

---

# 如何制定年度营销计划

## 营销计划的内容、步骤和方法

吴洪刚 博士

### 【课程背景】

“再糟糕的计划比没有计划好”。无论是面对全国市场，还是面对区域市场，营销计划都是统筹其公司营销工作、制定生产与研发计划、制定公司资金计划的关键前提。可以说没有一定企业的领导不为计划性的不够所带来的管理上的紊乱而发愁的。营销计划的能力是决定企业营销管理水平的基本标准。而现实中普遍的现象是当企业在面对市场停滞或下滑时，有的领导总认为是营销人员的技能不够，而走马灯式的换人也带来不了业绩的提升。从我们咨询的经验来看，企业间的普通营销管理人员的能力相差并不大，区别在于企业的营销计划水平，而这其中最缺乏的就是通过市场分析、预测从而制定营销计划的能力与方法。针对这种现象，本人在通过多家企业咨询经验的基础上，提炼出了本课程，旨在从提升企业营销管理者和经销商的计划思维和制定计划的能力，同时教给企业具体营销计划制定的内容、步骤与方法。

### 【培训对象】

- 企业总经理、副总经理、市场总监、销售总监以及其它高层营销管理人员；
- 企业经销商高级管理人员；
- 企业区域销售经理、营销各部门经理、区域主管；
- 企业计划、财务相关职能管理人员；
- 企业各级销售代表、业务人员。

### 【培训目标】

本课程的目标主要集中在以下方面：

- 让企业营销管理人员和经销商树立计划管理的意识，认识计划管理的重要性；
- 通过培训激发企业营销人员和经销商改善经营，提升销售量的动力；
- 让企业营销管理人员和经销商了解销售计划工作的基本过程；
- 让企业营销管理人员和经销商了解销售预测、库存计划、进货计划等决策的关键分析方法。

### 【讲授章节及要点】

#### 第一章：认识营销计划的重要性

什么是营销计划

营销计划在营销管理的核心作用

营销计划管理的过程

---

## 第二章：市场营销策略的分析与选择

市场营销策略的价值  
产品策略分析与选择  
价格策略分析与选择  
促销策略分析与选择  
渠道策略分析与选择

## 第三章：市场销售预测

市场潜力与销售潜力  
影响销售预测的因素  
销售预测的过程与模式  
销售预测的方法

## 第四章：销售计划的制定

销售计划的内容  
销售计划制定的步骤  
销售目标体系  
销售目标的确定方法

## 第五章：库存及进货计划的制定

认识库存管理的重要性  
库存绩效的衡量  
最佳订货数量的确定  
库存控制策略  
进货计划的制定

## 第六章：营销资源的配置

营销预算  
营销组织框架及人员的配置

## 第七章：营销业绩的评估与控制

营销业绩的 KPI 考核  
避免业绩评估中的错误

### 【案例赏析】

- 深圳方正年度营销计划纲要
- 华帝五星级管理方法
- 华帝战略性县域市场的开发与布局
- 蒙迪亚汽车产品上市营销计划
- 附：公司营销计划参考模版

