# 销售策略（共五则范文）

来源：网络 作者：空谷幽兰 更新时间：2024-09-02

*第一篇：销售策略销售策略、方案和营销模式市场定位单丛茶是潮州市着力发展的农业龙头产品之一，本项目依托潮州市市委市政府的积极引导，突出潮州单丛茶的品牌优势，在做大做强现有市场的同时，积极开拓新的市场。产品主要供应国内的茶叶销售和加工用茶，包...*

**第一篇：销售策略**

销售策略、方案和营销模式

市场定位

单丛茶是潮州市着力发展的农业龙头产品之一，本项目依托潮州市市委市政府的积极引导，突出潮州单丛茶的品牌优势，在做大做强现有市场的同时，积极开拓新的市场。产品主要供应国内的茶叶销售和加工用茶，包括国内茶叶加工、产品批发市场及零售，满足市场对茶叶及其制品的需要。

营销模式

项目将通过个地区经销商建立全国销售网络，并在产品上市前后加强宣传和市场营销，让市场了解产品的品质和特点，树立品牌形象，提升产品档次。拟采取一笑销售策略：

宣传策略：在地方及全国有较大影响的媒体上进行产品和公司形象宣传，介绍产品的品质及特点：

产品推介促销策略：利用本地或外地举办的毛衣洽谈会、交易会、展销会等机会、举办产品展销、定货等方式，进行产品推介促销活动。

与当地举办的地方文化、经贸活动向结合，加强地方特色产品的推介，扩大产品及公司知名度。

与各地大型超市合作开展联合促销活动，在扩大知名度的同时增加产品销售量

**第二篇：销售策略--个人整理**

销售过程分析：

一市场分析和目标市场营销

1市场调研与数据收集方法

2市场需求的预测方法

3消费者市场的分析：影响消费者购买行为的因素

4目标市场营销：市场细分与目标市场选择，以及市场定位

二销售策略的采用;

1产品策略：产品商标管理，产品的包装管理，同时考虑产品组合策略及其生命周期 2新产品开发策略：策略的选择以及开发过程，新产品的采用与扩散

3服务营销策略

4品牌策略;作用，定位，策略的选择

5定价策略：影响因素，定价方法，价格变动与企业对策

6分销策略

7物流策略

8沟通与促销策略：促销组合，广告策略，推销策略，销售促进策略

三销售过程管理;

1市场竞争策略的选择：竞争策略

2制定市场营销计划并执行

3市场营销控制：计划控制，盈利能力控制

四销售方式的创新：关系营销，绿色营销，体验营销，网络营销，顾客关系管理与交叉销售。

**第三篇：淡季销售策略**

论专卖店自身淡季销售几点建议

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_杭州之行后感

马上进入7月，红木家具市场步入传统的营销淡季，四家卖场（专卖店）的销售额与去年同期相比，下降了30%左右。销售旺季，那种不停地订货、调货、卖货的景象没有了，代之而来的是门庭冷落车马稀。卖场的老总和导购员不免会有一种失落感，亏损的压力每日俱增。以点击面，我们事业部其他的专卖店的业绩亦是如此；“怎样才能让淡季变得旺一些，怎样才能给旺季的销售打下坚实的基础，”是经销商和我们当下应该关注的问题。在这次杭州之行让我感触很深，特列一下几点看法 主要存在问题

1、场地的布置拥挤，无任何的附属环境对产品进行衬托或是对重要推荐产品的显眼摆放

2、促销方式老套，让利的幅度给了客户一个怀疑的理由

3、销售人员的素质完全等同于超市人员

4、销售技巧（无），思想麻木

一、当前重心是取势

前人说过，“没有淡季的市场，只有淡季的思想”，家具卖场，要想在销售淡季提升业绩，必须改变经营观念，树立销售无淡季的思想，从转变销售方式开始。

1、淡季营销怎么做？

“旺季取利、淡季取势”，这是淡季营销的核心思想。“取利”就是要夺取最大销量，“取势”则是要获取制高点，争取长期的战略优势。家具淡季营销首要目标是，在销售淡季取得成本与收益的平衡。其次，是充分利用淡季市场的空间与时间调整销售的产品、广告宣传、销售管理、客户维护、品牌推广、清理积压库存、员工培训、旺季销售准备。

2、淡季转化销售方式。

提高销量是淡季营销最直接、最现实的目标。撇开事业部竞争不谈，淡季营销方式的转

变体现在五个方面：

一 是把产品透明化销售，突出产品的形象； 二 是把产品科学化销售，突出产品的附加值； 三 是把产品生动化销售，突出产品的使用性能； 四 是把产品情感化销售，突出人文关怀的作用；

3、淡季营销的误区和策略： ①员工管理：

A、大幅裁员，以降低成本。

B、给员工放假。这会导致优秀员工流失，无法拥有忠诚、凝聚力强的营销团队。C、松散式管理，许多人认为淡季采用松散式管理，可能会更人性化，其实松散式管理员工人心焕散，影响企业的管理效力 1.制定淡季销售考核目标。

2.积极开展客户回访，让员工有事可做（建立考评机制给予奖励）。3.开展岗位技能竞赛和培训。

4.加强员工思想交流，提升员工“士气”。

②低价位促销。“价格是一把双刃剑”，低价促销在淡季流失利润，要提升业绩必需整合淡季促销模式。

③过度压缩费用。在淡季过度压缩费用会给销售带来更大的压力，使淡季更淡，应投入适当费用进行针对性地陈列和促销，持续营造声势。

二、淡季营销的核心在突破（专卖店）

任何行业，任何消费领域，在人们的意识里，总有淡旺季；市场客观环境总是存在。如何做旺家具行业淡季市场——我想首先是要改变传统思维，而改变了传统思维之后，突破的核心就在于行动。

1．家具销淡季，卖场应充分整合资源，核心工作是盘活——人、产品、场地，也就是您提出的卖场整顿；其次是市场开拓，通过淡季营销策划和品牌推广服务、调整产品结构、加强卖场氛围的营造，从而达到提升淡季销售业绩的目的。

1）盘活——人：销售淡季时，家具卖场管理者要通过合理安排工作，使每位员工保持旺盛的激情和持续活力，卖场导购和销售人员应做好如下工作：

① 对自己集攒下来的客户资料进行梳理：对过生日、新婚的老顾客致以祝福和问候； ② 对使用产品半年左右的重点顾客进行上门回访，给予家具维修和保养。

③ 将卖场新产品和促销优惠方案告知老顾客，让大家互相转告，达到转介客户之目的。④客源少的时候，自动自发地拿着折页去卖场门口派发，创造客源；

⑤ 开展竞争品牌和竞争对手进行详细的调查，做到知己知彼，同时对自己的产品进行细致入微的研究，提炼更多具有说服力的卖点．．．．．．

2）盘活——产品：盘活产品，就是盘活现金流，要通过淡季及时处理不适当的样版和滞销库存家具，处理家具时要求经销商时刻记住家具行业的名言：“处理时，请忘记盈利”，产品的快速周转，其实质就是赢利能力的体现。销售淡季，是卖场营销人员梳理和整合产品的最佳时机。淡季销售相对平稳和舒缓，适度调整产品布局和结构，对市场销量会带来益处。

3）盘活——场地：合理家具布局将会增加赢利能力，淡季营销时，要充分考虑卖场的面积、区域有针对性的调整卖场家具布局，适当增加促销产品的比例，必免产品同质化。在炎热的夏季，要营造一种清新、时尚新鲜的氛围，淡季更加要突出卖场的品牌特色和艺术气息。卖场家具布局方法如下：

一 是重点区域：将好卖的家具、新款的家具放在显眼的位置，以便于提升品牌形象和增加销售业绩。

二 是利润区域：利润高的家具占较大的面积，利润小的家具占较小的面积。

三 是促销区域：根据所销售家具的数量和款式应该占有的位置大小进行区域分配。

4）盘活——市场：盘活市场，就是要在卖场外部开拓新市场、新渠道，通过营销公关活动增加顾客体验的机会，我们要重点开展如下工作。

2．淡季卖场的营销原则——坚持基本，有效补充

淡季营销首先应该保留旺季营销的基本内容，不能摒弃一些仍需支持的工作，同时也应加大促销和宣传力度努力寻找新的营销思路使之成为淡季营销的有力补充。

1）．促销：集中宣传点来增加顾客参与度，在促销中赢得顾客的机率就会大大提升。促销内容要有主题，表达应具有的诱惑力，比如：手持本次孩子高考证享受特殊优惠，老客户介绍的新客户等；让客户产生多消费可获更多附加值的方式来淡化消费，再达到签单目的。

2）．图册促销策略：将所促销产品的照片和价格制作成宣传图册或折页，客户可以通过折页了解产品，并得到家居布置的灵感。家具卖场在淡季可出一期，（将我事业部现有图册改版为精小全景图册）

3）．“让价格自己说话”。在促销时，将产品的特质、环保、性价比等优势通过广告展板、海报等宣传形式，告知顾客本产品具有超强的性价比优势。

3．淡季卖场的氛围营造细节。

在家具卖场销售淡季时，顾客会用自己的眼睛和经验去寻求一种感受。于是，环境与心情的吻合被摆在了购买决策的首位。将文化和情感融入家具氛围，才能真正展示家具的美感和内涵，增加产品的附加值，给顾客留下深刻地印象。

1）、视觉整顿：围绕以明清韵味适当对展区进行调整，员工服装统一复古穿着，行为举止要显示舒雅、亲和

2）、听觉整顿：播放明清音乐（古筝之类），条件允许可刻制明清文化相关的关盘，于店内播放，主动引导顾客对环境的遐想

3）、触觉整顿：选定显眼的位置，陈设手工制作工具，让顾客感受手工打造、传承古典家具文化的魅力

4）、味觉整顿：来客恭敬明清简易的茶道文化

5）、嗅觉整顿：适当采用含香花草进行环境铺设，使顾客体验到古典而优雅的气息

4、运用家具提示牌（商品POP）

通过提示牌告诉顾客陈列产品的特点和好处。每张精美的提示牌可写上一句回味的话，比如：“紫苑清风沙发、秉承千年红木文化、源于明清磅礴底蕴，彰显传世的魅力，突出您独特的品味…”这些提示牌可放在抽屉、衣柜里、床头、沙发上。重视细节，让顾客感受家具自身的魅力。

三、淡季营销的方案

卖场淡季营销是商家与顾客双向互动的过程。为顾客着想，帮助顾客省钱，给顾客关爱，才能赢得顾客的信赖，培养更多的忠诚消费者。让我们一起创新，善用文化、情感促销、体验促销方式--寻势、借势、造势。形成我们特有的高品位的家具经营模式。

1．购买家具，送旅游（暑假将至，促发客户的旅游念想、变相的打折方法）

[案例]：百年的紫檀树、千年的九寨沟，清彻见底的山泉，魅影朦胧的山雾，能在山中逗留是一种乐趣，呼吸新鲜空气，释放自己的心情……

活动细则：购物满38,000元以上，邀您和爱人赴原始森林探幽、漂流一日游。

[操作方法]：

1、专卖店返还相应的现金

2、事业部服务；分大区将顾客集中在一起组团，并请专业导游，全程摄像，制作成光盘送给顾客，旅游时段安排丰富多彩的娱乐活动。旅游结束后，客户成了商场永远的朋友，给我们带来了很多的新客户，那场景让我们永远回味，因为文化内涵和情感能促进家具销售，我们不仅卖家具，还提供生活方式。

2．家具套餐促销让客户回头。

在淡季销售时，重点突出“整体家具”购买的营销理念，整体家具购买可采用套餐方式即家具组合销售，通过量大优惠的方法吸引客户的关注。宣传要点：“一样的家具，不一样的价格”。

[案例]：A组合（高背博古沙发五件套）市场价45800元，特惠价33280元；B组合（青龙脚圆台组合）超值精品沙发+实惠精典餐桌44280元，节省15000元；在具体操作中，可将畅销产品和滞销、库存产品有机结合，制订多种组合方式，这种套餐促销方式可以大大提升淡季市场家具销售金额。

在销售淡季，关键是善于反向思维，敢于尝试，主动出击，做到淡季不淡，甚至销量增长都是很有可能的，促销只是卖场拉动淡季销售的一种手段，却不是卖场的营销核心，对于家具来说，消费者考虑的是质量、环保、售后保障、功能等因素；卖场也不应该是价格战，而更应该是品牌提升、产品的推广推介、增值服务的附加以及公益活动等内涵。附注：选择区域进行试点操作，专人负责

**第四篇：尾盘销售策略**

尾房销售策略

1、没有推广资金，拉个横幅，总该不会没钱吧？把在售楼部外面的街道上弄点横幅什么的，吸引人的注意，如果是在市中心，效果更好。

再有，就是深挖老客户。给每个老客户打电话回访，告诉他们对老客户可以优惠促销，找个借口请他们到售楼部来看看等等，老带新的效果一般是很好的，不容忽视。

还可以做点DM单，别告诉我你们老板连几百元或者几千元的推广费都不愿意拿出来了，三线城市本来不大，让销售员到关键路口多跑跑，同时配合对销售人员的奖励，该卖的也就卖掉了。

2、一定要注意对销售人员的激励，尾盘期销售人员的士气很重要，最好出台一些特别的提 成奖励政策，并且出激励政策鼓励公司的其他人员向自己的亲戚朋友推荐。

3、既然已经买的这么好了,那就做口碑咯。狠抓老带新客群，适当优惠就可以了。我们公司的楼盘就打过几次广告，后期就是靠老带新做口碑，半年内就售罄，折，优惠啊什么的。适当的打

4、有什么好无语的，你们售楼部客户来访量小，又没钱打广告，当然首先要想一些招数来吸引大家进售楼部。不然人都没有，销售力再强也没有用啊。

最近听同事说他们在上海的盘，置业顾问都已经穿上打上楼盘打折价的体恤衫上街行销去了。还有前两天跟经理到一个四线城市去，原来那么封闭的地方，开发商都开始让售楼员穿上标新立异的服装上街去派单，所以刚才那个思路虽然是有点开玩笑随口一说，其实也是想提醒你们想想有什么招数可以吸引客户上门。

还有个问题，就是你没有说清楚你们剩下的房子到底是为什么剩下的？你必须要和置业顾问一起分析一下剩余的具体是哪些房子，以及这些房子的户型、楼层、朝向等，然后分析为什么没有卖出去的原因，是价格？（涉及单价与总价），还是户型有缺陷？还是因为竞争对手推出了更好的产品？等等。有时候你们的策略并没有变，但是竞争楼盘推出后比你们更好，就会影响你们的销售，所以跟竞争楼盘（一般是临近本项目的）比比就知道了，优、劣势是相对的。按理说自开盘至销售80%仅用三个月时间，这个盘整体还是可以的，前面的营销也不会差，是不是销控没有做好，剩下的都是比较差的房子，就要靠你们自己分析了。如果你还想深入一点，对以前成交的客户可以做个调查，他们为什么买这里的房子，觉得还有哪些缺陷等等，也就是了解客户需求。只有尾盘产生的原因分析清楚了，你才能找到针对性的办法。

5、再说一句，没钱做推广，行销是最好的选择。怎么做行销，你在江湖里面随便一搜都是 一堆。还有就是想点标新立异的招数，比如我知道以前有个尾盘就是让大家免费试住，住进来了一段时间内如果不满意可以退房。其实一般不是很糟糕谁会退房折腾，所以效果很好，很快把尾盘清空了。但是你们不管做什么活动，前提都是要让目标客户知道，你们又没有一分钱的推广费，所以说来说去，还是要落实到怎么吸引客户上门。

**第五篇：房地产销售策略**

销售策略 销售策略是指实施销售计划的各种因素；包括：产品、价格、广告、促销及立地条件，是一种为了达成销售目的之各种手段的最适组合而非最佳组合。

销售策略即公司产品/服务投放市场的理念。比如：公司计划怎样在市场上销售产品/服务以实现公司设定的市场目标？

销售策略的类型

随着市场的成熟化，销售策略方式也越来越多样化，其中可将其归于以下几种方式：

1、电话销售

2、关系销售

3、网络销售

4、连锁销售

5、捆绑销售

6、会议销售等。

积极性的销售策略思考方向

必须是：

1.长期性的思考。2.整体性的思考。3.具有不同阶段性目标的思考方向。

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