

# 2023年奶粉营销方案案例 单位食堂销售方案(大全5篇)

为了确保事情或工作得以顺利进行，通常需要预先制定一份完整的方案，方案一般包括指导思想、主要目标、工作重点、实施步骤、政策措施、具体要求等项目。大家想知道怎么样才能写一篇比较优质的方案吗？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。

## 奶粉营销方案案例篇一

乙方：\_\_\_\_\_

为了甲、乙双方的责权关系，特拟定以下合同，甲、乙双方须共同遵守。

一、甲方无偿提供给乙方所用的厂地、厨具、水电、燃料以及工作人员住宿等。

二、厨房工人工资由乙方负责，工具损耗（如：冰箱、风扇、风机）等电器由甲方负责，其它厨具损耗由乙方负责。

三、员工每天\_\_\_\_\_餐，中、晚餐各\_\_\_\_\_菜\_\_\_\_\_汤。每人每天伙食费\_\_\_\_\_元，加班夜宵费另计。

四、干部每天\_\_\_\_\_餐，每人每天\_\_\_\_\_元，中、晚餐各\_\_\_\_\_菜\_\_\_\_\_汤。

五、节假日乙方要安排正常开膳，厨房用具保持卫生清洁。

六、乙方要定期变换食谱，严格执行（食品卫生法）同时负责厨房范围、设备、用具的卫生及管理工作由乙方负责。

七、甲方有权随时抽检乙方食堂卫生和所采原辅料。乙方要做到原辅料新鲜无异味，并和甲方一道协调做好适合员工口味的饭菜。

八、甲方员工应自觉维护公共卫生，如骨头、菜渣等不得倒在地面及桌面上，应自觉把残渣倒入桶内，不自觉者应由甲方负责。

九、甲方每天应在下午五小时前提供第二天的人数给乙方。

十、结算方式按甲方每天提供人数计算。

十一、甲方员工伙食费由乙方先付，以\_\_\_\_\_天结算给乙方，最迟不超过\_\_\_\_\_天。

十二、厨房里面的剩饭、残渣应由乙方负责。

十三、乙方厨房员工应遵守甲方厂规。

十四、甲方员工不得带零食到餐厅食用及私自跑到厨房里骚乱，出事均由骚乱者负责。

十五、乙方从\_\_\_\_\_年\_\_\_\_\_月\_\_\_\_\_日开始承包至\_\_\_\_\_年\_\_\_\_\_月\_\_\_\_\_日止。期间任何一方要求解约，须与对方协商，并提前半个月通知对方。本合同试用期为一个月，如双方满意，则按合同执行。

十六、如有问题不在本合约，由双方协商解决。本合同甲、乙各执一份，经双方签字，盖章即日生效。

甲方（签章）：\_\_\_\_\_

\_\_\_\_年\_\_\_\_月\_\_\_\_日

乙方（签章）：\_\_\_\_\_

\_\_\_\_年\_\_\_\_月\_\_\_\_日

## 【单位食堂承包合同范本】

### 奶粉营销方案案例篇二

swot分析是一种认清企业优势(strength)[]劣势(weakness)[]机会(opportunity)和威胁(threats)的分析方法。下面就针对农博园旅游景区详细地通过这个方法剖析农博园景区旅游的优势和劣势、面临的机会和威胁，使农博园风景区认清当前旅游产业发展的形式，发现存在的问题，便于找出解决办法，并明确以后的发展方向。

#### (一) 农博园旅游发展的优势

##### 1、资源优势

某集团致力于农产品的发展，农博园作为旗下一个以农业为主的博览园，景区内集农业科普、农业观光、农游体验、休闲度假于一体，有世界罕见的奇瓜异果馆、珍果馆；让人叹为观止的各种现代科技农业示范园、农耕文化馆；令人激动无限的世运馆、农牧庄园；集浪漫与田园于一体的百花迷宫、七彩矿泉、本纳克葡萄庄园；还有让人流连忘返的森林童话乐园、开心农场、捉鱼寻宝等好玩又益智的景点项目。

##### 2、品牌优势

集团有限公司始于1992年，经历多年持续健康的发展，于2005年9月组建集团。集团致力于发展现代农业，继续走农业产业化经营和新型农业生产工业化道路。为振兴云南农业产业，促进地方经济发展、全面建设社会主义新农村和构建和谐社会。集团旗下农博园作为一个生态农庄，以第一产业带动第二、三产业，为云南高原特色农业的发展打开了窗口，做出了示范，一定程度上拓宽了云南农业发展道路，也为云

南旅游业添加了色彩，让云南旅游业朝着多方向角度发展。

### 3、区位优势

某县位于云南省东北，省会城市昆明和云南省第二大城市曲靖中间，素有“滇东北门户”之称，是云南北部昆明市东北部重要的交通枢纽。随着现代新昆明战略的深入实施，嵩明作为“滇东北重要门户”的地位更加凸现。晨农农博园位于小街收费站附近，突出的区位条件，是晨农农博园优势之一。

### 4、交通优势

嵩明距昆明43公里，曲靖75公里，距昆明新机场17公里，作为昆明主城门户，西南最重要的内陆大码头，嵩明处于昆明“四环十七射”交通网络规划的重要节点、昆明“半小时经济圈”内，区位优势极好，且具有“五路通昆，四路出省”的交通优势，晨农农博园位于小街收费站附近，是从曲靖到昆明，小街到嵩明、昆明的必经之路，大量的客源只要从这条高速路经过，都能看到晨农农博园线路指引标志。

## （二）农博园旅游发展的劣势

### 1、资源类型单一，互补性差

景区旅游产品主要以静态展示为主，少以动态演示辅之，缺乏参与性体验项目；游客的活动方式单一，仍以观光游览为主；游客平均逗留时间仅2至5小时，重游率低。并且景区景色大多以农业种植为主，与季节关系很大，到了冬春季节，瓜果蔬菜长势不好，景区推陈出现节奏跟不上，周边城市游客容易出现欣赏疲劳的现象，这些因素在很大程度上影响了园区旅游的整体经济效益与可持续发展。

### 2、缺乏一定的资金投入，使工作难以突破

集团属于民营企业，经济发展受多方面的影响，且农博园建成至今5年时间，积淀尚少，部分农业以示范为主，仅仅靠门票、餐饮和住宿来获得收入。因此，长期以来，农博园旅游开发缺乏资金支持，无法形成大的项目和高水平的旅游产品。

### 3、不再旅游黄金路线上，还需不断开发市场

我省旅游市场较大，出名的有丽江、大理、西双版纳等地，然而我们景区并没有在这些黄金旅游路线上，所以外省游客很少了解晨农农博园，外省市市场并没有得到开发。相对本省而言，本省游客大多去知名度比较高的旅游地区，农博园有农业特色，但是游客认同感还是很低，还需不断努力完善景区设施、服务。

## （三）农博园旅游发展面临的机遇

### 1、市场广阔

根据世界旅游组织预测，到20xx年，中国有望成为世界最大的客源接纳国，世界上最大的旅游目的地国家，接待国际旅游者将达到1.37亿人次，占世界市场总份额的8%。同时，随着我国国民可支配收入和闲暇时间的增多，国内旅游需求日益扩大。这将为我省旅游业提供更大的发展空间，同时也为晨农农博园发展提供了非常广阔的市场空间。

### 2、政府支持

昆明市历届市委及政府始终坚持政府主导与市场机制并重的原则将旅游业放在突出的位置，并在政策法规、战略规划、市场监管、基础设施建设、公共服务等方面要持续发挥政府的主导作用。通过成立市旅游产业发展领导小组等方式，发挥该机构的牵头作用，及时研究解决旅游业发展中的重大问题，并充分利用昆明作为全省综合改革试点市的优势，最大限度地争取更多旅游业改革发展先行先试权。这些措施为昆

明市旅游业的加快发展营造了良好的宏观环境。在市场上，一方面加大市场开拓力度和营销投入；另一方面，大力培育市场主体。这一系列重大举措，将为晨农农博园旅游的快速发展提供强有力的政府支持。

#### （四）农博园旅游发展面临的威胁

##### 1、周边旅游市场竞争加剧

云南旅游业如火如荼，大量有力竞争者纷纷崛起，竞争压力巨大，旅游产品的重复性以及园区产品开发的不足，阻碍了旅游的可持续发展。晨农农博园的主要竞争者对手是杨林的中信嘉丽泽景区，目前他们已通过aaaa级景区认证，并且师资实力较强，各项硬件设施较为完善。

##### 2、农博园以观光旅游为主，旅游资源缺乏深度开发

一直以来，农博园以观光旅游为主，导致产品单一，旅游行为层次低，特别是缺乏高层次的互动性和参与性旅游产品，使得游客的滞留天数少、重游率低，对旅游市场的扩大构成极大威胁。

##### 3、文化比重低，景区旅游产品更新慢

文化旅游比重低。文化是大多旅游景区的灵魂所在，农博园从建成并开放时间较短，文化比重很少，大部分旅游者来农博园并未选择农业文化旅游，而更多的只局限于田园观光体验和氛围感受，人文旅游资源利用率极低，整体整合效果不佳。旅游产品特色不突出，缺乏广度和深度。应对园区进行全方位、多层次的深发掘现有产品的潜力，丰富旅游产品的内涵，推陈出新。着眼未来，逐步调整旅游产品结构，吸引外来旅游者。

## 奶粉营销方案案例篇三

1、根据公司要求，现将我们市场保证金收取要求明确如下：

1) 今年保证金分两轮收取，时间分别为10月20日前和12月20日前。

2) 10月20日前落实11月销售任务和12月份销售任务的资金，保证金核算为年任务除以10再乘以1.5的保证金。在10月底前落实11月份任务报站给予1%利息。

3) 12月20日前落实年任务除以10再乘以1.17的保证金。在12月25日前落实1月份任务报站的给予1%利息。

4) 未能完成第二轮的保证金回笼的，两轮保证金利息奖励全部取消。

### 20xx年保证金核算明晰表

客户名称 销售额 第一轮保证金 第一轮到位时间为11年10月20日前 第二轮保证金 第二轮到位时间为11年12月20日前。

20xx 20xx 增长% 1.5倍 1.17倍

甘肃东方百佳商贸有限公司 241997340000065%600000468000

以上为我司20xx年销售规划分析方案。不足之处还望贵公司多提建议。让我们共同将20xx年的销售做好，做强，做大。

## 奶粉营销方案案例篇四

(1) 优势：企业规模大资金雄厚，价格低，产品质量有保证。

(2) 劣势：产品正在导入期，各方面还不成熟，客户不稳定，

条件有限(没有自己的物流配送)。

总之老品牌占山为王，市场，客户稳定。要想在这片成熟，竞争非常激烈的无烟战场上打出一片天地。我们必须比别人付出10倍的艰辛。

## 奶粉营销方案案例篇五

户外广告、由于其画面的冲击力和高关注率，是企业提升形象的最佳载体，本次户外广告发布以较强的站位和渗透为发布原则；具体就是以占据主城区汽车销售大卖场辐射并拦截目标消费者，选择以长年发布5以上块广告牌，如机场，火车站，城区中心区域。

电视广告、新闻前播放5秒品牌广告，这一时段备受本地受众关注。

dm广告、选择可读性强的商务期刊，表现力丰富，投递目标精确，受众文化水平较高，职业背景与消费水平相对较好的专业机构，如齐齐哈尔四海传媒有限公司，选择这样的专业机构，就等于多了一个免费的企业团队，是战友，是协作关系，相得益彰。