

# 最新做网店营销工作计划和目标(优质6篇)

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。通过制定计划，我们可以更好地实现我们的目标，提高工作效率，使我们的生活更加有序和有意义。下面是小编带来的优秀计划范文，希望大家能够喜欢!

## 做网店营销工作计划和目标篇一

“夏日新选择，感受0°C”

以两个节日为工作核心，全力做好节日特色销售，推出2期特价商品促销，6月份销售计划。

6月份计划完成万元，力争完成万元。

1、6月1日——儿童节

2、端午节6月11日

3、父亲节6月19日

全力抓好2个节日的营销活动

第一阶段：端午节促销

促销主题：端午特卖情系万家

促销时间：6月11日——12日

具体安排：

## 1□dm海报商品90种海报印刷3000份

一层食品40—50种

商品谈判范围：端午特色商品，应季商品，（敏感商品要求不少于10种）。

二层百货30—40种

商品谈判范围：夏凉应季用品，清洁防晒（敏感商品要求不少于8种）

三层服装10—20种

要求各采购6月8日（星期三）中午12：00以前将特价商品明细交企划部排版制作海报，按期未完成将以工作失误进行相应考核。

## 2、促销活动

主题：情浓端午粽香（纵享）快乐

时间：6月11日

促销活动：一次性购物50元以上，凭单张购物小票，可参加本店举办的“情浓端午粽香（纵享）快乐”包粽子活动，在规定时间内包多少送多少。（详情参见店外明示）。

第二阶段：父亲节促销

促销主题：夏日新选择，感受0℃

促销时间：6月18日——27日

具体安排：

1□dm海报商品180种海报印刷5000份

商品谈判范围：父亲节特色商品，应季商品。

二层百货70--80种

商品谈判范围：夏凉应季用品，清洁防晒（敏感商品要求不少于8种）

三层服装30--40种

要求各采购6月13日上午8：00以前将特价商品组织到位拍片制作海报，按期未完成将以工作失误进行相应考核。

## 2、促销活动

（1）活动主题：健康老爸更潇洒

活动时间：6月18日—6月19日

活动内容：凡在本店一次性消费50元以上，凭当日机打购物小票加5元即可获赠领带一条。

推出节日商品专柜：百种营养品、男士化妆品、剃须刀、领带

（2）活动主题：第一届xxx啤酒节——冰凉到底

活动时间：6月24——26日

活动内容二：6月25日——26日将在店前广场举办第一届xxx啤酒节，届时将有百种夏凉啤酒、饮料现场免费品尝及特价销售。

活动内容三：

主题：

时间：6月26日

具体操作：6月18日由卖场管理部组织举办喝啤酒比赛报名活动，名额不限。

比赛规则：每四人为一组，进行喝啤酒比赛，看水喝的快，每组每人一瓶啤酒喝的最快的一名进入下一轮比赛，最终决出前三名进行奖励。

奖励办法：只要参与本比赛即可或赠听啤5听，决赛

第一名货赠

第二名获赠

第三名获赠

推出一个商品特卖、品尝专区：夏凉啤酒、饮料、矿泉水

推出一个夏凉用品陈列专区：电风扇、清凉洗发水、浴液、花露水、痱子粉、凉席等夏凉商品。

推展形式：大量陈列、端头陈列、关联陈列，并配合特价促销活动。

四、保证措施：

1、规范卖场叫卖，做到促销、叫卖相结合，重点时段叫卖不间断。

2、完善早会，营销、服务中出现的问题及时在早会中通报解

决，切实提高早礼内容，保证早会质量。

3、深抓服务用语、落实首问责任制。要求每一位员工全面了解商场各部组经营商品的品种，熟悉商场整体布局，确实做到顾客提问不说不知道；收银员强化服务用语，确实做到微笑服务，说好最后一句后送走顾客。

4、楼层经理督促各商品部严格执行营销主题，做好阶段性促销、特卖商品的要货和突出陈列。

5、卖场管理部每天专人检查各部组特卖商品到货情况，特卖商品严格码放在堆头、端架等黄金位置。

## 做网店营销工作计划和目标篇二

十一月份公司总任务为22.8万，冲刺30万。其中，一部任务7.2万；二部任务5.4万；三部任务6万；四部任务4.2万。

1)、联谊会 共五场。时间安排为6、12、18、24、30。每场中间间隔5天，我们有足够的时间来做会前准备。

2)、老顾客答谢会 共两场：月初一场，月中一场，地点均设在农家乐，主要目的为增进感情，培养发言顾客，争取转介绍和重复购买。

3)、科普 计划一场。十一月中旬我们资助了四川省老年腰鼓队的比赛，地点在体育馆，到时会有我们的企业和产品宣传，如果专家允许，借此我们会在自贡做一场大型的科普。

1)、产品知识和营销技巧 总结每一场会中遇到的困难和拜访时出现的问题，由我们的经理和销售精英进行现身说法。

2)、心态 观看激励盘和张经理课程培训。

3)、经理管理 不定时进行经理管理培训，加强经理管理水平和综合素质。以便更好的带领大家。

1)、计划本月初在东锅附近、月中下旬在汇东地段分别建立一个服务站，争取尽早把我们的产品和服务让更多的人感受到。

2)、加强员工在服务站独立值班的能力：包括与顾客交流和器械实际操作。

1)、经理是我们每一个部门的火车头，在作好自己工作的同时，要带动大家的激情，交给方法。真正尽职尽责。

2)、在团队里实行“一帮一工程”，由经理安排，加上自由结合，实行互助小组，老带新，强带弱，在最短的时间内实现部门的平衡，增强团队的凝聚力。

提高大家一天的工作激情，坚持晨会的开展。规范晨会的操作，在以前的基础上不断进行创新，让更多的员工有机会展示自己的才能。（任何人员不得无故请假和迟到：经理迟到10元，员工迟到5元。）

略！

1)、公司 我们都是保健品会销公司的一员，都是公司的主人，不得向外界和同行泄露任何商业机密，一经查出，严处！

2)、个人 不管是在拜访和收档过程中，不和他人发生任何冲突。收款后结伴而行，及时交回保健品会销公司。

## 做网店营销工作计划和目标篇三

本次活动以增加邮政收入、展示邮政形象、宣传业务、密切用户关系为目的。既要有整体性，造成声势；又要讲求实效，

避免形式主义，在‘做好宣传’的同时，应找准定位，主动出击，把重点放在特色营销活动上。

xx年12月20日至xx年2月26日。

### 1、加盖节日纪念戳

参与单位： 营业员 历城局 各县(市)区局

刻制圣诞、新年、春节、情人节等节日系列纪念戳。放在全市各主要营业网点(营业员4个，历城2个，其余区县局各一个)，在相应节日期间为邮政客户免费加盖。

### 2、集中销售贺卡

参与单位： 营业员 历城局 各县(市)区局

圣诞节，营业员、历城局、各县(市)区局要在营业窗口做好圣诞贺卡、信封的销售工作。营业员、历城局、各区县局组织专人成立临时邮局进驻校园，现场销售圣诞卡片、各类邮品等(可与邮资封搭配销售，开展“购封送卡”活动)。

### 3、代送圣诞礼物

参与单位： 营业员 历城局 速递局

在12月20日至24日期间为收寄期，25日为特快投递。

(1)定价： 自选礼物只收取基本业务费和投递费，由邮局

代选礼物另收取礼物费。基本业务费为每件10元，投递费为每件20元。

## 做网店营销工作计划和目标篇四

1、年度销售目标600万元；

2、经销商网点50个；

3、公司在自控产品市场有一定知名度；

1、夏秋炎热，春冬寒冷

3、湖南纳入西部开发、将增加各种基础工程的建设；

4、长株潭的融城；

5、郴州、岳阳、常德等大量兴建工业园和开发区；

6、人们对自身生活要求的提高；综上所述，空调自控产品特别是高档空调自控产品在湖南的发展潜力很大。

营销方式总体来说，空调自控产品销售的方式不外三种：工程招标、房产团购和私人项目。工程招标渠道占据的份额很大，但是房产团购和私人项目两种渠道发展迅速，已经呈现出多元发展局面。

从各企业的销售渠道来看，大部分公司采用办事处加经销商的模式，国内空调自控产品企业2019年都加大力度进行全国营销网络的部署和传统渠道的巩固，加强与设计院以及管理部门的公关合作。对于进入时间相对较晚的空调自控产品企业来说，由于市场积累时间相对较短，而又急于快速打开市场，因此基本上都采用了办事处加经销制的渠道模式。为了快速对市场进行反应，凡进入湖南市场的自控产品在湖南都有库存。湖南空调自控产品市场容量比较大而且还有很大的潜力，发展趋势普遍看好，因此对还未进入湖南市场的品牌存在很大的市场机会，只要采用比较得当的市场策略，就可



以挤进湖南市场。目前上海正一在湖南空调自控产品市场上基础比较薄弱，团队还比较年轻，品牌影响力还需要巩固与拓展。在销售过程中必须要非常清楚我公司的优势，并加以发挥使之达到极致；并要找出我公司的弱项并及时提出，加以克服实现最大的价值；提高服务水平和质量，将服务意识渗透到与客户交流的每个环节中，注重售前售中售后回访等各项服务。

2、跻身一流的空调自控产品供应商；成为快速成长的成功品牌；

3、以空调自控产品带动整个空调产品的销售和发展。

4、市场销售近期目标：在很短的时间内使营销业绩快速成长，到年底使自身产品成为行业内知名品牌，取代省内同水平产品的一部分市场。

战略核心型市场——长沙，株洲，湘潭，岳阳

重点发展型市场——郴州，常德，张家界，怀化

培育型市场——娄底，衡阳，邵阳

等待开发型市场——吉首，永州，益阳，

总的营销策略：全员营销与采用直销和渠道营销相给合的营销策略

1、目标市场：

遍地开花，中心城市和中小城市同时突破，重点发展行业样板工程，大力发展重点区域和重点代理商，迅速促进产品的销量及销售额的提高。

2、产品策略：

用整体的解决方案带动整体的销售：要求我们的产品能形成完整的解决方案并有成功的案例，由此带动全线产品的销售。大小互动：以空调自控产品的销售带动阀门及其他产品的销售，以阀门及其他产品的项目促进空调自控产品的销售。

### 3、价格策略：

高品质，高价格，高利润空间为原则；制订较现实的价格表：价格表分为两层，媒体公开报价，市场销售的最底价。制订较高的月返点和季返点政策，以控制营销体系。严格控制价格体系，确保一级分销商，二级分销商，项目工程商，最终用户之间的价格距离级利润空间。为了适应市场，价格政策又要有一定的能活性。

### 4、渠道策略：

(1) 分销合作伙伴分为二类：一是分销客户，是我们的重点合作伙伴。二是工程商客户，是我们的基础客户。

(2) 渠道的建立模式□ a□采取逐步深入的方式，先草签协议，再做销售预测表，然后正式签定协议，订购第一批货。如不进货则不能签定代理协议；b□采取寻找重要客户的办法，通过谈判将货压到分销商手中，然后我们的销售和市场支持跟上；c□在代理之间挑取竞争心态，在谈判中因有当地的一个潜在客户而使我们掌握主动和高姿态。不能以低姿态进入市场；d□草签协议后，在我们的广告中就可以出现草签代理商的名字，挑取了分销商和原厂商的矛盾，我们乘机进入市场；e□在当地的区域市场上，随时保证有一个当地的可以成为一级代理的二级代理，以对一级代理成为威胁和起到促进作用。

(3) 市场上有推，拉的力量。要快速的增长，就要采用推动力量。拉需要长时间的培养。为此，我们将主要精力放在开拓渠道分销上，另外，负责大客户的人员和工程商的人员主攻行业市场 and 工程市场，力争在三个月内完成4~5项样板工程，

给内部人员和分销商树立信心。到年底为止，完成自己的营销定额。

## 5、人员策略：

营销团队的基本理念□ a□开放心胸;b□ 战胜自我;c□专业精神；

(1) 业务团队的垂直联系，保持高效沟通，才能作出快速反应。团队建设扁平。

(2) 内部人员的报告制度和销售奖励制度

(3) 以专业的精神来销售产品。价值=价格+技术支持+服务+品牌。实际销售的是一个解决方案。

(4) 编制销售手册；其中包括代理的游戏规则，技术支持，市场部的工作范围和职能，所能解决的问题和提供的支持等说明。

1、公司应好好利用上海品牌，走品牌发展战略；

2、整合湖南本地各种资源，建立完善的销售网络；

3、培养一批好客户，建立良好的社会关系网；

4、建设一支好的营销团队；

5、选择一套适合公司的市场运作模式；

6、抓住公司产品特点，寻找公司的卖点。

10、 湖南的渠道宜采用扁平化模式并作好渠道建设和管理，在渠道建设方面可以不设省级总经销商，而是以地市为基本单位划分，每个地级市设二个一级经销商，并把营销触角一直延伸到具有市场价值的县级市场，改变目前湖南其他空调

自控产品品牌在地级市场长期以来的游击战方式，采用阵地战，建立与经销商长期利益关系的品牌化运作模式，对每个地区市场都精耕细作，稳扎稳打。

12、加强销售队伍的管理：实行三a管理制度；采用竞争和激励因子；定期召开销售会议；树立长期发展思想，使用和培养相结合。

13、销售业绩：公司下达的年销任务，根据市场具体情况进行分解。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。

14、工程商、代理商管理及关系维护：针对现有的工程商客户、代理商或将拓展的工程商及代理商进行有效管理及关系维护，对各个工程商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2019年度的新产品传播。此项工作在6月末完成。在旺季结束后和旺季来临前不定时的进行传播。了解各工程商及代理商负责人的基本情况进行定期拜访，进行有效沟通。

15、品牌及产品推广：品牌及产品推广在2019年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。有可能的情况下与各个工程商及代理商联合进行推广，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。

16、终端布置，渠道拓展：根据公司的2019年度的销售目标，渠道网点普及会大量的增加，根据此种情况随时、随地积极配合业务部门的工作，积极配合经销商的形象建设。

17、促销活动的策划与执行：根据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。

## 18、团队建设、团队管理、团队培训

1、营销队伍：全年合格的营销人员不少于3人；

2、所有工作重心都向提高销售倾斜，要建立长期用人制度，并确保营销人员的各项后勤工作按时按量到位。

3、为适应市场，公司在湖南必须有一定量的库存，保证货源充足及时，比例协调，达到库存最优化，尽量避免断货或缺货现象。(在长沙已谈好一家经销商，由经销商免费提供门面，人员)。

4、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。全力打造快速反应的机制。

5、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。

6、拓宽公司产品带，增加利润点。

7、必须确立营业预算与经费预算，经费预算的决定通常随营业实绩做上下调节。

9、为达到责任目的及确定责任体制，公司可以贯彻重奖重罚政策；

## 做网店营销工作计划和目标篇五

从开头说起吧，刚做销售员或者刚到一个新的公司，你所要做的工作是先了解产品，再了解销售渠道，再了解市场。先不忙着写销售计划，等你觉得对市场情况，产品情况都有一定的了解后，就要写出第一份销售计划。这份计划应该是你

销售思路的体现，并不需要写出具体的任务，只需要写出你自己销售途径，怎样培养客户以及你对产品销售的认识。总之，是一份销售渠道和销售方法的概要。当你已经更进一步得了解市场后，再对自己的计划做以调整和补充。

一般写销售计划包括以下几个方面：

1. 市场分析。也就是根据了解到的市场情况，对产品的卖点，消费群体，销量等进行定位。
2. 销售方式。就是找出适合自己产品销售的模式和方法。
3. 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。我觉得这一点是非常重要的，应在计划中占主要篇幅。
4. 销量任务。就是定出合理的销售任务，销售的主要目的就是要提高销售任务。只有努力的利用各种方法完成既定的任务，才是计划作用所在。完成了，要总结出好的方法和模式，完不成，也要总结，还存在的问题和困难。
5. 考核时间。销售工作计划可分为年度销售计划，季度销售计划，月销售计划。考核的时间也不一样。

有计划的做销售会使我们的工作更具有指导性和规范性，也是自己考查销售工作的一杆标尺，坚持不懈的做下去，你会发现你的销售技能在提高，你的销售任务在提高，更重要的是你的销售管理能力在提高。能从销售员做到销售经理或者是老板位置上的人，95%都是有销售计划的人，更是会制定销售计划的人。

## 做网店营销工作计划和目标篇六

营销，指企业发现或发掘准消费者需求，让消费者了解该产品进而购买该产品的过程。市场营销又称作市场学、市场行销或行销学。以下是小编整理的营销工作计划。欢迎阅读和参考！

作为交通行业销售，自己的岗位职责是：

- 1、坚定信心，千方百计完成行业销售目标；
  - 3、了解并严格执行销售的流程和手续；
  - 4、积极广泛收集市场信息并及时整理上报，以供团队分析决策；
  - 7、对工作具有较高的敬业精神和高度的主人翁责任感；
  - 8、严格遵守公司各项规章制度，完成领导交办的工作，避免积压和拖沓。
- 1、制定出月计划和周计划、及每日的工作量。每天至少打20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，预约时最好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，最好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集成商投标参考，并为集成商出谋划策，配成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，必要时配成商做业主的工作，其他阶段跟踪的项目至少二周回访一次。集成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方案设计，为集成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授权、商务文件，快递或送到集成商手上，以防止有任何遗漏和错误。

9. 争取早日与集成商签订供货合同，并收取预付款，提前安排备货，以最快的供应时间响应集成商的需求，争取早日回款。

销售是一种长期循序渐进的工作，视客户咨询如产品销售同等重要甚至有过之而无不及，同时须慎重处理。自己在产品销售的过程中，严格按照公司制定销售服务承诺执行，在接到客户咨询的问题自己不能解答时，首先应认真做好客户咨询记录并口头做出承诺，其次应及时汇报领导及相关部门，在接到领导的指示后会同相关部门人员制订应对方案，同时应及时与客户沟通使客户对处理方案感到满意。

熟悉产品知识是搞好销售工作的前提。在销售的过程中同样注重产品知识的学习，对厂生产的产品的用途、性能、参数、安装基本能做到有问能答、必答。

智能交通市场整体前景看好，智能交通本质上就是交通行业的信息化。中国智能交通市场主要包括城际高速公路通信监控收费系统、城市交通综合管理系统等。目前国家正在大量投资与交通基础设计的建设，预计国家每年对智能交通系统



建设的投入在50亿到70亿之间，其中还并不包括一些中小城市的一些btbot或自筹资金的项目。而电子警-察、卡口、号牌识别等产品在其中的占有比例超过20%。

北京区域虽然市场潜力巨大，但公司销售目标以集成商为主，大多数集成商以项目建设为公司的主要业绩，其中较大的集成商项目的建设的范围一方面遍布全国，一方面又呈现分散的趋势，无法形成有效地、紧密相连的网络。

我公司产品在智能交通领域中略显单一，这些就要求我们一方面要通过渠道销售，争取公司产品在北京市场上的占有率，快速凸显自身优势形成品牌效应，打品牌战，打价格战；另一方面又要在前期尽可能地广泛收集信息、跟进客户、跟进项目，提供完善的售前售后服务以及系统的整体解决方案。

- 1、尽力发展新客户，维护好原有客户，对有潜力客户多关注，并把所有的产品包括摄像机进行更深层次的推广。近期已经开始给各个具有行业背景的集成商做产品技术交流。新年假后，将拜访博瑞凯诚、美能等公司进行技术交流及产品测试。
- 2、对有特殊行业背景的客户，一定要做出拜访计划，定期的见面沟通，频率至少每周一次。只有这样才能真正把工作做细。
- 3、国家在治理城市交通拥堵方面大力投入，有些公司正在积极的参与到交通行业中。现有做城市交通，尤其是系统集成的这些客户，在11年是关注的重点。已经跟几家做过沟通，约见他们更高层次的领导，以求达成公司与公司之间的战略性合作。目前的工作还停留在与他们招投标、商务部门的沟通上。
- 4、关注ipc的市场推广，加强其与nas产品的配合使用。
- 5、虽然目前国内经济形势不太明朗，但我想对我们公司的影

响还是有限的，毕竟每年国家在维稳和基础建设上的投入都是巨大的。我们11年的任务是8000万，我们的行业目前有4个人，人均在20xx万左右。预计在电警、卡口、牌识系统产品上能突破1500万，在监控及存储产品上能做到500万。

6、应收款方面，也尽量不要放账到年底来回收，平时就做好控制管理，也能减少不少因应收款带来的工作量。

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，用相同的时间赢取最大的市场份额。

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，交通拥堵，预约时最好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，最好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两周回访一次。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. 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最大的贡献。

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更多客户信

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相结合。

四;今年对自己有以下要求

- 1: 每周要增加10个以上的新客户，还要有到个潜在客户。
- 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，再做好准备工作才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的。
- 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?到?万元的任务额, 为公司创造更多利润。