

钢瓶销售工作计划 销售工作计划(实用5篇)

计划是人们为了实现特定目标而制定的一系列行动步骤和时间安排。计划书写有哪些要求呢？我们怎样才能写好一篇计划呢？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。

钢瓶销售工作计划 销售工作计划篇一

充分利用现有资源，尽努力、限度的开拓市场。鉴于目前我们的终端数量有限的情况在争取投放的同时，也会为未来的市场多做铺垫工作，争取有更多大投放量、长期投放的客户参与进来。根据终端数量的增长情况，有针对性地调整工作策略、开发新的领域。

1、在第一季度，以市场铺垫、推动市场为主，扩大xxx公司的知名度及推进速度告知，因为处于双节的特殊时期，很多单位的宣传计划制定完成，节后还会处于一个广告低潮期，我会充分利用这段时间补充相关知识，加紧联络客户感情，以期组成一个强大的客户群体。适当的寻找小一些的投放客户将广告投放进来，但我预计对方会有要求很低的折扣或者以货抵广告费的情况。

2、在第二季度的时候，因为有“五一劳动节”的关系，广告市场会迎来一个小小的高峰期，并且随着天气的逐渐转热，夏季饮品、洗浴用品、防蚊用品等的广告会作为投放重点开发。

3、第三季度的“十一”“中秋”双节，广告市场会给后半年带来一个良好的开端，白酒、保健品、礼品等一些产品会加入广告行列。并且，随着我公司终端铺设数量的增加，一些投放量大的、长期的客户就可以逐步渗入进来了，为年底的广告

大战做好充分的准备。

4、年底的广告工作是一年当中的顶峰时期，加之我们一年的终端铺设、客户推广，我相信是我们广告部最热火朝天的时间。随着冬季结婚人群的增加，一些婚庆服务、婚庆用品也会加入广告行列，双节的广告气氛也会在这种环境下随之而来。

我会充分的根据实际情况、时间特点去做好客户开发工作，并根据市场变化及时调节我的工作思路。争取把广告额度做到化！

做市场开拓是需要根据市场不停的变化局面，不断调整经营思路的工作，学习对于业务人员来说至关重要，因为它直接关系到一个业务人员与时俱进的步伐和业务方面的生命力。我会适时的根据需要调整我的学习方向来补充新的能量。产品知识、营销知识、投放策略、数据、媒体运作管理等相关广告的知识都是我要掌握的内容，知己知彼，方能百战不殆。

另外，在xx年年末的时候，我报考了xxx大学的xxxx专业，因为我了解到其中有很多的做影视前期、后期及管理的课程，广告部的管理、编播也会有很多这方面的工作，我将系统地、全面的进行学习，以便理论结合实际。好让自己在广告部能够发挥更大的作用。

积极主动地把工作做到点上、落到实处。我将尽我的能力减轻领导的压力。

以上，是我对xx年的一些设想，可能还很不成熟，希望领导指正。火车跑的快还靠车头带，我希望得到公司领导、部门领导的正确引导和帮助[]20xx年，我将以崭新的精神状态投入到工作当中，努力学习，提高工作、业务能力。

钢瓶销售工作计划 销售工作计划篇二

(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; : 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。

1市场占有率：产品的市场占有率居于同类产品首位，显示出该品牌在市场中的领导地位。 2消费者认识：在众多消费者心目中，该品牌具有较高的信誉。 3 企业自身的目标：在饮料方面，求新、求异，拓展市场。

竞争对手分析：

统一、娃哈哈、康师傅，是茶饮料市场的主要竞争者，另外，可口可乐、百事可乐、健力宝也相继推出新型茶饮料。他们短期内虽不会对康师傅构成威胁，但是也为康师傅敲醒了警钟。

竞争态势总结：

现阶段康师傅茶饮料应该以统一、娃哈哈为主要的竞争对手，但同时也应该看到健力宝等企业的介入是一股不可忽视的力量。

附注：就冰红茶来说，仅只有统一和康师傅两家在争。据调查显示，中国的茶饮料市场暂时还是统一、康师傅等几家大企业的天下。康师傅的市场份额为 46.9%，统一占37.4%，两大品牌的市场份额达84.3%。康师傅占据茶饮料霸主地位，无

疑是茶饮料市场最大的赢家;统一为市场渗透率增长第二的品牌。统一冰红茶无疑是康师傅的最大竞争对手，直接威胁着康师傅的赢家领地。

三、年度计划

1、康师傅茶饮料品牌定位分析与销售目标:

定位分析：追求时尚健康、创新的理念。体现中国传统茶文化，崇尚个性。 强调产品质量，推出多元化产品。

信奉“通路为赢”，实行“通路深耕”的渠道策略。 确保茶饮料的霸主地位，引导该市场潮流。

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。我认为公司明年的发展是与整个公司的员工综合素质，公司的指导方针，团队的建设是分不开的。提高执行力的标准，建立一个良好的销售团队和有一个好的工作模式与工作环境是工作的关键。

三年各季度营业额(单位：万美元)

季度、第一季度、第二季度、第三季度、第四季度、合计

20xx年

55052 61000 60954 59211 236217

20xx年

80804 89657 90804 89578 350843

20xx年(计划)

2、营销组合选择(4p)

1) product[]推陈出新，扩充产品种类，适应不同的消费者口味

4) promotion[]在我的一项市场调研中发现，消费者偏向于降价促销的占到50.7%。

因此价格的定位于适度调整能够吸引到一部分消费者，次之是赠品和加量不加价。一些适时小礼物会起到很好的促销作用。

3、市场定位

通过康师傅的形象代言人我们便可知，其定位于年轻的一代。15—35岁是茶饮料的主要消费者。因此得青年者，得天下。不管是在产品包装上，还是促销方式上，我们都要从我们的目标消费者处着眼，方可赢得市场！

4、市场细分：

在当前茶饮料市场大战愈演愈烈的情况下，作为龙头老大的康师傅茶饮料，必须做出进一步的行动，以确保自己的地位，从而引领其他茶饮料品牌走向发展。因此，我们有必要对市场进行细分。

(1)不同年龄的消费者

目前，康师傅茶饮料的消费群体主要以年轻人为主，口味也是低糖清淡型，企业完全可以划分几个不同的年龄段，然后生产出适合每个年龄段口味的不同产品。

(2) 不同收入的消费者

康师傅茶饮料在市场上的价格都为三元左右，产品类别较单一。如果把人们的收入分为低、中、高，然后据此生产出低、中、高档产品，那么其市场无形中就扩大了。

(3) 不同区域的消费者

人们的消费习惯往往受地域的影响，如北京的人们爱喝花茶，安徽人爱喝绿茶等等。企业可以根据人们的这种消费习惯生产地域性的产品。

5、重点工作

1) 建立一支熟悉业务，而相对稳定的销售团队。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，建立一支具有凝聚力，合作精神的销售团队是企业的根本。在明年的工作中建立一个和谐，具有杀伤力的团队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，对工作有高度的责任心，提高销售人员的主人翁意识。

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新的档次。

4) 在地区市建立销售，服务网点。根据今年在出差过程中遇到的一系列的问题，约好的客户突然改变行程，毁约，车辆

不在家的情况，使计划好的行程被打乱，不能顺利完成出差的目的。造成时间，资金上的浪费。

6、节日促销具体活动根据具体情况来安排

7、促销方式与工具

钢瓶销售工作计划 销售工作计划篇三

市场营销部是负责对外处理公共关系和销售业务的职能部门，是酒店提高声誉，树立良好公众形象的一个重要窗口，它对总经理室进行经营决策，制订营销方案起到参谋和助手的作用，它对酒店疏通营销渠道，开拓市场，提高经济效益和社会效益起到重要促进作用。

今年重点工作之一建立完善的客户档案，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，全年消费金额及给该单位的折扣等，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，为了巩固老客户和发展新客户，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。今年计划在适当时期召开次大型客户答谢联络会，以加强与客户的感情交流，听取客户意见。

二、

开拓创新，建立灵活的激励营销机制，今年营销部将配合酒店整体新的营销体制，重新制订完善××年市场营销部销售任务计划及业绩考核管理实施细则，提高营销代表的工资待遇，激发、调动营销人员的积极性。营销代表实行工作日志，每工作日必须完成拜访两户新客户，三户老客户，四个联络电话的二、三、四工作步骤，以月度营销任务完成情况

及工作日志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。

三、

接待团体、会议、客户，要做到全程跟踪服务，“全天候”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，最大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。

四、

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。

五、

与酒店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，创造最佳效益。

加强与有关宣传新闻媒介等单位的关系，充分利多种广告形式推荐酒店，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。

×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。

钢瓶销售工作计划 销售工作计划篇四

根据消费者的特点和本地化需求，不同的季节有不同的生鲜组合，一般来说，春节和春节前后品种最齐全，在销售旺季(x月份和xx月份)注重品种的组合。应季商品很多，特别是与季节相对应的菜肴大量上市。宜推荐对预防感冒等相应的适合病人的特殊食谱，推荐对于常外出的人方便又省事、省时的食谱，推荐多种花样的火锅，推荐便于保存的部分应季食品原料。

生活特性：让家人感到家庭的温暖，食谱宜以炖菜、红焖火锅为主□xx月份人们户外活动减少，呆在家的时间增多，开始准备年底的各项活动，做收支计划如寄贺年片、制订采购计划等。

1. 主要商品

海产品：螃蟹、草鱼、鲤鱼、带鱼。

蔬菜类：大白菜、蘑菇、山野菜、南瓜、丝瓜、土豆、生菜、冬瓜、青笋等。

水果类：苹果、梨、香蕉、柑桔、柿子、栗子、哈密瓜等。

2. 商品配置

果蔬类：以火锅炖菜谱为主，包括蘑菇和应季山野菜。蔬菜柜台以蘑菇作为火锅的主要原料来吸引顾客，让人们充分感到秋天的味道。重点陈列草菇、香菇，一般蘑菇也不可少。果蔬柜台上摆放生菜、姜、青笋、大白菜、辣椒等。代表秋

天的柿子，可作为果品类推出，包装形式待定。

鱼类：用各种各样的鱼火锅螃蟹火锅来吸引顾客，同时陈列8种至x0种螃蟹火锅和鱼火锅配料。螃蟹火锅可推荐相干蟹，有生的和熟的，有x只包装，也有切块包装，还可作成蟹肉包装。鱼火锅可用草鱼等高脂鱼作为原料。其他鱼可分成鲜的、咸的两种，咸的又可分成整条包装和切开包装，各摆出2行，鲜的包装突出鱼脊背、眼睛、让人看起来很新鲜。

肉类：本月以鸡肉作为重点推荐，如清炖鸡肉、鸡腿和鸡胸肉拚盘，可分包成带骨和去骨2种。鸡肉有滋补身体之功用，用此题目来吸引顾客，将鸡翅、鸡腿、鸡块等作为清炖的原料推出，可做成x0种不同形式包装，鸡脯可用于清炖，也可作鸡排、干炸等用，注意同时配上生姜和调味汁。

对于一些特殊的食谱，制作的方法以及功效。可以采用与一贯制作方法不同的制作方法制作配菜，让消费者去自己制作。

1. 生鲜试吃流程

适用范围：用于生鲜商品质量的检查。

试吃情况：管理层试吃生鲜商品：生鲜部门的主管、楼面经理、店经理、值班经理等可以试吃商品。

检查商品的质量和口味，并作出书面的试吃意见。

试吃范围：只能取少量的商品进行试吃。只能在操作间的后区范围内进行试吃。

收货人员试吃生鲜商品：收货的质量检查人员可以试吃商品。

试吃目的：收货时为检查商品质量而进行试吃。

试吃范围：只能在收货现场检验商品时，在收货的区域内试吃。只能取少量的食品试吃或只能试吃其中的一部分。试吃的商品不能计入收货的重量内。

生产岗位人员试吃生鲜商品：本岗位的生产人员可以试吃本岗位自制的商品。

试吃目的：检查自制生产商品的质量时，可以试吃。

试吃范围：只能在操作现场的区域内试吃。只能试吃本岗位生产的自制商品：只能取少量的食品试吃或只能试吃其中的一部分。

2. 消费者试吃

可专门用小盘放置需要让消费者进行试吃的食品，包括现场展示和加工。但必须能通过工作人员的解释，不能一吃到底。

一般来说，消费者对生鲜食品最为关心的是新鲜度和价格两个因素。建议超市的生鲜政策是：保证商品新鲜、价格优惠，并注重对顾客的服务。对于价格，要保证全县第一低价。为了证明这里的价格是最便宜的，专门用统一大小的pop进行标识，明确标上全县最低价的字样，并用醒目的颜色来区别。要十分自信地告诉消费者：这里的商品是最低的，是经得起比较的。

1. 低价形象的树立

(3) 员工的宣传以及相关海报的宣传力度要大，要让每个员工都知道买多少钱东西可以花一元钱买一斤鸡蛋，而且限购三斤，这样让消费者感觉比买什么送什么东西要实惠的多。因为赠品有限，那么后来的消费者就觉得超市在欺骗他们，而且送的东西根本有的对他们没有吸引力，所以通过这样的活动，他们也觉得实惠。具体的商品需要生鲜部的建议后具体

实施方案。

2. 新鲜度与损耗的控制

例如蔬果有损耗，可以在闭店前做个买一斤，送二斤活动，总之要想办法在这个时候拉动客量，先拉动客量，再发扬特色提高客单价。

以上建议方案以及注意项目请决策层以及生鲜部门参阅，提出更多更详细更好的方案，再一起决定xx月份生鲜节的具体活动方案。

钢瓶销售工作计划 销售工作计划篇五

从上头的销售业绩上看，我们的工作做的是不好的，能够说是销售做的十分的失败。在河南市场上□xx产品品牌众多□xx天星由于比较早的进入河南市场□xx产品价格混乱，这对于我们开展市场造成很大的压力。

1) 销售工作最基本的客户访问量太少。市场部是今年四月中旬开始工作的，在开始工作倒此刻有记载的客户访问记录有xx个，加上没有记录的概括为xx个，八个月xx天的时间，总体计算三个销售人员一天拜访的客户量xx个。从上头的数字上看我们基本的访问客户工作没有做好。

2) 沟通不够深入。销售人员在与客户沟通的过程中，不能把我们公司产品的情景十分清晰的传达给客户，了解客户的真正想法和意图；对客户提出的某项提议不能做出迅速的反应。在传达产品信息时不明白客户对我们的产品有几分了解或理解的什么程度，洛阳迅及汽车运输有限公司就是一个明显的例子。

3) 工作没有一个明确的目标和详细的计划。销售人员没有养成一个写工作总结和计划的习惯，销售工作处于放任自流的

状态，从而引发销售工作没有一个统一的管理，工作时间没有合理的分配，工作局面混乱等各种不良的后果。

4) 新业务的开拓不够，业务增长小，个别业务员的工作责任心和工作计划性不强，业务本事还有待提高。

此刻xx市场品牌很多，但主要也就是那几家公司，此刻我们公司的产品从产品质量，功能上属于上等的产品。在价格上是卖得偏高的价位，在本年销售产品过程中，牵涉问题最多的就是产品的价格。有几个因为价格而丢单的客户，应对小型的客户，价格不是太别重要的问题，但应对采购数量比较多时，客户对产品的价位时十分敏感的。在明年的销售工作中我认为产品的价格做一下适当的浮动，这样能够促进销售人员去销售。

在xx区域，因为xx市场首先从郑州开始的，所以xx市场时竞争十分激烈的市场。鉴于我们公司进入市场比较晚，产品的知名度与价格都没有什么优势，在xx开拓市场压力很大，所以我们将主要的市场放在地区市上，那里的市场竞争相对来说要比郑州小一点。外界因素减少了，加上我们的销售人员的灵活性，我相信我们做的比原先更好。

市场是良好的，形势是严峻的。在xx市场能够用这一句话来概括：在技术发展飞快地今日，明年是大有作为的一年，假如在明年一年内没有把市场做好，没有抓住这个机遇，我们很可能失去这个机会，永远没有机会在做这个市场。