期刊，星空200多号人，是集团公司来的。遇上很多次了，价格给他们压得很低，喜欢搞免费试发，赠送平台，给楼盘安装电话来访自动回复短信的设备，配合楼盘做活动，组团看房什么的，还有个旭为，办公室很大，有自己机房，喜欢带别人去他们公司看，门面工夫做得比较到位。再有就是东信也有些名气了。

四、业务人员开拓市场的计划

公司规模的扩大需要业务人员进一步拓展市场、提高市场占有率这是公司市场开拓的根本目标。根据市场状况和客户特征，公司在现有市场基础上确定了未来的市场拓展计划：

1) 重视大客户开发与培育。大客户是公司的核心客户，公司通过提供高效、优质的服务保证核心客户群稳定，确保基础市场并推动公司扩大市场规模。另一方面，加大开发新客户及潜在客户，充分挖掘市场潜力。

2) 区域营销策略。区域营销的重点仍是市区，包括雨花，芙蓉，开福，岳麓，星沙。

3) 深化服务营销战略公司将以最大限度满足客户需求为目标，在产品销售中不断强化服务营销理念，将技术支持和配套服务工作贯穿于整个销售过程，进而提升公司市场竞争力。

4) 加强营销队伍建设。扩充营销队伍，这个现阶段最重要的，需要公司的大力支持，现在开拓市场人手严重不足，需要通过不断的培训和人才引进，提高销售人员的专业素质和营销技巧，建立一支精通业务、勤勉尽责、忠诚度高、战斗力强的营销队伍。健全和完善销售激励机制，对销售人员和代理商实施业绩考核奖惩政策，充分调动销售队伍的积极性和创造性。

白酒市场销售方案策划篇四

遵纪守法，诚实守信。这是做销售的底线。法律规定人们应该做什么，什么不该做。一切工作都是围绕这一点展开，这是一条警戒线。无论业绩多好，只要违法一次，就会为公司和自己带来损害，而且有些时候损失是无法挽回的。比如销售过程中的虚假宣传。签订合同时候的定金、预付款、违约责任问题。

第一对于这个行业有一句老话，销售就是销售自己。我认为，首先作为我个人，我想最重要的是自信，然后热情大度，清洁端庄是我们的待客之道。做好心理准备、知识准备、形象准备。每一次销售和推广都是一次与客户斗智斗勇的过程，轻松点讲也是一次淘宝的经历。及时做好经验总结，好记性不如烂笔头，多做工作笔记。

一准确定位，吸引目标客户群。

二可以有针对性的做一些小广告。比如在一些报纸，期刊，和住宅小区的报刊亭。

三网络宣传，在网上投放一些小广告，图片文字宣传和一些小广告。

四免费试听课程。让现有学员和潜在学员都有机会免费试听机会，好的话，这是销售成功的很好的时机。

五在住宅小区周边和公园，或家长常去的地方组织一些室外教学活动，也可以和群众互动，这是个很好的宣传方式。

六多参加一些公益活动，打造影响力。

第三怎样获得学员的信息。这是一个重要的突破点，其实第一条第二条就是为获得学员信息的一些工作。在此之外还有什么呢？可以从办活动中收集、市场街头问卷调查、由学生家长介绍和专业渠道收集购买。

按照常规思路，一般都认为要和学校建议友情关系，怎样又快又好的建立良性循环关系呢？我个人认为，这和自我的待人接物处事方式关系莫大。而待人接物处事方式又涉及到自我素养的高低，这是一个长期学习和积累的结果。比如说，握手，一般是年长者先伸手，递接名片应用双手。女人一般都喜欢用交谈的方式增进关系等等。怎样有良好的说服力，这就需要我们平时学习和实践的积累。亚当斯密说交换就是双赢学校为我们提供信息的同时，我们是否能提供校方所需要的。不知道大家学习过经济学没有，比如说机会成本，如果我不能为你们创造效益，你们也不一定会接纳我。我在你们那拿不到理想中的报酬，当然我也不会去。有时候销售就和应聘差不多，我现在也是在销售自己。

第四如果是电话销售不是面对面(facetoface)的沟通，掌握相关话术是必须的，涉及到心理学方面的知识，在此不能把心理学整个说下来，说话准确清楚标准非常重要。我有一个朋友是做保险销售的，他就是盲打电话，命中率很低。当然我们肯定不能盲打。

第一给客户留下一个好的第一印象，认真耐心细致解答问询。
做好相似问题

异同点的记录，以便以后工作中运用。

第二为客户提供合理的学习方案，销售课程。我们面对是不同价值观，人生观，不同职业的人，所以因人而异，因地制宜，因时而变的沟通，尽量提供有利于双方的方案。如果不能满足，耐心解释。并推荐另外的类似课程。第三积极配合教师的教学工作，掌握学员的学习情况。

第四根据学习情况，拓展教育业务项目。

第五和家长和学员建立友情关系。

第一电话回访，了解学习后的掌握情况。

第二做好回头客营销，拓展业务。

第三建立和完善学员档案。

第四总结工作

白酒市场销售方案策划篇五

1、竞争激烈白酒企业各类费用攀升市场竞争激烈，需要加大对市场的投入；酒企业发展就需要更多的资金来支持销售。

2、__利润集中于行业龙头高知名度、高美誉度和高品质度的白酒成为首选。高档名酒的品牌价值、定价权优势奠定了其在激烈的市场竞争中的强势地位。

3、国际资本将把白酒业竞争带到新的层面水井坊与帝亚吉欧合作，带动其出口业务大幅度增长。随着国际资本的不断进入，白酒业的竞争将会上升到新的层面。

4、白酒品类竞争领域细分化香型更加多元化：度数细分加剧：概念细分(洞藏酒、自由调兑、生态酒等概念都为其市场竞争加分不少)。

5、中档白酒市场竞争加剧高端白酒价格一再上涨，低端白酒企业生存压力日益加大的情况下，中档酒不仅收到二、三线企业的关注，也吸引了行业巨头的关注。

6、中小规模企业压力加大在此市场环境下，中小规模企业的生存讲更加艰难，白酒行业产业结果面临进一步优化。

7、白酒企业业绩分化日益明显调整产品结构，推行高端战略的特点。

8、产品结构进一步优化加大高端产品的比例，以保证利润的持续增长。

1、粮食涨价会继续影响白酒价格涨幅；

2、品牌影响力薄弱的白酒品牌前景黯淡；

3、高档白酒市场依然是白酒品牌的掘金之地；

4、行业龙头企业领先优势难撼动；

5、年份酒全面开花优胜劣汰进程加快；

6、原酒价格上涨加快中小酒企优胜劣汰；

7、公款消费压缩将对白酒市场产生更大冲击；

8、白酒行业消费大局持续平稳走势良好。

白酒行业发展的关键词：成本增加——加剧规模竞争品牌影响力——加剧品牌文化竞争

a□酒店终端的梳理及维护；

b□团购客户的开发和维护；

c□商超的梳理及维护。

1、持续的传统媒体宣传。

2、公益公关活动宣传——借力隐性传播

a□政府搭台；

b□公益搭台；

c□特色节日。

向白酒营销的最高境界努力——实现产品的自然销售。

1、将构建以市场为导向的营销体系落到实处

2、高举高打，打造企业的领袖品牌

3、要有壮士断腕的精神，敢于进行产品线瘦身。

4、要以专卖店为桥头堡，以品牌为突破口，创造品牌主导下的自然销售。