

软件企业运营模式及销售策略方案

一、企业目标：

- 1、贯彻少数精锐主义，让职员全身心地投入到工作中，坚持高效率、高收益、高分配（高薪资）的发展方向；
- 2、加强企业机能敏捷化、迅速化，领导层大幅委让权限，使职员得以果断抉择，实现预期目标；
- 3、确立责任体制及达到责任目标，公司实行重赏、重罚政策；
- 4、完善公司规定和规则，加强各项业务管理；
- 5、促进零售店销售增涨，健全现有销售体制，将原有的买方市场转为卖方市场，使公司具有主导代理店、零售店的权利；
- 6、出击目标锁定零售店，致力于培训、指导其促销方式，进一步刺激市场消费需求。

二、运营模式：

- 1、销售导向型：面向企业的软件市场常由企业自身的经营状况及企业对信息化的需求程度所决定。
- 2、技术导向型：过于注重技术的创新与学习而不能对市场作出正确的、客观的分析和研究、生产的产品得不到市场认可而被淘汰。
- 3、市场导向型：这类企业坚持以市场分析结果来决定技术开发方向，以市场目标选择来集中销售火力，从而实现了公司销售额的几何增长。

说明：在市场经济条件下，市场方向决定了技术与销售的方向，技术的创新必须以市场策略为依据，而对用户需求的满足也要引导与取舍，卡体科技必须找到市场方向并根据市场来制订发展战略计划。

三、控制预算：

- 1、制定预算的各种基准、要领等成为示范本；
- 2、确立营业与经费预算，经费预算的制定通常随营业利润做上下调节；
- 3、根据部门预算、统计、比较及分析等综合因素来确定经营对策；
- 4、各部门销售经理应分年、期、月分别制定相关营业方针及计划，并提交本部门修正后定案；

四、品牌建设：

- 1、企业文化：公司需具有一套自己的企业文化，并落实到管理的各个层次，不论在客户服务还是

在销售过程中都要体现“以文化为中心”的思想。

2、形象包装：统一对外形象，将产品作为整体展示，外发函 LOGO、发票邮寄信封、接送员工班车等能够统一展示公司形象，从各个细节、每时每刻让“卡休科技”深入人心。

3、展会宣传：参加政府组织的各种展会，尤其是玩具行业的展会，一方面能快速且免费地收集大量有效的客户资源；另一方面，可通过现场记者对公司进行推广报道和新闻炒作。

4、专题会议：通过与企业用户间的沟通与交流，建立一种和谐、稳定的合作关系，增加他们的忠诚度，突出公司的社会形象和品牌特性，如推介产品新功能或售后服务项目等。

五、销售策略：

1、销售思路：市场规模和需求的大小直接决定了产品的生产规模、成本和前途。目前，毛绒玩具的巨大市场潜力势必会引领更多的玩具厂商转型从事该行业，并通过各种手段试图在激烈的市场竞争中分一杯羹，这也为卡休软件推广提供了市场保障。

2、销售渠道：

1)、阿里软件互联平台（软件租赁新平台）：阿里互联平台是一个为企业用户提供丰富应用和服务的“软件沃尔玛超市”，依托成熟的 SaaS（Software as a Service，软件即服务）理念和技术，实现企业用户进行软件/服务选择、付费、使用的一站式服务。

2)、博客营销：博客是一种人际传播极强的媒介，博客营销是体验式而非经验式营销，相对于传统媒体和网络广告来说，成本要低很多，且以口碑传播与病毒式传播为主要方式。

3)、免费网络营销：选择搜索引擎权重和曝光率较高的软件共享网站，上传软件作为试用版本，吸引设计师的使用和购买。

4)、商家联盟：与其他毛绒玩具企业或商家联系，联合他们向相同的行业客户提供服务。

5)、电话营销：电话推广是最快速、最有效的推广方法，每天可以同多家客户进行沟通，能够快速确定客户的意向；

6)、QQ 群营销：QQ 群已日益成为同行业人士沟通的重要载体和平台，加入玩具行业从业群能够更好地进行交流和宣传。

7)、“年费”制销售：即软件出租服务，而 Oracle 的 Business OnLine 提供租用和代管软件服务，是其增长最快的业务。

8)、ASP 销售：ASP 是一种销售及提供软件应用的商业模式，让用户通过按时限或用量租用软件，既避免购入不合用的软件，又无须担心过高的硬件投资、系统兼容和更新等问题。

9)、视屏网站演示销售：目前，视屏站点很丰富，公司可以做免费的产品销售宣传，将产品演示图通过这类网站传播出去，让更多用户了解产品情况。

10)、网店销售：是玩具算料专家销售的一个有效途径，只要客户搜索玩具算料专家，就能找到销

售的网站专卖店，网店须公司销售业务部门建立，并直接针对终端客户。

11)、玩具算料专家独立页面销售：公司针对该产品制作独立页面，客户可直接通过下载页面的产品，向公司支付费用并获得使用口令。

六、招募代理商：据有关媒体对全国二百多家加盟店进行的分析表明：有 70%的加盟店经营情况良好，加盟店主愿意配合总部整顿规范特许经营体系；20%的加盟店经营情况一般，如总部加强扶植，经营情况有望得到改善，加盟店持一种观望态度；另有 10%的加盟店经营情况较差，加盟店主不愿意配合总部规范特许经营体系，希望解除合同退还加盟费。

1、政策规范：

1)、根据国内有关连锁的法规条款，对代理商和连锁店的申请条件、步骤、管理方式等在双方合同中须详细说明；

2)、公司向各被特许者发出函件，说明公司发展的历史、现状和未来规划，要求被特许者与总部重新签订特许经营合同以明确双方权利义务的关系；

3)、经营良好的被特许者会积极配合总部的工作，双方重新签订特许经营合同，使双方的关系更加稳定和规范；

4)、对经营情况一般的被特许者，公司在员工培训、新产品的研制、新项目的开发等方面尽力扶植，帮助其加强管理，改进经营，提高效益。

2、代理商标准：

1)、在玩具行业有一定影响力或客户资源的企业或网站。

2)、最好是销售型企业，这类企业一般都有一支过硬的销售队伍，可以很快打开市场局面；

3)、在当地具有较高知名度，如注册资金在 50 万元以上，人数不少于 10 人等。

4)、代理商拥有一定客户服务支持，能够提供在线服务，如 24 小时热线电话和专业网站等；专门人员负责售后服务，员工均经过培训，表达清楚，态度良好；提出软件常见问题，考核其独立解决能力；周末及节假日有专人值班。

3、管理代理商：强调同类型的软件产品，如算料工具软件，各代理商只能代理一家；如果代理商将卡体算料工具和其他代理产品并列销售，不建议公司对此做过多限制。公司可通过返点和渠道经理上门监督等措施刺激销售。

4、考核代理商：

1)、销售指标考核：代理商签约后，前三个月为培训期，不设销售指标；三个月后，根据该代理商的销售情况，与之沟通使其工作步入正轨；销售指标以软件销售、客户数量为标准，月、季度为时间单位。

2)、售后服务考核：采取抽查、回访客户的方式对代理商售后服务进行考核。

3)、合作关系考核：采取集体投票的方式进行考核（渠道部、技术支持部、市场部等）。

4)、代理商助销体系：营销经验交流，品牌策划支持，广告支持，企业文化传播，应用方案支持；售后服务审核等。

七、代理合作：

1、合作标准：配发统一名片、邮箱，开发客户信息及邮件往来使用公司邮箱。分配至少一名公司方业务员，业务员穿着公司统一制服，佩戴工牌，协助代理方日常开发维护工作。

2、合作要求：所有开发客户需反馈详细资料给总公司，开发客户之前，开发计划中应涉及计划开发客户规模等必要资料，交生产方分公司存档查阅。如有违反约定情况，视为自动解除合同，保证金不予返还。销售过程中，须严格按照市场价格及合同约定的区域和渠道类型进行销售。

3、合作细则：

1)、常规开发：

代理保证金：长三角、珠三角 50000；北方地区 30000。

初期合作优惠：50%的市场价格，支持一批产品。

代理价格：60%的市场价格（标准代理价）

渠道返利：完成任务，年返总货款的 2 个点；完成 1.5 倍任务，返 2.5 个点；完成 2 倍任务，返 3 个点；无任何违规现象，额外加返 3 点

2)、高端开发：

代理保证金：长三角、珠三角 80000，北方地区 50000

初期合作优惠：50%的市场价格，支持一批产品

代理价格：50%的市场价格

渠道返利：完成任务，年返总货款的 1.5 个点；完成 1.5 倍任务，返 2 个点；完成 2 倍任务，返 2.5 个点；无任何违规现象，额外加返 3 点

3)、兼职代理员：

初期合作优惠：首次成功销售，当下返利 5 个点。（限 1 件）

代理价格：80%的市场价

返利：年终完成任务，返总额的 1%。

说明：如果可以严格控制好市场秩序，以客户信息为管理手段保证各级渠道符合规范运作，那么，就可以依据市场不同销量、特点进行代理价格调整。如果不能做到这一点，代理商清算价格应统一为 60%的市场价。

八、媒介投放：

- 1、报纸新闻软文：以新闻软文、合作案例的形式推出玩具算料工具软件报道，投放区域主要集中于毛绒玩具产地；
- 2、写字楼广告：分众框架传媒的电梯广告是定点投放的较好选择，可以让框架传媒根据贵公司的市场策略，将广告投放于毛绒玩具公司主要集中的写字楼；
- 3、网络广告（FLASH 广告更有效）：
 - 1）、搜索引擎关键字购买和优化：建议采用搜索引擎优化，或在百度、雅虎和谷歌购买关键词，第一时间让有需求的用户搜索到企业和产品信息，是一种性价比很高的投入。
 - 2）、精准广告：在“按效果计费“的原则下，Smarttrade 可根据广告主的营销目的灵活地采取 CPM、CPC、CPA 等方式进行广告投放结算，有效地控制广告预算，规避风险，通过拥有千万互联网访客的智易平台灵活自主地开展线上营销活动。
- 4、交换链接：在行业门户网站和地区网站上购买或交换链接广告；