

# 2023年白酒协会工作计划(大全8篇)

做任何工作都应改有个计划，以明确目的，避免盲目性，使工作循序渐进，有条不紊。计划怎么写才能发挥它最大的作用呢？下面是小编整理的个人今后的计划范文，欢迎阅读分享，希望对大家有所帮助。

## 白酒协会工作计划篇一

1、客户维护：回访不及时，沟通方法太单调，软性口碑无动力不能及客户所需。

2、客户开发：一贯打价格牌，没能体现出公司的综合优势。

3、市场动向：信息搜集不够，影响与客户的沟通。

4、竞争对手：根据各自的优势和资源都在调整市场策略紧跟我们。

5、客户类别分析：学会抓大放小用好二八法则，一切从细节抓起。

1、五月份起“粤强酒业有限公司”将正式启用，我公司所有对外文件或单据都将印有“粤强酒业有限公司”各部门的相对印章。

2、进出库商品要有详细的明细台帐和管理制度，特殊产品设立最低库存量。

3、细化出货流程，确保商品的出货质量。

4、建立客户花名册，以月份为单位设立客户的销售曲线示意图等。

本月回款比前期有不良现象出现，如：金鸿商行和宏州酒业，一定要杜绝此现象再次发生，以现款合作为主，特殊客户确定好时间应及时收款，每月底外欠款不得高于五万元。

1、市场开发：(1)展示与我公司合作的优势。(2)阐述公司的经营理念。(3)解读公司的发展战略。

2、维护客户：(1)对于老客户和固定客户，要经常保持联系，在有时间有条件的情况下，送一些小礼物或宴请客户，好稳定与客户关系。(2)在拥有老客户的同时还要不断从各种渠道获得更多客户信息和市场行业信息。

3、加强学习，提高自己的管理水平端正自己的被管理意识。

(1)要有好业绩就得加强业务学习，开拓视野，丰富知识，采取多样化形式，把做业务与交流技能相结合。

4、红酒略。

1、每月要增加两个新客户，还要有三个潜在客户。

2、一周一小结，每月一大结，看看有哪些工作上的失误，及时改正下次不要再犯。

3、见客户之前要多了解客户的状态和需求，再做好准备才有可能不会丢失这个客户。

4、对客户不能有隐瞒和欺骗，这样不会有忠诚的客户。在有些问题上你和客户是一至的。

5、要不断加强业务方面的学习，多看书，上网查阅相关资料，与同行们交流，向他们学习更好的方式方法。

6、对所有客户的工作态度都要一样，但不能太低三下气。给客户一好印象，为公司树立更好的形象。

7、客户遇到问题，不能置之不理一定要尽全力帮助他们解决。要先做人再做生意，让客户相信我们的工作实力，才能更好的完成任务。

8、自信是非常重要的。要经常对自己说我是的，我是独一无二的。拥有健康乐观积极向上的工作态度才能更好的完成任务。

9、和公司其他员工要有良好的沟通，有团队意识，多交流，多探讨，才能不断增长业务技能。

10、以公司为家，惜公司名爱公司物是我们的责任一荣共荣。

11、工作中总会有各种各样的困难，我们要向公司请示，向同事探讨，抓好细节共同努力克服。为公司做出自己的贡献。

12、开发客户：以a类客户主(当月提货不低三万元)其他为辅助客户，

13、自有产品(红酒)的业务招聘，培训和市场开发。

实施多劳多得，不劳不得，实干加巧干，确保本月的销售工作计划能如期完成，故立此责任状。

## 白酒协会工作计划篇二

时间依然遵循其亘古不变的规律延续着，又一个年头成为历史，依然如过去的诸多年一样，已成为历史的\*\*\*年，同样有着许多美好的回忆和诸多的感慨[]20xx年对于白酒界来讲是个多事之秋，虽然xx年的全球性金融危机的影响在逐渐减弱，但整体经济的回暖尚需一段时间的过度。国家对白酒消费税的调整，也在业界引起了一段时间的骚动，紧接着又是全国性的严打酒驾和地方性的禁酒令，对于白酒界来说更是雪上加霜。在这样坎坷的一年里，我们蹒跚着一路走来，其中的

喜悦和忧伤、\*\*\*和无奈、困惑和感动，真的是无限感慨。

## 一、负责区域的销售业绩回顾与分析

### (一)、业绩

1、年度总现金回款110万，超额完成公司规定的任务；

2、成功开发了四个新客户；

### (二)、业绩分析

2、上半年的重点市场定位不明确不坚定，首先定位于平邑，但由于平邑市场的特殊性(地方保护)和后来经销商的重心转移向啤酒，最终改变了我的初衷。其次看好了泗水市场，虽然市场环境很好，但经销商配合度太差，又放弃了。直至后来选择了金乡“天元副食”，已近年底了！

3、新客户拓展速度太慢，且客户质量差(大都小是客户、实力小)；

5、新客户开发面，虽然落实了4个新客户，但离我本人制定的6个的目标还差两个，且这4个客户中有3个是小客户，销量也很一般。这主要在于我本人主观上造成的，为了回款而不太注重客户质量。俗话说“选择比努力重要”，经销商的“实力、网络、配送能力、配合度、投入意识”等，直接决定了市场运作的质量。

## 二、个人的成长和不足

在公司领导和各位同事关心和支持下□xx年我个人无论是在业务拓展、组织协调、管理等各方面都有了很大的提升，同时也存在着许多不足之处。

- 1、心态的自我调整能力增强了；
- 2、学习能力、对市场的预见性和控制力能力增强了；
- 3、处理应急问题、对他人的心理状态的把握能力增强了；
- 4、对整体市场认识的高度有待提升；
- 5、团队的管理经验和整体区域市场的运作能力有待提升。

### 三、工作中的失误和不足

#### 1、平邑市场

虽然地方保护严重些，但我们通过关系的协调，再加上市场运作上低调些，还是有一定市场的，况且通过一段时间的市场证明，经销商开发的特曲还是非常迎合农村市场消费的。在淡季来临前，由于我没有能够同经销商做好有效沟通，请保留此标记通，再加上服务不到位，最终经销商把精力大都偏向到啤酒上了。更为失误的就是，代理商又接了一款白酒——沂蒙老乡，而且厂家支持力度挺大的，对我们更是淡化了。

#### 2、\*\*市场

虽然经销商的人品有问题，但市场环境确实很好的(无地方强势品牌，无地方保护——)且十里酒巷一年多的酒店运作，在市场上也有一定的积极因素，后来又拓展了流通市场，并且市场反应很好。失误之处在于没有提前在费用上压住经销商，以至后来管控失衡，最终导致合作失败，功亏一篑。关键在于我个人的手腕不够硬，对事情的预见性不足，反映不够快。

#### 3、\*\*市场

(2)、没有在适当的时候寻找合适的其他潜在优质客户作补充；

4、整个xx年我走访的新客户中，有10多个意向都很强烈，且有大部分都来公司考察了。但最终落实很少，其原因在于后期跟踪不到位，自己信心也不足，浪费了大好的资源！

#### 四、\*\*\*x年以前的部分老市场的工作开展和问题处理

由于以前我们对市场的把握和费用的管控不力，导致10年以前的市场都遗留有费用矛盾的问题。经同公司领导协商，以“\*\*\*发展”为原则，采用“一地一策”的方针，针对不同市场各个解决。

2、微山：自己做包装和瓶子，公司的费用作为酒水款使用，自行销售；

3、泗水：同滕州

4、峯城：尚未解决

2、经销商的质量一定要好，比如“实力、网络、配送、配合度”等；

办事处运作的具体事宜：

1、管理办事处化，人员本土化；

2、产品大众化，主要定位为中档消费人群；

3、运作渠道化、个性化，以流通渠道为主，重点操作大客户；

4、重点扶持一级商，办事处真正体现到协销的作用；

#### 五、对公司的几点建议

2、完善各种规章制度和薪酬体制，使之更能充分发挥人员的主观能动性；

3、集中优势资源聚焦样板市场；

4、注重品牌形象的塑造。

总之\*\*\*x年的功也好过也好，都已成为历史，迎接我们的将是崭新的\*\*\*x年，站在x年的门槛上，我们看到的是希望、是丰收和硕果累累！

## 白酒协会工作计划篇三

其一是抽时间通过各种渠道去学习营销方面(尤其是白酒营销方面)的知识，学习一些成功营销案例和前沿的营销方法，使自己的营销工作有一定的知识支撑。其二是经常向公司领导、各区域业务以及市场上其他各行业营销人员请教、交流和学习，使自己从业务水平、市场运作和把握到人际交往等各个方面都有1个大幅度的提升。

2、进1步拓展销售渠道

\*\*市场的销售渠道比较单一，大部分产品都是通过流通渠道进行销售的。明年在做好流通渠道的前提下，要进1步向商超渠道、餐饮渠道、酒店渠道及团购渠道拓展。在团购渠道的拓展上，下半年主要对系统人数和接待任务比较多的工商、教育和林业3个系统多做工作，并慢慢向其他企事业单位渗透。

3、做好市场调研工作

对市场个进1步的调研和摸索，详细记录各种数据，完善各种档案数据，让一些分析和对策有更强的数据作为支撑，使其更具科学性，来弥补经验和感官认识的不足。了解和掌握公司产品和其他白酒品牌产品的销售情况以及整个白酒市场的

走向，以便应对各种市场情况，并及时调整营销策略。

#### 4、与经销商密切配合，做好销售工作

协助经销商在稳住现有网络和消费者群体的同时，充分拓展销售网络和挖掘潜在的消费者群体。凡是遇到经销商发火之际一定要皮厚，听他抱怨，先不能解释原因，他在气头上，就是想发火，那就让他发，此时再委屈也要忍受。等他心平气和之际再给他解释原因，让他明白，刚才的火不应该发，让他心里感到内疚。遇到经销商不能理解的事情，一定要认真的解释，不能破罐子破摔，由去发展，学会用多种方法控制事态的发展。

##### 一、造势的必要

所谓造势，在我看来并非单纯的市场炒作行为，而是1个市场潜能量的储蓄过程。它不是1个简单的品牌美誉度或者产品促销信息的有效传播，而是1个具有整体概念和实际销售促进的信息传播和沟通过程。双节期间的消费时间比较集中，而且消费量很大，需要大量的品牌整体势能含量作为市场销售动能的发挥基础，进行造势也可以理解为市场势能的积累，使品牌在节日到来前就处于蓄势待发的状态。

双节期间是所有酒类产品销售的重点，单纯的依靠价格促销、品牌公关等销售手段极易被竞争对手所模仿和借鉴，不能够有效的吸引市场消费群体的关注，进行造势能够使自己的品牌或者产品产生高屋建瓴的市场效应。

##### 二、造势具体运作

###### 1、核心点的选择

(1)、市场的适应性：根据区域市场的消费特征和消费文化不同，制定适宜的销售策略点。认真分析每一区域市场都会找

到市场的独特文化特征，如：济南的泉文化特色、北京的皇城文化特色、上海的现代文化特色、西安的古城文化特色等等，根据这些不同的区域核心文化特征，结合自我的品牌个性和相应投放产品的不同，确定1个能够支撑整个双节销售的整体纲领性计划。如：“喝酒，春节约你全程北京游”活动、根据不同地域制定的民间游街、戏曲表演等宣传活动等。

(2)、品牌的适应性：根据品牌的文化内涵不同，制定适宜的销售策略点。每1个品牌都有自己独特的文化内涵，如金六福的福文化可以在双节期间诉求“春节送福到家”、孔府家的家文化可以诉求“回家看看”……当然实际运作的化不可能这么简单，但是其精髓应该就是这样。以品牌为核心制定双节销售计划能够有效的体现自我的个性价值，使消费者能够在千百个促销活动中加以辨别，提高整个销售过程的生动性。

(4)、竞争的适应性：根据整个竞争环境的不同或者主要竞争品牌的销售策略点的不同，采用跟随方式制定适宜的销售策略点。任何销售策略都可能单独孤立于市场，他受到同类竞争品牌相应策略的影响。假如你的策略与竞品的策略很类似，但是在实际消费溢价上又不如竞品的力度，那么说明你的策略核心选择是有问题的。根据竞争品牌制定相应策略点，虽然在创新上不能做到消费者的有力吸引，但是通过竞品的前期运作，也以为自己节约大量的宣传资源，也可以在最终销售终端上，产生很大的销售动力。

## 2、配合系统的制定

两节销售工作不是单纯的1个促销计划所能完成的，他更应该是1个系统化的销售体系，否则很难得到圆满的结果。核心点选择好之后，下1步的工作就是相应辅助配合系统的制定问题，这里涉及到：核心点及整个销售活动的信息宣传问题、整体销售计划的地面配合问题、产品后方的完善问题、应急措施问题等等。

## (1)、核心点及整个销售活动的信息宣传问题

两节销售信息的宣传，是整个销售系统的关键执行部分，我们也可以称之为计划的升空，让更多的预期消费者了解、认知相关的销售信息，并在一定程度上引起购买的欲望。

启动时间：

针对两节的消费特点，我认为在节前15天左右开始启动宣传造势较为良好，因为这样能够实现信息传播和购买的连贯性，使宣传资源得到的利用。

宣传信息的形势：

具体信息的形势应该根据品牌和市场的特点不同，具体制定信息的宣传搭配方式，高端酒应该侧重于品牌形象的集中宣传、中档酒应该侧重于消费情感联系度的宣传、低端酒应该侧重于具体促销信息的宣传。在明确主要宣传信息的基础上，尽量做到各种信息的搭配，实现整个双节销售内部价值的转化。

宣传途径：

媒体组合比媒体选择更为重要，因为组合后的媒体能够在整体上节约宣传资源，增强信息的传播效率，这比单纯的媒体选择更为重要。两节期间，各种传播信息十分多，作为实际运作者应该做好2种准备——广种薄收和针对投放。前者是尽量的增加信息的落地率，后者是增加信息的最终产生效率。详细的媒体组合策略，我建议应该以报刊、杂志等平面媒体为主，以电视、广播等立体媒体为辅。也可以将促销信息和品牌信息进行分类宣传，前者选择平面媒体，后者侧重立体媒体。

## (2)、整体销售计划的地面配合问题

各种细分市场的策略制定问题：比如团购市场怎样攻克直接负责人的问题、礼品市场怎样突出两节的气氛、商超市场的终端生动化策略制定和促销策略问题、具体公关活动的制定和执行问题、其他各细分市场(婚庆、团聚、访亲等市场)的针对性策略制定。

### (3)、产品后方的完善问题

包括产品配送体系、服务体系的完善，售后服务系统的健全，各种宣传材料的安排和制作等实际问题的解决，以及预测性应急措施的预期解决方案的制定。

总结一上观点，白酒产品的两节销售是全年的销售核心，具体的造势工作，经营者应该在找到准确的核心销售点后，在企业内部和市场上广泛的寻找销售的支撑点，不但要做好媒体的宣传、市场策略和政策的制定、以及相应配合系统的完善，还要将各个工作细节加以连贯的运作开展，否则势越大，风险越大；或者是势小而不销，最终沮丧的走过20xx年，当然这是每一位商家，都不希望得到的结果。

## 白酒协会工作计划篇四

文

尽管在上半年做了大量的工作，但由于我从事销售工作时间较短，缺乏营销工作的知识、经验和技巧，使得有些方面的工作做的不到位，白酒销售工作计划。鉴于此，我准备在下半年的工作中从以下几个方面入手，尽快提高自身业务能力，做好各项工作，确保300万元销售任务的完成，并向350万元奋斗。

### 1、努力学习，提高业务水准

其一是抽时间通过各种渠道去学习营销方面(尤其是白酒营销

方面)的知识,学习一些成功营销案例和前沿的营销方法,使自己的营销工作有一定的知识支撑。其二是经常向公司领导、各区域业务以及市场上其他各行业营销人员请教、交流和学习,使自己从业务水平、市场运作和把握到人际交往等各个方面都有一个大幅度的提升。

## 2、进一步拓展销售渠道

\*\*市场的销售渠道比较单一,大部分产品都是通过流通渠道进行销售的。下半年在做好流通渠道的前提下,要进一步向商超渠道、餐饮渠道、酒店渠道及团购渠道拓展。在团购渠道的拓展上,下半年主要对系统人数和接待任务比较多的工商、教育和林业三个系统多做工作,并慢慢向其他企事业单位渗透。

## 3、做好市场调研工作

对市场个进一步的调研和摸索,详细记录各种数据,完善各种档案数据,让一些分析和对策有更强的数据作为支撑,使其更具科学性,来弥补经验和感官认识的不足。了解和掌握公司产品和其他白酒品牌产品的销售情况以及整个白酒市场的走向,以便应对各种市场情况,并及时调整营销策略。

## 4、与经销商密切配合,做好销售工作

协助经销商在稳住现有网络和消费者群体的同时,充分拓展销售网络和挖掘潜在的消费者群体。凡是遇到经销商发火的时候一定要皮厚,听他抱怨,先不能解释原因,他在气头上,就是想发火,那就让他发,此时再委屈也要忍受。等他心平气和的时候再给他解释原因,让他明白,刚才的火不应该发,让他心里感到内疚。遇到经销商不能理解的事情,一定要认真的解释,不能破罐子破摔,由去发展,学会用多种方法控制事态的发展。

电子商最后希望公司领导在本人以后的的工作中给予的批评指正、指导和支持。

一是要进一步扩大生产规模，重点是扩大青稞白酒生产规模；

二是要做好市场销售，首要的工作是全力做好青稞白酒的销售工作；

四是要面向社会吸纳有才华的精英加盟公司，主要是销售精英；

五是要搞好安全生产，确保员工和企业的合法权益；

六是要以“以人为本、服务企业”为核心，加强企业文化建设，树立企业良好形象，增强企业内在活力。

## 白酒协会工作计划篇五

1、第一季度，主要也市场培养为主，扩大公司的影响力和知名度及推进速度告知，因为处于双节特殊时期，很多公司的宣传计划已经制定完成，节后会有一个广告低潮期，我会充分利用这段时间补充专业知识，同时加紧联络客户感情，适当的寻找小一些的投放客户将广告投放进来，但我预计对方会有要求很低的折扣或者以货抵广告费的情况。

2、第二季度，因为有“五一劳动节”的影响，广告市场会迎来一个小小的高峰期，并且随着天气变化，气温不断升高，洗浴用品、夏季饮品、防蚊用品等的广告会作为投放重点开发对象。

3、第三季度，“十一”“中秋”双节，广告市场会给后半年带来一个良好的开端，白酒、保健品、礼品等一些产品会加入广告行列。并且，随着我公司终端铺设数量的增加，一些投放量大的、长期的客户就可以逐步渗入进来了，为年底的

广告大战做好充分的准备。

4、年底的广告工作是一年当中的顶峰时期，加之我们一年的终端铺设、客户推广，我相信是我们广告部最热火朝天的时间。随着冬季结婚人群的增加婚庆服务、婚庆用品也会加入广告行列，双节的广告气氛也会在这种环境下随之而来。

我会更加一年不同时段，有针对性有计划的开展工作，同时不断调整我的工作思路，加强客户的开发工作，正确把我司广告销售进一步提高到新的台阶。

1、广告投放进来，但我预计对方会有要求很低的折扣或者以货抵广告费的情况。

2、第二季度，因为有“五一劳动节”的影响，广告市场会迎来一个小小的高峰期，并且随着天气变化，气温不断升高，洗浴用品、夏季饮品、防蚊用品等的广告会作为投放重点开发对象。

3、第三季度，“十一”“中秋”双节，广告市场会给后半年带来一个良好的开端，白酒、保健品、礼品等一些产品会加入广告行列。并且，随着我公司终端铺设数量的增加，一些投放量大的、长期的客户就可以逐步渗入进来了，为年底的广告大战做好充分的准备。

4、年底的广告工作是一年当中的顶峰时期，加之我们一年的终端铺设、客户推广，我相信是我们广告部最热火朝天的时间。随着冬季结婚人群的增加婚庆服务、婚庆用品也会加入广告行列，双节的广告气氛也会在这种环境下随之而来。

我会根据一年不同时段，有针对性有计划的开展工作，同时不断调整我的工作思路，加强客户的开发工作，正确把我司广告销售进一步提高到新的台阶。

市场开拓是需要根据市场不停的变化局面，不断调整经营思路的工作，不断提高知识对于业务人员来说非常重要，因为它直接关系到一个业务人员与时俱进的步伐和业务方面的生命力。我会适时的根据需要调整我的学习方向来补充新的能量。产品知识、营销知识、投放策略、数据、媒体运作管理等相关广告的知识都是我要掌握的内容，知己知彼，方能百战不殆（在这方面还希望公司给与我们业务人员支持）。

一个人成功不算成功，应为我们是一个团队，今年我还要加强思想道德的建设，增强全局意识，增强团队协作意识、同时加强责任感。积极把工作做好。真正做到点子上、落到实处、同时我也将尽到我的努力帮助领导减轻工作压力。

## 白酒协会工作计划篇六

其一是抽时间通过各种渠道去学习营销方面（尤其是白酒营销方面）的知识，学习一些成功营销案例和前沿的营销方法，使自己的营销工作有一定的知识支撑。

其二是经常向公司领导、各区域业务以及市场上其他各行业营销人员请教、交流和学习，使自己从业务水平、市场运作和把握到人际交往等各个方面都有一个大幅度的提升。

### 2、进一步拓展销售渠道

xx市场的销售渠道比较单一，大部分产品都是通过流通渠道进行销售的。下半年在做好流通渠道的前提下，要进一步向商超渠道、餐饮渠道、酒店渠道及团购渠道拓展。在团购渠道的拓展上，下半年主要对系统人数和接待任务比较多的工商、教育和林业三个系统多做工作，并慢慢向其他企事业单位渗透。

### 3、做好市场调研工作

对市场个进一步的调研和摸索，详细记录各种数据，完善各种档案数据，让一些分析和对策有更强的数据作为支撑，使其更具科学性，来弥补经验和感官认识的不足。了解和掌握公司产品和其他白酒品牌产品的销售情况以及整个白酒市场的走向，以便应对各种市场情况，并及时调整营销策略。

#### 4、与经销商密切配合，做好销售工作

协助经销商在稳住现有网络和消费者群体的同时，充分拓展销售网络和挖掘潜在的消费者群体。凡是遇到经销商发火的时候一定要皮厚，听他抱怨，先不能解释原因，他在气头上，就是想发火，那就让他发，此时再委屈也要忍受。等他心平气和的时候再给他解释原因，让他明白，刚才的火不应该发，让他心里感到内疚。遇到经销商不能理解的事情，一定要认真的解释，不能破罐子破摔，由去发展，学会用多种方法控制事态的发展。

电子商最后希望公司领导在本人以后的的工作中给予更多的批评指正、指导和支持。

一是要进一步扩大生产规模，重点是扩大青稞白酒生产规模；

二是要做好市场销售，首要的工作是全力做好青稞白酒的销售工作；

四是要面向社会吸纳有才华的精英加盟公司，主要是销售精英；

五是要搞好，确保员工和企业的合法权益；

六是要以“以人为本、服务企业”为核心，加强企业文化建设，树立企业良好形象，增强企业内在活力。

##### （一）积极参与行业标准的制（修）订工作

1、为了整顿和规范酒类流通市场的秩序，我们受国家商务部委托主持制订了《酒类批发业开业技术条件》和《酒类零售业规范》两个管理标准，并协助商务部开建了酒类产品信用档案。

2、面对水资源供求形势的日趋严峻，啤酒分会和中国食品发酵工业研究院接受国家发展和改革委员会资源综合利用司的委托，根据国家工业节水“十五”规划制订《啤酒行业节水规划》。规划分析了啤酒行业节水现状和主要存在的问题，提出了建立节水型啤酒企业的方向和目标，同时按照要求，通过各地区水资源和用水分析预测，编制了xxxx年、xxxx年、xxxx年各省市地区的单位产品取水量和生产用水重复利用率定额，以指导各地区产业结构调整时的水资源安排。《啤酒工业取水标准》于xxxx年发布，月，国家标准化委员会和发改委共同举办了个行业取水标准的发布和推进会，啤酒分会组织了主要啤酒企业参加，并在行业内进行宣传。

啤酒分会协同全国食品标准化中心、中国食品发酵工业研究院组织了几项啤酒行业标准的专题讨论会，其中《啤酒用糖浆》是新制订的发酵行业标准，《啤酒花及其制品》和《啤酒花及其制品分析方法》是年标准的修订，经过讨论，作了较多的修改。还对《啤酒麦芽》标准的修改和啤酒生产、标准的制订进行了讨论。

啤酒分会参与制订的《清洁生产标准—啤酒制造业》和《啤酒工业污染物排放标准》均于xxxx年上报，等待批准发布。

啤酒分会参加了全国法制计量管理计量技术委员会的“定量包装商品净含量工作组”，参与国家标准《定量包装商品净含量计量检验规则》的修订，参加了原国家质量技术监督局第号令《定量包装商品计量监督规定》的修改讨论。

《啤酒瓶》标准修订是行业内最为关心的问题，列入修订计划已三年，由于玻璃瓶制造业和啤酒行业对标准内容的分歧

较大，使标准修订工作难有进展。今年月，接标准部门的《啤酒瓶》标准修订初稿，为了对啤酒瓶的理化指标进行核实，尤其要了解啤酒专用瓶的使用情况，啤酒分会又一次向啤酒企业发送了“啤酒瓶使用情况调查表”和《啤酒瓶》标准初步修改内容。此项工作得到啤酒厂的广泛支持，返回的较多，啤酒分会将整理有关意见和标准修订部门、中国已用玻璃协会进行沟通，坚持啤酒行行业的关键意见，共同把《啤酒瓶》标准修订好。

3、黄酒分会在中国食品发酵标准化中心指导下由江苏省酿酒协会黄酒专业协会牵头，会同浙江省轻工研究所、浙江有关企业、江苏省相关企业起草了清爽型黄酒和烹饪黄酒标准。最后的函审稿在分会二届五次常务理事会上征求了意见，以后又以函审稿形式，发往有关企业征求意见。根据二届五次常务理事会的提议，要求制订“花色黄酒”和“糟烧”酒行业标准，要求列入xxxx年的标准制订计划。

6、酒精分会编写了酒精行业技术指标统计方法，编写了酒精行业统计资料和拟定了酒精行业培训考试的部份试题。参与完成酒精水污染物排放标准的修订，并于××年月日该标准获原则通过，待国标委审批。参与行业节水规划的制定工作，并获通过。参与二氧化碳国标的修改，参与固液白酒标准的制订工作。

## 白酒协会工作计划篇七

### 1、建立直接领导关系

市场部是负责公司信息网络建设与维护、信息收集处理工作的职能部门，接受营销副总经理的领导。市场部信息管理员与各区域市场开发助理之间是一种直接领导关系，即在信息网络建设、维护、信息处理、考核方面对市场开发助理直接进行指导和指挥，并承担信息网络工作的领导责任。

## 2、构架新型组织机构

## 3、增加人员配置：

(1) 信息管理员：市场部设专职信息管理员3名，分管不同区域，不再兼任其它工作。

(2) 市场开发助理：浙江省六个办事处共设市场开发助理两名，其它各办事处所辖区域均设市场开发助理一名。

## 4、强化人员素质培训

春节前完成对各区域的市场部信息管理员和市场开发助理的招聘和培训，使20xx年新的管理制度实施过程中市场部在人员素质方面有充分的保障。认真选择和慎重录用市场开发助理，切勿滥竽充数。

## 5、加大人员考核力度

在人员配置、资源保证、业绩考核等方面对信息网络建立和维护作出实施细则规定，从制度上对此项工作作出保证。建立市场信息管理员定期巡回分管区域指导信息管理工作的考核制度，并根据各区域实际情况和存在的问题，有针对性地加以分析和研究，以督促其在短期内按规定建立和健全信息管理工作。

## 6. 动态管理市场网络

市场开发助理与信息管理员根据信息员提供的信息数量（以个为单位）、项目规模、信息达成率、发展下级信息员数量四项指标对信息网络成员进行定期的动态评估。在分析信息员/单位的分类的基础上，信息管理员和市场开发助理应结合信息员的背景资料进行细致地分析，确定其通过帮助后业绩增长的可能性。进一步加强信息的管理，在信息的完整性、

及时性、有效性和保密性等方面做好比上一年更好。（详见市场开发助理管理制度）

7、加强市场调研，以各区域信息成员/单位提供的信息量和公司在各区域的业务进展情况，将以专人对各区域钢结构业务的发展现状和潜在的发展趋势，进行充分的市场调研。通过调研获取第一手资料，为公司在各区域的机构设置各趋合理和公司在开拓新的市场方面作好参谋。

1、为进一步打响“杭萧钢构”品牌，扩大杭萧钢构的市场占有率□20xx年乘公司上市的东风，初步考虑四川省省会成都、陕西省省会西安、新疆x尔自治区首府x□辽宁省会沈阳、吉林省的长春、广东省会广州、广西壮族自治区首府南宁以及上海市举办品牌推广会和研讨会，以宣传和扩大杭萧钢构的品牌，扩大信息网络，创造更大市场空间，从而为实现合同翻番奠定坚实的市场基础。

2、在重点或大型的工程项目竣工之际，邀请有关部门在现场举办新闻发布会，用竣工实例展示和宣传杭萧钢构品牌，展示杭萧钢构在行业中技术、业绩占据一流水平的事实，树立建筑钢结构行业中上市公司的典范作用和领导地位，使宣传工作达到事半功倍的效果。

3、进一步做好x□资料等方面的宣传工作。在各个施工现场制作和安装大型宣传条幅或x牌，现场展示企业实力；及时制作企业新的业绩和宣传资料，补充到投标文件中的业绩介绍中和发放到商各人员手中，尽可能地提升品牌推广的深度和力度。

4、加强和外界接触人员的专业知识培训和素质教育工作，树立良好的企业员工形象和先进的企业文化内涵，给每一位与杭萧钢构人员接触的人都能够留下美好而深刻的印象，从而对杭萧钢构及钢结构有更清晰和深层次的认识。

客人接待工作仍是市场部工作的重点之一。做好客人接待工作是业务接洽的必要的提前和基础。如何按照公司有关规定和x要求保质保量地做好客人接待工作是市场部必须进行认真研究和探讨的重要课题。表面上看起来接待工作比较简单，但实质上客户接待是一门十分深奥的学问。不去深入地研究和探讨就不能让该项工作做得完善。因此，市场部要在方法上、步骤上、细节上下一番功夫。为了既少花钱，又不影响接待效果，需要向各x领导和各办事处商务人员更多地了解客人的生活阅历、为人禀性、处事方式、兴趣爱好、饮食习惯、办事风格、企业价值取向、管理理念、产品特色、行业地位等等。

- 1、督促全体人员始终以热诚为原则，有礼有节地做好各方面客人的接待工作，确保接待效果一年好于一年。
- 2、在确保客户接待效果的提前下，将尽可能地节省接待费用，以降低公司的整体经营成本，提高公司利润水平。
- 3、继续做好来访客户的接待档案管理工作，将潜在顾客和合同顾客的档案分类保存，准确掌握项目进程，努力配合x门和办事处促成项目业务。
- 4、调整部门人员岗位，招聘高素质的人员充实接待力量。随着业务量的不断扩大，来访客户也日渐增多，市场部负责接待的人员明显不足。为了适应公司业务发展的需要，更好地做好接待工作，落实好人员招聘工作也是一件十分重要的事情。

## 白酒协会工作计划篇八

白酒销售工作计划。鉴于此，我准备在下半年的工作中从以下几个方面入手，尽快提高自身业务能力，做好各项工作，确保300万元销售任务的完成，并向350万元奋斗。

其一是抽时间通过各种渠道去学习营销方面(尤其是白酒营销方面)的知识,学习一些成功营销案例和前沿的营销方法,使自己的营销工作有一定的知识支撑。其二是经常向公司领导、各区域业务以及市场上其他各行业营销人员请教、交流和学习,使自己从业务水平、市场运作和把握到人际交往等各个方面都有一个大幅度的提升。

xx市场的销售渠道比较单一,大部分产品都是通过流通渠道进行销售的。下半年在做好流通渠道的前提下,要进一步向商超渠道、餐饮渠道、酒店渠道及团购渠道拓展。在团购渠道的拓展上,下半年主要对系统人数和接待任务比较多的工商、教育和林业三个系统多做工作,并慢慢向其他企事业单位渗透。

对市场个进一步的调研和摸索,详细记录各种数据,完善各种档案数据,让一些分析和对策有更强的数据作为支撑,使其更具科学性,来弥补经验和感官认识的不足。了解和掌握公司产品和其他白酒品牌产品的销售情况以及整个白酒市场的走向,以便应对各种市场情况,并及时调整营销策略。

协助经销商在稳住现有网络和消费者群体的同时,充分拓展销售网络和挖掘潜在的消费者群体。凡是遇到经销商发火的时候一定要皮厚,听他抱怨,先不能解释原因,他在气头上,就是想发火,那就让他发,此时再委屈也要忍受。等他心平气和的时候再给他解释原因,让他明白,刚才的火不应该发,让他心里感到内疚。遇到经销商不能理解的事情,一定要认真的解释,不能破罐子破摔,由去发展,学会用多种方法控制事态的发展。

电子商最后希望公司领导在本人以后的的工作中给予更多的批评指正、指导和支持。

一是要进一步扩大生产规模,重点是扩大青稞白酒生产规模;

二是要做好市场销售，首要的工作是全力做好青稞白酒的销售工作；

四是要面向社会吸纳有才华的精英加盟公司，主要是销售精英；

五是要搞好安全生产，确保员工和企业的合法权益；

### (一). 积极参与行业标准的制(修)订工作

1. 为了整顿和规范酒类流通市场的秩序，我们受国家商务部委托主持制订了《酒类批发业开业技术条件》和《酒类零售业规范》两个管理标准，并协助商务部开建了酒类产品信用档案。

2. 面对水资源供求形势的日趋严峻，啤酒分会和中国食品发酵工业研究院接受国家发展和改革委员会资源综合利用司的委托，根据国家工业节水“十五”规划制订《啤酒行业节水规划》。规划分析了啤酒行业节水现状和主要存在的问题，提出了建立节水型啤酒企业的方向和目标，同时按照要求，通过各地区水资源和用水分析预测，编制了xx年、年、年各省市地区的单位产品取水量和生产用水重复利用率定额，以指导各地区产业结构调整时的水资源安排。《啤酒工业取水标准》于xx年发布，月，国家标准化委员会和发改委共同举办了个行业取水标准的发布和推进会，啤酒分会组织了主要啤酒企业参加，并在行业内进行宣传。

啤酒分会协同全国食品标准化中心、中国食品发酵工业研究院组织了几项啤酒行业标准的专题讨论会，其中《啤酒用糖浆》是新制订的发酵行业标准，《啤酒花及其制品》和《啤酒花及其制品分析方法》是年标准的修订，经过讨论，作了较多的修改。还对《啤酒麦芽》标准的修改和啤酒生产、标准的制订进行了讨论。

啤酒分会参与制订的《清洁生产标准—啤酒制造业》和《啤酒工业污染物排放标准》均于xx年上报，等待批准发布。

啤酒分会参加了全国法制计量管理计量技术委员会的“定量包装商品净含量工作组”，参与国家标准《定量包装商品净含量计量检验规则》的修订，参加了原国家质量技术监督局第号令《定量包装商品计量监督规定》的修改讨论。

《啤酒瓶》标准修订是行业内最为关心的问题，列入修订计划已三年，由于玻璃瓶制造业和啤酒行业对标准内容的分歧较大，使标准修订工作难有进展。今年月，接标准部门的

《啤酒瓶》标准修订初稿，为了对啤酒瓶的理化指标进行核实，尤其要了解啤酒专用瓶的使用情况，啤酒分会又一次向啤酒企业发送了“啤酒瓶使用情况调查表”和《啤酒瓶》标准初步修改内容。此项工作得到啤酒厂的广泛支持，返回的意见较多，啤酒分会将整理有关意见和标准修订部门、中国已用玻璃协会进行沟通，坚持啤酒行业的关键意见，共同把《啤酒瓶》标准修订好。

1. 黄酒分会在中国食品发酵标准化中心指导下由江苏省酿酒协会黄酒专业协会牵头，会同浙江省轻工研究所、浙江有关企业、江苏省相关企业起草了清爽型黄酒和烹饪黄酒标准。最后的函审稿在分会二届五次常务理事会上征求了意见，以后又以函审稿形式，发往有关企业征求意见。根据二届五次常务理事会的提议，要求制订“花色黄酒”和“糟烧”酒行业标准，要求列入xx年的标准制订计划。

4. 酒精分会编写了酒精行业技术指标统计方法，编写了酒精行业统计资料和拟定了酒精行业职业教育培训考试的部份试题。参与完成酒精水污染物排放标准的修订，并于xx年月日该标准获原则通过，待国标委审批。参与行业节水规划的制定工作，并获通过。参与二氧化碳国标的修改，参与固液白酒标准的制订工作。