# 2024年销售工作计划

来源：网络 作者：梦醉花间 更新时间：2024-09-16

*公司在总公司的领导、帮助和支持下，公司已具有初步规模，为国内市场的全面发展打下了基础。尤其是在市场的拓展、新客户的开辟，盛天品牌在国内都已烙下深深的影响。销售额逐月增长、客户数额月月增加、市场的占有率已由原来的华东地区纵向到东北地区，并已着...*

公司在总公司的领导、帮助和支持下，公司已具有初步规模，为国内市场的全面发展打下了基础。尤其是在市场的拓展、新客户的开辟，盛天品牌在国内都已烙下深深的影响。销售额逐月增长、客户数额月月增加、市场的占有率已由原来的华东地区纵向到东北地区，并已着手向西南、西北地区拓展。盛天产品销售和盛天品牌在国内信誉大大提高，为盛天公司在国内的市场拓展作了良好铺垫。由于主客观因素，与总公司的要求尚有相当距离。公司在总结2024年度工作基础上，决心围绕2024年度总公司目标，坚持以“内抓管理、外拓市场”的方针，并以“目标管理”方式，认真扎实地落实各项工作。

一、市场的开发：

创新求实、开拓国内市场。根据去年的基础，上海公司对国内市场有了更深的了解。产品需要市场，市场更需要适合的产品（包括产品的品质、外型和相称的包装）。因此，上海公司针对国内市场的特点，专门请人给公司作销售形象设计，提高盛天公司在中国市场的统一形象。配合优质的产品，为今后更有力地提高盛天公司在中国的知名度铺好了稳定的基础。

同时，建立健全的销售网络体系，使盛天开拓中国市场奠定了销售分点。上海公司拟在3月初招聘7-8名业务员，全面培训业务知识和着力市场开发，灌输盛天实施理念。

二、年度目标： 2.盛天产品在（同行业）国内市场占有率大于10%；

3.各项管理费用同步下降10%；

4.设立产品开发部，在总公司的指导下，完成下达的开发任务；

5.积极配合总公司做好上海盛天开发区的相关事宜及交办的其他事宜。

三、实施要求：

销售市场的细化、规范化有利操作。根据销售总目标2500万，分区域下指标，责任明确，落实到人，绩效挂钩。

1.划分销售区域。全国分7-8区域，每个区域下达指标，用考核的方式与实绩挂钩，奖罚分明； 3.销售费用、差旅费实行销售承包责任制；

4.设立开发产品研发部，力争上半年在引进技术开发人员3-5人的基础上，下半年初步形成新品开发能力，完成总公司下达的任务计划数；

5.加强内部管理，提高经济效益：

①财务销售成本：核算是国内市场的关键。进、销、存要清晰，月度要有报表反映，季度要有考核，力争销售年度达标2500万，成本下降5%；

②人力资源管理：根据总公司要求，结合上海公司工作实际配置各岗相应人员。用科学激励机制考核，人尽其才，爱岗兢业，每位员工以实绩体现个人价值；

③产品开发费用管理。

公司还有很多工作需努力开展，还有许多事项要切实去落实。为此我们要紧紧围绕总公司工作要点，结合公司实际，在2024年度中承担应负的责任，为总公司的战略目标实现作出应有的贡献。

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