

机械销售促销方案(大全7篇)

确定目标是置顶工作方案的重要环节。在公司计划开展某项工作的时候，我们需要为领导提供多种工作方案。大家想知道怎么样才能写一篇比较优质的方案吗？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。

机械销售促销方案篇一

促销时经常出现的现象是，在销售要成功的时候，往往由于同行人的一句话而最终以失败告终。所以，如果遇到结伴而来的顾客，一定想办法拆开他们，分别销售，加大销售成功的几率。下面是销售产品促销方案范文，欢迎参阅。

手机已经成为人们必备的用品，也成为通讯市场最大的竞争力。那么如何促销自己的手机品牌呢？接下来我们看看一些手机促销方案和活动。

手机促销手段直接影响着手机促销活动的好坏，影响着人们对于手机促销活动的注意程度，因此，如何选择合适的手机促销手段成了手机促销活动前商家们最重要的一件事性。

1、降价也是最常见的一种促销方式，也是体现促销力度大小的一个衡量标准，可以有效吸引顾客的注意力，提高消费动力。降价是消费者觉得最实在的让利方式。但一定要掌握降价的频率和幅度，否则，一方面会缩短产品的利润期，另一方面，降价幅度过大也会让消费者感觉“不踏实”，购买了的消费者会心痛，回来寻“价差”，持币代购的消费者则认为“降这么多，肯定还会再降”的观念，对购买产生疑虑。

2、送赠品或者抽奖。在购买产品时赠送物品和购买产品时可以参加厂家举办的抽奖活动，赢取奖品。

3、特价机就是在将部分产品价格降到很低，以低于成本价或者稍高于成本价出售，起到吸引顾客，带旺人气的的作用。特价机都是限量限时的，这是特价机和降价这两种促销方式的区别所在。特价机的主要作用有三个：一是带旺人气，二是帮助清理库存，三是帮助经销商完成销售量和销售额。特价机是利润很低的销售，有时甚至是赔本的买卖，因此要合理运用，否则会造成价格的混乱，影响整体的销售。有些经销商为了扰乱竞品市场，就选择先进一批竞争品牌的畅销产品，然后以特价销售，打乱对手的市场价格，乘虚而入。

4、展示是举办产品的展示活动，促进销售的一种方式。展示要充分配合促销活动主题，要有新意，要对市场做出科学的预测。同时，展示涉及的面比较广，要事先联系好售场，做好准备工作，否则会造成物资的浪费，使促销效果大打折扣。

5、人员促销。利用促销人员的能动性进行人员促销，用高提成提高促销人员的积极性。

当然促销的活动还有很多种，只要用心去做，一定会做好，如果你想了解更多的手机促销方案，不妨在一品威客网发任务让更多的人帮助自己寻找最适合自己的产品的推广方案。

一、市场环境分析：

1、市场需求量：

据今年中国商业联合会9月14日在京发布的一份报告显示，受原材料价格上涨影响，今年月饼销售价格平均涨幅在10%左右。其中，销售价格在200元/盒以下的中、低档月饼占主流，约占总体月饼市场的八成多。报告显示，今年我国月饼市场总体运行平稳，买方特点仍然突出，预计月饼产量在25万吨左右，销售额140亿元左右，市场总体需求量增幅不大。

2、影响和制约因素

第一，生产成本增加：今年以来由于各方面的原因，月饼生产相关原辅料普遍上涨导致成本比往年增加。

第二，品牌竞争激烈：由中国月饼网可知目前比较有名的月饼品牌有克莉丝汀、哈根达斯、元祖、可颂坊、马哥孛罗、杏花楼、香特莉、宜芝多、面包新语、85度c月饼、星巴克、dq冰淇淋、新雅、来伊份、功德林、德芙、新侨、香港荣华、红宝石、五芳斋及一些地方品牌等等。

第三，销售形式多元化：包括跨区域销售、大型商厦超市销售、餐饮与酒店销售、代理商销售、电子商务及速递销售、团购等。第四，宏观政策严格：这几年以及近期一些食品安全事故频发，国家相关部门对月饼的生产和包装作出了一些严格的规定。

二、产品分析：

1、月饼是一个季节性很强的产品，其售卖期不超过一个月，真正的销售高峰期也就是在中秋节前十天左右。

2、月饼的用途一般有这几个方面，消费者自己食用、送礼、企事业单位作为福利发放。

3、产品的品牌和分类众多，可谓是三六九等。

三、消费者分析：

由于受中秋节吃月饼这个传统文化的影响，月饼几乎是一个老少皆宜，没有年龄、收入、身份、地位、地区限制的商品。但是不同的消费者的购买目的和购买不同，因此要针对不同层次的消费者制定不同的销售策略。

四、价格策略：

月饼定价必须根据不同购买目的以及不同收入层次的消费者来差别定价。我们可以将产品分为不同的级别，如高档，主要针对是高消费人群或者是送礼一族的；中档，主要是针对中等消费人群；低档，主要是一般消费群体和广大普通消费者，这一部分群体基本是自己食用。

五、销售渠道：

一般商品分为批发和零售。月饼也不例外，对于批发，坚持每一个同一级别的城市只设一位批发商或这是代理商。零售主要是各大城市的专卖店商场超市等。

六、目前月饼市场存在的问题：

近年来由于一些商家的恶意炒作，市场上屡屡出现天价月饼；由于由于送礼之风盛行，商家抓住消费者的这一心理，在月饼的包装上大做文章。月饼的华丽极具艺术风格的包装备受送礼一族的青睐，对于这类人来说月饼应经完全失去了它本来的文化内涵和寄托思念之情的性质；对于一般普通大众来说只能“望月兴叹”适合于他们购买的月饼产品质量得不到很好地保障，很多消费者怨声载道。

七、解决问题的办法：

极力渲染传统文化，使月饼销售与企业文化相互融合。

- 1、返璞归真，重新塑造月饼寄托相思、思念之情的文化形象。
- 2、紧扣环保主体，引导绿色消费用最经济的包装追求最好的效果让利于消费者。
- 3、个性化(主要是指网络销售平台)、层次化销售
- 4、严格执行国家相关单位对月饼的安全规定。

八、风险控制与成本预算：

1、针对市场分析和策划过程中可能存在的各种风险，以及在实际生产和销售过程中出现的各种问题，及时进行修正，尽量使风险降到最低。

2、财务部门做好成本预算，包括广告、策划、公关、销售等各个环节的成本核算。

合理的时机

大部分日化店的老板喜欢把促销放在节假日期间，当然这肯定没错，不过在节假日期间，做活动的商家非常多，这导致了客源的分流。并且大部分消费者都是走马观花式地在看，所以促销的效果可能并不好。

在这样的情况下，可以考虑把促销的日期选择节假日之前或之后，这样的话部分在节假日期间外出旅游或者加班的人们就会成为你的潜在客户。

并且，除了在节假日促销以外，平时也可以适当做一些促销活动。比如每个周末在一些小区或者学校里面，把促销活动搬到客户的家门口。

促销现场的互动

1. 员工的专业形象

促销活动中统一着装，并且使用自己的品牌的化妆品化上淡妆，后续介绍产品时更有说服力。

2. 分工明确

活动现场必须要给顾客一个很有秩序，不慌不乱的感觉。这就要求每一个员工都有自己的明确任务，比如派单、引导、

营造气氛、化妆、产品销售等等，视现场员工数量可以对某些环节进行合并，但一定不能出现脱节的情况，把顾客晾在一边没人管。

3. 送礼的时机

促销时一般有产品的免费赠送，但何时赠送是很关键的。如果顾客一进店就送，可能顾客拿了就走，效果并不好。所以，可以考虑要让顾客走到店里某个柜台才送，或者现场试用之后再送，这样的赠品效果才更好。

4. 结伴的顾客需要拆开

促销时经常出现的现象是，在销售要成功的时候，往往由于同行人的一句话而最终以失败告终。所以，如果遇到结伴而来的顾客，一定想办法拆开他们，分别销售，加大销售成功的几率。

机械销售促销方案篇二

人无信则不立企业无信则衰一年一度的3.15国际消费者权益日即将到来，消费者又将成为社会关注的焦点，在这特殊的时段，为吸引目标顾客，营造本商场注重消费者权益的良好公众形象，我局建议以工商局为栈桥利用邮政媒体开展广告促销活动，直达目标客户。

3.15商函是以3.15为主题，以商业信函为载体，以特定名址数据库资源为基础，由工商局搭台为商家与消费者构建直接渠道，让商家发布促销、优惠等广告信息，迅速拓展节日消费市场。

1. 一对一有针对性营销，锁定节日消费人群，有效开展营销

2. 辐射面广、信息量大、阅读率高
3. 发布节日促销信息，抢占市场先机
4. 针对会员提供贴心服务，形成有效互动反馈

针对集中消费类市场：新购房人群、新婚家庭、白领女性、私家车主、公务精英。

- 1、活动主办单位：忠县工商局
- 2、活动承办单位：忠县国美电器忠县邮政局

- 1、信封内装由工商局提供的消费者权益保护法宣传资料
- 2、信封内件，夹寄企业宣传单张及优惠卡(券)
- 3、企业诚信经营承诺书

- 1、免收名址打印费
- 2、免收折叠封装费
- 3、提供策划、设计、制作等全套服务

1、借3.15节日开展促销活动，充分展现了忠县国美电器提升客户服务水平的决心，塑造和提高商场的品牌形象，提升商场的知名度和美誉度。

2、开发新客户，挖掘现有客户的潜在消费通过促销活动，激发顾客的购买欲望，促进商场销售的增长，并吸引新顾客群的注意力，培养顾客的忠诚度。

3、降低营销宣传成本，提高投入产出比数据库商函把公益和促销组合推广，成本低，性价比高，更好地实现针对性、专

业性宣传的目的，广告宣传成效好。

机械销售促销方案篇三

1□xx“以客户为中心，以服务为先导”的经营理念。利用本次的营销活动最大限度的吸引目标客户，使得xx的良好形象成功根植于社会公众心目中，并用实际行动架起了一座座心灵相通的桥梁。

2) 事实上，活动营销最主要的作用不仅在于促销，而是成为“公司对外宣传的一个新窗口”，通过这个窗口，车型宣传得到了有力推广，品牌宣传得到进一步延伸。

4) 目前，同一价位车型在性能、配置等方面非常接近，单纯从性能等各项指标来比较同一价位车型孰优孰劣，难度较大。因此要在销售上占据优势，除了汽车品牌的知名度、美誉度外，江淮提供的服务和汽车文化认同度也成了消费者重点考察的指标。

xx市的中高收入阶层且富有爱心的人群

感恩社会，真情回馈

20xx年7月1号——20xx年9月1号

xx市的各个xx汽车直营店

广告、电视台、报纸、杂志、公关和营业推广以及相应高人员促销等

沟通信息

一直以来□xx旗下的高素质车模队伍都在业内享有声誉. 高素质车模，高品质汽车，人车相互辉映，在这一过程中xx的产

品特点和品牌文化展现得淋漓尽致，由此也看出xx对品牌建设的理解达到了新的高度。

（1）场地布置活动出现意外倒塌、损坏等情况

解决方法：首先对布置方案进行周密的推敲，充分考虑现场环境的客观因素，制定合理安全的布置方案，并制定后备方案。严格督促施工安装人员按照方案及施工规程工作，强调细节处理，对存在隐患的环节做到万无一失。安装完毕后，把好质量关，做好活动的验收工作，并定人定时进行检修。

解决方法：让当地全友与气象预报部门保持密切联系，了解在施工期间的天气状况，提前做好防范措施和转移工作。

（3）现场执行过程中出现沟通不畅，造成工作混乱的情况

解决方法：建立完善科学的对讲系统，统一划分与配置对讲频道，要求执行人员熟悉沟通协调的流程，不得越级越部门进行沟通。同时成立现场临时协调部门，专门进行突法紧急事件的沟通与协调工作。

解决方法：制定周密的活动流程，推敲每个活动细节，强调执行人员严格按照流程工作，强调执行人员的时间观念。并多次进行活动活动预演，找出问题，及时解决问题。准备备用方案，以应对可能出现的冷场、拖场的情况。

（5）现场执行过程中，出现工作混乱，部分活动无人执行等情况

解决方法：活动执行前进行合理分工，按区域按活动进行明确的工作划分，保证每个环节都有专人负责。

2、预备机动人员，随时弥补临时出现空缺的执行岗位、媒体统筹

(1) 突发事件发生后，与媒体的接触

解决方法：明确新闻发言人，积极面对媒体，及时向媒体通报调查情况与后续处理情况，与媒体保持联系，用后续处理方式去弥补先前的负面影响。

(2) 出现负面报道的情况

解决方法：制定统一新闻稿，与媒体进行充分沟通，并及时与媒体上级主管部门进行协调。

3. 演艺活动

(1) 在演艺活动中，出现演员迟到、误场、缺场等情况。

解决方法：强调演员的纪律意识，避免沟通失误。准备预备演员和节目。

(2) 在表演过程中，演员造成表演失误等现象。解决方法：要求演员认真对待节目排练，多次进行预演。帮助演员建立良好的心理素质，随时关注演员的身体状况。

(3) 在演艺活动中，出现配套设备无法工作等情况。

解决方法：正确地安装和使用配套设备，定人定时检查配套设备的启动系统。由工作态度细心负责的人员来操作设备，预备易损部件和更换工具，随时更换失效部件。

4. 现场音响调节 对音响设备的调试工作必须全面认真，保证在各个位置都不会发生啸叫情况。

1、撤场工作从活动结束开始，到总结工作完毕

2、活动负责人布置撤场任务

3、活动负责人指挥整个撤除工作的有序进行

- 4、负责组执行人员撤除电脑设备
- 5、物料筹备组拆除、回收活动装饰物料、入库
- 6、客服组对活动涉及资料进行备份和记录
- 7、客服组协调保洁结束进行打扫工作

扩大对xx区域市场的影响力，提升产品销量。

机械销售促销方案篇四

为了让宠物店更好得发展下去，保证宠物店的利益，特制定宠物店营销方案。经过为期一个月的市场和产业调查，目前与宠物有关的产业，可以分为两种，一种是“宠物赚钱”，另一种是“赚钱宠物”，也就是说，营销方面不能仅局限于市场，而是充分把营销思路集中在宠物身上。宠物的衣食住行、生老病死，每一个环节都可以作为营销路线。

从业内人员研究分析表明□20xx年后，宠物行业和市场消费水平逐年翻倍增加，行业逐渐形成规模，目前全国共计1000宠物店。本来单一的宠物美容开始结合宠物日用品市场，深受消费者喜爱，此行业竞争愈加激烈。

据统计，我国目前宠物数量至少1亿，并且宠物市场正保持年均20%至30%的速度增长。所以宠物是一个巨大的市场。

1. 产品核心：围绕主人对宠物的消费需求，展开一系列与宠物有关的产品生产活动，例如宠物美容，为宠物定做各种各样的衣服，鞋子，美容工具，提供宠物医疗等。

2. 产品特色：独特新颖，可以适宜不同的的宠物需求。采用环保无刺激性的材料生产产品，为宠物提高的生活产品。

3. 口碑效应:宠物店经营过程中要严格注重顾客口碑,要获得持续的经营利润必须保证口碑,获取更多的回头客。建立会员制度,拉拢并吸引客户,举办会员客户交流会和促销活动保证宠物产品有足够的.消费群和利润。

1. 宠物美容:提供宠物美容服务,并附带销售各种指甲刀,吹风机,电推剪、宠物香波浴液、针梳、排梳、美容剪、毛巾等。

2. 宠物日用品:项圈、笼子、床、沙发、背包、餐具、牵引带等、

3. 食品零食:犬粮、洁齿棒、罐头、咬胶、饼干、肉干等。

4. 服饰配件:裙子、情侣装、背心、雨衣、西装、四角衣、鞋子。

5. 健康用品:耳疾、杀菌除虱、调理肠胃、健骨补钙、皮肤疾病、体内寄生虫。

宠物染色

主要提供宠物特色染发,可将纯色宠物染成各种卡通形象,如功夫熊猫、长江七号、狮子、老虎等。还可以依据主人的要求对宠物进行染色,紧跟潮流,将宠物打造成时尚潮宠。提供无毒无害染色剂,环保无刺激。

注;凡一年在本店为宠物打造造型的顾客可免费享受毛发护理一次。

1. 宠物店设立医疗室,为宠物提供简单的医疗救助和服务,培训宠物医疗人员,为宠物的健康保驾护航。

2. 宠物店将与外界的宠物医疗机构建立长期的合作,保证宠

物得到便捷的医疗服务和医疗商品。

为保证宠物店的盈利和持续发展，设立终极促销战略，为宠物店的运行提供资金保障。

1. 多买多送政策，各种节日打折，实行买二送一活动。
2. 进行亲子互动活动，定期展开游戏，提升宠物与主人的亲密度。

机械销售促销方案篇五

本站发布销售产品促销方案，更多销售产品促销方案相关信息请访问本站策划频道。【导语】促销时经常出现的现象是，在销售要成功的时候，往往由于同行人的一句话而最终以失败告终。所以，如果遇到结伴而来的顾客，一定想办法拆开他们，分别销售，加大销售成功的几率。以下是本站整理的销售产品促销方案，仅供参考！

篇一

一、市场环境分析：

1、市场需求量：

据今年中国商业联合会9月14日在京发布的一份报告显示，受原材料价格上涨影响，今年月饼销售价格平均涨幅在10%左右。其中，销售价格在200元/盒以下的中、低档月饼占主流，约占总体月饼市场的八成多。报告显示，今年我国月饼市场总体运行平稳，买方特点仍然突出，预计月饼产量在25万吨左右，销售额140亿元左右，市场总体需求量增幅不大。

2、影响和制约因素

第一，生产成本增加：今年以来由于各方面的原因，月饼生产相关原辅料普遍上涨导致成本比往年增加。

第二，品牌竞争激烈：由中国月饼网可知目前比较有名的月饼品牌有克莉丝汀、哈根达斯、元祖、可颂坊、马哥孛罗、杏花楼、香特莉、宜芝多、面包新语、85度c月饼、星巴克、冰淇冰淇淋、新雅、来伊份、功德林、德芙、新侨、香港荣华、红宝石、五芳斋及一些地方品牌等等。

第三，销售形式多元化：包括跨区域销售、大型商厦超市销售、餐饮与酒店销售、代理商销售、电子商务及速递销售、团购等。第四，宏观政策严格：这几年以及近期一些食品安全事故频发，国家相关部门对月饼的生产和包装作出了一些严格的规定。

二、产品分析：

1、月饼是一个季节性很强的产品，其售卖期不超过一个月，真正的销售高峰期也就是在中秋节前十天左右。

2、月饼的用途一般有这几个方面，消费者自己食用、送礼、企事业单位作为福利发放。

3、产品的品牌和分类众多，可谓是三六九等。

三、消费者分析：

由于受中秋节吃月饼这个传统文化的影响，月饼几乎是一个老少皆宜，没有年龄、收入、身份、地位、地区限制的商品。但是不同的消费者的购买目的和购买不同，因此要针对不同层次的消费者制定不同的销售策略。

四、价格策略：

月饼定价必须根据不同购买目的以及不同收入层次的消费者来差别定价。我们可以将产品分为不同的级别，如高档，主要针对是高消费人群或者是送礼一族的；中档，主要是针对中等消费人群；低档，主要是一般消费群体和广大普通消费者，这一部分群体基本是自己食用。

五、销售渠道：

一般商品分为批发和零售。月饼也不例外，对于批发，坚持每一个同一级别的城市只设一位批发商或这是代理商。零售主要是各大城市的专卖店商场超市等。

六、目前月饼市场存在的问题：

近年来由于一些商家的恶意炒作，市场上屡屡出现天价月饼；由于由于送礼之风盛行，商家抓住消费者的这一心理，在月饼的包装上大做文章。月饼的华丽极具艺术风格的包装备受送礼一族的青睐，对于这类人来说月饼应经完全失去了它本来的文化内涵和寄托思念之情的性质；对于一般普通大众来说只能“望月兴叹”适合于他们购买的月饼产品质量得不到很好地保障，很多消费者怨声载道。

七、解决问题的办法：

极力渲染传统文化，使月饼销售与企业文化相互融合。

- 1、返璞归真，重新塑造月饼寄托相思、思念之情的文化形象。
- 2、紧扣环保主体，引导绿色消费用最经济的包装追求的效果让利于消费者。
- 3、个性化(主要是指网络销售平台)、层次化销售
- 4、严格执行国家相关单位对月饼的安全规定。

八、风险控制与成本预算：

1、针对市场分析和策划过程中可能存在的各种风险，以及在实际生产和销售过程中出现的各种问题，及时进行修正，尽量使风险降到最低。

2、财务部门做好成本预算，包括广告、策划、公关、销售等各个环节的成本核算。

篇二

合理的时机

大部分日化店的老板喜欢把促销放在节假日期间，当然这肯定没错，不过在节假日期间，做活动的商家非常多，这导致了客源的分流。并且大部分消费者都是走马观花式地在看，所以促销的效果可能并不好。

在这样的情况下，可以考虑把促销的日期选择节假日之前或之后，这样的话部分在节假日期间外出旅游或者加班的人们就会成为你的潜在客户。

并且，除了在节假日促销以外，平时也可以适当做一些促销活动。比如每个周末在一些小区或者学校里面，把促销活动搬到客户的家门口。

促销现场的互动

1. 员工的专业形象

促销活动中统一着装，并且使用自己的品牌的化妆品化上淡妆，后续介绍产品时更有说服力。

2. 分工明确

活动现场必须要给顾客一个很有秩序，不慌不乱的感觉。这就要求每一个员工都有自己的明确任务，比如派单、引导、营造气氛、化妆、产品销售等等，视现场员工数量可以对某些环节进行合并，但一定不能出现脱节的情况，把顾客晾在一边没人管。

3. 送礼的时机

促销时一般有产品的免费赠送，但何时赠送是很关键的。如果顾客一进店就送，可能顾客拿了就走，效果并不好。所以，可以考虑要让顾客走到店里某个柜台才送，或者现场试用之后再送，这样的赠品效果才更好。

4. 结伴的顾客需要拆开

促销时经常出现的现象是，在销售要成功的时候，往往由于同行人的一句话而最终以失败告终。所以，如果遇到结伴而来的顾客，一定想办法拆开他们，分别销售，加大销售成功的几率。

2.精选产品销售方案

3.产品销售方案参考

6.产品销售方案七篇

7.产品销售方案汇编五篇

8.产品销售方案合集五篇

机械销售促销方案篇六

篇一

一、市场环境分析：

1、市场需求量：

据今年中国商业联合会9月14日在京发布的一份报告显示，受原材料价格上涨影响，今年月饼销售价格平均涨幅在10%左右。其中，销售价格在200元/盒以下的中、低档月饼占主流，约占总体月饼市场的八成多。报告显示，今年我国月饼市场总体运行平稳，买方特点仍然突出，预计月饼产量在25万吨左右，销售额140亿元左右，市场总体需求量增幅不大。

2、影响和制约因素

第一，生产成本增加：今年以来由于各方面的原因，月饼生产相关原辅料普遍上涨导致成本比往年增加。

第二，品牌竞争激烈：由中国月饼网可知目前比较有名的月饼品牌有克莉丝汀、哈根达斯、元祖、可颂坊、马哥孛罗、杏花楼、香特莉、宜芝多、面包新语、85度c月饼、星巴克、冰淇冰淇淋、新雅、来伊份、功德林、德芙、新侨、香港荣华、红宝石、五芳斋及一些地方品牌等等。

第三，销售形式多元化：包括跨区域销售、大型商厦超市销售、餐饮与酒店销售、代理商销售、电子商务及速递销售、团购等。第四，宏观政策严格：这几年以及近期一些食品安全事故频发，国家相关部门对月饼的生产和包装作出了一些严格的规定。

二、产品分析：

1、月饼是一个季节性很强的产品，其售卖期不超过一个月，真正的销售高峰期也就是在中秋节前十天左右。

2、月饼的用途一般有这几个方面，消费者自己食用、送礼、企事业单位作为福利发放。

3、产品的品牌和分类众多，可谓是三六九等。

三、消费者分析：

由于受中秋节吃月饼这个传统文化的影响，月饼几乎是一个老少皆宜，没有年龄、收入、身份、地位、地区限制的商品。但是不同的消费者的购买目的和购买不同，因此要针对不同层次的消费者制定不同的销售策略。

四、价格策略：

月饼定价必须根据不同购买目的以及不同收入层次的消费者来差别定价。我们可以将产品分为不同的级别，如高档，主要针对是高消费人群或者是送礼一族的；中档，主要是针对中等消费人群；低档，主要是一般消费群体和广大普通消费者，这一部分群体基本是自己食用。

五、销售渠道：

一般商品分为批发和零售。月饼也不例外，对于批发，坚持每一个同一级别的城市只设一位批发商或这是代理商。零售主要是各大城市的专卖店商场超市等。

六、目前月饼市场存在的问题：

近年来由于一些商家的恶意炒作，市场上屡屡出现天价月饼；由于由于送礼之风盛行，商家抓住消费者的这一心理，在月饼的包装上大做文章。月饼的华丽极具艺术风格的包装备受送礼一族的青睐，对于这类人来说月饼应经完全失去了它本来的文化内涵和寄托思念之情的性质；对于一般普通大众来说只能“望月兴叹”适合于他们购买的月饼产品质量得不到很

好地保障，很多消费者怨声载道。

七、解决问题的办法：

极力渲染传统文化，使月饼销售与企业文化相互融合。

- 1、返璞归真，重新塑造月饼寄托相思、思念之情的文化形象。
- 2、紧扣环保主体，引导绿色消费用最经济的包装追求的效果让利于消费者。
- 3、个性化(主要是指网络销售平台)、层次化销售
- 4、严格执行国家相关单位对月饼的安全规定。

八、风险控制与成本预算：

- 1、针对市场分析和策划过程中可能存在的各种风险，以及在实际生产和销售过程中出现的各种问题，及时进行修正，尽量使风险降到最低。
- 2、财务部门做好成本预算，包括广告、策划、公关、销售等各个环节的成本核算。

篇二

合理的时机

大部分日化店的老板喜欢把促销放在节假日期间，当然这肯定没错，不过在节假日期间，做活动的商家非常多，这导致了客源的分流。并且大部分消费者都是走马观花式地在看，所以促销的效果可能并不好。

在这样的情况下，可以考虑把促销的日期选择节假日之前或之后，这样的话部分在节假日期间外出旅游或者加班的人们

就会成为你的潜在客户。

并且，除了在节假日促销以外，平时也可以适当做一些促销活动。比如每个周末在一些小区或者学校里面，把促销活动搬到客户的家门口。

促销现场的互动

1. 员工的专业形象

促销活动中统一着装，并且使用自己的品牌的化妆品化上淡妆，后续介绍产品时更有说服力。

2. 分工明确

活动现场必须要给顾客一个很有秩序，不慌不乱的感觉。这就要求每一个员工都有自己的明确任务，比如派单、引导、营造气氛、化妆、产品销售等等，视现场员工数量可以对某些环节进行合并，但一定不能出现脱节的情况，把顾客晾在一边没人管。

3. 送礼的时机

促销时一般有产品的免费赠送，但何时赠送是很关键的。如果顾客一进店就送，可能顾客拿了就走，效果并不好。所以，可以考虑要让顾客走到店里某个柜台才送，或者现场试用之后再送，这样的赠品效果才更好。

4. 结伴的顾客需要拆开

促销时经常出现的现象是，在销售要成功的时候，往往由于同行人的一句话而最终以失败告终。所以，如果遇到结伴而来的顾客，一定想办法拆开他们，分别销售，加大销售成功的几率。

机械销售促销方案篇七

在活动前夕，商家可以参加聚划算等活动以增加其的品牌曝光率，提高品牌知名度，从而在活动中的销售做铺垫。

1、活动形式：

预热：时间：_月_日至_月_日

图片：通过店铺自主设计预热活动页面，包括首页海报，店招，宝贝详情页，全部图片以为主题元素，旨在营造购物狂欢氛围，为活动打下基础、储备流量，__，__图片。

流量：……等等。

正式活动：_月_日00：00~_月_日23：59

图片：店铺活动主会场页面，产品详情页关联海报，__活动推广海报，__图片，__图片，店铺首页海报，店招，引导自主下单流程图等。

2、活动力度：

(1)收藏领卷。

(2)关注有好礼。

(3)抽奖赢免单，每次购买满__元获一次抽奖机会，有机会赢取免单大奖，消费金额越大，中奖机会越大。

(4)邀请好友参与抽奖，邀请人有机会获得店铺送出价值____元神秘礼物一份，共_个名额，被邀请人有机会获得价值____元神秘小礼物一份，共__个名额，活动礼品将在活动结束后三个工作日内发出，届时会联系顾客本人确定收货地址及发

货方式，礼品数量有限，将随机抽取中奖客户，中奖名单将在活动结束后次日公布。

3、活动推广：

(1) __引流

(2) 店铺活动通告

(3) 宝贝描述通告

(4) __社区宣传

(5) __签名活动预告

(6) __联盟

美工：做好退款办理时间、订单信息修改、发货快递和时间等声明放置在首页及商品详情页。

客服：售前_名+售后_名+客审_名(负责订单审核和打印)确保电脑配置;确保公司网络;检查促销软件设置。快捷短语和自动回复(提前准备、包含促销、尽量少用)。

仓库：确保库存准确，避免缺货。准备好打印机及相关材料和打包用的材料。准备适当比例的货品提前包装并分开堆放在活动中，保证客服端、制单员、仓库的沟通畅通，以保证售中过程中修改订单信息等情况的顺利解决。

(1) 确定活动上线产品，所有主推产品要占整体备货的_%-_%所有产品在_月_日之前一周内必须全部入库完成，店铺库存按实际的_%-_%去完成，如果需要赠送环保袋、鼠标垫等礼品也需进行备货。

(2) 根据预期销售规模，做好__大促活动主要销售商品库存的

提前备货。务必于活动前和相应的供货渠道确定应急补货机制，确定供货渠道的供货能力，建立紧急沟通联系方式，保障在库存不足的情况下可以快速做到货品补充或及时下架。

(3)检查货品条码管理体系，确保所有发货货品都有条码，便于出库检查配货准确时使用扫描枪扫条码的方式做校验，提高速度和效率。

(4)务必于__活动前的2~3天做一次全仓盘点或相关大促活动商品的盘点，清晰库存规模，并将真实库存数据__%录入到ops中。

(1)对可能出现的__订单暴涨而需要招聘临时兼职员工的，提前做好兼职员工工作安排计划，并做好相应的培训工作，做好打包环节，提前培训好相关的.打包贴面单工作细节，提前做好员工培训工作。

(2)对所有员工，尤其是订单处理相关部门的员工，做完善的网店管家系统操作的培训及其他培训。

(3)制定好部门间员工临时调度、培训和工作的应急方案，以及大促活动持续期间的员工值班、休假等相关安排。

(4)按照流量的高低去计算各个岗位的人员数量。

(5)物料要针对可能出现的流量和包裹数去计算。

(1)包装材料准备，对大促活动销售的商品牵涉到的各类包装袋、包装盒做好库存保障，并可提前对一些特定包装进行初步整理，到时候只要放入商品就可以。也可以提前将商品直接打包好，只等打好快递单后就直接张贴单据并发货。

(2)快递面单、发货单纸张贮备，打印机调试、打印耗材(色带、墨盒)准备，为提升打单环节的速度，不建议__大促活动

期间使用普通针式打印机打印发货单，而是建议采用激光打印机或热敏标签打印机打印发货单。对需要打印配货汇总单或分单汇总单配货的商家，务必准备高速喷墨或激光打印机及其耗材。

(3) 本次活动提出的要求更多的是对商家的服务方面的要求，特别是发货环节的要求，要求在2天内将所有……的客户优先发货。所以建议在包装或面单上有明显的文字标示或颜色标示等方式。以便快速分拣。