# 市场开发工作计划(模板8篇)

来源：网络 作者：风吟鸟唱 更新时间：2024-02-13

*当我们有一个明确的目标时，我们可以更好地了解自己想要达到的结果，并为之制定相应的计划。通过制定计划，我们可以更好地实现我们的目标，提高工作效率，使我们的生活更加有序和有意义。这里给大家分享一些最新的计划书范文，方便大家学习。市场开发工作计划...*

当我们有一个明确的目标时，我们可以更好地了解自己想要达到的结果，并为之制定相应的计划。通过制定计划，我们可以更好地实现我们的目标，提高工作效率，使我们的生活更加有序和有意义。这里给大家分享一些最新的计划书范文，方便大家学习。

**市场开发工作计划篇一**

时间过得太快，让人猝不及防，又迎来了一个全新的起点，我们要好好计划今后的工作方法。相信许多人会觉得工作计划很难写吧，下面是小编帮大家整理的市场渠道开发工作计划书，欢迎大家分享。

建立xx经销商，组成的经销网络，大力做小区推广，宣传直接面向终端，协助经销商销网络的`完善和\*\*形象的树立，实现品牌效应。

xxx市场规模庞大，在市场不断拓展过程中，品牌竞争已经出现，就客户而言，在对产品质量没有客观认知的情况下首选、免检产品，其次比价格，因此在产品质量有所保证的情况下，还要有品牌保障，促进品牌的快速成长便成为我们市场开发过程的重要组成部分。价格方面，竞争十分严重。部分厂家尽量不参与市场价格的恶性竞争，但在制定价格体系时不得不参考市场价格现状，尽量稳定自身在市场中的价格体系，维护经销商和自身的利益，取不同的策略稳定市场，制定统一的市场价格表，在市场上严格执行。

1、市场定位：零售中高档家装市场；

2、目标消费群体：终端家装用户；

3、价格定位：中档价格；

4、品牌形象定位：高品质重服务品牌形象。

四、销售模式的确定：

确定渠道销售，模式如下：

生产厂家-----销售部------经销商-----终端消费

选择此渠道的原因：

1、与公司目前现状相符合，降低销售公司管理运作费用；

3、产品在销售过程中将市场风险化整为零，降低各个环节的经营风险；

4、众多的零售商，容易形成一张销售网络，有利于市场基础的建立和产品的品牌树立。 该渠道上各相关因素的基本特征： 由此可以看出，渠道客户看中的利润，因此我们在渠道建设时是否能给他们创造利益，深刻影响着市场开拓。

**市场开发工作计划篇二**

公司高层管理人员应该关注自己计划书所设计的销售成本，同时确定多大的销售成本对于你的经营及企业是适合的。设立销售成本的合理方法之一是了解竞争对手的财务报表，得到其销售成本比例;设立销售成本的合理方法之二是转嫁给专业公司设计制作，因其对行业同等值大小的企业成本了如指掌。销售成本的节约是企业赢利增加的保障这是不容质疑的，此一点即可看出市场开发销售计划书的重要性与关键性。

超级赢利:12%—10%—8%—6%—4%由于人力资源状况及股东决策力很好，公司前期启动成本较高市场调查报告，随着销售额的增加成本会越来越少。

普通赢利:12%一般人力资源及股东决策力可以企业基本维持在12%左右，销售额增加销售成本也增加，销售成本减少会在2%左右波动。

不能赢利:25%人力资源不好及股东决策力不良企业基本维持在25%左右，销售额增加销售成本也增加市场调查报告，销售额减少时销售成本波动不大。

1、开发筹备期是指在开发前进行的各项准备工作，制定企业在销售前所需要的所有软性与硬性销售工具。

2、实施操作期是指根据既定的开发方案，实施有计划、有目的、有步骤、有效率的给予团队性的实施及作业。

3、调整规范期是指在开发过程中根据市场实际状况对开发计划、措施、方案、手段等进行有针对性地地完善和改进，以促进市场开发的继续进行。

4、总结评定期是在开发进行到一定阶段，对前期的开发效果进行系统评估，总结经验，吸取教训，为实施下一步开发工作奠定基础工作。

1、开发筹备期。

企业网站设计、招商门户设计、事业手册设计与印刷、企业文字撰写(包含网站内容及手册内容)、代理商培训教案撰写、员工培训教案撰写、终端opp牌设计、员工工作流程、网络作业课件。

2、实施操作期。

组织市场推广部门实施销售前的推广及招商工作:网络招商、电话招商、人际招商、交换客户招商、展销会招商、其他媒体招商。

会员部门实施准客户的洽谈与交流，按既定工作方式实施(因按企业规定工作方式作业可以使员工达到高管级别层次的交流与沟通)即可。

业务洽谈者将每日作业记录交给主管部长，部长实施进一步合作洽谈，同时进行客户分类，上交合作客户记录。

教育部门实施准代理人员的培训及跟踪建立代理商处的事物现场处理工作。如建立店的设置及业务工作人员的培训等系列指导工作。

物流发放工作:审核及跟踪生产日期、发货数量、发货公司、发货区域、到货日期等。

3、调整规范期。

在销售工作中产品工作方向偏离现象ceo应该给予及时调整:客户筛选范围过大、准客户流失、跟踪服务不足、工作方式不正确、丢货错货现象等，实施再次内训及业务调整。同时申请指导团队工作室给予部分调整及改进。

4、总结评定期。

内部总结表彰:人力资源考核、新增人力资源、调整人力资源、企业内部奖励、建立新生业务部门、作业实操表演、团队休整联欢。

各位职业经理人，各位投资人你们很辛苦，但你们要知道这一点:产品就象自己的孩子，会培养孩子，产品自然销售得出去！要学会给自己孩子找到其发展成长的路径。所以说:适合自己产品销售的模式与通路很重要，就是这个道理！优秀的人力资源、持续的市场开发力度、适合的销售模式，稳定的产品质量、坚定的领导决策力是企业销售开始走向辉煌的第一步！

**市场开发工作计划篇三**

一、前言：广东省作为熙正生产厂家所在地，同时也是中国经济最为发达和最具影响力的省份之一，尤其是在灯饰行业竞争日趋激烈，熙正只以直营店的形式覆盖了中国部分城市，影响力有限，因此我们必须在有限的地域空间上要实现快速盈利、做大做强就必须加深对本土市场的挖掘，所以开发本土市场就变得尤为重要。

二、市场环境分析：近年来，个性化的装修、高档家具、现代电器，让人们更加体会在家休闲、娱乐学习的快乐。多元化的生活方式，人们更加体会温馨浪漫灯光下的美酒佳肴。尤其以女性化妆品、住房、汽车等带动起来的“她经济”，促使灯饰行业变革，时尚潮流灯饰早已颠覆家居照明“单光源”时代。灯饰行业虽然历经多年发展，早已形成了专业、系统的物流体系，以及现代化的电子商务平台。对于大多数灯饰企业而言，打造灯饰品牌，扩张市场规模，成为当下灯饰行业快速发展的必然形式。伴随着二三级市场的崛起，县区，灯具连锁快速蔓延，与此同时，整体照明愈演愈烈。对于众多灯饰企业而言，如何有效地开拓市场，提高销售额，已不仅仅需要解决售后服务、产品架构等等问题。低成本、高效率的营销，才能让品牌市场竞争保持优势。近年来，广东中山(古镇、横栏、东升、江门)、佛山、惠州、深圳、东莞等市灯饰厂、光源、电器厂家、卖场、店铺林立，带动整个南方灯饰市场活跃发展。调查显示，2024年中山市现代照明产业集群实现产值超过650亿元，占全市工业总产值的比例近15%，拥有照明灯饰及配套企业9300多家，其中龙头企业32家；从业人员约15.8万人。随着led灯具产业的快速成长，许多照明企业纷纷进入led照明领域。高科技、大投资，以及led照明市场的后时代趋势，如果盲目投资led照明市场，只会让你死的很惨。随着经济快速发展，我国灯饰照明市场前景良好，居家照明行业将会真正从光源时代转向灯饰时代。

品牌知名度最终依赖于企业长期不断积累、成长。从消费者实用角度深入考虑，是积累消费者得源动力。专家表示，现代灯具产品在考虑节能、时尚的同时，应更多考虑灯饰清洁、安全问题。比如，精致奢华的水晶灯，在给房间带来时尚、美观的同时，却也给消费者极大地清洁难题。一些质量不好的灯具配件，在清洁灯具的时候甚至会掉水晶球、砸茶几的可能。从灯饰品牌长远来看，灯饰企业必须人性化设计灯饰，努力提升灯饰配件质量。

四、基本目标销售一部年度市场开发目标如下：

一、提高市场占有率，创造利润，为公司增值。

二、以各区域主要灯饰市场为中心向周边辐射，提升熙正品牌形象。

三、提高熙正品牌的知名度，美誉度，创造品牌价值。

五、前期市场调查。

一、准确把握各区域市场容量。将各地市场大小经销商建档，筛选出目标客户。

二、各区域竞争对手情况。如竞争其他灯饰企业主要投放产品、产品质量、销售渠道、销售政策、管理及物流等。

三、机会。

1、品牌众多，产品质量参差不齐；

2、市场容量情况，存在市场空间；

3、产品质量情况，价格定位。

六、产品定位。

一、基本原则：根据成本情况、前期终端用户对我司产品的反馈、市场接受度等进行合理定位。

二、优势：

1、产品质量优势；

2、产品成本优势；

3、可以直接面对终端，简化销售环节；全程跟踪服务，提供解决方案；

4、强大的服务团队来沟通生产、销售服务。

三、定位：利润最大化的产品服务。

一、起步阶段：安排各区域销售负责人、销售员赴各地市场进行拉网式走访，建立详细的客户档案并进行详细分类，找出目标客户重点攻关。

二、开发阶段：依靠质量稳定的产品和技术服务团队，分阶段逐步提高市场占有率，让产品。

八、寻找经销商的方法。

a．工具书：包括当地的电话号簿、工商企业名录、地图册、手册、消费指南、专业杂志等。尤其是电话号簿，一般的情况下，当地比较有经验、有实力的经销商都会在当地电话号簿上刊登自己公司名称、经营范围，有的甚至做广告推广自己公司。

b．媒体广告：到达一个新市场，先买几份当地报纸，看看当地电视，听听广播或者到街上走走，或许就能发现同类产品的经销商名称，媒体上常常有同类产品广告，且有\"由xx公司总经销、总代理\"字样。

c．专业性的批发市场：许多城市有小商品市场或日用品批发市场，到这种地方多走走，经常能看到经销商门口或是店面里面有\"xx地区总经销、总代理\"各式各样招牌。大部分经销商为了扩大自己的知名度，会要求厂家给他们制作类似的招牌，布条横幅等，d．到卖场查询：到卖场问问柜组长或是采购人，了解同类产品是从哪家公司进的货并打听他们的其他情况。多问几家卖场，总有人会告诉你的.e．同行、朋友介绍：这种方式最可靠，同行、朋友与经销商相处时间久，对经销商了解比较全面，这样可节省许多时间，节省许多调查细节，并且和经销商接近比较随和、沟通比较快。

f．广告公司咨询：当地的广告公司对当地的媒体、市场情况比较了解，他们要争着做你公司的广告代理商，必然会详细告诉你本地经销商情况。

g．电话询问(不友好方式)：可以打电话到同类产品厂家询问，说自己想作二级或三级批发商，或是集团购卖，一般情况下，厂家会告诉你到当地它的经销商或是代理商处去洽谈。你当然是去推销你自己的产品。

h．刊登招商广告：这种方式费用大、见效快、操作水平高，可以较全面地多了解经销商情况。

i．举办产品展示会、订货会：这种方式对展示公司晶牌形象有着巨大的推动作用，专业性的订货会，会招来专业性的经销商。

九、营销渠道的建立。

（1）空白市场应开设新的经销商。

（2）原有经销商渠道覆盖不到或不能完全覆盖区域。

（3）原经销商放弃经销权。

（4）原经销商经营不善。

（5）因公司策略的改变。

二，经销商的选择标准。

（1）经营历史、经营产品：有三年以上灯饰销售经验，成功经营一个以上的知名品牌，经营品种两个以上。

（2）销售队伍、零售推广：有能适应和满足当地市场零售推广、零售覆盖所需要的销售队伍，对所在城市零售覆盖率达50%以上，单项产品覆盖率达60%以上。

（3）分销网络：有能适应和满足当地市场批发覆盖，产品流通所需的分销商、批发商网络。

（4）资金信用：有能确保按办事处所设定的销售、回款目标达成的资金促障，并在当地具有良好商誉，经营历史中无不良的信用记录。

（5）合作意向、发展超势：有较强的合作意向，愿将产品定位于重要合作伙伴，并致力于食品流通行业的长期发展。

（6）仓储运输能力、内部管理系统：有能适应满足当地市场销售、推广系列产品的仓储运输能力，并应有一套与当地市场发展和经销商自身发展所配套的内部管理系统。（财务、库存、销售队伍等方面）。

二、一级经销商建立。

以广东省地级市为单位，寻找在当地最具影响力的20%灯饰经营商，再从其中找出经济实力雄厚、营销团队人员充足素质过硬、资源配置完善、渠道覆盖广泛的经营商为我公司一级经销商，再以经销商为基础发展经销商已有有实力下线或另找经营商为二级代理，以其公司产品能覆盖到县一级市场。

1.当地灯饰店进货习惯：广东省灯饰生产厂家分布较为分散，中山、广州、东莞等地都有生产，很多灯饰店习惯到当地或附近城市的或者距离较远厂家直接进货而不是到当地的批发市场进货。这就决定了当地的经销商很难控制当地灯饰销售渠道。

2.其他区域的发展模式难以复制到广东市场，厂商林立，经销商模式在当地没有市场。

**市场开发工作计划篇四**

中心的跨越式发展。

1、贯彻落实科学发展观，结合中心实际，统筹规划，制定出未来5-10年的市场发展规划和具体工作目标。规划方案要体现科学性、前瞻性、可操作性，力求完善。

2、努力盘活现有资产，实现收入的平稳增长。由于老虎沟市场面临改造，中心的收入水平将受较大的影响，为避免收入的大起大落，各站要克服困难，积极盘活市场闲置资产，挖潜节流，增收节支，中心将依据各市场2024年任务完成情况，结合市场实际，制定并与各市场负责人签定2024年收入目标责任书。

3、继续推行百分制考核办法，做好市场管理服务工作。为营造良好的经营购物环境，促进日常管理上台阶，中心将在2024年的基础上，继续抓好百分制考核工作，考核将从资产管理、市场管理、执行制度情况、精神文明建设四个方面进行综合评分，对考核不达标的单位，将严格按照考核办法予以处罚。

4、积极推进以聘任制为核心的事业单位人事制度改革，公开选聘中心部分科室、服务站的中层干部，进行人员的双向选择，优化组合，推行全新分配激励机制，建立事业单位新型用人制度，为中心的发展提供丰富的人力资源。

5、做好红卫工程的善后工作。一是要加紧督促住宅部分的销售，采取措施，争取年内清盘，尽快确保完成全年收入任务。回笼资金；二是做好红卫综合楼的物业管理工作，红卫站要认真学习物业管理知识，熟悉各种设备设施的操作保养，为今后中心其它项目的物业管理锻炼队伍，积累经验；三是做好红卫工程的决算审计工作，总结经验教训，为下一步的市场开发提供借鉴。

6、全力做好老虎沟市场改造项目的启动工作。一是要做好现有市场的转移安置。为保证市场供应，实现市场改造的平稳过度，老虎沟市场要搞好临时市场的规划布局，为经营者提供更加周到的服务，确保市场顺利搬迁；二是尽快完成中心房地产公司的组建工作，按照市场化运作模式，完善公司法人治理结构，承担市场开发主体的重任；三是集中力量，争取政策，做好市场改造前的各项手续审批工作，为改造项目的开工建设打下坚实的基础；四是根据市场规划要求，做好项目设计的招投标工作，与设计单位及房地产营销策划机构紧密配合，尽快形成市场改造设计及营销策划方案。

7、实施顾家岗市场煤气管道改道方案，消除市场安全隐患。

8、继续推进中心信息化建设，目前中心机关已建成了无线局域网，设立了服务器，机关信息实现了共享，下一步，将给有关科室及市场配备电脑软硬件设施，逐步提高办公自动化及市场管理水平。

《市场开发服务中心工作计划》，欢迎阅读市场开发服务中心工作计划。

**市场开发工作计划篇五**

去年，在管理处的正确领导下，供水场圆满完成了各项任务、指标，但也存在着创新观念不强，业务水平不足及供水质量差强人意等问题。因此，今年我们重点做好以下几个方面的工作：

一、明确职责权限，确保完成任务指标。今年供水场拟实现供水方，确保供水保障率达到98%，力争水费回收率95%以上。

二、配合管理处分管领导协调好综合经营科采沙与供水场供水的关系，尽量满足用水企业的合理需求，保证供水质量，提高服务水平。

三、加强管理，减少水损，提高供水效益。

1、严格执行原先水场制定的抽取水制度，即当晚十一点开机，次日早七点关机，在保证高位水池安全的前提下，尽量做好用电低谷抽水，以降低生产成本。

2、做好水表管理工作。定期检查水表，对各用水企业的水表运行情况及时掌握，如发现水表损坏或运转不正常就立即更换，以减少因水表计量不准确造成的损失，提高供水效益。

3、做好供水管网的维修、维护工作，保证安全供水。水场专门安排人员每周二、五巡查管线及附属设施、设备，在接到报漏电话或消息后,抢修人员三十分钟内到场,并做到小修不过夜，大修连续作战直到通水为止，做到抢修率达100%。抢修人员确保按时完成抢修工作，减少水场的经济损失，尽量不影响用水企业的生产用水。

4、提高整体的供水管理和专业技能水平，积极组织多项专业技术培训，使水场的管理和发展跟上新形势。

四、配合我县城市建设，铺设新供水主管道，完善供水主管网，拓展新业务，增加新用户。

五、发挥各项积极因素，扩大销售收入，提高经济效益，缓解管理处及水场资金压力。

在今后的工作中，水场将在管理处及主管部门的正确领导下，继续以人为本，狠抓队伍建设；牢记“服务企业，奉献社会”的宗旨，突出重点，兑现服务承诺；树立科学发展观，以求真务实的工作态度做好供水服务工作，为供水行业建设树立良好的榜样，为经济社会发展提供优质高效的服务，为水库的发展做出自己应有的贡献。

**市场开发工作计划篇六**

一是推行工程造价全过程管理。建立健全工程造价管理联动机制，形成监管合力，加强与发改、财政、审计等相关部门的沟通协调，做好政策衔接，形成制度合力，构建工程造价全过程监管链。二是提升管理水平。加强对项目工程造价进行有效的监督检查;搭建工程造价咨询行业信用管理平台，完善企业和专业人员的信用信息征集、审核、发布工作，有序推进信用评价工作。

**市场开发工作计划篇七**

掌握市场动态，了解消费人流去向，确定销售状况较好的竞争对手，分析与对手相比我们存在的问题（是不是陈列摆设问题？是不是卫生清洁问题？等）决定有效处理方式，马上改善。

二、观察导购员。

观察导购的专业知识，待客礼貌礼仪以及销售技巧等情况。

三、店内检查。

检查产品陈列规范以及相关卫生状况，同时留意并记录顾客的建议，主要是我们的产品方面。查阅销售记录和库存数量，以做好备货准备。

根据以上几点，结合店面实际情况给导购员提出合理的方案和建议。

四、沟通协调。

针对以上巡店的问题点，与市场相关人员进行相关问题的沟通协调，保证销售开展顺利。

五、记录、报告，对每次拜访客户做好总结，汇总，分析。通过对市场销售环境的监督、发现、反映、解决，进一步加强公司品牌效应，赢得顾客的认可，最终达到公司和客户的双赢。具体实施按照公司的相关制度和要求去进一步执行！

教学督导部自成立以来，始终以监督学生学习情况为己任，以检查学生出勤为主要职责，工作中坚持严谨认真的作风，为学院的教学工作做出了自己应有的贡献。在新一任部长的领导下，我部将秉承严谨、严肃、严格的优良传统，将督导部的工作努力做到完美。

新学期，我们将继续完善我部的工作，计划如下：

（一）加大对旷课同学的处罚力度。

1、旷课一次者，给予当事人通报批评处分，综合测评扣分;。

2、旷课两次者，给予当事人警告处分，综合测评扣3分；

3、旷课三次或三次以上者，给予当事人严重警告处分，综合测评扣5分。

4、班级旷课人数超过20%，对该班级给予通报批评处分。

（二）完善对迟到同学的处罚方式。

1、迟到一次者，给予当事人口头提醒；

2、迟到三次者，按一次旷课处理，给予当事人通报批评处分，综合测评扣0。5分;。

3、班级迟到人数超过30%，对该班级给予通报批评处分。

（三）调整请假制度。

请假的同学，须由班级负责人持假条在查课现场登记。严禁出现后补假条的现象，特殊情况，应由学委持假条及有导员签字的情况说明于指定时间到209登记。

（四）严肃查课纪律。

1、替答到者，给予当事双方警告处分，综合测评扣3分；

（五）实行优秀鼓励制度。

对出勤情况较好的班级给予公开表扬。

（六）细化查课登记制度。

规范登记方法，印制查课记录表、旷课人员表、假条登记表、假条核实表，规范填写，杜绝伪造与涂改。统一规定情况说明格式，印制统一的情况说明单。

计划的制定贵在坚持，未来的工作，我部将一如既往的坚持以上制度，坚持工作原则，不断完善，积极进取，逐步把督导部建设成为纪律严明，办事公正，工作认真的学生会精英团队。

**市场开发工作计划篇八**

一、重点目标简介：

建立xx经销商，组成的经销网络，大力做小区推广，宣传直接面向终端，协助经销商销网络的完善和形象的树立，实现品牌效应。

二、市场现状分析：

xxx市场规模庞大，在市场不断拓展过程中，品牌竞争已经出现，就客户而言，在对产品质量没有客观认知的情况下首选、免检产品，其次比价格，因此在产品质量有所保证的情况下，还要有品牌保障，促进品牌的快速成长便成为我们市场开发过程的重要组成部分。价格方面，竞争十分严重。部分厂家尽量不参与市场价格的恶性竞争，但在制定价格体系时不得不参考市场价格现状，尽量稳定自身在市场中的价格体系，维护经销商和自身的利益，取不同的策略稳定市场，制定统一的市场价格表，在市场上严格执行。

三、产品定位：

1、市场定位：零售中高档家装市场；

2、目标消费群体：终端家装用户；

3、价格定位：中档价格；

4、品牌形象定位：高品质重服务品牌形象。

四、销售模式的确定：

确定渠道销售，模式如下：

生产厂家-----销售部------经销商-----终端消费。

选择此渠道的原因：

1、与公司目前现状相符合，降低销售公司管理运作费用；

3、产品在销售过程中将市场风险化整为零，降低各个环节的经营风险；

4、众多的零售商，容易形成一张销售网络，有利于市场基础的建立和产品的品牌树立。该渠道上各相关因素的基本特征：由此可以看出，渠道客户看中的利润，因此我们在渠道建设时是否能给他们创造利益，深刻影响着市场开拓。

。

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！