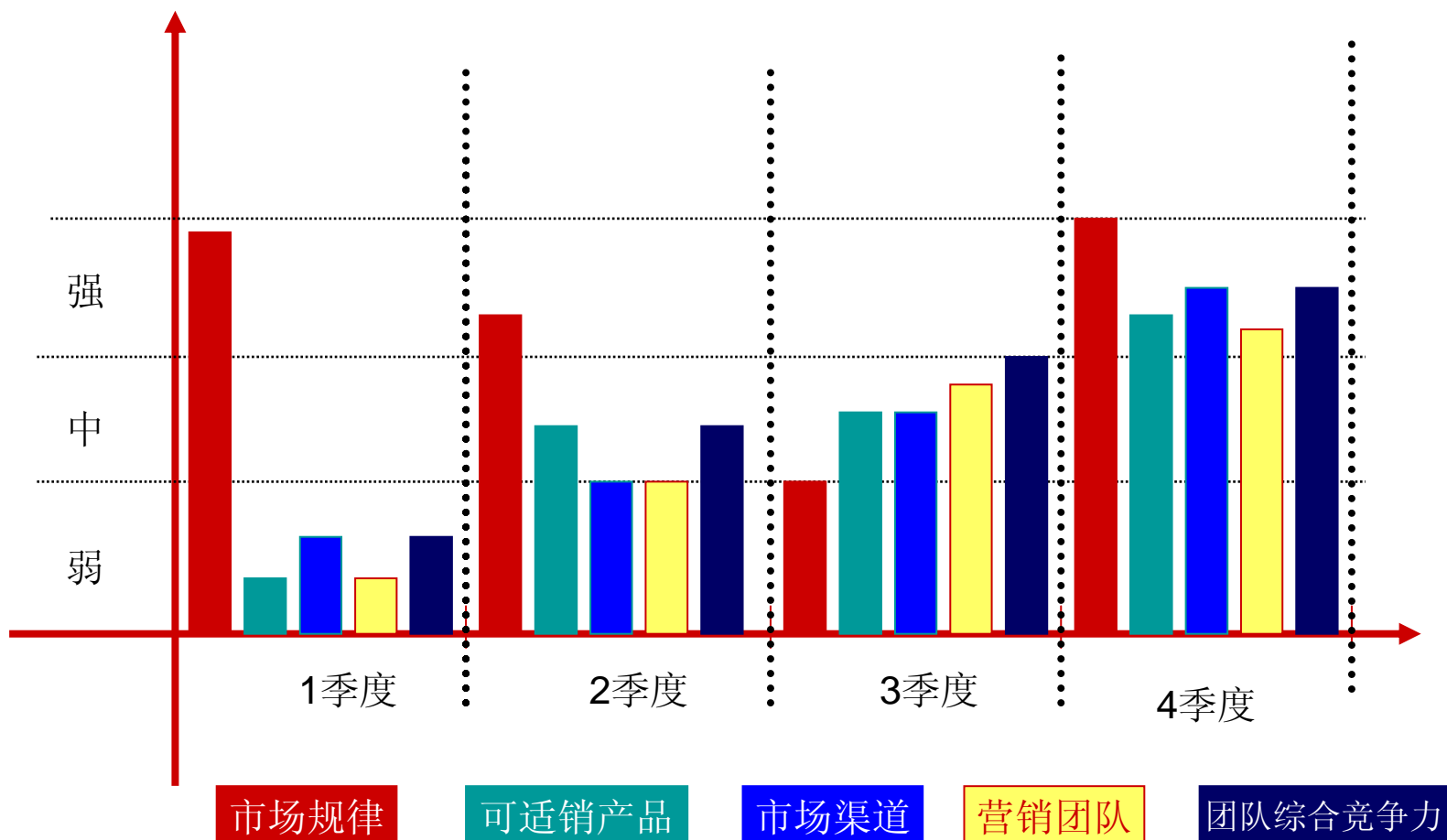
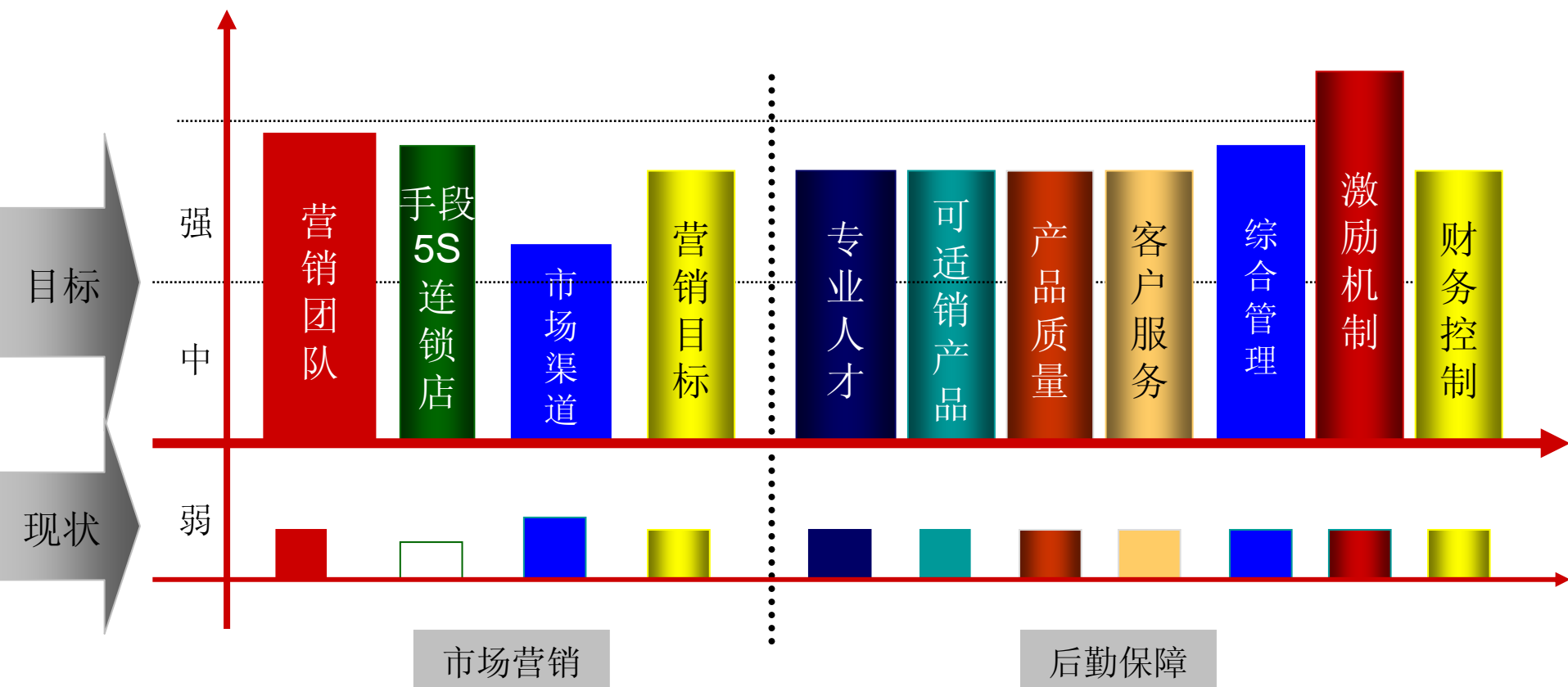


# XX酒业公司 白酒营销策划方案

# 一、市场、企业综合分析



## 二、企业亟待突破



# 三、销售目标及分解

一、总目标**1000万**；

二、类别分解：

1、连锁店**600万**；

2、公司直销**200万**；

3、VIP销售**200万**；

三、地区分解

1、华北分销中心：**500万**

2、华东分销中心：**200万**

3、东北分销中心：**200万**

4、西南分销中心：**100万**

四、按季度分解

1、一季度：**150万**

2、二季度：**250万**

3、三季度：**250万**

4、四季度：**350万**

五、连锁店目标

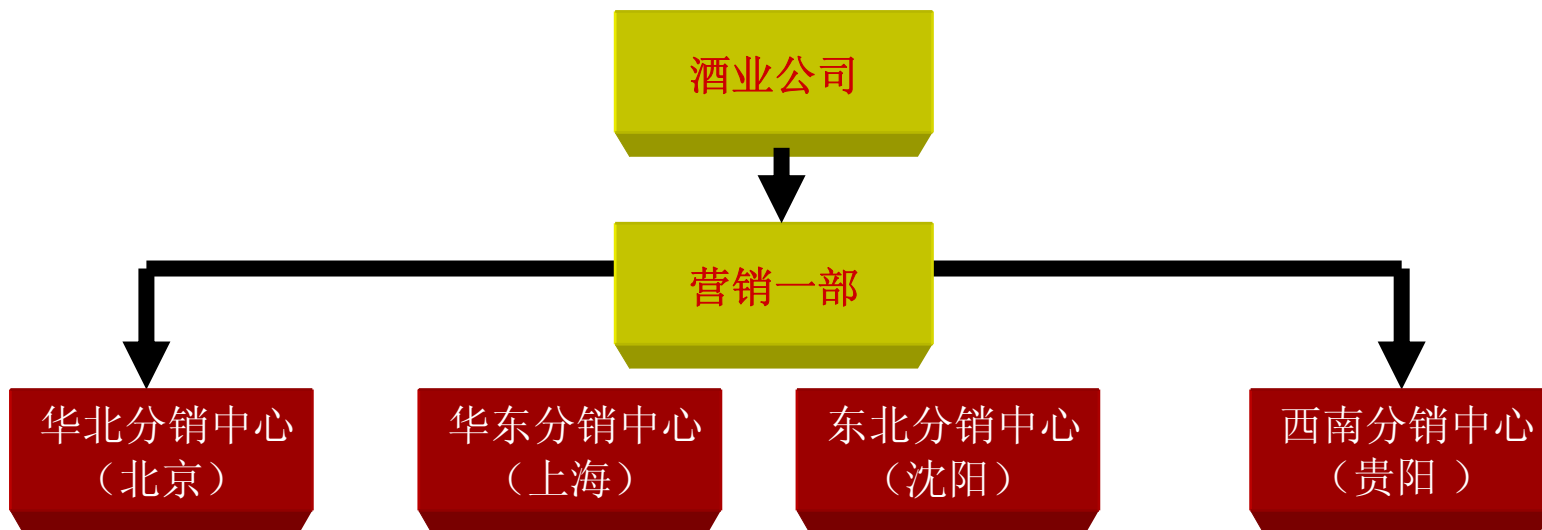
1、华北分销中心—**3个**

2、华东分销中心—**1个**

3、东北分销中心—**1个**

4、西南分销中心—**1个**

# 四、市场营销机构设置



## 管辖范围

北京市、天津市  
河北省、河南省  
山东省、陕西省  
山西省

## 管辖范围

上海市、浙江省  
江苏省、安徽省  
福建省、江西省

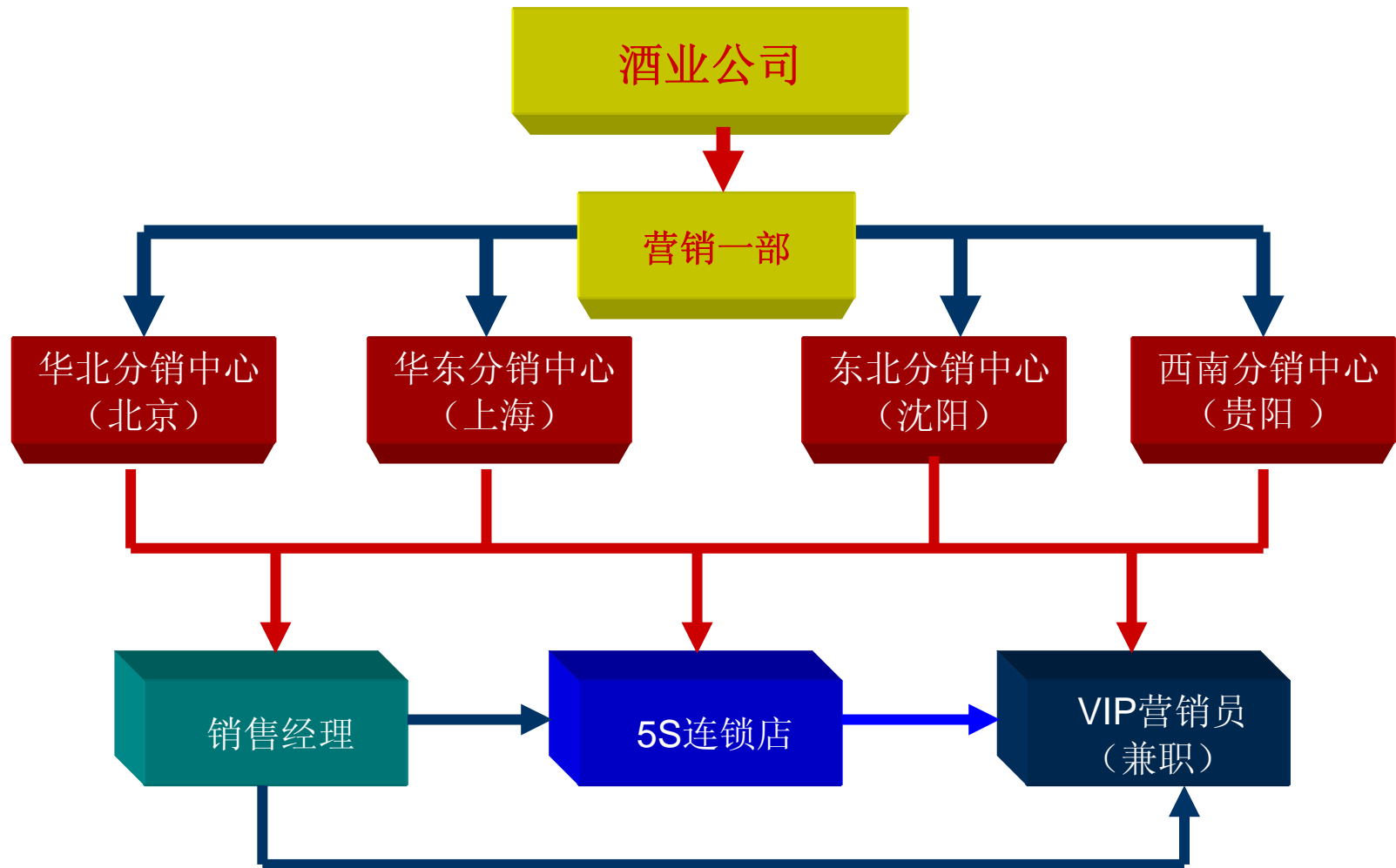
## 管辖范围

辽宁省、吉林省  
黑龙江省、

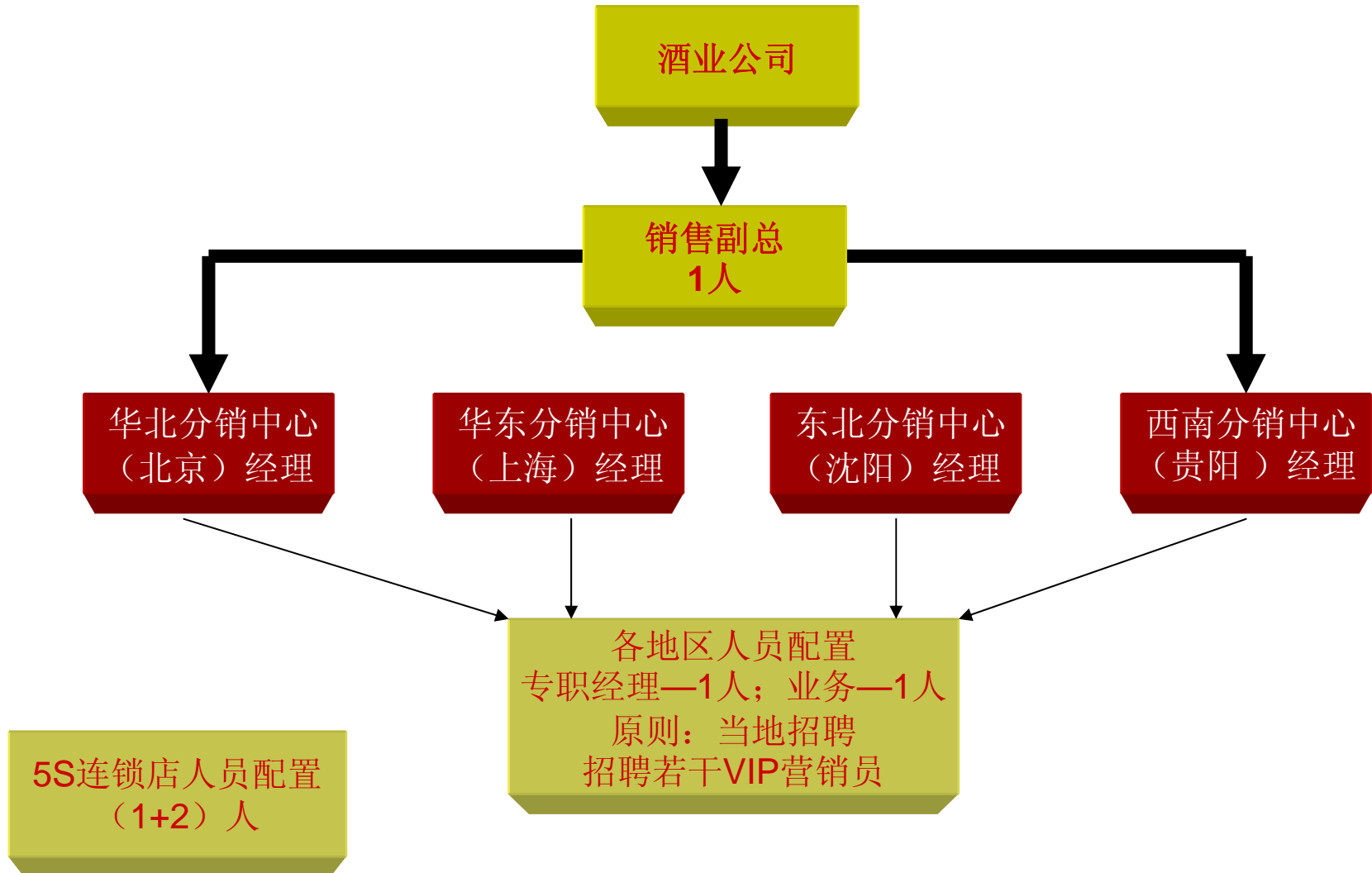
## 管辖范围

成都市、四川省  
广西省、湖南省  
湖北省、广东省  
云南省、海南省

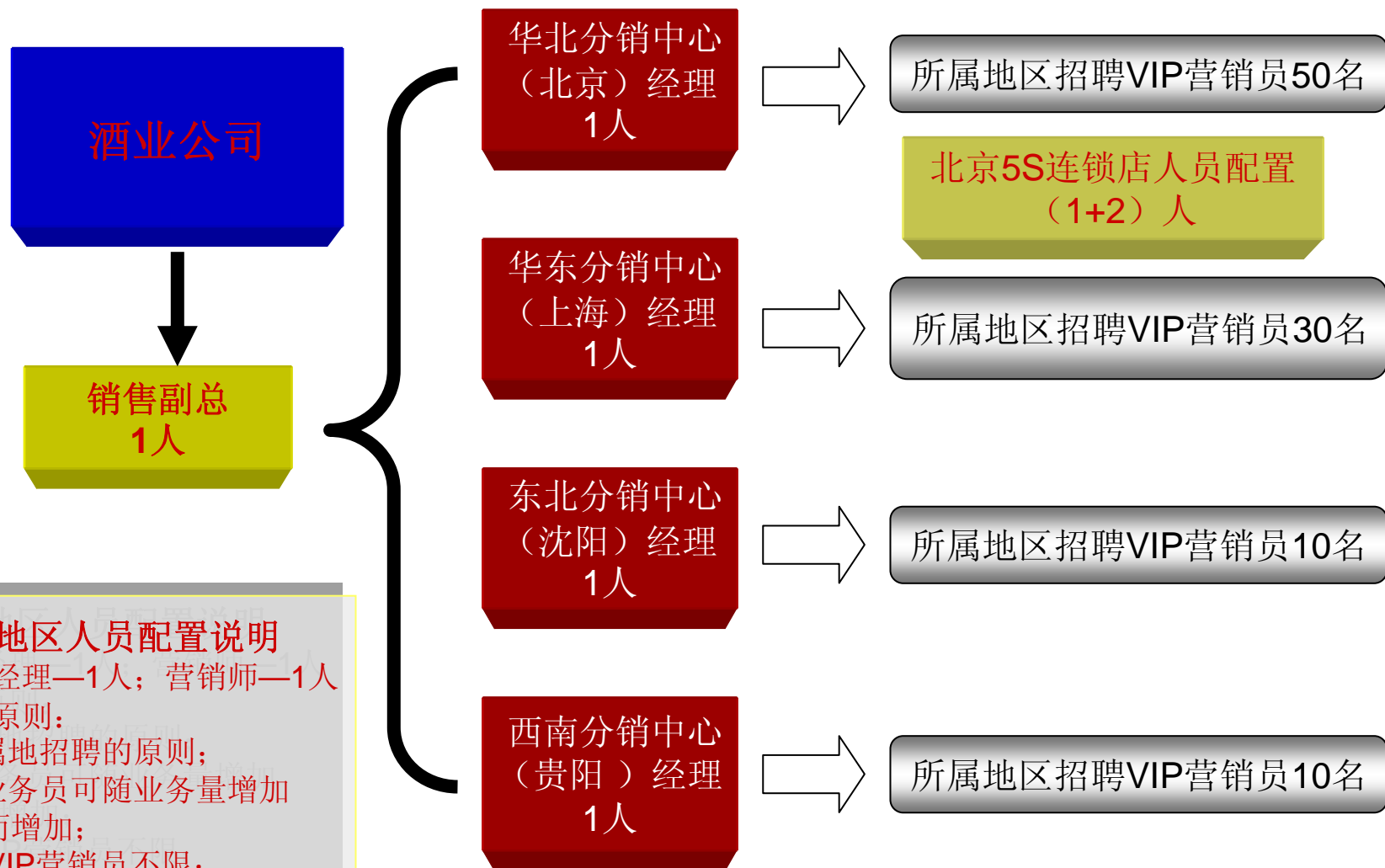
# 四、市场营销机构设置



# 四、市场营销机构设置

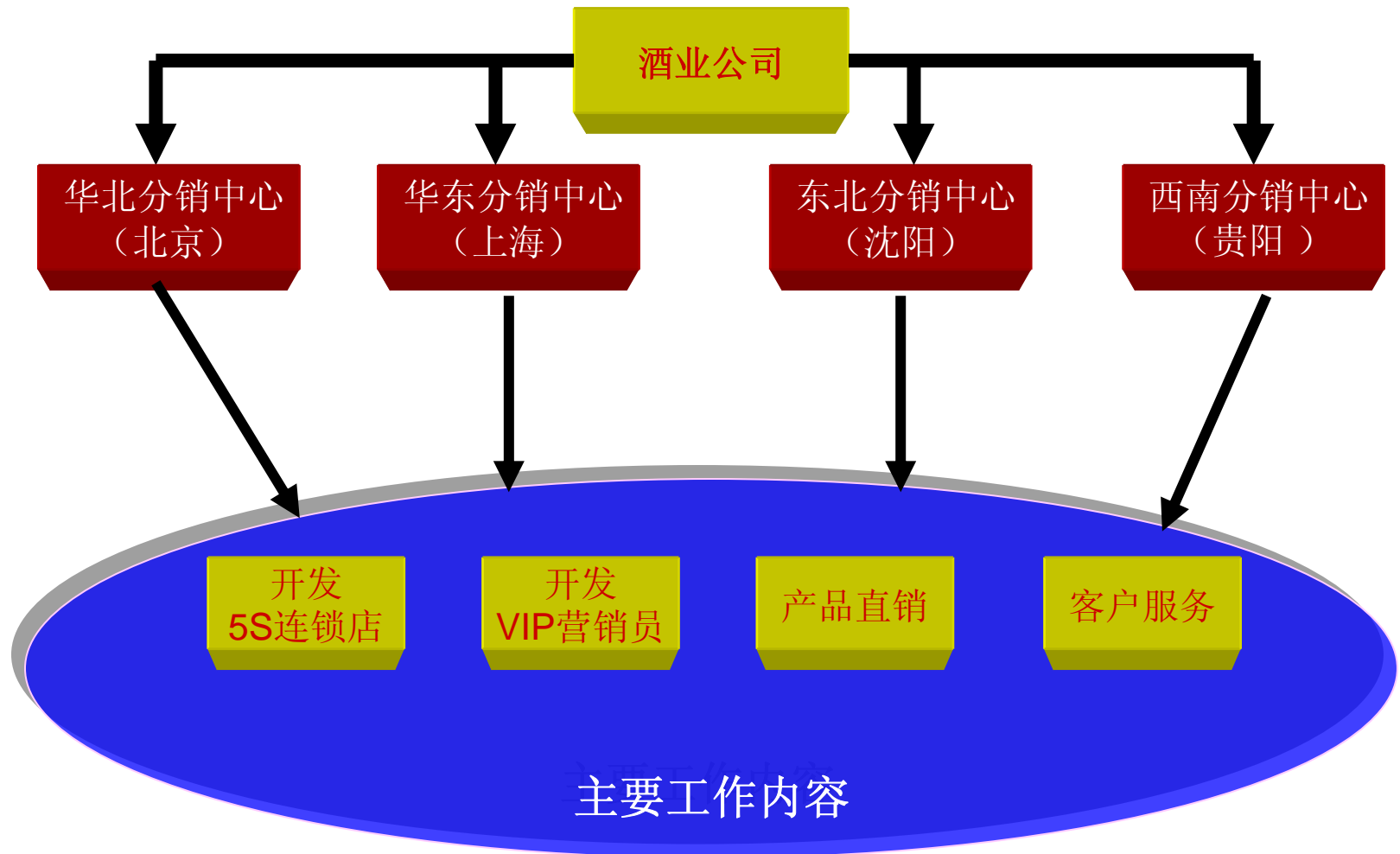


# 四、市场营销机构设置

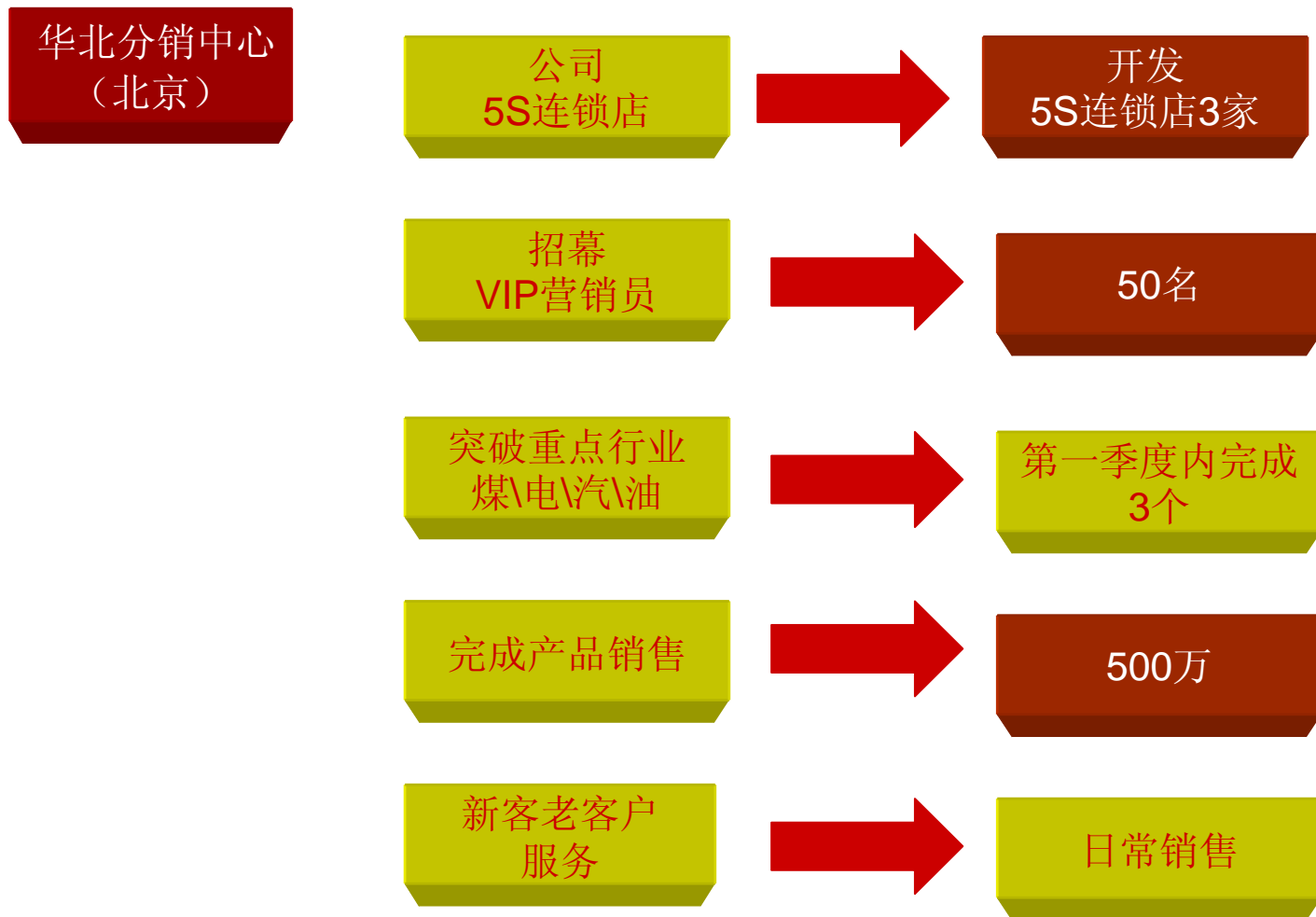




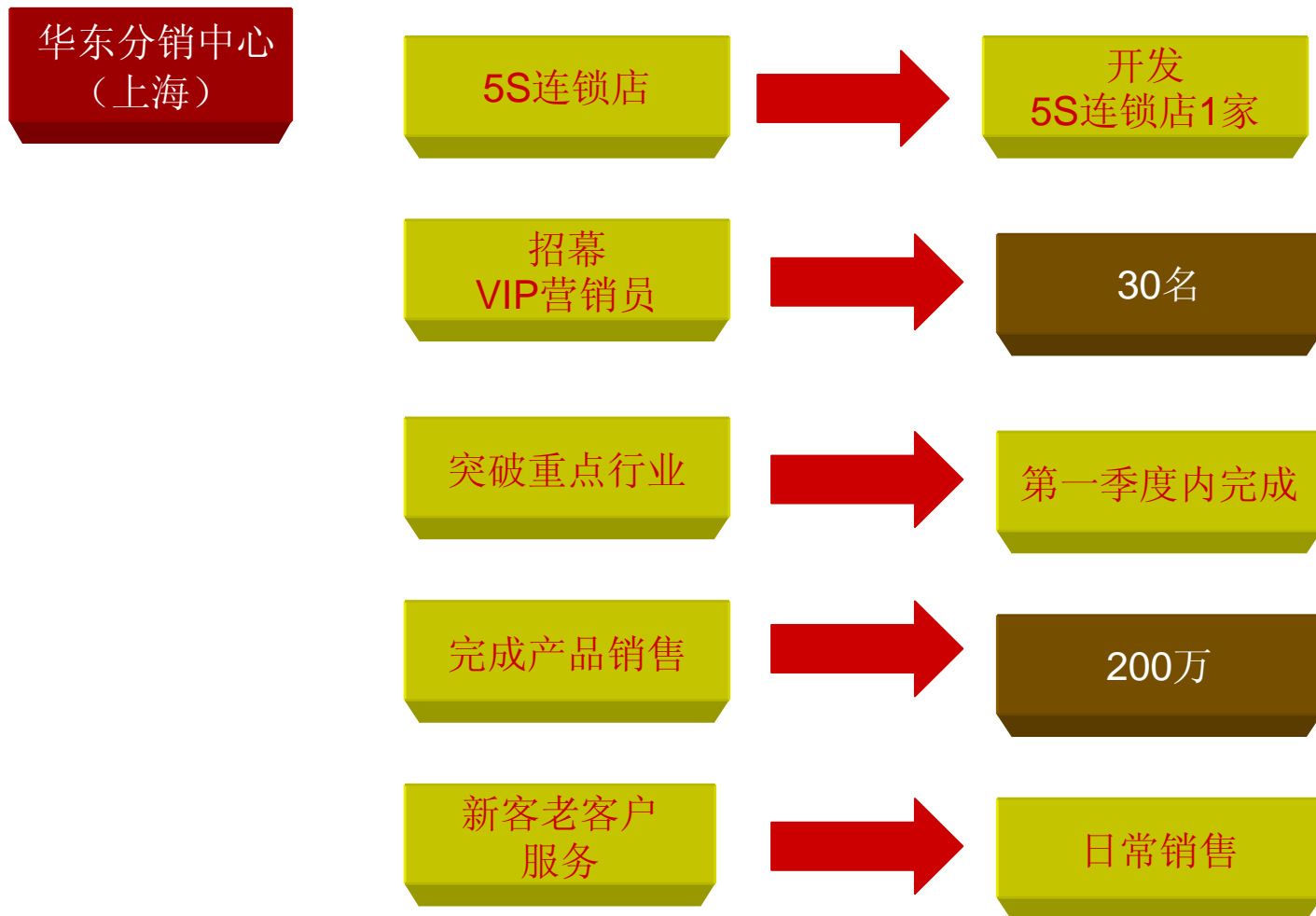
# 五、市场营销系统



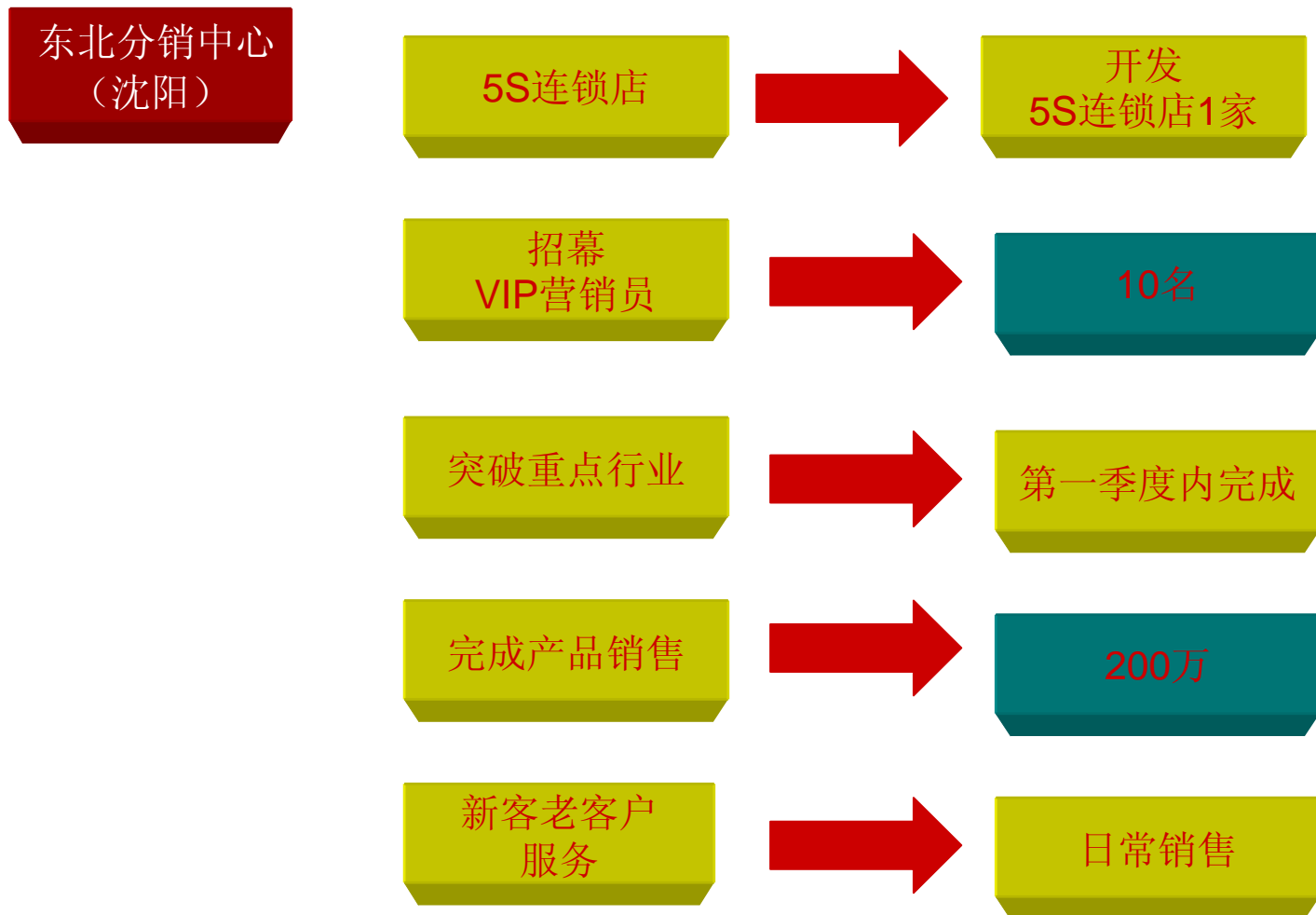
# 六、市场营销分解系统



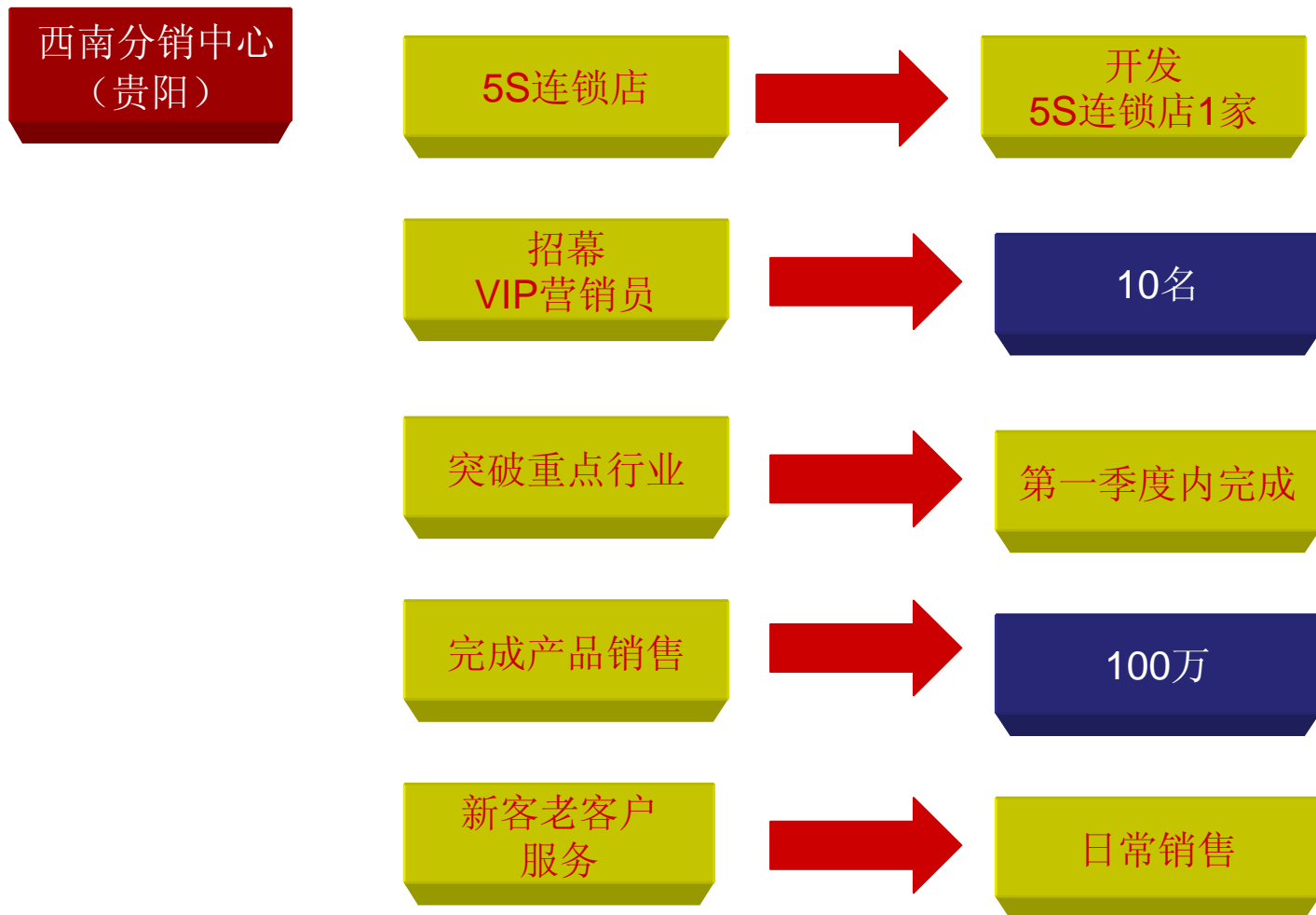
# 六、市场营销分解系统



# 六、市场营销分解系统



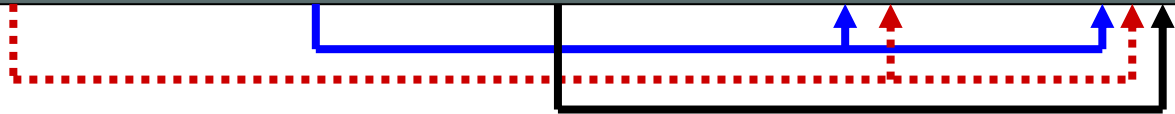
# 六、市场营销分解系统



# 七、市场管理系统

1、价格管理：统一终端价（包括运费）；统一批发价；不可随意调整价格（见附件）；

2、销售管理：酒业公司 → 分销中心 → （连锁店） → VIP营销员 → 消费客户



3、人员管理：酒业公司 → 分销中心 → （连锁店） → VIP营销员



4、客服管理：酒业公司 → 分销中心 → （连锁店） → VIP营销员 → 消费客户



5、物流管理：酒业公司 ... 分销中心 （连锁店） ... VIP营销员 ... 消费客户



# 七、市场管理系统

6、货款管理之一：酒业公司 分销中心 (连锁店) VIP营销员 消费客户



6、货款管理之二：

1)、先款后货的原则；2)、谁担保谁负责的原则

7、考核管理：酒业公司 → 分销中心 → (连锁店) → 销售经理 (行政办附件)



8、品牌管理：酒业公司 分销中心 (连锁店) 销售经理 VIP营销员

# 八、后勤保障系统

## 行政办配合的工作：

- 1、管理制度的完善；
- 2、绩效考核；
- 3、激励机制，凝聚力工程；
- 4、工作标准及操作流程；
- 5、人力资源管理及培训；
- 6、执行力督查；
- 7、品牌推广建设；
- 8、企业文化建设；



# 九、价格执行系统

详见附件  
(讨论)

# 十、特色活动

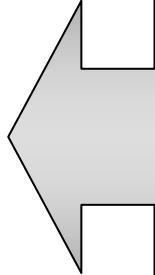
1、VIP会员积分系列活动；

2、重大节日促销活动；

3、扶贫助学献爱心活动；

4、名企名家讲座活动；

5、5S连锁店形象推广活动；



所有活动  
需要编制  
实施方案

# DZ-53度5S连锁店

工作计划（讨论稿）

# 一、策划方案



策划方案

主要内容（略），详见策划案

- 1、主要功能；
- 2、营销格式；
- 3、加盟条件；
- 4、政策支持；
- 5、操作流程；
- 6、合同条款；
- 7、管理制度；
- 8、附件说明；

## 二、工作计划

### （一）、5S连锁店筹委会领导小组

- 1、组 长：
- 2、执行副细长：
- 3、组成成员：

### （二）、工作小组

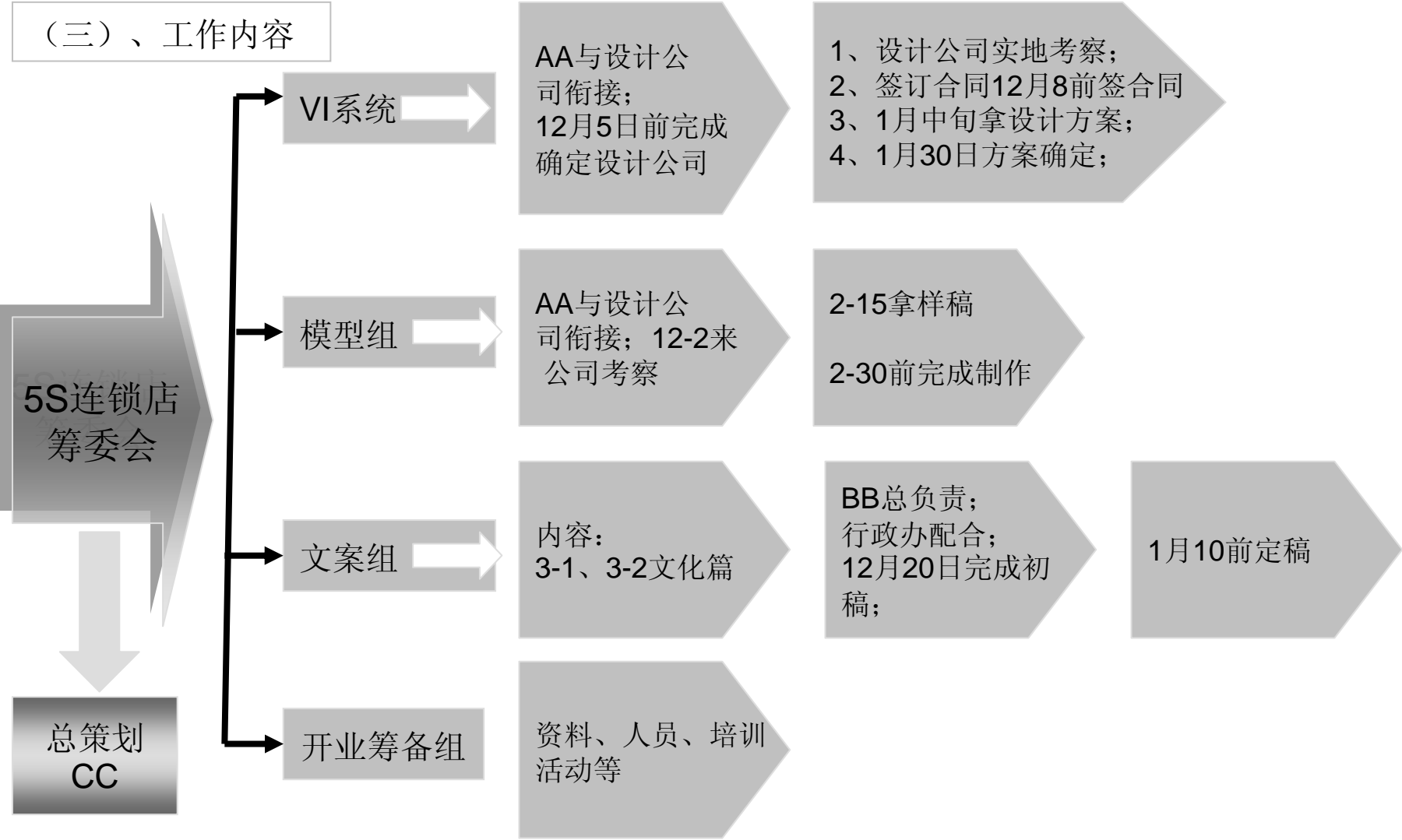
- 1、**CIS、VI**系统设计组：
- 2、模型设计组：
- 3、文案撰写组：
- 4、开业筹备组：

注：委托设计公司设计

注：委托设计公司设计

# 二、工作计划

## (三)、工作内容



# 二、工作计划

## （四）、工作计划



# 三、功能分解

## 1 功能定位

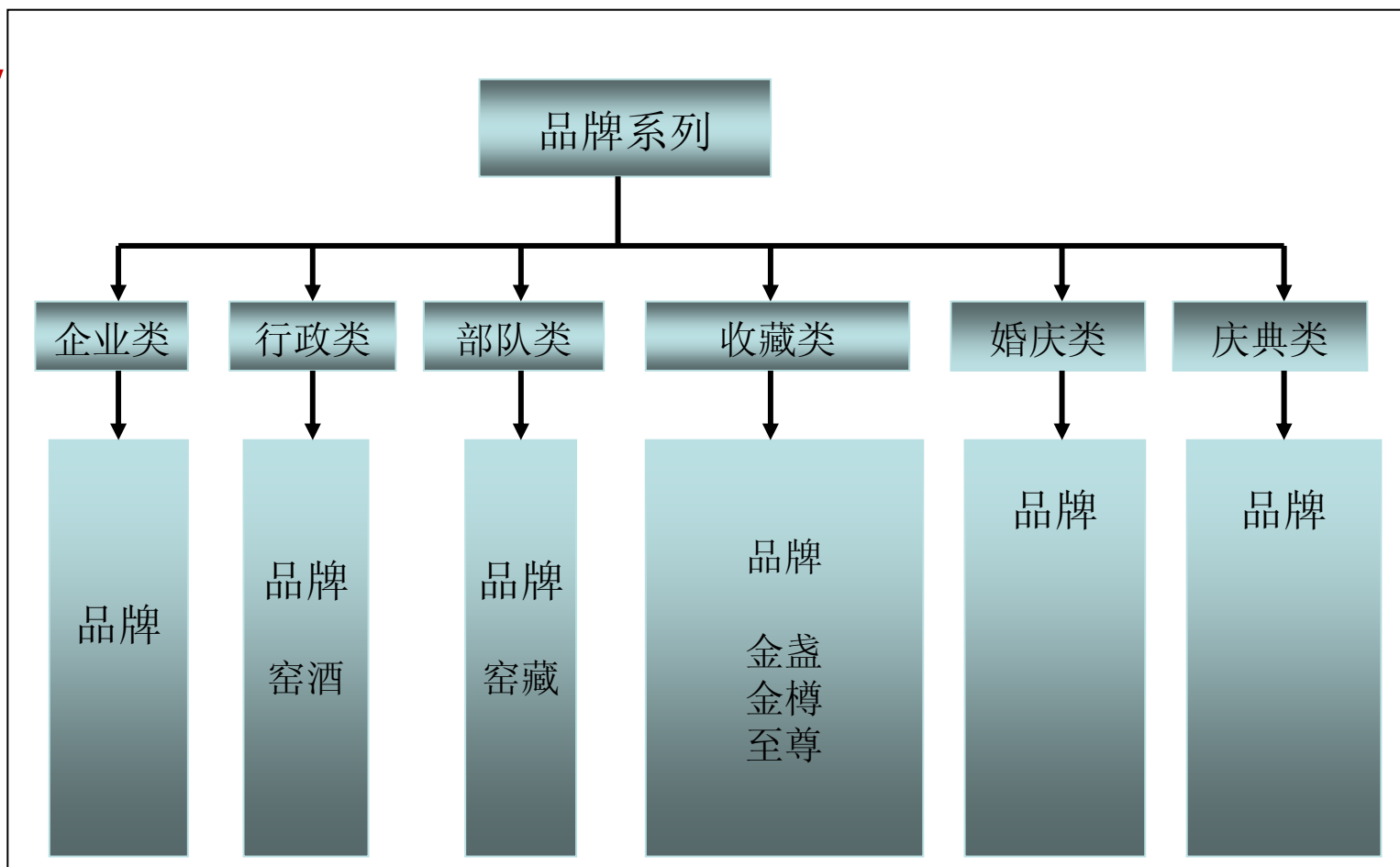
- 1、定制功能                      **Specialty**  
(满足个性化消费的客户)
- 2、展示功能                      **Show**  
(产品陈列区、文化展示区、接待区、品酒区、  
酿酒模型区)
- 3、传播功能                      **Spread**  
(市场信息、酒文化、产品文化、企业文化、  
爱心文化、慈善文化、会员信息等)
- 4、服务功能                      **Service**
- 5、仓储功能                      **Stockroom**



# 三、功能分解

Specialty

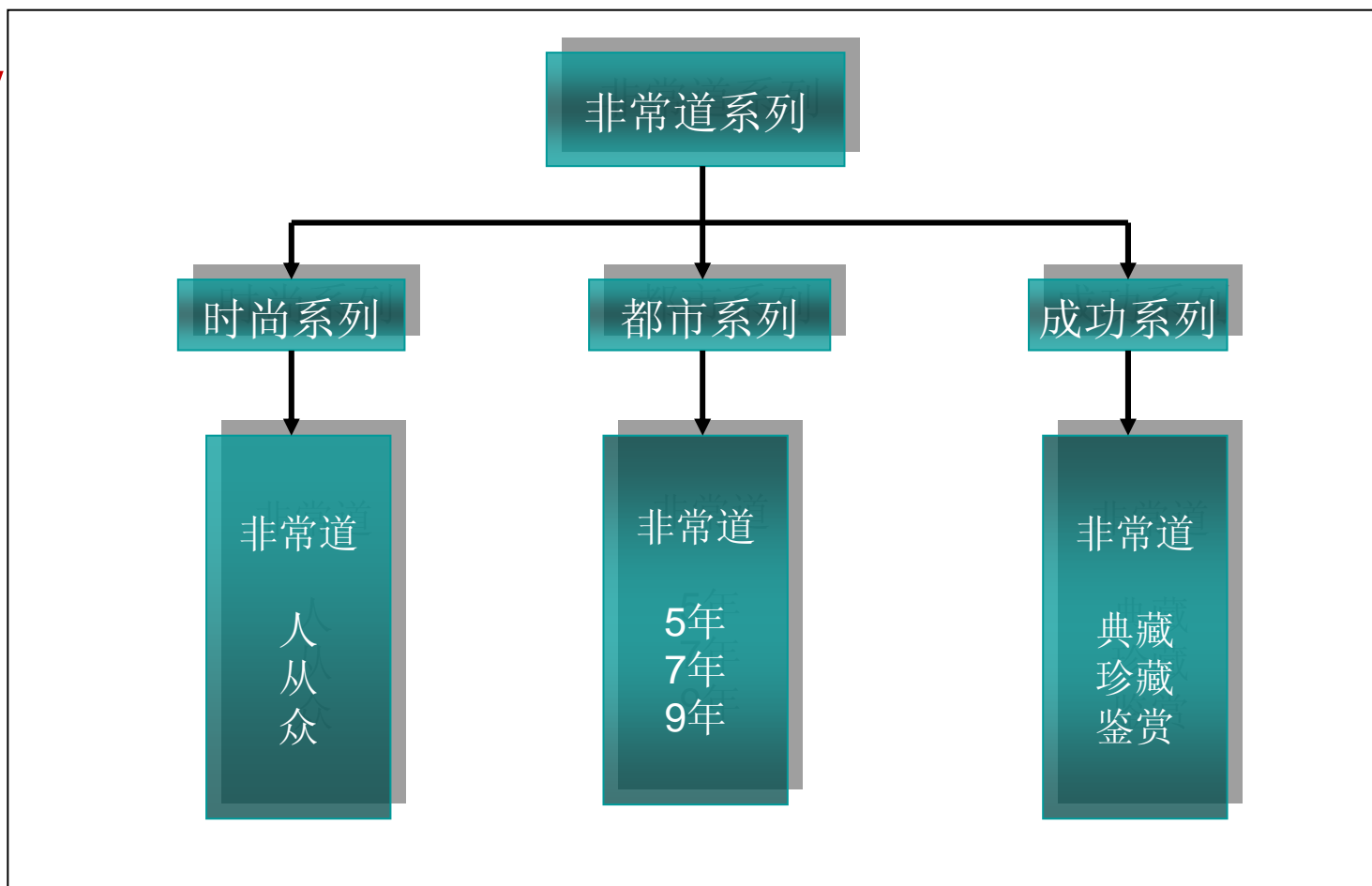
1-1 定制产品



# 三、功能分解

Specialty

1-2  
定制  
产品



开业前务必确保的产品

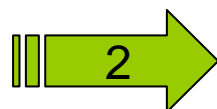
# 三、功能分解

Show

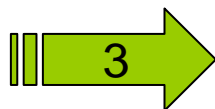


展示的主要是XX酒业的产品，可适当放些茅台酒的产品，起点缀作用

2  
展示功能



企业文化、品牌文化、酒文化，包括品酒文化、收藏文化、爱心文化等



展示的是酱香型酒制作的工艺、流程、文化

# 三、功能分解

Show

2-1  
产品  
展示

百年  
系列

非常道  
系列

部分  
茅台酒产品

# 三、功能分解

Show

2-2  
文化展示

企业文化

1

- 1、企业发展史：从清末烧房到改革开方初期一直到现在；
- 2、企业文化、企业精神、经营理念；
- 3、企业的慈善文化：希望工程、教育扶病基金
- 3、品牌的由来；

茅台镇  
酱香酒文化

2

- 1、世界三大蒸馏酒之一，国酒之乡；
- 2、地理位置；
- 3、独特的酿酒工艺；
- 4、长征文化；名人文化；

XX酒业  
酒文化

3

- 1、XX系列产品：  
——企业、行政、部队、收藏、婚宴、庆典、寿宴等；
- 2、非常道系列产品介绍  
——时常型、都市型、成功型；
- 3、每款酒背后的故事；类同国际品牌产品制作；

# 三、功能分解

Show

2-2  
文化展示

会员积分制

1

- 1、会员卡的分类：世博卡、白金卡、钻石卡；
- 2、会员制度；
- 3、活动内容及各卡享受的条件；

品牌文化

2

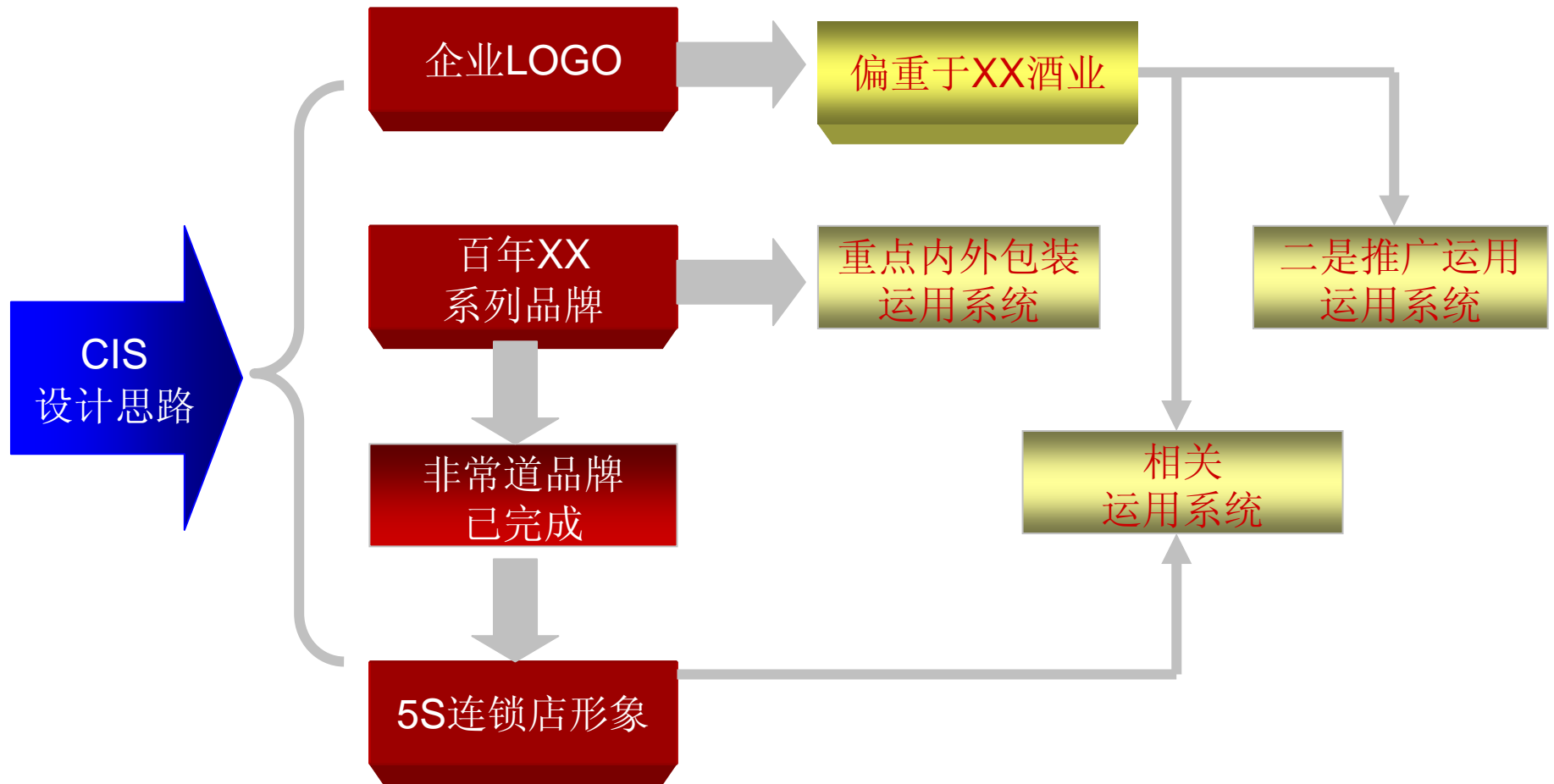
- 1、名人题词；获奖积累；
- 2、企业CIS策划、DZ53度5S连锁店VI系统设计；
- 3、连锁店品牌推广系统策划——包装、颜色，由专业设计公司
- 4、品牌策划与设计

推广文化

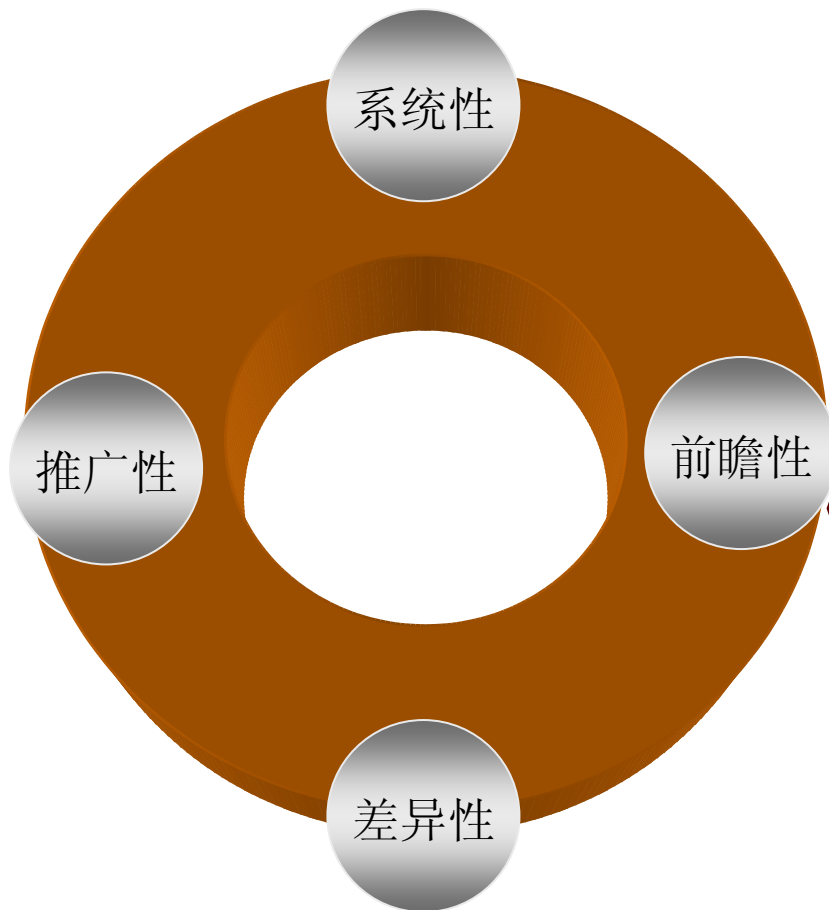
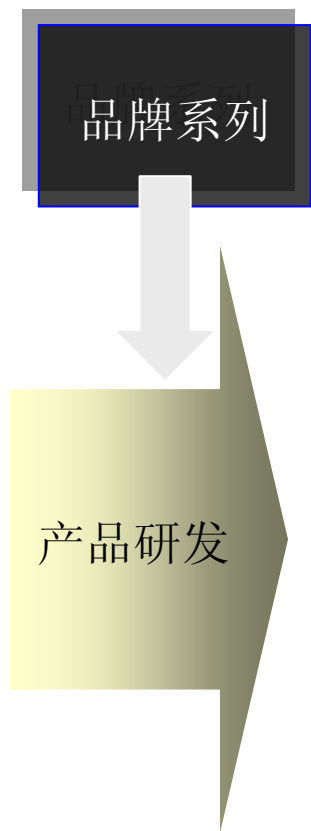
3

- 1、广告：航班、名牌、名人刊物、电视
- 2、图录：
- 3、网页：
- 4、影响力的活动：世博会、食博会等；
- 5、品牌推广的特色活动；

# CIS



# 三、功能分解



- 1、将来务必在VI系统下设计
- 2、要设计一款高档次的酒，代表酒的品牌，更是代表了企业的形象；也是5S连锁店形象产品；
- 3、设计部门要借鉴人家好的设计产品，他为我用；



# 三、功能分解

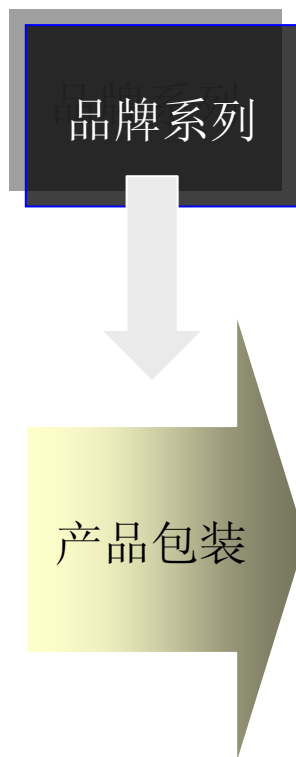
品牌系列

产品研发

## 当前存在的问题：

- 1、还没有找到一家好的外包装的设计公司；
- 2、还没有有一款代表企业品牌的产品；
- 3、外盒制作还比较粗糙；
- 4、企业对产品的整体规划、产品开发还没有真正行成系统；产品开发的力量有待于加强；
- 5、要加强市场部的力量，要加快研发的质量和数量；
- 6、要学会他为我用还不够；
- 7、设计的起点不够高；

# 三、功能分解



➔ 外包装设计：将来在公司、品牌VI系统下设计；

➔ 外包装制作：做到做工精美，杜绝缺陷产品进入市场；

➔ 瓶子的选用：严把瓶子质量关，出厂的是100%合格产品；

➔ 相关的附件：包括瓶帽、飘带、衬垫务必确保质量；

➔ 成品包装：对前面起检查作用；按包装流程、标准执行；保护好成品，做到不合格产品不出库；

# 三、功能分解

品牌系列

产品产量

此项工作由酒厂负责

- 1、编制质保体系，可参照茅台酒厂；
- 2、调酒师要有专人负责；
- 3、每次调酒要封样，可追溯性；
- 4、要有稳定的产品质量；

质量  
如同生命

# 三、功能分解

Show

2-3  
酿酒  
工艺  
展示



草案

# 三、功能分解

Spread

3  
传  
播  
功  
能

产品信息传播  
及市场推广

1

新老产品向新老客户进行推广，根据公司的策划，开展相关的促销活动。

客户信息收集  
与反馈，互动

2

对客户所映的问题的收集、整理、分析、上报；对市场、同行、政策信息的收集与传递。

招商与开发

3

1、连锁店在所在区域对产品进行销售；  
2、拓展VIP营销员（兼职）；

# 三、功能分解

Service

定制接待服务



客户个性需求信息收集服务；  
定制接洽服务：品牌、数量、单价、交货、付款等

4  
服务  
功能

客户投诉服务



对服务过程中（公司或连锁店）存在问题的高效解决

VIP客户服务



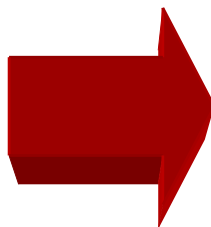
对服务过程中（公司或连锁店）存在问题的高效解决

# 三、功能分解

## Stockroom

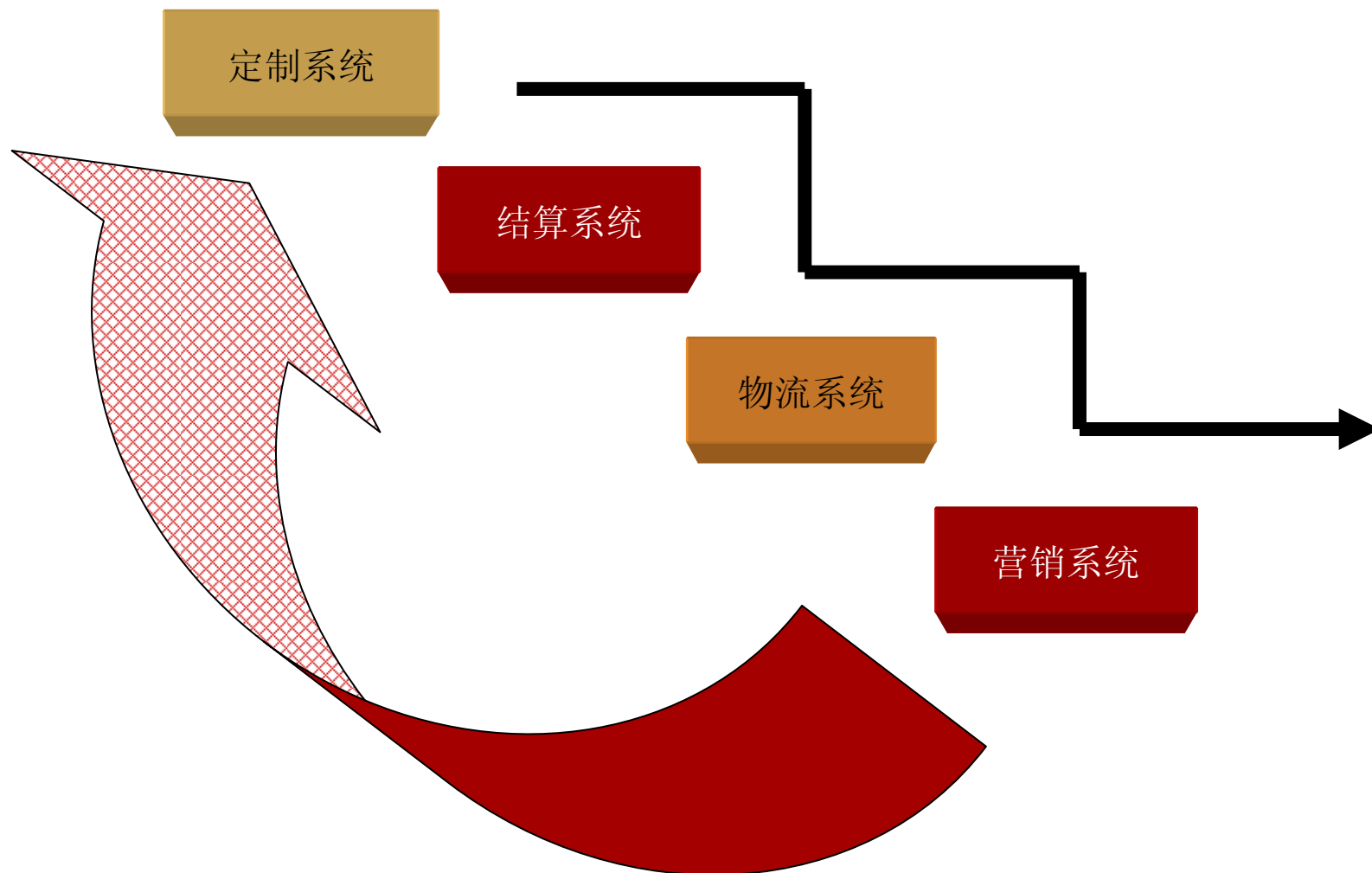
### 5 仓储功能

物流服务  
货物收发



服务对象：  
1、小批量客户；  
2、对物流公司不能上门送货的客户；

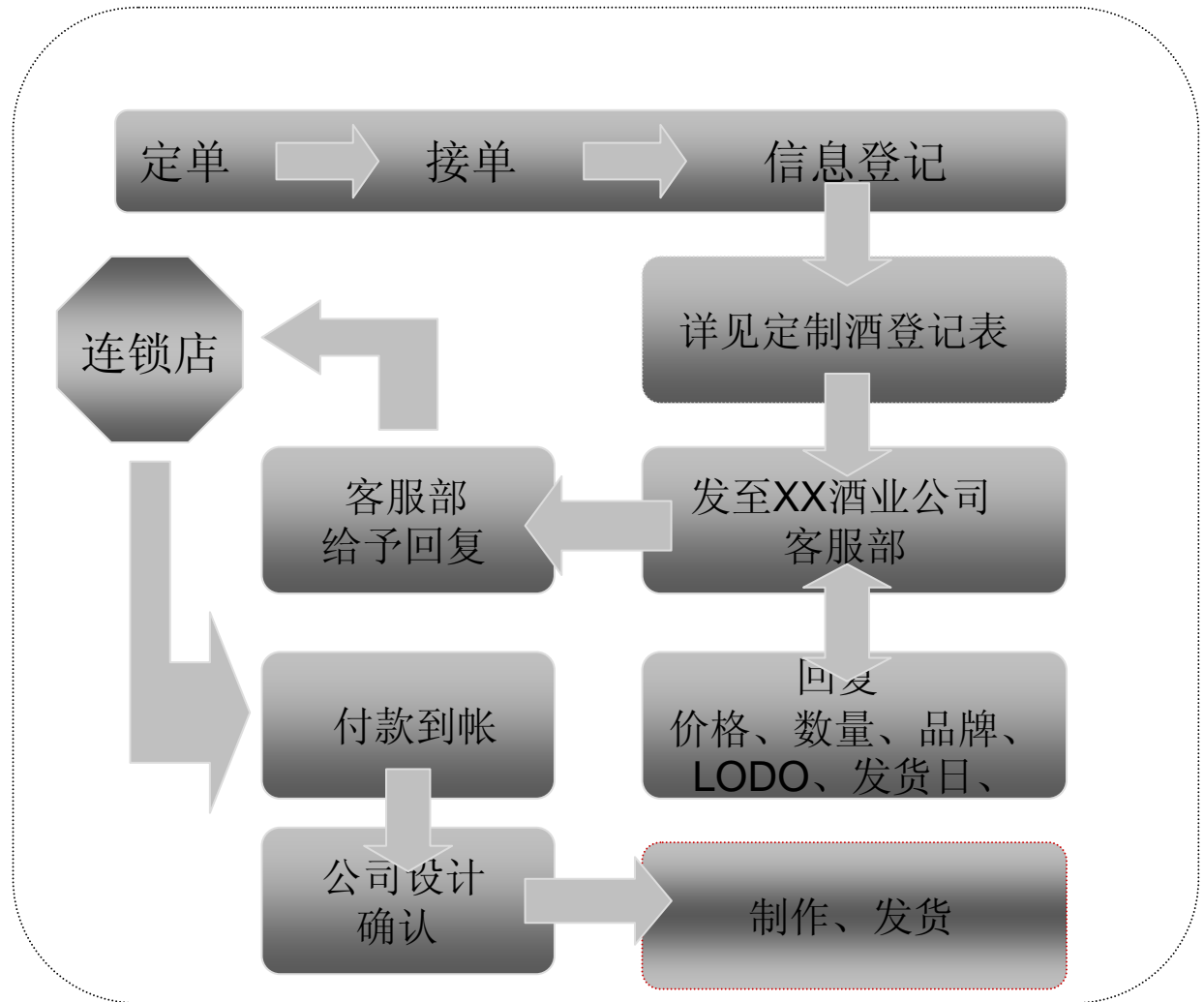
# 四、市场操作系统





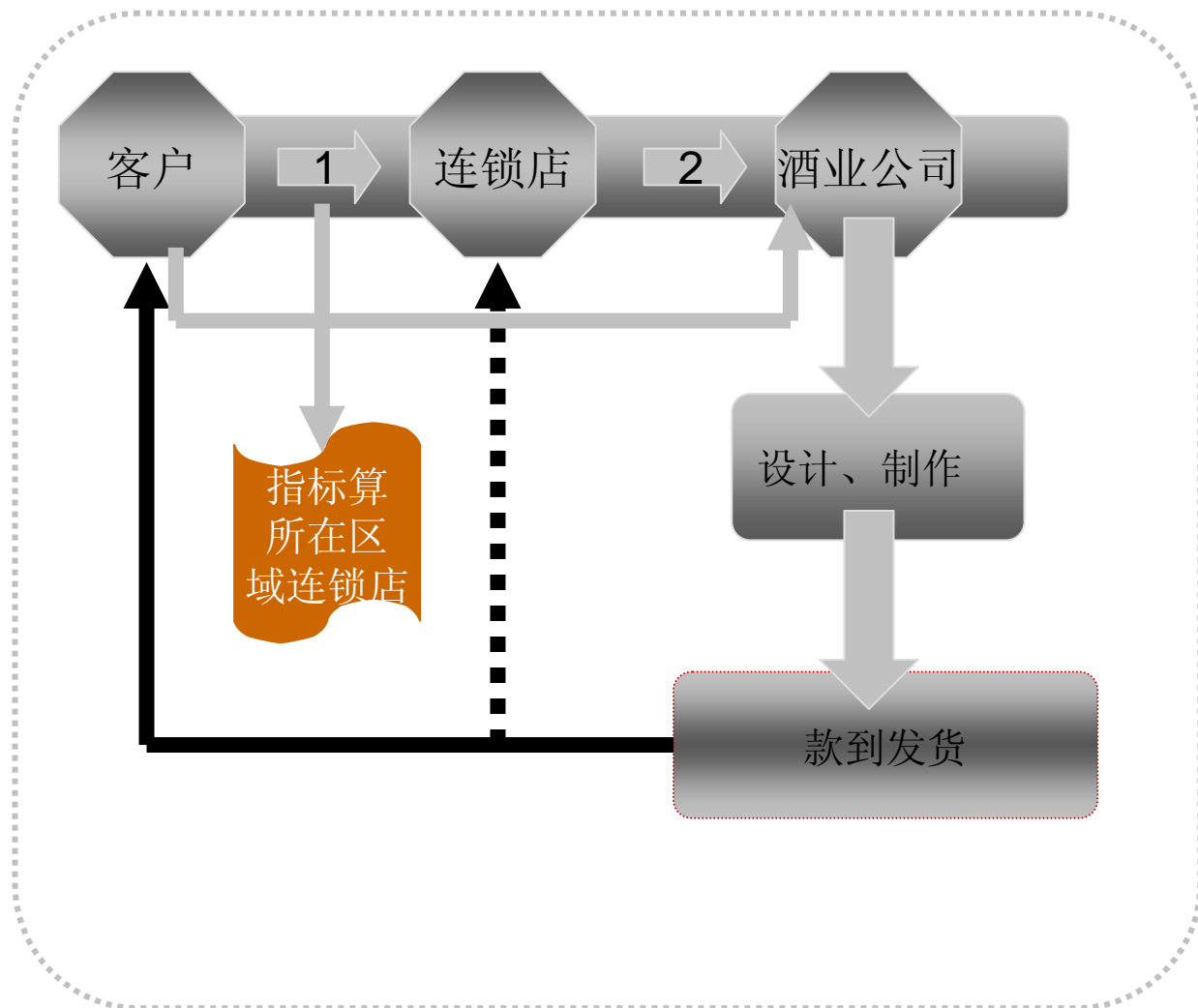
# 四、市场操作系统

## 1、定制系统操作流程

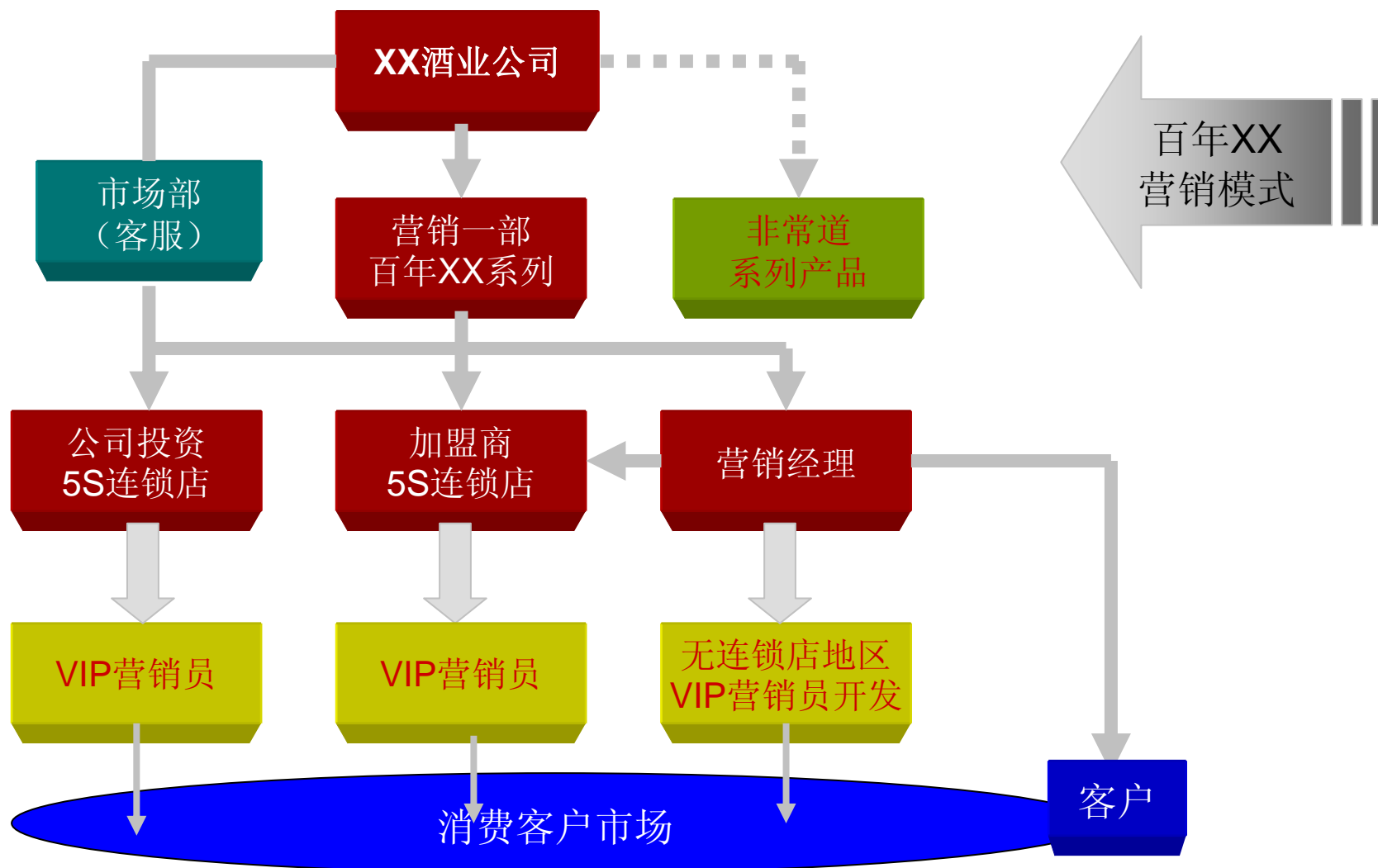


# 四、市场操作系统

## 2、 结算操作流程

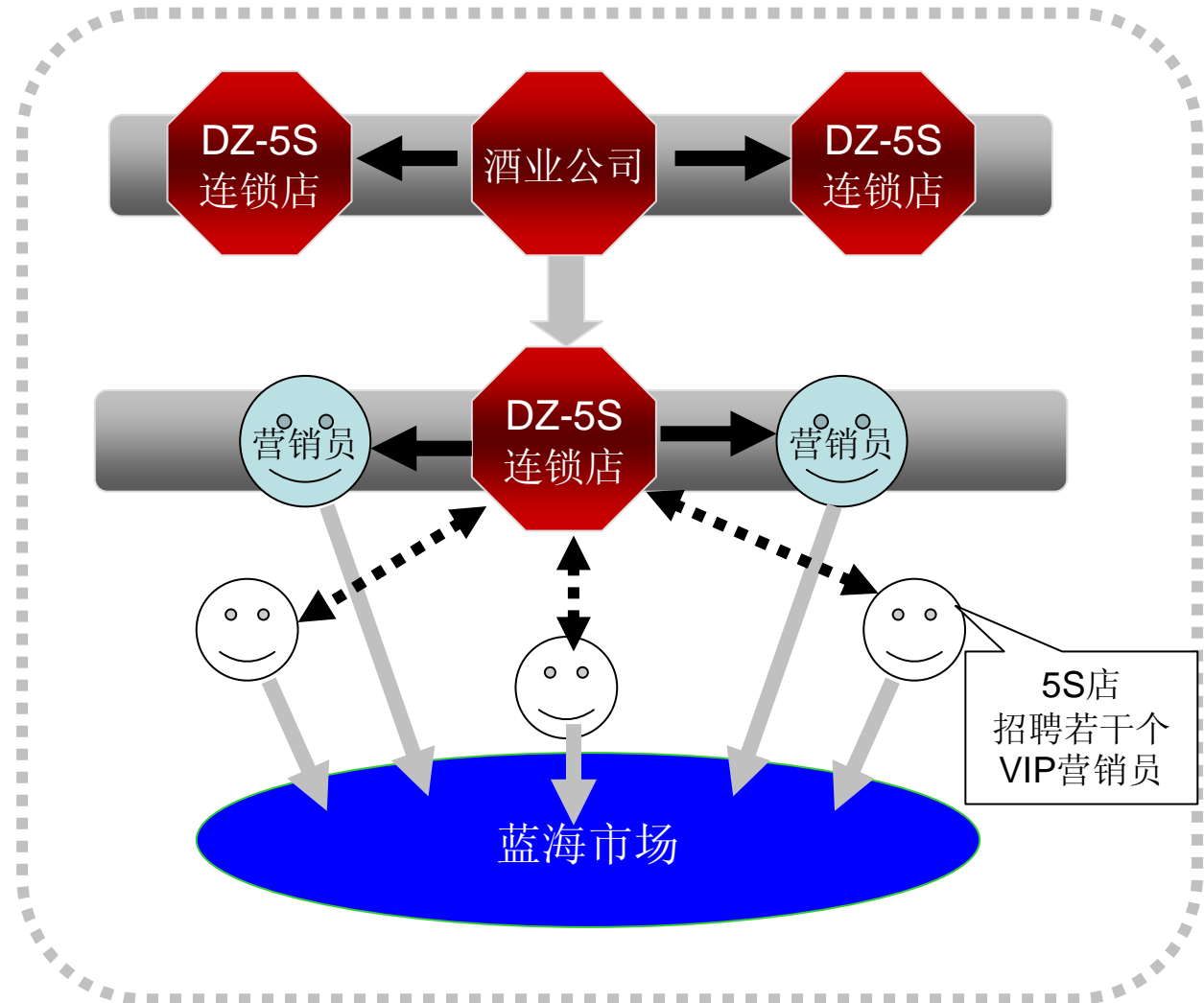


# 四、市场操作系统

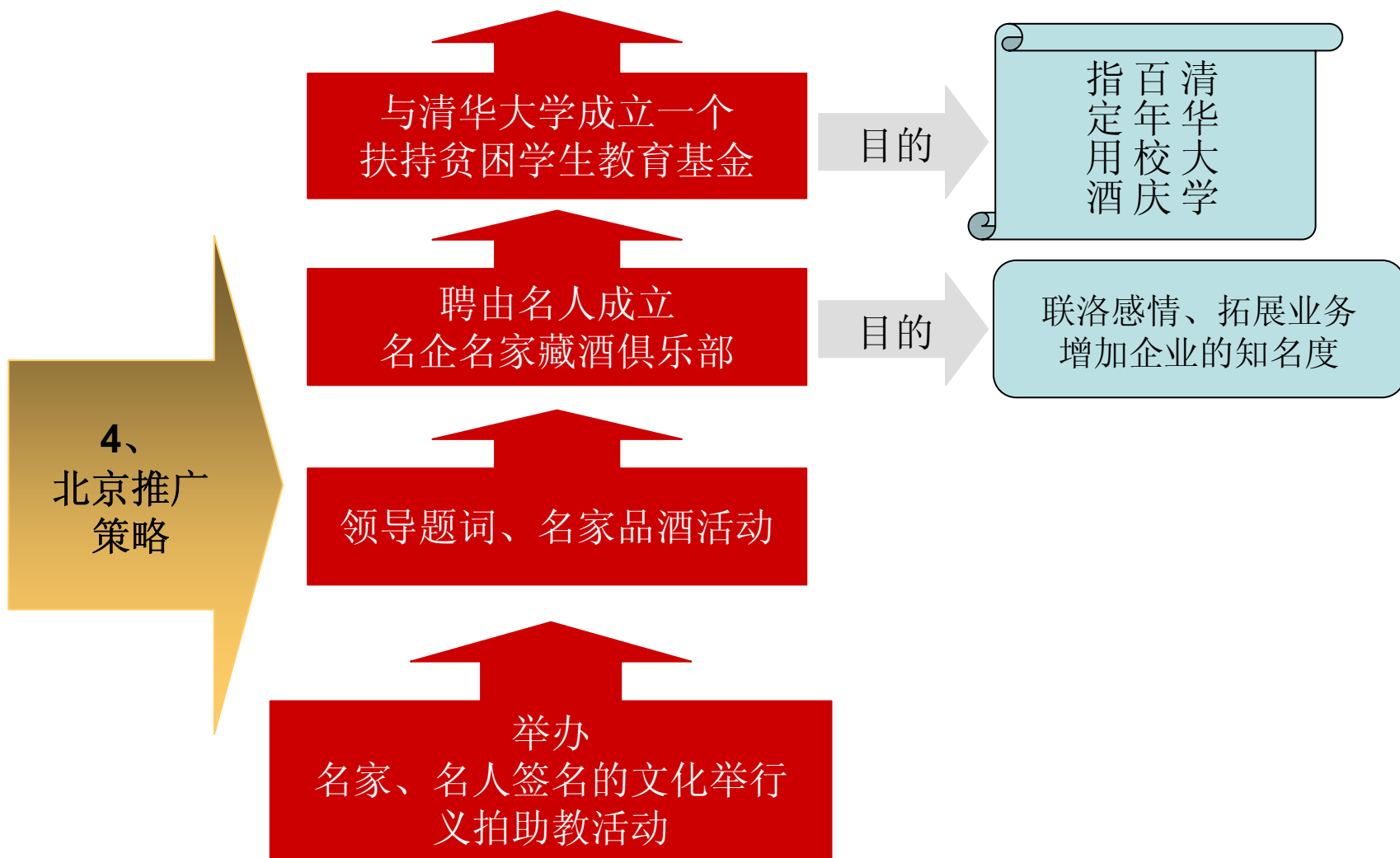


# 四、市场操作系统

## 3、 市场开发流程



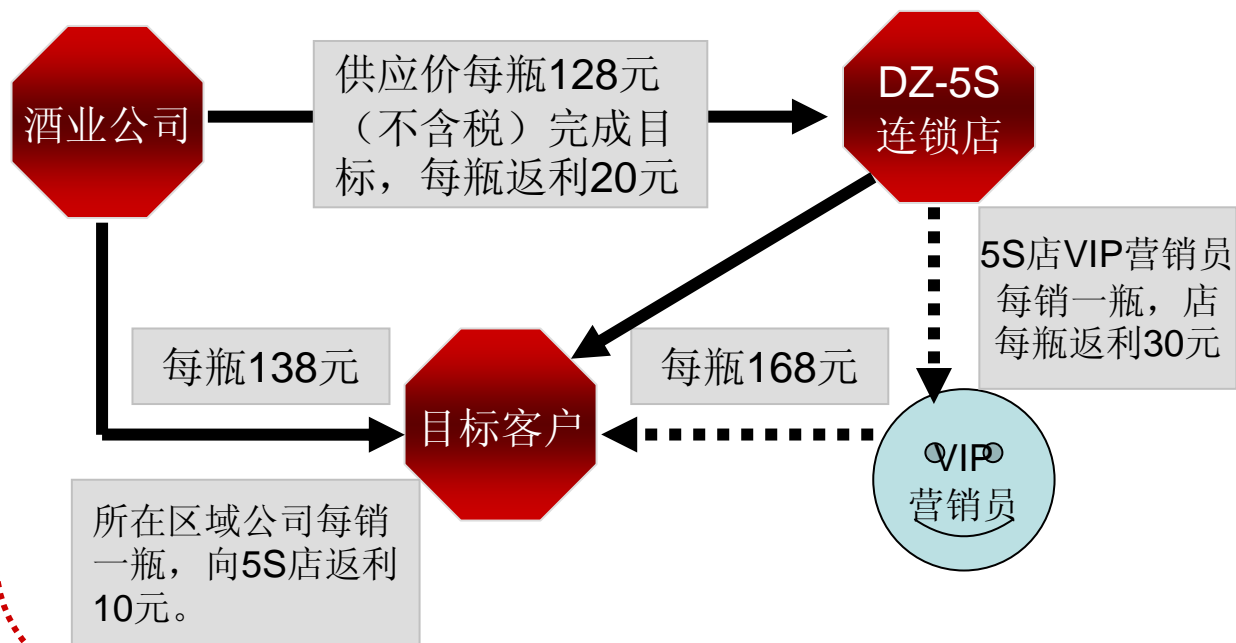
# 四、市场操作系统



# 四、市场操作系统

类别	供5S店价格	VIP营销员销售价	目标客户终端价格	
财富酒	118元/瓶 返利20元	138元/瓶 返利30元	168元/瓶	

## 5、市场营销价格系统举例说明



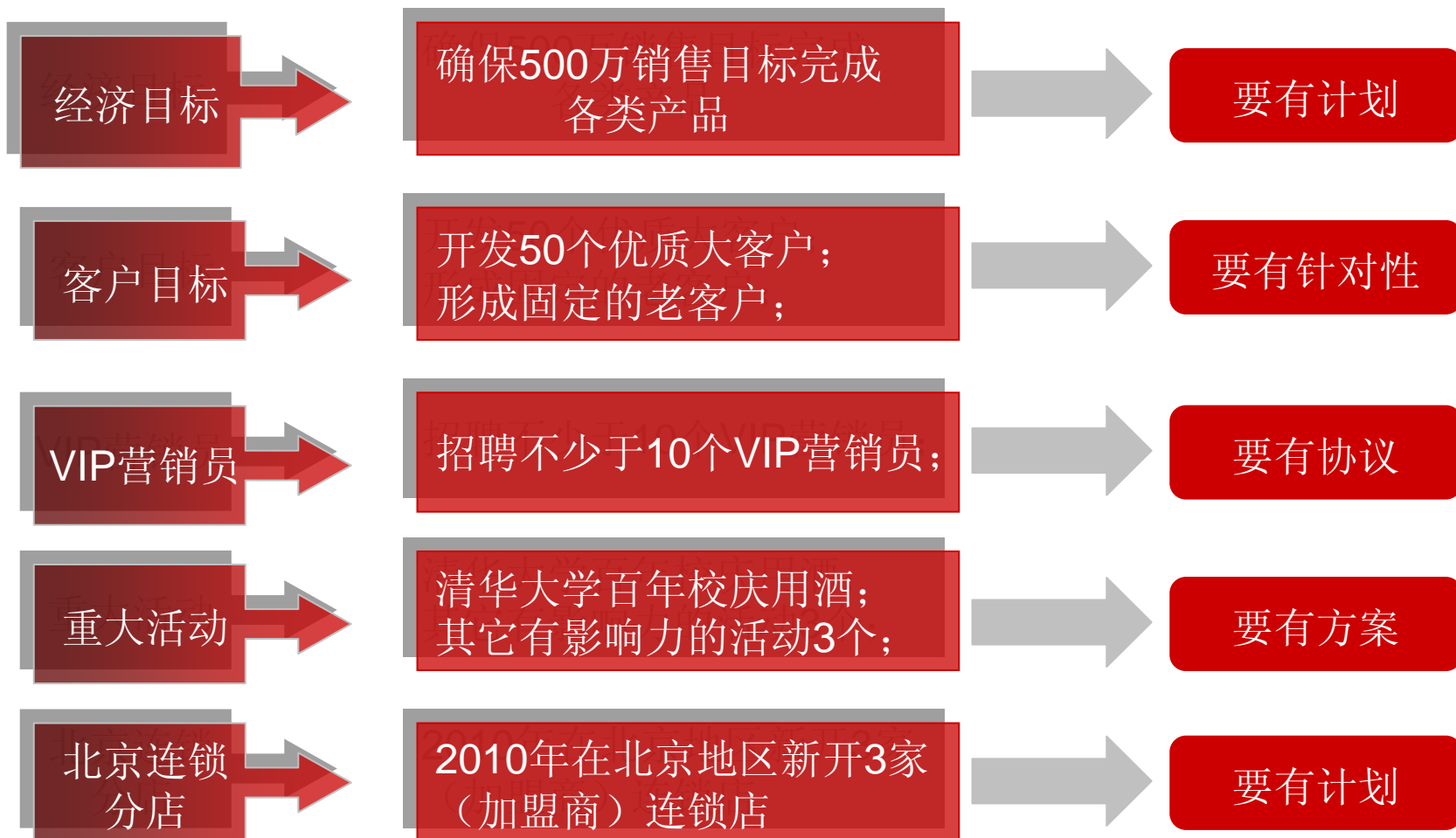
# 四、市场操作系统

品名	连锁店价格	终端价	VIP营销员提成	软锁店完成指标年终返利	公司客户给所在区域软锁店提成
XX	88元	128元	20元/瓶	10元/瓶	
XX	128元	168元	30元/瓶	20元/瓶	
窑酒					
窑藏					
金盏					
金盏					
金樽					

6、  
市场营  
价格系统

详见附件

# 六、北京5S连锁总店目标





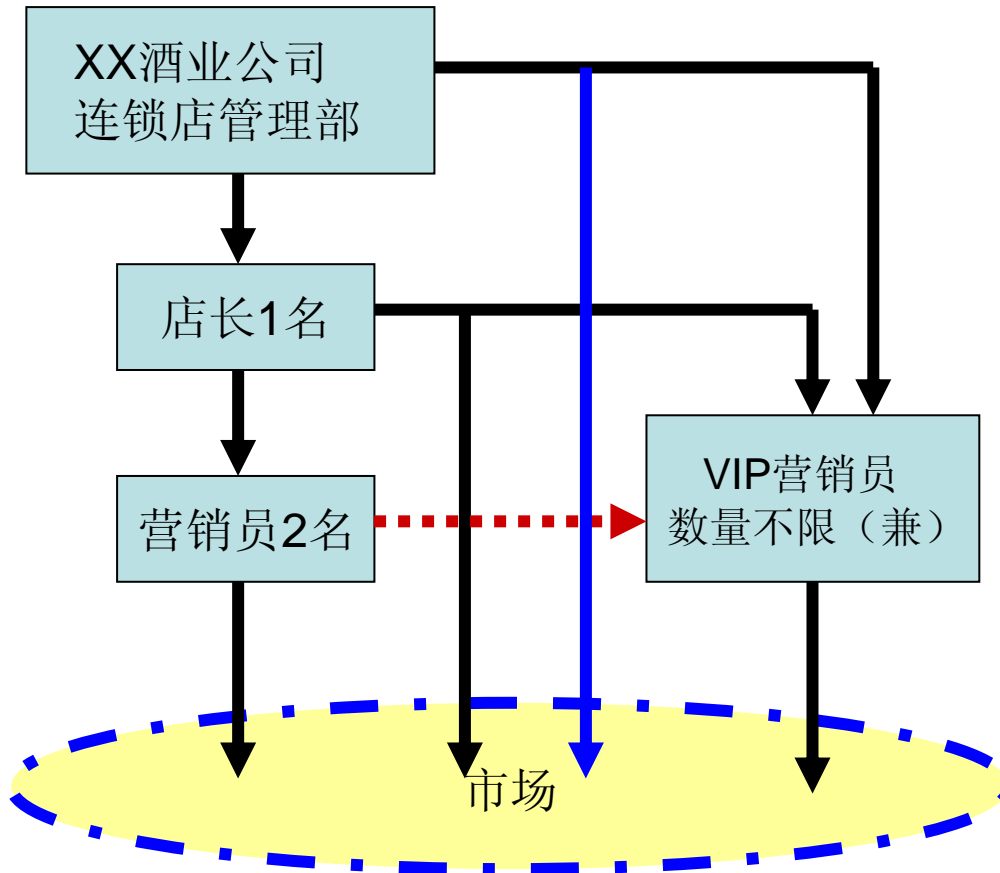
# 五、管理制度（行政办）

5S连锁店  
管理制度

- 1、5S店日常管理；
- 2、5S店价格管理；
- 3、5S店结算管理；
- 4、5S店装修管理；
- 5、5S店品牌管理；
- 6、5S店市场管理；
- 7、5S店招商管理；
- 8、5S店推广管理；

# 五、管理制度

1  
5S连锁店店  
组织结构



# 五、管理制度

## 1-1 岗位职责

### 1 店长

#### 一、岗位要求

- 1、有良好自身素质和职业道德，强力的敬业精神，能吃苦；
- 2、本科及以上学历，女性，30岁以下，北京人；身高170厘米；长相端正、大方；
- 3、有较强的功关能，懂管理会经营；

#### 二、工作内容

- |            |          |
|------------|----------|
| 1、业务开拓；    | 2、日常管理；  |
| 3、客户管理；    | 4、培训管理；  |
| 5、结算管理；    | 6、会员管理；  |
| 7、信息管理；    | 8、员工管理；  |
| 9、VIP营销管理； | 10、仓储管理； |

详见制度

# 五、管理制度

## 1-1 工作职责

2

营销员

### 一、岗位要求

- 1、良好的职业道德和自身素质；有强力的敬业精神；
- 2、大专及以上学历，男女不限，30岁以下；有工作经验；长相端正大方，男身高175厘米；女170厘米；
- 3、过硬的心理素质，一流的功夫和沟通能力；

### 二、工作内容

- 1、服从店长的管理；执行公司相关制度；
- 2、能独立地开展业务且完成营销任务；
- 3、100%收回销售货款(不得赊帐销售)；
- 4、拓展VIP营销员；
- 5、客户接待、市场信息收集、产品推广

详见制度

# 五、管理制度

## 3 IP营销员

### 一、岗位要求

- 1、良好的职业道德和自身素质；有强力的敬业精神；
- 2、年龄、男女不限；有较宽的社会资源和关系网络；

### 二、工作内容

- 1、服从店长的管理；执行公司相关制度；
- 2、能独立地开展业务且完成营销任务；
- 3、100%收回销售货款(不得赊帐销售)；
- 4、客户接待、市场信息收集、产品推广

1-1  
工作职责

详见制度

# 五、管理制度

## 1-2 日常工作流程

上班

9: 00上班

15分钟卫生

15分钟晨会

昨天工作总结、分析。无客户情况下业务联系；

客户接待——介绍：产品、酒文化、生产工艺、品尝

信息登记（表）；工作总结

下班

17: 15 整理

17: 30下班；安全工作

详见制度

齐心协力、保质保量