# 手机销售工作计划(二十篇)

来源：网络 作者：心上人间 更新时间：2024-10-15

*计划是提高工作与学习效率的一个前提。做好一个完整的工作计划,才能使工作与学习更加有效的快速的完成。计划怎么写才能发挥它最大的作用呢？那么下面我就给大家讲一讲计划书怎么写才比较好，我们一起来看一看吧。手机销售工作计划篇一第二条 以低价位、高质...*

计划是提高工作与学习效率的一个前提。做好一个完整的工作计划,才能使工作与学习更加有效的快速的完成。计划怎么写才能发挥它最大的作用呢？那么下面我就给大家讲一讲计划书怎么写才比较好，我们一起来看一看吧。

**手机销售工作计划篇一**

第二条 以低价位、高质量为本公司今后的主要商品。

第三条 本公司不特别重视单纯性的流行品或时代尖端的产品。但是，仍多少会推出这种类型的尖端流行产品。

第四条关于前项的销售据点，在做选择、决定或交易条件的企划、事务处理时，都须确实慎重行事，这样才能巩固本公司的营业根基。

第五条 在选择销售据点时，以中型规模或中型以上规模的销售店为目标。小规模的店面行销方式，除特殊情况外，原则上不予采用。

第六条 改善处理手续(步骤)，设法增强与销售店之间的联系及内部的联络，提高业务的整体管理及相关事务的效率。尤其须巧妙地运用各种账表(传单、日报)来提高效率。

第七条 与销售店开始进行新的交易之前，须先提出检查，并依照规定做好调查、审议及条件的查核后才能决定进行交易。

第八条 销售活动必须制度化，合理化，力争使各项事宜高质高效的完成。

第九条 销售人员在接受订货和收款工作时，不得参与相关的附带性事务处理工作，必须全身心投入销售事务。因此，在销售方面应另订计划及设置专科处理该事务。

第十条 进货总额中的 20%用于对 公司的订货，其他则用于公司对外的转包工程。

第十一条 进货尽可能集中在某季节，有计划性地开展订货活动。要确保交易双方的权益。

第十二条 进货时要设立交货促进制度，并按下列条件来进行计算;对于交货成绩优良的厂商，将采取退佣方式处理，其规定如下：

(1)进货数量;

(2)交货日期及交货数量;

(3)交货迟缓程度及数量。

第十三条 为使进货业务能合理运作，本公司每月召集由各进货厂商、外包商及相关人员参加的会议，借此进行磋商、联络、协议。

第十四条 a公司与本公司之间的交易(包括与该制造公司目前正式交易的三

家公司)，一概归与本公司作直接交易。

第十五条 本公司拒绝接受传票，物品交入本公司就属于本公司的营业范围内。

第十六条 负责进货人员应每天到各厂商去照会联络，并促使对方尽快着手。

第十七条 处理对外订货事宜时应使用报表，记入材料名称、色调、产品样式、号

码、尺寸、厂商号码，然后交给厂商(厂商的户头也应写入)，各种表格的填写必须详尽。

第十八条 前项报表在发出订单时应一起附上，另外，还要贴在产品的箱子上，连同产品一起交给零售商和消费者。

**手机销售工作计划篇二**

一、 市场分析

(1) 市场状况：新生在手机及手机配件方面的

需求比较大，在校的大二大三的学生对你手机配件的需求比较大，但是他们不知道营业厅的存在，所以还需要推广;

(2) 位置状况：位于给广东邮电职业技术学院培训1号楼1楼，方便同学们购买手机配件方面的需求;

(3) 产品分析：因为初创立，货源种类不是很多，可能不能很好的满足同学们的需求;但是产品质量较好;

(4) 竞争分析：在邮电营业厅的对面有一家入

驻学院的天翼手机装卖店，它的地理位置更容易被学生们发现，但是其没有手机配件，不能满足同学们这方面的需求;在学院的门口外面的上社街有很多类似的手机店铺，而且质量、价钱均相差不大，而且同学们大部分喜欢逛街;

(5) swot分析

优势：能比学院的天翼店更好的满足同学们的需求，在培训1号楼，会有很多培训人员经过，位置醒目;大一新生刚到学院，对手机需求比较大，并且他们对学院外面的热闹街市并不熟悉; 劣势：产品的质量价格跟对面的天翼手机专卖店和外面的上社街的手机摊位差不多;地理位置比上社街好，但是比天翼专卖店差;

机会：学院支持，能经常在宿舍区摆摊销售，方便让同学们熟知并支持;

威胁：学院天翼店的招牌更加醒目，更容易受同学们的关注，学院外面有一条比较繁华的街道，同学们经常出去逛街，也会顺便在外面买需要的手机配件。

二、 营销思路

(1) 树立全员营销观念，真正体现“营销生活化，生活营销化。”

(2) 综合利用产品、价格、促销、服务等营销组合策略，形成强烈的营销组合策略。

三、 销售目标

(1) 营销目标：大部分广州市以外的新生都会在

学校买一台手机，因为他们要有帐号上网，另外还有两只队伍和我们一样在买同样的产品，同样的价格，故而营销目标就是全部新(1000人)的1/3，再减去不需要买手机的，即200人。

(2) 市场份额目标：占领新生市场的20%。

四、 营销策略

目标市场：广东邮电职业技术学院的新生

价格：因为学校的学生大部分都需要买学校的卡才能绑定宽带上网，故而推销买卡+买手机，手机价钱立减400元;

定价：手机(399)+卡(100)+宽带(300)=799

卡+宽带=400

五、 团队管理

(1)20人指引，4人推销，2人填单

指引：将师弟师妹指引至我们销售手机的摊位 推销：将套餐详细信息介绍给师弟师妹，分析利益，

引发师弟师妹的购买欲望

填单：办理此次套餐的一张凭证，完善前面的工作

(2)在让此团堆上岗之前，将会对他们进行岗前培训，让他们对套餐有一定的熟悉程度，能够快速为同学们解答疑问。

六、 费用预算

**手机销售工作计划篇三**

为了实现明年的计划目标，结合公司和市场实际情况，确定明年几项工作重点：

1、扩大销售队伍，加强业务培训。

人才的引进和培养是最根本的，也是最核心的，人才是第一生产力。企业无人则止，加大人才的引进大量补充公司的新鲜血液。铁打的营盘流水的兵，所以在留着合理的人才上下功夫。在选好人，用好人，用对人。加强和公司办公室人沟通，多选拔和引进优秀销售人员，利用自己的关系，整合一部分业务人员，利用业务员转介绍的策略，多争取业务人员，加大招聘工作的力度，前期完善公司的人员配置和销售队伍的建立。另外市场上去招一些成熟的技术和业务人员。自己计划将工作重点放在榜样的树立和新榜样的培养上，一是主要做好几个榜样树立典型。因为榜样的力量是无穷的。

人是有可塑性的，并且人是有惰性的。对销售队伍的知识培训，专业知识、销售知识的培训始终不能放松。培训对业务队伍的建立和巩固是很重要的一种手段。定期开展培训，对业务员的心态塑造是很大的好处。并且根据业务人员的发展，选拔引进培养大区经理。业务人员的积极性才会更高。

2、销售渠道完善，销售渠道下沉。

为确保完成全年销售任务，自己平时就积极搜集信息并及时汇总，力争在新区域开发市场，以扩大产品市场占有额。合理有效的分解目标。

三省，市场是公司的核心竞争区，在这三省要完善销售队伍和销售渠道。一方面的人员的配置，另一方面是客户资源的整合，客户员工化的重点区域。要在这里树立公司的榜样，并且建立样板市场。加以克隆复杂。

其他省市以一部现有业务人员为主，重点寻找合作伙伴和一些大的代理商。走批发路线的公司在销售政策上适当放宽。

如果业务人员自己开拓市场，公司前期从业务上去扶持，时间上一个月重点培养，后期以技术上进行扶持利用三个月的时间进行维护。

3、产品调整，产品更新。

产品是企业的生命线，不是我们想买什么，而是客户想买什么。我们买的的客户想买的。找到客户的需求，才是根本。所以产品调整要与市场很好的结合起来。另外，要考虑产品的利润，无利润的产品，它就无生存空间。对客户来讲，也是一样。客户不是买产品，而是买利润，是买的产品得来的利润。追求产品最大利润的合理分配原则，是唯一不变的法则。企业不是福利院，所以为企业创造价值最大化，就是管理的最基本要求。从发展才是硬道理到赚钱才是硬道理的转变。

一个产品的寿命是有限的，不断的补充新产品，一方面显示出公司的实力，一方面显示出公司的活力。淘汰无利润和不适应市场的产品。结合公司业务人员专业素质，产品要往三个有利于方面调整：有利于公司的发展、有利于业务人员的销售、有利于客户的需求。

产品要体现公司的特色，走差异化道路。一方面，要有公司的品牌产品。一个产品可以打造一个品牌。所以产品要走精细化道路。

4、长期宣传，重点促销。

宣传是长久的，促销是短暂的。促销一时，宣传一世。重点的开展促销活动使产品在一个市场上树立起名气，就是品牌意思。结合市场和疫情发展变化，使产品坐庄，达到营销造势的目的。就重点产品和重点市场，因地制宜的开展各种各样的促销活动。当然最主要的工作重心还是在产品的宣传上，具办各种知识讲座。利用公司网站，把产品及时发布出去，利用互联网发布产品上市等信息。

5、自我提高，快速成长。

为积极配合销售，自己计划努力学习。在管理上多学习，在销售上多研究。自己在搞好销售的同时计划认真学习业务知识、管理技能及销售实战来完善自己的理论知识，力求不断提高自己的综合素质，为企业的再发展奠定人力资源基础。

本人将以身作责，以实际行动来带领整个团冲击计划目标。

**手机销售工作计划篇四**

手机零售店积极改革创新营销模式，提升店铺销售业绩的故事。通过建立前端“抓潜圈人”体系，店铺中端成交体系，店铺后端营销追销体系。持续累积发展新旧顾客，运用移动互联网思维，实现线上线下客流互动共享。最后通过一系列措施建设鹰讯手机连锁店自己的顾客“鱼塘”，打造鹰讯手机零售店持续盈利“生态”循环系统。

1、门店客流量急剧下降，成交率低。

手机行业由2g发展到当下4g，手机用户由过去“求大于供”的刚需转变为“供大于求”的买方市场。加上近年网络线上分销渠道的蚕食分流15%以上。线下实体店客流影响确实较大。

2、经营成本高，产品利润越来越薄。

租金成本居高不下，人工成本逐年上涨，进货成本资金密集，产品滞销导致的周转过慢。运营商补贴的冲击，运维管理费用增加，传统促销效果乏力。这些均为产品销售利润下滑的致命因素。

3、缺乏有效营销策略及新盈利模式

盈利水平由“暴利”到“微利”，而营销策略、管理水平依然停滞不前。员工流失大，员工整体素养低，销售技巧弱。同时缺少改变现状的有效生意模式

二、东莞鹰讯手机连锁突围三步曲

基于以上三大问题的简单剖析，特别制定鹰讯手机连锁突围三步曲。围绕的营销“引爆点”是人，是有效客流。在有客流的基础上，解决的是成交率问题，也就是提高销售现场的成交转化率。最后解决的是客单价的问题，也就是提高顾客单笔消费金额，让成交最大化。

(一)“ 圈人”方案

第一：线上抓潜，借助微博-微信-qq-二维码-微商城-app等工具，让网上顾客走回实体店，实践o2o、crm商业模式。

第二：线下抓潜，借力店铺核心商圈户外广告、平面广告多做鹰讯手机品牌推广传播。提力店铺商圈号召力与引导力。

(二) 成交策略

打造鹰讯手机店六率成交体系，具体操作如下：

提升进店率，提高店铺门口、核心商圈客流的进店率，通过主动营销、被动吸引多种方式，提高店铺的进店率;

提高试机率，试机率是提高店铺成交率的前提，所以通过完善销售人员的引导话术、试机演示套路、开方式陈列展示艺术、互动式参与感设计等方式，提高进店顾客的试机率;

提高成交率，强化销售人员话术训练，缩短简化成交购买流程，店铺顾客信任感的设计，提高店铺成交率;

加大追销率，建立店内成交100%二次追销销售制度，建立顾客1对1持续追销体系;

增加回头率，建立人性化顾客关怀体系，通过感动顾客营销措施，一站式辅助销售工具系统建设，提高顾客再次来店的频率;

培养忠诚率，按照由信赖到依赖，由依赖到忠诚，由忠诚到信徒，最后让顾客的选择不得不选择我们的人性习惯，依次建设信赖体系、依赖体系、忠诚体系。

全员培训鹰讯手机营销人员体验式销售六字真经：

智能手机销售的精髓是顾客对体验的需求增加，所以建立体验式营销团队是鹰讯手机店发展的关键。因此，培养鹰讯手机店所有员工具备以下体验式营销技巧。

看，所谓看，也就是领先一步观察出顾客的需求的能力，通过对顾客察言观色，初步判断顾客的消费能力，消费偏好，消费习惯。为有针对性的推荐手机产品提供依据;

听，听出顾客需求的能力，销售人员要能听出顾客的言外之意，听出顾客内心真实需要。为“创造性”的科学说服顾客提供保障;

说，也就是销售话术的表达能力，顾客更在意的是销售人员怎么说，包含搭讪、及产品介绍、顾客说服的能力;

问，问顾客对的问题才能得到对的答案，培养销售人员学会问顾客“yes”问题、二选一问题等有立于成交问题的能力;

动，与顾客进行良性互动的能力，提高顾客在销售过程的参与感。引导顾客快速做出购买决定。

触，通过打打电话、摸摸手机、贴在脸上、放在口袋里、触摸反馈等方式，增强顾客对手机的触感。

以上为鹰讯手机体验式营销六字真经简介，具体开发为ppt标准培训课件，对全体员工开展培训实操训练。提高员工整体销售技能。

(三) 追销措施

1、一对一追销之顾客终身价值管理

一次见面，终身朋友。无顾客购买与否，都通过qq、二维码、微信、微博等社化媒体工具与顾客建立起关系。对目标潜在顾客实现分级管理，分阶段终身跟进管理。定期筛选激活有需要顾客，建立起持续性主动营销体系。

2、365天\_24小时持续赚钱机器

在鹰讯手机线下销售的基础之上，开展微商城、微店、网店、团购参与、电子商务、o2o合作参与等多种线上宣传销售业务。打造鹰讯手机线上线下销售互动体系，建立人工销售、自助销售、辅助销售相结合多种销售渠道。最终打造鹰讯手机365天\_24小时持续赚钱机器。

3、现场100%追销体系

100%转推高毛利机型

100%手机配件追加销售

100%请求顾客现场做转介绍承诺

100%提出7次以上成交要求

**手机销售工作计划篇五**

一、存在的问题和不足

虽然半年来我们的工作取得了一定成绩，但是离领导的要求还存在很多差距和不足，主要有以下几方面的问题：

1、呼入方面：咨询应对能力不足，部分课程仍然缺乏深度咨询能力，需要与产品加强协作，加大培训力度。

2、呼出方面：目前主要日常业务是网站未支付订单回访，业务性质较为浅表化。在真正意义上的电话销售，即老用户二次开发与新用户电话陌生拜访销售上投入的力度不够。

3、有的仅凭感觉销售，对业绩起伏无统计分析，对主要产品转化率无统计分析。

4、团队氛围一度出现问题，业务竞争向恶性竞争方向发展，直接影响整体业绩。

二、下一步，我们将努力做好以下几方面的工作：

1、加强合作，进一步强化培训。新的一年，我们希望和产品部进一步加强合作，多为我们进行产品培训，协助我们走向资深销售顾问的行列。对于学校的职员来说，熟悉学校的产品是很必要的。为了发展，学校可能会有产品改进或者新品的推出，经常开展一些产品的培训，让职员对学校的新产品更加了解，提高员工的工作技能，让大家成长得更快。

2、加强数据统计与分析，及时了解呼入和呼出量，根据业绩起伏加强管理，提高产品转化率。

3、主动研究发掘销售规律，以指导好销售工作的开展，为学校创造更多的经济效益。

4、进行大范围外呼，让沉睡的数据苏醒，促成老客户的多次销售。(具体到产品)

在新的一年里，我们将紧紧抓住教育发展的战略机遇期，尽最大的努力协助销售员共同完成销售目标。我们大家会一起努力，紧密结合自身的实际，长远规划，埋头实干，站在新的起点上，向着更高的、更美好的目标迈进，将工作做到更好!在不久的将来，我相信学校一定会发展得更好、更快!

**手机销售工作计划篇六**

俗话说“活到老，学到老”，这话一点不错。即使已经参加工作了，我们也不应该放弃对知识的学习。相反，作为企业的员工，在繁忙的工作之余，读一些开阔心智的书籍，吸取别人的成功经验，大有好处。聪明的人，总是善于用别人的智慧来填补自己的大脑。下面，是我这一年工作的总结：

销售工作的基本法则是，制定销售计划和按计划销售。销售计划管理既包括如何制定一个切实可行的销售目标，也包括实施这一目标的方法。每个人都有各自的特点，都有各自的方法，关键是要找到最适合自身的一套方式和方法。

对客户管理有方，客户就会有销售热情，会积极地配合。如果对客户没有进行有效的管理，或者客户关系管理粗糙，结果，既无法调动客户的销售热情，也无法有效地控制销售风险。所以必须想尽方法维护好客户关系，关注客户的各个细节，随时让客户感觉到你与他同在。

信息是企业决策的生命。业务员身处市场一线，最了解市场动向，消费者的需求特点、竞争对手的变化等等，这些信息及时地反馈给企业，对决策有着重要的意义，另一方面，销售活动中存在的问题，也要迅速及时地反馈给企业，以便管理层及时做出对策。业务员的工作成果包括两个方面：一是销售额，二是市场信息。对企业的发展而言，更重要的是市场信息。因为销售额是昨天的，是已经实现的，已经变成现实的东西是不可改变的;有意义的市场信息，它决定着企业明天的销售业绩、明天的市场。

“管理当中无小事”，一位出色的经理同时也是一位细心的领导者。同样，“销售当中无小事”。销售更应慎重、谨慎，去寻找一个双赢的法则。在学习、总结、实践、摸索、尝试中提高。

**手机销售工作计划篇七**

一、销售计划

销售工作的基本法则是，制定销售计划和按计划销售。销售计划管理既包括如何制定一个切实可行的销售目标，也包括实施这一目标的方法。每个人都有各自的特点，都有各自的方法，关键是要找到最适合自身的一套方式和方法。

二、客户关系管理

对客户管理有方，客户就会有销售热情，会积极地配合。如果对客户没有进行有效的管理，或者客户关系管理粗糙，结果，既无法调动客户的销售热情，也无法有效地控制销售风险。所以必须想尽方法维护好客户关系，关注客户的各个细节，随时让客户感觉到你与他同在。

三、信息反馈

信息是企业决策的生命。业务员身处市场一线，最了解市场动向，消费者的需求特点、竞争对手的变化等等，这些信息及时地反馈给公司，对决策有着重要的意义，另一方面，销售活动中存在的问题，也要迅速及时地反馈给公司，以便管理层及时做出对策。业务员的工作成果包括两个方面：一是销售额，二是市场信息。对企业的发展而言，更重要的是市场信息。因为销售额是昨天的，是已经实现的，已经变成现实的东西是不可改变的;有意义的市场信息，它决定着企业明天的销售业绩、明天的市场。

四、“销售当中无小事”

“管理当中无小事”，一位出色的经理同时也是一位细心的。同样，“销售当中无小事”。销售更应慎重、谨慎，去寻找一个双赢的法则。在学习、总结、实践、摸索、尝试中提高。

**手机销售工作计划篇八**

手机促销手段直接影响着手机促销活动的好坏，影响着人们对于手机促销活动的注意程度，因此，如何选择合适的手机促销手段成了手机促销活动前商家们最重要的一件事性。在20xx年下半年的工作当中，我要做如下计划，来指导我的工作：

一、降价促销

降价也是最常见的一种促销方式，也是体现促销力度大小的一个衡量标准，可以有效吸引顾客的注意力，提高消费动力。降价是消费者觉得最实在的让利方式。但一定要掌握降价的频率和幅度，否则，一方面会缩短产品的利润期，另一方面，降价幅度过大也会让消费者感觉“不踏实”，购买了的消费者会心痛，回来寻“价差”，持币代购的消费者则认为“降这么多，肯定还会再降”的观念，对购买产生疑虑。

二、送赠品或者抽奖

在购买产品时赠送物品和购买产品时可以参加店铺举办的抽奖活动，赢取奖品。

三、特价机供应

就是在将部分产品价格降到很低，以低于成本价或者稍高于成本价出售，起到吸引顾客，带旺人气的作用。特价机都是限量的，这是特价机和降价这两种促销方式的区别所在。特价机的主要作用有三个：一是带旺人气，二是帮助清理库存，三是帮助销售完成销售量和销售额。特价机是利润很低的销售，有时甚至是赔本的买卖，因此要合理运用，否则会造成价格的混乱，影响整体的销售。

四、新款展示

展示是举办产品的展示活动，促进销售的一种方式。展示要充分配合促销活动主题，要有新意，要对市场做出科学的预测。同时，展示涉及的面比较广，要事先联系好售场，做好准备工作，否则会造成物资的浪费，使促销效果大打折扣。

五、人员促销

利用促销人员的能动性进行人员促销，用高提成提高促销人员的积极性。

当然促销的活动还有很多种，只要用心去做，一定会做好，下半年将继续为年度目标的达成而努力。

**手机销售工作计划篇九**

作为一个手机销售，我决定拓宽销售渠道，下半年起，将销售的方式往微信上靠拢。自微信上线，直至现在一年半多的时间微信的用户就高达2亿。而微信营销也形成了一股风潮，众多商家无一不把眼睛瞄准这个快速发展的新应用。势不可挡的微信营销，到底有那些模式呢?

一、草根广告式——查看附近的人

产品描述：微信中基于lbs的功能插件“查看附近的人”便可以使更多陌生人看到这种强制性广告。

功能模式：用户点击“查看附近的人”后，可以根据自己的地理位置查找到周围的微信用户。在这些附近的微信用户中，除了显示用户姓名等基本信息外，还会显示用户签名档的内容。所以用户可以利用这个免费的广告位为自己的产品打广告。

营销方式：营销人员在人流最旺盛的地方后台24小时运行微信，如果“查看附近的人”使用者足够多，这个广告效果也会不错。随着微信用户数量的上升，可能这个简单的签名栏会也许变成移动的“黄金广告位”。

二、品牌活动式——漂流瓶

产品描述：移植到微信上后，漂流瓶的功能基本保留了原始简单易上手的风格。

功能模式：漂流瓶有两个简单功能：

1、“扔一个”，用户可以选择发布语音或者文字然后投入大海中，如果有其他用户“捞”到则可以展开对话;

2、“捡一个”，“捞”大海中无数个用户投放的漂流瓶，“捞”到后也可以和对方展开对话，但每个用户每天只有20次机会。营销方式：微信官方可以对漂流瓶的参数进行更改，使得合作商家推广的活动在某一时间段内抛出的“漂流瓶”数量大增，普通用户“捞”到的频率也会增加。加上“漂流瓶”模式本身可以发送不同的文字内容甚至语音小游戏等，如果营销得当，也能产生不错的营销效果。而这种语音的模式，也让用户觉得更加真实。但是如果只是纯粹的广告语，是会引起用户反感的。

三、o2o折扣式——扫一扫

产品描述：二维码发展至今其商业用途越来越多，所以微信也就顺应潮流结合o2o展开商业活动。

功能模式：将二维码图案置于取景框内，微信会帮你找到好友企业的二维码，然后你将可以获得成员折扣、商家优惠亦或是一些新闻资讯。

营销方式：移动应用中加入二维码扫描，然后给用户提供商家折扣和优惠，这种o2o方式早已普及开来。而类似的app在应用超市中也多到让你不知如何选择，坐拥上亿用户切活跃度足够高的微信，价值不言而喻。

四、互动营销式——微信公众平台

产品描述：对于大众化媒体、明星以及企业而言，如果维新开放平台+朋友圈的社交分享功能的开放，已经使得微信作为一种移动互联网上不可忽视的营销渠道，那么微信公众平台的上线，则使这种营销渠道更加细化和直接。

**手机销售工作计划篇十**

在这个竞争激烈的手机销售市场中，并非无商机存在。独特的销售眼光加上详细的工作计划便可以打开另一扇销售之门。

随着手机销售市场的竞争日益激烈，手机零售也被称之为手机终端销售。随着手机渠道的进一步竞争，终端销售的利润空间也逐渐缩小。如何做好手机销售工作，便成了每个店员每个人必须重视的问题。以下是手机销售工作计划：

第一条为扩大销售，以低价位、高质量迅速占领市场，特制定本销售工作计划。

第二条以低价位、高质量为本公司今后的主要商品。

第三条本公司不特别重视单纯性的流行品或时代尖端的产品。但是，仍多少会推出这种类型的尖端流行产品。

第四条在选择销售据点时，以中型规模或中型以上规模的销售店为目标。小规模的店面行销方式，除特殊情况外，原则上不予采用。

第五条关于前项的销售据点，在做选择、决定或交易条件的企划、事务处理时，都须确实慎重行事，这样才能巩固本公司的营业根基。

第六条与销售店开始进行新的交易之前，须先提出检查，并依照规定做好调查、审议及条件的查核后才能决定进行交易。

第七条销售活动必须制度化，合理化，力争使各项事宜高质高效的完成。

第八条销售人员个人工作计划要细分，并将任务落实到每一个人。在接受订货和收款工作时，不得参与相关的附带性事务处理工作，必须全身心投入销售事务。因此，在销售方面应另订计划及设置专科处理该事务。

第九条改善处理手续(步骤)，设法增强与销售店之间的联系及内部的联络，提高业务的整体管理及相关事务的效率。尤其须巧妙地运用各种账表(传单、日报)来提高效率。

第十条进货总额中的20%用于对公司的订货，其他则用于公司对外的转包工程。

第十一条进货尽可能集中在某季节，有计划性地开展订货活动。要确保交易双方的权益。

第十二条进货时要设立交货促进制度，并按下列条件来进行计算;对于交货成绩优良的厂商，将采取退佣方式处理，其规定如下：

(1)进货数量;

(2)交货日期及交货数量;

(3)交货迟缓程度及数量。

第十三条为使进货业务能合理运作，本公司每月召集由各进货厂商、外包商及相关人员参加的会议，借此进行磋商、联络、协议。

第十四条a公司与本公司之间的交易(包括与该制造公司目前正式交易的三家公司)，一概归与本公司作直接交易。

第十五条本公司拒绝接受传票，物品交入本公司就属于本公司的营业范围内。

第十六条负责进货人员应每天到各厂商去照会联络，并促使对方尽快着手。

第十七条处理对外订货事宜时应使用报表，记入材料名称、色调、产品样式、号码、尺寸、厂商号码，然后交给厂商(厂商的户头也应写入)，各种表格的填写必须详尽。

第十八条前项报表在发出订单时应一起附上，另外，还要贴在产品的箱子上，连同产品一起交给零售商和消费者。

**手机销售工作计划篇十一**

手机市场是一个竞争较大的市场，所以想在此市场中竞争得胜，必须有一定的销售实力。在做好销售市场前，要先制定一份实际的销售计划书。以下的手机销售计划范本，可供参考。

第一条为扩大销售，以低价位、高质量迅速占领市场，特制定本销售计划。

第二条以低价位、高质量为本公司今后的主要商品。

第三条本公司不特别重视单纯性的流行品或时代尖端的产品。但是，仍多少会推出这种类型的尖端流行产品。

第四条在选择销售据点时，以中型规模或中型以上规模的销售店为目标。小规模的店面行销方式，除特殊情况外，原则上不予采用。

第五条关于前项的销售据点，在做选择、决定或交易条件的企划、事务处理时，都须确实慎重行事，这样才能巩固本公司的营业根基。

第六条与销售店开始进行新的交易之前，须先提出检查，并依照规定做好调查、审议及条件的查核后才能决定进行交易。

第七条销售活动必须制度化，合理化，力争使各项事宜高质高效的完成。

第八条销售人员在接受订货和收款工作时，不得参与相关的附带性事务处理工作，必须全身心投入销售事务。因此，在销售方面应另订计划及设置专科处理该事务。

第九条改善处理手续(步骤)，设法增强与销售店之间的联系及内部的联络，提高业务的整体管理及相关事务的效率。尤其须巧妙地运用各种账表(传单、日报)来提高效率。

第十条进货总额中的20%用于对公司的订货，其他则用于公司对外的转包工程。

第十一条进货尽可能集中在某季节，有计划性地开展订货活动。要确保交易双方的权益。

第十二条进货时要设立交货促进制度，并按下列条件来进行计算;对于交货成绩优良的厂商，将采取退佣方式处理，其规定如下：

(1)进货数量;

(2)交货日期及交货数量;

(3)交货迟缓程度及数量。

第十三条为使进货业务能合理运作，本公司每月召集由各进货厂商、外包商及相关人员参加的会议，借此进行磋商、联络、协议。

第十四条a公司与本公司之间的交易(包括与该制造公司目前正式交易的三家公司)，一概归与本公司作直接交易。

第十五条本公司拒绝接受传票，物品交入本公司就属于本公司的营业范围内。

第十六条负责进货人员应每天到各厂商去照会联络，并促使对方尽快着手。

第十七条处理对外订货事宜时应使用报表，记入材料名称、色调、产品样式、号码、尺寸、厂商号码，然后交给厂商(厂商的户头也应写入)，各种表格的填写必须详尽。

第十八条前项报表在发出订单时应一起附上，另外，还要贴在产品的箱子上，连同产品一起交给零售商和消费者。

**手机销售工作计划篇十二**

日常的销售过程中，我们销售员总会碰到这样那样的困惑：为什么顾客没有买?为什么顾客选择了其他门店买?为什么顾客买了，却是不理想的价格?这些问题，相信同事们每天都在亲身经历，感同身受。那么，怎样在才能让顾客买单?怎样在商品同质化竞争白热化的今天杀出一条血路，保持、扩大自己的市场份额?是我们公司和一线销售员必须认真思考认真对待的一个问题。本人掩卷沉思，总结数年一线销售的挫折成败、成功喜悦与大家一一分享，望能起到抛砖引玉、交流进步的效果。

销售是一门科学，也是一种技术，它内非常深澳的道理，当然，销售也是较低门槛的，对从事这项工作的人员的学历要求不高，甚至于有些销售经理直说：“不论黑猫白猫，抓到老鼠的就是好猫!”一语道销售以成绩论英雄的本质。是的，当物欲横流、急功近利的社会环境就是这样的赤裸裸，我们可以改变什么?我们只能去适应环境，只能用成绩去证明自己存在的价值。

我认为：对于销售，自信、态度、专业知识、技巧，一样都不可以少。

自信乃成功的一半，很难相信一个对自己都没有信心的销售员能做出很好的业绩，做人也一样，一定要有自信，相信自己，自己就是最伟大的销售员，每天都要默默的告诉自己：我是最棒的，我是最棒的!如果没有效果，跑到洗手间叫出来，握紧拳头大声的叫出来，这个时候你的潜意识已经告诉你自己是最棒的了，你的思想主宰你的行动，行动上你也就会是最棒的，还有一个就是不要给自己始退路，定下一个目标，一个相信自己可以完成的目标，有足够勇气的话，告诉你的同事告诉你的店长：如果这个月你没有完成2万毛利你就去裸奔，我相信你会破釜沉舟置之死地而后生，相信自己，不要裸奔，那就只能完成任务。

专业知识：是指一定范围内的系统化的知识。

我们是卖手机的，对于手机的功能一定要熟悉一定要精通。在日常的工作中经常发现有很多同事连\*手机的盒子都不会装，手机电池也不会分，像亚，有相当部分同事都不知道有4c，5c的电池，你把4c的电池装到5c的手机里面是可以用，但是你把5c的电池装到4c的手机里面是不可以用的，把4c的电池装到5c里面卖了之后就等于是少了一个电池，造成分摊，这个经常发生。

许多新入职的同事总是迫不及待的问我应该怎么卖机，当然想卖机是好事，但是你连一些基本功都没有掌握，就让我去教你销售技巧，那样只会富害了你自己，只会导致实际销售过程中手忙脚、丢三落四、漏洞百出，让顾客认为我们不够专业，购买欲望大打折扣，就算到最后给你买了手机，价钱也是可想而知了。

为什么我们的万能充可以卖到15块，而且总是卖到断货?别人卖5块钱一个却总是卖不出去?为什么外面士多店的啤酒3.5元一支还是660ml的，但是太阳城可以卖到15块，15块还是330ml的，份量少一半，价格贵几倍，却有很多消费者愿意买单，这就是专业和业余的巨大差别，我们花了巨大的投资在门店装修、铺位选址、加盟费上就早给顾客一种品牌效应，一种专业形象，把产品的利益最大化，想不到到最后因为店员的不够专业而让一切付诸一溃，实在是让人懊恼。

所以我真的很希望名位同事要苦练基本功，像拆装后盖电池、装内存卡、找盒子这些最基本的工作要做到精通熟练，不要临时抱佛脚，一会儿又去找人问怎么拆后盖，一会儿又说找不到内存卡在哪里插，这样会让顾客对你对公司失去信任，直接导致顾客流失。

**手机销售工作计划篇十三**

一、降价促销

降价也是最常见的一种促销方式，也是体现促销力度大小的一个衡量标准，可以有效吸引顾客的注意力，提高消费动力。降价是消费者觉得最实在的让利方式。但一定要掌握降价的频率和幅度，否则，一方面会缩短产品的利润期，另一方面，降价幅度过大也会让消费者感觉“不踏实”，购买了的消费者会心痛，回来寻“价差”，持币代购的消费者则认为“降这么多，肯定还会再降”的观念，对购买产生疑虑。

二、送赠品或者抽奖

在购买产品时赠送物品和购买产品时可以参加店铺举办的抽奖活动，赢取奖品。

三、特价机供应

就是在将部分产品价格降到很低，以低于成本价或者稍高于成本价出售，起到吸引顾客，带旺人气的作用。特价机都是限量的，这是特价机和降价这两种促销方式的区别所在。特价机的主要作用有三个：一是带旺人气，二是帮助清理库存，三是帮助销售完成销售量和销售额。特价机是利润很低的销售，有时甚至是赔本的买卖，因此要合理运用，否则会造成价格的混乱，影响整体的销售。

四、新款展示

展示是举办产品的展示活动，促进销售的一种方式。展示要充分配合促销活动主题，要有新意，要对市场做出科学的预测。同时，展示涉及的面比较广，要事先联系好售场，做好准备工作，否则会造成物资的浪费，使促销效果大打折扣。

五、人员促销

利用促销人员的能动性进行人员促销，用高提成提高促销人员的积极性。

当然促销的活动还有很多种，只要用心去做，一定会做好，我将继续为年度目标的达成而努力。

**手机销售工作计划篇十四**

第一条 为扩大销售，以低价位、高质量迅速占领市场，特制定本销售计划。

第二条 以低价位、高质量为本公司今后的主要商品。

第三条 本公司不特别重视单纯性的流行品或时代尖端的产品。但是，仍多少 会推出这种类型的尖端流行产品。

第四条 在选择销售据点时，以中型规模或中型以上规模的销售店为目标。小 规模的店面行销方式，除特殊情况外，原则上不予采用。

第五条 关于前项的销售据点，在做选择、决定或交易条件的企划、事务处理时，都须确实慎重行事，这样才能巩固本公司的营业根基。

第六条 与销售店开始进行新的交易之前，须先提出检查，并依照规定做好调 查、审议及条件的查核后才能决定进行交易。

第七条 销售活动必须制度化，合理化，力争使各项事宜高质高效的完成。

第八条 销售人员在接受订货和收款工作时，不得参与相关的附带性事务处理 工作，必须全身心投入销售事务。因此，在销售方面应另订计划及设置专科处理该事务。

第九条 改善处理手续(步骤)，设法增强与销售店之间的联系及内部的联络，提高业务的整体管理及相关事务的效率。尤其须巧妙地运用各种账表(传单、日报)来提高效率。

第十条 进货总额中的 20%用于对 公司的订货，其他则用于公司对外的转 包工程。

第十一条 进货尽可能集中在某季节，有计划性地开展订货活动。要确保交易 双方的权益。

第十二条 进货时要设立交货促进制度，并按下列条件来进行计算;对于交货成 绩优良的厂商，将采取退佣方式处理，其规定如下：

(1)进货数量;

(2)交货日期及交货数量;

(3)交货迟缓程度及数量。

第十三条 为使进货业务能合理运作，本公司每月召集由各进货厂商、外包商及 相关人员参加的会议，借此进行磋商、联络、协议。

第十四条 a公司与本公司之间的交易(包括与该制造公司目前正式交易的三 家公司)，一概归与本公司作直接交易。

第十五条 本公司拒绝接受传票，物品交入本公司就属于本公司的营业范围内。 第十六条 负责进货人员应每天到各厂商去照会联络，并促使对方尽快着手。

第十七条 处理对外订货事宜时应使用报表，记入材料名称、色调、产品样式、号码、尺寸、厂商号码，然后交给厂商(厂商的户头也应写入)，各种表格的填写必须详尽。

第十八条 前项报表在发出订单时应一起附上，另外，还要贴在产品的箱子上， 连同产品一起交给零售商和消费者。

**手机销售工作计划篇十五**

一、 市场分析

(1) 市场状况：新生在手机及手机配件方面的

需求比较大，在校的大二大三的学生对你手机配件的需求比较大，但是他们不知道营业厅的存在，所以还需要推广;

(2) 位置状况：位于给广东邮电职业技术学院培训1号楼1楼，方便同学们购买手机配件方面的需求;

(3) 产品分析：因为初创立，货源种类不是很多，可能不能很好的满足同学们的需求;但是产品质量较好;

(4) 竞争分析：在邮电营业厅的对面有一家入

驻学院的天翼手机装卖店，它的地理位置更容易被学生们发现，但是其没有手机配件，不能满足同学们这方面的需求;在学院的门口外面的上社街有很多类似的手机店铺，而且质量、价钱均相差不大，而且同学们大部分喜欢逛街;

(5) swot分析

优势：能比学院的天翼店更好的满足同学们的需求，在培训1号楼，会有很多培训人员经过，位置醒目;大一新生刚到学院，对手机需求比较大，并且他们对学院外面的热闹街市并不熟悉; 劣势：产品的质量价格跟对面的天翼手机专卖店和外面的上社街的手机摊位差不多;地理位置比上社街好，但是比天翼专卖店差;

机会：学院支持，能经常在宿舍区摆摊销售，方便让同学们熟知并支持;

威胁：学院天翼店的招牌更加醒目，更容易受同学们的关注，学院外面有一条比较繁华的街道，同学们经常出去逛街，也会顺便在外面买需要的手机配件。

二、 营销思路

(1) 树立全员营销观念，真正体现“营销生活化，生活营销化。”

(2) 综合利用产品、价格、促销、服务等营销组合策略，形成强烈的营销组合策略。

三、 销售目标

(1) 营销目标：大部分广州市以外的新生都会在

学校买一台手机，因为他们要有帐号上网，另外还有两只队伍和我们一样在买同样的产品，同样的价格，故而营销目标就是全部新(1000人)的1/3，再减去不需要买手机的，即200人。

(2) 市场份额目标：占领新生市场的20%。

四、 营销策略

目标市场：广东邮电职业技术学院的新生

价格：因为学校的学生大部分都需要买学校的卡才能绑定宽带上网，故而推销买卡+买手机，手机价钱立减400元;

定价：手机(399)+卡(100)+宽带(300)=799

卡+宽带=400

五、 团队管理

(1)20人指引，4人推销，2人填单

指引：将师弟师妹指引至我们销售手机的摊位 推销：将套餐详细信息介绍给师弟师妹，分析利益，

引发师弟师妹的购买欲望

填单：办理此次套餐的一张凭证，完善前面的工作

(2)在让此团堆上岗之前，将会对他们进行岗前培训，让他们对套餐有一定的熟悉程度，能够快速为同学们解答疑问。

六、 费用预算

**手机销售工作计划篇十六**

一、 市场现状分析

(一)用户分析

我公司的主要顾客来源于大学生和追逐时尚的青年，对手机的时尚功能和个性要求较高;而且他们比较容易接受中低档产品，偏好于进口的品牌机和质量好的国产机;一般的使用寿命为两年，但很多人中途因为各种原因而更换手机;主要购买地：专卖店，大卖场和网上;手机信息获取来源：电视广告，网络，宣传单以及同学，同事之间的交流。

(二)竞争情况分析

目前在海南手机市场的国内品牌有：联想，步步高，oppo，htc，波导，tcl，夏新，中兴，康佳等;国外品牌有：诺基亚，摩托罗拉，三星，索爱，苹果等。这些手机中市场上比较受欢迎，占市场比例较大的品牌主要是：诺基亚，步步高，摩托罗拉，三星，联想。而其实，国外品牌还是占主流地位，尤其是诺基亚，在年轻人心中有较高期望。

(三)市场机会与问题分析 1、竞争优势与潜力：

(1)产品自主研发逐渐形成主流，并形成了几个稳定的开发平台，提供了成本及性价比较优的产品，有了比较优势竞争的保障;

(2) 建立了自己的产品研发中心，为产品的后续发展提供了强有力支持和保障。

(3)本公司的品牌虽说进入海南市场市场时间虽不长，但在人们心目中已有一定的份量，对本品牌质量和性能已有了一定的认可，形成了相对固定的客户群;产品的市场占有率较高，已经建立相对完善的销售网络，固有的门店和专柜数量接近30家，专业销售人员有70人。 (4)随着手机的逐步普及与推广，以及人们对时尚潮流的追赶，手机的购买与换机愈加频繁， 2、竞争劣势与威胁：

(1)由于近两年，销售网络建设过于迅速，而出现了产品销售人员的专业素质和服务能力不强，自我管理意识较差;

(2)店面的覆盖面和产能不够，店面控制力度不强，终端资源利用分散，还没将终端资源提升到整合利用的高度。销售网点分布不均匀，造成资源的浪费，有些地区过于集中，以致形成内部竞争，而有些新兴发展地区网点很少或几乎没有等问题;

(3)品牌定位不清晰集中，拉动力弱、认知率和指名率低，特别是高端机型销售渠道少; (4)售后服务的滞后性及售后机制制定的不合理性已经严重影响了业务的发展，售后人员管理、技术培训和设施投入不足，并且销售与售后服务脱节严重。

二、营销思路

1、树立全员营销观念，真正体现“营销生活化，生活营销化”。

2、实施深度分销，树立决战在终端的思想，有计划、有重点地指导经销商直接运作末端市场。

3、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。

三、销售目标

销售额比上年度提高20%，达到500万人民币，销售网点达到60家，让xx手机成为海南人人皆知的品牌

四、营销策略

首先将海南市场分为一下三类： 战略核心型市场：海口

重点发展型市场：三亚 儋州

培育型市场：文昌 琼海 东方 五指山 总的营销方式：专营店直销和代理商销售

1、产品策略：坚持差异化，突出公司不同手机的功能特色，走特色发展之路;定位“高科技、时尚、尊贵”的产品内涵，走高端品质发展之路。

2、价格策略：在产品运作中应该采取灵活的市场价格政策，紧跟市场行情变动，可以对产品进行适当的归类，那些产品是树立形象的、那些产品是获取利润的，那些产品是抢占市场份额的等等，制定一系列的价格体系，而不是采取价格政策一刀切的策略，没有侧重点，从而丧失了大量的市场机会。

3、通路策略：根据不同的机型定位，以及不同的人群的消费口味与习惯，侧重在不同的场所进行宣传，如学校，社区以及乡镇地区。

4、促销策略：在不同的节日或大型活动期间，在各大卖场，专营店，推出各种各样的主题促销活动，在一定程度上设立打折，抽奖等优惠措施，刺激消费者的购买欲望。在平时，也可开展手机以旧换新，手机免费体验，买手机送话费等促销活动，既宣传产品，有促进销售。 5、广告策略：

(1)对终端销售人员和网点、店面进行统一形象设计管理，使消费者对本手机品牌产生较深的印象，有利于品牌的传播与推广。

(2)拓宽宣传渠道，加大报纸、网络及电视，电台等方面宣传力度，充分利用新媒体的力量，比如，在节假日前，将促销活动信息发布在海口等地的公交车站广告牌，公交读物和海口广播电台上，让更多的市民不经意间了解到本手机品牌及活动;此外，在进行产品宣传时要制作相对于别的品牌更加精制，富有爆炸性的宣传说明书、海报及宣传单，

五、销售团队管理

1、人员规划，销售人员主要集中在海口，三亚和儋州三地，并且在现有的专业销售人员基础上，在销售旺季临时招聘一些促销人员，负责产品的宣传工作。

2、规范管理，健全和完善规章制度，根据企业的规章条例和销售的实际情况制定营销管理制度。比如，制定《营销人员日常行为规范及管理规定》、《营销人员“三个一”日监控制度》、《营销人员市场作业流程》、《营销员管理手册》等等，规范员工工作的次序和步骤，提醒员工应注意的问题，保证整个工作系统的有序衔接和交流，进一步增强团队的组织纪律性。

六、费用预算

七、售后服务：

当今社会，消费者成为最重要的企业生存决定者，而售后服务是决定消费者是否满意的重要因素。因此，在产品逐渐趋向无差异化的情形下，最能显现优势的做法就是提供优质，便捷的售后服务。

为此，xx手机的售后服务系统应符合以下要求

(1)在客户确定购机之前，我们将派专门销售人员讲解有关本机型的注意事项和使用方法，使得对一般故障做到预防和处理。

(2)为客户建立维修电子档案，并在维修后，对客户进行产品的维修后使用情况进行追踪服务。把客户的故障问题提交至总公司，便于在以后生产过程中解决这些问题。

(3)售后服务技术人员定期派遣到总部进行技术培训

**手机销售工作计划篇十七**

随着手机销售市场的竞争日益激烈，手机零售也被称之为手机终端销售。随着手机渠道的进一步竞争，终端销售的利润空间也逐渐缩小。如何做好手机销售工作，便成了每个店员每个人必须重视的问题。以下是手机销售工作计划：

第一条为扩大销售，以低价位、高质量迅速占领市场，特制定本销售工作计划。

第二条以低价位、高质量为本企业今后的主要商品。

第三条本企业不特别重视单纯性的流行品或时代尖端的产品。但是，仍多少会推出这种类型的尖端流行产品。

第四条在选择销售据点时，以中型规模或中型以上规模的销售店为目标。小规模的店面行销方式，除特殊情况外，原则上不予采用。

第五条关于前项的销售据点，在做选择、决定或交易条件的企划、事务处理时，都须确实慎重行事，这样才能巩固本企业的营业根基。

第六条与销售店开始进行新的交易之前，须先提出检查，并依照规定做好调查、审议及条件的查核后才能决定进行交易。

第七条销售活动必须制度化，合理化，力争使各项事宜高质高效的完成。

第八条销售人员个人工作计划要细分，并将任务落实到每一个人。在接受订货和收款工作时，不得参与相关的附带性事务处理工作，必须全身心投入销售事务。因此，在销售方面应另订计划及设置专科处理该事务。

第九条改善处理手续(步骤)，设法增强与销售店之间的联系及内部的联络，提高业务的整体管理及相关事务的效率。尤其须巧妙地运用各种账表(传单、日报)来提高效率。

第十条进货总额中的20%用于对企业的订货，其他则用于企业对外的转包工程。

第十一条进货尽可能集中在某季节，有计划性地开展订货活动。要确保交易双方的权益。

第十二条进货时要设立交货促进制度，并按下列条件来进行计算;对于交货成绩优良的厂商，将采取退佣方式处理，其规定如下：

(1)进货数量。

(2)交货日期及交货数量。

(3)交货迟缓程度及数量。

第十三条为使进货业务能合理运作，本企业每月召集由各进货厂商、外包商及相关人员参加的会议，借此进行磋商、联络、协议。

第十四条a企业与本企业之间的交易(包括与该制造企业目前正式交易的三家企业)，一概归与本企业作直接交易。

第十五条本企业拒绝接受传票，物品交入本企业就属于本企业的营业范围内。

第十六条负责进货人员应每天到各厂商去照会联络，并促使对方尽快着手。

第十七条处理对外订货事宜时应使用报表，记入材料名称、色调、产品样式、号码、尺寸、厂商号码，然后交给厂商(厂商的户头也应写入)，各种表格的填写必须详尽。

第十八条前项报表在发出订单时应一起附上，另外，还要贴在产品的箱子上，连同产品一起交给零售商和消费者。

**手机销售工作计划篇十八**

第一、沟通技巧不具备。

每天接触不同客户而我跟他们沟通的时候说话不够简洁，说话比较繁琐。语言组织表达能力是需要加强改进。

第二、针对已经合作的客户的后续服务不到位。

看着自己成功客户量慢慢多起来，虽然大的客户少之又少，但是自己还是在尽心尽力的维护每一位意向比较好的客户，并且达到从意向客户到真正客户为目的。客户虽然已经签下来了，之前感觉万事大吉了，其实这种想法是非常的不成熟，后来经过几个月的工作，再加上戴总和胡经理都有跟我们开会中重点讲到老客户的维护好与坏的问题。确实感觉到一个新客户开拓比较难，但是对于已经成功合作的客户其实是比较简单的，比如我有20个老客户，只要很好的维护好了的话，在以后的翻单过程当中肯定会第一时间想到通赢防伪的小周。那么这样不仅继续给公司创造利润，也是对自己一个工作上的认可。因此这点我得把目光放长远。

第三、客户报表没有做很好的整理

。对于我们这个行业来说有旺季和淡季，对于淡季或者临近放假的时候问候客户这些应该做一个很好的报表归纳，而我这方面做的不够好。确实报表就是每天辛苦劳作的种子，日积月累，需要自己用心的去经营，否则怎么结出胜利的果实呢。领导只有通过明了的报表才能够知道我今天的工作状态和收获如何，然后有针对性的加以指正和引导。而我自己也每天做好完整而又详细的报表也可以每天给自己订一个清晰而又有指导性的工作总结以及来日的工作计划，这样工作起来更加有针对性和目的性。那么也更加如鱼得水。

第四、开拓新客户量少。

今年我合作成功的客户主要是通过电话销售和网络客服等渠道找到客户，而自己真正找的客户很少，这点值得自己好好的深思一下，有一些大部分原因是为了不错过任何一个主动联系我司的意向强烈客户，因此大部分的时间花在了联系电话销售客户上，而忽略了自己联系上的意向客户。而自己今年开拓的新客户量不多，这点在明年要很好的改进，并且明年订好一个计划，让自己的时间分配的合理。达到两不误的效果。

第一、每周每天都写工作总结和工作计划。一周一小结，每月一大结。这样工作起来有目标，不会盲目。并且把今天工作思路理清了，工作起来更加顺畅。同时看看工作上的失误和不懂，要及时向公司领导和同事请教，并且加以改进。多加以动脑思考问题。

第二、每天做好客户报表。并且分好a、b、c级客户，做好详细而又明了的客户跟进情况，以及下一步的跟进计划。同时每天早上来公司，第一先大概浏览一下昨天的客户报表，然后对于今天的客户电话拜访有针对性，有目的性的进行沟通。把a、b、c级客户做好一个很好的归纳和总结，并争取把\*意向客户变成真正的客户。把b级客户变成\*客户等以此类推的进行跟进和不断跟踪。

第三、每周给自己订一个目标、争取每天至少联系一个意向强烈客户，每个月至少合作成功6个客户。每天不断反思和不断总结。

第四、加强业务知识和专业知识。在跟客户沟通交流的时候，少说多听，准确掌握客户对防伪标签的需求和要求，提出合理化的建议。

第五、每周跟进重点客户，每天不断开拓新客户，每半个月维护好每一个老客户。列出报表里的重点客户和大客户，投入相应的时间把客户关系弄好。并且有什么苗头及时跟领导反映。

另外我计划在临近春节的时候，已经合作的客户或者年前联系意向好的客户纷纷打电话或者发短信给客户表示新年祝福和问候。

另外针对公司的一些建议：

第一、为了让员工更加了解到防伪标签这一行业，对防伪标签产品更深入了解，建议公司能够给予员工每个月定期进行培训。并且觉得工作中学习也是很重要的，建议公司开展一些工作技能的培训，为了让员工成长的更快，那么将会给公司带来更大的效益。

第二、建议公司网络电话能够保持稳定。做为电话销售员的我每天到9、30拨打通客户的电话。往往\*一半的时候就突然的断线了或者是客户那边说根本听不到我说话的声音，而且也有一些客户建议我不要用网络电话打，而且每次跟客户沟通完电话，客户都不知道我们公司的电话，每次用网络电话打过去的话电话号码显示都不一样，有时候会显示无法显示号码等等一些状况，我希望明年年初公司能够针对电话这一块能够有个好的调整和升级。

第三、建议员工在工作之余比如节假日，公司可以组织全体职工外出旅游、登山、打羽毛球等等来丰富员工的业余生活，同时也能够增强员工之间的凝聚力。增强了团队精神。

综上所述，以上是我的20xx年工作计划和建议，有什么不当的地方还得请领导指正。在新的年里，我会在更加努力的工作。争取每次给自己订的销售目标能够按时按质的完成。并且也相信公司会越走越好。在不久的将来，公司将会发展的更好、更快!

**手机销售工作计划篇十九**

现在接到一个公司新产品手机，我的口号是：不为失败找借口，只为成功找方法。

我的下半年个人销售工作计划具体做法是：多跑多听多总结，多思多悟多解决，勤动脑，勤拜访，必须做到：“铜头铁嘴橡皮肚子飞毛腿”。做一名刚强的业务员。工作计划如下：

一、市场swot分析

（1）.优势：企业规模大资金雄厚，价格低，产品质量有保证。

（2）.劣势：产品正在导入期，各方面还不成熟，客户不稳定，条件有限。

总之老品牌占山为王，市场，客户稳定。要想在这片成熟，竞争非常激烈的手机战场上打出一片天地。我们必须比别人付出10倍的艰辛。

二、产品需求分析

1.年轻人追求时尚

2.中年人讲究实用

3.老年人需要声音大，字大

而我们的产品适合年轻人和中年人

三、个人工作计划如下

1.以开发客户为主，调研客户信息为辅，两者结合，共同开拓手机市场

2.对老客户和固定客户，要经常保持联系，勤拜访，多和客户沟通，稳定与客户的关系。对于重点客户作重点对待。

3.在拥有老客户的同时，对开发新客户，找出潜在的客户。

4.加强业务和专业知识的学习，在和客户交流时，多听少说，准确掌握客户对产品的需求和要求，提出合理化建议方案。

5.多了解客户信息，对于重点客户建立档案，对于潜在客户要多跟近。

6.掌握客户类型，采用不同的销售模式，完善自己和创新意志相结合，分层总结。

四、对自己工作要求如下

1.做到一周一小结，每月一大结，看看有哪些工作上的失误，及时改正下次不要再犯。

2.见客户之前要多了解客户的状态和需求，再做好准备工作。

3.对所有的客户工作态度要端正，给客户一个好的印象，为公司树立形象。

4.客户遇到问题，不能置之不理，一定要尽全力帮助他们解决。把我们的服务带给客户让他们感到我们公司温暖。买者省心，用者放心。

5.要有健康的体魄，乐观的心情，积极的态度。对同事友好，对公司忠诚。

6.要和同事多沟通，业务多交流，多探讨。才能不断增强业务的技能和水准。

7.到第四季度，要有两至三个稳定的大客户。保证手机的业务量。

8.第三季度是个非常严峻的时期，业务刚刚开始，市场刚刚启动，对市场中的客户还不太了解。希望争取拿到一至二个订单。

**手机销售工作计划篇二十**

一、对于老客户，和固定客户，要经常保持联系，在有时间有条件的情况下，送一些小礼物或宴请客户，好稳定与客户关系。

二、在拥有老客户的同时还要不断从各种媒体获得更多客户信息。

三、要有好业绩就得加强业务学习，开拓视野，丰富知识，采取多样化形式，把学业务与交流技能向结合。

四、今年对自己有以下要求

1、每周要增加\*个以上的新客户，还要有\*到\*个潜在客户。

2、做好电话销售工作总结，一周一小结，每月一大结，看看有哪些工作上的失误，及时改正下次不要再犯。

3、见客户之前要多了解客户的状态和需求，再做好准备工作才有可能不会丢失这个客户。

4、对客户不能有隐瞒和欺骗，这样不会有忠诚的客户。在有些问题上你和客户是一直的。

5、要不断加强业务方面的学习，多看书，上网查阅相关资料，与同行们交流，向他们学习更好的方式方法。

6、对所有客户的工作态度都要一样，但不能太低三下气。给客户一好印象，为公司树立更好的形象。

7、客户遇到问题，不能置之不理一定要尽全力帮助他们解决。要先做人再做生意，让客户相信我们的工作实力，才能更好的完成任务。

8、自信是非常重要的。要经常对自己说你是的，你是独一无二的。拥有健康乐观积极向上的工作态度才能更好的完成任务。

9、和公司其他员工要有良好的沟通，有团队意识，多交流，多探讨，才能不断增长业务技能。

10、为了今年的销售任务每月我要努力完成?到?万元的任务额，为公司创造更多利润。

工作中总会有各种各样的困难，我会向领导请示，向同事探讨，共同努力克服。为公司做出自己的贡献。

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