附3

XX公司海外市场开拓计划书（模版）

一、行业/市场现状

（请叙述所属行业/市场的现状，填写时请删除括号内的内容）

（例：随着社会的发展和人民生活水平的提高，我国旅游业已经越来越大宗化了。当前，旅游者的消费需求越来越个性化，多样化，旅游企业也需要越来越多的一站式提供综合化的旅游产品，这些都必须有强大的信息咨询服务平台和信息运输网络来支撑，而世界范围内旅游电子商务已成大势，低成本，高效率的电子商务已经开始引领旅游产业的未来，要实现我过旅游业从传统向现代，从粗放向集约转变，实现由旅游大国变为旅游强国的目标，利用信息化对传统旅游业加以改造提成已经刻不容缓。）

二、竞争状况分析

（请从1个以上方面分析所属行业的竞争状况，填写时请删除括号内的内容）

（例：随着网络商旅的发展，网上商旅的蛋糕也是越做越大，吸引了越来越多的利益相关者进入到网上旅游这个行业，目前，除了X程，X龙，X果网这些比较大型的网络旅游提供商之外，不少传统的旅游企业也都入金到网上商旅这个市场，此外，面对网络旅游服务商全国范围内的高效网络分销平台的挤压，中小旅行企业也纷纷借助网络旅游服务商平台，发挥自由细分市场的局部优势，走代理合作模式，参与到网上商旅中。

目前在国内商旅行业内除去X程，X龙，X果网这些已经成型的商旅提供商外，再者就是上海X珂，北京X联等几个商旅分销平台，相互之间的竞争十分激烈，相比以上几个品牌，我认为公司具备与其竞争的优势，主要原因有以下几点：

产品：产品主要是以机票及酒店预订为主，景点票务预订及电话充值为辅，相对于其他公司来说，覆盖面较广，再者是受国家及当地政府扶持，各类资质应有尽有，符合了当前加盟商追求安全，稳定，利润最大化的加盟投资心理。

价位：大部分产品价位符合目前加盟商及商旅消费者的可接受范围，在票价方面比北京X联等几家商旅平台低5%-10%，可以更好的吸引消费者心理，同时利润扩大方面较高，优势比较明显。）

三、营销目标

（请叙述海外市场营销主要目标，填写时请删除括号内的内容）

（例：1.一年内做大做强河北市场、山东市场、其次布局天津市场。

2.河北、山东、天津各地级市及县级市与省会城市加盟代理商达到10-20家/市以上，第一年代理销售网点达到300家以上，第二年代理销售网点达到450家以上。）

四、营销团队

（请叙述公司团队状况，填写时请删除括号内的内容）

（例：XX区域拓展团队X人。）

五、渠道建设及推广

（请从3个以上方面叙述海外市场的渠道建设及推广，填写时请删除括号内的内容）

（例：渠道建设也是市场开拓成功与否最关键的一步，在公司发展阶段应先从区域重点市场开始操作，切忌铺天盖地把产品铺向市场，一旦出现某种问题，想收就来不及了。 先从区域市场开始运作，可以以点带面，以强带弱。做品牌和销量不能急，特别是目前的行业情况，要循序渐进，稳打稳扎。

（一）产品规划

在市场操作中，选择合适的产品，并对其进行不同的市场定位及细分，才能为空白区域市场开拓后的良性运作打下基础，产品是影响空白区域市场能否成功的关键。

根据消费者的消费能力及加盟商的人脉范围确定产品档次，不同的地域经济水平不同，市场的消费能力，消费者的消费偏好都可能有所不同。因此一定要根据市场的消费能力和可接受的价格，确定新市场主推项目的档次。

根据市场策略进行产品组合，在产品组合时，要注意产品结构的合理性，要注意产品在各个阶段的不同使命，分清主次，从而才能应对市场竞争变化的各种情况。

（二）市场布局

市场不能盲目开发，应该降市场划分为：重点市场、潜力市场、关注市场（以市场经济为主要依据）

将河北划分为两大区域（保定、沧州、廊坊、唐山、秦皇岛、石家庄、邯郸、邢台、张家口、承德）其中以秦皇岛、石家庄、唐山、张家口、承德为重点开发区域。

将山东划分为三大区域（将山东划分为三大区域（济南、聊城、淄博、东营、德州、滨州+青岛、潍坊、烟台、威海+泰安、莱芜、菏泽、济宁、枣庄、临沂、日照）其中以济南、东营、青岛、潍坊、烟台、泰安、菏泽、济宁、临沂、日照为重点开发区域。

（三）渠道规划

1、主攻平台渠道（在QQ群里面进行广告宣传，包括酒店群，旅游群，微信群进行招商加盟和系统推广，并创建这样的群体还有微信公众平台进行推广）

2、相关信息发布渠道（在大型的招聘网站进行招商加盟和系统推广）

（1）各个省份，地方性的网站（分类信息），X度知道，X度贴吧，创建X度百科。

（2）对一些老的代理商进行打折优惠，对咱们的网站进行招商加盟的宣传和系统平台的推广，加强推广力度。

3、电话渠道（针对的对象是想要创业的大学生和待业青年，旅行社，宾馆的负责人，企业的集团客户，景点门票的负责人，以公司形式出差旅游的个人和群体。）

4、特通渠道（跟阿X巴巴和X宝的联系人进行合作，以推广公司分销系统）

（1）在阿X巴巴和X宝网注册公司账号，在网站上进行招商加盟和系统推广。

（2）如果出票的任务量完成啦，按照百分比对代理商返还加盟费用，举办周年庆，五一，十一黄金长假对代理商的加盟费用进行打折优惠。

（3）小额垫付服务支持。

（4）年会聚餐，网上抽奖，酒会抽奖。

（四）渠道战术规划

1、资源聚焦原则：想快速启动市场，那么在资源的使用跟分配上就要体现聚焦的原则。从而避免遍地开花式的平均用力现象，通过集中人力、物力、财力等，优化资源使用。

2、策略适用原则：进入空白市场，利用掌握的创业者资源，采用中心城市带动周边县市，门店销售及相关信息推广跟网站开发，齐头并进。

（五）打造样板市场，通过样板市场实现以下两个目的：

1、总结一套模式：通过样板市场，总结可行、有效的，能在空白市场迅速推广复制的市场运作模式，起到以点带面的作用。

2、树立一个典范：发挥榜样的力量，为整个空白市场树立一个成功的典范、为加盟商树立市场前端无限美好的案例及信心。

（六）业务人员的市场跟踪，推广，活动开展等：

1、掌握目标客户、潜在客户资料，开发最好的圈子客户（资金能力+覆盖能力+品牌忠诚度）。

2、在市场的活动执行。品牌推广等工作。

3、积极维护公司于客户之间关系，在不丧失公司利益的前提下，为客户及时处理各种问题。

（七）广告宣传

广告宣传是塑造品牌的最直接的方式之一。通过杂志媒体互联网媒体与宣传单等宣传载体，把企业的形象向公众展示，能直接地引起各地加盟投资上的注意，从而达到拓展市场的目的。在具体的运作中，针对各地区域市场不同，选择的媒体也应各有不同，尤其注意是媒体的性价比及消费人群的积极性。

（八）品牌、产品形象建设

统一的、生动的、高质量的产品形象，能给消费者带来强烈的视觉冲击力以及产生深刻的记忆，提高品牌附加值。注意在这方面必须要求各地代理销售门店严格把关）。

六、后期维护与市场督导

（请从1个以上方面叙述后期维护与市场督导，填写时请删除括号内的内容）

（例：1.打江山难守江山更难，就这方面要求公司在市场维护方面一定要加大力度，客户加盟往往只是第一步，更大销售与良好的销售体系是公司成长的可观环境。做好开拓市场期间的维护，切记不可以把重点区域市场的规则做乱，对重点市场客户要有选择性，而且要求代理商一定要严格执行公司政策，对终端一定要严格要求特别是地级以上城市自己的品牌形式上更要严格把关。

2.严格监督各个市场销售人员有没有严格按照公司制定的方针，操作模式的落实程度，如果没有按照公司制定的方针运作，即使业绩不错，也要严惩不贷，同事对市场出现的各类问题，都是细分规划，标准定义，要具体问题具体对待，及时处理，根据所发现的问题及时调整战略规划及运作模式。）

七、总结

（填写时请删除括号内的内容）

（例：如果想要把我们的产品做大做强，我们必须要稳中求胜，当然，好的计划只是市场拓展的第一步，重要的还是执行力，市场拓展的效率其中80%是来自执行力。市场拓展不是鼓励存在的，它依赖企业的管理水平、营销团队的凝聚力和向心力、销售人员的沟通能力等企业成功的诸多因素，因此，加强内部的管理，增强外部的拓展，两手都抓，才能使自己的公司品牌腾飞，才能使我们的公司做大做强，从而卷起新一代的商旅热潮。）

公司名称（公章）：

2024年X月X日