

# 最新市场拓展的工作计划 市场拓展(模板6篇)

光阴的迅速，一眨眼就过去了，成绩已属于过去，新一轮的工作即将来临，写好计划才不会让我们努力的时候迷失方向哦。那关于计划格式是怎样的呢？而个人计划又该怎么写呢？下面是小编为大家带来的计划书优秀范文，希望大家可以喜欢。

## 市场拓展的工作计划 市场拓展篇一

乙方：\_\_\_\_\_

第一条乙方为甲方从事市场拓展、策划、管理事务。

1、事务内容：

- 1) 全面计划、安排、管理市场部工作。
- 2) 制定年度市场推广策略和营销计划。
- 3) 拟定并监督执行市场规划与预算。
- 4) 制定市场部的工作规范、行为准则及奖励。
- 5) 拟定并监督执行市场调研计划。
- 6) 配合人力资源部对市场人员的培训、考核、调配。
- 8) 组织按时完成公司制定的年、季、月市场拓展计划。
- 9) 合理进行加盟商和代理商的挑选及管理。
- 10) 制定及实施市场广告推广活动和公关活动。

## 2、具体要求：

- 1) 负责对市场人员的培训、考核、调配。
- 2) 按时完成公司制定的年、季、月市场拓展计划。
- 3) 店铺开设区域指定为华东、华中市场。

## 3、其他要求：

- 1) 公司必须在\_\_\_\_年\_\_月\_\_日之前为市场部配置2名市场拓展人员。
- 2) 公司必须在\_\_\_\_年\_\_月\_\_日之前完成所有用于市场拓展必备的招商资料。
- 3) 店铺设置形式可以为自营、托管、加盟等方式。

第二条甲、乙双方议定，在本协议履行期限内，甲方应在规定范围之内按下列比率向乙方支付提成费，并且还需要支付甲、乙双方签订的劳动合同上注明的基本工资待遇报酬。

1、甲方和乙方协定在20\_\_年12月30日底止，由乙方负责的市场部人员为公司完成拓展店铺20家业务指标。

2、在本条1款的基础上，乙方按时、按量、完成公司的业务指标后，甲方必须按总店铺数量实际年回款额1%提成方式支付乙方作为业务提成，并且在最后开设的店铺第12月份回款到帐后，一个月内由甲方一次性向乙方足额支付业务提成金额。

3、在本条1款的基础上，如乙方未能完成甲方设定的业务指标。甲方将按实际完成量给予乙方提成：即完成指标量90%以上给予0.9%业务提成；完成指标量80%以上给予0.8%业务提成；完成指标量70%以上给予0.7%业务提成；完成指标量60%以上给

予0.6%业务提成;完成指标量60%以下不给予任何业务提成。

第三条在本协议履行期限内，乙方在甲方规定的业务指标范围内完成指标情况下。不管甲方以任何理由辞退乙方，都必须按照年度实际回款额支付相应的业务提成。

第四条在本协议生效后，在履行期限内甲方未经乙方同意，中途毁约，乙方有权要求甲方按已经开设店铺数量的开店提成每家壹万元报酬计算业务提成，并且即时一次性支付提成金额。

第五条本协议履行期间，甲、乙双方因履行本协议而签署的补充协议及其它书面的文件，均为本协议不可分割的部分，具有同等法律效力。

1. 向温州市仲裁委员会申请仲裁;

2. 向人民法院提起诉讼。本合同壹式\_\_份，甲、乙双方各执\_\_份，自双方签字或者盖章之日起生效，具有同等法律效力。

甲方乙方

营业执照号码： 个人身份证号：

法定代表人： 住址：

联系电话： 联系电话：

日期： 日期：

## 市场拓展的工作计划 市场拓展篇二

1、负责外拓项目的接管评估报告拟定及上报;

- 2、负责市场拓展业务开展；
- 3、负责统计分析业务数据，提交销售等方面的总结报告；
- 4、负责部门相关管理办法、规章制度等文件的拟定；
- 5、负责标书的制作、审核，投标、开标等；
- 6、负责协助部门经理开展相关工作。

:

- 1、法律、金融、房地产管理等相关专业，全日制大专以上学历；
- 2、能熟练电脑办公软件，具备一定的公文写作能力；
- 3、具备房产销售、经营管理、互联网运营和市场外拓等专业知识；
- 4、交际能力强，语言表达能力良好，善于创造和谐的交谈气氛，具有亲和力。

## 市场拓展的工作计划 市场拓展篇三

- 1、现有客户（正在合作和曾经合作过的）
- 2、目标客户（正在跟进的客户或者当前需求较大的）
- 3、潜在客户（暂时没需要，但以后有可能合作的）

- 1、市场容量大小
- 2、竞争对手情况

### 3、威胁与机会

#### 1、价格

#### 2、广告位分布点

#### 3、优势及卖点

#### 4、产品种类和特点

- 1、整理及收集客户详细资料，建立客户档案。
- 2、10天内整理好桂林办事处，并熟悉办事处情况。
- 3、10天后每礼拜约访3-5个目标客户，迅速的建立客户关系。
- 4、每礼拜五定时的管理培训。
- 5、45天内寻找出3-6个准客户。
- 6、三个月内完成并且努力超过公司任务。

## 市场拓展的工作计划 市场拓展篇四

1、开发新市场, 负责组织收集市场信息, 制定渠道招商开发策略,

推动招商渠道横向和纵向的拓展;

3、帮助渠道经理开拓、沟通和管理各区域的重要客户, 并负责协调维护公司重要客户和对外公共关系。

4、负渠道部工作过程中的成本预算和费用控制。

:

- 1、全日制本科及以上学历；
- 3、专业知识:社群运营管理、市场营销、销售技巧、团队建设与管理；
- 4、能够拓展性的完成各项工作并具有干事业而非干工作的工作事业心；
- 5、具备工作创新能力和较强的抗压能力、客户沟通谈判能力。

## 市场拓展的工作计划 市场拓展篇五

a□10日前开发经理/拓展经理到位上班。

b□20日前完成有关品牌杂志、画策、招商指南印刷事宜。

在院团委领导、老师的亲切关怀下，我院素质拓展中心渐渐成长壮大，成为一个独立的部门。为了更好的贯彻共青团、教育部、全国学联发起的《大学生素质拓展计划》，全体素拓成员同心协力，帮助认证部完成认证工作。与此同时，各同学也对素质拓展工作有了更深一步的认识。

1、制作大学生素质拓展计划宣传展板，在管院及二教展出，对什么是“大学生素质拓展计划”、《大学生素质拓展证书》的重要性、以及已有素拓成果(包括素拓征文、照片)进行展示，从而推进我院大学生素质拓展计划的更好实施。

2、以班会为渠道，班级为单位，在广大同学中开展信息调研工作，普及素拓知识，班委带领同学们进行素拓游戏，在游戏中锻炼自我，体现团队精神，同时对同学们在此过程中提出的问题整理并给予正确的解答。

3、对其他院开展大学生素质拓展工作的情况以及各院校的成功经验进行汇总、收集，吸收。

1、针对中心内部人员开展培训课程，要求对素拓认证及素拓游戏进行全面掌握，加强和校讲师团、校素拓部等各部门的联系，培育自己中心的讲师及素拓骨干力量。

2、组织各班班长、支书及由班级推选出的素拓带头人进行培训，要求凡参加培训的人员按时参加培训并做好培训笔记。由素拓中心部门人员组织会场秩序并派专人进行签到。

## 一. 活动背景

机电工程学院第一届素质拓展节的所有活动都已成功落幕，对在本次活动表现突出的同学或团体要给予鼓励与嘉奖，故举办此次素质拓展节闭幕式。

## 二. 活动目的、活动意义和活动目标

表彰在本次活动中表现突出的个人或团体，让同学及老师意识到素质拓展带来的好处，使素质拓展节真正地被同学认可，达到全院共同分享此次活动给我院带来的快乐及益处。

## 三. 活动时间、地点和对象

活动时间□xx年5月31日

活动地点：桂林电子科技大学尧山校区（教室待定）

活动对象：机电工程学院07、08级全体同学

## 四. 工作组设置

机动组：由主席团负责组建本团队

组长：居子雯

策划组：由文艺部负责组建本团队

组长：钟永昊

会务组：由组织部、外联部负责组建本团队

组长：李建铭

场务组：由体育部负责组建本团队

组长：莫曜玮

宣传组：由宣传部负责组建本团队

组长：林杰峰

材料组：由学术部、办公室负责组建本团队

组长：万志芳

组长：钟永昊

道具组：由办公室负责组建本团队

组长：屈培先

舞台组：由宣传部、文艺部负责组建本团队

组长：林杰峰

后勤组：由生活部负责组建本团队

组长：李 军

礼仪组：由文艺部负责组建本团队



# 市场拓展的工作计划 市场拓展篇六

恒天·首府项目建筑理念是建设渭南市的高档楼盘，打造精品社区，起草本推广策略，其主要目的是：扩大“恒天”品牌在本土的知名度与美誉度，面对地产市场的新环境，结合渭南市地理环境(农业城市，乡镇多)、居住习惯(喜欢与朋友距离近)，进行适应市场的营销模式。

城市品牌营销，乡镇多线营销

## 二、 实施细则

### 1、 营销目的：主动寻找客户

需求帮助：1、专业的置业顾问6人(可以招聘毕业生，经过锻炼可成为置业顾问) 2、详细公平的奖励政策(出勤补助、成交佣金、设点费用) 3、印有logo的多样化礼品(10元以内) 4、重要企业拜访礼品(100元左右)

5、从成本预算方面考虑，建议派单发放项目自制dm

8、详细拓客流程制度、从信息收集、拜访、邀约、评级、再邀约、成交等方面。

### 2、 营销方式：城市拓客计划

.

2、利用通道小房间改造迎宾区，由置业顾问轮班职守，有客户来访，必须亲自引领客户进入营销中心，并向客户介绍项目展示内容及恒天品牌介绍。

3、加强置业顾问培训，课件由销售主管全权负责。(销售主管考核内容之一)

4、置业顾问考核条例增加：其它项目跟踪、拓客信息数量  
市场营销：

1、临渭区区域店铺信息收集(根据区域划分)

2、网络营销(建议招聘一名网络主管，制作电子杂志投递qq邮箱或者qq群推广)

3、加大恒天品牌褒誉度，保持周末暖场活动策划执行(每月2场，根据拓客信息分析结果举办活动，可邀请成交业主)

4、划分临渭区区域板块，强化进社区宣传，信息收集工作

### 三、管理制度

1、信息管理：由专人统一管理、整理、布置。

1、当日拓客信息归拓客置业顾问，拓客信息数量于本目录入数据表，计入考核。 2、置业顾问应在第二日上午9：30分向客户群发短信，增强客户记忆。

3、置业顾问应在第三日上午10：00亲自向客户拨打电话，询问意向，根据客户回复情况，有计划的进行二次电话并邀约客户来营销中心。

4、针对所有收集信息必须分级、存档。

5、每周日下午总结本周拓客工作情况及调整意见

6、拓客工作考核比例调整。

总结评估：

本方案的制定，将打破置业顾问现有的销售模式，从“坐

销”向“行销”的一个跨步，无论对本项目，以及置业顾问自身都有很大的提升。 1、 置业顾问自身提升，明白市场的激烈，并根据市场主动寻找提高销量的方法；2、 项目将在临渭区各乡镇扩大知名度，并设立推介点，达到线的效果。

注意事项：1、 本方案前期执行过程中，置业顾问抗拒和排斥心理作用大，需进行细心交流及鼓励 2、 客户信息收集是一项贯穿项目整体的工作，随着时间的推移，效果将会逐步扩大。