# 最新销售总监年度工作计划(七篇)

来源：网络 作者：莲雾凝露 更新时间：2025-04-03

*销售总监年度工作计划一2、负责组织编制本公司年度、季度总体经营规划，制定营销策略、措施，并安排组织实施;3、负责公司年度、季度财务预算决算及相关重大财务费用开支计划的审批;4、负责安排行政/财务、业务副总经理工作，明确其职责、权限、并监督;...*

**销售总监年度工作计划一**

2、负责组织编制本公司年度、季度总体经营规划，制定营销策略、措施，并安排组织实施;

3、负责公司年度、季度财务预算决算及相关重大财务费用开支计划的审批;

4、负责安排行政/财务、业务副总经理工作，明确其职责、权限、并监督;

5、组织协调各部门工作，听取各部门工作汇报，提出决策性意见;

6、负责上报材料总结、报告的政策性把关审核及上下行文的签发。主持向有关部门，机构的工作汇报;

7、负责制订本公司企业文化建设，战略方针。运营总监(coo)要全面负责公司的市场运作和管理;/参与公司整体策划，健全公司各项制度，完善公司运营管理;/推动公司销售业务，推广公司产品，组织完成公司整体业务计划;/建立公司内部信息系统，推进公司财务、行政、人力资源的管理;/负责协调各部门工作，建立有效的团队协作机制;/维持并开拓各方面的外部关系;/管理并激励所属部门的工作业绩效。

其权力范围主要是：

1.对公司的生产经营有计划权、建议权、否决权、调度权

2.对下属各职能部门完成任务的情况有考核权

3.对下属各职能部门经理的工作有指导权和考核权;

4.对总经理决策有建议权。

其责任范围主要是：

1.对公司年度生产经营计划的完成负组织与协调责任;

2.对公司中、长期发展规划负组织、推动责任;

3.因调研信息严重失真，影响公司重大决策给公司造成损失，应负相应的经济责任和行政责任。篇二：项目运营部年度工作计划

1、建立健全部门管理体系，加强绩效考核，完善薪酬制度，制定有效的培训计划，打造一个有凝聚力、竞争力的和谐团队。

2、建立健全客户服务体系及人员配备，提高客户服务人员队伍素质，引导客户对网站的利用及重视;从而进一步提升网络营销价值。 3、推行新的`运营机制(项目责任制)，同时对部门费用进行科学有效的划分，从而推动各业务板块健康快速发展。

4、按照公司的xx年度目标规划，主动出击整合十堰市场，夯实基础，增加营收，把公司“专业、创新、协作、拼搏、服务”的经营理念贯穿与整体工作当中，力争实现全年经营目标的顺利实现。二、定岗定编及岗位职责1、部门人员计划编制：

a.

b. c. d. e.

汽车板块：人员配备运营人员1名、编辑1名。房产板块：人员配备运营人员1名、编辑1名。家居建材板块：人员配备运营人员1名、编辑1名。医疗板块：人员配备运营人员1名

人才、旅游、相亲交友等板块：人员配备编辑1名

2、项目运营总监岗位职责：

a、根据公司现实状况,制定适合本部门的考核制度;

b、根据公司下达的任务，保证部门足额完成年度和月度计划

c、加强、稳定团队建设，提高团队整体素质;

d、及时汇报、分析行业信息，广告产品信息，以促使公司及时调整策略;

e、严格执行业务工作流程，配合、协调其它部门的工作;

f、加强客户档案管理，每月按行业进行统计，并汇报统计结果，

g、严格执行公司回款制度，防止呆帐发生; h、服从公司领导的工作安排，并严格执行。

3、项目经理岗位职责：

a、服从公司领导安排，遵守公司管理制度;

b、制定年度活动计划，并撰写策划方案;

c、加强客户档案管理，每月进行统计分析，并及时汇报统计分析结果，

d、根据年度规划，制定招商方案，并提前一个月进行招商，保证活动的顺利进行;

e、及时汇报工作进度，加强与部门主管及其它部门的沟通;

f、将售后服务纳入绩效考核中，对项目活动和工作进行及时有效的计划和总结;

g、服从公司领导的工作安排，并严格执行。

4、项目客户经理岗位职责：

a、服从公司领导安排，遵守公司管理制度;

**销售总监年度工作计划二**

本报告也许有不少不成熟的地方，也许有不少欠考虑的地方，毕竟了解公司的时间不长，内部结构及目前销售情况都不太了解，但我的目的只有一个那就是对公司的发展有所帮助，希望公司的明天走得更稳健一点，走得更健康一点，走得更远一点。这就够了。

王总的初终：革命为了什么革命的目的是什么从历史和实践来看，革命无非两个目的。一是推翻，二是改良。

仙居棉棉家纺有限公司创建于20xx年，是一家具有三十多年研究养生睡棉的高科技生态文明家纺企业，公司集研发、设计、生产、销售于一体的纺织品企业，公司懂事长王增富――权威人士称其为中国棉被革命第一人的荣誉称号，为名族传统工艺开拓了一条新路径，树立起一个新标杆，是中国家纺走向世界的一个典范。

企业文化和销售有关吗？关系太大了，因为销售是窗口，直接面对客户，要建立健全系统的企业文化，统一对外宣传口径，给客户的感觉是公司管理师规范的，是一个团体，增加客户对企业的信心。

（1）为使公司的工作高效、有序地运作，确保营销目标的实现，特做此报告。

（2）企业营销的宗旨：保持客户需求

营销部组建及部门职责

1、营销工作以公司的方针、计划为标准，严格组织实施。

2、贯彻执行公司各项规定，执行营销计划。

3、负责销售人员的招聘、培训、管理，提高销售人员的素质，储备优秀人才，为公司的发展打好基础。

4、负责市场调研、收集、整理、分析同类家纺行业的相关资料，及时反映市场动态，为公司项目及新产品上市打好基础。

5、制订销售计划并具体实施，保证公司新产品能及时销售。

6、负责销售合同、单据的`整理，对已签合同需进行核对。

7、配合财务部，按时、准确、无误收回销售资金。

8、建立市场信息档案，积极开拓市场渠道，做好市场摸底、先期工作

9、维护公司品牌形象，在公司统一指导下做好广告宣传工作。

10、营销中心人员薪资方案=岗位底薪（月）+销售考核（月）+年终奖

1、负责在王总指导下，主持本部门的日常管理工作，协调其他各部门的工作关系。

2、负责部门职责，组织制定本部门的组织架构、工作流程、营销员的岗位职责、部门规章制度，提高工作效率。

3、定期对市场营销环境、目标、计划、业务活动进行核查分析，及时调整营销策略和计划，确保完成营销目标和营销方案。

4、拟订年度销售计划，分解目标，报批并督导实施，分析市场状况，正确定位产品。

例会

时间：每周或每天上午召开

会议议题：

1、营销部工作汇报

2、问题的提出和解决

3、营销部本周工作总结

4、营销部下周工作安排

5、营销部会议记录人负责整理，决策性问题抄报王总

销售人员行为规范及服务标准（待定）

营销预算

营销预算组成：营销预算由市场和公关广告预算、销售预算、客户服务预算、市场开发预算组成。

广告费用详细（供参考）：

墙体喷绘（详细待了解）

商业短片制作（2万、4万、8万）

杂志：女报杂志――120万（每期单页10万，共12期）

时尚家居――96万（单页8万，共12期）

电视：中央一套――300万（共200天）

各省卫视――190万（共200天）

网络：优酷网――100万（共396天）

土豆网――95万（共396天）

淘宝网――50万（共100天）

销售预算：1、企业市场动态。

2、产品市场调研报告。

3、企业产品体系规划。

4、上年度销售统计。

5、上年度的公关费用情况。

宣传

墙体喷绘

公交车体喷绘

宣传短片制作

创造新闻（如今灾害普遍，如灾害地区的捐赠，希望小学捐赠，可联系当地政府联手开展）

节目赞助

swot分析

**销售总监年度工作计划三**

时光飞逝，20xx年马上就要落下帷幕。在这一年里，特别感谢公司领导的栽培，让我继续在东西南北的平台上学习并成长，也衷心的感谢我们的团队，感谢大家对我工作的支持以及相互的配合与鼓励，更希望明年我们能再接再厉，创造更辉煌的业绩！

20xx是紧张、飞跃的一年，全年我们广州公司一共完成了1800万的销售业绩，较20xx年提高了125%，虽与制定的目标略有差距，有些小小遗憾。

但是，市场部门的全体伙伴尽心尽力，不辞劳苦，在工作中发扬了高度的主人翁精神，体现了高度的责任感，并配合培训部等相关部门较好的完成了各项工作。这些都是应该给予肯定的。 20xx是不可复制的一年，这一年中我们的业务水平不断提升、团队精神不断提高、精英队伍层出不穷、也顺利的完成了工作地点的迁移等，这些都充分证明了公司的进步与发展。当然在发展的同时，我们也遇到了一些困难暴露了我们的不足之处。1：产品及设备更新比较慢，满足不了一些客户的需求2：售后服务不够完善，客户投诉较多3：不够了解员工心态，造成人员流失较大4：对于市场的分析及前瞻性不够，不能准确的把控市场5：员工的业务水平高低不等，还需整体提升，避免造成资源的浪费，这些都是我们明年工作的重心。

（本人今年最大的遗憾就是在美优客期间没有履行好自己的职责，所以希望能继续在东西南北尽自己的一份力量）

20xx年是充满机遇及挑战的一年，介于20xx冰淇林火爆的市场行情，同行业都将大力的宣传及投放广告量，关注的人群将会越来

越多，公司硬件设施的提高都是我们打仗的充足装备。所以对于明年的市场，我们广州公司制定了全年的销售业绩2800万（设备加材料），销售小组仍然分为3组（每组年平均销售业绩933万），每组需配置6-7名话务员，1名经理，整个市场部需21-24名人员。20xx我们将充分发挥团队力量，扬长避短，努力并高质量的完成制定的目标，具体计划如下：

1)产品知识方面：加强熟悉我司提供设备的技术参数、和材料特点、规格型号及原料特点，了解产品的使用方法；了解行业竞争产品的有关情况；

2）客户需要方面：了解客户的投资心理、购买层次、及对产品的基本要求。

3）市场知识方面：了解冰淇林及烧烤市场的动向和变化、根据客户投资的情况，进行市场分析。

4）拓展知识方面：进一步了解其他加盟方面的信息，方便能更好的和不同的客户达成共识和业务范畴的交流，以便更好的合作。

5）服务知识方面：了解接待和会客的基本礼节，细心、认真、迅速地处理客户状况；有效地传递公司信息及获得信任。

随着广告的深入宣传，关注人群的多样性发展，必须得及时更新一些有特色吸引人眼球的设备及产品满足客户的需求。明年的`市场必定存在很大竞争，这也是我们能脱颖而出的重要砝码。建议1）壮大专业

研发人员团队 2）定期引进新型畅销设备

随着明年业务量的加大，为了保证客户的利益并减少公司麻烦及投诉，所以售后服务一定要完善。1）仓库发出的货物必须与经理所签订的配置清单保持一致2）配置专门的售后人员，客户反映的问题应第一时间解决。结业后一定要发名片，避免出现问题客户只找话务员的现象。

团队的业绩并不是一个人的功劳，需要团队人员齐心协力完成所得，所以其中的每一份子都很重要。培养一名销售人员也需1-3个月，所有的前期沟通都需要话务员去做铺垫，所以他们的心态及工作状态相关领导一定要充分了解，多沟通、多关爱、多帮助，出现问题及时调整，避免造成人员无谓的流失。

任何一个行业都有它的发展趋势与轨迹，都是与大的环境与市场需求息息相关。作为领导者需要敏锐的洞察能力并通过自身的相关经验判断出市场的走向，广告量的加减、客户的需求点等等，也只有这样我们即便处在逆境也能独占鳌头。

20xx是蓬勃发展的一年，公司的发展也靠大家的集思广益， 以上是本人工作的一些感想，希望能起到点点的帮助，明年我们市场部的全体员工也一定继续完善自己、继续努力，为了我们的终极目标去冲刺！请领导们做我们永远最坚实的后盾！

**销售总监年度工作计划四**

销售总监是公司上级领导与销售人员和具体工作之间的纽带，销售总监与销售团队代表着公司的形象与品牌，对销售人员而言，销售总监代表着管理、指令、纪律、执行力以及提高收入、晋升职位的代言者。所以销售总监作为一名销售负责人，就必须对公司、对客户及销售人员尽职尽责。

承上启下的销售工作，除了要忠实履行本岗位职责，更要有清醒的市场意识、经营意识、创新意识、服务意识，要求自己有掌控、驾驭、分析、解决问题的能力和强烈的使命感。

工作责任主要表现在：督促销售人员的工作、制定销售计划、销售团队的管理、定期的销售总结、定期对销售人员的绩效考核的评定、上下级的沟通、销售人员的工作扶持、大客户定单的制定、销售人员工作的分配以及协助技术部工作等等…

其实我个人认为，每位销售人员都会有自己的一套销售理念。一开始，我是不能够即时知道每位销售人员的特色在哪里，需等完全了解的时候，就应该充分发挥其潜在的优势，如果某个别销售人员存在可挖掘的潜力，我会对其进行相应的督导，我们相互学习，帮助完成公司下达的销售指标，从而来弥补其不足之处。

作为销售负责人，新的一年需要做的工作很多：

1、分析市场状况，正确作出市场销售预测报批；

2、拟订年度销售计划，分解目标，报批并督导实施；

3、根据业务发展规划合理进行人员配备；

4、汇总市场信息，提报产品改善或产品开发建议；

5、洞察、预测危机，及时提出改善意见报批；

6、关注所辖人员的思想动态，及时沟通解决；

7、根据销售预算进行过程控制，降低销售费用；

8、参与重大销售谈判和签定合同；

9、组织建立、健全客户档案；

10、向直接下级授权，并布置工作；

11、定期向直接上级述职；

12、定期听取直接下级述职，并对其作出工作评定；

13、负责参与制定销售部门的工作程序和规章制度，报批后实行；

负责督促销售人员的工作：

1、销售部工作目标的完成；

2、销售指标制定和分解的合理性；

3、工作流程的正确执行；

4、开发客户的数量；

5、拜访客户的数量；

6、客户的跟进程度；

7、独立的销售渠道；

8、销售策略的运用；

9、销售指标的完成；

10、确保货款及时回笼；

11、预算开支的合理支配；

12、良好的市场拓展能力

13、纪律行为、工作秩序、整体精神面貌；

14、销售人员的计划及总结；

15、市场调查与新市场机会的发现；

16、成熟项目的营销组织、协调和销售绩效管理；

进行销售业绩的制定：

销售业绩的制定要有一定的依据，不能凭空想象。要根据公司的现状，已及公司产品种类，细细划分。

随后要做的事情就是落实到每一个销售人员的身上，甚至可以细分到每一个销售人员月。半年。一年销售业绩是多少，从而很完美的完成公司下达的季销售业绩。最终完成每年的销售指标。

销售计划的制定：

制定一份很好的销售计划，同样也是至关重要的事情。有句话说的好，没有理想就永远不可能达成。可见，销售计划的重要性。当然销售计划也是要根据实际情况而制定的。

定期的销售总结：

其实，销售总结工作是需要和销售计划相结合进行的`。销售总结主要目的是让每一位销售人员能很具体的回顾在过去销售的时间里面做了些什么样的事情，然后又取得的什么样的结果，最终总结出销售成功的法则。当然，我们可能也会碰上销售不成功的案例。倘若遇到这样的事情，我们也应该积极面对，看看自己在销售过程中间有什么地方没有考虑完善，什么地方以后应该改进的。

定期的销售总结同时也是我与销售人员的交流沟通的好机会。我能知道销售团队里面的成员都在做一些什么样的事情，碰到什么样的问题。以便我以及可以给予他们帮助，从而使整个销售过程顺利进行。

销售总结同样也可以得到一些相关产品的信息，知道竞争对手的一些动向。要知道，我们不打无准备之仗。知己知彼方可百战百胜。

销售团队的管理：

销售团队的管理可以说是一个学问，也是公共关系的一个重要方面。如今的销售模式不再是单纯的单独一个销售人员的魅力了。很好的完成销售任务，起决定性左右的就应该是销售团队。

在所有销售团队里面的成员心齐、统一，目标明确为一个基本前提的基础上，充分发挥每一成员的潜能优势，是其感觉这样的工作很适合自己的发展。感觉加入我们的销售团队就像加入了一个温馨的大家庭中间。我想，每一个队员都会喜欢自己的工作，喜欢我们的环境的。

公司为大家创造了很好的企业文化，同时也给大家提供和搭建了很好的销售平台，所以，销售人员应该感觉到满足，并胸怀感恩的心，我希望能让每一位销售人员学到相应的东西。

绩效考核的评定：

绩效考核的评定虽然比较繁琐，但是势在必行。对于很好的完成销售指标，绩效考核是一个比较直接的数据。

1、原本计划的销售指标

2、实际完成销量

3、现有客户的拜访数量

4、月合同量

5、销售人员的行为纪律

6、工作计划、汇报完成率

7、需求资源客户的回复工作情况

上下级的沟通：

销售总监也起着穿针引线的作用。根据公司上级领导布置的任务，详细的落实到每一位销售人员的身上。在接受任务的同时，也可以反应基层人员所遇到的实际困难。

销售人员的培训：

1、提升公司整体形象

2、提升销售人员的销售水平

3、顺利构成合同达成

以上说的这些都是我觉得销售计划中比较重要的。所以我简单的列举出来了。其实作为销售负责还有很多的事情要做。比如：配合财务部门帐款的收取，销售人员的定位问题，市场评估等等，在这里我也不一一说明了，但是这些事情都是为了整个销售部门能很好很快的完成销售任务。

销售部门就是冲锋陷阵的士兵，公司的战略目的很明确，既然要设立一个销售部，我就要让销售部活起来，让我们的业绩明显的体现出来。为积极配合公司创造更好、更高的目标努力前进！

**销售总监年度工作计划五**

首先感谢公司领导对我的信任和重视，让我有这次机会展现自己。短短几年间从一位销售顾问成长为零售经理及展厅经理兼内训师，公司对我的期望很高，自己的担子也很重。从一个执行者转变为一个管理者，这一角色转换将督促自己加快管理及业务知识的加紧学习。在接下来的工作中，我会更加积极进取，用心努力的去做好每一件事情，不管是销售团队的销售业绩还是客户满意度，都会争取做到最好。销售总监的责任之重大无可厚非，必须对公司、对客户及销售顾问尽职尽责；对公司而言，销售总监是公司上级领导与销售顾问和具体工作之间的纽带，对客户而言，销售总监与销售团队代表着公司的形象和品牌，对销售顾问而言，销售总监代表着管理、指令、纪律、执行力以及提高收入、晋级职务的代言者。承上启下的销售总监，除了要忠实履行本岗职责，更要有清醒的市场意识、经营意识、创新意识、服务意识，具有掌控、驾驭、分析、解决问题的能力和强烈的使命感。

应对09―10年整个汽车市场井喷行情对消费刚性需求的释放，购置税优惠停止，燃油价格上涨等一系列影响因素，如何很好的保障公司20\_\_\_\_年度目标任务的完成，我们必须认清形势。目前销售部存在各种各样对业务流程规范执行不到位的情况，前台数据过于粗糙，基础工作没有完全到位，各项工作提升有待加强，这将是近期急需完善的工作。

20\_\_\_\_年销售工作开展和提升计划写于书面并铭记心中，如下：

1、确保展厅的集客量，通过20\_\_\_\_年陆续上市的新polo、新途安、全新帕萨特等多款车型在市场作文章，开展有效的的上市活动和试乘试驾体验会从而吸引人气，带动客户来店率，为全方位车型的销售做好铺垫。

2、做好人员素质培养，加强销售顾问个人能力的培训，从商务礼仪、产品知识、维系客户关系着重进行培训，摆脱前期销售顾问单纯的为销售而销售的模式，提升为客户服务的销售模式，培养优质盆客户，为销售业绩的持续增加注入生命力。

3、完善部门管理制度，建立一套明确系统的业务管理办法。销售管理是企业的老大难问题，完善销售管理制度的目的是让销售人员在工作中发挥主观能动性，对工作有较强的责任心，提高销售人员的主人公意识。

要完成预售目标，我们除展厅销售外，必须还要依托渠道销售。20\_\_\_\_年我公司在衡阳的周边县区如祁东、衡东等地方开辟了部分网点，也有一定的销售业绩，但从css每月月报成绩明显低于目前平均每个季度css的任务指标，我们必须要提升网点的\'综合销售能力，特别是客户满意度得分。必须通过各种资源包括培训、广告、物料、及市场活动对二级网点进行支持帮助并督促其维系好客户关系。

协调并维护好衡阳地区各政府部门、事业单位、公司企业的业务关系，利用全新帕萨特闪亮上市的契机，以其在公务用车市场的良好口碑及占有率，深度开拓公务车及商用车市场，配合今年的重点车型志俊和强势suv途观，满足市场的个性化需求，加大团购优惠政策宣传力度，对衡阳地区购买力强的事业、企业单位进行针对性推广，力求稳步提升上海大众品牌在衡阳公务车及商用车市场的市场占有率。

过去的20\_\_\_\_年我公司的整体销售量受市场大环境影响有所增长，但客户满意度却无法同步提升，这也是上任后工作的重中之重，客户满意度的维护也是代表销售业绩的持续增长力，在好的市场环境下，销售顾问个人未必能感受到维护客户关系的重要性，但实际上将为自己在今后的销售工作中埋下隐患。开发一个新客户和维系好一个老客户，不但需要成本，而且还会影响企业名牌形象，给公司能持续的良性发展带来不利。

1、提升店面形象，从基本入手，维护好良好的展厅环境，提升展厅温度，给客户进店有好的舒适感，从直观上让客户满意。

2、完善接待礼仪，销售顾问必须严格执行展厅接待礼仪，以及介绍产品的销售流程。

3、完善客户资料，销售顾问必须对每天接待的客户资料进行及时整理，并有序和按销售流程跟踪。

4、完善在库资源和在途资源表，以便销售顾问能随时了解资源情况，明确交车时间，避免客户在签单后交车不及时造成无谓的抱怨和投诉。

5、完善交车环节，在整个客户购车过程中，交车环节占ssi的权重比是最高的，往往客户的不满意都出在这个环节，可以增加一些欣喜措施，如赠送礼品、鲜花、合影留念等。

6、完善交车后客户资料，销售顾问在客户提车后必须及时完整客户资料，并严格按流程进行跟踪与回访，确保客户满意度。

20\_\_\_\_年是一个充满挑战、机遇与压力的一年，也是我非常重要的一年。

在西城德通上海大众这个大家庭已工作2年多了，工作的责任感和对自己不断进步的要求驱使我要努力工作和认真学习。在此我订立了本年度工作计划，以便使自己和整个销售团队在新的一年里有更大的进步和成绩。这份20\_\_\_\_年销售总监工作计划，可能还很不成熟，希望得到公司领导和部门领导的正确引导和帮助使其在实践中进一步校正和完善。20\_\_\_\_年我会更加努力、认真负责的去对待每一个业务，也力争赢的机会去帮助团队寻求更大的发展，争取更多的利润。相信自己会完成新的任务，更好迎接新岗位的挑战。

**销售总监年度工作计划六**

1、每天必须看的报表(合同日报、回笼日报、在外货款及各区域总监、销售公司工作汇报等)。

2、落实重大项目投标方案。

3、了解并检查重点合同执行情况。

4、跟踪并落实大额货款清欠和资金回笼。

5、了解每个区域总监工作情况并进行相应的沟通。

6、接待到公司考察的`客户。

7、分析主要原材料价格情况及走势。

8、审核销售合同。

9、审核销售相关费用。

10、对驻外销售员工作进行抽查及考纪。

11、总结自己一天的任务完成情况。

12、及时向上级领导汇报销售工作。

13、考虑明天应该做的主要工作。

14、阅读有用的报纸或相关信息资料。

**销售总监年度工作计划七**

作为销售总监，为了我使公司的各方面的工作顺利进行，特作出20xx年工作计划。

作为任何一个以营利为目的的单位来说――只有销售部才是唯一的赢利单位，其它的都部门均为成本单位。而我们公司的销售部充其量也只能算是销货部，以目前家具市场的竞争激烈程度来看，销售部必需升级，从被动销售升级为有科学计划、有执行标准、有量化考核的主动销售。

用人所长无不用之人，用人所短无可用之人。将现有员工进行重组，老员工是我们的财富，他们对客户熟悉、对本厂的运作流程熟悉、对市场也有一定的了解，能较好的减少架构改革对客户的影响，只需按照公司计划的架构重组、划分各职权即可。重要的是制定可执行的标准或要求，让他们知道主动销售的方法和技巧。同时做好相关人员的招募、培训、筛选、储备工作；

1、进行市场一线信息收集、市场调研工作；

2、分析市场状况、需求分析，正确作出市场销售预测，为库存生产提供科学的依据；

3、制定月、季、年度销售计划，计划的参考依据为今年和去年的同期销售统计数据；

4、汇总市场信息，提报产品改善或产品开发建议

5、把握重点客户，控制产品的销售动态；

6、营销网络的开拓与合理布局；

7、建立、完善各级客户资料档案，保持与客户之间的双向沟通；

8、潜在客户以及现有客户的管理与维护；

9、配合本系统内相关部门作好推广促销活动；

10、按照推广计划的要求进行货物陈列、宣传品的设计、发放；

“英xx”品牌建立时间较久，有一定的先入为主的优势。这个优势将继续扩大。另外的独立品牌要做出差异化，在产品风格、装修氛围和受众方面要有准确的定位。差异化体现在产品、装饰、饰品等方面，产品方面就包括了材料、结构、元素等，我们不光要学习，还要超越。

由原来的散货向专卖升级，这也是这次改革的主要目的，充分利用现有的客户资料，优化经销商的构成，从夫妻店、个体户向集体单位、集团单位升级，慢慢向地区、省、市总经销发展。这并不遥远，只要我们的产品品质和服务经得起客户的检验，做深层次的沟通，自然会有大客户感兴趣。有赚钱的机会，就会有发现它的人，问题是我们要把机会准备好。

现在有两千多家（外商八百多家）经销商、家具卖场、商场的联系信息，因职权不明，还没能好好的划分利用。另有全国各区域人口、经济资料统计、全国百强县排名等。还有网上收集的卖场招商信息、主动联系有专卖意向的客户资料等。这些都是做市场的珍贵资料，由于销售部被动等客的惯性思维和领导层的决策等原因，这些东西都被放在抽屉里了，很可惜。要充分利用，更快、更准的确定目标市场和目标客户。

报刊媒体方面目前非常弱，只有广州家具报一家在做，而且可以赠送的软文也没有做，浪费。另外，通过博客的推广，有些家具类报社近期有

一些文章见报，对品牌的建设有一定的推动。网络上的传播由于近段时间一直持续的做推广，起到了较好的效果，\*\*家具论坛有四个广告位在宣传，该论坛注册人数二十多万。其它网站也互换了三个广告已经发布，另外在搜狐的家具博客浏览人数已达四万多人，搜房网博客三万多人次，常有文章被推荐到头版。本公司网站的浏览量已达到了近两万人次，还有其它十来个在做推广的平台流量没统计，总量当在二十万左右。当然，客户看了不一定就能转化成购买，推广的目的是让更多的人知道我们的品牌，形成口碑。由于没有其它的宣传途径，所以网络宣传还是要加大力度。

目前对经销商或专卖店基本没有策略上的支持，除了给特价外没有其它的方法，经销商基本上处于独自应战的状态，谈不上什么忠诚。帮助经销商、专卖店制定销售（促销）计划是厂家应做的支持和扶助。这样才能增加经销商和厂家之间的感情，以后一定要完善起来。各地的促销策略和广告方法主要有：商场外：当地网络平台、电视台走字、短信群发、小区派发促销资料、dm直邮、小区电梯广告、电台广告、夹报等；商场内：x展架、地贴、通道吊旗、玻璃贴、资料海报夹、商场灯箱喷绘、中庭吊幅等；还有店内的吊旗、展架、海报、促销标签、宣传单页等。淡季有淡季的销售方案，旺季有旺季的促销活动，不是所有的方案都要厂家出费用的，经销商想要的是一个可行的参考计划，因为目前我们的经销商的文化水平普遍不高。虽然目前众多的散户并不适合这些，但仅有的几家专卖店我们并没有给予这方面的.支持。做了，一方面是给经销商以信心，还有口碑（比如有别的想做我们品牌的经销商去我们现在的专卖店去考察，我们希望现有经销商怎么说呢？除了发货收款，我们几乎什么都没做！）另一方面是为我们以后更大面积的开设专卖店总结促销、推广的经验。

企业文化和销售有关系吗？关系太大了，因为销售是窗口，直接面对客户，要建立建全系统的企业文化，统一对外宣传口径，给客户的感觉是：公司管理是规范的，是一个团体，是积极发展中的企业，增加客户信心。同时，企业文化对整个公司的每一个人都是有着重要作用的，比如公司一直留不住人，工薪不是全部原因，企业文化才是根本，公司没有给他们看到一个美好的未来、没有好的愿景，也没有娱乐设施和学习的场所。他们不快乐，肯定留不住人。把企业的企字上面的人拿掉还有什么？

从来公司一年多的时间里，就存在的欠货问题，到目前，销售的总量没增加，还发生了开完展会专卖店意向客户无法跟踪落实的窘迫状况，因为我们做不出来，那么参加展会的目的是什么呢？现在领导已经制定了解决的方案，希望能有效。我要说的是oem，由于管理方面等原因，这一能有效提升生产力的办法一直没能好好的利用。建议请这方面的人才，建立一套完整的oem管理体制。宜家自己没有一个厂，能做到世界第一，这方面可以学习。

当然，没有实践的理论是空洞的，没有理论的实践是盲目的，接下来的工作就是加大实践力度。公司确定销售期望（目标）、制定战略方向，然后销售总监、区域经理要下市场调研，到各个区域市场跑客户、走终端、看产品、查竞品，了解行情，熟悉各个区域的差别，计划能够达到的目标，制定可行的下一步运作方案！

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！