# 最新销售人员管理制度(十九篇)

来源：网络 作者：独酌月影 更新时间：2024-09-06

*在日常学习、工作或生活中，大家总少不了接触作文或者范文吧，通过文章可以把我们那些零零散散的思想，聚集在一块。大家想知道怎么样才能写一篇比较优质的范文吗？下面我给大家整理了一些优秀范文，希望能够帮助到大家，我们一起来看一看吧。销售人员管理制度...*

在日常学习、工作或生活中，大家总少不了接触作文或者范文吧，通过文章可以把我们那些零零散散的思想，聚集在一块。大家想知道怎么样才能写一篇比较优质的范文吗？下面我给大家整理了一些优秀范文，希望能够帮助到大家，我们一起来看一看吧。

**销售人员管理制度篇一**

1、公出：因公出差联系业务当天能返回公司者；

2、出差：因公出差联系业务超过24小时无法返回公司者；

3、私事：请假休息者。

1、因公事需要出差，要求于出差前填写《出差申请表》并注明出差路线、事由、计划及出差费用预算；

2、销售人员出差须经销售部门负责人同意并签字确认后方可出差，否则出差费用一律不予报销；

3、出差后须按《出差申请表》中拟定的时间、路线、拟计划拜访客户名录等事项开展出差工作。到达当地第一时间予以报点，报点须用当地电话，由销售内勤按报点时间、地点、电话号码、车次等内容予以登记。出差后回公司报销时须与报点相吻合，否则不报销有出入的部分；

4、出差后每三天向销售部门负责人报告一下工作进展及下一步工作计划安排。

1、出差费用报销包括出差期间的交通费、住宿费、伙食补助费、电话费等。特殊情况需要应酬的费用需向公司申请，公司领导批准后方可使用及报销。

2、出差时间超过24小时的按以下标准报销及补贴：单位/元/天。

3、住宿补贴、北京、上海、深圳280元，省会城市250元，地级市220元，县级市180元。

4、乘火车时间低于5小时不得乘坐硬卧。

备注：一线城市含：北京，天津，上海，南京，杭州，武汉，重庆，沈阳，西安，深圳，广州。

5.电话补助：业务员市内50元以内，超出部分自负，出差当月为150元以内。经理及以上市内为100元，出差当月为250元以内，超出部分自负。

6、出差人员选择交通工具为长途汽车、火车，经理以上级可选择飞机。

7、销售人员每次出差借支不得超过10000元，经理以上级不超过20xx0元，若出差途中费用不够可以自行垫付，待回公司后报销结算。

8、上一次出差回来后出差费用没有报销结算完毕的，不准再申请下次出差费用借支手续。

9、住宿费用按照标准入住，报销时须有住宿发票，超过标准费用自负。

10、出差需要借支的需向公司出具借据，待出差回来报销后归还，保证借支报销平衡。

11.业务员公差补助80元/天，经理及以上为150元/天.

1、业务招待费及礼品费(填写报销凭证需要正式发票或者盖章收据，并注明项目名称否则不予报销)。2、业务招待费用必须经过领导批准后方可支出，否则自负。

公司资金管理的原则是分权与集权相结合，规范用款及核销审批程序，及时清帐减少资金占用。

1.销售人员借款首先必须按照借款单上的内容正确填写借款单，填好后有销售部经理签字，经副总经理或总经理审批后到财务部办理领款手续。

2.财务部要根据借款人对应的个人帐户余额情况并对照借款控制额度确定是否可以办理借款，否则有权可以拒付，并向相关部门告知拒付理由，特殊情况有总经理决定是否可以付款。

3.出差费报销首先按照财务部门的报销要求粘贴报销凭证，交销售部经理确认签字，经过副总经理或总经理审批后，到财务部门审核后报销。

1.开机时间必须24小时保持开机状态。

2.月度手机连续停机、关机3次以上取消或扣除当月的通讯补贴。

1.销售人员出差后每天工作必须有明确性，要把工作落到实处，销售部负责人将不定期跟踪监督其出差工作情况，将列入绩效考核范围。

2.出差人员出差后须加强自身安全防范和财产保护意识，做到出入平安。

3.在以后的工作规章制度中或将增加制度内容。

**销售人员管理制度篇二**

制定目的为加强本公司销售管理，达成销售目标，提升经营绩效，将销售人员之业务活动予以制度化，特制定本规章。

适用范围

凡本公司销售人员之管理，除另有规定外，均依照本办法所规范的体制管理之

（一）销售人员应依照本公司管理规定上下班打卡（有迟到早退现象者扣二分 如缺打扣五分）

（二）销售人员每日早上9点召开晨会（未按时参加者扣一分）

（三）销售人员每日必须按要求着工装上班（未按规定着工装者扣二分）

（四）销售人员上班时间后禁止食用早餐（违者扣五分）

（五）销售人员上班时间内不得办理私事 不得私用公司交通工具 不得使用手机玩游戏 看电影（违者扣除五分）

（六）销售人员每日晨会后应按规定清洁各自车辆展位上的车辆（未清洁或清洁不到位扣一分）

（七）销售人员应将每次接待客户信息认真填写在“三表一卡”上 并按要求回访（未登记或未回访者扣三分 并取消该车提车）

（八）销售人员在销售或交车过程中必须按要求走流程（未完成流程每项扣一分）

（九）填写合同必须规范（不规范者扣二分）

（十）当在销售过程中超出权限范围销售时 需向上一级请示（未请示者扣除该车提成并扣三分）

（十一）节能惠民车上完牌后半个月内应追回行车证（未追回者扣五分）

（十二）完成上级领导安排的其他工作（未能及时完成者扣三分）以上制度望销售部全体员工务必认真遵守

销售部

二零一三年八月十六日

**销售人员管理制度篇三**

为规范客户拜访作业，以提升工作业绩及效率，特制定本办法

（1）市场调查，研究市场。

（2）了解竞争对手。

（3）客户保养：

a、强化感情联系，建立核心客户；

b、推动业务量；

c、结清货款。

（4）开发新客户。

（5）新产品推广。

（6）提高本公司产品的覆盖率。

（1）业务往来之客户。

（2）目标客户。

（3）潜在客户。

（4）同行业。

1、拜访计划：销售人员每月底提出拜访计划书，呈部门经理审核。

2、客户拜访的准备

（1）每月底应提出下月客户拜访计划书。

（2）拜访前应事先与拜访单位取得联系。

（3）确定拜访对象。

（4）拜访时应携带物品的申请及准备。

（5）拜访时相关费用的申请。

3、拜访注意事项

（1）服装仪容、言行举止要体现本公司一流的形象、

（2）尽可能地建立一定程度的私谊，成为核心客户。

（3）拜访过程可以是需要赠送物品及进行一些应酬活动（提前申请）。

（4）拜访是发生的公出，出差行为依相关规定管理。

4、拜访后续作业

（1）拜访应于俩天内提出客户拜访报告，呈主管审核。

（2）拜访过程中答应的事项或后续处理的工作应及时进行跟踪处理。

（3）拜访后续作业之结果列入员工考核项目，具体依相关规定。

1、制定目的

（1）本细则依据公司《销售人员管理办法》之规定制定。

（2）促使本公司销售人员确实执行拜访作业计划，达成销售目标。

2、适用范围：本公司销售人员拜访作业计划之核查，依本细则管理。

3、权责单位

（1）销售部负责本办法的制定、修改、废止之起草工作。

（2）总经理负责本办法制定、修改、废止之核准。

4、查核规定之计划程序

（1）销售计划：销售人员每年应依据公司《年度销售计划表》，拟定个人之《年度销售计划表》，并填制《月销售计划表》，呈主管核定后，按计划执行。

（2）作业计划：销售人员依据《月销售计划表》，每月填制《拜访计划表》；应于每月月底前，将次月计划拜访的客户及其预定停留时数，填制于《拜访计划表》之“客户”及“计划”栏内，呈主管审核；经主管审核后，销售人员应依据计划实施，主管则应确实督导查核。

5、查核要项之销售人员

（1）销售人员应依据《拜访计划表》所订的内容，按时前往拜访客户，并根据结果填制《客户拜访调查表》。

（2）如因工作因素而变更行程，除应向主管报备外，并须将实际变更的内容及停留时数记录于《拜访计划表》内。

6、查核要项之部门主管

（1）审核《销售拜访调查报告表》时，应与《拜访计划表》对照，了解销售人员是否依计划执行。

（2）每周应依据销售人员的《拜访计划表》与《销售拜访调查报告表》，以抽查方式用电话向客户查询，确认销售人员是否依计划执行或不定期亲自拜访客户，以查明销售人员是否依计划执行。

1、销售部主管应使销售人员确实了解填制《拜访计划表》并按表执行之目的，以使销售工作推展更顺畅。

2、销售部主管查核销售人员的拜访计划作业实施时，应注意技巧，尤其是向客户查询时，须避免造成以后销售人员工作之困扰与尴尬。拜访计划作业实施的查核结果，应作为销售人员年度考核的重要参数。

**销售人员管理制度篇四**

本制度是对销售部门主管级别（含）以上管理人员的任务绩效和管理绩效进行客观的评价，并运用评价结果，有效地进行人力资源开发与管理的一项目重要的人事管理工作。

绩效考核的目的是通过对管理人员的定期绩效评价，为薪资调整、职务变更、岗位调动、培训等认识决策提供依据。

绩效考核采用绝对标准方式，既考评人按照员工的岗位描述、工作目标与任务计划、企业规章制度进行考核。

绩效考核的程序和内容、要素和标准等运用做了规定。

跟制度适用于公司总经理下，销售人员和部门主管以上的所有的在岗人员。

绩效考核程序参考行政工作运行程序。

考核依据基准主要包括：岗位描述，工作目标和任务计划，企业的规章制度。

考核的内容主要分为任务绩效和管理绩效两方面。

（1） 任务绩效是指个人和部门任务完成情况。

本职工作质量：常规工作合格率、“客户”满意率，责任行为到位率。

本职工作数量：单位时间内完成的工作总量（有效负荷、超额或提前。）

本职责任事故：一般性责任事故出现频率。（举例：丢失客户）

额外工作任务：上级领导领事交办的工作任务。

（2） 管理绩效 （管理人员角色行为到位制度）

纪律性：服从领导指挥、遵规守纪、有效管理控制。

组织意识：横向沟通、妥协、合作。

团队建设：部署团队和谐、进取。

忠诚性：维护（不非法侵占）企业利益，积极预防和解决问题。

工作创新：为提高部门或组织未来绩效所做的工作贡献。

对绩效考核每个因素的评价标准采用四等级记分，记分含义如下：

4分：良好，明显超出岗位要求；

3分：较好，总体满足岗位要求；

2分：尚可，与岗位要求稍有差距；

1分：差，不能达到岗位要求

考核总评结果采用五级制，评价含义分为：

a， 卓越

b， 良好

c， 达到要求

d， 有待改进

e， 不能胜任

绩效考核分为年度考核和日常考核。年度考核每年一次，日常考核每季度一次。

绩效考核方法。

：各岗位人员绩效考核的直接责任人为其上级，人力资源部为其提供基础支持和服务。

个人岗位描述要由上级提前制定，在工作实践中根据具体情况要不断修正，修正条款附在原件后，双方签字并抱人力资源部被案。

：考核对象在直接上级的领导下，根据岗位目标和上级部门的年度工作目标和任务计划拟订《个人年度目标计划书》，经直接上级审定签字后成为岗位年度绩

效考核的重要依据。《个人年度目标计划书》应包括预算内容。

：考核对象按照《个人年度目标计划书》，根据不同时期加工重点和工作任务变化情况拟订《个人季度目标计划书》，经直接上级审定签字后成为日常考核的重要依据。《个人季度目标计划书》应包括预算内容。

在考核期内，如有重要工作任何和目标变化，考核对象须及时将变更情况记录在计划书内。

日常考核由由直接上级根据考核对象的工作表现定期对其进行简要的评估，并记录在案。考核者有义务将日常观察的评估印象与考核对象进行沟通，指导其改进工作。

考核期末，由人力资源部统一组织管理人员实施年度绩效考核。绩效考核评估依据由四方面构成。

（1） 个人年度总结。被考核者预先提交《个人年度工作总结书》，并在人力资源部安排的双边述职会议上进行述职。

（2） 直接上级日常考核评估记录和年度综合评估意见。

（3） 横向部门主管人员评估意见。

（4） 隔级上级和企业外部客户评估意见。

部门内各级主管人员绩效评估结果应与部门工作人员成效一致性。如出现太大偏差，部门主管应该向人力资源部提出解释。

最终绩效考核结果依据数据汇总的得出。直接上级评定、部门间接评定、隔级上级评定，数据的标准合成关系为4：3：3，具体权重系数依据部门绩效标准的清晰性、部门间工作关联性和部门工作环境条件的可控性

绩效考核结果的汇总和使用。

（1） 绩效考核数据应在考核结束后以部门为单位送达人力资源部。

（2） 人力资源部依据规程对所考核数据的质量进行审查汇总分析，形成管理人员

绩效考核报告呈报总经理。

（3） 考核数据和报告作为重要管理档案由人力资源部及时存档，妥善保管。

（4） 主要考核结果反馈给考核对象的直接上级和隔级上级存用。

：年度绩效考核工作完成后，由总经理在公司年度工作总结会上通报最终绩效

考核结果。

本规章由总经理（ ）批准实施。

**销售人员管理制度篇五**

第一章总则

第一条适用范围

本管理办法适用于中国建筑标准设计研究所发行室（以下简称发行室）。

第二条目的

为规范销售员的市场行为，提高销售员的工作效率，充分调动销售员的市场开拓能力和市场发展潜力，创造良好的市场业绩，特制定本管理制度。

第三条原则

坚持业务管理的计划、组织、控制、考核相结合的管理原则。

第二章组织管理

第四条制定程序

管理制度制定由营销主管负责制定，上报主任进行审批，审批后经过主任办公会审议通过后，下发有关部门执行。

第五条执行

营销主管负责组织执行。

第六条实施监督

主任负责管理制度执行过程中的监督和考核。

第七条实施效果考核

发行室高层领导，主任办公会负责对管理制度执行效果进行评审。

第三章制定方法

第八条类比法

主要通过对相似行业、同行业竞争对手现行的销售人员成功管理经验，结合发行室目前经营现状而制定的。

第九条经验对比法

主要根据发行室过去3—5年内的销售人员管理制度执行情况和未来发展规划要求以及客户对相关信息等综合因素而制定的。

第十条综合法

在类比法与经验对比法分析的基础上，综合其他因素而制定的。

第四章制度管理内容

第十一条销售员管理

（一）产品销售员管理；

（二）网络销售员管理。

第十二条销售员激励机制

第十三条销售员的业绩评估

第五章产品销售员管理

第十四条销售员职责

（一）产品销售员主要职责

1、根据年度营销目标，制定本地区的营销目标、营销计划和营销预算，并负责实施；

2、执行营销政策，维护重要客户，并与客户保持良好关系；

3、助客户发展销售网络和销售队伍建设；

4、负责应收账款回收，协助财务部门完成结算工作；

5、协助市场推广人员作好市场促销工作；

6、建立客户档案，作好销售渠道的信息收集、整理、分析工。作

（二）营销主管主要职责

1、负责领导制定营销计划（销售计划和市场推广计划）、营销目标，并监督实施；

2、负责领导制定技术服务计划，并监督实施；

3、负责组织制定营销政策，并监督实施；

4、负责监督实施市场推广、技术服务方案；

5、负责组织制定和监督实施营销预算方案；

6、负责销售队伍建设、培训和考核。

**销售人员管理制度篇六**

第一条适用范围本管理办法适用于中国建筑标准设计研究所发行室（以下简称发行室）

第二条目的为规范销售员的市场行为，提高销售员的工作效率，充分调动销售员的市场开拓能力和市场发展潜力，创造良好的市场业绩，特制定本管理制度。

第三条原则坚持业务管理的计划、组织、控制、考核相结合的管理原则。

第四条制定程序管理制度制定由营销主管负责制定，上报主任进行审批，审批后经过主任办公会审议通过后，下发有关部门执行。

第五条执行营销主管负责组织执行。

第六条实施监督主任负责管理制度执行过程中的监督和考核。

第七条实施效果考核发行室高层领导，主任办公会负责对管理制度执行效果进行评审。

第八条类比法主要通过对相似行业、同行业竞争对手现行的销售人员成功管理经验，结合发行室目前经营现状而制定的。

第九条经验对比法主要根据发行室过去3—5年内的销售人员管理制度执行情况和未来发展规划要求以及客户对相关信息反等综合因素而制定的。

第十条综合法在类比法与经验对比法分析的基础上，综合其他因素而制定的。

第十一条销售员管理

（一）产品销售员管理；

（二）网络销售员管理。

第十二条销售员激励机制

第十三条销售员的业绩评估

第十四条销售员职责

（一）产品销售员主要职责

1、根据年度营销目标，制定本地区的营销目标、营销计划和营销预算，并负责实施；

2、执行营销政策，维护重要客户，并与客户保持良好关系；

3、帮助客户发展销售网络和销售队伍建设；

4、负责应收账款回收，协助财务部门完成结算工作；

5、协助市场推广人员作好市场促销工作；

6、建立客户档案，作好销售渠道的信息收集、整理、分析工作

（二）营销主管主要职责

1、负责领导制定营销计划（销售计划和市场推广计划）、营销目标，并监督实施；

2、负责领导制定技术服务计划，并监督实施；

3、负责组织制定营销政策，并监督实施；

4、负责监督实施市场推广、技术服务方案；

5、负责组织制定和监督实施营销预算方案；

6、负责销售队伍建设、培训和考核。

**销售人员管理制度篇七**

第一条、为鼓励销售人员发挥工作潜能,积极拓展市场,促进公司产品的营销,维护公司的正常发展,特制订本办法。

第二条、本办法的实施对象为公司销售业务代表以及销售业务的主管人员(主任级及其以上人员)。

第三条、奖励计算的标准时间为每月月初至月末。

第四条、销售业务代表奖励办法。根据销售达成率、收款达成率、客户交易率三项指标综合评定。

1、计算公式。

①销售达成率=(销售金额-退货金额)/销售目标金额×、100%

说明事项:等式右方最高按150%计算(之所以限定为最高上限,是因为目标制订

过低或某些突发事件出现,而非销售人员个人努力的结果)。

②收款达成率=货款回收率×、60%+天期率×40%=实际收款额×上月应收款余额+本月实际销售额×60%+90/∑[实际收款额×(货款到期日收款基准日月)]/∑实际收款额×40%、。

说明事项:

a、货款回收率低于40%(即等式右方的前项低于24%)时,不计奖金。

b、现金扣5%的客户,等式右方的后项货款到期日应加75天。

c、收款基准日为次月10日。

d、后项的分子数90天是指公司所允许的最长票期(从送货后的次月一日算起)。

③客户交易率=∑每日交易客户数/250×50%+当月交易客户数/总客户数×a

说明事项:

a、等式右方的前项最高按30%计算,即∑最高为150。(250是指每月工作25天,每位销售人员最起码每天应拜访10位客户。因前项的50%加后项的a的百分数超过100%,所以限定30%为最高限。)

b、当月交易客户数对客户不可重复计算。

c、总客户数在100户以上者,a定为90%;

总客户数为90~99户者,a定为80%;

总客户数为80~89户者,a定为70%;

总客户数为70~79户者,a定为60%;

总客户数为60~69户者,a定为50%;

总客户数为59户以下者,a定为0。

(总客户数是销售人员负责区域内的有往来的客户总数)

2、奖励金额标准。

第五条、销售业务主管人员奖励办法。

1、计算公式:

产品销售达成率=销货量-退货量a部甲产品销售目标量×40%+销货量-退货量a部乙产品销售目标量×25%+销货量-退货量a部丙产品销售目标量×10%+销售额-退货金额b部产品销售目标金额×20%+销售额-退货金额c部产品销售目标金额×5%

2、奖励金额(如下表)。

产品销售达成率(%)奖金(元)

121~150500×达成率/120

100~120、5000

90~99、3500

80~89、20xx

79、0

第六条、奖金的核算单位。

由领取奖金的单位负责计算奖金金额,并于次月15日以前提呈,在工资发放日同时发给。稽核科应按时进行抽查工作,以稽查各单位奖金核计的正确性。

第七条、奖金领取的限制条件。

1、若有舞弊隐瞒及不正当的虚伪销售、收款及虚设客户冒领奖金的事情,一经查觉,除收回奖金外,还要停止该员工及该单位主管人员半年内获取奖金的资格,同时按人事管理规定另行处置。

2、当月该销售业务代表若发生倒账事件,除该员及其所属主管人员不得领取该月奖金外,还要依照倒账赔款办法处理。

第八条、国外销售部的奖励办法另行研究。

第九条、本办法自xx月xx日起实施。并根据实际情况加以修改。

**销售人员管理制度篇八**

第一条

对本公司销售人员的管理，除按照人事管理规程办理外，悉依本规定条款进行管理。

第二条

原则上，销售人员每日按时上班后，由公司出发从事销售工作，公事结束后回到公司，处理当日业务，但长期出差或深夜回到者除外。

第三条

销售人员凡因工作关系误餐时，依照公司有关规定发给误餐费x元。

第四条

部门主管按月视实际业务量核定销售人员的业务费用，其金额不得超出下列界限：经理xx元，副经理xx元，一般人员xx元。

第五条

销售人员业务所必需的费用，以实报实销为原则，但事先须提交费用预算，经批准后方可实施。

第六条

销售人员对特殊客户实行优惠销售时，须填写“优惠销售申请表”，并呈报主管批准。

第七条在销售过程中，销售人员须遵守下列规定：

（一）注意仪态仪表，态度谦恭，以礼待人，热情周到；

（二）严守公司经营政策、产品售价折扣、销售优惠办法与奖励规定等商业秘密；

（三）不得理解客户礼品和招待；

（四）执行公务过程中，不能饮酒；

（五）不能诱劝客户透支或以不正当渠道支付货款；

（六）工作时光不得办理私事，不能私用公司交通工具。

第八条除一般销售工作外，销售人员的工作范围包括：

（一）向客户讲明产品使用用途、设计使用注意事项；

（二）向客户说明产品性能、规格的特征；

（三）处理有关产品质量问题；

（四）会同经销商搜集下列信息，经整理后呈报上级主管：

1、客户对产品质量的反映；

2、客户对价格的反映；

3、用户用量及市场需求量；

4、对其他品牌的反映和销量；

5、同行竞争对手的动态信用；

6、新产品调查。

（五）定期调查经销商的库存、货款回收及其他经营状况；

（六）督促客户订货的进展；

（七）提出改善质量、营销方法和价格等方面的推荐；

（八）退货处理；

（九）整理经销商和客户的销售资料。

第九条

公司营销或企划部门应备有“客户管理卡”和“新老客户状况调查表”，供销售人员做客户管理之用。

第十条

销售人员应将必须时期内（每周或每月）的工作安排以“工作计划表”的形式提交主管核准，同时还需提交“一周销售计划表”“销售计划表”和“月销售计划表”，呈报上级主管。

第十一条

销售人员应将固定客户的状况填入“客户管理卡”和“客户名册”，以便更全面地了解客户。

第十二条

对于有期望有客户，应填写“期望客户访问卡”，以作为开拓新客户的依据。

第十三条

销售人员对所拥有的客户，应按每月销售状况自行划分为若干等级，或依营业部统一标准设定客户的销售等级。

第十四条

销售人员应填具“客户目录表”、“客户等级分类表”、“客户路序分类表”和“客户路序状况明细卡”，以保障推销工作的顺利进行。

第十五条

各营业部门应填报“年度客户统计分析表”，以供销售人员参考。

第十六条

销售人员原则上每周至少访问客户一次，其访问次数的多少，根据客户等级确定。

第十七条

销售人员每日出发时，须携带当日预定访问的客户卡，以免遗漏差错。

第十八条

销售人员每日出发时，须携带样品、产品说明书、名片、产品名录等。

第十九条

销售人员在巡回访问经销商时，应检查其库存状况，若库存不足，应查明原因，及时予以补救处理。

第二十条

销售人员对指定经销商，应予以援助指导，帮忙其解决困难。

第二十一条

销售人员有职责协助解决各经销商之间的摩擦和纠纷，以促使经销商精诚合作。如销售人员无法解决，应请公司主管出面解决。

第二十二条

若遇客户退货，销售人员须将有关票收回，否则须填具“销售退货证明单”。

第二十三条

财会部门应将销售人员每日所售货物记入分户账目，并填制“应收账款日记表”送各分部，填报“应收账款催收单”，送各分部主管及相关负责人，以加强货款回收管理。

第二十四条

财会部门向销售人员交付催款单时，应附收款单据，为避免混淆，还应填制“各类连号传票收发记录备忘表”，转送营业部门主要催款人。

第二十五条

各分部接到应收账款单据后，即按账户分发给经办销售人员，但须填制“传票签收簿”。

第二十六条

外勤营销售员收到“应收款催收单”及有关单据后，应装入专用“收款袋”中，以免丢失。

第二十七条

销售人员须将每日收款状况，填入“收款日报表”和“日差日报表”，并呈报财会部门。

第二十八条

销售人员应定期（周和旬）填报“未收款项报告表”，交财会部门核对。

第二十九条

销售人员须将每日业务填入“工作日报表”，逐日呈报单位主管。日报资料须简明扼要。

第三十条

对于新开拓客户，应填制“新开拓客户报表”，以呈报主管部门设立客户管理卡。

第三十一条

销售人员外出执行公务时，所需交通工具由公司代办申请，但须填具有关申请和使用保证书。

第三十二条

销售人员用车耗油费用凭发票报销，同时应填报“行车记录表”。

**销售人员管理制度篇九**

①在销售主管的直接领导下开展各项工作。

②熟练掌握业务知识。

③积极进行销售工作,按时完成销售指标。

④负责客户的资料登记、联系、追踪、看房,签约直至售后服务的一系列服务。

⑤有疑问及时向主管或经理反映。

⑥每日认真填写客户档案,工作日志,每周一交上周《工作情况》及《客户分析》,每月的最后一周递交下月《工作计划》。

⑦进修学习销售理论和有关知识,接受公司的考核。

⑧随时收集相应的信息,向公司提供有益的信息,以利于公司开拓新业务。

⑨完成上级委派的其他业务。

⑩销售员的业务记录要当天晚上或第二天早上9:00之前交于销售主管,过时不候,也不能补交。

※填写认购书、合同正附本,如销售人员出现错误,罚款20元/处,张力经理负连带责任,罚20元/处。

※当日值班销售人员负责电话接听。办公区域不得没有销售人员。

※销售员应配备计算器、荧光笔等必备的办公用品,缺少时应及时补充以便业务的开展。

①对外工作必须坚持心向本销售体利益,必须使客户满意的原则。

②在业务交往中,不得泄露销售部内部机密。

③一切按财务制度办事,客户交款应到公司办理,个人不得收取客户定金及房款。因业务需要用款时,需事先向经理请示。

④在业务洽谈过程中,应尊重同事,接听电话和接待客户时,尽量不把矛盾暴露给客户,有问题及时、低声询问、协调。

⑤在业务工作中,不得以任何形式损害公司及销售部形象违者将处分。

⑥诚实守信,办事认真,任何人不得从事第二职业或兼职工作。

⑦不准在工作区聊天,不准在工作时间做与工作无关的事。

⑧销售人员不许拿答客问接待客户,更不许给客户看。

⑨说话严谨,不确定及不清楚的不要向客户随便承诺。

注:以上行为制度要求全体工作人员认真遵守,违反规定者处以20元/次罚款,销售主管50元/次,销售经理100元/次。给公司造成严重后果者公司将从重处罚或予以除名。

**销售人员管理制度篇十**

一、公司销售人员薪金管理制度以公正诚信、多劳多得为原则。

二、新聘的销售人员必须参加公司安排的不低于5日至10日的业务培训,经考试合格方能上岗。培训期间薪金减半,公司提供免费工作午餐。

三、销售人员试用期为1个月,公司将对其素质进行综合检验,并保留解聘该销售人员的权利。

四、试用期间,销售人员薪金为500元/月,公司提供免费工作午餐。

五、试用期过后,销售人员薪金制度为底薪加佣金制。

1、公司根据实际情况每月对销售人员下达销售任务,分不同档次采取薪金制度。

2、销售任务以开盘后当月新认购并签约的数量为计量标准。

3、未完成任务(如2套)则当月底薪600元,按其当月销售额的1.5/千计提佣金。

4、完成任务(如2套)则当月底薪1000元,按其当月销售额的2/千计提佣金。

5、客户交付20%首付款后提取20%佣金,在符合手续报送银行后,销售人员即可于当月底计提该套房佣金的75%,剩余5%佣金待办理完按揭手续后提取。

7、如销售人员连续2个月未完成公司的销售任务,则公司有权解聘该销售员,其工作由副总监指定的销售人员接替。

8、严禁销售人员为获取更高比例的佣金而私下转让业绩。因其影响公司对销售人员的综合评定并侵害了公司利益。::一经发现,将对当事人及其副总监给予严厉查处直至解聘。

10、如果客户退房且销售员已提该套房佣金,则应于当月底扣除此笔已发佣金。

11、由公司介绍的客户经副总监指定销售人员负责,该套房计入销售人员业绩,但不计提佣金。

12、每月公司按照国家相关规定从销售人员薪资中代扣应缴的个人收入所得税款。

13、公司每月给予销售冠军500元的个人奖励。

10、公司鼓励销售人员提出建设性的意见和建议,并对其中佼佼者予以奖励。

11、考核周期从当月1日至次月1日。

12、每月10日前发上月薪金。

**销售人员管理制度篇十一**

一、店面员工管理规定

1、衣着整齐干净，女性不浓妆艳抹，男性不留长发，男女均不得染彩色头发；

2、当班员工负责打扫和维护门店卫生，收银台不得放置非公物件；

3、早班员工逐一检查货架，确保整齐，安全，将散放的商品归回原位；

4、微笑服务，顾客一进店即向其问好“欢迎光临”，顾客出店“欢迎下次光临”；

5、当班人员按要求做好交接班记录（货款、报表）。上晚班的员工负责统计并记录当日顾客到访情况（统一制表），每周进行一次盘点；

6、当班人员所收的货款及时上交店长，店长于每日14点扎帐并将所收货款存入公司账户。店长休假则由客服经理操作此流程。

7、员工在卖场内不允许出现恶性竞争，一经发现将给予警告，累犯考虑开除，因服务态度恶劣引起顾客投诉的由当事人承担责任，如若累犯考虑开除；

8、员工在卖场内不得靠货架站立，非特殊情况不得使用公话拨打私人电话；

9、积极参加公司组织的各项集体活动；

10、新进的员工进入卖场试岗七天，试用期满合格由客服经理安排上班；

二、商品管理规定

1、一般商品展示

（1）展示面统一，时刻保持丰满且整齐；

（2）重和易碎商品应尽量放置在下层；

（3）错置商品及时调整；

（4）货架头的标准：

1）货架头60％布置新移库商品，40％布置大量畅销商品；

2）同类商品放在相邻货架头；

2、店内商品补充

（1）一种商品门店已售完，则安排其它商品上架，货架上不能留有明显空白；

（2）做好门店商品进销存管理，及时补充库存；

3、店面整理

（1）保证店面干净、整洁及清晰的面貌；

（2）扔掉空箱，先进先出原则；

（3）严格执行商品到货操作流程（验收，盘点，陈列，商品安全）

9、退货

（1）商品滞销或过季，尽快退货；

（2）退货程序：1）店面人员将有关商品撤出；2）退货商品送至成都仓库。

三、考勤制度

1、迟到、早退

迟开或早关门店导致的物管罚款由当事人自行承担。

2、旷工

旷工4小时以内负鼓励50元，一天旷工满4小时，扣发当天的应发薪资。多次旷工开除。

3、调班

调班需经客服经理同意，擅自调班一次扣10元，第二次扣20元。

4、病假

病假超过一天的，须提供病历证明，因突发急病不能上班的，可用电话告知客服经理或店长。

5、事假

员工因私事请事假超过1天，须向客服经理提出书面申请(格式和情况说明一致)。

6、加班

加班工资标准：法定假日加班为基本工资的3倍。

**销售人员管理制度篇十二**

第一项：工作职责

一、全体销售人员必须遵循gb/t19001：20xx和gb/t24001：1996质量、环境管理体系。

二、认真执行公司制定的销售策略，遵守公司的销售规定和政策。

三、销售人员是企业的形象，在外代表公司。着装应整洁得体，符合工作需要。

四、熟知公司产品的品种、性能和施工方法，坚定“真帝”漆就是真的好漆的信念，能解决一般的产品施工问题。

五、销售人员对市场要有敏锐的观察能力和预测能力，准确反馈市场信息并提出合理化建议。

六、严格执行销售部门的考勤制度和例会制度，无故不请假者，按旷工处理，连续三次旷工的销售人员，扣罚一个月保底工资。

七、专卖店和形象店积分卡管理要到位，要求细心打出每一分的合格性和严肃性，管理好每季度的奖金。

八、销售合同采用公司统一文本，合同必须是法人或其委托代理人签署方才有效。销售人员不得私自与客户签订合同，由此给公司或客户所造成的损失全部由销售人员承担。

九、协调公司与客户之间出现的问题，一切以公司利益为出发点，力争将损失降到最低。

十、积极响应公司出台的促销政策，及时将公司的新政策传达给客户，新政策一律采用书面形式，公司签章方才有效。由于销售人员误传、错传而给公司造成损失的，由其承担全部责任。

十一、签署的销售合同正本由办公室存档。

十二、销售人员应严格按合同相关条款执行，根据客户的实际销售能力确定铺货量，杜绝客户利用在公司开展促销活动期间大量进货。

十三、开发新客户，销售人员应对客户的资信情况进行了解，如相关证照是否齐全，公司资金是否周转正常等。并将相关资料报销售经理，由销售经理确定是否与该客户合作。

十四、对于有现货的订货，销售人员填写《定单确认表》，交财务办理相关发货手续。对于没有现货的特殊订单，销售人员填写《产品要求评审表》，交相关部门评审沟通是否有供货能力，确认可供货后再与客户签订合同。

十五、所有赊欠的票据，必须有对方单位公章（或财务章）和收货人签名，交财务保管，否则出现问题由当事人负责。

十六、销售人员收回销货款应在48小时内交回公司，不得贪污、扣留、挪用销

货款，一经发现，对当事人按贪污、扣留、挪用销货款金额的两倍处罚。因有特殊情况，应向销售经理请示。

十七、销售人员有责任督促客户按合同规定期限结算货款，结款以先结时间长

的款项为原则，禁止结新帐压老帐，并且做到结算的票款金额一致。十八、财务与销售人员每三个月核查一次客户，对于往来出现异常的客户限期

一个月进行清理。未清理完毕的，将实际情况以书面形式报销售经理，并且积极配合公司收集法律解决所需要的证据，在确认款项确实无法收回时，销售人员按无法收回款项金额的5%予以赔偿。因销售人员个人原因造成的款项无法收回，销售人员承担全部损失赔偿责任。

十九、客户如需退货，销售人员需报销售经理批准后方可办理退货手续。

二十、客户的退货，销售人员必须于当日入库，如因特殊情况当日不能入库的，最迟于第二天上午9：00前入库。

二十一、正式销售员每月报销公共汽车月票40元，手机通话费150元，出具正式发票方可报销。

二十二、有关用餐、赠送礼品、回扣、价格下浮，须经销售经理批准后执行。

二十三、无特殊情况，不按时填交公司规定的相关报表者，每次扣罚工资20元。

二十四、因销售人员个人行为造成市场混乱的（争户、抢户），对当事人处100元以上罚款。

二十五、浪费公司样品、工具、资料或其它材料的，按实际价值的1~5倍处罚。

二十六、本公司销售人员销售其它产品，按损坏公司形象处理，处20xx元罚款，以示警告。

二十七、保守商业秘密，管理好客户资料，杜绝客户外流。

以上条款在处罚过程中若出现重叠，以累计扣罚，当月不足扣罚金额部分结转至下月。

第二项：薪资、提成规定

薪资结构：保底工资+月效益提成+年终奖励

一、新销售员，试用期三个月，月保底工资1000元，试用期内无销售任务，无提成。表现优秀者可一个月转正，按正式销售员相关规定执行。

二、正式销售员，月保底工资1200元，销售资历满5年的销售员月保底工资

1400元，销售资历满10年的销售员月保底工资20xx元。

三、销售任务：月销售回款额2万元，超出部分按以下比例提成：（奖给、返点、回扣给客户的金额不记提成）

2万元~10万元（含10万元）：2.5%

10万元~20万元(含20万元)：2.8%

20万元以上：3%

四、销售员新开发客户经销售经理审批后，每户累计回款额达到2万元者，每户奖励200元，该项奖励按月发放。

五、月销售回款额没有完成2万元的，按以下公式扣罚当月保底工资：

未回款部分÷2万元×50%×1200=扣罚金额

六、为避免销售人员流动而给公司造成损失，销售人员薪资一律延缓一个月发放。七、销售员严格执行客户管理评分制。

[1]每月按团队销售回款额的1‰提取奖励基金；

[2]每月评定一次；评定分数不合格的销售人员学习一个月，学习期间不发工资；

[3]每季度评选出两名最高分者给予奖励，第一名奖励500元，第二名奖励300元。最后一名给予200元处罚，处罚款纳入奖励基金。

[4]对于每季度评选为最后一名者，公司给予除名；

[5]年末，奖励基金余额由销售部门作为活动经费。

八、年终业绩奖励规定：月销售任务2万元纳入业绩累计额。

80万元：20xx元

90万元：4000元

100万元：7000元

110万元：9000元

120万元：20xx元

130万元：15000元

140万元：18000元

九、所有销售人员必须严格要求自己，遵守公司的各项规章制度，遵守职业道德，起模范带头作用。

本规定自20ｘｘ年9月1日起实施。

**销售人员管理制度篇十三**

为进一步规范销售人员日常工作，以便更好的服务于客户。

中心经理、行销经理、省经理、专员、城市经理

1、考勤管理

城市经理按照驻地客户销售人员的作息时间出勤，不得迟到、早退、旷工。销售人员出勤情况由驻地客户办公室及中心办公室共同监督；中心办公室不定期进行抽查，并对抽查结果出具考核通报；

城市经理需要参加驻地客户每日的晨会，城市经理在每日晨会时，针对走访市场时发现的问题进行沟通并确定整改落实的排期，同时对公司、销售中心安排的重点工作进行分解和布置；

各销售中心经理、行销经理、专员、省经理在走访市场期间，必须拜访当地客户，并对市场进行走访；同时依据走访过程中发现的问题和客户进行沟通并明确问题整改的措施及排期；

各销售中心经理、行销经理、专员、省经理在走访市场期间，严格执行当地客户销售人员的作息时间。

激励办法：

晚到半小时以内为迟到，负激励20元/次；迟到半小时以上按照半天旷工，扣除当日半天工资；未向上级领导请假说明，无故脱岗2小时以上，

按照旷工扣除相应全天工资；

未参加晨会，负激励50元/次；

各销售中心经理、行销经理、专员、省经理在走访市场期间，未拜访当地客户、未走访市场，负激励100元/次，同时不予报销在该市场发生的差旅费；

各销售中心经理、行销经理、专员、省经理走访市场，未按照当地客户销售人员的作息时间上班，晚到半小时以内为迟到，负激励20元/次；迟到半小时以上按照半天旷工，扣除当日半天工资；特殊情况除外（出差到该市场时已过上班时间）。

2、会议管理

要求各销售中心经理每月25日提报下月例会排期给销售部办公室；省经理（省区例会）和城市经理（经销商主管会、分销商会等）每月25日提报下月例会排期给中心办公室；中心办公室每月1日下班前将各省区、市场的会议排期表汇总后网发销售中心经理、行销经理，销售中心经理、行销经理依据自己的行程参加对应的会议；

各级销售人员每月按照提报的会议排期进行参会，如会议取消或者会期变更需向办公室（销售部/中心）说明备案；

要求销售人员在必要时，提前准备相关的资料在会议中与客户的销售团队进行销售分析、市场预测、问题分析及工作安排，要求保存沟通材料以备查；

各销售中心经理、行销经理、专员、省经理在走访市场期间根据中心办公室网发的各市场例会排期，参加对应的会议。销售部和中心办公室将对该项工作的执行情况做不定时抽查。

激励办法：

未按时提报下月会议排期，负激励50元/天；

未按照会议排期参会，负激励50元/次，会议取消或会期变更没有在中心办公室备案的，按照未参会执行负激励；

经抽查发现各中心经理、行销经理、省经理、各专员在走访市场期间没有按照例会排期参加对应的会议，负激励50元/次。

3、市场走访

市场走访总则：原则上要求销售人员每月70%的工作时间必须走访市场。如有特殊情况不能走访市场必须向中心办公室说明备案；

市场走访标准见下表：

要求各中心经理每月25日提报下月市场走访计划给销售部办公室，行销经理、省经理、城市经理、专员每月25日提报下月市场走访计划给中心办公室，；要求严格按照计划走访市场，如有特殊原因需要更换行程的，需提前提交行程更改说明并有直接上级审核确认；

在走访结束后与驻地客户的销售人员分析走访时发现的问题，并明确整改的措施和排期；

每月1日提报上月走访报告，凭走访报告报销差旅费；

城市经理每天在走访市场后，需对每天工作情况进行记录，记录在10年半年度客户中下发的城市经理笔记本内。

激励办法：

未按时提报市场走访计划，负激励50元/天；

没有按照计划排期走访市场，负激励50元/次。特殊情况不能按时走访市场且未在中心办公室备案的按照未走访执行负激励；

走访市场没有走访报告，按照未走访执行负激励；

公司人员检查市场过程中，如发现城市经理未在笔记本内填写工作日志，每少填写一天负激励25元。

4、经销商拜访

中心经理、行销经理、省经理对所管辖区域内的重点经销商每月必须进行至少三次面对面拜访；对所管辖区域内的非重点经销商每月至少有两次电话拜访；

负责多市场的城市经理对所辖区域的重点经销商每月不少于五次的面对面拜访，对非重点经销商每月不少于两次的面对面拜访；负责单市场的城市经理每天必须严格按照上班时间到经销商处报到。

激励办法：

中心经理、行销经理、省经理未按要求对经销商进行拜访，对未达标项目负激励50元/项；城市经理未按要求对经销商进行拜访，对未达标项目负激励30元/项；

销售人员在拜访经销商或查店时必须携带五项工具、两本书及五张表，未携带负激励50元/次，少带按未带处理，负激励50元/次。

5、经销商提出问题回复

经销商将需要解决的问题反映给当地城市经理，如城市经理可以处理，则必须在6小时内给予处理；如城市经理不能处理，则在2小时内反馈给省经理，如省经理可以处理，则必须在6小时内给予处理；如省经理不能处理，则必须在2小时内反馈给销售中心经理，销售中心经理可以处理需在6小时内给予处理，如销售中心经理不能处理，则必须在2小时内反馈给销售部，销售部在6小时内给予处理意见，全部流程时间控制在24小时内。

——所有投诉到总部的问题必须通过销售中心反馈。杜绝出现经销商越级反馈的情况。

激励办法：

销售部在接到经销商反馈的问题后进行核实确认，如发现经销商反馈的问题已告知城市经理，但城市经理未予解决，或未向上级反馈，第一次出现对城市经理负激励200元，第二次出现城市经理回总部学习；如城市经理反馈至省经理处，省经理未及时处理或未及时向上级反馈，第一次出现对省经理负激励200元，第二次出现省经理回总部学习；如省经理反馈至中心经理处，中心经理未及时处理或未及时向上级反馈，第一次出现对中心经理负激励200元，第二次出现中心经理回总部学习

6、终端售卖

售卖时间为17：00—19：00

售卖地点：所负责市场有导购员的卖场，每三天换一家店；

销售部办公室、中心办公室不定期对所有人员售卖情况进行抽查；

激励办法：

未售卖，对销售中心经理负激励200元/次，行销经理、省经理、分公司经理负激励150元/次，城市经理负激励100元/次；

参加售卖人员次日参加经销商晨会时告知经销商售卖情况；

备注：如因特殊原因不能售卖者与直接上级请假，同意后方可不参加售卖。

7、工作纪律

严禁销售人员参与赌博；

严禁销售人员出入有色情的酒吧、歌厅等娱乐场所；

严禁驻地销售人员招待走访市场的各级人员；

严禁驻外销售人员利用职务之便向经销商吃、拿、要、借行为较严重的（一般指金额超过300元）；

严禁驻外销售人员给巡查人员好处，引导巡查人员在自己管理较好的区域、街道检查；一经发现负激励500元/次。

逢年过节时，严禁下级部门给上级部门买礼品；

开会时不允许带特产；

随时注意言谈举止，时刻维护公司良好形象；杜绝打架斗殴等不文明行为。

考核办法：

各销售中心所有人员均负有监督、举报的权利和义务；

参与赌博，一经查实所有参与人员给予赌博最高金额的三倍考核并解聘，蒙牛公司永不录用；

出入有色情的酒吧、歌厅等娱乐场所，一经查实，买单人给予解聘，其他所有参与人员考核3000元/次，并全公司通报；

出现招待上级部门人员或赠送礼品的情况，对两双当事人各给予发生金额的三倍考核；

参与打架斗殴，一经查实，给予3000元/次负激励。

**销售人员管理制度篇十四**

一、对销售部进行整体管理；

二、做好市场调查工作，提出改进销售和开发新产品的建议；

三、制定、策划所负责区域的月、季、年的销售计划和促销方案；

四、负责开发新市场，并做好市场的布局、造势工作；

五、负责指导各区域销售人员工作，处理销售主管遇到的疑难问题并有权调整选择区域销售人员；

六、负责与企划部联系，做好销售人员的培训工作；

七、有权调整各区域经销商，做好客户原始档案的初步建立工作；

八、负责制定各区域的销售价格，在公司出厂价的基础上有一定的价格浮动权；

九、密切和协调与经销商的关系；

十、负责监督实施公司各种产品销售工作；

十一、掌握客户的货款结算情况，凡由于销售代表原因导致经销商延迟结款或违约不结货款造成的一切损失，销售部经理有权力追究具体销售人员的责任；

十二、销售部经理工作直接由总经理监督，并对总经理负责。

**销售人员管理制度篇十五**

第一条：对本公司销售人员的管理，除按照人事管理规程外，悉依本规定条款进行管理。

第二条：原则上，销售人员每日按时上班后，由公司出发办理公事结束后，应该返回。

第三条：销售人员凡因公司关系误餐时，依照公司有关规定发给误餐费x元。

第四条：部门主管按月视实际业务量核定销售人员的业务费用，其金额不得超出下列界限：经理xx元，副经理xx元，一般人员xx元。

第五条：销售人员业务所必须的费用，以实抱实销为原则，但事先须提交费用预算，经批准后方可实施。

第六条：销售人员对特殊客户实行优惠销售时，须填写“优惠销售申请表”，并呈报主管批准。

第七条：在销售过程中，销售人员须遵守：

（一）注意仪态仪表，态度谦恭，以礼待人，热情周到；

（二）严守公司经营政策、产品售价折扣、销售优惠办法与奖励规定等商业秘密；

（三）不能诱导客户透支或不正当渠道支付货款。

第八条：除一般销售工作外，销售人员的工作范围包括：

（一）向客户讲明产品使用用途、设计使用注意事项。

（二）向客户说明产品性能、规格的特征。

（三）处理有关产品质量的问题。

（四）会同经销商搜集下列信息，经整理后呈报给上级主管，

a客户对产品质量的反映。

b客户对价格的反映

c用户用量以及市场的需求量

d对其他品牌的反映和销量。

e同行竞争对手的动态信用。

f新产品的调查

（五）定期调查经销商的库存、存款回收以及其他经营情况。

（六）督促客户订货的进展；

（七）提出改进质量、营销方法和价格等方面的建议。

（八）退货处理

（九）整理经销商和客户的销售资料。

第九条：公司营销或企划部门应备有“客户管理卡”和“新老客户状况调查表”，供销售人员做客户管理之用。

第十条：销售人员应将一定时期内（以月或季度）的“工作计划表”的形式提交主管。

第十一条：销售人员应将固定客户的情况填入“客户管理卡”和“客户名册”，以便自己和上级以及营销部门更好了解客户情况，以保障推销工作的顺利进行。

第十二条：各销售公司（无锡，上海）应填写“客户统计分析表”，以供销售人员参考。

第十三条：销售人员对自己的经销商或指定的经销商，应给予援助指导，帮助其解决困难。

第十四条：销售人员有责任协助和解决各级经销商之间的摩擦和纠纷，以促使经销商的精诚合作。如销售人员无法解决，应请公司主管出面解决。

第十五条：关于财务和销售（）

第十六条：销售人员要将定期的“工作报告”交给主管上级和部门。

第十七条：对于新开发的客户，应填写“新开拓客户填报表”，以呈报主管部门填写管理卡。

**销售人员管理制度篇十六**

打造一支有战斗力的服务产品营销的队伍，不断提高员工素质和自身潜力，使之成为企业经营战略和市场策略的有力执行者。

适用于营销事业部全体员工，为了加强对营销事业部人员的管理。

一、行为、礼仪及个人素养

营销部员工应立足于成为规范的高素质的职业营销人，在日常行为、个人礼仪和职业素养方面不断提升自我，把自我当作一个“品牌”来保养和维护。

1：着装及仪容

营销部员工宜着职业装上班，周五可穿得比较休闲；

服装整洁干净，注意领口和袖口卫生；

男员工不留胡须，头发整洁；

女员工可着淡妆，但不得浓妆艳抹

2：办公室礼仪

学会微笑对人，注意倾听；

多用“请”、“您”等字眼，做到彬彬有礼；

反应灵敏、迅速

办公室内不得嬉笑、打闹、大声喧哗，以及出现其他打瞌睡等非职场行为

公司部门间同事沟通如同与客户沟通一样，有礼貌，做事负责到底

3：电话

电话务必在电话铃声第三响前接听，如本人因故暂时无法接听，临近员工应代为接听并记下对方电话以便回电。

与客户通电话，一般不得主动提出结束电话

传真发出后，应主动电话联系传真结果

4：职业素养

诚实、谦虚，有错主动承认方可赢得机会瓜田李下，注意避嫌，尤其是与客户交往、出差等过程中，注意维护自我的职业声誉拓宽知识面，不断提高自我的个人素质和个人修养

快速反应，立刻行动，有追根究底、不达目的誓不罢休的精神

二：内部管理管理

1：请假及调休制度

1、请假须提前一天填写“请假单”，部门经理批准签字后交人力资源部备案。突发事件请假须透过电话由部门经理确认，回公司半个工作日内补齐相关手续。

2、调休务必提前一天填写“调休单”，部门经理批准签字后交人力资源部备案。

3、请假时光半天以内，向部门经理口头申请

2：值日制度

值日时光

轮值员工提前10分钟到达办公室，在早8：50之前完成相关值日资料。

值日资料

值日资料包括〈1〉办公桌清洁〈2〉废纸筐清理（3）公共卫生清理

顶替制

若轮值员工因故不能进行值日工作，则按值日表顺延顶替。

周清洁制度

每周六下午5：30，全员进行一次彻底的卫生清扫。

3、总结制度

按照公司规定，每人填写每周工作报告。能够不提交，但部门经理应进行抽查。

各部门经理每周五提交，月底提交《月度工作进度控制表》，年底提交

《年度工作进度控制表》。（出差例外，但须补交）

出差人员须提交出差报告。

4、培训伙伴制度

新员工到岗后，部门经理为其指定一位老员工作为其培训伙伴，新员工可就工作开展的各

方面向培训伙伴请教老员工有职责和义务帮忙新员工迅速进入工作状态

对老员工的考核项目中，新员工的成长将作为一个考核的重要方面

5、项目负责制

部门就一些临时项目指定项目负责人，该负责人负责项目的计划、实施和结果评估；

该项目负责人征得部门经理同意，有权根据项目状况征集人员和相关资源，相关人员务必

全力支持

三：例会制度

1、部门经理例会制度

时光：每周在营销事业部会议室一次。

形式：采用报告、座谈、培训等形式进行

资料

1、近期工作出现的问题，如何解决；

2、公司最新政策、市场策略；

3、各销售部经理讨论各区域市场状况；

4、员工就市场动态提出自已的看法；

5、培训及培训反馈报告

2、各部门例会制度

由各部门经理制订内部会议制度。每周提交会议纪要。

销售部由于特殊状况，每周看首代的周报。

四：相关表格

1：“请假单”用于请假。

2：“调休单”用于调休。

3：“派车单”用于使用公司车辆。

4：“信息传递及工作联系单”用于部门间传递信息。

5：“请购单”用于部门请购办公用品。

6：“付款申请单”用于申请费用。

7：“费用报销单”用于接待费、差旅费之类的费用报销。

8：传真/信件：传真及信件要按标准格式并使用指定纸张。

**销售人员管理制度篇十七**

1、当对方拒绝订货时，首先应问清原因，以对症下药。

2、若对方提出资金周转困难时，应强调经销本企业产品风险小，周转快，利益回报大（列举具体数字说明）。

3、若对方回答负责人不在，应问明负责人什么时间回来，是否可以等候，或什么时间可再来联系。也可请对方提出大致意向。

4、若对方提出现在很忙，无暇洽谈时，要判断这是对方有意推辞，还是确实没有时间。不论为何，都要对在百忙之中打扰对方，提出歉意。并提出与对方仅谈×分钟（可视情况递减）。注意洽谈一定要按约定时间结束。

5、若对方嫌价格太高时，应首先申明本企业奉行低价优质政策，然后举实例，与同类产品比较。强调本企业向客户低价提供商品，强调一分钱一分货的道理，强调本企业有优质的售后服务系统。

6、若对方提出由其他厂家进货时，首先要问清原因。然后以数字进行比较。说明从本企业进货的优越性。

7、若对方提出已有存货时，应转问是否需要其他商品，或者告知由于本产品畅销，应有充足的存货。

8、若对方提出退货，应首先问明退货的理由。若理由成立，应劝导对方改购其他商品。

9、若对方偏好其他企业产品，则应用具体数字说明本企业产品绝不逊于其他产品，且有其他产品不可替代的特性。

10、若对方对本企业抱有成见，或以往发生过不愉快的事，或对推销员本人抱有偏见时，首先要向对方赔礼道歉，然后问明原由，做出解释。最后，诚恳地希望对方对本企业和本人工作提出建设性意见。并利用这一时机，进一步与客户洽谈业务。

11、若对方提出本企业供货不及时，推销员应首先表示歉意，然后讲明事出有因。最后保证改进工作，决不再发生类似问题。

12、若对方提出采用易货交易方式时，首先向对方建议表示赞同，然后提出易货交易的种种弊端，促使对方放弃原来的建议。

13、若对方默不作声，有问无答时，应直接明了地提出自己的看法：这样不利于双方交流，如对本人有什么看法，请明示。然后可采取以下对策：

①反复讲明来意。

②寻找新话题。

③询问对方最关心的问题。

④提供信息。

⑤称赞对方稳健。

⑥采用激将法，迫使对方开口。

1、向对方在繁忙中予以接待表示谢意。

2、表明以后双方加强合作的意向。

3、询问对方下一次洽谈的具体时间。自己可以提出几个时间，让对方选择。

4、询问对方是否有个人私事，需要自己帮忙。

5、向对方及其他在场人员致谢、辞行。

（二）销售访问客户的要点

1、了解市场动态，听取客户反映，收集市场信息。

2、开拓新市场，争取到更多的新客户。

3、把握客户的信用状况。

4、为调整促销重点、促销方法、交易方法提供依据。

1、与客户打招呼、问候、联络感情。

2、实地考察客户是否进一步扩大订货的余地。

3、直接向客户说明本企业产品的特性、优点及价格偏高的原因（如：①使用优质材料。②高质量。③与其他企业产品的性能价格比等）。

4、向客户提出扩大订货量的要求。

5、希望客户与本企业建立长期稳固的合作联系。

6、在时机成熟时，向客户提出按期支付货款要求。

7、从多个侧面了解客户信用状况。

8、与客户交流经营管理经验，互为参考。

9、把客户访问作为开拓新市场的一种手段。

1、客户若是小公司，拜访人员级别与顺序是：

（1）店长（或经理，或主任）。

（2）采购负责人。

（3）销售负责人。

2、客户是大公司，拜访人员级别与顺序是：

（1）采购部长（重点访问对象）。

（2）总经理（礼节性拜访）。

（3）销售部长。

与被访者会面时，不论是否已经相识，都要致以礼貌性问候。言词应恳切、热情。主要话题包括：

1、祝贺高升。

2、问候身体情况。

3、祝贺事业发达。

4、贸然打扰之歉意。

1、向对方给予本企业在业务上的厚爱和照顾表示谢意，向对方给予本企业推销员的照顾表示感谢。

2、向对方请教本企业产品在哪些客户或地区畅销，在哪些客户或地区中滞销，原因何在。

3、请对方介绍其经营情况。

4、与对方的交谈过程中，有意识地进行市场调查。

5、请对方介绍其经营方针、管理方法、销售制度等，并提出自己的见解或建议。

6、听取对方陈述面临的问题或对本企业意见或建议，共商解决办法。

7、听取对方对双方进一步合作时的希望，对本企业销售制度、销售方法、结算方法等的忠告。

8、在适宜场合，介绍本企业的新产品。

访问结束时，销售部长应逐一与被访者辞行、致谢。辞行顺序是先高后低（即职务或级别高低。）

（三）外销员业务技巧要点

特殊的工作性质，要求外销员不断提高自身素质，陶冶情操，加强修养。

1、注意个人身体，有健康的体魄。以胜任繁重的工作。

2、工作要有计划性，条理性，适应性。

3、要有坚韧不拔的毅力，克服困难的决心，不达目的决不罢休的信念。

4、在业务上要有进取心，虚心好学，不耻下问，不仅有宽阔的知识面，而且对本专业还要做到精通。

5、有高超的语言技巧、公关能力和灵敏的反应能力。

6、面对客户，不管出于怎样的目的，都应以诚待人，以信为本，以义行事。取得客户的信赖，保持责任感，保持良好的人格与节操。

7、具有较强的统计分析能力，时刻注意搜集信息，判断信息，抓住机会，迎接挑战。

1、遵守作息时间，不迟到，不早退，休息时间不得擅自外出。

2、外出联系业务时，要按规定手续提出申请，讲明外出单位、外出目的，外出时间及联系方法。

3、外出时没有他人监督，必须严格要求自己，自觉遵守企业的规章制度。

4、外出时，不能公私兼顾，公款私用。

5、外出使用本企业的商品或物品时，必须说明使用目的和使用理由，并办理借用或使用手续。

6、本企业与客户达成的意向或协议，外销员无权擅自更改，特殊情况下，必须征得有关部门的同意。

7、在处理契约合同、收付款时，必须恪守法律和业务上的各项规定，避免出现失误。

8、外出时，应节约交通、通信和住宿费用。外销员外出时，应及时向上级汇报业务进展情况，听取上级指示，遇到特殊情况时，不能自作主张。外出归来后，要将业务情况详细向上级报告，并请上级对下一步工作做出指示。

1、日常业务

外销员因没有外出业务而在公司坐班时，主要负责订货单据的整理、送货的准备、货款的核算、与客户及相关业务单位的联系等工作。另外还包括下次出差的准备、退货的处理等业务。

2、市况报告

外销员将出差时所见所闻，包括市场供求状况、客户需求趋势与要求、竞争对手的营销动态、价格变动动态、新产品开发情况等及时地向相关负责人反映。

3、工作安排

出差前应对下一段工作做出计划，包括：

（1）对上段工作的总结与回顾。

（2）上级对下阶段工作的指示。

（3）下一阶段具体的业务对象、工作重点与对策。

出差前的准备应包括如下内容：

（1）外销资料、样品的准备。

（2）制定出差业务日程表。

（3）各种票据、印章、介绍信的准备。

（4）车、船、飞机票的预定。

（5）差旅费准备。

（6）个人日常生活用品的准备。

一、概要

（一）销售部长对客户进行访问，不同于推销员上门推销，但在意义与后者同样重要。通过对客户的访问，可以：

1.了解市场动态，听取客户反映，收集市场信息。

2.开拓新市场，争取到更多的新客户。

3.把握客户的信用状况。

4.为调整促销重点，促销方法、交易方法提供依据。

（二）客户访问的主要目的是：

1.与客户打招呼、问候、联络感情。

2.实地考察客户是否有进一步扩大订货的余地。

3.直接向客户说明本企业产品的特性、优点及价格偏高的原因（如：1使用优质材料。2高质量。3与其他企业产品的性能价格比等）。

4.向客户提出扩大订货量的\'要求。

5.希望客户与本企业建立长期稳固的合作联系。

6.在时机成熟时，向客户提出按期支付货款要求。

7.从多个侧面了解客户信用状况。

8.与客户访问做为开拓新市场的一种手段。

（三）访问客户时，应正确确定拜访的人及拜访顺序。

1.客户若是小公司，拜访人员级别与顺序是：

（1）店长（或经理，或主任）。

（2）采购负责人。

（3）销售负责人。

2.客户是大公司，拜访人员级别与顺序是：

（1）采购部长（重点访问对象）。

（2）总经理（礼节性拜访）。

（3）销售部长。

二、访问方法

（一）会面时礼节性问候

与被访问者会面时，不论是否已经相识，都要致以礼貌性问候。言词应恳切、热情。主要话题包括：

1.祝贺高升。

2.问候身体情况。

3.祝贺事业发达。

4.冒然打扰之歉意。

（二）进入正题时话题要点

1.向对方给予本企业在业务上的厚爱和照顾表示谢意，向对方给予本企业推销员的照顾表示感谢。

2.向对方请教本企业产品在哪些客户或地区畅销，在哪些客户或地区中滞销，原因何在。

3.请对方介绍其经营情况。

4.与对方的交谈过程中，有意识地进行市场调查。

5.请对方介绍其经营方针、管理方法、销售制度等，并提出自己的见解或建议。

6.听取对方陈述面临的问题或对本企业意见或建议，共商解决办法。

7.听取对方对双方进一步合作时的希望，对本企业销售制度、销售方法、结算方法等的忠告。

8.在适宜场合，介绍本企业的新产品。

访问结束时，销售部长应逐一与被访者辞行、致谢。辞行顺序是先高后低（即职务或级别高低）。

外销员业务要点

一、要点

外销员接受科长或所长的指导和管理，依据企业经营方针、指令和业务处理制度，以极大的热情和崇高的责任感，积极投身于企业的营销活动中，从推销订货、催收货款、交货、开拓新客户、处理客户投诉与交易纠纷，以及对市场供求和市场竞争对手调查等活动，以实现扩大订货，保证货款及时收回，增加企业效益，扩大企业产品市场占有率等诸目标。这要求外销员工作态度要认真积极，外销技巧娴熟，并保证高出勤率以到出满勤。

（一）外销员的素质要求

特殊的工作性质，要求外销员不断提高自身素质，陶冶情操，加强修养。

1.注意个人身体，有健康的体魄。以胜任繁重的工作。

2.工作要有计划性、条理性、适应性。

3.要坚忍不拔的毅力，克服困难的决心，不达目的决不罢休的信念。

4.在业务上要有进取心，虚心好学，不耻下问，不仅有宽阔的知识面，而且对本专业还要做到精通。

5.有高超的语言技巧、公关能力和灵敏的反应能力。

6.面对客户，不管出于怎样的目的，都应以诚待人，以信为本，以义行事。取得

客户的信赖，保持责任感，保持良好的人格与节操。

7.具有较强的统计分析能力，时刻注意搜集信息，判断信息，抓住机会，迎接挑战。

（二）外销员容易出现的毛病

1.不思进取，商品知识贫乏，不愿提高业务能力，安于现状，得过且过。

2.对工作进展毫不关心，不安心本职工作。不愿外出联系业务，不愿承担责任。礼仪、说明、推销、交货、催收款等必需的基本业务技巧不熟练。工作马马虎虎，丢三拉四，过失不断。不进行市场和客户调查，一知半解，常常因对市场把握不准，或对客户的信用、经营情况不了解，而造企业损失。联系以上问题，外销员应深入反省，通过自我开发和上级及同事的指导。提高自身素质和综合业务知识，努力成为一个优秀的外销员。

二、业务要求

（一）勤务要求

1.遵守作息时间，不迟到，不早退，上班时间不得擅自外出。

2.外出联系业务时，要按规定手续提出申请，讲明外出单位、外出目的、外出时间及联系方法。

3.外出时没有他人临督，必须严格要求自己，自觉遵守企业的规章制度。

4.外出时，不能公私兼顾，公款私用。

5.外出使用本企业的商品或物品时，必须说明使用目的和使用理由，并办理借用或使用手续。

6.本企业与客户达成的意向或协议，外销员无权擅自更改，物殊情况下，必须征得有关部门的同意。

7.在处理契约合同、收付款时，必须恪守法律和业务上的各项规定，避免出现失误。

8.外出时，应节约交通、通信和住宿费用。

三、非处出时间的工作

（一）日常业务

外销员因没有外出业务而在公司坐班时，主要负责订货单据的整理、送货的准备、货款的核算、与客户及相关业务单位的联系等工作。另外还包括下次出差的准备、退货的处理等业务。

（二）市况报告

外销员将出差时所见所闻，包括市场供求状况、客户需求趋势与要求、竞争对手的营销动态、价格变动动态、新产品开发情况等及时地向科长反映。

（三）工作安排

上次外出工作仅告一段落，在下次出差前，应对下一段工作作出计划。包括：

1.对上段工作的总结与回顾。

2.上级对下阶段工作的指示。

3.下一阶段具体的业务对象、工作重点与对策。

（四）出差准备

1.外销资料，样品的准备。

2.制定出差业务日程表。

3.各种票据、印章、介绍信的准备。

4.车、船、飞机票的预定。

5.差旅费准备。

6.个人日常生活用品的准备。

四、外勤须知

（一）合理安排时间

外销员外出的主要目的是与客户洽谈，所以在时间安排上，应尽量减少往复时间（又称成本时间），把更多的时间用于与客户洽谈（又称效益时间），提高出差的时间价值（这等于效益时间/成本时间）。时间价值越大，外销员可以与更多的客户洽谈或对同一客户进行更多的洽谈，从而提高外销业务的价值。为此：

1.熟悉沿途各种交通工具的发车时间、中转时间和到达时间，对各种交通工具所需要的时间、交通费作比较。

2.对客户的地理位置、访问路线及次序作出合理安排，尽量减少迂回重复。

3.认真核算访问每一客户所需要的时间，根据以上几项确定出周密的日程安排。

（二）事先与客户联系

在外出之前，应尽量与客户取得联系，以免对方负责人外出，造成无谓的浪费。在联系时，应向对方通报此行的主要业务内容。

（三）洽谈前准备

外销员到达出差地后，与客户正式洽谈前，还须作一系列准备工作。

1.仔细核算客户货款支付情况，对客户未付款的数量，应支付的时间期间有清楚的了解

2.对欲访问企业的经营情况有清楚把握。

3.对与客户洽谈的要点、谈话策略、推销（或催收款）要领作进一步筹划

4.确定开始时间、洽谈时间、结束时间。

5.到该企业所属营业机构实地观察，了解商品结构的变化、销售情况、客流量、商品库存、商品摆设、服务质量等情况。

四、外销应酬技巧

（一）要点

1.给人以彬彬有礼的第一印象，仪表姿态要端正，言词要恳切，要充分表达对客户的尊重与谢意。

2.当对方有客人时，要注意掌握谈话时机，不得随意插话。

3.对方感兴趣的商品，要详加说明。

4.与对方洽谈时，用语应准确，思路连贯，表达完整，条理清楚，语调要适中，不能给人油腔滑调、强买强卖的感觉，努力创造一个良好的洽谈气氛。

5.洽谈时，应开门见山，直接说明来意，不能过多地讲游离于业务主题之外的话，以免浪费双方时间，引起客户反感。

6.洽谈时察颜观色，注意客户的心理变化，抓住时机，循循善诱，引发客户购买动机。

7.在催付款时，应控制情绪，避免与客户发生口角或冲突。

8.对洽谈过程中，超出自己权限的问题，如降价或延长支付期限的要求，外销员不能立即答复

**销售人员管理制度篇十八**

企业零售业务采用两种收款方式：一种是商店设收款台方式；另一种是无收款台（一手钱一手货）方式。

（l）售货员在顾客挑选好商品后，开具“交款凭证”（一式三联），第1、第2联交给顾客到收款台交款，第3联售货员暂时留存。

（2）顾客持1、2联“交款凭证”到收款台交款。

（3）收款员收款完毕。在交款凭证上盖章并加贴计算机结算单，第2联收款员留存，第1联交顾客到柜台交票取货（大件贵重物品顾客需要发票，由售货员代理）。

（4）售货员收到顾客盖有收款章和计算机结算单的第1联“交款凭证”后与留存的第3联“交款凭证”核对无误后，将商品随同第3联“交款凭证”交给顾客，第1联交款凭证售货员留存。

（5）每日售货员凭“交款凭证”第1联汇总个人当日销售额，并做登计，组长签字。

（6）收款员根据“交款凭证”第2联汇总销售额，与当日收款额核对无误后，按柜组填制“交款凭证汇总表”1——4联，1联转柜组，与第1联交款凭证汇总金额核对，2联转会计，3联连同“交款凭证”第2联转商品账，4联转统计员。

（7）收款员清点货款后，填制“（）组交款单”（一式四联）签字后双人交会计室。

（8）商店会计室收到交来的货款，经双人清点无误后在“交款单”上加盖“款已收讫”章，及收款人名章，第1联退收款台，第2联会计记账，第3联商品账记账，第4联封签。

（9）商品账凭收款台转来第1联“交款凭证”填制“营业部门日清日结销售汇总表”一式三联，凭第1联记“经（代）销库存商品明细账”销售数量。2联转统计，3联转柜台。

（10）商品账凭“交款凭证”和“交款凭证汇总表”填制“营业部门进、销、存日报表”（一式三联），凭第1联记经销库存商品金额分类账减少，第2、3联分别转交商店会计员和统计员。

（11）商店会计、统计员接到商品账转来的“营业部门进销存日报表”和“日清日结销售汇总表”对其进行审查核实，并与当日“交款单”核对，无误后做相应的账务处理。

（12）商店会计室库存商品金额分类账控制商品账、库存商品金额分类账。

（13）顾客要求退款由售货员开具“交款凭证”红字，经双人签字。

（l）顾客挑好商品，由售货员直接收款，将商品交给顾客。

（2）售货员每售一笔商品都要登记在“营业员销售卡”上面，不要漏登、重登。

（3）每日营业终结前，售货员将营业员销售卡进行汇总计算个人的销售额，并与当日收到的现金核对无误后会计室，营业卡转商品账。

（4）会计室点款、核票无误后，经双人签字，盖章留存第2联，将交款单第l联退收款员（柜台），第3联转商品账，第4联封签。

（5）商品账根据“营业员销售卡”填制“营业部门日清日结销售汇总表1—3联”。

（6）商品账根据“营业部门日清日结销售汇总表第1联”，记经销商品库存商品明细账中的柜台减少。

（7）无法进行日清日结的商品，营业部门可以不必做“日清日结销售汇总表”，可不逐笔登记“经（代）销库存商品明细账”。月末按照公司主管经理审批签名的盘点表（实物盘点）统计公司内每一种商品的月销售数量。

（8）商品账根据“旧清日结销售汇总表”填制“营业部门进、销、存日报表”。无法进行日清日结的商品，根据“交款单”填制“营业部门进、销、日报表”，凭第1联登记“经销库存商品”金额分类账减少，第2、3联分别转会计员、统计员。“旧清日结销售汇总表”2联转统计，3联转柜台。

（9）顾客要求退款由售货员登记销售卡红字，经组长签字，票据流转程序视同销售。

**销售人员管理制度篇十九**

干净整洁、落落大方的仪表给人以良好的感觉，促销员是公司形象代表。因此作为一名优秀

的促销员应该时刻地注重自己的仪表形象。工作期间要做到如下要求：

·注意发型不宜太夸张，包括头发颜色、头发形状；

·化妆要适宜，不宜浓妆；

·不能戴太大的耳环；

·指甲不要留得太长，也不要染色；

·着装要求统一、整洁大方，不能穿休闲类服饰；

促销员应保持热情主动的促销意识，针对不同的情况，及时对光临的顾客礼貌问候，主动介绍，让顾客在愉快的气氛中接受促销员的推荐，促成购买。促销员在整个销售过程中，尽量要做到热情大方，但不必过于谦卑，用热情的服务来打动顾客，感染顾客。工作中使用礼貌用语，做到彬彬有礼，和蔼可亲。

不同情况下的用语

见到来售点的顾客“您好，欢迎光临”；

称呼顾客应使用：您、老师、师傅、先生、大姐、小姐等礼貌称谓；

对已购物的顾客表示感谢“谢谢您！”“欢迎再次光临！

对未购买者，可使用“没有关系！”“欢迎下次光临！”等鼓励性话语；

不能立刻接待顾客应对顾客说“对不起，让您久等了”；

介绍产品时“让我为您演示一下产品的功能，好吗？”“请您看一看我们的产品介绍，好吗？”等；

在顾客等待之后“抱歉，让您久等了！”

在请教顾客时“对不起，请问您贵姓？”；

在向顾客道歉时“非常抱歉，给您添麻烦了”。

1、言语举止符合规范；

2、对产品的相关知识要了解，当顾客的好参谋，不夸大其词产品功能或功效；

3、热情、自信地待客，不冷落顾客；

4、顾客较多时，应“接一、待二、招呼三”（重点接待某位、分发宣传品给几位、回答另一位的提问或提供帮助），要借机造势，掀起销售高潮；

5、耐心待客，不得有不耐烦迹象；

6、为顾客拿产品或进行包装时应熟练、正确，递给顾客时应使用双手；

7、不强拉顾客；

8、不恶意诋毁竞争对手的商品。

1、准时上、下班，上班时间内不允许出现空岗；

2、请假应遵守公司和卖场的考勤规定；

3、就餐时间严格遵照卖场规定；

4、上班不得闲聊、吃东西、看报刊、唱歌、喧哗等；

5、不能坐、靠着待客；

1、对购买后的回头咨询的顾客，应热情、耐心地予以解答；

2、对待投诉，应热情地接待，确认投诉内容是否确因本公司的产品或服务引起的；若不是也必须耐心解释；

3、确因本公司的产品或服务引起的，应确认是否使用不当引起的；对于用法不当引起的，应悉心讲解，并表示歉意；

4、确因质量问题引起的，应予以退、换货，并表示歉意，（若企业允许，可送给某种赠品等）但要遵守有关退换货规定执行；处理后需取得卖场的盖章证明，交办事处上报公司；

5、问题较严重的，应先安抚好顾客情绪，并马上向业务主管或其他上级汇报；

6、及时与顾客协调处理，并取得相关部门证明（如鉴定报告、诊断病历卡、费用发票等），签订〈投诉处理协议〉（见附表），达成正式谅解；

7、月底将所有相关资料（卖场小票或证明、相关部门证明、顾客有效证件复印件、上级批复的申请、协议等）报予公司；

10、整个处理过程应注意隔离事件，严防事件被进行不利的报道。

1、上班要准时：若发现无故旷工或者擅自离职者，公司会记录在考勤表上，该员工应自觉捐款（捐款金额不限）到公司作为活动开销的一部分。

2、积极参加公司各种培训活动，努力提高推销技巧；

3、业绩考核：

a、薪资构成：薪资=基本工资+销售提成奖+考核奖金；

b、基本工资：基本工资是促销员最低生活保障，与考勤挂钩；

c、销售提成奖

任务销量：依据超市具体情况而定

4如销售员月任务量为1万元，完成任务量，按以下二种方式全额提成：

第一方案：1584

a纸品按1.5%的提成。

b尿片、尿裤湿巾按3.3%的提成。

c卫生巾按6%的提成。

d特价纸按0.5%的提成。

示例：如本月销售特价20xx元、纸品5000元、尿片尿裤及湿巾6000元、卫生巾和护垫20xx元，本月总销量15000元，也完成任务量，提成如下

特价：20xx元×0.05%=10元

纸品：5000元×1.5%=75元

尿片、湿巾：6000元×3.3%=198元

卫生巾：20xx元×6%=120

考核奖金：奖金是指在本月销售任务量的基础上有一定的提升所给予的奖励。在本月销售任务量的基础上超额20%给予50元的奖金，30%给予100元的奖金，以此类推奖金达到200元封顶。

如：本月任务量是10000元，实际销量为15000元，已在本月任务量的基础上超出50%给予150元的奖金。

薪资:830（基本工资）+403（销售提成）+150（考核奖金）=1383元

第二方案：在第一方案的基础上提成比例点有一定降低，另加300元的其他费用

a纸品按1%的提成。

b尿片、尿裤湿巾按2%的提成。

c卫生巾按3%的提成。

d特价纸按0.5%的提成。

示例：如本月销售特价20xx元、纸品5000元、尿片尿裤及湿巾6000元、卫生巾和护垫20xx元，本月总销量15000元，也完成任务量，提成如下：

特价：20xx元×0.05%=10元

纸品：5000元×1%=50元

尿片、湿巾：6000元×2%=120元

卫生巾：20xx元×3%=60

考核奖金：如同第一方案。

薪资:830（基本工资）+240（销售提成）+150（考核奖金）+300（其他费用）=1520元

若未完成任务量没有提成及奖金，只有保底工资。

一个优秀的促销员经过长期的工作经验积累之后，能练出一双火眼金星的眼睛，能对顾客作

出准确的判断，从顾客的年龄、衣着、语言、表情等方面可以综合判断顾客的身份，并对顾客作

出以下分类：

a、漫不经心、随便看看的；

b、有购买意向，前来打听价格的；

c、想购买但还存在犹豫心理的；

d、能够作出决策、马上购买的。

如果能作到这一点的话，那么就能够针对不同顾客实施不同的促销办法和促销技巧，对顾客

购买力的判断，要先衡量顾客的意愿和能力，不要在无购买能力、无购买需求、无购买决定权的

人花费太多的时间。

在促销中可以采取以下策略：

对付精打细算的：可以采取施以小恩小惠赠送其一些小礼品；

对付爱唠唠叨叨的：可以采取与其泡蘑菇的办法不要轻易放弃；

对于爱挑三拣四的：一定要耐心解释他们提出的问题。

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