

# 最新渠道投放工作计划 渠道销售工作计划 (优质6篇)

做任何工作都应改有个计划，以明确目的，避免盲目性，使工作循序渐进，有条不紊。优秀的计划都具备一些什么特点呢？又该怎么写呢？下面是小编带来的优秀计划范文，希望大家能够喜欢！

## 渠道投放工作计划 渠道销售工作计划篇一

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 and 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。

## **渠道投放工作计划 渠道销售工作计划篇二**

经过xx年的工作，我对销售有了更深层次的了解，同时也学到了很多的东西，为了让自己在新的一年里有更高的收获，自身有更高的提升，特总结去年展望今年，根据自身的实际情况，特做出具体的计划。

作为一位新员工，本人通过对此业务的接触，使我对公司的业务有了更好地了解，但距离还差得很远。这对于业务员来讲是一大缺陷，希望公司以后有时间能定期为新员工组织学习和培训，以便于工作起来更加得心顺手。

1、在第一季度，以业务学习为主，由于我们公司正值开张期间，部门的计划制定还未完成，节后还会处于一个市场低潮期，我会充分利用这段时间补充相关业务知识，认真学习公司得规章制度，与公司人员充分认识合作；通过到周边镇区工业园实地扫盘，以期找到新的盘源和了解镇区工业厂房情况；通过上网，电话，陌生人拜访多种方式联系客户，加紧联络客户感情，到以期组成一个强大的客户群体。

2、在第二季度的时候，公司已正式走上轨道，工业厂房市场会迎来一个小小的高峰期，在对业务有了一定了解熟悉得情况下，我会努力争取尽快开单，从而正式转正成为我们公司的员工。并与朱、郭两经理一起培训新加入的员工，让厂房部早日成长起来。

3、第三季度的“十一”“中秋”双节，市场会给后半年带来一个良好的开端，并且，随着我公司铺设数量的增加，一些规模较大的客户就可以逐步渗入进来了，为年底的厂房市场大战做好充分的准备。此时我会伙同公司其他员工竭尽全力为公司进一步发展做出努力。

4、年底的工作是一年当中的顶峰时期，加之我们一年的厂房推界、客户推广，我相信是我们厂房部最热火朝天的时间。我们部门会充分的根据实际情况、时间特点去做好客户开发工作，并根据市场变化及时调节我部的工作思路。争取把厂房工作业绩做到化！

做房地产市场中介是需要根据市场不停的变化局面，不断调整经营思路的工作，学习对于业务人员来说至关重要，因为它直接关系到一个业务人员与时俱进的步伐和业务方面的生命力。我会适时的根据需要调整我的学习方向来补充新的能量。工业知识、营销知识、部门管理等相关厂房的知识都是我要掌握的内容，知己知彼，方能百战不殆（在这方面还希望公司给与我们业务人员支持）。

加强自己思想建设，增强全局意识、增强责任感、增强服务意识、增强团队意识。积极主动地把工作做到点上、落到实处。我将尽我的能力减轻领导的压力。

以上，是我对xx年度年的一些设想，可能还很不成熟，希望领导指正。火车跑的快还靠车头带，我希望得到公司领导、部门领导的正确引导和帮助。展望xxx年，我会更加努力、认真负责的去对待每一个业务，也力争赢的机会去寻求更多的

客户，争取更多的单，完善厂房部门的工作。相信自己会完成新的任务，能迎接新的挑战。

## 渠道投放工作计划 渠道销售工作计划篇三

### 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。

#### 渠道投放工作计划 渠道销售工作计划篇四

- 1、新渠道开发，渠道商的联络、考评、筛选、淘汰和更新工作；
- 2、行业推广渠道发展趋势分析；
- 3、执行渠道商的培训、售前协助、售后客户服务和技术支持；
- 4、配合渠道开发部门成本分析和控制方案；
- 5、完成领导交办的其他任务；
- 6、适应短期出差。

- 1、根据公司提供意向客户资源开发客户；
- 3、主动服务客户，传递公司产品及分析团队的策略及资讯；
- 4、以专业、客观的角度，帮助客户树立正确投资理念，提升投资价值；
- 5、及时跟踪、维护重点客户；
- 6、接受部门领导安排的其他工作。

- 1、负责搜集新客户的资料并进行沟通，开发新客户；
- 3、维护老客户的业务，挖掘客户的最大潜力；
- 4、定期与合作客户进行沟通，建立良好的长期合作关系；
- 5、负责后期客户咨询服务。

- 1、负责与金融监管部门、银行、券商等机构的相关联络沟通工作。

- 2、负责投融资者关系的管理工作，做好公司、投融资方及第三方之间的沟通协调工作。

- 3、负责渠道的开拓、建立和维护。

- 4、负责对市场发展前景和同行状况进行调研并提出合理化意见与建议；

- 5、完成领导交办的其他工作。

- 1、通过公司联系好的客户，帮助客户开户

- 2、协助意向客户办理开户，入金等手续；

3、支持客户的技术交流，接受并解决客户的问题；

4、在公司系统、全面的培训支持下，不断对自我进行挑战和激励。

## 渠道投放工作计划 渠道销售工作计划篇五

### 一、重点目标简介：

建立\_\_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：

\_\_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。

### 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

## 渠道投放工作计划 渠道销售工作计划篇六

### 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；

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、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

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。

3 / 33 / 3