

# 最新给经销商的方案做(模板5篇)

为了确定工作或事情顺利开展，常常需要预先制定方案，方案是为某一行动所制定的具体行动实施办法细则、步骤和安排等。通过制定方案，我们可以有条不紊地进行问题的分析和解决，避免盲目行动和无效努力。下面是小编精心整理的方案策划范文，欢迎阅读与收藏。

## 给经销商的方案做篇一

传统经销商年会，主题无不以交流、合作、共赢为主题；形式无不以公司战略规划、政策宣讲、颁奖为主；主讲嘉宾无不以政府官员、协会领导、公司高管为主；激励形式以返点激励、物品奖励、出国旅游奖励等形式；会议仍是领导“作报告”、观众“睡大觉”、会餐“把酒闹”、回去啥都“忘记了”的模式。急切需要主题创新、内容创新、形式创新，虚实结合，既凸显公司明确的规划、理念、政策，又能让与会者深刻领悟公司软硬实力、企业和品牌文化。公司创业17年来□a品牌具备了雄厚的实力□a品牌品牌获得了极大的提升□a品牌品牌形象也逐步为客户、用户所熟知，年会是a品牌展现品牌文化、提升品牌形象、展现企业综合实力的平台，急需要更大力度的创新。

二、本次年会参与人员：

优秀老客户、优秀新客户、意向客户(不考虑工程商或房地产公司客户，主要为经销商)

三、20\_\_年经销商年会定位：

感动、创新、激情

本次年会需要达到让与会者感动、振奋、提升信心；

凸显a品牌人诚挚、热情、富有创新和激情；

彰显a品牌雄厚的实力、厂商共赢的决心□a品牌品牌清晰的规划和富有实效的市场营销管理措施。

四、年会主题：

“携手共赢剑指全球”20\_\_a品牌战略合作峰会

五、年会主要内容：

会务接待、会议交流、颁奖盛典、晚宴答谢、旅游组织

六、年会召开时间：

20\_\_年3月2日(报到)，3月3日正式召开，3月4日出游、返程

七、会议流程

(一)会议阶段

1、8：00~8：05主持人开场白

2□8□05~8□10a品牌董事长致辞

3□8□10~9□00a品牌营销战略规划以及20\_\_年度营销方案

4、9：00~10：00管道行业厂商合作“七个怎么看”

5、10：00—10：15优秀经销商代表发言主题

(1)成长的足迹~分享与a品牌成长的历程

(2)成功的快乐~成功的市场操作经验分享

(3)发展的展望~分享自己将来的规划以及对a品牌的期望

6、10：15~10：30上午会议结束，组织上车

7、10：30~11：30生产基地参观

8、11：30~12：00餐厅就座

9、12：00~13：30餐厅就餐

10、13：30~14：00颁奖会场入座

(二)颁奖阶段(14：00~16：30)

1、开场舞：(销售部经理、客服部经理、各区域经理参加)，拉丁舞

2、主持人开场白

3、回顾篇(怀旧与经典)

节目：女子乐坊表演

第一轮颁奖，第一轮抽奖(三等奖)

4、承诺篇(合作与信任)

节目：多人杂技表演(以诠释合作与信任的真谛)

第二轮颁奖，第二轮抽奖(二等奖)

5、展望篇(未来更美好)

方案一：选白人女歌手意味着a品牌不仅仅是中国的，更是世界的，展现世界级企业的风范。

节目：《明天会更好》歌舞表演(歌手选白人女歌手)

方案二□a品牌产品秀(时装模特手持我公司产品走秀，产品以精美透明包装盒包装)，以时尚、艺术化的表现形式彰显a品牌产品的高贵、典雅气质，更凸显a品牌品牌深邃、国际化这一内涵。

第三轮颁奖，第三轮抽奖(一等奖)

## 6、浓情篇

节目，演唱周华健《朋友》，以朋友作为颁奖盛典的结束

(三)座谈交流阶段：16：30~18：30

1、董事长座谈会~各区域经理把关确定5—10名区域优秀经销商参加，围绕a品牌发展，根据市场竞争状况，面对面与董事长交流，充分献计献策。

2、各区域业务人员深入到客户房间进行洽谈、交流。

(四)晚宴阶段

经过了一天正式的会议，晚宴定位为轻松、自由、奔放，形式上尽可能扩大经销商参与度，具体节目可以不拘一格，重在营造娱乐、轻松的氛围。

1、诚心实意，把酒言“欢”

(1)客服人员集体劲舞

(2)营销人员合唱组合

(3)客户节目1

## 2、情真意切，杯酒深“情”

(1) 营销小品(厂商合作场景)

(2) 客服人员集体朗诵：“我们是这样的一群人”

(3) 客户节目2

(4) 客户节目3

## 3、心手相牵，酒“醇”深“远”

(1) 相声：“买”和“卖”

(2) 客户节目4

(3) 客户节目5

(4) 销售部人员集体合唱“咱当兵的人”

## 4、播放《难忘今宵》，晚会结束，邀请客户上台集体留影

## 八、颁奖盛典阶段创意

颁奖盛典共分为回顾篇、承诺篇、展望篇、浓情篇四个阶段

### (一) 回顾篇

此刻是a品牌与客户共同回首\_年走过的风雨历程，点滴的一路相随走到今天，相互支持与包容；怀旧与经典的节目更能表达此篇章的深刻意义，回首从前，感动现在，让a品牌与客户融入在怀旧的氛围之中。

节目以女子乐坊表演诠释厂商之间合作的历程，通过古典民乐来诠释过往的记忆。

## (二) 承诺篇

17年的一路相随□a品牌始终坚定着自己的承诺，相互间的信任才能走到今天的合作；

## (三) 展望篇(未来更美好)

选白人女歌手意味着a品牌不仅仅是中国的，更是国际的，展现世界级企业的风范。

节目：《明天会更好》歌舞表演(歌手选白人女歌手)

## 给经销商的方案做篇二

- 1、新进厦门，在厦门是一家新生的公司。
- 2、由于在xxx喜糖喜饼这个品牌进入厦门之前，厦门就已经存在一个同样名字的婚纱摄影公司，所以市民对xxx这个品牌的认知，很大程度上都停留在婚纱摄影这个概念上。
- 3、在xxx品牌进入厦门前，厦门的喜糖喜饼市场就已经被安德鲁森，向阳坊，仁真，中宇和大红庄等企业瓜分。要与他们争天下，需要的不仅仅是宣传，在产品上也应该有所区别。就是在产品策略上采用差异化策略。

针对现状□xxx目前最紧迫的事情有以下三个：

- 1、扭转厦门消费者对xxx这个品牌的认知；
- 2、打开知名度；
- 3、树立品牌形象。

据此，可以通过广告宣传，和活动宣传这两个方式来达到以

上的三个目的要扭转厦门人对此品牌的认知，有必要做大型的活动和宣传，最好是以大型活动为主，宣传为辅，但宣传的力度和广度都是必要的这样的做法是成本高，收效好。如果能有与其产品相关的. 喜庆类活动，而成本也能为xxx所接受的话，那就更好了。

方法一：自己组织活动，请媒体做宣传。就是运用公关手段，策划新闻。

方法二：与丽莎贝拉一起做活动，费用按比例分担。（即与厦门有档次的婚纱摄影或者相关的企业合作。）这样有助于让丽莎贝拉的新老客户知道xxx不是做婚纱摄影的，有利于纠正消费者对xxx的品牌认知。

方法三：在主流媒体或分众媒体上做广告。这样成本将会很高。主流媒体的千人成本高，收效不大，但对知名度的提高有很大帮助。分众媒体的千人成本相对较低，针对性强，有助于培养忠诚度高的消费者。

方法四：门店或者商场柜台的促销活动。只能是短期行为。

## xxx路店的促销活动计划

### 一、店铺周边环境分析

1、地处禾祥路中间地段，交通方便，周围是办公地方，附近是居民区，居民购买力强。

2、在店铺附近有几个竞争对手的店铺，安德鲁森，特香包等，虽然这几个企业从档次上讲不是xxx的同档次对手，但在月饼这个市场来说，目前来看还是强有力的对手。

3、城市光廊和城达以及禾祥商城都在附近，都能吸引大量的消费者。

## 二、活动的方案

1、活动的目的：此次活动主要是针对即将到来的中秋节而做，月饼促销，即提高门店月饼的销售量，同时尽量消化月饼库存，减少损失；同时，也借此机会宣传品牌，提升品牌认知度及美誉度。

2、活动的对象：活动的主要对象是要送礼的人群，这主要是出于对xxx产品本身包装比较适合送礼的考虑。次要对象是女性白领，和家庭消费。

3、活动的时间□xx年9月24——29日。其中24日主要工作是做宣传，主要是告知消费者将来几天的活动；25、26日为主要活动时间，27、28、29三天为次要活动时间。

### 4、活动的内容

1) 宣传：以发传单为主，店门摆放pop□

2) 现场活动：考虑到xxx现有的资源和材料，计划内主要安排两个活动（具体操作执行细则由伊莎被尔制定）

a□发送礼券、礼品。当然要以买月饼为前提。先买后送。如果在24日有顾客要求，或提及活动，可以让消费者先购买礼券，在将来几天的活动时间内来提取货物时，可参加活动，这样一可以提前备货，二可以得到一些及时的反馈信息。25、26两天为主要活动时间，这主要是考虑到周末大部分人不用上班，而中秋节临近，正是尚未购买月饼的消费者购买月饼的最好时机，所以人会比较多，这是活动的重点时段。前提是前一天的宣传一定要做好。

b□糕点知识咨询活动。选派两个工作人员，专门负责介绍xxx产品的保存、食用等知识。重点是介绍中秋节月饼食用的卫生、安全等各方面的知识。

3) 现场信息收集：店员必须注意留意顾客的年龄、性别、知识阶层、社会层次等资料，重要的是判断。同时也要注意当天的人流量，这信息需要和当天的成交量做比较分析。

5、活动所需要的材料：

a□传单：包括活动宣传传单，公司产品介绍传单，月饼、糕点食用卫生等知识传单

b□商品准备：月饼，礼品等

c□饮用水：这是准备给客户的。在门店的里面，有两个桌子，这可以用来为一些有意向购买但又有点犹豫的顾客使用，可以作为谈判、休息等用途。

d□其他

6、活动费用预算（略）

注意：

- 1、门店门口不大，注意安全
- 2、店内的设计高雅，不适合过多的人
- 3、注意和城管和工商局沟通好
- 4、注意活动刺激的力度
- 5、注意人员的安排必须到位，不能有空白点
- 6、注意考虑门店门口是否允许摆放东西

活动必须有针对性，所以传单的设计必须要有针对性。

## 给经销商的方案做篇三

会议主题要明确，经销商会议的目的就是为了订货，因此，会议的主题没有必要取名为假意的“某某经销商交流会，某某厂商联谊会”等，而应该直奔主题，作“某某区域某某品牌订货会”让所有经销商明白厂商召开此次会议的目的就是为了订货，避免让经销商没有订货的心理准备，从而使双方均不满意。

### 1，会议内容要有教育性

现今很多品牌的订货会已经流于俗套，找些客户过来听厂商人员进行宣读公司的那些基本情况，然后就吃饭喝酒，让公司业务人员和经销商在酒桌上“酒量即销量”然后就是再进行其它活动，以此来拉拢经销商订货。会后，公司算帐，利润不能支撑费用，代理商愁眉苦脸，以后说到经销商会议就是害怕，经销商对代理商的经销商会议也不再感兴趣，因为召开一个订货会除了拿钱去吃喝去订货外，没有其它实际的意义，并且也和代理商一样，看不到利益，学不到东西。因此我认为，在召开订货会的会议内容除了向经销商宣传品牌后，可以更多去选择提高经销商经营管理水平，帮助分析行业发展趋势，指导经销商做出更好的促销方案，言传身教如何向消费推广本品牌产品，并帮助分析竞品的优缺点等等会议题材作为会议的主题。相信，经销商会对以上题材更有兴趣。

### 2，会议主持人要专业。

专业的会议主持人会让会场的气氛轻松，明快，同时也可以让经销商加强公司的专业形象和隆重态度。

### 3，会议时间

经销商会议的时间段：产品销售旺季前和产品销售旺季后。

会议的时间不能太长也不能太短，应坚持以四个小时为基本原则。第一个小时重点突出宣传公司品牌和产品的卖点。第二个小时应该请公司经理级人物做会议主题的报告发言，同时公布当次会议的突发性政策。第三个小时应该以文艺性的节目或者以活跃现场气氛为主。第四个小时，以参观会场展览产品并现场订货。

会前工作主要为：

(1) 确定订货会的邀请对象，细节之处是尤其要抓住在订货会中起决定作用的人员。

(2) 确定订货会的主推品项：做为企业产品品项往往不是单一的，因而采取哪款产品作为主推品种，就要对市场进行充分摸底，找出机会点最大的产品，如针对德赛目前的产品中，就要突出差异化产品ds-001学习dvd充分突出它的卖点。细节之处是要避免主推的品项过全或促销推广产品无重点。

(3) 制订主推品项的订货政策：即对主推品项产品采取什么样的促销政策才能合适，才能起到扩大订货量的目的，促销政策不到位也会影响订货会效果，细节在于订货政策的制定。

(4) 确定订货会的主题：销售产品需要一个理由，开订货会同样也需要一个由头，确定一个主题。否则平白无的搞促销开订货会会让客户产生防范心理。

(5) 做好订货会前造势和客户摸底，一方面事前造势让客户有正确认识和心理和准备，同时通过市场情况摸底圈定核心客户，是订货会有的放矢。

(6) 做好场地的选择：主要根据邀请的人数，规模，选定订货会会址，对场地的选择要求，要做到交通便利，易于寻找这一点。

(7)做好时间安排和订货资料的准备，根据邀请对象发邀请函，注明订货会时间地点，同时也可将产品资料，价格表和促销活动通知送达知客户手中。

(8)布置好会场。定货会会场布置要突出订货会主题

会中的工作主要为：

会后的工作主要为：

订货会开完要善于总结

现在很多企业，谈到订货会基本上不谈“订货后”，订完了，似乎已经结束了，资金也来了。订货会还有很多工作要做。今年的订货会要跟去年的订货会比较，数字是否有增加，生产能力是否能跟上，贴牌加工的厂家是否进一步去落实，这些都是亟待解决的。

- 1，精心设计定货会的政策
- 2，会前开票和会中开票相结合
- 3，找一个好的会议主持人
- 4，专车接送乡镇大户经销商
- 5，一定要设置抽奖和礼品环节
- 6，设置餐桌就餐人员姓名

## 给经销商的方案做篇四

公司业务发展迅速，销售渠道不断拓展，需要加深与经销商之间的联系。会议思路：厂家需要为经销商与销售人员进行

信心，经由愿景规划、策略制定、行动计划，让经销商倍受鼓舞，士气高涨，热血沸腾。一个成功的经销商会议，既要“充电”，也要“打气”。制造轻松宽松的气氛，一方面可以让客户积极参与其中，调动客户订货的积极性，同时可以消除客户的防范心理，感染其它客户，主要可以采取以下方式来做：

(1) 设置游戏，邀请客户参与游戏让客户放松。

(2) 穿插娱乐节目，调动现场气氛。

(3) 实行订货摸奖，调动客户订货积极性

(4) 开设有奖问答，让客户了解产品，对所出的问题设置不要过于复杂，以简单为主，达到宣传和让客户积极参与的目的。

## 二会议目的

1. 增进经销商对公司的了解，鼓舞经销商的士气，实现20\_\_年销售目标任务。

2. 最大限度占用每个经销商的专用资金，从而造成其它品牌的铺货压力。

3. 最大限度调动经销商对震旦机器的`销售热情和忠诚度。

4. 培养经销商的销售观念和调动他们主动学习的激情。

## 三会议主题

1. 携手同行，共拓疆土

2. 在新的高度起飞(对经销商工作的认可，以及对未来美好的期望。整个主题引人思考，意味深长)

### 3. 携手同行，共创震旦

四会议时间：20\_\_年2月18—19日会议前

与会人员邀约

涉及事项：

1、与会人员确定(经销商到会人员确定、第三方与会人员确定)

2、邀约形式确定：传真、邮件、电话

3、邀约执行人员确定：

4、接待安排确定：

五、会议确定

1. 会议地点、议程安排确定

2. 酒店住宿安排确定：

3. 物料准备完成：

4. 场地布置完成：

人员分工表制作、分发完成：

时间进度表制作、分发完成：《文件通知》、《经销商意见反馈表》、《产品包裹单》、《经销商奖励制度》、《促销活动方案》、《会议签到表》、《订货单》、纸、笔、文件袋：

第三方与会人员：政府官员、重要企业朋友等——王总

会议中，人员到位

我们不要让业务员错过任何与客户沟通的机会。一般来讲，先到的比较孤单无聊，所以

要作以下事宜：

会议后

销售跟进：可能需要销售做一些跟进工作

六、会议流程

七、会议地点

1. 25号下午：\_\_大酒店\_\_ (可容纳一百人以上)

2. 26号上午：\_\_大酒店b坐4楼新闻发布厅

八、会议场地布置

签到区

1. 签到方式：电子签到，合影留念

2. 迎宾人员：摄影人员：

3. 签到礼品：

接待：李萍

新品发布安排

1. 与创意性的展示方式结合

2. 由来宾进行部分操作，活跃会议气氛

文档附件

1. 人员(部门)分工表

2. 时间进度表

略

注：时间进度中需安排各部门碰头会时间

3. 与会人员名单

4. 邀请函

5. 会务指南

会务指南欢迎您的到来，以下为本次会议议程：

2月25日下午

2月26日上午

感谢您的热情参与，会议期间有任何需要，我们将竭诚为您服务。

6. 总经理亲笔欢迎信

7. 主持人串词

开场白：

华灯初上，星河璀璨，在这个美好的夜晚，我们欢聚一堂。回首过去，我们享受过成功的喜悦，同样也经历过路途的坎

坷，但，无论前方的路有多么荆棘，我们，在座的的每一位兄弟姐妹，都将手拉手，肩并肩地走下去。

让我们带着实力和战绩去赢得从容与自信让我们带着和睦与和谐去赢得希望与收获

因为，我们坚信成功将与我们同行！

结束语：

美好的夜晚总是让人陶醉，幸福的时光总是让人振奋

让我们记住每一份感动、每一份欢笑！让我们留下了每一份喜悦、每一份祝福！让我们珍藏每一份温馨、每一份关爱！让我们拥有每一份希望、每一份梦想！

团结一致，共创我们20\_\_年美好的明天！

## 给经销商的方案做篇五

市科协作为市扶贫攻坚领导小组成员单位，根据市委、市政府的统一部署和《\_\_市20\_\_年“扶贫日”活动方案》的总体要求，现将全市科协系统开展“扶贫日”活动要求通知如下。

### 一、加强领导

根据市委、市政府“精准扶贫、不落一人”总体要求，各级科协和所属学(协)会要高度重视，提高认识，要站在讲政治的高度重视扶贫工作，站在讲大局的角度落实扶贫内容，进一步加强统筹。各区科协作为扶贫攻坚领导小组成员单位，成立以单位主要领导挂帅、有关部门负责的组织领导和工作机制，充分利用科协人才、科技资源优势，全力做好扶贫工作。各有关市属学(协)会要把扶贫攻坚工作作为实施党建引领学会能力提升专项的重要抓手，动员科技专家积极参与科

技助力精准扶贫，围绕我市贫困地区实际需求有效开展科技培训、技术推广、科普活动，产业服务。

## 二、制定方案

各区科协、各有关市属学(协)会根据市委统一部署和《\_\_市20\_\_年“扶贫日”活动方案》要求，将扶贫日活动纳入年度工作计划之中，制定“扶贫日”工作方案，统筹安排，做到早谋划、主动抓、出成效。要指定专人负责扶贫具体工作，加强协调沟通，做到有实施方案、有活动内容、有工作总结。

## 三、工作内容

全市科协系统要扎实做好“四个结合”，深入开展“扶贫日”活动。

一是把扶贫日活动与科协年度重要工作相结合。充分利用全国“科普日”和“科技下乡”等大型科普活动，在扶贫日活动期间，集中开展农村实用技术培训、讲座，让更多农民群众掌握农业生产致富技能，提高全民科学素质。

二是把扶贫日活动与农业科普项目相结合。大力实施“\_\_市科普助推都市农业行动计划”，促进产业扶贫、科技扶贫，通过扶贫日活动，加快推进农业科普项目建设，充分发挥农业技术培训、科普教育的引领辐射功能。

三是把扶贫日活动与科技助力精准扶贫小分队相结合。组织学会科技扶贫小分队与各贫困村需求精准对接，在扶贫日活动期间，集中为贫困地区提供技术咨询、指导服务，充分发挥专家团队的人才、技术、成果优势等，通过科技助力打好精准脱贫攻坚战。

四是把扶贫日活动与科协驻村扶贫工作队开展对口扶贫相结合。市科协将继续在资金、人员、技术培训支持对口扶贫村，

协助帮扶村委会抓好基层组织建设，扶持培育扶贫产业，不断壮大村集体经济、增加农户收入、逐步改善村民生活条件，帮助驻点村巩固脱贫成果。按照全市统一部署，在帮扶村开展“三查三看”大行动，着力提高扶贫对象识别、退出准确率。各级科协要结合自身实际，按照制定的驻点村帮扶规划，扎实有效开展各项科技扶贫工作。

#### 四、其他事项

20\_\_年全国“扶贫日”活动结束后，请各区科协、有关学(协)会及时对活动组织实施情况进行总结，并于10月28日前将“扶贫日”活动总结报送市科协组织人事部。