

团购计划书 酒团购工作计划(精选5篇)

时间就如同白驹过隙般的流逝，我们的工作与生活又进入新的阶段，为了今后更好的发展，写一份计划，为接下来的学习做准备吧！通过制定计划，我们可以将时间、有限的资源分配给不同的任务，并设定合理的限制。这样，我们就能够提高工作效率。以下是小编为大家收集的计划范文，仅供参考，大家一起来看看吧。

团购计划书篇一

其一是抽时间通过各种渠道去学习营销方面(尤其是白酒营销方面)的知识，学习一些成功营销案例和前沿的营销方法，使自己的营销工作有一定的知识支撑。其二是经常向公司领导、各区域业务以及市场上其他各行业营销人员请教、交流和学习，使自己从业务水*、市场运作和把握到人际交往等各个方面都有一个大幅度的提升。

2、进一步拓展销售渠道

**市场的销售渠道比较单一，大部分产品都是通过流通渠道进行销售的。下半年在做好流通渠道的前提下，要进一步向商超渠道、餐饮渠道、酒店渠道及团购渠道拓展。在团购渠道的拓展上，下半年主要对系统人数和接待任务比较多的工商、教育和林业三个系统多做工作，并慢慢向其他企事业单位渗透。

3、做好市场调研工作

对市场个进一步的调研和摸索，详细记录各种数据，完善各种档案数据，让一些分析和对策有更强的数据作为支撑，使其更具科学性，来弥补经验和感官认识的不足。了解和掌握公司产品和其他白酒品牌产品的销售情况以及整个白酒市场

的走向，以便应对各种市场情况，并及时调整营销策略。

4、与经销商密切配合，做好销售工作

团购计划书篇二

汽车团购即为团体购买汽车，通过_____有组织的自愿集中，集体购买，享受集团采购价，共同*的消费服务形式。

接受条款和协议修改

当你签订本协议即表示您同意并接受本服务条款并受其约束。_____有权在必要时修改服务条款，服务条款一旦发生变动，将会通过电子邮件、电话、传真等方式提示修改内容。如果您不同意所改动的内容，会员可以主动提出并以书面形式(能证明您身份的传真或信件)通知我们。如果您继续享用服务，则视为接受服务条款的变动。

资格认证

您只需要签署本协议，交纳手续费，即可确认团购资格，成为_____的正式会员。我们将为您提供最优惠的购车价格和一系列相关的优惠服务。

会员承诺

会员同意遵守《_____汽车团购规则》和维护汽车团购全体会员的利益，以免破坏汽车团购活动的正常组织。为使汽车团购服务顺利进行，会员必须提供详尽准确的个人或企业资料，如有变动，应及时更新。

信息传递

我们通过电子邮件、电话、传真等方式，把该种车型最新的

团购进展情况通知您。

服务结束

会员按照_____所提供的服务流程完成购车，本次团购服务即告结束。会员享有的汽车团购的权利即告中止。会员不再享有得到其他汽车团购信息的权利，_____也不再有义务提供有关汽车团购的信息。

汽车团购服务内容的所有权

_____定义的服务内容包括：文字、软件、声音、图片、录像、图表、广告中的全部内容；电子邮件的全部内容；车易团购为会员提供的其他信息。所有这些内容未经_____许可不可传送给第三方。

协议说明

本协议规定您和_____之间的服务关系，并取代先前订立的任何书面或口头协议。本协议各方面受^v^法律的保护和管辖。

仲裁、法律

因本协议或本服务所引起或与其有关的任何争议应双方协商解决，协商不成，提交本地相关仲裁机构并根据其适用的仲裁规则进行仲裁裁决，如仲裁未果，亦可诉诸法律。

服务提供方(盖章)：_____ 接受服务方(签字)：_____

经办人(签字)：_____

团购计划书篇三

一切刚刚好!电商环境的成熟, 微信及小程序的助推。

社区团购应声而下...

社区团购是一个看似新颖, 又并不算多新奇商业模式。说新颖, 在于这种模式进行了渠道创新, 依靠社交模式打开了一种以低成本获客的方式; 说不新奇, 是因为在这种基于社区的商业模式中, 包含了社区o2o[生鲜电商、拼购电商的影子。兴起源自3个因素:

1、起源于微信

我们发现, 社区团购客源主要来自线下, 但本质上是电商平台, 通过布局在小区的门店吸引用户, 再借助微信、拼团将用户引导至线上, 随后, 通过线上方式运营用户和商品(预售、拼团)。线上订单履约则是门店自提, 不承担同城配送费用。

2、工具: 小程序的问世

警惕! 未来3年, 社区团购或将洗牌

小程序的爆发是最大的拐点, 小程序。

“小程序是一个基础设施, 拼多多是一个棋手, 让大家知道, 原来在三四五线城市还能这么办, ‘省的需求’ 这么大。” 某投资机构的消费零售行业负责人总结道。

其实, 我们换句话说, 随着移动支付的普及、小程序的出现, 以及同城配送的发展, 使得社区团购的基础设施建设已基本完成。

3、源于熟人关系

在二三四五线城市里，有大一群被如京东、淘宝等线上电商教育过的用户，但没有人用最高频的产品或者服务去链接他们。

另外，社区团购的团长基本上是本小区的活跃分子，自带光芒。

团购计划书篇四

完善团购部组织建设有利于市场推广的专业性。销售政策和价格体系统一性。及各项管理的系统性。而团购组织的建设的关键是人的组成。建设及职责分工。

1. 人员建设。

对团购组织进行补充与完善。确保人力到位。并对到位人员进行协会文化。企业文化。品牌文化。产品文化。营销理念。客户类型分析。商务礼仪。价格体系的全方位培训。

2. 人员组成及职能划分。

团购部经理：胡大虹

工作职责：组织。协调团购部全面工作。对团购部工作全面负责。具体负责团购部人事管理。招聘人员。培训人员。作团购部人员信息分析。客户类型分析。销售数据分析。并作好团购渠道布局。并制定销售计划分配销售任务。制定工资体系。提成体系。建立奖惩机制。和与其它部门衔接等工作。

团购部副经理：唐丽

工作职责：配合经理组织。协调团购部全面工作。对团购部工作全面负责。具体负责对团购业务人员的信息收集。建立团购人员档案。客户类型分析建档。销售数据统计。团购业

务人员的全方位管理。下发销售任务。监管销售完成情况。落实奖惩机制。并作好对团购人员考勤。评比。沟通等工作。

团购计划书篇五

白酒团购营销制胜的五个步骤：

利用一切可能性，整合各种能够利用的社会关系资源，建立强大

的客户群体，能为提升白酒销量做贡献。

1、利用直接资源：如：同学关系、战友关系、朋友关系、亲戚关系、师长关系、老乡关系、亲戚关系。

2、熟人转介绍：有一种现象，三个互不相识的人，通过熟人转介绍的方法，认识熟人身边或熟人的熟人，这是一个非常有效的办法。

3、间接场合向陌生人进行介绍：比如参加婚庆、生日宴、各种会议、通过喝酒自我介绍，点评酒的特点，请才认识的人介绍客户，让大商超业务接待人介绍，有经常团购白酒送礼的客户信息等。

迅速赢得客户的信任，没有信任就不会有交易的发生，赢得客户的信任是成功营销的重要一步。客户的信任，来自个人信任和品牌信任，也就是说客户要信任你这个人，你不会骗他，不会给他带来风险，同时信任你所推荐这个白酒品牌是可靠的，否则交易不会发生。

还有，给客户良好的外在印象，客户至尊受到满足，认同客户的某些价值观，自己的专业知识和能力，回答客户所有疑问和自己保持快乐开朗信心，具备专业的白酒产品介绍能力。

中国人非常看重感情，什么都能欠而人情不能欠，否则心里会不安。平常有时发现，有些没有经验的. 团购销售人员一到客户那里，就显出急于做生意的心态，甚至迅速抛出回扣额度，你给人家客户多少回扣客户也不觉得多，人家还要看看其他品牌是否可以给的更多。所以，让客户欠下你的人情，还有许多感情投入要等你去做。

拿下定单赚到钱，才是白酒团购销售的最终目的。还有的白酒团购资源做得好的经销商，十分感慨地说“节日、旺季忙几天，可以闲一年”。前面三步都是为这一步打基础的。重点还要注意以下九大流程：搞清内部组织结构，锁定关系决策人员，对目标人物深度公关，充分满足各方利益，打消客户所存疑虑，提供可选择方案，该出手时就出手，主动提出成交请求，备足货源要回货款。

找到更多共同兴趣与爱好，成为真正朋友，比如帮助子女就业，解决一些困难，提供保健养生知识等，现有客户辐射与影响其他的潜在客户，扩大销售范围。