# 推荐市场营销工作计划范文如何写(四篇)

来源：网络 作者：雨后彩虹 更新时间：2025-01-30

*推荐市场营销工作计划范文如何写一(一) 实习单位简介我们实习的单位是郑州盛煌经贸有限公司，我们的实习主要是在它的营销部进行的。在人们消费水平逐渐提高，生活质量要求越来越高的今天，装修污染(装修污染的相关材料见附录一)却困扰着人们。而这家公司...*

**推荐市场营销工作计划范文如何写一**

(一) 实习单位简介我们实习的单位是郑州盛煌经贸有限公司，我们的实习主要是在它的营销部进行的。在人们消费水平逐渐提高，生活质量要求越来越高的今天，装修污染(装修污染的相关材料见附录一)却困扰着人们。而这家公司正是以改善人类居室环境为己任，为消费者提供有效的空气治理方案，以优秀的产品、专业的施工、合理的价位，为消费者打造一个无污染的家。治理装修污染是这家公司的主要工作，其主打产品是光触媒(光触媒的简介见附录二)。

(二) 我们组的实习安排从8月22至8月24日，我们在学校内部通过电子网络对专业知识进行初步浏览;8月25日我们组开始找实习单位，当天我们就选定了一家公司，但晚上经过考虑就把它辞了;8月26日，我们最终选定了郑州盛煌经贸有限公司;8月27日，休息一天;8月28 日，我们正式上班，这一天到公司我们的主要工作就是查阅公司的相关资料，对公司进行一个初步的了解与认识;8月29日，我们根据公司经理的安排到该公司的营销部了解情况;8月30、31日，9月1、2、3日，我们被分别派往业务经营点，跟着公司的业务员学习业务经营;9月4、5日，我们休息两天;9月6、 7、8、9日，根据老师的安排，我们在校内写实习报告。9月9日实习报告的上交，标志着这次为期三周的专业认识实习结束。

(三) 我们的实习内容我们组的实习内容主要是在围绕专业认识主题的前提下参加郑州盛煌经贸有限公司的业务经营工作。我们在接触顾客时，主要了解顾客的消费需求及消费心理;在与业务员相处时，主要学习其洽谈业务的语言和技巧;同时，我们也注意观察周围的一切，进一步了解我们的营销环境。我们以营销人的身份去参加真枪实弹的演练，在这个过程中，我们初步对营销专业有了感性的认识，同时也培养了我们的专业兴趣。

任何企业的营销活动都不可能脱离周围的环境而孤立存在进行。所以任何一次的企业活动都要以环境为依据，主动地去适应环境，同时透过营销努力去影响外部环境，使环境有利于企业的生存和发展，有利于提高企业营销活动的有效性。

1、该企业的微观环境分析微观环境是指与企业紧密相连，直接影响企业营销能力的各种参与者，包括企业本身、市场营销渠道企业、顾客、竞争者以及社会公众。微观环境直接影响与制约企业的营销活动，多半与企业具有或多或少的经济关系。该企业的微观环境对企业本身的发展有很多不利。企业本身实力不强，资金不富，影响力不强，这直接影响其营销策略和营销投入。该企业的顾客却是那些有钱的主，因此这一点对公司来说是有利的营销环境。该企业的竞争对手很多，但这是无法改变的市场竞争规律。企业所面对的社会公众都是一群思想观念落后的中国人，使其很难在社会公众中树立良好的形象。这些微观环境直接影响企业的营销活动。

2、该企业的宏观营销环境分析宏观环境是指影响微观环境的一系列巨大的社会力量，主要有：人口、经济、政治、法律、科学技术、社会文化及自然生态等因素。宏观环境一般以微观环境为媒介去影响和制约企业的营销活动，在特定场合，也会直接影响企业的营销活动。该企业位于郑州市区，郑州市是一个省会城市，人口集中，政治法律等都比较完善，但该企业面对的一个瓶劲问题是无法生产及引进真正能够消除污染的产品与设备，这也是目前的科技所不能达到的，这直接关系公司的营销策略。不完美的产品，肯定得不到顾客的十分满意，从而影响企业的销售额。

1、绿色营销绿色营销，广义的解释，指企业营销活动中体现的社会价值观、伦理道德观，充分考虑社会效益，既自觉维护自然生态平衡，更自觉抵制各种有害营销。因此，广义的绿色营销，也称伦理营销。狭义的绿色营销，主要指企业在营销活动中，谋求消费者利益、企业利益与环境利益的协调，既要充分满足消费者的需求，实现企业利润目标，也要充分注意自然生态平衡，实现经济与市场可持续发展。因此，狭义的绿色营销，也称生态营销或环境营销。绿色营销与传统营销相比有着更为突出的特征：

(1)绿色消费是开展绿色营销的前提;

(2)绿色观念是绿色营销的指导思想;

(3)绿色体制是绿色营销的法制保障;

**推荐市场营销工作计划范文如何写二**

一、策划时间：20xx年x月x日

二、策划人员：xx

三、策划对象：广东华逸达雨刮器有限公司

四、策划方式：本公司自有产品於20xx年进入东莞市场营销计划&产品远期销售计划

五、目标：华逸达品牌下的产品进入市场的前期包装、渠道建设、物流方式、回款机制、利润获取、信息反馈、客源撑控、市场巡查等

目前国内雨刷市场总体而言，存在品牌多样，品质渗差不齐的现像，除几个外国品牌占据高瑞市场以外，其余都是国内的杂牌在混乱比拼，并没有形成有口碑传径的雨刷品牌，相对我厂此时拓展市场这不失为一个好的时机。本计划针对华逸达雨刷介入国内市场的行销希望设计出能在目标市场成功实现其目标的市场行销组合，并将它付诸实施，望见其效。

要对本营销策划所要达到的目标、宗旨树立明确的观点，作为执行本策划的动力或强调其执行的意义所在，以要求全员统一思想，协调行动，共同努力保证策划高质量地完成

华逸达雨刷介入国内市场，以东莞市及辖下各镇作为行销试点，以便作为全国各地的行销参考计划，意议重大！为使我华逸达雨刷产品进入汽车后方市场，渠道建设以汽车用品批发城、汽车用品专营店、汽车修理厂、汽车美容店为主要方向（前期）；开发成零售点，让华逸达的品牌彩盒爆光在市场上，以期成为本地爆光率最高的雨刷品牌，并接合广告宣传，最终让车主和零售员在心里沉淀出一个华逸达的形像，成为销费行为产生时在其心里的第一选择取向（后期）；或以进驻4s店为目标和国内外车厂oem的原件配套。

a、当前市场状况

就20xx年11月初对东莞各汽车配件批发城和各镇的汽车美容店调查得出结论，目前在本地市场，高档雨刷是国外的佳霸、denso、nwb和山多力（无骨）这几个品牌，佳霸效多。这些款都是有骨雨刷，100元/支左右的单价。销量不错，取向高品质产品的销费者还是不少的，但款式单调。中档雨刷主要以顶刮刮和美途为代表，其它的就是拼价格的杂牌，代表性的有卢卡斯、卡尔、unity、baoyi、宇进，中轴等等。以雅阁和博世款为主，这些的价格都是6—10块，雅阁在12—15/支的批发价，竞争很大，零售点对经营的品牌也没有选择，所以目前并没有口碑式的产品出现。车主对雨刷也没有要求，只听推荐或是高消费的心理，贵的一定好。对於保修期3—5个月在车主这里是没有考虑的，因为他们装车后就走了~，也没有谁说坏了要换的，在批发城这里只是一个嗜头。

基本上拿货都是送货上门、现款交易的形式。（本地）

b、市场前景分析

1．目前不单单是雨刷市场，在汽车配件后市场中都处於这样的一个阶段，在同一个产品中千百万个品牌同时以相当的价格和品质拥进市场，造成市场的低价混战，不但消费者找不到可信任的东西，就经销商而言也不得利，市场的导向终会向其它产品市场一样形成品牌效应，以几个有势的品牌占有市场，其它的退出或放弃本市场。所以这是本公司抢占市场的好时机，趋势强力打造品牌形像；

2．汽车保有量会执续上升，这一点不得怀凝，所以雨刷的总体需求量将一年比一年大，市场容量可观。

3．从目前杂乱的产品竞争中可以看出，之所以这么多的品牌同时上市而且各有千伙，并非是品质和品牌的机会，大多是打的价格战，若打造强势品牌介入，在消费上形成取向性，其市场机会不可小视。

a、目前我公司和系列产品面临的问题如下：

1．公司和品牌的知名度不高，形象不鲜明，对产品的销售和推广起不到拉动作用；

2．产品在品质上能否提高，须要突破目前市场上的雨刷品质，才方便树立形像，若与其它公司的产品品质相当，就会淹没在市场中。此点望技术部门着力解决。

3．产品包装，市场上大多是纸盒，山多力在包装上值得学习。

4．产品价格，待定（尽可能的提高胶条品质，配用好的胶条，然后价格可以适当的调高，结合成本制定合理的价格体制，容易让市场接受，同时又给人以优质的产品，这样品牌形像自然建立）

5．销售渠道，待定？

6．促销方式，待定？

7．服务质量，售后保证，待定（建议半年，因为众多公司以3个月为限，我们得有差异）

b、针对产品特点分析优、劣势。

目前能进入市场的产品就有这几款，有骨和博世款在市场上已经超底，我们也只能已同样的方式做低价渗透才方便品牌的推广和建设品牌爆光率；其它款式（x5、x6）的优势在於外观上，雅阁的容量还可以，认为价格不能定的高了，我们主要在销量上下功夫，我以为品质比其它的好，价格又与其它的相差不大，这样更容易占有！

调查结果可以推出目前广大车主对劣质的雨刷很反感的，那些2、3个月就坏掉的雨刷车主有严重的抵触心态，我们不能走这条路；而市面上大多的雨刷都是这个档次，且占去了大半的机会，我们的优势在於胶条，可以考虑用好的胶条，为品牌树立一个物美价敛的形像。

目标：待定

a、营销宗旨：

以强有力的广告宣传攻势顺利拓展市场，为产品准确定位，突出产品特色，采取差异化营销策略。待定；

建立起点广面宽的销售渠道，不断拓宽销售区域等，增加零售点。

b、产品策略：

1）产品定位。博世款定在低价，渗透一下，有骨的和新款定价在中端市场，与顶刮刮之类争市场？还是定在低中两端之间，机会更大？

2）产品质量功能方案。产品质量就是产品的市场生命。企业对产品应有完善的质量保证体系。市场上都是保3个月的，我们是否可以考虑6个月？技术部门能否解决？解决不了可以检讨！

3）产品品牌。要形成一定知名度，美誉度，树立消费者心目中的知名品牌，必须有强烈的创牌意识。

4）产品包装。包装作为产品给消费者的第一印象，需要能迎合消费者使其满意的包装策略。高档产品在包装上要新意，如火炬形的彩卡就很好。

c、价格策略：

拉大批零差价，调动批发商、中间商积极性。

给予适当数量折扣，鼓励多购。（直销：积累到一定数量时公司可以折扣或返利？）

以成本为基础，以同类产品价格为参考。

d、销售渠道：

渠道建设以：汽车用品批发城、汽车用品专营店、汽车修理厂、汽车美容店为主要方向（前期）；采取一些实惠政策鼓励中间商的销售积极性

e、广告宣传

1）原则：服从公司整体行销宣传策略，树立产品形象，同时注重树立公司品牌形象，基於成本的考虑，可以采取传单宣传（当地车展可以参与发放传单，进入市场时在交通要道口给过往的车主送卡片，凭卡消费折扣优惠方式，让广大车主记住hyd，已便取向的建立。

广告诉求对像：车主、汽车配件经营者

长期化：广告宣传产品个性，不宜变来变去，所以，在一定时段上应推出一致的广告宣传。比如说：无声的雨刷，刮过的玻璃不沾水等，显出产品性能独特。总之就是要找出点差异做嗜头来推广，不同的型号配上特别功能的广告语言。

不定期的配合阶段性的促销活动，掌握适当时机，及时、灵活的进行，如与汽车有关的活动可以去活动场地周边作展式宣传等，灵活性。

2）实施步骤可按以下方式进行：

策划期内前期推出产品形象广告。

销后适时推出诚征经营商广告。

雨季和车展时推出促销广告。

把握时机进行公关活动，接触消费者。

具体行动方案：

根据策划期内各时间段特点，推出各项具体行动方案。行动方案要细致、周密，操作性强又不乏灵活性。还要考虑费用支出，量力而行，尽量以较低费用取得良好效果为原则。，抓住旺季营销优势，是否考虑传单的同时大打现场促销活动，有我司人员搭展台，在各地镇进行现场推广，现场推广的同时介入当地零售点？

1．市场调查，欲进入一个地区，先要做个市场调查，调查的内容如下：

a．汽车保有量，市场有多大容量，也为配套动作作参考。

b．销费习惯如何，产品结构？也就是当地以哪些场地作为雨刷的销费主流，他们取向哪些款式，各款式的市场行情如何

c．当地有哪些同行，竞争对手如何？他们的品质，包装，价格（代理价，批发价，零售价），渠道建设，入市方法怎么样？参考分析。

2．办事处的设立，选址，人员安排；

片区式管理，把全国分为若干个区域，区域由区域专员负责规划和统筹

区域内根据需要设立若干个办事处，办事处由工厂分派负责人带领当地销售团队开拓市场，办事处负责人由工厂指派，办事处业务员由办事处经理在当地招聘合适之人选若干，由办事处经理带队开展产品在当地的推广和销售等一系列动作。

选址：在省级市设立代表处，分管本省市的销售任务或是建立下属分支办事处。办事处选址，一个仓库一个工作室就ok，或是员工宿舍一起考虑，（是否要在汽配市场里开设店铺作为形像店、代表处？）待定！一个经理/两个业务员？可仍据市场的大小和业务需要增减业务员。下辖的市镇采用快递的方式发货。业务员前期开拓以后并是长期的客服，或是送货等。

3．物流渠道

工厂至办事处用货运的方式托运至办事处提货。零售点的发货要根据当地实情灵活操作，可以用快递方式，摩托车或是电动车（可由业务员自行提供，公司给与一定的补助）等方式把货送至目的地；或有必要采用机动车面包车等。总之是在动作快速完成的前提下把办事处的物流成本降致最低。

4．推广方案

当地推广方案参考前文部份：（5）营销战略（具体行销方案），结合实情为要！

5．办事处管理体制

由区域专员协同办事处经理共同开拓市场，包括办事处地点的选择，人员的分配，零售点的开拓等一切建全后专员方可调离。

一个业务经理/一个会计文员/两个业务员/？

1）业务员管理方式：

a．先进职员由业务经理做业务培训ok后并可交与业务拓展和操作；

b．送货以当天与文员结算的方式操作，既当天拿出多少货，下班前就要交回多少的货款结算；？这个方法有点笨，或有其它方法。

c．扣压一个月的工资和奖金、业务提成作为对业务员的掌控。

d．有自带交通工具的给予一定的补贴，

2）办事处薪资和办公费用专项支出由总公司统一管理；

3）每个月或定期做库存盘算清查，货物流通、货款清查结算，清单明细帐，以便总公司对代表处业绩的评估和生产统筹。

6．货款和客户的管理体制

办事处每周（定期）产生的货款汇回公司总部；

各业务员开拓的成交零售点都要把零售点的名称，地址，联系人，电话号码等，货物清单往来明细帐目都要一一列表上呈办事处经理，并上呈至总公司，由专区经理掌控。这样相关人员离职市场不会失控。业务员因为是直接与零售商接触的，所以对市场信息最是敏感，要每周汇报市场动态，专区经理要不定期抽查或走访零售商，了解合作中的问题和意见。采取针对性的解决方案，对应市场的变动，调整行销方案或价格机制建议等。

7．其它

业务员业务激利体制：

一线业务员的稳定性不强，所以激历很重要，新资用底薪+提成的方式，效益好的业务员给予奖励，和客户投诉反映者也要处以处罚的方式，以便管理。办事处年终业绩评估，奖利。代表处经理也适用激利方式，拉动业务员和自己的拓销热情。

在公司网站建立交流平台，供业务员之间学习经验和交换意见，增加团队的凌聚力。

鼓励业务员开拓当地的oem业务等多种方式增加销量和产量！

**推荐市场营销工作计划范文如何写三**

随着市场经济的发展，人们的工作生活变得日益繁忙，被世界誉为现代化革命的标志产品冷柜以环保、健康、省时、省力、方便、卫生、安全的特点迅速走入寻常百姓的家庭和各大超市卖场。人们日益体会到了冷柜带来的高效和便利。目前冷柜在超市中普及率很高了，冷柜已经进入快速的增长期，冷柜的生产和销售每年均保持在相当高的增长水平。在这样的形势下，冷柜企业应该一方面抓紧时间进行生产规模的扩张，另一方面积极拼争国内、国际市场，以期在未来的市场竞争中处于更为有利的市场位置。

但是由于现今产品的同质化程度较高，差异化缩小，为改变这一趋势，我们应当从性能发展，节能、环保是众多用户所热门关注的方面出发。

为进一步针对超市冷柜应用普通中空玻璃和我司真空玻璃耗能情况，我们做了这次市场调研。

本次市场调查在特定的超市卖场中冷柜耗能情况进行调查访问和观察法等以达到以下目标：

1、了解冷柜在各大超市卖场的都有哪几种，以及是哪些品牌和型号，尺寸。

2、了解单台冷柜的日耗能量是多少。

3、了解低温冷柜在超市日耗能总量是多少，

4、了解低温冷柜占超市总耗能量的百分比。

在北京各大超市卖场，便利店针对超市冷柜应用普通中空玻璃和我司真空玻璃耗能情况进行分析调查。

以问卷调查为主：在特定的超市卖场便利店对超市方进行问卷调查。

原因：1、调查时间和调查人员有限，只能在特定的地点进行访问，数据代表性可能不够。

2、问卷调查形势比较简单，方便我们对消费者进行调查

3、问卷调查结果容易统计，数据真实可靠

第一阶段：初步市场调查

第二阶段：制定计划 审定计划 确定修正计划

第三阶段：问卷设计 问卷修改确认

第四阶段：实施计划

第五阶段：研究分析

调查实施自计划问卷确认后的第二天开始执行。

**推荐市场营销工作计划范文如何写四**

1.市场分析，根据目前xx市场的需求量和和国务院出台的对本产业的扶持政策，客观、科学的制定出销售任务。暂订年任务：销售额xx万元。

2.适时作出工作计划，制定出月计划和周计划，及每日的工作量。并定期与业务相关人员进行沟通，确保对目标客户的及时跟进。

3.注重绩效管理，对绩效计划、绩效执行、绩效评估进行全程的关注与跟踪。

4.目标市场定位，区分大客户与一般客户，分别对待，加强对大客户的沟通与合作，用相同的时间赢取的市场份额。

5.不断学习行业新知识，新产品，为客户带来实用的资讯，更好为客户服务，同时积极接触其他业界精英，搜集更多有用的信息，并可以和他们分享行业人脉和项目信息，达到多赢。

6.先友后单，与客户发展良好的友谊，处处为客户着想，把客户当成自己的好朋友，达到思想和情感上的交融。

7.对客户不能有隐瞒和欺骗，答应客户的承诺要及时兑现，讲诚信不仅是经商之本，也是为人之本。

8.努力保持和谐的同事关系，善待同事，确保同事之间在项目实施中各项职能的顺利执行。

1.制定出月计划和周计划、及每日的工作量。每天至少打18个电话，每周至少拜访10位客户，促使潜在客户从量变到质变。上午重点电话回访和预约客户，下午时间长可安排拜访客户。

2.见客户之前要多了解客户的详细状况和潜在需求，先了解决策人的个人爱好，准备一些有对方感兴趣的话题，并为客户提供针对性的解决方案。

3、从招标网或其他渠道多搜集些项目信息供公司投标参考，并为公司出谋划策，配合公司其他工作人员顺利进行项目运作。

4、做好每天的工作记录，以备遗忘重要事项，并标注重要未办理事项。

5.填写项目跟踪表，根据项目进度：前期设计、投标、深化设计、备货执行、并完成各阶段工作。

6、前期设计的项目重点跟进，至少一周回访一次客户，必要时进行预约拜访，其他阶段跟踪的项目至少二周回访一次。投标日期及项目进展重要日期需谨记，并及时跟进和回访。

7、前期设计阶段主动争取参与项目绘图和方案设计，以便熟悉和了解客户的详细需求。

8.投标过程中，提前两天整理好相应的投标文件，按照客户要求递交给客户，以防止有任何遗漏和错误。

9.投标结束，及时回访客户，询问投标结果。中标后主动与客户进行深入沟通，以便及时准备施工所需图纸（设备安装图等）和其他的协调工作。

10.争取早日与客户签订供货合同，并收取预付款，提前安排备货，以最快的供应时间响应客户的需求，争取早日回款。

11.货到现场，等工程安装完设备，申请技术部安排调试人员到现场调试。

12.提前准备验收文档，验收完成后及时收款，保证良好的资金周转率。

1.体育工程应以长远发展为目的，力求扎根甘肃，辐射西北。20xx-20xx年以建立完善的销售网络和样板工程为主，销售目标为xx万元；

2.挤身一流的体育产业供应商；成为快速成长的成功品牌；

3.以公司自己的主打产品带动整个体育产业的销售和发展。

4.市场销售近期目标：在很短的时间内使营销业绩快速成长，争取短期内使自身产品成为行业内知名品牌，取代省内同水平产品的一部分市场。

5.致力于发展分销市场，考虑发展有广泛人脉的朋友一起开拓西北市场

6.无论精神，体力都要全力投入工作，使工作有高效率、高收益、高薪资发展；

如果我公司体育工程项目要快速增长，且还要取得竞争优势，的选择必然是——“目标集中”的总体竞争战略。随着西北经济的不断发展、城市化规模的不断扩大，体育工程市场的消费潜力很大，目标集中战略对我们来说是明智的竞争策略选择。围绕“目标集中”总体竞争战略我们可以采取的具体战术策略包括：市场集中策略、器材和工程项目分开策略、发展分销精英销售策略。为此，我们需要将西北市场做如下划分：

战略核心型市场---xx

培育型市场-----xx等

等待开发型市场----xx

总的营销策略：全员营销和其他营销相给合的营销策略

1、目标市场：

遍地开花，中心城市和中小城市同时突破，重点发展行业样板工程，大力发展重点区域，迅速促进产品的销量及销售额的提高。

2、产品策略：

用整体的解决方案带动整体的销售：要求我们的产品能形成完整的解决方案并在各大小城市都有成功的案例，由此带动所有产品的销售。大小互动：器材的销售带动体育工程的销售，以工程项目促进健身器材的销售。

3、市场策略

实行器械与工程分开的原则，市场开拓坚持区域划分，责任到位的原则。

4、渠道策略：

（1）分销合作伙伴分为二类：一是直接客户，是我们的重点合作伙伴。二是有广泛人脉的朋友或精英，是我们的基础客户。

（2）渠道的建立模式：a.采取逐步深入的方式，先交朋友，再做市场，进而促使正式签定协议，订购产品。做好维护与保养，期待引荐其他客户；b.采取寻找直接决策人的办法，深入接触，争取订单；c.在朋友之间沉入挖掘客户资源，必要时可以资源共享或双方合作促成订单d.

（3）市场上有推，拉的力量。要快速的增长，就要采用推动力量。拉需要长时间的培养。为此，我们将主要精力放在开拓重点工程项目上，另外安排销售人员主攻各行业市场和零星市场，力争完成几项样板工程，给每位销售人员树立信心。完成自己的营销定额。

5、人员策略：

营销团队的基本理念：a.开放心胸；b.战胜自我；c.专业精神；

（1）业务团队的垂直联系，保持高效沟通，才能作出快速反应。团队建设扁平。

（2）内部人员的报告制度和销售奖励制度

（3）以专业的精神来销售产品。价值=价格+技术支持+服务+品牌。实际销售的是一个解决方案。

1、公司应好好利用动之美品牌，走品牌发展战略；

2、整合西北各地各种资源，建立完善的销售网络；

3、培养一批好客户，建立良好的社会关系网；

4、建设一支好的营销团队；

5、选择一套适合办事处的市场运作模式；

6、抓住公司产品的特点，寻找公司的卖点。

7、公司在西北采用器械和工程分开的市场运作模式；器材做样板工程并带动工程项目的发展，工程做销售额并作为公司利润增长点；

8、采用电话访销和登门拜访相结合的方式拓展市场；

9、为了尽快进入市场和有利于公司的长期发展，应以甘肃为中心，逐步辐射西北其他各大城市

10、为了确保上述战术的实现，特别是为了加强渠道建设和管理，必须组建一支能征善战的营销队伍：确保营销队伍的相对稳定性和合理流动性，全年合格的营销人员不少于3人；务必做好招聘、培训工作；将试用表现良好的营销员分派到各区担任地区主管；

11、加强销售队伍的管理：实行三a管理制度；采用竞争和激励因子；定期召开销售会议；树立长期发展思想，使用和培养相结合。

12、销售业绩：公司下达的年销任务，根据市场具体情况进行分解。主要手段是：提高团队素质，加强团队管理，开展各项销售工作，制定奖罚制度及激励方案。

13、团队建设、团队管理、团队培训.

1、营销队伍：全年合格的营销人员不少于3人；

2、所有工作重心都向提高销售倾斜，要建立长期用人制度，并确保营销人员的各项后勤工作按时按量到位。

3、时时进行市场调研、市场动态分析及信息反馈做好企业与市场的调查分析工作。全力打造一个快速反应的机制。

4、协调好各环节的关系。全力以赴开拓市场。

5、为加强机构的敏捷、迅速化，本公司将大幅委让权限，使人员得以果断速决，但不得对任何外来人员泄露公司价格等机密，在与客户交流中，如遇价格难以定决定时，须请示公司领导；

6、为达到责任目的及确定责任体制，公司可以贯彻重奖重罚政策。

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！