

# 红酒销售计划方案 红酒销售计划(实用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”。那么方案应该怎么制定才合适呢？下面是小编帮大家整理的方案范文，仅供参考，大家一起来看看吧。

## 红酒销售计划方案篇一

甲方(供货方):

乙方(购货方):

甲乙双方本着共同发展，诚实守信，互惠互利的原则，为了明确甲乙双方的责任和义务，经甲乙双方共同协商，达成协议如下：

### 一、甲乙双方权利与义务

甲方：

- 1、甲方所供红酒产品，必须符合产品质量标准，如出现产品质量问题或者达不到标准，乙方有权退货或换货。
- 2、甲方需按乙方所需产品规格、数量及时送货，不得以任何借口拒绝或推迟送货时间，原则上订货到供货不超过个工作日。
- 3、在本合作协议书有效期内，如甲方调整产品价格，应及时通知乙方，经双方协商按市场价格定价，在同等条件下以优先、优质、优惠的原则。

4、甲方负责送货到乙方指定的地点，由甲方承担运输费用。

5、按照乙方的实际销售情况甲方给予销售奖励，此条款另行协商。

乙方：

1、乙方应配合把甲方所有的产品摆在吧台上作为展示。

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、乙方按照双方协商的结算方式在合同期内结算货款。

4、乙方购进的产品如果销售不畅，随时可调换别的产品。

二、结算方式：以送货单为准，每月号前结清上月货款。

三、退佣机制：甲方对乙方销售人员所销售之酒塞和酒盖以5元/个进行回收，此费用是甲方对乙方销售人员给予的奖励。

四、合同期限

本协议有效期限年月日至年月日止，甲乙双方有特殊情况不能履约，须提前壹个月以书面形式通知对方，并承担相应的法律责任及经济损失。

五、违约责任

未经甲乙双方同意，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。

六、其他

本协议未尽事项，甲乙双方另行协商，本协议壹式两份，经

双方代表签字生效，甲乙双方各执壹份。

注：产品清单及价格见附件

甲方(盖章)： 乙方(盖章)：

代表(签字)： 代表(签字)：

联系电话： 联系电话：

年月日年月日

红酒产品代理销售合同范本

甲方：

乙方：

一、甲方授权乙方代理销售纳珍源系列红酒产品，乙方作为\_\_\_\_\_区域内的代理销售商，甲方将不再向该区域内的另外方供货，从而保证乙方独家销售权。

二、业务办理方式：现款现货，付款后提货。运输费由甲乙双方各承担50%(只限公路长途)。乙方单次提货量达\_\_\_\_箱以上，由甲方承担全部运费。

三、甲方按生产厂家标明的产品执行标准保证产品质量。

四、乙方对销售困难的任何代理销售的红酒品种，在保持产品原样的情况下，享受调换、退货、退款的选择权，从而维护乙方经济利益不受损失。退货调换品种时运费由乙方承担。

五、乙方在所在区域内代理销售产品所发生的一切经营费用(专卖、税务、工商、技术监督、卫生防疫等)和经营风险都由乙方自己承担。

六、乙方按甲方提供的产品代理销售价目核定表开展本协议确立的代理销售业务，乙方可在进货价与市场终端价之间，自行确定产品的营销价位。

七、乙方必须严格按约定的区域销售，若需跨区域销售，须及时通知甲方，并应征得甲方书面确认后才能施行。乙方每三个月向甲方提交一份代理销售情况报表。

八、因本协议执行发生纠纷，双方应本着以事实为依据，以法律为准绳的精神，通过友好协商予以妥善解决，也可提请甲方所在地法院负责处理。

九、本协议自双方签字第一批货物交付后生效，有效期为一年，本协议一式三份，甲乙双方各存一份，备案一份。

甲方：上海康源酒业有限公司乙方：

经办人：经办人：

联系方式：联系方式：

## 红酒销售计划方案篇二

- 1、娱情养生，醉美原香。
- 2、品味优质红酒，感受欧洲浪漫！
- 3、品味法兰西的味道。
- 4、原装进口，品质保证，信心之选。
- 5、波尔多，来自法国的味觉享受。
- 6、波尔多，永远不会多。

- 7、醇贵天香，舌尖吟唱。
- 8、高性价比，源于不转二手。
- 9、打开盖子，就会有无法抗拒的诱惑！
- 10、站在批发商零售商角度读下！
- 11、品纯正波尔多，尊享浪漫风情。
- 12、聚友如家人，携手共富家。
- 13、放心的品质，真诚地期待您加盟合作！
- 14、跨越大洋的美酒。
- 15、进口原装，物超所值。
- 16、进口有保障，性价比更优。
- 17、支支好酒，溯源法国。
- 18、法国葡萄酒，品质行天下。
- 19、波尔多葡萄，酿造浪漫酒。
- 20、臻享醇正葡萄酒，专业惠购波尔多。

### **红酒销售计划方案篇三**

甲方(供货方):

乙方(购货方):

甲乙双方本着共同发展，诚实守信，互惠互利的原则，为了

明确甲乙双方的' 责任和义务，经甲乙双方共同协商，达成协议如下：

## 一、甲乙双方权利与义务

甲方：

- 1、甲方所供红酒产品，必须符合产品质量标准，如出现产品质量问题或者达不到标准，乙方有权退货或换货。
- 2、甲方需按乙方所需产品规格、数量及时送货，不得以任何借口拒绝或推迟送货时间，原则上订货到供货不超过个工作日。
- 3、在本合作协议书有效期内，如甲方调整产品价格，应及时通知乙方，经双方协商按市场价格定价，在同等条件下以优先、优质、优惠的原则。
- 4、甲方负责送货到乙方指定的地点，由甲方承担运输费用。
- 5、按照乙方的实际销售情况甲方给予销售奖励，此条款另行协商。

乙方：

- 1、乙方应配合把甲方所有的产品摆在吧台上作为展示。
- 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、乙方按照双方协商的结算方式在红酒销售合同范本期内结算货款。
- 4、乙方购进的产品如果销售不畅，随时可调换别的产品。

二、结算方式：以送货单为准，每月号前结清上月货款。

三、退佣机制：甲方对乙方销售人员所销售之酒塞和酒盖以5元/个进行回收，此费用是甲方对乙方销售人员给予的奖励。

#### 四、红酒销售合同范本期限

本协议有效期限年月日至年月日止，甲乙双方有特殊情况不能履约，须提前壹个月以书面形式通知对方，并承担相应的法律责任及经济损失。

#### 五、违约责任

未经甲乙双方同意，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。

#### 六、其他

本协议未尽事项，甲乙双方另行协商，本协议壹式两份，经双方代表签字生效，甲乙双方各执壹份。

注：产品清单及价格见附件

甲方(盖章)： 乙方(盖章)：

代表(签字)： 代表(签字)：

联系电话： 联系电话：

年月日年月日

## 红酒销售计划方案篇四

转眼间又是一年。这一年，我继续负责xx酒xx地区市场的拓

展，从默默无闻，到家喻户晓，我跟我的销售团队历经辛苦。这一年来，销售额达八百多万元，得到公司的称赞，合作伙伴关系也进一步巩固。

## 本年度的工作情况

一、开展市场调研，拓展市场空间关于红酒销售年终总结关于红酒销售年终总结。目前，酒类市场竞争激烈，我们代理的品牌在当地名不见经传。如何开拓市场，对于竞争，我们采取了提高服务质量的办法，大做销售广告，在当地多家媒体做广告，收到了明显的效果。结果使\*\*地老百姓对\*\*酒类家喻户晓\*，人人皆知。同时我们大力在农村促销酒类。在促销中，采取赠品与奖励办法，对农民具有强大的吸引力。如针对部分农民急需农机却缺少资金的情况，在开盖有奖活动中，把一等奖设为农用三轮车，而不是彩电、冰箱、空调之类的高档电器，并对获奖者进行大力宣传，使农民们怀着获得一辆三轮车的梦想，在消费时认准了这一品牌；针对许多农民与亲朋好友在一起，酒后喜欢打扑克的特点，把赠品定为设计精美、市场上买不到的特制广告扑克，非常受农民朋友欢迎，从而销量随之大增。

## 存在的问题

虽然在这一年，我们取得了比较不错的成绩，但仍然存在一些问题，如果不加以纠正改善，将会影响产品的销售关于红酒销售年终总结投资创业。包括业务员的管理，后勤的配合。

一、业务员的管理比较松散，并没有有效的形成一个营销系统，有时甚至是各自为战。在以后的销售管理过程中，要根据实际情况建立有效的管理制度，带动业务员的积极性，提高工作效率。

二、后勤配合有些迟缓，往往出现单已开，货迟迟发不了去的情况，使客户信任度降低。



# 红酒销售计划方案篇五

## （一）、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；

## （二）、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：
- 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）；
- 4、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；
- 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。

在公司领导和各位同事关心和支持下，09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、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，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

\*\*的市场基础还是很好的，只是经销商投入意识和公司管理太差，以致我们人撤走后，市场严重下滑。这个市场我的失误有几点：

(1)、没有能够引导经销商按照我们的思路自己运作市场，对厂家过于依赖；

(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，采劝一地一策”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

根据公司实际情况和近年来的市场状况，我们一直都在摸索着一条运作市场的捷径，真正体现“办事处加经销商”运作的功效，但必须符合以下条件：

1、市场环境要好，即使不是太好但也不能太差，比如地方保护过于严重、地方就太强等；

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，

看到的是希望、是丰收和硕果累累！