

# 最新销售工作计划 销售工作计划书(汇总10篇)

计划在我们的生活中扮演着重要的角色，无论是个人生活还是工作领域。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。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。

## 销售工作计划篇一

简要总结如下：

我是xx年9月19日来到贵公司工作的作为一名新员工，我是没有汽车销售经验的，仅凭对销售工作的热情和喜爱，而缺乏对本行业销售经验和专业知识，为了迅速融入到这个行业中来，到公司之后，一切从零开始，一边学习专业知识，一边摸索市场，遇到销售和专业方面的难点和问题，我会及时请教部门经理和其他有经验的同事，一起寻求解决问题的方案，在此，我非常感谢部门经理和同事对我的帮助！

现存的缺点

市场分析

从20xx年9月19日到20xx年12月31日我的总销量是3台，越野车一台，轿车一台，跑车一台，总利润11500元，净利润10016元，平均每台车利润是3339元、新年到了我也给自己定了新的计划，08年的年销量达到80台，利润达到160000，开发新客户10家、我会朝着这个目标去努力的我有信心！

xx年工作计划

- 1、深入了解所负责区域的市场现状，准确掌握市场动态
- 2、与客户建立良好的合作关系
- 3、不断的增强专业知识
- 4、努力完成现定任务量

最后，感谢公司给我一个展示自我能力的平台，我会严格遵守职业操守，朝着优秀员工的方向勇往直前、碰到困难不屈不挠，取其精华，去其糟粕，和公司员工团结协作，让团队精神战胜一切、我有信心在我的努力下，让四壁就像我的名字一样迎春破晓，霞光万丈！

## 销售工作计划篇二

20xx年即将过去，在这将近一年的时间中我通过努力的工作，也有了一点收获，临近年终，我感觉有必要对自己的工作做一下总结。目的在于吸取教训，提高自己，以至于把工作做的更好，自己有信心也有决心把明年的工作做的更好。下面做一下简要的销售工作总。

我是今年十月份到公司工作的，同时开始组建销售部，进入公司之后我通过不断的学习产品知识，收取同行业之间的信息和积累市场经验，现在对预付费储值卡市场有了一个深入的认识和了解。可以清晰、流利的应对客户所提到的各种问题，准确的把握客户的需要，良好的与客户沟通，逐渐取得客户的信任。所以经过努力，也取得了几个成功的客户资源，一些优质客户也逐渐积累到了一定程度，对市场的认识也有一个比较透明的掌握。在不断的学习产品知识和积累经验的同时，自己的能力，业务水平都比以前有了一个较大幅度的提高。

虽然之前一直在从事销售的相关工作，有一定的销售知识与

经验，但比较优秀的成功的销售管理人才，还是有一定距离的。本职工作做得不好，感觉自己还停留在一个销售人员的位置上，对销售人员的培训，指导力度不够，影响销售部的销售业绩。

## 二. 部门工作总结

在将近三个月的时间中，经过销售部全体员工共同的努力，讨论制定销售各环节话术，公司产品的核心竞争优势，公司宣传资料《至客户的一封信》，为各媒体广告出谋划策，提出“万事无忧德行天下”的核心语句，使我们公司的产品知名度在太原市场上渐渐被客户所认识。

部门全体员工累计整理黄页资料五千余条，寄出公司宣传资料三千余封，不畏严寒，在税务大厅，高新区各个写字楼进行陌生拜访，为即将到来的疯狂销售旺季打好了基础做好了准备。团队建设方面，制定了详细的销售人员考核标准，与销售部运行制度，工作流程，团队文化等。这是我认为我们做的比较好的方面，但在其他方面在工作中我们做法还是存在很大的问题。

从销售部门销售业绩上看，我们的工作做的是不好的，可以说是销售做的十分的失败。

客观上的一些因素虽然存在，在工作中其他的一些做法也有很大的问题，主要表现在

- 1)销售工作最基本的客户访问量太少。销售部是今年十月中旬开始工作的，在开始工作到现在有记载的客户访问记录有210个，加上没有记录的概括为230个，一个月的时间，总体计算五个销售人员一天拜访的客户量2个。从上面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

我们公司产品的情况十分清晰的传达给客户，了解客户的真正想法和意图；对客户提出的某项建议不能做出迅速的反应。在传达产品信息时不知道客户对我们的产品有几分了解或接受的什么程度，在被拒绝之后没有二次追踪是一个致命的失误。

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，业务能力还有待提高。

### 三. 市场分析

现在太原消费卡市场品牌很多，但主要也就是那几家公司，现在我们公司的产品从产品质量，功能上属于上等的产品。表面上各家公司之间竞争是激烈的，我公司的出现更是加剧了这一场竞争战。但冷静下来仔细分析，我公司的核心竞争力，例如发卡资金的监管，山西省境外商户的数量与质量，以及我公司雄厚的资金实力与优质的客户资源，都是其他公司无法比拟的。

在太原市场上，消费卡产品品牌众多，但以我公司雄厚的实力为平台，加以铺天盖地的宣传态势，以及员工锲而不舍的工作劲头，在明年的消费卡市场取得大比例的市场占有率已成定局，打造山西省业内的第一品牌指日可待。

市场是良好的，形势是严峻的。在太原消费卡市场可以用这一句话来概括，在技术发展飞快地今天，明年是大有作为的一年，假如在明年一年内没有把销售做好，没有抓住这个机遇，我们很可能失去这个蓬勃发展的机会。

## 四. 20xx年工作计划

在明年的工作规划中下面的几项工作作为主要的工作来做：

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。团队扩大建设方面，初步预计明年的销售人力达到十五人。组建两支销售小组，分别利用不同渠道开展销售工作。

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，销售人员出勤，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。强化销售人员的执行力，从而提高工作效率。

3) 培养销售人员发现问题，总问题，不断自我提高的习惯。

培养销售人员发现问题，总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) 建立新的销售模式与渠道。

把握好现有的保险公司与证券公司这一金融行业渠道，做好完善的计划。同时开拓新的销售渠道，利用好公司现有资源做好电话销售与行销之间的配合。

5) 销售目标

今年的销售目标最基本的是做到月月都有进帐的单子。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。销售部内部拟定20xx年全年业绩指标一千五百万。我将带领销售部全体同仁竭尽全力完成目标。

今后，在做出一项决定前，应先更多的考虑公司领导的看法和决策，遵守领导对各项业务的处理决断。工作中出现分歧时，要静下心来互相协商解决，以达到一致的处理意见而后开展工作。今后，只要我能经常总结经验教训、发挥特长、改正缺点，自觉把自己置于公司组织和客户的监督之下，勤奋工作，以身作则。我相信，就一定能有一个更高、更新的开始，也一定能做一名合格的管理人员。

20xx年我部门工作重心主要放在开拓市场，选取渠道和团队建设方面。当下打好20xx年公司销售开门红的任务迫在眉睫，我们一定全力以赴。

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，个人的努力是分不开的。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习惯是我们工作的关键。

月销售工作计划书

家具销售工作计划书

月度销售工作计划书

最新销售工作计划书

销售工作计划书范文

## 网络销售工作计划书

### 销售工作计划篇三

在将近一年的时间中，经过市场部全体员工共同的努力，使我们公司的产品知名度在河南市场上渐渐被客户所认识，良好的售后服务加上优良的产品品质获得了客户的一致好评，也取得了宝贵的销售经验和一些成功的客户案例。这是我认为我们做的比较好的方面，但在其他方面在工作中我们做法还是存在很大的问题。特对个人销售工作计划分析如下：

从上面的销售业绩上看，我们的工作做的是不好的，可以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，在开始工作到现在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。从上面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情况十分清晰的传达给客户，了解客户的真正想法和意图；对客户提出的某项建议不能做出迅速的反应。在传达产品信息时不知道客户对我们的产品有几分了解或接受的什么程度，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，业务能力还有待提升。

现在河南xx市场品牌很多，但主要也就是那几家公司，现在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，面对小型的客户，价格不是太别重要的`问题，但面对采购数量比较多时，客户对产品的价位时非常敏感的。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，这样可以促进销售人员去销售。

在郑州区域，因为xx市场首先从郑州开始的，所以郑州市场时竞争非常激烈的市场。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，在郑州开拓市场压力很大，所以我们把主要的市场放在地区市上，那里的市场竞争相对的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来更好。

市场是良好的，形势是严峻的。在河南xx市场可以用这一句话来概括，在技术发展飞快地今天，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。

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，提升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，不断自我提升的习惯。

培养销售人员发现问题，总结问题目的在于提升销售人员综合素质，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，业务能力提升到一个新的档次。

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。

5) 销售目标

今年的销售目标最基本的是做到月月有进帐的单子。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升销售业绩。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。提升执行力的标准，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。

以上是我对2014年销售工作计划的一些不成熟的建议和看法，如有不妥之处敬请谅解。

## 销售工作计划篇四

转眼到了秋季，领导销售的旺季已经来临，我销售团队根据之前对销售市场的把控，为将产品销售的更多更好，将今年

的销售又制定了如下工作计划书。

绿福园食品新市场销售工作计划书制定的依据，便是过去一年市场形势及市场现状的分析，即企业的优劣势分析以及竞争威胁和存在的机会，通过分析，从中了解市场竞争的格局及态势，并结合企业的缺陷和机会，整合和优化资源配置，使其利用最大化。比如，通过市场分析，清晰地知道市场现状和未来趋势：产品(档次)向上走，渠道向下移(通路精耕和深度分销)，寡头竞争初露端倪，营销组合策略将成为下一轮竞争的热点等等。

营销思路是根据市场分析而做出的指导全年销售计划的“精神”纲领，是营销工作的方向和“灵魂”，也是我司销售中需要经常灌输和贯彻的营销操作理念。针对这一点，制定具体的营销思路，其中涵盖了如下几方面的内容：

- 1、树立全员营销观念，真正体现“营销生活化，生活营销化”。
- 2、实施深度分销，树立决战在终端的思想，有计划、有重点地指导经销商直接运作末端市场。
- 3、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。
- 4、在市场操作层面，体现“两高一差”，即要坚持“运作差异化，高价位、高促销”的原则，扬长避短，体现独有的操作特色等等。

营销思路的确定，充分结合了企业的实际，不仅翔实、有可操作性，而且还与时俱进，体现了创新的营销精神，因此，在以往的年度销售计划中，都曾发挥了很好的指引效果。

销售目标是一切营销工作的出发点和落脚点，因此，科学、

合理的销售目标制定也是年度销售计划的最重要和最核心的部分。

1、根据上一年度的销售数额，按照一定增长比例，比如20%或30%，确定当前年度的销售数量。

2、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。

3、权衡销售目标与利润目标的关系，做一个经营型的营销人才，具体表现就是合理产品结构，将产品销售目标具体细分到各层次产品。比如，根据企业产品abc分类，将产品结构比例定位在a(高价、形象利润产品)∶b(平价、微利上量产品)∶c(低价：战略性炮灰产品)=2：3：1，从而更好地控制产品销量和利润的关系。销售目标的确认，使其销售目标的跟踪有了基础，从而有利于销售目标的顺利达成。

营销策略是营销战略的战术分解，是顺利实现企业销售目标的有效保障。根据行业运作形势，结合市场运做经验，制定如下的营销策略：

1、产品策略，坚持差异化，走特色发展之路，产品进入市场，要充分体现集群特点，发挥产品核心竞争力，形成一个强大的产品组合战斗群，避免单兵作战。

2、价格策略，高质、高价，产品价格向行业标兵看齐，同时，强调产品运输半径，以600公里为限，实行“一套价格体系，两种返利模式”，即价格相同，但返利标准根据距离远近不同而有所不同的定价策略。

3、通路策略，创新性地提出分品项、分渠道运作思想，除精耕细作，做好传统通路外，集中物力、财力、人力、运力等企业资源，大力开拓一些特殊通路，实施全方位、立体式的突破。

4、促销策略，在“高价位、高促销”的基础上，开创性地提出了“连环促销”的营销理念，它具有如下几个特征：

一、促销体现“联动”，牵一发而动全身，其目的是大力度地牵制经销商，充分利用其资金、网络等一切可以利用的资源，有效挤压竞争对手。

二、连环的促销方式至少两个以上，以充分吸引分销商和终端消费者的眼球。

三、促销品的选择原则求新、求奇、求异，即要与竞品不同，通过富有吸引力的促销品，实现市场“动销”，以及促销激活通路、通路激活促销之目的。

5、服务策略，细节决定成败，在“人无我有，人有我优，人优我新，人新我转”的思路下，在服务细节上狠下工夫。提出“5s”温情服务承诺，并建立起“贴身式”、“保姆式”的服务观念，在售前、售中、售后服务上，务求热情、真诚、一站式等等。通过营销策略的制定，为其目标的顺利实现做了一个良好的开端。

在这个模块，主要锁定两个方面的内容：

1、人员规划，即根据年度销售工作计划，合理人员配置，制定人员招聘和培养计划，都有一个具体的规划明细。

2、团队管理，明确提出打造“xx”团队的口号，并根据这个目标，采取了如下几项措施：

一、健全和完善规章制度，从企业的“典章”、条例这些“母法”，到营销管理制度这些“子法”，都进行了修订和补充。比如，制定《营销人员日常行为规范及管理规定》、《营销人员“三个一”日监控制度》、《营销人员市场作业流程》、《营销员管理手册》等等。

二、强化培训，提升团队整体素质和战斗力。比如，制定全年的培训计划，培训分为企业内训和外训两种，内训又分为潜能激发、技能提升、操作实务等。外训则是选派优秀的营销人员到一些大企业或大专院校、培训机构接受培训等等。

三、严格奖惩，建立良好的激励考核机制。通过定期晋升、破格提拔、鼓励竞争上岗、评选营销标兵等形式，激发营销人员的内在活力。

旨在通过这一系列的团队整合，目的是强化团队合力，真正打造一支凝聚力、向心力、战斗力、爆发力、威慑力较强的“铁血团队”。

销售计划的最后一项，就是销售费用的预算。即在销售目标达成后，企业投入费用的产出比。比如，销售目标5个亿，其中，工资费用：500万，差旅费用：300万，管理费用：100万，培训、招待以及其他杂费等费用100万，合计1000万元，费用占比2%，通过费用预算，可以合理地进行费用控制和调配，使企业的资源“好钢用在刀刃上”，以求企业的资金利用率达到最大化，从而不偏离市场发展轨道。

作销售计划时，充分利用表格这套工具，比如，销售目标的分解、人员规划、培训纲目、费用预算等等，都通过表格的形式予以体现，不仅一目了然，而且还具有对比性、参照性，使以上内容更加直观和易于理解。

1、明确了公司营销计划及其发展方向，通过营销计划的制定，不仅理清销售思路，而且还为具体操作市场指明方向，实现了年度销售计划从主观型到理性化的转变。

2、实现了数字化、制度化、流程化等等基础性营销管理。不仅量化了全年的销售目标，而且还通过销售目标的合理分解，并细化到人员和月度，为每月营销企划方案的制定做了技术性的支撑。

3、整合了企业的营销组合策略，通过年度销售计划，确定了新的一年营销执行的模式和手段，为市场的有效拓展提供了策略支持。

4、吹响了“绿福园”团队打造的号角，通过销售计划的拟订，确定了“绿福园”打造计划，为优秀营销团队的快速发展以及创建学习型、顾问型的营销团队打下了一个坚实的基础。

## 销售工作计划篇五

工作方向：

### 1、对经销商的管理

定期检查核实经销商的产品库存，配合公司发货时间及物流工作，确保经销商的库存在短期内消化，不出现积压产品及断货现象，同时协调好各分销商的渠道，有销售网络重叠现象的，避免引起产品价格战。

### 2、解决产品冲货、窜货问题

实行奖罚分明制度管理体系，解决因产品价格大幅度波动造成的市场威胁，查找冲货根源，经核实无误后取消违规经销商的产品促销资格，时间为1年。相反，提供有效信息并持有凭证的销售商，公司给予相应的促销补贴政策。

### 3、销售渠道下沉

进一步将产品深度分销，由原来的批发市场深入至农贸市场，在终端的走访中，针对信息的收集，寻找对产品需求量大的消费群。目前，浓缩果汁产品的需求量集中在咖啡馆、茶馆，我们还需要在产品质量和价格上寻找相应的切入点。

目标市场：

将对扬州、泰州、盐城、淮安、镇江、连云港、芜湖、马鞍山、安庆、淮南、淮北等苏中、苏北、及安徽局部市场进行开发，搜罗并设立特约经销商，享有与南京经销商同样的'经销政策，实行自然销售，特殊区域可视情况而定，是否增派销售人员。

重点促销产品：

鸡汁和果汁在20xx年将被重点推广，两个产品的消化周期短，但在市场竞争方面优势不明显，准备将相应消化周期长的寿司醋、芥末油，辣椒油等停止促销，从而补贴鸡汁和果汁产品的促销，能起到重点产品的增量效果。

销售队伍人力资源管理：

## 1、人员定岗

南京办固定人数5人，终端4人，流通1人，准备从终端调派1人兼跑流通市场，而原负责流通的人员兼跑省内周边城市，开拓空白市场。

## 2、人员体系内部协调运作

每日晨会进行前日的工作，端人员将负责的区域业务工作表格化，流通人员将市场信息。

先要分析一下往年该月，或者该时间段内的销售数据。比如是50万。

那么按照每年的增长率（公司计划）例如是20%，那么就是60万。

那么这个60万就是该时间段内要写的基数。

然后把这个基础分化掉到每个月、每个星期、甚至每年内。

这样销售目标基本就书写完毕了。

至于销售计划。那就因产品和区域、领域不同，有很多不同了。

但大体上都差不多，无碍乎就是看这销售目标，计划如何实现而已。

先吧这段时间内的重点客户书写在内，然后报指标。再然后书写到一些细致的安排。

比如1日—12日，做电话咨询，寻找意向客户。

12—22，做实际拜访，或者与大客户怎样怎样

## 销售工作计划篇六

目前温州地区内衣行业形成以曼妮芬、嘉莉诗、美思、水中花、依之妮等为代表的品牌格局。但是伴随以黛安芬、安利芳为代表的国外洋品牌进入中国，日趋了解消费者的习性，已从培育市场到引导市场的转变，培养了一批忠实的消费群，占据着高端消费市场的大量市场份额。但没有哪一品牌市占率在10以上。

奥莉服饰有限公司是一家由外销转型为内销的服装企业，公司主导服装品牌是奥丽依，该品牌是一、二线之间的中高档品牌，主要目标消费者群体为收入较高的白领阶层。奥莉服饰是典型的研发、设计、营销型的公司。

公司在温州地区主要优势是消费者品牌认知度较高，销售团队管理相对完善，劣势主要是服装库存积压问题较为突出。



基于对市场的分析与预测，制定了温州地区奥丽依服饰销售目标的各项指标：

- 1、品牌浙江地区年度销售总额计划达成200万元；
- 2、销售额增长率预计为21.6%；同比增长29%；
- 3、品牌预计实现毛利率32%，达成毛利润64万元；
- 4、从目前的市场占有率看，从目前的3.5%增长到6.5%；

按照公司区域划分惯例分配不同销售区域的年度销售配额：

瓯海、龙湾、鹿城三区统一规划，预计下半年实现销售收入100万元；

乐清、永嘉等县级地区统一规划，预计下半年实现销售收入50万元；

瑞安、苍南等县市市场统一规划，预计下半年实现销售收入50万元。

年度销售计划除最终销售额作为业绩以外，还要考虑以下重点：

- 1、品牌市场建设的一大重点是探索并形成成熟的渠道管理模式，提高渠道运营效率，寻求本企业解决降低服装库存积压的有效方法。
- 2、通过扩大广告覆盖，提高品牌宣传的精准度来建立稳定的品牌形象。
- 3、加大电子商务方面的投入，重点拓展网络销售渠道，与网络代理商建立稳定的合作关系。

公司在发展前期尤为重视从区域重点是市场开始操作，以点带面，以强带弱，而温州地区也是如此，市区为重点市场，周边县市为关注市场，而关注市场中分出潜力市场，以乐清和瑞安两县级市为代表。

此年度渠道建设的总路线依然是继承以往路线，循序渐进，稳打稳扎，但更加总是网络渠道的开发。

### 1、延续传统渠道模式：商家----县区代理-----终端

地区团队应继续不遗余力的开发区域内重点市场，寻找可靠、有潜力的县区代理商。同时深入了解代理商的资信水平，严格控制代理商的信用和资金风险。

### 2、加强“公司----终端”模式

对潜力市场以及市区重点市场的部分商场发展单店或连锁加盟商。前提是严格执行公司既定的连锁加盟商资格审核标准，规范加盟程序。

同时销售团队协助公司营销团队做好连锁加盟店的沟通及合作工作，协助公司对加盟商的业务联系以及经营指导等工作。

### 3、加强自营终端

在品牌建设发力阶段拥有直营终端，有利于树立品牌形象，掌握最直接的顾客需求与联系客户的纽带，并及时调整产品方向和行销策略。直营终端不要求数量多，但一定要精，要有代表性，能符合自己产品的市场定位，能反馈出自己品牌特性出来。

### 4、加快网络渠道开发

为充分发挥电子商务的优势以支持企业发展，温州区要保证

对网络渠道的重视和投入，支持和引导实体经销商建立网络销售店铺，积极与成功电商销售公司合作。

销售团队负责拓展网络代理商，定期举办网络代理商的交流会并对网商销售贡献做评估和分析。

在公司招商政策规定的自主性范围内制定温州地区招商政策，下面为新增部分：

### 1、低折扣

行内许多二线品牌一般是3.2---3.8折，专卖4.5折，奥丽侬应该以3.0折招商、代理商可以4.2折招商，保证对专卖加盟店吸引力和市场的竞争力。

### 2、大额的广告支持及高返利

行内许多二线品牌一般的广告支持为厂商各半且广告费以货品折钱而且力度不够。

a.首批进货达20万元者给与4万元的广告支持(广告形式的选择与发布由公司负责)。

b.年销售完成80万者返利7%等。

### 3、高换货率

一般的品牌换货率为45天内没有补货的产品可以100%调换，凡补单产品不与调换。销售团队可以规定重点市场内的客户在100天内不管有没有补货100%换货但凡特价产品不与调换。

广告宣传不再只追求覆盖面，将更加重视传播的精准度。

### 1、专卖店的形象建设

统一的、高质量的专卖店形象，给能消费者带来强烈的视觉冲击力，以及产生深刻的记忆提高品牌附加值。这方面要求自己专卖店形象的设计上严格把关。

## 2. 巡回演出(内衣秀)

以巡回演出(内衣秀)吸引媒体与消费者的眼球。奥丽侬要展示自己品牌的时尚性，宣扬内衣时尚的趋势，这对于自己品牌的塑造与招商起到至关重要的推动作用，同时会吸引区内传统媒体与网络媒体的争相报道。

## 3、参

### 与服装交易会

前期准备是市场开拓的先决条件这要求公司为业务人员提供高质量的招商资料与行动目标。

1. 招商手册的完成。

2. 招商政策(详细的、合理的省、市级代理合同、专卖合同)

3. 高质量的图册。

4. 业务人员的培训(团队凝聚力、行业知识、产品知识、谈判技巧)

市场维护包括开拓期的维护与稳定转型期的维护。要求对奥丽侬重点市场客户要有选择性，而且要求代理商一定要严格执行公司的政策，对终端一定要严格要求特别是县级级以上地区自己品牌专卖店形象的设计上等要严格把关，包括：店面位置、营业面积、门头招牌、形象墙的设计□pop的布置、产品的陈列、开业宣传、员工素质及自己品牌产品的比列等。

1协助代理商完成招商计划，督促代理商实施宣传工作。

2. 督促代理商经常的补充货品增加销售，积极协助其处理不良产品最大限度的减少换货率减少公司库存压力。

3. 公司业务员的定期巡场，特别是终端的详细资料(以备公司后期接管防止资源流失)及竞争品牌的动向等。

4. 季度的全国性的促销计划与实施等。

根据温州区域的销售目标，团队成员总计12人，其中2名负责加盟连锁店，2名负责大卖场，2名负责网络渠道开发，2人负责业绩考核。

在品牌创立并趋于成熟的阶段，温州地区销售团队要在公司下列规章条例基础上细化、完善。

a□销售人员管理条例

b□加盟店管理条例

c□营业员管理条例

d□销售渠道的销售政策的制定。诸如退换货的条件，返利，奖励，惩罚政策，销售渠道的价格管理。

具体细则，可先制定出草案，在实施过程中总结完善，并应密切注意业界领先者、竞争对手、追随者的动向，采取相应的对策，也要随时观察市场动态，消费者动态，随时修正不合时宜的计划。

### （一）培训目标

1、提高销售效率：经过培训可提高销售效率，同时降低销售

成本。

- 2、加强自我管理：销售人员必须组织和分配时间以取得销售的成功。
- 3、增强士气：目标不明是士气低落的重要原因，因此，销售培训计划必须要让受训者明确他们在企业和社会的目标。
- 4、促进沟通：培训能使销售人员明确为企业提供顾客和市场信息的重要性，并且了解这些信息是如何影响企业销售业绩的。
- 5、改善顾客关系：能帮助受训者明确建立与保持良好顾客关系的重要性。

## （二）培训内容

销售人员培训计划中的主要问题应随销售人员的构成、行业类型和相关的环境因素而变化。针对一线销售人员的培训一般应集中在以下几方面：

- 1、销售技能和推销技巧的培训：包括推销能力、谈判技巧，如重点客户识别、潜在客户识别、接近客户的方法、顾客服务、应对反对意见等客户异议、达成交易和后续工作、市场销售预测等等。
- 2、产品知识：具体内容包括：本企业所有的品牌、产品属性、可变性、品牌理念等方面的知识。
- 3、竞争知识：具体包括：了解竞争对手的产品、客户政策和服务等情况，比较本企业与竞争对手在竞争中的优势和劣势等。
- 4、企业知识：具体包括：企业政策，例如企业的报酬制度、

企业规定的广告、产品运输费用、产品付款条件、违约条件等内容。

### （三）培训方式

培训方式力求多样化并追求投入与收益的相对最优。主要通过课堂培训、现场培训、个案研讨法、角色扮演法、户外活动训练法等展开。

### （四）师资配备

- 1、企业内部培训专家：企业内部专职的培训人员，他们负责管理和协调企业的销售管理部门以及建立销售机构的培训和开发计划。
- 2、企业销售人员：一般选择企业高级销售代表。
- 3、销售经理：了解销售人员的弱点并非常了解行业和产品特点，效果较好。
- 4、外部培训专家：可以是销售培训的专业顾问，也可以是著名商学院销售学科方面的资深讲师。

以下三点作温州销售团队薪酬激励体系的补充：

- 1、绩效工资占员工标准工资的50%。绩效工资与员工的绩效考核成绩挂钩，用来考核员工销售任务计划内的销售任务、货款回笼、销售费用控制、产品品种结构、信息收集工作的完成情况。

绩效工资分为月度绩效工资和年度绩效工资，月度绩效工资占考核工资的20%，年度绩效工资占考核工资总额的80%。

- 3、对于员工节约的费用，公司将提取员工费用节约额的70%作为费用节约奖金发放给该员工。

细化为项目费用，包括销售过程中的广告费用、人员推销费用、促销费用、物流管理费用等。

总费用:150万元

项目费用：销售网络建设70万元；

广告策划活动、促销活动30万元；

销售团队建设30万元；

物流管理费用10万元；

其他10万元

当然，好的计划只是市场拓展的第一步，重要的还是计划的执行，市场拓展的效率80%来自执行力。市场拓展不是孤立存在的它依赖于企业的管理水平、营销队伍的凝聚力、营销人员的沟通能力、产品质量、设计水平等企业成功的诸多因素。因此，加强内部的管理才能使自己品牌腾飞。

销售工作计划书

白酒销售工作计划书

月销售工作计划书

家具销售工作计划书

月度销售工作计划书

销售工作计划书范文

网络销售工作计划书



制定销售工作计划书

最新销售的工作计划书

## 销售工作计划篇七

2017年已经快要过去，虽然酒店销售业绩并不理想，但那只能代表过去，为了在2017年有一个新的起点，新的目标，特制定工作计划，以作激励。

2017年，我部的主要工作之一将放在提高散客入住率上。我们拥有大多数酒店不具备的优势，那就是良好的区位优势与便利的交通条件。我们会利用所有可能的工具(网络、报刊、杂志及短消息的应用)加大对酒店的宣传力度。力争全年在散客的入住率上有较大提高。

2017年我部拟定在旅游黄金周到来之前，利用周末的休息时间，到省内几大著名的旅游城市(张家界、吉首、衡阳、岳阳、韶山等)进行走访，与地州市的各大旅行社之间建立起长期的合作关系，使得这些旅行社有意向将团队安排到我们酒店，以确保酒店客房的收入。

2017年我部会根据不同的节日、不同的季节制定相应的营销方案，综合运用价格、产品及渠道策略将酒店的客房，餐饮组合销售。使酒店在竞争中始终处于主动的地位，以最大限度的吸引顾客，从而保障酒店经营目标的完成。

a□会议计划收入为13万，理想目标是完成15万。

b□会议团队、旅行团队的总收入力争达到45万。

c□由营销部带来的餐饮收入突破40万

新的一年，我们必将继续探索，继续学习，我们希望又会有

忙碌而充实的一年，但是明年再回过头来总结的时候，我们希望不再留有遗憾。我们不奢望尽善尽美，但希望营销部在新的一年里，各项工作都有起色，有突破，有创新，最终当然要有不错的业绩。我始终坚信“天道酬勤”，有付出，就一定会有丰硕的成果等着大家。

## 销售工作计划篇八

在将近一年的时间中，经过市场部全体员工共同的努力，使我们公司的产品知名度在xx市场上渐渐被客户所认识，良好的售后服务加上优良的产品品质获得了客户的一致好评，也取得了宝贵的销售经验和一些成功的客户案例，这是我认为我们做的比较好的方面，但在其他方面在工作中我们做法还是存在很大的问题。特对个人销售工作计划分析如下：

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。

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。

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。

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。

今年的销售目标最基本的是做到月月有进帐的单子。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。

销售工作计划书范文

有关销售工作计划书范文

关于销售计划书范文

手机销售计划书范文

珠宝销售计划书范文

外贸销售计划书范文

汽车销售计划书范文

月度销售计划书范文

销售灯饰计划书范文

## **销售工作计划篇九**

2018年已经快要过去，虽然酒店销售业绩并不理想，但那只能代表过去，为了在2018年有一个新的起点，新的目标，特制定工作计划，以作激励。

2018年，我部的主要工作之一将放在提高散客入住率上。我们拥有大多数酒店不具备的优势，那就是良好的区位优势与便利的交通条件。我们会利用所有可能的工具(网络、报刊、杂志及短消息的应用)加大对酒店的宣传力度。力争全年在散客的入住率上有较大提高。

2018年我部拟定在旅游黄金周到来之前，利用周末的休息时间，到省内几大著名的旅游城市(张家界、吉首、衡阳、岳阳、韶山等)进行走访，与地州市的.各大旅行社之间建立起长期的合作关系，使得这些旅行社有意向将团队安排到我们酒店，以确保酒店客房的收入。

2018年我部会根据不同的节日、不同的季节制定相应的营销方案，综合运用价格、产品及渠道策略将酒店的客房，餐饮组合销售。使酒店在竞争中始终处于主动的地位，以最大限度的吸引顾客，从而保障酒店经营目标的完成。

a□会议计划收入为13万，理想目标是完成15万。

b□会议团队、旅行团队的总收入力争达到45万。

c□由营销部带来的餐饮收入突破40万

新的一年，我们必将继续探索，继续学习，我们希望又会有忙碌而充实的一年，但是明年再回过头来总结的时候，我们希望不再留有遗憾。我们不奢望尽善尽美，但希望营销部在新的一年里，各项工作都有起色，有突破，有创新，最终当然要有不错的业绩。我始终坚信“天道酬勤”，有付出，就一定会有丰硕的成果等着大家。

## 销售工作计划篇十

中心店：周红辉

目标业绩□300000□rmb

业绩分配：周红辉180000□rmb蒋慧芳120190□rmb

心态：积极向上，争取超额完成任务。

计划工作内容如下：

服务对象的需求是随着消费形态改变而改变的。我们注意到，随着时代的变迁在消费者的购买行为中，感性的成分在逐渐增加，理性的成分在逐渐减少。

当柜台销售员面对一位有潜力的购买顾客时，我么都应该做到如下几点：

作为销售员，了解商品的基本知识的目的是为了帮助建立顾客的购买信心，以促进销售1、以商品的品质问题向顾客说明珠宝玉器的价值。2、就商品的特别之处作为顾客有价值的有点进行说明。

1、顾客购买的主要障碍（1）对珠宝首饰缺乏信心，（2）对珠宝商缺乏信心

作为珠宝行的员工，使用专业规范的销售常用语，不但可以树立品牌形象，也能建立顾客的购买信心。因此，要求每一位营业员使用一下常用语：

1、顾客进店时的招呼用语：“您好！”“您早”“欢迎光临melimoli□您想要些什么？我能为你做什么？”“请随便看看”“请您稍后”“对不起，让您久等了”“欢迎您下次光临，再见”

2、展示货品时的专业用语

(1) 介绍珠宝的专业用语□abc货等等谁才增值，各款的独特之处

### 3、柜台礼貌用语

(1) 这是一件精美的礼品，我给你包装一下；(2) 这是您的小票，您收好；

### 4、顾客走时的礼貌用语

(3) 这里是一份介绍珠宝知识（珠宝保养得小册子），送给您

1、顾客进店：不管手头有任何工作，都应该放下手中的工作。面带微笑，亲切的问候：“您好（早上好，中午好，下午好，晚上好…）您选点什么，请随便挑选，有喜欢的可以试戴一下”

(1) 轻拿轻放：可显示出的贵重与导购的素质，也可以让顾客试戴时小心注意；

(3) 推荐时要以顾客喜欢的款式为主，不能强行改变顾客的意愿这样很容易导致交易的失败，可以在销售过程中适当提出一些自己的意见和见解。