

最新白酒销售方案文案(通用5篇)

“方”即方子、方法。“方案”，即在案前得出的方法，将方法呈于案前，即为“方案”。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。

白酒销售方案文案篇一

一、负责地区的销售业绩回想与分析

二、业绩回想

1、年总现金回款110万，超额完成公司规定的任务；

2、成功开发了四个新客户；

3、奠定了公司在鲁西南，以济宁为中心的重点地区市场的运作的基础工作；

三、业绩分析

1、虽然完成了公司规定的现金回款的任务，但距我自己制订的200万的目标，相差甚远。重要原因有：

a□上半年的重点市场定位不明白不坚定，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，最后改变了我的初衷。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！

b□新客户拓展速度太慢，且客户质量差大都小是客户、实力小；

c□公司服务滞后，特别是发货，这样不但影响了市场，同时也影响了经销商的销售信心；

2、新客户开放面，虽然落实了4个新客户，但离我本人制订的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。这重要在于我本人主观上造成的，为了回款而不太重视客户质量。俗话说“选择比努力重要”，经销商的“实力、网络、配送才能、配合度、投入意识”等，直接决定了市场运作的质量。

3、我公司在山东已运作了整整三年，这三年来的失误就在于没有做到“重点抓、抓重点”，所以汲取前几年的经验教训，今年我个人也把寻找重点市场纳入了我的惯例工作之中，最后于20年11月份决定以金乡为核心运作济宁市场，通过两个月的市场运作也探索了一部分经验，为明年的运作奠定了基础。

四、个人的成长和不足

在公司领导和各位同事关心和支持下，20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、心态的自我调整才能增强了；
- 2、学习才能、对市场的预见性和控制力才能增强了；
- 3、处置应急问题、对他人的心理状况的把握才能增强了；
- 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地区市场的运作才能有待提升。

五、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，还是有必定市场的，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，再加上服务不到位，最后经销商把精神大都倾向到啤酒上了。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、泗水市场

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，在市场上也有必定的积极因素，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早在费用上压住经销商，以至后来管控失衡，最后导致合作失败，功败垂成。关键在于我个人的手段不够硬，对事情的预见性不足，反映不够快。

白酒市场竞争日趋激烈，但纵观白酒市场的运作，部分企业仍处于粗放式状态，很少进行精耕细作。这为白酒企业的运作留下了有效的空间，只要有企业能在这方面多下功夫，在市场运作的各个环节进行精耕细作，一定能够取得可喜的成绩，获得巨大的收获。根据近几年的市场工作经验，借鉴其他行业的运作手法，特制定本白酒营销计划方案，以供市场参考动作。

（一）地毯式铺货方式白酒营销计划方案的特点：

1、集中营销计划。集中人力、物力、财力实行地毯式营销计划铺货，其气势宏大，对每一片区域的短期影响力很强，容易让终端客户和消费者记住所推广的品牌。

2、快速营销计划。实行地毯式铺货，铺货时间非常集中，高

效快速地在目标区域开拓批发商、零售商，一个目标区域市场完成80%的铺货一般不超过30天。

3、密集营销计划。采用地毯式铺货方式白酒营销策划方案，在目标区域市场密集开拓食杂店、夫妻店、中小型超市、连锁店等零售店和酒店、餐饮店、即一个门店挨一个门店，铺货不留空缺，从空间上达到密集覆盖。

4、系统营销计划。实行地毯式铺货期间，工作系统而细致，且要求一步到位。

（二）实施地毯式铺货成功的白酒营销计划方案关键：地毯式铺货只能成功，不许失败。如果铺货失败，将会打击业务员和经销商推广产品的积极性，增加后续工作的难度。要使地毯式铺货能成功，必须做好以下几点：

1、认真挑选经销商要在短期内迅速将产品铺到零售终端，必须有经销商的协作，以经销商为主，同时厂方配合经销商主动出击，充分发挥经销商的网络优势。经销商要有吃苦耐劳的实干精神，要有学习愿望及销售经验丰富的业务员。挑选经销商时，要选择有终端经营意识，有发展愿望的成长型经销商。营销策划不能选择坐等顾客上门的“坐”商。

2、制定明确的铺货目标和计划在“铺货”之前，应由业务员进行踩点调查，掌握目标区域批发市场和零售市场的特征，包括产品批零差价，货款支付方式，同类产品的促销方法，消费趋势及其共性等，掌握铺货对象的分布状况。根据调查结果，制定详细的铺货目标与计划，让业务员有章可循。具体明确如下项目□a□要在哪一块区域铺货□b□要花多少时间□c□要铺多少个点□d□铺货率要达到多少□e□终端店的宣传要达到什么标准□f□给各级客户的供货价格和铺货优惠方式是什么□g□预估铺货产品的数量□h□制定出具体的广告和促销计划。在制定铺货目标和计划时，白酒营销计划方案要遵循以下法则：

3、铺货人员的选拔、训练铺货人员应具有丰富经验，有强烈冲劲、具备熟练的推销技能、良好的口头表达能力。在铺货前，对铺货人员进行正规的训练，避免铺货中发生问题及铺货发生负作用，仔细研究分析铺货过程中可能遇到的各种困难，制定相应的应对措施。可采取人员讨论和情景演习两种方式进行训练。

6、制定“铺货奖励”政策为调动终端客户的积极性，减少铺货主力，需要制定相应的铺货奖励政策。“铺货奖励政策”既要有吸引力，又要避免负面作用，维持好价格秩序。“铺货奖励政策”有两个方面的内容：

a□给终端客户的促销品或根据订货量赠送一定数量免费产品或物品；

b□业务员的奖惩办法；在制定“铺货奖励政策”时要注意的问题：

7、地毯式铺货要有相应的广告支持铺货时配合当地的广告宣传，以引起终端兴趣，减少铺货阻力，使铺货工作顺利进行。广告以成本较低的店面横幅、跨街横幅、巨幅等为主。

8、做好铺货的后期服务与跟踪管理铺货到位以后，产品进入客户的仓库。为了能进入正常的销售轨道，必须对其进行及时回访和有效管理。回访一般在第一次后三四天内。回访的目的是销售动态，让客户感到你的关心，也给客户鼓劲加油。看看消费者和零售商对产品的反映，找出存在的问题和不足，为以后推广思路的调整找到根据。

同时加强理货工作，理货工作同铺货一样重要。一个店内每类产品都有多家产品，店主很难关照到每一个产品，因而需要业务员主动出击。每个店每周至少理货一次，好的店每两三天理一次，要把产品摆放得整整齐齐，将产品摆放在醒目的位置，和货架端头、与视线同等高，增加产品的可视性，

给消费者强有力的视觉冲击，会使零售点的销量增加。如果铺货以后，对其不再理睬，这货就等于白铺了。一方面零售商很反感，好卖找不到人进货，不好卖找不到人退货。另一方面，如果下次该产品还去铺货，肯定会被零售商拒之门外，等于自己给自己断了退路。

白酒销售方案文案篇二

加入铭颖商贸公司一年时间了，回想起来时间过得还挺快的，自从公司对产品调整了销售方式及销售知识的培训与操作，让我融入到了这种工作环境与工作模式，虽然付出的劳动没有得到结果，很多次对我的打击也不小，但我相信付出总有回报，努力了就会有希望，不努力就一定不会有希望，成功是给有准备的人。

在各位领导及各位同事的支持帮助下，我不断加强工作能力，本着对工作精益求精的态度认真地完成了自己所承担的各项工作任务，现将我的一些销售心得工作总结如下：

销售心得：

- 1、不要轻易反驳客户，先聆听客户的需求，就算有意见与自己不和也要委婉的反驳，对客户予以肯定态度，学会赞美客户。
- 2、向客户请教，要做到不耻下问，不要不懂装懂虚心听取客户的要求。
- 3、实事求是，针对不同的客户才能实事求是。
- 4、知己知彼，扬长避短。

做为一名合格的销售人员首先要对自己所销售的产品非常熟悉了解，了解自己的产品优点与缺点，适合哪些客户群体，

当然对竞争对手也不要忽略，要有针对性的了解对于产品的优势与劣势，才能对症下药，用我们优势战胜客户的劣势。

5、勤奋与自信，与客户交流时声音要宏亮，注意语气、语速，想客户之所想，急客户之所急。

7、取得客户信任，要从朋友做起，情感沟通，关心客户学会感情投资。

8、应变能力要强，反映要敏捷，为了兴趣做事。

9、相互信任，销售产品就是销售自己，认同产品，先人品后产品。

10、注意仪表、仪态，礼貌待人，文明用语。

11、心态平衡，不要急于求成，熟语说：“心如波澜，而如湖水。”

12、认客户先“痛”后“痒”。

13、不要在客户面前诋毁同行，揭同行的短。

14、学会“进退战略”。

白酒销售方案文案篇三

高端白酒的终端体现在许多方面，按传统的思路去分析主要有酒店、卖场、酒吧、超市和百货店，如果是拓展思路，实施嫁接营销，其终端可以延伸到婚纱影楼、烟草专卖店、户外等等，营销和抢占终端，一是要对终端细分，分为abc[]进行分类管理；二是需要在策略方面进行促销，如系列化、生动化的产品排列、如针对不同对象的促销、如捆绑销售等等；三是要在终端利用人员进行推销，在户外进行推销，既要吸引

顾客走进来，又要主动走出去。得终端者得的天下。

(一)酒店终端

酒店终端是高端白酒商家必争之地，对于酒店终端的促销，主要有三个群体：

一是主流酒店老板。

高端白酒销售，尤其是中高端，其消费主要集中在酒店终端。酒店老板在高端白酒销售环节上充当的角色至关重要。高端白酒要进入酒店，除了给予酒店一笔数额巨大的进场费外，还必须要针对酒店老板开展促销，只有这样，才能一方面通过酒店老板直接向消费者推销高端白酒产品，另一方面能够保证产品在酒店开展的活动能正常进行。在高端白酒终端给予酒店老板直接利益，激发酒店老板积极性推销高端白酒新产品，主要以铺货返利和销售返点两种常用方式，满足酒店老板的心理期望值，如对高端白酒销售达到一定量的酒店，定期组织酒店老板外出旅游，为参加企业准备酒店管理、员工管理等相关培训。

二是酒店促销员

高端白酒销售过程的最后一个环节，就是酒店促销员或服务人员将产品成功推荐给消费者，真正的高端白酒销售主要就是在酒店。这是产品销售尤其是高端白酒产品实现销售工作的最重要的一个环节，也是最后的“临门一脚”。在酒店配备具有良好形象和促销技巧的专职促销员，可以在很大程度上支撑品牌的口碑宣传，提升产品品牌的消费形象度，有效拉近产品和消费者之间的距离。需要招聘仪表端庄、得体、形象佳、语言表达流利的年轻女性专职促销员，并为她们从整体设计简洁不失其秀气的统一服装，风格要与产品品牌风格相一致，让她们熟悉促销产品品质及品牌内涵，尤其是产品包装所内涵的酒文化，让她们在推荐产品的时候传播其内在

的文化内涵，同时，可以在酒店由专职促销员组织一些具有娱乐性的节目，比如在酒店设置卡拉ok卡座，凡是饮用这个品牌的消费者都可以挑选专职促销员唱歌，或为朋友现场点歌之类的，也可以在晚宴上参加幸运抽奖等活动。

三是酒店消费者。

终端销售的最终目的就是让消费者购买产品，在针对消费者的促销过程中，可以采取许多创新的促销策略，如上演玩“币”风暴，瓶内设置外币或人民币；如掀起有奖促销，采用刮刮卡和礼品赠送等形式，设立极具文化与收藏价值的不同奖项礼品，集卡有奖活动等等，如在每瓶酒内放置制作精美的箔金书签，也可以将产品包装设计成精美古典的收藏品，而礼品设置则要注意其文化性、价值性、品位性。这样有助于高端白酒销售。

白酒销售方案文案篇四

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20__年，同样有着许多美好的回忆和诸多的感慨。20__年对于白酒界来讲是个多事之秋，虽然10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、激情和无奈、困惑和感动，真的是无限感慨。

业绩回顾：

- 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。

3、奠定了公司在鲁西南，以济宁为中心的重点区域市场的运作的基础工作。

业绩分析：

1、虽然完成了公司规定的现金回款的任务，但距我自己制定的200万的目标，相差甚远。主要原因有：

a□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！

b□新客户拓展速度太慢，且客户质量差。

2、新客户开放面，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。

3、我公司在已运作了整整三年，这三年来的失误就在于没有做到“重点抓、抓重点”，所以吸取前几年的经验教训，今年我个人也把寻找重点市场纳入了我的常规工作之中。

在公司领导和各位同事关心和支持下，20__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。

1、__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，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。

4、整个20__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！

1、加强产品方面的硬件投入，产品的第一印象要给人一种“物有所值、物超所值”的感觉。

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20__年的功也好过也好，都已成为历史，迎接我们的将是崭新的2022年，站在_年的门槛上，我们看到的是希望、是丰收和硕果累累！

白酒销售方案文案篇五

在市场竞争日趋激烈的今天，销售部作为企业的主力军，肩上的责任举足轻重，对于销售部来讲，我们的职责就是不断地开拓销售渠道，寻求最适合企业发展的.战略合作伙伴，不断地把企业的产品推向市场，捕捉前沿信息，结合企业实际情况，在维护现有市场的前提下，把握时机开发潜在客户，注重销售细节，稳固和提高市场占有率，积极争取圆满完成任务。

下面，将20xx年工作计划如下：

1、销售部定期收集销售方面各种数据，建立用户档案(客户联系方式、地址;客户维护责任人、付款方式、信誉状况等)

2、月底及时跟客户对账，方便货款的回收。

3、经常跟客户保持密切联系，对市场信息及时跟踪分析，探寻公司需求、发展状况、资金流动情况。对我公司销售方面提出意见和建议，包括对产品质量、价格浮动、用户用量及市场需求，以及对其他厂家产品的反应和用量。

4、与我公司发生业务关系的客户，尽最大可能性签订销售合同和气瓶租赁合同，定期调查客户的气瓶库存情况、货款回收情况以及其他经营情况。按上级规定，及时、准确、完整的上报日报表、月报表等一系列相关数据。

- 1、加强对实体单位的开发。
- 2、深化梳理销售渠道、拓宽市场。
- 3、加强对优质客户的开发和利用。
- 4、在未来市场做大的同时，要合理安排车派工作(驾驶员、危货车辆的外出等相关事宜)。一方面要保证客户的货源及时，另一方面要稳固加强与客户的长期合作关系。
- 5、防止价格战的产生。

1□20xx年采取责任到人、划分片区的方式进行营销。

2、要对自己所开发客户的货款回收、产品管理等信息及时跟踪汇报。