

2023年酒类品牌推广方案 衢江区品牌推广工作计划(实用5篇)

无论是在个人生活中还是在组织管理中，方案都是一种重要的工具和方法，可以帮助我们更好地应对各种挑战和问题，实现个人和组织的发展目标。通过制定方案，我们可以有计划地推进工作，逐步实现目标，提高工作效率和质量。接下来小编就给大家介绍一下方案应该怎么去写，我们一起来看看吧。

酒类品牌推广方案 衢江区品牌推广工作计划篇一

严格落实《党风廉政建设目标责任制》。年初，按照区纪委要求，与各基层党组织签定《党风廉政建设目标责任书》，把党风廉政主要工作任务分解落实到各村，把责任落实到岗、到人。同时，镇纪委负责监督检查责任制的落实情况，有力推动了党风廉政建设工作开展。在全镇20-年度工作综合表彰大会上，对党风廉政建设，特别是镇村党员干部队伍作风建设做了进一步部署，要求各基层党组织要切实将党风廉政建设列入重要议事日程，抓好、抓实、抓出成效。表彰会后，全镇各村按照本村工作计划，紧紧围绕镇党委、政府工作中心，迅速展开全年工作，实现了农村经济社会发展的良好开局。

年初，严格程序，周密组织，圆满完成北**村村民委员会选举工作。目前，全镇村两委班子人员、机构健全到位，并有专职人员负责本村纪检工作，村级重大事项实行民主决策，为村级工作实现良好运行奠定了坚实基础。

一是抓好村党务、政务公开工作。发挥纪检部门职能作用，进一步加强村级党务、政务公开的督促落实。公开由代理中心统一内容，全面接受村民监督，较好地解决不公开、假公开、公开不及时等问题，进一步了增强村级工作透明度。

二是认真开展“大排查、大走访”活动。结合驻村指导员、驻村“第一书记”包村工作的开展，深入开展“大排查、大走访”活动，及时解决、化解关系农民切身利益的矛盾和问题，切实维护群众利益，确保各村和谐稳定。

以上瓦泉村为重点，切实推进农村基层党风廉政建设示范村创建活动。上瓦泉村是著名的“有机专业村”，近年来，该村两委在镇党委政府的正确领导下，以富民强村为己任，大力发展有机农业，在全镇有机农业中起到了很好的领跑作用，成为全镇廉洁勤政、富民强村的典范。镇纪委及时与村两委搞好沟通，要求他们要巩固优势，发扬作风，切实发挥好党风廉政建设示范带头作用，目前该村各项软件设施健全，下一步将重点规划建设廉政文化一条街。

按照《党风廉政建设目标责任书》要求，认真抓好责任制的落实，同时，及时成立以镇党委书记负总责、镇纪委书记具体抓的农村党风廉政建设工作领导小组，结合村两委成员培训班、每季度村级工作会议的召开等形式，适时调度农村党风廉政建设工作的开展情况，确保村级党风廉政建设工作的有效开展。

回顾今年以来的工作，我们取得了一定成绩，但与上级部门和人民群众的要求还有一定的差距，有些方面还有待于进一步探索和完善，如：部分农村党员干部的党性观念还不够强，勤政、廉政意识不足，铺张浪费等不良风气时有发生；部分村对反腐倡廉工作认识不足，政务、村务公开，尤其是财务公开等制度有待完善和提高。这些问题我们将在下一步工作中全力改进工作方法、强化工作措施，努力加以改进，为建设“有机农业镇、生态旅游镇、和谐新城镇”做出新的贡献。

酒类品牌推广方案 衢江区品牌推广工作计划篇二

以“规范小微权力运行为切入点，完善群众特别关注的村级工程、误工、三资等管理制度，出台了《上岗头村村级工程、

误工“三避三退”制度》，“三避”即：干部自己、干部亲属、干部亲戚朋友不得参与村级工程，“三退”即：工作不积极的人、群众意见大的人、信用不好的人退出参与村里误工。并聘请一批德高望重的廉情监督员，结合村务监督委员会和监察联络站的工作机制，对党务、村务、财务等进行民主监督，形成全方位、常态化的监管机制。

上岗头村腾出一块1500平方左右建设成清廉广场和清廉宣传长廊，广场入口竖立“清正在德、廉洁在志”的一石雕，入口两侧墙上画上荷叶荷花等山水画及勤政为民的宣传标语，广场内着重注解清、正、廉、洁的含义，清廉广场边池塘一侧设置了一长达100米的长廊，长廊内设30多块各朝代先辈们的清廉故事和清廉语录。通过廉画、廉廊和廉墙等廉元素将清廉村居融入到百姓日常生活中，营造出一个浓郁的清廉宣传氛围。并在村党群服务中心、新时代实践站、农家书屋、一米菜园和古树林公园也设置了一些清风书柜、清廉菜园、廉墙、廉画等廉文化元素，促使良好的村风民风更好地传承。

在重点工程改村提升农房拆迁工作中，村党支部严格要求村党员干部带头执行重大决策，作出表率，再做群众工作。不论是村干部还是村民都一视同仁，严格按照标准实行，最后都上村务公开栏公布，专款专用、财务收支帐目公开。使得该工作顺利开展，拆迁率达到100%，整个改村提升工作中没有一起因为拆房而引起的群众上访事件。通过拆除破旧房屋、一户多宅、违法建筑等盘活建设用地，为村庄建设和发展腾出了巨大的空间。现在上岗头村建成了古树林公园、文化礼堂、居家养老照料中心、篮球场、宗谱广场等，村庄完成了华丽转身，从“破烂村”变成了“宜居村”。短短几年，上岗头村先后获评浙江省3a级景区村庄、省级美丽宜居示范村、浙江省生态文化基地、省级卫生村、市级“一村万树”示范村等。

通过开展“七一廉政党课”、“80、90新时代理论宣讲团”、“清廉大讲堂”、“区纪检监察信访举报工作大巡展”、送

戏下乡等活动，把村里流传廉洁故事、优秀共产党员先进事迹、赵抃包公清廉故事等融入授课内容，切实提高党员干部廉洁自律意识，不断增强落实廉洁责任的紧迫感，促进“四责协同”的责任体系落地生根。通过讲身边故事和中华民族优秀传统文化清廉文化，让村民移风易俗，大力发扬和传承家风家训，弘扬廉洁齐家、勤俭持家等良好家风。

一是干部精神面貌大变样。党员干部队伍的凝聚力进一步增强，村两委干部的执行力进一步提升，全村上下思发展、议发展、抓发展、干实事的良好氛围进一步强化，村内事务运行更加有序，村庄治理更加有效，财务管理更加规范，干部作风更加务实，民风家风更加清朗。特别是今年换届选举在即，村内稳定和谐，村干部一如既往的为民干事。

二是产业发展水平大提升。通过“清廉村居”创建优化了发展环境，打造寓廉于景、廉景相容的景观线。谋划实施改村提升二期、文旅服务综合体、公办幼儿园等项目建设。农业生产要素供给逐步满足，生产效率稳步提高。水稻种植面积及产量稳步增加，优质柑橘产业稳步向好，农民有增收，农村有希望。

三是村庄整体环境大优化。搭上“改村提升”顺风车，统筹规划引领、抓好环境提升。绿化、美化、洁化水平得到提升，村民参与积极性全面提高，生态效益得到扩大；以“一米菜园”作为切入口，推进拆后土地利用工作，优化村庄人居环境，切实增强老百姓的幸福感和获得感。

酒类品牌推广方案 衢江区品牌推广工作计划篇三

20xx年度销售工作计划^v^有三方面的内容：第一、加强业管工作，构建优质、规范的承保服务体系。承保是保险公司经营的源头，是风险管控、实现效益的重要基础，是保险公司生存的基础保障。因此，在xx年度里，公司将狠抓业管工作，提高风险管控能力。

1、对承保业务及时地进行审核，利用风险管理技术及定价体系来控制承保风险，决定承保费率，确保承保质量。对超越公司权限拟承保的业务进行初审并签署意见后上报审批，确保此类业务的严格承保。

2、加强信息技术部门的管理，完善各类险种业务的处理平台，通过建设、使用电子化承保业务处理系统，建立完善的承保基础数据库，并缮制相关报表和承保分析。同时做好市场调研，并定期编制中、长期业务计划。

1、以细分的4个区域为原则，招收4名本地员工进行业务拓展，薪酬结合当地薪酬标准、业绩、所辖市场的概况经与公司协商，进行支付。

2、经销（分销）商的选择；

选择经销商的总体原则应是态度决定合作：适合企业的客户不是看表面上的大与小，在具备了基本条件后，关键是看其对我方品牌的真正态度，即是否理解并认同我们公司的整体战略，企业理念、文化与品牌建设等，看其是否将主要精力和资源用在我方品牌或抽出多少资源对我方品牌进行运作（配合力度）。

基本条件：主要看其是否稳健：

a□有一定的资金实力；财务收支的平衡与稳定；

b□有自己的营销队伍保持一定的素质和稳定性；

d□决策者的人格健全。

在公司营销政策不设省级代理商的原则下，虽上面将全省分为两大区四小区，主要目的是为了对业务员的市场区域划分及管理。

1) 在全省每个区、市基本上是以设一家经销商为原则；

酒类品牌推广方案 衢江区品牌推广工作计划篇四

一、指导思想

积极开展实际、实用、有效的工作，坚持以“立足企业、服务企业”的理念为指导，走全面、协调、持续发展之路，挖掘潜力，开源节流，努力增加营业收入，做好内部管理，全面提升工作效能，逐步提高部门的管理水平和服务质量，构建团结和谐、健康向上的工作环境，实现部门规范化、制度化、常态化管理。

二、内部管理

- 1、制定并执行《__》，通过明确的质量标准、严格的检查制度，达到各岗位全面规范作业。
- 2、加强工作质量的预先控制、现场控制、事后控制，着眼于细节服务，关注客人需求，重视客人感受，确保向客人提供“主动、热情、准确、迅速”的服务。
- 3、规划员工职业生涯，对前台、商务中心、总机管区员工逐步试行轮岗工作，达到丰富员工工作，增加员工工作技能，提高员工工作兴趣的目的，打造企业一专多能的复合型人才。
- 4、完善各类表单记录、数据分析、操作程序等工作，做到有帐可查、有据可依、有章可循。
- 5、继续收集与整理客户档案，为宾客提供亲情化、个性化、定制化服务增加素材并提供保障。
- 6、在节能降耗方面。加强设施、设备的保养与维护，延长使用寿命；前台节省订单、登记单、房卡和钥匙袋等的使用，

如写错了用涂改液涂改后再使用，减少因个人原因而导致浪费；总机在晚__过后，将话务台关掉一台节约能耗；商务中心能用废纸不用新纸，能用速印纸不用复印纸等。

7、重视安全防范意识，贯彻执行酒店各项安全及公安部门的有关规定。

三、对外销售

1、20__年上门客销售任务，根据20__年的实际完成情况、酒店内部与外部市场环境另行研究制定。

2、以__楼新区为卖点增加酒店散客出租率，并充分利用酒店销售政策加大卖房力度，做到行权而不越权，到位而不越位。

3、加强对铁路客运处、长途汽车站、出租车公司等单位的外联工作，力争达到共同协作、互利互惠的销售效果。

4、为上门客人服务时，培养前台员工留意客人的，辨别客人身份及住店性质，选准推销目标，灵活运用亲近法、选择问法、转折术法、借人之口法等销售语言技巧，达到推销目的。

5、定期召开前台管区上门客经验交流分析会，研究客人的消费心理定位和。同时，建立健全的考核机制，每月根据业绩情况进行排名，分析原因，以便提高。

6、经常组织部门有关人员收集，了解旅游、酒店及其相应行业的信息，掌握其经营管理和接待服务动向，为酒店提供全面、真实、及时的信息，以便制定营销策略和灵活的推销方案。

四、员工培训

1、树立“培训是给予员工福利”的思想，明确培训目标，制

定严格的培训制度和计划，并建立员工培训档案。

2、结合各管区实际，针对工作中的薄弱环节，有的放矢地开展各类服务技能培训，使员工及时掌握新技术、新，提高员工技术水平和工作效率，适应酒店工作要求。

3、注重职业道德、安全防范等思想的培训工作，树立员工主人翁姿态，激发员工工作热情，提高员工整体素质，增强员工工作使命感和责任心及企业凝聚力。

4、始终坚持与我店长远目标相适应、相协调，注重超前型、储备型培训和对后备人才的培养，为酒店的发展准备更多更丰富的智力资源，促进酒店发展，提高酒店竞争力。

5、利用讲授法、视听法、讨论法、操作示范法、案例分析法等培训方法，增加员工对培训内容的兴趣，提高员工对培训内容的理解，方便员工对培训内容的记忆，促使员工对培训内容的内化。

五、节能降耗创效益

1、加强宿舍水、电、气管理。

2、加强酒店办公用品、服装及劳保用品管理。

3、加强车辆乘车卡及电话管理。

总之在新一年里总办全体员工将以新起点新形象新工作作风在酒店正确领导下与各部门紧密配合团结一心为酒店发展与腾飞而努力奋斗！

酒类品牌推广方案 衢江区品牌推广工作计划篇五

一、策划目的。

要对本营销策划所要达到的目标、宗旨树立明确的观点，作为执行本策划的动力或强调其执行的意义所在，以要求全员统一思想，协调行动，共同努力保证策划高质量地完成。企业营销上存在的问题纷繁多样，但概而言之，也无非六个方面：企业开张伊始，尚无一套系统营销方略，因而需要根据市场特点策划出一套行销计划。企业发展壮大，原有的营销方案已不适应新的形势，因而需要重新设计新的营销方案。企业改革经营方向，需要相应地调整行销策略。企业原营销方案严重失误，不能再作为企业的行销计划。市场行情发生变化，原经销方案已不适应变化后的市场。企业在总的营销方案下，需在不同的时段，根据市场的特征和行情变化，设计新的阶段性方案。

如《长城计算机市场营销企划书》一文案中，对企划书的目的说明得非常具体。首先强调“9000b的市场营销不仅仅是公司的一个普通产品的市场营销”，然后说明9000b营销成败对公司长远、近期利益对长城系列的影响的重要性，要求公司各级领导及各环节部门达成共识，完成好任务，这一部分使得整个方案的目标方向非常明确、突出。

二、分析当前的营销环境状况。

1、当前市场状况及市场前景分析：产品的市场性、现实市场及潜在市场状况。市场成长状况，产品目前处于市场生命周期的哪一阶段上。对于不同市场阶段上的产品公司营销侧重点如何，相应营销策略效果怎样，需求变化对产品市场的影响。消费者的接受性，这一内容需要策划者凭借已掌握的资料分析产品市场发展前景。以同类产品“李施德林”的良好业绩说明“德”进入市场风险小。另一同类产品“速可净”上市受普遍接受说明“李施德林”有缺陷。漱口水属家庭成员使用品，市场大。生活水平提高，中、上阶层增多，显示其将来市场成长。

2、对产品市场影响因素进行分析。

主要是对影响产品的不可控因素进行分析：如宏观环境、政治环境、居民经济条件，如消费者收入水平、消费结构的变化、消费心理等，对一些受科技发展影响较大的产品如：计算机、家用电器等产品的营销策划中还需要考虑技术发展趋势方向的影响。

三、市场机会与问题分析。

营销方案，是对市场机会的把握和策略的运用，因此分析市场机会，就成了营销策划的关键。只是找准了市场机会，策划就成功了一半。

1、针对产品目前营销现状进行问题分析。一般营销中存在的具体问题，表现为多方面：企业知名度不高，形象不佳影响产品销售。产品质量不过关，功能不全，被消费者冷落。产品包装太差，提不起消费者的购买兴趣。产品价格定位不当。销售渠道不畅，或渠道选择有误，使销售受阻。促销方式不务，消费者不了解企业产品。服务质量太差，令消费者不满。售后保证缺乏，消费者购后顾虑多等都可以是营销中存在的问题。

2、针对产品特点分析优、劣势。从问题中找劣势予以克服，从优势中找机会，发掘其市场潜力。分析各目标市场或消费群特点进行市场细分，对不同的消费需求尽量予以满足，抓住主要消费群作为营销重点，找出与竞争对手差距，把握利用好市场机会。

四、营销目标。

营销目标是在前面目的任务基础上公司所要实现的具体目标，即营销策划方案执行期间，经济效益目标达到：总销售量为万件，预计毛利万元，市场占有率实现。

五、营销战略（具体行销方案）

1、营销宗旨：

一般企业可以注重这样几方面：以强有力的广告宣传攻势顺利拓展市场，为产品准确定位，突出产品特色，采取差异化营销策略。以产品主要消费群体为产品的营销重点。建立起点广面宽的销售渠道，不断拓宽销售区域等。

2、产品策略：通过前面产品市场机会与问题分析，提出合理的产品策略建议，形成有效的4p组合，达到最佳效果。

1) 产品定位。产品市场定位的关键主要在顾客心目中寻找一个空位，使产品迅速启动市场。

2) 产品质量功能方案。产品质量就是产品的市场生命。企业对产品应有完善的质量保证体系。

3) 产品品牌。要形成一定知名度，、美誉度，树立消费者心目中的知名品牌，必须有强烈的创牌意识。

4) 产品包装。包装作为产品给消费者的第一印象，需要能迎合消费者使其满意的包装策略。

5) 产品服务。策划中要注意产品服务方式、服务质量的改善和提高。

3、价格策略。这里只强调几个普遍性原则：拉大批零差价，调动批发商、中间商积极性。给予适当数量折扣，鼓励多购。以成本为基础，以同类产品价格作为参考。使产品价格更具竞争力。若企业以产品价格为营销优势的则更应注重价格策略的制订。

5、广告宣传。

1) 原则：

服从公司整体营销宣传策略，树立产品形象，同时注重树立公司形象。

长期化：广告宣传商品个性不宜变来变去，变多功能了，消费者会不认识商品，反而使老主顾也觉得陌生，所以，在一定时段上应推出一致的广告宣传。

广泛化：选择广告宣传媒体多样式化的同时，注重抓宣传效果好的方式。

不定期的配合阶段性的促销活动，掌握适当时机，及时、灵活的进行，如重大节假日，公司有纪念意义的活动等。

2) 实施步骤可按以下方式进行：

策划期内前期推出产品形象广告。

销后适时推出诚征代理商广告。节假日、重大活动前推出促销广告。

把握时机进行公关活动，接触消费者。

积极利用新闻媒介，善于创造利用新闻事件提高企业产品知名度。

6、具体行动方案。

根据策划期内各时间段特点，推出各项具体行动方案。行动方案要细致、周密，操作性强又不乏灵活性。还要考虑费用支出，一切量力而行，尽量以较低费用取得良好效果为原则。尤其应该注意季节性产品淡、旺季营销侧重点，抓住旺季营销优势。

六、策划方案各项费用预算。这一部分记载的是整个营销方案推进过程中的费用投入，包括营销过程中的总费用、阶段

费用、项目费用等，其原则是以较少投入获得最优效果。费用预算方法在此不再详谈，企业可凭借经验，具体分析制定。

七、方案调整。

这一部分是作为策划方案的补充部分。在方案执行中都可能出现与现实情况不相适应的地方，因此方案贯彻必须随时根据市场的反馈及时对方案进行调整。

营销策划书的编制一般由以上几项内容构成。企业产品不同，营销目标不同则所侧重的各项内容在编制上也可有详略取舍。