# 加盟商服务方案范文优选22篇

来源：网络 作者：空谷幽兰 更新时间：2025-04-23

*加盟商服务方案范文 第一篇对于零售业来说，一个好的成功地促销活动方案能够提升销售额50%以上，现在的商家越来越离不开策划，现在零售业常见的有策划部、营销策划部、广告部、企划部等等部门，事实已经证明策划部门已经是零售业的一个非常重要的部门。一...*

**加盟商服务方案范文 第一篇**

对于零售业来说，一个好的成功地促销活动方案能够提升销售额50%以上，现在的商家越来越离不开策划，现在零售业常见的有策划部、营销策划部、广告部、企划部等等部门，事实已经证明策划部门已经是零售业的一个非常重要的部门。一个公司对策划部门的重视程度将直接影响一个公司的销售好坏。那么，作为策划部门作每次促销方案都有自己的风格和创新，我个人认为，要想有一个成功的促销活动，必然要提前做好促销策划方案，并组织相关人员、部门参与讨论，并最终达成一致，作最后的确定，开始利用各种媒体宣传。本促销活动策划方案模板基本上包括了活动策划中所涉及的内容，包括：市场分析、活动主题、活动目的、活动时间、预期目标和效果、市场推广建议、费用预算明细等。

1、市场分析

[说明：做运营必须能够把握市场的发展，如果需要，请描述一下自己负责产品的市场情况。]

2、活动主题

[说明：填写活动的主题，要求主题一定要简洁、清晰明确、有吸引力。]

3、活动目的

[说明：活动的主要目的]

4、活动时间

[说明：活动执行的时间段。]

5、效果预期和数字目标

效果预期

[说明：预期的可以到达的效果。]

数字目标

[说明：制定运营数字目标]

6、活动详细情况

参与产品

[说明：说明本活动涉及的产品，及其配合程度。]

活动详细说明

[说明：详细说明活动的实施方式。]

奖项设置(随机)

[说明：奖项和奖品设置]

7、广告宣传(市场推广)

[说明：针对本次活动，做出详细的广告宣传计划和市场推广方面的想法和建议。]

内部宣传(推广)

外部宣传(推广)

8、活动任务安排及工作计划

[说明：将活动中的所有需要完成的任务细分并分配到责任人。]

9、费用预算

[说明：对所有活动计划投入费用的汇总。]

10、活动总结

[说明：详细总结本次活动的成功典与失败点，作为参考学习的宝贵资料。]

**加盟商服务方案范文 第二篇**

一般可以采用以下方式：

1、节假日客户生日关怀短信：利用节假日或老客户生日提供价格优惠，吸引客人；

2、短信打折券、现场短信交友；

3、客户服务：订餐、订房后的确认短信，来店前短信提醒或地址信息；

4、广告宣传：利用广告群发手段进行广告宣传，发布特价信息，提高人气；

5、服务相关小知识短信介绍，例如餐馆可进行新菜式、特色菜、时令菜介绍以满足广大食客的尝鲜心态，避免客户流失；

6、现场抽奖：客人发送短信有机会获得价格优惠，或者赠送特色菜。既提高客人兴致，也可借此获得大量客户手机号，成为未来宣传服务的目标。

案例：

时间：

>活动内容：

1、广告语：“游王府，吃川菜，送清爽”。

X月X日——X月X日黄金周期间，凡持当日游览花园门票的宾客来店用餐，每桌可获赠清凉甜爽水果一份（或酸梅汁一杯）。

2、触摸“五一”幸运摸奖活动

X月X日——X月X日放假期间，在x店用餐者以桌为单位，均可凭结账单参加抽奖活动，凡抽出写有“五一”字样的客人将获得花园门票一张；凡抽出写有“五一xx店”字样的客人将可获得三轮车什刹海胡同游览券一张。

3、“x饭店蔬香樟茶鸭特价卖”

X月X日——X月X日活动期间，x店每日限20只x饭店蔬香樟茶鸭特价销售，原价96元/每只，特价60元/每只。活动期间还有两款特价菜以供宾客选择：上汤扒双鲍118元/份（原价198元）、葱烧赤参48元/份（原价88元）。

另外，为回报消费者，X月X日—X月X日活动期间，x店特推出“精品川菜、百姓价格”的三款套餐：亲子三人套餐188元、快乐六人套餐588元、全家福套餐（10人量）880元。

4、订“益智斋”餐厅送花园游

X月X日——X月X日活动期间，凡在“益智斋”用餐的宾客可免费游览花园。让宾客充分体会到“xx里的川菜，川菜中的经典”意境。

五一的餐饮节日商机是很明显的，有很多的婚宴、寿宴、家庭宴请等都会选择在这一时间段举办：

一是处在小长假期间，亲朋好友难得聚会；

二是正处于春暖话开时节，踏春、旅游需求旺盛，旅游的流动消费也会给餐饮市场带来不小的空间！而做好具体的市场环境分析也是极为重要的：

>自我分析

就是对本身出品部门的状况做出客观的评估。每个餐饮营销者都可以想出很多富有创一流的促销主义，但是谁也不能忽视：在特定的经营时期内，在特定的烹调水平上，在特定的餐厅环境中，在有限的资源利用上，管理者能够做什么？这就需要经营者想一想：促销的目的是什么？你的烹调水平能够做什么？你的餐厅环境可以做什么？你有多少钱可以用？

>客源分析

五一餐饮促销的客源是谁这很重要，因此管理者要彻底分析客源市场状况，才能进行有效的。分析客源要考虑如下问题：谁是顾客？顾客需要满足的是什么？顾客尚未满足的是什么？

>主题确定

确定促销主题就是怎么包装问题。促销的主题至关重要，因为它决定了整个促销活动对市场的吸引力，也是宣传广告、餐厅装饰、服务形式、销售方式的中心内容。选用什么样的主题，取决于促销的目的和目标市场的承受能力。任何促销主题的包装，要考虑目标市场的“口味”和特点，要考虑诉求于市场的表达方式，要将其促销内容及“卖点”突显出来，还要讲究创意，没有创意的促销包装是难以有吸引力的。

>促销方式

餐饮促销方式可是多种多样的，而且不断地推陈出新。归纳起来，有特别介绍、主题美食、优惠促销、信函促销、文艺表演、厨艺表演等。

>执行与管控

促销方案再好，想法再新颖，不去执行，那也只是一些想法。而只行动了，才能把所有的想法都变成现实。而在执行过程中没有很好的管控，促销活动就有可能偏离轨道。

>确定

把所有的促销策划方针方略以促销方案的形式确定下来，才能让商家们更好的去执行，也才能让所有的促销人员更好的去配合完成。

**加盟商服务方案范文 第三篇**

一、促销目的

利用端午佳节小长假期间，进行大规模促销活动，提高产品销量，扩大本农家乐知名度，刺激消费渠道，有效掌握消费者的顾客资料。

二、促销对象

\_\_人家农家乐的目标消费群

三、促销时间

20\_\_年6月1——8日(根据需要可适当提前或者延长促销区间，以保证促销活动最大量接触消费者。)

四、促销方式

运用强有效的价格利器，采用多重优惠组合，传统端午节文化，活动复兴的冲击以造成的气势，凸显强势品牌和强势营销的风范。

五、促销主题

“ 感受传统文化 品尝特色美食”;副标题:“\_\_人家农家乐粽子选秀大赛期待您的参与”

六、促销产品

本农家乐特色文化与美食

七、促销操作

策略:为扩大本农家乐知名度，提高市场竞争力，本次促销活动以向消费者让利为主要操作手段;为了展示\_\_人家农家乐的特色文化，向消费者传达正统农家乐的全面形象，以产生足够销量，新上市产品适当让利，以与消费者终端接触为目的，并产生一定的销量与消费者的认同。

方式：本活动以粽子为主打促销产品，以及\_\_地方特色端午美食，进行不同食品搭配销售、节日礼包赠送等。

1、举行农家粽子选秀大赛，邀请十里八乡手艺出众的农人参与比赛;邀请乡镇政府部门人员观赛并进行公证与监督;邀请本农家乐消费者代表进行评分(外观和味道)。得胜者均有丰厚奖金及奖品发放。

2、推出端午节团圆餐，凡以家庭为单位的消费者均可享五折优惠。

3、给异地大学生节日的问候，凡在校异地大学生均可凭学生证领取节日礼包一份(\_\_地区端午特色食品)。

4、重现传统端午文化，从起源、发展、变迁、现状等方面进行现场解说，并包含趣味答题互动环节，答对者可获的节日礼包一份。

八、大型促销活动准备

1、活动期间活动点派销售人员在各入口处派发活动传单;

2、活动点可进行悬挂菖蒲、艾草，洒雄黄酒，扎龙舟等活动，用于吸引消费者驻足观望并烘托主题活动氛围;

3、在活动地点醒目处放置主题背景及内容说明物料等;

4、活动面积至少保证50平米以上，可选择营业点前露天广场;

5、为加强活动的吸引力和现场的气氛，可同时在活动场地举办歌舞表演或当地老百姓喜欢的特色娱乐活动。在搞这些活动时，准备工作一定要做好，现场舞台的搭置、主持人的挑选，演员的确定，娱乐活动内容的选择都要细致，周到。

九、人员安排

本次活动由本农家乐按照方案自行操作，为保障此次活动的顺利执行，针对活动执行过程中的两个细节，需要指定专人负责：

1、单页派发人员

活动期间每天在营业时间于活动场地人流量最大的通道派发传单，负责向消费者传递活动的第一手信息，要求：形象、气质佳，着装整洁，并配有本农家乐明显标志。(建议统一服装)

2、大赛活动管理人员：

为保证活动有序进行，必须指定专人对比赛材料、奖券、奖品进行管理，避免发生不必要的纠纷，影响到品牌形象。

**加盟商服务方案范文 第四篇**

>一、 市场可行性分析：

自03年后，07年开始的新一轮购车热经过09年的火热后，正在回归正常。

目前销售主体4S店已经出现13年，运营成本增加，单车利润下降，4S销售模式受到越来越多的挑战，必然会向低竞争的垄断和低成本的展示功能或者高利润的维修转变。

>二、公司目标：

近期，我们20xx年主要发展佛山市场，到20xx年底形成十五个主要团购品牌，月提车100台的目标；兼顾对广州和江门进行切入。XX年全面提升三个城市的品牌，至12年底，形成三地月提车300台的目标；并且进行成熟区域发展加盟商的尝试。

(1)公司组织架构：

(2)部门职能：（总则：分工不分家，艰苦创业）

1、 总经理：全面调控公司各部门运营及发展。主抓4S方案和汽车鉓品开发，对各部门经理负管理责任。(简单讲,就是什么都要做)

**加盟商服务方案范文 第五篇**

第一招：比淘宝还吸引人的限时免单

经常逛淘宝的人都有体会，说好的限时免单，可自己从来就没有抢到过免单名额。而蛋糕房的限时免单则是实实在在的优惠：每天固定一个时间，就在这限定时间内，只要进店就能获得免单资格，消费者能不来吗?只怕要把店门给挤破了呢。

不过，限时免单也要有一定的资格限定，比如哪几款产品有免单资格等等。这个需要老板们根据自己的成本经营情况来具体把握。总之，只要让进店的人能得到优惠，即使不能全部免单，大家也不会反感的，这可比淘宝的吸引力大多了。

第二招：每天做不同的产品主场

以京东商城为例，双十一总共促销11天，每天都是不同的品类主场。蛋糕房也可以借鉴这种方法，比如第一天做蛋糕专场，第二天面包专场，第三天饼干专场，第四天甜点专场……具体每天做什么专场可以根据自己的产品总类目来灵活变通，总之，每天都要给消费者不一样的惊喜，吸引他们持续关注。

如果您的产品品类较少，还可以做单品专场，比如第一天是黑森林蛋糕专场，第二天是慕斯蛋糕专场……，相信只要产品好吃，活动有趣，一定会有大量吃货来捧场。

第三招：让消费者提前充值

提前充值的诱惑点在哪儿?如果在双11之前进行会员卡充值，双11当天充值金额可以当做倍使用(或者充200当250，充300当380之类的也行)，这就是最大的诱惑点。当然，具体优惠多少还是要老板们自己核算成本。不过话又说回来了，如果能通过双11积累高人气，就是暂时不赚钱也值得呀。

值得注意的是，充值活动一定要有期限设置，比如10天。店里面可以挂一个牌子：最后3天，最后2天，最后1天。大量事实证明，最后一两天是充值的高峰期哦。

第四招：让顾客提前下单预付定金

毕竟现在的消费主力是年轻人，全场7折之类的传统玩法对他们的吸引力已经不够，他们更喜欢京东淘宝上那些新奇好玩的促销，而以上几个新招恰好满足了消费者的心理，只要好好利用，绝对能销量猛增人气爆棚!

**加盟商服务方案范文 第六篇**

>活动背景:

面对年后第一个长假得来临,第一个销售高峰也随之到来,在这个春夏交接得时段,是一个消费较为活跃得时期,尤其是服装和食品类。

>活动思路:

五月正是天气转暧并趋于稳定得季节,也是进行旅游等户外活动得好时期,特举办“锣开五月、玩美假期”活动,“锣开”是大力度得促销活动,为消费者省钱得时间到了,“玩美假期”则是假日期间我们将举行很多有意思得活动,此活动得目得就是抓住这段时间得消费者得消费特点。随后还有“母亲节”

“助残日”“牛奶节”等爱心大行动贯穿整个五月。

>活动目得:

提高门店销售额,同时增加企业亲和力,树立优良企业形象,培养忠实顾客。

>活动主题:

“锣开五月、玩美假期”

>主体宣传:

1、我开锣、您省钱。

2、玩转假(价)期

>活动时间:

4月25日——5月15日

篇章:

一、开锣省钱、玩美假期

二、诗歌花语、完美母亲节

三、爱心行动、完美助残日

四、健康生活、玩美假期

背景:五一黄金周

内涵:商场在五一是消费者省钱得假期,消费者得五一应该在华达玩美。

外延:降价促销、限时抢购、捆绑销售、联合促销、换购。

内容:

1、开锣套餐、惊喜无限

2、开锣时刻、争分夺秒

3、完美价期、任您挑选

a促销板块

开锣套餐、惊喜无限(活动时间:5月1日至5月7日)

“五一”期间是旅游高峰期,在市民准备前往旅游目得地之前得采购,部份市民得市内户外活动、短途旅游也将是我们这次促销活动得一个契机。

活动内容:实质是捆绑,销售分“旅游套餐”和“假日套餐”

“旅游套餐”是针对短途旅游消费群和外来长途游团体,将单个商品得折扣累加、集中凸显价格优势。

“假日套餐”针对平日忙于工作难得休息得人群,尤其是单身消费群体,主要将生活必需品适当组合、建议在此炒作健康概念,推出“黄金周健康谱”。

5月1日“劳动光荣餐”为滋补系列

5月2日“开锣首席餐”特色系列

5月3日“玩美心情餐”绿色系列

5月4日“时尚青年餐”营养系列

5月5日“青春飞扬餐”美容系列

5月6日“开心、玩转餐” 休闲系列

5月7日“归心似箭餐” 调节合胃系列

每日食谱不同(主要包括:菜系、水果饮料、休闲食品等、捆绑销售)。

b、开锣时刻、争分夺秒 (活动时间:XX年5月1日至XX年5月7日止)

活动内容:实质是限时抢购,在每天得早上8:00—9:00分、下午:14:00—15:00、晚上20:30—21:30分建议每天每时段抢购商品都具有实用性、独特性,能够让消费者产生购买欲望。

早上8:00—9:00以家庭主妇商品为主

下午14:00—15:00普通商品

晚上20:30—21:30只要在活动期间一次性购物满68元,即可至服务台加一元领取一张抢购票入场抢购,抢购票当天使用有效,过期作废,(数量有限,抢完为止)

(注:本次活动单张小票最多限领二张抢购票,入场抢购时必须将抢购票交于工作人员,才能入场抢购,抢购票必须加盖华达财务章方才有效)。

内部注意:内部员工及员工家属不得参于本次活动,违者必纠,所有抢购商品均为纸条放在盒子里(盒子为密封)堆放在抢购堆头上,顾客抢购到纸盒至服务台加一元换商品,每天限抢300份商品。

3、玩转价期(活动时间:XX年5月6日晚20:00开始)

为了提升晚间购物人气、特在5月6日晚,也就是长假结束之前,预热后期促销,在外场专设一场商品拍卖会,1元起拍。

**加盟商服务方案范文 第七篇**

>一、前期准备

七夕活动项目确定后，统一进行活动工作人员培训，演练，服务岗位熟悉活动内容 活动敲定后小区内布置，活动当日工作人员的调配和分工

活动中可随时插入楼盘的介绍及宣传海报的发放

建立此次活动参与者QQ群或MSN群，保持联系，有新的活动可以及时通知，期间也可以不定时的发布楼盘信息

>二、七夕主题活动（延续两周的时间，有三个主题）

1、 【浪漫七夕寻找你的爱人活动】

活动时间：x年8月6日9:00-18:30

活动对象：广大的未婚（准备结婚）和已结婚的情侣和夫妻

活动目的：让想结婚的情侣感情更加牢固，让已结婚的夫妇重温热恋时的激情与刺激，同时也让这一部分潜在客户更加了解本楼盘，激发他们为爱买房置业的欲望，甚至借助他们推广楼盘。

活动内容：活动开始后工作人员把男方统一带到活动指定的地方，接着在男方不知情的情况下把女方带到楼盘内任意一个房间，锁上门等男方来寻找。男方经过寻找并询问确定女方是在某个房间后，必须对爱人说出一段表白把工作人员感动后方可开门。（期间禁止男女双方携带通讯工具。）

活动奖励（具体奖励与房产商协商）：选出最先找出爱人带到指定地方的前三名，所有选手均获得最后大奖环节的抽奖资格

初步确定奖品为：第一名（一名）：楼盘销售代金券或折扣券+地方蜜月游。 第二名(一名)：楼盘销售代金券或折扣券+XX酒店豪华夫妻房免费一晚入住权

第三名（一名）：楼盘销售代金券或折扣券

注：此活动看具体情况可维持到第二个活动开始，期间负责活动人员的中餐

2、【浪漫七夕相亲夜活动活动】

活动时间：x年8月6日19：00-21：30

活动对象：都市的单身白领。

活动目的：提供一个相识、相知、相恋的平台给未婚的都市白领，同时也让这一部分潜在客户更加了解本楼盘，激发他们为爱买房置业的欲望，甚至借助他们推广楼盘。

活动报名：同上

活动内容：仿江苏卫视《非诚勿扰》方式，进行现场相亲，并在相亲的过程中抽取出本次节日活动设立的幸运奖，三等奖，二等奖，一等奖，特等奖等（奖励方案与房产商协商）

活动奖励（具体奖励与房产商协商）：对成功牵手的情侣实施分阶段奖励方式：

第一阶段：成功牵手获赠情侣套餐及楼盘特权券一份。

第二阶段：成功牵手并恋爱半年者凭特权券获得楼盘购买指定金额代金券或折扣券一张。

第三阶段：成功牵手结婚者并在本楼盘买房除享受代金券或优惠券

提供的优惠外还送地方蜜月旅行机会。

3、【浪漫七夕购房送优惠，爱她，就给她一个幸福的家活动】

活动时间：x年8月-x年9月（具体时间与房产商协商）

活动目的：通过此活动宣传楼盘并刺激潜在客户的购买欲望，增加销售量。 活动内容：在活动期间购买本楼盘可获得各种优惠。尤其是新婚夫妇凭结婚证购买房产可获得更多的优惠。具体可为：

第一级优惠（普通大众）：普通优惠

第二级优惠（订婚者或新婚者，想为她准备一个幸福的家）普通优惠内容+二级优惠内容。

第三级优惠（已婚者，结婚时间越长优惠越多）上两级优惠内容+三级优惠内容

>三、执行说明：

**加盟商服务方案范文 第八篇**

>一、经销商所具备的资格

1、诚实守信，有广泛的社会资源和商业信誉。

2、无论您是何种经营体制，何种行业，有无相关经验，只要您有强烈的市场意识和敏锐的市场洞察力。

>二、合作方式

1、厂价结算（包含市场投入费用，当地市场主要投入由厂家负责）；

2、裸价结算（扣除市场投入费用，当地市场主要投入由商家负责）。

3、商议的其它方式。

>三、支持经销商

1、厂家对经销商实施市场投入 + 首批进货激励 + 返利 + 年终大奖。

2、厂家负责培训经销商从业人员。

3、厂家负责对经销商所在的区域市场提供销售方案。

4、厂家对裸价结算的市场提供常年销售服务。

5、市场投入费用金额用于市场的硬件广告、软件广告和大型促销活动及促销人员基本工资。

>四、首批进货激励（不含裸价）

1、首批进货15万元，配赠酒10000元。

2、首批进货20万元，配赠酒15000元。

3、首批进货30万元，配赠酒28000元。

4、首批进货50万元，配赠酒50000元。

5、首批进货100万元，配赠酒120\_0元。

6、以上激励政策由本公司另行支持，各系列酒市场投入费用不变。

>五、年终大奖（不含裸价）

销售量（裸价除外）超过基本任务一倍以上（含一倍）者（首次进货量除外）：

县级：奖价值80000元小轿车一辆；

地级：奖价值150000元小轿车一辆；

省级：奖价值250000元小轿车一辆。

>六、信誉保证金，首批进货量，年度基本销售量，返利

1、信誉保证金：根据代理区域级别不同，交纳相应的品牌独家代理费。

2、首批进货量：县级10-30万；地（市）级30-60万；省级60-120万。

3、年基本销售量：县级100-300万；地级300-600万；省级600万以上。

4、年终返利（不含裸价）：完成基本销售量返利4%，基本销量以外返利6%。

**加盟商服务方案范文 第九篇**

>一、 招商原则

“xx企业家协会迎新晚会“通过对社会各种资源的有效整合，为xx学员搭建一个跨年耀眼的大舞台，同时让关注本次晚会的爱心企业、事业单位、社会团体及民间组织得到一个展示平台。

几年来我们迎新晚会的成功的举办，已经具备举办大型晚会的经验。多种主流媒体参与推广报道，“ xx企业家协会迎新晚会”在20xx年初必将成为业内人士谈论的重大事件。

阿克苏地区xx企业家协会现有会员单位300多家，涵盖4家上市公司、上亿资产的企业家有50多位。20xx年1月举行盛大迎春晚会，有200多位企业家参加活动，本次年会通过提供服务平台，让参与合作的商家得到有效的推广宣传，是一次相互交流、资源融合、合作共赢的良好机会。

>二、 媒体推广

>三、 其他形式推广

1、 在年会上印制企业名称及主宣传画面

2、 年会相关用品上印制单位名称（如节目单）

>四、冠名单位尊容礼遇

主冠名单位5万 将可享受：

1、 年会《主节目》冠名权；

2、 大厅2个主展位，在大厅的左右两侧；

3、大厅走廊条幅/条 展架2个；

4、企业第一负责主桌就坐；

5、年会开始前2—3分钟视频宣传资料；

6、冠名单位负责人可上台致词；

7、年会过程中主背景宣传片，循环播放；

8、授予“20xx年会特殊贡献奖”奖牌，在活动中颁发；

9、企业名称及LOGO印到年会的节目单；

10、企业名称及联系方式刊登在每桌的鸣谢牌中；

11、主持人口播感谢冠名单位：在主持中，每提及年会时，都提及冠名单位名称；

12、大厅吊旗，200百个背椅广告）

13、向主冠名单位赠送主宾席用餐一桌（10人）；

14、年会过程中30秒LED画面定屏；

（备注：以上宣传冠名单位只需要准备图文、视频、音频，其它均由主办单位负责）

**加盟商服务方案范文 第十篇**

>一、会议目的：

通过此次招商会议，达成参会经销商及时与公司合作的意向，为启动市场做好铺垫。

>二、会议主题：

倡导健康，创造佳品，引领双赢。

>三、会议时间：

XX年10月15日-10月17日期间，第一天下午报到，第二天

上午8：30正式会议。

>四、参会人员：

1、政府领导，包括政府领导，家电协会会长

2、康佳集团领导、厨卫事业部领导、技术部代表、品质部代表、全国区域经理

3、全国经销商

4、会议工作人员：筹备组、调度组、后勤组、接待组、交通组、现场策划组成员

>五、会议地点：

暂定“秘书工作”酒店

>六、会议筹备期

（9月20日-10月15日）

1、9月20日成立由部门领导组成的筹备组，并分配责任人，负责相关工作；

2、9月21日前由营销部提交《招商会议方案》草案，并交筹备组讨论，总经理审批通过。

3、9月22日-10月5日由各区域经理向已有合作意向的各省其他知名生活电器,经销商和国美、苏宁等全国连锁销售企业发出《招商邀请函》。

4、10月1日之前确定好会议地址与参会人员（政府机关、媒体及业界人员）名单。

5、公司内部成立司仪组或请专业司仪公司负责接待工作。

6、人员分工（详见表2）

7、10月14日之前完成公司及工厂现场5s工作，完成相关接待物品的采购及信息传递。

8、10月5日之前营销部经理负责整个招商会议的费用预算，报营销总监审核，总经理签字通过。

>七、会议召开期（10月16日）

1、具体会议流程（详见表1）；

2、各组工作内容及要求见表2《人员分工及工作职责说明》；

>八、会议结束期（10月17日）

1、会议现场的清理；

2、与酒店的费用结算；

3、带领经销商参观公司及生产现场；

3、会议结束后，各区域经理负责区域经销商的招商洽谈及返程事宜的协助。

>九、会议总结期（10月17日）

1、招商会议工作总结

2、下期工作计划及目标

**加盟商服务方案范文 第十一篇**

一、连锁加盟概念、商业模式、特点及优势

连锁经营是指经营同类商品或服务的若干个店铺，以一定的形式组合成一个联合体，在整体规划下进行专业化分工，并在分工的基础上实施集中化管理，使复杂的商业活动简单化，以获取规模效益;连锁经营分直营连锁、加盟连锁和自由连锁三种商业模式。

加盟连锁作为连锁经营的一种模式，亦称特许加盟，是指加盟授权者将特许权授权给加盟商，包括产品，服务，营业技术，商号，标示等;加盟商按照加盟授权者的授权标准进行专业化经营的模式;该模式具备统一的经营标准、统一的产品体系、统一的品牌形象，规范的服务制度等特点。

该模式能够迅速为特许授权主体公司提高品牌效应、获得专业化认可和好的消费口碑、同时会获得规模效应;随着特许主体的加盟体系不断完善、加盟店数量不断增多、品牌知名度不断提升，特许加盟将会给加盟主体公司带来不可估量的价值!同时能够助加盟商获得成功。调查资料显示，在相同的经营领域，个人创业的成功率低于20%，而通过加盟连锁创业的成功率则高达80%—90%，并且大部分行业超过了90%;这是一种双赢的运作理念，是21世纪最为成功的商业运作模式之一!

二、化妆品连锁市场环境分析

从宝洁1988年进入中国以来，中国化妆品市场发展已有二十多年时间，化妆品经营模式也根据商品特性、价位、终端特征呈多样化发展，一般分为日化模式(批发、商超、百货专柜、精品店)、专业线模式(美容院线、美发线)、连锁模式(化妆品零售连锁、个人护理连锁)几种类型;而化妆品连锁模式因具备投入少、推广快、覆盖广、风险低诸多市场优势，得到很多化妆品企业和经营者的关注，近年来成为化妆品企业发展的主力方向。

目前，中国化妆品连锁大致分为三大阵营：第一种是以个人护理产品为核心的国际连锁零售机构，以“屈臣氏”、“万宁”、“莎莎”为典型代表;这类连锁店以日用化妆品为主，且品牌繁多，产品结构及品种多样化，经营面积也具备一定规模，因企业实力强大，操作模式成熟，连锁店通常占据市场领导地位;其二是高端国际化妆品连锁零售店，比如“欧舒丹”、“欧诗顿”;这类终端店以销售国际中高端化妆品为核心，品牌丰富，品种繁多，深得高端消费者和时尚白领喜爱;第三种是中国本地化妆品连锁店，如 “娇兰佳人”“千色店”等;该类连锁店以“自主品牌核心+国际品牌辅助 ”为经营特色，产品品种多，价格区间较大，选择空间很大，可满足不同类型的消费者，最具代表性的“娇兰佳人”，早期进入日化市场始终默默无闻，后转型化妆品连锁运营，短短5年间便在全国开设300余家连锁店，销售额超过5亿，开创本土化妆品连锁的奇迹。

伴随着消费需求提升，连锁化妆品营销方式也在不断创新，其中，以个人护理为特色的化妆品连锁机构也成为一道全新的亮点，如百莲凯美容美体、欧杰蔓SPA馆、植秀堂养生店、丝域养发馆、尚艺发型设计等;这类连锁店通常以个人护理服务为核心项目，配合精细化的服务，结合专业功效产品销售，赢得大量忠实消费群体，更因为投资门槛较低，系统性连锁管理服务等特色，得到大量经营者投资加盟。

随着国民生活水平提高，中国化妆品市场消费额呈每年30%以上速度增长，已经成为中国发展最为迅猛的行业， 分析国内化妆品经营模式，我们会发现以下现象：百货专柜品牌知名度高、高档专业，但价格昂贵，只能面向中高端消费群体;商超化妆品价格低廉，但无论是外观、功能、品种都缺少档次，只能满足中低端消费群体，精品店、美容院品牌多，品种丰富，价格区间大，可以满足大部分消费群体，但是暴利思想和服务淡漠现象的广泛存在，让很多消费者望而却步;

另外，生物化工原料的大量使用越来越受到消费者的排斥，天然、绿色、自然、安全成为化妆品的必然理念方向，加之消费者越来越注重服务和体验的整体感受，故具备绿色、天然、安全的产品理念，注重服务体验的经营模式将成为化妆品终端市场的生力军!

三、“婷美小屋”品牌加盟连锁项目概述

1.项目简介

婷美小屋是娇兰佳人集团旗下的单品牌化妆品零售连锁店，同时也是中国本土第一个全国意义上的单品牌化妆品零售连锁店。婷美小屋初创于20\_年，目前在广州、深圳、肇庆、佛山、北京、重庆、成都、沈阳、桂林开设了超过50多家连锁店，平均每天有超过10万消费者光顾婷美小屋。

婷美小屋不是一个单纯的抽象化妆品品牌，它将品牌理念贯穿落实到每一家门店，让门店以清新自然的“小屋”形象坐落在繁华的都市中。从门头、外形、柜台，到陈列和产品，呈现出一股自然之风。

婷美小屋经营单品超过400个，涵盖了护肤品、彩妆、身体护理品、美发护理品四大品类。

2.项目特色

店铺定位及经营理念：

以顾客体验为核心，强调体验过程中的愉悦和放松，是心灵与自然邂逅的美丽小屋。婷美小屋从听觉(音频)、视觉( 产品、道具、广告画等)、嗅觉(产品香味)、触觉(产品肤感)、味觉(花茶服务)，营造如大自然一般的愉悦环境，让顾客在购买、体验的过程中，远离都市的喧嚣和烦躁，令肌肤和心灵得到充分休息;“座谈体验营销”，让顾客从进店到体验、从选择产品到购买产品，都处于一个轻松的状态。

产品理念：

Natural(自然)成分安全自然，从大自然中萃取能完全被肌肤吸收、利用的纯天然营养成分，融入每一瓶产品中。

Free(自由自在)肌肤无负担，自主研发能完全被肌肤吸收、利用的现代配方，解决传统配方营养成分过剩、渗透不彻底等弊端，拒绝粘腻，拒绝厚重，拒绝干涩，拒绝一切不适感觉。只给肌肤营养，不给 肌肤负担，打造细滑、透亮的健康肌肤，呈现自然之美。

身心的轻松愉悦， 现代都市女性同时承受着工作、家庭、人际等多重压力，婷美小屋为现代女性精心打造一个愉悦、轻松、自由的空间。在婷美小屋里，可以远离都市的喧嚣和烦躁，让肌肤和心灵得到充分休息。

3“婷美小屋”品牌加盟连锁战略规划及发展目标

(长期发展战略，质化目标、量化目标、运营体制服务体系目标、资本运营及国际战略)

战略规划是关于企业发展的谋略，发展是企业成长、壮大的过程，其中既包括量的增加，也包括质的变化。婷美小屋从整体性、长期性、基本性、谋略性做好布局规划，旨在打造全球单品牌化妆品零售连锁领导者品牌。

婷美小屋连锁模式：

总部直营店+特许加盟店(总部品牌直营入驻核心商圈，带动周边商圈加盟)

婷美小屋整体规划目标，阶段性分解布局目标：

五年发展规划：

(连锁店辐射全国范围，总规模达到XXX家，根据对公司整体规划和加盟项目特性做调研后具体分解到每个省、市、县及每年/月目标，以表格结合文字形式展示，此处不做详细规划)

已开店铺数量及分布区域：

目前在广州、深圳、肇庆、佛山、北京、重庆、成都、沈阳、桂林开设了超过50多家连锁店

20\_年目标计划：

开店数量：达到xxx家加盟店。

(根据对公司整体预算规划和加盟项目特性做调研后分解至月为单位(即每月开店多少家，年度总计划如何等)

交易额：xxxx万元。

利润：xxx元。

盈利模式：

增加盈收(加盟费、特许权使用费、设备费用、产品系列利润空间)：

(1)拓宽加盟招商渠道增大加盟店辐射范围。

(2)开发多元化新品及服务体系。

成本控制(招商推广费、办公费、人工等)：

(1)更有效的宣传招商，控制招商成本。

(2)高效节约合理控制部门整体管理费用。

四、“婷美小屋”品牌加盟项目团队建设管理

1、加盟管理中心组织架构(架构图)

招商部：负责加盟招商客户洽谈跟踪，如通过电话销售邀约到总部考察洽谈、或参与公司会议营销讲座等，分小组管理(招商总监、招商助理、招商经理、招商专员)

市场部：负责产品系列策划研发/物料采购/促销活动策划/展会策划/会议营销策划/店铺形象设计/宣传品设计/产品系列设计/加盟项目SEO等相关渠道推广等。

运维部：负责加盟相关整体运营维护工作，包括培训部分、产品/设备/货架/宣

传品物流配送体系、美导协助\\督导跟进、财务收款核算、直营部(店长、收营、导购)。

客服部：负责部门咨询热线(加盟咨询及意向客户分配管理、售后运营咨询及跟进等)。

2、人员招聘配备及培训

业绩考核是对在担当岗位工作、完成工作任务方面进行的考核;对岗位工作的考核包括工作效率和工作质量两方面。效率态度考核是对工作态度和工作热情工作效率的评价，具体包括本职工作内的日常工作、职业道德、协作精神、工作积极性、工作完成效率情况、责任感等。

具体考核内容由公司人力资源定夺，在此不做具体阐述。

5、部门日常管理(简述核心要点)

招商部门实行分组管理---人才配备数量按照公司发展计划和进度定夺，前期建议随着市场发展进度设置2-3组，每组成员4-6人。每个组设置经理或主管/组长一名，分组的目的是为了让招商部的组与组之间产生良性竞争，使每个团队间能互相学习、互相激励。

每周定期召开市场招商部会议，要求写出工作总结及问题反馈同时提出合理化建议，每月进行一次整体总结会议，表扬优秀鼓励后进;

制订出合理的加盟客户管理及分配制度包括考核方案;

做好部门工作责任制及时处理各种工作中遇到的问题;

维护好和本部门同事及公司其他部门关系，理顺工作关系;

多了解行业发展信息，以便与时俱进;

多想多学多提合理化建议，把公司品牌和推向更高的平台。

定期组织对整体业务水平提升的培训;

6、工作目标及团队管理

◆销售招商人员必须制定(硬性指标)日目标、周目标，月目标，季度目标以及年度目标;

◆每个组必须制定月目标，季度目标以及年度目标，由组长负责;

◆部门制定总目标;

**加盟商服务方案范文 第十二篇**

一、 活动目的：对市场现状及活动目的进行阐述。市场现状如何?开展这次活动的目的是什么?是处理库存?是提升销量?是打击竞争对手?是新品上市?还是提升品牌认知度及美誉度?只有目的明确，才能使活动有的放矢。

二、 活动对象：活动针对的是目标市场的每一个人还是某一特定群体?活动控制在范围多大内?哪些人是促销的主要目标?哪些人是促销的次要目标?这些选择的正确与否会直接影响到促销的最终效果。

三、 活动主题：在这一部分，主要是解决两个问题：

1、确定活动主题

2、包装活动主题

降价?价格折扣?赠品?抽奖?礼券?服务促销?演示促销?消费信用?还是其它促销工具?选择什么样的促销工具和什么样的促销主题，要考虑到活动的目标、竞争条件和环境及促销的费用预算和分配。

在确定了主题之后要尽可能艺术化地“扯虎皮做大旗”，淡化促销的商业目的，使活动更接近于消费者，更能打动消费者。几年前爱多VCD的“阳光行动”堪称经典，把一个简简单单的降价促销行动包装成维护消费者权益的爱心行动。

这一部分是促销活动方案的核心部分，应该力求创新，使活动具有震憾力和排他性。

四、 活动方式：这一部分主要阐述活动开展的具体方式。有两个问题要重点考虑：

1、确定伙伴：拉上政府做后盾，还是挂上媒体的“羊头”来卖自已的“狗肉”?是厂家单独行动，还是和经销商联手?或是与其它厂家联合促销?和政府或媒体合作，有助于借势和造势;和经销商或其它厂家联合可整合资源，降低费用及风险。

2、确定刺激程度：要使促销取得成功，必须要使活动具有刺激力，能刺激目标对象参与。刺激程度越高，促进销售的反应越大。但这种刺激也存在边际效应。因此必须根据促销实践进行分析和总结，并结合客观市场环境确定适当的刺激程度和相应的费用投入。

五、 活动时间和地点(有时候这点会放在第二点之后)：促销活动的时间和地点选择得当会事半功倍，选择不当则会费力不讨好。在时间上尽量让消费者有空闲参与，在地点上也要让消费者方便，而且要事前与城管、工商等部门沟通好。不仅发动促销战役的时机和地点很重要，持续多长时间效果会最好也要深入分析。持续时间过短会导致在这一时间内无法实现重复购买，很多应获得的利益不能实现;持续时间过长，又会引起费用过高而且市场形不成热度，并降低顾客心目中的身价。

六、 广告配合方式：一个成功的促销活动，需要全方位的广告配合。选择什么样的广告创意及表现手法?选择什么样的媒介炒作?这些都意味着不同的受众抵达率和费用投入。

七、 前期准备：前期准备分三块，

1、人员安排

2、物资准备

3、试验方案

在人员安排方面要“人人有事做，事事有人管””，无空白点，也无交叉点。谁负责与政府、媒体的沟通?谁负责文案写作?谁负责现场管理?谁负责礼品发放?谁负责顾客投诉?要各个环节都考虑清楚，否则就会临阵出麻烦，顾此失彼。

在物资准备方面，要事无巨细，大到车辆，小到螺丝钉，都要罗列出来，然后按单清点，确保万无一失，否则必然导致现场的忙乱。

尤为重要的是，由于活动方案是在经验的基础上确定，因此有必要进行必要的试验来判断促销工具的选择是否正确，刺激程度是否合适，现有的途径是否理想。试验方式可以是询问消费者，填调查表或在特定的区域试行方案等。

八、 中期操作：中期操作主要是活动纪律和现场控制。

纪律是战斗力的保证，是方案得到完美执行的先决条件，在方案中对应对参与活动人员各方面纪律作出细致的规定。

现场控制主要是把各个环节安排清楚，要做到忙而不乱，有条有理。

同时，在实施方案过程中，应及时对促销范围、强度、额度和重点进行调整，保持对促销方案的控制。

九、 后期延续

后期延续主要是媒体宣传的问题，对这次活动将采取何种方式在哪些媒体进行后续宣传?脑白金在这方面是高手，即使一个不怎么样成功的促销活动也会在媒体上炒得盛况空前。

十、 费用预算：没有利益就没有存在的意义。对促销活动的费用投入和产出应作出预算。当年爱多VCD的“阳光行动B计划”以失败告终的原因就在于没有在费用方面进行预算，直到活动开展后，才发现这个计划公司根本没有财力支撑。一个好的促销活动，仅靠一个好的点子是不够的。

十一、 意外防范：每次活动都有可能出现一些意外。比如政府部门的干预、消费者的投诉、甚至天气突变导致户外的促销活动无法继续进行等等。必须对各个可能出现的意外事件作必要的人力、物力、财力方面的准备。

十二、 效果预估：预测这次活动会达到什么样的效果，以利于活动结束后与实际情况进行比较，从刺激程度、促销时机、促销媒介等各方面总结成功点和失败点。

以上十二个部分是促销活动方案的一个框架，在实际操作中，应大胆想象，小心求证，进行分析比较和优化组合，以实现最佳效益。

**加盟商服务方案范文 第十三篇**

清明节作为国家的法定节假日，为广大市民敞开了放假的大门。如何利用清明促销来提升客流，扩大销售，是本次促销的关键。

商场针对清明节搞促销，很难找到一个合适的切入点，但可以结合春天的来临以及春装的全面上市间接举行商品促销。

促销主题

草长莺飞四月天 欢腾购物送“纸鸢”

活动时间

4月4日 — 6日(共三天)

活动内容

1、凡活动期间当日购物累计满100元的顾客，凭小票可到一楼服务台加2元领取风筝一只;当日购物累计满300元的顾客，凭小票加5元可领取碳塑风筝一只(领完为止)。

2、考虑到正值春装的销售旺季，故不要求各个柜组统一折扣销售。各柜组可根据自身情况，合理安排促销活动，需打折的品牌由各事业部提前安排并布置好促销气氛。

室外布置集中在正门口玻璃，好利来西边广告位，两个偏门及二门口。主要以本次活动内容为主，3月25日前布置。

室内布置主要利用一楼中厅吊顶到总服务台上方，悬挂各式各样的风筝，给顾客选择的同时突出春的气息以及渲染促销氛围。3月25日前布置到位。

宣传媒体仍以报纸或者电视为主，4月3日刊登1/4广告一期。同时利用短信群发扩大宣传面和影响力。

报纸广告

短信群发

电视广告

室内布置

风筝购量

**加盟商服务方案范文 第十四篇**

营销目的

由于父亲节和端午节只相差几天，并在同一快讯档期，而父亲节相对端午节来说，仅仅是一个小节日，两者只能选择其一做为促销重点，因此，今年父亲节的促销不做主题式促销，主要以商品促销为重点，来达到销售的目的。

一、活动时间：6月16日—6月20日

二、活动主题：健康老爸

三、活动内容：

活动一、扮靓父亲，重返年轻

■商品选择

选择男士商品和季节性商品进行促销，以下商品谨供参考：

1、食品类：啤酒、饮料、滋补品、保健品等;

2、日用类：西服、衬衫、领带、皮鞋、手表、手机、剔须刀、体育用品、高档礼品等;

3、烟酒类。

■商品特卖

由采购部针对相关商品与供应商洽谈特价销售：

1、让父亲更潇洒：西服、衬衫、领带、皮鞋、手表、手机、剔须刀等特卖;

2、让父亲更健康：啤酒、饮料、滋补品、保健品、体育用品等特卖;

3、让父亲更快乐：一些精美高档礼品等特卖;父亲节促销活动

■商品促销

1、要求采购部洽谈供应商，争取供应商对相关男士用品开展打折、买赠活动，如买空调送毛巾被、买西服送领带、买烟酒送打火机、买保健品送一小盒西洋参等;

■商品陈列

由各连锁分店根据本店与专柜情况，针对相关特价商品进行突出和重点陈列，以促进和达到节日销售的目的。

活动二.“神气老爸”孝子亲情绘画大赛

活动地点：绘画成品交至1f服务台;获奖作品展示于iy西侧橱窗

活动内容：

父亲节即将来临，为了表达对父亲的敬意与感谢，用你的画笔将老爸最具特色的一面画下来并在画像背面附上简短的说明寄给我们。如：“健康老爸”、“快乐老爸”、“帅气老爸”等。进行评选后，我们从中评选出50名获奖作品在店外进行展示。参赛者年龄限18岁以下(含18岁)，画体风格不限。6/5---6/12为作品收集期，6/13为作品评选期，6/14---6/16为获奖作品展示期，6/16进行现场颁奖。

奖项设置:

一等奖:1名价值300元的礼品

二等奖:1名价值100元的礼品

三等奖:2名价值50元的礼品

纪念奖:46名精美礼品一份

活动三.“巧手老爸”手包粽子比赛

活动时间：6/1615:00-17:00

活动地点：正门外淑女屋旁

报名方式：\_\_\_\_\_

活动内容：

父子(或父女)免费组队报名参加比赛，年龄不限，限报50队。在规定的时间内，包粽子的数量最多、最规范者即为获胜，所包粽子参赛者可带走。

奖项设置：

冠军:1名价值300元的礼品

亚军:2名价值100元的礼品

季军:3名价值50元的礼品

**加盟商服务方案范文 第十五篇**

>活动目的：

1.为了承传中国上下五千年的文明史，进一步加强对当代大学生的爱国主义教育和尊老爱幼的教育，培养高素质的爱国青年，发扬中国的礼仪文化，弘扬我院校道文化，我院特意举办以“为了祖国的明天”演讲比赛活动和以“尊老爱幼”征文比赛活动，希望更多的爱国群体参加到本次活动中来.

2.为同学们提供一个展现自我，发现自我的舞台，以提高同学们的台上的表达能力和自我表现和推荐的能力.

3.大一新生目前非常需要了解大学生活和校园文化。也需要得到各方面的关心和指导。

>活动简介：

主办单位：xx学院共青团委

承办单位：

协办单位：

赞助单位：

>【活动主题背景】

一年过去了，我们城南学院迎来了新一届的同学，他们带着青春蓬勃的朝气和远大的志向加入到xxx学院这个团结友爱的大家庭。为欢迎他们的到来，表达对新同学的关心与期望，让他们能更多地了解xxx学院的传统和优秀文化，使他们能尽快地在大学生活当中找到自己的位置以进入角色。希望通过此次活动，可以浓厚校园文化氛围，丰富新生的课余生活，发掘文艺人才，给新生们创造一个锻炼自我的舞台，提高他们的艺术欣赏水平，陶冶情操，让新生们在浓厚的艺术氛围中健康成长，将来为社会做贡献。

>活动影响：

>【赞助商受益点】

1、为精心准备演讲比赛和征文比赛活动定会吸引全校众多师生，得到他们的关注。有助于赞助公司更加集中的进行公司形象的宣传，扩大市场影响力，有利于公司吸引优秀人才。

2、宣传范围广。本次晚会面向全校，通过我们的宣传可以对全校产生一定影响，，为贵公司打开广阔的销售市场，提高产品认知度，拓展潜在商机。

3、宣传形式多样。可通过xxx学校广播站、宣传海报、我院主页以及学报等媒体进行全方位的综合宣传，通过我们的途径必能收到良好的宣传效果。

3、宣传时间长。本次活动可以让赞助企业有充足的时间对其产品、服务及品牌进行推销和宣传，在广大师生心中产生良好效应。

4、投资费用少。本次活动经费不超过xxx元

5、赞助公司也可通过学生会的帮助，在我校园内进行一定的产品促销活动和宣传活动，如派发

传单、赠送样品等。

6、赞助公司如果为知名企业，在经过双方协商后，我们还可以协助赞助公司进行校园见面会活动。同时，我们愿建立长期的合作关系，提供以后其他活动的第一赞助机会。

7、若企业愿意协办这次活动，我们可以将这次晚会的冠名权授予企业，还可以在晚会中介绍公司的文化。

>【宣传和扩大影响力】

由宣传部负责出xxx张海报，xx条幅。其中海报于演出前贴于南苑、西苑、东苑公寓等人流量较多的地方。其中张贴和悬挂工作由文艺部和宣传部负责。另外，文艺部干事必须定时地检查海报有否被撕毁，若被撕毁应及时补贴。在开赛前一周，做好相应的宣传准备

>赞助方式：

一冠名买断权

(人民币xxx元或等值奖品，但现金不少于xxx元)

1．赞助商有权不让其他商家介入，活动全程为赞助商宣传服务；

2．享有本次晚会独家冠名权（单位名称写入活动横幅），同时享有回馈方案中所有宣传方式。

二冠名赞助

(人民币xxx元或等值奖品，但现金不少于xxx元)

1.在本次活动所有环节宣传均列为赞助单位；

2．活动中主持人现场鸣谢；

3．享有回馈方案中1-7项宣传方式。

三联合赞助

（人民币xxx元或等值奖品，现金不少于xxx元）

1．在活动现场，鸣谢单位

2．主持人现场鸣谢

3．享有回馈方案中的。1-5项宣传方式

四后勤赞助

（赞助晚会工作人员服装，参赛服装，矿泉水）

1．可用横幅，海报，传单进行宣传；

2．比赛活动中主持人鸣谢；

>赞助回馈方案：

1.宣传海报：

本次活动的海报将贴于宿舍楼下，比赛前期分别公寓,教学楼等流量较多的地方。主要用于介绍活动主题，活动方式，活动进程，参与办法和宣传贵公司的相关活动信息。我们承诺海报将充分宣传某某公司。

2.发放传单：

传单内容为某某公司的信息及活动介绍，详尽地宣传贵公司的各项资讯。这样同学们可了解贵公司的概况。除活动现场发放外，还可以分配学生会成员在寝室发放，力求达到充分宣传效果。

3.悬挂横幅：

我们将在活动现场最醒目的位置悬挂带有贵公司信息的横幅。如：“某某公司祝xxx学院‘演讲比赛’或‘征文比赛’圆满成功”等字样

4.展板：

我方将利用大型展板宣传某某公司和本次的活动，以增加本次活动在全校的影响力和影响范围。展板将突出赞助本次活动的某某公司。

5.服饰：

我们建议在比赛期间参与人员身着印有贵公司标志和文字的t恤衫，给与观众以醒目和深刻的印象，也可很好地提高贵公司的声誉和形象。

6.门票宣传：

在现场活动时间我们还可以将某某公司的优惠券、打折券、会员卡作为副券发售，以充分引起学生的关注，带动在本校同学在某某公司的消费。

7.新产品展示：

厂家如有意向可在我校人流量最大的地方展示贵公司的新型产品，并发宣传单。但规模需始终，并支付场地费用。

8.赞助方礼遇：

赞助商代表在活动主宾席显著位置就坐，授予赞助方代表活动荣誉嘉宾，并担任活动发言嘉宾

>附录部分：

>经费预算：

本次活动最终解释权归xxx学院所有

**加盟商服务方案范文 第十六篇**

江苏\_\_药店连锁有限公司具有里程碑意义的一年，国药控股国大药店有限公司收购\_\_全部自然人股权，以80、11的股权控股江苏\_\_药店连锁有限公司，使\_\_成为国大药店的一个控股子公司，为\_\_的稳定，快速、健康发展提供了良好的契机。一年来，尽管内部矛盾突显，千头万绪，纷繁复杂，外部医药零售市场竞争激烈，形势严峻，我们能够正确面对困难和挑战，今年重新设置了内部组织架构，出台了多项管理制度，更新了微机程序、统一了国大编码，快速开发了多家连锁直营店，成立了自己的配送中心，取得了经营管理的良好业绩。

1、加盟国药控股国大药店有限公司，完成股权转让

今年，公司顺利完成了自然人股权转让，并于6月28日成功召开了第二届第一次股东会、董事会、监事会，企业更名为江苏\_\_药店连锁有限公司，成为国药控股国大药店有限公司的一个控股子公司。这一具有里程碑意义的重大事件为\_\_长远、稳定、快速、健康发展提供了良好契机。

2、实现“批零分离”、整合组织架构

按照国药控股“批零分离”的要求，上半年\_\_与江苏公司整体分离，并重新整合了内部组织架构，组建了营运管理部、综合管理部、财务部、采购部、物流部、门店管理部、门店开发部等。

3、强化内部管理，健全规章制度

综合管理部是今年刚组建的部门，是管理服务并重的职能部门，他们在强化内部管理，健全有关规章制度的同时，做好经营的后勤服务工作。

1)狠抓制度建设：今年来制定“20\_\_年发展目标规划”、“三年(20\_\_-20\_\_年)发展目标规划”、“20\_\_年分配制度及绩效考核办法”，逐步完善内部激励机制，体现“按绩取酬”、“多劳多得”的分配原则。为规范促销费管理，制定了“关于加强厂方终端促销费管理的有关规定”。

2)细抓行政管理：建立健全了各项基础台账，收发文登记、档案保管、工章使用登记等。对固定资产进行彻底的清查核对、登记造册，并建立了电子文档。及时完成新老门店的装修、改造任务。积极配合门店开发部对新增门店的考察、选址、设计、装修及货柜货架等设备的购置工作，保证新开门店的顺利开业。建立了内容全面的房屋租赁合同电子文档，统一管理房屋租赁合同，配合门店开发部、门店管理部做好门店续租协议等工作。及时完成各类证照变更登记工作，为申报了中华老字号积极收集、整理、申报相关材料，为确保任务按质、按时完成，节假日加班是非常正常的事情。

3)实抓安全工作：连锁门店众多，分布面广，安全工作丝毫不能松懈。一是健全了安全制度，出台了“安全生产管理”制度及“安全工作责任制”;二是配齐配全安全器材，如报警器、灭火机等;三是开展经常性的安全检查工作;四是排查安全隐患，发现问题及时解决，从而确保了全年无重大安全事故。

4)狠抓质量管理，巩固GSP成果。我们严格按照GSP规程操作，质检人员严格把关，经常督促检查各环节有无质量管理回潮现象，发现问题及时纠正，确保了台账完整规范，手续完备无缺，巩固了GSP成果。

5)强化人力资源管理。今年综合管理部在优化人力资源，提高人员素质，绩效考核，员工培训等方面做了许多工作：一是及时考核，发放岗薪工资;二是根据企业发展需要适时招聘各类技术人员;三是进行了执业药师、从业药师继续教育，员工上岗培训;四配合收购高邮、宝应、邗江连锁店做好人力资源统筹安排。五是正常申报各项社会劳动保险。

4、完善信息系统，保证经营工作的顺利开展

今年信息系统进行了三次较大的调整，一是\_\_批零兼营程序调整，二是部分品种独立采购时程序调整，三是彻底独立后程序调整，三次调整我们信息人员均花费了大量的时间和精力，加班加点，及时完成程序调整，保证了三次调整的顺利进行。

今年新开门店的不断增加，信息人员在不增加的情况下，完成了所有门店的计算机新增、系统安装及维护工作，为门店销售任务的完成提供了保障。同时还为领导及各职能部门及时，准确的提供各类分析数据。

5、保障货源供应，追求成本最低化

批零分离后，采购部逐步担负起保障各门店货源供应的艰巨任务，并为追求成本最低化作出了艰苦努力。一是新增自行采购品种1500条(个);二是不断更新T类品种，由年初的110个种现已增加到400多个品种;三是进行比对采购，虽然今年国家进行了四次较大范围的降价的情况下，\_\_的商品毛利率不但没有降低，而由去年的22、5上升到今年的22、9，上升了0、4个百分点。四是积极与供应厂商沟通，多方寻求供商厂商的支持，全年争取到返利100万元，其他收入(如进场费、端架费等)110万元，为提高企业经济效益作出了努力。

6、强化财务管理，准确财务核算

财务部在财务管理方面做了大量的基础工作。特别是按照国大药店的新要求，在合理调拨使用资金，严格财务把关等方面起到了一定作用。特别是今年新开门店的会计核算，不仅增加手工帐，还要去所属地税务机关申报纳税，工作量大大增加，财务部基本完成任务。大量、复杂的20\_\_年经营、财务预算报表也按时完成上报。

7、门店开发紧锣密鼓、连锁规模迅速扩大

按照国大药店长远发展战略，开发新门店的任务很重，门店开发部克服困难，放弃许多休息日频繁奔波在扬泰地区、南通、苏州、镇江地区，进行考察、选址，招聘人员、办理证照，举办开业活动。

一是新选址、考察、开业连锁直营店9家。二是整体收购加盟店为直营店28家。特别是高邮、宝应等加盟店由于矛盾突出、遗留问题较多，开发部的人员想方设法，认真细致的逐个做有关人员的思想工作，切实解决实际问题，取得明显效果。三是吸取社会药店为加盟店，对于志愿在\_\_百分之百进货，并付给一定加盟管理费的证照齐全的合法社会药店，经变更名称、签订协议后发展为加盟店，对于名不符实的原邗江各乡、镇加盟店17家药店按加盟要求，重新签订了加盟协议，对加盟店加强了监督、管理。

8、开展多项促销活动，狠抓T类产品销售

门店管理部针对社会药店越来越多，规模越来越大，市场竞争更加激烈的严峻形势，认真研究对策、积极拓展市尝提高应变能力、注重细节管理、强化优质报务、提升品牌形象上做出了应有努力，较好的完成了销售和利润任务。

一是层层动员较早地落实销售、利润任务，并分解到各地区门店;二是正确面对挑战，坚持每周召开一次地区经理会议，分析形势、检查进度、研究对策，及时解决门店遇到的新问题;三是加强品类管理、加大“T”类商品的销售力度，及时实现奖励政策，促进了“T”类产品的销售，其销售比例由上年的2、8上升到今年的10;四是积极开展多种形式的促销活动，利用黄金周、节假日，及“3、15”绿色销费活动、下社区宣传活动，促进了销售任务的完成;五是弘扬企业文化，培养知识型员工，对新进员工及厂商联合举办的以营销技巧为主题培训达1100多人，支持和鼓励参加考试，有效地提升了员工素质;六是与扬州晚报社联合举办了“健康与保奖、“安全月”、“我心中的放心药店”，为主题的第二届“\_\_杯”有奖征文活动，进一步提升了\_\_的知名品牌形象;七是强化优质服务，增强企业竞争力，积极开展十多项便民服务项目，全年送药上门20\_\_次，电话预约购药3165次，代客切片8520次，代客煎药12468次，夜间售药12422次(14、5万)，增强了企业竞争力，取得了市民良好的口碑。

**加盟商服务方案范文 第十七篇**

商场经常会举行各种各样的的活动,举行活动就需要制定活动的方案。你知道商场的促销活动方案要怎么制定吗?以下有商场的促销活动方案可参考，欢迎阅读！

>1.活动阐述：

九月，恰逢开学、教师节、中秋节相聚。就三个关键消费节点，发布学霸征集令，摒弃短期活动只能吸引一时的缺点，分阶段发布连续活动，并用整套礼品伴随整月活动。

>2.活动亮点：

分阶段活动(按时间顺序，开学、中秋、教师节)+递增式礼品(文件夹、文件袋、笔记本)

>3.目的达成步骤：

消费者在重复或在一定的时间内多次数次光顾快乐星之后，才得到收集成套的学霸礼品，获得此商品成套促销品并达到一定数量后，则可兑换超值礼品。由于其形式的连续性和行为的重复性的价值积累，促销时间较长，且消费者必须买够一定限额的商品才符合兑换赠送品的条件，一旦积累完成，可以立即获得不同于其他消费者的区别回报，因此有利于再度巩固忠诚度。

>4.时间规划：

>5.渐进式活动思路

step1、创意主题&礼品吸引眼球

step2、分阶段、价值递增式礼品赠送，激发持续消费

step3、成套礼品搜集，吸引重复光顾

step4、礼品搜集目标达成再送赠品，让消费者获得差别回报，巩固消费习惯。

step5、长时间促销有礼，养成消费者持续光顾习惯，大大增强忠诚度，减少顾客流失。

>6.活动目的达成方式：

活动主题：学霸征集令，九月礼不停!

活动1：豪礼开学季——8月25-8月31号

礼品：初级学霸文件夹

进店任意消费加38元即可加2元换购新品芒果冰沙一杯。

开学套餐：快乐鸡腿堡+ 香辣鸡翅+薯条(小)+可乐(小) 仅需套餐价格元(自行填写)，即送学霸文件夹一个。

花淇淋特价每份只需元!

(8888为加盟商根据价格体系自行填写数字，加盟商提醒消费者保留小票，后续兑换大礼。)

活动2：中秋惠团圆——9月1号-9月8号

礼品：中级学霸文件袋

惠团圆：全家桶套餐特价元。

除全家桶，中秋当天进店消费全场8折

身份证尾号为8、1、5的人可免费领取甜筒一个

(8888为加盟商根据价格体系自行填写数字，加盟商提醒消费者保留小票，后续兑换大礼。)

活动3：感恩教师节——9月9号-9月14号

礼品：资深学霸笔记本

特价套餐：脆皮全鸡+可乐2杯小，仅需套餐价格元(自行填写)。

除特价套餐外，持教师证到点消费享受全场八折优惠!

红豆派/香芋派/金桔苹果派均可享受买一送一!(派不参与八折优惠)

(8888为加盟商根据价格体系自行填写数字，加盟商提醒消费者保留小票，后续兑换大礼。)

活动4：霸到有礼!——9月14号-9月30号

礼品：学霸专享套餐一份

集齐学霸三件套+三次购物小票，并在点餐时出示，即可获赠学霸专属套餐一份!

(学霸套餐：指定汉堡1个+小可乐1杯，)

学生套餐特价8888元

>7.加盟商订货时间：

20xx年7月25日至8月25日

>8.活动礼品：

学霸文件夹 正反面 建议零售价：元

学霸文件袋 建议零售价：元

学霸笔记本 正反面 建议零售价：5元

>9.活动物料：

从店外到吧台，从吸引消费者目光到决定购买，均有宣传物料布置。建议加盟商全套制作(x展架、海报、跳跳卡。)

门店外：x展架(通版80\*180cm)

门店内：海报 (通版60\*90cm)

吧台：跳跳卡

>10.公司礼品支持(暂定)

订货金额(元) 学霸文件夹 学霸文件袋 学霸笔记本

8000及以上(含新品原料) 20 10 5

120xx及以上(含新品原料) 30 15 10

15000及以上(含新品原料) 50 30 15

备注：礼品有限，送完为止;开业货不参与;礼品不随订货金额累计赠送;学霸三件套加盟商可以从总部订购。

**加盟商服务方案范文 第十八篇**

>一、现状分析

蔓延开的经济低迷形式所致，自20xx年来济南范围内乃至全国范围内的物流仓储行业一直处于高成本低效益的态势。但是随着济南城区的发展和不断东扩，以及二环周边同类型物流市场，因为各种原因的拆迁重建（如黄台物流市场等）。为集团济南园区市场的招商和发展提供了及其有利的外部条件。

分析来看，周边物流小市场（如南徐物流市场及二环周边其他小市场等）的建设和广泛入住，势必为处于物流辐射区中心位臵的我市场提供竞争力。但是高效的服务意识和优良的品牌口碑加之各部门招商人员的竞争意识让济南园区五金市场、货运市场保持了90%以上的出租率，仓储中心也有相对很高的出租率，现阶段情况下势必保持竞争意识，提高园区管理水平，规模改善硬件设施、场地规划、不断加强自身优势，保持续签率。同时随着交易大厅1、2的竣工，其周边的利用率稍低的部门仓库决定今年了济南园区市场具有更大的潜力可挖掘。 SWOT分析

>二、招商策略

1、定位

完成年度预订经营计划，稳扎稳打夯实发展

2、招商范围

招商范围包括交易大厅、仓储中心、货运市场、五金市场

3、招商对象

①全省范围成型企业打算扩充业务，有大型仓库需求的；

②各大型商超、第三方物流。（此类客户一般因进成型市场投资太大，一般会选择新市场进入）；

③处于拆迁计划、拆迁中的市场里的同类物流仓储业户。

4、招商方法、途径

（1）任务目标确立

根据物流市场招商周期，每年的4月-9月招商黄金期，例如设臵相应的针对性的临时招商小组进行目标的招商突击。

（2）相关宣传策略

**加盟商服务方案范文 第十九篇**

>市场模式

>盈利模式

1）会员收费

说明：

a）普通会员收费

b）VIP会员收费

2）广告收入

说明：

a）直接广告位收入

b）企业活动信息发布广告收入（前期置顶、加黑、套红收费，后期可采用全部收费，而排位、加黑、套红可才用竞价形式收费）

c）企业报价信息发布广告收入（置顶、加黑、套红收费，后期采用竞价形式）

d）商家专栏（商家快捷通道，进入后是企业专栏，排位采用竞价形式）

e）品牌排位（三级栏目导航，排位采用竞价形式）

f）特别推荐（竞价广告位）

g）其他广告（具体栏目排行竞价、邮件列表广告等）

3）>短信收入

说明：

a）用户订阅的产品信息

b）用户推荐产品与其他用户

c）前期企业的产品定购信息（后期进行佣金提成）

4）佣金提成

说明：

**加盟商服务方案范文 第二十篇**

一、活动时间：20--年9月10日到12日

二、活动目的：盛隆超市在这美好的秋季与您相约，9月12日“花好月圆人团圆、盛隆送礼礼连礼”与您共度中秋、国庆佳节。感受秋天带来收获与成熟的风韵。

三、活动主题：花好月圆人团圆，盛隆送礼喜连连

四、卖场陈设：卖场内专设中秋礼品专卖区，按照月饼的品牌、保健品和酒的类别正气陈列，指定专人负责礼品的促销，策划部负责中秋礼品区的装饰，要求在卖场内醒目，能吸引顾客的目的。

五、活动内容：

一重喜

一次性购物满30元，可抽“仲秋礼券”1张，60元2张，单张小票最多限5张;

A.购指定几种月饼礼盒时，此礼券可抵3元;(此券限活动期间使用)

指定月饼品种有：

B.购保健品或酒(指定商品)可分别抵1元、2元、3元使用。(此券限活动期间使用);已买断的酒为使用品牌。

中秋礼券

A类保健品或酒此券可抵1元

B类保健品或酒此券可抵2元

C类保健品或酒此券可抵3元

二重喜

如果您中秋礼券右下角的文字能拼起“盛隆团圆奖”、“盛隆喜庆奖”、“团圆奖”、“喜庆奖”，祝贺您，您又中了我们的第三重奖。中奖条件和奖项设置如下：

A.团圆奖集齐“团、圆、奖”3个字奖价值200元的奖品(礼券、现金)

B.喜庆奖集齐“喜、庆、奖”3个字奖价值100元的礼品(礼券、现金)

C.盛隆奖集齐“盛、隆、奖”3个字奖价值12元的礼品(礼券、现金)

D.欢乐奖集齐“盛、隆、奖、团、圆、喜、庆”7个字任意一个

奖价值3元月饼小礼包一份(9月28前)

奖价值1元的盛隆购物券一张(9月28后)

奖项预设置：A共100个;b共1000个;c共10000个;

六、商场布置：

总店：关于中秋节的吊旗、门口的条幅或者中秋的宣传画(一中秋节的活动内容为主)、陈列区的布置。

连锁店：中秋节条幅、吊旗。

七、费用预算：

条幅：10米-6元/条-26条=1500元

中秋礼券：元/张-10万=1万元

吊旗：元/张-1000张=2500元

DM快讯：待定;广告费用：报纸、电视，待定

八、注意

1、中秋礼券在外地定做印刷。策划部负责设计与联系印刷;

2、中秋礼券的左联由收银员负责收取。

3、吊旗、DM快讯策划部负责拍照、设计排版，联系印刷。配送中心和门店组织商品。

4、连锁店负责各门店的条幅。

5、在超市入口处专门设立奖品兑换专柜。

6、各店的中秋礼券由超市专人负责管理、登记，下班收回保管好。

各项人员、物料准备工作有完成排期表;

实质性的准备工作需细分责任，落实到人，规定完成时间，避免某项工作出现疏漏而影响整体进程。

**加盟商服务方案范文 第二十一篇**

>活动主题：喜迎中秋节、欢度中秋节

>活动内容：

一.中秋月饼大展销

活动方式：

1.展出不同厂家的各种月饼礼品盒、散装月饼，采取多种方式陈列，给人以丰富感。并联合厂家展开不同程度的优惠、赠送小礼品等促销活动。

可以按月饼馅划分陈列区域，如肉馅月饼、无糖月饼，水果馅月饼等。同时可以开设一些知名品牌月饼专柜。

2.推出中秋礼品组合套餐：把月饼跟其他保健品类礼品组合包装在一起，分为几档，如88元、188元、288元….

中秋节，人们购买礼品孝敬老人或赠送朋友，一般除了购买月饼外，还会买点其他什么礼品的，一般多是保健品之类的，将月饼和其他礼品组合在一起，既方便了顾客购买，在价格上也可以采取一定优惠。

3.现场制作月饼：去年的月饼风波可能在许多人心目中还留有阴影,为了让顾客去除这种心理,现场制作月饼是一好方法，可以联合厂家现场制作。

二.“把月亮带回家”

活动期间，购物满100元，送一个挂有月亮的钥匙扣，月亮钥匙扣形状多样，制作精致，上面刻有一些祝福语：如中秋快乐、祝美满、平安、快乐等话语以及一些描写中秋节和月亮的诗歌词句。

操作说明：

1. 钥匙扣由商场定做，根据商场销售额确定定做数量，每个钥匙扣定做成本控制在一元以内。

2. 在钥匙扣上刻上商场名称，也可以跟祝福语结合起来，如“XX商厦祝您中秋节快乐”。

3. 凭购物小票到商场指定处领取，100元一个，200两个，依次类推。领取后在小票上盖章。

三.月圆“十分”大抢购

活动时间：

限时抢购，抢购持续时间为“十分钟”，在抢购时间内购买的商品一律八折，在收款台进行打折计算，以收款处结算时间为准，以商场音乐时间为标志，当特定音乐响起的时候，即抢购时间开始。

操作说明：

\*事先不告知具体“抢购”时间，注意维持现场秩序。

\*注明一些商品不参加抢购，并在现场用海报告示。

\*此活动也可以采取在抢购时间内购买的商品返还30%付款金额的做法，凭购物小票上的金额和时间到服务台领取返还金额。

注：超市可以推出中秋节每日商品特价，每日推出两至三样特低价商品，通过特低价商品来带动其他商品的销售，这些特低价商品最好是跟中秋节有一定联系，跟其他商场相比，这些商品在价格上要具有绝对竞争优势。

四.喜拍“全家福”

购物满200元，凭购物小票可现场拍5寸照片一张，以作留念，现拍现取。

时间：中秋节当天)

地点：商场门口广场

协办：某某影楼或某某胶卷公司

>操作说明：

\*可现场布置一个场景，或搭建一个凉亭，营造出中秋古韵，或布置成一个现代团圆喜庆场景。

\*最好是将商场名称拍进去，以后看到照片就能想起商场。

**加盟商服务方案范文 第二十二篇**

>一、会议目的：

通过此次招商会议，达成参会经销商及时与公司合作的意向，为启动市场做好铺垫。

>二、会议主题：

倡导健康，创造佳品，引领双赢。

>三、会议时间：

XX年10月15日-10月17日期间，第一天下午报到，第二天

上午8：30正式会议。

>四、参会人员：

1、政府领导，包括政府领导，家电协会会长

2、康佳集团领导、厨卫事业部领导、技术部代表、品质部代表、全国区域经理

3、全国经销商

4、会议工作人员：筹备组、调度组、后勤组、接待组、交通组、现场策划组成员

本DOCX文档由 www.zciku.com/中词库网 生成，海量范文文档任你选，，为你的工作锦上添花,祝你一臂之力！