

2023年商贸销售工作计划(优质7篇)

制定计划前，要分析研究工作现状，充分了解下一步工作是在什么基础上进行的，是依据什么来制定这个计划的。什么样的计划才是有效的呢？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。

商贸销售工作计划篇一

苏州苏趣贸易有限公司，于2008年8月成立，苏趣旨在为单位发放福利和个人居家享用、赠送亲友提供一个方便、实惠、快捷、全面的团购平台；为企事业单位和个人提供最卓越、最优质的服务；为会员带来高性价比、低成本的优质快捷的服务，并致力于提供人性化、专业化的采购服务。

“苏趣”全称苏州苏趣贸易有限公司，于2008年8月成立。该公司坐落于享有人家天堂美誉的江南水乡——苏州！是一家团购性质的贸易公司，旗下团购网主营业务有端午粽子、中秋月饼、阳澄湖清水大闸蟹、各式年货、年夜饭半成品、各类卡券等等。旨在为消费者提供具有更高品质、更优服务、更低价格的团购产品，追求客户的最大满意度，力争成为客户最值得信赖的长期合作伙伴。

稳拓规模平衡发展

目前公司专业化经营多种类别团购产品，现阶段主要销售三大系列11种经典套餐半成品年夜饭礼盒，随着我们代理经销商、网店和实体店市场规模的逐年增加，苏趣人始终努力让消费者购物体验更加多元化和便利化。回首走过的5个春秋轮回，我们感到无限欣喜，我们的产品越来越成熟且受到消费者的热烈追捧，产品正走向全国各地数万家庭的餐桌，我们致力于让您真正体会到苏趣品牌正贴切地在您身边。

领先创新严控品质

在新一轮的发展中，苏趣公司将继续深化以满足消费者需求为第一，并提出”领鲜到底”的产品营销理念，致力于打造中国半成品年夜饭第一品牌，始终不渝地坚持把产品质量和新鲜度、美味度放在首位，不断提高对产品的健康度和安全度的高度重视，以满足苏趣系列产品消费市场上不断增长、转变的美食需求，为了更好的回馈社会，传达对广大消费者的感恩之心，使您生活的每一刻都洋溢着我们热情的祝福和恒久的快乐！

商贸销售工作计划篇二

(一)实习单位简介我们实习的单位是郑州盛煌经贸有限公司，我们的实习主要是在它的营销部进行的，在人们消费水平逐渐提高，生活质量要求越来越高的今天，装修污染(装修污染的相关材料见附录一)却困扰着人们。而这家公司正是以改善人类居室环境为己任，为消费者提供有效的空气治理方案，以优秀的产品、专业的施工、合理的价位，为消费者打造一个无污染的家。治理装修污染是这家公司的主要工作，其主打产品是光触媒。

(三)我们的实习内容我们组的实习内容主要是在围绕专业认识主题的前提下参加郑州盛煌经贸有限公司的业务经营工作。我们在接触顾客时，主要了解顾客的消费需求及消费心理；在与业务员相处时，主要学习其洽谈业务的语言和技巧；同时，我们也注意观察周围的一切，进一步了解我们的营销环境。我们以营销人的身份去参加真枪实弹的演练，在这个过程中，我们初步对营销专业有了感性的认识，同时也培养了我们的专业兴趣。

二、商业企业的营销特点及分析

(一)盛煌经贸有限公司的营销环境营销环境是存在于企业营

销部门外部的不可控制的因素和力量，这些因素和力量是影响企业营销活动及其目标实现的外部条件。任何企业的营销活动都不可能脱离周围的环境而孤立存在进行。所以任何一次的企业活动都要以环境为依据，主动地去适应环境，同时透过营销努力去影响外部环境，使环境有利于企业的生存和发展，有利于提高企业营销活动的有效性。

该企业位于郑州市区，郑州市是一个省会城市，人口集中，政治法律等都比较完善，但该企业面对的一个瓶颈问题是无法生产及引进真正能够消除污染的产品与设备，这也是目前的科技所不能达到的，这直接关系到公司的营销策略。不完美的产品，肯定得不到顾客的十分满意，从而影响企业的销售额。

2. 该企业的微观环境分析微观环境是指与企业紧密相连，直接影响企业营销能力的各种参与者，包括企业本身、市场营销渠道企业、顾客、竞争者以及社会公众。微观环境直接影响与制约企业的营销活动，多半与企业具有或多或少的经济关系。该企业的微观环境对企业本身的发展有很多不利。企业本身实力不强，资金不富，影响力不强，这直接影响其营销策略和营销投入。该企业的顾客却是那些有钱的主，因此这一点对公司来说是有利的营销环境。该企业的竞争对手很多，但这是无法改变的市场竞争规律。企业所面对的社会公众都是一群思想观念落后的中国人，使其很难在社会公众中树立良好的形象。这些微观环境直接影响企业的营销活动。

(二) 该企业的营销特点及分析该企业采取的营销路子是绿色营销和体验营销，同时以推销策略为主攻力。

1. 绿色营销绿色营销，广义的解释，指企业营销活动中体现的社会价值观、伦理道德观，充分考虑社会效益，既自觉维护自然生态平衡，更自觉抵制各种有害营销。因此，广义的绿色营销，也称伦理营销。狭义的绿色营销，主要指企业在营销活动中，谋求消费者利益、企业利益与环境利益的协调，

既要充分满足消费者的需求，实现企业利润目标，也要充分注意自然生态平衡，实现经济与市场可持续发展。因此，狭义的绿色营销，也称生态营销或环境营销。绿色营销与传统营销相比有着更为突出的特征：

(1) 绿色消费是开展绿色营销的前提；

(2) 绿色体制是绿色营销的法制保障；

(3) 绿色观念是绿色营销的指导思想；

(4) 绿色科技是绿色营销的物质保证。郑州盛煌经贸有限公司，其行的就是绿色营销，在人们生活质量逐渐提高的今天，各种装修污染已经严重影响到人们的身体健康与生命安全，而该公司致力改善人类居室环境，降低装修污染对人们的危害。这种营销的出发点就是以满足绿色需求为中心，并以提升人们的生活质量为已任，着眼未来，追求技术进步，促进绿色产品的发展。当然这家公司也是“环保回归”热潮的附属品。

商贸销售工作计划篇三

作为交通行业销售，自己得岗位职责是：

1、坚定信心，千方百计完成行业销售目标；

2、努力完成销售过程中客户得合理要求，争取客户信任，提供完成可靠得解决方案；

3、解并严格执行销售得流程和手续；

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；

6、培养培训营销工作得方法及对市场研究能力，成为智慧能

动得市场操作者

7、对工作具有较高得敬业精神和高度得主人翁责任感；

8、严格遵守公司各项规章制度，完成领导交办得工作，避免积压和拖沓。

岗位职责是员工得工作要求，也是衡量员工工作好坏得标准，自己到岗至今已有近半个月得时间，期间在公司得安排下参加杭州总部组织得交通行业销售培训，现对公司产品有一个虽不深入但整体完整得解，对产品优势和不足也大家深入沟通过。为积极配合销售，自己计划设想努力学习。在管理上多学习，在销售上多研究。自己在搞好销售得同时计划设想认真学习业务知识、管理技能及销售实战来完善自己得理论知识，力求不断进步自己得综合素质，为企业得再发展奠定人力资源基础。

2. 见客户之前要多解客户得主营业务和潜在需求，最好先解决策人得个人爱好，准备一些有对方感兴趣得话题，并为客户提供针对性得解决方案。

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，配合集成商技术和商务上得项目运作。

4、做好每天得工作记录，以备遗忘重要事项，并标注重要未办理事项。

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、前期设计得项目重点跟进，至少一周回访一次客户，必要时配合集成商做业主得工作，其他阶段跟踪得项目至少两周回访一次。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得设计工作。

8、投标过程中，提前两天整理好相应得授权、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，以最快速得供应时间响应集成商得需求，争取早日回款。

销售是一种长期循序渐近得工作，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。自己在产品销售得过程中，严格按照公司制定销售服务承诺执行，在接到客户咨询得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，在接到领导得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得前提。在销售得过程中同样注重产品知识得学习，对厂生产得产品得用途、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得信息化。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得建设，预计国家每年对智能交通系统建设得投入在50亿到70亿之间，其中还并不包括一些中小城市得一些btbot或自筹资金得项目。而电子警察、卡口、号牌识别等产品在其中得占有比例超过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得主要业绩，其中较大得集成商项目得建设得范围一方面遍布全国，一方面又呈现分散得趋势，无法形成有效地、紧密相连得网络。

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得占有率，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，提供完善得售前售后服务以及系统得整体解决方案。

1、尽力发展新客户，维护好原有客户，对有潜力客户多关注，并把所有得产品包括摄像机进行更深层次得推广。近期已经开始给各个具有行业背景得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、对有特殊行业背景得客户，一定要做出拜访计划，定期得见面沟通，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，有些公司正在积极得参与到交通行业中。现有做城市交通，尤其是系统集成得这些客户，在11年是关注得重点。已经跟几家做过沟通，约见他们更高层次得领导，以求达成公司与公司之间得战略合作。目前得工作还停留在与他们招投标、商务部门得沟通上。

4、关注ipc得市场推广，加强其与nas产品得配合使用。

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得工作量。

以上就是我对20xx年工作计划，不够全面之处，请求领导能够给予指正。

希望**年能是我给公司带来惊喜得一年！

商贸销售工作计划篇四

甲方（买方）：

住所：

联系电话：

乙方（卖方）：

住所：

联系电话：

一、合同标的

1、产品品名：

2、规格型号：

3、数量：

4、单价：

二、质量标准

1、按照_____标准执行（须注明按国家标准或企业具体标准，如标准代号、编号和标准名称等）。

2、以样本为标准。

3、按双方商定要求执行，具体为：_____（应具体约定产品质量要求）。

1、数量：_____。

2、计量单位和方法：_____。

3、交货数量的正负尾差、合理磅差和在途自然增（减）量规定及计算方法：_____。

应尽可能注明所采用的包装标准是否国家或主管部门标准，自行约定包装标准应具体可行，包装材料由谁供应，包装费用的负担。

1、交货时间：_____。

2、交货地点：_____。

3、运输方式：_____（注明由谁负责代办运输）。

4、保险：_____（按情况约定由谁负责投保并具体规定投保金额和投保险种）。

5、与买卖相关的单证的转移：_____。

1、验收时间：_____。

2、验收方式：_____（如采用抽样检验，应注明抽样标准或方法和比例）。

3、验收如发生争议，由_____检验机构按_____检验标准和方法，对产品进行检验。

1、货款的支付时间：_____。

2、货款的支付方式：_____。

3、运杂费和其它费用的支付时间及方式：_____。

4、预付货款：_____（根据需要决定是否需要预付货款及

金额、预付时间)。

1、甲方在验收中如发现货物的品种、型号、规格、花色和质量不合规定或约定，应在妥为保管货物的同时，自收到货物后_____日内向乙方提出书面异议。在托收承付期间，甲方有权拒付不符合合同规定部分的货款。甲方未及时提出异议或者自收到货物之日起_____日内未通知乙方的，视为货物合乎规定。

2、甲方因使用、保管、保养不善等造成产品质量下降的，不得提出异议。

3、乙方在接到甲方书面异议后，应在_____日内负责处理并通知甲方处理情况，否则，即视为默认甲方提出的异议和处理意见。

1、甲方中途退货的，应向乙方赔偿退货部分货款的_____ % 违约金。

2、甲方未按合同约定的时间和要求提供有关技术资料、包装物的，除交货日期得以顺延外，应按顺延交货部分货款金额每日万分之_____计算，向乙方支付违约金。如_____日内仍不能提供的，按中途退货处理。

3、甲方自提产品未按乙方通知的日期或合同约定日期提货的，应按逾期提货部分货款金额每日万分之_____计算，向乙方支付逾期提货的违约金，并承担乙方实际支付的代为保管、保养的费用。

4、甲方逾期付款的，应按逾期货款金额每日万分之_____计算，向乙方支付逾期付款的违约金。

5、甲方违反合同规定拒绝接受货物的，应承担因此给乙方造成的损失。

6、甲方如错填到货的地点、接货人，或对乙方提出错误异议，应承担乙方因此所受到的实际损失。

1、乙方不能交货的，向甲方偿付不能交货部分货款_____ % 的违约金。

2、乙方所交货物品种、型号、规格、花色、质量不合同规定的，如甲方同意利用，应按质论价。甲方不能利用的，应根据具体情况，由乙方负责包换或包修，并承担修理、调换或退货而支付的实际费用。

3、乙方因货物包装不符合合同规定，须返修或重新包装的，乙方负责返修或重新包装，并承担因此支出的费用。甲方不要求返修或重新包装而要求赔偿损失的，乙方应赔偿甲方该不合格包装物低于合格物的差价部分。因包装不当造成货物损坏或灭失的，由乙方负责赔偿。

4、乙方逾期交货的，应按照逾期交货金额每日万分之_____计算，向甲方支付逾期交货的违约金，并赔偿甲方因此所遭受的损失。如逾期超过_____日，甲方有权终止合同并可就遭受的损失向乙方索赔。

5、乙方提前交的货物、多交的货物，如其品种、型号、规格、花色、质量不符合约定，甲方在代保管期间实际支付的保管、保养等费用以及非因甲方保管不善而发生的损失，均应由乙方承担。

6、货物错发到货地点或接货人的，乙方除应负责运到合同规定的到货地点或接货人外，还应承担甲方因此多支付的实际合理费用和逾期交货的违约金。

7、乙方提前交货的，甲方接到货物后，仍可按合同约定的付款时间付款。合同约定自提的，甲方可拒绝提货。乙方逾期交货的，乙方应在发货前与甲方协商，甲方仍需要货物的，

乙方应按数补交，并承担逾期交货责任。甲方不再需要货物的，应在接到乙方通知后_____日内通知乙方，办理解除合同手续，逾期不答复的，视为同意乙方发货。

任何一方由于不可抗力原因不能履行合同时，应在不可抗力事件结束后_____日内向对方通报，以减轻可能给对方造成的损失，在取得有关机构的不可抗力证明后，允许延期履行、部分履行或者不履行合同，并根据情况可部分或全部免于承担违约责任。

本合同一式_____份，甲乙双方各_____份，具有同等法律效力。

甲方（签字）：

签订地点：

_____年_____月_____日

乙方（签字）：

签订地点：

_____年_____月_____日

商贸销售工作计划篇五

面对20xx这新的一年，在自己的心中早已制定了全年的工作和生活计划。虽然工作不是生活的全部，但也占据了大部分时间。为将我的'销售工作有一个良好的开端，拟定出三方面的20xxxx年销售人员个人工作计划：

1、根据公司现在的人力资源管理情况，参考先进人力资源管理经验，推陈出新，建立健全公司新的更加适合于公司业务

发展的人力资源管理体系。

2、做好公司20xxxx年人力资源部工作计划规划，协助各部门做好部门人力资源规划。

3、注重工作分析，强化对工作分析成果在实际工作当中的运用，适时作出工作设计，客观科学的设计出公司职位说明书。

4、规范公司员工招聘与录用程序，多种途径进行员工招聘；强调实用性，引入多种科学合理且易操作的员工筛选方法。

5、把绩效管理作为公司人力资源管理的重心，对绩效工作计划、绩效监控与辅导、绩效考核（目标管理法、平衡计分卡法、标杆超越法□kpi关键绩效指标法）、绩效反馈面谈、绩效改进进行全过程关注与跟踪。

6、努力打造有竞争力的薪酬福利，根据本地社会发展、人才市场及同行业薪酬福利行情，结合公司具体情况，及时调整薪酬成本预算及控制。做好薪酬福利发放工作，及时为符合条件员工办理社会保险。

7、将人力资源培训与开发提至公司的战略高度，高度重视培训与开发的决策分析，注重培训内容的实用化、本公司化，落实培训与开发的组织管理。

8、努力经营和谐的员工关系，善待员工，规划好员工在本企业的职业生涯发展。

9、公司兼职人员也要纳入公司的整体人力资源管理体系。

1、准备到铁通公司市北分局开通免费电话，年前已经交过订金300元（商客部20xx_代收）。

2、外协大厦物业管理，交电费、取邮件、咨询物业管理事宜

等。

3、协助王伟琴经理做好办公室方面的工作。

4、确保电脑、打印复印一体机正常运行，注意日常操作。

5、为外出跑业务的市场拓展部各位经理搞好各类后勤保障。

6、与王经理分工协作，打招商电话。

1、学习招商资料，对3+2+3组合式营销模式领会透彻；抓好例会学习，取长补短，向出业绩的先进员工讨教，及时领会掌握运用别人的先进经验。

2、做好每天的工作日记，详细记录每天上市场情况

3、继续回访徐州六县区酒水商，把年前限于时间关系没有回访的三个县区：新沂市、丰县、沛县，回访完毕。在回访的同时，补充完善新的酒水商资料。

4、回访完毕电话跟踪，继续上门洽谈，做好成单、跟单工作。

商贸销售工作计划篇六

在过去的一年中，××公司是在市场拓展、新客户开发等方面取得了显著的成绩，×品牌产品在国内市场已经占据了一定份额。产品销售额逐月增长，客户数额稳步增加，市场已由原来的华东地区扩展到东北地区，并已着手向西南、西北地区拓展。在总结20xx年度工作的基础上，坚持以“内抓管理、外拓市场”的方针，开展20xx年度销售工作计划如下：

坚持创新求实的指导思想开拓国内市场。

2. 盛天产品在(同行业)国内市场占有率大于10%；

3. 各项管理费用同步下降10%;
4. 设立产品开发部，在总公司的指导下，完成下达的开发任务；
5. 积极配合总公司做好上海盛天开发区的相关事宜及交办的其他事宜。

1. 统一市场形象

针对国内市场的特点，对公司作销售形象进行专门设计，提高××品牌产品在市场的统一形象，为今后更有力地提知名度奠定了稳定的基础。

2. 建立健全销售网络

建立健全销售网络体系，拟在3月初招聘7-8名业务员，全面培训业务知识和着力市场开发。

3. 细分销售区域

全国分7-8区域，每个区域下达指标，用考核的方式与实绩挂钩，奖罚分明。根据销售总目标2500万，分区域下指标，责任明确，落实到人，绩效挂钩。

4. 充实代理商队伍

5. 增强研发能力

设立开发产品研发部，力争上半年在引进技术开发人员3-5人的基础上，下半年初步形成新品开发能力。

6. 加强内部管理，提高经济效益

着重从成本核算、人力资源激励等方面加强内部管理，促进

经济效益的提高。

商贸销售工作计划篇七

2、营销团队的建立，对新组建的团队人员进行工作安排、跟进；

3、制定部门采购清单；

5、制订旅游杂志协议合同，落实跟进河南旅游杂志夹页一事；

6、根据部门现有管理制度及工作内容，进行五常内容的补充修订；

7、针对销售经理店外拜访客户及送账务单所使用交通车辆申请程序；（内部制定）

8、与财务部经理沟通客户所使用储值卡、签单协议及应收账款回收程序；代金券的使用流程，签单协议由销售部负责制定；（财务部制定）

1、部门员工根据培训计划进行培训；

1、部门迎宾员、预订员及销售经理各岗位职责及服务流程的培训；（资料自备、已完成）

2、针对销售部员工进行销售专业知识、技巧的培训；（资料自备、已完成）

3、针对vip客户的整体接待程序进行强化培训；（资料自备、已完成）

4、平面媒体方案制作及媒体投放地点确定；

- 1、对部门员工培训酒水知识、菜品知识、敬酒词、点菜程序及注意事项；
- 2、对以上内容进行考核工作；
- 3、确定预定处预订系统的到货及安装时间，对员工进行预订系统培训及考核工作；
- 4、跟进落实储值卡刷卡系统及储值卡到店时间；制定操作流程；