

# 最新酒水销售营销方案案例(模板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。方案对于我们的帮助很大，所以我们要好好写一篇方案。以下是小编给大家介绍的方案范文的相关内容，希望对大家有所帮助。

## 酒水销售营销方案案例篇一

不知不觉，进入我们公司已经有1年了，也成为了我们公司的部门经理之一。现在\_\_年将结束，我想在岁末的时候写下了20\_\_年工作计划。

转眼间又要进入新的一年20\_\_年了，新的一年是一个充满挑战、机遇与压力开始的一年，也是我非常重要的一年。生活和工作压力驱使我努力工作和认真学习。在此，我订立了本年度工作计划，以便使自己在新的一年里有更大的进步和成绩。

### 一、销量指标

上级下达的销售任务30万元，销售目标35万元，每个季度万元

### 二、计划拟定

- 1、年初拟定《年度销售计划》；
- 2、每月初拟定《月销售计划表》；

### 三、客户分类

做到不同客户，采取不同的服务。做到乘兴而来，满意而归。

## 四、实施措施

1、熟悉我们公司新的规章制度和业务开展工作。我们公司不断改革，订立了新的制度，特别在业务方面。作为我们公司一名部门经理，必须以身作责，在遵守我们公司规定的同时全力开展业务工作。

2、制订学习计划。学习，对于业务人员来说至关重要，因为它直接关系到一个业务人员与时俱进的步伐和业务方面的生命力。适时的根据需要调整我的学习方向来补充新的能量。专业知识、管理能力、都是我要掌握的内容。知己知彼，方能百战不殆。

3、在客户的方面与客户加强信息交流，增进感情，对a类客坚持每个星期联系一次□b类客户半个月联系一次□c类客户一个月联系一次。对于已成交的客户经常保持联系。

## 酒水销售营销方案案例篇二

### 交货、检查、配送

（一）对于已接受订单的工程，工务科就在做好相关的生产日报，使工程的进行程序得以明确，并就感动适当的机会，通知给发出订单的客户知道。

（二）当生产接近完成时，应与工务科协议，选择指定交货日前的适当时日，通知交货对象。如交货有迟延的顾虑时，也应事先通知对方，求得其谅解。

（三）在进行产品的检查时，应将结果做成测试成绩表等等的有关资料。

（四）产品的发送是依据出货传票来进行的，另外，每次发送货品时，应将其要项记入发送登记簿中。

## 销售额的计算及收款

（一）在缴交产品时，应将交货单的副本交给会计科。会计科再将这些资料记入销售帐中。

（二）如已经从客户处先收取订金或预付金时，应将此内容也记入销售帐中。

（三）财会部门于每月的25日，依据销售帐的资料算出每位客户的未付款项明细表（包括前月余额、本月销售额、应收帐款），送交营业经理。

（四）营业经理得命令各负责人员在应付款项明细表的收款栏中记入预付金，经过调整后，再决定营业部的收款预定额，然后呈报常务董事签核。

（五）常务董事应先查阅营业部所呈的收款预定表，如有必要征求经管经理的意见，则由营业经理作说明后，裁定收款的预定计划。

（六）收款业务原则上是由营业部门负责，但有时也可委托经管（财会）部门的人员去进行。

（七）有关款项的催收是由销售科负责督促，销售科必须把相关资料记入收款预定表中，通知给各有关人员。

（八）财务科应将每月收款收据副本制作成表，在各册、各页上打上编号。并要求有关人员于每日业务终了时，交回这些单据证明。收据上盖有公司印章者，会计科应加以保管，并加盖部门印章。

（九）款项进来时，负责收款或处理款项人中应制作收帐传票，并连同现金、收据副本，提交给财务科。

(十) 根据上述的应收帐款传票，将收得的款项记入销售帐目中。记入内容除包括金额外，须再记入负责人员的名字。

## 书信的制作及资料整理

(一) 营业书信资料通常包括下列六项：

- 1、书信、电报（发文、订单）。
- 2、估价单、订购单、请讲单、规格明细单。
- 3、交货单。
- 4、请款单。
- 5、收据。
- 6、备忘录。

(二) 交易上的发文资料，原则上都须复印并制成副本保存。另外，发文资料上应盖契印或负责人的印章。

(三) 所有的书信资料，都应编列收受号码，并记入受信簿中，盖上收受日期印章。

(四) 处理中的文件，应依照下列方式加以分类、归档。

- 1、估价文件资料——将交易客户与自己公司方面的估价资料，依照发生的顺序，归类或存档。
- 2、订购资料——依照顺序将合同书、请款单归档。
- 3、存档资料。

(五) 参考方面的资料，可按下列分类方式加以整理：

- 1、市场资料。
- 2、成本计算。
- 3、同业的目录。
- 4、交易资料。

## 报告及会议

（一）营业部必须将每日的活动及业务处理状况记入日报表，经由科长、经理，向总经理提出。

（二）销售科应根据每月及上个月的订单量、转拨余额、本月接受订货的总额、本月的交货额、生产额、未收款项余额、各项接受订货的产品内容等等制作成月报表，并经由经理审编后呈报告给总经理。

（三）每月或每月月初的营业部与工厂方面，应召集经理，厂长、科长及其他负责人员，举行生产、销售联合会议。

（一）营业科的外务负责人员在访问或开拓新客户时，应留意下列事项：

- 1、透彻观察对方在买卖上的需求及判定对方在买卖上的立场
- 2、观察对方进货及销售的意愿。
- 3、利用谈话、对应技术来引导对方购买的意愿。
- 4、针对对方的买卖意识及对商品的认知程度，检讨它与我方计划的合适与否。
- 5、检讨对方的销售政策与营业预算是否与本商品合适。

（二）营业科的外务负责人员应致力于商品知识、销售方法及市场知识的研究、同时须勤于调查销售客户的状况，随时以预算、效率化为基准、冷静且亲切地致力于销售活动。

（三）对客户提示重要事项或表达意向时，须取得经理的认可后才能执行。

（四）交易的开始有的是基于对方的申请，有的是出自我方的诱导，不管是何种方式，除了交易一开始即以现金往来的情况之外，都须事前对交易客户的资产、销售能力、负债、信用及其他评核事项进行调查，并向部长提出报告。

（五）对于各家客户须订明每月性的访问预定及收入预定，另外，对于客户的新开拓商品也须拟定每个月的大概预定额，根据这个来开拓新市场。

（六）不论老客户或新交易或预估的交易，都须私下迅速打听清楚，有了充分的调查，才能尽早与对方进行交涉。

### 酒水销售营销方案案例篇三

为保证公司销售目标的实现、充分调动销售人员的积极性、促进企业良性发展，做到奖优罚劣，增强公司考核和奖励的透明度，特制定销售人员奖金方案。

化妆品行业一线销售工作人员。

（一）月度奖金计算期间。上个月的1日到30日（或31日），于次月20日发放。

（二）年终奖金计算期间。1月1日到12月31日，于次年的2月1日发放。

（一）销售额。化妆品销售人员的月度销售额达到xx元。

(二) 货款回收率。货款回收率达到xx%□

### (一) 化妆品销售人员的绩效奖金管理

1. 化妆品销售人员的绩效奖金实行超额累计制。
2. 销售部根据销售人员每月工作情况，在完成个人月度销售计划的前提下，每月评出一名“优秀销售员”，给予200元激励奖金。

### (二) 销售费用节约额外奖金管理

1. 如果销售部的销售费用年累计额有节约，则销售部的相关人员可获销售费用节约奖励。
2. 获得销售费用节约额外奖励的前提是销售收入、实收均价两项指标都达到目标值。额外奖励总金额为销售费用节约总费用的5%。

### (三) 销售人员异动时的奖金管理

1. 销售人员入职不满三个月，不计发年度奖金。
2. 销售人员辞职或被公司辞退，按实际工作天数计发奖金，在年度奖发放前辞职、辞退的员工，不计发年终奖金。
3. 销售人员当月累计请假（不含带薪假）超过三天的，按当月实际出勤天数计发月度奖金；全年累计请假超过半个月未  
满一个月，按年终奖金的80%发放；满一个月未  
满两个月，按  
年终奖金的60%发放，请假超过2个月的，不予发放奖金。
4. 销售人员转正后按照转正日期开始计发全额奖金。
5. 销售人员年中因工作调动离开原岗位，月度奖金和年终奖

金按在各单位实际工作时间由各单位分别计算。

## 酒水销售营销方案案例篇四

假如有资产得话，能够在新住宅小区创建1个样板间，由于样板间事实上都是这种体验型市场销售，能让消费者进到到好似自身将来的家里边，这对推动消费者选购冲动是十分有实际效果的。要想创建样板间就务必提升自身的信息内容收集工作能力，要掌握清晰总体目标住宅小区的经营规模、户型、总户数、特性、拿房时间、市场销售总数等。

在制造行业内开展自身公司的宣传策划，赢的方式工作人员的充足信赖和接纳，提高她们的推单自信心，也使她们变成自身企业了解的领头人，逐渐将观点渗入终端设备顾客，根据她们来危害顾客，进而赢的装修订单信息。

装修公司吸引住散客装修订单信息，另外根据宣传策划累积品牌知名度。不断提高公司自身的企业形象。由于知名品牌是将来销售市场发展趋势的大势所趋。并且，营销策划方案只能普遍的散播，贵司能够被大量的顾客了解，掌握，认同……那样，公司才会迅速而身心健康的发展趋势，越干越大。

这一是较为立即和合理的方式。到物业管理公司、或是短信群发平台获得要装修的小区业主信息内容，开展群发短信和电话销售。这一成本费用便宜，都是市场销售和宣传策划十分合理的这种方式！

装修公司在活动营销这方面资金投入不足，怎样灵活运用不足资源来宣传策划好自身的知名品牌，装修公司营销策划方案中围绕自始至终的课题研究。

1个关键的方式，就是说提升平时基本散播的管理方法，搞好精准定位广告词，使一切一回散播主题活动都去适用知名品

牌的创建，有益于累积起品牌营销实际效果。

## 酒水销售营销方案案例篇五

为了减少企业销售货款在渠道中的滞留，降低企业营销的成本和管理费用，提高销售人员对销售货款的回收率，特制订本方案。

发生客户拖欠款，销售人员可根据客户的具体情况、信用程度等，采用适当的催收方法，以便及时回收货款。

进行销售款项催收，销售人员可采用下表所示的方法进行。

实际操作实施对象

软磨法

1. 耐心礼貌的采用信函、传真、电话，甚至亲自上门等方式软磨

轰炸法

1. 三番五次通过措辞强硬的信函、电话、传真手段直接催收
2. 亲自上门表明立场

关系法

代价法

1. 停止发新货，前款到账再发新货
2. 扬言占据客户经营场地，拉走客户货品或物资

压力法

1. 通过写信或走访客户的主管部门、银行、工商、税务、行政管理部门，争取同情与支持

奖励法

法律法

由律师执笔寄出催账函，若客户仍不付款，采用法律方式介入。