

# 最新渠道支撑工作计划(大全6篇)

时间流逝得如此之快，我们的工作又迈入新的阶段，请一起努力，写一份计划吧。写计划的时候需要注意什么呢？有哪些格式需要注意呢？下面我帮大家找寻并整理了一些优秀的计划书范文，我们一起来看看吧。

## 渠道支撑工作计划篇一

在厂领导的正确领导和关心支持下，市场部全体人员克服金融危机带来的诸多不利影响，积极开展相关工作，全年实现销售收入人民币万元，新签合同人民币2523万元；全面完成厂下达的产品服务及抢修任务；提高了人员的业务能力；做好了部门资料归档工作及价格调整工作；完善部门质量工作，贯彻质量体系工作运行正常。

### 2工作目标

- 1) 实现销售收入力争达到人民币亿元，其中：柴油机亿元，增压器1282万元，备件及工业性协作1795万元；力争实现利润人民币920万元；新签合同力争达到人民币9000万元。
- 2) 进一步提高年轻营销人员的业务水平，培养可以独当一面的营销人才。
- 3) 进一步加强部门的文件管理工作及质量工作。
- 4) 进一步提高售后服务管理工作，提高顾客满意度。

### 3重点工作

- 1) 加强市场调研和研究工作。
- 2) 加大对竞争对手的分析和研究，制定有竞争力的销售策略，

努力开拓市场渠道。

3) 加大力度走访船舶设计院所及船厂，了解船舶需求信息。

4) 建立用户信息档案、销售项目信息实行专人负责跟踪。

5) 加大对主流客户的营销力度，积极承接新机型订单，提高市场占有率。

6) 进一步把握军品老船复造市场，在稳固老机型(l+v20/27)的基础上，争取新机型(l16/24□l21/31)早日进入军方型谱。

7) 加大增压器市场开发力度，拓展nr15r□nr20r的整机市场，扩大增压器整机及备件的市场占有率。

8) 进一步加大老机型备件市场及工业性协作任务的承接。

9) 做好产品技术服务和质量保修任务的管理，及时组织人员提供相关服务；及时收集和处理交付产品的质量信息；建立售后服务信息月报表制度，按时编制报表；进一步提高顾客满意度。

## 渠道支撑工作计划篇二

这篇关于渠道销售工作计划范本的文章，是为大家整理的，希望对大家有所帮助！

### 一、市场分析

空调市场连续几年的价格战逐步启动了。二、三级市场的低端需求，同时随着城市建设和人民生活水平的不断提高以及产品更新换代时期的到来带动了一级市场的持续增长幅度，从而带动了整体市场容量的扩张□xx年度内销总量达到1950万

套，较xx年度增长11.4\*.xx年度预计可达到2500万-3000万套。

目前在深圳空调市场的占有率约为2.8\*左右,但根据行业数据显示近几年一直处于“洗牌”阶段,品牌市场占有率将形成高度的集中化。根据公司的实力及xx年度的产品线,年中国空调品牌约有400个,到xx年下降到140个左右,年均淘汰率32\*.到xx年在格力、美的、海尔等一线品牌的“围剿”下,中国空调市场活跃的品牌不足50个,淘汰率达60\*。

xx年度lg受到美国指责倾销;科龙遇到财务问题,市场份额急剧下滑。新科、长虹、奥克斯也受到企业、品牌等方面的不良影响,市场份额也有所下滑。日资品牌如\*、三菱等品牌在xx年度受到中国人民的强烈抵日情绪的影响,市场份额下划较大。而空调在广东市场则呈现出急速增长的趋势。但深圳市场基础比较薄弱,团队还比较年轻,品牌影响力还需要巩固与拓展。根据以上情况做以下工作规划。

## 二、工作规划

根据以上情况在xx年度计划主抓六项工作:

### 1、销售业绩

根据公司下达的年销任务,月销售任务。根据市场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系统及各个门店,完成各个时段的销售任务。并在完成任务的基础上,提高销售业绩。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(根据市场情况及各时间段的实际情况进行)此项工作不分淡旺季时时主抓。在销售旺季针对国美、苏宁等专业家电系统实施力度较大的销售促进活动,强势推进大型终端。

### 2、代理商管理及关系维护

针对现有的k/a客户、代理商或将拓展的k/a及代理商进行有效管理及关系维护，对各个k/a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xx年度的新产品传播。此项工作在8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k/a及代理商负责人的基本情况进行定期拜访，进行有效沟通。

### 3、品牌及产品推广

品牌及产品推广在xx年至xx年度配合及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。如“空调健康、环保、爱我家”等公益活动。有可能的情况下与各个k/a系统联合进行推广，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。

### 4、终端布置(配合业务条线的渠道拓展)

根据公司的xx年度的销售目标，渠道网点普及还会大量的增加，根据此种情况随时、随地积极配合业务部门的工作，积极配合店中店、园中园、店中柜的形象建设，(根据公司的展台布置六个氛围的要求进行)。积极对促销安排上岗及上样跟踪和产品陈列等工作。此项工作根据公司的业务部门的需要进行开展。布置标准严格按照公司的统一标准。

在已经到来的xx年里，世界在发展，时代在前行，人们都充满着希望。在新一年里，公司也将迎来更大的发展，为了贯彻公司在总结会议方面关于创新的理念，结合公司今年在体制和机制上的改革，渠道部全体同仁都提出了一些自己在新一年里营销的思路和方法，望领导和其他同事给与批评和指导。

渠道部在公司销售方面，肩负着最重要的角色，发挥着重要作用，根据公司总结会议提出的今年各个品牌销售任务，如果还沿用以前的营销思路，定会给今年完成任务造成很大压力。所以必须对每个人高标准，严要求，不断创新工作思路。渠道部将参照以下几点做为今后在工作中的指导，完成今年既定的销售目标。

## 一. 老客户的回访和沟通

对于老客户的回访是不定期的，在节假日里一定要送出问候和祝福的，在重要的日子里可以送些小礼品以增进感情。在平时，我们也要和客户保持联络，关心他们的状况，平常可以通过电话和公司qqeami等联络感情。如果方便的话，可以登门拜访客户，以便促进我们和客户之间的关系。

对于大客户反映的问题，我们会作为重点来解决，及时把信息反馈，让他们有一种被重视的感觉。当然对于一般客户的问题我们也不会忽略。总之要维护客群关系，沟通是关键。我们会尽努力把客群关系搞好。

## 二. 新客户的开发

在拥有老客户的同时还要不断从各种渠道快速开发新客户，推广新产品。

1. 3—4月份，第一个工作：回访和预约一部分初步意向客户。了解客户真实需求，全方面的了解自己的产品。记录客户所提出问题。第二个工作：全方位的市场调研，了解竞争对手的全面情况。针对性地进行pk

2. 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。

3. 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。

4. 销售目标不仅体现在具体的每一个月度，而且还责任到人，量化到人，并细分到具体市场。

. 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。

见客户之前要多了解客户的主营业务和潜在需求，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。

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. 和公司其他销售人员要有良好的沟通，有团队意识，多交流，多探讨，才能不断增长业务技。综合利用产品、价格、通路、促销、传播、服务等营销组合策略，形成强大的营销合力。

### 三. 建议

在维持公司现有品牌不变更的前提下，渠道部所有同事希望公司可以从两方面去考虑，拓宽公司经营思路和模式。

第一：在做好本职工作的同时，利用一切可以用到的资源，在本地以及就近区域发展部分大型终端客户，一来可以加大公司利润回报，二来，量上也可拉动一部分，减轻压力。三，还可以给业务员增加一部分收入。要真正做为一个重点想法去实施，不是说说走过场。

第二：对现今所有客户采取积分返点制，在公司给所有客户设立一个户头，定期核对客户回款金额，达到一定数额的同

时，根据实际情况给与一定的返点奖励，产生一股凝聚力。在回款上也可以形成一定的刺激度。

总体来说，对所有客户的工作态度都要一样，加强产品质量和服务意识，为公司树立更好的形象，让客户相信我们的工作实力，才能更好的完成任务。

## 渠道支撑工作计划篇三

### 一、重点目标简介：

建立xx经销商，组成的经销网络，大力做小区推广，宣传直接面向终端，协助经销商销网络的完善和形象的树立，实现品牌效应。

### 二、市场现状分析：

xxx市场规模庞大，在市场不断拓展过程中，品牌竞争已经出现，就客户而言，在对产品质量没有客观认知的情况下首选、免检产品，其次比价格，因此在产品质量有所保证的情况下，还要有品牌保障，促进品牌的快速成长便成为我们市场开发过程的重要组成部分。价格方面，竞争十分严重。部分厂家尽量不参与市场价格的恶性竞争，但在制定价格体系时不得不参考市场价格现状，尽量稳定自身在市场中的价格体系，维护经销商和自身的利益，取不同的策略稳定市场，制定统一的市场价格表，在市场上严格执行。

### 三、产品定位：

1、市场定位：零售中高档家装市场；

2、目标消费群体：终端家装用户；

3、价格定位：中档价格；

4、品牌形象定位：高品质重服务品牌形象。

四、销售模式的确定：

确定渠道销售，模式如下：

生产厂家-----销售部-----经销商-----终端消费

选择此渠道的原因：

1、与公司目前现状相符合，降低销售公司管理运作费用；

3、产品在销售过程中将市场风险化整为零，降低各个环节的经营风险；

4、众多的零售商，容易形成一张销售网络，有利于市场基础的建立和产品的品牌树立。该渠道上各相关因素的基本特征：由此可以看出，渠道客户看中的利润，因此我们在渠道建设时是否能给他们创造利益，深刻影响着市场开拓。

## 渠道支撑工作计划篇四

通过推广it资源管理的平台，因而建立某某公司的市场环境，业务逻辑，并与传统业务相互促进，形成良性健康的拓展前景，这是某某公司市场部近期的主要工作目标。

企业宗旨：始终坚持“以技术求发展、以质量求生存、以信誉交朋友”，用科学的设计和先进的施工为用户创造一个确保计算机的可靠性、使用寿命及工作人员身心健康的工作环境。

企业信条：精神是支柱、团结是力量、纪律是保证、信誉是



生命

质量服务理念：199

某某公司依靠科学化的管理，本着敬业、专业、创新的某某精神，不满足于已经在政府机关、金融系统、邮电通信、保险、电力、石化、军队机构等行业取得的业绩，正在与时俱进、再造辉煌！

以市场导向为核心，拓展客户的需求，以信息技术产品服务为线索，扩展市场占有率。

以行业龙头为核心，供应链为线索，向中国电信，中国移动，房地产集团等企业靠拢，同时向下游企业推广。

某某公司拥有来自政府、机关、事业单位以及企业的市场资源。高速发展的信息技术与不断增长的客户需求，培养出某某公司业务的推广契机。挖掘客户的应用需求，建立代理商渠道，推销高新技术产品及解决方案，成为市场部近期的主要工作目标。

我们的方案旨于树立团队奋斗目标，以集体部署带动员工成长，帮助渠道代理商发展业务，培养协同操作技巧。

## 1、渠道拓展

、建立渠道代理制度

、合作共赢

通过渠道体系的建立，对渠道的支持与管理，建立和谐的渠道环境，确保厂家、客户、某某公司、渠道的共同长期利益。

、耕耘收获

鼓励渠道对市场的长期耕耘、某某公司品牌在行业市场的长期树立，持续为渠道创造最大价值。

## 、产品渠道架构

定制渠道拓展工作计划，各级渠道业务分成，操作流程，代理业务接洽组织，认证技术服务资质，向用户及渠道提供售后服务支持。

举办产品渠道招商会，会议程安排，设计演讲稿，讲演训练人员，试演，联络协办单位，媒体发布联络，技术讲座，宣传资料，渠道代理商联络管理，发函邀请，电话确认，会议提醒，会场布置，奖品安排，会场控制，名片、问券收集及录入，会后联络工作。

## 、业务操作流程

报备流程，招商会举办申报流程，产品安装申报流程，产品撤场申报流程，渠道代理商协议签定流程，渠道代理商撤消流程，产品销售合同审批流程，渠道代理商奖励审批流程等等。

## 、知识交流环境

### 、产品知识讲座

### 、产品推广技巧研讨会

### 、产品问题及解决方案知识库

### 、客户体验环境

## 渠道支撑工作计划篇五

你们好!我是20\*\*年7月进入\*\*市电信的新员工。大学毕业前,经过精心准备策划我向\*\*电信公司投出了求职简历,我并不知道,这一份简历会把我带进一个怎样的世界,我将走上一条怎样的路,但心底的自信强溢在脸上,又带着那样的迷惑,不安和好奇。经过激烈的竞争,我被录取了。也曾有过很多工作选择,但命运还是让我走近了你,\*\*电信走近了你,也更让我充满了向往和渴望。

从\*\*月\*\*日,也就是实习的第二天到\*\*月,我转到新城区营销中心旗下的中山路营业厅实习,因为这是我们最基层、业务最全面、客户最多的营业厅,在这里实习可以很快掌握最全面的市场业务及公司各项营销方针的执行。营业厅主要业务可以分为九类,即销户、开户、过户、分合户、资费变更、密码修改、一卡双号、国际漫游、补换卡业务;日常工作还有接待重要客户,执行公司新的营销政策等。在营业厅实习这段时间,感触最深的一是执行力问题,二是营业员心理问题,如果把这两个问题解决了基层将会很畅通。

\*\*月下旬到\*\*,我回到市场部实习。在营业厅主要是学习了如何使用boss系统和执行新政策,应该说在中山路营业厅我动手实际操作的机会最多,而且在新城区营销中心还实习了\*月,学习了各项营销政策的落实及反馈,所以回到市场后业务非常熟悉。\*\*月的市场部实习,让我拥有了无数位师傅的关心和关照。

### 电信职员试用期工作总结范文二

#### 一、加强思想政治学习,不断提高自身素养

认真学习科学发展观,把学习作为工作和生活中的一项重要内容,夯实理论基础,不断汲取新的知识,更新理念,提高自己的政治水平,坚持科学发展观,以适应社会发展和社会

经济发展的客观要求。

## 二、恪尽职守，认真完成本职工作

在工作中，严格遵守班组里的各项规章制度，爱岗敬业、扎实工作、热情服务、勤学苦干，充分发挥一不怕苦、二不怕累、确保成功的战斗精神，任劳任怨，不畏困难。在本职岗位上发挥出应有的作用。

## 三、努力学习，不断提升业务水平

我深知在社会发展如此之快的今天不断学习提高是多么的重要，只有能认真学习才能更好的完成自己的工作任务，更好的为人民服务。为了不断提高自身技能，我从不放过每一个学习的机会，在工作中虚心求教，不断总结完善，创新思路，科学统筹，大大的提高了工作效率。为自己更好的完成本职工作打下了坚实的基础。

## 四、树立工作目标，创品牌服务形象

心系客户，想之所想，急之所急，客户满意、业务发展始终作为我的工作目标，尽自己所能为客户排忧解难，主动热情，迅速办理，及时回复，用诚心、细心、耐心、精心，为客户提供优质热忱的服务。

作为一名试用期人员，要不断的鞭策自己，不断地完善自己，在班组中不拖后腿。

在20\*\*年这一年里，经本人在学习、工作、生活等各方面的努力，得到班组同事的一致认可。本人在试用期间的学习与成长，都离不开分公司领导和同事的热心的帮助。

试用即将到期中，我一定要把工作做的更出色些，把每一位用户都当成自己知心的朋友，热心的为用户服务。勇于面对

各种困难和挑战，努力铸就生命的辉煌。尽自己最大努力，为我们的企业贡献自己的一份力量，为我们的企业树立新的形象，朝着更快、更高、更强方向迈进，突破，没有终点。

### 电信职员试用期工作总结范文三

三个月时间过去了，在新的一年来临之际，对年的工作做以下的总结：

#### 一、品德素养

作为一名大学毕业生，初次踏入社会参加工作，能够进入电信公司这个大集体，我感到非常荣幸，由于以前没有从事过相关工作，因此把自己定位在边工作边实践边学习的位置，我觉得态度决定一切，在谈业务水平之前，我应该先具备相应的业务素质，也就是要有良好端正的态度。态度决定一切，只有有了端正的态度，建立良好的业务能力才有可能，只有有了端正的态度，良好的业务能力才能够转化成企业的利润，企业的所得。而良好的态度就是要有事业心，有责任心，有奉献意识。我加入了公司就是公司的一份子，公司的利益就是我的利益，公司的损失就是我的损失，因此要将公司的命运和自己的命运联系起来，尽自己的一切为公司谋利益。先讲奉献再讲索取。在公司工作的这段时间以来，由于相关经验的缺乏，我也面临一定的压力与困难，但是每当直面这些困难的时候，我会坚持自己的信念，以最积极的心态去面对，去从容的解决，因为我相信，有了正确积极的态度，就一定能克服工作中暂时的困难与挫折。

拿破仑希尔曾经说过，人与人之间没有太多区别，只有积极的心态与消极的心态这一细微的区别，但正是这一点点区别决定了二十年后两个人生活的巨大差异。在以后的工作当中我会继续坚持这样好的态度和积极的心态，争取为工作做出更大的贡献。

## 二、工作能力

我在大学本科期间学的是广告装潢设计，应该和家庭装修有一定的间接联系。虽然没有相关的从业经验，但是我学习能力很强，经过三个月的学习和班长安排的实习培训，我已基本上掌握了在营业厅的工作流程和工作方法。具体的操作的熟练程度还有待于在以后的工作中继续积累与加强。通过这三个月的比较勤奋的工作，我积累了很多工作经验与技巧，为公司做出了一定的贡献。这与公司领导的培养和同事的帮助以及整个企业善于学习乐于学习的大环境是密不可分的。

我从理论上、实践中和相互的交流中学习，不仅注意学习的方法，更注意培养正确的学习习惯。我从公司各种形式和性质的会议和培训里面，通过大家的交流中学习到很多与做人，做事相关的知识和教训，这是我在学校里面所不能学习到的。只有不断地学习、思考、总结，才能不断地提高自己的素质，才能把事做好。

每个企业都要做大做强，但是公司的繁荣要依靠集体的力量实现的。大家来自不同的背景，有不同的文化、习惯和工作模式，通过合作把自己的好的东西，对公司有意义的东西结合在一起，共同为公司的发 展努力。我在工作保持着很强的团队意识，我深知一个巴掌拍不响，只有坚持团队意识才能真正实现为企业谋利益，做贡献。我一直坚信只有将个人目标与公司目标统一起来，个人的目标才能得到保障。每个人都会有压力、有需求，但只有使之与公司的长期和短期发展目标统一起来，才能实现自己的个人目标。

## 三、工作业绩

首先从出勤率来说：从来没有缺勤，基本没有迟到，早退。  
业绩：从刚开始发展新营业厅开到第一个单子，工作渐渐走入轨道，销售也一个月比一个月有所提升。

从工作成果上说：在新的一年里，领导为我安排了新的工作，也体现出领导对我的信任与厚望，我一定积极努力地工作，完成领导安排的工作，不辜负领导们的厚望。

在以后工作中，我将一定会继续坚持自己的特长与优点，为企业的发展出自己的一份力，另外，我一定努力改正自己在工作的不足和失误进一步完善自己。

## 渠道支撑工作计划篇六

### 一、授权店管理

渠道经理对授权店进行分期管理，运作引导期（建议至少 1 周）进行一对一驻店管理，运作成熟期（引导期结束后）对辖区授权店进行每月不少于4次，每次约1-2小时（不包含交通时间，时间长短可随具体情况而异）的一对多巡店管理，同时第三方市场研究公司对授权店进行定期巡查。

#### （一）网点拓展

2、对有合作意向的网点进行资格审核，包括证照核对及实地核查，把好网点审核第一关，提高渠道建设质量。

#### （二）网点维护

6、负责实时收集与反馈辖区内授权店的相关信息，并制定相关优化建议；

7、负责结合区域特色，协调落实授权店相关的户外营销活动。

### 二、直销点管理

渠道经理每月对每家直销点进行不少于2次的巡查，每点每次巡查时间约15-30分钟（不包含交通时间，时间长短可随网点

星级及具体情况而异），同时第三方市场研究公司定期对直销点进行巡查。

### （一）网点拓展

2、对有合作意向的网点进行资格审核，包括证照核对及实地核查，把好网点审核第一关，提高渠道建设质量。

### （二）网点维护

2、负责对辖区内直销点进行业务监督、支撑和指导，受理直销点

提出的相关咨询和申请，并协助直销点做好相关客户投诉的处理；

5、负责实时收集与反馈辖区内直销点的相关信息，并制定相关优化建议；

6、负责结合区域特色，协调落实辖区内直销点相关的户外营销活动。