



市场营销计划大纲

市场营销计划的目标，是指导企业满足顾客的需要，研调顾客的需求，研发受顾客欢迎的产品/服务，把产品分销到用户，为客户服务，最终当然要使企业盈利。

前言

- 谁人 这家公司谁是负责人？谁是雇员？谁是社区内居民？
- 什么 是什么产品/服务？公司的目标是什么？
- 那里 工厂将设在那里？
- 如何 公司打算如何达到目标、生产水平、销售量？
- 为何 为何研发这种产品/服务？有何特质/品质？在那方面比市场现成产品优胜？

目标市场

- 公司初期计划主攻什么市场？
 - 本地
 - 本省
 - 西部省份
 - 全国
- 公司属于那一种基本市场？
 - 消费市场
 - 工业
 - 政府
 - 国际市场
 - 供应商
 - 生产商
 - 批发市场
- 目标市场按什么标准分布？
 - 消费群
 - 地理分布
- 在规划中的主攻市场，潜在销售总额约有多少？
- 请分析各目标用户群的年龄、性别、生活模式、价值观（各主要顾客群）。



- 确定公司的销售量目标，并计算市场占有率。
- 分析规划中生产力如何配合预算中的市场需求量。
- 列出那些可能改变产品销售力的外在因素，并提出克服这些挑战的方法：
 - 包装/标签规定
 - 货劳税 (GST) 对顾客接纳售价的影响
 - 购物习惯 (健康食品相对于无益食物)
 - 技术演变影响生产 (挤压方法)
- 分析产品/服务的旺季；属于非理性消费还是日常买菜的货品。计划中的市场营销策略有针对这些特征吗？
- 这种产品/服务通常由谁人选购/选用？消费决定由谁人拿主意？市场营销策略有没有针对这批人？
- 这产品市场上有多少品种：
 - 按不同口味
 - 按不同大小的包装
- 以上各品种各有那些市场？
- 顾客通常在那些销售点购买产品？
 - 超市
 - 杂货店
 - 便利店
 - 小吃店
 - 加油站小吃店
 - 自动售货机
 - 学校
- 计划中的市场营销安排，有针对上述各销售点吗？

市场需求

- 有那些市场竞争对手？
- 他们推出那些产品/服务？
- 大家主攻的产品/服务与他们的比较，在品质、价格、包装及品种上孰优孰劣？
- 各对手目前所占市场份额是多少？
- 大家经营的企业，预计实际上可以争取多少市场占有率 (请附销售预测) ？



- 对这种产品/服务，广大消费用户通常有那些期望及要求？大家推出的产品/服务满足这些期望及要求吗？
- 包装（营销工具/销售点陈设）能够突出产品/服务的特质吗？
- 大家预计未来三年的营销增长额是多少？大家的规划中，生产力可以应付这个增长率吗？
- 公司的长远规划是什么？

产品定价

- 对这种产品/服务，消费者可接受那个水平的价格？
- 规划中的产品/服务定价，和这个可接受价格水平孰高孰低？
- 生产成本与消费者可接纳价格水平之间，可有充足的差价空间让批发商、分销商及零售商标高价格？
- 定价有充份考量货运费、预计利润、市场价格波动及消费者反应吗？
- 大家有考量使用赠券或折扣来促使消费者尝试其他口味/其他品种吗？

产品简介

- 产品成本细分项目？
- 产品成本
 - 直接劳工成本
 - 直接材料成本
- 经营开支
 - 销售开支
 - 通讯交流开支
 - 行政杂费开支（包括货运费）
- 各分销阶段可以标高价格多少（标高价格链及各渠道定价）？

例子：

生产商		批发商		零售商	
成本	90%	成本	80%	成本	60%
+		+		+	
标高价格	10%	标高价格	20%	标高价格	40%
=		=		=	
售价	100%	售价	100%	售价	100%



- 目前采用的加工与包装方法（包括原材料加工），是最具成本效率的本轻利厚方法，以保证产品/服务成本在低水平吗？

分销渠道

- 公司打算如何把产品/服务推销到用户？
- 大家将使用那些分销渠道？
 - 直销 - 从生产商直接到消费者
 - 单一阶段分销 - 生产商经零售商到消费者
 - 传统 - 生产商经批发商、零售商到消费者
 - 多阶段分销 - 生产商透过仲介人、批发商、零售商到消费者
- 那个人/那家公司负责分销工作？
- 大家打算聘用抽佣金的营销人员吗？
- 这些成本已经计算在规划中的分销渠道内吗？
- 这些分销渠道怎样影响交货/生产的时间表？
- 大家打算使用那些交货条件？
- 大家打算如何包装付运？面对用户时将如何陈设产品？到时需要那些实质陈设工作？
- 大家打算为零售商提供陈设产品的辅助工具（如货架连夹子、容器）吗？
- 包装细节符合规管机构的守则吗（标签、封条等）？
- 包装外貌吸引目光吗？包装与产品相辅相成吗？使用普及标签、条码及标价吗？
- 大家有考量使用顾客反应意见的渠道，来评核客户满意度及品质管理吗？
- 订价货量多少才值得付运呢？（成本效益）
- 为了避免因交货延误、延期交货或分批发货而营销受损，必须维持最少的存货量是多少？
- 大家计划选用那种系统来处理订单、货运及开单？
- 大家将用那些交易条件？

推广宣传 / 广告

- 勾勒出公司的「传讯交流的整体规划」，例如：
 - 广告
 - 销售
 - 减价促销
 - 宣传



- 上述各项目在首年各有预算经费多少？
- 各种媒体占大家的总广告预算的比率？
 - 电视
 - 电台广播
 - 报刊
 - 杂志
 - 广告板
 - 名片
 - 与批发商/零售商合作的广告
 - 其他

营销

- 大家计划使用那一种销售人员 - 食品经纪、抽佣金售货员等？
- 大家将为售货人员提供那些促销工具，协助他们多接订单（大量折扣、购买货架空位等）？
- 大家将为他们提供销售培训吗？
- 公司将如何评核销售效率？
- 公司将如何奖励销售人员争取新客户，追求销售成绩？

推广促销

- 大家规划使用那些推广促销方法？
 - 销售点陈设/促销工具
 - 货物样品
 - 赠券
- 各种方法的成本多少？

宣传

- 公司规划如何在产品推出市场时大力宣传？
 - 采用有影响标志
 - 客户正面推荐
 - 介绍人
 - 货车广告标志
 - 重复相同的视觉主题



资料来源：美国小企业管理署

编制单位：萨斯喀彻温省地区经济合作发展厅

加拿大 – 安大略省工商企业服务中心 (COBSC/CSECO) 以加拿大官方语言 - 英语和法语 - 提供商业信息。为了方便用户，我们还将一些最常用的文件资料翻译成了其它语言。如果您需要额外的商业信息，请致电 1-888-576-4444 与 COBSC/CSECO 信息官员接洽。