

# 2023年渠道部门工作计划 渠道工作计划(优质8篇)

当我们有一个明确的目标时，我们可以更好地了解自己想要达到的结果，并为之制定相应的计划。计划为我们提供了一个清晰的方向，帮助我们更好地组织和管理时间、资源和任务。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。

## 渠道部门工作计划篇一

一、配合当地政府和相关职能部门促进华星路的拆迁工作，在法规允许的范围内认真协助职能部门以维稳、和谐的大原则为前提，审时度势，做出适度的让步。既减轻当地政府和职能部门的工作压力，力争在20xx年促进建设路的开建、竣工，又使公司在二期工程中全面、有序展开。

二、工程进度计划及投资计划：

5#—9#楼建筑面积\*\*\*m<sup>2</sup>计划在20xx年12月份全部竣工。1#、2#、3#建筑面积\*\*\*\* m<sup>2</sup>争取在本年度内完成80%以上□a区内配套设施绿化、硬化、亮化计划在本年度内全部完成。

20xx年项目总投资约\*\*\*\*万元。

三、销售和效益指标。

根据建设路的逐步拆、建具体进展，在条件具备的情况下，随时跟进，大面积、全方位、快速度地进场施工。计划全年新开工房屋总建筑面积\*\*\*\*平方米，总户数\*套，计划实现销售超亿元。预计上缴税费、行政规费约\*\*万元。

四、质量安全和计划实施

20xx年元月末，随着\*\*\*号楼的竣工验收和其他住宅、部分沿街商铺相继结顶、预售，配套设施逐步完善，将迎来业主乔迁《\*\*\*\*》一期小区。更需加强安全防范意识，贴心服务意识，工程质量意识，规范管理意识。合格率达到100%，把安全作为头等大事；把“七分安全，三分生产”的理念贯彻始终，把服务理念贯彻最佳常态。

在新的一年里，任重和梦想同在，挑战与机遇共存，站在新的起点上，我们将吸取前一年工作的经验和教训，统一思想、与时俱进、努力拼搏，争取圆满完成公司计划的全年各项目标工作任务。

综上所述！

## 渠道部门工作计划篇二

20xx年融安网点8月正式退网，现新的融安网点正在开发建设中，贵港网点销量与09年同比下降较快，目前贵港网点每月销量平均在5台，与前期制定的销售目标完成量只达到50%，销售人员的状态比较低迷。培训工作及一些广宣活动进行不到位。来宾网点7月29日开业以来平均每月销售5台车，销售人员配备3人，底子比较单薄，在当地人员条件也比较有限，对客户的应变能力较差。开业当中进行了一些广宣的要求比如：当地的信息报“雄基报”当地的来宾日报，和一些巡展活动都没有达到一定的较果□20xx年10月来宾网点对品牌失去较大信心，及经销商出现的管理问题都难以得到解决，来宾网于20xx年10月底正式退网。

10月1日桂平网点正式成立目前销量有个比较好的势头。

销售服务质量是今后二级网点发展的关键，要通过不断学习和培训，以提高管理人员的管理能力为主要目标，来制定各业务员销售计划目标，建立全方面型的团队。从而建立一个具有核心竞争能力、不断取得成效的团队。以下是对二级网

点提升的要求。

1、培训：首先必须具备的要求是学习。对新进入汽车行业的人员强化的培训，加强对老业务员进行定期的专业知识培训。多开展些读书活动。每周至少2次培训。

2、销售：开发新客户或准客户为目的。完成整车销售指标是业务员

的首要任务。业务员必须掌握表卡的使用，要求统一使用产品车型的销售话术，认真完成各项销售工作的任务。必须持销售工具上岗。 3、信息：业务员必须参与信息反馈，比如说竞争品牌的价格、销量等一线市场相关的信息。

4、客户的跟踪：业务员必须对意向客户的跟进，在完成销售之后业务员也要对客户进行跟踪。保证客户下次回店。形成c2 c转介绍。 5、市场走访：业务员必须认真做好市场走访工作，制定好市场走访计划。每月一次巡展活动，每周二次市场走访活动。每月二次关于6□6□f6的店头活动：（市场走访范围例如有：厂矿、单位、驾校、批发市场、建材市场等）。

7、广告：每月网点做好广告计划。按要求做好mot工作。

一、20xx年计划新开发来宾、融安两地渠道。争取在20xx年5月投入运营。

1、二级网点每月都设有考核基数，每个网点任务考核10台□f3□6台 f6□4台（包括新车型）在完成8台的基础上给予每台1000元返利。增加业务员的积极性、车展、店内mot□广告投入建设。 2、要求增加f6业务员提成100元提高业务员积极性。

3、每月mot要按厂家要求及时更换，每月至少2次相关业务培

训1次店头活动以[f6为主题) 2次广宣活动, 如不合格将从广告返利扣除。

4、每月根据厂家补贴通知下放给二级经销商以厂家补贴为准。

## 渠道部门工作计划篇三

在已经到来的2011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qq eami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。我们会尽最大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, 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。

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。

## 渠道部门工作计划篇四

### 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。

## 渠道部门工作计划篇五

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。

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名牌、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。

- 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。

确定渠道销售，模式如下：

生产厂家-----销售部-----经销商-----终端消费

## 渠道部门工作计划篇六

- (1)、有独立承担民事责任能力的自然人或独立承担民事责任的企业法人。
- (2)、具备30万元以上经济投资能力和良好的信誉，以及一定的创业精神和风险意识，有共同发展的信心。
- (3)、熟悉当地市场，有成熟的销售批发渠道，有一定的商业



经营或其它相关行业经营管理经验。

(4)、有能力制定所代理区域的市场拓展目标，共同开拓当地市场，完成销售计划。

(5)、有基本的物流配送能力和仓储能力。

(6)、重合同，讲信誉，对代理的产品市场有信心。

2、分销商与工程商的开发在市场开拓初期，在没有市场基础的情况下，要加大市场占有率，对经销商现有的分销渠道进行维护指导，帮助代理商进行新渠道开发建立，从而从销路上给予经销上支持，解决销路问题的同时提高产品对市场的占有率，从而提高品牌效应影响。

(1) 必须提供优质的产品。

(2) 必须提供良好的信用。

(3) 必须提供快捷、专业、安全的服务。

隐形渠道建立的对象

(1) 安防、网络工程公司

(2) 广告、装修公司

(3) 市政建设公司

(4) 建筑工程行业协会等等五、渠道建设人员的配置工作职责  
渠道建设人员是公司与市场之间的桥梁，为了实现区域目标，渠道业务人员必须不断的加强自身的业务综合技能、产品专业知识的成长，以一个专业的、高素质的业务人员展示在区域市场，做到洁身自爱、严以律己，本着以区域市场的开发和经营为使命，塑造一个良好的职业道德素养。

# 渠道部门工作计划篇七

一个中心

以渠道效能为中心

两个强化

强化渠道布局

强化品牌打造

三个加快

加快开放渠道拓展

加快农村渠道拓展

加快核心商圈布点

四个提高

提高渠道经理能力

提高渠道管控能力

提高网点运营能力

提高门店销售能力

五个到位

培训到位

终端到位

人员到位

支撑到位

激励到位

六个统一

统一思路

统一品牌

统一形象

统一宣传

统一政策

统一活动

翼起合力

渠道为王

## 渠道部门工作计划篇八

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。

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qq eami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。我们会努力把客群关系搞好。

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。

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。