

最新蔬菜配送运营方案 度蔬菜店营销活动 活动策划方案(通用5篇)

为了确定工作或事情顺利开展，常常需要预先制定方案，方案是为某一行动所制定的具体行动实施办法细则、步骤和安排等。方案对于我们的帮助很大，所以我们要好好写一篇方案。以下是我给大家收集整理方案策划范文，供大家参考借鉴，希望可以帮助到有需要的朋友。

蔬菜配送运营方案篇一

对于生活，农贸已经成为人们必不可少的必需品。农贸，这个朴实却又十分重要的字眼，已经成为我们生活的一部分。人们的一日三餐都与它息息相关。然而对于本市的农贸市场的竞争更是日趋激烈，不仅存在人口量多，需求量大问题，更是容易产生价格波动的现象。对于人们的生活造成了极大地影响。这对于急需改善惠济区的农贸市场的发展状况，完善农贸销售体系是一个重要的挑战。

二、营销对象分析

推销对象：本市的广大生活居民

推销总人数：本市的居民总数

对象需求分析

(1)毛庄农贸批发市场对于当地毛庄的居民影响极大，每日的生活的农贸需求基本是从当地农贸市场购得，在他们心中，本市的毛庄农贸批发市场已经是影响他们当前生活水平的重要因素之一。

(2)本市的居民的生活所需的大部分农贸均从毛庄的农贸批发

市场购得，它实际上供应着惠济区大部分居民的农贸所需，成为惠济区发展的一个关键组成。

(3) 本市的北大学城等诸多大学造成了当地人口量的大量增加，因此又极大地增加了惠济区的农贸需求，迫切的需要改善毛庄的农贸批发市场的状况。

三、推销市场实地与人员：

(1) 推销市场的实地分析：惠济区的人口多且较为集中，农贸需求量大且较为明显

(2) 推销人员：为了更好的了解惠济区的的农贸需求量，可根据地图查看目前惠济区的人口分布状况，再合适的安排人员对于各地的农贸量以及农贸价格进行调查，并作出详细的记录，从而推断出各地的农贸发展状况。

(3) 人员安排：对于各地人口集中区的不同情况做出合理的安排，对于人口多，需求量大调查难度大的地方给予较多的人员进行调查访问，相对人口少，需求量小，易调查的地方可以减少调查人员的数量。

四、宣传与推销：

宣传主题：享受绿色食品 共创美好生活

推销宗旨：合理经营 安全保障 一流服务

推销宗旨

(1) 人员招募：考虑到销售的区域广，面积大，人口量多的难度，我们对于人员的销售不必做出太高的要求，可以从当地人中进行招募，同时也可对各地区域各安排一个负责人，但对此一定要有明确的能力与销售头脑的人员胜任。

(2) 人员培训及经验交流：对于人才匮乏时期，我们可以对此做出一定的人员培训，增加销售人员的知识、能力，销售理念，满足对于人员才能的需求。同时还可以增加各地人员的联系，形成一个统一的经营体系，在不同的时期做出不同的调整，以满足各地对农贸的需求，还可以确保加强各地人员的经验交流。

五、推销准备工作：

(1) 提前做好整体分析，制定推销详细规划步骤。

(2) 协调各成员的关系，鼓舞士气！

六、宣传推销阶段：

(1) 定点宣传：在各地设置好各地的农贸销售点，同时做出宣传，允许进行评价及建议。

(2) 宣传与推销：可以在各地进行定期的农贸展览，增大农贸的宣传力度，加强农贸的品牌质量，确保农贸的无污染，安全可靠。吸引更多的消费者观赏者，从而增大销售量。

七、营销策略：

重在抓住推销对象的心理。

(1) 首先在销售上给人一种亲近，易接触的感觉，为下一步销售打好基础。

(2) 销售时可详细，但不可过于繁琐，简单易懂即可。在进行销售时，也可拿出一些农贸样品，进行介绍，这样更容易明了。

(3) 如果销售成功，销售人员可以留下自己的联系方式，如有问题或建议可进行反馈，以便我们及时做出调整，确保服务。

八、营销计划进行阶段

- (1) 每月从各地负责人处收集整理最新征订情况。
- (2) 每月开地方会，共同解决推销中遇到的问题。
- (3) 每月开团体会，鼓舞团队，齐心协力!

九、后期销售服务

可以定期进行调查，及时收集各地顾客的意见，做出合理的调整，确保农贸的供给量，安全可靠和完善的服务，达到一流的无污染，纯绿色食品。

蔬菜配送运营方案篇二

在可行性研究报告中, 根据项目规模、项目组成和工艺流程, 研究提出相应的企业组织机构, 劳动定员总数及劳动力来源及相应的人员培训计划。

一、有机蔬菜项目组织

(一) 组织形式

(二) 工作制度

二、有机蔬菜项目劳动定员和人员培训

(一) 劳动定员

(二) 年总工资和职工年平均工资估算

(三) 人员培训及费用估算

蔬菜配送运营方案篇三

(一)有机蔬菜项目建设地地理位置

(二)有机蔬菜项目建设地自然情况

(三)有机蔬菜项目建设地资源情况

(四)有机蔬菜项目建设地经济情况

(五)有机蔬菜项目建设地人口情况

二、有机蔬菜项目土建总规

(一)项目厂址及厂房建设

1、厂址

2、厂房建设内容

3、厂房建设造价

(二)土建总图布置

1、平面布置。列出项目主要单项工程的名称、生产能力、占地面积、外形尺寸、流程顺序和布置方案。

2、竖向布置

(1)场址地形条件

(2)竖向布置方案

(3)场地标高及土石方工程量

3、技术改造项目原有建、构筑物利用情况

4、总平面布置图(技术改造项目应标明新建和原有以及拆除的建、构筑物的位置)

5、总平面布置主要指标表

(三)场内外运输

1、场外运输量及运输方式

2、场内运输量及运输方式

3、场内运输设施及设备

(四)项目土建及配套工程

1、项目占地

2、项目土建及配套工程内容

(五)项目土建及配套工程造价

(六)项目其他辅助工程

1、供水工程

2、供电工程

3、供暖工程

4、通信工程

5、其他

蔬菜配送运营方案篇四

2、我公司将会在四川境内个个菜市场 and 所有大型的超市里边上市我公司的绿色蔬菜，首先它是我们的生活所必须的产品所以咋试销阶段不会有很大的竞争。

3、我国正大力提倡绿色保健食品的销售，首先品质和营养是我们公司的主打方面至于价格我公司会进行适当的调整，以符合广大消费者的消费能力。

4、综上可知，我公司现在的营销环境处在一种竞争优势与市场机会并存的状态。

(二) 营销微观环境

竞争对手概况：

销售理念及文化：

我公司力求打造质量上乘、，营养丰富，价格公道的优良公司，力争在蔬菜这方面成为一方霸主。

策划项目概况

本项目书将从市场分析、项目定位、市场定位、业主情况、营销活动的开展、营销策略、销售管理、销售服务、总体费用预算、效果评估等方面就绿色蔬菜项目的试营销策划进行详尽的说明：

(三) 市场分析

市场调查：在经过了三次前期市场调查后，我们总结出以下市场信息：

3. 目标消费人群都能消费所有大多数的绿色蔬菜，对于价格方面只要合理一切都不是的问题。
4. 目标消费人群愿意选择较为便捷的渠道购买产品。
5. 目标消费人群更看重产品的功能和产生的效果。

市场特性：目标消费市场为需求容量较大但购买能力较强的宽广型市场。

竞争对手排队

上位竞争者：无

同位竞争者：无

下位竞争者：

各种菜市场的菜农和各个超市的蔬菜经销商

竞争格局辨认

根据综合市场分析，我公司现阶段可以形成市场的领导者、挑战者与补缺者。

主要竞争对手的市场表现、营销方案、竞争策略、竞争优势。

本项目的营销机会：

(四) 项目定位

项目定位点及理论支持

该项目定位为我公司在新的一年中的一项开拓新市场，对于蔬菜我们本项目主要针对市场下中高3方人群的需求，市场机会相当的明显。

的新产品很难开发但不代表不开发，但重心在蔬菜的品质和营养上。

项目诉求及理论支持

(五) 市场定位

主市场(目标市场)定位及理论支持点

(六) 市场情况

市场分类/分布。

市场特点

市场规模

市场消费行为/心理

目标市场消费能力强，购买力充足。但重视品质与营养，讲究品质与产品细节。

(七) 营销活动的开展

营销活动的目标

在试销初期(20__年__月至__月)内，完成第一批绿色蔬菜60%

蔬菜配送运营方案篇五

在可行性研究报告中,根据项目规模、项目组成和工艺流程,研究提出相应的企业组织机构,劳动定员总数及劳动力来源及相应的人员培训计划。

一、蔬菜配送项目组织

(一) 组织形式

(二) 工作制度

二、蔬菜配送项目劳动定员和人员培训

(一) 劳动定员

(二) 年总工资和职工年平均工资估算

(三) 人员培训及费用估算