

白酒类工作报告 荐白酒类月销售工作计划

在现代社会中，人们面临着各种各样的任务和目标，如学习、工作、生活等。为了更好地实现这些目标，我们需要制定计划。写计划的时候需要注意什么呢？有哪些格式需要注意呢？那么下面我就给大家讲一讲计划书怎么写才比较好，我们一起来看一看吧。

白酒类工作报告 荐白酒类月销售工作计划篇一

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。

白酒类工作报告 荐白酒类月销售工作计划篇二

白酒是中国特有的一种蒸馏酒。那么与它相关广告词有哪些？下面是本站小编带来的内容，欢迎阅读！

1. 扳倒井——饮不尽的豪爽；
2. 金贵特曲酒——金贵特曲，贵在品质；
3. 兰陵喜临门酒——中国人的喜酒，兰陵喜临门酒；
4. 沙河王——滴滴难舍沙河王；
6. 赊店老酒——赊店老酒，天长地久；
7. 张弓酒——东西南北中，好酒在张弓；
8. 双洋酒——双洋，酒真情更真；
9. 孔府家酒——孔府家酒，让人想家；
10. 孔府宴酒——喝孔府宴酒，做天下文章；
11. 金种子酒——金色的太阳，金色的种子，种子酒，金种子；
12. 贵州醇酒——举杯天地醉，中国贵州醇；
13. 宋河酒——东奔西走，必喝宋河好酒；

14. 北京醇酒——北京醇，好运带给您；
15. 口子酒——过日子，还得咱这口子；
16. 茅台——国酒茅台；
17. 张裕金奖白兰地——传奇品质，百年张裕；
18. 青酒——一杯青酒，交个朋友；
19. 全兴酒——品全兴，万事兴；
1. 五粮春——名门闺秀五粮春；
2. 五粮液——中庸的和谐
3. 五粮液——高度的尊重
4. 银城王大啤酒——银城王大啤酒，好久的缘；
5. 仰韵酒——买的放心，喝的舒心；
6. 伊犁特酒——伊犁特，英雄本色；
7. 金六福——中国人的福酒，金六福；
8. 骊马酒——金刀骊马酒一杯，美酒真情两相随；
9. 奥淳礼宾酒——今天喝奥淳，明天也舒服；
10. 鄂尔多斯酒——鄂尔多斯酒，广交天下友；
11. 河套老窖——河套老窖，至纯至真
12. 红云磁化酒——磁化粮食白酒，跨世纪的享受；

13. 苻蓉酒——内蒙古一枝花，沙漠人参苻蓉酒；
 14. 赤峰陈麩——陈年老酒，滴滴香浓；
 16. 宁城老窖——塞外茅台，宁城老窖；
 17. 金川啤酒——金川啤酒，天下第一保健啤酒；
 18. 托县二锅头——做酒的围着喝酒的转，你说怎好，咱怎干；
 19. 套马杆酒——喝了套马杆酒，塞外草原不白走；
 20. 武川老窖——吃武川筱面，喝武川老窖
 21. 漠中泉酒——饮酒必思源，难忘漠中泉；
 22. 曼斯特啤酒——曼斯特啤酒，名人的享受；
 23. 侯爵酒——侯爵酒，现代人的享受；
 24. 蒙古王酒——蒙古王酒，来自草原的问候
1. 银杏酒——常饮银杏酒，活到九十九
 2. 贵龙酒——饮酒饮贵龙，醉心不醉头
 3. 火爆酒——火爆酒，咱老百姓的五粮液
 4. 小酒神——善饮者为仙，善酿者为神
 5. 剑南春——唐时宫廷酒，盛世剑南春
 6. 剑南春——唐时宫廷酒，今日剑南春

7. 剑南春——感悟天下，品味人生
8. 金鹏城——北有古长城，南有金鹏城
9. 劲酒——常饮劲酒，精神抖擞
10. 劲酒——劲酒虽好，可不要贪杯
11. 文龙鹿——文龙鹿酒香，好喝又健康
12. 舍得酒——人生舍得道，乾坤珍酿中
13. 湘泉酒——人生百年，难忘湘泉
14. 义酒——喝襄樊义酒，交天下朋友
15. 太白酒——一滴太白酒，十里草木香
16. 白云边——往事越千年，陈酿白云边
17. 青酒——喝杯青酒，交个朋友
18. 邓府酒——先让一部分人喝起来
19. 柔西凤——谁说我不懂温柔
20. 西安特曲——真正的感觉在喝了之后
21. 千禧酒——阳光总在风雨后
22. 张裕——传奇品质，百年张裕
23. 黄鹤楼酒——稀世之醉，蕴玉而生
24. 金种子酒——喝金种子，过好日子

25. 逍遥醉酒醇——香古今醉，天地尽逍遥

白酒类工作报告 荐白酒类月销售工作计划篇三

一. 酒类行业的终端渠道主要有四种：零售店、超市、商场和酒店(即提供酒类商品消费的各种餐饮店)，它们分别在酒类商品终端销售中起着不同的作用。而酒店处于首要位置即领导渠道。

零售店：出售的商品多为中低档次。到零售店购酒者多是购买那些正在流行且价位适中(大众价)的酒类商品。他们不是消费潮流的，而是跟进者，或者是与价格因素有关的随意购买者，因而应列到主导消费群之外。

超市与商场：超市购酒者大都不是直接消费者。家政管理者是超市的主要客户群，此类购买者往往受家庭直接消费者的影响，指明购买某品牌。所以终端渠道不属于商场超市。酒店：在酒店中点酒，常常会相互影响，酒店之间也相互影响。当酒店里的某个酒类品牌占有一定份额时，这个品牌就形成了在区隔市场和终端领导渠道作用。新品牌要想尽快且全面启动区隔市场，必须在酒店上下功夫。

二，酒店经营现状

餐饮渠道是白酒的主流销售渠道，但是白酒在餐饮渠道的竞争混乱无序：

1、酒店大多都要求赊销供货，而且多数店信誉不佳，风险较大。

2、酒店销售恶性竞争：进店费、专销费、开瓶费、促销费、公关费等层层加价，造成产品销售价远远高于本身价值。

3、利润低。

4、销售费用高。

1、依据企业的综合情况，找出自己的特色，相对自己的特色假设(虚拟)，将推向市场的主导产品定位，诸如包装、设计、名字、价位等。

2、对目标市场进行全方位粗线条排查，以价位为支点，找出酒店有类似价位商品的畅销品牌，设定为竞争对手(不超过两个，是两个)。

3、对其市场及产品进行细致调查，并将其产品与自己的产品进行细分对比，找出其优势与劣势，同时分析自己虚拟产品的优势与劣势，机会点就会很自然地呈现在面前。

1. 要善于沟通：作为一个销售的人来说，必须要学会与人沟通，不论他是什么人，其心情好与坏，必须要保证自己能够心平气和的向他解释他们所不明白的问题，同时要保证自己在解释问题的时候客户能够清楚的理解到你所说的还要他能够接受自己所推销的产品。

2. 要有耐心和热情：在工作的时候要经常微笑，这样会让那些客户感到很舒心，同时也会对你保持一种良好的感觉。在推销过程中，可能你会遇到一些客户并不想要你所推销的产品，甚至对你恶语相加，那时你必须要有良好的耐心，并且要有对这个实践的热情，否则你将永远不可能成功。

3. 要勤劳：机会不会自己上门来，所以要想成功就只有自己合理规划自己的时间，多出去向你觉得有可能需要这种产品的顾客推销。如果不勤劳的话，机会很有可能被你的各个竞争对手剥夺。所以必须要勤劳。

4. 要学会寻找目标：首先我们必须明确的知道我们所推销

的产品是什么东西，在社会上有什么作用，适合哪些群体使用。然后再根据这些在自己所在地的周围寻找自己认为需要这种产品的顾客，再向其推销。

5要有严密的逻辑思维能力：与客户谈判，技巧很重要，思维更重要，不管是当面，还是电话中，当客户抛出一句话时，我们没有太多的时间去反应，去思考，逻辑思维能力不够，反应不好，自然不能很好的回应客户，更不能套住客户的下一句话。逻辑思维能力，表现的是：我们的话语引导客户的思维，直至达到目的。目的是分阶段的，你的目的也许是约到客户见面；也许是达成合作；也许是快速打款；或者是要他购买你所推销的商品，不管目的是什么，永远记住我们的目的，思维才能跟着目的走。

白酒类工作报告 荐白酒类月销售工作计划篇四

乙方(购货方)：

一、双方责任

甲方

1、甲方提供的所有产品质量，必须符合国家有关部门的质量要求，否则一切后果由甲方负责。如果出现质量问题假一赔十，并承担给乙方和给顾客造成的危害和法律责任，乙方有权终止协议。

2、在乙方货款发出后，甲方必须积极组织发货，特殊情况甲乙双方另行约定。

3、如甲方擅自涨价，乙方有权终止协议，甲方并承担一切后果。

4、甲方负责送货到乙方指定地点，由甲方承担运输费用。

乙方

- 1、乙方应配合甲方，把甲方所有的产品在销售处展示。
- 2、乙方每月必须提供准确、真实的销售情况，并及时向甲方业务反应。
- 3、乙方购进的产品如销售不畅，任何品牌的酒水可随时调换别的产品或者按原价办理退货。

二、结算方式：款到付货。

三、货品名称，价格及数量：

1、货品名称：

2、价格：

3、数量：

4、总价：大写

四、违约责任：

- 1、本合同期内，甲乙双方有特殊情况不能履约，应提前一周书面形式通知对方，并承担相应的责任及经济损失。
- 2、未经双方同意，任何一方无权中途终止协议，如有违约，履约方有权向违约方索赔损失，索赔损失不得低于乙方年销售额。

五、本协议未尽事项，甲乙双方另行协商，本协议壹式两份，经甲乙双方代表签字盖章生效，甲乙双方各执一份。

甲方(公章)：_____乙方(公章)：_____

白酒类工作报告 荐白酒类月销售工作计划篇五

首先抽时间通过各种渠道去学习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。

白酒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。

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。