

2023年市场营销策略方案 农贸市场的管理方案(汇总5篇)

方案在各个领域都有着重要的作用，无论是在个人生活中还是在组织管理中，都扮演着至关重要的角色。方案的格式和要求是什么样的呢？下面是小编精心整理的方案策划范文，欢迎阅读与收藏。

市场营销策略方案篇一

第一条：为加强农贸市场监督管理，规范交易秩序，保护经营者和消费者的合法权益，根据有关法律、法规，结合本市实际，制定本办法。

第二条：本办法所称农贸市场，是指有固定场地和相应设施，有若干经营者入场，对各类农副产品和食品实行集中、公开交易的具有公益性质的场所。

第三条：本市行政区域内农贸市场的规划建设、开办经营和监督管理活动，适用本办法。

第四条：市、区人民政府（含横琴新区管委会、各经济功能区管委会，下同）应当制定促进农贸市场发展的措施，鼓励、引导农贸市场逐步实现规范化和标准化，完善农贸市场功能，提高农贸市场整体服务水平。

第五条：各区人民政府按属地原则，对本辖区内的农贸市场进行管理。

市、区人民政府商业行政管理部门负责农贸市场的行业管理，制定农贸市场专项规划、建设基本标准和升级改造基本标准，指导农贸市场建设和升级改造工作，开展对农贸市场的年度考核，并组织实施本办法。

市、区工商行政管理部门负责对农贸市场经营主体的登记、交易等行为进行监督管理。

规划建设、城市管理行政执法、农业、公安、环境保护、卫生、质量技术监督、食品药品监督、价格等行政管理部门，在各自职责范围内依法对农贸市场进行监督管理。

各镇人民政府（街道办事处）按照属地管理原则，依法对本辖区内的农贸市场开展日常监管，发现问题及时协调相关部门处理。

第六条：市、区人民政府应当建立农贸市场管理工作联席会议制度，协调确定农贸市场规划建设管理中的重大事项。

第七条：农贸市场专项规划应当纳入控制性详细规划，由市商业行政管理部门会同有关部门组织编制，经批准后向社会公布实施。

第八条：因城市建设需要拆除与人民群众生活密切相关的农贸市场，应当按规划给予复建或者就近重建。

第九条：农贸市场交易活动应当遵循平等、自愿、公平、诚实的原则，遵守商业道德，禁止不正当竞争和损害消费者权益的行为。

农贸市场管理应当遵循公开、公平、公正的原则。

第十条：农贸市场开办者、农贸市场经营管理公司和农贸市场入场经营者能够依法成立行业协会。

行业协会应当建立行业自律和协调机制，促进行业诚信经营。

开办和经营

第十一条：公民、企事业单位和其他组织及境外投资者，均

可申请开办农贸市场。

农贸市场开办者和农贸市场经营管理公司应当依法向工商行政管理部门申请办理商事登记，取得营业执照后方可进行农贸市场摊位、店铺的招商招租和开业。

第十二条：开办农贸市场应当具备下列条件：

- （一）相应的场地、设施。
- （二）必要的交通、卫生、环境保护等条件。
- （三）入场交易的商品贴合国家相关规定。
- （四）法律、法规规定的其他条件。

第十三条：实行农贸市场开办者和农贸市场经营管理公司分离制度。

农贸市场开办者应当设立或委托具有法人资格的农贸市场经营管理公司，对农贸市场进行服务管理。

第十四条：农贸市场经营管理公司应当在商事登记或签订委托合同后三十日内到商业行政管理部门办理备案手续。

第十五条：农贸市场开办者承担农贸市场配套设施建设、维护经营秩序、保障卫生、食品安全、消防安全和建筑物安全的管理职责。

第十六条：农贸市场经营管理公司按照公益的原则，依法自主经营，收取场地、设施租金和其他相关服务费用，有权拒绝法律、法规规定外的其他行政性收费和各种形式的摊派。

第十七条：农贸市场经营管理公司应当在农贸市场办公场所悬挂营业执照、税务登记证及其他经营许可证，配备的服务

管理人员，应当佩戴标志上岗。

第十八条：农贸市场经营管理公司应当建立健全公示制度。在农贸市场入口处等显眼位置设置宣传栏和公示栏，公布农贸市场经营管理公司名称、管理人员分工、农贸市场管理制度；公示经营者证照状况、违法违章记录、农贸市场食品准入管理制度、农副产品的抽检结果、不合格商品退市状况等与交易有关的事项。

农贸市场经营管理公司应当在农贸市场内设立投诉受理点，公布消费者投诉电话，理解消费者投诉并进行调解，协助相关部门处理交易纠纷。

第十九条：农贸市场开办者和农贸市场经营管理公司应当按照公开、公平的原则，对市场摊位设置和入场经营商品进行划行归市，并在贴合国家食品卫生管理规定的前提下安排经营场地。

以零售为主的农贸市场，应当划出不少于农贸市场营业面积百分之五的专用区域，用于农民出售自产的农副产品；政府投资建设和改造的农贸市场农民自产自销区域不少于农贸市场营业面积的百分之十。

有活禽入场经营的农贸市场应当按规定设立相对独立鲜活家禽经营区域，并建立消毒、无害化处理等制度，配备相应设施设备；未实行集中屠宰地区的农贸市场，还应当修建专门的活禽屠宰室，实行封闭式屠宰加工。

第二十条：农贸市场开办者和农贸市场经营管理公司应当建立和完善农副产品和食品入场和溯源制度，履行农副产品和食品的安全职责，发现问题时应当及时报告相关部门并协助查明产品来源和产地。

第二十一条：农贸市场开办者和农贸市场经营管理公司应当

履行下列职责：

（一）与入场经营者签订书面合同（农民销售自产农副产品除外），就场地安排、“门前三包”、收费标准、场内秩序、经营规范、进货查验、索证索票、购销台帐、不合格商品退市、消防卫生等方面作出约定。

（二）对入场经营的农副产品进行查验，发现入场经营者制售假冒伪劣商品、欺行霸市等扰乱农贸市场经营秩序的行为，应当及时向有关行政管理部门报告并协助查处。

（三）查验入场经营者营业执照、许可证件和其他有关证明文件是否齐全。

（四）指导、督促入场经营者建立并执行商品进货查验、索证索票、购销台帐、不合格商品退市、商品和服务质量保障等制度。

（五）设置贴合要求的公平秤等计量器具和检测器具，并督促入场经营者使用国家法定计量单位和贴合要求的计量器具和检测器具。

（六）配合工商等相关行政管理部门对农贸市场进行监督管理。

（七）执行相关服务行业配套设施要求。

（八）遵守农贸市场年度考核和农贸市场统计制度。

（九）法律、法规、规章规定的其他职责。

第二十二条：农贸市场开办者和农贸市场经营管理公司应当实行入场经营者环境卫生区域责任制，根据经营面积配备足量的专业保洁人员，并配备专职环境卫生监督员。

第二十三条：农贸市场开办者和农贸市场经营管理公司应当建立巡查管理制度，组织督促做好各职责包干区内的卫生保洁工作，做到摊位（店面）清洁卫生，经营工具摆放整齐，无乱挂乱吊、无乱堆乱放、无积水外溢、无散落垃圾、无摊（店）外经营。

第二十四条：农贸市场开办者和农贸市场管理公司应当明确入场经营者的安全管理职责，定期检查其经营环境和条件，发现其违反《中华人民共和国食品安全法》规定的，应当及时制止并立即报告工商行政管理部门或食品药品监督管理部门依法查处。

第二十五条：农贸市场开办者和农贸市场经营管理公司不得为入场经营者无照经营和销售假冒伪劣商品等违法行为带给场地、保管、仓储、运输等条件。发现入场经营者有违法经营行为的，应当及时制止和督促改正；对督促不改的应及时向相关行政管理部门报告。

第二十六条：农贸市场开办者和农贸市场经营管理公司禁止擅自扩大经营场地范围，禁止擅自改变农贸市场用途和终止农贸市场的经营活动；应当按照农贸市场布局设计图设立档铺，禁止随意摆摊设点。

第二十七条：农贸市场开办者和农贸市场经营管理公司不得对入场经营者和消费者违法设立收费项目。需要调整场地、设施租金或者其他服务性费用的，应与入场经营者进行协商，提前三十日告知，并在协议中约定。

农贸市场开办者向入场经营者收取场地、设施租金或者其他服务性费用的，不得超过价格管理部门规定的指导标准。

第二十八条：入场经营者享有下列权利：

（一）提出开业、变更、停业、歇业申请。

（二）对核准的农贸市场名称享有与农贸市场开办者约定的使用权。

（三）根据核准的经营方式依法自主经营。

（四）拒绝法律、法规和省人民政府规定之外的收费和各种形式摊派。

（五）法律、法规赋予的其他权利。

第二十九条：除农民销售自产的农副产品外，入场经营者应当向工商行政管理部门申领营业执照后，方可从事经营活动。

第三十条：入场经营者应当与农贸市场经营管理公司签订入场经营书面合同，遵守农贸市场公约和经营管理规定。

第三十一条：入场经营者应当在经营场地明显处悬挂营业执照，实行经营许可证制度的，还应同时悬挂相应的许可证，不得在农贸市场统一划定的经营场地之外摆摊设点。

第三十二条：入场经营者不得伪造、涂改、转让、出租、出借营业执照或者许可证，不得擅自改变经营范围或者经营方式。

第三十三条：入场经营者应当建立并严格执行商品进货查验制度、进销台帐制度，索取商品质量合格证明；购进并销售持许可证件生产商品的，应当向供货方索取查验有效的生产许可证、卫生许可证等证明文件。农民在农贸市场销售自产的农副产品除外。

第三十四条：入场经营者应当遵守国家价格管理规定，经营的商品实行明码标价。

入场经营者应当对消费者提出的修理、更换、退货、补足数

量等正当要求，无正当理由不得拖延或者拒绝。

第三十五条：入场经营者应当遵守和执行农贸市场食品准入制度，履行食品安全职责：

（一）入场经营者初次与供货单位交易时，应当查验其主体资格合法证明文件，包括营业执照、生产经营许可证、卫生许可证等。

入场经营者在购进食品时，应当按批次向供货单位索取食品质量合格证明：畜禽的动物检疫合格证明、肉类的动物产品检疫合格证明、牲畜肉类的畜产品检验合格证明；粮食及其制品、奶制品、豆制品、饮料、酒类等应当有相应的检验合格证明和进货票据；其他产品的合法证明文件。

（二）应当从批准设立的定点屠宰场购进肉类及其制品，并在摊档明显位置悬挂、张贴肉品的检疫检验合格证明。

畜禽及肉品经营者应当每日对经营场所实施清洁消毒，并在农贸市场开办者组织下实施每月清空家禽休市消毒制度；鲜活家禽经营者营业时应当落实安全防护措施，佩戴口罩手套等防护品，销售和屠宰应当分别由专人负责。

（三）经营直接入口食品及熟食制品的，应当具备防尘、防蝇、防鼠设施和冷藏、消毒器具；熟食档应当设置预进间和售卖间，生熟食品应当分开存放，从业人员应当持有健康合格证明。

第三十六条：入场经营者禁止销售下列物品：

（一）假冒他人注册商标、使用虚假产地证明、假冒其他企业名称或代号的商品；伪造或冒用优质商品、认证产品、许可证标志的商品。

（二）应当检疫、检验而未经检疫、检验或者检疫、检验不合格的农副产品和依法应当标识而未标识的农副产品。

（三）病死、毒死或死因不明的畜禽及其产品，有毒、有害、不贴合卫生标准的食品。

（四）使用不贴合国家有关强制性技术规范保鲜剂、防腐剂、添加剂的食品。

（五）法律、法规规定禁止销售的其他物品。

第三十七条：入场经营者不得有下列行为：

（一）使用未检定或不合格的计量器具以及人为破坏计量器具准确度或者伪造数据。

（二）以虚假广告等欺诈方式销售农副产品。

（三）商住混合或者人与畜禽混合居住、搭建住人夹层或使用可燃材料搭建其他夹层。

（四）强买强卖，骗买骗卖，欺行霸市。

（五）垄断货源，哄抬价格或者串通操纵农副产品价格。

（六）掺杂、掺假、以假充真、以次充好。

（七）法律、法规禁止的其他行为。

第三十八条：本办法实施前规划不明确但具有农贸市场用途的市场，经农贸市场专项规划明确为农贸市场的，纳入农贸市场管理。

透过国有资产管理部门授权签订的产权转让合同已取得农贸市场产权的，应当按照合同约定，不得改变农贸市场原有用

途；已改变的，应当限期恢复；拒不恢复的，依照本办法查处。

第三十九条：市、区人民政府在新区建设和旧城区改造时，应当将农贸市场作为公共配套设施进行规划，可由政府透过公开招标方式由贴合条件的中标者投资建设或实行配建制。

配建制具体实施办法由规划建设管理部门组织制定。

第四十条：新建、改建和扩建农贸市场的，应当贴合农贸市场专项规划、控制性详细规划、农贸市场升级改造基本标准和相关建设规范要求。

本办法实施前已设立的农贸市场应当按照农贸市场升级改造基本标准进行改造和完善。市、区人民政府和相关部门应当采取措施给予扶持。

第四十一条：新建、改建和扩建农贸市场，应当配套建设停车场、公共卫生设施等项目，并与主体项目同步设计、同步建设、同步验收和同步交付使用。

第四十二条：农贸市场开办者和农贸市场经营管理公司不得擅自改变农贸市场用途，禁止分割转让。擅自将农贸市场改变用途或分割转让的，国土资源行政主管部门和房地产登记机构不予办理权属登记。

第四十三条：农贸市场经营管理公司中止或终止经营的，农贸市场开办者应当在六十日内重新确定农贸市场经营管理公司，无法确定的，农贸市场所在地的区人民政府能够委托贴合本办法规定的农贸市场经营管理公司临时管理，直至重新确定农贸市场经营管理公司为止，由此产生的管理费用由农贸市场开办者承担。

第四十四条：农贸市场合并、迁移、分立、撤销、关掉或者

变更重要事项的，农贸市场开办者和农贸市场经营管理公司应当按照合同约定的期限通知入场经营者，没有约定的，应当在六十日前通知入场经营者，同时向社会公告，并依法办理注销登记或者变更登记。

第四十五条：商业行政管理部门应当牵头组织对农贸市场进行年度考核，年度考核不达标的，应当将考核结果通报各相关行政管理部门，相关行政管理部门应当依照年度考核结果开展相应执法监管活动。

农贸市场连续两年考核不达标的，商业行政管理部门应当报经同级人民政府同意后，将该农贸市场列为挂牌督办单位，并向社会进行公告，理解社会监督。

第四十六条：商业行政管理部门负责组织制定和实施农贸市场发展规划，制定农贸市场管理的行业规范，推进行业组织建设、开展行业交流和指导行业自律。

第四十七条：工商行政管理部门依法对农贸市场实行商事登记，向贴合条件的经营者核发营业执照，对其经营范围和交易行为进行监督管理，依法查处交易活动中的违法行为，维护农贸市场交易秩序。

第四十八条：农业行政管理部门负责对农贸市场销售的农副产品进行监督抽查，对蔬菜、水果等进行农药残留检测等。

动物防疫监督机构负责对禽畜产品质量安全进行监督管理，督促农贸市场开办者查验禽畜产品检疫检验合格证明和进行定期清洁消毒。

第四十九条：海洋渔业行政管理部门负责对农贸市场销售的水产品进行监督抽查，对水产品的药物残留进行检测。

第五十条：公安部门负责对农贸市场的治安管理，依法查处

欺行霸市、强买强卖、阻碍执法、抗法等违法犯罪行为，并督促农贸市场开办者落实安全保卫措施。

第五十一条：公安消防部门负责对农贸市场的消防状况进行监督检查，依照国家消防技术规范进行审核、验收和开业前消防安全检查，依法对未办理消防行政许可而擅自开业的农贸市场进行查处。

第五十二条：规划建设行政管理部门负责对农贸市场的规划发展和建筑工程质量进行监督管理，按规定进行审核和竣工验收备案，依法对未经建设工程竣工验收备案而擅自开业的农贸市场进行查处。

第五十三条：市容环境卫生管理部门负责对农贸市场市容环境卫生进行日常监督管理。

城市管理行政执法部门负责对农贸市场红线范围外的乱摆卖、乱张贴、非机动车辆停放等行为进行监督管理。

第五十四条：卫生行政管理部门负责对农贸市场消费环节的食品卫生进行监督管理，依照相关食品卫生管理法律、法规和规范进行审查和验收，依法查处食品卫生违法行为。

第五十五条：质量技术监督部门负责对农贸市场经营活动中的计量器具和计量行为进行监督管理，依法查处计量违法行为。

第五十六条：价格行政管理部门负责对农贸市场入场经营者销售产品明码标价行为进行监督检查，并依法查处价格违法行为。

第五十七条：各镇人民政府（街道办事处）负责统筹协调有关部门加强辖区内农贸市场的日常监督管理，对农贸市场礼貌建立、食品安全、动物防疫、消防安全、建筑安全和重大

疾病防控等工作开展检查和考核评比。

第五十八条：各相关行政管理部门应当定期公布相关监督管理和抽查检验结果，并根据各自职责督促农贸市场开办者和农贸市场经营管理公司落实本办法的各项规定。

第五十九条：农贸市场开办者或农贸市场经营管理公司未取得商事登记而擅自经营农贸市场的，或提交虚假材料或采取其他欺诈手段隐瞒重要事实取得商事登记的，由工商行政管理部门依法处罚。

第六十条：违反第十八条和第二十一条第二、六项规定的，由工商行政管理部门责令限期改正，并可处五千元以上二万元以下罚款；违反第二十一条第三、四项规定的，处以五千元以上一万元以下罚款。

第六十一条：违反第二十二条和第二十三条规定的，由城市管理行政执法部门责令限期改正，并可处三千元以上三万元以下罚款。

第六十二条：违反第二十五条规定的，农贸市场开办者或农贸市场经营管理公司明白或应当明白入场经营者无照经营行为和销售假冒伪劣商品行为而为其带给场所或运输、保管、仓储等条件的，工商行政管理部门依法进行处罚。

第六十三条：违反第十九条、第二十六条、第三十八条第二款和第四十二条规定的，由工商行政管理部门责令限期改正，并可处一千元以上一万元以下的罚款。

第六十四条：违反本条例第三十一条至第三十三条规定的，由工商行政管理部门责令限期改正，并处五百元罚款；逾期不改正的，处以一千元罚款。

第六十五条：违反第三十六条、第三十七条规定的，依照有

关法律、法规的规定给予处罚。法律、法规没有规定的，由工商行政管理部门给予警告，责令停业整顿，没收违法所得，并处违法所得一倍以上五倍以下的罚款；没有违法所得的，可并处一千元以上一万元以下罚款。

第六十六条：违反第二十七条和第四十四条规定的，农贸市场开办者和农贸市场经营管理公司未按规定通知入场经营者或向社会公告的，由工商行政管理部门处以五千元以上一万元以下的罚款。

第六十七条：农贸市场内一个季度连续三次发现经检验不合格的生猪产品的，视其情节轻重，由工商行政管理部门对农贸市场开办者和农贸市场经营管理公司处以五千元以上二万元以下罚款。

第六十八条：违反本办法其他有关规定的，由工商、公安、质量技术监督、价格、税务、卫生、食品药品监督等行政管理部门依法查处。

市场营销策略方案篇二

为维护市场秩序，严厉打击制售假冒伪劣食品活动，保护广大消费者合法权益，依照国家《食品安全法》相关规定，特制定本制度。

一、对不合格食品实施退市制度，是指在食品经销过程中对不合格或存在其他严重安全隐患的食品，采取禁止销售措施，以减轻危害，消除影响，退出市场的管理制度。

二、根据消费者申诉、举报、市场检查以及社会各界信息来源等，对涉嫌不合格食品或存在不符合保障人体健康安全的食品，经质量监督部门进行抽检确认后，由执法部门通知食品经营者立即停止销售并及时采取强制退出市场措施。对未售出的有害食品进行妥善处理，对消费者提出的问题进行妥

善解决。

三、下列食品为不合格食品，食品经营者应停止销售，退出市场：

- （一）、腐烂变质、污秽不洁的；
- （二）、包装破损造成不符合食品卫生要求的；
- （三）、超过安全使用期或者保质日期的；
- （四）、应当检验、检疫而未检验、检疫，或检验、检疫不合格的；
- （五）、掺杂、掺假，以假充真、以劣充好、偷工减料的；
- （六）、使用非食用色素或其他非食用物质加工的；

四、市场开办者应该对市场内经营的食品进行经常性检查，发现不合格食品应要求经营者立即停止销售，退出市场，并向工商行政管理部门或相关行政部门报告，积极协助行政管理部门做好食品退市查处的相关工作。对已作出退市决定的食品，市场开办者应作好记录，并报工商部门备案。

市场营销策略方案篇三

（一）销售队伍是公司获取利润的直接工作者，组建一支专业的精英销售团队，负责健身广场的业务拓展工作。通过对市场细分，划分不同的目标群体，从而有针对性的开拓市场。

（二）打造全疆一流的健身教练培训基地，通过课程的培训，使参加培训的人员达到健身项目执教水平，并颁发资格证书。同时培训学校作为就业培训机构，可争取获得政府政策支持。

（三）成立万年青健身管理公司，投资者投入项目运作资金，包括场地建设、人员工资等费用，“万年青”向其输入管理人员和健身教练，运用成熟的健身广场经营管理体系，辅助其经营。

（四）针对办公室工作人员研发一套办公室专用健身操，上门授课，利用办公室有限的空间，达到强身健体的目的。

二、营销策略

（一）每天有太多的事情要决定，感觉压力太大；

把自己的全部精力放在了工作上，没有时间照顾家庭；

有时想约朋友健身，却预约不到运动场地；

公司举办各类会议，一时找不到合适的地方；

商场如战场，经过一周的商场厮杀，真的需要有个清静的地方修身养性；

想成为现代化的企业，良好的员工培训是必不可少的，但是没有合适的地方进行；

以上的问题说明人们需要一个环境舒适、适合交流的健身场所，健身已经成为朝阳行业，已经得到人们的广泛认可并参与。

（二）差异化经营

1、会员俱乐部，使健身广场具有商务会所的性质，满足商务人士的需求；

1) 有专门的健身场地、器械、健身设施。

- 2) 成立商务洽谈室，供应咖啡、饮品、茶水、瓜果、烟酒等。
- 3) 简单的中西餐厅。

（三）设立健身卡

作为商务活动中馈赠的礼品，推出“合作健康”的概念，“请人吃饭不如请人出汗”，合作的长久需要以健康的身体为基础，同时延伸为合作是健康、有益的。

三、产品细分

俱乐部根据消费群体需求推出各种类别的健身卡：

- 1、年卡、季卡、月卡及次卡；
- 2、商务卡--针对商务人士，可作为商务馈赠礼品，普及“合作健康”的理念。
- 3、家庭卡--一卡可满足家庭所有成员的健身需求，多人通用；
- 4、孕妇卡--针对孕妇保健的专业项目用卡；
- 5、喜庆卡--可作为新婚、节日等礼品；
- 6、学生卡、教师卡--针对学生、教师群体，价位较低，可分期付款。
- 7、医务卡--针对医务人员，价位适中；

其中，年卡定价为1260元/卡，其它卡类的定价将根据市场调查结果确定适当的价格。

四、目标市场

1、目标区域划分

- 1) 针对二道桥商圈及周边步行10分钟内可到达俱乐部的区域；
- 2) 1路、101路公交线路所贯穿区域；
- 3) 逐渐向全市进行市场拓展。

2、目标群体

健身俱乐部的消费群体主要包括健身爱好者、减肥者、形体塑身者、学生、教师、医务人员、孕妇、家庭、白领阶层及技术类人员等。

五、市场开拓

1、人员推广

由5名咨询顾问，按区域进行划分，进行排查，收集客户资料，收集客户资料，发放宣传资料。

2、体验推广

邀请消费者亲临现场，由咨询顾问或前台内勤人员进行讲解，并带领消费者参观俱乐部，第一次光临的消费者可免费体验俱乐部内各经营项目。

3、广告投放

- 1) 在金和商城外部进行户外楼体广告宣传；
- 2) 在经过金和商城的主要公交线路（如1路、101路）做车体广告，或在车内悬挂扶手上做广告。

4、印刷品广告

1) 印制万年青健身俱乐部的推介手册，进行发放宣传，内容包括：万年青健身俱乐部简介、为什么健身、如何选择健身广场、健身中应该注意的事项、保健（运动）的小常识等。

2) 印制宣传卡片，正面为万年青健身俱乐部简介，反面为年历，规格为ic卡大小，方便、实用，易于携带、保存。

5、促销活动

1) 礼品赠送活动，如购买年卡，可获赠精美打火机；

2) 团购优惠活动，如购买一定数量健身卡，可获赠次卡。

6、公关活动

1) 赞助一支街舞组合或校园乐队，在人流聚集区域或餐饮酒吧进行表演；

3) 举办会员联谊活动，如组织会员旅游，针对家庭卡客户举办“好家庭评比”活动等。

4) 为各单位举办“最健康企业”评比活动。

5) 为会员举办“健美先生”与“健美小姐”评比活动。

六、市场启动

1、在户外大量散发俱乐部宣传手册；

2、通过各区域市场调查与走访，得到大量客户名单；

4、各类模特大赛召开，可为大赛中的选手提供形体培训；

5、启动办公室操项目，进入各企事业单位进行宣传，邀请企事业单位的领导来现场观摩，并带动商务卡的推广、销售。

6、开拓管理输出业务。

七、培训手册

员工须人手一册《万年青健身俱乐部培训手册》，内容包括两部分：

- 1) 万年青健身俱乐部的企业文化、自身优势及经营项目等；
- 2) 销售人员技能培训，如：如何把业务做得更好、客户管理和沟通方法、说话的技巧与方法、电话销售中将会面临障碍和挑战等。

八、成本核算

以年卡为例，一张年卡销售额为1260元，提取260元作为销售所产生的相关费用。其中包括：

50%用于人员工资、提成、交通费及公司内部活动所产生的公关费用等；

40%用于促销、公关活动、广告投入、器材设备及办公用品损耗等；

10%用于支付项目管理及策划的费用。

市场营销策略方案篇四

性别：男

民族：汉族

政治面貌：团员

出生日期：1987年08月

婚姻状况：未婚

学历：大专

技术职称：中级

毕业院校□xx大学

毕业时间：2008年07月

所学专业：服装营销与管理

外语水平：英语(一般)

电脑水平：熟练

工作年限：1年

联系方式：13888888888

求职意向

工作类型：全职

期望行业：广告、公关、旅游、酒店、餐饮服务、房地产

期望职位：市场专员、市场联盟与拓展专员、市场调研与分析、销售助理

工作地点：不限

教育经历

2006年8月-2008年6月xx大学服装营销与管理

服装营销学服装企业战略管理服装商品企划学服装心理学

服装贸易理论与实务服装流行学服装生产经营管理

培训经历

2008年8月-2008年9月xx培训机构服装销售技巧

工作经验

2003年6月-2003年8月xx酒店兼职服务员

2008年2月-2009年4月xx服饰有限公司数据分析管理员兼物流部经理助理。

自我评价

本人热爱营销工作，喜欢挑战自己，以最短的时间提升个人能力和社会经验。我相信每推销一件产品就能交到一个朋友，站在不同的角度去观察事物的本质，我认为用心去做每一件事是成功的关键，关注到每一个细节，我坚信我的工作质量决定着我的生活质量。我认为一名优秀营销员应具备以下条件：胆大、心细、优秀的心理素质、积极、负责任、乐观、觉察能力、执行力、敬业与不怕苦不怕累的精神。业务员推销产品，实际上就是先推销自己的。销售一业务水平、谈判技巧、为人品德等综合素质。如果客户不接受人不接受业务员的观点，也就无法接受其产品。以本人的水平和能力，我不揣冒昧地毛遂自荐，相信贵公司慧眼识人，会使我有幸成为贵公司的一名成员。我坚信自己一定会成为一名出色的业务员，盼望您的答复。

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

市场营销策略方案篇五

一、经营户应当持续所经营的店面、摊位卫生状况良好，定期做好清洁工作。店面、摊位及其附近务必做到无积水、无垃圾。

二、经营户应当做好防虫、防蝇、防蚊、防鼠工作。

三、经营户所经营的商品应当摆放整齐，不得超过陈列台面，不得店外设摊，摊外设摊。

四、经营户应当对门前实行三包，不得随意将垃圾扔到过道等市场公共场所。

五、经营户应当用心配合市场管理人员的卫生检查，并服从管理。