

2023年手机分期方案(实用10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。那么方案应该怎么制定才合适呢？以下是小编为大家收集的方案范文，欢迎大家分享阅读。

手机分期方案篇一

□5□swot分析

机会：学院支持，能经常在宿舍区摆摊销售，方便让同学们熟知并支持；

威胁：学院天翼店的招牌更加醒目，更容易受同学们的关注，学院外面有一条比较繁华的街道，同学们经常出去逛街，也会顺便在外面买需要的手机配件。

(1) 树立全员营销观念，真正体现“营销生活化，生活营销化。”

(2) 综合利用产品、价格、促销、服务等营销组合策略，形成强烈的营销组合策略。

(1) 营销目标：大部分广州市以外的新生都会在学校买一台手机，因为他们要有帐号上网，另外还有两只队伍和我们一样在买同样的产品，同样的价格，故而营销目标就是全部新（1000人）的1/3，再减去不需要买手机的，即200人。

(2) 市场份额目标：占领新生市场的20%。

目标市场：广东邮电职业技术学院的新生

定价：手机（399）+卡（100）+宽带（300）=799

卡+宽带=400

(1) 20人指引，4人推销，2人填单

指引：将师弟师妹指引至我们销售手机的摊位推销：将套餐详细信息介绍给师弟师妹，分析利益，引发师弟师妹的购买欲望。

填单：办理此次套餐的一张凭证，完善前面的工作。

(2) 在让此团堆上岗之前，将会对他们进行岗前培训，让他们对套餐有一定的熟悉程度，能够快速为同学们解答疑问。

手机销售计划书

手机销售计划书范文

手机游戏商业计划书大纲

手机销售述职报告范文

手机销售述职报告范文

手机销售的述职报告

手机销售述职报告范文

手机销售优秀述职报告

手机销售辞职报告

手机销售的实习报告

手机分期方案篇二

（一）用户分析

我公司的主要顾客来源于大学生和追逐时尚的青年，对手机的时尚功能和个性要求较高；而且他们比较容易接受中低档产品，偏好于进口的品牌机和质量好的国产机；一般的使用寿命为两年，但很多人中途因为各种原因而更换手机；主要购买地：专卖店，大卖场和网上；手机信息获取来源：电视广告，网络，宣传单以及同学，同事之间的交流。

（二）竞争情况分析

目前在海南手机市场的国内品牌有：联想，步步高□oppo□htc□波导□tcl□夏新，中兴，康佳等；国外品牌有：诺基亚，摩托罗拉，三星，索爱，苹果等。这些手机中市场上比较受欢迎，占市场比例较大的品牌主要是：诺基亚，步步高，摩托罗拉，三星，联想。而其实，国外品牌还是占主流地位，尤其是诺基亚，在年轻人心中有较高期望。

（三）市场机会与问题分析 1、竞争优势与潜力：

(2) 建立了自己的产品研发中心，为产品的后续发展提供了强有力支持和保障。

(3) 本公司的品牌虽说进入海南市场时间虽不长，但在人们心目中已有一定的份量，对本品牌质量和性能已有了一定的认可，形成了相对固定的客户群；产品的市场占有率较高，已经建立相对完善的销售网络，固有的门店和专柜数量接近30家，专业销售人员有70人。(4) 随着手机的逐步普及与推广，以及人们对时尚潮流的追赶，手机的购买与换机愈加频繁，

2、竞争劣势与威胁：

(3) 品牌定位不清晰集中，拉动力弱、认知率和指名率低，

特别是高端机型销售渠道少；（4）售后服务的滞后性及售后机制制定的不合理性已经严重影响了业务的发展，售后人员管理、技术培训和设施投入不足，并且销售与售后服务脱节严重。

二、营销思路

1、树立全员营销观念，真正体现“营销生活化，生活营销化”。

2、实施深度分销，树立决战在终端的思想，有计划、有重点地指导经销商直接运作末端市场。

3、综合利用产品、价格、通路、促销、传播、服务等营销组合策略，形成强大的营销合力。

三、销售目标

人人皆知的品牌

四、营销策略

首先将海南市场分为一下三类： 战略核心型市场：海口

重点发展型市场： 三亚儋州

培育型市场：文昌 琼海 东方 五指山 总的营销方式：专营店直销和代理商销售

1、产品策略：坚持差异化，突出公司不同手机的功能特色，走特色发展之路；定位“高科技、时尚、尊贵”的产品内涵，走高端品质发展之路。

2、价格策略：在产品运作中应该采取灵活的市场价格政策，紧跟市场行情变动，可以对产品进行适当的归类，那些产品

是树立形象的、那些产品是获取利润的，那些产品是抢占市场份额的等等，制定一系列的价格体系，而不是采取价格政策一刀切的策略，没有侧重点，从而丧失了大量的市场机会。

3、通路策略：根据不同的机型定位，以及不同的人群的消费口味与习惯，侧重在不同的场所进行宣传，如学校，社区以及乡镇地区。

4、促销策略：在不同的节日或大型活动期间，在各大卖场，专营店，推出各种各样的主题促销活动，在一定程度上设立打折，抽奖等优惠措施，刺激消费者的购买欲望。在平时，也可开展手机以旧换新，手机免费体验，买手机送话费等促销活动，既宣传产品，有促进销售。

5、广告策略：

(1) 对终端销售人员和网点、店面进行统一形象设计管理，使消费者对本手机品牌产生较深的印象，有利于品牌的传播与推广。

五、销售团队管理

1、人员规划，销售人员主要集中在海口，三亚和儋州三地，并且在现有的专业销售人员基础上，在销售旺季临时招聘一些促销人员，负责产品的宣传工作。

2、规范管理，健全和完善规章制度，根据企业的规章条例和销售的实际情况制定营销管理制度。比如，制定《营销人员日常行为规范及管理规定》、《营销人员“三个一”日监控制度》、《营销人员市场作业流程》、《营销员管理手册》等等，规范员工工作的次序和步骤，提醒员工应注意的问题，保证整个工作系统的有序衔接和交流，进一步增强团队的组织纪律性。

六、费用预算

七、售后服务：

当今社会，消费者成为最重要的企业生存决定者，而售后服务是决定消费者是否满意的重要因素。因此，在产品逐渐趋向无差异化的情形下，最能显现优势的做法就是提供优质，便捷的售后服务。

为此□xx手机的售后服务系统应符合以下要求

(1) 在客户确定购机之前，我们将派专门销售人员讲解有关本机型的注意事项和使用方法，使得对一般故障做到预防和处理。

手机分期方案篇三

随着手机销售市场的竞争日益激烈，手机零售也被称之为手机终端销售。随着手机渠道的进一步竞争，终端销售的利润空间也逐渐缩小。如何做好手机销售工作，便成了每个店员每个人必须重视的问题。以下是手机销售工作计划：

第一条为扩大销售，以低价位、高质量迅速占领市场，特制定本销售工作计划。

第二条以低价位、高质量为我公司今后的主要商品。

第三条我公司不特别重视单纯性的流行品或时代尖端的产品。但是，仍多少会推出这种类型的尖端流行产品。

第四条在选择销售据点时，以中型规模或中型以上规模的手机企业销售为目标。小规模的面行销方式，除特殊情况外，原则上不予采用。

第五条关于前项的销售据点，在做选择、决定或交易条件的企划、事务处理时，都须确实慎重行事，这样才能巩固我公

司的营业根基。

第六条与手机企业销售开始进行新的交易之前，须先提出检查，并依照规定做好调查、审议及条件的查核后才能决定进行交易。

第七条销售活动必须制度化，合理化，力争使各项事宜高质高效的完成。

第八条销售员个人工作计划要细分，并将任务落实到每一个人。在接受订货和收款工作时，不得参与相关的附带性事务处理工作，必须全身心投入销售事务。因此，在销售方面应另订计划及设置专科处理该事务。

第九条改善处理手续(步骤)，设法增强与手机企业销售之间的联系及内部的联络，提高业务的整体管理及相关事务的效率。尤其须巧妙地运用各种账表(传单、日报)来提高效率。

第十条进货总额中的20%用于对公司的订货，其他则用于公司对外的转包工程。

第十一条进货尽可能集中在某季节，有计划性地开展订货活动。要确保交易双方的权益。

第十二条进货时要设立交货促进制度，并按下列条件来进行计算;对于交货成绩优良的厂商，将采取退佣方式处理，其规定如下：

(1) 进货数量。

(2) 交货日期及交货数量。

(3) 交货迟缓程度及数量。

第十三条为使进货业务能合理运作，我公司每月召集由各进

货厂商、外包商及相关人员参加的会议，借此进行磋商、联络、协议。

第十四条他公司与我公司之间的交易(包括与该制造公司目前正式交易的三家公司)，一概归与我公司作直接交易。

第十五条我公司拒绝接受传票，物品交入我公司就属于我公司的营业范围内。

第十六条负责进货人员应每天到各厂商去照会联络，并促使对方尽快着手。

第十七条处理对外订货事宜时应使用报表，记入材料名称、色调、产品样式、号码、尺寸、厂商号码，然后交给厂商(厂商的户头也应写入)，各种表格的填写必须详尽。

第十八条前项报表在发出订单时应一起附上，另外，还要贴在产品的箱子上，连同产品一起交给零售商和消费者。

手机分期方案篇四

随着手机销售市场的竞争日益激烈，手机零售也被称之为手机终端销售。随着手机渠道的进一步竞争，终端销售的`利润空间也逐渐缩小。如何做好手机销售工作，便成了每个店员每个人必须重视的问题。以下是手机销售第二季度工作计划：

第一条为扩大手机销售，以低价位、高质量迅速占领市场，特制定本销售工作计划。

第二条以低价位、高质量为本企业今后的主要商品。

第三条本企业不特别重视单纯性的流行品或时代尖端的产品。但是，仍多少会推出这种类型的尖端流行产品。

第四条在选择销售据点时，以中型规模或中型以上规模的销售店为目标。小规模的面行销方式，除特殊情况外，原则上不予采用。

第五条关于前项的销售据点，在做选择、决定或交易条件的企划、事务处理时，都须确实慎重行事，这样才能巩固本企业的营业根基。

第六条与手机销售店开始进行新的交易之前，须先提出检查，并依照规定做好调查、审议及条件的查核后才能决定进行交易。

第七条销售活动必须制度化，合理化，力争使各项事宜高质高效的完成。

第八条销售人员个人工作计划要细分，并将任务落实到每一个人。在接受订货和收款工作时，不得参与相关的附带性事务处理工作，必须全身心投入销售事务。因此，在销售方面应另订计划及设置专科处理该事务。

第九条改善处理手续（步骤），设法增强与销售店之间的联系及内部的联络，提高业务的整体管理及相关事务的效率。尤其须巧妙地运用各种账表（传单、日报）来提高效率。

第十条进货总额中的20%用于对企业的手机订货，其他则用于企业对外的转包工程。

第十一条进货尽可能集中在某季节，有计划性地开展订货活动。要确保交易双方的权益。

第十二条进货时要设立交货促进制度，并按下列条件来进行计算；对于交货成绩优良的厂商，将采取退佣方式处理，其规定如下：

- (1) 进货数量。
- (2) 交货日期及交货数量。
- (3) 交货迟缓程度及数量。

第十三条为使进货业务能合理运作，本企业每月召集由各进货厂商、外包商及相关人员参加的会议，借此进行磋商、联络、协议。

第十四条a企业与本企业之间的交易（包括与该制造企业目前正式交易的三家企业），一概归与本企业作直接交易。

第十五条本企业拒绝接受传票，物品交入本企业就属于本企业的营业范围内。

第十六条负责进货人员应每天到各厂商去照会联络，并促使对方尽快着手。

第十七条处理对外订货事宜时应使用报表，记入材料名称、色调、产品样式、号码、尺寸、厂商号码，然后交给厂商（厂商的户头也应写入），各种表格的填写必须详尽。

第十八条前项报表在发出订单时应一起附上，另外，还要贴在产品的箱子上，连同产品一起交给零售商和消费者。

手机分期方案篇五

第一条为扩大手机销售，以低价位、高质量迅速占领市场，特制定本销售工作计划。

第二条以低价位、高质量为本企业今后的主要商品。

第三条本企业不特别重视单纯性的流行品或时代尖端的产品。

但是，仍多少会推出这种类型的尖端流行产品。

第四条在选择销售据点时，以中型规模或中型以上规模的销售店为目标。小规模的销售店行销方式，除特殊情况外，原则上不予采用。

第五条关于前项的销售据点，在做选择、决定或交易条件的企划、事务处理时，都须确实慎重行事，这样才能巩固本企业的营业根基。

第六条与手机销售店开始进行新的交易之前，须先提出检查，并依照规定做好调查、审议及条件的查核后才能决定进行交易。

第七条销售活动必须制度化，合理化，力争使各项事宜高质量高效的完成。

第八条销售人员个人工作计划要细分，并将任务落实到每一个人。在接受订货和收款工作时，不得参与相关的附带性事务处理工作，必须全身心投入销售事务。因此，在销售方面应另订计划及设置专科处理该事务。

第九条改善处理手续（步骤），设法增强与销售店之间的联系及内部的联络，提高业务的整体管理及相关事务的效率。尤其须巧妙地运用各种账表（传单、日报）来提高效率。

第十条进货总额中的20%用于对企业的手机订货，其他则用于企业对外的转包工程。

第十一条进货尽可能集中在某季节，有计划性地开展订货活动。要确保交易双方的权益。

（1）进货数量。

(2) 交货日期及交货数量。

(3) 交货迟缓程度及数量。

第十三条为使进货业务能合理运作，本企业每月召集由各进货厂商、外包商及相关人员参加的会议，借此进行磋商、联络、协议。

第十四条a企业与本企业之间的交易（包括与该制造企业目前正式交易的三家企业），一概归与本企业作直接交易。

第十五条本企业拒绝接受传票，物品交入本企业就属于本企业的营业范围内。

第十六条负责进货人员应每天到各厂商去照会联络，并促使对方尽快着手。

第十七条处理对外订货事宜时应使用报表，记入材料名称、色调、产品样式、号码、尺寸、厂商号码，然后交给厂商（厂商的户头也应写入），各种表格的填写必须详尽。

第十八条前项报表在发出订单时应一起附上，另外，还要贴在产品的箱子上，连同产品一起交给零售商和消费者。

手机分期方案篇六

日常的销售过程中，我们销售员总会碰到这样那样的困惑：为什么顾客没买？为什么顾客选择了其他门店买？为什么顾客买了，却是不理想的价格？这些问题，相信同事们每天都在亲身经历，感同身受。那么，怎样在才能让顾客买单？怎样在商品同质化竞争白热化的今天杀出一条血路，保持、扩大自己的市场份额？是我们企业和一线销售员必须认真思考认真对待的一个问题。本人掩卷沉思，总结数年一线销售的挫折成败、成功喜悦与大家一一分享，望能起到抛砖引玉、

交流进步的效果。

销售是一门科学，也是一种技术，它内非常深澳的道理，当然，销售也是较低门槛的，对从事这项工作的人员的学历要求不高，甚至于有些销售经理直说：“不论黑猫白猫，抓到老鼠的就是好猫！”一语道销售以成绩论英雄的本质。是的，当物欲横流、急功近利的社会环境就是这样的赤裸裸，我们可以改变什么？我们只能去适应环境，只能用成绩去证明自己存在的价值。

我认为：对于销售，自信、态度、专业知识、技巧，一样都不可以少。自信乃成功的一半，很难相信一个对自己都没信心的销售员能做出很好的业绩，做人也一样，一定要有自信，相信自己，自己就是最伟大的销售员，每天都要默默的告诉自己：我是最棒的，我是最棒的！假设没效果，跑到洗手间叫出来，握紧拳头大声的叫出来，这个时候你的潜意识已经告诉你自己是最棒的了，你的思想主宰你的行动，行动上你也就是最棒的，还有一个就是不要给自己始退路，定下一个目标，一个相信自己可以完成的目标，有足够勇气的话，告诉你的同事告诉你的店长：假设这个月你没完成2万毛利你就去裸奔，我相信你会破釜沉舟置之死地而后生，相信自己，不要裸奔，那就只能完成任务。专业知识：是指一定范围内的系统化的知识。

我们是卖手机的，对于手机的功能一定要熟悉一定要精通。在日常的工作中经常发现有很多同事连***手机的盒子都不会装，手机电池也不会分，像***亚，有相当部分同事都不知道有4c□5c的电池，你把4c的电池装到5c的手机里面是可以用的，但是你把5c的电池装到4c的手机里面是不可以用的，把4c的电池装到5c里面卖了之后就等于是少了一个电池，造成分摊，这个经常发生。

许多新入职的同事总是迫不及待的问我应该怎么卖机，当然想卖机是好事，但是你连一些基本功都没掌握，就让我去教

你销售技巧，那样只会富害了你自己，只会导致实际销售过程中手忙脚、丢三落四、漏洞百出，让顾客认为我们不够专业，购买欲望大打折扣，就算到最后给你买了手机，价钱也是可想而知了。

为什么我们的万能充可以卖到15块，而且总是卖到断货？别人卖5块钱一个却总是卖不出去？为什么外面士多店的啤酒3.5元一支还是660ml的，但是太阳城可以卖到15块，15块还是330ml的，份量少一半，价格贵几倍，却有很多消费者愿意买单，这就是专业和业余的巨大差别，我们花了巨大的投资在门店装修、铺位选址、加盟费上就早给顾客一种品牌效应，一种专业形象，把产品的利益最大化，想不到到最后由于店员的不够专业而让一切付诸一溃，实在是让人懊恼。

所以我真的很希望各位同事要苦练基本功，像拆装后盖电池、装内存卡、找盒子这些最基本的工作要做到精通熟练，不要临时抱佛脚，一会儿又去找人问怎么拆后盖，一会儿又说找不到内存卡在哪里插，这样会让顾客对你对企业失去信任，直接导致顾客流失。

手机分期方案篇七

- 1、为扩大销售，以低价位、高质量迅速占领市场，特制定本销售工作计划。
- 2、以低价位、高质量为本公司今后的主要商品。
- 3、本公司不特别重视单纯性的流行品或时代尖端的产品。但是，仍多少会推出这种类型的尖端流行产品。
- 4、在选择销售据点时，以中型规模或中型以上规模的销售店为目标。小规模的面行销方式，除特殊情况外，原则上不予采用。

5、关于前项的销售据点，在做选择、决定或交易条件的企划、事务处理时，都须确实慎重行事，这样才能巩固本公司的营业根基。

6、与销售店开始进行新的交易之前，须先提出检查，并依照规定做好调查、审议及条件的查核后才能决定进行交易。

7、销售活动必须制度化，合理化，力争使各项事宜高质高效的完成。

8、销售人员个人工作计划要细分，并将任务落实到每一个人。在接受订货和收款工作时，不得参与相关的附带性事务处理工作，必须全身心投入销售事务。因此，在销售方面应另订计划及设置专科处理该事务。

9、改善处理手续（步骤），设法增强与销售店之间的联系及内部的联络，提高业务的整体管理及相关事务的效率。尤其须巧妙地运用各种账表（传单、日报）来提高效率。

10、进货总额中的20%用于对公司的订货，其他则用于公司对外的转包工程。

11、进货尽可能集中在某季节，有计划性地开展订货活动。要确保交易双方的权益。

（1）进货数量。

（2）交货日期及交货数量。

（3）交货迟缓程度及数量。

13、为使进货业务能合理运作，本公司每月召集由各进货厂商、外包商及相关人员参加的会议，借此进行磋商、联络、协议。

14□xx公司与本公司之间的交易（包括与该制造公司目前正式交易的三家公司），一概归与本公司作直接交易。

15、本公司拒绝接受传票，物品交入本公司就属于本公司的营业范围内。

16、负责进货人员应每天到各厂商去照会联络，并促使对方尽快着手。

17、处理对外订货事宜时应使用报表，记入材料名称、色调、产品样式、号码、尺寸、厂商号码，然后交给厂商（厂商的户头也应写入），各种表格的填写必须详尽。

18、前项报表在发出订单时应一起附上，另外，还要贴在产品的箱子上，连同产品一起交给零售商和消费者。

手机分期方案篇八

为扩大销售，以低价位、高质量迅速占领市场，特制定本销售计划。

以低价位、高质量为本公司今后的主要商品。

本公司不特别重视单纯性的流行品或时代尖端的产品。但是，仍多少会推出这种类型的尖端流行产品。

在选择销售据点时，以中型规模或中型以上规模的销售店为目标。小规模的面行销方式，除特殊情况外，原则上不予采用。

关于前项的销售据点，在做选择、决定或交易条件的企划、事务处理时，都须确实慎重行事，这样才能巩固本公司的营业根基。

与销售店开始进行新的交易之前，须先提出检查，并依照规定做好调查、审议及条件的查核后才能决定进行交易。

销售活动必须制度化，合理化，力争使各项事宜高质高效的完成。

销售人员在接受订货和收款工作时，不得参与相关的附带性事务处理工作，必须全身心投入销售事务。因此，在销售方面应另订计划及设置专科处理该事务。

改善处理手续(步骤)，设法增强与销售店之间的联系及内部的联络，提高业务的整体管理及相关事务的效率。尤其须巧妙地运用各种账表(传单、日报)来提高效率。

进货总额中的 20%用于对 公司的订货，其他则用于公司对外的`转包工程。

进货尽可能集中在某季节，有计划性地开展订货活动。要确保交易双方的权益。

进货时要设立交货促进制度，并按下列条件来进行计算;对于交货成绩优良的厂商，将采取退佣方式处理，其规定如下：

- (1) 进货数量;
- (2) 交货日期及交货数量;
- (3) 交货迟缓程度及数量。

为使进货业务能合理运作，本公司每月召集由各进货厂商、外包商及相关人员参加的会议，借此进行磋商、联络、协议。

a公司与本公司之间的交易(包括与该制造公司目前正式交易的三家公司)，一概归与本公司作直接交易。

本公司拒绝接受传票，物品交入本公司就属于本公司的营业范围内。

负责进货人员应每天到各厂商去照会联络，并促使对方尽快着手。

处理对外订货事宜时应使用报表，记入材料名称、色调、产品样式、号码、尺寸、厂商号码，然后交给厂商(厂商的户头也应写入)，各种表格的填写必须详尽。

前项报表在发出订单时应一起附上，另外，还要贴在产品的箱子上，连同产品一起交给零售商和消费者。

手机分期方案篇九

销售计划书

第一条 为扩大销售，以低价位、高质量迅速占领市场，特制定本销售计划。

第二条 以低价位、高质量为本公司今后的主要商品。

第三条 本公司不特别重视单纯性的流行品或时代尖端的产品。但是，仍多少会推出这种类型的尖端流行产品。

第四条 在选择销售据点时，以中型规模或中型以上规模的销售店为目标。小规模店面行销方式，除特殊情况外，原则上不予采用。

第五条 关于前项的销售据点，在做选择、决定或交易条件的企划、事务处理时，都须确实慎重行事，这样才能巩固本公司的营业根基。

第六条 与销售店开始进行新的交易之前，须先提出检查，并依照规定做好调查、审议及条件的查核后才能决定进行交易。

第七条 销售活动必须制度化，合理化，力争使各项事宜高质高效的完成。

第八条 销售人员在接受订货和收款工作时，不得参与相关的附带性事务处理工作，必须全身心投入销售事务。因此，在销售方面应另订计划及设置专科处理该事务。

第九条 改善处理手续(步骤)，设法增强与销售店之间的联系及内部的联络，提高业务的整体管理及相关事务的效率。尤其须巧妙地运用各种账表(传单、日报)来提高效率。

第十条 进货总额中的 20%用于对 公司的订货，其他则用于公司对外的转包工程。

第十一条 进货尽可能集中在某季节，有计划性地开展订货活动。要确保交易双方的权益。

第十二条 进货时要设立交货促进制度，并按下列条件来进行计算;对于交货成绩优良的厂商，将采取退佣方式处理，其规定如下：

- (1) 进货数量;
- (2) 交货日期及交货数量;
- (3) 交货迟缓程度及数量。

第十三条 为使进货业务能合理运作，本公司每月召集由各进货厂商、外包商及相关人员参加的会议，借此进行磋商、联络、协议。

第十四条 a公司与本公司之间的交易(包括与该制造公司目前

正式交易的三家公司)，一概归与本公司作直接交易。

第十五条 本公司拒绝接受传票，物品交入本公司就属于本公司的营业范围内。

第十六条 负责进货人员应每天到各厂商去照会联络，并促使对方尽快着手。

第十七条 处理对外订货事宜时应使用报表，记入材料名称、色调、产品样式、号码、尺寸、厂商号码，然后交给厂商(厂商的户头也应写入)，各种表格的填写必须详尽。

第十八条 前项报表在发出订单时应一起附上，另外，还要贴在产品的箱子上，连同产品一起交给零售商和消费者。

结合杭州春泉有限公司的发展现状，针对“杭州春泉”大米的销售推广制定如下销售计划：

一、 目标与愿景

计划每月达成500吨以上的销售任务，年度任务达成7000吨的销售业绩；客户开发以每月开发10个以上的稳定客户为目标，争取全年稳定合作客户50个以上。计划以安徽几个地级市场为重点开发市场(合肥店为标杆市场)，其他几个地级市场为次重点市场，除大力度进行销售业绩的突破外，更多关注品牌形象的建设和品牌推广，具体思路如下：

二、工作思路

1、明确职责

“量化考核”时刻以达成月度销售任务为重中之中，同时转变思路，以市场服务和销售推广的双重角色开展工作。做好公司产品推广销售全面规划如：战略规划、策略制定、市场

调研、品牌推广、产品组合定位等工作。以消费者需求为中心，根据不同的市场环境，对市场运作进行策划及指导外，更注重如何协助经销商针对市场开发健全更完善、更健全的销售网路，更周到人性化的售后服务。

2、驻点营销

销售部驻点业务必须完成六方面的工作：

a□通过全面的调研，发现市场机会点，并针对性地拿出市场提升方案；

c□指导市场做好终端标准化建设，推动市场健康稳定发展；

d□针对性地制定并组织实施促销活动方案，对市场促销、费用及政策使用情况进行核查与落实，发现情况及时予以上报处理。

e□及时全面宣传公司政策，提升品牌影响力及知名度，培养忠实客户；

f□在市场实践中搜集整理亮点案例，重点总结出方法和经验，及时推荐给市场复制；

3、与经销商强强联合，真正建立覆盖乡村的销售网络

三、管理团队

1、销售团队配置标准：

a 业务经理1名(销售部) 市场部经理1名负责业务团队的组建考核，市场推广及销售目标的达成，制定规划年度销量明标及费用预算等事项！

b市场信息管理员1名(文员)负责市场调查、信息统计、市场分析、业务人员销售数据汇总、客户资料整理等工作。

四、市场分析

1、竞争激烈

近几年来，由于同质化现象严重，市场供应远远大于市场需求，大米销售处于买方市场，竞争十分激烈，因此做好客户的服务及管理显得尤其重要，在公司保证品质的前提下，同种品质比价格，在降低各项成本的基础上，为经销商提供最优惠的价格，在同等价格的基础上，为消费者提供最优质的产品；同行业竞品如金健，北大荒，福临门，金龙鱼的优秀推广模式均可学习借鉴，为我所用，知己知彼，百战不殆。

2、整合资源

我公司依托区域特有的生态保护田优势保障了我们有特色的绿色食品供应，且有政府背后的大力支持，是一般中小型企业无法比拟的优势。公司需引进较强的人才优势，在科研开发、销售公关、企业管理、财务及物流配送各方面，集中一大批优秀骨干人才，为公司的发展和市场的开拓提供保证。

五、品牌推广

为了能够迅速有效的扩大我们产品的市场份额，并获得长久的发展，我们将以公司的发展战略为核心，从产品的品牌形象、产品定位、市场网络建设、市场推广等四个方面系统规划品牌推广策略。

1、品牌形象

为了打造“xxx”的品牌形象，建议我们公司的所有系列产品统一使用该品牌，不同类型的系列产品采用不同的包装策略，

建议增加人物头像，以便于百姓识记。

2、产品定位

3、网络建设

销售渠道是企业的无形资产，多年的市场运作、网络的初步形成，网络建设仍将作为公司未来发展的重点工作，努力加强乡镇网络的建设，积极发展新的经销商，使销售网络更趋稳定。进一步开发重点市场的经销商和专业大米销售商，扩大市场范围，抢占市场份额。

4、市场推广

a.积极利用公司各种有价值的资料，如(品牌好的形象)等宣传企业。

b.在区域性的专业报刊、杂志或电视媒体上刊登广告和文章，扩大产品知名度及品牌影响力。

c.积极参加各种大型行业会议及与各地经销商联合举办多种形式的产品知识讲座、产品体验营销、产品推广等会议，宣传展示公司与产品。

d.利用多种形式与经销商开展促销活动，促进产品销量。

e.在一些重点市场配合经销商做一些墙体广告，单页宣传，海报kt板或室内

六 销售部组织架构

七 销售部费用预算及成本分析

a 人员费用预算

2. .招待费用400元/月手机费用200元/月(每人预计总费用0700万元/月)

3. 业务代表待遇：底薪1200元/月，提成30元/吨，差旅补助60元/天，车

费实报实销控制在300元/月，住宿费30元/天。手机费300元/月(每人预计总费用5000元/月)

b 市场推广费用预算

促销政策支持：十送一活动，预计销售500吨，需赠品1万袋，预计25万元

总费用合计：业务经理2名，费用总计2万元，业务代表8人，费用总计4

万元，人员成本合计6万元;市场推广费用25万元，总费用31万元/月

c 成本分析：

单月销量1000吨，销售额平均400万以上，如按总费用31万元预算，则吨

均费用310元/月。

业务人员待遇制度

1. 底薪□a.试用期一个月，底薪1000元/月，不含任务

c.第三个月完不成50吨任务，公司建议辞退

3. 话费：每月报销200元，以实际打印发票为准

4. 提成：依据销售部计提及奖金标准执行

5. 差旅费：依据车票实报实销，出租车的士费每天20元以内

市场推广费用标准：

2. 市场推广费用：以买赠为主，赠品以杂粮为主

3. 样品：依据市场需求调整产品结构

一、活动时间：

xx年9月8日xx年9月10日

二、活动地点：

超音波通信城(紫金店和西街店)

三、活动目的：

9. 10为策划原点做出相应的促销方案□

四、准备工作：

1、卖场内需准备好各种品牌、款式和功能的促销机型；

3、销售人员的培训，对有针对性的机型进行特训，以增加活动期间的销量；

4、广告媒介：宣传单页(a4)□店面外展版(尺寸待定)，报媒(待定)；

五、活动内容：

1、投入相当一部分资金购买礼品，从礼品上吸引路过的潜在

消费者；

2、从社会上百般寻找高水平的主持人，当路演人气不旺时能很好的调动路人参加活动；

5、从9月8日起至9月10日截止，在上党晚报做原

创短信大赛，以教师节主题为评选出一、二、三等奖和入围奖；(待定)

6、举行店内购机抽奖活动：购机在1500元以上者(含1500)即可参加抽奖；

六、活动流程：

9月9日上午：

1、9：30分开始，鸣炮，奏乐，总经理致辞；

2、9：40分由主持人讲开场白，宣布活动开始，由礼仪公司安排出演节目；

3、10：10分由模特展示本次活动的促销机型；

4、10：25分由礼仪公司安排出演节目；

5、10：45分开始现场知识问答，并给予奖品；

6、10：00分由礼仪公司安排出演节目；

7、11：30由主持人向现场观众告之下午的开场时间及活动内容；

9月9日下午：

1、15:00分开始，由公司安排出演节目；

4、16:00分开始购机抽奖；

5、16:20分由公司安排出演节目；

6、17:30分活动结束

七、活动现场安排：

1、场地安排：在手机卖场门前搭建舞台，前提是不影响店面通道。

2、人员的安排：每店面只安排4人，2人/班发放宣传单页，并引导顾客到店内购机，要求交谈表达力强；现场控制人员1名，保证与礼仪公司的良好沟通；礼品保管1名，按要求指定获奖人发放奖品；交通疏导1名，保证店面门前通道畅通。

3、奖品的确定：待定

4、经费预算：略

八、对活动的事前事中事后分三部分来控制，各部分应考虑到的问题：

1、活动前，工作人员的

招聘及简单培训、促销场地的预约、与其它部门的沟通协调、经费的预算申请、现场安全性问题、时间长度及时间点。

2、活动中，保证会场气氛的活跃、卖场的销售配合。

3、活动后，对本次活动进行评估、对本次活动损益分析、无形效益分析、如果促销效果明显可以借助后期的节假日再次进行促销(如八月十五，国庆等)。

注：本次活动的活动流程需要和礼仪公司有良好的沟通，确定其具体时间。

手机分期方案篇十

销售工作的基本法则是，制定销售计划和按计划销售。销售计划管理既包括如何制定一个切实可行的销售目标，也包括实施这一目标的方法。每个人都有各自的特点，都有各自的方法，关键是要找到最适合自身的一套方式和方法。

对客户管理有方，客户就会有销售热情，会积极地配合。如果对客户没有进行有效的管理，或者客户关系管理粗糙，结果，既无法调动客户的销售热情，也无法有效地控制销售风险。所以必须想尽方法维护好客户关系，关注客户的各个细节，随时让客户感觉到你与他同在。

信息是企业决策的生命。业务员身处市场一线，最了解市场动向，消费者的需求特点、竞争对手的变化等等，这些信息及时地反馈给专卖店，对决策有着重要的意义，另一方面，销售活动中存在的问题，也要迅速及时地反馈给专卖店，以便管理层及时做出对策。业务员的工作成果包括两个方面：一是销售额，二是市场信息。对企业的发展而言，更重要的是市场信息。因为销售额是昨天的，是已经实现的，已经变成现实的东西是不可改变的；有意义的市场信息，它决定着企业明天的销售业绩、明天的市场。

“管理当中无小事”，一位出色的经理同时也是一位细心的领导者。同样，“销售当中无小事”。销售更应慎重、谨慎，去寻找一个双赢的法则。在学习、总结、实践、摸索、尝试中提高。