# 最新茶销售工作计划 茶销售工作总结(5篇)

来源：网络 作者：悠然小筑 更新时间：2024-06-10

*茶销售工作计划 茶销售工作总结一金立基公司从1996年进入粘合剂行业，经过10多年的发展，已经在印后包装行业这个细分市场取得了不错的成绩，但是业务的发展还是局限在珠三角尤其是广东地区。而据不完全统计整个广东省生产同类产品的厂家不下500家，...*

**茶销售工作计划 茶销售工作总结一**

金立基公司从1996年进入粘合剂行业，经过10多年的发展，已经在印后包装行业这个细分市场取得了不错的成绩，但是业务的发展还是局限在珠三角尤其是广东地区。而据不完全统计整个广东省生产同类产品的厂家不下500家，而胶水行业是一个技术门槛相对较低的行业，导致了行业竞争已经呈现一种白热化状态，带来的直接后果是市场的萎缩和毛利率的下降。公司要想取得进一步扩张和规模效益，已经不能仅仅局限于珠三角市场，另外国家区域经济的振兴计划让长三角以及中西部地区的工业呈现快速增长的过程，其中当然包括印后包装行业，公司管理层在此种环境下做出走出广东、开拓全国市场的决策是非常英明的。我有幸能够参与这场抢占全国市场，塑造金立基品牌的战斗中，感到非常自豪，但是也深感任务的沉重，以下是我根据公司决策层制定的销售计划而做出的区域市场开发计划，仅作参考，希望能对公司有所帮助，请帮忙斧正！（此计划以华东区为目标区域）

根据公司整体规划，今年6到12月份华东区6省2市（浙江省、江苏省、四川省、山东省、安徽省、湖北省、上海市、重庆市）共承担销售指标1092万，其中包括直营店3家（销售定额180万，每人每月7。5万），开发大、中型专业客户（终端）13家以上（销售定额720万，每人每月30万），开发经销商4家（销售定额192万，每家每月8万）。充分利用行业内大客户影响力和杠杆效应，带动中小客户的销售。另外通过设立直营门店以及广告宣传等方式让当地市场对金立基的产品和服务有个初步的了解，透过经销商和业务人员的努力，实现业务的快速增长和品牌形象的初步建立。

华东市场是金立基从来没有涉猎的空白市场，没有任何经验作为借鉴，并且今年留给我们的时间并不多，任务的艰巨程度可想而知。要想保证销售任务能顺利地完成，必须要有一个完整而细致的规划作为指导。

其中尤为重要的是5月15号至6月底这一个半月的时间。不仅要做好区域办公地点以及直营门店的建设工作，还要确保实现销售指标的完成，对这一个半月我的具体安排如下，

第一阶段（5月8号至6月30号）

1）区域市场的进一步细分（5月8日）

区域经理和营销人员一起细分区域，要把握以下几个原则：第一，为了方便区域经理的管理工作，区域办事处所在城市要由区域经理亲自负责。第二，公平原则，每个营销人员所负责区域以及承担指标成正比，指标可以根据以后市场的实际情况作适当调整，第三，自愿原则，营销人员可以根据自己的实际情况选择自己熟悉或者有优势的区域，前提是其他人员也同意。若两个营销人员选择同一个区域，则采取“抓阄”方式决定。区域一旦划定短期内将不会再做更改，营销人员必须严格遵守公司规定，不得跨区销售或报价，特殊情况需报区域经理批准方可。

2）业务员spin技巧培训（5月10日上午）

1。首先，利用情况性问题 （situation questions）（例如贵司生产什么样产品？？）来了解客户的现有状况以建立背景资料库（行业、产品、目前选用哪家供应商？），从业人员透过资料的搜集，方能进一步导入正确的需求分析。此外，为避免客户产生厌烦与反感，情况性问题必须适可而止的发问。

2。然后，营销人员会以难题性问题（problems questions）（如你的保障够吗？对目前所使用产品满意吗？？）来探索客户隐藏的需求，使客户透露出所面临的问题、困难与不满足，由技巧性的接触来引起准保户的兴趣，进而营造主导权使客户发现明确的需求。

3。其次，营销人员会转问隐喻性问题（implication questions ）使客户感受到隐藏性需求的重要与急迫性，由从业人员列出各种线索以维持准客户的兴趣，并刺激其购买欲望。

4。最后，一旦客户认同需求的严重性与急迫性，且必须立即采取行动时，成功的从业人员便会提出需求－代价的问题（need－payoff questions）让客户产生明确的需求，以鼓励客户将重点 放在解决方案上，并明了解决问题的好处与购买利益。

在营销人员进行客户拜访之前，要通过一对一的面谈去了解每个人的心理状态，并作出一些有针对性的培训，这样做的目的第一是消除营销人员的紧张心理提振士气，第二是解决有些新业务员对营销实战技巧方面的欠缺，保证其能够较好的完成第一次的陌生拜访。

3） 办事处的前期筹备工作（5月12——14日）

区域经理应该在5月11号出发去上海进行办事处的前期准备工作，花不超过三天的时间物色一间合适的两房一厅或者两房两厅作为区域大本营，租房选址原则：一，环境安全、交通便利；二，价格实惠；三，手机信号良好，四，房间最好能有少量家私（床、衣柜、办公桌、热水器等等）。要确保成本控制在公司预算范围之内。区域经理租好房后及时向公司汇报，并帮助购置办公以及居住的必用品（如电脑、电话、打印机、传真机、床、热水器等）。

4） 客户资料的收集以及电话预约（5月15——22日）

区经理及营销人员通过网络及其它方式找出自己所属区域的目标客户（彩印厂、礼盒厂、纸袋厂、皮具箱包厂等），务必在三天时间里找到200个准客户的地址、联系人、联系电话等相关资料，并将其整理成电子文档形式存档，以方便以后的联系跟进。然后通过两天时间，对找出的目标客户进行逐一电话访问，争取获得更多信息（客户是否可以使用到我司产品，每月需求量，目前使用哪个牌子产品，什么价位等），并尽量提前预约拜访。接下来对第一次电话联系所收集的信息进行分类整理，找出有采购意向的客户进行第二次电话交谈，本次电话交流的目标是预约到30家客户接受我们到厂拜访。

5）第一次出差（5月23—6月5日）

营销人员根据自己前期电话预约的情况制定一份短期的出差计划（5月24号至6月5号），其中包括具体时间安排和拜访哪几家客户，拜访目的以及期望取得怎样的效果。业务员将各自出差报告呈交区域经理整理汇总后提交营销经理，获批后方可出差。出差的这段时间，

营销人员要做到以下几点：a、随时与区域经理保持电话联系汇报自己在目标市场及客户开发过程中碰到的困难以及任何觉得有必要让区经理了解的情况。b、对每个拜访的客户要做好拜访记录填写工作。c、每周六上午写好本周的出差报告，每个月底将当月工作情况以及下个月的出差计划做一个总结报告连同本月出差报销发票一起提交给区经理。d、随时接受区域经理监督和指导。e、收集出差区域市场用量最大的前十大终端客户，当地市场份额最大的前三位竞争对手资料。

区经理要做好以下事项，a、和营销人员一样做好客户拜访以及出差报告的工作。b、对业务员拜访客户过程中碰到的问题进行及时指导，c，和营销人员保持紧密联系，每天至少一个电话，要随时掌握营销人员的工作以及思想动态。d、每周日之前将本区域市场以及营销队伍的情况汇总报告给营销经理以及销售总监。每月底将本月的区域工作情况和下月的计划做好e—mail给公司总部营销领导。e、利用业余时间进行直营店的选址以及初步协商沟通工作，要选定两到三个地址提交总公司。选址原则：1、在目标客户群密集出现的化工胶水市场周边200米范围内。2、门店面积在30平米到40平米之间，仓库面积在80平米左右。3、相关费用确保不超过公司预算。

6）对第一次出差成效的总结（6月6—8号）

这个时间主要做两方面的事情，首先，对营销人员收集回来的客户资料、信息进行系统化的整理归类以及提炼。

第一，对拜访完的客户进行以需求量大小（5万每月）为纵轴以订单成交时间快慢（半个月为期限）为横轴进行划分，分为以下四类，

a、用量大并且在短期内可能出单，对此类客户要重点跟进。

b、用量小但是可以很快出单，此类客户放在第二位重点跟进。

c、用量大但是不能再短期内出单，分析原因并经常保持联系，等待机会的到来。一旦客户内部出现销售机会，马上作为第一重点客户跟进。

d、用量小并且不能在短期内出单，对此类客户可以暂时放弃，而寻求其它更优质的客户。

对第a、b类客户通过电话方式（至少两天一次电话）保持密切联系，随时了解客户动态，把握销售机会，同时为第二次出差拜访做好准备。对c类客户保持一个基本的联系，一旦条件成熟，此类客户很可能转化为a类客户，所以我们也不能掉以轻心。d类客户暂时可以不去联系，但是要做好相关资料的存档以及拜访记录的输入电脑工作，此类客户是我们以后要引导进直营门店的潜在客户。 第二，对不同客户那里收集回来的当地市场竞争对手资料情报进行比对并去伪存真，系统归纳，明确对方的价格、质量、付款方式、售后服务以及优势、劣势。并和我司产品进行对比，发现我们的差异在那里，找到我们的优势地方和竞争对手的劣势地方进行攻击，“知己知彼，方能百战百胜”。

然后，通过圆桌会议的形式，每个营销人员对于自己本次的出差情况和区域同事做一个交流，营销人员客户通过大家一起帮忙找到解决自己在出差过程中遇到的困难及困惑，另外也要将自己好的经验和方法介绍给其它同事。区域经理通过本次会议对营销人员的困难以及困惑有所了解并帮忙解决，有针对性地帮助下属培养高效率的工作方式、方法。并且可以很好的了解下属营销人员的思想动向，及时纠正不好的思想苗头，以免影响整个团队的士气。

7）第二次出差（6月10日至30日）

通过对以上的一整套业务流程的培训与练习，相信每个业务员对接下来的市场开发工作有了一定的明确思路。经过上一次出差，每个业务员对本区的地理、以及行业客户的基本情况已经有了一定的了解和认识，所以本次出差时间相对较长一些，每个业务员必须完成以下任务，

1，在上次出差的基础上对有希望成交的客户进行层层深入跟进。透过客户生产产品的不同推荐我司的产品送样品给客户试用，了解客户试用后的感受并进行产品报价，如果客户对我司产品表示满意，要趁热打铁提出让客户在我司开户并下采购订单。得到客户采购订单后，要及时与总公司业务跟单联系，让业务跟单人员做好采购合同传真给客户，并帮忙安排发货。这个过程中营销人员必须全程参与并保证所有状况都在自己掌握之中，因为第一次合作是能否形成将来稳定合作关系的一个关键，对客户提出的超出自己能力范围的要求必须及时与区经理进行沟通请示，必要时客户请区经理进行协助。

2，在自己所负责区域的另取两个重点城市（省会、工业较发达城市），集中精力和时间进行更大范围的客户拜访工作。争取在每个城市开发至少二个大中型客户，完成每个客户本月不少于10万的销售额，挖掘出一个有意向的经销商并保持联系。

**茶销售工作计划 茶销售工作总结二**

作为一名房地产的员工，怎么给公司带来更大的效益，自己赚更多的钱才是工作的目标，为此一定要有属于自己的工作计划，结合自己的个人情况，制定工作计划，我在公司的岗位只是一名房产销售新员工，在公司工作了才一年了，成绩一直都非常的一般，在公司的反响也不大，今年的工作马上就要进入正轨，为此我为自己制定了以下的工作计划：

我身为咱们某房地产的销售员新员工，要是连自己都不了解工作业务上的事情，那我还怎么去为客户们提供帮助呢，不过这也不是一件简单的事情，我必须要花费更多的精力到自己的业务建设上。从我们目前的业务能力可以明显的看出，我和自己的客户联系还不够密切，而且对于开发新客户也不够积极，这也令得我的房产销售业绩明显比不过别人，所以多与自己的客户们沟通联系也成为了我下一步工作的重点，不过学习这回事可不容易，我得向公司里面的老前辈们多讨教一点和房地产相关的经验，同时我也会多多听取一下别人给我的见解，这样才能取长补短以便达到更好的效益，虽然别人或许不会给我太多的建议，但是我只要坚持下去，那么我终归还是会有一点收获的。

当然了，想做好房地产这一块的工作，不在平日里多多走动是不行的，这也就要求我们必须拥有良好的沟通、销售能力，不然是没办法了解到客户们的需要的，所以说为什么我们这些员工之间的业绩相差会那么大，这除了和我们的工作能力有关系外，也和我们的思维想法有关，唯有积极主动地去感受客户们的需求，才能让大家更心甘情愿的支持我们的工作。我在新年里会做好这几个方面的工作：一是力争自己在上班的时候不迟到，认真积极地处理好自己的工作任务；二是发展更多潜在的客户，并满足客户们的合理需求；三是配合好部门里的同事，共同开展新一轮的工作任务。

如果我能把这些问题都给处理好的话，那么我相信自己的工作业绩一定能得到质的飞跃，只可惜我的想法虽然挺好的，但是实际操作起来可没有这么容易啊，这肯定是一个漫长的学习过程，但是我一定会照着计划好的目标努力前行的，相信在不久的将来，我定能为咱们某公司作出更大的贡献！

**茶销售工作计划 茶销售工作总结三**

很多情况下，销售人员必须能鉴别潜在的顾客，这些潜在顾客必须具备两个基本条件：一是愿意购买;二是有支付能力。如果只有一个条件满足，就不是潜在的顾客。寻找潜在顾客的主要途径有：朋友、熟人、广告、邮寄信件和电话等。在这个阶段，销售人员应努力收集尽量多的信息。

一般来说，接触前的准备是正式接触前的所有活动，销售人员应对他们的行业、公司产品或劳务、竞争对手和顾客等都非常熟悉，尤其是潜在顾客的个人和商业信息活动。销售人员准备得越充分，成功的可能性必然就越大。

初次会晤是销售人员与潜在顾客的首次真正接触，许多专家称它是销售过程中最重要的30秒。在初次见面中，销售人员必须与潜在的客户建立良好的关系，销售人员必须吸引顾客的注意力，否则销售人员以后的行动可能会不起作用。

在这一阶段，销售人员要进行大量的提问和倾听。提问有助于吸引顾客的注意力，销售人员聆听顾客的回答，可以在双方之间建立起一种互相信任的关系;在倾听的过程中，一旦发现问题，销售人员就可以向潜在顾客介绍解决问题的方法。在介绍方法时，应富有创造性，并努力创造一个轻松愉快的氛围。销售人员提出的每一个问题，都暗含着对潜在顾客的关心与兴趣。销售人员越多地倾听潜在顾客的谈话，顾客就会越喜欢并信任销售人员。由此，销售人员可以和潜在顾客建立良好的客户关系。

了解客户的需求是市场销售的第一块基石。对客户的需求了解得越细致准确，销售的结果就越能有效地满足客户的需求。在这一阶段中，销售人员能从客户的谈话中了解客户所面临的问题及客户希望获取的信息等，进而达到销售的目的。

在明确顾客存在的问题之后，销售人员就要准备解释并生动地描述相关产品的特征和优点。销售人员在描述产品的过程中，比较困难的一项任务是使顾客准确地领会自己的意图。信息的传递和接收者之间的交流沟通很容易误入歧途，接收者不太可能像传递者所希望的那样准确无误地理解信息，因此，在描述产品的过程中，销售人员要与顾客不断地交流，描述要针对客户的需求，一定要让顾客知道为什么要听你讲、利益是什么以及对他们有什么好处?

销售人员必须学会把异议视为销售过程中的正常部分，当没有异议时，销售人员反而应该焦虑不安，因为有异议正表明顾客对产品是感兴趣的。销售人员要解决有关顾客购买的一切问题。

销售人员在顾客满意的情况下完成销售，此时应对客户的合作表示感谢，谢意的表达必须是真诚的，应让客户感受到交易的达成是值得庆贺的，他们随时都会受到认真的热情接待。

**茶销售工作计划 茶销售工作总结四**

销售计划是每一个销售员工作的依据，大公司的销售员写销售计划是必做的工作。当然有很多小公司对销售员不计划，不培训，不指导，只追求销售量。可想而知，大多数销售员都难以完成销售任务，公司所制定的销售任务也变成了空中楼阁，根本只是个摆设或者一纸空文。那么，作为一个销售员该怎样对待销售计划呢？我认为要成为一个优秀的销售员，无论你是在什么样的公司，无论你面对什么样的老板，精心的制定销售计划是你做好销售任务的根本。那么你怎样写销售计划呢？

刚做销售员或者刚到一个新的公司，你所要做的工作是先了解产品，再了解销售渠道，再了解市场。先不忙着写销售计划，等你觉得对市场情况，产品情况都有一定的了解后，就要写出第一份销售计划。这份计划应该是你销售思路的体现，并不需要写出具体的任务，只需要写出你自己销售途径，怎样培养客户以及你对产品销售的认识。总之，是一份销售渠道和销售方法的概要。当你已经更进一步得了解市场后，再对自己的计划做以调整和补充。

1。市场分析。也就是根据了解到的市场情况，对产品的卖点，消费群体，销量等进行定位。

2。销售方式。就是找出适合自己产品销售的模式和方法。

3。客户管理。就是对一开发的客户如何进行服务和怎样促使他们提高销售或购买；对潜在客户怎样进行跟进。我觉得这一点是非常重要的，应在计划中占主要篇幅。

4。销量任务。就是定出合理的销售任务，销售的主要目的就是要提高销售任务。只有努力的利用各种方法完成既定的任务，才是计划作用所在。完成了，要总结出好的方法和模式，完不成，也要总结，还存在的问题和困难。

5。考核时间。销售计划可分为年度销售计划，季度销售计划，月销售计划。考核的时间也不一样。

6。总结。就是对上一个时间段销售计划进行评判。以上六个方面是计划必须具备的。当然，计划也不是一成不变的，要根据市场的情况进行调整。

**茶销售工作计划 茶销售工作总结五**

对于老客户的回访是不定期的，在节假日里一定要送出问候和祝福的，在重要的日子里可以送些小礼品以增进感情。在平时，我们也要和客户保持联络，关心他们的状况，平常可以通过电话和公司qq eami等联络感情。如果方便的话，可以登门拜访客户，以便促进我们和客户之间的关系。对于大客户反映的问题，我们会作为重点来解决，及时把信息反馈，让他们有一种被重视的感觉。当然对于一般客户的问题我们也不会忽略。总之要维护客群关系，沟通是关键。我们会尽努力把客群关系搞好。

在拥有老客户的同时还要不断从各种渠道快速开发新客户,推广新产品.

1.3—4月份，第一个工作：回访和预约一部分初步意向客户。了解客户真实需求，全方面的了解自己的产品。记录客户所提出问题。第二个工作：全方位的市场调研，了解竞争对手的全面情况。针对性地进行pk。

2.先友后单，与客户发展良好的友谊，处处为客户着想，把客户当成自己的好朋友，达到思想和情感上的交融。

3.对客户不能有隐瞒和欺骗，答应客户的承诺要及时兑现，讲诚信不仅是经商之本，也是为人之本。

4.销售目标不仅体现在具体的每一个月度，而且还责任到人，量化到人，并细分到具体市场。 制定出月计划和周计划、及每日的工作量。每天至少打30个电话，每周至少拜访20位客户，促使潜在客户从量变到质变。上午重点电话回访和预约客户，下午时间长可安排拜访客户。

见客户之前要多了解客户的主营业务和潜在需求，先了解决策人的个人爱好，准备一些有对方感兴趣的话题，并为客户提供针对性的解决方案。

做好每天的工作记录，以备遗忘重要事项，并标注重要未办理事项。

5.和公司其他销售人员要有良好的沟通，有团队意识，多交流，多探讨，才能不断增长业务技。综合利用产品、价格、通路、促销、传播、服务等营销组合策略，形成强大的营销合力。

在维持公司现有品牌不变更的前提下，渠道部所有同事希望公司可以从两方面去考虑，拓宽公司经营思路和模式。

第一：在做好本职工作的同时，利用一切可以用到的资源，在本地以及就近区域发展部分大型终端客户，一来可以加大公司利润回报，二来，量上也可拉动一部分，减轻压力。三，还可以给业务员增加一部分收入。要真正做为一个重点想法去实施，不是说说走过场。

第二：对现今所有客户采取积分返点制，在公司给所有客户设立一个户头，定期核对客户回款金额，达到一定数额的同时，根据实际情况给与一定的返点奖励，产生一股凝聚力。在回款上也可以形成一定的刺激度。

总体来说，对所有客户的工作态度都要一样，加强产品质量和服务意识,为公司树立更好的形象,让客户相信我们的工作实力，才能更好的完成任务。

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