

最新商场商户合作方案(通用5篇)

为有力保证事情或工作开展的水平质量，预先制定方案是必不可少的，方案是有很强可操作性的书面计划。写方案的时候需要注意什么呢？有哪些格式需要注意呢？以下是小编为大家收集的方案范文，欢迎大家分享阅读。

商场商户合作方案篇一

缤纷女人节、诚信权益日

- 1) 卖场主要以暖色调为主,如果有需要, **店可自行购买相关物资进行布置,在专区做重点布置。
 - 2) 妇女节及消费权益日营销店制作横幅各一条。(放心购物在** 天天都是)
 - 3) 商场内可自制小吊旗,主要以企业的形象标语为主. 人人关心商品安全 家家享受幸福生活。
 - 4) 主通道: 悬挂节日专用吊旗(由**部统一设计制作), 对于两侧可沿灯管的空隙间悬挂汽球或其它装饰物。
- 1) 妇女节到整个活动时间也只隔8天的时间,所以能否给顾客留下深刻的印象,在商品陈列及结合商品促销起了相当大的作用. 妇女节各营销店有专区陈列,主要以保健品、计生用品、家具用品为主, 主要选择低价商品如:洗衣粉(量贩装)、洗洁精、洗发水、沐浴露、袜子、内衣、衬衫、吹风机、牛奶、饮料、饼干(量贩装)、油、方便面、奶粉、春季拖鞋、饼干、大米、纸巾等。
- 2) 专区的陈列主要以地堆的形式为主,地堆必需有pop标注,商品建议全部用枪纸标价。

1) 妇女节当天, 凡进入**商场的女顾客必须祝她节日快乐, 尤其是商场服务台的工作人员.

2) 其他时间均可采用通用的 欢迎光临 用语.

1) 短信息的派送, 坚持顾客永远是对的的原则, 妥善处理顾客意见.

2) 对周边的家庭住户进行团购拜访, 并做好企业形象宣传工作.

3) 各**店的大客户老客户进行回访, 并提前在来临时做好对工商局的拜访工作, 得到相关信息, 并有利开展好工作.

1) 妇女节期间各**店各挂横幅一条, 关爱女人 你的美丽你做主

2) 植树节主要采用的方式是街道宣传方式进行, 由**科统一制作广告旗, **店上报需求, 广告旗只要内容是爱护树木的宣言, 放置位置可考虑在街道旁边的树上. 3) 的到来, 又是一个对于我们商业重大的考验节日, 需要我们全城戒备, 各**店客制作横幅一条, 并有海报进行本次的主题宣传.

4) 期间**店各制作喷绘海报一张, 主要以超低价商品为主.

5) 制作迎宾条幅, 主要用于厂外人员的佩戴工作.

在历史的长河里, 数不尽的女中英杰为华夏民族做出了卓越的贡献。人民新中国的成立, 使广大妇女挣脱了束缚的锁链, 迎来了扬眉吐气的新时代, 在我们这个古老而又年轻的国度, 不再是男子的独臂支撑, 妇女也顶起了半边天, 她们以自己的勤劳和智慧, 为国家振兴做出了巨大贡献。

缤纷女人猜猜猜

3月8日

所有店

3月8日当天，只要在**商场单次消费满38元的女性（如购买者是多人有女性即可），即可凭收银小票参与“缤纷女人猜猜猜”活动，猜中了的商品就是您的。（单次消费最多只能猜一个号码，即一个商品）选取若干个（根据各公司、门店测算）洗化或其它的女人用品（其他商品亦可）、每个单品价格在1—20元之间，在商品上贴上价格标签及数字代号（如下图示范）。用纸制作若干张“号码签”后放入猜猜猜箱内（或用乒乓球标上号码亦可），顾客根据规则先抽取“号码签”，然后依据所抽“号码签”上的商品对号入座进行猜价，每个商品猜价五次为限，五次猜价中有一次猜中（在正确价格正负元的范围内算猜中）即可。活动主持人可提示“高了或低了”，五次猜价总限时20秒钟，超时无效，猜中即可获得此商品。

1) 具体的活动商品选择由各**科统一规划选取，但用于猜题的商品都应从商场销售商品中选择，不能有品种重复，编号也要唯一，但单价可以不同（一般在1~20元之间）。并在活动前一周将商品清单下发给各营销店。

2) 考虑安全性顾客在进行猜价时必须是本人完成，旁边不能有其他顾客或朋友提示，如经暗示或提醒则猜中无效，商品的选择最好是二线品牌商品，价格猜测难度要适中。

3) 对于猜不中的顾客最好安排价格1元左右的安慰奖一份，各公司可自行决定安慰奖价值。

4) 不能在活动一开始就将所有用于猜价格的商品展现出来，否则会不利于活动的保密性，但顾客抽签完成后应将对应编号的商品现场展现一下（一般10秒钟即可）。

- 5) 内部员工及亲属朋友不得参与，否则按作弊处理。
- 6) 为了保证上述活动的顺利运行，各**公司、**店因在活动前安排模拟演练。
- 7) “猜猜猜箱”由**部设计，**公司必需按**部设计样式制作到位。
- 8) 三八节当天凡是女顾客（小朋友除外）收银结账时收银员必需使用节日用语“节日快乐”。
- 9) 猜中价格获得奖品的顾客必须按附表进行登记，活动结束后各**公司据实自行结算。
- 10) 主持人一名, 现场维护人员2-3名, 发放奖品人员1名。

商场商户合作方案篇二

月日—一月日

商场前广场

一、一元、十元惊爆限量商品大抢购

与商家协调，让商家提供一元和十元惊爆商品，用于促销。在活动期间，每天推出一定数量的特价产品。由商家与商场按6：4共同承担差价。(时间：月日一月日)一元十元产品放在大厅统一销售。购物满1000元即可抢购一元十元商品。

二、购物得大奖力帆轿车开回家

凡月日一月日在商场购物的消费者，可把购物收据的财务联放入抽奖箱内，参与商场于月日下午统一抽奖活动。奖项有：

一等奖：力帆三厢汽车一名

二等奖：洗衣机三名

三等奖：空调被五十名

纪念奖：杂物袋若干

备注：个人所得税及其他相关费用获奖人个人承担

三、全市最低价承诺

商家联手签名，承诺低价销售，同品牌同型号全市最低价。与商家协调，让商家签订低价承诺，若违反，商家双倍返还差额。

商场商户合作方案篇三

结合公司目前状况，可以将商城发展分为几个阶段：

第一阶段：商城注册

第二阶段：商城开张准备

第三阶段：广告的投入与简介

第四阶段：商城运作期间必须注意事项分析

第五阶段：商城注册（分下面步骤进行）

1、注册企业支付宝

（2）验证账户信息：输入手机号，输入手机上的验证码

（3）注册支付宝账号：填写邮箱地址，到邮箱激活支付宝

2、商标的选定

初步的设计好文案，品牌故事，品牌文化，以及品牌理念。

选定好商标 开始注册商城

3、注册商城店铺

保证金与资费组成：

天猫经营必须交纳保证金，保证金主要用于保证商家按照天猫的规范进行经营，并且在商家有违规行为时根据《天猫服务协议》及相关规则规定用于向天猫及消费者支付违约金。保证金根据店铺性质及商标状态不同，金额分为5万、10万、15万3档。

注：我司主要是做品牌，所以注册旗舰店。注册资金：根据天猫注册年费以及保证金要求，注册天猫旗舰店金额最少5万保证金+6w技术服务年费（如果年销售额达到60万就会全部返还技术服务费），保证金是一种押金，服务费根据业绩会按比例返还。

4、需要提供的证件：

- （1）企业营业执照副本复印件（需完成有效年检且所售商品属于经营范围内）
- （2）企业税务登记证复印件（国税、地税均可）
- （3）组织机构代码证复印件
- （4）银行开户许可证复印件
- （5）法定代表人身份证正反面复印件

(6) 店铺负责人身份证正反面复印件

(7) 由国家商标局颁发的商标注册证或商标注册申请受理通知书复印件（若办理过变更、转让、续展，请一并提供商标局颁发的变更、转让、续展证明或受理通知书）

(8) 商家向支付宝公司出具的授权书。

5、商城试运营3个月淘汰规则

(1) 对象：新入驻商家（入驻天猫0-3个月内）

(2) 考核期：入驻后的第三个月

(3) 考核频率：一次

(4) 考核时间：入驻后第四个月初

(5) 淘汰标准：商家若符合以下四项指标中的其中一项，淘宝均有权根据《淘宝b2c服务协议》第十二条第二项的规定终止《淘宝b2c服务协议》。

a□成交额：行业排名的末尾10%。

b□dsr：低于。

c□退款纠纷率：高于3% ，且小二介入纠纷笔数高于10笔。

d. 行业标准：不符合行业标准发布信息。

6、年费结算：

(1) 因违规行为或资质造假被清退的不返还年费；

(4) 如商家与天猫的协议有效期跨自然年的，则非20的销售
额不包含在年销售额内；

(5) 非年的销售额是：“交易成功”状态的时间点不在2014
自然年度内的订单金额。

(6) 年费的返还结算在协议终止后进行。

注：入驻商城须：每笔交易，淘宝都会收取5%的积分点，半
年要向淘宝公司开发票一次。如果买家在购买时索要发票，
也必须提供。

第二阶段：商城开张准备（分解）

1、运营团队准备（美工、客服、仓管）

2、仓储物流准备

(1) 制定好公司内部的仓储发货流程规范，选择价格服务比
较合适的快递公司。制定好全国的物流价格表，选择最便宜
的物流合作公司。

(2) 一名专门发货人员，一台快递单打印机，一台专门用于
发货的电脑。

(3) 发货人员需要每日记录发货明细+退换明细等数据数据
统计。

3、经营商品准备（考察市场，针对淘宝商城同行分析，做出
热销款式的价格战略方案，初步制定出有竞争力的主推款、
活动款，礼品款）。

(1) 低价活动款，走量款（带动店铺整理流量），利润10元
左右。

(3) 高端礼品款或潜力高端客户，独特个性顾客。利润100元以上。

4、商城上线准备（店铺装修，拍摄产品、美工图片处理、给品牌定位）

(1) 拍摄产品，（高清数码图）各个部位细节，，

(2) 产主图+产品描述页面的设计（可根据市场行情，其他优秀卖家，提取经验，结合自身，做出最好的，最合适我们的）。

(3) 店铺装修，一个店铺装修，涉及到引导购买、促成交易、品牌的形象等众多问题，要求精益求精（如果美工不会，可外包，根据实际情况，大概在500左右）。

商场商户合作方案篇四

1. 针对不同年龄不同层次的人群策划与之相关的活动。
2. 围绕消费群体的尊重需求、自我实现需求来策划活动。
3. 活动要有参与性与互动性。
4. 活动要能成为市场话题。

香草人家的新顾客或潜力顾客。

1. 尊重现有的香世界庄园的顾客。
2. 通过尊重现有的香世界庄园的顾客，影响成为香草人家的潜在客户。
3. 通过给香世界庄园顾客的少量试吃与特殊服务的方式，影

响他们成为香草人家的顾客。

1. 做商家联盟可以为香草人家提供：

联盟商家可以为我们设置x展架、易拉宝、发放宣传单等为我们宣传预热。

2. 做联盟商家我们为他们提供：

香草人家代金券、香世界庄园代金券（可供其宴请朋友时使用或者在庄园开展其员工活动使用）

3. 商家在庄园举行员工活动消费满x千元以上送一百元代金券或者骑马一小时等。（内容可自由变换）

商家联盟可以促进庄园与香草人家达成共赢，并且节约了宣传成本。

1. 消息发布

（香草人家茶庄将在七月六日试营业）

2. 具体活动内容

a服务人员名称征集

b微博疯狂猜图活动

c试吃及问卷调查

d试吃感想发布微博@香草人家，赠送代金券。（此代金券分时段使用或者消费满x元使用一张，每桌限一张。）

1. 互动参与性高。（服务人员名称征集，微博疯狂猜图活动，

试吃及问卷调查等)

2. 能引起广泛讨论，形成话题。
3. 能表现出对香世界庄园客户的尊重和关怀。
4. 关注时间长。
5. 香草人家服务理念以及品牌特点均能得到广泛推广。

商场商户合作方案篇五

西双版纳昌泰茶行有限责任公司于xx年正式成立，其前身为成立于民国年间的“易武三合茶社”。下属有三个分公司，易武分公司、大渡岗双岗茶场和景谷恒丰源茶行。公司设有初制茶车间、精致茶车间，普洱茶车间，“装车间、手工名茶车间等。公司现有管理人员20多名，职工200多名，已经建立了完善的竞争激励机制和严格的奖惩机制的管理体制。始终坚持 人无我有，人有我精的经营理念。

西双版纳昌泰茶行有限责任公司注册商标为“易昌号”。“易昌号”普洱茶吸取了前人的传统普洱茶的制茶经验，完全以生长于“六大古茶山”原始森林中的古茶树的肥大、粗壮芽叶为原料加工而成。“易昌号”共有普洱茶和绿茶系列50多个品种。目前，易昌号茶叶已经销往香港以及东南亚、韩国和日本、台湾、深圳、广东等地。

西双版纳昌泰茶行责任有限公司“易昌号”牌系列茶以“人无我有，人有我精”的经营理念，满足消费者的需求。在市场经济的观念指导下，昌泰茶行市场营销根据“普洱茶”茶的定位和消费群众状况，运用市场营销组合，采取各种策略和手段，去占据目标市场，让广大消费者及早品尝到“普洱茶”的风采，力争在市场的目标消费群中知名度提高到100%，美誉度和信任度达到90%，年销售量翻一番。

普洱茶位于西双版纳地区的古“六大茶山”，三国前就有茶树种植，三国之后，茶就作为商品外对贸易，晋时逐渐发展，唐、宋已形成茶叶商品基地，明洪武年间被划作一个单独的行政区域。

清朝中叶，古“六大茶山”鼎盛，产品远销四川、西藏、南洋各地，普洱茶从此闻名中外，普洱茶外销之路，就是历史上的茶马古道。历史的普洱茶外销路线主要有以下几条：一条是从普洱出发至昆明、昭通、再到四川的泸州、叙府、成都、重庆至京城。二条是普洱经下关到丽江与西康西藏互市。三条是由勐海至边境口岸打洛，再分二路：一路至缅甸、泰国；二路是经缅甸到印度、西藏。四条是由勐腊的易武茶山开始，至老挝丰沙里，到河内再往南洋。在江北古六大茶山境内有7条：易武至江城道、易武至宁洱道、易武至思茅道，此道是主要道，易武至倚邦、莽枝、革登也走此道，易武至车里再到勐海道，易武至老挝磨丁道，易武至老挝勐悻道。於道光二十五年（公元1845年）从昆明经思茅至倚邦通过磨者河上的承天桥再到慢撒、易武那条由石板镶成的古茶马道，约宽2米，长达数百公里。昔日茶山有许多茶号和茶庄专门从事茶叶的收购、加工和外运销售，呈现一派繁荣景象。

1) 茶园生产力低：一是无性良种少；二是高山优质茶产区茶园少；三是现有茶园因肥培水平低，分散、老化、抛荒等现象严重。

2) 茶厂生产力低：因茶厂规模小、设备差，自动化、信息化程度低，竞争实力弱。奇怪的是，茶厂规模仍有缩小之势。

3) 市场建设不足：由于产品没有市场信息指导，没有畅通无阻的渠道销售，盲目种植、盲目生产，销售困难。即便有，也是有一时，无一时；短期有，长期无。出口上，全国没有一个拍卖市场，生产无法与国际市场相联系。

4) 产品竞争乏力：品牌多，名牌少，没有象“立顿”这样的

世界级品牌；产品质量差，原料差，感观品质差；以次充好，以假充真，卫生指标不合格，农残超标。

5) 管理水平不高：由于体制等多方面的原因，整个行业对管理科学重视不够，管理人员基本上没有受过管理专业培训，现有企业潜力发挥不出来。

6) 行业管理无序：当前茶业好似纯粹自由市场经济，放任自流。

7) 人才严重短缺：由于茶叶全行业亏损，专业人员纷纷改行下岗。在岗的或者在政府机关，或者在效益较好的大企业，或者自立门户经商卖茶，而种植业、企业市场一线人才严重短缺。

8) 市场开拓不力：东方人把茶当艺术，而西方人只将茶当商品。中国茶文化丰富，而对茶行销不力。

9) 科技投入不足：茶为何斗不过咖啡？且看咖啡周边设备的研究增加，而茶之永远壶壶杯杯而已。“七题几五”、“八五”国家自然科学基金对茶叶机械、茶叶加工的研究课题是零。湖南省茶叶研究所70多年的历史，70多名科技人员，科研经费最少的一年仅几万元。

随着社会的不断进步，人民生活水平的不断提高，人们的消费观也在不断的转变，而西双版纳昌泰茶行公司推出的“普洱茶”系列高品质茶品，从产品定位方面主要针对品茶爱好者、机关企事业单位人员、知识份子等有一定消费水平的广大群众。从“普洱茶”的消费层来说，其消费场所主要是以高档茶楼、茶铺、各大商场、专卖店、酒店、中高档娱乐场所，以及机关、大中型企业单位人员、会议为主的集团性消费。