# 招商计划书怎么写

来源：网络 作者：心上花开 更新时间：2024-06-15

*招商计划书怎么写一、计划明年的招商工作目标初步为以下几点：1、提升自己的业务水平，多学习，多与本部门人员交流，探讨相关的招商知识及部门工作;2、与同行业人员多交流，探讨摸索，创新招商知识;3、了解相关信息及时与领导及其他部门沟通，大家一起探...*

招商计划书怎么写

一、计划明年的招商工作目标初步为以下几点：

1、提升自己的业务水平，多学习，多与本部门人员交流，探讨相关的招商知识及部门工作;

2、与同行业人员多交流，探讨摸索，创新招商知识;

3、了解相关信息及时与领导及其他部门沟通，大家一起探讨，从而结合本部门实际工作进一步改进;

二、尽可能多的增加预备客户资源

1、真诚礼貌的接待好上门的有意向客户及考察团体。

2、到台商聚集的城市收集客户资源，学习别人的成功招商案例，吸取别人失败的教训，从而成就自己的工作。

3、通过与客户间经常性的联络互动，及时了解行业的相关动态。

三、稳固目前现有台商，同时引进其他主流品牌厂家

1、眼睛不能仅仅放在新的投资上，也要服务好已有企业厂商，逢年过节为他们送去我们的问候，积极解决他们的企业实际问题，让他们有到家一般的感觉。

2、结合部门实际情况，更多的了解及引进其他有意向或主流品牌厂商，尽可能稳定目前现有的企业厂商，同时形成稳定的发展态势。

3、相关工作及时与领导及相关部门之间取得沟通，确保工作无误。

四、积极的去推广本市开发区，使其能被更多的台商所熟知

1、抓住一切可以和台商企业交流沟通的机会，让他们了解德州经济开发区，向他们介绍现行的多项优惠政策。

2、市里或区里有什么活动项目，及时的、尽可能的联系自己所知道的所有台商，邀请他们来开发区实地考察。在新的一年里，积极主动的开展招商工作，使自己的业务能力得到更多的锻炼和提升，也使自己的工作能有更多的优秀成绩。

通过工作计划的实施，切实的提高工作效率，发挥个人的主观能动性，高标准要求自己，争取为台办招商工作的开展贡献自己的力量。

招商计划书（一）

一、招商原则（略）

根据本次招商的策略制定相关谈判原则及操作规程。

二、招商策略

依靠原有品牌在市场的造成的强大势能，轻松赢得经销商的信赖。

楼层功能区划按照各类品牌间的经营互动原则，进行局部科学规律整合。

严格控制招商品牌的层次，利用自身优势吸纳国内国际亮点品牌。这是保证整体层面上档次先决条件。

店铺采取定价租赁制，并采取高端价位。

店铺招商策略打破以往只是招商为目的的墨守成规的局面。

与政府有关部门合作，打出公益事业牌，并与此同时设立定期的文化艺演活动。

三、品牌形象定位

鉴于本商圈潜在消费层面颇高，本次招商对象也应该颇具品牌知名度。利用系统的品牌传播策略，打造成一个国际国内知名品牌汇聚的大舞台。以服务品牌化，个性化模式为先导，以迅速的宣传手段提升天河城广场在本商圈内的行业标志与先驱的形象地位。

四、基本实施方案

定位的基本依据

①品牌形象决定原则

天河城在历年的经营模式与商业策略中形成了固有的品牌形象，这是其它商场所不能轻易改变的事实，但在稳定的形象地位中，还要善于挖掘与改变，随着社会的前进，潮流的更新，不断调整经营方式，使其始终保留“年轻化、时尚化、高档化”的定位，做现代购物中心的楷模。

②互补原则

在现有的天河城购物中心内，已有的产品以高质量、高服务标准来稳定顾客；不断推陈出新，打造购物商城新概念，为广州人打造高质量的生活方式。

③业态演变原则

传统的商场只是购物的场所，随着人们的生活水平的提高、消费行为的转变，休闲购物成为主流，休闲、餐饮、娱乐将极大的满足消费者购物外的需求，并且其规模也将赶超购物的规模。

④商圈扩大原则

因为高端的商业市场定位，在我们的消费群定位上就要充分考虑整个天河城附近区域，扩大服务半径和商圈，吸引更多的优质消费群，实现商场的持续繁荣。

商业活动（略）

五、商城布局

天河城ＭＡＬＬ定位为高档商业中心，招商客户群为：1、国际知名品牌，国内知名品牌厂商；2、国际连锁集团。

1、主营项目

地下一层：高档超市休闲系列。

一、二层：进口化妆品（CD、姿生堂、娇兰等）、高档珠宝（谢瑞琳等）、世界极品服装(阿玛尼杰尼亚等)、高档手表、高档皮具（路易威登等）、高档工艺品、高档笔。

高档女装系列、休闲装、手袋、女饰品、精品鞋店、精品裤店、女士内衣。

高档男装系列、休高闲装、皮具、男饰品、精品鞋店、精品裤店、男士内衣、领带。

儿童服装、高档床品、进口饰品店、精品工艺品、体育服装、体育器材。

三、四层：手机、家电及高科技产品。

五层：餐饮。

六层：娱乐休闲。

2、配套项目

A、家私、布艺、古玩、画廊、厨房用品、书屋。

B、肯德基、日本寿司、茶叶店、酒吧。

六、人员配备计划：

1、招商经理1人，需对本项目所在行业的市场营销有实际操作经验（尤其要擅长招商运作），懂企划，善管理，具出色谈判技巧和人格魅力。

2、大区招商经理若干，分别负责项目招商大区的工作：大区经理应具备一定的招商运作经验，长于说服、鼓励性的谈判，具团队合作精神、服从意识和大局观念。

3、区域协销经理若干，主要职责是协助开发市场，完成销售。协销经理需人品正直，勤恳敬业，具备较佳的沟通和组织管理能力，并能长驻外埠。

4、商务助理若干，主要职责是帮助一线招商人员作好内务（资料物品、来电来函、来人洽谈、信息收集等）和会务组织等工作。

5、其它服务人员如文案、平面设计、接线及接待人员。

招商队伍组建之后，必须进行培训。一方面，通过培训是团队了解项目的现状、产品，了解招商策略和操作步骤，同时也是进行磨合的过程。招商的培训主要有以下几个方面：

1、项目及产品知识，以使团队成员对项目的现状有清楚的认识。

2、沟通技巧（如接听电话、接待语言、洽谈技巧、仪表举止等），以培养团队成员的职业感。

3、招商专业知识（招商流程、谈判技巧、接听电话、注意事项等）。

4、招商要旨（招商策略说明及合同解读等）。

招商工作开始后面临许多实际的实施工作，在产品的核心概念基础上撰写招商文案、制定《招商手册》、制定媒体发布计划、准备合同文本、准备各类产品和项目的宣传资料等等，必要的准备将为招商实施打下良好的基础。只有进行有效沟通，把握“求租者”的洽谈与管控技巧，招商工作才能顺利开展。

从第一篇招商广告发布下去，接到第一个咨询电话开始，招商进入了实际运做的阶段。从“求租者”打进第一个电话到招商的合作主体--各分销商和代理商签订协议，进行产品销售这一过程是整个招商工作的核心部分，直接决定着招商的质量和数量，也就决定了整个过程的成败。主要目的是吸引好的“求租者”加入到企业的体系中来，共同把产品推向市场。想要吸引“求租者”的加盟，有效的沟通显得非常重要。

招商中与“求租者”接触的整个程序，一般如下：

第一次信息的处理（来函、来电）-第一次信息回复-第二次信息处理（二次来函、复电、咨询、商洽）-第二次信息回复（信息升级→有选择发送实质性资料）-招商总部零星接单（上门洽谈、签约）-招商会议的筹划、准备（全国性会议、区域性会议）-发出会议邀请（曾经问询者、熟悉者及看报来电者）-接收报名、督促参会-召开会议并签约-督促履约-收款发货。

在这过程中，首先面临的是对“求租者”信息的处理和选择，好的招商广告发布后，招商总部将面对大量的反馈信息，对于第一次来电或来函，主要注意对“求租者”按已经设定的招商区域归类，对求租者姓名、地址、电话、基本状况和问题做以记录，同时给对方发去有关产品和项目的基本资料（包括项目介绍、产品介绍、招商活动的安排），同时对于各地区实力较强或行业内经营者一类的“求租者”做重点标注，用以综合的研究。在这过程中，不必在电话中向询问者做过多有关招商的说明，对于“求租者”提出的问题也不必急着回答（主要避免“求租者”因了解不够而以偏概全，自我估计或防止竞争者和恶意攻击者获取一手信息）。在“求租者”研读了有关资料后第二次咨询过程，招商部门则应该选择性的介绍关于招商情况和产品信息，并根据“求租者”表现的诚意，发去部分“该求租者”重点关注的内容资料，并力争邀请对方参加招商会议。

对于一些急于了解情况的“求租者”，招商部门要有专人负责接待和谈判，带领来访者参观项目、了解运作方案等，以免流失“加盟商”。

面对面的沟通方式仍是最直观有效的方式，招商会议的成功开展是“求租者”加盟的关键一步。在与“求租者”谈判之前，一些细节的准备十分重要，如招商办公场所的布置、人员的工作状态、对来访者的接待，这些都直接影响洽谈的结果。在沟通的过程中，应该向来访者潜移默化的传递以下几点信息。

1、有实力：与强者合作才能更强，加盟者希望企业的力量雄厚，解除后顾之忧。

2、有决心：坚定的信念和强有力的推广策略将使加盟商感受到项目推广项目的决心，用数字说明项目的力度是最好的方法。

3、有信誉：一味的夸大其辞根本无法联合有实力的经销商，态度真诚、有理有据，最大限度的为“求租者”考虑是双方共同发展的基础。

4、有办法：详细、可行的营销方法对于经销商有极大的吸引力。

5、有利益：归根结底，成功的推广应该有丰厚的利润，项目留给加盟者的利益应该十分可观。

与“求租者”签定合同，收取租金和保证金，则全面招商工作告以段落，后续零星的招商工作开展可以抽取部分力量，而工作的中心转移到产品的全面推广阶段。

招商过程中，要处理大量的信息和参与大量的谈判、说服、培训工作，工作内容非常细琐，实际的过程中会遇到一些具体问题，对“求租者”提出的问题给予良好的解答将大大增强其信心。

七、招商人员岗位职责

副总经理/兼招商部经理

主要职责：

根据购物中心经营方针与要求，制定招商部计划，并组织实施。

负责购物中心整体商场策划，布局，商品组合及与厂商协调，公司整体企划，促销等，确保商厦经营指标达成。

组织，管理招商，企划团队，培训及辅导招商人员。

对招商部门厂商引进，人员招聘，促销方案及相关合同及发生交际费用审核等负责。

招商主管（4人）

主要职责：

负责整个楼层招商，布局，商品组合及与厂商协调，确保招商品100％达成。

配合公司整体布局，完成公司下达指标。

入租设备工程安装管理，电气管理（2人）（人员由开发商提供）

主要职责：

入租设备工程安装管理，电气管理，维护管理商场的整体工程运行，同时满足正常开业。

协助经理开展工作。严格审查招商户经营资格及入住手续。

负责租户单位日常管理工作，督促租户单位认真履行招商合同。

企划主管（1人）

主要职责：

贯彻执行本企业经营发展战略方针，配合招商，经营需求，结合实际制定本公司广告策划并组织实施。

负责对商场宣传布署总体规划工作，作出建设性的意见，统筹安排促销，成列，美工工作。

八、商场租金预测（略）

周边租金调查（略）

后续：商场招商管理

招商管理原则（略）

招商计划书（二）

近日，中国室内装饰协会环境监测中心发出警告：厨房污染正在成为危害人类健康的又一“隐形杀手”。

厨房中产生的油烟废气中含有一氧化碳、二氧化碳、氮氧化物以及具有强烈致癌性的苯并芘等许多对人体有严重危害的物质。食油加热到270度左右产生的油雾与液化气燃烧产生的废气的聚合物，可导致人类细胞染色体的损伤变异，成为人类容易衰老和致病的“隐形杀手”之一。

女性长期在厨房做饭时接触高温油烟，会使其患肺癌的危险性增加2-3倍。同济大学肿瘤研究所所长周彩存教授领衔的肺癌课题组研究表明，厨房油烟产生有毒烟雾，使厨房局部环境恶化，有毒烟雾长期刺激眼睛和咽喉，损伤呼吸系统细胞组织，很容易引发肺癌的发生。上海市疾病预防控制中心公布的恶性肿瘤发病率调查数据显示，肺癌已成为本市人群发病率和死亡率均占第一位的恶性肿瘤，女性肿瘤患者中肺癌发病率仅次于乳腺癌占第二位，死亡率占第一位。近几年上海女性肺癌的发病率上升很快。在非吸烟女性肺癌危险因素中，超过60％的女性因长期接触厨房油烟废气所致。

人们不禁要问:用了油烟机,厨房为什么还会有油烟废气?

现在使用的所有油烟机因受诸多因素限制,只能排除大部份的厨房油烟废气,油烟废气排放量不到总烟雾量的70%，还有相当量的油烟废气由于超出了油烟机的吸风范围而漂浮残留在空气中,油烟机的吸风有一定的吸风范围,超出了范围,它就无法吸除,不管它功率大小,也不管它档次多高,都存在不能彻底吸除油烟废气这个问题,这是它的缺陷。

任何产品只要不能彻底解决根本问题,它就不是完整的产品，为了力求尽善尽美，现发明的油烟机配套装置彻底解决了这一难题。花上几千元买得的不能彻底解决根本问题的油烟机，只要再花二百来元购置配套产品就能彻底地从根本上解决厨房油烟废气，它的存在价值远远超出购买油烟机的费用。

中国生命科学健康产品发明家、江苏省著名企业家、南通市永乐久好生物医药科技有限公司创始人严平先生，以保护人类健康为己任，秉承“追求健康，造福人类”为宗旨，在拥有多项保护生命健康发明产品的基础上，经过多年潜心研究、反复论证试验，以严谨的科学原理，精密的结构构思，实用美观的造型设计，综合空气流动力学、生命健康学、高分子化学、材料工程学等多学科综合原理，结合厨房文化，发明和隆重推出了又一项保护生命科学健康产品——油烟机健康裙罩。

本油烟机配套产品的问世，迎来了又一次的厨房革命,它为人类的健康又增加了一位保护神。在人类历史上，首次对厨房二次污染这一“隐形杀手”开战。

追求健康是人类的终极目标，一个保护生命健康产品的出世，必然会受到人们的喜爱，市场的追捧，谁拥有了这样的产品，谁就在拥有了健康的同时，也拥有了财富。

为了将这一保护人类生命健康的发明创造产品尽快的推向市场，尽快的造福于人类，现面向全球诚邀战略合作伙伴。

合作伙伴值得考虑的几个问题：

1、所投资项目的产品有没有市场？

本款产品的生产成本约每套百元左右，零售价二百元左右，全国有3.5亿多个家庭，拥有油烟机的家庭和每增加市场一个百分点的销售量是几何可以自已算帐。

2、所投资项目的产品市场竞争力？

因为是专利产品，拥有自己的知识产权，是垄断经营，没有竞争对手，同时还具备完整的运营方案。

3、所投资项目产品的生命力和售后服务？

本产品生产和使用过程中无污染，消费者购回都可随便自行安装，没有任何后顾之忧。

国际新产品权威研究机构专家指出，一个热门的产品或服务必须具备以下特征：

1、机构简单，使用方便。

2、具有鲜明的个性。

3、除本来的功能外还具有附加功能。

4、能满足人们的某种心理和生活需求。

5、能满足人们喜欢正宗货、手工货的心情。

6、能使人感到亲切和关心。

7、能满足人们的求知欲好奇心。

8、商品中含有以健康长寿为目标的因素。

油烟机健康裙罩的发明，完全符合以上特征，因此，该发明专利产品是一个极具市场潜力，具有广阔发展前景的产品。

有远见卓识，独具慧眼者只要具有一定的资金实力（战略储备金5000万元以上），就可来共同开发这一极具市场潜力的健康产品。

另在国内每个省寻求一名营运总经理，需具有一定的经济实力（项目运作资金300万元上），按公司方案操作,轻松做老板,轻松赚大钱

项目情况:

发明专利号：\*\*\*\*\*\*\*，油烟机配套装置，油烟排放能力100%。每套产品的制造成本百元左右,市场零售价每套二百元以上,为避免不必要的知识产权泄密和纠纷，暂时不提供详细信息，在面谈合作后可提供详细的知识产权文件，并可以向国家专利局咨询核实。

区域招商计划:

以每个省设立一个分销公司，总经理负责制，向下面地市级招收一、二级代理商，每个地市级代理商收取专利产品市场保证金30万元。地市级代理商在该省无省级代理商之前也可直接洽谈。

产品价格：本产品生产成本在100元左右，市场销售价格可以在200元以上，每台净利润在100元以上，比照油烟机1000--6000元以上的价格，该产品的价格只是毛毛雨,完全可以被市场接受，问题不在于价格，而在于价值。

效益分析：以每个省十个地级市计算，每个城市最少可销售产品5万套以上，每个省即可以最少销售50万套以上，以每级代理或分销商每套利润20--30元计算，每个省代理每年毛利润可达1000--1500万元以上,每个地市级代理每年毛利润可达100---150万元以上。

市场销售计划：具有详细完整的市场运作销售计划，因涉及商业秘密，暂不提供，需面谈合作后提供。

联系方式：

联系人：严总

本文档由站牛网zhann.net收集整理，更多优质范文文档请移步zhann.net站内查找