# 精选有创意的销售团队激励口号(精)(五篇)

来源：网络 作者：烟雨蒙蒙 更新时间：2024-06-25

*精选有创意的销售团队激励口号(精)一鲜花在我国仍然是一个新鲜行业，随着我国消费水平的不断提高，我国对鲜花的需求处于不断的上升状态。有着较大的市场空缺的鲜花业有着较好的发展前景。我国鲜花消费需求市场正展现其无穷的潜力，是中国国内发展最快的产品...*

**精选有创意的销售团队激励口号(精)一**

鲜花在我国仍然是一个新鲜行业，随着我国消费水平的不断提高，我国对鲜花的需求处于不断的上升状态。有着较大的市场空缺的鲜花业有着较好的发展前景。我国鲜花消费需求市场正展现其无穷的潜力，是中国国内发展最快的产品之一。因次，随着人民收入的增长，人们对生活质量的提高，对鲜花的需求量也越来越大，发展年鲜花产业有较大的生产潜力和市场空间。

（一）鲜花市场空前增长、财富空间无限扩大

1、尽管中国鲜花市场展现了相当诱人的利润空间，然而到目前为止，鲜花的销售渠道号主要以门面店为主。传统礼品鲜花批发市场、中小商店及个体饰品专营店等分销渠道，与加盟连锁专营店、传统礼品店、鲜花店、传统品牌专卖店、旗舰店、主体专卖店、网上订购等新兴终端并存于同一个市场的情况在一段时间内仍将继续。

2、目前市场上的花店竞争激烈，积极的推陈出新，在鲜花的包装和寓意上不断足现代人的消费观念，不断制造新的消费热点，积极挖掘新的消费潜力。可谓花样层出不穷，名目种类繁多。由于鲜花的特殊性，在当下，仍然以门面店为主导较为合适，避免额外的物流支出。

（二）我国的鲜花市场现状

1、种植鲜花面积增加。目前，我国的花卉种植面积和产量均居于世界第一位，其中花卉种植面积已经达到世界花卉种植面积的1/3。并且，花卉的出口量也较大。开店人数增加，使得市场竞争较为激烈。

2、消费者消费意识的增强。消费者对鲜花的认识以及需求的成熟，使得鲜花的需求量大增。

3、鲜花的保鲜性，由于我过的物流体系仍处于初级阶段，且鲜花的保鲜技术还没有较好的发展，所以，这就给鲜花的发展造成了一定地域差异。

(一）优势分析

滨州市也已经有几家老牌花店，但与之相比，创意花店还是有其自身的优势的。这主要体现在市场，服务，规模等几个方面。

1.创意花店是由我们大学生自主创业的项目，会有很多学生群体前来光顾。

2.我们在大学期间系统的学习过服务技能，和别的花店相比，我们有更高的服务水平，能够留住许多回头客。

3.创意花店品种丰富，能够满足不同人们的需要和个性化服务。

4.经营花店不需要太大规模，并不需要太大店面，这就大大节省了开支，可充分发挥船小好调头的优势。 5.我们还会开设相关的网站，利用网络进行宣传，以开拓市场，满足更多消费者的需要。

（二）劣势分析

虽然创意花店具有一定的发展优势，但我们应该正确地看待这些优势。优势和劣势都是相对的，在一定的条件下，优势很可能就转变成劣势。我们虽然拥有良好的服务技能、丰富的花卉产品、多渠道的宣传途径等优势。但缺乏现代企业发展所必需的战略观念、创新观念、人力资源开发管理、人文环境建设以及与此相适应的市场制度环境，以及充足的资金，面临经验不足等劣势。

1.我们面临的一个巨大问题就是经营品种太单一，只销售花卉产品，利润来源太少，如果只单一经营花卉产品，将会使企业的发展走进死胡同。所以我们应该拓宽销售品种，例如，在销售花卉的同时，搭售一些小礼品之类的，这样才会获取更多的利润。

2.资金不足是我们的一大难题，我们大学生进行创业，本身就没有太多资金，所以我们在充分利用贷款的同时，更要精打细算进行投资。

3.我们大学生社会经验不足，经营企业的经验更是匮乏，这就需要我们齐心协力，摸着石头过河。

（三）机会

1.在大学城附近，目前没有一家花店，这样，我们在大学城的竞争对手基本为零。

2.在大学城附近，房地产建设十分火热，这样看来，花卉作为一种美观健康的装饰品，必然会受到人们的青睐。 3.在大学城附近，人流量大，有利于鲜花出售，大学生也是是鲜花的重要消费者。

（四）威胁

1.花卉属于奢侈品，而学生群体收入少，并不会把钱大部分用来买花，这既需要我们充分考虑学生的需要，开拓更广阔的市场。

2.花卉的季节性大，应该考虑冬季时的消费重点。

（一）目标市场细分

1、人口细分

1-15岁，需求量小，产品单一，年龄小，没收入，只有在特别节日才会购买本产品，产品也比较单一，但都具有一定代表性。15-30岁，购买频率高，需求的样式要多种多样，这个年龄阶段正是青春飞扬的年龄，爱情的火花在这年龄段也是最闪最亮的，有爱情就少不了这种系情之物。这个阶段是买花次数最多的，需求的样式也是最新颖美观的。30-45岁，以装饰为主，这个阶段的人们一般都结婚了，都有自己的小家了，买花送花的次数明显减少了，这时他们选择买花一般为了装饰家居为主。为此我们应针对这个来设置产品。

2、行为细分

时机细分，节日需求量大，需求的产品比较单一，平常购买量少，购买人数少节日购买人数大幅度提升。使用频率细分主要分为少量使用者一般是不喜欢花的，再者是收入不高的，中量使用者是一般喜欢的，或是送人时需要的，大量使用者是特喜欢花的，每天的花都必须更换的。

（二）目标市场选择

根据对市场人口年龄构成的细分，我们把目标市场的消费人群分为了1-15岁、15-30岁、30-45岁、 45岁以上这四个年龄层，而这些年龄层的.消费者又有着不同的消费心理及其特点。青年人对生活充满激情，喜欢在生活中追求浪漫，所以他们的消费可能性最大;而30至40岁的人群中，他们大多已经有了稳定的工作，更重要的是他们基本都有了自己的房子，更喜欢把花卉作为家居装饰的元素;而45岁以上的人群他们年岁已大，不会经常买花，更偏向于养花来增加生活情趣，所以应该给他们推荐喷在花卉，而不是鲜花。所以我们的市场更偏向于选择年轻人和中年人这两个年龄层的消费者。

再一方面，根据消费行为细分，我们分为了两大部分，时机细分和使用频率细分。消费者买花主要集中节假日，而又有一部分人经常买花，但也有一部分人很少买甚至不买花，这是由于他们的个人喜好程度决定了其购买频率。所以我们又选择了有固定收入的群体并且喜爱花卉的消费者。

（三）战略目标的确定

由于本店属于小本经营，并没有很强的实力进行竞争，所以我们决定采用密集单一市场这一模式，这一模式能针对我们做出的市场细分来进行有的放矢的经营，针对我们选出的最有可能消费的群体，是利益最大化，从而短期收到回报，是成本更快回收，从而壮大实力。

（一）产品策略

创意鲜花店是一家直销鲜花的实体与网络相结合的鲜花店，主要提供各种鲜花并及时满足顾客的各种

要求的服务。鲜花的销售主要以实体店的形式但不论以什么养的形式售出，在科技创新、寓意创新、新品开发、价格策略、促销手段等营销组合都各显神通，竞争几乎白热化。在如此竞争的形式下，要想取得最大营业额，就必须扩大品牌的附加值，延续其生命周期，就不是仅重视以上营销组合所能解决的了。还必须重视产品的服务，吸引回头客。

因为鲜花的特殊性，它主要以送人为主，通过网络直销能够最大的降低成本且易管理。鲜花店在价格上就可以比传统上的销售价格略低，再加个上占有一定的优势。该鲜花店是开在了滨州市大学生创意文化城，所以主要的消费人群则主要是大学城的大学生，而学生中则主要以情侣为主要消费人群，因此，要抓住情侣的消费观念，增加商品的使用价值课以对消费者采用会员制度，建立客户群，便于形成客户群。

（二）价格策略

1、定价目标

以获取合理利润为定价目标：根据自身条件，本企业现属于一般小型企业，为了避免不必要的价格竞争、以适中稳定的价格获取长期利益，我们在以补偿平均成本的基础上加上适度的利润作为产品价格，因此我们选择以获取合理利润为定价目标。

2、定价策略

采用连带产品定价、招徕定价，依据不同产品类型共同完成定价。

①连带产品定价：由于本店还销售不同种类的盆花，红花还需绿叶衬，漂亮的盆花当然也需要精致的花盆来衬托，这就是本店采用此定价策略的根本之处。我们可以将此花的定价相对稍低一些，将连带产品花盆的定价高一些，通过低价促进花的销售、依靠连带产品花盆的高价来获取利润。

②招徕定价：一般消费者都会有一种求廉的心理，利用顾客的这种心理，我们分期轮流把一些产品定较低的价格（比如半价，数量控制在每天前五名的购买者）,采用此策略招徕顾客，从而带动其他正常价格产品的销售。

（三）促销策略

1.宣传策略

充分利用学校各大社团活动、学校活动以及发放小礼物的方式，力争低成本进行宣传。

广告词是让自然离我们更近！

2.服务策略

我们的服务必须是一流的，配送人员必须严格按照订单要求按时按地送到，并且微笑服务，时刻交流信息，了解顾客动向，及时反映自身存在的问题，及时解决问题。在售后服务方面，无条件退货，集中受理顾客的意见和投诉，在网上建立客户服务平台，便于交流信息，解答客户感兴趣的问题，争取将市场潜在客户发展成为忠实客户。

3.创新策略

我们的鲜花店名字叫做“创意花店”必定有创新，因此我们可以在产品上推出和别的鲜花店不同的地方，我们可以在节日时推出“亲自插花送亲友”，让消费者亲自体验插花的乐趣并且对亲友送去最真挚的祝福。还可以开设“鲜花养殖小课堂”让一些喜欢喜欢鲜花，种植鲜花的消费者懂得养育鲜花的知识，这样不仅提高鲜花店的知名度，还可以让消费者对本鲜花店产生好感，以至于对产生购买本花店鲜花的习惯。

（四）渠道策略

1、直销模式

（1）店面直销

面对一些客户现买现取的心理，所以花店采取直接销售给客户的模式，这类客户一般要求花的新鲜程度高，店员也可以直接为其提供插花、鲜花保鲜方法等服务。

（2）节日期间街边设立卖花点

由于母亲节，父亲节，情人节，教师节期间对花的需求量大，可在繁华的街道旁边设立卖花点，也可为花店进行宣传。

2、电话预订

有一部分工作繁忙或者消费能力强的客户群体，需要提前电话预订。店员为客户送花上门适当地收取服务费。为了保留客源量，制定vip会员，不仅可以享受折扣，还会在客户生日当天送上鲜花惊喜。

3、网上销售

网上销售主要在情人节、国庆节期间进行，提前为花店做好宣传工作，以便增加更多的客源。出售一些花簇盆景为主。

具体策划方案

1、活动背景：为创意花店销售和推广做宣传。

2、活动目的：

在滨州学院大学城推广创意花店，提高其品牌影响力和知名度。

3、活动名称：创意花店品牌推广活动

4、活动地点：大学生创意文化城内

5、活动对象：滨州学院大学生和附近居民

6、活动准备：因为推广宣传期间需要人手多，所以会聘请滨州学院的临时工作人员6人，以便于活动圆满成功。并且所有工作人员定制统一的服装。

①让工作人员在大学城搭一个会台，并在周围摆上本花店制作的花束，营造出一种浪漫的氛围来吸引顾客。（2个人）

②派工作人员在商场门口外散发单页，并带领消费者前来观看。（2个人）

③派工作人员在活动现场对来的顾客进行登记，预定鲜花，发放礼品。（2个人）

④活动结束后，由工作人员整理各种用品和资料。（所有工作人员）

7、活动内容：

①提前一周在学校附件和小区张贴海报、发传单等进行宣传。

②在举行此次活动之前，要在一个周之前，率先进行宣传造势。创意鲜花店可以在滨州论坛、微信、滨州学院贴吧进行宣传，可以让学生之间相互传达。可以利用微信进行集赞活动，集满9赞送长长久久花束礼品。

③活动当天，可以利用学生的网络之便让学生发布活动信息即可送会员卡，和店里10元代金券一张。 ④在活动的过程中，进行鲜花预定活动，可以推出情侣去女士送小礼品，预定鲜花打折送礼品。 ⑤活动最后，所有工作人员整理会场，和预定鲜花资料，以及办理会员卡人员的资料统计。

海报宣传费用：2m\*2m=100元10张\*100元=1000元

活动单页：彩印0.3元每张0.3\*1000=300元

会员卡：20xx张会员卡+刷卡器+会员管理软件=1000元

人力成本：学生临时工60\*6=360元

会场布置成本：花束+展台=500元

礼品：200元

合计：3360元

在现实的营销推广中，我们要根据不同的市场状况、不同的区域、不同的地区、不同的经济发展水平和消费习惯，做出相应的调整，使产品销售趋于完善，市场覆盖面加大，销售增长扩大，花店经济利润提升。

**精选有创意的销售团队激励口号(精)二**

以“同一月饼，同一梦想”为主题，营造“欢乐和谐，与时俱进”的公司气氛，提升企业形象。

农历八月十四或者十五。

酒店培训室。

1、现场主持人要有很强的控制能力、言语表达能力，节目设计必须合理、有趣，让员工能够很好的理解参与。

2、制作一些精美卡片，上面印刷中秋节来历、典故、赏月、诗词等内容，发给员工作为此次活动的纪念，既能让员工长时间记住此次活动又能更好的了解中国文化。

1、活动形式：动态或者静态影像资料播放，由主持人讲解。

2、活动名称：中秋，你知道吗？

3、宣传内容：中秋节来历、典故、赏月、诗词等。

1、月饼：

活动名称：月饼圆，月儿圆。

活动形式：由面点师表演并指导有兴趣的员工制作月饼（可以以组为单位进行），并评选出最有创意奖欢迎奖最正宗奖等给予奖励。

品月饼、赏月亮——员工相互讨论。

2、孔明灯：

活动名称：孔明灯，月儿明。

活动形式：由专门技师现场表演和有兴趣的员工制作（可以以组为单位进行），为以后放飞做准备。

与员工互动，调动员工的积极性与热情度。签字——员工在公司提前做好的大的孔明灯上签下愿望祝福等。放飞孔明灯--放飞心情。

孔明灯又称天灯、祈福灯或者平安灯，当精彩的节目演出后，大家将中秋心愿写在孔明灯上，看着挂在夜空里圆圆的月亮，趁着月色，一起点燃放飞。将节目拉向高潮。

**精选有创意的销售团队激励口号(精)三**

5月20日，网络情人节是信息时代的爱情节日，定于每年的5月20日和5月21日。该节日源于歌手范晓萱的《数字恋爱》中“520”被喻成“我爱你”，以及音乐人吴玉龙的网络歌曲中“我爱你”与“网络情人”的紧密联系。后来，“521”也逐渐被情侣们赋予了“我愿意、我爱你”的意思。“网络情人节”又被称为“结婚吉日”、“表白日”、“撒娇日”、“求爱节”。

在这个年轻化、精神化和含蓄化的节日里，“520(521)1314我爱你(我愿意)一生一世”是其经典数字语录，吴玉龙的《网络情人》为节日主打歌。这两天，人们通过(手机移动、pc传统)互联网络(以vx、qq、微博、论坛等为平台)或手机短信大胆说(秀)爱，甚至送礼(红包)传情、相亲寻爱，更有无数对情侣扎堆登记结婚、隆重举办婚宴，很多商家也趁势开展团购、打折等促销活动，网上网下掀起一浪高过一浪的过节热潮。随着节日参与人数日益增多，520、521“网络情人节”、“表白日”、“撒娇日”已成为各种媒体(报纸、电视、互联网等)的热门报道。

“心语星愿”借浪漫的星，许下诚挚的愿，与他(她)共续前世的缘。

1、最终目的：提高产品销售量;

2、直接目的：借活动提高品牌知名度和美誉度;

5月x日——5月x日

xx珠宝华北区各卖点

xx珠宝有限公司

分三部分：

1、献给能够共度情人节的情人们;

2、献给不能共度情人节的情人们;

3、献给单身贵族们的。

具体如下：

1、献给能够共度情人节的情人们

与他(她)共谱一首浪漫的诗，与他(她)共同立下一个神圣的盟约，与他(她)一同分享心灵深处的语言，今生与他(她)共牵手，共续前世的缘。

倾情推荐：“心语”

2、献给不能共度情人节的情人们

有你也有他(她)，不变的真情，永恒的期待，只因为爱在我们的心中。送给他，送给你们一个共同的祝福吧，会实现的，因为它就是爱的化身。

倾情推荐：“心海”

3、献给单身贵族们的

彩碟成双的日子里，让我们暂时放下重担，和流星有个约会，相信它会带着我们的心愿飞向梦想实现的地方。

倾情推荐：“天使之吻”

活动亮点一

“心语星愿”

对你的他(她)许下诚挚的誓言，让流星附载着你们的真情，穿过世界的每一个角落，相信心中的梦一定可以实现。

(目的：为情人们制造一个浪漫的氛围，让他们感受到xx珠宝的与众不同。)

道具准备：陨石，放在精致的玻璃盒子内，代表着流星的百分之一、千分之一、万分之一、亿分之一的永恒的爱。

活动亮点二

“真情宣言大募集”

参加者把您对他(她)的宣言填写在我们为您专门制作的卡片上，我们将在5月x日评选出最有创意宣言、最感动人宣言、最浪漫的宣言。一定注意要留下您的他(她)的联系方式哦!我们会帮您把您的深情传达给您的他(她)。(目的：给情人们创造一个发泄感情的空间和场地，另一方面还可以借此提高品牌的知名度和美誉度。)

**精选有创意的销售团队激励口号(精)四**

一、 宣传报纸设计

活动单位：以大一各班为单位，每班出一张半开的报纸。

报纸内容：以万圣节为主题。准备几个方面的和万圣节相关的内容，以抽签方式决定各班的报纸内容。

1、万圣节来历 (中文) 2、万圣节来历(英文) 3、传统的万圣节 4、现在的万圣节 5、万圣节英文词汇 6、万圣节游戏介绍 7、万圣节相关物品 8、来历(中文) 7、来历(英文) 10、万圣节物品

报纸形式：以介绍信息为主，文字信息必须真实有效，配以相应图画。色彩鲜艳，字迹工整。可以对报纸适当的创新。注明班级。

时间：10月26日前交到自律部联络员。

备注：本次比赛不单独设奖，但参与最后的优秀班级组织奖评比。

优秀作品将展览。

二、 南瓜灯制作

活动单位：以大一各班为单位，每班制作一个南瓜灯。

活动目标：南瓜灯是万圣节的标志性物品。班级可以通过集体制作南瓜灯增强同学之前的交流。

活动要求：发挥想象力，南瓜灯的形状，图案不限。

时间：10月30日前交给自律部。

备注：本次比赛不单独设奖，但参与最后的优秀班级评比。优秀作品将展览。

三、 面具制作大赛

参赛人员：大一各班同学个人独立参赛。

面具要求：可佩戴。有创意。制作好。样式多样，材质不限。 注明班级、姓名。

时间：10月28日交到自律部联络员。

奖项：评出一等奖2名，二等奖4名，三等奖6名。

四、 寝室海报设计赛

活动单位：以寝室为单位，每个寝室集体制作一张万圣节海报。

海报内容：与万圣节有关。鼓励适当创新。海报主题鲜明，色彩明快，不局限制作方式。

时间:10月28日交至自律部。

奖项：一等奖1个，二等奖2个，三等奖3个。

五、 圣灵之夜主题服饰制作大赛及游艺会

活动单位：6人以内的参赛小组。

活动内容：每个小组设计并制作一套和万圣节有关的服饰。

服饰要求：1、以万圣节为主题，可以穿。设计力求新颖，发挥想象力。

2、材质不限，制作方法不限。每个作品必须有一个主题。

3、材料工具自备、比赛前可适当剪裁制作。但要保证每个作品有1个小时的工作量。

活动时间：10月31日晚6：30

活动地点：西区主楼一楼大厅

**精选有创意的销售团队激励口号(精)五**

一、盛世飞扬，见证辉煌。

二、追随盛世，飞扬梦想。

三、盛世广告，任你飞扬。

四、盛世飞扬，激情起兮云飞扬。

五、让心忘不了盛世飞扬，扬名天下。

六、盛世飞扬，助力梦想。

七、唯一·唯美广告列强，“盛”者为王。

八、盛世飞扬，为品牌插上翅膀。

九、品牌盛世，你心飞扬。

十、传你所想，如你所愿。

十一、创意，不止于思考。

十二、盛世得经典，飞扬传天下。

十三、创盛世经典，策飞扬创意。

十四、龙腾盛世，轻舞飞扬。

十五、哪里有创意，哪里有盛世。

十六、盛世飞扬，创意之外还有创意。

十七、想要选择无悔，首选盛世飞扬。

十八、盛世飞扬：盛世时代，飞扬万里。

十九、盛世飞扬，经典永恒。

二十、创新推动未来创领精彩，盛世飞扬。

二十一、永不做广告，就是为创造。

二十二、盛世飞扬，前途宽广。

二十三、共享盛世，携手飞扬。

二十四、盛名世传，飞舞扬威。

二十五、没有高才卓识，难得盛世飞扬。

二十六、拼实力，搏精彩飞扬的青春，由盛世承载。

二十七、盛世飞扬，福传天下。

二十八、盛世飞扬，开创辉煌。

二十九、同享盛世，名声风扬。

三十、为创意而疯狂龙腾盛世，飞扬视觉。

三十一、盛世飞扬，谁与争锋。

三十二、小创意，大精彩，赢未来。

三十三、没有创意，岂能飞扬。

三十四、盛世天衢，眇思飞扬。

三十五、盛世翱翔，灵感飞扬。

三十六、盛世飞扬广告，创造生活之美。

三十七、盛名远播，飞扬天下。

三十八、让创意无限飞扬，让经典流传盛世。

三十九、盛世飞扬，助您翱翔。

四十、盛世年华，创意飞扬。

四十一、流传千古，万人记载盛世飞扬。

四十二、盛世飞扬，让你一炮而起。

四十三、盛世传媒，创意飞扬。

四十四、看盛世，任飞扬盛世飞扬，打造至善至美。

四十五、广告者的天堂盛世中国，我心飞扬。

四十六、盛世中创意，创意里飞扬。

四十七、盛世飞扬，成就梦想。

四十八、盛世飞扬，创意新时尚。

四十九、盛世飞扬，广告飞翔。

五十、精于心，重于行盛世飞扬，让世界关注你。

五十一、广告飞扬世界，创意盛世人心。

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