# 最新珠宝销售月计划书(3篇)

来源：网络 作者：落日斜阳 更新时间：2024-08-24

*时间就如同白驹过隙般的流逝，我们又将迎来新的喜悦、新的收获，让我们一起来学习写计划吧。那么我们该如何写一篇较为完美的计划呢？下面是小编为大家带来的计划书优秀范文，希望大家可以喜欢。珠宝销售月计划书篇一二、 活动目的：11月有个感恩节,为回馈...*

时间就如同白驹过隙般的流逝，我们又将迎来新的喜悦、新的收获，让我们一起来学习写计划吧。那么我们该如何写一篇较为完美的计划呢？下面是小编为大家带来的计划书优秀范文，希望大家可以喜欢。

**珠宝销售月计划书篇一**

二、 活动目的：11月有个感恩节,为回馈广大新老顾客，本店值此感恩节来临之际特举办一系列活动，以提高产品销量，取得预期目标利润。

三、 目标群体：在校大学生

四、 活动时间：20xx年11月23-25日

五、 活动地点：爱迪尔珠宝无锡商院模拟店

六、 活动内容：

活动一:真情感恩礼

活动期间，消费者凭宣传单进店即可领取小礼品一份。数量有限，送完为止。

活动二: 感恩连好运

活动期间，凡在本店消费满一百即可参加抽奖活动(中奖率100%)，惊喜多多，预购从速。

活动三:实惠感恩心

活动期间，凡一次性消费满168元即可享受8.8折优惠;满268 即可享受8折优惠，买的越多折扣越多。

七、 运作方案：

(1)活动前三天印制好活动宣传单，并安排人员在人群流动性强的场所进行分发。

(2)活动前一天准备好活动所用道具(小礼品、抽奖箱、奖品、会员卡等)。

(3)活动前，人员安排要到位，做到责任到人(产品销售人员，收银人员，负责抽奖人员，礼品、奖品分发人员等)

八、活动注意事项：

(1)活动期间：20xx年11月23-25日(周三、四、五)

(2)活动期间，控制人流量保护好顾客人生财产安全，防止发生意

外事件。

九、费用预算：

(1)宣传单(共1000份) 100元

(2)小礼品、奖品费 300元

共计：400元

**珠宝销售月计划书篇二**

⑴正式进入公司之后，首先要了解公司。我将用两到三天的时间了解和熟悉公司的产品运作方向、经营模式、主打产品和各部的人事情况等。

⑵从第三天开始，我将多看其它公司的网站产品的个性说明和文字资料比如钻石小鸟等。将这些信息变成自己思想的一部分，加以融会贯通，变成自己的东西，近而写出更好的个性说明和文字资料。

⑶从第六天开始，定时每一个半月做一个“市场调查”。因为珠宝行业里，几乎每家公司都会定时做“市场调查”。“市场调查”的内容是：①各公司0.1ct以下、0.1~0.2ct、0.2~0.3ct、0.5ct、1ct钻石珠宝的市场零售价。②各相应重量钻石的颜色、净度、切工。③有什么样的打折促销活动。④各节假日期间，有什么样的独特促销活动。⑤了解别的公司有什么新款钻戒出现在市场上，进而掌握钻戒市场的动态走向。

⑷在做好了“市场调查”之后第二天，进一步要做的就是“产品的规划”。以以往我在周六福和ido的工作经历，再加上现有的“市场调查”。对现在市场上我们需要什么样的产品进行一个规划。“产品规划”的内容：①什么样的款式能让大众型客人和时尚型客人喜爱;②我们的产品要把价位定在什么位置才有竞争力;③我们可以做一些什么样的打折促销活动(比如愿意花钱买钻石珠宝的人，什么样的礼物和活动对他们有吸引力。)

⑸在和总经理到实际的珠宝批发市场调研之后(时间是一周之后开始)，就做一个“产品供货方案”。

举例说明：像我们这样的公司，在起步阶段，以拿货为主。当我们发展到一定程度之后，可与工厂合作。最后，当我们要走品牌路线的时候，可建立自己的工厂。用一句话概括就是“先生存，后发展。”。我建议：我们先和珠宝批发市场上的商家谈，找到合我们要求的商家，谈定一家，长期合作，签订合同。

⑹网站在正式销售开始之前一周开始“培训”：首先对珠宝销售人员进行珠宝知识的一个培训，培训内容为钻石珠宝相关所有内容。因为在网上卖东西，销售人员一定要给人一种专业的感觉。之后是培训销售的话数，因为客人问的问题大致都是在一定的范围内。还有就是对后勤人员的培训，除了培训珠宝专业知识之外，就是培训他们如何进行钻石的日常维护和保养。

**珠宝销售月计划书篇三**

5月有母亲节,为了能更好的利用母亲节传达情感文化，增进消费者对“珠宝”的印象和记忆，以品牌带动销售，现制订本活动方案。主要是借助“母亲节”这一事件，以“珠宝”名义传播“母亲节”概念，提醒目标消费者对“母亲节”的关注，引发其对“母亲节”的庆祝活动，使“母亲节”深入目标消费者情感深处，从而起到提高品牌知名度，增加指名购买率的营销目标。

1、为天下所有的母亲送一份真诚祝福

2、带动xx店内产品销售

3、承载xx品牌“万种情怀，由我表达”的品牌使命

4、传递传统婚姻观念，确立珠宝婚庆市场第一珠宝品牌的市场地位

感恩母亲，珠宝传情!

迎合目标消费群心理，满足情感需求。

目标人群是25岁~45岁之间，在政府机关、企业担任中高层职务的人士。由于工作繁忙，与家人在一起的时间一般较少，特别是与父母亲在一起的时间更少，所以一般都存在“回报养育之恩”的心结，可以引发其潜在情感需求。

20xx年5月11日—5月14日

1、凡活动期间光临珠宝店的顾客，均可领取康乃馨一枝。

2、在xx店内消费满5000元以上(折后价)，婚纱影楼为您的父母免费拍摄婚纱照一套(执行方式：可在当地联合一家婚纱影楼，另外设计一套简单的婚纱照系列，并以“献给母亲的爱”为套系名称。)

3、结婚13周年以上的母亲，可凭相关证件，到珠宝领取精美礼品一份。(名额有限，赠完为止)，并可享受折上8.8折优惠。

1、城市主要街道悬挂“母亲节”内容条幅

5月11日~13日，在城市人流量大的街道高密度悬挂条幅，以“珠宝”的名义，采用富有煽情色彩的语言提醒大家关注“母亲节”，形成浓厚的节日气氛。

2、发送“母亲节”亲情短信;短信发送活动内容。

5月11日~13日，以“珠宝”的名义，向 “珠宝”新老顾客发送“母亲节”精彩短信，提醒消费者5月13日是“母亲节”，以情感交流打动消费者。5月9日、10日，通过短信发送活动内容，告知目标消费者5月11日～13日“珠宝”的活动内容，以及开展活动的主要地点。

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