

# 2023年交易公司商业策划方案(模板5篇)

确定目标是置顶工作方案的重要环节。在公司计划开展某项工作的时候，我们需要为领导提供多种工作方案。大家想知道怎么样才能写一篇比较优质的方案吗？以下是小编给大家讲解介绍的相关方案了，希望能够帮助到大家。

## 交易公司商业策划方案篇一

促销活动目的.：

旺季抢量，同时强化×音乐手机，完美音质的形象定位，通过主推音乐手机，提高中高端机型的比重达到40%以上。

促销主题和内容：

主题：完美音质，随身畅响

20\_年12月20日-20\_年2月15日，凡购买×音乐手机(k098/k028/k058/k128/k066/k059/k088)任意一款，均有便携式旅行小音箱赠送。

赠品介绍：

该赠品为便携式旅行小音箱，主要的用户利益点在于手机音乐的共享，可以在郊游，聚会等时刻，随时随地播放手机中存储的音乐。

促销活动的开展方式：此次促销活动，全国统一开展，赠品全部由工厂采购，公司根据各地音乐手机完成率核销各地礼品货款。礼品采用先冲帐后核销的办法。

礼品费用核销办法：根据各地促销活动期间的音乐手机销售任务的完成率核销礼品金额

完成数量/任务数量(最高为100%)×单台礼品价格

各地的赠品需求数量由各地确定，原则上是针对消费者的促销，不考虑补通路库存。配合本次促销活动，公司将专门制作陈列，形象展示，现场活动用pop物料。

除不可抗力影响外，本次促销的所有赠品，户外促销活动以及形象布置的宣传物料，须在9月10日之前到达各一级仓库。

赠品配送方式：

赠品必须由促销员控制，赠品的发放数量必须和活动开始之日到结束之日的实销量一一对应。

促销活动注意事项：

从全国来看，音乐手机80%以上的销售来自于促销员；另外，还有很大一部分的销售来自于经销商老板的绝对主推。因此，我们的促销活动重点在此类售点开展。

招聘临促。旺季临促是拦截客流，留驻顾客的最重要力量，并且能加大活动范围，加大成交面。各地要从暑假开始招募培养临促队伍，才能在旺季产生巨大作用。明确临促的职责主要在于拦截以及留驻顾客，协助试机以及替顾客排队交款。

促销员演示样机配备□k098□k028□k128必须配真机。

专门的音乐手机陈列。工厂届时有专门的陈列示意图，各地务必按照示意图执行。

各地征订的音乐手机演示音箱必须集中陈列于促销活动售点。尤其是人流量大的核心售点。

本次促销赠品，很好地和音乐手机完美音质的卖点相切合，

可以在销售时加以演示，进一步突出完美音质的概念。因此，促销品的备货和补货非常关键。

抢占销售卖场的关键陈列位置。陈列位置越好，越多，越大，销量就会成倍提升。因此，各地在12月15日前，要设法拿下关键陈列位(人流大，留驻率高)。

注意资源的投放和集中优势兵力。旺季的时候，其他品牌也是重兵投入，参照五一联想在长沙市投放的临促数量(300名临促)，估计各品牌的投入力度会更大。因此，各地要注意借力打力和集中优势兵力，必须抓住主动拦截顾客并带到柜台前这一关键环节。

业务团队销售竞赛和短信互动。在元旦三天高频度互动。其余时间每天短信通报省内各地销售。

\_注意元旦人流特点。对历次节假日旺季的观察表明，以国庆为例，第1，2天，省会城市，二级地市的人流量会大，第1天的销量会达到平时7-10倍，第2天达到平时的3—4倍;第3，4，5天，人流回落到地市，县城，乡镇，销量为平时的1.5—2倍;第6，7天，一级城市又有所上市，但总量增长不大，和平时周末类似。各地注意根据此人流特点，安排促销活动开展和资源调配。

\_元旦当天要准备低价格机器冲量。比如□k218等。

预防问题：

赠品的流失问题，必须有严格的流程控制，促销员必须填写《赠品发放登记表》。每发放一个赠品，都必须在表上做相应填写。

活动效果延续性的问题。要设定促销目标，开展分组竞赛;促销活动过程中强化业务员户外推广以及站柜销售等推进促销

效果;利用销售奖励政策拉动乡镇客户持续关注和主推。

将本文的word文档下载到电脑，方便收藏和打印

推荐度：

点击下载文档

搜索文档

## 交易公司商业策划方案篇二

活动策划书/方案，最下面落款要求居中，字体大小和字号可以根据实际调整，但要求美观。样板如下：

2. 标题：字体字号黑体二号/宋体二号，要求居中和加粗(标题与正文之间空一行);统一使用名称：湖南理工学院……………活动。样版如下：

3. 正文：

(1)字体要求：字体字号为宋体/仿宋体四号，所有的标点符号都采用标准形式，每段首行缩进2字符(即四个字节)，行距采用单倍行距，字距采用标准形式，上下页边距按正常的页面设置上下2.54cm,左右3.17cm□

a.一级标题：加粗，用大写数字标明且后面用顿号。

b.二级标题：加粗，用大写数字标明且前后用括号，括号后面不用任何符号。

c.三级标题：不加粗，用小写阿拉伯数字标明，后面用英文格式的点号。

d.四级标题：不加粗，用小写的阿拉伯数字标明且前后用括号，括号后面不用任何符号。

e.五级标题：不加粗，用小写的阿拉伯字母表示。

f.六级标题：不加粗，用小写的阿拉伯字母表示且前后用括号，括号后面不用任何符号。样板如下：

## (2) 策划书内容

活动背景和目的：此工作/活动开展必要性、可行性和意义。

活动主题(宗旨)：即活动口号。

活动对象：工作/活动所面向的目标对象，包括全院学生、全体毕业生、全体新生、全体干部、部门成员等。

主办单位：分为院团委和学生团体联合会等。

承办单位：承办方为院学生会、院学生会某某部门等；有合作方的(如赞助商)，比较重要的可并列为承办方，次些的可列为协办方。

协办单位：作为活动提供协助的组织，如果有就写。

赞助单位：如果有赞助方的可以对其的来历、背景、当前发展状况等作简要说明。

活动时间：活动的具体时间，从开始到结束的时间段。

活动地点：活动场所。

总负责：执行工作策划的总负责人，一定责任到人。

活动内容(安排)：包括前期准备、中间进行情况、后期跟进，人员的大体安排、嘉宾的确定等。这部分要详细展开，建议参考下以前的策划书，汲取精华。

活动方案：包括工作或活动具体要求、比赛方式、报名截止时间、评比时间、注意事项、奖励方式、具体负责人等。

经费预算：包括宣传、活动布置、联络等必要费用预算，有多个项目经费需用表格列出。

可行性分析(可省略)：概括分析是否具备活动举行的客观、主观条件，对比优劣形势。

效果预测(可省略)：对此次活动顺利进行的情况下估算大概的效果，以便参与工作的所有人员心里有底。

突发事件处理(可省略)：从全局出发，充分结合当前各种环境和细节考虑，对可能发生的事情提出应急补救措施。

商业分析：(必须写)从活动的可行性和商业的价值分析，本次活动能对赞助商能产生多少商业利益。

说明：策划书或方案可以根据具体活动增加或减少一些步骤，增加创新点，只要大体保持一致。

4. 落款：落于正文结束的右下角，字体字号与正文相同，都采用汉字书写；根据实际情况与正文空行一定数量；落款时写明相应的部门。样板如下：

5. 活动协议书：赞助商同意赞助本次活动，签订的合约。
6. 打印：策划书除封面外的每一页都要标明相应的页码，用a4纸正反打印(最后一页除外，根据实际内容而定)。
7. 装订：靠近左边装订，保留边距8-10mm,只装订两个订书针，分别在文件1/3处装订，避免偏、斜和歪等现象出现。

## 交易公司商业策划方案篇三

商业计划书帮助企业或创业者勾画事业蓝图，安排公司运作，进行融资。

对于开始建立新企业的企业家来说，商业计划有四个基本目标：确定企业机遇的性质和内容；说明企业家计划利用这一机遇进行发展所要采取的方法；确定最有可能决定企业是否成功的因素；确定筹集资金的工具。

商业计划书可以看作是企业家的游戏计划。

它把促使企业家致力于创建企业的理想和希望都具体化了。

我们最多见的商业计划书是制订新企业的企业经营计划。

在这些商业计划书里，企业家对预建企业最初3-5年内的销售、经营和财务方面作出计划。

作为企业家创建新企业的蓝图，商业计划在本质上是一座沟通理想与现实的桥梁。

最初没有在脑海里看到预期的最终结果，企业家是不可能看到企业成为物质实体的。

商业计划书首先把计划中的创业或经营活动推销给了企业家

自己。

在做一份商业计划书的同时，企业家心目中会对自己要做的事情有越来越深入的了解。

对创业者来说，他可以从仅有的创意发展为充分认识到将创意转成实际创业的市场机会。

对已有了一定基础想进一步扩大规模的企业家来说，他可以通过商业计划书看到推动企业飞速发展的时机。

编制要点：

项目概况：对项目做简单概述，让投资者清晰知道计划书的目的。

公司简介：包括公司的注册情况，历史情况，及启动计划。

产品服务：描述项目的产品或服务的特殊性及其目标客户。

策略推行：你需要知道你的市场，客户的需求，客户在那里，怎样得到他们。

管理团队：描述主要的团队成员。

财务分析：确定这部分是真实的反映了你现在的财务状况，包括你的现金情况和盈利状况。

评判标准：

1. 成功的商业计划书应有好的启动计划。

计划是否简单，很容易明白和操作。

2. 计划是否具体及适度的，计划是否包括特定的日期及特定

的人负责特定的项目以及预算。

3. 计划应是客观的，销售预估，费用预算，是否客观及准确。

4. 计划是否完整，是否包括全部的要素，前后关系的连接是否流畅。

## 交易公司商业策划方案篇四

此次晚会的主题定为“中国梦”。中国梦是每个人的梦，在大学这个环境内我们应当充分利用上帝给我们的优势——青春与活力。用自己的努力来为自己的未来谋发展成展，实现自己的梦想。一方面，我们在学校内接受良好的大学教育；另一方面，我们在为人处世上，学会怎样去与他人相处，将梦想链接。即将过去的 20某某年，我们一路风雨走过辉煌；一路坎坷走出梦想。中国梦，我的梦，缘梦安科，圆梦20某某。

### 二、活动目的及意义

一年即将过去了，我们学校又一次迎来了新一届的同学，他们带着青春蓬勃的朝气和远大的梦想加入到安徽科技学院这个团结友爱的大家庭。怀抱着梦的安科学子们，在这迎新之际大家隆重召开的本次迎新生晚会活动。目的在于给新来的学子们创造出一个“家”的氛围，让他们各自的梦想能够在安徽科技学院这个大家庭中得以实现。

### 三、活动概况

策划单位：校学生会文艺部 时间：20某某年9月18日

地点：大学生第一活动中心(学生一食堂)

面向对象：安徽科技学院全体师生 四、前期活动安排

(一)经费来源：拉赞助以及学校的支持 (二)活动前期宣传：

主要由宣传部和网络传媒部负责。通过展板、海报、微博以及横幅等方式进行宣传。从拉到赞助即日起，开始与赞助商联系，协商为商家宣传的横幅、展板和海报的制作及内容。从 9月5日开始在全校范围宣传。要求务必达到效果好，用钱少。

宣传方式： 1、横幅宣传

一条为本次迎新晚会宣传专用，长度为11米，悬挂于网球场西侧。内容暂定为“某某某公司预祝安徽科技学院20某某级迎新晚会圆满成功！”

另一条为赞助商宣传专用，长度可为8到12米，悬挂在新篮球场，内容可与赞助商商议制定。

2、展板宣传

展板一块为晚会宣传专用，内容由安徽科技学院学生会宣传部负责；另一块为赞助商宣传专用，内容可由赞助商自由制定。展板在东区水房、网球场和新篮球场轮次摆放。

3、海报宣传

商负责制作某展架广告牌，在晚会当天放于晚会现场入口处，内容可由赞助商自定。

4、喷绘宣传

由我学生会负责制作晚会用宣传喷绘，规格为2×3米，挂于新篮球场，内容由宣传部与赞助商商议制定。

5、广播宣传

由我学生会信息部负责撰写广播稿，广播稿内容必须涉及赞助商对本次活动赞助情况。于晚会前、后在校广播站进行全校性宣传，次数不低于两次。

## 6、晚会现场喷绘标注赞助单位

在用于晚会现场的喷绘中，在其底部标注“赞助单位：某某某”，并可在喷绘适当位置标明赞助商品牌标识。

## 7、晚会邀请赞助商相关负责人到场观看。

8、微博宣传：在校园网上全程宣传整个活动，利用文字、图片为赞助商进行宣传，扩大其影响力。由网络传媒部在活动前后几天加大在微博上的动态更新。

9、其他方式宣传,如在微信、入场券、节目单上适当位置印制赞助单位及相关产品品牌标识，主持人报幕等。（三）节目的征集：

1、主要由大学生艺术团提供大部分高质量节目。 2、通过文件渠道从各二级学院和学生社团征集或推荐优秀的节目。

### （四）节目的筛选与编排：

根据节目质量进行筛选，对选中的节目进行彩排，编排出节目的出场顺序。

1、9月10日进行第一次节目的筛选，筛选出一批较优秀的节目进入第二次筛选。

由校学生会文艺部负责申请场地彩排场地和最终的演出地点。

### （六）相关人员的分工

1、音乐制作负责人：吕品

2、选择主持人：由同学或老师推荐和选节目时候的观察，对象为大学生艺术团主持队及全校师生，择优选拔现象气质佳，表达能力、组织能力、应变能力和责任心都强的学生。主持人数量在 4 个左右，组成风格和组成方式不限。主持人用语必须经过审查。

3、文字与广播宣传负责人：宣传部部长陆婉霞(全校性的广播宣传)。

4、安全负责人：人力资源部部长任占福(由学生会实践创新部负责保证晚会的安全和治安工作，维护晚会现场的秩序)。

5、工作证制作负责人：办公室主任付晓曼(按活动当晚的责任体制制作工作证)。

6、会场布置负责人：校学生会所有的干部及校学生会干事(协作做好晚会的后勤保障工作。会场布置人员须参加一切有关晚会的服务性工作)。

7、通知领导负责人：办公室主任付晓曼(由主席团负责联系学校领导参加晚会)。

8、演员化妆负责人：周婷(由女生部组织人员，负责当天的化妆工作)。

9、晚会摄影负责人：网络传媒部胡章成(主要控制当晚拍摄的内容、方式，晚会现场的整个过程不漏拍，拍摄角度多样)。

10、话筒、催场、道具、碟片、磁带管理、音响负责人：由文艺部自行决定

办公室负责制作邀请函，通过团委邀请相关的领导和嘉宾。

五、活动现场安排

(一) 工作人员安排：各部门进行详细分工，维持活动现场秩序，做好服务工作。

1、10：30 场地布置

2、15：00 演出人员到场熟悉场地 3、18：15 主持人到场

4、18：30 礼仪小姐到场

(二) 进行工作总结，对未预料到的情况进行分析，总结活动经验；

(三) 进行财务总结，弄清花费，特别是对预算超支部分进行分析。

## 七、经费预算

总计：2900 元

演员费用、给晚会中抽到的新生的纪念品费用暂定

## 八、工作要求

1、本次晚会举办各环节必须遵纪守法，内容要健康向上，达到主题要求。

2、参与者和参加活动企业必须接受活动组织者的统一指挥，严密组织，分工协作，精心实施。

3、本次活动要求组织者和参与者之间应相互配合、相互支持，保障晚会各环节顺利完成。

4、遇各类突发问题，有关方面应本着相互理解的原则，友好协商解决。

5、各晚会筹备组成员应认真对待自己所承担的每一项任务，耐心处理面临的工作，协助晚会筹备组其他部门的工作，主动帮助他们完成应该负责的项目。

6、晚会当晚各环节责任分清，晚会筹备组相关人员须带上和自己责任对应的工作证。

7、如果活动中出现各种自己不能解决的突发性问题，请找活动负责人。 九、应急预案：

1、遇停电问题及时与学校后勤部门联系。

2、上一个节目演出时，其后的两个节目在后台准备，前一节目由于各种原因无法按时出演时，下一个节目即时跟进。

3、任一节目在演出过程中发生失误或无法顺利进行的情况时，由节目的领演人迅速组织演员重演此节目；若重演仍出现问题，则该节目立即退场，视具体情况决定其再次重演或取消。

4、活动现场出现混乱，安全服务人员要及时维护。 5、其他紧急情况发生时，由主席团负责处理，各部门相互配合协作，积极得处理突发事件。

6、相关负责人的联系方式

校学生会 文艺部

20某某年5月24日

## 交易公司商业策划方案篇五

(一)项目名称

某某某某二手车交易市场建设项目。

## (二) 项目建设地点

江西省宜春市上高县城郊

## (三) 项目的发展方向

综合在技术、市场、网络、资金等资源方面的优势，在宜春市政府、上高县政府的指导下，共同将“某某某某二手车交易市场建设项目”，打造成以互联网为信息平台；以新型交易市场为经营平台；以质量认证和标准化管理为服务平台；延伸和突破现有二手车交易市场的传统形式，开辟一个崭新、开放、多维、立体的市场空间和场所，建立一个覆盖全市、辐射全省、具有一流品牌的现代化新型二手车交易市场，实现企业经营和资本市场的全面成功。

## (四) 项目建设的必要性

### (1) 二手车的新交易模式势在必行

现代化的二手车交易模式在国外已经非常成熟，在中国，老交易模式已经运行了20年，具体到某某市，传统的二手车交易散、乱、差，存在巨大的监管漏洞，健全新的现代化二手车交易模式，建设集中管理合法经营的新型二手车交易市场势在必行。

### (2) 二手车市场转型的需要

中国目前的旧机动车交易市场，实际上是物业服务物业管理，信息服务、过户服务、管理等内容，因此旧机动车交易市场必须转型。二手车现代化交易新模式的建立，将充分发挥目前二手车交易市场聚集的市场人气、集中交易、政策便利、一条龙服务、流通信息量集中等优势 and 特点，拥有蓄势待发

的先机，实现旧机动车交易市场转型。

## 第二章 我国二手车市场的发展趋势

### (1) 销量大幅度增加

据中国汽车流通协会统计，仅20\_\_年1至11月，全国二手车累计交易量就已经达到了224.7万辆，超过20\_\_年全年总量，同比增长率达27.57%，交易额总计达900.3亿元，同比增长51.9%。此外，在利润和销量双双增长的同时，二手车交易量的增速也比新车销量增速高出4.38%。

### (2) 二手车平均交易价格上升

国内二手车市场的一大特点就是，在新车价格不断下降的情况下，二手车平均交易价格却出现了上升，平均交易价格超过4万元。二手车档次在不断提高，以往二手车市场中的主力如“小面”、“212”等低端车型已经从主流车型慢慢淡出，高档汽车所占份额呈上升趋势。目前家用轿车已经占据了二手车市场的半壁江山，而进入统计的其他低附加值品种如摩托车等，份额则大幅度缩减。据统计，20\_\_年二手车交易中，轿车交易占了总交易量的近一半，同比增长达42.16%。

### (3) 汽车更新换代频率加快

二手车逐步走向低龄化，车况也得到了提高。统计显示，目前市场上，3年以内的准新车占交易总量的34.51%，比前年同期增长0.54%；3至10年内的二手车占交易总量的57.55%，但却比前年下降了2.8%；而使用年限在10年以上的老旧车仅占交易总量的7.94%。更多低龄化车的进入，无疑提升了二手车的身价。

### (4) 20某某年二手车市场将迎来大发展

对于今年的二手车市场，行业内人士普遍表示乐观。因为，汽车的平均置换周期一般为5至6年，那么20\_\_年、20\_\_年“井喷”时期市场销售的799万辆新车，即将进入更新期。同时，市场环境的改善、消费者消费观念的变化，以及汽车保有量的积累，这都为二手车的发展提供了契机。20某某年，国内城镇人均可支配收入增长率首次超过了dp增长率，人们收入的增加直接扩大了市场的内需，这也带动了汽车市场的快速增长，同时也带动二手车市场保持高速增长势头。今年，政府加大惠农政策的实施，使广大农民迅速富裕起来，这使本来就对二手车市场有很大需求的农村，有机会逐步将需求势能转化成实际行动。

### (5) 竞争将更趋激烈

随着二手车流通政策法规的不断完善，二手车流通环境将有利于行业健康、快速发展，税收不公、行业准入、诚信缺失等制约行业快速发展的一系列问题，将得到彻底或部分解决。同时，绝大多数二手车流通企业将完成原始资本积累，逐渐走向品牌经营阶段，跨地区的大型和超大型二手车流通企业将会出现。

## 第三章 目标定位

某某某某二手车交易市场建设项目的发展是建立一个具有以标准为平台、交易为主导、卖场为基础、网络为先锋、金融为后盾五个特征的现代化二手车新型交易市场。

### (一) 阶段性目标

二手车交易市场。

第二阶段：20某某 年，二手车交易网络进一步扩大，通过融资、信贷等手段，

总投资5000万元，建设一个市场面积 平方米，占地 亩，交易大厅面积达 平方米的现代化新型二手车交易市场。

## (二) 市场的经营目标预测

到20某某年，市场年销售二手车达 辆，销售额达 万元。

## 第四章 项目投资估算和资金筹措

### (一) 项目投资估算

第一期预计投资某某某万元，第二期扩大投资到某某某某万元。

### (二) 资金筹措

本项目资金全部为自筹。

## 第五章 项目风险分析及风险防范

项目在实践中也存在各种风险，可以归纳为存在的五大风险：经营风险、管理风险、政策风险、安全风险、信息风险。

### (1) 经营风险的防范：

### (2) 管理风险的防范

防范原则：管理规范化；人员专业化；制度创新化；

### (3) 政策风险的防范

防范原则：合法经营；约束机制；预警机制；

### (4) 信息风险的防范

防范原则：创意无限，市场为先，亮点不断、精彩不断；奉行资源共享、资源整合的发展理念；坚持市场化的运作理念；贯彻强势推广、乘势造市的行动理念。

## 第六章 项目综合评价

### (1) 适应了市场的需求

我国的汽车产业正处在快速发展期，汽车贸易市场正在向规模化、多元化、现代化、品牌化方向发展，拟建设的“某某某某二手车交易市场建设项目”正适应了国内汽车市场发展的这一新趋势。

### (2) 政府和政策的大力支持

该项目是符合国家商务部、公安部等部委联合下发《二手车流通管理办法》，和省商务厅、公安厅等部门下发的某某省《关于进一步规范二手车经营行为促进二手车市场发展的意见》等政策，必将得到有关部门和政府的关心和扶持。

### (4) 具有品牌优势的服务功能齐全的新市场

项目建成后，将在省内、市内建立一个以某某某某二手车交易市场为平台；以质量认证和标准化管理为服务；延伸和突破汽车旧交易市场的传统形式，树立一个崭新、开放、多维、立体的市场空间和场所，建立一个覆盖全市、辐射全省的具有一流水准的现代化二手车拍卖市场。