

最新微营销案例 年度营销计划书(通用7篇)

范文为教学中作为模范的文章，也常常用来指写作的模板。常常用于文秘写作的参考，也可以作为演讲材料编写前的参考。范文书写有哪些要求呢？我们怎样才能写好一篇范文呢？下面是小编帮大家整理的优质范文，仅供参考，大家一起来看看吧。

微营销案例篇一

承保是保险公司经营的源头，是风险管控、实现效益的重要基础，是保险公司生存的基础保障。因此，在x年度里，公司将狠抓业管工作，提高风险管控能力。

1、对承保业务及时地进行审核，利用风险管理技术及定价体系来控制承保风险，决定承保费率，确保承保质量。对超越公司权限拟承保的业务进行初审并签署意见后上报审批，确保此类业务的严格承保。

2、加强信息技术部门的管理，完善各类险种业务的处理平台，通过建设、使用电子化承保业务处理系统，建立完善的承保基础数据库，并缮制相关报表和承保分析。同时做好市场调研，并定期编制中、长期业务计划。

3、建立健全重大标的业务和特殊风险业务的风险评估制度，确保风险的合理控制，同时根据业务的风险情况，执行有关分保或再保险管理规定，确保合理分散承保风险。

4、强化承保、核保规范，严格执行条款、费率体系，熟练掌握新核心业务系统的操作，对中支所属的承保、核保人员进行全面、系统的培训，以提高他们的综合业务技能和素质，为公司业务发展提供良好的保障。

随着保险市场竞争主体的不断增加，各家保险公司都加大了对市场业务竞争的力度，而保险公司所经营的不是有形产品，而是一种规避风险或风险投资的服务，因此，建设一个优质服务的客服平台显得极为重要，当服务已经成为核心内容纳入保险企业的价值观，成为核心竞争时，客服工作就成为一种具有独特理念的一种服务文化。经过x年的努力，我司已在市场占有了一定的份额，同时也拥有了较大的客户群体，随着业务发展的不断深入，客服工作的重要性将尤其突出，因此，中支在x年里将严格规范客服工作，把一流的客服管理平台运用、落实到位。

1、建立健全语音服务系统，加大热线的宣传力度，以多种形式将热线推向社会，让众多的客户全面了解公司语音服务系统强大的支持功能，以提高自身的市场竞争力，实现客户满意化。

2、加强客服人员培训，提高客服人员综合技能素质，严格奉行“热情、周到、优质、高效”的服务宗旨，坚持“主动、迅速、准确、合理”的原则，严格按照岗位职责和业务操作实务流程的规定作好接、报案、查勘定损、条款解释、理赔投诉等各项工作。

3、以中心支公司为中心，专、兼职并行，建立一个覆盖全区的查勘、定损网点，初期由中支设立专职查勘定损人员3名，同时搭配非专职人员共同查勘，以提高中支业务人员的整体素质，切实提高查勘、定损理赔质量，做到查勘准确，定损合理，理赔快捷。

4、在x年6月之前完成x营销服务部□yy营销服务部两个服务机构的下延工作，至此，全区的服务网点建设基本完善，为公司的客户提供高效、便捷的保险售后服务。

根据x年中支保费收入xx万元为依据，其中各险种的占比为：机动车辆险85%，非车险10%，人意险5%□x年度，中心支公司

拟定业务发展规划计划为实现全年保费收入xx万元，各险种比例计划为机动车辆险75%，非车险15%，人意险10%，计划的实现将从以下几个方面去实施完成。

1、机动车辆险是我司业务的重中之重，因此，大力发展机动车辆险业务，充分发挥公司的车险优势，打好车险业务的攻坚战，还是我们工作的重点。x年在车险业务上要巩固老的客户，争取新客户，侧重点在发展车队业务以及新车业务的承保上，以实现车险业务更上一个新的台阶。

2、认真做好非车险的展业工作，选择拜访一些大、中型企业，对效益好，风险低的企业要重点公关，与企业建立良好的关系，力争财产、人员、车辆一揽子承保，同时也要做好非车险效益型险种的市场开发工作，在x年里努力使非车险业务在发展上形成新的格局。

3、积极做好与银行的代理业务工作。x年10月我司经过积极地努力已与x银行、x银行、x银行、x银行、x银行等签定了兼业代理合作协议。x年要集中精力与各大银行加强业务上的沟通联系，让银行充分地了解中华保险的品牌及优势，争取加大银行在代理业务上对我司的支持与政策倾斜力度，力求在银行代理业务上的新突破，实现险种结构调整的战略目标，为公司实现效益化奠定良好的基础。

微营销案例篇二

一、保密要求：

（要强调营销计划是机密文件，不允许采用任何技术方法复制，除非事先得到作者的同意）

二、企业基本信息和管理概况：

（营销计划书是用来指导将来的营销工作的，也是制订决策

的基本文件。因此，首先要列出所有的关键事项，当然在后面还将进行更深入的分析论证）

- 1、企业：（一些基本信息，如经营范围（员工人数、销售量、经营业绩）、地理位置、历史、声誉和将来的计划）
- 2、重要职员：（企业有哪些重要的职员，他们在哪些方面有过成就，将来的作用又是什么）
- 3、产品或服务：（介绍公司最重要的产品或服务）
- 4、市场和战略：（简单描述公司所经营的市场，列出在过去和当前的市场细分群体和企业的市场地位）
- 5、财务：（列出财务报表：预测损益表、资产负债表和现金流量）

三、企业：

（介绍关于企业的更详细信息，诸如企业的成立和发展过程，它的现状和前景如何，有何优势和劣势、机会与威胁□swot□□

- 1、经营目标：（企业工作的各方面的目标：销售、人事、产品或服务和市场等）
- 2、企业历史：（企业历史，包括成立的背景资料，以及对企业今后的展望）
- 3、组织和人事：（列出企业组织结构图，包括重要人员的资料和职位。不仅包括管理层人员，也有其他雇员情况）
- 4、经营状况：（企业现在的经营状况、产品或服务的情况）
- 5、企业前景：（展望企业的前景。企业将来会是什么样的？

总部设在何处？经营范围如何？谁将成为企业的重要人员？如何改进产品或服务？）

四、重要职员：

（包括公司重要人员的所有资料：有哪些人？职业经历如何？他们的计划和在公司里的任务）

1、资历和职责：（为重要人物列出人事资料，包括他们的资历、专业经验、职责范围以及有哪些权利）

2、重要职位的空缺：（哪些重要职位在现在或将来可能空缺）

五、产品或服务项目：

（公司提供哪些产品或服务？它们的名称是什么？它们满足顾客的什么需要？对顾客来说有什么优点？它们是怎么制作或是进行的？其特征是什么？有哪些可能用途？）

1、介绍：（对每个产品逐一描述。分析它们的外形、功能、特色、优点、市场意见、生产方法以及其历史和发展前景）

2、当前状况：（用投资组合的方法分析它目前所处的阶段）

3、对于顾客的价值：（每个产品对顾客来说有什么价值？它会给顾客带来什么样好处？）

4、生产成本：（每个产品的设计和生产成本如何？）

5、关心顾客：（对于每个产品或服务，可以在表示对顾客的关心方面做点什么文章，这方面可以是诸如售后服务、质量担保、产品可靠性和使用寿命等）

六、市场：

（要对企业所经营的市场进行更详细地描述。有哪些细分市场？他们分别是怎样的？每个重要细分群体的现状如何？从这些市场及其细分中能看出什么样的发展规律？）

6.1、需求方面：（描述我们产品目前的购买者。谁买它们？顾客群体有多大？）

1、市场生命周期：（现在市场处于什么阶段？是增长期还是成熟期？分别对每个产品、服务进行详细描述）

2、购买者的目的：（说明为什么顾客买我们的产品或服务？为什么他们不买竞争者的产品或服务？）

3、细分市场及分布：（在哪些不同的细分市场分别有什么特点？在不同的细分市场中产品或服务的分销如何进行？）

4、过去、现在和将来的市场规模：（估计每个市场和细分市场在这三个时期的规模）

5、外部条件：（对企业来说，哪些外部条件是值得重视的？为什么它们是重要的？它们会对企业产生什么影响？企业哪些方面的工作同它有关？）

6、购买者的选择余地：（通常存在各种满足顾客某种需要的可能方式（如替代品），那么我们产品的购买在我们的经营品种里有多大的选择余地呢（不计入竞争者的产品）？）

6.2、营销策略：（要从多个角度分析：产品策略、发展策略、增长策略、市场策略、价格策略、分销策略、促销策略、关心顾客策略等）

1、目标市场：（在哪个目标市场，尤其是哪个重要的细分市场，企业正在进行或短期内即将进行其经营活动）

2、企业的市场形象：（在各个细分市场上企业的形象是什么样的？）

3、促销策略：（详细解释企业要采用哪种促销战略，每种促销方法要达到什么目标？）

a□产品或服务的形象：（企业的最重要产品或服务的市场形象是什么？）

b□争取公众：（用哪些方法来争取公众？付费和不付费的情况都要考虑到）

c□广告：（在最近的12个月中，企业的广告宣传计划是什么？）

4、价格策略：（对最重要产品或服务采用了什么样的价格策略？为什么企业要选择这些策略？这些策略要达到什么目的？）

5、销售组织：（销售组织是什么样的？）

6、分销渠道：（首先列出所有可能的分销渠道，然后描述我们所选择的分销策略（哪些？用什么方法？为什么？））

7、货物配送：（后勤工作。在内外的分销网络上，后勤工作是十分重要的。内部后勤工作是怎么样的，外部后勤又是怎样实现的？是否正确？适不适合将来的情况？）

8、关心顾客：（大多数的产品或服务需要向顾客保证完善的售后服务，对于我们的企业来说，顾客对后勤工作会有什么担心？我们的工作是不是做提不够？以后应该做出什么改进？）

七、竞争：

（哪些企业是我们最主要的竞争者？可以从产品或服务质量水平上看，或是从产品——市场组合上看。对于每一个竞争企业，都描述其内部结构、业绩及市场占有率，同时也要指出我们企业的地位。在对竞争状况作了详细分析之后，还要提出我们的市场竞争战略。）

八、开发计划：

（产品或服务品种的开发对企业生存是至关重要的。企业产品开发计划应包括哪些内容？）

- 1、开发目标：（我们企业的开发目标是什么？）
- 2、产品/服务的开发状况：（产品服务的创新已进行到什么阶段？）
- 3、开发过程的组织：（在我们企业内用什么方法组织开发）
- 4、现代技术：（技术进步对开发战略影响极大。最新的技术成果我们知道吗？哪些可以被我们企业所应用？）
- 5、开发小组成员和资源配备：（在产品和服务开发中配备哪些人员？为他们配备的财力和物力资源有哪些？）

九、经营和生产计划：

（这仅适用于企业有自己的生产部门或对产品或服务的质量直接负责的情况。）

- 1、组织：（企业如何组织生产？）
- 2、次级供应商的作用：（生产过程中，次级供应商如何与我们合作？）
- 3、材料供应商：（除次级供应商外，企业还与材料供应商打

交道。他们是谁？他们对我们有何重要性？他们能在多大程度上满足我们的要求？我们又对他们有什么重要性）

4、应用的技术：（在生产过程中应用什么技术）

5、质量控制：（内部质量控制也是很重要。我们用什么方法监督生产、服务及整个顾客服务过程的质量？）

6、仓库的管理：（如何组织库存管理？）

十、财务：

（进行今后5年的财务预测，包括损益表、资产负债表和现金流量预测等）

1、损益表：

a□第一步：

b□第二步：

c□3——5年：

2、资产负债表：

3、现金流量：

a□第一步：

b□第二步：

c□3——5年：

微营销案例篇三

基于本人是第一次接触电子商务和销售行业，面临困难和压力较大，为了能顺利完成公司所规定的指标和到达个人预期目标，针对行业特点、现状，结合本人这几天对“销售服务”的理解和感悟，特对八月份工作制定以下计划。

本计划包括宗旨、目标、工作开展计划和计划评估总结等四部分。

一. 宗旨

本计划是第一个月工作开展的指导，是完成销售指标和到达个人预期目标的保证。制定本计划的宗旨是确保完成指标、实现目标。

二. 目标

1. 全面、较深入地掌握我们“产品”的功能、特色和优势并做到应用自如。
2. 根据自己以前所了解的和从其他途径搜索到的信息，录入客户资料150家。
3. 锁定有意向客户20家。
4. 力争完成销售指标

三. 工作开展计划

众所周知，现代销售的竞争就是服务的竞争。服务分为售前服务、售中服务和售后服务，而我们有恰恰是销售“服务”的，所以前期工作即就是售前服务更是我们工作的重中之重。正是因为如此，我的工作开展计划也是围绕“售前服务”来

进行。

1. 多渠道广泛地收集客户资料，并做初步分析后录入，在持续的信息录入过程中不断地提高自己的业务知识，使自己在对“家家网”的功能、操作和特点掌握的基础上进一步的深入体会，做到在客户面前应用自如、对答如流。
2. 对录入完的客户尽可能多地带给免费的服务(比如根据其需要给它发各种商务信息、技术指导等)，目的让客户了解“家家网”，在此基础上，与客户进行互动沟通。
3. 在用电话□e-mail等方式与客户互动的过程中，实时掌握其心理动态，并可根据这些将客户分类。
4. 在互动的过程中，锁定有意向的客户，并持续不间断的联系沟通，在客户对我们的“服务”有感兴趣或期望进一步了解的状况下，能够安排面谈。
5. 在面谈之前要做好各种充分准备，做到“知己知彼”，克服心理障碍。
6. 对每次面谈后的结果进行总结分析，并向领导汇报，听取领导的看法。克服困难、调整心态、继续战斗。
7. 在总结和摸索中前进。

四. 计划评估总结

在一个月后，要对该月的工作成果、计划执行状况做一次评估，总结得失，为下个月的工作开展做准备。

微营销案例篇四

- 1、员工前期由店长带领发传单并简单介绍酒吧的风格环境和

地理位置

- 2、结合网络做套餐类的团购活动
- 3、联合旅行社和导游做一次性的促销和团队消费
- 4、海鲜烧烤的独特风味加之“民族风”的酒吧环境特殊融合

酒吧灯箱是夜晚在视觉上最能吸引消费者的指引着，也是司机朋友和游客在‘无心’情况下的路标。

游戏是现代人，特别是陌生人之间建立沟通最快的渠道，当一个游戏深入游戏者心中时，酒吧自然而然变成大家一个聚集到。

对于长期来消费的客人、高额消费的客人、关系客人、可以给予赠酒、果盘或者在买单时候给予适当的去零。

女性是慢慢长夜男人视觉上一个强烈弑杀目标，一个酒吧里常来一些素质高等女性会吸引很多男生的光顾。

酒吧员工岗位职责和酒吧经营模式：

(2) 互相监督：管理层监督员工的工作，同时员工也可以向上级提出自己的意见或见解、

(4) 公平对待，一视同仁，各尽所能，发挥才干

(5) 部门设置与职责

店长：负责综合协调和管理店内各部门工作，督促员工工作，同时接受上级的监督、

1、人员到职与离职的相关办理

- 2、各类人事资料的汇总，建档及管理，员工档案资料管理
- 3、员工排班报表，员工请假，调休假报告，出勤状况，稽查，统计报告
- 4、员工考勤，督导并薪资核算
- 5、对酒吧各项工作的纪律检查
- 6、做好酒吧vip的经验记录，以便下次招待借鉴
- 7、协调本部门与其他部门的联系

人员设置及职责：

设负责人1名，调酒师1名，服务生2—4名，厨师1名

员工守则：

- 1)、人事记录：员工到职前须填写人事表格，提供正确个人资料和近照、在职期间如有任何变更应尽快呈报行政人事部。
- 2)、员工证：员工在当值时须佩带员工证、如有遗失，应立即报告，打埋补领手续，离职时须将员工证交还。
- 3)、考勤：员工必须依照编定的“工作时间表”及“岗位责任表”当值工作、员工应准时上班，直至规定时间下班为止、如有任何调班，先得到店长允许。
- 4)、请假手续：如因紧急事故或患病而需要请假，应即通知店长批准、未经告假而擅离职守者，作旷工论、如申请病假，需出示注册医生签发的病假条。
- 5)、工作责任：员工必须忠诚，工作勤奋，对上级服从，对同事尊重及热心帮助，尽心尽力负起分内工作责任。

微营销案例篇五

自从有了人类，就离不称食品，到了社会飞速发展的今天，人们对于食品的质量要求也越来越高。所以做好食品市场，一定要有切合实际的营销策划书。《食品营销计划书》是由工作计划栏目小编为您提供，供您选择和借鉴。为了您的方便使用，您可以常登陆计划网工作计划栏目。

一、选址

详细的调查与分析市场，了解周边环境与地理位置，可见度服务设施，生产原料供给情况。有无居民楼、写字楼、大型厂家以及所针对消费群体的消费能力、饮食习惯、喜好，了解周边竞争对手的实力、规模特点。必须亲自去做初步确定。拟订营业面积为500平方米，。必须有三通(水、电、煤气)并咨询相关部门是否禁止建立餐厅。

二、定位

选好店址的同时，根据对市场的分析调查，确定消费定位。人均50元--60元，特色以色天然食品、野生菌类为主打突出食品营养与养生的文化理念。

三、产品售后

建立客户档案与投诉处理小组。建立详细的客户档案，在节日、生日或特殊的日子，发短信或打电话祝福、问候。建立一个良好的客户群体。投诉意见处理小组。第一时间处理投诉意见经客户一个满意的结果，防止事态扩大或对企业形象的负面影响，做到合理完美的处理顾客投诉意见。

四、内部管理制度化

完善各项表格与制度，员工手册，厨房岗位责任制，服务手

册，菜品标准制作单，员工资料单，库存报表，月支出表，外卖记录表，订餐表，会员卡，员工意见箱。

五、人员招聘

前厅领班、厨房主要人员由自己人担任，其他人员由社会招聘，前厅服务员由学校统一招聘，同时进行前期考核、培训、菜谱定制、员工手册与各项制度的学习。培训员工：熟知企业文化，完全遵守各项规章制度，工作流程、岗位技能、职业道德、仪容仪表要求，以及十个习惯：

1. 知道餐厅目标价值观，工作范围。
2. 使用姓氏称呼客人，增加亲和力，遇见客人需求财到亲切的给予服务、热情的迎送客人。
3. 任何时间地点以客人优先。
4. 三轻、礼让、微笑。
5. 为满足客人需求充分利用餐厅给予的权力。
6. 不断提出餐厅的缺点完善服务与菜品质量。

小编推荐：

优秀营销计划汇总

营销计划大全

微营销案例篇六

1、电话营销是公司现在的主要营销手段，也是最主要的收入来源。

2、纵观整体营销方法来说，这是最直接，能和客户一对一交流介绍自己产品最直接的方法。

3、在20xx年以前，电话销售刚起步，也是最有效的方法，在这之前基本上每个公司都实现业绩稳定快速增长。但是在20xx年以后，随着做电话销售的公司越来越多，被视为骚扰电话的次数越来越多，逐渐的被很多人厌烦。这也是未来电话销售的一个弊端。

4、电话营销在未来几年发展应该会越来越不被人接受，不过在3年内在公司营销方案上还能稳定发展。国家整顿电话骚扰的趋势也会加快，所以现在正是公司实验其他营销方法的最好机会。

5、以下几种营销方案可以去实验。(仅供参考)

二、微信营销

1、微信这几年被越来越多的人所接受，微信营销也被越来越多的公司所运用。

2、微信营销分两种一、花钱营销(适合大型公司唯一性)

三、不花任何费用(最简单实用的方法:

1、每天不停的加人，多个账号同时运行，慢慢把自己的朋友圈弄活在开始营销，当好友上千后在开始销售培养自己潜在的客户。

2、这个方法可以交给公司后勤人员来实现累计客户资源，充分利用自己公司的资源。

3、每天几十个潜在的客户加入，一个月基本上有上千人的资源掌握在你手中。)

具体的营销方案就看自己怎么做了。

四、户外营销

1、纵观公司现在之状况，老员工，新员工，每天上百的电话量，连续几个月几年的电话量，基本上都把员工的激情磨光了；适当的换种模式会有意想不到的效果。

2、最简单的模式还是发单。尤其是公司是做钱币这块的，符合现在人们爱钱的心理，效果会不错。能吸引客户的眼球。

3、赚钱就得努力吃苦。

五、qq营销

1、现在有好多公司的业务基本上是靠qq群营销来实现。

2、一个qq号里有几百个群，一个群里有几百人，上万的资源就掌握在你手里。

3、怎么做呢？还是老方法，交给后勤人员培养多个qq□

一切地一切都的得去实践，去做，得客户资源者得市场。加油！！

微营销案例篇七

提高xx茶饮料在校园内的销量，开发新顾客。

转，转，转□xx茶饮料给您意外惊喜

20xx年xx月xx日—xx日

在学校内的新世界超市门前

（1）所有在校学生

他们都是具备活力与进取心的好青年，有健康意识、追求成就感和自我认同，他们注重生活质量，懂得追求时尚，但不盲目跟随潮流。

（2）在校的教职工

他们的经济水平较高，会享受生活。

（一）抽奖

参与条件：只要购买xx茶饮料，无论什么口味，无论多少瓶，均可参与抽奖。

抽奖规则：

1、每人只能抽一次。

2、以转盘为抽奖工具，转盘以xx经典广告为背景。将转盘分为6个部分，分别写着：红茶、绿茶、蜜茶、购物券、健康、甘醇。

3、中奖者在领取奖品时要进行登记，写上姓名、电话中什么奖等

4、购物券可以到新世界换购

奖品设置：

1、转到“红茶”，可以获得250ml红茶一瓶。

2、转到“绿茶”，可以获得250ml绿茶一瓶。

- 3、转到“蜜茶”，可以获得250ml蜜茶一瓶。
- 4、转到“购物券”，可以获得价值10元的购物券。
- 5、转到“健康”与“甘醇”，可以获得圆珠笔一支。

（二）免费品尝

在新世界销售茶饮料地点进行免费品尝，让还没有购买欲望的人品尝后产生购买行为。

（三）凭收集的瓶盖换取奖品

只要收集6个瓶盖，均可再来一瓶，且获得一次抽奖机会，进行一次抽奖，同时要记录。

（一）人员安排

- 1、请5个工作人员在售点（3天的安排一样）
- 2、一人负责抽奖及换瓶盖环节。
- 3、一人负责兑换奖品以及记录信息。
- 4、一人负责免费品尝。
- 5、两人负责销售。

（二）现场安排

- 1、在售点放三张桌子，以及一些宣传画册。
- 2、在售点写上主题横幅一条以及介绍产品的x架。
- 3、免费品尝的桌子一张。

30—31日：在学校内的几幢宿舍分别找一个负责人，让他们到各个宿舍发传单，每幢大概500份。

在老师公寓附近和职工寓所附近发传单，总计500份。

1日—3日：

- 1、工作人员统一穿着“xx茶饮料”的工作服。
- 2、在售点发传单。
- 3、在售点挂横幅及其他宣传物。
- 4、要求工作人员喊整齐统一的宣传口号。

场地费用：约1000元 运输费用：约200元

人员费用：约1000元 传单费用：约1000元

物料费用：约1000元 水餐费用：约200元

总计：4400元

中国软饮料业近年取得了飞速发展，但近年来，软饮料市场结构发生了明显的变化，原来备受推崇的碳酸饮料逐渐“退烧”，而以茶饮料为代表的无糖饮品迅速崛起，成为新的饮料市场主力军。在国际上被称为“新生代饮料”，被认为符合现代人崇尚天然、绿色的消费追求。

中国约有茶饮料生产企业近40家，其中大中型企业有15家，上市品牌多达100多个，有近50个产品种类。而与此同时，中国茶饮料消费市场的发展速度更是惊人，几乎以每年30%的速度增长，占中国饮料消费市场份额的20%，超过了果汁饮料而名列饮料市场的“探花”，大有赶超碳酸饮料之势。在中国

台湾，在日本，茶饮料已超过碳酸饮料成为市场第一大饮料品种。随着茶饮料的出现及市场的繁荣，中国茶产业将迎来更加美好的前景。21世纪饮料市场将是茶的世纪，茶饮料将成为“饮料之王”。而作为茶饮料中的佼佼者—xx销售前景不言而喻。

我们有理由相信，通过此次的促销活动□xx在学生中的地位会有一个更大的提升。此次的校园销售活动定能取得佳绩。而学生们也将更加喜欢茶饮料，将尤其钟爱xx茶饮料，也会对xx的营销战略更加满意。

相信通过我们细致的安排，此次活动一定可以在校园内掀起“xx茶饮”的热潮。对树立“xx”品牌也会有很大很好的影响。