

# 2023年组建团队的工作计划 销售团队工作计划(精选10篇)

计划是提高工作与学习效率的一个前提。做好一个完整的工作计划,才能使工作与学习更加有效的快速的完成。计划书写有哪些要求呢?我们怎样才能写好一篇计划呢?下面是小编整理的个人今后的计划范文,欢迎阅读分享,希望对大家有所帮助。

## 组建团队的工作计划 销售团队工作计划篇一

1、回访完毕电话跟踪,继续上门洽谈,做好成单、跟单工作。

2、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。

3、做好每天的工作日记,详细记录每天上市场情况。

4、继续回访x六县区酒水商,把年前限于时间关系没有回访的三个县区[x市、x县、x县,回访完毕。

在回访的同时,补充完善新的酒水商资料。

1、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。

2、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。

3、做好公司x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。

4、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。

5、公司兼职人员也要纳入公司的整体人力资源管理体系。

强调实用性，引入多种科学合理且易操作的员工筛选方法(筛选求职简历、专业笔试、结构性面试、半结构性面试、非结构化面试、心理测验、无领导小组讨论、角色扮演、文件筐作业、管理游戏)。

7、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(卓越绩效标准、六西格玛管理□iso质量管理体系、标杆超越)、绩效结果的运用(可应用于员工招聘、人员调配、奖金分配、员工培训与开发、员工职业生涯规划)进行全过程关注与跟踪。

8、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。

9、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。

1、与王经理分工协作，打招商电话。

2、准备到铁通公司市北分局开通x(x)免费电话[号码xxxxxx]□年前已经交过订金300元。

3、外协大厦物业管理，交电费、取邮件、咨询物业管理事宜等。

4、协助王经理做好办公室方面的工作。

5、确保电脑、打印复印一体机正常运行，注意日常操作。

6、为外出跑业务的市场拓展部各位经理搞好各类后勤保障(主要是协助王经理复印、传真、电话、文档输入电脑、报销、购物等)。

我经常这样对自己说：开心工作，快乐生活。不能将这生命里大部分时间要经营的工作当作是一杯苦酒，要把它当作美酒，越陈越香。

金融危机只是暂时的，只要大家顶住压力，金融危机很快的就会过去的，我们国家市场重新繁荣就在不久之后，我相信那一天的到来。我作为一个公司的销售人员，虽然对公司负责的项目过问不多，因为职位的关系。但是我一样关注股市，公司的未来就是我的未来，公司就是我的家，我会为公司的工作尽出自己的努力！

我知道销售工作现在不好做，但是我想凭借我这么多年积累的销售人气和能力，我是能够迎来一个不错的未来的，我相信公司的明天一定有属于我的一片明媚天空！

## **组建团队的工作计划 销售团队工作计划篇二**

一、带领本公司共同努力超额完成公司下达的各项任务。

二、加强基础管理，强化量化考核指标。

1、对各项工作均事先予以量化，奖罚分明，使一切均有章可循，有章可查，分季度考核结合年终考核，业绩的好坏直接

与奖金挂钩，做到奖罚分明。

2、坚决杜绝老好人思想，加大跟踪力度，强化监督职能，及时记录，适时引导，定期检查，避免一阵风。做到善始善终，杜绝\*蛇尾现象发生。

三、对各项工作分工明确，各区域市场挂牌承包。

1、改变少数人硬性分派的做法，使员工共同参与制定相应的实施方案，择优选用。

2、明确各自的责、权、利，定期考核与年终考核相结合，并与同期收入、年终奖金相结合，对成绩优异者给予奖励，不能按计划完成的与同比例的收入，每下降一个百分点，减少同期收入。

四、建立市场网络，规范客户管理，加大市场开发力度。

1、理顺整顿治理现有资源，对客户、市场按升值潜力分为a□b□c三类市场，对潜力大、上升强劲的市场予以重点开发、维护、宣传。

2、对一些需更换客户的网络先培养其他替换客户，经一段时间的扶持，不与公司发展相匹配的客户，则予以更换。

3、除传统的农资、供销、农业局的网络开发、维护外，同时重点开发粮油、邮政等农化网络。

4、强化驻点服务开发工作，依据市场情况分设一个办事处，强化市场的开发服务功能。

5、网络的建设要以终端建设为基础，掌握市场已有资源，促使市场占有率提升。

6、春节前应重点对鲁西北市场的开发与推广，改变公司春季淡的被动局面。

7、对市场各级客户均分类建档，并定期跟踪监督，及时调整，增加回访客户频率，增加相互了解，解决实际的困难，增加客户忠诚度。

五、强化沟通机制，加速市场信息的收集与转化。

1、收集真实的市场信息，建立档案制度，重点对各区域的种植结构、用肥习惯及其他品牌的优势、宣传方案等对比找出差距，找出如何整改的信息方案。

2、制订定期的沟通机制，并建立有效的奖罚制度。

3、多与终端客户联系，了解一线资料。

六、加强学习，搞好团队建设。

1、除主动参与公司的各种培训外，重点要加强事后的总结与运用。

2、每次出发人员回来，要及时召集相关内部人员共同分享市场成功经验，分析总结遇到的疑难问题，共同探讨，相互促进，共同进步。

3、主动与业务人员沟通交流，变听汇报式交流为主动谈话式交流，对发现问题应及时解决，从中发现人员的长处与缺点，以便合理安排工作，为其搭建合理的舞台，充分发挥个人的才能，加强团队的凝聚力。

七、强化服务认识，提高服务质量。

1、成立业务投诉电话，对由于业务人员自身问题造成的业务投诉，视情节予以一定的处分，并及时解决客户的投诉，增

加其赞誉度。

2、结合驻点服务工作的开展，整合自身市场的信息及技术资源优势，帮助客户理顺、完善开发新的营销方案与实施及二级网络的建设。

3、对重点市场做到电视有影，广播有声，报纸有形，学者参与不遗余力的宣传公司产品，提升品牌形象。

4、取消专车制度为市场专车制，对业务车辆统一调度，形成地面范围化宣传，配合学者及当地经销商服务于终端客户，增加其赞誉度。

八、加大新客户，新产品的开发力度。

1、全年出发不低于240天。

2、世界不变的是在变，只有不断的推陈出新才能跟上市场发展的需求只有不断开发新客户才能更加完善销售网络，提高市场占有率，并制定最低客户数量，少则罚，多则奖。

3、通过细致的调研及时开发适销对路的新产品，并实行谁开发谁受益的奖励机制。奖励业务人员的参与性与时效性。

九、费用的控制

1、增设专门统一的内勤人员，增加账目透明度，定期公布各种业务费用数据。

## **组建团队的工作计划 销售团队工作计划篇三**

团队建设的核心是参与和共赢。团队的参与特征体现在团队的项目协作上，团队中每一个成员都能没有任何顾忌的发表自己的意见，在一种和谐的氛围中，共同研究解决问题的方

案，依据方案完成项目的销售工作。团队的共赢体现在团队成员都能够在其他成员的协助下快速成长，并且能取得更好的销售业绩，从而获得满意的经济收入。

## （二）销售团队定位与总体目标

销售团队要有团队定位及团队目标。团队定位视团队成员的能力而有所不同，团队目标依据团队定位的差异可进行一定调整。

### 团队建设规划

#### 1、建立团队的几点要素

- （1）成就的认同。
- （2）互相协作，不推诿，不抱怨。
- （3）有共同地切实可行的业务目标和实行路线。
- （4）竞争，团队内部的竞争以及团队之间的竞争。

#### 2、建立共同目标观念

- （1）每个团队的成员必须相信，当公司获利时，他们也会得利。他们必须相信，当区域的运作顺利时，他们也是赢家。
- （2）安排有赢家的善意竞争，但如果达成目标的话，就不要有牺牲者。
- （3）内部竞争是健康的，不是特别指明某个业务员对抗另一个业务员。
- （4）鼓励团队中的成员一起努力。要他们彼此帮忙，平衡优缺点。

(5) 销售团队中任何人的杰出表现都要让公司本部知道。

### (三) 团队建设

销售团队职责：主要负责联系区域内设计院、钢构公司、建设公司以及业主等客户，洽谈客户，维护客户以及产品推广工作。

### (四) 成员职责

#### 1、销售经理

##### a职位内容

1) 不折不扣地完成上级领导制定的销售拓展目标以及团队业绩要求；

5) 勇于探索和创新，善于将自己和销售工程师的工作经验加以归纳和提升，向上级领导提供可行性建议。

##### b组织建设

4) 根据公司提供的培训资料，实地培训销售工程师人员以提高其；

5) 在上级的培训和指导下，不断提高自己的销售技巧和工作能力。

#### 2、销售工程师

##### a职位内容

1) 负责区域内目标客户的开发，并完成季度及年度销售任务；



3) 配合销售经理完成公司要求的其他工作。

## b任职要求

1) 大专以上学历，至少一年销售工作经验，能力特别突出者可放宽。

2) 对财富及成就感拥有强烈欲望，并将其转化为积极主动的执行力。

3) 责任心强，富于工作激情和热情，勇于面对压力，并积极的寻找解决办法。

4) 学习及探索能力强，可迅速适应全新的行业领域及业务模式，善于捕捉潜在的市场机会。

## 组建团队的工作计划 销售团队工作计划篇四

年度销售计划制定的依据，便是过去一年市场形势及市场现状的分析，而李经理采用的工具便是目前企业经常使用的swot分析法，即企业的优劣势分析以及竞争威胁和存在的机会，通过swot分析，李经理可以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，李经理很清晰地知道了方便面的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。

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，李经理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。

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，李经理根据企业方便面产品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，使李经理有了冲刺的对象，也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。

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，大力度地开拓学校、社区、网吧、团购等一些特殊通路，实施全方位、立体式的突破。

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，比如销售累积奖和箱内设奖同时出现，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。提出了“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，李经理胸有成竹，也为其目标的顺利实现做了一个良好的开端。

在这个模块，李经理主要锁定了两个方面的内容：

1、人员规划，即根据年度销售计划，合理人员配置，制定了人员招聘和培养计划，比如□20xx年销售目标5个亿，公司本部的营销员队伍要达到200人，这些人要在什么时间内到位，落实责任人是谁等等，都有一个具体的规划明细。

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，制定了《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，制定了全年的培训计划，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。李经理旨在通过这一系列的团队整合，目的地是强化团队合力，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”。

## 组建团队的工作计划 销售团队工作计划篇五

二、团队工作的主要思路：

服务大局、突出重点、深化落实、和谐发展。

三月份

规范行为习惯，迎接新学期

1、各班级制订班队工作计划。

2、常规养成和安全教育，重温《中小学生日常行为规范》，强化养成训练。

3、召开团队干部会议，完善团队管理体制，紧抓团队干部工作，充分发挥团队干部积极性和带头作用。

四月

1、开展清明节日主题活动，举办“诗朗诵”比赛，旨在缅怀

革命先烈，弘扬爱国主义精神，加强爱国主义教育，引导学生树立正确的世界观，人生观，价值观，能够使我们学生从中受到深刻的思想教育。通过活动，教育学生向革命烈士学习，爱祖国、爱家乡、爱人民，从小树立服务意识。

## 2、举办一年一度的风筝节

五月

迎接六一儿童节的前期准备工作，为了办好小型文艺汇演，学前班至二年级各准备一个文艺节目，三至八年级各准备两个文艺节目。

六月

1、欢庆“六一”校园文化活动。弘扬祖国传统文化，树立中小学生艺术发展观，努力培养学生的审美观。

## 2、团队工作总结

总的来说，以上就是我们对于团队工作的计划。今后的工作，还需要我们的不断努力。

## 组建团队的工作计划 销售团队工作计划篇六

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x万元。

2、适时作出工作计划制定出月计划和周计划。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作用相同的时间赢取的市场份额。
- 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。

## 二、销售工作具体量化任务

- 1、制定出月工作计划和周工作计划、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二周回访一次。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。

## **组建团队的工作计划 销售团队工作计划篇七**

本班共有56位学生。本班学生思维活跃，学习积极性高，学习习惯较好，同学之间能团结友爱，互帮互助。大家集体荣誉感强，事事都走在前列，在过去的一年里，不管是个人还是集体，都取得了不少的成绩，是一个非常不错的集体。

## 二、工作目标：

本学期我班的基本目标是：保持以往的成绩，缩短同学之间的差距，再创班级的辉煌。

## 三、具体措施：

2、加强后进生管理：面向全体学生，分类施教，加强对后进生的辅导，要从关心、爱护学生的角度出发，了解关心学生。及时了解学生的心理变化，掌握他们成长道路上的发展情况。

3、及时了解学情：准确把握学生对知识的掌握，因材施教，在重点难点上下工夫，以促进全班成绩的平稳、扎实地上升。

4、家教结合：经常保持与否学生家长联系，使学校教育和家庭教育有机地结合起来，本学期，力争把所有的家长走访一次，甚至多次。要不厌其烦的做好后进生的转化工作，抓两头，促中间，使全班形成一盘棋，真正成为一个团结向上的班集体。

5、培养班级干部：及时召开班干部会议，针对他们在工作中出现的问题，教给他们工作方法，使他们明确自己的职责，指出他们的优缺点和今后努力工作的方向。同时，还要求他们注意班干部成员之间的合作，齐心协力，拧成一股绳，尽力在同学之间树立他们的威信，创造机会，锻炼和培养他们的能力。

6、重视关怀教育：要关心学生的生活，及时和家长联系，体贴他们的冷暖，了解他们的心理，建立平等和谐的师生关系，做学生的知心朋友，以使班主任工作做的更好。

7、抓好少先队工作：班级工作的一个重要部分，就是班主任工作，是充分发挥学生特长、张扬学生个性的有效途径。本学期将积极配合学校少先大队，结合实际搞好各项活动。



8. 重视文体工作：教育学生上好所有学校开设的课程，积极参加体育锻炼，积极参与学校组织的文娱活动，重视各项比赛的积极参与，培养学生的参与意识。

## 组建团队的工作计划 销售团队工作计划篇八

### 一. 每天管理流程

1. 上午9点准时考勤，无故迟到罚款50，团队长迟到罚款100，作为团队经费。

2. 早会内容：

a.统计当日交单、签约数量和时间。

b.填写工作日志。

c.询问每个客户经理一天展业计划安排。

3. 给每个新人安排每天的工作，主要以电销为主。

4. 监督、辅导新人电销话术及专业知识培训。

5. 晚会内容：

a□ 每个客户经理汇报每天工作内容及成果，监督与早会所说的内容是否相相符，判断客户经理每天工作的真实性。

b□ 宣导公司大小事宜。

c□ 对当天签约或交单的客户进行表扬和激励。

d□ 分析在业务过程中的各种专业话题，如拒单原因等。

e□ 新老人话术演练。

f□ 如有展业安排，晚会隔天制定第二天展业内容和安排各项事宜□g□ 填写准客户管理卡并整理后由团队长汇总。

## 二. 团队管理方式

1. 定期带领团队或者团队局部成员进行集体展业活动。
2. 制定团队管理表和为每个人制定个人管理表，关注每个人的情况。
3. 制定个人激励措施和奖励方式来促进团队内部的竞争。
4. 团队分为2个小组，进行pk□胜利方可得到激励性物品及奖金。
5. 时刻关注组员的情绪和波动，适当时候找组员单独交流。
6. 每月组织团队活动，促进团队内部的和谐和稳定，增强团队凝聚力。
7. 业绩指标和压力按照入行年资段进行合理分配和下方，真正做到合理施压。
8. 严格团队纪律，制定详细的团队管理制度及各项奖惩条例，没有纪律的团队是不能打仗的。
9. 团队长多看新闻多了解时事，第一时间向组员宣导各项动态新闻和政策。
10. 团队长以自己的渠道寻找优质电话名单及好的展业市场，提供给组员，给予组员最大限度的业务帮助。

11. 分析每一个拒绝单，讨论拒绝原因和如何避免。

12□13□

14. 分享每一个成交单。定期安排不同优秀客户经理做团队业绩分享。定时宣导合规展业，真正做到天衣无缝。

## 组建团队的工作计划 销售团队工作计划篇九

### 一、如何正确的选择创业伙伴

#### 1. 志向远大

二十一世纪，最大的危机是没有危机感，最大的陷阱是满足。人要学会用望远镜看世界，而不是用近视眼看世界。顺境时要想着为自己找个退路，逆境时要懂为自己找出路。

#### 2. 学习力强

学历代表过去，学习力掌握将来。懂得从任何的细节，所有的人身上学习和感悟，并且要懂得举一反三。主要的是，学习，其实是学与习两个字。学一次，做一百次，才能真正掌握。学，做，教是一个完整的过程，只有达到教的程度，才算真正吃透。而且在更多时候，学习是一种态度。只有谦卑的人，才真正学到东西。大海之所以成为大海，是因为它比所有的河流都低。

#### 3. 勇于实践

只有行动才会有结果。行动不一样，结果才不一样。知道不去做，等于不知道，做了没有结果，等于没有做。不犯错误，一定会错，因为不犯错误的人一定没有尝试。错了不要紧，一定要善于总结，然后再做，一直到正确的结果出来为止。

#### 4. 舍得付出

要想杰出一定得先付出。斤斤计较的人，一生只得两斤。没有点奉献精神，是不可能创业的。要先用行动让别人知道，你有超过所得的价值，别人才会开更高的价。

#### 5. 善于沟通

沟通无极限，这更是一种态度，而非一种技巧。一个好的团队当然要有共同的愿景，非一日可以得来。需要无时不在的沟通，从目标到细节，甚至到家庭等等，都在沟通的内容之列。

#### 6. 诚恳大方

每人都有不同的立场，不可能要求利益都一致。关键是大家都要开诚布公地谈清楚，不要委曲求全。相信诚信才是合作的最好基石。

#### 7. 有最基本的道德观

果然如此：不会吧？家里出现了神童？他非常好奇地问：“你是怎么做到的？”儿子说：世界地图的背面是一个人的头像。我反过来拼，只要这个人好了，世界就完整了。

### 二、优秀的创业团队如何组建

有这样一个未经证实的统计数据：5年之内，90%的创业者会倒闭；10年之内，剩下的10%的创业者中的90%也将会退出市场，也就是说，10年之后，只有不到1%的创业者会幸存下来。创业者的寿命为什么会如此短呢？许多人分析主要的原因在于创业过程中，几个股东们意见不一致，发生了内斗。粗粗一看，确实是这么回事。但事实上却不尽然。

我长期从事市场和管理类工作，深谙“未雨绸缪”的重要性，懂得“做企业就是做人”的道理，知道“人力资源才是企业发展的最关键要素”。

## 一、知己知彼的团队成

绝大多数创业团队的核心成员都很少，一般是三四人，多也不过十来个人，如此少的团队成员从企业管理角度来看，实在是“小儿科”。因为人数太少，几乎每个从事管理工作的人都觉得能够轻易驾驭。但实际上，这个创业团队成员虽少，但是人人都有自己的想法，有自己的观点，更有一股藏于内心的不服管的信念。因此，我们对创业团队中的每个成员都不能抱以轻视的态度。

优秀的创业团队的所有成员都应该相互非常熟悉，知根知底。《孙子兵法》中云：“知己知彼，百战不殆。”在创业团队中，团队成员都应非常清醒地认识到自身的优劣势，同时对其他成员的长处和短处也一清二楚，这样可以很好的避免团队成员之间因相互不了解而造成的各种矛盾、纠纷，并迅速提高团队的向心力和凝聚力。

《如何构建创业团队》全文内容当前网页未完全显示，剩余内容请访问下一页查看。

现在，国内许多大学生创业时，他们选择的合作伙伴也多是同学、朋友、校友，但还是很快就失败了。为什么呢？因为他们选择的合作伙伴虽然都是他的“熟人”，但是他的那些“熟人”之间是缺乏交流、沟通的，说到底，团队成员之间还是相互陌生的。甚至在许多校园bbs上，笔者看到某个同学有一项新发明，或者是好创意，立即广发“英雄贴”，虽然都是同龄人，但是毕竟没有共同经历过“血与火”的考验，这样的团队成员之间是缺乏凝聚力的。

所以，优秀的创业团队首先要确保自己的团队内所有核心成

员都是相互非常熟悉的，用一句最俗的话形容就是下列四类人：一个教室学习过的同窗，一个战壕战斗过的战友，一个赌场玩过的赌友，一个房间嫖过的嫖友。

记住：创业团队不需要陌生人！

## 二、才华各异、相得益彰的创业团队

创业团队虽小，但是“五脏俱全”。创业团队成员不能是清一色的技术流成员，也不能全部是搞终端销售的，优秀的创业团队成员各有各的长处，大家结合在一起，正好是相互补充，相得益彰。

成本、投资、收益的来源及预期收益，甚至还包括公司管理规范章程、长远规划设计等工作；一个执行能力较强的成员，这个人具体负责下面的执行过程，包括联系客户、接触终端消费者、拓展市场等等。此外，如果是一个技术类的创业公司，那么还应该有一个研究高手（甚至是研究领导者型人物），当然，这个创业团队还需要有人掌握必要的财务、法律、审计等方面的专业知识。惟有这样，团队成员才能算是比较合格的。

需要补充一点的是，在一个创业团队中，不能出现两个核心成员位置重复的可能性，也就是说，不能有两个人的主要能力完全一样，比如，两个都是出点子的人，两个都是做市场的，等等，出现这种情况是绝对不允许的。因为只要优势重复，职位重复，那么今后必然少不了有各种矛盾出现，最终甚至导致整个创业团队散伙。这样的例子举不胜举。

那些正打算创业以及已经开始创业的人请仔细思考以上问题，看一看自己的创业团队是否真正做到了各个成员才能各异、相得益彰？如没有，那么，请早做其他打算。

## 三、创业团队必须有胜任的带头人

在企业管理和市场营销中，我们经常谈论领导者的核心竞争力；事实上，在创业团队中，带头人作用更加重要。

笔者曾接到多个朋友、同学发来的加盟创业邀请，但多是一口回绝了。原因可能非常多，但关键的一点是，他们没有一个好的领导人。

一个朋友依靠父辈支助加上个人积蓄，计划投入30万建连锁书店。他此前没有接触过出版这个领域，因此希望笔者过去帮他进行全面的市场推广，他任董事长，只做“决策”，不干预具体业务。但是笔者通过自己以往和他的交往，知道他素来习惯于“干涉”他人工作。这样的创业设想我却之不恭。

大学同学有了一个科技创新，拉到一笔风险资本，也是极力邀请笔者过去。笔者却深知，自己虽与他私交很好，但他根本不适合做企业，笔者对他的所有感想根本不“感冒”。

创业团队中必须有可以胜任的领导者，而这种领导者，并不是单单靠资金、技术、专利来决定的，也不是谁出好的点子谁当头的。这种带头人是团队成员在多年同窗、共事过程中发自内心的认可，其他的所有一切都是废话。

许多创业团队在很短的时间内就消亡了，很重要的原因在于创业团队的带头人其实根本不是一个合格的领导者。而领导者的作用，说得直白点，就是“决定一切”！

许多年轻人雄心勃勃，冀望一日升-天；他们敢于第一个吃“螃蟹”，但是他们不一定是胜任的创业团队带头人，他们最多只是起到了一种“先锋”示范作用。优秀的创业团队，独独不可缺少胜任的带头人！

其实，优秀的创业团队还必须具备以下一些条件，比如，所有核心成员分工明确，股权分配明确；核心成员要有相应的工作（实践）经验，甚至要对整个行业有相当的了解等等。

这里受篇幅所限，不再多言。

总之，创业非易事，但并非无可作为。创业要想成功，有一个优秀的创业团队是非常关键的。

创业分个人创业和共同创业。创业团队，就是由少数具有技能互补的创业者组成的团队，创业者为了实现共同的创业目标和一个能使他们彼此担负责任的程序，共同为达成高品质的结果而努力。共同创业有利于分散创业风险和整合资源。在共同创业的过程中，创业团队是关键，直接影响到创业是否成功。

《如何构建创业团队》全文内容当前网页未完全显示，剩余内容请访问下一页查看。

谈些个人的实践经验：

## 一、创业团队成员的筛选。

- 1、明确创业项目的方向，找志同道合者，最好是比较了解、值得信赖的对象。
- 2、找适合创业的对象：有创业兴趣、激情和行动力；不浮躁；抗挫折能力、心理承受能力强；肯吃苦、有奉献精神；善于合作；具备预见能力等。
- 3、从实际出发，根据创业的规模、人员优势互补，确定人数、男女比例、年龄层次构成。

二、酝酿团队创业的章程和创业文化。这是组建团队初始不能忽略的问题。创业是非常艰辛的，在创业之始，团队成员尤其需要有共同的约定和文化理念的引领。一旦约定，大家必须共同遵守、执行和维护，否则很难形成合力。



三、风险分担，利益共享。创业需要承担风险，包括财务、精神和社会的风险。如何承担和分担风险？要形成基本的共识，要有一个明晰的预案。合理考核、利益共享的分配模式，也要在创业之始有一个比较合理的约定，否则在赢利以后容易产生矛盾。对此，要未雨绸缪。

四、创业团队的分工。根据团队结构特点、成员优势特点，创业目标和具体工作要求，明确每个成员的责、权、利，做到有分有合，各司其职，有条不紊。

五、磨合期问题的处置。创业团队或多或少、或长或短要经过一个磨合期。在这个时期，经过痛苦的“洗牌”，有的人也许不适合继续共同创业，这时候一定要下定决心调整、变更，不能碍于情面，否则会成为创业的巨大羁绊，因为团队的关键永远都是：人。

创业团队并非一般意义上的群体。创业团队中的成员所做的贡献是互补的，而群体中成员之间的工作在很大程度上是互换的，由于团队中工作的互补性，使得不同团队成员之间的优势资源和能力得到成分发挥，合作无间，真正实现“1+12”的合作效能。团队的成员对是否完成团队目标一起承担失败责任并同时承担个人责任，团队的目标实现需要团队成员见彼此协调和相互依存。创业团队是有着共同目标、共享创业收益、共担创业风险的一群创建新企业的人。创业团队整体水平受团队成员的受教育程度、前期创业经历、相关产业经验、社会网络关系等因素的影响。

一个优秀的创业团队，是企业不竭生命力的来源，是新企业生存和发展的核心，新企业的运作，追根究底是人的运作，是创业团队的成员的运作。创业团队组织新企业运作经营，整合新企业资源，带领着新企业不断向目标迈进。无论是初始资本的积累、新企业雇员招募，还是新企业的运营管理，都是创业团队在发挥作用。所以，加盟铭恒鑫全渠道分销平台，网店、微店、无人售货机无论加入哪一个即可拥有全渠

道分销会员，尽享低价专业服务，创业团队的创建、创业团队的合作水平以及创业团队成员的素质是新企业资源获取、高校维持新企业运作的关键因素。

创建一个优秀的创业团队，是长久创业之路的开始。然而，对于创业团队组建方式的选择也不可不重视。组建方式的选择，直接决定着创业团队合作水平的高低和整体能力的高低。选择以理性逻辑来组建创业团队，则创业团队会分析创业所需要的资源和能力，并将其与自己所拥有的资源和能力相比较，将组建创业团队视为弥补自身能力空缺的一种方法，目的是整合优秀的资源来推动创业成功。若选择非理性逻辑来创建创业团队，则创业团队更重视团队成员凝聚力的建设，又或者创业团队看重的不是团队成员拥有什么资源和能力，而是看重团队成员对自身的人际吸引力。选择理性还是非理性取决于创业者看重的是创业的客观要求还是创业者主观偏好。所依据逻辑不同，团队结构便会才存在一定程度上的差异。遵循理性逻辑组建的创业团队平均规模更大，团队成员之间因强调技能互补性而异质性更强，但彼此之间的熟悉程度也相对较低，沟通和交流更加谨慎。依据非理性逻辑组建的创业团队平均规模相对较小，团队成员之间因物以类聚而同质性更强，彼此之间的熟悉程度也相对较高，沟通和交流更加顺畅。两种逻辑很难说孰优孰劣，采取什么样的逻辑来组建创业团队，还需要仔细评估和分析创业机会。创业机会特征是在创业者组建创业团队是必须考虑的重要因素。若创业机会所蕴含的不确定性较高，价值创造潜力较大，具有的挑战性更高，此时采用理性逻辑来组建创业团队可能会更好地应对创业过程中的复杂任务，有助于创业成功。若创业机会所蕴含的不确定性较低，价值创造潜力一般，在这样的条件下，创业团队成员之间的齐心协力和信任感更加关键，采用非理性逻辑组建的创业团队更可能成功。在选择时，创业者应根据创业机会的具体状况有所偏重地选择。创业团队的良好运作离不开良好的创业团队管理。

心创业者在管理创业团队的冲突时，应采取积极措施，杜绝

或减少情感冲突，引导和创造认知性冲突，保持创业团队良好的合作和不断的创新动力。

核心创业者的领导才能对创业团队的管理起着至关重要的作用。核心创业者激发创业团队热情和创造力，维系团队的稳定，同时，优秀的核心创业者善于领导创业团队根据独特的创业理念来发展愿景，并引领团队凝聚力与合作精神、不断追求，不断朝着愿景出发。创业团队应树立核心创业者的核心意识，管理好核心创业者所具有的核心作用和团队凝聚作用，使整个团队团结在一起，合作无间。由于投射效应的存在，团队的核心领导者倾向于把自己拥有的特质推广到全体成员，这对创业团队核心文化和价值观的形成有着至关重要的作用，甚至可能在未来的时间里成为决定组织生死存亡的关键。

管理好创业团队需要协调核心成员所有权分配机制，在确定所有权分配时，需要重视契约精神，遵守贡献决定权利原则分配所有权比例，控制权与决策权相统一。同时需要管理好团队内部的冲突，核心创业者应注意利用激励手段来股利正面冲突，让团队成员感受到通过知识分享实现创业成功后，能够获得相应的收益和价值。

一个有效的创业团队拥有独立的个体，是成员具有更高的工作效率，对个体具有其特殊的吸引力，能够不断吸引新的优秀成员加入，团队成员之间拥有很高的信任程度。

创业团队有如一个有机的生命体，有生命的开始，自然也会有生命的结束。创业团队的发展大致会经历五个阶段：成立期、磨合期、稳定期、高效期、衰退期。在创业团队创立初期，团队成员之间不是很熟悉，可以定期组织全体成员之间的交流会，让彼此相互了解。在磨合期间，较易出现认知性和少量的情感性冲突，团队领导要在团队中，快速树立起自己的威信以排解冲突，如遇事情需及时沟通和反馈，尽量将成员领导同一个步调上。稳定期则容易在稳定中丧失创新的

动力，此时需要的是稳中求进。当团队发展到一定的成熟度，团队成员之间就能够积极地、有创造性地工作，此时团队领导者应注意引导团队的发展，让团队价值和成员个人的价值完美结合。衰退期应更加注重团队利益的协调。

在整个创业的过程中，创业者、创业机会是决定性因素，而创业机会需要创业者来发现，可见，创业者在这两者中处于更加重要的地位。创业者以创业团队的形式存在，一个善于管理内部冲突、目标一致，善于利用认知性冲突的创业团队，必然能在同等创业资源的条件下胜人一筹。

### no.1 既要讲独立，也要讲合作

创业者在创业过程中，既要讲独立，也要讲合作。适当的合作（包括合资）可以弥补双方的缺陷，使弱小企业在市场中迅速站稳脚跟。春秋时代战国七雄尚讲合纵连横，创业者更需要从创业整体规划出发，明确哪些方面的技能和资源是自己所欠缺的，再以此来寻找相关具备此类技能和资源的合作人，大家的资源和技能实现整合，共同发展。

团队是公司的魂、是公司最终成功的重要的保证。一个好的合伙人，可以帮助企业腾飞；同样，一个不合格的合伙人，给企业带来的只能是灾难。所以对于创业者而言，选择合作伙伴，意味着将企业未来几年的命脉与人共享。那么在共享权力之前，就必须认真地考察合作伙伴。

对创业者而言，可能在创业初期会面临各种各样的困难，会造成见到光头就以为是和尚、捞到根稻草就以为能救命的情况。这时候就需要鉴别能力，冷静地分析可能的合作伙伴，谁更有利于企业的发展。

### no.2 扬长避短，恰当使用

创业者之所以多遭失败厄运，最主要的原因在于他们缺少一

支优秀的创业团队。可以说，失败的创业者从创业一开始，就奠定了创业失败的命运。我国唐朝著名诗词家邵谒有云：才靡入用，大厦失巨榭。可见发现人才，使用人才在中国古代就引起了广泛地重视。

世上的人虽然是各种各样，但是，以创业者用人的眼光去看，大致可分为三类：一是可以信任而不可大用者。这是那些忠厚老实但本事不大的人；二是可用而不可信者，这是那些有些本事但私心过重，为了个人利益而钻营弄巧、甚至不惜出卖良心的人；三是可信而又可用的人。作为创业者，都想找到第三种人。但是这种人不易识别，往往与用人者擦肩而过。为了企业的发展，创业者各种人物都要用。只要在充分识别的基础上恰当使用，扬长避短，合理配置，就能最大限度的发挥他们的作用。

### no.3 志同道合，目标明确

找创业搭档就跟找对象一样重要，对方是你事业上的另一半，在共同的创业过程中是否会与你福难同当、同舟共济是至关重要的。比如“拳头”。一个拳头由五个手指组成，如果五个指头握紧地打出去，可以打死一个人，但分散开来，用每个手指去戳人，也许连皮都推不破。

团队的成员应该是一群认可团队价值观的人。团队的目标应该是每个加入到团队里的成员所应认可的。否则的话，就没有必要加入。在明确了一个团队的目标时，作为团队的负责人，应该以这个共同的目标为出发点，来召集团队的成员。团队是不能以人数来衡量的。如果你有一群人，但没有共同的理想和目标，那这就不是一个团队，而是一群乌合之众。这样的团队是打不了仗的。所以，你和你的伙伴应是志同道合的，有共同的或相似的价值追求和人生观。

### no.4 相互补充，相得益彰

创业团队虽小，但是“五脏俱全”。创业团队成员不能是清一色的技术流成员，也不能全部是搞终端销售的，优秀的创业团队成员各有各的长处，大家结合在一起，正好是相互补充，相得益彰。

能够全面周到的分析整个公司面临的机遇与风险，考虑成本、投资、收益的来源及预期收益，甚至还包括公司管理规范章程、长远规划设计等工作；一个执行能力较强的成员，这个人具体负责下面的执行过程，包括联系客户、接触终端消费者、拓展市场，等等。此外，如果是一个技术类的创业公司，那么还应该有一个研究高手（甚至是研究领导者型人物），当然，这个创业团队还需要有人掌握必要的财务、法律、审计等方面的专业知识。惟有这样，团队成员才能算是比较合格的。

#### no.5 心胸博大，宽厚待人，善于合作

选择好合伙人以后，就需要与合作者或合伙人能够很好的相处，这样才能够合作的长久，俗语“和气生财”是放之四海而皆准的一句话，否则创业是创不成、老板也做不成的。

创业者应该有博大的心胸，能宽厚待人，懂得如何把握“合作”，懂得什么是“合作”分寸的度，这样我们才能更多地体会“合作”带给我们的快乐、喜悦和丰收的硕果。

#### no.6 知己知彼，百战不殆

绝大多数创业团队的核心成员都很少，一般是三四人，多也不过十来人，如此少的团队成员从企业管理角度来看，实在是“小儿科”，因为人数太少，几乎每个从事管理工作的人都觉得能够轻易驾驭。但实际上，这个创业团队成员虽少，但是都有自己的想法，有自己的观点，更有一股藏于内心的不服管的信念。因此，我们对创业团队中的每个成员都不能抱以轻视的态度。

优秀的创业团队的所有成员都应该相互非常熟悉，知根知底。《孙子兵法》中云：“知己知彼，百战不殆”，在创业团队中，团队成员都非常清醒的认识到自身的优劣势，同时对其他成员的长处和短处也一清二楚，这样可以很好的避免团队成员之间因为相互不熟悉而造成的各种矛盾、纠纷，迅速提高团队的向心力和凝聚力。

## no.7 完善股权，利益共享

在个人创业的初始阶段，一定要具有群做群分的意识，这里所指的群做群分，就是指创业主导者来寻找一些志同道合的合作人一起来合作起步发展，并且，还要做到清晰且无争议的利益分配。

创业团队中无论有几个合作者，所持有的股份上可以做到大家平均，但在统一规划方面必须得确立一个主导者，不然就很容易出乱子。各人的资源不通过一个整体的框架进行调配整合，就是浪费，每个人的执行力若是没有集中在一个方向上，也是浪费，尤其是大家形成决议后，就必须确保集中所有的资源和力量，向一个确定的方向前进。若是在形成决议后，每人的思想和行动方向没有一个主导者进行统一规划约束的话，那么很容易大家的新思想就会不断的否定原来的老思想，新的行动方向又会不断的取代原设定的方向，很快就会导致巨大的内耗和矛盾。

## no.8 摆正位置坦诚相待，互相尊重对方

作为合伙人，在平时的交往与合作中要坦诚，互相尊重对方，摆正自己的位置，既然是合伙人，也就是出资人，请在心中时时提醒自己，双方都是为了共同的利益才在一起的，无论出资多少，都不会拿着自己的钱出来玩。遇到问题和矛盾时应该向前看，向前看利益是一致的，因为成功会给大家带来更丰厚的收获；盯住眼前的事情不放，只能是越盯矛盾越多，越盯矛盾越复杂，最后裹步不前；只有向前看，成功的希望

激励着合作的各方摒弃前嫌，勇往直前，抵达成功的彼岸。

## 组建团队的工作计划 销售团队工作计划篇十

### 一、市场分析。

年度销售计划制定的依据，便是过去一年市场形势及市场现状的分析，而李经理采用的工具便是目前企业经常使用的swot分析法，即企业的优劣势分析以及竞争威胁和存在的机会，通过swot分析，李经理可以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，使其利用化。比如，通过市场分析，李经理很清晰地知道了方便面的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。

### 二、营销思路。

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，李经理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。



### 三、销售目标。

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，李经理根据企业方便面产品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，使李经理有了冲刺的对象，也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。

### 四、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。

## 五、团队管理。

在这个模块，李经理主要锁定了两个方面的内容：

1、人员规划，即根据年度销售计划，合理人员配置，制定了人员招聘和培养计划。

比如□20xx年销售目标5个亿，公司本部的营销员队伍要达到200人，这些人要在什么时间内到位，落实责任人是谁等等，都有一个具体的规划明细。

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，制定了《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，制定了全年的培训计划，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。李经理旨在通过这一系列的团队整合，目的地是强化团队合力，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”。

六、费用预算。李经理所做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，李经理所在的方便面企业，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，李经理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化，从而不偏离市场发展轨道。

李经理在做年度销售计划时，还充分利用了表格这套工具，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、明确了企业年度营销计划及其发展方向，通过营销计划的制定，李经理不仅理清了销售思路，而且还为其具体操作市场指明了方向，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“铁鹰”团队打造的号角，通过年度销售计划的拟订，确定了“铁鹰”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。