

渠道开发的工作计划(优质10篇)

人生天地之间，若白驹过隙，忽然而已，我们又将迎来新的喜悦、新的收获，一起对今后的学习做个计划吧。我们该怎么拟定计划呢？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。

渠道开发的工作计划篇一

这篇渠道销售工作计划范文很有代表性，送给你。

渠道销售工作计划

一、市场总体分析.....	1
1、监视器市场.....	1
2、市场现状分析.....	1
二、产品的定位.....	1
1、市场定位.....	1
2、目标消费群体.....	1
3、价格定位.....	1

4、品牌形象定位	1
三、渠道建设方案	1
1、目标的建立	2
2、品牌形象的建立	2
3、销售模式的确定	2
4、产品价格策略	2
四、渠道销售实施计划	2
1、代理商的建设	3
2、分销商与工程商的开发	3
3、隐形渠道的开发	3
五、渠道建设人员的配置与工作职责	3
1、经销商员工培训及经销商管理	4

2、经销商的选择和维护.....	4
3、建立经销商档案.....	4
4、经销商利益的保障.....	4
5、市场问题的处理.....	4
6、库存、货款的跟踪.....	4
7、售前、售中、售后服务体系的建立.....	4
六、整合经验 共同发展.....	

4渠道部：龙成林

2011-6-20

一、市场总体分析

1、监视器市场

由于国内监视器市场起步较晚，相当一部分市场份额已被国际品牌占据，如：三星，松下□jvc□泰科，派尔高等。2000年之后，国内监视器行业开始迅速发展，以广东省为中心，出现了一批具有一定实力的国产厂家。如：深圳创维群欣、广东响石□tcl□珠海石头、新视保、三立等。定位中高端监视器

市场的创维群欣公司，具有较高的市场占有率，且产品多运用于国内一些大型项目中，其中包括“神舟六号”载人航天工程，上海f1赛车场、北京城市动态监控工程海淀区监控指挥中心、天津市高级人民法院、深圳大运会等等。

如今，安防显示设备市场也正在稳定蓬勃发展，监视器的发展已趋于成熟。在2008年北京奥运会之前，国家就已经出台了“平安城市”、“3111工程”等国家级项目，并对银行、文化博览、娱乐场所提出安全防范法规。各地市“平安城市”监控项目相应启动。这些响应国家政策要求的视频监控工程极大的加速了安防市场的发展，已经有越来越多的用户对安防显示设备的认识提高了一个台阶，同时也有越来越多的企业开始介入安防监控终端市场。

2、市场现状分析

渠道开发的工作计划篇二

在厂领导的正确领导和关心支持下，市场部全体人员克服金融危机带来的诸多不利影响，积极开展相关工作，全年实现销售收入人民币万元，新签合同人民币2523万元；全面完成厂下达的产品服务及抢修任务；提高了人员的业务能力；做好了部门资料归档工作及价格调整工作；完善部门质量工作，贯彻质量体系工作运行正常。

2工作目标

1) 实现销售收入力争达到人民币亿元，其中：柴油机亿元，增压器1282万元，备件及工业性协作1795万元；力争实现利润人民币920万元；新签合同力争达到人民币9000万元。

2) 进一步提高年轻营销人员的业务水平，培养可以独当一面的营销人才。

3) 进一步加强部门的文件管理工作及质量工作。

4) 进一步提高售后服务管理工作，提高顾客满意度。

3重点工作

1) 加强市场调研和研究工作。

2) 加大对竞争对手的分析和研究，制定有竞争力的销售策略，努力开拓市场渠道。

3) 加大力度走访船舶设计院所及船厂，了解船舶需求信息。

4) 建立用户信息档案、销售项目信息实行专人负责跟踪。

5) 加大对主流客户的营销力度，积极承接新机型订单，提高市场占有率。

6) 进一步把握军品老船复造市场，在稳固老机型(l+v20/27)的基础上，争取新机型(l16/24□l21/31)早日进入军方型谱。

7) 加大增压器市场开发力度，拓展nr15r□nr20r的整机市场，扩大增压器整机及备件的市场占有率。

8) 进一步加大老机型备件市场及工业性协作任务的承接。

9) 做好产品技术服务和质量保修任务的管理，及时组织人员提供相关服务；及时收集和處理交付产品的质量信息；建立售后服务信息月报表制度，按时编制报表；进一步提高顾客满意度。

渠道开发的工作计划篇三

一、如何当好一个渠道经理：

1、首先，新政策学习必不可少。对于新的业务政策，渠道经理要进行学习，把新政策熟记于心。对于不懂的方面要及时向其他客户经理请教。

2、要加强业务受理能力。要学好业务受理，一定要进行上机操作，学习一项业务一定要多上机受理几遍，记住流程了之后，才能教厅店营业员受理。

3、多与代理商沟通，了解他们存在的问题，并及时进行处理，增加代理商信任度，取得代理商的支持。

4、通过实际工作发现：佣金政策要多次给代理商宣贯，加强代理商发展电信业务的热情。

二、如何发展移动业务：

1、调动代理商发展积极性，促使代理商多给用户推荐电信业务。

一是通过给代理商讲解佣金政策，把移动、联通佣金与电信佣金进行对比，让代理商更愿意推荐电信业务。

3、联合代理商进行促销活动。

要说服代理商投入一部分资金，买小礼品，提高用户的购买欲望，吸引客户办理电信业务。虽然每笔业务赚得少一点，但是能提升业务量，薄利多销。

三、如何加强3g升4g

1、加强外呼。

一是要督促厅店外呼，给厅店重申激励政策，促进发展积极性，督促厅店外呼。

二是渠道经理要进行外呼，了解第一手客户资料，分析用户不愿换卡的原因，积极制定对策。

2、让厅店准备小礼品。

用户只要换卡，不仅能获得流量，而且可以获得一份小礼品，提高用户换卡的热情。

3、对于在外地打工的用户，要重点标注出来，在长假和过年前夕，用户即将返乡前，再次给用户打电话，提醒用户换卡。

渠道开发的工作计划篇四

1、大部分区域整体渠道（含商业、终端）利润比较低，渠道积极性受到影响。

2、对经销商没有明确定义，经销商比较小而散，并且由于流通经销商的存在并占有较大比例，导致渠道价格混乱，而且渠道窜货现象严重。

3、部分地区为了维护本地区商业销售，采用终端进货返利的政策，进一步加大了渠道流通成本。

4、企业政策缺乏统一性，经销商协议比较单纯，返利政策与销售量和返款挂钩，忽略了销售区域、价格维护、终端纯销的约束，部分区域的营销人员滥用资源，贴补销售，没有明确的奖惩政策，致使价格体系更加混乱。

5、公司缺乏对单一商品充足的资源投入，包括日益增长的广告投放费用和终端费用，导致价格对竞争商品的反拦截缺乏力度。

6、公司的价格体系有待明确，终端没有统一的零售价，价格维护成为弱项，终端价格竞争比拼，无法确保渠道，尤其是

终端获得稳定的利润。

1、从终端用户来讲，王老吉分销渠道的目标就是为顾客提供全面的购买信息、便利的购买过程及其他相关的服务如健康下火饮料、饮料质量评估等。

2、从生产商和经销商的角度来讲，目前我国的饮料市场已经从卖方市场转向买方市场，经销商不再是厂家摆布的一颗棋子，厂家应该从长远的利益考虑，应和经销商建立一种相互依存的家庭式关系，通过这种关系能够提高商品质量，降低系统的成本，增加双方的利润空间。

确定渠道的长度需要考虑的一个重要的问题就是资源运用和渠道控制的关系。一般来说，便利品通常采用长而宽的渠道，特殊品采用短而窄的渠道。现阶段，王老吉的分销渠道主要以长而宽的渠道为主，原因有：

1、王老吉饮料是一种低价位的商品，采用长而宽的渠道有助于商品的广泛分销。通过经销商的桥梁，使商品更好的与消费者相连，从而有利于调节生产和消费在品种、数量、时间和空间等方面的矛盾。既能有利于满足生产厂家目标顾客的需求，也有利于生产企业商品价值的实现，更能使商品广泛的分销，巩固已有的目标市场，扩大新的市场。

2、长渠道耗费较少的财务资源，缓解王老吉生产商在广泛分销方面人、财、物等费用的不足。

3、间接促销。消费者往往喜欢货比数家，而一位经销商通常经销众多厂家的同类商品，中间商对不同商品的介绍和宣传，对商品的影响甚大。所以，生产者若能取得与中间商的良好协作，就能促进商品的销售，并从中间商那里及时获取市场信息。

1、采取总经销制的模式。一个总经销商负责一个区域，经销

商下面可发展多家分销商，如批发分销商、餐饮分销商、便利店分销商、夜场分销商、商场分销商、综合分销商等。这种营销模式有利于厂家很好地控制整个价格体系，也保证各个分销环节的高利润，提高销售商的积极性。但是在资金运作上有一定的风险，如果在某一个环节出现了问题就可能会导致整个价值链的崩溃。只是在金融如此发达的今天，这种风险概率比小，而且要厂家在这种风险和长期的巨额利润之间做出选择的话厂家一定会选择后者。

渠道开发的工作计划篇五

1、监视器市场

如今，安防防盗也正在稳定蓬勃发展，gsm可视防盗器的发展已趋于成熟。

2、市场现状分析

1、市场定位：批发需求量大的代理商；零售量大的经销商和工程商

2、目标群体：代理商，经销商，工程商

3、价格定位：中高价位；

4、品牌形象定位：高品质重服务品牌形象。

1、目标的建立

根据长沙的行政区域、交通线路，按照“先易后难，先重点后一般”的原则，由近及远，将整个长沙划分为2个区域市场，以区域为单位，确定区域内重点地级市场，重点市场必须是区域内经济实力，地理位置，市场状况都良好的市，根据区域内的市场具体情况、客户情况进行有针对性的市场政策，

逐步开发区域内其他市场，具体划分如下：

（1）区域一：湘潭市、岳阳市、常德市、湘西土家族苗族自治州、益阳市、张家界市

（2）区域二：株洲市、怀化市、娄底市、郴州市、永州市、邵阳市、衡阳市

（3）未划分区域：除上述2大区域之外的周边县市

渠道开发的工作计划篇六

一、重点目标简介：

二、市场现状分析：

四川ppr市场规模庞大，在市场不断拓展过程中，品牌竞争已经出现，就家装客户而言，在对产品质量没有客观认知的情况下首选名牌、免检产品，其次比价格，国内的金德、日丰、金牛；川内的川路、多联等品牌都有很好的市场口碑，对产品品牌的认可度比较高，因此在产品质量有所保证的情况下，还要有品牌保障，促进品牌的快速成长便成为我们市场开发过程的重要组成部分。

价格方面，竞争十分严重。四川本地的管材厂家很多，多数定位在低价位上，采取价格竞争方式，有些管材市场零售价格（以规格20*的管材每根为例）不到十元，大多数厂家的产品市场零售价格在十到二十元之间，其中包括多个取得国家免检资格的产品。市场零售价格在二十元以上的产品市场反馈为中高档产品，质量好，一般为家装客户选用。下表是市场上主要ppr管材产品的经销商进货价格。金德 日丰 金牛 伟星 川路 多联 规格：20* 单位：元/m²以上价格统计排除价格调整因素，部分价格有所偏差，总体与市场情况保持一致。上述品牌都是国家免检产品，金德、日丰、金牛、伟星、川

路为中国名牌产品，在市场上口碑较好。

部分厂家尽量不参与市场价格的恶性竞争，但在制定价格体系时却不得不参考市场价格现状，尽量稳定自身在市场中的价格体系，维护经销商和自身的利益，采取不同的策略稳定市场，制定统一的市场价格表，在市场上严格执行。

三、产品定位：

4、品牌形象定位：高品质重服务品牌形象。

四、销售模式的确定： 确定渠道销售，模式如下：

生产厂家

销售部

地级零售商 地级总经销商 县级经销商 县级零售商

（水工）

终端消费（工程）选择此渠道的原因：

1、与公司目前现状相符合，降低销售公司管理运作费用；

渠道开发的工作计划篇七

为了深入贯彻党的_和十六届四中、五中全会精神，提高我县银行系统的社会治安整体防控水平，进一步维护全县银行业务平稳运行，为我县经济的持续快速发展创造一个稳定的社会环境。按照县委、县政府《关于深入开展平安*建设的意见》精神，*县银行系统决定从现在起到20xx年底，在全县银行系统开展“平安金融”创建活动。特制定实施方案如下：

一、指导思想

以_理论和“三个代表”重要思想为指导，认真贯彻落实党的_和十六届四中、五中全会精神，按照县委、县政府的创建活动部署，加强和改进对社会治安综合治理工作的领导，坚持“打防结合，预防为主，标本兼治，重在治本”的方针，深入推进社会治安综合治理防控体系建设，全面落实社会治安综合治理的各项措施，努力提高银行系统维护稳定工作的整体水平，为全面建设小康社会创造和谐稳定的社会环境，夯实平安创建工作基础。

二、工作目标

(二)建立健全矛盾纠纷排查调处长效机制，及时做好矛盾纠纷排查工作，努力化解不和谐因素，从源头上堵截和预防各种矛盾，有效遏制上访事件发生。

(三)扎实做好同“**功”等_非法活动组织的斗争，确保发现得早、控制得住、处置得好，始终保持“三无”(即零上京滋事、零聚集闹事、零插播事件)的良好局面，防止危害安全稳定的情况发生。

(四)强化规范化管理，严格各项规章制度的落实，加强对重点部位和要害部位人员的监控，避免职务犯罪和侵财案件发生。

(五)抓好安全生产，建立处置突发事件应急处理机制，加强技防设施建设，强化运款、枪弹、防火、防汛、交通安全管理，杜绝重大安全事故的发生，确保银行业务安全运行。

(六)加强内部管理工作，制订切实可行的规章制度，确保有价证券、重要凭证、密押、印章和机关干部职工人身、财产安全，不发生失窃、刑事及治安案件，创造良好的工作、生活环境。

(七)提高银行业监管水平和服务质量，努力创造金融生态环境，树立银行在社会中良好形象。

(八)认真做好社会治安综合治理工作，建立长效工作机制，维护系统内社会治安秩序正常，保持系统政治大局稳定。

三、创建成员单位

人民银行*县中心支行、农发行*县分行、工行*县分行、建行*县分行、农行*县分行、*县商业银行、*县农村信用联社、*县邮政局。

四、创建标准

渠道开发的工作计划篇八

普服业务是渠道专业的核心工作，要加强管控措施，改进工作方法，加强学习转培训，确保从业人员掌握邮政营业应知应会要求（专用信箱寄递、营业渠道系统签到签退、收寄安全、普服四项基本业务等），严格落实邮政普遍服务达标工作，每项管控指标分配到人，每天通报督促落实，不断提升邮政普遍服务水平。

1、全力抓好邮乐购站点活跃、平台打造、农产品进城、便民服务指标，结合已建立的便民服务站，搭建“邮乐购”电商平台，打通贫困山区与外部联系的通道，解决农产品上行难题，教会店主使用“邮掌柜”系统经营管理店铺，为用户提供商品销售的同时，还能提供代收、代缴、代投、代购等一站式邮政便民服务。

2、持续做好邮乐小店分享、获客指标管控，通过日通报、当日督促落实等措施，确保各项指标达标。做好邮乐电商平台规范管理，完善供应商资质审查做到合法经营，加强常态化分享县邮乐馆商品，提升商品销量。

3、主动挖掘本地特色农特产品上线邮乐平台，推荐优质商品发布到黔邮乡情推广营销，通过电商造包协同寄递翼板块发展。

增值业务方面：持续做好邮信通办卡业务常态化管控，提高认识，加大宣传营销力度，逐步做大做强。

分销业务方面：

2、抓好年货节、端午节、中秋节、919电商节等重要节日的活动组织，总结往年经验，全力以赴确保完成全年分销计划任务。

合理安排部门人员岗位职责，做到各类指标每天有专人管控，有专人负责督促落实，提高执行力，及时完成领导交办的任务。

渠道开发的工作计划篇九

1、中国超市发展迅速。

超市，就是实行自助服务和集中式一次性付款的销售方式，并用工业化分工机理对经营过程进行专业化改造的零售业态。

超市的高速发展，除了中国经济发展的带动作用外，还源于其自身的优势——创造消费者利益。与传统商业形态相比，超市的优势表现在：购物的便利性、购物的廉价性、购物的舒适性、购物时间的节约性等方面。由于这些优势，超市对传统商业形成了冲击甚至有取而代之之势，造成了百货商店、小型杂货店的势微。

2、超市，理想的投资机会。

需要看到的是，中国目前的超市形态与国外相比，仍处于初

始阶段，远不成熟。

体现在a个体私营杂货店仍大量存在。这些杂货店的共同特征是：货品品种少，购物环境差，管理手段落后，采购成本与零售价格高，分散经营，等等。这在国外发达国家中早已被现代规模化的超市取代了。

b国内大多数成规模的连锁超市中，同样存在无超市经营管理的现代化理论指导，货品管理、财务管理落后，卖场虚大，与销售额不成比例，门店选点不准，服务、陈列、配送货不统一等问题。

这些问题启示我们，超市领域是一个潜力巨大而又未被有效占领的领域，因而是xx公司介入超市领域的一个巨大的市场机会。

如何抓住这一机会？粗略的设想是，根据本地区的市场消费情况与市场竞争情况，选准超市形态；培养、培训具有现代超市经营理论的管理人员，制定与国外接轨的科学、系统的管理制度；配备现代化的经营设施与管理设备；实施连锁经营，做到统一标识、统一核算、统一配送货、统一陈列、统一管理、统一服务规范，一句话，以国外超市经营的标准，主打国内市场，运用管理理念、经营手段的优势取得竞争的成功。

渠道开发的工作计划篇十

xx投资管理有限公司正在筹建的连锁超市企业，总部拟设xx

我们企业的经营特色，除具备一般连锁超市商品丰富、价格便宜的特征外，更体现在营造一种轻松舒适的购物环境以及提供更加优质多样的服务上。同时，我们将采用更科学的管理模式，塑造具有鲜明特色的企业形象，努力使资金周转更顺畅快捷，资信度更高，信誉更好。

我们企业的经营策略是，避开大城市，特别是回避与国际性大型连锁企业在大城市的直接竞争，集中力量拓展中小城市及经济较发达的农村城镇市场，成为此类市场中的领导者。

我们超市的形态以小型连锁为主，具体来说，我们把分店划分成三种类型：

c□三类店，面积约100平方米。作为中小城市的社区店，主要作用是向生活区内居民提供方便、快捷的购物场所，满足居民对一般食品、日用品的日常需求。

一般的做法是，在中小城市中，我们将在商业区、交通枢纽、区域性商业中心、大型社区的商业街一带开设少数一、二类店；大量选择有市场空间的居民区出入口、公用建筑、区内商业街一带开设三类店。这样即宣传了企业形象，又牢牢吸引当地居民，成为区域内市场的领导者。

2、近期计划内主要目标市场的市场情况及经营构想

□1□□xx市

a□市场情况：

总人口130余万，其中市区人口约60万。另有外来人口约50万。人均收入约1000元/月，在食品及日用消费品方面的人均消费支出约500元/月。

商业方面，旧有商业街是中山路；新市区扩展迅速，形成了新的区域性商业中心和居民区内的商业街，有较大市场空间。

交通方面，公路交通十分便利，公交汽车是最重要的交通工具，自行车、小巴做为补充_通工具存在。

b□竞争情况：

区域性竞争者（b类竞争者）为小区内超市，一般面积在50—100平方，经营管理都是传统型的，商品大同小异。此类竞争者数量较多。

c□经营构想：

做好企业形象宣传的同时，大力发展三类店，集中精力拓展居民区内市场。

具体说，在市区交通枢纽一带设一类店1家，做为总店，同时做为宣传展示企业形象的窗口和舞台；企业经营的重点是在居民区出入口、公用建筑、区内商业区一带开设三类店，牢牢吸引住区内顾客，成为区域内零售业的市场领先者。