

化妆品销售计划书(精选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。那么我们该如何写一篇较为完美的计划呢？下面是小编带来的优秀计划范文，希望大家能够喜欢！

化妆品销售计划书篇一

工作职责：

- 1、根据集团发展战略，制定线下销售策略和计划(ka□cs□百强连锁店等)；
- 2、线下销售团队管理、组织开发建立销售网络，规范销售流程，完成销售目标；
- 3、汇总市场调研信息，把握项目经营方向，明确具体项目整体营销方案；
- 6、维护经销商及客户关系，维护公司品牌良好口碑；？

任职要求：

- 1、大专以上学历，8年以上化妆品行业多省市销售管理经验；
- 2、具有进口品线下渠道销售管理经验优先考虑；
- 3、具有优秀的资源整合能力和业务推进能力；
- 4、较强的观察和应变能力，较强的计划、执行能力及抗压能力；
- 5、高度的工作热情，良好的团队合作精神，优秀的沟通、协

调、组织与开拓能力；具备良好的沟通合作技巧及丰富的团队建设经验，具备高效人际沟通和谈判技巧。工作职责：

- 1、根据集团发展战略，制定线下销售策略和计划(ka□cs□百强连锁店等)；
- 2、线下销售团队管理、组织开发建立销售网络，规范销售流程，完成销售目标；
- 3、汇总市场调研信息，把握项目经营方向，明确具体项目整体营销方案；
- 6、维护经销商及客户关系，维护公司品牌良好口碑；？

任职要求：

- 1、大专以上学历，8年以上化妆品行业多省市销售管理经验；
- 2、具有进口品线下渠道销售管理经验优先考虑；
- 3、具有优秀的资源整合能力和业务推进能力；
- 4、较强的'观察和应变能力，较强的计划、执行能力及抗压能力；
- 5、高度的工作热情，良好的团队合作精神，优秀的沟通、协调、组织与开拓能力；具备良好的沟通合作技巧及丰富的团队建设经验，具备高效人际沟通和谈判技巧。

化妆品销售计划书篇二

分析当前贵州软件方面（具体讲主要是指有关同类产品）的营销状况，有助于对当前的市场状况、产品状况、竞争状况及宏观环境，有一个清醒的认识，为制订相应的营销策略，

采取正确的营销手段提供依据和参考。比如说市场状况、产品状况、竞争状况、宏观环境状况等。

对公司而言，成功不只是意味着把产品或服务出售给个别的购买者。成功意味着了解谁是你的客户，了解他们的背景并能比其它竞争对手更好的满足客户的要求。要清楚地了解客户，最好的办法之一就是帮助你的客户，这就意味着必须对重点客户的业务了如指掌，特别是重点客户所面对的市场需求情况。如果能比客户自己更早发现潜在的市场机会，然后同客户一道共同策划，挖掘并把握这些潜在的机会，以此来提高客户的竞争实力，这样双方都获益良多。

二、销售策略

根据市场分析的情况。销售的策略是必须要从主动寻找客户开始，能洞察出潜在的市场机会，并非单纯去探听客户或者客户的顾客之需求，而是要求对客户业务的战略思想、客户本身以及客户所面对的市场有一个深入的了解。要有分析、研究和策划的技巧，开放的思想，对未知事物的好奇心以及开拓创新的精神，同时还要对客户的灵活性、创造性和经验充满信心。挖掘潜在的市场机会要耗费大量的精力。正因为如此，只能有选择性地针对重点客户进行。在执行时，必须与客户结成团队，发掘出对其具有重要价值的机会，并帮助付诸实施，因此，我觉得为了能更有系统、更清楚地说明销售的过程，应该有以下几个方面来说明销售的过程。

第一、销售准备。没有妥善的准备，你无法有效的进行如产品介绍，在销售准备的步骤中，我觉得要学会：1、市场分析能力及对公司整体的认识。2、销售区域的准备。3、开发准客户的准备。

第二、接近客户。好的接近客户的技巧能带给自己好的开头，所以在这里要找到能引入客户兴趣主问题。在这里要搞清楚电话拜访、直接拜访客户的技巧。

第三、进入销售主题。掌握好的时机，用能够引起客户注意以及兴趣的开场白进入销售主题，让你的销售有一个好的开始。在这里要搞清楚抓住进入销售主题的时机及开场白的技巧。

a□利用调查以及询问。调查的技巧能够帮你掌握客户目前的现况，好的询问能够引导你和客户朝正确的方向进行销售的工作。同时，你透过询问能找到更多的资料，支持你说服你的客户。在调查以及询问中还要注意：1、事前调查；2、确定调查项目；3、向谁做事实调查；4、何种调查方法；5、调查重点；6、询问技巧。

第四、在行业软件销售过程中，由于本地某些系统集成商可能在前期工作中建立了客户关系或本身就和客户关系较好。而这时我们如果能好好的利用系统集成商的关系做销售，对我们成交会有很好的效果，这时我们就要给系统集成商合理的市场开发建议。要让系统集成商知道做我们的产品能给用户和他带来什么利益，有什么好处，与竞争对手的同类产品相比，或与替代产品相比，有什么优点。你要让系统集成商坚信：做我们的产品肯定有利可图及我们怎么来帮他开拓市场和建产长远合作关系。在这个里，要注意：1、分析市场前景给系统集成商；2、合理利润；3、系统集成商的销售团队意识；4、配合系统集成做市场。

在这里要让系统集成商或经销商知道传统的营销理念，企业强调“产品”，但是合乎品质要求的产品，消费者不一定满意。现代的营销理念强调客户“服务”，然而即使有了满意的服务，顾客也不一定忠诚。未来的营销趋势将崇尚“体验”，用户只有为客户造就“难忘的体验”，才会赢得用户的忠诚，维持企业长远发展。

第五、合约的签订。与客户签约缔结，是销售过程中最重要的了，除了最后的缔结外，也必须专精于销售时每一个销售过程的缔结。每一个销售过程的缔结都是引导向最终的缔结。

在这里要知道合约的签订以后收款及以后的跟进发展问题。

三、成功实施营销策略

以上列举了的销售策略要得以实施，那对众多客户而言，营销策略折实施需要哪些基本条件以及如何来实施呢？特别是当客户的基本条件已具备如何让他与你配合并相信你呢？以下是我觉得必须具备的要素或应该完善的地方以及具体的改善和处理办法：

1、介绍公司良好的公司信誉

介绍公司的背景和历史

列举与公司有合作或关联的“大腕”客户

以往良好信誉“清白身世”的告知或证明

通过“第三方”（媒体、客户、行业协会或权威等）帮你美化

公司的软硬件情况

将要实施的重大发展计划

财务状况、资金实力等

2、产品质量有保证

产品质量是企业赖以生存的基础，但过硬的产品质量如何体现并让用户信服却有很多学问，以下列举了一些办法：

公司的质量标准体系及所获得的认证证书

所获得的各种荣誉证书

权威部门出具的相关报告

可感知的对比试验

老用户的示范

品牌的高知名度和美誉度

3、完善的市场推广计划

在对系统集成商合作的过程中想让客户与你合作并愿意投入资源和配合公司的各项策略和活动，必须有详细而可行的市场计划，并使其确信从该计划中自己可获益。拟定一个完善的市场推广计划应注意以下几个方面：

与客户的关联性，即客户可获得的利益（经济方面或荣誉方面）

充分的市场调研

可行性论证

品牌形象的提升、可考量的企业或区域市场目标

涵盖区域特性，即客户所在的区域市场可操作

对区域和客户将提供的帮助（人、广告、促销、培训等）

邀请客户共同参与拟定计划并达成共识

让客户有成长的感觉（知识、理念、技能）

4、分析客户的核心业务——如何决定向客户提供何种产品和服务，怎样推销这些产品和服务，以什么方式购买产品及服务等。在和客户某些业务交往中，如发现客户并没有好好利

用自身产品功能发挥其在工作流程中特有的优势。我们要有效地利用这些优势给用户提供更多服务，从而给客户带来更高的利益。

5、如果客户有需求，我们可以提供为其项目提供技术、服务和资金方面的帮助。之后，我们的产品就成了唯一能满足整个项目需求的厂商。利用这样的成功强化了同客户的关系，同时扩展了自己的业务范围。

6、可信而详尽的交易合同

我们做销售最终的用户大多是单位，而单位具体利益关系是以合同的方式加以界定的，明确双方的权利和义务，避免出现原则性的争议以保证合作的顺利进行。合同应包含详尽的目前及可能出现的利益条款，使客户感觉到自己的利益已得到充分保护。在合同履行过程中应诚信守约，当出现新的问题时可随时补充。

7、在和系统集成商合作在要说清梦富有潜力的合作前景

通过以下手段和方法让系统集成商相信你们的合作有辉煌的前景：

行业前景的分析和描绘

公司在该行业的优势和潜力

公司在此行业的发展计划（野心）

展现公司的愿景和合作会给客户带来的切实利益

“眼见为实”，树立榜样客户或操作成功的样板市场

8、完善的售后服务

在产品越来越同质化的今天，以服务取胜成了众多企业孜孜不断的追求。对客户而言，厂家所能提供的售后服务是保障其正常销售的必要条件。厂家在制定自己的服务策略、各项服务制度和建立组织体系时应围绕以下原则：

一切以用户为中心，从用户的利益角度出发

使你的服务与众不同

对目标用户提供售前、售中和售后全过程服务，服务的过程就是销售的过程

将本文的word文档下载到电脑，方便收藏和打印

推荐度：

[点击下载文档](#)

[搜索文档](#)

化妆品销售计划书篇三

20__年上半年，人文学院在已有的六大社团的基础上申报成立了四个新的学生社团，形成了人文学院十大社团蓬勃发展的积极面貌。人文学院团委为了让广大人文学院社员们更清楚的了解所加入社团的文化内涵，增加社团人发展社团的信心，特拟组织策划一场大型社团活动。同时为了加大对人文社团的宣传，院团委和相关领导决定将传统意义上的六大社

团换届大会和四大社团成立大会一并举行，即__-__届人文学院十大社团联欢晚会。

本次晚会是由人文学院主办、人文学院学生联合社团承办、人文学院十大社团共同参与的一次盛会。并于11月29日在南校活动中心圆满的落下帷幕，此次活动邀请了吴广平老师、吴投文老师、成伟明老师以及校社联代表、院学生会代表、校内外各兄弟社团等莅临晚会现场。成伟明老师为晚会致了开幕词，成老师表达了他对十大社团的良好祝愿以及对人文社团发展的建议与希望，为社团的发展提供了宝贵的建议和经验。吴投文老师为六大社团前任社长颁发了聘书，并对前任社长的工作给予了肯定。在晚会的最后，吴广平老师对晚会进行了精彩的总结，吴老师充分肯定了晚会节目的质量，并对社团工作提供了宝贵的意见与建议。指导老师对社团的发展起到了不可磨灭的作用，相信在老师的指导的社团人的不懈努力下，人文学院十大社团一定会越办越好、越走越远！

本次晚会节目异彩纷呈、各具特色。开场的视频展示通过图片、音乐以及精彩的讲解向观众介绍了十大社团的社团文化与优势，让观众对社团有了更深刻的了解。晚会节目不仅有颇具粤文化特色的歌曲串烧，又有令人心潮澎湃的诗歌朗诵，以及热辣的爵士舞蹈、时尚的t台走秀和诙谐幽默又不失教育意义的小品、话剧等。真可谓是载歌载舞！观众对晚会节目反响热烈，晚会现场掌声不断，现场气氛非常活跃。本次晚会主持人也非常优秀，稳健、大方的台风和幽默的语言赢得了观众的阵阵喝彩，为晚会增彩不少。

晚会的前期筹备工作离不开各社团和部门团结协作，他们在晚会前努力做好前期准备工作，宣传工作做的很到位，晚会现场座无虚席，并在活动中各尽其责，不怨苦，不怨劳，积极投入到晚会活动中来，使晚会得以圆满举办！

金无足赤，人无完人。因为力量有限，本次晚会也暴露出了一些问题：

1. 灯光、音响等设备没有控制的很好，影响了晚会节目的演出效果。
2. 会场的秩序调控以及对观众的引导没有做到位，使得晚会后期现场秩序有点乱。

对于这些问题，我们也进行了深刻的反省，在以后的工作中我们也会倍加注意，争取在以后的工作和活动中，把失误降到最低，把工作呈现出最好的效果，我们也会以更饱满的热情时刻准备着为下一次的工作尽自己的一份力量。

化妆品销售计划书篇四

为加速开拓市场，提升销售业绩，公司制定统一促销活动方案，对国内外已经加盟代理商(微商)和拟加盟代理商(微商)统一给予优惠扶持活动。

二、促销活动方式：

(一)加盟代理商进、订货优惠活动：

(二)拟加盟省市级代理商进、订货优惠活动：

三、现场扶持促销活动：

1、对华南地区、东南地区、中原地区已经加盟的省市级代理商(经销商、美容院、酒吧)在本区域内开展有意向性的下一级加盟代理活动或现场促销活动，需要公司技术支持和人员扶持的代理商，可在提前5天向公司提报计划。

2、对西北地区、西南地区、东北地区已经加盟的省市级代理商(经销商、美容院、酒吧)在本区域内开展有意向性的下一级加盟代理活动或现场促销活动，需要公司技术支持和人员扶持的代理商，可安排在第二批“六一”“七一”活动期间开

展现场扶持。

3、所有已经加盟代理的微商，一般不作现场扶持活动，双方可通过微信平台 and 课件开展技术支持扶持。

四、现场督导扶持

1、对老客户(已经加盟代理商、经销商、美容院、酒吧)：公司对拟前往扶持地区要保证人员、产品、文宣用品、优惠政策等落实到位，根据实际状况驻店扶持不少于三天。

2、对新加盟代理客户(代理商、经销商、美容院、酒吧)：公司在保证人员、产品、文宣用品、优惠政策落实到位的情况下：开诚立信 止於至善 专业 效率 国际化，二次扶持应在首次扶持后20天内。

3、对目标客户(意向客户)：对正在使用产品的客户或需要协同业务人员做产品演示时，依据实际需要，督导可及时出面协助。

五、促销活动准备工作：(20__年04月16日起始执行)

(一) 电话拜访流程

1、拜访前准备

(1) 明确拜访的目的(例如：了解客户销售情况)。

(2) 明确拜访的对象(例如：__美容院老板、代理商、经销商)。

(3) 明确拜访内容(例如：通知极致美颜公司的五一节庆促销政策)。

(4) 明确拜访的目标(例如：将公司的促销优惠活动实施到

位)。

(5) 准备好记录本，做好详细记录。

2、拜访总结：详细记录并整理客户反馈意见及要求。并对促销活动的所有意向、促成意向结果及时上报公司。

(二) 登门拜访流程：

1、拜访前准备：

(1) 明确拜访的目的(例如：了解客户销售情况)。

(2) 明确拜访的对象(例如：__地区经销商、代理商、美容院老板)。

(3) 明确拜访内容(例如：通知极致美颜公司的五一节庆促销政策)。

(4) 明确拜访的目标(例如：将公司的促销优惠活动实施到位)。

(5) 电话通知客户预约登门拜访时间。

(6) 准备好拜访前所需要的相关材料、文宣用品及物品、产品样品。

2、登门拜访：做好感情铺垫，充满自信和热情。

3、拜访总结：做好总结，及时反馈，及时解决问题。促成意向结果。

六、开好三个会：

电话拜访、登门拜访、邀约客户、现场扶持、督导活动需把

握以下要点：

- 1、会前会：事前计划、安排、研讨实施步骤，责任人、执行人，要达成的结果；
- 2、会中会：事中控制、检查执行情况、多方沟通互动，结果导向；
- 3、会后会：事后总结，达成结果情况，改进不足点，发挥优势点。

化妆品销售计划书篇五

现在化妆品销售已经越来越激烈，各大品牌化妆品争相斗艳，吸收过去的工作经验，为20____年工作做出新的规划。

一、树立品牌形象

现在的竞争，不但是质量的竞争，还有品牌的竞争，受欢迎的品牌受众多，同样也有更多的人愿意购买，如果一个产品质量好，但是却没有多少的名气，也没有多大的品牌效应这对我们来说非常不利也不方便我们销售，所以在今后的工作中我们不但要保证销售而更要在销售过程中打响我们的品牌，把我们的品牌形象树立在大众心中。

首先做好广告宣传，广告能够让我们的品牌知名度上升，让更多的客户了解和指导有这样一款品牌，这也是建立品牌形象的第一步，宣传力度加强宣传效果也要好，当然选择的宣传方式有线下广告和线上广告等，把广告播放到各个地方，让消费者清楚我们的产品。

其次就是要做好产品的售后维护，我们卖的化妆品不是一次性产品而是需要持续消费的产品，就要维护好每一个客户，每一个客户都可以为我们持续输出购买力，当客户认可了一

个产品之后就会有更多的人来参与购买，就会有更多的客户参与进来。

及时解决客户的问题，有很多客户在使用产品的时候或者是在使用过程中遇到了什么问题，大多数人都会来寻找解决答案，这时候作为销售都需要及时解答不管是身在什么岗位都有责任给客户解答问题。

二、改变销售方式

过去我们销售的方式有线下门店，和线上商城，这几种渠道，但是随着竞争的激烈等待客户上门销售已经成为了过去，想要改变就必须重新考虑问题，思考解决之法。主动销售已经成为了现在的主流销售方式，成为了现在必不可少的销售模式之一，在今后我们的侧重点，是一线上商城为主，线下的实体店为辅导，拉动消费，通过微信沟通维护，提高消费水平消费能力让我们的消费有更多的发展空间，有更大的消费环境，开拓更多的消费市场，这是今后的消费方式。

对于工作减少电话销售，围绕主题销售，与美妆博主合作，通过护理共赢的策略提高销售量。

三、寻找消费群体

我们销售就需要寻找合适的消费群体，寻找准确的消费受众，对于这些群体，我们从今后开始，会主要从一些微博和网红等了解更多的消费人群从中找到合适的消费者，销售需要的是有这个需求的人群，所以在今后工作时，对于这方面的工作加强，上午两小时，晚上两小时利用各种渠道寻找合适的消费群体，并且取得沟通方式从而出售产品，提高销售效率。

化妆品销售计划书篇六

学年下学期大班工作计划

华东五市创优工作及旅游业发展的考察报告

会计专业大学生工厂实践学习报告

先进群监组申报材料

专用介绍信

在企业庆祝五一暨职工文艺演出上的讲话

个人党性分析(市直机关版)

测量学实习报告

镇团委工作总结

关于全面加强质监部门能力建设的调查思考

计算机网络实习报告

增补乡代表选举工作日程表

网通公司暑期实习报告

办公室主任个人半年工作总结

第二学期教务处工作计划

水利公司个人先进事迹材料--服务农场帮扶职工爱心书写人生路

记录激动时刻，赢取超级大奖！[点击链接](#)，和我一起参加“：我的世界杯blog日志”活动！

化妆品销售计划书篇七

为进一步提高保健食品化妆品安全监管工作水平，根据常州市食品药品监督管理局《关于印发20____年常州市保健食品化妆品安全监管工作要点的通知》（常食药监保[20____]51号）等文件精神，结合我市实际，现就20____年保健食品化妆品安全监管工作安排如下：

20____年全市保健食品化妆品安全监管工作的总体要求是：全面贯彻落实上级保健食品化妆品监管工作会议精神，围绕保障保健食品化妆品质量安全这一中心任务，夯实基础，落实责任，防范风险，能力提升，进一步加强日常监管，深化专项整治，完善风险监测，强化宣传培训，促进保健食品化妆品监管工作再上新台阶。

一、落实责任，夯实保健食品化妆品监管工作基础

(一)落实属地监管责任。在市委、政府的领导下，按照三定方案要求，依法履职尽责。进一步加强保健食品化妆品法律法规梳理分类，明晰监管依据和监管职责，落实监管责任，进一步推动监管工作落到实处。

(二)落实企业主体责任。督促我市保化生产经营企业完善管理制度，提高管理水平，落实主体责任。与经营规模大、品管基础好、具有药品质量管理背景的企业，签定质量承诺书，强化企业质量管理意识。

(三)加强制度规范建设。根据省局保健食品化妆品生产经营企业日常监督现场检查工作细则要求，进一步明确日常监管要求，推动日常监管工作细化、量化、痕迹化。加强保健食品化妆品经营企业信息化建设，完善企业信息档案，提高监管效能。

二、强化监管，规范保健食品化妆品生产经营行为

(四) 全面开展摸底调查。全面摸清我市保健食品化妆品经营企业、使用单位底数和基本情况，健全生产企业信息档案，推进经营企业、使用单位基础档案建设。

(五) 加强流通企业监管。加强对重点品种、重点单位、重点区域的监督检查，确保流通企业监管覆盖面达50%以上。结合我市实际，积极探索创新监管方式，加强宣传培训，引导行业自律。

三、突出重点，深化保健食品化妆品专项整治工作

(六) 排查风险隐患。对开展过整治的工作进行“回头看”，对整治效果不明显，隐患未得到治理的要进行“补课”。对风险监测、日常检查中发现的问题要进行梳理，及早防范和消除重大安全隐患。

(七) 狠抓重点整治。继续开展保健食品非法添加和化妆品违法使用禁限用物质的整治工作。加强对减肥、辅助降血糖、缓解体力疲劳等功能保健食品、含蜂胶、牛初乳、灵芝孢子粉等原料保健食品以及美白、祛斑等化妆品的专项监督检查。加强保健食品化妆品经营企业索证索票和台帐管理专项检查。加强对未经批准或备案发布保健食品、化妆品违法违规广告的监测，并针对当前公众反映强烈的利用公益讲座、健康诊疗、学术交流、会议等形式宣传、推介和销售保健食品的行为，与各相关部门一起，加强对产品合法性的监督检查。

(八) 加强市场整顿。加强对保健食品化妆品市场整顿和规范，对检查中发现的违法违规行为，实行“六个严厉打击”和“五个必须”，即严厉打击虚假夸大宣传行为、严厉打击使用假劣原料生产行为、严厉打击套用冒用批准文号行为、严厉打击违法添加行为、严厉打击无证生产行为、严厉打击制售假冒伪劣行为。凡存在标签说明书虚假夸大宣传的，必须责令召回并整改；凡产品质量不合格的，必须没收产品及违法所得并从重处罚；凡产品涉嫌存在安全隐患的，必须下架并

暂停生产经营;凡存在违法添加行为的,必须建议上级主管部门撤销产品批准文号、吊销生产许可;凡触犯刑律的,必须移交司法机关追究刑事责任。

四、着力防范,提高保健食品化妆品风险监测水平

(九)认真完成全年风险监测任务。按照上级部门的工作部署,全面完成20____年保健食品化妆品抽检任务,做好风险监测工作。加强重点区域及风险程度高、流通范围广、市场占有率大以及投诉举报多、易违法添加产品的抽验监测,增强监测抽验的针对性,提高隐患排查的及时性。

(十)加强风险监测结果的后处理。强化对问题产品的处置力度,认真查找造成产品不合格的原因,对存在的问题督促企业加强整改,完善质量管理体系,对涉嫌存在安全隐患的产品,及时采取暂停生产、销售召回并销毁等措施,防范安全隐患蔓延。

(十一)积极稳妥应对突发安全事故。树立风险管理意识,按省、市局要求推进化妆品不良反应监测哨点建设。探索研究保健食品化妆品安全事故应急处置工作,完善应急响应机制,妥善处理突发、敏感问题,提高应急处置能力。

五、加强宣教,营造保健食品化妆品良好工作氛围

(十二)加强对监管人员的培训。按照干什么学什么、缺什么补什么的原则,加强监管人员法律法规、专业知识、业务技能等的培训。开展对镇(区)协管员保健食品化妆品业务理论知识培训,提高镇(区)协管员工作水平。

(十三)加强对相对人的培训。加强对保健食品化妆品企业负责人法规宣传,增强企业诚信守法意识。举办保健食品化妆品质量负责人培训班,提升企业管理能力和产品质量控制水平。加强保健食品化妆品经营使用单位人员培训,对批发企

业、大型商场、大型超市的培训覆盖面达到100%。

(十四)加强对社会公众的宣传。印制保健食品化妆品宣传手册，通过开展保健食品化妆品安全宣传周、广场咨询、走进社区讲课等活动，大力普及保化科学消费知识，引导社会客观理性看待风险，正确有效防范风险；大力宣传保化监管工作和成效，提升公众对保化监管工作的认知度。

化妆品销售计划书篇八

长期以来，化妆品行业因行业壁垒过低、产品同质化严重等问题的影响造成行业竞争无序，区域品牌、游击品牌充斥于市场，形成鱼目混珠、恶性竞争的局面。

据统计，在我国近4000家化妆品企业中，走主流卖场销售路线、俗称“做终端”或“日化线”的厂商只占企业总数的15%左右，更多的企业采用流通(包括深度分销)、专柜(包括店中店)、品牌专卖店、专业(美容院)线、专供大型百货或零售集团的oem贴牌等通路和方式进行运作。除了百货店、超市和专营店业态以外，许多化妆品销售的新型业态也都复兴、壮大、繁荣，目前厂家直销、网上购物、电视购物、邮购、自动售货亭、药妆店等多种形式如雨后春笋般涌现和成长。虽然，企业选择销售通路有其历史的原因，但在通路危机日益深重的今天，未雨绸缪已经不再是智者的从容，而是企业必须面对的课题，通路维新迫在眉睫。

电视购物一般是指消费者通过电视以及互联网、商品目录等相关媒体了解商品信息，使用电话、网络订货，由专业物流公司配送商品的无店铺商品销售模式。由于没有中间商，电视购物能为消费者提供价格更为实惠的商品。

以开播电视购物频道为主的现代电视购物(也叫做家庭购物)有别于传统的电视直销，它是一种新兴的商品销售方式，是一种全新的零售销售渠道和平台。按照电视购物的过程，主

要可将其分为四大环节，即选择产品、节目制作、呼叫中心、物流配送。现代电视购物以“教买不叫卖”的方式做节目，以消费者的需求为出发，寓购于教，播出方式采用现场直播和录播的两种方式。

以电视台作为运营主体的购物频道，是产品销售的一个平台，是一个无店铺的“空中超市”。

所卖商品也是日常生活中的必需品，如数码产品、化妆品、家居用品等等。由于商品品种多、大众化贴近生活、厂家直销价格优惠、信誉好品质有保证，因此，电视购物频道一开播就受到了广大消费者的喜爱，两年来电视购物频道的发展也取得了可喜的成绩。