# 2024年销售人员工作计划范文

来源：网络 作者：梦醉花间 更新时间：2024-06-14

*同类竞争品牌是衣香丽影、三彩、伊布都、IAM27服饰公司现有加盟商30家，5月份新开2家，黔西、锦屏;其中遵义有3家店，仁怀2个店;直营店7家;会员店10家计算方式：550万/105元=52380件现有库存等杭派45600那么还需要补货67...*

同类竞争品牌是衣香丽影、三彩、伊布都、IAM27服饰

公司现有加盟商30家，5月份新开2家，黔西、锦屏;其中遵义有3家店，仁怀2个店;直营店7家;会员店10家

计算方式：550万/105元=52380件现有库存等杭派45600那么还需要补货6780件

本季度总目标550万，按照公司的要求分摊到每一击分别为：第一击280万;第二击180万;第三击90万，公司现有加盟商、直营店、会员店及所有店面每一击任务已平均分配到每个店面上，确保合理分配，并激励加盟商、直营店、会员店及所有店面按照每天任务向前赶季度目标进度。

将店铺每天的工作按照员工特点分配，合理利用人力资源。每人每天至少五名试穿顾客，至少成交两单，提高试穿率及成交率。因4月份是夏季新款刚上市的时候，组织大家背款号了解货品，积极调整陈列，让顾客感到耳目一新。

作为高端品牌服务是不可或缺、重中之重的，在提高人员服务水平，加强服务意识教育的同时，注重员工、销售人员的言、谈、举止等综合素质的提高，更好的全心全意为顾客着想，减少投拆。

(一)建设良好的企业管理平台

(1)建立和完善选人、用人、留人的聘用体系;

(2)建立完善的薪酬制度;

(3)建立完善的人事制度、管理制度;

(4)建立独立、透明的财务制度。

(二)市场拓展和品牌运作方式

目前服装市场开拓的基本模式主要是：央视广告+地方招商广告+人员拜访+招商会订货的模式。我方将在种种模式的基础上配合以自己的方式：

1.广告宣传，扩大区域的品牌知名度

2.渠道创新，培养扎实的经销商队伍

3.活动创新，体现品牌特征

4.服务客户，扩大占有率

1、跟进每日所辖终端数据上报的准确性、及时性。

2、货品到货信息、发布到各终端并跟进配货。

3、对每日销售与上周同期销售数据进行对比分析，对升降幅度较大的终端进行单店分析其原因。

4、掌握所辖终端每日销售、下单配货情况，并核实其配货数量与其销售、库存是否合理，进行销售动态管理。

5、到店检查相关工作，随时了解终端情况。

1.加强商品进、销、存的管理，掌握规律，提高商品库存周转率，不积压商品，不断货，使库房商品管理趋于科学化、合理化。

2.利用节假日做文章，多做些促进销售的活动，如新品满额赠礼品等吸引顾客眼球的活动。另外因为我们品牌刚进入天津市场，与其它在天津已成熟品牌竞争缺乏竞争力的主要原因之一就是固定的顾客群，建议公司可以做一些鼓励顾客办理会员的优待政策，如入会有赠品等，我们会紧紧抓住有潜力的顾客，发展成为本品牌会员。

3.积极抓住大宗、集团购买的接待工作，做好一人接待，全面协调，让顾客感到热情、贴心的服务。

4.为了保障完成目标所指定的内部管理制度：

1)店铺员工要做到积极维护卖场陈列，新货到店及时熨烫;

2)工作时间电话必须静音，且接听私人电话不得超过3分钟;

3)无论任何班次必须保证门口有门迎，且顾客进店后必须放下手中任何工作接待顾客。

4)加盟商的销售回款管理制度(见附表一)

5.为了完成目标业绩需上级领导给予货品与活动方面支持，保证每款不断码及大量赠品支持。

6.如何VIP客群：

1)结合自己的产品特点和优势，仔细选择资料中的客户，挑选出可能适合你的客户群。

2)联系客户的心态一定意义上决定新客户是否愿意和您深入接触。

3)联系方法上，如果您有比较好的英语条件，我们建议首次联系尽量采用电话和传真相结合的方式。

4)建立专门展示产品的英文网站对联系和开发新客户非常重要，既可以给新客户详尽的产品介绍，又可以避免过早的产品传递带来的昂贵费用。

5)对于一时没有下定单的新客户，千万不要急于催促，更不要轻易放弃

以上是我对夏季工作的计划，有不足之处请领导指正。

其一是抽时间通过各种渠道去学习营销方面(尤其是白酒营销方面)的知识，学习一些成功营销案例和前沿的营销方法，使自己的营销工作有一定的知识支撑。其二是经常向公司领导、各区域业务以及市场上其他各行业营销人员请教、交流和学习，使自己从业务水平、市场运作和把握到人际交往等各个方面都有一个大幅度的提升。

xx市场的销售渠道比较单一，大部分产品都是通过流通渠道进行销售的。下半年在做好流通渠道的前提下，要进一步向商超渠道、餐饮渠道、酒店渠道及团购渠道拓展。在团购渠道的拓展上，下半年主要对系统人数和接待任务比较多的工商、教育和林业三个系统多做工作，并慢慢向其他企事业单位渗透。

对市场个进一步的调研和摸索，详细记录各种数据，完善各种档案数据，让一些分析和对策有更强的数据作为支撑，使其更具科学性，来弥补经验和感官认识的不足。了解和掌握公司产品和其他白酒品牌产品的销售情况以及整个白酒市场的走向，以便应对各种市场情况，并及时调整营销策略。

协助经销商在稳住现有网络和消费者群体的同时，充分拓展销售网络和挖掘潜在的消费者群体。凡是遇到经销商发火的时候一定要皮厚，听他抱怨，先不能解释原因，他在气头上，就是想发火，那就让他发，此时再委屈也要忍受。等他心平气和的时候再给他解释原因，让他明白，刚才的火不应该发，让他心里感到内疚。遇到经销商不能理解的事情，一定要认真的解释，不能破罐子破摔，由去发展，学会用多种方法控制事态的发展。

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：

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。

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。

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。

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