# 2024年农技推广工作计划 推广工作计划及思路(二十一篇)

来源：网络 作者：静默星光 更新时间：2024-08-31

*做任何工作都应改有个计划，以明确目的，避免盲目性，使工作循序渐进，有条不紊。计划怎么写才能发挥它最大的作用呢？这里给大家分享一些最新的计划书范文，方便大家学习。农技推广工作计划 推广工作计划及思路篇一公司上市后，管理水平必将大幅度提高，这不...*

做任何工作都应改有个计划，以明确目的，避免盲目性，使工作循序渐进，有条不紊。计划怎么写才能发挥它最大的作用呢？这里给大家分享一些最新的计划书范文，方便大家学习。

**农技推广工作计划 推广工作计划及思路篇一**

公司上市后，管理水平必将大幅度提高，这不仅仅是市场竞争的外在要求，更是自身发展壮大的内在要求。对于市场部来说，全面提升管理水平，与公司同步发展，既是一种压力，又是一种动力。为了完成公司年合同额三十亿的总体经营管理目标，市场部特制订年工作计划如下：

1. 建立直接领导关系

市场部是负责公司信息网络建设与维护、信息收集处理工作的职能部门，接受营销副总经理的领导。市场部信息管理员与各区域市场开发助理之间是一种直接领导关系，即在信息网络建设、维护、信息处理、考核方面对市场开发助理直接进行指导和指挥，并承担信息网络工作的领导责任。

2. 构架新型组织机构

3. 增加人员配置：

(1) 信息管理员：市场部设专职信息管理员3名，分管不同区域，不再兼任其它工作。

(2) 市场开发助理： 省六个办事处共设市场开发助理两名,其它各办事处所辖区域均设市场开发助理一名。

4. 强化人员素质培训

春节前完成对各区域的市场部信息管理员和市场开发助理的招聘和培训，使年新的管理制度实施过程中市场部在人员素质方面有充分的保障。认真选择和慎重录用市场开发助理，切勿滥竽充数。

5. 加大人员考核力度

在人员配置、资源保证、业绩考核等方面对信息网络建立和维护作出实施细则规定，从制度上对此项工作作出保证。建立市场信息管理员定期巡回分管区域指导信息管理工作的考核制度，并根据各区域实际情况和存在的问题，有针对性地加以分析和研究，以督促其在短期内按规定建立和健全信息管理的工作。

6. 动态管理市场网络

市场开发助理与信息管理员根据信息员提供的信息数量(以个为单位)、项目规模、信息达成率、发展下级信息员数量四项指标对信息网络成员进行定期的动态评估。在分析信息员/单位的分类的基础上，信息管理员和市场开发助理应结合信息员的背景资料进行细致地分析，确定其通过帮助后业绩增长的可能性。进一步加强信息的管理，在信息的完整性、及时性、有效性和保密性等方面做好比上一年更好。(详见市场开发助理管理制度)

7. 加强市场调研，以各区域信息成员/单位提供的信息量和公司在各区域的业务进展情况，将以专人对各区域钢结构业务的发展现状和潜在的发展趋势，进行充分的市场调研。通过调研获取第一手资料，为公司在各区域的机构设置各趋合理和公司在开拓新的市场方面作好参谋。

**农技推广工作计划 推广工作计划及思路篇二**

针对市场部的工作职能，我们制订了市场部××年工作思路，现在向大家作一个汇报：

今年重点工作之一建立完善的客户档案，对宾客按签单重点客户，会议接待客户，有发展潜力的客户等进行分类建档，具体记录客户的所在单位，联系人姓名，地址，全年消费金额及给该单位的折扣等，建立与保持同政府机关团体，各企事业单位，商人知名人士，企业家等重要客户的业务联系，为了巩固老客户和发展新客户，除了日常定期和不定期对客户进行销售访问外，在年终岁末或重大节假日及客户的生日，通过电话、发送信息等平台为客户送去我们的祝福。今年计划在适当时期召开次大型客户答谢联络会，以加强与客户的感情交流，听取客户意见。

今年市场部将配合酒店整体新的营销体制，重新制订完善××年市场市场部销售任务计划及业绩考核治理实施细则，提高营销代表的工资待遇，激发、调动营销人员的积极性。营销代表实行工作日记志，每工作日必须完成拜访两户新客户，三户老客户，四个联络电话的二、三、四工作步骤，以月度营销任务完成情况及工作日记志综合考核营销代表。督促营销代表，通过各种方式争取团体和散客客户，稳定老客户，发展新客户，并在拜访中及时了解收集宾客意见及建议，反馈给有关部门及总经理室。

强调团队精神，将部门经理及营销代表的工薪发放与整个部门总任务相结合，强调互相合作，互相帮助，营造一个和谐、积极的工作团体。

接待团体、会议、客户，要做到全程跟踪服务，“全天侯”服务，注重服务形象和仪表，热情周到，针对各类宾客进行非凡和有针对性服务，最大限度满足宾客的精神和物质需求。制作会务活动调查表，向客户征求意见，了解客户的需求，及时调整营销方案。

经常组织部门有关人员收集，了解旅游业，宾馆，酒店及其相应行业的信息，把握其经营治理和接待服务动向，为酒店总经理室提供全面，真实，及时的信息，以便制定营销决策和灵活的推销方案。

与酒店其他部门接好业务结合工作，密切配合，根据宾客的需求，主动与酒店其他部门密切联系，互相配合，充分发挥酒店整体营销活力，创造最佳效益。

加强与有关宣传新闻媒介等单位的关系，充分利多种广告形式推荐酒店，宣传酒店，努力提高酒店知名度，争取这些公众单位对酒店工作的支持和合作。

×年，市场部将在酒店领导的正确领导下，努力完成全年销售任务，开拓创新，团结拼搏，创造市场部的新形象、新境界。

**农技推广工作计划 推广工作计划及思路篇三**

在这一年里，凭借前几年的蓄势，xx公司不但步入了高速发展的快车道，实现了更快的效益增长，而且成功地实现公司股票在上海证券交易所上市。从此，一个xx公司以崭新姿态展现在世人面前，一个更具朝气和活力的、以维护股东利益为己任的xx公司诞生了。

公司上市后，管理水平必将大幅度提高，这不仅仅是市场竞争的外在要求，更是自身发展壮大的内在要求。对于市场部来说，全面提升管理水平，与公司同步发展，既是一种压力，又是一种动力。为了完成公司xx年合同额三十亿的总体经营管理目标，市场部特制订xx年工作计划如下：

市场部是负责公司信息网络建设与维护、信息收集处理工作的职能部门，接受营销副总经理的领导。市场部信息管理员与各区域市场开发助理之间是一种直接领导关系，即在信息网络建设、维护、信息处理、考核方面对市场开发助理直接进行指导和指挥，并承担信息网络工作的领导责任。

(1) 信息管理员：市场部设专职信息管理员3名，分管不同区域，不再兼任其它工作。

(2) 市场开发助理： 省六个办事处共设市场开发助理两名,其它各办事处所辖区域均设市场开发助理一名。

春节前完成对各区域的市场部信息管理员和市场开发助理的招聘和培训，使xx年新的管理制度实施过程中市场部在人员素质方面有充分的保障。认真选择和慎重录用市场开发助理，切勿滥竽充数。

在人员配置、资源保证、业绩考核等方面对信息网络建立和维护作出实施细则规定，从制度上对此项工作作出保证。建立市场信息管理员定期巡回分管区域指导信息管理工作的考核制度，并根据各区域实际情况和存在的问题，有针对性地加以分析和研究，以督促其在短期内按规定建立和健全信息管理的工作。

市场开发助理与信息管理员根据信息员提供的信息数量(以个为单位)、项目规模、信息达成率、发展下级信息员数量四项指标对信息网络成员进行定期的动态评估。在分析信息员/单位的分类的基础上，信息管理员和市场开发助理应结合信息员的背景资料进行细致地分析，确定其通过帮助后业绩增长的可能性。进一步加强信息的管理，在信息的完整性、及时性、有效性和保密性等方面做好比上一年更好。(详见市场开发助理管理制度)

以各区域信息成员/单位提供的信息量和公司在各区域的业务进展情况，将以专人对各区域钢结构业务的发展现状和潜在的发展趋势，进行充分的市场调研。通过调研获取第一手资料，为公司在各区域的机构设置各趋合理和公司在开拓新的市场方面作好参谋。

**农技推广工作计划 推广工作计划及思路篇四**

在将近一年的时间中，经过市场部全体员工共同的努力，使我们公司的产品知名度在河南市场上渐渐被客户所认识，良好的售后服务加上优良的产品品质获得了客户的一致好评，也取得了宝贵的销售经验和一些成功的客户案例。这是我认为我们做的比较好的方面，但在其他方面在工作中我们做法还是存在很大的问题。特对个人销售工作计划分析如下：

下面是公司xx年总的销售情况：

从上面的销售业绩上看，我们的工作做的是不好的，可以说是销售做的十分的失败。在河南市场上，产品品牌众多，天星由于比较早的进入河南市场，产品价格混乱，这对于我们开展市场造成很大的压力。

客观上的一些因素虽然存在，在工作中其他的一些做法也有很大的问题，主要表现在

1)销售工作最基本的客户访问量太少。市场部是今年四月中旬开始工作的，在开始工作倒现在有记载的客户访问记录有xx个，加上没有记录的概括为xx个，八个月天的时间，总体计算三个销售人员一天拜访的客户量xx个。从上面的数字上看我们基本的访问客户工作没有做好。

2)沟通不够深入。销售人员在与客户沟通的过程中，不能把我们公司产品的情况十分清晰的传达给客户，了解客户的真正想法和意图;对客户提出的某项建议不能做出迅速的反应。在传达产品信息时不知道客户对我们的产品有几分了解或接受的什么程度，洛阳迅及汽车运输有限公司就是一个明显的例子。

3)工作没有一个明确的目标和详细的计划。销售人员没有养成一个写工作总结和计划的习惯，销售工作处于放任自流的状态，从而引发销售工作没有一个统一的管理，工作时间没有合理的分配，工作局面混乱等各种不良的后果。

4) 新业务的开拓不够，业务增长小，个别业务员的工作责任心和工作计划性不强，业务能力还有待提高。

一.市场分析

现在河南xx市场品牌很多，但主要也就是那几家公司，现在我们公司的产品从产品质量，功能上属于上等的产品。在价格上是卖得偏高的价位，在本年销售产品过程中，牵涉问题最多的就是产品的价格。有几个因为价格而丢单的客户，面对小型的客户，价格不是太别重要的问题，但面对采购数量比较多时，客户对产品的价位时非常敏感的。在明年的销售工作中我认为产品的价格做一下适当的浮动，这样可以促进销售人员去销售。

在郑州区域，因为xx市场首先从郑州开始的，所以郑州市场时竞争非常激烈的市场。签于我们公司进入市场比较晚，产品的知名度与价格都没有什么优势，在郑州开拓市场压力很大，所以我们把主要的市场放在地区市上，那里的市场竞争相对的来说要比郑州小一点。外界因素减少了，加上我们的销售人员的灵活性，我相信我们做的比原来更好。

市场是良好的，形势是严峻的。在河南xx市场可以用这一句话来概括，在技术发展飞快地今天，明年是大有作为的一年，假如在明年一年内没有把市场做好，没有抓住这个机遇，我们很可能失去这个机会，永远没有机会在做这个市场。

二.工作计划

在明年的工作规划中下面的几项工作作为主要的工作来做：

1) 建立一支熟悉业务，而相对稳定的销售团队。

人才是企业最宝贵的资源，一切销售业绩都起源于有一个好的销售人员，建立一支具有凝聚力，合作精神的销售团队是企业的根本。在明年的工作中建立一个和谐，具有杀伤力的团队作为一项主要的工作来抓。

2) 完善销售制度，建立一套明确系统的业务管理办法。

销售管理是企业的老大难问题，销售人员出差，见客户处于放任自流的状态。完善销售管理制度的目的是让销售人员在工作中发挥主观能动性，对工作有高度的责任心，提高销售人员的主人翁意识。

3) 培养销售人员发现问题，总结问题，不断自我提高的习惯。

培养销售人员发现问题，总结问题目的在于提高销售人员综合素质，在工作中能发现问题总结问题并能提出自己的看法和建议，业务能力提高到一个新的档次。

4) 在地区市建立销售，服务网点。

根据今年在出差过程中遇到的一系列的问题，约好的客户突然改变行程，毁约，车辆不在家的情况，使计划好的行程被打乱，不能顺利完成出差的目的。造成时间，资金上的浪费。

5)销售目标

今年的销售目标最基本的是做到月月有进帐的单子。根据公司下达的销售任务，把任务根据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销售人员身上，完成各个时间段的销售任务。并在完成销售任务的基础上提高销售业绩。我认为公司明年的发展是与整个公司的员工综合素质，公司的指导方针，团队的建设是分不开的。提高执行力的标准，建立一个良好的销售团队和有一个好的工作模式与工作环境是工作的关键。

**农技推广工作计划 推广工作计划及思路篇五**

9月份， 随着我部门太阳能产品市场份额的不断扩大,结合本月份的销售情况,考虑到我们面对的客户群体与季节要素,根据研发部的新品的不断推出，本部门做出20xx年10月份的如下销售工作计划:要狠抓销售的质与量;剖析并细分市场;有效利用公司的品牌形象和资源优势，掌握客户的物质和心理需求，从细节抓起全力以赴，以销售工作带动我司的品牌运作。

1. 9月份工作回顾

根据9月份最后一周的新品发布效果总结，市场反映出来的问题如下：

1.1 业绩完成情况

时间：20xx年9月15日~20xx年9月30日

1.2 市场方面

1.1.1 客户沟通：

(1) 工作总结: 我司做太阳能水泵已做了4年，是环保节能产品，这方面客户已 经比较固定，可以继续推广市场，增加客户源。针对目前开发的一些新的太 阳能应用产品。比如太阳能增氧泵和太阳能电池充电器。这些产品目前还没有推广开来，需要持续的推广。多喝客户沟通，了解产品的各项性能，在了 解市场的基础上开发市场。

(2) 问题：1. 每个客户的需求都有所不同，有的需要小巧和轻便的低价产品，有的比较喜欢高端产品。

2. 产品一些方面的要求,比如太阳能充电器可以 既充5号电池又可 以充7号电池。

3. 和客户的沟通也是一个问题，要经常和客户沟通，了解客户的意向。

(特别是很久没有出货的客户的联系)

1.1.2 客户群体分析： 目前分为外贸和零售。主要是批量销售。

2. 六月份工作重点及目标

总目标(不排除特殊干扰因素)： 新产品20套。

2.1 市场方面

2.1.1 加大推动公司新的宣传力度，把新公司的形象和宗旨展现和推广出来。

2.1.2 加大与老顾客以及固定顾客的交流，积极开展与新顾客的沟通工作。见客户之前要多了解客户的状态和需求，再做好准备工作

2.1.3 进一步做好畅销产品的统计分析，收集资料信息。

2.1.4 在日常工作中多留意各种客户群体的心理及意见评价，收集资料信息。

2.2 管理方面

2.2.1 认真做好单据和文件管理工作。

2.2.2 严格规范产品进出库流程。

2.2.3 做好客户的统计分析。

**农技推广工作计划 推广工作计划及思路篇六**

一、信息网络管理

1.建立直接领导关系

市场部是负责公司信息网络建设与维护、信息收集处理工作的职能部门，接受营销副总经理的领导。市场部信息管理员与各区域市场开发助理之间是一种直接领导关系，即在信息网络建设、维护、信息处理、考核方面对市场开发助理直接进行指导和指挥，并承担信息网络工作的领导责任。

2.构架新型组织机构

3.增加人员配置：

(1)信息管理员：市场部设专职信息管理员3名，分管不同区域，不再兼任其它工作。

(2)市场开发助理：浙江省六个办事处共设市场开发助理两名,其它各办事处所辖区域均设市场开发助理一名。

4.强化人员素质培训

春节前完成对各区域的市场部信息管理员和市场开发助理的招聘和培训，使xx年新的管理制度实施过程中市场部在人员素质方面有充分的保障。认真选择和慎重录用市场开发助理，切勿滥竽充数。

5.加大人员考核力度

在人员配置、资源保证、业绩考核等方面对信息网络建立和维护作出实施细则规定，从制度上对此项工作作出保证。建立市场信息管理员定期巡回分管区域指导信息管理工作的考核制度，并根据各区域实际情况和存在的问题，有针对性地加以分析和研究，以督促其在短期内按规定建立和健全信息管理的工作。

6.动态管理市场网络

市场开发助理与信息管理员根据信息员提供的信息数量(以个为单位)、项目规模、信息达成率、发展下级信息员数量四项指标对信息网络成员进行定期的动态评估。在分析信息员/单位的分类的基础上，信息管理员和市场开发助理应结合信息员的背景资料进行细致地分析，确定其通过帮助后业绩增长的可能性。进一步加强信息的管理，在信息的完整性、及时性、有效性和保密性等方面做好比上一年更好。

7.加强市场调研，以各区域信息成员/单位提供的信息量和公司在各区域的业务进展情况，将以专人对各区域钢结构业务的发展现状和潜在的发展趋势，进行充分的市场调研。通过调研获取第一手资料，为公司在各区域的机构设置各趋合理和公司在开拓新的市场方面作好参谋。

二、品牌推广

1、为进一步打响“杭萧钢构”品牌，扩大杭萧钢构的市场占有率，xx年乘公司上市的东风，初步考虑四川省省会成都、陕西省省会西安、新疆维吾尔自治区首府乌鲁木齐、辽宁省会沈阳、吉林省的长春、广东省会广州、广西壮族自治区首府南宁以及上海市举办品牌推广会和研讨会，以宣传和扩大杭萧钢构的品牌，扩大信息网络，创造更大市场空间，从而为实现合同翻番奠定坚实的市场基础。

2、在重点或大型的工程项目竣工之际，邀请有关部门在现场举办新闻发布会，用竣工实例展示和宣传杭萧钢构品牌，展示杭萧钢构在行业中技术、业绩占据一流水平的事实，树立建筑钢结构行业中上市公司的典范作用和领导地位，使宣传工作达到事半功倍的效果。

3、进一步做好广告、资料等方面的宣传工作。在各个施工现场制作和安装大型宣传条幅或广告牌，现场展示企业实力;及时制作企业新的业绩和宣传资料，补充到投标文件中的业绩介绍中和发放到商各人员手中，尽可能地提升品牌推广的深度和力度。

4、加强和外界接触人员的专业知识培训和素质教育工作，树立良好的企业员工形象和先进的企业文化内涵，给每一位与杭萧钢构人员接触的人都能够留下美好而深刻的印象，从而对杭萧钢构及钢结构有更清晰和深层次的认识。

三、客户接待

1、督促全体人员始终以热诚为原则，有礼有节地做好各方面客人的接待工作，确保接待效果一年好于一年。

2、在确保客户接待效果的提前下，将尽可能地节省接待费用，以降低公司的整体经营成本，提高公司利润水平。

3、继续做好来访客户的接待档案管理工作，将潜在顾客和合同顾客的档案分类保存，准确掌握项目进程，努力配合商务部门和办事处促成项目业务。

4、调整部门人员岗位，招聘高素质的人员充实接待力量。随着业务量的不断扩大，来访客户也日渐增多，市场部负责接待的人员明显不足。为了适应公司业务发展的需要，更好地做好接待工作，落实好人员招聘工作也是一件十分重要的事情。

四、内部管理

1、严格执行c版质量管理体系文件和管理体系标准文件，严格实施“一切按文件管理，一切按程序操作，一切用数据说话，一次就把工作做好”战略，使市场部逐步成为执行型的团队。

2、进一步严格按照股份公司和营销系统所规定的各项要求，开展本部门的各项工作管理，努力提高管理水平。

3、充分发挥本部门各岗位人员的工作积极性和主动能动性，强调其工作中的过程控制和最终效果。提高他们的工作责任性和工作质量。严格按照相应的岗位职责实行考核制。

4、一切从公司大局出发，强调营销体系一盘棋。积极做好协调营销系统各部门之间的联系与协调工作，从而提高营销系统整体战斗力，为完成20xx年的业绩目标做好质的服务工作。

**农技推广工作计划 推广工作计划及思路篇七**

在即将迎来的xx公司营销年，市场部将不断升级提高市场研究工作职责及工作架构，使其不断深化、细化，在找准自身定位的基础上切实发挥应有的作用。

目前市场部市场研究工作除对项目进行针对性市调工作报告外，主要包括在售项目定期销售分析报告、主要城市月度市场研究报告、典型企业专题研究报告等方面。今后可适时拓展研究层面及研究范围。增加全国房地产定期研究报告、特定产品定期研究报告、推广媒体定期研究报告等形式。将研究地理范围从项目所在区域、主要城市拓展至全国，将研究层面从项目、宏观市场拓展至产品、营销推广等层面。

。目前市场研究局限于行业宏观政策、销售市尝土地市场等层面。未来应向产品、营销推广策略及手法、客户需求专题分类研究等方向发展。

除进行专业市场研究工作为领导提供参考建议外，同时也应从本职工作及专业角度出发，积极参与到新项目前期市场定位、产品规划、项目营销策略、推广策略、销售执行等方面提出系统性专业建议，为领导决策提供必要的前瞻性意见，减轻后期销售压力，尽量避免重复性错误及问题。同时对项目全程策划提供整体销售支持，从拿地——前期立项及规划设计——中期开工至开盘——后期销售阶段，提出专业区域研究、产品可行性研究、市场预测、销售分析等各层次各方面全方位支持。

通过在公司内刊>设立市场专栏。活跃公司企业文化，提升公司员工专业能力及市场敏感度，拓展公司品牌影响力。每期提供1-2篇专业市场分析文章，使公司全体员工提升其专业信息量、并在不同层面对市场动态激发不同层次的思考及借鉴。

**农技推广工作计划 推广工作计划及思路篇八**

现状：随着网络购物的流行，越来越多的人加入了淘宝卖家的行列，作为淘宝新店，不但要面临强大的前辈，，还有优秀的同期，说不定后起之秀也会奋起直追，竞争之激烈不可言喻，只有从中脱颖而出才能占有一席之地，推广就是脱颖而出的办法，那么淘宝新店如何做推广呢？

首先，由于时间和经验的关系，我所做的这份淘宝店推广策划书难免有各方面的错漏或者方案不行，这就要以后看推广的效果和体现，希望大家能在这个基础上提下意见！

一、针对淘宝店存在问题以及可以优化的地方：

1、觉得如果可以的话，购买一个比较合适于家具方面的模板，客户对你的店的第一印象要好才能和你做得下生意，分析过淘宝上做酒店家具大部分卖家信用高的店铺，业务量多的都是选择一款适合自己公司产品定位的较为简约型模板

2、个人觉得在店铺名称上要优化一下，在淘宝上用“酒店家具”为关键词搜索店铺，是在第5页之后都还没找到店的，分析过排名在前的店名都有“酒店家具”关键词，并且主营关键词方面大概率出现“酒店，新古典家具，欧式家具，家具定制，家具实木，餐椅，餐桌，吧椅”等关键词

3、网店首页的制作，应该含店标、公告等必备的图片或者flash尽可能在标题图片中展示出店铺的风格、特色等。选择一些比较漂亮的商品图片来装饰页面，而这些商品就是有销售潜力的商品，畅销产品等等

4、产品展示的图片尺寸尽量一致，给客户的感觉是一看上去一目了然

5、图片：要清晰、美观，最重要的是要准确，尽可能与实物接近，避免交易中会产生纠纷。有可能的话，在图片上加上自己标志或水印，让图片更个性化，也可以通过图片介绍自己的品牌，产生广告效应。

6、宝贝描述：准确、完整的描述可以让买家更多地掌握信息，从而节省卖家很多与买家沟通的时间。可以将描述适当地生动化，从而让商品的成交率更高。要有3、4张产品图片（正面、侧面、背面等），细节图6张上下（产品尺寸、管材、布料、椅脚等）

7、店铺基本设置中的店铺简介：【掌柜签名】公司或店铺名/【店铺动态】新品上市、促销、活动等【/主营宝贝】板鞋登山鞋滑板鞋旅游鞋跑鞋透气男鞋运

动鞋

8、广告：在商品的界面制作中，千万不能忘了为店铺的其他物品做宣传。可以通过flash、店铺推荐、关联物品促销等手段，让浏览物品的买家可以看到更多的店铺中的商品。

9、掌柜推荐，橱窗推荐等推荐畅销，尽量避免与同行同质化的产品

10、商品的命名策略：1)、必须包含物品的真实名称2)、尽量把商品的特色、优点放进名称中3)、选择一些同类物品中热门的关键字放进去，提高商品在买家搜索时的曝

11、建设友情链接：

1)、友情链接等于借用人家的店铺来为你的店铺免费做广告，特别是那些浏览量特别大的店铺，很多人在进行浏览的时候，一不小心就看到了你的店铺。

2)、很多卖家需要变成买家的时候，很有可能首先去链接或收藏那里找，并会优先考虑那些卖家。所以我们尽可能多的把自己店铺的友情连接给弄满，这样给买家的感觉也是非常好的，觉得你这个店有信赖感

二、免费推广：

1、利用博客来宣传网店

2、淘宝网内部社区发帖，回帖发帖和回帖的质量要高，没有启发性的、没有建设性的、缺乏系统性的内容，或者灌水，都是白白浪费时间

3、使用银币抢广告位，精华帖、帖子的评论量很大，都会奖励一定数额的银币，银币越多，抢到广告位的机会越大，次数也越多

4、利用微博宣传网店

5、搜搜问问，百度知道，贴吧等去与家具相关的地方去回答问题和讨论

6、论坛软文，发邮件广告

7、利用淘宝的bbs资源有空常发贴，站内信，留言，商品留言多回复

8、群发信息，利用旺旺，qq，msn等聊天工具给别人发广告，要适度

9、交易结束及时联系，售后服务要跟进

10、去一些网站推广，例如百万网店，诚信网店，找店铺等

11、去视频网站制作视频，介绍产品，推广，增加影响力

12、登录各大搜索引擎

13、利用旺旺上的状态信息

14、充分利用宝贝上架的时间差，让自己的宝贝占据最重要位置

15、如果条件允许，一定要加入淘宝商盟，增加曝光率和提高知名度

16、多更新商品信息，这样可以提高被搜的几率

17、加入淘宝帮派，分享更多的产品

三、付费推广

1、淘宝客推广

2、直通车推广

3、加入消保

4、阿里妈妈推广活动

5、钻石展位、卖家第三方服务等推广

6、购买广告位推广

前面推广方法效果良好，店铺流量增大，成交率稳步上升，信用增加情况下，可以考虑多参加促销活动，特价活动，在传统节假日多搞优惠活动，参加一元起拍，会员折扣制度，参加群拍卖，发红包，抵价卷，送小礼物等等，吸引流量，发掘潜在客户

**农技推广工作计划 推广工作计划及思路篇九**

策划背景:

借助于平安夜这个特别的时刻以及具有较高人流量的游乐场，集天时、地利、人和这三方面的有利因素，开展针对某知名高级蛋糕品牌的产品与品牌推广活动。

产品定位:低调的奢华

推广目的:

加强品牌与客户之间的沟通;提高品牌知名度;收集市场信息;提高产品销量;

1、推广方式:现场参与活动，品牌与产品互动

2、推广对象:情侣、夫妻

3、推广引入:以爱情为诉求点

活动策划方案:

活动主题:品一份，温馨而浪漫的爱

从游乐场入门到品牌活动现场的设计:

在游乐场入口安排几个身穿统一白色服装的工作人员(称为爱的天使)，给所有入场的情侣们派发爱的通行证(一个制作精美的宣传小卡片，上面注有品牌推广现场活动的场地、时间、内容等信息安排，并在设计精美的品牌广告图片为卡片背景);倘若不想安排工作人员派发，亦可以在入门处的显眼位置设几个布置特别的、具有节日和品牌产品特色宣传点，让情侣前来自取。

塑造品牌特色的宣传设计:

把部分写有浪漫爱情故事的圣诞小卡片，分别提前放在游乐场内各个具有浪漫情调的地方(如在花从中，在树上，在湖边，在小屋内等)，在活动当天发现这张神秘卡片的情侣，即可到指定活动现场领取属于由公司特别制作的平安夜蛋糕(m)一份，此环节主要是为品牌营造一种浪漫、惊喜的神秘色彩，卡片的数量可由主办方根据推广活动的规模大小情况而定;

与游乐场主题活动的宣传设计:

游乐场的音乐会和狂欢派对的现场布置可以放宣传蛋糕品牌的展板、气球、海报

等舞台布置，另外在节目中穿插一些活动环节，比如:现场抢答，回答关于蛋糕制作的问题，关于爱情的问题等等;由\"爱的天使\"在台下送出一张圣诞蛋糕的领取卷;安排一个优美动人的节目来演绎出所推广的品牌蛋糕的美与内在蕴涵的味道;

活动现场活动的宣传设计(雪地旁):

在人工造雪场旁的场地中，适宜开展一些有趣浪漫并适合情侣玩的现场游戏(例如:几对情侣分别男女各绑一只脚，中加夹着一个心形气球，一起从比赛场地的一头走到另一头，最快到达目的地且气球不破者取胜(可以获得一支玫瑰和一张蛋糕领取卷，在另一个活动场地可换取);其它活动参考:几对情侣分别站立对着吃一只用绳子掉起来的红苹果，最快吃干净的情侣取胜;或者是，几对情侣中的一方分别拿到一张主办方提供的小纸条，女方把看到的字写在对方手心上，只能写一遍，说出者犯规，男方需要猜出写下的字并告诉主持人，猜对者取胜;还可以是，几对情侣中的男女任意选出一方，对着图片比赛做蛋糕，材料需提前准备，最终做得最快最漂亮者取胜。(取胜者均获得一支玫瑰和一张蛋糕领取卷，在另一个活动场地可换取)

活动现场的宣传设计(与客交流):

现场内播放柔和而优美的轻音乐，以使得到现场的人能够感受到一种浪漫的爱的氛围，同时和蛋糕的高雅品牌内涵相吻合，一曲曲音乐似乎在低声地讲述着一个个动人的爱情故事，场地内设置展台可以展示精美的诱人蛋糕并写上没款蛋糕的介绍，到现场的观赏者可以获得一张圣诞爱情纪念卡(卡的一半可以写许愿内容和名字，另一半可以在下次到连锁店购买蛋糕时获赠精美小礼品)，场地旁边布置两棵美丽的圣诞树，情侣们在卡片上写下自己的爱情愿望并系在树上，增添浪漫的色彩。)

与此同时，还可以邀请现场顾客填写简单的调查问卷以及对品牌的评价或意见等信息。另外，前面2、3、4、5点所涉及到的所有活动最终都是为了把顾客吸引到品牌推广的活动现场，加深对品牌蛋糕的了解。

现场还可以通过lcd电视或展板标明24:00点将在此举办平安夜爱的主题活动\"谢谢你的爱!\"24:00的活动，如场地能同时容纳30人以上，可以主持一些现场\"真爱大告白\"的活动，让情侣们彼此说出自己对对方的爱。又或者以抽奖的形式，让抽到奖的情侣说出自己爱情中最浪漫的事情;让\"爱的天使\"教大家用手语表达\"我爱你\";给现场的客人每人发一个氢气球，情侣双方在气球上写下\"爱的誓言\"，在24:00整，主持人的主持，一同放飞气球，以天空作证情侣间的爱情。

方案说明:

1、因为蛋糕的高级定位，因而在价格上也会高于普通蛋糕，如何结合蛋糕的特色卖出高端的价值，一方面是制造机会让客户亲自品尝到其特别之处，另一方面，也需要让客户了解到品牌的内涵，从而钟情于它。

2、在所有的客户群中，情侣和夫妻是最有大可能的潜在购买者，一方面，平安夜到游乐场的人群以青年和中年男女居多，另一方面，为了表达一份真挚的爱情，人们可以不惜代价，因此蛋糕的价格一般情侣都可以接受。只要能营造出这种氛围，蛋糕在平安夜的意义，如同玫瑰在情人节的意义。

3、活动的所有设计，都围绕着浪漫温馨的主题，而这是最所有情侣们所希望感受到的，以此加深此类客户对品牌蛋糕的钟情，有利于以后的销售。

最后，希望贵司与蛋糕品牌成功合作，在平安夜推出这个让人期待的而心动的产品。

**农技推广工作计划 推广工作计划及思路篇十**

20xx年公司成立市场部，它是公司探索新管理模式的重大变革。但在经过一年之后，市场部成为鸡肋，嚼之无味，弃之可惜;市场部除了做了很多看起来似是而非的市场活动，隔靴搔痒的市场推广，就是增加了很多直接或间接的费用，而看起来对市场没什么帮助。

但在公司领导高层的支持和我们不断地学习中，在后几个月的工作中也探索我们的生存和发展之路，在与各分公司的市场活动，公司资源整合过程中，不断进步。

1、明确工作内容

首先就必须让市场部从围绕销售部转、担当销售内勤的角色中快速转变过来，从事务型的办公室职能里解脱出来，真正赋予市场部战略规划、策略制定、市场调研、产品开发等基本的岗位职能，以消费者需求为中心，根据不同的市场环境，对市场运作进行策划及指导。

2、 驻点营销

驻点市场的推行既锻炼、提升市场部人员自身，又贴身服务了一线业务人员，市场部只有提供了这种贴身、顾问、教练式的全程跟踪服务，市场部才能彻底改变一线人员对其的片面看法。

市场部驻点必须完成六方面的工作：

a、通过全面的调研，发现市场机会点，并针对性地拿出市场提升方案;

b、搜集竞争品牌产品和活动信息，捕获市场消费需求结合行业发展趋势，提出新产品的开发思路;

c、指导市场做好终端标准化建设，推动市场健康稳定发展;

d、针对性地制定并组织实施促销活动方案，对市场促销、费用及政策使用情况进行核查与落实，发现情况及时予以上报处理。

e、及时全面宣贯公司政策，提升一线人员的战斗力;

f、在市场实践中搜集整理亮点案例，重点总结出方法和经验，及时推荐给市场复制。

**农技推广工作计划 推广工作计划及思路篇十一**

我所从事电脑销售工作已经有一年多的时间了，这一年多以来我开拓了许多陌生业务，从中获得了许多宝贵的经济，现在我已经完全的融入到了这个集体里。虽然在这一年的工作中我们也有许多的不足之处，但都想尽各种办法解决了。对下一年的工作我也制定了电脑销售工作计划范文：

我首先想到的是要降低成本，应该采取的主要措施有：进一步拓宽进货渠道，寻找多个供货商，进行价格、质量比较，选择质量好价格低的供货商供货;勤俭节约，节省开支、避免浪费，工程方案设计要合理;内部消耗降低，日常费用开支、水、电、日常办公耗材尤其是纸张、车辆开支要节俭等问题。

其次也是最重要的部分-----培养意识，服务意识的加强、竞争意识的树立、市场创造意识的培养。我们是以服务为主的公司，可以借助服务去赢得市场，赢得用户的信任。同事之间，企业之间时时刻刻竞争都存在，自己业务水平不提高会被公司淘汰，企业不发展将会被社会淘汰。近几年，耗材市场竞争比较激烈，今年形势将更加严峻。

业务水平和员工素质的提高至关重要，关系到整个企业的发展与命运。业务水平的高低影响到办事的工作效率;员工素质的高低直接影响到企业的社会地位和社会形象。只有具有一支高素质、技术水平过硬的队伍的企业才会有进步、有发展。加大宣传力度也是市场开发一种重要手段和措施。。收集整理

一、销售部获得利润的途径和措施

销售部利润主要来源有：计算机销售;电脑耗材;打印机耗材;打复印;计算机网校等和计算机产业相关的业务。今年主要目标：家庭用户市场的开发、办公耗材市场的抢占。针对家庭用户加大宣传力度，办公耗材市场用价格去竞争、薄利多销。建立完善的销售档案，定期进行售后跟踪，抢占办公耗材市场，争取获得更大的利润。这里也需要我们做大量的工作，送货一定及时、售后服务一定要好，让客户信任我们、让客户真真切切的享受到上帝般的待遇。

能够完成的利润指标，\*万元，纯利润\*万元。其中：打复印\*万元，网校\*万元，计算机\*万元，电脑耗材及配件\*万元，其他：\*万元，人员工资\*万元。

二、客户服务部获得的利润途径和措施

客服部利润主要来源：七喜电脑维修站;打印机维修;计算机维修;电脑会员制。2xx年我们被授权为七喜电脑授权维修站;实创润邦打印机连锁维修站，所以说今年主要目标是客户服务部的统一化、规范化、标准化，实现自给自足，为来年服务市场打下坚实的基础。能够完成的利润指标，利润\*万元。

三、工程部获得的利润途径和措施

工程部利润主要来源：计算机网络工程;无线网络工程。由于本地网络实施基本建成，无线网络一旦推广开来可以带来的利润点，便于计算机网络工程的顺利开展，还能为其他部门创造出一个切入点，便于开展相应的业务工作。今年主要目标也是利润的增长点-----无线网，和一部分的上网费预计利润在\*万元;单机多用户系统、集团电话、售饭系统这部分的利润\*万元;多功能电子教室、多媒体会议室\*万元;其余网络工程部分\*万元;新业务部分\*万元;电脑部分\*万元，人员工资—\*万元，能够完成的利润指标，利润\*万元。

在追求利润完成的同时必须保证工程质量，建立完善的工程验收制度，由客户服务部监督、验收，这样可以激励工程部提高工程质量，从而更好的树立公司形象。

四、在管理上下大力度、严格执行公司的各项规章制度、在工作效率、服务意识上上一个层次，树立公司在社会上的形象。

对那些不遵守公司规章制度、懒散的员工决不手软，损坏公司形象的一定严肃处理。

五、要建立一个比较完善、健全的管理运行体系。

1、从方案的设计、施工、验收、到工程的培训这一流程必须严格、坚决地贯彻执行，客户服务部要坚持不验收合格不进行维修的原则。

2、尽量创造出一些固定收入群体，如计算机维修会员制、和比较完备的设备维修收费制度，把一些比较有实力、有经济基础的企事业单位、委办\*变成我们长期客户，

3、对大型客户要进行定期回访，进行免费技术支持，建立一个比较友好的客户关系。要利用各种手段、媒体，如利用我们自己的主页把公司的收费标准公布出去、从领导到每位员工要贯彻执行。

4、服务、维修也能创造利润。近几年工程越来越少、电脑利润越做越薄、竞争越来越激烈，我们可以从服务、维修创造利润，比较看好的有保修期以外的计算机维修市场、打印机维修市场等。

六、创造学习的机会

不断为员工提供或创造学习和培训的机会，内部互相学习，互相提高，努力把\*公司建成平谷地\*计算机的权威机构。

职工培训工作是人力资源开发、干部队伍建设与企业文化建设的重要内容，通过培训，可以统一目标、统一认识、统一步调，提高企业的凝聚力、向心力和战斗力。树立学习风气，不懂得要问，不会的要学。

培训内容：

一、爱岗敬业：回顾历史、展望未来，了解企业的光荣传统与奋斗目标，增强使命感与责任感，培养主人翁意识。

二、岗位职责：学习公司制度、员工纪律，明确岗位职责、行为规范。

三、岗位技能：学习从业技能、工作流程及在岗成才的方法。

培训方式：

1、公司内部定期不定期安排员工培训。

2、积极参与中心或公司组织的管理人员、技术员和全体员工的培训活动。

3、培训目标：为员工在岗成才创造条件，为企业提供员工积累。

我们是一个团结的集体，具有团队精神的集体，变成一支能够打硬仗的队伍。每个部门、每位员工，岗位明确，责任到人，个人奖金与部门效益直接挂钩。这样一来我们应该既有压力又要有信心，没有信心就不会成功，没有压力就不会使人在各个层面进步、提高。

同志们，时间是有限的、尤其是从事我们这个行业的，计算机技术的发展日新月异，一天不学习就会落后，因此现在我们在座的每位职工都应该要有树立时间意识、竞争意识，引用xx大精神里的一句话就是要“与时俱进”。

公司各个部门应互相配合相互协作、按时按量、完成领导交给我们的各项工作任务，努力去实现本次大会制定的12万利润指标。

今后怎么办，我想，绝不能辜负信息中心的各位领导和\*30名职工对自己的殷切期望和支持，一定要努力做到以下两点：

1、放下包袱，抛开手脚大干，力争当一名合格的副经理

其工作职责就是开拓市场和\*公司的业务，在工作之中一定要严格要求自己、树立自己正确的人生观和价值观、顾全大\*，把公司的利益看得高于一切。绝不干有损于形象的事情。

2、努力学习，提高素质，提高工作能力，和业务水平，为把建成在平谷地\*规模最大、品种最全、最具有权威性的it企业而努力。我会努力配合各个部门制定的利润指标，请各位领导和在座的每位员工进行监督。

以上是在关于电脑销售方面的工作计划，请各领导过目。

**农技推广工作计划 推广工作计划及思路篇十二**

20xx年下半年的工作指导思想是：继续贯彻公司年初制订的“以提升公司综合竞争力和综合价值为宗旨，集中精力抓创利，坚定不移压费用“的指导方针，集中资源推进优势创利业务，积极培育新的利润增长点。

20xx年下半年的工作思路：继续集中公司资源开展固定收益、经纪、投行三大主要创利业务，确保超额完成全年经营指标;同时加强创新研究，积极推进收购兼并与资产治理业务，培育新的赢利点，为x年实现跨越式发展奠定扎实的基础。

20xx年下半年的经营目标是：下半年实现总收入20，074万元。其中：经纪业务总部实现收入13，989万元;固定收益总部实现收入2，500万元;投资银行总部实现收入1，780万元;企业融资部实现收入680万元;证券投资部实现收入1，125万元。

下半年主要工作安排

(一)加快推进增资扩股工作，为争取创新试点券商创造条件

抓住证券行业价值回升的有利时机，加大公司推介的力度，加快与有意向的投资机构洽谈的进度，积极与现有股东和监管机构进行沟通，推动增资扩股工作进入实质性阶段，争取在年内实现突破;同时继续全力应对有关诉讼案件，为争取创新试点券商创造条件。

(二)继续推进优势创利业务的大力发展

1、经纪业务

下半年实现营业收入13，989万元;客户托管资产总量达到160亿元，市场占有率达到8‰。

下半年要以提高客户价值为宗旨，以推动经纪业务的健康、可持续发展为重点。一方面以风险控制确保业务健康发展，另一方面，通过多样化赢利模式的探索，逐步改变经纪业务“靠天吃饭”的局面，获得稳定的收入来源，减少收入的波动性，成为公司稳定的赢利来源。

巩固地区优势，提高市场占有率。完善落实经纪业务准事业部制的考核、激励体系和治理制度，对营业部的经营治理绩效进行定期跟踪、分析和督导，让业务人员“走出去、动起来”。在加强客户资产盘活、提高现有客户价值量的同时，绝不能抱定仅守住现有客户的心态，而应大力开拓新的客户资源，增加客户存量，优化客户结构。非凡在占有垄断优势的xx地区，要加大机构客户开发力度，通过持续的区域营销活动开拓新客户。

大力推进客户分类治理，提供分层次针对性的咨询服务。通过客户分类，分析不同类型客户的需求，通过与研究所、资产治理部和其他部门合作，设计和提供针对性的咨询服务。一方面完善资讯产品品种、内容和形式，重点加强针对高端客户的核心资讯开发;另一方面，要借助信息技术的支持，建设公司级的咨讯服务平台，实现资讯共享、实时发布，将人工、短信、电子邮件、纸张等形式的传播渠道进行整合，建立多样化、差异化的咨询服务体系。

加强新产品、新业务的研究与培训，构建综合销售平台。不断丰富经纪业务的产品线，提高对新业务的快速反应能力。充分利用合作优势，加强基金产品的培训、推介，继续加大基金产品的销售力度;探索权证、etf、股指期货等新产品的营销和服务方法并大力推广;对市价委托等交易制度创新要保持高度的敏感，加强跟踪、消化;积极协助总部业务部门开展企业融资、财务顾问、债券分销等业务，将营业部打造为地区的产品销售中心和综合业务开拓的分支机构。

推动客户经理制，打造销售队伍。推行经纪人制度是行业发展的大势所趋，经纪业务要认真研究行业内实施经纪人制度的经验和教训，探索适合公司的销售队伍建设模式，推动部分营业部的客户经理制试点，逐步完善客户经理招募、培训、治理、支持的体系，为建立一支具有适度规模和较强开拓能力的销售队伍打好基础。

2、固定收益业务

下半年实现业务收入2500万元，完成国债承销量60亿元，国开行金融债完成45亿元。

继续强化企业债主承销项目的开发力度。加大对企业债项目开发的战略投入，充分利用公司在部分地区的资源优势，推动与投行、并购、研究等部门的协作开发，并加强与外部机构的合作，争取在年内完成1-2家主承销的发行，实现业务收入1000万元，并增加3-4个储备项目。

探索内部报价机制，进一步挖掘债券撮合业务的潜力。通过例会制度、交易员手记及互联网群组会议模式等方式，在部门内部建立交易信息的沟通渠道，探索内部报价机制，提高撮合交易的成功率，提升撮合业务的创利能力，实现银行间债券市场现券交易实现差价收入1500万元。

加强项目和客户的储备工作。积极探索适合业务发展与竞争需要的客户开发和治理手段，建立多层次的客户维护模式，有计划有针对性地开发新客户，下半年要新增10家左右的核心客户。

加强创新研究，探索新的业务机会。随着债券收益率不断上升，债券市场的风险得到很大释放，未来投资机会开始增加，同时，债券市场创新产品与交易手段不断推出，短期融资券、资产证券化等新产品日益丰富，国债期货等新型交易方式也在酝酿之中。固定收益证券总部要密切跟踪市场的发展动态，加强创新研究，探索新的业务机会和赢利模式，拓宽赢利渠道。

积极推进固定收益证券研究中心建设，加快中国固定收益证券网的完善与推广工作。适度增加研究投入，继续提高研究报告的准确性、实效性，增加研究中心的曝光率，提高市场认同度和知名度。加快中国固定收益证券网的改版工作，丰富网站的资讯内容，并通过举办活动等形式扩大网站影响，推动固定收益品牌建设和业务发展。

3、投行业务

下半年，投资银行业务合计完成营业收入2，460万元。

ipo和再融资业务并举，完成投行业务重心转移。随着股改进入尾声，市场融资功能恢复，投行业务的主战场转向以企业融资为主的业务领域，全流通的市场环境也促进了投行业务由单一化向多元化转变。投行业务部门要将各项资源配置到ipo、再融资等业务，密切跟踪证券发行市场的政策和规则变化，加强学习、培训，加快现有项目的跟进完成。

加大核心客户开发力度，提高项目储备数量和质量。以为基地，选定3-4个重点省份区域，整合固定收益、研究、并购等部门的资源进行重点开发，培养一批核心企业和优势项目，力争做实做透xx市场，在其他区域实现业务突破，初步确立投行业务在重点地区的竞争优势。完成3-4家ipo材料上报，2-3家再融资跟进并争取达成协议，9家股改项目操作完毕。

加强投行业务后台建设和人才储备。进一步完善业务质量控制的执行机制，优化风险控制治理架构;调整内核委员，加强发行内核小组的风险控制功能;设立销售部门，建立公司承销业务销售网络。同时，积极引进专业人才，充实投行业务队伍，解决保荐人数量对投行业务发展的制约问题，争取保荐人数量从现有的6人增加到10人左右。

4、自营投资业务

下半年，完成营业收入1125万元，实现利润906万元。

下半年，证券投资部要在严格执行公司有关风险控制和投资决策制度的前提下，根据市场的新变化和出现的新机会，加强新产品研究，积极探索多元化的二级市场运作模式，对公司投入的5000万自营资金科学规划，进行合理的资产配置，确保年底取得较好的投资业绩。

5、研究业务

进一步加强公司内部研究资源的整合，以研究带动业务发展。公司研发中心、固定收益、投行、经纪、投资和资产治理等部门都具备研究力量，各有侧重和优势，公司尝试对研究资源进行整合，上半年取得了较好的效果。要继续推动研究合作的机制建设和组织结构创新，进一步理顺研究体系。加快研究与业务的融合，完善部门间协调运作机制，探索研发中心对业务部门的服务模式;建立互动沟通渠道，加强研究成果在公司各业务部门和营业部的推广力度。研发中心要从为业务部门提供研究支持，逐步上升到引导业务开发、参与业务开发。

在重点行业实现突破，树立研究品牌。巩固现有的大能源板块的研究力量，增加实地调研活动，继续进行纵深的研究，并加强与同业、机构客户和媒体之间的交流，以大能源领域的研究为突破口，树立品牌研究员，打造公司的特色研究品牌。

加强研究团队的建设。下半年要进一步引进研究业务骨干，充实研究力量，提升研究水平。

**农技推广工作计划 推广工作计划及思路篇十三**

一、市场部年度工作计划：

1、制定年度营销目标计划以及各档期dm海报的制作。

2、建立和完善营销信息收集、处理、交流及保密系统

3、对竞争者促销手段的收集、整理和广告策略、竞争手段的分析。

4、制定卖场企划策略。(新开店的气氛打造以及已开店的气氛维护及布置)

5、制定通路计划及各阶段实施目标。

6、促销活动的策划及组织，执行并管理现场促销活动。

7、合理进行广告媒体挑选及管理，参与组织并落实公司制订的广告计划、费用预算;

6、对国际性大卖场进行实地考察。

二、市场部负责人的职责

市场部负责人全面负责市场部门的业务及人员管理

1、全面计划、安排、管理市场部工作。

2、制定年度营销策略和营销计划以及各档期dm海报的制作。

3、协调部门内部与其他部门之间的合作关系。

4、制定卖场企划策略。(新开店的气氛打造以及已开店的气氛维护及布置)

5、制定通路计划及各阶段实施目标。

6、促销活动的策划及组织。

7、指导、检查、控制本部门各项工作的实施。

8、配合人力资源部对市场人员的培训、考核、调配。

9、制定广告策略，包括年、季、月及特定活动的广告计划。

**农技推广工作计划 推广工作计划及思路篇十四**

一、品牌营销工作计划的主要思路

提高公司视觉识别系统(vi)应用的准确率，逐步建立品牌行为规范，初步构建品牌管理平台;充分利用公司网站、宣传画册、宣传片、行业网站、协会、内刊等渠道，放大品牌形象，推进各下属单位与公司品牌间的相互支撑;加强品牌内部渗透，适度强化品牌外部传播。

品牌工作开展的关键点：

1、规范vi应用;

2、系统内的品牌融汇;

3、内外同步传播。

二、具体工作

第一阶段、提高公司视觉识别系统(vi)应用的准确率。

目标：公司内部具体工作人员熟知公司vi的使用要求，能够规范使用企业vi，在实际工作中可以更注重公司与本单位品牌之间的融汇;一般员工能够知晓公司视觉识别系统的基本内容和意义。扩大视觉识别系统的应用范围，提高外部对公司品牌的认知。

1、修订完善公司vi手册

对目前公司vi手册中不适用的内容进行修订和补充。

2、组织应用培训

组织各下属单位的vi应用培训，通过公司oa系统进行公司logo、标准色等基本应用元素进行全员宣贯。

3、拟定vi应用制度，明确使用要求，形成vi应用指导和检查的标准。

4、检查、规范vi应用效果

开展vi应用检查和整改，重点检查以公司vi为主要标识的证件、名片、信函、传真、手提袋、礼品、前台设计、车辆标识等物品的使用，指导公司下属单位规范vi应用。

第二阶段、放大品牌形象，推进各下属单位与公司品牌间的相互支撑，提高社会认知度。

目标：通过固化的视觉资料，不断加深市场对公司及各产业品牌的认知，放大品牌形象。通过做好各下属单位与公司间的宣传关系，促进目标市场了解产业与公司间关系，有利于在市场推介上合并公司资源，提高市场竞争力。

品牌宣传名称、物品及资料的必要统一

(1)统一各下属单位外部品牌简称及宣传口号，并严格要求各单位在外部宣传的全部资料中均应出现本单位宣传口号。

品牌的简称及宣传口号已经在用的继续使用，没有形成的或需要修改的，由所在单位提出意见，公司统一讨论通过，通过一个，使用一个。

(2)统一公司品牌标识物品的制作。以公司vi为主要应用元素的通用物品，如手提袋、信封、信纸、工作手册、旗帜等，各单位根据需要提出制作申请，由公司统一制作，既可降低制作费用，又可避免印刷工艺导致的vi标准偏差等问题。

(3)统一各下属单位宣传画册公司简介部分的结构，(固化公司应用于各下属单位的简介内容)。

(4)统一各下属单位在外宣资料中企业文化部分的设计图片与文字应用。

完善公司网站管理，兼顾各下属单位二级网站的建设。强调各下属单位网站建设工作的审批、与公司域名的关联，网站结构的关联。

第三阶段、加强品牌内部渗透，适度强化品牌外部传播。

内部品牌渗透以培训为主，oa系统为宣贯平台，设立品牌与文化版块，重点介绍公司视觉识别系统的基本内容和意义，提炼公司管理故事，品牌与文化结合，促使员工将公司品牌的内涵融于实际工作。

**农技推广工作计划 推广工作计划及思路篇十五**

一、红色旅游概念

红色旅游是指以1920xx年中国共产党建立以后的革命纪念地、纪念物及其所承载的革命精神为吸引物，组织接待旅游者进行参观游览，实现学习革命精神，接受革命传统教育和振奋精神、放松身心、增加阅历的旅游活动。

红色旅游的概念应包括如下四个方面的内容：

(1)红色旅游的教育性。就目前的红色旅游研究中，几乎所有的专家学者都认为红色旅游是一种进行革命传统教育的良好途径，大力提倡开发红色旅游这种寓教于乐的新型旅游形式。

(2)红色旅游的精神文化性。随着旅游活动的深入开展，旅游者的消费层次不断攀升，红色旅游越来越受到旅游市场的青睐。这是人们日益增长的精神文化生活需求的突出表现，对于红色旅游的开展更强调其精神层面，努力将区域的政治优势变为旅游市场优势。

(3)红色旅游的依附性。正如张彬彬在其文章中指出的那样，红色旅游是建立在“红色资源，”基础上的，“红色”是红色旅游的特点、灵魂，如果没有红色，所谓的红色旅游就失去真正意义，自然也就降低了其对客源市场的吸引力。

(4)红色旅游的经济性。红色旅游是一种社会活动，也是一种经济活动，在具体操作过程中遵循旅游社会效益和经济效益二者兼顾的规律，有效地将红色旅游资源向红色旅游资本转化。

二、红色旅游产品的特殊性

从红色旅游概念分析，它是依托于红色旅游资源进行产品开发形成的特殊旅游形式，其特殊性主要表现在三点：

1、资源界限清晰，主要是从抗日战争到解放战争期间以共产党活动形成的遗址或遗迹，与自然旅游资源、民俗旅游资源相比较，红色旅

游资源范围较小，而且大多地处偏远，不成体系。

2、产品功能单一，红色旅游开发重在展示共产党的风采，了解中国历史，激发爱国主义情怀，教育功能过于集中使红色旅游资源陷入开发瓶颈。

3、旅游形式僵化，游客在与资源互动时往往是一种被动的接受，气氛浓重，无法达到放松身心的目的。

三、独具特色的红色军垦历史与文化

(一)红色军垦历史

x市独特的红色军垦历史是全国独一无二的军垦文化诞生地。1950年， 中国人民解放军10 万官兵遵照党中央和毛泽东主席的指示， 在司令员王震将军的率领下， 铸剑为犁， 屯垦戍边， 在没有人烟的戈壁荒滩建起了绿洲新城x市。60年前的， 没有绿色， 只有荒芜的戈壁、单调的黄沙和纯净的蓝天; 没有住房， 解放军打地窝住地窝; 没有水， 解放军蓄水垒坝; 没有机械工具， 解放军自制木犁， 打造石磨; 于是干净整洁的地窝子群， 平整的打麦场，在人民子弟兵的辛勤劳作下诞生了。然而面对新中国的建立， 分子的猖獗活动， 驻疆官兵在生产劳作的同时，打靶练兵也是从不停歇的， 直到1954年10万官兵就地转业， 垦区官兵才开始了真正的生产建设， 于是， 一座座工厂、一座座高楼拔地而起， 沙漠之中崛起了一座崭新的城市， 而当年军垦子弟兵们住过的地窝子、垦荒用过的木犁、石磨、练兵的打靶场以及人民公社时期的合作社等等， 也走进现在人们的视野， 成为发扬军垦文化精神的详实记述。

经过几代兵团人的开发建设， 这座全国唯一的由军人设计、建设的城市先后荣获联合国人类居住环境改善良好范例城市、中国首届人居环境奖、中国卫生城市、园林城市、双拥模范城市、全国创建文明城市工作先进城市、科技进步示范市， 并成为新疆红色旅游区。而这些传统的红色旅游产品带有较浓厚的参观成分，游客仅局限党政军干部或学员、学生等有组织的对象，要增加人们红色旅游的自觉自发性，拓宽旅游客源的范畴，做大做强红色旅游，变一次性旅游为长效旅游，这需要在开发旅游产品上考虑适合各层次游客的实际需要，实现由“参观学习旅游”向“休闲旅游”的转变，让所有人接受爱国主义、革命传统教育的同时，又度过一段学习工作之余闲暇快乐的美好时光。

(二)军垦文化的开发

1、增强景观直观可看性

逐步改善和提高展馆档次，可以安排定时的有关历史的影视、歌舞专场，还要充分利用声、光、电等现代科技手段，改变简单的图片展示和橱窗式的文物陈列，使表现手段更加科学化、现代化和多样化，使景物形象生动化，再现革命历史史实，让游客身临其境，切身体验过去那战火纷飞的革命年代，深刻领会和学习革命精神，改变以前游客对红色旅游枯燥无味的习惯印象，在兴致昂然中接受革命传统的教育和洗礼，培养爱国主义精神。

2、完善景区服务设施

根据游客在景区衣、食、住、行、乐的旅游需求，开发建设旅游资源的同时，不断完善配套服务基础设施，为游客提供各方面的便利条件，结合景观及旅游线路进行科学规划，建设好饮食、住宿、商业购物、娱乐休闲等服务场所，在传统的参观教育活动基础上，提高旅游接待专业水平，真正让游客玩得开心、吃得放心、住得舒心、走得安心。

3、丰富旅游观赏景致

搞好红色旅游景区内的植树、绿化工作，尽量保留绿色、古色文化历史原貌，以红色旅游为主导方向，同时开发利用好区域绿色生态、古文化旅游资源厂，让多种旅游资源相互映衬、相得益彰，通过资源整合，丰富旅游观赏景致，既增强游客旅游情趣，又符合科学发展观以人为本和全面、协调、可持续发展的要求。

4、倡导参与式、体验式开发方式

红色旅游产品开发，应丰富产品的表现形式，倡导参与式与体验式相结合的经营模式。用现代旅游的参与意识来构建红色旅游的经营模式是最为贴切和有效的。红色旅游经营不应当只以到过、走过或游过红色旅游景点为目的，而失去内在的精神意义，让游客没有充分的感受或收获到其中的价值，这也就失去了红色旅游的真正目的。因此，它要求经营者运用聪明才智和结合经营手段，为旅游者提供参与式和体验式活动，通过寓教于乐的方式在参与中学习，在学习中成长，在成长中升华自己的思想。这种经营模式，能使旅游消费者在红色旅游中经历心灵震撼，得到精神文化感悟，并愿意为此种文化感悟的收获付出经济代价。

5、统一管理各旅游景点，做到是游客体验全面化

加强景点之间的联系，统一制定旅游路线(能够充分体现红色文化)，使游客在旅游后能够对红色文化得到了解。

总之，在开发红色旅游产品时要在产品的开发上围绕主题，不断创新旅游形式，开发出有深度、新意、带动作用大、科技含量高、参与性强、教育意义大的旅游产品，为游客创造重回革命年代的亲身体验，在轻松互动的娱乐中即可获得军事体验和红色传统教育，促进旅游立体化发展，有效扩大客源市场。

**农技推广工作计划 推广工作计划及思路篇十六**

一、检讨与愿景

20xx年公司成立市场部，它是公司探索新管理模式的重大变革。但在经过一年之后，市场部成为鸡肋，嚼之无味，弃之可惜;市场部除了做了很多看起来似是而非的市场活动，隔靴搔痒的市场推广，就是增加了很多直接或间接的费用，而看起来对市场没什么帮助。

但在公司领导高层的支持和我们不断地学习中，在后几个月的工作中也探索我们的生存和发展之路，在与各分公司的市场活动，公司资源整合过程中，不断进步。

二、工作思路

1、明确工作内容

首先就必须让市场部从围绕销售部转、担当销售内勤的角色中快速转变过来，从事务型的办公室职能里解脱出来，真正赋予市场部战略规划、策略制定、市场调研、产品开发等基本的岗位职能，以消费者需求为中心，根据不同的市场环境，对市场运作进行策划及指导。

2、驻点营销

驻点市场的推行既锻炼、提升市场部人员自身，又贴身服务了一线业务人员，市场部只有提供了这种贴身、顾问、教练式的全程跟踪服务，市场部才能彻底改变一线人员对其的片面看法。

市场部驻点必须完成六方面的工作：

a、通过全面的调研，发现市场机会点，并针对性地拿出市场提升方案;

b、搜集竞争品牌产品和活动信息，捕获市场消费需求结合行业发展趋势，提出新产品的开发思路;

c、指导市场做好终端标准化建设，推动市场健康稳定发展;

d、针对性地制定并组织实施促销活动方案，对市场促销、费用及政策使用情况进行核查与落实，发现情况及时予以上报处理。

e、及时全面宣贯公司政策，提升一线人员的战斗力;

f、在市场实践中搜集整理亮点案例，重点总结出方法和经验，及时推荐给市场复制。

**农技推广工作计划 推广工作计划及思路篇十七**

----温州特产美食坊

项目策划、执行：王玲玲前言

目前电子商务正扮演着这个时代的主角，越来越多的企业开始重视电子商务，他们也正通过各种各样的方式发展着自己的电子商务，与此同时越来越多的网购群体也应运而生，为了跟上时代的脚步，我司也应该重视起这个时代的扮演者，一步一个脚印，从小做起，从淘宝做起。

第一章开网店的优势

（一）产品类别优势

我司网店主打产品就是温州特产食品，所谓特产就是外省市没有的，或者很少又不专业正宗的，本省市独有的，正宗的，专业的。这类食品，往往会吸引全国各地乃至全世界的消费者，所以此类产品最适合进行网络销售，如此一来既可以满足各地消费者需求，又能为公司赚取有形和无形利益。（有形利益：提升公司销售额，增加公司净利润；无形利益：可以通过网络销售塑造公司品牌。）

（二）资源优势

1、我司开有实体店，有自己稳定的货源（尤其特产类食品都是直接从厂家拿的一手货，有较高的价格优势），发货可以完全自己掌控。

2、公司产品资料齐全，各厂家都有提供产品相关资料，如检测报告书等等，对产品描述增加更强的说服力。

第二章店铺运营

（一）店铺业务

温州特产食品专卖，发展成汉臣温州特产专卖。

（二）店铺初期目标客户

1.终端客户：上亿的淘宝终端消费者

2.企业团购，和有意向代理的店铺。

（三）经营障碍

公司的网络销售团队和经验几乎为0

第三章店铺装修与数据管理

（一）店铺装修关系到一家店的经营风格，及外观带给顾客的第一印象。我司网店还处于初级阶段，因此只需要买一个扶植版的模板，或者直接定制一个模板，设计模板的人员可以直接在淘宝装修市场上找到，不过要找那些模板设计比较有创意和经验的设计人员，能够把我们的要求一一显现在模板上。

（二）店铺分类栏设置，目前我司淘宝店铺的分类栏设置已经是的了，属于导航栏式的分类栏，分类有条理，明朗又有针对性。

（三）店铺图片和数据要真实，且更新要及时，对于已经不再销售的商品要及时下架，以免造成不必要的消费纠纷。如遇店铺搞活动，要提前做好要上传的宣传图片和制定活动规则。

四、发货

（一）和仓库做好工作衔接

至于发货问题，这就和仓管部紧密相连了。首先仓管部要及时更新仓库数据，做好补货进货工作，并能和淘宝人员做好工作衔接，以确保淘宝销售人员准确掌握库存数据，便于和顾客确认有货无货和发货时间。另外，发货前，请发货人员一定要检查所发物品的生产日期、外包装有无破损等，确保所发货物质量，维护店铺信誉。

（二）有序安排发货时间，选择给力快递

每天下午5点截单并确认好订单，第二天上午11点前配货，这样把工作有序的安排起来，才不至于工作吃力。另外要选择一家给力的快递公司，快递价格要便宜，且取件发货要准时，并能让我们随时跟踪物流信息。

五、人力规划

目前网店还没有做起来所以由王玲玲一人管理店铺

六、具体推广计划（主要针对一些免费推广和低成本推广）

引进自然流量

所谓自然流量就是运用一定的技巧为店铺免费引进流量。

1、要珍惜你的橱窗推荐位

在搜索结果中，卖家橱窗宝贝是会被优先排序的。下架时间：这一直是排序中比较重要的因素，用来保证每个商品都有机会展现。因此你的商品上架时间也很重要，如何让你的商品在一天不同时间段都有展现，这个有很多技巧。在宝贝展现的时候，卖家能在线服务，否则买家想买也联系不到卖家。淘宝的交易高峰时间，或者是说购买人群最多的时段在一天之内有三个：早上10:00-12:00,下午3:00-5:00,晚上8:00-10:00.正常情况下，周一到周五的人群比周末要多。所以如何安排你的宝贝下架时间，也成了一个有用的工具。

2、消保：消费者保护的简称，在淘宝上有很多消保的认证。

现在默认排序，大部分类目对是否参加消保，是很依赖的。如果没有参加消保，这些商品肯定会排在参加消保商品的后面。当然，如果你是开淘宝商城的，你的排名通常还会更靠前，这个我已经在上周办理完毕。

3、及时处理滞销商品

有些卖家说我的商品怎么在搜索结果中看不见?搜索结果目前每页只展现40条，总共可以查看100页，也就是说，通过点击可以查看的搜索结果数是40\*100=4000个。如果搜索一个商品，结果数大于4000，肯定有些商品是看不见的。但搜索结果实时在变化，只要你的宝贝符合上述因素，就有机会排在第一页。没有进入淘宝搜索有一种情况是因为这个产品是滞销商品。滞销商品目前的定义是：半年前发布的，而且最近3个月没有卖出过任何一件的商品。这一类商品是不会进入搜索库的，也就是说你用所有的标题去搜索，肯定找不到你的宝贝。如果希望让其进入索引，建议重新编辑后再发布

4、博客营销推广

把自己的空间或者博客装扮好，有自己的个性，经常更新自己行业信息，然后用踩空间程序随机的去踩别人的空间或者博客。踩空间程序软件，一般都有免费的，但是要小心木马一定要在使用前杀毒。比如：51百度空间等这类网站，

都可以设置好自己的空间，然后去踩别人的空间，别人看到你踩他空间，他一般都会回来的。注：设置个美女头像哈！我想你应该不会问为什么要用美女头像吧！（淘宝官方也有空间，所以一定要大大利用起来）

5、淘宝客

所谓淘宝客就是帮助淘宝卖家推广商品并按照成交效果获得佣金的人（可以是个人或者网站），之前叫淘客，自20xx年1月12日起，正式更名为淘宝客。“淘宝客”是指帮助淘宝卖家推广商品赚取佣金的人。只要获取淘宝商品的推广链接，让买家通过您的推广链接进入淘宝店铺购买商品并确认付款，就能赚取由卖家支付的佣金，无需投入成本，无需承担风险，佣金达商品成交额的50%，是新店的选择。

6、利用淘宝官方活动

各种活动报名。大家打开“我的淘宝”，有个活动报名。每周淘宝都会推出许多活动，当然每个活动都有报名要求和限制，可以找到自己符合的去报名。我只能告诉你，一个活动带来的流量，可不是你一个月两个月努力能达到的，淘宝的力量是很可怕的。所以，有适合自己的活动，一定要积极报名，不要怕麻烦。这里要单独强调下，大多数活动都要求消保，淘宝店铺掌柜，知道该怎么做了么？对，加入消保!这是让顾客信任你的最直接的办法！

7、论坛推广

关于论坛推广，我想很多新手掌柜是不是在淘宝论坛发过广告然后被江湖通缉啊？哈哈！大家不要在论坛乱发广告哦！就是要发，也要发的巧妙，要用软文来达到这个目的，不知道什么是软文的去百度一下。

关于去哪些论坛推广呢？这个就要看自己的行业产品！比如我是卖电脑椅的，我去服装行业的论坛推广，当然是没有什么效果的。去一些家具装修论坛就不一样了。去论坛发帖，注册一个账号之后，挂着，前几天多回帖，然后发一些相关的帖子（去别的论坛转帖即可）混个熟脸，然后发软文，不要直接就发xx店折出售，会遭鄙视，被删帖。

8、淘宝帮派

淘宝帮派，顾名思义，都是淘宝买家卖家，而他们正是你商品购买可能的人群。热心回复别人帖子，自己多发好帖子。多参加帮派的活动，不但有奖品拿，而且还有机会上主页。上一次主页带来的浏览量，自己想吧。不要为了发帖子而发帖子，而要真正发些有意义的话，对别人有帮助的，这样别人才会记住你，欣赏你，从而去你的店铺里逛。

9、群推广

相信大家知道群是什么东东了吧！qq群旺旺群大家是不是经常在群里或者直接旺旺收到广告消息呢？如果他们标题写的很诱惑，刚刚好是你需要的东西，我就不相信你不会点进去看看，要是你真的点击进去了。你会发现，一般群发的宝贝的销售记录都很高，但是这些群推广的方法，涉及到一个软件，不用软件，就是需要大量的人力了，但是物有所值！付出就会有收获！

10、友情链接

店铺开了一段时间后，可以私下里和别人联系，交换友情链接。目前每个人可以添加35个链接，所以要好好珍惜哦。大家通过交换店铺链接，可以形成一个小的网络，能增进彼此的影响力。尽量选择和你不是相同类别的，一方面不存在竞争，另一方面，还能很好滴相互促进。如果对方的店名过长，影响你店铺的整体美观，可以适当地修改对方的显示名字

11、联合促销

单纯的友情链接，只是摆在店铺首页，作用是有限的。而如果几个卖家合作，搞联合促销就能起到不一样的效果。尽可能找互补性质的店。比如摄影书籍专卖和数码相机专卖店合作。在彼此的宝贝页面挂上对方的推荐宝贝，如果可能，加上吸引人的文字介绍。

比如这样一个活动：好消息！本店最新推出活动，凡在本店购买休闲椅子的朋友加15元即可到店（在本店店铺首页友情连接里）选购

**农技推广工作计划 推广工作计划及思路篇十八**

一、计划概要

1、年度销售目标600万元;

2、经销商网点50个;

3、公司在自控产品市场有一定知名度;

二、营销状况

空调自控产品属于中央空调等行业配套产品，受上游产品消费市场牵制，但需求总量还是比较可观。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市场的持续增长幅度，从而带动了整体市场容量的扩张。湖南地处中国的中部，空调自控产品需求量比较大：1、夏秋炎热，春冬寒冷;2、近两年湖南房地产业发展迅速，特别是中高档商居楼、别墅群的兴建;3、湖南纳入西部开发、将增加各种基础工程的建设;4、长株潭的融城;5、郴州、岳阳、常德等大量兴建工业园和开发区;6、人们对自身生活要求的提高;综上所述，空调自控产品特别是高档空调自控产品在湖南的发展潜力很大。

营销方式总体来说，空调自控产品销售的方式不外三种：工程招标、房产团购和私人项目。工程招标渠道占据的份额很大，但是房产团购和私人项目两种渠道发展迅速，已经呈现出多元发展局面。

从各企业的销售渠道来看，大部分公司采用办事处加经销商的模式，国内空调自控产品企业20xx年都加大力度进行全国营销网络的部署和传统渠道的巩固，加强与设计院以及管理部门的公关合作。对于进入时间相对较晚的空调自控产品企业来说，由于市场积累时间相对较短，而又急于快速打开市场，因此基本上都采用了办事处加经销制的渠道模式。为了快速对市场进行反应，凡进入湖南市场的自控产品在湖南都有库存。湖南空调自控产品市场容量比较大而且还有很大的潜力，发展趋势普遍看好，因此对还未进入湖南市场的品牌存在很大的市场机会，只要采用比较得当的市场策略，就可以挤进湖南市场。目前上海正一在湖南空调自控产品市场上基础比较薄弱，团队还比较年轻，品牌影响力还需要巩固与拓展。在销售过程中必须要非常清楚我公司的优势，并加以发挥使之达到极致;并要找出我公司的弱项并及时提出，加以克服实现最大的价值;提高服务水平和质量，将服务意识渗透到与客户交流的每个环节中，注重售前售中售后回访等各项服务。

三、营销目标

1.空调自控产品应以长远发展为目的，力求扎根湖南。20xx年以建立完善的销售网络和样板工程为主，销售目标为600万元;

2.挤身一流的空调自控产品供应商;成为快速成长的成功品牌;

3.以空调自控产品带动整个空调产品的销售和发展。

4.市场销售近期目标：在很短的时间内使营销业绩快速成长，到年底使自身产品成为行业内知名品牌，取代省内同水平产品的一部分市场。

5.致力于发展分销市场，到20xx年底发展到50家分销业务合作伙伴;

6.无论精神，体力都要全力投入工作，使工作有高效率、高收益、高薪资发展;

四、营销策略

如果空调自控产品要快速增长，且还要取得竞争优势，最佳的选择必然是——“目标集中”的总体竞争战略。随着湖南经济的不断快速发展、城市化规模的不断扩大，空调自控产品市场的消费潜力很大，目标集中战略对我们来说是明智的竞争策略选择。围绕“目标集中”总体竞争战略我们可以采取的具体战术策略包括：市场集中策略、产品带集中策略、经销商集中策略以及其他为目标集中而配套的策略四个方面。为此，我们需要将湖南市场划分为以下四种：

战略核心型市场---长沙，株洲，湘潭，岳阳

重点发展型市场----郴州，常德，张家界，怀化

培育型市场-----娄底，衡阳，邵阳

等待开发型市场----吉首，永州，益阳，

总的营销策略：全员营销与采用直销和渠道营销相给合的营销策略

**农技推广工作计划 推广工作计划及思路篇十九**

一)前言:

巧克力似乎早已成为人们传递情感，享受完美的瞬间的首选佳品.但是，走进商场，应对琳琅满目的各种品牌，消费者却难以抉择，消费者关心的不仅仅仅是一盒糖果.面是产品的品质如何.口感如何.味道如何，他们要求整盒巧克力能够带来非凡的感觉.应对日益成熟的消费者，本公司不仅仅全力以赴研制出高品质的德芙牛奶巧克力，而且每年求新应变.期望给在家完美的巧克力体验

(二)市场分析

1：市场背景(市场性、商业机会、市场成长)

1)据调查结果显示，柳州巧克力市场品牌集中度极高.消费者主要要吃两个品牌的巧克力，德芙和吉百利，分别占60.2%和28.8%，合计消费比率到达近九成，这种现象在其他类食品市场从未有过.

2.产品分析

1.用途:送礼.礼品.自己吃

2.命名:定中化的名字.有亲切感.

3.包装:采用欧美风格设计.十分精美

4.味道:香甜可口.

5.价格:零售价:40至200元不等.

7：开发期成长期

货本25%费用12%货本25%费用13.5%

广告45%纯利10%广告费30%纯利23.5%

利息8%利息8%

8.产品优势：

1.好吃，味好，广告好;

2.口感好;

3.巧克力味纯;

4.味不太甜，味好;

5.买惯了;

6.到嘴就化了;

7.口味好，滑润;

8.比较细腻;

9.含热量多;

10.不腻口。

9.产品劣势:

1.价格高;

2.太甜;

3.上火;

4.品种少，花样不多;

5.不容易保存;

6.块大，不方便;

7.量少;

8.口味腻。

三)竞争对手分析:

吉百利，金帝等产品较早的进入市场.在消费者心中有必须的份量.在中国市场对巧克力产品销量贡献最大的是年节市场(中秋/圣诞/春节/情人节)，这个市场的产品销售恰好以礼品/礼盒为主。能够说在中国，金帝巧克力的销量不是最大，但中国的礼品装巧克力肯定是金帝的销量最大。而“送礼”这种品牌诉求直到近两年才深入人心此刻不仅仅保健品能够送人，连调味品也有礼品装了。正是凭着先行一步的优势，金帝很快之后居上，在去年金帝最后赶超了吉百利，位居行业第二，仅次于德芙。

四):广告战略

1.广告目标(企业广告活动的目标

提高消费者购买兴趣.这中长跑广告的目的在于消费者看了或听了广告之后，对产品的特点有一个比较清楚的认识与了解.激起经济规律的购买欲望.这广告主要介绍该品牌的口感

2.广告对象:16--45岁，此年龄段的情侣或夫妻正处于精力充沛.恋爱时比较注重浪漫.

45岁以上的中年男女.容易患有糖尿病.或高血压等综合病症.不易年轻的女性.16-28.为主要市场.女性爱吃巧克力巧克力能够说是最美味的食品之一，尽管女性在体形和美味的抉择中痛苦不堪，但从现实来看，女性对巧克力的偏好仍十分明显。在前面提及的几个主要品牌，，这证明女性尤其是年轻的女性购买巧克力的倾向性相当明显，再具体比较，年龄因素对购买者的影响要略大于性别因素的影响。

3.广告地区:复盖全国

4.广告创意:

1)广告主题.感受口齿留香的感觉.

一双年轻情侣.他们的感情相当的好.无意中.他们参加了一个接吻大赛，比赛定于这天下午举行.女孩早早在家打扮.嘴里含着她最喜欢吃的德芙巧克力.不久.男孩来接女孩去比赛场地了.在主办方的地声令下.到场人每一个参赛选手都与自己的女友热烈亲吻.男孩吻着女孩的唇.甜甜的.他们就一向这样下去.最后.他们胜出了比赛.主持人问他.有什么感想.他就了一句.德鞭巧克力.真的很好吃.

2)广告主题，让你的梦成真.

有一位女孩.十分喜欢吃巧克力.犹其喜欢德芙.每一天她都会吃上一小块.

渐渐的.吃巧克力成了她的习惯.她梦想着能有一段如巧克力般的恋爱.在吃之前.总是看着巧克力.定定的看.笑着说:如果我的王子是你就好了.就是那时.眼前的巧克力果真变成了一个帅气的男孩子.最后.他们相恋了.每一天一齐看日出.看日落.过得很甜美`

5.广告实施阶段:20xx年12月---20xx.5月

五)广告媒体策略:

1)主要媒体---电视辅助媒体---印刷广告

六)广告效果预测.

新上市20xx020%

第一期特卖3000030%

空档消化期100003.6%

第二期特卖5000025.1%

总计：100000100.0%

**农技推广工作计划 推广工作计划及思路篇二十**

背景资料：

各大珠宝品牌的加盟伙伴每年都将有汇聚到深圳参加一些品牌培训，健康酒会，或者沟通会之类，如何借势宣传，起到事半功倍的市场拓展效果和旗舰店业务开拓效果，为此品牌发展部对品牌宣传做全局项目策划案，以利于立新各位同仁快速高效的开展拓展工作和品牌建设工作。

一、获得会议信息：

市场部市场拓展员，客服人员，总经理及部门高管。常规需要调查的相关内容：1、加盟伙伴会议时间、地址、日程活动安排;2、经销商名单和联系方式;3、经销商入驻酒店情况以及作息时间安排;

二、确定工作内容：

会前(沟通)

1. 加盟伙伴出发之前发邀请函：提醒可以自带部分修理货品尝试，标注立新总部和旗舰店位置，并且告知接待个人的客户经理的电话。

2.加盟伙伴到达深圳之后网络群发短信息强调欢迎到深，并再次提醒参观立新旗舰店以及相关合作洽谈事项。

3.与品牌商总部能否达成互动安排：

1) 合作：共同确定合作项目(论坛主题，加盟商服务项目)，签约立新，互惠(折扣和优惠)，特约商户(摆放立牌推广期免一定维修费)。

2)配发资料：允许立新资料一起配发，现场放置立新资料架，x展架;

3) 专题说明：加盟商会议上安排立新项目合作说明;

4) 立新安排场地，单独举办说明会;

会中(沟通)

1、获得面谈条件：酒店拜访(提前预约);

2、邀请参观总部和旗舰店。

3、现场推介会标准流程，含接待责任人，专题片播放，讲解，现场体验等相关服务。

4、特殊合作需要与总经理接待安排需要提前预约等。

5、入驻酒店放置相关宣传物料(大堂欢迎牌，房间欢迎资料);

6、总部和旗舰店欢迎横幅和立牌等。

会后(沟通)

1、客服和督导部门利用短信平台，发信息给未参观的客户，并将参观过的客户良好气氛短信传达给未到的加盟伙伴，并希望有空余时间再来参观立新(中国)首饰美容中心旗舰店现场，并亲自体验更快、省、便的美容(维修)服务，详情咨询客户经理电话。

2、对于参观过立新美容中心的签约加盟伙伴和潜在合作客户致电询问服务的质量以及改进建议进行问卷调查，并及时反馈给品牌发展部，及时提高服务品质。

三、总结推广会效果

常规各品牌加盟伙伴沟通会结束之后3天，由总经理召开本项目总结会议，汇聚各岗位存在着的不足建议，会议记录将在24小时整理后报总经理审批发给与会人员。

**农技推广工作计划 推广工作计划及思路篇二十一**

一、推广前工作市场分析（消费者分析），月饼品牌定位（商城定位），定价策略，推广战略，出货规划等等

二、前期准备工作1、申请账号进行实名认证，上传公司相关资质，申请入驻商城提交相关资料与保证金

2、申请通过后，进行商城的装修及产品的上架工作（技术与编辑）

3、进行月饼商城的推广和宣传（推广人员）

4、正式进行产品的销售与售后跟踪服务工作（客服）

5、重视商城内容，商城内容尽量丰富，重视链接，提高客户体验度（编辑与推广）

6、在一个星期内各人员的工作安排应该预先分配好

7、详情查看第四项

三、月饼商城的推广

1、站内的推广（重点）

1：推广整体思路

⑴努力打造单品热销品，以单品带动整个店铺流量，以店铺销量打响品牌知名度。

⑵积极争取参加官方活动。

⑶以淘宝官方活动为主，极大提升店铺流量和产品销量。当然前期单品热销品相配合。

⑷以会员人气促销，店铺，帮派活动为主。不停申请淘宝管方活动。2：推广整体方法

⑴产品标题的关键词及上架时间，遵循有利原则（根据客户的搜

索习惯及浏览时间段），店铺装修与月饼详细描述（突出产品特色）

⑵店铺促销活动策划如：买满送，打折，包邮，送小礼品等活动（重点）⑶直通车优化管理（最重要的推广方法）,但是却要一定的费用，推广费用：每个关键词最低出价0.05元出价是100元，每次加价最低为0.01元。每天限额100，预计3000元/月

⑷定期进行活动类的促销或者其他活动的策划，不停申请淘宝官方活动：淘宝金币，聚划算（聚划算团购活动以一日三款团购，每天十点开始），天天特价（条件要求高点，详情在附件），帮派秒杀等官方活动（重点）⑸帮派软件推广，会员促销策划（后期）

⑹利用淘宝客进行佣金推广，淘宝客，广告位（可选）

⑺后期可以定制淘宝的广告（如直通车）等

⑻刷成交量和评价提高产品的排名及口碑（应注意度），刷信誉推广宝贝，一个宝贝刷到十件。（注意：一，发链接时不能直接发产品链接，要发产品搜索链接（适当）

二，要有真实的物流跟踪-真发货。三，同城不刷。）

⑼淘宝论坛内的宣传（重点）

⑽与其他类行业的商城店铺交换友情链接(长期)

2、站外的推广（其次）⑴对月饼商城进行关键词相关文章的原创或伪原创发表（采取seo技巧）⑵在各大行业相关论坛发表seo外链帖子（包括搜搜及百度等）

⑶经过以上两项工作后2－3个月所优化的关键词会有一个不错的排名进入到淘宝的意向购买客户也会很多

⑷官方的微博经常发布产品的购买信息等活动信息

⑸开通相关博客撰写健康类的博客，博客加个商城及公司网站的友情链接，博客内容加同样加上商城的链接

⑹去相关淘友晒物类的社区进行产品的宣传，如：爱物网

⑺经常去一些知识平台宣传公司的理念

⑻通过各论坛、分类网站、人人、qq群、邮件、博客、微博、等其他方式的宣传

四、人员配置与分工

⑴前期需要商城技术、月饼描述、编辑人员

⑵技术负责商城及网站的动作

⑶撰写文字类的产品介绍及描述

⑷编辑负责商城及网站的美化

⑸商城的上线后相应的基本工作应该在一个星期内完成

⑹客服即时通讯在线时间必须到晚9点，安排的晚班人员应该接着在线⑺对于产品的退货要规定相关的退换货制度

⑻快递的使用等相关细节也会影响到客户的满意度，快递不应该一味讲求便宜，而应该以客户的体验度为标准，良好的服务可以提高客户的粘度

⑼淘宝商城对产品质量及服务态度都有极高的要求，所以需要极高的热情投入工作，通过团队的努力、部门上下相互的配合才能达到更好的销售效果

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