

最新蔬菜配送服务营销策划方案(实用5篇)

为了保障事情或工作顺利、圆满进行，就不得不需要事先制定方案，方案是在案前得出的方法计划。优秀的方案都具备一些什么特点呢？又该怎么写呢？下面是小编帮大家整理的方案范文，仅供参考，大家一起来看看吧。

蔬菜配送服务营销策划方案篇一

发展背景：

国家目前重视三农，农业政策好，自身来说，自己对农业熟悉，想以农业带动家乡父老致富。

基地优势：

位于平原坝子地带，阳光充沛，靠河流边。土壤肥沃，灌溉方面，水源清洁、土地平整。离宣威、曲靖不远，附近没有工厂，无污染物。适合种植绿色无公害蔬菜；曲靖、宣威消费水平高，蔬菜价格高，市场大。

发展模式：

以种植业为主，养殖业为辅。以蔬菜为主，水产养殖为辅。以常规蔬菜为主，特种蔬菜为辅。以大棚蔬菜为主，露天栽培为辅。先期自身发展，慢慢地带动乡亲发展，建立合作社，打造土城蔬菜基地让土城成为滇东北最大的蔬菜基地。

发展理念：

以科学的思想去发展，以反季节蔬菜为优势，以绿色农业为导向。引进新品种，提高单位产量和品质。

机械化操作程度提高，耕作机械化，灌溉机械化，育苗科学化，施肥科学化，喷药科学化。

主要技术：

发展阶段：

第一阶段：10亩镀锌管大棚蔬菜以及几亩露地蔬菜，总面积10000平方左右。池塘一个，养鱼和为蔬菜基地提供灌溉用水。池塘靠近蔬菜基地，面积700多平方。

第二阶段：时机成熟时，也许是在第二年。建立小型养猪场，为蔬菜基地提供肥料。发展几亩水系蔬菜，如，水空心菜，慈姑，水池种藕等。水产养殖，泥鳅，虾等。看市场，引进一个品种，成立农村合作社，打造土城及周边蔬菜基地。

第三阶段：发展农家乐

行动规划：

首先，1。选址及规划。2。挖池塘。3。耕地，晒土。

其次，1。选种，安排作物品种和时间。2。镀锌管钢架，无滴膜，防虫网。3。购买农机，微型耕作机，新型喷药设备，灌溉设备。温度计，3。挖井（洗菜用）还有肥料坑（腐熟农家肥）4。育苗室，空调（已有），温湿度计，排风扇。5。包装设备。6。肥料和农药。

投资预算：

土地租金7000/年，预付3年，镀锌管（热镀锌）一亩10000元左右，总计

100000。无滴膜15000元，防虫网18000元。微耕机4500，政府补贴1000多。化粪池5000元，静电喷雾器1000元，生物杀

虫灯1200元，运输工具：小型货车加摩托车90000之内，。灌溉设施：3500元电脑已有。肥料加农药订购15000元。流动资金用政府补助的。总计在285200之内。以上为固定资产投资，一次性投入。每月开支有，员工工资，生活费。员工工资年尾结。

人员：

数目5个，我和合伙人以及员工三个（两男一女）人员安排：员工日常种菜，采菜。我负责技术，信息，市场，以及管理。

市场：

零售以宣威为主，批发以昆明、曲靖为主。宣威菜市场及各饭店（特色菜），合伙人负责零售，我负责送批发。宣威市场可以让我们一年挣十多万，昆明、曲靖市一年可以让我们挣五十万，那么卖到更远的地方就能让我们挣我不知道的数目，再说，等我们形成规模，产品可以卖的更远。

运输工具：

小型货车及摩托车

销售技巧：我们菜的优势及特点：与当地农民等种的蔬菜相比，我们具有，喷药少，灌溉水无污染，重金属少，清洗水干净，包装好，菜的色泽和新鲜度较高等优点。菜的品质和质量优。

因此，我们必须采取差异化以及品牌化的`销售模式。在差异化上，摆放，以及包装，宣传等要做到不一样。在品牌化上，传统农业是没有品牌的，在多年的销售总结下，品牌的作用非常重要。销售上必须注意信用，绝不能缺斤少两。只能多给，不能少给。

风险：养殖业的风险比种植业高，蔬菜行业的风险低，最多是在自然风险，暴雨等。但是蔬菜具有年生产四次以上的特点，即使有风险也是一次没有，还有三次。露地蔬菜比大棚蔬菜的风险更大，大在哪，虫害，以及干旱，而我们采用的是生物杀虫灯以及防虫网双层防虫，几乎没有虫害，在干旱上，传统的是挑水浇菜，费时费力且不科学。我们采取的是科学的，随时。故在干旱方面没有多少风险。

收入预计：

十亩大棚，每亩一年最少在一万以上，加上露地，一年的收益在15万左右。

蔬菜品种：

常规蔬菜分类：蔬菜分类可分为：白菜类、甘蓝类、根菜类、绿叶菜类、葱蒜类、茄果类、豆类、瓜类、薯芋类、水生蔬菜、多年生蔬菜、野生蔬菜、食用菌类。

按食用器官分为：根类、茎类、叶类、花菜、果菜。

特种蔬菜：芥菜，樱桃番茄，黑美丽西葫芦，水芹，水果黄瓜，砍瓜等。

蔬菜配送服务营销策划方案篇二

现今社会有钱人多的是，许多人几乎天天都在动脑筋找寻新的事业投资。要创业成功，除却天时、地利、人和等背景因素外，还要不断吸取以往成功人的经验，特别要富有自己的创意。每个成功的人都有一份计划书，只有有计划的去做好每一件事，才能成功，想要创业，那就最好一份创业计划书吧。

【目录】

(一) 公司基本情况

对成立时间、注册资本、经营产品、员工规模等进行简要介绍

(二) 产品/服务介绍

对公司主要的产品和系列服务进行简要描述

(三) 行业/市场分析

对行业状况、市场容量、市场发展前景、消费者接受程度进行简要分析

(四) 业务现状

对市场份额、客户数量简要分析

(五) 财务分析

公司成立以来累计投入、产出、本年度收入及利润

(六) 融资计划

融资金额、参股比例、融资期限、退出方式

第一部分公司概况

(一) 公司介绍

详细介绍公司背景、规模、团队、资本构成

1. 主要股东

股东名称 出资额 出资形式 股份比例 联系人 联系电话

2. 团队介绍

对每个核心团队人员在技术、运营或管理方面的经验和成功经历进行介绍

3. 组织结构

4. 员工情况

(二) 经营财务历史

(三) 外部公共关系

战略支持、合作伙伴等

(四) 公司经营战略

近期及未来3-5年的发展方向、发展战略和要实现的目标

第二部分产品及服务

(一) 有机蔬菜销售产品、服务介绍

(二) 有机蔬菜销售核心竞争力或技术优势

(三) 有机蔬菜销售产品专利和注册商标

第三部分行业及市场

(一) 行业情况

有机蔬菜销售行业发展历史及趋势，进入该行业的技术壁垒、贸易壁垒、政策限制

(二) 市场潜力

对有机蔬菜销售市场容量、市场发展前景、消费者接受程度和消费行为进行分析

(三) 行业竞争分析

主要竞争对手及其优劣势进行对比分析，包括性能、价格、服务等方面

(四) 收入(盈利)模式

业务收费、收入模式，从哪些业务环节、哪些客户群体获取收入和利润

(五) 市场规划

公司未来3-5年的`销售收入预测(融资不成功情况下)

第四部分营销策略

(一) 有机蔬菜销售目标市场分析

(二) 有机蔬菜销售客户行为分析

(三) 有机蔬菜销售营销业务计划

(1) 建立销售网络、销售渠道、设立代理商、分销商方面的策略

(2) 广告、促销方面的策略

(3) 产品/服务的定价策略

(4) 对销售队伍采取的激励机制

(四) 有机蔬菜销售服务质量控制

第五部分 财务计划

请提供如下财务预测，并说明预测依据：

未来3-5年有机蔬菜销售项目资产负债表

未来3-5年有机蔬菜销售项目现金流量表

未来3-5年损益表

第六部分 融资计划

(一) 融资方式

(二) 资金用途

(三) 退出方式

第七部分 风险控制

说明该有机蔬菜销售项目实施过程中可能遇到的风险，及其应对措施。包括：技术风险、市场风险、管理风险、政策风险等。

蔬菜配送服务营销策划方案篇三

大学生饮食配送是专门针对在校大学生餐饮的一种特殊的，综合的饮食方案。是以食堂为主，配送为辅的全新型方案。为大学生从根本上解决饮食质量、安全、服务等问题。食品价格低廉，安全高，富有特色，形成独一无二的专业服务。

在大学中一直被诟病的就是大学食堂的饮食问题，大学的饮食质量不高已成为公认的问题，仅仅是满足了学生们的温饱问题，而质量却远远没有达到学生们的要求。部分大学的饮食

状况令人担忧，甚至有的大学食堂出现了集体中毒事件。

本企划就是根据这一点，为了保障大学生的饮食安全，提高大学生的饮食质量，成立大学饮食联盟，旨在为高校大学生提供价格低廉安全高质并富有特色的食品，并且同时为各高校提供一定的勤工助学岗位，帮助贫困生更好的完成学业。

饮食配送的独特之处是食物品种多样，味感多样；配送人员亲和，有礼，对各种食物有一定的了解；一款精细的配送礼品，与饮食有关，且成本不高，有别于市场餐饮配送，专为大学生打造，代表当代大学生的高品质追求。

饮食配送要在大学生中推广成功，其关键问题是：

1、 味感独特，食品多样，符合大部分学生的口味，物廉价美，努力得到大学生的认可。

2、 食品安全，可靠性高。

3、 引导一种新型的绿色食品观念，提升产品的附加值，有足够的辐射力。

4、 配送附加礼品要求精细，美观，与饮食配送有关，成本低，且能提升食品的销售量。

1、 在大学校园中，饮食问题一直都没有得到可观的改善，食堂食品贵，且不符合大多数学生的要求，食品类型大同小异，份量少，卫生存在隐患！

2、 随着中国社会的进步，消费者不再单方面的要求温饱，更多的是高层物质的享受及审美观下的视觉享受，在这种情况下，大学生饮食配送有绝大的优势进军大学校园，确定了饮食配送是促进大学生生活的高品质的观念及起步，以食品齐全，物廉价美，干净卫生，服务周全，礼品赠送为口号，展

开全面的大学饮食推广策划。

大学饮食主要以食堂为主，因此首先就要增强饮食配送的知名度，作为一种新产品发售，先在本院取得经验，然后再推广到全国各个大学。为此，制定三个目标，分别为：近期目标、中期目标、长期目标。

- 1、 近期目标：投入城院各个角落，获得80%认识率(1-3个月)
- 2、 中期目标：取得城院学生30%以上的份额，并逐步向全国各大院校推广(半年—1年)
- 3、 长期目标：取得全国各大院校30%以上的份额。

1、 综合环境分析

饮食不止是在校大学生的问题，整个全国甚至全世界在饮食方面都相当重视，饮食界可谓是全人类最基本也最不可缺少的一角，随着人民物文化生活水平的提高，人们将越来越重视饮食方面的问题。因此饮食市场容量还将扩大。

虽然，目前饮食市场竞争激烈，但是仍然存在着相当巨大的潜在市场，大学校园可谓是一个大型市场。目前，大学生与食堂存在诸多不和谐因素，每个院校大概都有3—5个食堂左右，但有为数不少的大学生却从不踏进食堂大门，不少大学生反应食堂存在的种种问题，其中最主要的'问题就是不符合大学生口味。即使有部分校园食堂有所改善，但都收益不大，学生还是抱怨不断。饮食配送将形成一个独特巨大的市场。

2、 竞争环境分析

a□院校皆以食堂为主

饮食类型基本一致

卫生存在隐患

价格较高

份量较少

菜色基本一致

b□饮食品类划分

随着中国人均消费水平的提高以及人类生活质量的改善，饮食变成了一种美的享受，一种精神的享受。当代大学生是国家顶梁柱，他们的眼观，心态往往透示着一种新时代的追求。饮食在致可划分为四类：

一类是甜食(如糖醋里脊)；

一类是酸食(如泡菜)；

一类是辣食(如辣子鸡丁)；

一类是普通菜食

c□竞争状况

由于市场竞争机制的引入，饮食市场的竞争也愈演愈烈，目前，饮食市场已基本被分割完毕，各种类型的食品诸如牛毛，占据市场，它们之间争夺市场的斗争激烈，造成其它品牌打入的困难。

此外，国内出现了由国外引进的食品，逐步进入大学校园，如啃德基，麦当劳之类，除直接引起一些高消费阶层外，还

寻求合作途径，如中国最大的加油站运营商中国石化(sinopec)与麦当劳中国公司正式签约宣布：双方决定结成战略联盟，在加油站合作开发“得来速”(drive-through)汽车餐厅，即利用中国石化的加油站网络，开设免下车点餐的餐厅。这就更加剧了饮食市场的竞争。

为适应形势，国内饮食市场也纷纷开拓新产品或引进新方案，进行技术改造，增进国产食品的更新换代，大学校园首当其冲。从总体看来，国内食品普遍需要更新换代，竞争还促使国内饮食的进一步细分化，出现了各式各样的菜色。

d□竞争者划定

作为一种最新引进大学校园的饮食配送，很有可能触及所有校园食品的销售利益。

主要竞争者的市场定位及广告诉求点：

甜食：定位为广东、福建等地区，多以小孩为代表，突出纯美，和谐；

酸食：定位为内蒙古等地区，诉求点是自然美与草原生活；

辣食：定位为四川、安徽、湖南、江西等地区，诉求点是，辣，就是这个味。

普通食：定位为全国所有地区，理性诉求。

综合以上分析，我们建议，饮食配送采取补缺者的战略定位，其具体做法是：改善饮食结构，用差异化战略强占校园市场分额。

e□饮食配送的问题点与机会点

问题点(市场阻碍): 饮食市场基本分割完毕, 新的方案很难打入, 之前就有校园食堂多次改善, 但效果不佳, 导致大多数大学生对此失去信心。

机会点: 随着中国生活水平的提高, 人与人的各种交往增加, 人们对饮食有了很大的改观, 首先就是大学生对饮食的要求, 饮食将不仅仅是温饱的需要, 而更重要的是自我享受, 精神享受的需要, 故寻求高质量的饮食。

3. 消费者分析 (一) 消费需求

a□ 温饱: 消费者希望一份价填一份肚, 以维持生理需要, 这是最基本的心理需求;

b□ 营养: 消费者的主要目的是为了保健身体, 维持健康生活状态;

c□ 眼观享受: 消费者希望入眼的是一幅可口欲滴的美观, 引起消费者食欲;

d□ 物廉价美: 消费者希望以最少的费用取得最可口美味的食物;

e□ 服务态度: 消费者最需要的便是服务的周全, 让他们无可挑剔, 从而满足消费者本身的利益。

(二) 消费习惯

a□ 时间: 按人类长期不变的生活习惯, 人们把一日分为三餐, 即早餐、午餐、晚餐;

b□ 频率: 中国大学生85%的人一日三餐, 即早、午、晚三餐;

c□ 食物喜好: 大学所容纳的是全国各地的学生, 喜欢无特定,

需根据地方区域来划分。

(三) 价格承受力

a□ 购买力：同发达国家相比，中国仍是低收入国家，09年中国人均收入3500左右，购买力较低，在校大学生多是家长补助，无本钱。

b□ 消费结构：大学生的消费结构仍属于低层次消费，消费的前三位为食品、衣着、日用。食品是第一消费。

c□ 价格承受力：大学生每月消费大约在一千无左右，扣除衣着，日用，只有为数不多的钱用来饮食，每日饮食15-25元左右为佳。最高承受的价格不超过期35元/日。

4、食品竞争力分析

a□ 饮食配送特点

饮食配送完全符合当代大学生的需求，食品各色各样，物廉价美，安全卫生，服务周全，附赠礼品吸引，有特色。包做包送。摆脱了现今的局限性，安全可靠。

b□ 优劣比较

食品消费是人们日常生活中最不可缺少的一项，以往，人们在购买时决策简单，对技术加工方面的信息并不太在意，而主要考虑一个问题：够不够量，吃不吃的饱。

饮食配送作为一种新方案，在大学像舶来品，同以往的食堂相比，也各有优劣。

(一) 食品优势

制作技术：以往食堂做食都是最基本的原材料，配方，技术方面都处于较底的水平，偶尔有较高制作水平的食品，但制作成本过高，大学生大都消费不起，导致销售量不多。

而饮食配送刚采用低成本，美食物，多收入，现代化程度高。目前，大学食堂正面临着更新换代的选择，饮食配送正好可以代表新一代大学食堂生活。

(二) 食品劣势

现代饮食市场种类繁多，难以找到突破点，大学生口味挑剔，需一定的时间和精力。

配送引起的垃圾品较多。饮食配送任为一种全新方案，在大学知名度几乎为零。

战略定位

采取聚焦差异取胜战略

市场定位

以城院为突破口，逐步向全国各大院校推广，继而占领全国高校

食品定位

根据对大学食堂的环境，目标对象的分析，为区别竞争食品的定位，饮食配送以全新定位出现：大学生饮食配送是提高大学生生活品质的保证。

大学生饮食配送的定位将以高姿态出现，从而避免大学食堂正面交锋的策略，同时力图改变旧有的消费观念和习惯。

传播定位

a) 大学生饮食配送口感独特

b) 大学生饮食配送物廉价美

c) 大学生饮食配送服务周全

d) 大学生饮食配送与大学生所追求的独特心态相应

大学生饮食配送上市时间□20xx年xx月xx日，统一上市。

上市前一周即将对此进行宣传(校报，传单，上门促销)

活动目的

打开知名度，鼓励尝试

活动主题

大学生饮食配送幸运揭盖

活动内容

从xx月xx日—xx月xx日，凡光临饮食配送食堂者优惠8折。

学年礼物

与饮食配送建立长期消费关系者在学年结束时可得一份精美饮食配送手提袋。

b□ 公关活动

制作小册子和宣传单

内容：饮食配送的具体状况，饮食配送的特点，及饮食配送

对当代大学生改善食物的观念。

目的：在饮食配送的各项公关，促销活动中分发，增进了解。

时间□xx月xx日

经费：1万元

城院推广费预算

预计年底可达20%的校园占有率。

其中：校园促销费：（包括宣传费、海报费、传单费）总计2万元

公关费：5万元

相关成员当日提成费：5千元

蔬菜配送服务营销策划方案篇四

明年就要从象牙塔里出来了，因为经济危机的影响已经自己对于餐饮业的兴趣打算毕业后开一家蛋糕店，蛋糕店有很大的发展前景，今下人们的生活好了，消费水平高了，对于生活品质的追求也就高了，综合性的蛋糕店已经成为城市消费的一大潮流。

二、蛋糕店概况

1、本店发属于餐饮服务行业，名称为“麦琪下午茶”，是个人独资企业。主要为人们提供蛋糕、面包、冰淇淋已及饮料等甜品。

2、本店打算开在社区商业街，开创期是一家中档蛋糕店，未

来打算逐步发展成为像安德鲁森、向阳坊、那样的蛋糕连锁店。

3、本店需创业资金9.5万元。

三、经营目标

由于地理位置处于商业街，客源相对丰富，但竞争对手也不少，特别是本店刚开业，想要打开市场，必须要在服务质量和产品质量上下功夫，并且要进一步扩大经营范围以满足消费者的不同需求。短期目标是在商业街站稳脚跟，1年收回成本。长期目标则是逐步发展成为一家经济实力雄厚并有一定市场占有率的蛋糕连锁公司，在众多蛋糕品牌中闯出一片天地，并成蛋糕市场的知名品牌。

四、市场分析

1、客源：本店的目标顾客有：到商业街购物娱乐的一般消费者，约占50%；附近学校的学生、商店工作人员、小区居民，约占50%。客源数量充足，消费水平中低档。

五、经营计划

1、先是到附近几家蛋糕店“刺探情报”，摸清不同种类和尺寸蛋糕的成本价。了解各类蛋糕店的经营理念以及经营的“小花招”。

2、开业金筹齐后，开始在各大蛋糕店“挖角”。不能“明目张胆”地挖，要趁店里人少时，偷偷跑过去和店里师傅商量。或者招聘糕点师傅，开蛋糕店师傅很重要，所以要慎重考虑。

3、据了解发现一套消费定率：“顾客永远没有最便宜的价钱。今天你能降低几元钱，明天可能就有同行竞争者以更低的价钱与你争夺订单。”从中体会到产品市场一定的竞争策

略：“降价促销并不是长期的经营策略，唯有以最好的材料制作出最高品质的蛋糕，才能吸引顾客，将顾客留住”。

4、蛋糕店主要是面向大众，因此价格不会太高，属中低价位。

5、可印一些广告传单，以优惠券的形式发放，以达到广告宣传的效果

6、蛋糕店可以专门开辟休闲区域，设置很多造型别致的座椅。顾客可买上一些点心，坐在蛋糕店里慢慢品尝，蛋糕店的休闲功能得到进一步强化。

7、经过多方调查，出于竞争等方面的需要，不少蛋糕店推出一些与蛋糕并没有太多关联的休闲食品，藉以形成新的利润增长点。在经营的品种上，不少店主有一些推陈出新的举措：比如在炎炎夏季，会合时令地推出眼下非常流行的冰粥和刨冰，以及奶茶，果汁类的饮料深受顾客青睐。

8、建立会员卡制度。卡上印制会员的名字。会员卡的优惠率并不高，如9.5折。一方面，这可以给消费者受尊重感，另一方面，也便于服务员对于消费者的称呼。特别是如果消费者和别人在一起，而服务员又能当众称他（她）为*先生、小姐，他们会觉得很受尊重。

9、在桌上放一些宣传品、杂志，内容是关于糕点饮料的知识、故事等，一方面可以提升品位，烘托气氛，也增加消费者对品牌好感。

10、无论是从店面装修、店员形象，还是蛋糕制作上，都要给顾客健康、卫生的感觉。蛋糕店一定要严格执行国家《食品卫生法》，这是立足之本。

11、食品行业有特别的岗位劳动技能要求：从业人员必须持有“健康证”。

六、财务估算

启动资产：大约需9.5万元

设备投资：

- 1、房租5000元。
- 2、门面装修约20xx元（包括店面装修和灯箱）
- 3、货架和卖台投入约1500元
- 4、员工（2名）统一服装需500元
- 5、机器设备最大的投资：8万元（包括制作蛋糕的全套用具）
首期进货款：面粉、奶油等原材料，约6000元。

月销售额（平均）：21000元。据有关内行人士评估，如此一家小型蛋糕店的经营在走上正轨以后，每月销售额可达21000元。

每月支出：14033元。房租：最佳选址在居民较密集的小区、社区商业街、及靠近小孩子的地段（如幼儿园或者游乐场附近），约5000元。

货品成本：30%左右，约5000元。人员工资：10平方米的小店需要蛋糕师傅1名，服务员1名，工资共计20xx元。

水电等杂费：700元设备折旧费：按5年计算，每月1333元
月利润：6967元左右按此估算，一年左右即可收回投资。

七、风险及制约因素分析：

因为蛋糕店不是所在街道或者小区的第一家店，顾客很难改

变一贯的口味，所以就得花费更大的财力物力和“花招”来招揽顾客。

将本文的word文档下载到电脑，方便收藏和打印

推荐度：

点击下载文档

搜索文档

蔬菜配送服务营销策划方案篇五

我们是大学生创业，既然选择了农业，那么我们就必须以现代的理念去建立，去经营。在思路必须开阔，眼光必须长远。以及我们的目标不仅仅是个人致富，在我们致富的同时，必须尽力带动乡亲的富裕，必须有着大家富才是真的富的理念。

发展背景：国家目前重视三农，农业政策好，自身来说，自己对农业熟悉

名称：顺安种业(蔬菜基地)

位置：江西省贵溪市