# 销售的年度工作计划 销售公司月度工作计划(十四篇)

来源：网络 作者：独影花开 更新时间：2024-06-21

*人生天地之间，若白驹过隙，忽然而已，我们又将迎来新的喜悦、新的收获，一起对今后的学习做个计划吧。计划怎么写才能发挥它最大的作用呢？以下我给大家整理了一些优质的计划书范文，希望对大家能够有所帮助。销售的年度工作计划 销售公司月度工作计划篇一至...*

人生天地之间，若白驹过隙，忽然而已，我们又将迎来新的喜悦、新的收获，一起对今后的学习做个计划吧。计划怎么写才能发挥它最大的作用呢？以下我给大家整理了一些优质的计划书范文，希望对大家能够有所帮助。

**销售的年度工作计划 销售公司月度工作计划篇一**

至20xx年11月31日，山东区发卖义务560万元，发卖目的700万元(20xx年度发卖方案表附后);

2、方案制定：

一、年终制定《年度发卖整体方案》;

二、年关制定《年度发卖总结》;

三、月初制定《月发卖方案表》以及《月访客户方案表》;

四、月末制定《月发卖统计表》以及《月访客户统计表》;

3、客户分类：

依据xx年度发卖额度，对于市场停止细分解，将现有客户分为vip用户、一级用户、二级用户以及别的用户四年夜类，并对于各级用户停止片面剖析。

4、施行办法：

(1)今年度针对于vip客户的技能部、售后效劳部展开一次技能交换研究会;

(2)参与相干行业展会两次，此中展会时期布置一场年夜型联谊漫谈会;

今朝正在国际市场下流通的类似品牌有七八种之多，与我司品牌相称的有三四种，技能方面八两半斤，合作越来越剧烈,已经组成市场要挟。为稳定以及拓展市场，务必增强与客户的交换，和谐与客户、间接用户之间的干系。

(1)为与客户增强信息交换，增近豪情，对于vip客户每个月访问一次;对于一级客户每一两月访问一次;关于二级客户依据实践状况另行布置访问工夫;

(2)顺应掌握情势，发卖任务已经不只仅是销货到咱们的客户方即为完毕，还要协助客户出货，协助客户做间接用户的任务，这项任务参加我xx年任务重点。

充沛发扬我司网站及收集资本，经过信息检索发明把握发卖信息。

今朝状况下，我公司依然以商业为主，“卖产物没有如卖效劳”，鄙人一步任务中，咱们要加强义务感，不时强化优良效劳。

用户运用咱们的产物好像享用咱们供给的效劳，从稳定市场、久远协作的角度，咱们务必强化为客户担任的认识，掌握每次与用户打仗的时机，供给热忱具体殷勤的售后效劳，给公司添加一个制胜的筹马。

今年度我将严厉恪守公司各项规章轨制，增强营业进修，进步营业程度，积极实现发卖义务。应战曾经到来，既然挑选了远方，何畏风雨兼程，我置信：存心必定能博得出色!

**销售的年度工作计划 销售公司月度工作计划篇二**

xx年度，基本完成了相关工作任务。今年，我将一如既往地按照主任的工作布署，在去年的工作基础上，本着“多沟通、多协调、积极主动、创造性地开展工作”的指导思想，发扬慧康人“精诚团结，求真务实”的工作作风，全面开展20xx年度的工作。现制定公司销售经理工作计划

1）建立一支熟悉业务，比较稳定的销售团队。

人才是企业最宝贵的资源，一切销售业绩都起源于有一个好的销售人员。没错，先制定出销售人员个人工作计划并监督完成。建立一支具有凝聚力，合作精神的销售团队是我们现在的一个重点。在工作中建立一个和谐，具有杀伤力的销售团队应作为一项主要的工作来抓。

2）完善销售制度，建立一套明确系统的业务管理办法。

销售管理是企业的老大难问题，销售人员出差，见客户处于放任自流的状态。完善销售管理制度的目的是让销售人员在工作中发挥主观能动性，对工作有较强的责任心，提高销售人员的主人公意识。

3）培养销售人员发现问题，总结问题，不断自我提高的习惯。

培养销售人员发现问题，总结问题目的在于提高销售人员综合素质，在工作中能发现问题总结问题并能提出自己的看法和建议，业务能力提高到一个成熟业务员的档次。

4）市场分析。

也就是根据我们所了解到的市场情况，对我们公司产品的卖点，消费体，销量等进行适当的定位。

5）销售方式。

就是找出适合我们公司产品销售的模式和方法。

6）销售目标

根据公司下达的销售任务，把任务根据具体情况分解到每月，每周，每日；以每月，每周，每日的销售目标分解到各个销售人员身上，完成各个时间段的销售任务。并在完成销售任务的基础上提高销售业绩。如出现未完成时应及时找出原因并改正！

7）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。

根据我以往的销售过程中遇到的一些问题，约好的客户突然改变行程，毁约，使计划好的行程被打乱，不能完成出差的目的。造成时间，资金上的浪费。我希望领导能多注意这方面的工作！

之前我从未从事过这方面的工作。不知这分工作计划可否有用。还望领导给予指导！我坚信在自身的努力和公司的培训以及在工作的磨练下自己在这方面一定会有所成就！

**销售的年度工作计划 销售公司月度工作计划篇三**

根据公司200\*年度深圳地区总销售额1亿元，销量总量5万套的总目标及公司200\*年度的渠道策略做出以下工作计划：

空调市场连续几年的价格战逐步启动了。二、三级市场的低端需求，同时随着城市建设和人民生活水平的不断提高以及产品更新换代时期的到来带动了一级市场的持续增长幅度，从而带动了整体市场容量的扩张。20xx年度内销总量达到1950万套，较20xx年度增长11.4%.20xx年度预计可达到2500万-3000万套.根据行业数据显示全球市场容量在5500万套-6000万套.中国市场容量约为3800万套,根据区域市场份额容量的划分,深圳空调市场的容量约为40万套左右,5万套的销售目标约占市场份额的13%.

目前格兰仕在深圳空调市场的占有率约为2.8%左右,但根据行业数据显示近几年一直处于“洗牌”阶段，品牌市场占有率将形成高度的集中化。根据公司的实力及200\*年度的产品线,公司200\*年度销售目标完全有可能实现.20xx年中国空调品牌约有400个，到20xx年下降到140个左右,年均淘汰率32%.到20xx年在格力、美的、海尔等一线品牌的“围剿”下，中国空调市场活跃的品牌不足50个，淘汰率达60%。20xx年度lg受到美国指责倾销；科龙遇到财务问题，市场份额急剧下滑。新科、长虹、奥克斯也受到企业、品牌等方面的不良影响，市场份额也有所下滑。日资品牌如松下、三菱等品牌在20xx年度受到中国人民的强烈抵日情绪的影响，市场份额下划较大。而格兰仕空调在广东市场则呈现出急速增长的趋势。但深圳市场基础比较薄弱，团队还比较年轻，品牌影响力还需要巩固与拓展。根据以上情况做以下工作规划。

根据以上情况在200\*年度计划主抓六项工作:

1、销售业绩

根据公司下达的年销任务，月销售任务。根据市场具体情况进行分解。分解到每月、每周、每日。以每月、每周、每日的销售目标分解到各个系统及各个门店，完成各个时段的销售任务。并在完成任务的基础上，提高销售业绩。主要手段是：提高团队素质，加强团队管理，开展各种促销活动，制定奖罚制度及激励方案（根据市场情况及各时间段的实际情况进行）此项工作不分淡旺季时时主抓。在销售旺季针对国美、苏宁等专业家电系统实施力度较大的销售促进活动，强势推进大型终端。

2、k/a、代理商管理及关系维护

针对现有的k/a客户、代理商或将拓展的k/a及代理商进行有效管理及关系维护，对各个k/a客户及代理商建立客户档案，了解前期销售情况及实力情况，进行公司的企业文化传播和公司200\*年度的新产品传播。此项工作在8月末完成。在旺季结束后和旺季来临前不定时的进行传播。了解各k/a及代理商负责人的基本情况进行定期拜访，进行有效沟通。

3、品牌及产品推广

品牌及产品推广在20xx年至200\*年度配合及执行公司的定期品牌宣传及产品推广活动，并策划一些投入成本，较低的公共关系宣传活动，提升品牌形象。如“格兰仕空调健康、环保、爱我家”等公益活动。有可能的情况下与各个k/a系统联合进行推广，不但可以扩大影响力，还可以建立良好的客情关系。产品推广主要进行一些“路演”或户外静态展示进行一些产品推广和正常营业推广。

4、终端布置（配合业务条线的渠道拓展）

根据公司的xx年度的销售目标，渠道网点普及还会大量的增加，根据此种情况随时随地积极配合业务部门的工作，积极配合店中店、园中园、店中柜的形象建设，（根据公司的展台布置六个氛围的要求进行）。积极对促销安排上岗及上样跟踪和产品陈列等工作。此项工作根据公司的业务部门的需要进行开展。布置标准严格按照公司的统一标准。（特殊情况再适时调整）

5、促销活动的策划与执行

促销活动的策划及执行主要在xx年04月—8月销售旺季进行，第一严格执行公司的销售促进活动，第二根据届时的市场情况和竞争对手的销售促进活动，灵活策划一些销售促进活动。主题思路以避其优势，攻其劣势，根据公司的产品优势及资源优势，突出重点进行策划与执行。

6、团队建设、团队管理、团队培训

团队工作分四个阶段进行：

第一阶段：8月1日—8月30日a、有的促销员进行重点排查，进行量化考核。清除部分能力底下的人员，重点保留在40人左右，进行重点培养。b、制定相关的团队管理制度及权责分明明晰和工作范围明晰，完善促销员的工作报表。c、完成格兰仕空调系统培训资料。

第二阶段 9月1号-200\*年2月1日 第二阶段主要是对主力团队进行系统的强化培训，配合公司的品牌及产品的推广活动及策划系列品牌及产品宣传活动，并协作业务部门进行网点扩张，积极进行终端布置建设，并保持与原有终端的有效沟通，维护好终端关系。

① 培训系统安排进行分级和集中培训

业务人员→促销员

培训讲师＜ 促销员

② 利用周例会对全体促销员进行集中培训

9月1日-10月1日：进行四节的企业文化培训和行业知识的培训

10月1日-10月31日：进行四节的专业知识培训

11月1日-11月30日：进行四节的促销技巧培训

12月1日-12月31日：进行四节的心态引导、培训及平常随时进行心态建设。

200\*年1月1日-1月31日：进行四节的促销活动及终端布置培训

200\*年2月1日-2月29日：进行全体成员现场模拟销售培训及现场测试。并在每月末进行量化考核，进行销量跟进。

第三阶段：200\*年2月1日-2月29日

① 用一周的时间根据网点数量的需求进行招聘促销员工作，利用10天的时间对新入职促销进行系统培训、考核、筛选。对合格人员进行卖场安排试用一周后对所人的促销再次进行考核，最后确定定岗定人，保证在3月1日之前所有的终端岗位有人。

② 所有工作都建立在基础工作之上

第四阶段：200\*年3月1日-7月31日

第四阶段全面启动整个深圳市场，主抓销售所有工作重心都向提高销售倾斜。

第一：跟随进货源，保证货源充足，比例协调，达到库存最优化，习题尽量避免断货或缺货现象。

第二：招聘培训临时促销员，以备做活动，全力打造在各个环节都比较有战斗力的团队。

第三：严格执行公司的销售策略及促销活动，并策划执行销售促进活动，拉动市场，提升销量。

第四：跟进促销赠品及赠品的合理化分配。

第五：进行布点建设，提升品牌形象。随访辅导，执行督导。

第六：每月进行量化考核

第七：对每月的任务进行分解，并严格按照wbs法对工作任务进行分解做到环环相扣，权责分明，责任到人，工作细节分到不能再细分为止。

第八：利用团队管理四大手段：即周工作例会；随访辅导；述职谈话；报表管理。严格控制团队，保持团队的稳定性。

第九：时时进行市场调研、市场动态分析及信息反馈做好企业与市场的传递员。全力打造一个快速反应的机制。

第十：协调好代理商及经销商等各环节的关系。根据技术与人员支持，全力以赴完成终端任务。

**销售的年度工作计划 销售公司月度工作计划篇四**

公司客户销售内勤岗位20xx年工作计划 首先非常感谢公司领导及同事们的工作支持和精神的鼓励。我进入现在的公司做销售内勤工作，在大家的帮助下，我深刻感受到了一个大家庭的温暖，让我以最短的时间融入到了这个集体，在工作模式和工作方式上有了重大的突破和改变。工作期间，我严格要求自己，做好自己的本职工作。现在我将以往的工作总结及往后的销售内勤工作计划如下：

作为xx公司的销售内勤，我深知岗位的重工性，也能增强我个人的交际能力。销售部内勤是一个承上启下、沟通内外、协调左右、联系八方的重要枢纽，把握市场最新购机用户资料的收集，为销售部业务人员做好保障。在一些文件的整理、分期买卖合同的签署、银行按揭合同的签署及所需的资料、用户的回款进度、用户逾期欠款额、售车数量等等都是一些有益的决策文件，面对这些繁琐的日常事务，要有头有尾，自我增强协调工作意识，这半年来基本上做到了事事有着落。

在签署分期分期买卖合同时，对于我来说可以说是游刃有余。但是在填写的数据和内容同时，要慎之又慎，我们都知道合同具有法律效力，一旦数据和内容出现错误，将会给公司带来巨大的损失，在搜集用户资料时也比较简单（包括：户口本、结婚证、身份证等证件）。在签署银行按揭合同时，现在还比较生疏，因为银行按揭刚刚开通，银行按揭和分期买卖合同同样，在填写的数据和内容同时，要慎之又慎，按揭合同更具有法律效力。但在办理银行按揭的过程当中，购机用户的按揭贷款资料是一个重工的组成部分，公证处公证、银行贷款资料、福田公司存档、我公司存档资料。这些程序是很重要的，如果不公证？银行不给贷款。这些环节是紧紧相扣的，是必不可少的一部分。我公司在存留有户档案时，我们取公证处、银行、福田三方的精华，我们在办理银行按揭贷款方面还存在一定的漏洞，我相信随着银行按揭贷款的逐步深入，我将做得更好、更完善！(我建议组织一次关于银行按揭贷款的培训，这是我个人的想法。)

作为xx\*公司的销售内勤，我负责用户的回款额及逾期欠款额的工作，主要内容是针对逾期欠款用户，用户的还款进度是否及时，关系到公司的资金周转以及公司的经济效益，我们要及时了解购机用户的工程进度，从而加大催款力度，以免给公司造成不必要的损失，在提报《客户到期应收账款明细表》是，要做到及时、准确，让公司领导根据此表针对不同的客户做出相应的对策，这样才能控制风险。

总之，在以后的工作中，我将更加努力学习，提高文化素质和各种工作技能，为公司尽应有的贡献，争取自身与公司一同进步与发展。

**销售的年度工作计划 销售公司月度工作计划篇五**

作为一名公司员工，最重要的就是能够工作出色，为公司的发展做出自己应有的贡献。否则，哪一个公司也不会要一名白拿工资不干活的员工。我毕业之后就来到了公司工作，我相信自己能够在公司里发挥更大的作用。现在的我已经在公司销售部门工作有一年的时间了，可以说自己已经很好的熟悉了公司目前的工作了，也拟定了20xx年销售工作计划，我相信在以后的工作中我还是会做的更好！

在20xx年刚接触这个行业时，在选择客户的问题上走过不少弯路，那是因为对这个行业还不太熟悉，总是选择一些食品行业，但这些企业往往对标签的价格是非常注重的。所以今年不要在选一些只看价格，对质量没要求的客户。没有要求的客户不是好客户。

工作计划如下：

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xx个以上的新客户，还要有xx到xx个潜在客户。

2、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。

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最好的，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xx到xx万元的任务额，为公司创造利润。

以上就是我这一年的工作计划，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。为公司做出自己最大的贡献。不过现实来说，我目前还是有着很多的不足之处需要我来解决的，我相信自己能够有着更好的发展，不过前景才是最重要的，我相信自己能够做到最好，这是我应该做好的。以后的道路上，我会走的更远，因为我的人生旅途才刚刚开始，我相信自己会做的更好！

**销售的年度工作计划 销售公司月度工作计划篇六**

对多数主管来讲，制定季度工作计划时，无非是两个内容：一是销售目标的制定和分解;二是为了实现销售目标需要开展的促销活动。这样的工作计划忽视了一个重要的环节，即对过程的管理。我们在制定工作计划时，一定要有实现既定的结果的过程。

a 饮料08年第一季度工作计划

(1)市场环境 主要考察市场环境的变化 主要包括 行业的状况;消费者的消费习惯和特征是否有变化

(2)竞争品牌的状况。 主要分析 a ：同季度竞争产品的销售情况; b ：消费者的评价(主要考察消费者对产品的品质认可度，价格认可度，服务认可度);c：市场费用投入情况;d：渠道布置情况(当经销商为地区经销商时，要清楚其在城区和县城的渠道布置，即产品通过不同类型渠道的销售情况，同为饮料，有时竞争对手在特殊通路卖得比我们好。例如，在笔者工作的城市，银鹭八宝粥在火车站，汽车站这些特殊渠道的销售情况超过了娃哈哈、洪大妈。只有关注，才能够找到原因，进而制定突破策略。这就要求我们平时要多多关注竞争品牌，不要到写工作计划时，觉得写不出什么东西来。);e：产品销售网点的数量;重点客户数量及在不同渠道的分布情况;f ：二级客户的评价等)

(3)销售团队 有战斗力的队伍在销售过程起着十分重要的作用，考察主要竞争品牌的销售队伍在08年相比07年是否有变化，特别要重视团队成员数量的变化，比如，王老吉在06年的销售团队成员数量只有5人，而在07年的人员数量迅速增长到12人，人员增加产生的直接效果是销量有了120%的增长。比较后，必须清楚竞争对手我们相比存在的优势，不要太去关注他们的不足，要看到他们的长处。

(4)去年同期的销售目标及达成状况。如：07年第一 季度a饮料在b地区的销售目标是3万件，结果只完成了2.5万件,一定要弄明白销量没有达到的原因。不要从客观上去找，而要从主观上去分析。比如：终端建设没有做到位，产品陈列面不够充分，业务员没有按照我们的作业标准作业，产品的分销率不够，二级批发的积极性不高。综合一分析，就会发现完全能够完成3万件的销量。因此在制定08年一季度的销售目标时 一定要为目标的达到找到充分的支撑点。如：08年一季度a饮料在b地区的销售量为3.5万件。接下来就是要摆论据了。比如，在城区新增加10个有销售能力的二级批发，开发4个乡镇市场，开发特殊渠道。如新开发10个ktv，这样下来你的工作计划就有说服力，上级看了后也很明白，知道你要做的工作是什么，不然那些只有目标而没有支撑目标实现的方法，不仅计划制定者不知道能不能实现，就连主管上级也不知道能不能实现。

有了清晰的目标，并且为目标的实现找到了有力的证据后，接下来就是具体的执行了。建立一只高效运作的团队，能够加速和推动目标的实现。制定了3.5万件的销售目标，需要对特殊渠道进行开发，当然需要人，因此，把对人才的需求体现在工作计划中，工作计划最终是要执行并取得有效效果的，有说服力的计划，相信主管上级会支持你合理要求的。

把季度销量分解到每月，在分解时，一定要弄清楚上年月底产品的库存情况，尤其是产品在批发渠道的库存数量，比如，a饮料在12月底在各批发渠道的库存量为5000件，按照正常的销售情况，a饮料在1月的销量为8000件，

如果在设定销售目标时，不考虑上月库存5000件的消化时间，盲目把1月的销量目标定为10000件，这样1月底的库存数量为7000件，势必会给2月的销量带来较大的压力。有人或许会问，本季度你不是设定了3.5万件的销量目标吗?2月去掉春节假日的时间，实际产生的销售量不是会比1月更低吗?怎么解决这个矛盾，答案其实很简单，找到新的销量增长点，比如，开发10个二级批发，开发特殊渠道：20个ktv，开发5个乡镇市场，这样就为产品的分销找到了有力的支撑点。一定要知道，当你的销售目标找不到有力支持的证据的话，就只能成为一句空话。

工作计划一定要把我们的经销商写进去，因为计划的执行是需要经销商的大力配合和支持的，在工作计划中可以有一下的体现：如 每个月帮助经销商举行业务员培训，帮助经销商设置合理的产品库存进销表，帮助经销商设置合理的财务管理系统，帮助经销商制定有效的客户管理系统等。

总之，制定有效的工作计划，一定要有具体的执行的细则，不能够泛泛而谈!

**销售的年度工作计划 销售公司月度工作计划篇七**

1。市场分析，根据市场容量和个人能力，客观、科学的制定出销售任务。暂订年任务：销售额100万元。

2。适时作出工作计划，制定出月工作计划和周工作计划。并定期与业务相关人员会议沟通，确保各专业负责人及时跟进。

3。注重绩效管理，对绩效计划、绩效执行、绩效评估进行全程的关注与跟踪。

4。目标市场定位，区分大客户与一般客户，分别对待，加强对大客户的沟通与合作，用相同的时间赢取的市场份额。

5。不断学习行业新知识，新产品，为客户带来实用的资讯，更好为客户服务。并结识弱电各行业各档次的优秀产品提供商，以备工程商需要时能及时作好项目配合，并可以和同行分享行业人脉和项目信息，达到多赢。

6。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。

7。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。

8。努力保持和谐的同事关系，善待同事，确保各部门在项目实施中各项职能的顺利执行。

2。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。

3、从招标网或其他渠道多搜集些项目信息供工程商投标参考，并为工程商出谋划策，配合工程商技术和商务上的项目运作。

4、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。填写项目跟踪表，根据项目进度：前期设计、投标、深化设计、备货执行、验收等跟进，并完成各阶段工作。

6、前期设计的项目重点跟进，至少一周回访一次客户，必要时配合工程商做业主的工作，其他阶段跟踪的项目至少二周回访一次。工程商投标日期及项目进展重要日期需谨记，并及时跟进和回访。

7、前期设计阶段主动争取参与项目绘图和方案设计，为工程商解决本专业的设计工作。

8，标过程中，提前两天整理好相应的商务文件，快递或送到工程商手上，以防止有任何遗漏和错误。

9。投标结束，及时回访客户，询问投标结果。中标后主动要求深化设计，帮工程商承担全部或部份设计工作，准备施工所需图纸（设备安装图及管线图）。

10。争取早日与工程商签订供货合同，并收取预付款，提前安排备货，以最快的供应时间响应工程商的需求，争取早日回款。

11。货到现场，等工程安装完设备，申请技术部安排调试人员到现场调试。

12。提前准备验收文档，验收完成后及时收款，保证良好的资金周转率。

1。定期组织同行举办沙龙会，增进彼此友谊，更好的交流。

客户、同行间虽然存在竞争，可也需要同行间互相学习和交流，本人也曾参加过类似的聚会，也询问过客户，都很愿意参加这样的聚会，所以本人认为不存在矛盾，而且同行间除了工作还可以享受生活，让沙龙成为生活的一部份，让工作在更快乐的环境下进行。

2。对于老客户和固定客户，经常保持联系，在时间和条件允许时，送一些小礼物或宴请客户，当然宴请不是目的，重在沟通，可以增进彼此的感情，更好的交流。

3。利用下班时间和周末参加一些学习班，学习更多营销和管理知识，不断尝试理论和实践的结合，上网查本行业的最新资讯和产品，不断提高自己的能力。以上是我这一年的销售工作计划，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，争取为公司做出自己的贡献。

作为一名刚刚步入销售行业的一名新人，在这不到一个月的时间里，让我认识到自己欠缺的不仅仅是销售方面的知识和技巧，同时还需要学习公司的各方面知识——公司企业文化、管理制度、各产品的适用和使用操作及维护保养等。

经过这段时间的学习，结合自己以前所学习和实际工作中的经验，使我对一些基本简单的量仪参数测量等配置有了一定的认识和了解。对公司经营的各类品牌及各品牌的主要产品均熟记于心，并能根据提供的一些参数和图纸合理选择适用的量仪及各部位的配置。在下一步的工作当中，还需要更加彻底的完善自己，无论是在技术方面还是销售方面，自己都还存在很大的知识缺陷：

（1）对本公司的各类产品除了熟悉认识之外，要能自己熟练使用，并进行测量校对。各类产品的量程、精度、测量范围等技术参数熟记，在客户询问时做到及时解答应对，不出差错。运用cad软件绘制产品图、装配图等。

（2）学习销售相关的知识和技巧，从接听电话开始，接到客户来电后要做好记录并把相关的重要参数和问题询问清楚并详细记录下来，尽可能多的向对方询问有关信息，以方便为客户更快更好的选配相应的量仪。

（3）在掌握公司所有产品的知识基础上，要能灵活应对客户所提出的任何问题，并给予优惠合理的选择配置，尽努力让客户满意我们的服务和产品。虽然自己对销售行业不了解，但是有句话说的好“态度决定一切”，我既然选择了销售行业量仪方面，那么我就会一直走到底，走向事业的顶峰，不断的学习努力创造更多的财富与价值。生活与财富是没有终端的，虽然有的人说钱财生不带来死不带去，要那么多无用。其实这恰恰相反，财富你可以不用，但是它却能体现你自身能力的价值。学无止境，不管任何行业只要能踏进这个门槛，就有机会展现自己的能力，销售做的不仅是工作也是人与人的沟通交流，任何时候不管从事任何都要认真的去对待，学会控制自己的情绪，不要让不好的情绪影响到同事或者客户。

工作与生活都是相同，并不是一帆风顺，随时会遇到各种各样的困难，唯有坚定不移的心智与毅力方能使自己在这个行业甚至这个社会永久的立足而不被淘汰。对未来的工作充满信心和渴望，我会通过不断的学习来提高自己，并用实际工作来证明自己的能力，展现自我的价值所在。

**销售的年度工作计划 销售公司月度工作计划篇八**

一年的时间，对于销售来说并不是太长，但对于一个目标和计划来说，却已经非常足够了。回首上一年的成绩榜，在领导和同事们的帮助下，我积极努力，认真奋斗，终于为自己20xx年的工作画上了一个圆满的句号！

如今，再来展望今年。尽管心中的兴奋还没有完全散去，但对与这“再一次”的挑战机会，我早已经跃跃欲试了！如今，根据上一年的个人情况以及这一年来公司的计划和要求，我在此对这一年的个人工作做如下计划：

工作中，最让人伤心的不是销售的失败，而是明知到自己有问题却没能及时的改正导致销售的失败。为此，在发现自己问题和不足的时候，我总是第一时间的要求自己，并积极的关键过去来。如今，反思上一年，我最大的问题和不足如下：

1. 服务方面

在服务上，我要更加详细的规划自己的方式方法，针对不同类型的情况和客户要采用不同的方法。

过去我太过专注于通用的服务，导致工作中的效率一直马马虎虎。这样虽然不容易出现错误，但也不会有所突破。为此，在服务上我要更多的花费精力，更好的面对不同的客户。

2. 思想层面

思想是动力的源泉，我在思想上应该更稳定自己的状态，加强自己的耐心和观察力。学会更好的换位思考。

思想作为动力的核心，如果在思想上懈怠，那别说是客户，自己都没有想要推销的欲望。为此，我要更严格的加强自我管理提高自身的努力意识。

下一年里，我主要的学习还是要面对产品和市场这两方面。第一要提高自己对产品的了解，加强对公司产品以及同类型别家产品的对比，并且要更多的考虑到是否有替代品，分析自身的优势来做好工作。

其次，在市场方面我也更要做好调查，不能仅听片面分析，要深入的去调查，去收集资源信息，认真分析自身的判断。

此外，还有对老客户的维护和扩展，这都是在下一年里积极提升自身成绩和销售额道路，我要更多的去巩固，去打通其中的道路。并不断的优化自身，在工作中积极发挥自己现有优势。

如今，新一年的工作已经开始了，我会积极努力，为今年的成功打下坚实的基础，并努力的发展自己，超越自己！

**销售的年度工作计划 销售公司月度工作计划篇九**

一、计划概要

本计划主要内容为沈阳某某公司 20xx年销售部工作思路、工作内容、时间安排等。

本计划目的在于强化销售工作的日常管理，提高销售的计划性、有效性和针对性，使销售工作能够有效地配合和推动公司战略转型和年度经营目标的实现。

二、计划依据

本计划依据公司产品经理战略目标、销售部人员和管理管理现状、市场需求和竞争实际情况制定。

销售部现状分析如下：

1）没有推销意识，更多的承担的是客户服务的任务 2）工作随机性大，没有形成一定策略和计划 3）销售竞争力若，未形成良好的销售局面 4）人员销售能力低下，且水平参差不齐

5）销售人员职业素养欠缺，工作主动性需进一步提升 6）人员储备不足，与公司规划不匹配

7）员工成长机制未形成，新员工培训缺乏，日常知识积累缺乏

8）日常工作松懈，个别时间段存在聚众聊天、没有紧迫感（电话量平均在20个左右）

9）销售考核没达到预期效果，部分指标应付成分居多

三、销售工作策略、方针和重点

为确保销售工作具有明确的行动方向，销售部特制定了相应策略和方针，用以指导全年销售工作的开展。

1、公司策略

2、销售部门工作策略：

要事为先，步步为营；优势合作，机制推动。

要事为先：分清问题轻重缓急，首先解决目前销售工作中最重要、最紧急的事情；

步步为营：在解决重要问题的同时，充分考虑到公司的战略规划，在解决目前迫在眉睫的问题同时，做好长远规划和安排，做到有计划的层层推进。

优势合作：充分发挥每个销售人员的能力，利用每个销售人员的能力优势为团队做贡献；

机制推动：逐步建立解决问题和日常工作的常态机制，通过机制推动能力养成、管理改善和绩效提高。

3、工作方针：

以提高销售人员综合能力为基础，逐渐形成销售工作常态机制，并最终提高销售人员和部门的工作绩效。 以提高销售人员综合能力为基础， 以形成销售工作常态机制为重点 以提高工作绩效为目的

4、工作重点

1）、规划和实施销售技能培训：强化销售人员培训，并逐步形成销售人员成长机制

2）、强化销售规划和策略能力：注重销售的策略性，和销售的针对性

3）、规范日常销售管理：强化销售日常管理，帮助销售人员进行时间管理，提高员工销售积极性和效率

4）、完善激励与考核：针对性提供员工考核

5）、强化人才和队伍建设：开设销售3部，理顺日常人员招聘、考核等程序

四、销售工作目标

根据市场竞争情况，结合公司产品经理制，销售部制定出今年的销售目标。并以此作为日常销售工作的依据，详细内容见《20xx年销售目标分解

五、销售技能培训

1、学习时间

每周一个晚上3小时 每月一个周末下午 每半个月打球 每周录音2天

1、20xx年培训方式规划

2、产品学习安排

3、技能培训安排（20xx年2月至6月）

4、自我学习安排（20xx年2月至6月）

六、销售策划

销售是一个系统工程，需要不断的强化和推进，形成销售局面，挖掘销售商机，并达成销售成交。

1、日常销售策略：商机优先，策略跟进

商机优先：客户沟通中以客户需求为导向，并在日常沟通中优先安排商机的跟进与联络；

策略跟进：在商机跟进同时，辅以阶段性策略性产品推销，并在后续跟进过程。针对客户需求产生相应的培训和咨询 工具

责任

定位

具体操作

**销售的年度工作计划 销售公司月度工作计划篇十**

公司上市后，管理水平必将大幅度提高，这不仅仅是市场竞争的外在要求，更是自身发展壮大的内在要求。对于市场部来说，全面提升管理水平，与公司同步发展，既是一种压力，又是一种动力。为了完成公司xx年合同额三十亿的总体经营管理目标，市场部特制订xx年工作计划如下。

市场部是负责公司信息网络建设与维护、信息收集处理工作的职能部门，接受营销副总经理的领导。市场部信息管理员与各区域市场开发助理之间是一种直接领导关系，即在信息网络建设、维护、信息处理、考核方面对市场开发助理直接进行指导和指挥，并承担信息网络工作的领导责任。

（1） 信息管理员：市场部设专职信息管理员3名，分管不同区域，不再兼任其它工作。

（2） 市场开发助理：浙江省六个办事处共设市场开发助理两名，其它各办事处所辖区域均设市场开发助理一名。

春节前完成对各区域的市场部信息管理员和市场开发助理的招聘和培训，使xx年新的管理制度实施过程中市场部在人员素质方面有充分的保障。认真选择和慎重录用市场开发助理，切勿滥竽充数。

在人员配置、资源保证、业绩考核等方面对信息网络建立和维护作出实施细则规定，从制度上对此项工作作出保证。建立市场信息管理员定期巡回分管区域指导信息管理工作的考核制度，并根据各区域实际情况和存在的问题，有针对性地加以分析和研究，以督促其在短期内按规定建立和健全信息管理的工作。

市场开发助理与信息管理员根据信息员提供的信息数量（以个为单位）、项目规模、信息达成率、发展下级信息员数量四项指标对信息网络成员进行定期的动态评估。在分析信息员/单位的分类的基础上，信息管理员和市场开发助理应结合信息员的背景资料进行细致地分析，确定其通过帮助后业绩增长的可能性。进一步加强信息的管理，在信息的完整性、及时性、有效性和保密性等方面做好比上一年更好。（详见市场开发助理管理制度）

以各区域信息成员/单位提供的信息量和公司在各区域的业务进展情况，将以专人对各区域钢结构业务的发展现状和潜在的发展趋势，进行充分的市场调研。通过调研获取第一手资料，为公司在各区域的机构设置各趋合理和公司在开拓新的市场方面作好参谋。

1、为进一步打响“杭萧钢构”品牌，扩大杭萧钢构的市场占有率，xx年乘公司上市的东风，初步考虑四川省省会成都、陕西省省会西安、新疆维吾尔自治区首府乌鲁木齐、辽宁省会沈阳、吉林省的长春、广东省会广州、广西壮族自治区首府南宁以及上海市举办品牌推广会和研讨会，以宣传和扩大杭萧钢构的品牌，扩大信息网络，创造更大市场空间，从而为实现合同翻番奠定坚实的市场基础

2、 在重点或大型的工程项目竣工之际，邀请有关部门在现场举办新闻发布会，用竣工实例展示和宣传杭萧钢构品牌，展示杭萧钢构在行业中技术、业绩占据一流水平的事实，树立建筑钢结构行业中上市公司的典范作用和领导地位，使宣传工作达到事半功倍的效果。

3、 进一步做好广告、资料等方面的宣传工作。

在各个施工现场制作和安装大型宣传条幅或广告牌，现场展示企业实力;及时制作企业新的业绩和宣传资料，补充到投标文件中的业绩介绍中和发放到商各人员手中，尽可能地提升品牌推广的深度和力度。

4、 加强和外界接触人员的专业知识培训和素质教育工作，树立良好的企业员工形象和先进的企业文化内涵，给每一位与杭萧钢构人员接触的人都能够留下美好而深刻的印象，从而对杭萧钢构及钢结构有更清晰和深层次的认识。

客人接待工作仍是市场部工作的重点之一。做好客人接待工作是业务接洽的必要的提前和基矗如何按照公司有关规定和商务部要求保质保量地做好客人接待工作是市场部必须进行认真研究和探讨的重要课题。表面上看起来接待工作比较简单，但实质上客户接待是一门十分深奥的学问。不去深入地研究和探讨就不能让该项工作做得完善。因此，市场部要在方法上、步骤上、细节上下一番功夫。为了既少花钱，又不影响接待效果，需要向各商务部领导和各办事处处商务人员地了解客人的生活阅历、为人禀性、处事方式、兴趣爱好、饮食习惯、办事风格、企业价值取向、管理理念、产品特色、行业地位等等。仔细研究分析和琢磨推敲日程的安排，让每一位客人在最短时间内对杭萧钢构有全面的、清晰的、有一定深度的了解，对杭萧钢构的产品表现出最大限度的认同感，对杭萧钢构的管理模式和企业文化产生足够的兴趣。把长期地、坚持不懈地认真对待每一批客人和每一客人，使他们对杭萧钢构的接待工作满意作为市场部每一个接待工作人员的准则。从而以此来提高项目跟踪的成功率和降低商务谈判的难度，达到提高企业经济效益的根本目的。

**销售的年度工作计划 销售公司月度工作计划篇十一**

公司的销售部门作为关系公司经营命脉的关键部门，在新一年的工作当中，需要严格遵照制定的工作计划执行工作，现将工作计划制定如下：

1，根据公司目前的人力资源管理情况，参考先进人力资源管理经验，创新先进的管理方法，建立健全更适合公司新业务的人力资源管理模式。

2，做好公司人力资源规划工作，协助各部门做好部门人力资源规划。

3，工作分析，工作分析为重点，以加强在实际工作中使用的结果，设计工作作出及时，客观，科学设计公司的职位描述。

1，计划到铁通公司为市北分公司开通（400）免费电话，年前已上交300元话费存款。

2，联合建筑协会，物业管理，交电费，取邮件，咨询和其他物业相关事宜。

3，协助王伟勤总经理做好办公室相关工作。

1，在实际销售工作过程当中，对于营销模式做透彻了解，领会销售工作要领，根据实际市场变化情况改变销售策略。

2，做好日常工作记录，详细了解公司每天销售情况。

3，定期做销售工作汇报，根据新情况、新问题、新难点做探讨分析。

**销售的年度工作计划 销售公司月度工作计划篇十二**

作为酒店的销售人员，个人的业绩直接关系着酒店的收益，下面是我个人20xx年工作计划：

对宾客按签单重点客户，会议接待客户，有发展潜力的客户等进行分类建档，详细记录客户的.所在单位，联系人姓名，地址，给该单位的折扣等，建立与保持同政府机关团体，各企事业单位，商人知名人士，企业家等重要客户的业务联系，为了发展酒店日后的稳定客户客户群，除了日常定期和不定期对客户进行销售访问外，在年终岁末或重大节假日及客户的生日，通过电话、发送信息等平台为客户送去我们的祝福。明年开业前期在适当时期召开次大型客户联络会，以加强与客户的感情交流，听取客户对酒店开业后的建设性意见。

开拓市场，争取客源，营销部将配合酒店整体新的营销体制，制订完善20xx年部销售任务计划及业绩考核管理实施细则，提高营销的工资待遇，激发、调动营销人员的积极性。营销代表实行工作志，每工作日必须完成两户新客户，三户老客户，四个联络电话的，以月度营销任务完成情况及工作日记志综合考核营销代表。督促营销代表，通过各种方式争取团体和散客客户，稳定老客户，发展新客户，并在拜访中及时了解收集宾客意见及建议，反馈给有关部门及总经理室。强调团队精神，将部门经理及营销代表的工薪发放与整个部门总任务相结合，强调互相合作，互相帮助，营造一个和谐、积极的工作团体。

接待团体、会议、客户，要做到全程跟踪服务，全天侯服务，注意服务形象和仪表，热情周到。针对各类宾客进行特殊和有针对性服务，限度满足宾客的精神和物质需求。制作会务活动调查表，向客户征求意见，了解客户的需求，及时调整营销方案。

经常组织部门有关人员收集，了解旅游业，宾馆，酒店及其相应行业的信息，掌握其经营管理和接待服务动向，为酒店总经理室提供全面，真实，及时的信息，以便制定营销决策和灵活的推销方案。

与相关部门密切配合，根据宾客的需求，主动与酒店其他部门密切联系，互相配合，充分发挥酒店整体营销活力，创造效益。加强与有关宣传新闻媒介等单位的关系，充分利多种形式推荐酒店，宣传酒店，努力提高酒店知名度，争取这些公众单位对酒店工作的支持和合作。

20xx年，营销部将在酒店领导的正确领导下，努力完成全年销售任务，开拓创新，团结拼搏，创造营销部的新形象、新境界。

**销售的年度工作计划 销售公司月度工作计划篇十三**

作为一个“特殊”的部门，市场营销部20xx年将发挥自身的基本职责，为xx年销售任务的完成做出应尽的职责xx年主要工作规划：

基本原则：诚信营销及全员营销原则

诚信营销是xx公司营销活动的基本准则。“诚”是指诚实做人。对顾客、对经销商、对任何与xx公司打交道的人，xx人都应该是诚心相待。“信”是指信用至上，说到做到，绝不做违背承诺的事情，以赢得商务伙伴的信赖。全员营销原则，在认识上，要求全体xx员工对“营销管理是需要全体xx员工共同承担的职责，是与每一项工作和每一个员工的工作紧密相关的”的观念形成共识；在管理实践中，实施整合营销，以产品定位和营销战略为中心，通过产品策略、服务策略、价格策略的有机配合，在技术部、工程部、财务部、及行政人事部的有效支持下，使xx公司成为市场导向型的企业，确保营销20xx年销售3000万目标的实现。在未实行全面系统的营销管理之前，员工缺乏市场观念和营销意识，认为营销只是营销部门的事，与其他部门无关；营销网络及营销队伍跟不上市场的需要，市场开发受限；研发、施工跟不上市场营销一线的需要。基于此，xx公司在20xx年将实施“全面系统的营销管理”的战略决策，要求全体员工必须树立市场意识和为营销服务的思想，各个部门、各个环节、每个员工必须围绕市场营销开展工作，从而达到全面搏击市场，获得最佳效益的目的。“全面系统的营销管理”的基本内涵是：要求全体员工牢固树立市场意识和营销观念，企业的一切工作以营销为中心，建立以营销管理为龙头、以技术创新为支撑、各部门协调一致、全面系统地参与、服务于营销管理的现代企业运行机制，从而达到企业产品市场占有率和经济效益提高，社会、公司、顾客三方满意。我们要通过实施全面系统的营销管理，改变公司各部门各自为政的作风，以提高工作效率。

全员营销”理念指导一切工作。“全员营销”理念的内容是，牢固树立全体员工的市场意识和营销观念，公司的一切生产经营活动必须以营销为核心，研发、生产、供应、财务等都紧紧围绕营销转。

一是每月按规定时间及要求编制营销计划，每月召开公司各部门参加的营销计划会和营销调度会。研发、生产、供应、财务等部门必须根据营销调度会和计划会的安排，编制本系统工作计划并确保实施，保证营销计划按质、按量、按时完成。切实做到围绕市场服务营销。

二是建立各级领导深入市场调研、了解市场动态的制度。要求办事处经理必须做到每年在市场工作的时间不得少于300天，总公司管理人员每季度到市场蹲点的时间不得少于15天。

三是规定各部门必须围绕营销开展工作，为其提供优质、快捷的服务，不论哪个环节出现差错影响营销工作的开展都将受到严厉查处。

四是规定非营销一线员工要定期进行产品宣传、质量追踪和客户访问等活动；管理人员要定期对客户进行访问和调查，以了解市场情况及产品的有关信息，从而加强非营销员工的市场危机意识、竞争意识及为营销一线服务的意识。

实施有效的营销策略

1、产品策略。

2、价格策略。制定以中低价位为主、高价位作适当补充的价格策略。

3、xx公司的营销基准：超越营销原则

超越营销是指以竞争对手为基准，创造超越基准的竞争优势，来获得在市场中的营销主动权。xx公司的超越营销要求：xx公司在她向用户所提供的所有产品和服务中，要至少在一个方面上要超越竞争对手的同类产品和服务，并努力使这样超越最大化、有形化（可以明显地被感觉到），成为一种竞争优势；同时，在其他方面要求达到行业标准。这就要求我们的技术人员以及市场营销人员，要及时掌握竞争对手的技术优缺点及行业技术发展趋势，积极总结竞争对手的资料，以便成为市场营销人员手中的销售利器。

4、尝试建立专家服务型营销

专家服务营销是指：营销必须以技术服务为主要支撑点和主要特色。xx公司是高新技术型公司，为用户提供高技术含量的、高精密的高附加值的电力通信相关产品。这就要求xx公司的营销管理有很强的技术导向的能力，为用户提供能增加附加价值的有效技术支援服务。xx公司营销部门与人员对用户的需求变化、营销环境变化要有十分敏锐的感知能力，并具有在第一时间内快速反应的能力。专家服务营销意味着个性化服务，以不同的产品和服务来满足每一位顾客的不同需求；专家服务营销意味着以少取胜、以快取胜、以灵取胜。专家服务营销要求建立完善的、高质量的开放型的营销信息系统，充分应用简洁、高效的处理机制，和高素质的营销队伍来实现这些目标。技术部及行政人事部将定期对营销人员进行我公司产品及行业产品的相关技术培训，以使xx公司的每一个合格的营销人员都成长为既是工程师又是营销师的复合型人才。

5、渠道策略。根据产品本身的差异、服务方式、目标市场差异以及促销方式的差异而采取不同的销售渠道策略。

1）代理公司。xx公司提供技术和产品。

2）合作公司。对方负责市场，xx公司负责工程和售后服务。

1、以有竞争力的产品开拓市场

（1）不断开发推出市场需求的新产品

xx公司的开发人员除了研究分析公司提出的研究开发重点及有关信息外，还要定期深入市场进行市场调查和预测，密切追踪国内外市场信息的变化，研究市场需要的特点及其发展、变化的趋势，并掌握竞争对手的动态，以顾客需求为导向，研制有市场需求且适销对路的产品并不断改进产品的品质，最大限度地满足用户的需求。

（2）强化技术攻关，确保产品品质

为及时解决生产过程中出现的技术与质量问题，确保营销中的产品品质优良，xx公司在20xx年设立了技术部，其主要职责是针对公司产品在营销中的相关反馈信息，有计划地进行技术改造，更新换代和工艺难题的攻关。另一任务是进行部分新产品的后期开发工作。

2、建立满足市场需要的生产管理系统

（1）建立以用户满意为标准的质量保证体系。一是严把采购质量关。二是技术部加强质量控

制和管理。三是咽把施工关。四是客户服务中心负责售后服务、信息反馈工作，保证客户的利益。

（2）售前服务以及工程质量上为市场营销提供保证。随着市场竞争日趋激烈，要求xx公司

具备较强的应变能力和工作效率。对此，公司将一方面加强销售计划、研发计划和施工计划的协调管理，通过每月召开一次由采购、技术部、工程部、市场部、财务部等部门参加的协调会，保证各项计划、措施的准确实施。另一方面，制定技术部、工程部、采购、财务部等部门参与协调解决的工作程序和时间要求，针对设备采购、产品初装、工程施工等各个环节制定相应的责任制，对延误销售的行为，不论是什么部门什么人，都要从重从快处理。

（3）实行下道工序是用户制度。在业务流程中实行下道工序是用户的制度，上道工序必须在质量、数量、时间等方面满足下道工序需要，从而最终满足市场用户的需求。

3。建立安全可靠、快捷准确的信息网络

1）是客服人员及网络管理员负责对公司的信息网络进行规划、设计、指导和技术支持。

2）是市场部及技术部及时搜集相关行业信息及产品信息。

1）在公司网站及相关行业站点扩大公司宣传，同时在媒体上适当刊载广告，提升公司形象。

2）积极参加行业展会、举行各种形式的产品宣传，结合市场形势做各种形式的产品推介会。根据各个地区市场的不同情况进行产品的宣传、推广工作；为销售人员提供强有力的市场策划、宣传帮助。

3）适时安排系列培训，如：产品系列讲座、销售技巧、工作流程培训

4）造就高素质的营销队伍

xx公司坚持“高标准、严要求”选人、育人、用人，造就一支高素质的营销队伍，任何一位员工都必须经过严格的选拔方能成为营销人员。为建立对营销人员的激励约束机制，公司对选择上岗的营销人员将采取“不升即降”的动态管理。一是作为试用期营销人员见习期内表现不佳者与不适应者则离开营销岗位；二是作为正式营销人员，独立承担片区营销工作。如果工作出色业绩突出，则可升为分管大片区营销工作的办事处经理，并可作为试用期营销人员的指导老师。三是在办事处经理岗位表现优异者，可升为分管一个省营销工作的分公司经理。

上述每一个阶段都要经过严格的考核，合格后才能晋升或保留原级，不合格或末位者，进入xx公司的总部待岗培训，培训期间只能享受待岗工资。

**销售的年度工作计划 销售公司月度工作计划篇十四**

一、对销售工作的认识

1.市场分析，根据市场容量和个人能力，客观、科学的制定出销售任务。暂订年任务：销售额100万元。

2.适时作出工作计划，制定出月计划和周计划。并定期与业务相关人员会议沟通，确保各专业负责人及时跟进。

3.注重绩效管理，对绩效计划、绩效执行、绩效评估进行全程的关注与跟踪。

4.目标市场定位，区分大客户与一般客户，分别对待，加强对大客户的沟通与合作，用相同的时间赢取的市场份额。

5.不断学习行业新知识，新产品，为客户带来实用的资讯，更好为客户服务。并结识弱电各行业各档次的优秀产品提供商，以备工程商需要时能及时作好项目配合，并可以和同行分享行业人脉和项目信息，达到多赢。

6.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。

7.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。

8.努力保持和谐的同事关系，善待同事，确保各部门在项目实施中各项职能的顺利执行。

1.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。考虑北京市地广人多，交通涌堵，预约时选择客户在相同或接近的地点。

2.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。

从招标网或其他渠道多搜集些项目信息供工程商投标参考，并为工程商出谋划策，配合工程商技术和商务上的项目运作。

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.填写项目跟踪表，根据项目进度：前期设计、投标、深化设计、备货执行、验收等跟进，并完成各阶段工作。

前期设计的项目重点跟进，至少一周回访一次客户，必要时配合工程商做业主的工作，其他阶段跟踪的项目至少二周回访一次。工程商投标日期及项目进展重要日期需谨记，并及时跟进和回访。

前期设计阶段主动争取参与项目绘图和方案设计，为工程商解决本专业的设计工作。

8.投标过程中，提前两天整理好相应的商务文件，快递或送到工程商手上，以防止有任何遗漏和错误。

9.投标结束，及时回访客户，询问投标结果。中标后主动要求深化设计，帮工程商承担全部或部份设计工作，准备施工所需图纸(设备安装图及管线图)。

10.争取早日与工程商签订供货合同，并收取预付款，提前安排备货，以最快的供应时间响应工程商的需求，争取早日回款。

11.货到现场，等工程安装完设备，申请技术部安排调试人员到现场调试。

12.提前准备验收文档，验收完成后及时收款，保证良好的资金周转率。

1.定期组织同行举办沙龙会，增进彼此友谊，更好的交流。

客户、同行间虽然存在竞争，可也需要同行间互相学习和交流，本人也曾参加过类似的聚会，也询问过客户，都很愿意参加这样的聚会，所以本人认为不存在矛盾，而且同行间除了工作还可以享受生活，让沙龙成为生活的一部份，让工作在更快乐的环境下进行。

2.对于老客户和固定客户，经常保持联系，在时间和条件允许时，送一些小礼物或宴请客户，当然宴请不是目的，重在沟通，可以增进彼此的感情，更好的交流。

3.利用下班时间和周末参加一些活动，学习营销和管理知识，不断尝试理论和实践的结合，上网查本行业的最新资讯和产品，不断提高自己的能力。以上是我这一年的销售工作计划，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，争取为公司做出自己的贡献。

：

至20xx年11月31日，山东区销售任务560万元，销售目标700万元(20xx年度销售计划表附后);

：

1、年初拟定《年度销售总体计划》;

2、年终拟定《年度销售总结》;

3、月初拟定《月销售计划表》和《月访客户计划表》;

4、月末拟定《月销售统计表》和《月访客户统计表》;

：

根据xx年度销售额度，对市场进行细分化，将现有客户分为vip用户、一级用户、二级用户和其它用户四大类，并对各级用户进行全面分析。

：

1、技术交流：

(1)本年度针对vip客户的技术部、售后服务部开展一次技术交流研讨会;

(2)参加相关行业展会两次，其中展会期间安排一场大型联谊座谈会;

2、客户回访：

目前在国内市场上流通的相似品牌有七八种之多，与我司品牌相当的有三四种，技术方面不相上下，竞争愈来愈激烈,已构成市场威胁。为稳固和拓展市场，务必加强与客户的交流，协调与客户、直接用户之间的关系。

(1)为与客户加强信息交流，增近感情，对vip客户每月拜访一次;对一级客户每两月拜访一次;对于二级客户根据实际情况另行安排拜访时间;

(2)适应把握形势，销售工作已不仅仅是销货到我们的客户方即为结束，还要帮助客户出货，帮助客户做直接用户的工作，这项工作列入我xx年工作重点。

3、网络检索：

充分发挥我司网站及网络资源，通过信息检索发现掌握销售信息。

4、售后协调：

目前情况下，我公司仍然以贸易为主，卖产品不如卖服务，在下一步工作中，我们要增强责任感，不断强化优质服务。

用户使用我们的产品如同享受我们提供的服务，从稳固市场、长远合作的角度，我们务必强化为客户负责的意识，把握每一次与用户接触的机会，提供热情详细周到的售后服务，给公司增加一个制胜的筹码。

本年度我将严格遵守公司各项规章制度，加强业务学习，提高业务水平，努力完成销售任务。挑战已经到来，既然选择了远方，何畏风雨兼程，我相信：用心一定能赢得精彩!

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。

xxxxxx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。追求产品利润的合理分配原则，是不变的法则。企业不是福利院，所以为企业创造价值化，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。

为了提高公司产品的销售量和影响力，扩大公司的生产规模，稳固和提高市场占有率，积极争取圆满完成销售任务，延安市蓝辉印务有限公司销售部特制定以下销售目标及方向。

一、计划拟定

1、年销售目标

1)作业本年销售目标300万元/年。

以每年10%-20%的销售额递增。

2)笔记本年销售目标200万元/年。

以每年10%-60%的销售额递增

2、销售方向

1、本地市场，以延安市为根基，向周边县级市场拓展业务

1)延安市区各批发市场发展经销商，每个批发市场必须发展一名以上经销商(长青路批发市场除外)其他市场尽量全面发展客户。

2)延安市区及郊区的文化用品零售店展开地毯式拓展。公司许配合零售文具店配货和配送。

3)延安市区及郊区各学校以及学校内商店也需大力发展，潜力较大。

4)延安地区每个县城的批发门市须努力开发，若县城批发门市无法做到客户资源意向可开发零售商，必须达到每个县城都多少有蓝辉印务有限公司的产品，或了解蓝辉印务有限公司的产品。

2、外地市场

1)陕西省周围各省一级批发市场全力以赴发展代理商或经销商，暂时包括以下地区西安、郑州、洛阳、太原、呼和浩特、银川、兰州、西宁、成都、重庆。

2)每个省一级批发市场至少发展一名代理商或2-3名经销商，暂且根据市场客户的实力、信誉，对本产品的认识积极性等以及一些客观性情况而定。

3)如果各省的一级批发市场，暂时很难做到市场的投入或投入后效果不明显，可以在其省内二级(地市级)批发市场发展经销商，使二级市场成熟之后包围一级市场，但二级市场至少做2-3家经销商，从而达到我们的销售目的，完成销售目标。

二、客户回访

目前在国内市场笔记本种类偏多，技术方面不相上下，为稳固和拓展市场，务必加强与客户的交流，协调与客户之间的关系

1)关系维护

为与客户加强信息交流，增进感情，对一级客户每两月拜访一次;对于二级客户根据实际际情况另行安排拜访时间。

2)售后协调

目前情况下，我公司应以卖产品不如卖服务，在下一步工作中，我们要增强责任感，不断强化优质服务。用户使用我们的产品如同享受我们提供的服务，从稳固市场、长远合作的角度，我们务必强化为客户负责的意识，把握每一次与客户接触的机会，提供热情详细周到的售后服务，给公司增加一个制胜的筹码。

三、价格政策

1、定价原则

1)拉大批零差价，调动代理积极性;

2)结合批量，鼓励大量多批;

3)以成本为基础，以同类产品价格为参考，使价格具有竞争力;

4)顺应市场变化，及时灵活调整。

2、目的

1)树立蓝辉印务有限公司的产品标准形象，扩大其影响;

2)作为奖励代理的一种方式，刺激代理商的积极性。

四、开拓创新，建立灵活的激励销售机制。开拓市场，争取客源

销售部将配合公司整体新的销售体制，制定完善市场销售任务计划及业绩考核管理实施细则，提高销售代表的工资待遇，激发、调动销售人员的积极性。销售人员实行工作日记志。以月度销售任务完成情况及工作日记志综合考核销售人员。督促销售人员，通过各种方式争取团体和零散客户，稳定老客户，开展新客户，并在拜访中及时了解收集宾客意见及建议，反馈给有关部门及总经理室。

五、密切合作，主动协调

与公司其他部门接好业务结合工作，密切配合，根据宾客的需求，主动与公司其他部门密切联系，互相配合，充分发挥公司的整体销售活力，创造效益。加强有关宣传，充分利用多种广告形式推荐公司产品，宣传公司，努力提高公司知名度。

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