# 促销员管理大全

来源：网络 作者：烟雨迷离 更新时间：2025-07-20

*第一篇：促销员管理大全一、促销人员职业道德一、遵守公司的规章制度二、遵守国家的法律法规三、服从上级的领导及工作安排四、让顾客得到最满意的服务二、促销人员规章制度1、促销人员上/下班应打考勤卡，严禁他人代替考勤。2、工作时间内必须由员工通道...*

**第一篇：促销员管理大全**

一、促销人员职业道德

一、遵守公司的规章制度

二、遵守国家的法律法规

三、服从上级的领导及工作安排

四、让顾客得到最满意的服务

二、促销人员规章制度

1、促销人员上/下班应打考勤卡，严禁他人代替考勤。

2、工作时间内必须由员工通道进出。

3、私人物品自行负责并存放于统一指定的地方。

4、必须穿着统一服装，戴识别证于下正前方。

5、不得在店内抽烟、吃零食。

6、不得在工作时间内购物或做私人事情。

7、上班时间如有事走开，期间所买出的商品不算提成。

8、促销人员的排班按部门实际情况由促销主管负责。

9、促销人员若需请假应提前征得派遣单位负责人与促销主管的认可(病假应出示医院的有效病假证明)

10、促销人员工作时间应避免私人电话。

11、未经部门课长同意，不得擅自扩大/缩小商品陈列面及移动商品陈列位置。

12、严禁窃取公司的任何相关信息与资料。

13、严禁赠送任何礼品贿赂公司人员。

14、严禁将顾客引至店外作私下交易。

15、当日商品促销结束后促销人员应按指定区域存放促销设备。

16、任何需用电力设备的商品展示促销应严格遵守安全操作规程。

18、严禁恶意破坏超市的任何设备/商品。

19、严禁盗窃超市的商品/赠品。

20、严禁拉帮结派、挑拨离间。

三、促销人员服务规范

二、发型

1、男性人员发型应齐整且不留长发（发脚不得长于衬衫衣领、不挡住眼睛）、不留胡须，不剃光头。

2、促销人员不染彩发(女性人员长发应束起)。

三、仪表、仪容

1、促销人员不得带手链或手镯进入工作现场，不得留长指甲，不涂鲜艳指甲油。

2、女性人员化妆须清雅大方，不戴悬挂或特大耳环。

3、保持手、脸部的干净。

4、促销人员不得穿雨鞋上班(生鲜部门除外)。

四、语言行为

1、站立挺拔，不得斜靠在货架或货物上。

2、工作时间内应保持良好的精神状态，朝气蓬勃。

3、走路要平稳轻快，不能左摇右晃，脚步拖拉或响声过大。

4、讲普通话并保持适当音量，吐字清晰，用语文雅大方。

5、手势应适当，不能用手指指人，不要举动张扬。

6、谈话时应目视对方，态度和蔼专注，不要东张西望，心不在焉。

7、不得上班时在卖场内购物。

8、上班工作前禁止喝酒。

9、上岗时应站立服务，微笑服务，接待顾客时，使用礼貌用语：“您好，欢迎光临！”，将商品递到顾客手中后应使用结束语：“谢谢, 欢迎下次再来！”。

10、不讲粗话脏话，不随地吐痰，不随地乱扔垃圾。

11、遇见大宗顾客应主动上前予以协助。

12、不挖苦嘲讽，污辱顾客。

13、不殴打顾客。

14、不欺诈、蒙骗顾客。

15、不推诿顾客的投诉，拖延投诉的处理时间。

16、严禁在卖场内私谈、聚集、饮食或嬉笑。

17、顾客提问应正确回答，不得拒绝搪塞。

18、当顾客找寻商品时应引领顾客到位。

19、如有顾客急需，应马上予以指引。

20、严禁随意扩大/缩小商品的用途，故意诋毁其它竞争品牌商品。

五、促销人员安全规范

一、紧急事态

1、保持头脑清醒，不引起顾客惊慌。

2、保护措施得当，维护顾客利益。

3、商场地面应无积水，不打滑。

4、商品堆放有序，无倾斜或凸出现象。

5、事态严重的应及时通知有关部门与人员。

二、设备方面

1、确保货架无毛刺。

2、确保广告装饰牌的稳定度。

3、保证消防设施性能的良好。

4、安全指引系统、指示牌的醒目明了。

5、准确按规范使用电梯、液压车等设备。

6、保证木栈板均平放于地面而不竖起。

促销人员清洁规范

(1)保持货架支柱、层板的清洁，无灰尘。

(2)展架、栈板、商品的清洁，无灰尘。

(3)部门使用工具的清洁、明亮。(4)信息吊牌保持清洁、整齐。(5)货架商品的清洁，无灰尘。(6)工作间保持清洁干净。(7)地面无积水、无垃圾且保持通道的宽畅无堵塞。

六、促销员工管理制度

一、如有事请假须提前一天向公司相关负责人申请批准，待批准后方可执行。须长期休假必须到公司市场部主管负责人请示，并阐述原由，带公司安排替班后方可休假。未得批准擅自休假，一次罚款30元，连续2天以上罚款100元一周以内300一周以上除名。

二、保持柜台卫生，做到干净整洁，一尘不染。公司市场部定期抽检，1次抽检卫生不达标一次提醒批评，二次罚款20元，月内累计3次，回公司培训，5次视为无改过直接下岗。

严禁在当班时间聊天、嬉戏、打闹或长时间会客，公司将定期抽检，一经发现有违反上述规定者，每人罚款20，月内4次以上，回公司培训，如不改过即刻下岗。

未经公司同意不得自行调整价位销售，如商场有活动须提前通知区域业务员调整价位，否则自行承担调整价位的差价.三、各卖场库存清晰明了，促销品严格管理按要求发放，如发现帐目凌乱并与实数不相符合，经公司再三核对仍有不实，除依照公司出厂价扣罚该物品货值以外，对相关责任人进行加罚50，如数额巨大公司将依据有关条理进入司法程序。

各卖场要保持物品长新，避免样品划伤，划伤比例应控制在100 ：1之内，对超过该比例部分公司将按损坏程度予以处罚。对已经损坏的样品公司将返回调换。

四、为保公司管理证高度透明，一线促销员有私人建议、或个人观点等其他问题，严禁私下交流须直接填写业务单，直报市场部负责人2日答复，外地区域交由当地负责人并转市场部7日内答复，须报请公司上级批复的15内答复。

未经公司同意，严禁缺席公司安排的各项会议及培训。会议期及培训间不许请假，无故缺席单次30元，2次以上罚款100元，情况特殊者须向公司提前申请、批准后方可执行。促销员无故离职须提前30天向公司申请，认真填写离职表格。新聘促销员离职时不满2个月的，视为蓄意离职，扣除一月基本工资

五、卖场的自营人员和服务人员做好本公司产品的销售，要做到：

1、介绍：向自营人员介绍自己的公司和产品信息，让他们在了解情况的基础上做好销售。

2、示范：导购员可进行销售示范，教会自营人员如何销售自己的产品。

3、联络：与自营人员沟通感情，以激励其销售积极性。卖场有演示人员的应与演示人员处理好关系。

七、纪律要求

1、购导员上下班时间根据各卖场上下班情况而定，不得无故迟到早退，发现一次罚款20元。

2、事、病假应上报，无故旷工一天罚款100元，累计三天者按自动离职处理。

3、宣传资料和非卖品短缺时应及时上报，严禁出现产品卖断货现象，促销员应提前一周预警，如果是导购员自身造成的断货一天罚款20元。

4、导购员在促销过程中坚决禁止与顾客发生争吵，态度恶劣者立即辞退。另外在日常工作中坚决禁止与店里人员有任何冲突，态度恶劣者立即辞退。如有此情况要第一时间通知推广主管。

5、填写赠品登记表，做好赠品登记。

6、导购员必须参加公司组织的卖场促销活动。收到通知而未参加者每次罚款50元。

7、专职导购员无故不参加公司例会者，一次罚款50元，两次罚款150元，三次取消当月底薪。

8、专职导购员严禁兼职，如发现兼职促销非竞品，处罚500元并扣除本月提成；如发现兼职促销竞品者，处罚1000元并扣除当月提成，同时作自动离职处理。对终端促销员的分配考核

9．如果有任何突发事件发生，要第一时间通知店长或主管，如果是导购员自身的原因造成坚决 处罚并负全部责任。

八、调休：

每月可调休两天（周六、日除外）。调休需提前一天告知公司相关人员。如遇特殊情况，也可电话告知，但事后需补调休单。否则，将视为旷工。

五、请假：

请假需提前一天请假，经店里及公司的主管同意后方可休息。不提前请假或未经允许便休息将视为旷工。

六、例会;

每周三晚上十点为例会时间,不准迟到,有事需提前一天请假, 如遇特殊情况，及时通告知公司。否则，将视为旷工。

**第二篇：如何管理促销员**

如何加强超市卖场促销员的管理

一、促销员队伍的现状

1、促销员的企业归属感不强。促销员由厂家发工资，在商场上班、由商场管理的“边缘人”角色，看上去受到厂家与商场的双重领导和管理，但有时却管理不到位。促销员碰到困难，厂商容易推诿。说是厂家员工，促销员接触到的只是分管片区的业务员，说是商场员工，工资卡上的工资是厂家打入的。由此，促销员找不到企业归属感，因而在工作中容易出现举止散漫，服务意识不强，业务不钻研，不关心厂家和商场的发展前景等。

2、收入待遇差距大，促销员队伍不稳定。虽然促销员的报酬是由基本工资加提成构成，报酬的多少与促销员本人的工作能力有直接的关系。但由于品牌不同、产品销售的淡旺季不同，促销员的收入也存在差距。而促销员在商场一起上班，容易对收入进行攀比。再加上促销员的养老保险等厂方不愿办，商场不能办，导致促销员频繁跳槽，促销员流动大。

3、培训学习机会少，个人发展受限制。厂家通过促销员，追求的是提升销量和市场占有率，况且厂家有许许多多的促销员分散在全国各地的商场里推销其产品，要厂家组织统一、系统的培训难于做到。虽然也有一些厂家组织一些培训，但往往专业性很强，缺乏综合素质培训。由于促销员本人的学历、综合素质等难于达到管理职位的要求，大部份人又成家在当地，不大愿意异地上班，所以往往成为厂家选人用人的死角。而商场选用管理人员，注重的是综合素质，这又会导致促销员在参与岗位竞争时显得力不从心。

二、促销员管理上的误区

1、有的厂家只重视对促销员销售业绩的考核，缺乏对促销员长期培训规划。与商场就促销员的管理沟通少，只顾用人，不顾管理。

2、有的厂家一手包办，从招聘、上岗到执行管理制度专注于厂家的利益和要求，把商场当作销售平台，看重了促销员的作用，而忽视商场管理层、后勤保障部门的作用，造成厂商矛盾。

3、商场把促销员当作“外来人口”，只要纪律，不问心理。即只要求促销员不折不扣地执行商场的管理制度和营业纪律，维护商场的形象和利益，而对促销员个人的需求、困难顾问不多、不深。

4、商场把促销员“视如己出”，经常指派促销员去做一些与他们自身业务无关的事情，影响促销员业绩的实现和提升。

三、加强促销员管理的对策和措施

促销员已经成为商场经营一线的主力军。促销员工作态度，工作热情，业务技能的好坏对商场发展有着举足轻重的影响。把促销员的工作积极性、创造性调动起来、发挥出来，无论是对厂家还是商场都是双赢的局面。商场如何加强促销员的管理，笔者以为可以采取如下一些措施：

第一、厂商沟通协作，明确各自职责。厂家和商场对促销员都具有管理责任，为使双方的管理做到合理、有效，不错位、不越位、不缺位，厂商在签订购销合同时，就要明确对促销员的管理责任，把安排促销员的人数、报酬、培训等列入合同条款。在平常管理中，厂家应通过电话、信函或到商场面谈等方法了解情况，听取意见和建议，掌握管理的主动性。而商场要发挥现场管理的优势，了解促销员的思想动态，在做好思想工作的同时，切实帮助解决一些实际困难。

第二、保障促销员收入，解决后顾之忧。除了商场在与厂家签订购销合同时明确促销员待遇处，商场要督促厂家与促销员签订用工合同，明确工作岗位、基本工资、提成比例、工作时间、社会保险等内容，消除促销员的后顾之忧。商场要经常摸底，了解促销员报酬的到位情况，对工资发放不及时或没有足额发放的，要督促厂家按时、足额发放，必要时可以先行垫付，在与厂家结算货款时进行抵扣，切实维护好促销员的合法权益。

第三、加强培训，提高素质。从实践来看，促销员的招聘由商场负责，更有利于对促销员的管理。因此，商场要建立促销员招聘、培训、考核的制度，建立促销人员储备库，凡厂家需要促销员时，可到商场的促销人员储备库挑选、面试。对于促销员的培训，则应是厂商互动，各有侧重。促销员培训的主要内容可以是：

1、心态培训。促销员在销售过程中，要面对很多的拒绝和挫折，因此，培养其良好的心态至关重要。心态培训主要是通过一些案例及活动，让他们明白作为促销员所应具备的自信、积极、吃苦耐劳以及敬业等等心态。通过心态培训，不仅鼓足其挑战困难的勇气，而且强化其心理素质，让他们能够坦然面对失意和困难。

2、制度培训。没有规矩不成方圆。促销员在商场工作，必须执行商场的制度和规定，知道自己应该做什么和不应该做什么，要摆正自己的位置，正确处理好与商场、与厂家、与消费者的关系，自觉维护好三者的利益。

3、产品知识培训。促销员只有全面了解自己推销产品的性能特点、与其它厂家同类产品的区别、自身优势，甚至是厂家的企业文化，才能在推销过程中，吸引顾客、说服顾客，让消费者觉得你的商品可信，产生购买欲望。否则，对产品知识一问三不知，推销的成功性就不言而喻了。

4、技能培训。终端促销是一对

一、面对面的促销，在与消费者接触交流当中，其推销能力非常重要。因此，要抓好如下的一些技能培训：

A、沟通能力。即促销员要有较强的语言表达能力，能抓住客户的心理需求，察言观色，伺机而动，从而让客户接受你的产品。

B、推销能力。即在与消费者沟通过程中，怎样更好地推销你的产品。通过哪种方式，能够引起消费者的注意，使其产生兴趣和联想，并马上产生购买欲望，通过比较权衡，来达到最终购买。

C、异议处理能力。即在消费者产生购买异议时，及时冷静、妥善处理的能力。

通过全方位的培训，不仅提升促销员的操作技能，也较好地灌输了商场了经营理念和企业制度，有利于提升促销员的整体素质，增强他们对企业的凝聚力、向心力，使他们更好地立足本职做好工作。

第四、坚持以人为本，关注个人需求。商场要确立促销员是商场员工的观念，要关心他们的生活，尊重他们的意愿，解决他们的困难，促进他们的发展。，增强他们在商场工作的亲切感、荣誉感和归属感\'。

8546231、商场要组织员工与促销员一道，开展一些丰富多彩的文体娱乐活动，让促销员参与到文艺演出、体育比赛、外出旅游、社会捐助等活动中去，让他们体会到在商场这个大家庭工作的乐趣。

2、让促销员参加到商场组织的业务技能比赛、先进员工评比、明星员工评比等活动中去，发现和培养一批销售能手、服务高手、管理巧手，既为企业发展物色、储备人才，也为促销员提供个人成长的机会和舞台。

3、商场在逢年过节要一视同仁地落实好促销员福利的发放，减少其失落感。商场可以利用品牌多、岗位多的优势，满足部分促销员合理的调整岗位的要求，把敬业爱岗、技能精湛的促销员留下来，减少人员流失，稳定促销员队伍。

总之，促销员已经成为商场经营的主力军，是企业两个文明的建设者，是企业财富的创造者。以人为本，积极探索促销员管理的方式方法，提高促销员的综合素质，发挥促销员的作用，维护促销员权益，稳定促销员队伍是商场自身发展的需要，是构建和谐社会的需要。所以，采取多种措施，做好促销员管理工作是商场义不容辞的责任。

**第三篇：促销员管理**

促销员管理(2025-02-18 11:56:56)

标签：超市 经营 杂谈 促销在市场竞争日趋激烈，产品同质化的今天，终端管理的作用得以凸显，被提高到了相当高的地位，成为营销界的热点话题。可以说，对于品牌产品制造商而言，谁掌握了终端，谁就找到了致胜市场的法宝。

随着广告、品牌、促销推广、服务等营销手段作为市场推动力的作用日益减弱，消费者对广告、价格诱惑的抵抗力越来越强，甚至可以用麻木和抵制来形容。这种情况下，营销人员特别是品牌促销员（或称之为：直销员、导购员）的作用将更加突出，人力资源作为最重要的市场资源，也逐渐为各企业经营管理人员所认识。

促销员管理作为终端管理的重要组成部分，是一个很宽泛的话题。本人仅结合，五年来南通、南京、甘青宁市场促销员管理经验，谈一点个人粗浅的认识，求教于方家。

一、促销员及促销员管理

促销员（有的企业称之为：导购员、直销员）是一般由电冰箱厂家自行招聘、管理、考核、核发工资，同时接受商场的现场管理的厂方品牌、产品、销售代言人。属于接受双重管理的特殊的销售群体。由于其劳动关系隶属厂方，而工作地点却在商场各冰箱专柜。作为电冰箱厂家销售代表而言，必须充分认识这一点，以免促销员管理的缺位情况的出现。同时，还必须清醒地认识到促销员作为接受双重管理的受众，如何协调促销员所在商场同类产品各品牌之间的市场份额竞争和促销员所在商场与其他商场本品牌内部促销员之间存在事实性竞争关系；以及如何解决商场日常管理、利益如果与本企业管理制度、理念发生冲突的情况下，促销员如何取舍的问题？

我们还应该清楚地认识促销员作为特殊的销售群体，其人员组成构成的情况。由于促销员职业是一种中低收入的职业类型，决定了促销员群体的学历、年龄层次和其他行业（如文化、IT、旅游等）存在着明显的差别，高学历、能力社会人员职业定位除非迫不得已一般不会选择促销员这一职业类型；所以20-30岁左右的下岗职工、待业青年成为促销员主要的人员构成群体。而下岗职工、待业青年的社会经历决定了他们具有丰富的社会经验和沟通能力。同时由于其就业前处于低收入阶层，对于促销工作则极为重视，故而高度敬业。对于他们来说，销量就是金钱。所以格外珍惜和投入促销工作。

促销员管理必须清楚地认识以上的问题，以此为基点开展管理工作。通过促销员选聘、培训、考核、感情投入等，培养增强促销员对企业的忠诚度，不断强化促销员对企业品牌、理念的认识促进其融入企业的文化氛围，提升其促销技能和素质，以打造战斗有力的高素质促销员团队。可以说，促销员团队的素质高低决定了本品牌产品所在地区是否能够达到或超过与本品牌整体市场相匹配的销量和市场份额，决定着终端销售的成败。

二、促销员选拔及新聘促销员培训

促销员主要是从下岗职工（尤其是女工）、待业已婚女青年中选拔。主要考虑是促销员职业作为营业员职业的一种，女性是最适合的群体。因为女性的心理、生理特点如耐心细致、热情大方、亲和力强、更容易与同性或异性消费者沟通、电冰箱产品的购买决定者又主要是家庭主妇与女性促销员立场相同，更容易促进购买形成销售等决定了男性所无法具备的优点。

同时，还要关注应聘促销员以前的职业（是否具有与多人沟通交流的特点其本人是否有不良或值得称赞的记录）、家庭（是否夫妻关系是否和谐、家庭经济是否过于富裕或贫穷）和社会关系（是否有大量的不良朋友群或其社会关系是否能够促进其投入促销工作）等背景性资料。具有同行业或相近行业从业经历的人员则作为主要候选对象。这样可以降低培训的时间成本和难度，有利于尽快上手，实现较快较好的促销业绩。同时，要求获聘人员具备高效快速反应能力，个人形象不必太突出但相貌必须端正不得引人反感即具备亲和力；语言表达能力突出同时具备较高的地方方言和普通话水平；勤快敬业忠诚可靠以及高度团队协作精神等条件；高素质高起点的促销人员招聘是决定促销员团队整体素质是否能够不断提高的关键。新聘促销员培训是一项重要的工作。因为，作为新品员工来讲，其对于企业、产品、市场、工作商场、公司制度文化、促销技巧等处于未知或认识的起步阶段。成功的新聘促销员培训应该以企业的创业历史、荣誉、产品的基础知识、产品的序列及每款的卖点、市场竞争状况及各竞品的企业产品概况、本企业产品在当地市场的销售业绩和状况、本企业产品的比较优势、经销商关系状况及与其所在商场的客情关系状况、所在商场的简况及相关管理

制度（现场销售的流程）、基础性的促销技巧和促销员日常工作（单据报表、数据上报填写）等。由于内容较多，一般采取先总括性的讲解培训，并要求新聘促销员根据培训教材自学。然后在分专题分阶段实施培训，并由经验丰富业绩突出的优秀促销员负责对新聘促销员进行“传、帮、带”的岗位培训和岗位跟踪。

三、促销员培训

促销员培训一般采取岗位培训（OJT：on-the-job training）或岗外集中（OFF˙ JT：0ff-the-job training）培训两种形式。

岗位培训一般由所在市场业务经理、促销督导实施，特殊情况下由优秀促销员或其他人员参与，主要是在销售现场针对促销员售点、成交过程、接待顾客等方面的问题和不足，现场指正指导。业务经理、促销督导作为促销员管理者组织、实施促销员的岗位培训工作必须作为日常工作的重要部分给予高度重视。岗位培训的特点在于时效性和针对性强，见效快是最直接有效的培训方式。但是如果同时有顾客咨询产品，则必须打断，所以岗位培训存在连续性和系统性不强的缺点。岗位培训应选择在正常销售日的客流量最小的的时段，如下午5-6点钟。而不益节假日或中午10—下午4点钟，因为上述时段的成交量和客流量最大，应以销售为主。岗位培训可采取教导制即培训者针对培训对象存在的问题和不足，指出更加合理有效的方法，但一定要避免说教，而应重视促销员的感受，双方观念互动才能保证培训的效果。也可以采取现场演示纠正的方法实施岗位培训，促销员现场观摩，则可以实现更好的培训效果。

脱岗培训及集中培训。集中培训应该作为促销员管理主要内容，以例会的形式确定下来。促销员例会除了具有人员培训的作用，还应具有市场分析、人员考核和任务分解的作用。促销员例会应该每周召开，我们称之为促销员周例会。

促销员周例会一般安排在每周一或周五的上（下）午，原因是周一召开有利于及时总结上周销量及市场状况，分解本周销量目标，制定本周市场策略，给予促销员双休日超负荷工作休

息的机会体现人性化管理等。而周五召开更有利于下周双休日的销量上扬（因为假日经济对销量拉动倍增作用日益凸显）。

节假日期间，如果与周例会召开的时间有冲突，应变更周例会的召开日期。五一、十一黄金周及元旦、春节等法定节假日及地方性节日如市庆、大型会展、庆典前应召开促销员节假日备战动员会，着重市场火热程度预期分析、竞争对手及相关商场可能采取的举措，制定相应的市场进攻（防守）策略、确定整体销量目标分解到每一名促销员、明确考核如处罚奖励，整体目标超额完成则组织全体促销人员开展聚餐、野炊、旅游等集体活动，否则取消。节假日后应着重节假日市场分析、结合同期及当期各种数据资料进行整体市场及各商场销售情况分析，总结成功或失败的经验教训。促进下阶段销售目标的实现或超额实现。通过集体活动加强团队成员的交流、协作和同事关系，增强团队凝聚力，提高战斗力。

四、促销员考核及晋升制度

促销员的年龄层次、性别、收入状况等决定了促销员考核必须具体、公正、严明，否则无法满足打造高素质促销团队的要求。我们通过促销员考核办法来解决这一问题。具体考核方法附后参考。

五、促销员管理的其他问题

促销员管理应当导入人情化管理理念。我们开展促销员生日礼物到柜台、举办促销员生日派对、专业知识、文体竞赛、集体聚餐、野炊、旅游以及春节前举办答谢促销员家属团拜会等活动，进一步加强了团队成员之间的相互理解和友谊。

平常我们特别重视协助促销员解决个人或家庭的困难问题，甚至充当促销员夫妻之间的家庭纠纷调节人。因为，促销员作为公众人群，必须保证快乐的工作，以热情影响消费者，实现销售和品牌的宣传。

六、实施成效

XX冰箱N市场三年来的促销员管理工作，通过全体促销人员的配合和努力，目前已比较成熟。基本上形成了上述体系。而市场的回报也令人满意。我们从XX年的N市场XX冰箱零售量2500台不到，20XX年、20XX年、20XX年1—10月份则分别实现6553台、8189台、7894台的销量业绩，市场份额也得以不断提高。XX品牌在N市场也由XX年的弱势品牌，打入强势品牌行列。目前仍然保持这不断上升的趋势。同行业竞争品牌及N市场各商场人士均给予XX品牌高度的评价。

其实，XX冰箱N市场促销员管理的成效以及促销员团队的素质起到了决定性的作用。所以我们把促销员管理称为决胜终端的利器。

**第四篇：促销员管理**

促销管理手册

第一章

一、岗位定位：

促销员是指综合利用厂家的各种资源，通过科学、有效的推广手段和技巧，在终端售点引导顾客购买、促进产品销售的人员，是厂家产品、服务、品牌等有形、无形产品在终端的直接集中体现者。

二、工作职责



1、与消费者的交流，准确有效的做好产品宣传、品牌宣传和企业文化宣传

2、树立良好的品牌形象；



1、保证产品与助销品的货物充足，做好货品要货和样品、赠品、道具的建帐管理。

2、保证货品整洁，无残次。

3、保证货品标准化陈列，为厂家争取最有利的资源配置

4、按先进先出原则售出商品销售产品，确保产品的新鲜。对滞销产品提出销售建议。

1、充分掌握公司产品的知识与竞品的对比差异

2、灵活运用各种销售、服务技巧。

3、对各品种销售与目标做到心中有数。

4、努力完成公司下达的各项销售指标及各项促销活动和突击活动。



1、了解同类竞争产品的动态。

2、收集、反馈顾客、商家对产品的建议和意见。

3、随时关注卖场销售及库存、陈列调整情况，即时反馈，确保问题尽快解决。

4、按时上次各类报表，并将各类信息及时向主管反馈、跟踪。



1、活自如地处理好与卖场各级人员的关系。为厂家争取最理想的人脉、最优秀的位置，最好的展示，从而达到产品销售、品牌展示以及经销效益最大化的促销成果。

2、其他品牌人员搞好关系。借力、使力达到企业销售促进的目的促销员的岗位定位与工作职责

第二章 优秀促销员应具备的素质

一、促销员的必备素质

 良好的心理素质：

1、促销员要勇于承受各种压力、挫折以及失败。

2、促销员要有自信、耐心、恒心，勇于挑战。

3、促销员要有自制力、忍耐力，无论遇到哪一种顾客，都要对顾客的抱怨保持冷静与克制。

 始终如一的敬业精神

1、把公司的事情当成自己的事情，从而全身心的投入进去，朝气蓬勃地对待每一位顾客。

2、善待客户，珍惜公司，并尽心尽力地让顾客达到满意。

3、用饱满的热情，吃苦耐劳的精神，兢兢业业地做好每件事，为企业的发展增光添彩。

 积极主动的服务意识

1、推介产品是与顾客心和心的交流，要用真诚的心与顾客交流

2、促销员要以“积极主动及热情”去感染对方。

3、让顾客感受良好服务的同时，也接受自己的公司及产品。

 敏锐的观察力和洞察力

1、促销员应善于察言观色、见机行事，对顾客购买心理具有敏锐的洞察力。

2、通过观察卖场环境和推介过程的每一个细节以及顾客的动态及表情，揣摩和判断顾客的购买心理。

3、对顾客施以不同方法，有针对性地进行诱导，从而促使目标的成功。

 高超的语言表达技巧和谈判技巧

1、通过促销员准确的推销措辞，表达出产品的特性与优势。

2、推心置腹的心灵交流，从而赢得顾客的深度信任，达成销售的目的。

 灵活自如的协作精神

1、灵活自如地处理好与卖场各级人员的关系。为公司争取最理想的人脉、最优秀的位置、最好的展示，从而达到产品销售、品牌展示以及经销效益最大化的促销成果。

2、与其他品牌人员搞好关系，确保工作环境和工作氛围对工作有利。

3、服从公司安排，听从指挥，顾全大局，保质保量地完成公司的各项指标。

 超越自我的学习能力

1、虚心向有经验的同行进行学习。

2、虚心接受批评，敢于不断挑战自我。

3、在工作中总结学习，使自己不断的提高。

第三章日常管理制度

一、考勤制度

 作息时间1、8小时）；

2、息，不允许私自调休）；

3、① 按时上班，按时参加公司组织的各种会议、培训。上班或开会迟到超过3分罚款10元；

超过半小时作旷工半天处理；超过1小时作旷工一天处理；迟到超过3次予以辞退； ② 促销员上班时间不得擅自离岗、空柜，一经发现，核实后罚款30元，超过三次予以辞

退。

③ 有两名促销员交接班的网点，当班人员下班时，必须有接班人来交接方可下班。若到交

接班时，接班人员未到岗，当班人员不得下班，并应及时向负责人反应，经公司处理后方可下班，否则，当班人员作旷工半天处理。

 病假

急诊病假必须当日上午9:30分以前通知主管，本人无法请假，可由其家属代为通知，事后补交病假证明单，方为有效，病假一天扣一天工资，须出示正规医院的病假证明，否则作旷工处理。

 事假

1、促销员因合理原因，因事不能上岗，应提前一天交“事假申请”，经主管批准方可生效，事假一天扣一天工资，事假5天以上，必须经省区负责人批准，如不合上述手续，一律按旷工处理；

2、请假期满未复工者或迟到、早退在30分钟以上按旷工处理，半天扣一天工资，一天扣

2天工资，三天予以解聘处理。

 旷工

 离职

辞职人员须提前15天向公司提出书面申请，经批准后方可生效，未经批准擅自离岗扣罚当月工资奖金。

二、形象要求

1、姿态：导购员工作时须垂直站立，不倚靠货架、柜台或其它物品。

2、着装：导购员上岗时必须穿着公司统一服装或商场服装。

3、发型：头发必须保持清洁卫生，不得剪或染过于前卫的发式，中等长度以上的头发必须束起

或盘起，不使用过于夸张的发饰。

4、配饰：不得配戴过于夸张、耀眼、尖锐的装饰品。

5、个人卫生：手和指甲保持干净，不允许留长指甲，服装与鞋子须保持整洁。

6、上岗之前不允许食用气味强烈的食物。随时保持身体和口腔气味的清新。

旷工一天扣两天工资。

三、服务规范

1、言语举止符合规范

2、对产品知识及活动内容了解充分，当好顾客的好参谋。

3、热情、自信的待客，不冷落顾客。

4、顾客较多时，应“接

一、待

二、招呼三”（重点招呼某位）。

5、耐心待客，不得有不耐烦的现象。

6、不管顾客是否购买，均应文明待客。

7、不中伤竞品。

8、严守公司机密，不得向公司以外人员透漏产品信息。

四、报表制度

1、促销员每月填写《促销员月销量报表》，记录各品种的月销售数据，对活动期间的品种进行

每天报数。

2、促销员将每月的促销销量汇总为整月的数据，填写《促销员月报表》，在每月例会上提交。

五、奖惩制度

1.迟到、早退或用餐时间超过3分钟者每次罚款10元（包括开会和培训），迟到30分钟以上

无合理解释一律按旷工论处。

2.上班时间吃零食、窜柜、靠柜、聊天、违反柜台纪律，一次罚款10元。

3.工作时间内漫不经心，待客态度恶劣，与其它营业员、柜长、顾客等发生争吵、打架，严

重影响公司形象者，予以辞退。

4.工作时间形象不符合公司要求，影响公司形象的一次罚款10元。

5.商场缺货、缺赠品应立即通知业务员和促销主管，因促销员造成商品、赠品的短缺现象，罚款10元。

6.柜台货物要做到“先进先出”，由于促销员本人原因造成产品过期而变质，其损失由促销员

本人承担。

7.保持产品清洁、无残次、挂瓶摆放标准、瓶标朝外、无凹瓶，如发现产品尘垢、货架陈列

过于杂乱、残次未处理，罚款10元。

8.赠品必须建帐管理，私自截留、乱发赠品者，按公司赠品金额的5倍赔偿。

9.商场调整陈列应立即通知业务员和促销主管，如因通知不及时，使产品陈列变差，每次罚

款10元。

10.不按时交纳销售报表、工作报告者，每次罚款10元；虚报、捏造销售报表者，一经查实，停发当月工资，屡犯予以辞退。

11.因触犯商场管理制度，受到所在商场的罚款，由促销员自行承担，公司有权扣罚当月的工

资、奖金，并处以与同等的罚款，情节严重者公司将保留其刑事诉讼权力。

以上，请各位详阅并签字确定。公司与促销员个人各执一份，以备日后处罚确认之用。

促销员：

日期：年月日

**第五篇：促销员管理**

业务员管理规定一、一般规定

1、对本公司业务员的管理，除按照人事规定办理外，悉依本规定条款进行管理。

2、原则上，业务员每日按时上班后，在公司参加早会，由公司出发从事外勤工作，公务结束后返回公司，处理当日业务，参加晚会。

3、业务员对特殊客户实行优惠销售时，呈报主管批准。

4、出关外时需填写《外出车费申报表》。

二、工作职责

1、在推销过程中，业务员须遵守下列规定：

①注意仪态仪表，态度谦恭，以礼待人，热情周到。

②严守公司经营政策、折扣、销售优待办法与奖励规定等商业秘密。

③绝对不能诱劝客户透支或不正当渠道支付货款。

2、除业务员工作外，业务员的工作范围还包括：

①向客户说明产品特色等。

②搜集信息，经整理后呈报上级主管。

③做好《客户访谈记录》。

④整理经销商和客户的销售资料，做好售后服务。

三、工作计划

1、公司设计《新客户记录表》、《客户电话回访表》、《客户拜访记录表》供业务员作客户管理之用，《客户市场分布档案》供公司维护客户之用。

2、业务员应将每周的工作安排以《每周工作计划表》的形式提交主管核准，呈报上级主管。

3、业务员将固定客户填入自已的《客户回访表》以便更全面地了解客户。

4、对于登门拜访的客户，应填写《客户拜访记录表》。

5、业务员对所拥有的客户，应按每月销售额自行划分为若干等级，一般分A、B、C三级。

6、为便于工作的顺利展开，业务经理每天填写《每日工作日报表》。

7、业务部经理每半年应填报《客户动态统计分析表》，以便推销中参考。

四、客户访问

1、业务员原则上每天至少上门访问七个客户。

2、业务员每日出发时，须携带当日预定访问的客户资料，以免遗漏差错。

3、业务员每日出发时，须携带样品书、彩页、名片、报价单等。

五、业务报告

1、业务员每日认真填写各种表格，逐日呈报单位主管。

2、业务员须将所负责地区客户情况了解清楚，尽力尽心地挖掘新客户，尽量设法接近、访问客户，并将出现问题及时呈报主管部门处理。

3、本规定自批准日起实行，修订时须经公司批准。

本DOCX文档由 www.zciku.com/中词库网 生成，海量范文文档任你选，，为你的工作锦上添花,祝你一臂之力！