

2023年甜品店促销活动方案 销售酒水活动方案(优质8篇)

方案在各个领域都有着重要的作用，无论是在个人生活中还是在组织管理中，都扮演着至关重要的角色。方案的制定需要考虑各种因素，包括资源的利用、时间的安排以及风险的评估等，以确保问题能够得到有效解决。以下是小编给大家介绍的方案范文的相关内容，希望对大家有所帮助。

甜品店促销活动方案篇一

酒水市场一向是我们最大的市场，对于酒水的销售方案要做的好，那么就可以使销售活动事半功倍。下面是本站小编为大家整理的销售酒水活动方案，希望对你有帮助！

一：活动销售

坚持酒吧定期的活动可以起到一个留住老客户发展新客户的良好市场战略。 活动策划：

(1)宣传期间 例如：某月10号为活动日，提前1—2周宣传，首先针对店内vip一一发送活动信息通知；然后店内外宣传，外部主要广告和客人间口头宣传，内部主要以海报和销售人员的宣传，在每一位客人10号前来店消费即告知活动时间和活动主题，并同时赠与或者推销活动邀请卡片。从而诱惑客人当日前来参加活动，卡片上须注明时间、权限和使用方法。

{注释：卡片的形式

(2)实施方案 如是a形式卡片，活动当天客人持卡片前来参加，在进店或者使用卡片兑现啤酒的时候向其赠送下次活动的卡片；如是b卡片，在客人兑换完啤酒，由店内销售人员在客人

即将离店之时，为其推销下次活动的消费卡片，或者上桌为每一桌客人做即时推销此类卡片。

活动期间需要有表演、各种互动游戏、即时促销和抽奖环节，保证每次活动的趣味性和吸引力。

附言：以上说及活动销售方案只是本人一个框架思路，具体实施操作还需具体商讨。

二：日常鸡尾酒推广销售方案

鸡尾酒是一种量少而冰镇，成本低利润高的酒，因为它的制作独特方式及实用吸引了很多朋友们的喜爱。酒吧中在不定时间内搞一些鸡尾酒促销这样会加大我们鸡尾酒销售量，从而提高了我们酒吧的经营效益。

1：每晚在9点30前进场到12点未退场并且在吧台消费达到一定金额的客人，均由调酒师赠送精心调制的鸡尾酒一杯。（这一鸡尾酒促销方案主要特点是有时间限制，一般在这一时段虽然人比较少，但是都是一些酒吧常客。）

2：酒吧时间，对每一位来本酒吧来举行生日聚会的顾客，赠送由调酒师调制的宴会系列鸡尾酒或者天使半打或者沙滩半打或试管鸡尾酒一套，并点上烟花以示庆祝。

3：周日三为女士之夜，女士在当晚9点30—23点59即可品尝免费鸡尾酒。 4制定每周一酒方案，在桌台的鸡尾酒推广卡片中注明某款鸡尾酒做本周半价销售。

5：由营销人员定台并消费达到一定高度的顾客，由定台营销经理赠送杯塔鸡尾酒一套，可由调酒师亲自到其座位上制作。

6：对在吧台购买宴会型鸡尾酒或成套子弹型鸡尾酒或试管鸡尾酒的顾客赠送果盘或者小吃。

- 7: 由服务部负责促销鸡尾酒, 给予服务员百分之5的提成(或其他待定)。
- 8: 招聘吧丽以对于坐在吧台消费的男性客人更好的沟通。
- 9: 可以让来店消费的客人留下一张交友卡由酒吧保存。
- 10: 在酒吧各处贴上鸡尾酒小图片和信息, 如厕所, 墙壁等。
- 11: 由调酒师和吧台工作人员对每一位坐在吧台点经典鸡尾酒的顾客讲这种鸡尾酒由来的故事。
- 12: 吧台工作人员须掌握些小魔术和些趣味性游戏和客人互动时来增加气氛和让客人感受不一样的吧台文化。
- 13: 每位客人都可给我们调酒师提供意见和不满, 在我们以后的经营中更有效的帮助, 和对策改善。

一、 拜访准备

凡事预则立, 不预则废。要顺利拜访并开发成功, 须做好前期准备工作。

1. 资料准备: 包括企业简介、产品手册、样品、价格政策表等。
2. 仪容准备: 要想更好地开发餐饮终端, 业务人员就必须以良好的职业形象出面在客户面前。包括: 穿着职业化, 尽量着职业化的装束, 比如, 西装、领带等, 着装不可太随便; 面部形象职业化, 要充满自信、面带微笑等。
3. 心理准备: 作为二线品牌厂商的业务员, 要具备屡败屡战、毫不气馁的良好精神状态, 随时接受在开发过程当中出现的种种困难和挑战。因此, 也要求业务员, 要不断调整和锤炼自己, 保持一颗昂扬向上的进取心态。

二、找准拜访对象

业务员拜访的对象一定要是有“拍板”能力，即有决策权的人，它往往集中在某一两个人手中，要么是老板或老板娘，要么是大堂经理或采购主管，因此，要选准拜访的目标客户，才不至於出现“盲人骑瞎马，夜半临深池”之现象。此外，作为开发人员，还要选择合适的时间前去拜访，避免因为生意忙或负责人不在，而让自己吃闭门羹或跑空趟。

三、上门洽谈。

上门谈判，是餐饮终端开发成功至关重要的一环，因此，需要潜心研究，因地制宜，有策略、有技巧地去谈，促使双方合作成功。以下是洽谈的注意点及洽谈的方式。

1、洽谈注意点：一是首次拜访终端客户尽量不要电话预约，因为电话预约遭遇拒绝的可能性较大，且往往没有回旋的余地，对业务员自身也是一种信心打击。二是在洽谈时，注意向客户“推销利益”，反复说明销售该产品能够给客户带来的最大化的利润，从而引起客户的兴趣，让洽谈能够更顺利地进行下去。

如，经营该产品与竞品盈利对比分析等，从而让客户口服心服，水到渠成地接受产品□abcd法。可以用abcd法，找出产品、政策、促销中最独特的优点讲给客户听□a指权威性，即权威机构和人士对产品的评价；或获得的各种荣誉证书、认证等□b指更好的质量，即与竞品或老产品相比的优势；c指购买的便利性；d指新奇，即产品、销售政策、促销方案等的独特之处。通过此法，可以更全面而又更有说服力地打动客户。

四、洽谈内容

二线品牌的厂商在开发餐饮终端时，以下八点是谈判的主要内容，因此，也需要业务人员熟练掌握以下几点，从而机动

灵活，避免谈及相关内容时“冷场”。

1、产品品种：可以让其经销的产品品类，及数量。

2、投入情况：在政策范围内可以投入的店招、进场费、展示柜等。

3、产品价格：给予餐饮终端的进店价，及其应该出售的建议零售价，违规处理方式等。

一般情况下，一个完整的餐饮终端开发计划应有以下环节：一是首先要对餐饮终端进行市场调研，包括市场调查、目标终端确定；其次，根据调研的情况，锁定目标餐饮终端；三是进入开发实施阶段，包括上门拜访、沟通与谈判，最后是签约、建档，餐饮终端开始运作。

共2页，当前第1页12

甜品店促销活动方案篇二

充分利用元旦假期，整合资源，有计划、有策略的`开展一次时间跨度较长的促销活动，更好的传达宝利汇商场的经营理念，提升企业品牌形象，拉动产品销售，实现品牌形象与产品销量的同步提升。

活动主题：百款名品一元秒杀

活动口号：天冷了，来汇吧！

充分利用圣诞节和元旦，两大契机，通过一元秒杀、现场微信抽奖，发动所有商户通过微信营销发放电子代金券等促销手法，直接让利于消费者，从而提高产品销量及扩展宝利汇的品牌影响及商铺招租情况。

20xx年xx月xx日—20xx年xx月xx日

20xx年1月1日—20xx年1月3日

汇购物广场

- 1、百款名品一元“秒杀”更劲爆！
- 2、活动当天，凭电子优惠券，到各商铺购商量即享受最低折扣！
- 3、活动当天，凭电子优惠券，商场即可送抽奖两次！

活动一

“汇百款名品?一元“秒杀”更劲爆”执行细则

活动概述：

一元秒杀，是随着网络繁荣而兴起的一个新的促销及消费方式，鉴于网络环境的原因，这种形式多被认为缺乏诚信度，一元秒杀多被网友诟病。把一元秒杀移植到实际商业销售中，增强活动公信力，传媒信息报及网络营销的资源传播活动、组织人员，会起到事半功倍的效果。

20xx年12月24日晚5点，开始暖场，6点正式开始1元秒杀(根据商户提供商品的情况，建议每件产品安排3-5分钟，当晚拍30件)

20xx年12月25日下午4点开始演出节目，6点开始1元秒杀，约8点开始抽奖

甜品店促销活动方案篇三

为了让促销活动更有影响力，效果更明显，“借势、造势”成为了必要。《大河报》是河南第一大报，为全球报刊发行量百强企业，其发行量及民众关注度均为同类报纸中的翘楚。于是这次活动的主题口号就命名为“大河统一美丽生活”。重在借助大河报的知名度扩大品牌在当地市场上的知名度和影响力。在活动前两周我们就开始在《大河报》投放整版《大河统一美丽生活》硬广，并进行公交报站器广告，通过媒体先进行市场预热，为后边销售打好基础。

活动安排

1、活动时间为5月31日-6月30日。在品牌促销让利方面，六月是饮料销售的旺季，因此饮料促销成为活动主推项目。整个活动时段我们挑选中间四周，每周根据不同的侧重点选择不同套系产品进行促销让利，如：冰红茶、绿茶等“茶”系列产品为一套系的促销，“鲜橙多、葡萄多”等“多”系列产品为一套系的促销等。这样安排活动，使每周都有新内容，给消费者进行不间断的视觉和心理冲击，使活动内容充实丰满。

2、周一到周五“买就送”，以买送搭赠(面类产品和饮料的捆绑)的形式带动人气低迷的时段销售。周末带动人气的“限时、限量惊爆抢购”，打击竞争对手，抢拉客源的“超低特价，超级好礼”。

3、公益活动

本次促销有附带一个公益活动——您的爱心我的学业，统一产品义卖表真情活动。本次活动适逢中高考时举行，义卖表真情活动在献爱心的同时，很好地树立了企业的公众形象。

4、开展写生大赛

开展儿童妈妈写生大赛，在增进亲子关系的同时，扩大统一品牌在孩子群体中的影响，是他们在小的时候就被改品牌所包围，培养他们的品牌意识和品牌忠诚度，使得统一在孩子小的时候就深深扎根其心中。

5、活动期间还邀请台胞河南办事处主任等一行来到活动现场做讲话，各大媒体记者也到现场采访，统一河南分公司老总亲自演讲，为活动造势！

活动执行

此次活动牵涉到企划、销售、财务、推广、储运等多个部门

1、事前责任明确

由于此次“大河统一美丽生活”活动涉及众多部门，事先对各个部门进行了动员协调会，进行了详尽的分工，分工明确，责任到人。企划部负责整个活动的执行和跟踪，对外宣传、硬广设计、软文撰写□pop制作；推广部负责促销、导购人员的培训、管理，商场堆头布置、现场海报□pop管理，活动现场管理等；储运部负责检查库存，确保及时补货；销售部负责维持好现场秩序。财务负责帐款的回收。

2、做好各项活动准备

在“大河统一美丽生活”活动进入倒计时阶段，对各项工作进行准备，保证活动顺利进行。

场地准备：确定活动场地，尤其使活动期间户外活动的展示、搭台，必须提前做好。

物料准备：根据活动的规模，提前准备好相应的宣传物料，如产品宣传单、促销活动单页、促销横幅、促销礼品、宣传海报、奖品等。在活动前一天应该确保所有物料到位。陈列、

上货、广宣品□pop等的布置工作应该在活动前一天晚上做好，避免活动当天匆忙去做，更不要在活动高峰期做，免得引起现场混乱，给活动造成不便。

人员准备：确定活动现场指导、派单员、产品促销员。活动期间，导购、促销人员、策划负责人员应该提前到位，再次确认准备工作到位，整理广宣品、陈列排面、产品和礼品堆头以及标价。策划负责人全程跟进，了解准备不足和方案欠妥之处，及时改善调整，并对促销人员进行现场辅导。

人员培训

“大河统一美丽生活”人员培训分两部分：第一部分为执行成员活动培训；第二部分为促销、导购人员针对性销售培训。

1、执行人员培训由活动测划负责人全程指导培训，以口头、书面、图示及现场演示等方式，充分说明方案内容，让每一个执行者都做到-全球品牌网-明确活动目的、政策、执行流程、注意事项及活动统一宣传口径。准备工作责任到人，规定完成时间、检核人，活动前确保各项工作到位。

2、导购人员的针对性培训。

导购、促销人员是整个活动执行过程中的核心，其一言一行直接影响着销售及品牌声誉，因此要对其做针对性比较强的销售技巧培训，让导购、促销人员更深刻明确活动目的和政策，掌握推销技巧。推销技巧培训包括推销心态(推销从顾客第一次拒绝开始，要保持积极愉快的心态，推销的技巧是积极主动)、推销话术(消费者异议回答话术、目标消费者)等的培训。

活动评估

经过这次活动的开展，很好地宣传了统一品牌的影响力和在

民众中的美誉度，扩大了市场占有份额，同时也提升了销量，并拉动了面类产品的销量，总体来说是比较成功的！

甜品店促销活动方案篇四

通过在我市的一次大范围的市场调查，我们发现：

市内其他鲜花销售商在情人节期间基本没有什么较大的促销活动，即使有也只是针对零售花店的通路促销，更多的鲜花销售商及花店采取的是自然销售，从业人员营销观念比较落后。

市内年轻人经常光顾的场所如迪吧、电影院等虽然每年也搞活动，但不外乎幸运抽奖、降价优惠等形式，内容千篇一律，没有新意，而且活动宣传乏力，不到位，效果不佳。

另外，在受访人群中，有57%的消费者认为每年都送玫瑰、巧克力缺乏新意，不能将情人节的浪漫、温馨长久留住，希望除赠送玫瑰、巧克力以外，能赠送其他更时尚更有保留价值的礼品。

显然，消费者的需求意味着巨大的商机。

目标市场

a类消费群：20—25岁的未婚青年，此类消费者都是情人节玫瑰消费的主力人群。他们富有激情，崇尚浪漫、时尚，喜欢幻想，能快速接受新事物，是一个为了求新、求变永远也不会厌倦的时尚阶层。

b类消费群：50岁以上的消费群，此类人群虽然对新事物的接受程度不如年轻人，但由于每年情人节气氛的影响，在整个鲜花消费群体中已占有5%的比例，说明其时尚心态渐起，是

一支易被“教化”的群体，如果其儿女能够推波助澜，媒体广告刺激到位，则此类消费群可能成为一只“绩优股”，升值潜力很大，而且也是一个值得关注的社会现象。

c类消费群：25—35岁的消费群，此类群体有的是处于事业的起步期、上升期，而有的却已事业有成，由于性格、年龄、偏好、收入、环境、习惯、价值观等原因，使得此类群体显得最为复杂，最不利于细分，也不利于有针对性的进行市场推广，但她将是影响b类消费群的一支“伏兵”，也不能放弃，但不作为重点。

目标市场定位策略

果购买欲望被激发出来，也是一个不小的市场，而且其社会影响对公司的品牌建设将十分有利。

推广策略

我们发现，现在正流行一种代表着中华民族深刻文化内涵且历史久远的手织品：中国结。其深深的红色、多样的变化代表着富贵、吉祥、喜气，而且适合长久保存，并广泛的在年轻人中流行，应是我们寻找的理想载体。同时，由于“结”与“节”的谐音，也为中国结和情人节的结合找到了一个巧妙的切入点，显然，这个针对情人节的礼品就叫“情人结”。她不同于市场上销售的中国结，我们赋予了她全新的内涵：“‘情人结’套住情人节，天天都是情人节”，寓示着爱情的执著、久远。而且“情人结”本身就是一个很好的卖点。

活动主题□xx美容院连锁店，和您一起共度浪漫七夕

活动地点□xx美容院连锁店

活动时间：2016年8月3日到8月9日

活动对象：二十到五十岁人群

- 2、准备好精美的小礼物，在宣传的时候，送给女性顾客；
- 3、精心布置活动场地，争取创造出一个浪漫的节日气氛；
- 4、在社区和校园贴上宣传的海报，并且派送优惠券；
- 5、可联合花店、电影院、珠宝商、婚纱摄影机构等商家共同促销，提升美容院七夕活动的影响力。

在七夕当天，我们以折扣的方式，向顾客提供优惠的服务，可以吸引大量的客源。七夕优惠促销活动，要突出情人节的文化氛围。

这一天，是情侣们相聚在一起的日子，美容院连锁店要以此为主题，让男女情侣顾客享受到“浪漫七夕”活动带来的优惠和折扣。

所谓千里之行始于足下，在浪漫七夕当天，美容院连锁店可以推出“足部护理”的优惠活动，可以让我们的顾客真正的感受到实惠和关爱。

具体内容如下：活动当天，到本店的情侣可以获得专业足部技师按摩，并且享受七点七折的优惠。

七夕促销，美容院连锁店要改变以往的营销方案，将男女情侣顾客“捆绑”在一起，向其推销。

例如在情人节当天，推出“男女美容套餐”。在七月初七当天，购买该套餐的男女情侣，可以享受一次spa水疗，中医全身按摩一次，并且免费获得一张vip体验卡。

该套餐是针对情侣的，所以属于双人消费套餐，在消费的时候

候，可以男女两个人一起使用。

情人节当天所有来美容院的女士充值即送一只玫瑰花(共200支,送完为止)凡是情侣上进店送精美礼物一份。

另外上午9点——晚上21点，每个小时的整点本店将抽出一名幸运客户送惊喜，奖励神秘礼物一份。

不少人选择去电影院观看电影，凡是情侣在情人节当天进店消费即可获得电影票2张。

1、美容院连锁店可以和附近的花店合作，在活动的当天，向满1000元的情侣赠送99朵的玫瑰。

2、美容院连锁店推出的套餐一定要有期限，最好是一到三个月之内，过了期限则无效。(为了及时耗卡)

3、在活动开始之前，用鲜花和气球装饰店内，营造情人节的氛围。

4、在情人节当天，赠送员工一些小礼物，例如巧克力和鲜花，让员工也感受到美容院连锁店的用心和爱护。

5、美容院连锁店促销，一定要有针对性，切记不可哗众取宠。

2016美容院七夕促销活动方案最近朋友圈又被七夕情人节刷屏了，单身狗伤不起的时候到了，各种商家的七夕活动更是让人眼花缭乱，心动不已，情侣们又进入了虐狗时刻。作为最具浪漫的女士美容院怎么能错过为女王们效力的时刻呢?美容院如何趁着七夕情人节做促销活动呢?雅致轩美容院连锁加盟品牌给大家分享，2016美容院七夕情人节促销活动方案。

活动主题：浪漫相约，情定七夕

活动时间：8月6日——8月9日

活动目的：

(2)活跃氛围，有效拓展新顾客，增加老顾客的粘性，扩大影响力和知名度；

(3)增加人气，提升店面形象，刺激消费，拉动美容院业绩增长。

活动内容：

(1)活动当天，凡是情侣或夫妻进店消费满999元，则可以免费得到美容院赠送的`价值388元的美容护肤项目卡，并且免费领取一份爱的礼物。

(2)举办一个情侣或夫妻甜美照收集活动，提前一周通过美容院微信公众平台或者邮箱收集浪漫爱的印记照片，活动期间从中抽出30对幸运浪漫儿，赠送美容院护理年卡一张。

(3)联合当地附近的各大商家、比如珠宝首饰、婚纱摄影店、化妆品店等联合冠名提供活动礼品。凡是活动期间在美容院内消费满520元的顾客，均可以享受到周边商家优惠活动。

活动宣传：

活动前一周时间，可以通过装扮美容院的内外氛围，拉横幅、贴海报、led广告灯、发传单、摆摊登记等方式做宣传；当然也可以通过网络在当地的生活栏目平台或者是美容院公众号、微博做活动的宣传，调动大家参与的激情。

活动准备：

(1)促销活动的各种物料准备：鲜花、气球、横幅、海报、礼品、优惠卡等等；

(2)美容师活动期间的话术培训，活动前的演练准备及心态培训等；

(3)联合周边商家做活动，需要提前做好沟通准备等。

七夕是中国传统的情人节，由于中国人越来越珍视中国的传统文化、民俗节日，在加上商家每年大张旗鼓的宣传炒作，七夕情人节已经成为情侣必过的节日之一。本人促销方案是主要紧贴“七夕”主题的促销方案，以配合店内各商家、卖场促销活动，营造浓郁的情人节消费氛围。

(一)：活动主题

心心相印，浪漫七夕

(二)：活动时间

即20xx年8月22日至8月24日

(三)：活动地点

休闲食品区

(四)：活动办法

1. 凡于活动期间在本店购买巧克力满77元，即可凭购物小票到活动赠品处换取赠送玫瑰花一枝。

2. 凡于活动期间在本店购买商品满520元，即可凭购物小票参与9:00—12:00的情人节幸运大抽奖。

奖项有：

一等奖：情侣装一套

二等奖：金装巧克力一盒

三等奖：心心相印抽纸一袋

参与奖：心形气球一个

注：一张小票只可参与一个活动，不可重复使用，小票只有在活动期间参与活动有效。

(五)：商品计划

情人节期间，对于店内积压商品整理归类，设立特价区，此部分产品可借此次活动之势，保本销售，让销费者感到真正实惠。

(六)：宣传

为加强活动的影响力，要做好相关宣传，以吸引更多的顾客积极的参与到节日促销当中来，根据可视经费的多少而选择最恰当的传播媒体。如：

1. 传单 2. 海报、彩旗、气球、电子滚动字幕 3. 店内播音

(七)：卖场布置

1. 店外的活动装饰，如：海报、布旗等；

2. 店内的气氛布置，如pop广告制作，为配合七夕主题，本店在卖场共享空间架设一道鹊桥，根据传说中葡萄下可以听见牛郎织女说话的传说，在主入口门柱上用绿色的塑料葡萄藤装饰成葡萄架的效果，营造浓郁的传统中国情人节的氛围。

(八)：特别企划活动

为了让店内有更浓烈的节日气氛，活动期间在本店还举行其

他的情人节趣味活动，例如：

1. 情人默契大考验；
2. “真心话大考验”或“敢爱你就说出来”，挑战自己的勇气，许下爱的誓言；
3. 在入口处设置展板征集情侣的甜蜜照，或现场在鹊桥下免费给情侣拍照留念。

甜品店促销活动方案篇五

- 1、加强品牌活力、年轻、时尚的形象；
- 2、加强对产品校园的宣传与推广；
- 3、提高__饮料在校园内的销量，并开发新顾客。

二、活动时间、地点

活动预热期：20__年12月20号—29号(共计10天)

三、活动对象

(1)所有在校学生

他们都是具备活力与进取心的`好青年，有健康意识、，追求成就感与自我认同，他们注重生活质量，懂得追求时尚，但不盲目跟随潮流。

(2)在校的教职工及家属

他们的经济水平较高，会享受生活。

四、活动主题

“吃、喝、玩”，乐在元旦！

五、活动的内容及安排

(一)元旦传递卡

活动预热期间，宏达公司在校园内发放1000张元旦祝福卡片，将此祝福卡片签上名字，送上您的祝福，传给他人。卡片上有3个祝福语签名，并在12月30日前送到校园内各个超市，凡是卡片上有签名的顾客，活动期间将免费获得一瓶饮料。

执行时间：12月30号活动当天，逾期不给予。

(二)产品试喝

(三)抽奖

参与条件：只要购买__饮料，无论什么口味，无论多少瓶，均可参与抽奖。抽奖规则：1、每人只能抽一次。

2、以转盘为抽奖工具，转盘以宏达公司__饮料经典广告为背景。将转盘分为6个部分，分别写着：红茶、绿茶、蜜茶、购物券、健康、甘醇。

3、中奖者在领取奖品时要进行登记，写上姓名、电话、中奖物品；

4、购物券可以到校园超市内换购

奖品设置：1、转到“红茶”，可以获得250ml红茶一瓶。

2、转到“绿茶”，可以获得250ml绿茶一瓶。

- 3、转到“蜜茶”，可以获得250ml蜜茶一瓶。
- 4、转到“购物券”，可以获得价值50元的购物券。
- 5、转到“健康”与“甘醇”，可以获得圆珠笔一支。

执行时间：活动全过程

(四)凭收集的瓶盖换取奖品

(五)走动促销

时安排促销人员到学生宿舍楼下，篮球场及足球场等地进行饮料促销。

执行时间：12月30日——12月31日学生上下课期间，并隔半小时到运动场促销一次。

(六)公益捐款活动

活动与公益相结合，刺激消费者消费行为，并通过公益捐款提高公司品牌形象与产品的美誉度。促销活动每销售一瓶饮料将拿出一角钱捐赠给学院基金会以帮助贫困生。

执行时间：活动全程

六、现场布置

(一)人员安排

请10个工作人员在售点(3天的安排一样)

- 1、1人负责元旦传递卡
- 2、2人负责抽奖及换瓶盖环节。

3、2人负责兑换奖品以及记录信息。

4、1人负责免费品尝。

5、2人负责走动销售。

6、2人负责公益活动

(二)现场安排

1、在售点放三张桌子，以及一些宣传画册。

2、在售点写上主题横幅一条以及介绍产品的_架。

3、免费品尝的桌子一张。

七、宣传计划

1、20—29日：在学校内的几幢宿舍分别找一个负责人，让他们到各个宿舍发传单，每幢大概500份。

2、1日—3日：工作人员统一穿着“__饮料”的工作服。

3、在售点发传单。

4、在售点挂横幅及其他宣传物。

5、要求工作人员喊整齐统一的宣传口号。

八、费用预算

1、各高校场地租赁费，平均按每个高校500元计算，共有8个高校参与活动，共计4000元。

2、促销人员按每个高校10名计，共80名，按每人每天80计算，

促销活动三天，共计6400元。

3、促销礼品及奖品共计10000份，按平均每份4元，共计40000元。

4、元旦传递卡片，共计1000张，每张1元，共计1000元。

5、传单费用1000元

总计：56000元

九、活动效果预测

我们有理由相信，通过此次的促销活动，__饮料在学生中的地位会有有一个更大的提升。此次的校园销售活动定能取得佳绩。

相信通过我们细致的安排，此次活动一定可以在校园内掀起“__饮料”的热潮。对树立“__”品牌也会有很大很好的影响。

甜品店促销活动方案篇六

1)xx“以客户为中心，以服务为先导”的经营理念。利用本次的营销活动最大限度的吸引目标客户，使得xx的良好形象成功根植于社会公众心目中，并用实际行动架起了一座座心灵相通的桥梁。

2)事实上，活动营销最主要的作用不仅在于促销，而是成为“公司对外宣传的一个新窗口”，通过这个窗口，车型宣传得到了有力推广，品牌宣传得到进一步延伸。

3)搞活动并不可能在销售上立竿见影，明智的目标定位应该是让参与了活动的这些人，“有朝一日想要买车时，第一个

想到的就会是我们。”

4) 目前，同一价位车型在性能、配置等方面非常接近，单纯从性能等各项指标来比较同一价位车型孰优孰劣，难度较大。因此要在销售上占据优势，除了汽车品牌的知名度、美誉度外，江淮提供的服务和汽车文化认同度也成了消费者重点考察的指标。

xx市的中高收入阶层且富有爱心的人群

感恩社会，真情回馈

20xx年7月1号——20xx年9月1号

xx市的各个xx汽车直营店

广告、电视台、报纸、杂志、公关和营业推广以及相应高人员促销等

沟通信息

一直以来□xx旗下的高素质车模队伍都在业内享有声誉. 高素质车模，高品质汽车，人车相互辉映，在这一过程中xx的产品特点和品牌文化展现得淋漓尽致，由此也看出xx对品牌建设的理解达到了新的高度。

(1) 场地布置活动出现意外倒塌、损坏等情况

解决方法：首先对布置方案进行周密的推敲，充分考虑现场环境的客观因素，制定合理安全的布置方案，并制定后备方案。严格督促施工安装人员按照方案及施工规程工作，强调细节处理，对存在隐患的环节做到万无一失。安装完毕后，把好质量关，做好活动的验收工作，并定人定时进行检修。

(2)场地布置过程中，由于天气原因造成施工中断，从而拖延施工进度的情况

解决方法：让当地全友与气象预报部门保持密切联系，了解在施工期间的天气状况，提前做好防范措施和转移工作。

(3)现场执行过程中出现沟通不畅，造成工作混乱的情况

解决方法：建立完善科学的对讲系统，统一划分与配置对讲频道，要求执行人员熟悉沟通协调的流程，不得越级越部门进行沟通。同时成立现场临时协调部门，专门进行突法紧急事件的沟通与协调工作。

解决方法：制定周密的活动流程，推敲每个活动细节，强调执行人员严格按照流程工作，强调执行人员的时间观念。并多次进行活动活动预演，找出问题，及时解决问题。准备备用方案，以应对可能出现的冷场、拖场的情况。

(5)现场执行过程中，出现工作混乱，部分活动无人执行等情况

解决方法：活动执行前进行合理分工，按区域按活动进行明确的工作划分，保证每个环节都有专人负责。

2、预备机动人员，随时弥补临时出现空缺的执行岗位、媒体统筹

(1)突发事件发生后，与媒体的接触

解决方法：明确新闻发言人，积极面对媒体，及时向媒体通报调查情况与后续处理情况，与媒体保持联系，用后续处理方式去弥补先前的负面影响。

(2)出现负面报道的情况

解决方法：制定统一新闻稿，与媒体进行充分沟通，并及时与媒体上级主管部门进行协调。

3. 演艺活动

(1) 在演艺活动中，出现演员迟到、误场、缺场等情况。解决方法：强调演员的纪律意识，避免沟通失误。准备预备演员和节目。

(2) 在表演过程中，演员造成表演失误等现象。解决方法：要求演员认真对待节目排练，多次进行预演。帮助演员建立良好的心理素质，随时关注演员的身体状况。

(3) 在演艺活动中，出现配套设备无法工作等情况。

解决方法：正确地安装和使用配套设备，定人定时检查配套设备的启动系统。由工作态度细心负责的人员来操作设备，预备易损部件和更换工具，随时更换失效部件。

4. 现场音响调节对音响设备的调试工作必须全面认真，保证在各个位置都不会发生啸叫情况。

1、撤场工作从活动结束开始，到总结工作完毕

2、活动负责人布置撤场任务

3、活动负责人指挥整个撤除工作的有序进行

4、负责组执行人员撤除电脑设备

5、物料筹备组拆除、回收活动装饰物料、入库

6、客服组对活动涉及资料进行备份和记录

7、客服组协调保洁结束进行打扫工作

通过此次五一黄金周促销活动，公司维护与xx客户的关系，增加其品牌忠诚度与知名度；

扩大对xx区域市场的影响力，提升产品销量。

甜品店促销活动方案篇七

主题：“景区中秋祭月仪式”特色民俗活动

活动时间：晚

活动介绍：中秋祭月会一直是景区的传统节日庆典，今年新增了荷花灯、烛舟、寺庙钟声的配饰，加上景区夜晚的蛙叫虫鸣，使得整个祭月仪式更具有复古的味道。仪式中除了汉服歌舞文化表演，仪式结束后还有祭月贡品分食的环节，不仅让人能感受到浓烈的汉风民俗文化，也能让部分幸运的参与者得到象征福泽的贡品吃食。

参与群体：广大市民、相亲活动男女、大学生、孤儿等

主题：慰问孤残儿童、看美景、做月饼、献爱心

主题口号：“月圆天上，情满人间”

活动时间：

活动介绍：中秋是个月圆人也团圆的日子，但是总有一群人在这个日子无法与家人团聚。这次景区邀请了扬州孤儿院的孤儿们来一起过这个节日，内容不再是简单的给孩子吃的、喝的、玩的，取而代之是教他们在中秋节自己动手做月饼，同时将做好的月饼献给一直以来关心和照顾他们的爱心人士。此外，在当晚的中秋祭月仪式上，他们中的一些小朋友也会为大家带来精彩的节目表演。

参与群体：社会各界爱心人士

主题：相亲会

主题口号：爱情的主旋律

活动时间：1期9.22，2期10月中下旬

活动介绍：景区是第一个把交友类活动和户外旅游相结合的景点。

主题：“中秋夜·露营赏月会”

活动时间：

主题：“景区大寻宝”

活动时间：中秋(xx-xx号)、国庆(1-7号)

活动介绍：大寻宝活动是景区的又一特色活动，以往一般只在五一、十一期间举办，今年的中秋节排在了国庆之前且靠得很近，景区将寻宝活动跨度拉长，让更多的市民游客可以参与其中，获得更多的乐趣和幸运。

参与群体：中秋国庆来景区的所有游客

主题：景区趣味表情大征集

主题口号：“我是主角我happy☺定格快乐景区”

活动介绍：只要在9.20-10.10期间，在景区迷人的背景下留下自己好玩的、搞笑的表情记录，快乐的、有趣的瞬间场景。摄影设备不限，不玩技术玩心情，不要专业要开心。相片发送至论坛、邮箱xx☺或手机彩信发送xx;相片要求：景区游玩

过程中表情特写，有趣的瞬间记录即可。

参与群体：中秋国庆期间在景区游玩的游客。

甜品店促销活动方案篇八

任务需求

- 1、主要针对的是中高档社区家庭，活动时间放在下午。（类似纳凉晚会）
- 2、活动内容：产品宣传最主要的是能让每个社区的家庭能参与。
- 3、整个活动需要一个主题来链接。（现在中高档社区的邻居之间都不认识，以是社区才艺表演等）

一、市场分析：

内容：

1爽肤水产品：特点及发展趋势；

2爽肤水产品：销售渠道模式和销售策略；

目的：宏观把握爽肤水产品市场，找出市场差异化点，推行造势活动。

二、小区选择：

需了解的：包括但不限于

目的：有的放矢的开展小区活动；

做法：物业关键人物沟通，开发商沟通，售楼小姐沟通，报纸了解分析等。

三、物业沟通：

目的：1了解小区规章制度□

2物业对小区活动的管理办法；

3别的小区物业对小区活动的看法和合作模式。

做法：1交取一定物业管理费；

2物业关键人物关系处理；

3开发商品牌和我们品牌共同搞活动，提高各自销量。

四、活动策划：

1主题：爽肤水产品与家庭健康

2准备用品：宣传单页：不同样本各100份；

名片：4盒；

定制我们公司logo的小饰物：100个；

宣传横幅气囊：1个；

宣传吊旗：20个；

爽肤水产品推介光盘：100个；

桌子：至少3张；

书籍挂件：至少5个；

太阳伞：至少2把；

3物品摆放、用途：

小区门口：

充气气囊1个，上书“爽肤水产品与家庭健康”；

立幅2个，上书：“水家电一体，服务一站满意”；

办公桌1张，上设各类宣传手册、单页和海报；

名片盒1盒；

饮水机1台；

物业管理处：

张贴海报

设立书籍挂件一个，宣传单页50份

名片盒1盒；

小饰物：50个，所有钥匙均配置一个；

张贴海报，暂定2份，吊旗20个；

借用开发商等离子电视，插播爽肤水产品推介光盘；

联合开发商，刊登爽肤水产品专题文章。

样板房：

书籍挂件：1个/套，单页50份/套；

名片盒：1个；

借用开发商等离子电视，插播公司爽肤水产品推介光盘；

4活动单页附加说明：

工薪厨房；

买赠活动：

抽奖活动：

凡当天预约者，经销商让利15个点，按85折计算，赠光盘1张；

凡当天预约者带来第二个客户，在让利基础之上再让利5个点；

五、费用预算：

费用主要在物业管理费方面；

六、活动人员要求：

讲解介绍统一口径；

着装统一；

时刻保持和维护公司形象，有损者100元/次；

严格遵守小区规章制度，有损者100元/次；

激励政策：凡成功预约用户者，另加0.5的设计补足费；

凡成功预约超过10位用户者，另附加1000元奖励。

七、问题反馈：

公司形象维护方面；

跟物业管理公司关系处理方面；

今天预约量少的问题；

下次活动增加哪些物品，减少哪些物品，增加哪些形式，减少哪些形式；

小区选择方面应该注意哪些细节；

业主对我们公司爽肤水产品的宣传手段和服务建议。

销售的体验

一转眼我已经来公司有两个月了，不知不觉时间过得真快，想想刚到公司的我，从什么都不懂到现在一点点的在进入状态，心里很高兴。在我进公司没多久时，由于没有我坐的办公桌，经理给我们换上了新的办公桌，后来又给我添置了一台新的电脑，心里很感谢公司和经理给了一个这么好的工作环境，心情很舒畅，能更好的提高工作效率，一步一步的达到自己的目标。

在工作上，通过不断接触客户，发现一些新的待解决的问题，多向同事请教，也要多和安装师傅进行沟通，多了解一些现场安装方面的知识，以便日后给客户解答。在这个月的月初，正赶五一时，我在这值班那天，给了我一个考验一下自己的机会，业务和专业知识都不太熟练的情况下，开始接待客户，在实践中摸索经验，在实践中不断成长，对自己是一个很好的历练，为以后更好的销售做下铺垫。下面是一个小故事，能给大家带来一些新的启示。

我在这给大家讲一个我以前面试时，听过的一个很有趣的关于销售的小故事。说的是把梳子卖给和尚，想必大家听了这个题目就觉得有些可笑吧，可是听完这个故事大家可能就不这么想了。n个人去参加一招聘，主考官出了一道实践题目：把梳子卖给和尚。众多应聘者认为这是开玩笑，最后只剩下甲、乙、丙三个人。主持人交代：以10日为限，向我报告销售情况。

十天一到。主试者问甲：“卖出多少把？”答：“1把。”“怎么卖的？”

甲讲述了历尽的辛苦，游说和尚应当买把梳子，无甚效果，还惨遭和尚的责骂，好在下山途中遇到一个小和尚一边晒太阳，一边使劲挠着头皮。甲灵机一动，递上木梳，小和尚用后满心欢喜，于是买下一把。

主试者问乙：“卖出多少把？”答：“10把。”“怎么卖的？”

乙说他去了一座名山古寺，由于山高风大，进香者的头发都被吹乱了，他找到寺院的住持说：“蓬头垢面是对佛的不敬。应在每座庙的香案前放把木梳，供善男信女梳理鬓发。”住持采纳了他的建议。那山有十座庙，于是买下了10把木梳。

主试者问丙：“卖出多少把？”答：“1000把。”

主试者惊问：“怎么卖的？”

丙说他到一个颇具盛名、香火极旺的深山宝刹，朝圣者、施主络绎不绝。

丙对住持说：“凡来进香参观者，多有一颗虔诚之心，宝刹应有所回赠，以做纪念，保佑其平安吉祥，鼓励其多做善事。我有一批木梳，您的书法超群，可刻上‘积善梳’三个字，

便可做赠品。”住持大喜，立即买下1000把木梳。得到“积善梳”的施主与香客也很是高兴，一传十、十传百，朝圣者更多，香火更旺。

那么从这个故事里面我们看到了什么，我相信每个人都有不同的看法。因为讲故事的本身就是让大家思考的，因为这个故事不仅仅是博大家一笑，而是在考察每个人面对困难的态度和方式。大家也都知道，把梳子卖给和尚是很不容易的事情。因此这三个人都应该算是很优秀的销售人员。但从三个人完成任务的方式上我们却能学到很多东西，通过这个故事，我也从中得到了一些对销售行业的新的看法和一些认识和启发，销售也不光靠着勤奋、努力就行的，还有一些智慧和技巧在里面，在不断的学习中进步，日后能成以为一个优秀的销售人员。条条大路通罗马，没有不好卖的产品，只有卖不好产品的人。让我们用这句话来共勉。

同意式推销

经典故事：

数年前，有一个叫奥哈尔的爱尔兰人，他特别爱和人争辩。他也是我们班上的学员。他受的教育不多，当过司机，后来又做了汽车公司的推销员。由于他的业绩总是不理想，才来找我的。同他聊过之后，我了解到他推销汽车时，常与顾客发生口角。他说：顾客的批评实在让人不服气，于是我也会回敬他们几句，我的东西也就推销不出去了。”

对于奥哈尔，如何把话讲漂亮并不是最重要的，我的首要任务是教他尽可能少的讲话，并且绝不与别人，尤其是顾客争论。

奥哈尔如今已是纽约怀特汽车公司一位成功的推销员了。他都经历了些什么呢？他这样说：“假如我现在走进某人的办公室，对方说：‘什么？怀特汽车？那个牌子的产品根本就

不怎么样，就是白送我也不要。胡雪公司的卡车才是我要买的。’听他这么说，我不但没反对，还顺着他说：‘老兄，你说的没错，胡雪的卡车确实好。你买他们的产品也是很可靠的。而且他们推销员也很能干呢。’”

“听我这样说，他无言以对，无可争论。因为我完全同意他对别的品牌的赞扬态度，她总不会在这种情况下还把胡雪牌车如何好的事一味的强调。于是我的机会来了，我接下来便把怀特汽车的优点一一向他做了介绍。

“这事要是发生在以前，我肯定火冒三丈为自己的观点辩护，于是争辩比较激烈。而最后吃亏的还是我。

“这么一想，过去推销时，那些不必要的争论真是让人汗颜，多少宝贵的时间和金钱都浪费在无谓的争论中了。现在我学会了如何少讲话、不争辩。值得庆幸的是，许多事情都发生了改观，而且还不算太晚。”

——摘自《卡耐基经典全集》

联想：

这个故事给了我一定的启示，辩论、反驳，有时会有一种胜利的快感，但实际上那些胜利是空洞的，因为永远得不到对方的好感。我个人理解就是不要把个人的意向强加于客户，要了解客户究竟想要什么，通俗一点讲呢，萝卜白菜各有所爱，尊重客户的选择。之前就遇到过这种情况，客户就觉得净水机好，我个人就觉得纯水机好，我就不断的给客户推荐纯水机，反而引起客户的反感。差点流失一个客户。“同意式”推销方式的确值得我去学习，分享给大家。

销售拜访流程动作分解销售拜访和管理是一个销售代表最日常的工作，也是他有生产力的工作。将工作规范执行，你在消费品销售这个领域的技能就一定能得到程度的提高。

（一）准备工作

如果你以为销售工作是从销售开始那就大错特错了。战士上阵打仗前一定会检查自己的武器弹药，销售代表也是一样的，出发前就要做好各项准备的工作。

1) 固定路线，按照固定的路线拜访客户。

这项工作通常要使用的是工具是《跑店路线安排》和《地略图》。《跑店路线安排》是用来填写一周的固定拜访路线的，《地略图》则是显示各个销售在地理上的位置。按照固定路线拜访客户的好处在于，能让客户在固定时间看到销售代表成为一种习惯，这种习惯对于销售安全库存的准备也是大有好处的。

（附件一：《销售代表跑店路线安排》）

2) 合理安排，考虑到地理位置和商店负责人的时间。

1 2 3 4 5 6

动作1中的地略图就是为了合理地安排跑店路线。除此之外，商店负责人的工作时间也是我们需要考虑的。了解他们的工作时间也是在设计拜访路线时的一项重要工作。

3) 电话预约，利用电话提高拜访效率，避免负责人不在。如果是要做一个促销活动的谈判，那你就必须确保负责人在场。光了解负责人的工作时间还不够（因为可能出现调休、病假等等意外情况），你还需要事先电话预约一下。这个动作一是确认时间，二是表示对对方的尊重。

4) 设定拜访目标

有目的地跑店是一个销售代表良好工作习惯的表现。我们不

是在“逛”商店，而是在商店里工作。所以，拜访前你要带好上次的拜访记录，并且明确这次的拜访目标。这些都是必须在拜访前明确的。

目标设定还需要明确目标和最低目标。谈判是一个讨价还价的过程，你所得到的东西总是会低于你所提出的要求。但是如果你不懂得设定目标，你就无法去评估你究竟是做了一个成功的谈判还是失败的谈判。

在明确了拜访路线和拜访目标之后，接下来要做的事就是准备好你的销售工具。

5) 目标准备，根据目标准备适当的工具和数据。

6) 带齐销售资料

现在，你要开始检查你的销售包了。你的销售包外面印着公司的logo，这是每一位销售代表所要珍惜的公司荣誉，我们是为了这个品牌而战的。看看你的销售包是否保持了清洁？记住，销售包的形象也是你个人形象的组成部分，更代表了公司的形象。

现在开始检查销售包内部的物件。

《销售代表跑店路线安排》：你要检查的是，今天是否按照计划执行了跑店线路。

价格表和建议定货单：价格表是指销售的价格，建议定货单则是指销售的要货记录。

客户拜访卡：客户拜访卡就是一个销售代表的武器。客户拜访卡详细的使用方式。这张表格涵盖了一个销售的促销活动等的信息记录。

公司库存：出门前不要忘记带上公司的库存表。如果不对公司库存进行了解，就容易出现胡乱定货的情况，导致对销售定单满足率的降低。

定单：当然，做销售的必须保证你有足够的定单。

发票：如果这次出门是需要和销售结账的，你就必须带好发票和销货清单。

各种文具：再检查一下，你是否有足够用来张贴标签的双面胶？是否有清洁的用来擦拭产品和货架的抹布？另外，你还别忘记带上你的笔、笔记本、名片、剪刀和计算器。一个都不能少！

好了，你已经准备地足够充分了，现在，打点起精神，出发！

（二）自我介绍

7) 仪容仪表

销售代表可以不穿西装，但你的仪容仪表必须要做到整洁。如果公司有统一的业务着装，那么你就统一；如果没有，你也不能降低对整洁的要求。

记住一点，整洁的穿戴仅仅是一方面，你还要做到面带微笑，表现出你的亲和力。微笑能让你拉近和客户之间的距离，也能让你给人留下更好的印象。

8) 找到关键人物

如果你今天的工作目标是需要的人打交道的，那你就要首先找到那些真正能做决策的人。记住，表现出你的自信，你的自信会感染你的客户。

9) 介绍自己

如果你刚刚开始销售业务，就需要主动地介绍自己，介绍公司以及交换名片。记住，销售的负责人可能记不住你的名字，但是对一个优秀销售代表的最起码要求，是别人能记得住你所工作的公司的品牌。再次强调这点，品牌就是一个销售代表的荣誉。每一位优秀的销售代表，他的名字就是他为之工作的品牌。

我们要捍卫我们的品牌，就像捍卫我们自己的荣誉！

好了，现在开始，正式开始进入销售内的各项操作。

（三）观察

10) 观察

11) 留意竞争对手

看看竞争对手最近又干了点什么？把它们统统记录下来，向你的上司汇报，以便在第一时间做出反应，伺机打击它们。

12) 重复这些销售的基本动作

销售就是各个品牌一场没有硝烟的战争，不断地重复这些销售的基本动作，这就是一个销售代表的生活，也正是你自己的选择。

（四）运用你的销售技巧说服关键人物

13) 运用你的销售技巧说服关键人物

要达成你的销售目标——比如做一个促销活动、分销进新品等等——总不是一件容易的事情，在这里，你就需要运用你所学的销售技巧进行周旋。不要把客户的拒绝当作是最终的答案，一个优秀的销售代表，永远都要发现拒绝背后的问题。

运用开放式问题，找到客户的需要！

在客户有异议的时候，保持冷静。

仔细聆听客户的问题，了解清楚。

对客户说“我明白了您的意思是说……”，表示认同。

重复客户的问题，并且问他是否还有其它异议，这样的做法是为了限制他的问题。

阐述我们的利益，克服异议。并且要及时发现客户的购买信号，及时地达成交易。销售技巧是一个销售代表的基本功，但并非是本文的重点，下表是销售工作的一般流程：

好了，经过这些工作，你的销售目标达成了。

那么，还有什么工作落下的没有呢？

（五）行政工作

14) 检查是否准确完整地填写了每张客户拜访卡

15) 收款的工作

如果今天你的工作中有收款这个项目，请仔细保存好你所收的支票，放入支票夹中，避免丢失。

按照你的跑店路线图，按照我上面所说的步骤，就这样，你做完了一天的拜访工作。但是，你的工作完了吗？别忘记，回到办公室，你还有最后的一些工作！

16) 处理定单

回到办公室后，根据你今天的工作内容，立刻处理完你的定

单，或者是给自己公司内部打单员。

17) 上交收款

立刻将你的收款交给公司并且认真记录。收款绝对不能过夜。

18) 整理客户拜访卡

整理好你今天的客户拜访卡，如有填写潦草的地方，请在另外一张新表格上重新誊写并且存在固定的地方。客户拜访卡的存放处是不能上锁的，任何时候都需要接受上司或者是公司的检查，这就是我们的专业所在。

19) 填写销售/回款报告

认真填写今天的销售和回款记录，并放在固定的地方存档，同样也不能上锁。

20) 填写工作计划

21) 最后，准备下一天的工作

现在，忙碌的一天即将结束了。在这之前，请准备好明天访店前要准备好的一些东西，问下你的上司明天有没有一些别的工作指示。拿出你的笔记本记录下来，这个工作日就到此结束了。

以上我们拜访流程动作要领，是基本通用的工作准则与要求。销售本身其实是件十分简单的工作，但成功的要义就是简单的动作不断重复地做。这些说起来容易但做起来烦琐的工作不断不折不扣地重复执行才是我们和竞争对手拉开差距的真正关键所在。

新客户开发计划制定

新客户开发(数量和销量)

根据客户开发计划表总结出以下内容

1. 确定目标客户

1.1 确定目标客户的类型

1.2 为现有的产品寻找新的客户

1.3 满足现有客户对新产品的需求

2. 制定客户开发计划

2.1 分析客户需求

2.1.1 客户需要采购的产品和要求

2.1.2 客户目前使用的同类产品的分析

(包括: 产品的规格、特点、价格、供应厂商)

2.1.3 客户状况分析 (包括; 采购, 家庭财务状况, 信用分析)

2.2 分析供货能力 (包括: 安装交货时间)

2.3 确定客户开发过程

2.3.1 制定具体的开发步骤和时间

2.3.2 关键行动措施