

# 2023年农产品销售创业计划书 销售创业计划书(实用5篇)

计划是提高工作与学习效率的一个前提。做好一个完整的工作计划,才能使工作与学习更加有效的快速的完成。通过制定计划,我们可以更加有条理地进行工作和生活,提高效率和质量。下面我帮大家找寻并整理了一些优秀的计划书范文,我们一起来看看吧。

## 农产品销售创业计划书篇一

市场及顾客选择资金需求

筹措方法及投资回报

资金需求

定价策略和经营策略

店面选址

经营理念及目标

营销推广策略

市场及顾客选择主体顾客是学生和社会上的年轻人,主体顾客是学生和社会上的年轻人,市场主要面对的是常州工程学院,常州纺服装职业技术学院的学生和年轻老师及周边的青年人。

关于手机的发展前景我们作为一个创业者前期是没有足够的资金,所以只能找一项前期投资少,但有足够的发展前景的项目。

1、手机的维修

2、手机的美容

3、手机的软件下载

4、手机的代销

5/手机饰品-----智腾手机店手机种类繁多，品种齐全。

本店手机种类繁多，品种齐全。顾客可以更大程度地挑到自己喜欢的时尚酷炫的商品，满足你们追求时尚的需要，可以说是顾客购物的乐园。

店面选址：店面选址：大学城滬湖路工程学院因为学校附近没有像样的手机店，而学校内学生对手机的需求量较大，这里会是一个很大的市场。具有很强的操作性和实用性。

1、为了让顾客放心的买到喜欢的手机，本店设计了一条标语：花最合适的钱买最满意和时尚酷炫的手机。

2、坚持诚信为本，顾客权益至上的理念，展现产品的价值质量，体现产品与人完美结合的艺术效果。

3、靠薄利多销，走经营流水，留意客户的反馈信，凭借品质赢得顾客的认可。本店与顾客双赢的局面。

4、最终目标：寻求加盟，连锁经营，扩大规模和影响力。

本店将有不同种类手机推出□3g手机智能手机双模手机音乐手机，本店将提供适当的保养，保修，加工等服务。紧跟潮流，适时推出新产品，本店热推6120ci三合一手机。

1、所销售商品获得的利润和服务性收费。

2、代理业务获得的收入，可以拉赞助，在广告宣传单上印发其他行业广告，在学校合适场地发放。在资金需求、筹措方法及投资回报。因为本店经营货品占地不大，作一份需求分析，根据此分析再逐步扩大购买规模，预计需要大约150000(待算)元启动资金，主要用于购买货物、租，大约(待算)元启动资金，主要用于购买货物、借销售场地、市场宣传推广。借销售场地、市场宣传推广。资金的筹措方式是个人或者学校的风险资金，以投资入股的方式投入，其他资金投入方式也可以考虑。预计在未来的一年内收回成本(平均销售利润平均销售利润率20%计算)

计算定价策略和经营策略：

1、商品将分为上中下三种不同的档次。这样就可以满足不同消费能力的顾客。

2、会员卡制：消费满一定金额，可得到一张会员卡。方便以后购买获得优惠。

3、积分制：消费一元得一分，满足一定积分可兑换相应的商品。

4、特价区：设“十元特价”“五元特价”“两元特价”，主要对一些挤压或小型物品促销。

5、也会采取代售的方式经营，替别人代卖一些东西。

6、利用本身作为大学生的优势。到学校的宿舍进行推销商品，扩大影响力。让他们更多的了解本店！

结束语：如今的手机，早已从初级的电话成为时尚的风向标，在市场日趋完善的今天，已升华为一个独立的财富产业；也是一种流动的文化，透过手机可以看出佩戴者的品味和文化素养。因此，我的`创业不是梦！

## 农产品销售创业计划书篇二

根据公司20\_\_年度上海地区总销售额1亿元，销量总量5万套的总目标及公司\_\_年度的渠道策略做出以下工作计划：

### 一、市场分析

空调市场连续几年的价格战逐步启动了。二、三级市场的低端需求，同时随着城市建设和人民生活水平的不断提高以及产品更新换代时期的到来带动了一级市场的持续增长幅度，从而带动了整体市场容量的扩张。20\_\_年度内销总量达到1950万套，较20\_\_年度增长11.4%。20\_\_年度预计可达到2500万-3000万套。根据行业数据显示全球市场容量在5500万套-6000万套。中国市场容量约为3800万套，根据区域市场份额容量的划分，深圳空调市场的容量约为40万套左右，5万套的销售目标约占市场份额的13%。

目前格兰仕在深圳空调市场的占有率约为2.8%左右，但根据行业数据显示近几年一直处于“洗牌”阶段，品牌市场占有率将形成高度的集中化。根据公司的实力及\_\_年度的产品线，公司\_\_年度销售目标完全有可能实现。\_\_年中国空调品牌约有400个，到20\_\_年下降到140个左右，年均淘汰率32%。到20\_\_年在格力、美的、海尔等一线品牌的“围剿”下，中国空调市场活跃的品牌不足50个，淘汰率达60%。20\_\_年度lg受到美国指责倾销；科龙遇到财务问题，市场份额急剧下滑。新科、长虹、奥克斯也受到企业、品牌等方面的不良影响，市场份额也有所下滑。日资品牌如松下、三菱等品牌在20\_\_年度受到中国人民的强烈抵日情绪的影响，市场份额下划较大。而格兰仕空调在广东市场则呈现出急速增长的趋势。但深圳市场基础比较薄弱，团队还比较年轻，品牌影响力还需要巩固与拓展。根据以上情况做以下工作规划。

### 二、工作规划

根据以上情况在20\_\_年度计划主抓六项工作：

## 1、销售业绩

根据公司下达的年销任务，月销售任务。根据市场具体情况分解到每月、每周、每日。以每月、每周、每日的销售目标分解到各个系统及各个门店，完成各个时段的销售任务。并在完成任务的基础上，提高销售业绩。主要手段是：提高团队素质，加强团队管理，开展各种促销活动，制定奖罚制度及激励方案(根据市场情况及各时间段的实际情况进行)此项工作不分淡旺季时时主抓。在销售旺季针对国美、苏宁等专业家电系统实施力度较大的销售促进活动，强势推进大型终端。

## 2、代理商管理及关系维护

针对现有的k/a客户、代理商或将拓展的k/a及代理商进行有效管理及关系维护，对各个k/a客户及代理商建立客户档案，了解前期销售情况及实力情况，进行公司的企业文化传播和公司20\_\_年度的新产品传播。此项工作在8月末完成。在旺季结束后和旺季来临前不定时的进行传播。了解各k/a及代理商负责人的基本情况定期进行定期拜访，进行有效沟通。

## 3、品牌及产品推广

品牌及产品推广在20\_\_年至20\_\_年度配合及执行公司的定期品牌宣传及产品推广活动，并策划一些投入成本，较低的公共关系宣传活动，提升品牌形象。如“格兰仕空调健康、环保、爱我家”等公益活动。有可能的情况下与各个k/a系统联合进行推广，不但可以扩大影响力，还可以建立良好的客情关系。产品推广主要进行一些“路演”或户外静态展示进行一些产品推广和正常营业推广。

## 4、终端布置(配合业务条线的渠道拓展)

根据公司的\_\_年度的销售目标，渠道网点普及还会大量的增加，根据此种情况随时随地积极配合业务部门的工作，积极配合店中店、园中园、店中柜的形象建设，(根据公司的展台布置六个氛围的要求进行)。积极对促销安排上岗及上样跟踪和产品陈列等工作。此项工作根据公司的业务部门的需要进行开展。布置标准严格按照公司的统一标准。(特殊情况再适时调整)

## 5、促销活动的策划与执行

促销活动的策划及执行主要在\_\_年04月—8月销售旺季进行，第一严格执行公司的销售促进活动，第二根据届时的市场情况和竞争对手的销售促进活动，灵活策划一些销售促进活动。主题思路以避其优势，攻其劣势，根据公司的产品优势及资源优势，突出重点进行策划与执行。

## 农产品销售创业计划书篇三

其一是抽时间通过各种渠道去学习营销方面(尤其是白酒营销方面)的知识，学习一些成功营销案例和前沿的营销方法，使自己的营销工作有一定的知识支撑。其二是经常向公司领导、各区域业务以及市场上其他各行业营销人员请教、交流和学习，使自己从业务水平、市场运作和把握到人际交往等各个方面都有一个大幅度的提升。

## 2、进一步拓展销售渠道

下一页更多精彩“红酒销售计划书”

## 农产品销售创业计划书篇四

### 一、基本情况

20xx年办理酒类流通企业备案211家。其中：批发兼零售企

业13家、零售企业164家、餐饮服务企业34家。

## 二、主要工作

### 1、领导重视，成立组织。

自宿州市人民政府《关于公布第五批行政审批事项清理结果的通知》下达后，区商务局领导高度重视，专门成立酒类流通管理工作领导小组负责全区酒类流通管理工作。

### 2、制定方案，明确任务。

根据《酒类流通管理办法》的要求，制定了《埇桥区酒类流通工作工作方案》，提高酒类流通市场整顿工作的主动性、针对性以及实效性。围绕目标任务、运行机制、管理范围、运作和管理方式、保障措施、加强领导等方面，从全区的实情出发，提出了可操作性的工作意见。尤其对加强领导，分工配合，成员之间明确了具体工作职责，为形成合力促进酒类流通管理工作规范化，净化我区酒类流通市场，营造了氛围，奠定了基础。

### 3、深入基层，开展调研。

根据我区实际情况，埇桥区商务局按“先城区、后乡镇，先抓批发、后抓零售”的工作方针，首先从市区批发企业着手，开展了对酒类生产、批发企业的基本情况摸底调查和备案登记工作。在最炎热的夏季，埇桥区商务局组织精干人员在城区范围内，挨家挨户调研我区酒类流通企业资料。

### 4、广泛宣传，营造氛围。

为确保我区酒类流通管理工作的正常有序开展，加大《酒类流通管理办法》的宣传力度，进一步提高酒类批发企业、零售企业和广大消费者对《办法》深刻理解和认识，我区印发

了酒类宣传单、宣传画册3000份。广泛宣传加强酒类流通管理工作的重要意义，让广大人民群众家喻户晓，营造共同遵守《办法》的规定氛围，为有效地开展埇桥区酒类管理工作奠定了良好的基础。

## 5、依法行政，办理登记。

酒类经营备案登记办理是酒类监管工作的重心之一，为搞好登记办理工作，完善登记办理程序，埇桥区商务局对经营资质、申请资料、办理手续、办理时限进行明文规定，实施阳光操作；在办法登记工作中，我们有专人负责，建立台帐，做好《随附单》的发放、领取、登记、保管等各环节的工作。做到了没有酒类批发许可证的企业坚决不能发给随附单，防止将随附单发乱，失去其控制作用。

## 三、存在的问题及建议

酒类流通管理工作涉及的范围较广，点多、线长，由于今年工作刚起步，加之各方面的原因，存在的问题也比较突出，主要有：

1、实行酒类经营备案登记制和经营溯源制，是酒类流通管理的一项基础性工作和重点工作，但绝不是管理工作的全部，大量的工作是对酒类流通环节的日常监督管理，这是一项长期的工作。

2、建议对现有酒类管理人员进行全员培训，提高行政执法人员的思想素质，切实树立正确的管理理念和服务思想。

## 四、“十二五”工作思路

《酒类流通管理办法》是商务部成立后出台的第一部酒类监管的部门规章，实施酒类经营实行登记备案制和溯源制是政策性强、涉及面广的一项全新工作。这就要求我们必须把此



项工作做细做实，积极、稳妥地推进酒类流通管理工作。具体做法：

1、进一步加大宣传力度，提高全民对加强酒类流通管理工作的重要性的认识，提高酒类经营者执行国家相关政策的自觉性，确保我市酒类流通市场的健康和安

2、进一步规范酒类经营行为，严格实行酒类备案登记和溯源制度，不断加强管理，对货源不清、渠道不明、手续不全的企业要及时整改，指导企业不断完善和规范经营管理。在酒类商品交易过程中保证质量安全，保证酒类商品交易信息的真实性，完整性和可追溯性，建立健全酒类商品安全信用档案，积极推进“放心酒”工程。

3、集中开展严厉打击制售假冒伪劣酒类违法行为的专项行动。“十二五”期间埗桥区将组织相关执法部门，对市区集中开展打击制售假冒伪劣酒类商品的行动。对酒的名称、原料、酒度、价格、出厂日期、生产企业、厂址等进行检查。严厉查处无生产许可证的白酒、散装酒的销售，防止假冒伪劣和有毒假酒流向市场。

4、积极开展“放心酒示范店”工程，建立酒类商品信用档案，对各个经销企业的资信状况、良好信用、不良信用和产品信用等信息进行记录，构建信用监督和失信警戒机制，建立优秀企业的光荣。

## 农产品销售创业计划书篇五

### 一、总体目标

通过这个团队的努力，把贵公司(广州市迦拿红酒贸易有限公司)的红酒销售量向另一个高峰推进，让公司的红酒的知名度更加大，销售渠道更加宽广，整个团队更加团结。

## 二、市场分析

### 1、葡萄酒的市场概况和潜力

伴随着中国人均收入水平的提高，特别是中产阶层的发展壮大，葡萄酒的消费量将呈现快速增长的趋势，法国波尔多葡萄酒行业协会公布的数据显示[]20xx年，中国首度取代英国和德国，成为波尔多葡萄酒出口额最高的市场，总额已达9000万欧元(约合人民币7.7亿元)。另有调查显示[]20xx年和20xx年，中国进口葡萄酒量价齐升，销量年均增长超过100%，未来5年预计将占整个葡萄酒市场份额的30%。我国葡萄酒行业的集中度、效益不断提高，葡萄酒生产、消费与市场不断扩大，我国葡萄酒市场继续保持着活跃的态势，葡萄酒产业与市场环境向理性发展，盲目投资有所遏制，低价竞争的情况得到改善，生产经营秩序井然。特别是高端市场发展较快，葡萄酒城乡消费继续保持增长。年葡萄酒市场将是一颗诱人的“葡萄”。

顾客渗透率、消费量双低的现状成为葡萄酒业必须突破的一大障碍。就顾客饮用习惯而言，葡萄酒业还缺乏白酒和啤酒那样的习惯性饮用者。伴随着中国人均收入水平的提高，特别是中产阶层的发展壮大，中国葡萄酒的消费量也呈现出了快速增长的趋势，在酒类消费中的比例已不断的提高。随着国内顾客对进口葡萄酒认识的增加，葡萄酒专卖店、连锁酒行等新兴销售渠道日益崛起，开始冲击以商超、酒楼等传统终端为主体的旧有格局。

### 2、消费人群

根据贵公司的红酒，我认为我们的销售人群可以更好的锁定在高档餐饮消费人群和稳健的消费人群。

## 三、产品分析

成分

红酒的成分相当复杂，它是经自然发酵酿造出来的果酒，它含有最多的是葡萄果汁，占百分之八十以上，其次是经葡萄里面的糖份自然发酵而成的酒精，一般在百分之十至百分之十三，剩余的物质超过1000种，比较重要的有300多种。红酒其他重要的成分如酒酸，果性，矿物质和单宁酸等。虽然这些物质所占的比例不高，却是酒质优劣的决定性因素。质优味美的红酒，是因为它们能呈现一种组织结构的平衡，使人在味觉上有无穷享受。葡萄酒不仅是水和酒精的溶液，它有丰富的内涵：

a.80%的水。这是生物学意义上的纯水，是由葡萄树直接从土壤中汲取的。

b.9.5-15%的乙醇，即主要的酒精。经由糖份发酵后所得，它略甜，而且给葡萄酒以芳醇的味道。

c.酸。有些来自于葡萄，如酒石酸、苹果酸和柠檬酸；有些是酒精发酵和乳酸发酵生成的，如乳酸和醋酸。这些主要的酸，在酒的酸性风味和均衡味道上起着重要的作用

d.酚类化合物。每公升1到5克，它们主要是自然红色素以及单宁，这些物质决定红酒的颜色和结构。

e.每公升0.2到5克的糖份。不同类型的酒含糖份多少不同。

f.芳香物质(每公升数百毫克)，它们是挥发性的，种类很多。

g.氨基酸、蛋白质和维生素(c**1** b**2** b**12** pp)它们影响着葡萄酒的营养价值。所以，适量饮用葡萄酒是对人体健康有益的，可以保护血管，防止动脉硬化，降低胆固醇。

## 功效

医学研究表明：葡萄的营养很高，而以葡萄为原料的葡萄酒也蕴藏了多种氨基酸、矿物质和维生素，这些物质都是人体

必须补充和吸收的营养品。目前，已知的葡萄酒中含有的对人体有益的成分大约就有600种。葡萄酒的营养价值由此也得到了广泛的认可。

## 葡萄酒的营养作用

葡萄酒是具有多种营养成分的高级饮料。适度饮用葡萄酒能直接对人体的神经系统产生作用，提高肌肉的张度。除此之外，葡萄酒中含有的多种氨基酸、矿物质和维生素等，能直接被人体吸收。因此葡萄酒能对维持和调节人体的生理机能起到良好的作用。尤其对身体虚弱、患有睡眠障碍者及老年人的效果更好。可以说葡萄酒是一个良好的滋补品。

## 葡萄酒助消化作用

饮用葡萄酒后，如果胃中有60毫升—100毫升的葡萄酒，可以使胃液的形成量提高到120毫升。

## 三、具体的实施方法和计划

### (1)、对于销售员的培养

因为销售员是跟顾客打交道最多的，我们产品的品质和名誉很多都可以从销售员的服务上体现出来，所以我认为对于销售员的培养是非常有必要的。而且面对市场上的竞争者，提升内部凝聚力是我们面向市场和未来的首要准备。

培养销售员懂得察言观色，通常客人进来.先观察他的眼神.并用最简短的文字问他对哪一方面的红酒有兴趣.(因为很多顾客对葡萄酒一知半解.他们通常都会问问题.)。另外，要注意千万不要和顾客狡辩，尽量保持一种服务的低姿态，尽可能的让顾客不仅在想买东西的欲望上得到发展，更要让顾客打心底里的`舒服，这就是一种吸引顾客下回再来的一种心理学技巧，也是人际交往中的常用技巧。作为一个销售人员，

首先要有细致的洞察力，要从客人的穿着来判断客人的层次(不是教你以貌取人)，而是更好的选择他们想要和适合他们的红酒。要主动跟客人搭讪，询问客人的需求(例如：先生/女士：您好!有什么能帮到您的吗?你是买送礼的酒还是……)态度要诚恳，语气要柔和，眼光要真诚的看着对方，给人一种值得信任的感觉。适当的跟客人聊聊家常(特别是女性)，要适当的夸奖客人。对红酒的介绍一定要熟悉，给客人的感觉你就是专家，所以销售员要把握好和了解好每个品种的红酒。

作为一个好的销售员，我们要掌握好以下几点。

1、首先，我们要问清顾客的来意，尽管人家这回只是来看看，也要保持最好的服务。如果说你以最良好的第一印象打入顾客的内心，让他感受到亲切与温馨，感到舒适和满意，那么很可能他下次就算自己不来也会给你拉来一堆顾客的。因为我们每个人在生活中肯定会遇到服务质量和态度的有好的有不好的，同样的，我们每个人都会将这些进行无形中的心里比较，对那些差劲的唾骂加嗤之以鼻，对那些好的，出于自我心理安慰与为了贬低那个差的进而抬高自己这种心理，他也会想尽办法去为那个好的揽生意的。所以说，打好心理战，是首要的。要让你的形象深深的扎根在客人良好的印象中。

2、其次，要注意酒在货架上的陈列的牌面，要尽可能的最大化。在显眼处要摆上酒的文化背景和介绍。

3、再次，价签要明确，不要让人家看半天想买了却因为你的这些细节小事而最终耽误了自己的生意，甚至还会引起顾客的不满，丧失一批回头客。因为很多东西都是细节决定成败的。

4、高档的红酒，应该有冷柜，将其置放在冷柜内出售。这样可以给顾客感觉你卖酒很专业，是大品牌。

5、卖酒的时候，最好附上一些与酒相匹配的适当的赠品，比如说酒具、高档起子之类的。

## （2）、销售方式

1、销售给酒店。酒店是一个很大的消费群体，正如之前所说我们的销售人群主要锁定在成功男青年，因为他们更多的是在酒店里谈生意和跟客户吃饭，所以我们主要找酒店的采购部，跟他们沟通。在给酒店推销的过程中，我们可以采用下列有效的措施：

1) 在酒店让他们给顾客提供免费试喝。

2) 在酒店免费提供一些电器，如冰箱(冰箱上面有贵公司的红酒宣传)等，

3) 互利共赢，如酒店代为销售贵公司的红酒，贵公司如果有某些大型活动也相应的在该酒店举行，或者帮忙介绍客户等。

2、电话销售。电话销售最主要的是拿到一些经常或者有意向买红酒的顾客的名单，拿到名单我们就可以让一些训练有素的红酒销售专员给他们推销。

3、网店销售。这种销售策略主要是针对一些零散的销售人群，也许人群比较零散，但是却是可以遍布整个中国，没有了区域的局限性，可以针对一些白领阶层，她们在繁忙的工作中没有太多的时间去逛街，所以很多人都会选择网上购物。

4、参加一些博览会或者展销会。这里面的人群比较有目的性，他们都是目标明确要采购红酒的人群，对于这类人群，只要我们拿出好品质的红酒、好品质的服务和专业的红酒销售员，就可以跟好的跟他们交流和推销。

5、商场专柜和专卖店。在商场超市可以量贩特设产品展示与

终端服务礼仪小姐，实行产品优点解说和品牌说服，注重产品文化的培养。这样的销售方式给顾客一种正派，正规的感觉，一些比较高端的红酒购买者更多的愿意在商场的专柜和专卖店里买自己心仪的红酒。

6、现场销售，如办酒会等。在现场销售的模式中，顾客可以先免费品尝后购买，对于一些顾客来说是双重的保证，不仅可以让顾客体会到红酒的品质，还可以让顾客想买就能在现场买到。

7、促销活动，在系列产品推广期间，我们将产品和顾客接触的地点首先锁定在酒楼、餐厅、夜场，展开试饮活动，让顾客直接感受到产品的口感和品质。同时，由导购人员对顾客进行红酒知识的普及和灌输。

## 8、产品说明书广告

(1)使用场合与对象□a.附在产品包装内给顾客;b.邮寄给一些大的商业专业公司和超级商场、量贩。即针对批发、零售商。

(2)要求印刷设计精美，内容包括产品优点、性能、征订单。

(3)pop广告：使用在终端销售现场，使顾客容易发现，重视该产品。场部

a□使用方式：免费赠送给大型超市、量贩、酒楼及食市

b□要求：印制精美，图案、色彩鲜明醒目。