

2023年新产品销售计划实施方案(优秀10篇)

为了确保事情或工作有序有效开展，通常需要提前准备好一份方案，方案属于计划类文书的一种。方案书写有哪些要求呢？我们怎样才能写好一篇方案呢？以下就是小编为大家讲解介绍的相关方案了，希望能够帮助到大家。

新产品销售计划实施方案篇一

为明确公司与各部门的职责、权限、义务和利益分配关系，充分发挥各部门作用，确保公司经营目标实现，特制定本承包方案。通过本方案，明确公司的`业务承包实体地位，赋予其相应的管理职责权限；同时规定年度业务目标及其考核结算办法。

- 1、必须保证完成企业下达的各项承包指标□20xx年目标是完成销售 万元。
- 2、建立与企业财务制度相应的二级核算台帐，做到帐目清楚、核算正确，并定期检查，发现错误应立即纠正 。
- 3、按企业制定的价格目录，并掌握一定的浮动幅度销售产品。如发现擅自涨价，应严加处理 。
- 4、把握政策机遇和行业动态，根据企业生产能力和经营目标，最大限度地争取市场份额。
- 5、搞好产品发运调度，按合同保证安全正点交付。
- 6、制定科学合理的薪酬方案，充分激发业务人员的聪明才智，确保年度经营目标顺利实现。

7、根据市场情况，负责地提出产品开发和持续改进建议

8、负责应收帐款的管理和回收工作，呆滞欠款按规定移交法律事务部组织清收。

9、认真做好市场信息的搜集、处理工作，逐旬编发《市场旬报》，逐月编发《市场分析报告》，提交企业经理层及各相关部门参考。

1、对部门人员的调度权、安排权、加班审批权、出差审批权，以及奖惩权。

2、有权决定业务员的聘用、区域定位和职务升迁，操作程序可参照企业相关制度，聘任决定须报企业人力资源部备案。

3、有权制定承包体内部二次分配方案和包干费用内控办法，经企业审定后实施。

4、有权组织相关部门对销售合同、特殊订单进行评审，编制要货计划

5、有权合理组织产品的发送运输工作。

6、属销售费用管理范围的费用开支权、用款审批权、费用核报权、费用领款权。

7、有权提出产品开发、持续改进及价格策略等合理化建议。

8、有权组织企业产品推广展示、品牌形象宣传及市场公关活动。

9、在不违背企业根本利益的前提下，享有营销业务管理全过程的自主调控权和应急处置权。

销售承包的结算，主要解决两大问题：一是结算企业给销售

承包部门的经济利益；二是计算销售承包部门内部职工的利益分配。

1、目标任务是年度 万元。完成 万元，给与部门绩效工资为 万元。在基本目标完成之上，每增加10%，绩效提成为增加销售额度的10%。

2、工资发放采取先预支，季度考核兑现。根据部门定员5人，依据企业现行岗位工资标准，按月发放基本工资。季度进行技校考核后，多退少补。考核基数是：第一季度任务为 万元，其他三个季度为 万元。第一季度提成工资总额为 万元，其余季度为 万元。没有完成任务，核算绩效提取比例为10%。考虑销售季节性，年终完成任务后，可以综合平衡全年提成。营销部人员每月总基本工资____万元由营销部自由支配。

3、销售部核定员工人数为6人，部门自行安排适当职位。具人员名称见附件。

1、本方案一式两份方双签章后生效，具有同等法律效力。

2、未尽事宜，双方可以补充协议，补充协议具备同等法律效力。

新产品销售计划实施方案篇二

转眼间又要进入新的一年——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。出来工作已过4个年头，家庭、生活和工作压力驱使我要努力工作和认真学习。在此，我订立了度销售工作计划书，以便在新的一年里有更大的进步和成绩。

人才是企业最宝贵的资源，一切销售业绩都起源于有一个好的销售人员，建立一支具有凝聚力，合作精神的销售团队是企业的根本。在明年的工作中建立一个和谐，具有杀伤力的

团队作为一项主要的工作来抓。团队扩大建设方面，初步预计明年的销售人力达到十五人。组建两支销售小组，分别利用不同渠道开展销售工作。

销售管理是企业的老大难问题，销售人员出勤，见客户处于放任自流的状态。完善销售管理制度的目的是让销售人员在工作中发挥主观能动性，对工作有高度的责任心，提高销售人员的主人翁意识。强化销售人员的执行力，从而提高工作效率。

培养销售人员发现问题，总结问题目的在于提高销售人员综合素质，在工作中能发现问题总结问题并能提出自己的看法和建议，业务能力提高到一个新的档次。

把握好现有的保险公司与证券公司这一金融行业渠道，做好完善的计划。同时开拓新的销售渠道，利用好公司现有资源做好电话销售与行销之间的配合。

今年的销售目标最基本的是做到月月都有进帐的'单子。根据公司下达的销售任务，把任务根据具体情况分解到每月，每周，每日;以每月，每周，每日的销售目标分解到各个销售人员身上，完成各个时间段的销售任务。并在完成销售任务的基础上提高销售业绩。销售部内部拟定全年业绩指标一千五百万。我将带领销售部全体同仁竭尽全力完成目标。

今后，在做出一项决定前，应先更多的考虑公司领导的看法和决策，遵守领导对各项业务的处理决断。工作中出现分歧时，要静下心来互相协商解决，以达到一致的处理意见而后开展工作。今后，只要我能经常总结经验教训、发挥特长、改正缺点，自觉把自己置于公司组织和客户的监督之下，勤奋工作，以身作则。我相信，就一定能有一个更高、更新的开始，也一定能做一名合格的管理人员。

我部门工作重心主要放在开拓市场，选取渠道和团队建设方

面。当下打好公司销售开门红任务迫在眉睫，我们一定全力以赴。

我认为公司明年的发展是与整个公司的员工综合素质，公司的指导方针，团队的建设，个人的努力是分不开的。提高执行力的标准，建立一个良好的销售团队和有一个好的工作模式与工作习惯是我们工作的关键。

新产品销售计划实施方案篇三

展会是公司形象的一种体现也是展示企业最新资讯和动态的一个舞台；当销售队伍进入一个新的市场时，公司开发出一种新的产品的时候，最常用的且传播成效最快的一种方法就是行业展会；销售部门应该定期和市场部一起开会来了解市场活动的安排，同时市场部也可以有效的配合销售的进展。

销售代表应该经常在客户的采购设计阶段使用技术与客户沟通。在这个阶段，客户需要了解产品的指标来确定客户的方案，这时销售代表可以在技术交流中播种自己的“种子”，将自己独特的优势加入客户的方案之中。当然，不仅仅在设计阶段，当销售代表有了客户可能会关心的主题时，就可以做一个技术交流，这样可以发现客户的兴趣点在哪里。通过技术交流后的反馈表，销售代表也可以在老客户内发现新的销售机会。

电话销售一种可以直接筛选目标客户，并且是最节省时间与费用的销售方法，前期的目标客户信息的选择和筛选通常会采用这种方法。

登门拜访是最常用、最有效的销售办法，但是同时也是最费时间和费用的销售方法

但是这种方法可以直接达到一些目的：

- 1、面访可以比较容易挖掘到客户的真正需求；
- 2、面对面的交谈有利于介绍我们的产品优势并引导客户需求；
- 3、见面三分亲，见面容易建立相互的信任感，信任感建立起来有利于后期工作的开展。

当其他因素竞争对手都具备，销售代表决定要依靠测试来赢取定单，测试的结果就十分重要。要准备一个成功的测试，销售代表需要让工程师进行充分的准备。所以销售代表要与工程师充分沟通，使他们了解测试的重要性，否则可能适得其反。这就需要销售与测试工程师的配合。

赠品是客户关系的润滑剂，选择礼品并不容易，书籍、是不错的赠品，销售人员可以有意去了解平常客户喜欢读什么书，据此选择书籍工业品营销的九大方法工业品营销的九大方法。演出票，体育比赛和电影票等也是好的赠品。此外，公司通常定制的各种各样的礼品。每个公司常常定制一些有特色的礼品给客户，这些礼品虽不昂贵，但要别具匠心。

商务活动有很多类型，吃饭和卡拉ok是最原始的，客户现在已经把吃饭和应酬当作负担，因此销售人员应该学会与客户一起培养一些和谐、健康的共同爱好。另一方面，销售人员天天和客户打交道，如果把这些交往当作工作去应付，销售人员会越来越不开心，从而影响到销售人员的心态。为什么不享受你的工作呢？超级的销售人员是与客户真正交朋友的那些人，他们喜欢和客户在一起，客户也一样喜欢与他交往。因此，商务活动就为销售人员提供了这样一种舞台。

参观考察不仅可以安排客户参观公司，也可以邀请客户参观自己成功的案例。在客户的内部酝酿阶段邀请决策层客户参观成功案例是非常有效的销售方式。留心客户的行程可以创造出很多免费的机会。在这方面海尔给我们树立了一个很好

的成功典范：每次海尔的参观考察，他们都会邀请客户参观他们在西北地区——乌鲁木齐的世界最大的中央空调的样板工程。

为将全新的售后服务理念落到实处，并让每位车主都体验到别克关怀，上海通用汽车推出了6项标准化“关心服务”

包括：

1. 主动提醒问候服务，主动关心；
2. 一对一顾问式服务，贴身关心；
3. 快速保养信道服务，效率关心；
4. 配件价格、工时透明管理，诚信关心；
5. 专业技术维修认证服务，专业关心；
6. 两年或四万公里质量担保，品质关心。

这些都充分体现了别克对于会员的至真至诚的服务和关心。客户俱乐部可以拉近我们与客户的距离。

案例分析到底什么样的市场推广方式才是最有效的？

20xx年昆明某家装饰材料公司，由于前几年来销售状况良好，企业经过这么一段时间的创业阶段，准备趁此大好形式展开一系列的市场扩张，打开新的市场局面。为了有效并快速的实现这些想法，公司高层经过商量决定请一家专业的公司来策划这次的市场拓展大行动。他们请了当地比较有名气的一家广告公司a□这家公司据当地企业反映，口碑还不错，也曾经做过很多成功案例，特别是在烟酒等行业□a公司以三百万重金接下案子之后，经过一系列周密的市场调研和市场分析

后，提出了一本相当有分量的市场推广策略方案。经过大半年的项目实施后，企业发现市场反应并不明显，而且经最近一段时间的销售数据统计，市场销售份额不但没有上升，反而下降了。企业非常困惑。20xx年下半年他们找到了imsc。imsc相关专家经过一系列的沟通和调查之后，发现了一系列的问题：

2、在广告选择上，他们采取了电视广告的方式，这样虽然受众面广，但是这些观众中却没有很少是他们的目标客户，而且电视广告也是一个非常昂贵的广告推广方式。

3、随着市场的发展，客户购买趋于理性化，但是此广告公司的推广却是在这方面相当欠缺，只是限于一些直观的广告宣传，企图用广告来获取客户的认同和信任。

发现这一系列的问题之后，imsc针对此公司的现状，提出了一些建设性的方案，这些方案就包括“九阴真经”的多种手法的综合运用：

1、由于工业品与消费品的本身的特质决定了他们推广方式上的本质区别

3、在和设计院的沟通上采取技术交流的形式，在产品质量过硬的前提下，运用一些灵活的手法，例如：赠品、管理费等拉拢设计师，让设计师把这些材料设计进去，从而来获取定单。

4、参观一些样板工程，提高信任感。

5、积极参与行业展会，展示公司的最新产品和技术，提高企业的整体形象。

新产品销售计划实施方案篇四

产品销售方案

在最短的时间内将公司主打产品全面推广、树立品牌形象、收回全部投入资金、培养稳定客户群体。

实施步骤：

在正式投入市场前，首先建立起完善的销售管理制度。

销售管理制度包括：

1、 销售部经理工作职能：

- (1) 进行市场一线信息收集、市场调研工作；
- (2) 提报年度销售预测给营销副总；
- (3) 制定年度销售计划，进行目标分解，并执行实施；
- (4) 管理、督导营销中心正常工作运作，正常业务运作；
- (5) 设立、管理、监督区域分支机构正常运作；
- (6) 营销网络的开拓与合理布局；
- (7) 建立各级客户资料档案，保持与客户之间的双向沟通；
- (8) 合理进行销售部预算控制；
- (9) 研究把握销售员的需求，充分调动其积极性；
- (10) 制定业务人员行动计划，并予以检查控制；

- (11) 配合本系统内相关部门作好推广促销活动；
- (12) 预测渠道危机，呈报并处理；
- (13) 检查渠道阻碍，呈报并处理；
- (14) 按推广计划的要求进行货物陈列、宣传品的张贴及发放；
- (15) 按企业回款制度，催收或结算货款。

2、 销售主管：

- (1) 管理推销员的日常工作；
- (2) 对推销员的业绩进行统计汇总，上报销售部经理；
- (3) 对营销工作中遇到的问题，进行总结汇报；
- (4) 结合实际工作的操作情况提出合理化建议；
- (5) 按企业回款制度，催收或结算货款。

3、 推销员：

- (1) 负责推广公司产品，寻找目标客户群；
- (2) 与客户洽谈合作细则，并签署相关合同；
- (3) 上报销售业绩；
- (4) 反馈营销推广工作中遇到的问题；
- (5) 结合实际工作的操作情况提出合理化建议；
- (6) 按企业回款制度，催收或结算货款。

4、 售前、售后技术员：

- (1) 机器的投放、安装、调试工作。
- (2) 填补机器所用的材料，保证机器正常工作。
- (3) 对机器时常的维护、维修工作。
- (4) 对机器新增功能进行必要的学习。

推销员的挑选与训练，对推销人员挑选方面我们本着宁缺毋滥的原则，公司必须起用有相关工作经验的推销人员，对没有任何市场经验和学生一律不在考虑范围内。在推销员训练方面，进行统一严格的岗前培训，以确保每一名推销员都能准确的叙述公司的产品“的优势所在，并在第一时间内与客户达成共识，对客户把握和服务方面有自己独到的想法。

针对本地区的实际情况进行一至七天的全方位市场调查，掌握第一手资料，综合市场调查的第一手资料和现成的`第二手资料，整理成为对产品推广有用的情报。

根据市场调查情况，凡有意向考虑当中者，均可做为我们潜在客户群体。

由于产品在市场投放初期效益问题，所以销售目标应根据本地区实际情况制订，以确保能够在最短的时间内把初期的投放费用快速回笼。

投放初期应客户群应定位于大型酒店，度假村等，中期应在巩固初期客户群基础上，继续挖掘潜在客户群体如中高档次的餐饮业、服务行业、大型企事业单位等，不放过每一个对我们感兴趣的客户；后期工作应主要在协调、巩固已掌握的客户群体，达成长期合作之协议，并做好售后服务工作。

各地区应建立起完备的售后服务体系，服务的好坏对公司在今后开展业务的成功与否起到决定性作用。优质的服务将给公司带来更多的客户群体，反之我们将丧失利润的源泉。

- 客户反馈机制的建立，不定期对客户群进行电话回访，征询客户的意见和问题并在24小时内给予答复。

应每月对当月产品推广进行总结，并针对相关问题提出解决办法，针对问题及时调整营销思路，制订相应的营销计划方案。

应对业务推广要实现的销售目标，实际上就是要实现利润，而损益预估就是要在事前预估该产品的税前利润。只要把该产品的预期销售总额减去销售成本、营销费用(经销费用加管理费用)、推广费用后，即可获得该产品的税前利润。

新产品销售计划实施方案篇五

为清理我公司长期以来滞销产品、非标产品以及轻微破损产品，市场营销部拟对我公司仓库产品进行盘点，清理出库存积压产品，有财务部与市场营销部联合拟定促销方案，清理库存，实现资金回笼。

1. 盘点仓库，确定库存积压产品，包括型号、数量、颜色、零售价格、成本

价格等相关信息，将积压产品盘存表转交市场营销部

2. 协助市场营销部对清理出的积压产品进行销售政策定价；

3. 注：库存积压产品的定性问题：财务部根据近半年的销售报表进行分析，

制定积压产品定性标准，据此标准审核积压产品，切忌将正常库存定性为积压库存。

1. 本方案经领导审核通过后，营销部负责协调相关部门展开工作；

3. 根据销售政策，拟定促销活动，并推动执行，实现库存产品带动日常产品销售；

4. 清理库存，实现资金回笼，降低公司成本；

本方案经审核通过以后，市场营销部负责协调财务部、客服部协助配合完场库存盘点统计工作，库存盘点工作完成以后，根据积压产品的'实际情况，营销部重新制定积压产品的销售计划，另行报送相关部门领导审批。

新产品销售计划实施方案篇六

通过推广it资源管理的平台，因而建立某某公司的市场环境，业务逻辑，并与传统业务相互促进，形成良性健康的拓展前景，这是某某公司市场部近期的主要工作目标，产品销售工作计划。

企业宗旨：始终坚持“以技术求发展、以质量求生存、以信誉交朋友”，用科学的设计和先进的施工为用户创造一个确保计算机的可靠性、使用寿命及工作人员身心健康的工作环境。

企业信条：精神是支柱、团结是力量、纪律是保证、信誉是生命

质量服务理念：199

某某公司依靠科学化的管理，本着敬业、专业、创新的某某

精神，不满足于已经在政府机关、金融系统、邮电通信、保险、电力、石化、军队机构等行业取得的业绩，正在与时俱进、再造辉煌！

以市场导向为核心，拓展客户的需求，以信息技术产品服务为线索，扩展市场占有率。

以行业龙头为核心，供应链为线索，向中国电信，中国移动，房地产集团等企业靠拢，同时向下游企业推广。

背景

某某公司拥有来自政府、机关、事业单位以及企业的市场资源。高速发展的信息技术与不断增长的客户需求，培养出某某公司业务的推广契机。挖掘客户的应用需求，建立代理商渠道，推销高新技术产品及解决方案，成为市场部近期的主要工作目标。

方案

我们的方案旨于树立团队奋斗目标，以集体部署带动员工成长，帮助渠道代理商发展业务，培养协同操作技巧。

1、渠道拓展

1.1、建立渠道代理制度

1.1.1、合作共赢

通过渠道体系的建立，对渠道的支持与管理，建立和谐的渠道环境，确保厂家、客户、某某公司、渠道的共同长期利益。

1.1.2、耕耘收获

鼓励渠道对市场的长期耕耘、某某公司品牌在行业市场的长

期树立，持续为渠道创造最大价值。

1.1.3、产品渠道架构

定制渠道拓展工作计划，各级渠道业务分成，操作流程，代理业务接洽组织，认证技术服务资质，向用户及渠道提供售后服务支持。

1.2、渠道代理招商工作

1.3、业务操作流程

报备流程，招商会举办申报流程，产品安装申报流程，产品撤场申报流程，渠道代理商协议签定流程，渠道代理商撤消流程，产品销售合同审批流程，渠道代理商奖励审批流程等等。

1.4、知识交流环境

1.4.1、产品知识讲座

1.4.2、产品推广技巧研讨会

1.4.3、产品问题及解决方案知识库

1.5、客户体验环境

在公司内部建立代理产品的体验环境，邀请客户或代理商代表人员上门或通过网络远程控制体验产品的运行效果。

1.6、技术支持

向客户或代理商提供技术咨询，根据产品技术知识库查询相关信息，反馈和转达问题的解决方案，现场或在电话中解决技术问题。

1.7、渠道市场管理

为促进产品销售、资金的快速流通，让渠道市场在良性竞争的环境下健康成长，防止出现厂家、渠道、直销人员在市场竞争中产生冲突，影响我公司的业务收入，从而建立优良的渠道管理体系。

1.7.1、明确渠道分工，优化渠道层次结构：

1) 优先支持增值服务商建设下级渠道。

增值服务商以低端产品押货、物流分销和渠道支持为主要定位

银牌增值代理商的销量全部计入增值服务商

2) 增值代理商保证质量。

强化增值代理商对客户、行业和项目的定位跟踪，提高做单成功率

3) 对不同类型渠道制定不同考核奖惩制度。

对增值服务商设立台阶奖励以强化承诺额管理，并设立物流奖励

对增值代理商设产品推广奖，加大项目支持政策倾斜

4) 对二级渠道(代理商)签约，纳入渠道管理体系

1.7.2、细化渠道考核政策，引导渠道健康发展

1) 增值服务商考核销售额、二级渠道建设数量、二级渠道建设质量及均衡度、对二级渠道供货及时率、市场活动等。

代理协议设考核台阶和物流奖励，其他项目设立“年度最佳分销奖”进行考核

2) 增值代理商的考核：总体销售额、中高端产品比例、行业活动等。

通过设立“产品推广奖”和“项目合作奖”进行考核

3) 代理商(二级)：考核销售额

1.7.3、加强渠道的管理、支持及培训，提高代理的积极性及销售能力。

1) 制定严格、科学、合理的价格体系。监控价格秩序，保证代理商利润空间。

2) 区分不同代理(增值服务商及增值代理商、某某及非某某渠道)，提供不同的支持方式。

3) 区分代理不同人员需求，提供相应的培训，提高代理售前咨询和营销能力。

2、直接销售

2.1、销售人员技巧培训

2.1.1、目标设定的原则

2.1.2、时间管理的原则

2.1.3、个人绩效与团队绩效

2.1.4、化解冲突、携手合作

2.1.5、销售人员的客户服务

2.1.5.1、不同视角看服务

2.1.5.2、积极服务的步骤

2.1.5.3、应对挑战性的客户，将投诉变成机会

2.1.6、销售人员解决问题技巧

2.1.6.1、解决问题的流程

2.1.6.2、常用工具

2.1.7、建立个人客户关系

2.1.8、电话直销

2.1.9、踩点

2.1.10、培养日常习惯

2.2、人员职责分工

新产品销售计划实施方案篇七

一、导言：

三流的销售人员销售产品，二流的销售人员销售企业。一流的销售人员销售自己，销售的最高技巧在于销售自己。取得客户的信任”。销售的成败不乏有运气的成分在里面。但关键所在还是看你的销售技巧有没有达到炉火纯青的程度。

二、销售人员必须知道的三件事1、销售是件非常艰难的工作

2、销售人员必须是行动积极的人

3、唯有不断学习才能立足于社会

三、产品销售的技巧

1、提升形象，推销产品先要推销自己。

你和客户正式见面之前就要给他们留下深刻的印象，即从他们注视你或者听到你的声音那一刻起，你就在接受他们的观察了。假如你在大楼外吸烟；咒骂昨晚的足球比赛；说话时大嚼着口香糖；或者低着头，手放在口袋里，踢踏着鞋子，那么请注意了！你的确给客户留下了“深刻”的印象，但是你所表现出来的只能说是消极形象，这样极有可能适得其反。着装要得体。即使你买不起世界名牌时装，你的衣着也一定要干净、整齐，适合工作场合。此外，你的鞋子也很重要（这可是很多潜在客户最先会注意到的地方），一定要擦得一尘不染。

新产品销售计划实施方案篇八

众筹模式是全新的微创业模式，最初在北京发起，通过网络征集号召，后转为实体经营。两年来，在北京、武汉、南京、合肥、长沙、上海、苏州等多个城市，都有人发起众筹项目，并已有多个城市正式成立了咖啡馆、酒吧等。目前，西安地区已有2个众筹咖啡店，均已开业。“农味十足”在今年4月底发起，通过几天的朋友圈宣传，已有成员近10人确定参与。我们计划在未来的3个月内完成股东招募、公司的注册和西安第一家形象店面（自提点）的选址和装修！

1、名称：农味十足

2、运营模式：通过朋友圈和网络招募150名对有机农产品情有独钟的吃货成为股东，并成为公司的第一批忠实客户，以土鸡蛋为切入点并不断开发新的有机农产品加入平台，最终打造一个会员制有机农产品超市。

3、目的：通过众筹模式实现低风险创业，同时让大家吃上放心的有机农产品，同时结交一群志同道合的朋友，资源共享合作共赢！

4、愿景：将有机食品的源头真实的展现在每一个会员手机里，实现每个人都能放心的吃上真正的有机农产品！

1、产品优势：

有机农产品尤其是土鸡蛋和香菇，是每家每户每天必须要吃的食品尤其是家有宝宝、孕妇、老人的家庭，重复消费率和客户忠实度极高。而且，目前由于食品安全问题的影响，人们对于有机天然的农产品的需求更加的渴望而不可及。所以通过众筹的模式是最合适不过了！

2、客群优势：

和传统项目不同我们是先有客户后有项目，150名股东就是150名忠实客户，通过对基地的参观和考察，真实了解产品的源头，对产品更加放心和认可，并成为公司和产品的消费者和代言人！同时按1年一个股东为公司带来10个有效会员（购买年卡）计算，一年我们就会有1500个忠实的消费者，这个力量不可小视！

3、团队优势：

香菇小丁-丁志辉：西安电子科技大学计算机系研究生，毕业后就职于中兴通讯做了四年it研发工程师，处于对农村的热爱和生态农业的追求，离职后回到深山，发展生态农业，有着丰富的农产品种植和销售经验而且是多家出版社签约作家。20xx年底创业的第一个年头就创造了通过一条微博销售20万元香菇的好成绩。

奶瓶哥-庞家国：毕业于西北农林科技大学，后就职于格力电

器。后离职创业从事母婴用品电子商务，两年时间将淘宝店铺做到3皇冠，京东店铺也于20xx年底开业。从事互联网行业多年有着丰富的互联网及电子商务从业经验。

4、基础设施优势：

我们目前合作的有2家土鸡养殖基地、一家野鸡养殖基地和一家香菇生产基地，所有前期的基础设施的投资已经不需要了，所以项目的资金投入降低了，这样失败的风险也就大大的降低了，所以这也是我们成功的关键优势！

专注于有机生态农产品，聚合众人之力，分享健康生活！

先以土鸡蛋为切入点，通过会员不断地发展，香菇、木耳、红薯、苹果、蜂蜜等一系列农产品都可以通过和种植基地合作的模式进入我们的项目中，并且产品也采用众筹制度设计为年卡、季卡、月卡的模式进行销售，下面以土鸡蛋为例：

1、年卡：688元

月配送36个土鸡蛋，每月集中配送一次，一年12次，共计：432个土鸡蛋

2、季卡：198元

月配送36个土鸡蛋，每月集中配送一次，一年3次，共计：108个土鸡蛋

3、月卡：78元

月配送36个土鸡蛋，每月集中配送一次，一年1次，共计：36个土鸡蛋

会员卡具体销售价格根据行情而定

4、礼品卡：打造高大上的礼品包装产品，将送礼就送有机农产品打造成一种时尚的选择！

2、不定期组织股东和会员参观基地体验农家生活；

3、建立股东交流群，资源共享合作共赢；

1、对推荐客户的股东和会员给予相应的奖励（可以是现金奖励或产品奖励）

2、通过网络营销、微营销等手段开展会员招募

3、开设线验店，主要任务：展示基地和产品，销售购物卡及会员自提点

投资预算：

1、品牌策划及包装设计和制作：10万

2、会员系统（包括：微信平台□app终端□erp管理软件）开发：10万

3、开设一家专营店（可作自提店）：20万

4、配送车辆一部：10万

5、媒体宣传：10万

6、基地完善建设性投资：20万

7、运营成本（包括现金流/人员工资等日常开支）：30万

8、办公室租赁装修和包公用品：10万

共计：120万。

1、运营类a股：由参与公司运营的核心团队持有并支配，主要用于员工激励；

2、分红类b股：只享受相应的分红不参与公司决策和运营，体现形式通过签订内部认股协议和发放股东身份卡的方式！

1000股全部认购完或者满150人即停止招募！

年终纯利润分红：

1、60%用于股东分红

2、30%用于公司发展

3、10%即a股由运营团队支配主要用于员工激励

以上分配方案为暂定方案，具体分配比例要根据当年公司运营的财务状况而定，原则是员工激情第一，公司发展第二，股东分红第三！

举例说明：假如年利润100万，张三认购5股，当年所得分红为：

$100万 * 60% * 0.005 = 3000元$

加入我们你可以得到什么？

1、你可以认识150位不同行业但志同道合的朋友，资源共享，合作共赢；

2、每位股东第一年都将获得一张会员年卡（具体产品根据股东所在地而定）；

3、购买产品享股东内部优惠价（我们从不打折），介绍推荐

客户有提成；

4、优先享有开设自提门店权；

5、不定期参与基地考察活动；

6、优先参加新产品免费试吃活动；

7、最重要的是可享受相应的股权分红，轻松实现创业梦想。

强调下:对于股东没有强制消费，没有强制推荐，但是消费可以享受股东价，推荐会员还有奖励提成！

1、4月23日出台初步策划案；

2、5-6月，招募股东，1000股全部认购完或满150人即停止招募；

3、6月底（募集资金全部到位后）举行第一次股东大会；

5、7月同时进行网络宣传，媒体炒作，正式开始招募会员；

6、为了便于股东和会员参观体验，投入部分资金进行基地扩建及完善；

2、总经理办公室2人：对董事会负责完成董事会下达的指令

4、物流配送部1人：负责给会员和自提点配送产品

5、网络营销部2人：负责网络宣传炒作，会员关系管理等

7、自提点2人：完成销售和自提任务

以上部门所有工作人员优先从股东中招募！

暂不计算通过项目运营团队本身的宣传和推广产生的销售额，只计算150位股东为我们带来的销售额，假如一个人一年为我们带来10个有效客户（购买土鸡蛋年卡），就是1650个长期有效的客户，一张年卡一年配送12次每次派送36个土鸡蛋，每个利润0.5元，年利润为 $12*36*0.5*1650=35.6$ 万，每股的分红就是356元，5股分红就是1782元，这还是没算其他产品如香菇，野鸡蛋等！如果再加上运营团队的营销推广，销售收入会更加可观。

通过项目聚集150名志同道合的朋友形成一个圈子，大家之间彼此信任资源互补合作共赢，农味十足只是其中一个项目而已，大家聚到一起还可以开发出很多类似于农味十足的众筹项目，最终实现资源的最大化。

取之于民用之于民，我们的农产品来自农村来自大山，我们也将为农村和大山里的人做出我们应有的贡献，所以公益事业必然成为我们后续提升品牌价值的必然之路。我们将做成公益事业的平台，发掘需要帮助的人，为希望从事公益活动的人提供平台与机会。后期，我们也会成立公益基金会，以一定的收益划入公益基金会，提倡真正的爱心公益活动，提倡股东们亲自参与到具体的公益活动中去。

1、风险降低：农业项目最大的风险在于源头，也就是养殖场的建设和养殖中的病害等风险，然而我们目前合作的养殖基地都是经过了多年的发展已经具备了很稳定的产量和专业的技术，所以风险对于我们来说已经降到了最低！

2、风险分散：不同于传统项目的最大优势就是我们将风险分散了，每位股东只需要承担6000-18000的风险，对于每个个体来说其实都是在可以承受的范围之内的（我们会筛选如果无法承担此风险将拒绝入股）。

创业有风险投资需谨慎，再靠谱的项目都是存在失败的风险的，然而利益往往都是和风险共存的，所以且行且珍惜，能

走到一起是缘分。我相信通过我们100多人的共同努力干成一件事情应该是很容易的，只要每个人都出一点点力所能及的力汇聚到一起就将成就一番宏图大业，欢迎感兴趣的亲们加入我们，共创美好未来！

新产品销售计划实施方案篇九

展会是公司形象的一种体现也是展示企业最新资讯和动态的一个舞台；当销售队伍进入一个新的市场时，公司开发出一种新的产品的时候，最常用的且传播成效最快的一种方法就是行业展会；销售部门应该定期和市场部一起开会来了解市场活动的安排，同时市场部也可以有效的配合销售的进展。

销售代表应该经常在客户的采购设计阶段使用技术与客户沟通。在这个阶段，客户需要了解产品的指标来确定客户的方案，这时销售代表可以在技术交流中播种自己的“种子”，将自己独特的优势加入客户的方案之中。当然，不仅仅在设计阶段，当销售代表有了客户可能会关心的主题时，就可以做一个技术交流，这样可以发现客户的兴趣点在哪里。通过技术交流后的反馈表，销售代表也可以在老客户内发现新的销售机会。

电话销售一种可以直接筛选目标客户，并且是最节省时间与费用的销售方法，前期的目标客户信息的选择和筛选通常会采用这种方法。

登门拜访是最常用、最有效的销售办法，但是同时也是最费时间和费用的销售方法。

但是这种方法可以直接达到一些目的：

- 1、面访可以比较容易挖掘到客户的真正需求；
- 2、面对面的交谈有利于介绍我们的产品优势并引导客户需求；

3、见面三分亲，见面容易建立相互的信任感，信任感建立起来有利于后期工作的开展。

当其他因素竞争对手都具备，销售代表决定要依靠测试来赢取订单，测试的结果就十分重要。要准备一个成功的测试，销售代表需要让工程师进行充分的准备。所以销售代表要与工程师充分沟通，使他们了解测试的重要性，否则可能适得其反。这就需要销售与测试工程师的配合。

赠品是客户关系的润滑剂，选择礼品并不容易，书籍、是不错的赠品，销售人员可以有意去了解平常客户喜欢读什么书，据此选择书籍工业品营销的九大方法工业品营销的九大方法。演出票，体育比赛和电影票等也是好的赠品。此外，公司通常定制的各种各样的礼品。每个公司常常定制一些有特色的礼品给客户，这些礼品虽不昂贵，但要别具匠心。

商务活动有很多类型，吃饭和卡拉ok是最原始的，客户现在已经把吃饭和应酬当作负担，因此销售人员应该学会与客户一起培养一些和谐、健康的共同爱好。另一方面，销售人员天天和客户打交道，如果把这些交往当作工作去应付，销售人员会越来越不开心，从而影响到销售人员的心态。为什么不享受你的工作呢？超级的销售人员是与客户真正交朋友的那些人，他们喜欢和客户在一起，客户也一样喜欢与他交往。因此，商务活动就为销售人员提供了这样一种舞台。

参观考察不仅可以安排客户参观公司，也可以邀请客户参观自己成功的案例。在客户的内部酝酿阶段邀请决策层客户参观成功案例是非常有效的销售方式。留心客户的行程可以创造出很多免费的机会。在这方面海尔给我们树立了一个很好的成功的典范：每次海尔的参观考察，他们都会邀请客户参观他们在西北地区——乌鲁木齐的世界最大的中央空调的样板工程。

为将全新的售后服务理念落到实处，并让每位车主都体验到

别克关怀，上海通用汽车推出了6项标准化“关心服务”。包括：

- 1、主动提醒问候服务，主动关心；
- 2、一对一顾问式服务，贴身关心；
- 3、快速保养信道服务，效率关心；
- 4、配件价格、工时透明管理，诚信关心；
- 5、专业技术维修认证服务，专业关心；
- 6、两年或四万公里质量担保，品质关心。

这些都充分体现了别克对于会员的至真至诚的服务和关心。客户俱乐部可以拉近我们与客户的距离。

案例分析到底什么样的市场推广方式才是最有效的？

20xx年昆明某家装饰材料公司，由于前几年来销售状况良好，企业经过这么一段时间的创业阶段，准备趁此大好形式展开一系列的市场扩张，打开新的市场局面。为了有效并快速的实现这些想法，公司高层经过商量决定请一家专业的公司来策划这次的市场拓展大行动。他们请了当地比较有名气的一家广告公司a[]这家公司据当地企业反映，口碑还不错，也曾经做过很多成功案例，特别是在烟酒等行业[]a公司以三百万重金接下案子之后，经过一系列周密的市场调研和 market 分析后，提出了一本相当有分量的市场推广策略方案。经过大半年的项目实施后，企业发现市场反应并不明显，而且经最近一段时间的销售数据统计，市场销售份额不但没有上升，反而下降了。企业非常困惑[]20xx年下半年他们找到了imsc[]imsc相关专家经过一系列的沟通和调查之后，发现了一系列的问题：

2、在广告选择上，他们采取了电视广告的方式，这样虽然受众面广，但是这些观众中却没有很少是他们的目标客户，而且电视广告也是一个非常昂贵的广告推广方式。

3、随着市场的发展，客户购买趋于理性化，但是此广告公司的推广却是在这方面相当欠缺，只是限于一些直观的广告宣传，企图用广告来获取客户的认同和信任。

发现这一系列的问题之后jimsc针对此公司的现状，提出了一些建设性的方案，这些方案就包括“九阴真经”的多种手法的综合运用：

1、由于工业品与消费品的本身的特质决定了他们推广方式上的本质区别

3、在和设计院的沟通上采取技术交流的形式，在产品质量过硬的前提下，运用一些灵活的手法，例如：赠品、管理费等拉拢设计师，让设计师把这些材料设计进去，从而来获取定单。

4、参观一些样板工程，提高信任感。

5、积极参与行业展会，展示公司的最新产品和技术，提高企业的整体形象。

新产品销售计划实施方案篇十

xx月xx日——xx月xx日

二、促销活动资料

超市根据自身的促销成本控制，在下列活动中选取一个或多个方案进行借鉴实施。

活动一：六一节买六送一

在超市中选取一批商品进行买六送一活动，比如酸奶、果奶、饮料、果冻、水果等商品，实行买六件送一件的促销活动。由于促销成本为1/7，即让利14%，因此本活动需要厂家支持。

活动二：迎六一特价商品

学习用品、文具用品、儿童食品、饮料、奶制品一律优惠价销售；

活动三：满200送儿童水壶

单张小票满200元，凭购物小票送价值5元的精美有盖儿童水杯一只；主要思考到夏天来临，方便孩子上学带上水杯，因此要求水壶比较精美，有使用价值。

三、公关活动

活动一：争当小小书法家

活动资料为了书法比赛(包括刚笔、毛笔)，小朋友将超市的名号(如家友超市、慈客隆)的书法作品邮寄或送到本超市，截止日期xx月xx日(以当地邮戳为准)，在超市内展出，凡是参加活动的孩子能够获赠一份小礼品。评出一等奖1名、二等奖3名、三等奖5名、优秀奖若干名。

活动二、五子棋比赛

儿童节期间(xx月xx日-xx月xx日)在超市入口处举行五子棋比赛，参与者有小礼品，得胜者有奖品。

四、注意事项

3、公关活动中参加对象为0—14岁的儿童，第一个活动中务必注明属作品的作者档案资料，如年龄，性别，姓名等；写的字，可规定为贵超市的名称或有关六一儿童节等资料，也能够自由确定。