

最新黑茶市场工作计划和目标(实用6篇)

光阴的迅速，一眨眼就过去了，成绩已属于过去，新一轮的工作即将来临，写好计划才不会让我们努力的时候迷失方向哦。通过制定计划，我们可以更好地实现我们的目标，提高工作效率，使我们的生活更加有序和有意义。下面是我给大家整理的计划范文，欢迎大家阅读分享借鉴，希望对大家能够有所帮助。

黑茶市场工作计划和目标篇一

随着市场竞争的日益激烈，消费者对产品质量的要求越来越高。近年来，奶茶越来越受到消费者，尤其是年轻人的追捧。不同形式和风格的奶茶让人眼花缭乱。快捷方便的路边奶茶店在台州市场遍地开花，其中泡茶颇受大众欢迎，已成为街头流行饮品。通过我们对消费者的调查，可以了解奶茶的发展现状、消费者需求、市场份额以及存在的问题。

调查对象:大学生

本次调查为随机问卷调查。问卷以现场随机抽取行人的形式发放，现场收集。共发出问卷105份，回收100份，回收率95%。

XXX

主要调查消费者对奶茶市场的了解，购买奶茶的方式，奶茶店的具体情况。

首先，随着生活节奏的加快，方便、简单、快捷的食物受到越来越多消费者的追捧。奶茶无处不在，消费者在哪里都能买到。同时，奶茶比其他食物(方便面等)更方便。)，就是随时可以喝，消费者无论是在办公室还是去办公室的路上都可以随时吃，节省了消费者的时间。由于工作和学习的压力，

一些消费者没有时间选择或购买自己的早餐或午餐，奶茶被送到门口，给消费者带来了很大便利。

其次，随着经济的发展，人们的生活质量越来越高，美味、营养、自然、健康，成为消费者对奶茶的新要求。

第三，在消费模式上，大部分消费者主要是少量、零星、随机购买，习惯于一次性购买和饮用的消费者占大多数，而频繁购买和批量购买的比例较小。此外，休闲消费已经成为消费者购买奶茶的新特点。

第四，在购买频率上，重度消费者所占比例较小，只有少数消费者每天饮酒一次以上；但轻度消费者比例较大，很多消费者一周喝一次或更少。也就是说，目前奶茶的固定消费者很少，市场有待进一步培育。

大学城是大学生集中的地方。同时，知识文化整体素质相对较高。它接受了更多的西方思想和生活方式，容易接受新事物。他们强烈渴望追求更高级的生活方式。一些群体消费水平较高，有更多的可支配收入购买非生活必需品。在大学城开茶叶店，一方面可以丰富师生的生活，另一方面对于经营者来说，潜力很大。

大学城的消费群体根据职业可以分为学生和教师两类。其中，学生人数最多，教职工次之。

学生消费群体，大学生以本科生为主。本科生按成绩分为进窝、守窝、出窝三个阶段。

1、筑巢：以大一新生为主。我是新来的。对什么都好奇，对校园内外甚至蚌埠的饮食都有浓厚的兴趣。但由于大学城的地址离市区较远，其主要居住区主要是大学城，更多的是学校。

2、守窝:主要是大二大三。消费行为从必需品(手机、电子词典、衣服等)的消费发生了变化。)到非生活必需品的体验和情感消费。相当一部分守巢消费群体开始谈恋爱,他们的情绪需要表达出来。

3、远离窝:学长可以归类为远离窝。因为就业和考研的压力,可支配的剩余时间减少,情绪需要被牵制。

教师消费群体

1、青年教师:刚毕业留校的青年教师普遍单身,没有家庭,正在转变学生和教师的角色。过稳定的生活,有稳定的收入,容易接受新事物,追求自己的生活方式。

2、其他教师:与青年教师相比,收入更高,有孩子有家庭,可支配收入更多。是潜在的奶茶消费者。

通过对其他品牌的调查,我们知道品牌奶茶的加盟店是受到消费者信任的,但是在大学城有规模和特色的茶店很少。健康奶茶点市场需求还是很大的。

我们应该采取相应的措施:

1、加大宣传力度,让每一位消费者对我们自己的茶店留下深刻印象;

2、消费者购买奶茶时,可以发放宣传册,方便下次购买;

3、节假日开展一系列活动(如发放优惠券、打折等。)来提高我们茶店的知名度。消费者需求弹性大,消费越来越程式化、个性化。经营者应通过有效刺激消费需求来改变现状。作为一个大学生创业者,可以选择前期小规模经营,可以重点提高消费者的销量和利润率,然后在一定盈利情况下扩大规模,提供一些饮水设施。根据消费者偏好的调查,投资者需要在

提高服务质量、开发新产品、改善包装和改善环境卫生方面付出巨大努力，以赢得更多的客户。

黑茶市场工作计划和目标篇二

时间如流水，眨眼间我们就告别了忙碌的20xx[]迎来了崭新的20xx[]在20xx年的工作中，我们有付出也有收获。为了更好的开展下一年的工作,再接再厉，取得更好的成绩，特拟订20xx工作计划。

市场部门直接对销售总经理负责，是企业的灵魂，其工作职能在生产、销售、服务中的作用十分重要，是销售环节核心的组成部分，作为市场部门，重要的工作是协助总经理收集、制订、执行。衡量市场部门工作的标准是：销售政策、推广计划是否科学、执行力度是否严谨。所以市场部门的工作是至关重要的，我们必须严格的要求自己，在工作的同时不断的提高自己的业务水平，及时的给自己充电，学习各方面的知识。

1 制定xx年销售工作计划:科学严谨的剖析现有市场状况和销售状况,扬长避短、寻求机会、制定20xx年市场部门和销售部门工作任务和工作计划。

2 实行精兵简政、优化销售组织架构:认真分析了解目前销售部门组织架构、根据市场情况合理性、在市场精耕的前提下，精兵简政、调整局部门人员、控制销售成本、挖掘人员潜力、激发工作热情、感受工作压力、努力作好各自市场销售工作。

3 严格实行培训、提升团队作战能力：集中培训、努力使所有员工充分掌握公司销售政策、产品知识、应用技术知识、营销理论知识，形成学习型团队、竞争型团队、创新型团队。

品知识系统培训

销知识系统培训

业执行标准培训

“从优秀到卓越”——企业人在企业自律守则培训

销售人员职业道德培训 销售人员必备素质培训

应用技术及公司产品培训(应用中心或工程师培训)

以上就是我对于下一年的市场部门的工作计划。在新的一年里，我们一定要不断的牛奶，团结一致，把我们的工作做到最好，为公司的发展做出我们的贡献。

黑茶市场工作计划和目标篇三

20xx年公司成立市场部，它是公司探索新管理模式的重大变革。但在经过一年之后，市场部成为鸡肋，嚼之无味，弃之可惜；市场部除了做了很多看起来似是而非的市场活动，隔靴搔痒的市场推广，就是增加了很多直接或间接的费用，而看起来对市场没什么帮助。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，在公司的各项市场活动中，公司资源整合过程中，不断进步。

1、明确工作内容

首先就必须让市场部从围绕营业部转、担当营业内勤的角色中快速转变过来，从事务型的办公室职能里解脱出来，真正赋予市场部战略规划、策略制定、市场调研、产品开发等基本的岗位职能，以消费者需求为中心，根据不同的市场环境，对市场运作进行策划及指导。

2、 驻点营销

驻点市场的推行既锻炼、提升市场部人员自身，又贴身服务了一线业务人员，市场部只有提供了这种贴身、顾问、教练式的全程跟踪服务，市场部才能彻底改变一线人员对其的片面看法。（此工作策略需建立市场部有较宽松及多余的自由支配工作及较合理的人员配备条件下开展实施）

a□通过全面的调研，发现市场机会点，并针对性地拿出市场提升方案；

c□指导市场做好终端标准化建设，推动终端门店健康稳定发展；

d□针对性地制定并组织实施促销活动方案，对市场促销、费用及政策使用情况进行核查与落实，发现情况及时予以上报处理。

3、与营业部强强联合，营运部相互配合促进提升，成立品牌推广小组？

市场部要在市场一线真正发挥作用，除了调整市场部定位及提升市场部自身服务水平外，还离不开一线部门的支持和配合。如果得不到市场一线的认可 and 有效执行，即使再好的方案，最终也只能是一纸空文。由市场部和营业部两部门的主管和骨干组成品牌小组，由市场部确定活动企划方案，再由品牌小组成员发表意见，主要对方案提出看法和改进建议，对于需进一步修改完善的方案，由市场部负责调整；对于会议讨论通过的方案，由总经办最终确认执行，交营业部执行，由品牌小组负责跟踪执行进度和效果。而公司的态度和做法，决定了市场部能否与营业部实现共融和共荣。

品牌小组组成：

组长：市场部经理？ 副组长：营运部总监

顾问：副总经理

执行队长：营业部经理

组员：门店主管

备注：各项规范制度由整个品牌小组共同协商制定，经总经办批准确定后长期执行，后期门店运营管理中，品牌小组中成员每次对门店进行巡店均为一次稽核过程，稽核内容如上，稽核过程中会根据各项稽核内容对门店店长及责任人进行现场评分（相应巡店表格及评分标准会附带于各项规范制度中），最终由门店店长及责任人现场签字确认奖罚。

1、合理配置人员：

a市场信息管理员一名负责市场调查、信息统计、市场分析工作；协助相关品牌推广活动的执行。

b策划人员一名负责新产品推广策划、促销策划、广告语提炼和资料汇编；宣传方案制定等；。

c设计师一名负责公司日常宣传品的设计、跟单、下发监督使用等。

d客服专员一名负责公司日常线上现下业务咨询、投诉接待、大宗业务客户资料管理等。

目前，市场部前三项工作统一由刚入职不久的市场专员及市场经理负责执行，市场工作仅限于被动应付执行，未能很好的主动出击，完成市场部应该实现的领导部门的职责，且20xx年间市场部间接性人员不足，市场部很多工作在一定程度上受限□20xx年，希望在合理完善的人员配置上，完成市场部应该起到的策略规划作用。

- 2、充分发挥人员潜力，强调其工作中的过程控制和最终效果。
- 3、严格按照公司和营销部所规定的各项要求，开展本部门的工作，努力提高管理水平使市场部逐步成为执行型的团队。
- 4、协调部门职能，主动为各分公司做好服务工作。

1、竞争激烈

近年来，公司同仁辛勤而有效的生产营运运作，奠定了扎实而迅速的生产营运管理经验，建立了有一定客户资源的终端连锁门店，为公司进一步开拓市场打下了坚实的基础。公司一直以来定位为终端社区档服务，产品销售及门店选址均较公司经营定位相吻合，但由于同行业某些品牌的大举发展及成功的市场营销手段，外加今年来公司经营成本（原料成本、人工成本、铺租水电费用上升等）日益增加，且增加较多，使家家知品牌在市场竞争中变的前进艰难。

2、整合资源

我公司立足深圳23年，为深圳区域烘焙行业中起步较早的饼家之一，一直以来，家家知以深圳本土传统品牌进行品牌经营，传统品牌优势以成功进驻深圳社区居民消费者心目中。公司也有较强的人才优势，在科研开发、销售公关、企业管理、财务及法律方面，集中了一批优秀人才，为公司的发展和市场的开拓提供了保证。市场部作为家家知后期发展部门，虽然在20xx年中市场部工作成效未见显著，单经过一年的摸爬滚打，市场部工作开始由被动初触主动，对市场变化及市场变化应对较简易，后期活动开展中会相应占据主导地位。

市场调研

附《市场调研管理制度》

？公司产品经过多年的市场运作，在切合自身定位的区域市场内，已具备了一定市场竞争优势，为了能够迅速有效的扩大我们产品的市场份额，并获得长久的发展□20xx年我们将以公司的发展战略为核心，从产品的品牌形象、产品定位、市场网络建设、市场推广等四个方面系统规划品牌推广策略。

1、品牌形象

为了打造“家家知-20年深圳品牌”的深圳本土传统品牌形象，建议我们公司的所有系列产品统一使用该品牌。不同类型的系列产品采用不同的包装策略。（特殊市场除外）在所有产品包装上强化家家知-二十年深圳品牌，突出产品特点“新鲜、美味、健康”；统一公司门店招牌及终端陈列形象，给消费者统一的品牌连锁的视觉效果；制定统一的广告宣传模板，在广告宣传上，严格审核，坚决杜绝错误、不符合公司要求的设计制品发出门店，不定时对门店宣传品进行相关巡店维护□20xx年市场部设计师将承担起门店形象管理维护职责，定期对门店形象进行巡查，对终端门店形象全权负责（市场部审核、总经办复核）。

黑茶市场工作计划和目标篇四

1、联系客户，维护客群关系，了解经销商销售状况。

通过客户qq□与客户进行交流，了解一下客户的.销售状况，听取客户反馈问题，及时解决客户疑问。

2、协助后勤组织发货，争取早日将经济师下发各经销商。

第一批经济师发出后，许多客户反映货太少，针对这种情况，公司又组织了一批货源，对个别客户进行补发，同时提醒客户注意控制退货率。

3、协助老板做好网上书店的前期资料收集，开展网上书店的

前期准备工作。

网络经营人才的储备，网络书店的业务流程，开店阶段性准备工作，制订开店计划书。

4、继续职称英语欠款的催收工作，尽早将资金回笼。

目前还有求知、清远易通过、广州方凯、建联这几家未结帐，其他客户帐目已清。建联要开票，所以可以推迟，其他几个客户正在加紧沟通。

5、做好出差前期准备工作，客户资料的收集，人事考试中心的信息等等。

明确出差目标，先在网上找好客户地址、电话等信息，做好准备工作。

6、出差湖南，湖北，汕头，河源等地。走走几个地方的考试中心。

维护客户关系，与客户拉近距离，多听取客户意见，争取让客户首推我们的产品。收集竞争对手的信息，制订销售策略。

7、出差总结，分析市场情况制订市场管理方案。

写出总结。

8、协调各部门之单的工作安排，督促客服，后勤等部门工作的正常开展，改进工作中存在的缺点和错误，提高工作效率。

执行人：李清

20xx年7月5日

黑茶市场工作计划和目标篇五

20xx年即将过去，取得了一点收获，临近年终，对市场部的工作做一下总结。目的在于吸取教训，提高业绩，我们有信心也有决心把13年的市场开发工作做的更好。

三原色市场部成立于20xx年某月初。由于公司除店面运营以外其他营销方式并没有形成可以参考的规章制度、营销策略、市场拓展方式和产品价格培训系统，市场部成立之初(第一周)主要以建立健全部门机制，熟悉公司产品价格体系为主。

团队建设方面;制定了详细的全国营销中心计划、销售人员绩效考核标准、销售薪资制度、年度工作计划、团队文化等，由于公司销售人员招聘在某月不是很理想，市场部销售团队组建遇到了很大的问题。目前市场部建制，经理1名，客户经理1名，网络推广1名，只完成了市场部团队建设计划的百分之二十。

市场拓展方面;市场部某月对鑫乐汇商区、雷捷家居广场、102国道、纳丹堡商区、步行街商区进行了逐户的陌生拜访。客户拜访数量500余次，其中有需求的客户50个。签约客户10个。其中102国道二次业务开发2个(片片鱼合同总额810元、东门饭店合同额140元)，剩余8家为市场部业务开拓。某月市场部业绩总额元，刘春雨元，门宇坤4089元。

1. 产品知识和价格系统熟悉程度不够，13年度必须加强。

改进措施如下：部门内训对产品系统逐一进行分析并进行案例对正，同时定期申请总经办进行详细的产品及价格培训。

2. 客户经理工作强度不够，缺乏思考能力和目标及时间管理能力。

改进措施如下：13年元月开始市场部将不折不扣的执行既定

安度市场营销计划，增加工作强度，要求市场部每一个员将业绩目标分解到每一天，每日工作计划表体现当日业绩目标，意向客户数量目标，需求客户数量目标和客户拜访数量目标，严格按照每日工作计划进行市场推进，当天未完成目标计划次日加倍，连续一周未完成目标计划的赞助50元成长基金。

3. 个人气质和素质有待提高。

改进措施如下：增加商务礼仪、沟通技巧的部门内训，并在培训后进行一对一的演练。由于冬季天气比较冷，无法统一着正装。在气温适宜的时候市场部全员要求穿皮鞋、西裤。（建议统一着装、佩戴工牌）。

在明年的工作计划中下面的几项工作作为主要的工作来做：

1) 建立一支熟悉业务，高素质高效率而相对稳定的销售团队。

人才是企业最宝贵的资源，一切的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，战斗力、高素质的销售团队是企业的根本。在明年的工作中组建一支和谐，高效率的销售团队作为一项主要的工作来抓。

2) 健全部门建制，提高人员的素质、业务能力。

13年度，希望得到公司与人事部大力支持，尽快完成市场部销售人员招聘。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。

3) 建立新的销售模式与渠道。

市场部将秉承以陌生拜访为主、网络营销为辅的销售模式，做好完善的计划。同时开拓新的销售渠道。根据公司下达的销售任务，把任务根据具体情况分解到各个客户经理身上，

再分解到每月，每周，每日；并在完成销售任务的基础上提高销售业绩。我们将带领销售部全体人员竭尽全力完成目标。

4) 顾全大局服从公司战略。

公司13年的发展是与整个公司的员工综合素质、公司的战略方针、和个人的努力是分不开的。提高执行力的标准，建立一支“亮剑”的销售团队与一个好的工作习惯是我们工作的关键。我们市场部在20xx年有信心，有决心为公司再创新的辉煌！

市场部20xx年年度业绩目标200万

1. 燕郊区域

年度：销售任务90万

季度：第一季度(月)销售任务10万

月度：某月3万某月3万某月6万

季度：第二季度(月)销售任务30

月度：某月10万某月10万某月10万

北京三原国际有限公司

2. 通州区域

年度：销售任务110万

季度：第一季度销售任务10万

月度：某月3万某月3万某月6万 季度：第二季度销售任务40万

月度：某月10万某月15万某月15万季度：第三季度销售任务40万

月度：某月13万某月14万某月13万季度：第四季度销售任务20万

月度：某月10万1某月6万某月4万

黑茶市场工作计划和目标篇六

一、整治重点

1、整治对象：各县（市、区）农业局要根据属地管理原则，以源头管理、大要案查处为重点，针对辖区内种子批发市场，乡镇种子经销点，特别是对取得了种子生产、经营许可证的种子企业进行全面清查。

2、整治内容：以晚稻种子为重点，检查是否生产、经营假劣种子，是否生产经营未审（认）定种子，是否超范围经营、无证经营，是否按规定建立种子经营档案等。

二、整治时间

2、督查：在开展整治行动过程中，市局将组织督查组对主要县（市、区）进行执法督查。

三、工作要求

1、高度重视，加强领导。各县（市、区）要高度重视种子市场专项整治工作，要加强领导、精心组织，选派得力人员承担本项工作，确保整治工作顺利完成。

2、严格执法，加大查处力度。在专项整治行动中，各县（市、区）要严格按照有关法律法规，规范执法程序，对发现的违

法行为，决不手软，一查到底。

3、加大宣传力度，营造整治氛围。要充分发挥舆论监督和宣传导向作用，利用电视、网络、报刊等多种手段，宣传种子市场整治工作，并加大假劣种子案件曝光力度，震慑违法犯罪分子。

4□总结提高。各县（市、区）要对此次专项整治行动进行总结，于7月5日前将总结材料分别上报市农业局农业行政执法支队和市种子管理局。