# 营销计划提纲

来源：网络 作者：梦醉花间 更新时间：2025-06-08

*第一篇：营销计划提纲营销计划提纲I导言产品或服务是什么？具体描述，解释它他为什么适销对路II情势分析A情势环境需求和需求趋势（产品的需求量：是增长还是下降？谁是决策者？谁是采购商？他们怎样、何时、何地、为何购买？购买什么？）2社会和文化因...*

**第一篇：营销计划提纲**

营销计划提纲

I导言

产品或服务是什么？具体描述，解释它他为什么适销对路

II情势分析

A情势环境需求和需求趋势（产品的需求量：是增长还是下降？谁是决策者？谁是采购商？他们怎样、何时、何地、为何购买？购买什么？）

2社会和文化因素

3人口因素

产品在当地和当时的经济和商业环境

5同类产品的技术状态。是不是高科技产品，新产品是否频繁淘汰旧产品（生命周期短）？技术成分如何影响这个产品或者服务）

6政策。政策（现在或者将来会不会影响产品的销售

7法律和法规

B中性环境

1财务环境（资金到位或者不到位如何影响形势）

2政府环境（现在各级政府的立法行为是否可能影响此产品或服务的销售？）

3媒体环境。媒体在说什么，是否正在正面宣传这个项目）

4特殊利益环境。除了直接竞争者，是否有任何影响力的团体可能会影响你的计划？ C竞争环境

1描述你的主要竞争者，以及他们的产品、计划、经验、方法、财务、人员、资金来源、供应商、来源和战略。他们是否受顾客欢迎？如果是，为什么？竞争对手采用什么营销渠道？他们的优势劣势各是什么？

D企业环境

1描述你的产品、经验、方法、财务、人员、资金来源和供应商。你的顾客是否喜欢你的产品？如果是，为什么？你的优势劣势是什么？

III目标市场

利用人口统计学、心理行为学、地理学、生活方式等任何合适的指标，仔细描述你的目标市场分布。为什么这是你的目标市场？他有多大？

IV问题和机遇

阐述或重申每一个机会，解释这为什么是一个机会。

阐述或重申每一个问题，说明你怎么逐一解决。清楚地陈述有竞争力的独特优势。V营销目标和目的精确地说明销售目标，包括销售量、市场份额、投资收益；说明营销计划的其他目标，包括达到每个目标所需要的时间

VI营销战略

考虑整体战略的选择，例如，对于一个新市场，是第一个进入、早进入还是晚进入？是垂直渗透还是水平渗透？亦或是寻找利基市场

如果营销战略属于宏观战略或在战略管理的层面，则应该运用市场吸引力及业务能力的矩阵进行分析，对产品生命周期的分析也必不可少

VII营销策略

从产品、价格、推广、分销、其他策略或环境变化等方面来说明你如何实现营销战略。VIII实施和控制

计算收支平衡点，为你的项目制定收支平衡表。计算3年内每个月的销售预测和现金流。确定启动资金数目和月度预算，以及其他的任务。

IX小结

简述优势、成本、利益，重申你的计划在竞争中的独特优势，为什么你的计划会成功。X附件

包括一切你认为相关的支持信息。

**第二篇：健力宝营销计划提纲**

健力宝营销计划提纲

一 标题

健力宝营销策划(产品类型:饮料)

二 概论

本章节阐述健力宝的历史。

三 指导思想

阐述计划编写是基于什么理念和数据依据进行的。

四 本文注释

对一切需要特别说明的引用或者内容提前解释。

五 中心思想

目标营销策略的三个步骤：市场细分选择目标市场市场定位

（1）市场细分

影响市场细分的因素很多，下面以消费水平、年龄结构、人口数量等方面因素分析把我国饮料市场分为三个目标细分市场。我们把一、二线城市作为一级市场；

三、四线城市作为二级市场；乡镇和农村作为三级市场。

（2）目标营销

集中营销策略指企业集中所有力量，以一个或少数几个性质相似的子市场作为目标市场，试图在较少的子市场上占较大的市场占有率。目前健力宝在全国大规铺货的渠道还没建成，以及资金等方面的原因使健力宝只能选择“集中营销策略”。

（3）竞争优势定位

由于健力宝开始就是一个运动饮料有健康与活力的意思，它的功能有维持人体电解质、水和酸碱平衡，消除运动性疲劳的优点，在消费群体中，现在青少年的消费能力不容小视，所以应该定位为高质量中价格，定位同时回归运动饮料品牌，而不是碳酸饮料来获得更大的收益。

六 竞争力分析环境 阐述和分析目标市场的环境状况；对手 详细阐述竞争对手的状况，数据越充分越好，最好要给予特点分类；3 消费市场 对目标市场的状况和客户的特性进行阐述和分析；自身 本公司的竞争力分析；结论 对分析进行总结性提纲。

七 定位

根据分析结论进行市场位置定位。

八 策略定位

根据市场定位分别对包括市场、产品、价格、渠道、宣传等进行基本策略定位。

九 策略市场策略；2 产品策略；渠道策略；4 价格策略；5 服务策略；6 合作策略；

十 策略实施

分别对应策略项目做出实施计划及预算、总预算。

十一执行目标

按公司制定编写。

十二备注

根据本公司情况，列出不可估因素等等。

十三结束

**第三篇：“营销”提纲**

“营销”概念培训提纲（20050201）

概念：营造氛围，销售情感。

理解： 1个中心：以顾客为中心。为顾客提供产品和服务；2个战略：竞争性战略和整体性战略；

3种方法：顾问式销售法；捆绑式促销法；每天6件事情

工作计划法（把事情分为重要和紧急）；

4种战术：服务：售前，售中，售后服务的落实；渊博知识见解

为顾客提供信息和解决问题的方法 ；

分销：网络的扁平化，提倡“复合网络”；促销：促销时间，地点，方式的创新：网站宣传；培训：专业化和专一性可提高核心竞争力； 营销与创新：技术创新；市场创新，服务创新，组织创新； 营销与质量管理：质量问题无处不在。互联网和越来越快的全球化进程使质

量问题变得更加透明；客拒绝买质量不好的产品；效益好

坏和产品质量过硬是两个概念，不能因为暂时的好效益就

认为产品质量过硬；质量控制是个整体过程，如：供应商的管理；人力资源的管理；客户的反馈；机制是关键；

营销与沟通：人际关系的多寡优劣，直接影响管理和经营的效率和效果； 营销与决策：决策从市场出发，自下而上和自上而下，避免“拍脑袋“； 营销与人力资源管理：人才选拔的健全机制；

营销与财务管理：财务工作程序的创新，服务于营销；

褚东升2025年2月1日

**第四篇：营销策划案提纲**

富脉快餐营销策划案

一、市场分析

（一）企业的目标和任务

让消费者了解我们的服务，创造有自己特色的快餐店，从而达到销售量的提升，实现大的市场占有率。

（二）市场现状和策略

中式快餐行业发展的现状特点分析 ：

1．中式快餐发展由感性认识向理性积累阶段转化。

2．快餐的社会和行业地位得到确立，作用更加突出。

3．行业与企业规模继续扩大，发展质量和水平明显提高。

4．西式快餐连锁企业迅速扩张，中西融合的趋势增强。

5．快餐领域不断开拓创新，发展空间继续延伸拓展。

6．相关行业间的联合更加深入，产业连接逐步形成。

我们主要经营快餐式销售，分析了中式快餐难成气候的原因有三：普遍的缺乏质量标准，制约了快餐业的发展；服务质量的亟需提高。现在的中式快餐基本都停留在微笑服务，热情待客的表面层次上，服务细节没有一个科学的量化标准。此外，与西餐厅相比，中式快餐店的服务环境也有待于改善。我认为顾客吃的不仅是饭菜，更是一种舒心的服务；没有采取必要的营销方式。

经过初步调查，现在富脉餐厅的管理制度、卫生条件及服务质量的不 完善，导致现在不能有一个“质”的飞跃，现认为我们要以“高质量”为基准，以质量创品牌，以品牌促发展；以“细化服务”为原则，为市民提供卫生，便利，营养，美味的三餐主食。

（三）主要竞争对手及其优劣势

中午周边的小吃街，如米线、麻辣烫、炒菜店等，傍晚有川菜馆，土菜馆、烧烤吧等供家庭、同事聚餐，这些都是主要的竞争对手。（还没有详细了解他们的店面，优劣势再议）

（四）营销的外部环境分析1、2、3、4、5、快餐业是一个重要的生活环境和投资环境的产业； 是国民经济发展和餐饮业发展新的增长点； 是传统餐饮走向现代餐饮的突破口和先行军； 是人们休闲消费、旅游消费、购物消费等消费的重要组成部分； 是国家扩大内需、吸纳社会就业和扩大再就业的重要渠道；

（五）内部环境分析

1、优势：快—送餐、经济实惠

2、劣势：成本高

3、预期变化

二、营销策略

（一）营销目标、预期效果

（二）目标市场描述

1）识别特征

2）独特的需求、态度和行为

（三）市场定位

1)产品-服务

2)分销

3)定价

4)促销1.广告2.人员3.推广

（四）营销组合描述

三、行动策划案

（一）制定活动步骤

1）职能

2）具体安排

3）预算

（二）评估流程

1）成功依据

2）收集成功依据的方法

附件： 1、营养菜单、细化服务条款

**第五篇：2025营销工作总结提纲**

2025营销工作总结

2025即将结束，为使2025年营销工作更加有序，实现可持续发展，特对2025年营销工作进行总结，以借鉴经验，汲取教训，达公司、员工双发展，即“互利双赢”之目的。

一、出差三件事

（一）跟踪落实企划方案

1、举一个客户的实例说明你是如何进行市场、客户、产品企划的？

由于今年是第一年湖北市场，并且是公司的老客户，关于市场可客户都没有进行企划，只对某些产品进行了补充性的企划，在此只用苏三一个产品来进行阐述。苏三针对武汉市场的蔬菜基地，在武汉周边的蔬菜面积大概有50万亩，这样在市场从2025年开始杜邦公司在这个市场推出了康宽，普尊、奥得腾等一系列产品，并且制剂属于微毒。在卵孵省期使用能够达到防效90%以上和持效期15天以上。对中国的杀虫剂市场冲击非常之大（因为性价比非常的高）。由于暂时没有很好的办法，只能学习并且运用。现在市场上一般都用苏云金杆菌的证件进行添加氯虫苯甲酰胺成分，所以我们公司也必须出台一个类似的产品，再没类似产品市场的竞争优势又被其他厂家抢占了。所以我公司出台“苏三”在各项性能方面达到杜邦公司的20%氯虫苯甲酰胺（康宽），此产品的企划价位是出厂价130元/公斤（20g/包），批发价格为175元/公斤，零售价格为250元/公斤，与康宽进行性价比比较，我公司的产品在与康宽进行性价比比较时发现，我公司的产品效果能够达到康宽的效果，但是持效期跟康宽还是有点差距。在武汉东西湖王本友处小白菜甜菜夜蛾方面我公司的持效期是4天，康宽的持效期能够达到5天，康宽的零售价为为7元/包，苏三零售价格为5元/桶水，性价比相对比康宽高，但是零售商的利润空间相对比康宽少0.5元/包，但是从2025年开始从溢价中拿出0.2元/包，让客户也同样拿出0.3元/包，进行市场推广和促销。（出厂价120元/公斤；溢价后130元/公斤；批发价格定位为175元/公斤；零售价格定位250元/公斤。与客户一起拿出大约25元/公斤的利润空间来做市场推广和促销。

2、今年通过“三个企划”在营销中的运用，有的执行的较好，有的执行的不好，分别举1个实例说明，并得出好的经验，找出不好的原因。

今年在产品企划中的巴郎20ml产品，由于8ml巴郎在市场已经推广了5年以上。农户在使用中用到4支/亩，并且在使用上（薄的玻璃瓶）容易扎脚。所以经过多天的走访与6个二级批发商进行沟通后，他们都对20ml规格产品非常感兴趣，所以在产品规划中把二级批发商的一些意见和建议都融合到其中。但是在零售商方面调研的信息没有作为重点（他们对于零售价格2元/20ml，利润空间25元/公斤都感觉有点少，二级批发商对他们的意见和建议认为要对产品进行强化，不用听取他们的建议，结果今年对于此产品的销售没有做好的主要原因就是零售商没有利润，没有动力进行销售，所以造成此产品在市场销售过程中形成库存较大。所以在明年的产品销售的过程中，要在此产品的利润分配中进行调整。

执行较好的企划产品有例如苏三：此产品在起初规划的时候，对市场的调研进行了充分的准备，并且在此产品企划好后，市场推广方面使用了实验推广的方法，得到了很多零售商和批发商的认可。经过了一个多月的实验推广，零售商和经销商对此产品都产生了浓厚的兴趣，3、原企划方案在执行过程中有的需要调整，举例说明是如何调整的？

（二）账目核对

1、举例说明如何做到产品“先进先出”？

从字面的意思理解应该是先进来的货物要在出库时第一个出库。下面是本人的一点粗俗理解：

货物给客户发出后，客户先行入库，产品进入仓库后，一般是因为新鲜的产品格外好销售，更容易进行推广，所以业务员在进行货物装车的时候一般都是挑选新日期进行销售，这样容易造成陈货越陈，当产品到期后，无法进行销售后，处理的唯一办法就是退货。这样客户没有得到利润，公司造成损失，业务员也没有拿到一分钱的费用，这样的损人不利己的事情想方设法进行杜绝。杜绝重复发货，还出现库存的唯一办法就是“先进先出”。先进先出就要做到先到的货物要先进行销售，第二批货到，要等第一批货销售一空以后，才能销售后到的货物，这样虽然给仓库的工作带来比较大的麻烦，但是这样的利处就很多了，这样不容易造成产品的积压且退货，先进先出操作起来的困难主要是仓库保管的程序繁琐，这需要客户仓库保管员很好的配合，首先跟客户的经理协商好，先进先出客户的年底退货就很好控制了。

要想让客户仓库保管员能够听从我们的先进先出的管理，只有通过客户经理来协从管理，让客户经理能够体

会到先进先出的好处，在和客户经理沟通的时候，主要是通过说明与分析先进先出的好处来说服客户经理来协同管理仓库保管员，做到先进先出。主要的问题就在于怎样说服客户经理怎么来接受先进先出：

1、要说明“先进先出”的好处，让客户经理体会到先进先出自己做好了会受益多少；

2、先进先出能够很好的控制库存，这样我们对合同的执行就显得非常的简单，开箱及超期产品就很容易控制好；

3、按照合同顺利结账后，公司会从上年的合作过程中合作的质量来确定来年对客户的支持力度，合同执行好的客户会在来年的合作过程中，提高对客户的资金以及新产品的支持；

4、单品上量，客户单品上量会减少推广费用、市场运营费用，费用减少就相当于提高了利润。

5、我们之间合作好后，会对客户的知名度得到好大的提升，再与其他厂家接触的时候自己的谈判砝码就会提高，厂家的各项支持就会随之增加。从以上几个方面与业务经理进行沟通后，我想只要是略有头脑的人都会能够体会到做好先进先出的好处。以上理解是与其他区域经理进行学习后得到的知识，希望能多向他们学习。

杜绝出现开箱与超期产品退货的其他办法还有：

不能让产品出现过期问题，或者求助其他片区进行货物调剂销售。让产品消化在市场上，不要形成无辜的退

货。现在造成的退货最大的损失方是公司，所以要想方设法要把产品消化在市场上，这样才能完成韩总经常讲的三得利。

2、举1-3个账目顺利完成达两个三相符的客户实例？举1个没有顺利完成达两个三相符的实例，并说明原因。湖北市场总共有2个客户，执行相对较好的是荆州客户，因为在2年前由于不执行公司的各项规章制度，所以造成大量退货，今年与其合作，他比较珍惜，在执行公司的各项制度方面配合相对较好。

在账目上面，只有武汉在账目入账方法上不太一致。比如说在运费，我公司不作为回款计算的，但是武汉是把运费通算到财务账面上去的，所以在这里与客户的对账的过程中，由于此组数据需要进行整合，花费了点时间。所以在以后的与客户对账就不会再出现类似的事宜。

（三）信息调查

1、分别举例说明同行或客户较先进的营销方式（宣传、促销、定价）？是如何借用的？

今年陕西上格之路生物有限公司在30%己唑醇上做出了大量的推广，他在江汉平原的汉川动用了20人（3人一组）进行针对性的推广，执行了一个月的时间（销售部部长带队，湖北省经理为副组长）。有针对性的对每个零售店进行站店和实验推广。促销的费用都是在产品定价期间就做进去的。并且对零售商的利润空间没有影响。零售商对于上格公司的站店销售和实验插牌等推广给予了很高的评价。在定价方面他们把促销的费用折算成成本核算进产品价格里（这些推广只在县级直做的客户处进行）。因为一级经销商到二级（县级和地区级）之间的利润空间他们拿出来做成了促销和销售。我们公司的产品中“苏三”根据学习他们公司的做法。我在企划此产品的时候就把市场促销和推广的费用拿出来做成溢价，为2025年的市场操作打下基础。此产品的推广过程中我就借鉴了他们公司的实验性推广。在每个地方进行实地试验，试验效果好了以后，零售商才有积极性进行推广，在团风的双柳、咸宁的簰州、武汉的新洲、武汉的东西湖青峰等地都深受欢迎，为明年的市场开发打下了基础。

2、列3个实例说明同行竞品信息？（包装、性价比、安全环保友好性）是如何借用的？

上格公司的30%己唑醇sc是市场上水稻纹枯病和稻瘟病的国产高档产品，对纹枯病和稻瘟病的性价比是5-6元/亩，与先正达产品爱苗（10%苯醚甲还唑丙环唑）非常接近，并且此产品在各级经销商处的利润空间相对比较好。出厂价1.2元/5g；给二级批发商价格定位为1.8元/5g；零售价格为2.5-3元/5g；公司在给一级经销商时把1.2元/5g提高到

1.3-1.4元/袋，并且在销售旺季时让一级经销商从利润空间中拿出0.1-0.2元/5g来，然后公司也从溢价中拿出0.1-0.2元/5g，这样能够做到市场费用支配上游刃有余。第二个市场信息就是德州新势力公司的全打型产品，在湖北市场的荆州3个县级市全部做到县城经销商处。从荆州市场转移到县级经销商过程中，给县级经销商的价格没有变动，把一级经销商的利润空间作为县级经销商的促销和推广。他公司的全打产品经过调查，因为包装是300ml、500ml、1000ml的全打产品，零售价格定位为10万/吨，出厂价为5万/吨。给县级批发商5.5万/吨，到零售商手里7万/吨，零售价格为10万/吨。我公司今年的全打产品“全程”就是学习了德州新势力公司的思路进行操作。

因为第一年操作湖北市场，并且都是公司的老客户，老产品溢价不太适合，只能在新产品中进行溢价学习上格公司的政策。在新产品苏三中就体现出来。还有荆州客户王锦尧处的全打产品“阿维氟铃脲”。都为2025年市场的推广和促销奠定基础。

3、举例说明区内空白市场是如何调查、开发的？

今年由于第一年接收湖北市场，并且都是老客户，今年没有开发客户的计划，但是空白市场较多，今年主要是为客户进行服务，空余时间进行空白市场的调查，没有开发一个客户，在空白市场的考察方面遵循了公司的各项规定。简单的了解了当地的种植作物，各种作物的种植情况，各种作物的病虫害发生情况，以及当地病虫害的用药水平等都进行了简单的了解。并且对当地的客户情况进行了简单了解。

4、列举已交到公司的2-3个有价值的信息，说明可借鉴、利用价值之处，是否被公司借鉴利用？

已交到公司的信息中有巴斯夫公司的“凯特”和江西众合公司的“螟杀净”这些产品在市场都得到了客户和农民的尊崇。1：巴斯夫公司的“凯特”18.7%烯酰吗啉+吡唑醚菌酯wdg（25g）在武汉周边的黄瓜和番茄霜霉病在前期预防方面达到20天的持效期。目前为止暂时没有比他效果再好的产品了。我公司现有证件48%烯酰吗啉福美双，可以利用这个证件内加吡唑醚菌酯做成25g的包装，在市场进行推广。现在此产品在市场被誉为是霜霉病的专有产品。2：江西众合公司的“螟杀净”此产品在荆州客户王锦尧处经销的产品，在公安和石首等县被经销商所接受，我公司水稻杀虫剂，在年初20%三唑磷（哥俩棒）产品的配方上客户希望公司能够参考一下众合公司的，所以寄回样品以待备用。没有被公司借鉴。

5、举例说明产品出现药害是如何处理的？（无药害的列举其它市场查罚、产品质量等问题处理？）

湖北市场2025年没有出现过药害，不过在市场今年的查罚却出现过几次，在5月份的团风市场我公司的“巴郎8ml”被当地农药执法大队抽查到说标签不合格。电话跟黄经理沟通，他开车到团风执法大队交了2025元市场保护费，就把这个事情摆平了。

6、期内完成几个药效试验？举例是如何试验的？公司安排的实验还有几个未做？（没安排的写无）如何补救？ 在湖北期间大概有4个药效试验，其中“苏三”试验做的相对比较成功，当试验品到武汉第一天，我从物流公司把货直接接过来（已经提前联系好试验地方），下午4点赶到东西湖区王本友处，在花菜的苗床上开始试验，对当时的天气情况进行登记，与王本友进行交流康宽和普尊在当地使用情况，进行逐一记录。晚上7点钟赶回舵落口，第二天早上8点钟赶到试验地进行观察，王本友早上6点已经观察完结果回来了。记录了一下他的结果，然后自己到田里进行实地落实，记录虫口死亡率，和对苋菜的敏感程度。然后每天对此产品进行各种作物的实验（小白菜、毛豆、豇豆、丝瓜、卷心菜等等）。

（四）你对出差三件事有何意见和建议？

对于公司在出差三件事。由于让我们明确了出差的各项任务，避免出差造成的不必要的重复和浪费。关于对客户资料的搜集方面，我个人认为没有必要把客户的家庭信息搜集过于详细。

二、回公司五件事

1、通过向领导汇报工作，有无收益？分别举例说明。

在向领导汇报工作过程中，发现自己有些思路是需要进行调整的，比如说在武汉市场我的角色问题，刚进入市场的时候主要就是配合客户对市场进行调查和听从客户的安排。在工作一段时间后，向韩总汇报工作，韩总经过分析后发现我基本成了客户一业务员一样，经过韩总的谆谆教导，修正了我的思路，针对客户所需产品的企划进行跟踪以及落实，对于不执行好的进行学习，执行不好的与客户进行沟通，如需调整根据实际情况进行微调。对于空白市场征求现有客户意见。

通过每次回公司向领导回报工作自己认为有很大的收益，通过市场现状向领导汇报后，自己在市场上有偏差的地方领导能及时的给予纠正，企划方案能及时的得到调整，对于空白市场开发有引导作用，对作物的用药安排有前期、中期、后期的思路。例如；企划方案的调整，丰县马新存处今年以前一直卖的是10%哒螨灵红白螨杀星，经过领导给予引导及时给客户调整换成15%的哒螨灵红白锈虱螨杀星，并逐步打开市场。对空白市场开发；今年本区域公开发空白市场10家，虽然都没有很大的量，给以后支持哪个客户制定了方向。

收益比较大。在9月份回公司计划事宜，对于回来，客户问估计什么时候回武汉。因为这个时候武汉的温度是在28-33℃左右，在花菜和菜花方面的杀虫剂正在用药的旺季，所以回公司后，把公司事宜弄完。抓紧时间赶到武汉市场，在国庆节期间赶到咸宁的簰州镇，在哪里一个人进行试验性推广得到了零售商和客户的赞许。同时也取得了他们的信任。在年底的结账过程中，客户还一再提起此事，证明此举得到了他们的认可。所以收益匪浅。

2、通过回公司计划事项及计划出差事项有何收益？举例说明。

有了计划，工作就有了明确的目标和具体的步骤，就可以协调大家的行动，增强工作的主动性，减少盲目性，使工作有条不紊地进行。同时，计划本身又是对工作进度和质量的考核标准，对大家有较强的约束和督促作用。所以计划对工作既有指导作用，又有推动作用。

其中受益较大的是中秋节期间计划国庆节前到市场对苏三进行推广，与咸宁客户早就进行了沟通，但是其他公司业务员在国庆节时临去打电话，客户就直接进行了拒绝。因为他的事情已经排满了，没时间陪他们进行实地试验。所以计划的重要性是不言而喻的。

3、你对回公司五件事有何意见和建议？

暂无意见和建议。因为回公司五件事对我业务人员回公司的事宜进行了明细化，所以让我们回公司后的计划比较周密。

三、年终结账

1、分别举例说明通过年终结账企划方案执行的比较好的和不好的实例；如何提高？

执行比较好的是在武汉的天门客户何黎明对水稻的二三化螟产品的企划时，对于国产氯虫苯甲酰胺类产品要跟进必须在产品的对二三化螟的持效期上与进口产品进行比较，才是我们国产产品生存之本。二级客户对我公司的此产品企划比较满意，希望在后期产品制作过程中能够达到预期目的。关于产品的性价比，国产产品一定要在使用技术上进行更新，让国产产品进一步提升他的性价比。

荆州结账过程中，由于荆州王锦尧处处于人员更迭，新人来了后对各个公司的产品需要有个熟悉的过程，所以与

其进行新产品企划时产生了很多的分歧，以至于只把明年希望增加的产品粗略沟通了一些。

2、个别客户库存超标，举例说明超标的原因？如何改进？部分客户库存控制较好，举例说明降低库存的方式方法？

对于客户库存超标的主要原因比较多，其中比较重要的需要进行改进的几点下面详细剖析一下：

1、对于产品的先进先出只是看见了益处而没有落实到实处。在实际工作过程中，客户的业务员都喜欢卖新货，本○

人在客户仓库的时候，他们都比较遵守先进先出的原则，只要不在，他们都喜欢拿新货。库存超标的主要原因是武汉客户处二级批发商的总销量占据了他销量的50%以上，在二级批发商处的库存控制困难较大，因为没有专人盯着的话，容易造成库存。

2、对客户业务人员的责任心要进行梳理，由于他们对厂家产品的责任心需要 ○

3、你对年终结账有何意见和建议？

年终结账湖北客户对于2025年能够销售的产品都进行了留存，过期的产品进行退回整改，这是违背公司的年初合同，希望通过2至3年的时间与客户进行慢慢磨合。最终达到公司的各项要求。建议在产品库存方面，与客户的业务员进行多交流。把库存进行中控。

四、突出贡献

除上述完成事项外，营销方面你还做了哪些的具体性工作？（没有的写无）

在武汉市场推广“苏三”产品的时候使用了实验性推广，经过一个多月的实验推广得到了武汉客户和二级批发商等的好评。

五、意见与建议

1、对公司物流、管理有何意见和建议？

因为武汉市场属于老市场，比较稳定，发货时间比较及时，对物流建议希望更上一层楼。

2、对产品（包装、性价比、配方等）有何意见和建议?

公司产品包装其中液体包装中瓶型跟其他公司进行比较有点小。湖北2个客户都对此提出意见和建议。希望公司对于液体产品对标签区进行调整。

六、11年产品企划及目标

1、现有和空白市场、客户、产品企划方案。（统一使用新版CPQH—

1、2）

现有空白市场机会在年初重新去考察一下客户，因为在襄樊和宜昌都有合作意向的客户，客户对我公司产品还没什么了解，所以希望与其进行进一步沟通后再谈明年合作事宜。

2、客户分类确定经营模式。（统一使用JYMS-1）

见附表：

3、2025任务目标及分客户、产品、件数，分月供货、回款曲线图。（另页）（统一表格待定）

见附表：

以浙江省为例：

《申办中国体育彩票“浙江省销售网点”的原则规定》

一、申请的对象

申请人应为中国公民，且具有当地居住户籍，遵纪守法,热心体育公益事业，懂经营、善管理；其从业人员须具有吃苦耐劳精神、高度责任心和良好信誉，年龄在45岁以下（男女不限）。同时，申请人及从业人员均须具有高中以上文化程度，懂电脑操作。

二、申请的条件

（一）申报经营场地必须位于市场和经济氛围活跃，周边人口相对较多，适宜增设体育彩票销售网点的市场空白区域，或由当地体育彩票管理机构指定方位；

（二）申报经营场地与已有体彩销售点的距离一般不得少于300米；

（三）申报经营场地必须能安装固定电话、电信ADSL宽带；

（四）申报经营场地必须具备确保安全、正常供电的220V接地电源；

（五）申报人能按规定要求提供担保单位或担保人及可供抵押的资产，并具备兑奖、销售流动资金，能承担经营风险；

（六）申报人必须具备亲自参与网点经营和管理的条件。

三、申请办理的流程

（一）带本人身份证原件、复印件及所涉要求的有关材料、租房协议书（凡属租赁用房，须保证三年以上有效合同期）或自有营业用房相关证明材料，向当地的市体育彩票管理中心提出正式申请；

（二）所在市的体育彩票管理中心在汇总申报情况的基础上，组织进行考察评估，并根据当地市场需求,提出布点初步方案，报省体育彩票管理中心审核批准；

（三）确定担保单位或担保人及可供抵押的资产，交纳电脑终端销售设备押金及风险金，签定相关协议；

（四）接受中国体育彩票的销售培训，经考试合格、取得上岗证。

凡符合上述条件和有意经营中国体育彩票销售网点者，可向所在地的市体育彩票管理中心联系申请，并办理相关手续。

四、有关说明

（一）浙江省体育彩票经营场所分为“专营店”、“准专营店”、“店中店”三种形式。为提升中国体育彩票的品牌形象，并创造良好的交流和营销环境，更好地服务彩民，省体彩中心提倡开设“专营店”和“准专营店”，尤其是新增城区、乡镇网

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！