# 最新销售部来年工作计划(15篇)

来源：网络 作者：静谧旋律 更新时间：2025-04-05

*销售部来年工作计划一人才是企业最宝贵的资源，一切销售业绩都起源于有一个好的销售人员，建立一支具有凝聚力，合作精神的销售团队是企业的根本。在下半年的工作中建立一个和谐，具有杀伤力的团队作为一项主要的工作来抓。销售管理是企业的老大难问题，销售人...*

**销售部来年工作计划一**

人才是企业最宝贵的资源，一切销售业绩都起源于有一个好的销售人员，建立一支具有凝聚力，合作精神的销售团队是企业的根本。在下半年的工作中建立一个和谐，具有杀伤力的团队作为一项主要的工作来抓。

销售管理是企业的老大难问题，销售人员出去，见客户处于放任自流的状态。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，对工作有高度的责任心，提高销售人员的主人翁意识。

培养销售人员发现问题，总结问题目的在于提高销售人员综合素质，在工作中能发现问题总结问题并能提出自己的看法和建议，业务能力提高到一个新的档次。

下半年的销售目标最基本的是做到月月有保单进帐。根据公司下达的销售任务，把任务根据具体情况分解到每月，每周，每日;以每月，每周，每日的销售目标分解到各个销售人员身上，完成各个时间段的销售任务。并在完成销售任务的基础上提高销售业绩。在下半年我向公司领导呈落一定能够在九华完善的搭建一个50人的团队

我认为公司下半年的发展是与整个公司的员工综合素质，公司的指导方针，团队的建设是分不开的。提高执行力的标准，建立一个良好的销售团队和有一个好的工作模式与工作环境是工作的关键。

**销售部来年工作计划二**

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。

暂订月任务：销售额xxxxxx万元。

2.适时作出工作计划，进行周总结和月总结。

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.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。

5.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。

必要时在节假日给大客户登门拜访、送上礼物，以确保良好的合作关系。

1.互联网向百姓日常生活渗透是不可阻挡的潮流。

随着互联网用户数量不断增加，用户对互联网生活依赖性不断加强，地方和生活类站点，未来将会成为中国互联网的重要势力。

地方性的生活站点将成为综合门户的强劲竞争对手。

2.互联网把用户体验摆在首位，设身处地为客户着想。

简单明了是大事所趋，简单意味着更好的用户体验。

这是互联网今后发展的大体趋势。

3.用户上网年龄范围扩大化、用户层次多元化。

互联网十多年的发展，互联网用户人群从过去较为单一的年轻人，转变为比较丰富的人群结构。

开始向社会人口结构靠近。

4.移动互联网将成为最近几年热门，塑造一个崭新时代。

20xx年4月，全球ipv6新一代互联网暨移动互联网高峰在京召开，加上国内像百度、新浪等这半年来在移动互联网领域明显动作加快，推出掌上搜索、掌上博客及与中国联通、中国电信等达成合作协议。

诸如此类证明移动互联网正在越来越得到重视。

5.未来：多网合一的未来互联网。

我们完全可以预见在不久的将来，互联网将是一个多网合一、多业务综合平台和智能化的平台，未来将是以互联网为主导的信息时代。

1.销售工作最基本的客户访问量太少。

作为一个刚刚起步的公司，在开始工作倒现在有记载的客户访问记录有xxx个，加上没有记录的概括为xxx个,总体计算xxx销售人员一天拜访的客户量xxx个。

这些数量并不足以支持公司更好的发展，建议将最低访问数量提高到xxxxxx个。

2.销售人员自身对于业务的不熟悉，因此在与客户沟通的过程中，不能把我们公司产品的情况十分清晰的传达给客户，了解客户的真正想法和意图;对客户提出的某项建议不能做出迅速的反应。

在传达产品信息时不知道客户对我们的产品有几分了解或接受的什么程度，甚至在交流中产生误解。

3.工作没有一个明确的目标和详细的计划。

销售人员没有养成一个写工作总结和计划的习惯，销售工作处于放任自流的状态，从而引发销售工作没有一个统一的管理，工作时间没有合理的分配，工作局面混乱等各种不良的后果。

4.新业务的开拓不够，业务增长小，个别业务员的工作责任心和工作计划性不强，业务能力还有待提高。

1.建立一支熟悉业务，而相对稳定的销售团队。

人才是企业最宝贵的资源，一切销售业绩都起源于有一个好的销售人员，建立一支具有凝聚力，合作精神的销售团队是企业的根本。

在下半年的工作中建立一个和谐，具有杀伤力的团队作为一项主要的工作来抓。

2.完善销售制度，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，销售人员出去拜访，见客户处于放任自流的状态。

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，对工作有高度的责任心，提高销售人员的主人翁意识。

3.培养销售人员发现问题，总结问题，不断自我提高的习惯。

培养销售人员发现问题，总结问题目的在于提高销售人员综合素质，在工作中能发现问题总结问题并能提出自己的看法和建议，业务能力提高到一个新的档次。

4.根据最近在出访过程中遇到的一系列的问题，约好的客户突然改变行程、地点错误，使计划好的行程被打乱，不能顺利完成出差的目的。

造成时间，资金上的浪费。

我认为公司明年的发展是与整个公司的员工综合素质，公司的指导方针，团队的建设是分不开的。

提高执行力的标准，建立一个良好的销售团队和有一个好的工作模式与工作环境是工作的关键。

以上是我的一些不成熟的建议和看法，如有不妥之处敬请谅解。

**销售部来年工作计划三**

xx年，26岁，离迈入27岁的岁月已经剩下不到一个月的时间。xx年，依然是孤独的一年，贫困潦倒的一年，做事风格柔弱的一年，撸啊撸的一年。

xx年1月4日，没有得到可以珍爱一生一世的爱情，2月14日，也没有手捧玫瑰，殷勤得献给某个心仪的女孩，等到3月19日一个毫无纪念意义的日子里，第一次送给女孩一大束玫瑰，结果短暂的交往无疾而终；8月8日再次看到恋情的希望，8月15日工作大的变化，再次压力重重，始终还是单身。12月24日平安夜，又开始给小姑娘发暧昧短信。这一周晚上很多时间都和我爸在一起，心里感觉挺好。

工作进度

经过xx年4个月漫长的寒冬，今年前半年更多的时候是在工作的过程中所获得的希望和成就，月工资虽然也不高，但是足以让我这个刚刚迈向销售工作半年的新人感到了一定的喜悦，凡事勤奋，终能够获得报酬。

开始和客户交谈的战战兢兢，无论是工程上还是临潼的经销商，都令我感到有一定的交往难度。其实三月和四月两个月，虽然也拿到了一些绩效，其实从本质上说，算是经销商在养我。给自己设定的目标自然是要让经销商获得利益，要让我自己获得工作中的成就感，当我能够以我的本事壮大经销商的实力的时候，做事肯定也会更有底气。

三月一次巨大的挑战，一次重大的失败，临潼区的经销商周华辉说什么都不愿意给客户垫钱卖货，几经谈判，客户江苏宏大已经达成了较强的用货意向，直到后来已经把合同交到了我的手上。但是最终意外还是发生了，客户撕毁了供货合同。供货经销商规避风险的强烈意识导致了客户的极大不满，而且由于最初的合同是客户和公司签订的合同，而不是客户和经销商直接签订合同，由于签合同的繁琐以及经销商迟迟不愿意达成最终交易，导致最终签单的失败。

撕毁合同的经历，发生在第一次谈单子，而且可能会是一个可观的销售量，不禁令人连连叹息，以至于三月底和四月初做事情都感觉没有那么多的信心，要不是三月有相对新来同事更高的绩效提成，我想那时放弃的可能性会更大一些。

五月成单两个，金额都比较小，加上经销商货量，整体上还将就。

六月份，计划小宇宙爆发的时候了，六月慢慢地热了起来，跑业务的热情也没有减少，直奔高收入，可是遗憾的是，六月的收入竟然不幸成为本年最高收入了，扼腕叹息！

七月份，不太起眼的两个小订单。下午天气炎热，尽量待在家里面休息，利用早上的好时光认真跑业务。

八月份的天气已经达到灼热的程度了，八月十日，一个月过去了十天，还没有拿到订单。领导打算让我到天然气管道销售部了。八月十五日，果然还是到了天然气管道销售部。

所谓凡事变则通，通则可能无往而不利。然而，燃气管道销售部的工作进度和工作量对我这个比较喜欢充实一点的人来说，似乎显得有点无法充实，突然觉得空虚的感觉。八月十五日到十月中旬这段时间，想起来不知道在怎么样的一种精神状态下度过的，总之时常都是很难受的，很纠结的，总是希望咬咬牙挺过去，挺到每个月的25日，怎么样也能拿到那么一点点的绩效。情况自然不理想，每个月可能只有几百元的绩效工资甚至十月、十一月没有任何绩效工资。整个状态如同去年刚入职时的低收入一样。

十月销售了一次货，结果没有拿到pvc管道部门的绩效提成，只是因为十一月国庆节卖货的时候没有联系公司。十一月勉强通过一些途径弥补了一点收入。

年初的设想确实是在pvc行业发挥自己的业务水平，努力发挥自己工作的随和、勤奋等优势，在水电材料行业努力奋斗，获得相对理想的收入。只是八月的变化使得整年没有接受一个在同行业的完整历练，这种局部的跨行以及工作方式的转变必然要求以后在工作中更加细心，更加标准化，更加随和的对待客户以及各个部门的同事。

**销售部来年工作计划四**

随着山东区市场逐渐发展成熟，竞争日益激烈，机遇与考验并存。xx年，销售工作仍将是我们公司的工作重点，面对先期投入，正视现有市场，作为我山东区销售经理，我创业激情高涨，信心百倍，又深感责任重大。

着眼公司当前，兼顾未来发展。05年，在总经理的领导下，在销售工作中我坚持做到：突出重点维护现有市场，把握时机开发潜在客户，注重销售细节，强化优质服务，稳固和提高市场占有率，积极争取圆满完成销售任务。

至20xx年12月31日，山东区销售任务560万元，销售目标700万元（20xx年度销售计划表附后）；

1、年初拟定《年度销售总体计划》；

2、年终拟定《年度销售总结》；

3、月初拟定《月销售计划表》和《月访客户计划表》；

4、月末拟定《月销售统计表》和《月访客户统计表》；

根据xx年度销售额度，对市场进行细分化，将现有客户分为vip用户、一级用户、二级用户和其它用户四大类，并对各级用户进行全面分析。

1、技术交流：

本年度针对vip客户的技术部、售后服务部开展一次技术交流研讨会；

参加相关行业展会两次，其中展会期间安排一场大型联谊座谈会；

2、客户回访：

目前在国内市场上流通的相似品牌有七八种之多，与我司品牌相当的有三四种，技术方面不相上下，竞争愈来愈激烈,已构成市场威胁。为稳固和拓展市场，务必加强与客户的交流，协调与客户、直接用户之间的关系。

为与客户加强信息交流，增近感情，对vip客户每月拜访一次；对一级客户每两月拜访一次；对于二级客户根据实际情况另行安排拜访时间；

适应把握形势，销售工作已不仅仅是销货到我们的客户方即为结束，还要帮助客户出货，帮助客户做直接用户的工作，这项工作列入我05年工作重点。

3、网络检索：

充分发挥我司网站及网络资源，通过信息检索发现掌握销售信息。

4、售后协调：

目前情况下，我公司仍然以贸易为主，“卖产品不如卖服务”，在下一步工作中，我们要增强责任感，不断强化优质服务。

用户使用我们的产品如同享受我们提供的服务，从稳固市场、长远合作的角度，我们务必强化为客户负责的意识，把握每一次与用户接触的机会，提供热情详细周到的售后服务，给公司增加一个制胜的筹码。

本年度我将严格遵守公司各项规章制度，加强业务学习，提高业务水平，努力完成销售任务。挑战已经到来，既然选择了远方，何畏风雨兼程，我相信：用心一定能赢得精彩！

**销售部来年工作计划五**

我公司具体从事的是小型汽车轮胎行业，而我们作为公司的销售部门是直接与公司利益挂钩的一个部门。本年度，我部门将紧紧围绕公司制定的整体目标，并根据以往的工作经验和教训，按照实际的工作要求，积极落实销售工作要点和制定的工作计划，争取为公司创造更多的利益。现将我部门本年度的主要工作计划公布如下：

现在，随着经济的飞速发展，私家车的数量也越来越多，汽车轮胎也相应的在市场上占据了相当大的份额，针对这一情况，我部门要积极树立以公司利益最大化为前提的目标，并采取“针对性销售，扩大销售群体”的方针，坚持以“内抓管理，外树品牌”为重点，以目标管理的方式，认真扎实的落实各项工作。

本年度，我部门的总体销售目标金额为450万元，实现的总体利润为\*\*万元。根据这个经济指标，我部门平均每月要完成\*\*万元的销售业绩。

（一）、加强内部管理，提高经济效益：

本年度，我部门将在原有的制度上进行进一步的完善，比如完善销售管理制度，并要求各个销售人员要完全按照制度做事，切实做到有章可循，有法可依。以此让销售人员在工作中发挥主观能动性，对工作有高度的责任心，提高销售人员的主人翁意识，以此提升公司的经济效益。

（二）、实行考核制度，增加员工积极性：

本年度，我部门会加大考核制度的实行，我们将会根据销售总目标，分别下指标，切实的做到责任明确，落实到人，绩效挂钩。一是在具体过程中我们会将每个月的销售目标分配到各个销售人员，并将各个销售人员的业绩做真实的记录。二是出勤考核，销售部是公司的对外窗口，它既是公司的对外形象又是内部的风标，所以今年我们将会加强出勤制度的考核力度。三是对服务质量和工作态度进行考核，我们会将请每位顾客填写销售人员的态度和服务质量，并用做评鉴。

（三）、加大培训力度，提升整体实力：

本年度，我部门会根据实际情况对本部门人员进行系统的培训。一是积极培训销售人员的业务能力水平，比如我们会进行专业的销售技能培训、销售手段等，并将理论联系实际，从而使每一位员工在平时的每项具体工作和每个工作细节中不断的提高业务素质，以达到提高我部门整体销售实力的目的。二是我们将会对轮胎的品牌知识进行深入学习。我公司主要经营的是马牌，邓禄普，米其林，固铂，固特异等轮胎，因为所涉及的\'品牌较多，各个品牌的轮胎也有别不同，所以在具体的工作中，我们要求每个工作人员必须对我公司所经营的各个轮胎品牌知识了若指掌，做到心中有数。

（四）、加强团队建设，搞好人力资源管理：

人才是每个企业最宝贵的资源，一切销售业绩都起源于有一个好的销售人员，所以建立一支具有凝聚力，合作精神的销售团队是企业的根本。本年度，我部门将以建立一个和谐，具有杀伤力的团队作为一项重要的工作来抓，我们将采取活动的方式来加强每个销售人员的团队意识和合作精神的培养，同时反复强调销售人员的责任感，在让大家增进情感的同时清楚认识团队重要性，以形成一个团结积极，具有良性竞争意识的优秀销售团队。

（五）、根据实际情况，调整销售策略：

本年度，我部门会积极的分析市场情况，并及时根据市场变化情况做出一些调整和改变。比如在销售淡季，部门将会进行一些促销活动的开展，以吸引更多新客户，扩大客源。

总之，在新的一年中，公司还有很多工作需努力开展，还有许多事项要切实去落实。为此我们要紧紧围绕公司工作要点，结合部门实际，在20xx年度中承担应负的责任，为公司的战略目标实现作出自己应有的贡献。

**销售部来年工作计划六**

面对工作应该加强对房地产信息的了解以及销售技巧的学习才行，由于我在工作经验的积累方面的确不深自然需要好好审视一番才行，身处于月末阶段的自己也应该考虑如何开展接下来的房地产销售工作才比较好，因此我制定了这份房地产销售工作的计划并展开了相应的部署。

加强对房地产信息的收集与整理是目前的自己需要尽快做到的，由于每次房地产市场行情出现变化的时候都会对自身的销售工作展开影响，因此我得提前了解这部分信息并进行相应的分析才能够在销售工作中找准努力的方向，若是对这方面的信息一无所知无疑会对销售工作造成严重的影响，面对这类状况应该妥善利用手中的客户资源并在联络的过程中了解对方的意向，除此之外我也能够通过网络查询以及房源实地考察的方式加强对信息的了解，至少在客户咨询的同时应当为对方提供真实可信的消息才能够得到对方的认可，对于自身专业度的提升而言应当主动去学习房地产的相关信息并做到提前收集与整理。

销售技巧的运用应该更加娴熟些才能够在工作中获得更多绩效，在客户开发中应当合理运用自身所学的销售技巧才能够在工作中得到对方的认同，事实上由于大部分客户都遇到过很多类型的销售人员自然要在内心有所准备，既要探索客户对房源的真实需求又要在对方的角度思考问题才行，在做好心理准备的同时也要具备打动客户的筹码才能够建立合作的基础，因此在销售过程中应该尽量占据主动位置并通过对方感兴趣的话题来进行引导。

对待销售工作应该更加主动些并体现出自身的诚意，尽管我从未在房地产销售工作中有所松懈却不得不承认自己在客户拜访量上面做得不到位，我应当明白上门拜访既是自己诚意的体现也是为了提升合作的成功率，若是连这部分工作都不愿意去做的话无疑会令客户觉得自己不重视这项合作，因此我在销售工作中应该加强对客户的拜访量从而为对方留下良好的印象，在客户资源不多的情况下应该尽力争取每个合作的机会才能够令自身的绩效有所提升。

须知销售订单的获得往往需要自己去争取自然要认真对待才行，在销售工作中既要审视自身的不足也要在能力方面有所提升，至少曾经在工作中出现过的失误不能够再次发生才意味自己相对以往已经有了较大的进步，所以我会认真对待房地产销售工作并通过计划的执行提升自己的绩效。

**销售部来年工作计划七**

一、对销售工作的认识

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100万元。

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，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。

1.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。考虑北京市地广人多，交通涌堵，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。

从招标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。

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。

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。

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。

1.定期组织同行举办沙龙会，增进彼此友谊，更好的交流。

客户、同行间虽然存在竞争，可也需要同行间互相学习和交流，本人也曾参加过类似的聚会，也询问过客户，都很愿意参加这样的聚会，所以本人认为不存在矛盾，而且同行间除了工作还可以享受生活，让沙龙成为生活的一部份，让工作在更快乐的环境下进行。

2.对于老客户和固定客户，经常保持联系，在时间和条件允许时，送一些小礼物或宴请客户，当然宴请不是目的，重在沟通，可以增进彼此的感情，更好的交流。

3.利用下班时间和周末参加一些活动，学习营销和管理知识，不断尝试理论和实践的结合，上网查本行业的最新资讯和产品，不断提高自己的能力。以上是我这一年的销售工作计划，工作中总会有各种各样的困难，我会向领导请示，向同事探讨，共同努力克服，争取为公司做出自己的贡献。

：

至20xx年11月31日，山东区销售任务560万元，销售目标700万元(20xx年度销售计划表附后);

：

1、年初拟定《年度销售总体计划》;

2、年终拟定《年度销售总结》;

3、月初拟定《月销售计划表》和《月访客户计划表》;

4、月末拟定《月销售统计表》和《月访客户统计表》;

：

根据xx年度销售额度，对市场进行细分化，将现有客户分为vip用户、一级用户、二级用户和其它用户四大类，并对各级用户进行全面分析。

：

1、技术交流：

(1)本年度针对vip客户的技术部、售后服务部开展一次技术交流研讨会;

(2)参加相关行业展会两次，其中展会期间安排一场大型联谊座谈会;

2、客户回访：

目前在国内市场上流通的相似品牌有七八种之多，与我司品牌相当的有三四种，技术方面不相上下，竞争愈来愈激烈,已构成市场威胁。为稳固和拓展市场，务必加强与客户的交流，协调与客户、直接用户之间的关系。

(1)为与客户加强信息交流，增近感情，对vip客户每月拜访一次;对一级客户每两月拜访一次;对于二级客户根据实际情况另行安排拜访时间;

(2)适应把握形势，销售工作已不仅仅是销货到我们的客户方即为结束，还要帮助客户出货，帮助客户做直接用户的工作，这项工作列入我xx年工作重点。

3、网络检索：

充分发挥我司网站及网络资源，通过信息检索发现掌握销售信息。

4、售后协调：

目前情况下，我公司仍然以贸易为主，卖产品不如卖服务，在下一步工作中，我们要增强责任感，不断强化优质服务。

用户使用我们的产品如同享受我们提供的服务，从稳固市场、长远合作的角度，我们务必强化为客户负责的意识，把握每一次与用户接触的机会，提供热情详细周到的售后服务，给公司增加一个制胜的筹码。

本年度我将严格遵守公司各项规章制度，加强业务学习，提高业务水平，努力完成销售任务。挑战已经到来，既然选择了远方，何畏风雨兼程，我相信：用心一定能赢得精彩!

为了实现明年的计划目标，结合公司和市场实际情况，确定明年几项工作重点：

1、扩大销售队伍，加强业务培训。

人才的引进和培养是最根本的，也是最核心的，人才是第一生产力。企业无人则止，加大人才的引进大量补充公司的新鲜血液。铁打的营盘流水的兵，所以在留着合理的人才上下功夫。在选好人，用好人，用对人。加强和公司办公室人沟通，多选拔和引进优秀销售人员，利用自己的关系，整合一部分业务人员，利用业务员转介绍的策略，多争取业务人员，加大招聘工作的力度，前期完善公司的人员配置和销售队伍的建立。另外市场上去招一些成熟的技术和业务人员。自己计划将工作重点放在榜样的树立和新榜样的培养上，一是主要做好几个榜样树立典型。因为榜样的力量是无穷的。

人是有可塑性的，并且人是有惰性的。对销售队伍的知识培训，专业知识、销售知识的培训始终不能放松。培训对业务队伍的建立和巩固是很重要的一种手段。定期开展培训，对业务员的心态塑造是很大的好处。并且根据业务人员的发展，选拔引进培养大区经理。业务人员的积极性才会更高。

2、销售渠道完善，销售渠道下沉。

为确保完成全年销售任务，自己平时就积极搜集信息并及时汇总，力争在新区域开发市场，以扩大产品市场占有额。合理有效的分解目标。

xxxxxx三省，市场是公司的核心竞争区，在这三省要完善销售队伍和销售渠道。一方面的人员的配置，另一方面是客户资源的整合，客户员工化的重点区域。要在这里树立公司的榜样，并且建立样板市场。加以克隆复杂。

其他省市以一部现有业务人员为主，重点寻找合作伙伴和一些大的代理商。走批发路线的公司在销售政策上适当放宽。

如果业务人员自己开拓市场，公司前期从业务上去扶持，时间上一个月重点培养，后期以技术上进行扶持利用三个月的时间进行维护。

3、产品调整，产品更新。

产品是企业的生命线，不是我们想买什么，而是客户想买什么。我们买的的客户想买的。找到客户的需求，才是根本。所以产品调整要与市场很好的结合起来。另外，要考虑产品的利润，无利润的产品，它就无生存空间。对客户来讲，也是一样。客户不是买产品，而是买利润，是买的产品得来的利润。追求产品利润的合理分配原则，是不变的法则。企业不是福利院，所以为企业创造价值化，就是管理的最基本要求。从发展才是硬道理到赚钱才是硬道理的转变。

一个产品的寿命是有限的，不断的补充新产品，一方面显示出公司的实力，一方面显示出公司的活力。淘汰无利润和不适应市场的产品。结合公司业务人员专业素质，产品要往三个有利于方面调整：有利于公司的发展、有利于业务人员的销售、有利于客户的需求。

为了提高公司产品的销售量和影响力，扩大公司的生产规模，稳固和提高市场占有率，积极争取圆满完成销售任务，延安市蓝辉印务有限公司销售部特制定以下销售目标及方向。

一、计划拟定

1、年销售目标

1)作业本年销售目标300万元/年。

以每年10%-20%的销售额递增。

2)笔记本年销售目标200万元/年。

以每年10%-60%的销售额递增

2、销售方向

1、本地市场，以延安市为根基，向周边县级市场拓展业务

1)延安市区各批发市场发展经销商，每个批发市场必须发展一名以上经销商(长青路批发市场除外)其他市场尽量全面发展客户。

2)延安市区及郊区的文化用品零售店展开地毯式拓展。公司许配合零售文具店配货和配送。

3)延安市区及郊区各学校以及学校内商店也需大力发展，潜力较大。

4)延安地区每个县城的批发门市须努力开发，若县城批发门市无法做到客户资源意向可开发零售商，必须达到每个县城都多少有蓝辉印务有限公司的产品，或了解蓝辉印务有限公司的产品。

2、外地市场

1)陕西省周围各省一级批发市场全力以赴发展代理商或经销商，暂时包括以下地区西安、郑州、洛阳、太原、呼和浩特、银川、兰州、西宁、成都、重庆。

2)每个省一级批发市场至少发展一名代理商或2-3名经销商，暂且根据市场客户的实力、信誉，对本产品的认识积极性等以及一些客观性情况而定。

3)如果各省的一级批发市场，暂时很难做到市场的投入或投入后效果不明显，可以在其省内二级(地市级)批发市场发展经销商，使二级市场成熟之后包围一级市场，但二级市场至少做2-3家经销商，从而达到我们的销售目的，完成销售目标。

二、客户回访

目前在国内市场笔记本种类偏多，技术方面不相上下，为稳固和拓展市场，务必加强与客户的交流，协调与客户之间的关系

1)关系维护

为与客户加强信息交流，增进感情，对一级客户每两月拜访一次;对于二级客户根据实际际情况另行安排拜访时间。

2)售后协调

目前情况下，我公司应以卖产品不如卖服务，在下一步工作中，我们要增强责任感，不断强化优质服务。用户使用我们的产品如同享受我们提供的服务，从稳固市场、长远合作的角度，我们务必强化为客户负责的意识，把握每一次与客户接触的机会，提供热情详细周到的售后服务，给公司增加一个制胜的筹码。

三、价格政策

1、定价原则

1)拉大批零差价，调动代理积极性;

2)结合批量，鼓励大量多批;

3)以成本为基础，以同类产品价格为参考，使价格具有竞争力;

4)顺应市场变化，及时灵活调整。

2、目的

1)树立蓝辉印务有限公司的产品标准形象，扩大其影响;

2)作为奖励代理的一种方式，刺激代理商的积极性。

四、开拓创新，建立灵活的激励销售机制。开拓市场，争取客源

销售部将配合公司整体新的销售体制，制定完善市场销售任务计划及业绩考核管理实施细则，提高销售代表的工资待遇，激发、调动销售人员的积极性。销售人员实行工作日记志。以月度销售任务完成情况及工作日记志综合考核销售人员。督促销售人员，通过各种方式争取团体和零散客户，稳定老客户，开展新客户，并在拜访中及时了解收集宾客意见及建议，反馈给有关部门及总经理室。

五、密切合作，主动协调

与公司其他部门接好业务结合工作，密切配合，根据宾客的需求，主动与公司其他部门密切联系，互相配合，充分发挥公司的整体销售活力，创造效益。加强有关宣传，充分利用多种广告形式推荐公司产品，宣传公司，努力提高公司知名度。

**销售部来年工作计划八**

新的一年，制定良好且有效的工作计划对于今后的发展是起着很重要的作用，既不浪费时间和精力，同时也能改善自身的一些不足，提高自己对客户的沟通能力，促使工作开展的顺利。

增强责任感，增强服务意识，增强团队意识。积极主动把工作做到点上，落到实处。明确自己的工作职责，遇到问题要及时分析问题，解决问题，服从上级的安排。

在此我订立了工作计划，以便自己在新的一年里有更大的进步和成绩。

1、广告光源一直就是外贸的主推方向，灯帘、灯条、灯管、模组、超薄灯箱都比较有优势，很多的产品的价格已经比之前的低了很多。今后还需要多做一些产品优势的对比文档，产品案例分许与应用，让客户更加了解我们的产品。

2、商业照明灯具由于价格比较高，很多国外客户基本不能接受。但还是需要更多的了解产品，多做优势对比文档，寻找优质高端客户。

3、高端产品就需要寻找优质客户。目标客户定位在美国、迪拜、日本等国家。积极运用不同的搜索引擎寻找客户，不能只依赖阿里巴巴。

1、在开发客户这方面，可适当的改变策略，增加在免费平台上和商业网站上发布供应信息;参加一些展会;尝试用国外的本地搜索引擎。以寻找目标市场的商业网站、行业协会网站、商会网站及产品专业网站为方向，了解并联系目标市场知名度高销售网络庞大的进口商。

2、在和客户沟通这方面，很重要的一点是确保提供给客户的信息就是正确并能达到的的。当客户没下单前，了解客户的性质(是中间商还是最终使用者)，达到知己知彼。在客户下单后，需及时向客户汇报交期。

3、发货后，可在客户收到货一周后追踪产品的质量反馈，如有问题，首先要明确自己对于这个事件的态度，同时要及时帮客户解决问题，

4、在追踪客户这方面，适时发邮件向客户问候并询问是否有采购计划，每次追踪问候都需不一样，换个方式问。备忘客户的一些重大节日和生日，在这些有纪念意义的日子里送上自己的一份祝福，给客户心底留下一个亲切的印象。

明年的销售目标最基本的就是做到月月有进帐的单子，争取2~3个大订单，向年销售额60万进军。根据自己制定的任务，把任务根据具体情况分解到每个季度、每月、每周、每日，在不断归纳总结吸取教训的基础上提高销售业绩。

1、年销售目标：60万。

2、月销售目标：5万。

①现有已成交客户8个，争取明年争取更多的订单，保证成交量在10万以上;

②优化阿里巴巴网站，收更多的询盘，积极跟进客户，争取成交量在10万以上;

③搜索引擎营销，比如google,bing等国际搜索引擎上的搜索，争取成交量在10万以上; ④国际展会、交流会，提前做好宣传资料及产品报价资料的详尽文件图片，寻找更多的客户; ⑤重点参考之前成功案例分析有效的营销途径和方式方法。

1、做好每天的工作记录，避免遗忘重要事项。做好客户的跟踪，对客户的联系进度及时记录，对以往与客户相互间发送的技术及报价资料要归类整理好，以便随时联系。与外贸的同事一起总结，周一小结，每月一大结，看看有哪些工作上的失误，及时改正下次不要再犯。

2、接触客户之前要多查、了解顾客所在的公司的主要产品，不要千篇一律的回复邮件。以便判断客户的需要和问题，然后针对顾客的需要和问题，提出建设性的意见。如提出能够增加顾客销售量或能够使顾客节省费用、增加利润的方法。向客户做出建设性意见，会更有利于赢得客户的好感，这样可以给客户留下良好的印象，有利于长期接触。了解市场需求，客户需求，争取“按照客户需要提供定制服务”

3、对客户不能有隐瞒和欺骗，这样才会有长远的客户。在有些问题上你和客户就是一致的。对所有客户的工作态度都要一样，但不能太低三下气。给客户一好印象，为公司树立更好的形象。客户遇到问题，不能置之不理一定要尽全力帮助他们解决。要先做人再做生意，先卖信誉后卖产品，让客户相信我们的工作实力，才能更好的完成任务。

以上就是我这一年的工作计划，工作中总会有各种各样的困难，我会向领导请示，向同事探讨，共同努力克服。要有好业绩就得加强业务学习，开拓视野，丰富知识，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。

**销售部来年工作计划九**

运筹于帷幄之中，决胜在千里之外\"，充分说明了工作计划的重要性，而对于一个酒店来说，制定好营销工作计划更是\"重中之重\"。

酒店主要客源市场由政府驻军的队伍(网络)、商务团队、农场三部分组成，下面从以下几点来分析三个市场：

1、政府市场包括驻军的队伍、网络

政府市场是当地最大市场也是主流市场，驻军的队伍责是当地重要潜在市场。网络市场是酒店在外埠城市最大的销售员也能够更好的提高酒店的宣传力度。

2、商务旅游市场

因当地旅行社较少，xx县1家，xx6家，所以将商务旅游合并在一起，主要开xx等地市场。

3、农场

当今农场效益不断攀升，所消费层次不低于政府及大型企业，农场初步计划主要开发xx等地。

1)商务团队市场

因我酒店地处于xx，当地商务客源比较少外埠市场占据酒店主要位置.外埠市场离我酒店距离较远所以拜访工作不是很方便。首先利用《全国黄页电话簿》通过电话拜访，将酒店的相关信息传递给周边较近的外埠市场;并将已搜集的客户资料电话邀约拜访签署商务协议;同外埠的酒店沟通，如鹤岗市有规模的酒店与他们建立良好的合作关系，进而互换资料，达到资源共享;进行面谈或邀请对方酒店相关人员到本酒店参观面谈，达到双赢。周边的大多数居民经济水平，并不是很高。相对来讲，能在我们酒店入住的商务客人很少有消费潜力。

可根据有需求的客户群体进行逐一拜访跟进，然后建立客户资料进行分类整理，建立完善的酒店客户档案。有发展潜力的客户等进行分类建档。详细记录客户的所在单位，联系人姓名，地址，全年消费金额及给该单位的折扣等。建立与保持各企事业单位重要客户的业务联系，除了日常定期和不定期对客户进行销售访问外，在年终岁末、重大节假日及客户的生日，通过信息平台，发送短信、电话问候等为客户送去酒店的祝福，以加强与客户的感情交流，听取客户意见。加快提高酒店整体收入速度，缩短磨合期。

xx地区旅游市场做的不够成熟，如果不举办《戏水节》的情况下，来旅游的人很少，俄罗斯旅游团队也不多，大部份俄罗斯人员都是在两岸带包做生意的，所消费能力比较低，将待铁道旅行社就位后与其协商应对方法共同发展。

2)政府、驻军的队伍、网络市场

针对当地政府各部门名录及联系方式进行搜集，建立重要客户档案。逐一拜访跟进，借助当地一些领导关系进行维护。了解各机关部门所召开会议时间、方式、及会议成本并帮助策划会议流程予以跟进。

驻军的队伍会议较少，一般都在内部召开。队伍举办现场会的时候

会来很多队伍领导参加，可以根据这个方向进行跟进，也需要大量挖掘队伍内的散客需求。

对政府驻军的队伍重点客户，有发展潜力的客户等进行分类建档，设立a、b、c、档，详细记录客户的所在机关，联系人姓名，地址，全年消费金额及给该单位的折扣等。建立与保持同政府及驻军的队伍的客户业务联系，除了日常定期和不定期对客户进行销售访问外，在年终岁末、重大节假日及客户的生日，通过信息平台，发送短信、电话问候等为客户送去酒店的祝福，以加强与客户的感情交流，听取客户意见。

酒店所处的位置，有一定的局限性，故在此基础上，将酒店周边环境，更多的相关信息，在网络中说明，以方便更好的宣传及外埠消费者预订。同时，将各个区域到达酒店的乘车线路、酒店到达各旅游胜地的线路、特点整理清楚。以方便入住客人对当地旅游的选择，也构成了旅游带动酒店，酒店带动旅游。网络虽然是我们直销房间的一个重要途径，但由于我们所处的地理位置有局限性，故不能成为网络订房公司的主推。需要一段时间，逐渐增加预订量。

所预计合作网络公司：22家xx/xx/xxx/xxx等。

3)农场

农场是处级单位，是厂长负责制，属于企业半社会性质。针对农场销售将搜集农场各局、组、公检法等联系方式进行整理，然后将电话拜访邀约见面，登门拜访，介绍酒店情况建立关系。并将有潜力的客户建档分为a、b、c档。详细记录客户的所在单位，联系人姓名，地址，全年消费金额及给该单位的折扣等。建立与保持同农场各单位的业务联系，除了日常定期和不定期对客户进行销售访问外，在年终岁末、重大节假日及客户的生日，通过信息平台，发送短信、电话问候等为客户送去酒店的祝福，以加强与客户的感情交流，听取客户意见。

1、通过短信平台在节日、休息日、特别的节日向所有的客户送去祝福问候。

2、了解客户公司及个人的相关资料，在亲情上给客户以关心，如：在生日时，邮寄生日卡。

3、经常走动拜访，使销售员在客户心中的地位逐渐清晰化，客户对销售员及酒店的能力、环境得以认可。

4、投其所好，学习各方面知识、培养自己的特长，来培养与客户之间的感情，寻找共同兴趣、共同爱好。

5、定期对大客户进行宴请，向客户介绍酒店的变化。

6、综合性会议，根据淡旺季，一会一议，让客户真正感受到酒店与其合作的真诚态度。

7、整理会议客户的资料，将全年会议消费总额达到一定数量的客户，可以采取赠送场地、住房等优惠政策，吸引客户带来更多的消费。

8、重要客人、会议代表、公司总经理、政府领导等vip客人到店，各岗位实行vip服务标准，并致欢迎信(卡)等服务，如：大型企业会议，有贵宾(重要领导)参加，酒店相关负责人可在酒店门口迎接贵宾到店。

9、酒店的忠诚客户到店，需要在前台电脑备注中(如酒店系统可以操作)清楚的记录客人的姓名、喜好、习惯等要求，体现细节服务，赢得客户的心，赢得长久支持。

1、将一些房间设为经济房，以方便接待低端客户所需求，也为酒店补充大量房间空缺。

2、可否在酒店设旅游中巴或金龙旅游车对旅游团队或会议人员短途接送，因为我酒店地处位置在顾客没有车的情况下极为不便。

3、建立短信平台

将我酒店的一些相关信息及政策发布给顾客，因我酒店客源结构较为分散，所以利用短信平台会更直接方便一些。利用短信平台，向所有商务客户发送消息，出差住宿入住本酒店\"可报销当天在本县来酒店途中的交通费\"(打车费等，在入住前出据，仅限当天来酒店路途上的相应车辆票据)

4、零点用餐

开发周边消费者，让更多客户了解到酒店的消费情况。利用广告电子屏，短信平台等手段，向所有的客户发布餐饮的相关优惠政策，并给予用餐客户当天入住七折优惠;或可享受会员折扣。

5、利用资源再生

xx县政府，无论是入住、餐饮、会议方面是给予酒店最大支持的，可以给予他们的职工、子女、亲属在酒店举办婚宴给予最大的优惠。

6、对等消费

针对一些广告媒体，可采用对等消费的办法，进行宣传、发布招聘等相关酒店的信息，如：鹤岗日报、金卖点咨讯宝典等，让这些单位将我们酒店的代金券、代金卡等(对等的)，送给他们的客户，以增加客户流动量，促进客户来消费，扩大人脉，增加人气。

7、全员销售

酒店每位员工都是酒店的义务推销员，从上到下都要树立全员销售意识，一可提高酒店整体收入;二可使员工认识到酒店的兴衰与员工是密不可分的(酒店兴我荣，酒店衰我耻);三可发现销售人才，给所有员工发挥的空间。只要把员工的积极性、主动性调动起来，建立完善的、健全的激励制度，将会产生意想不到的效果。

就目前的市场情况来看，我酒店的地理位置不够优越，交通也不够便利、客户群体比较分散;这些都是我们无法改变的，外在的环境是我们无法改变的，可变的是我们的服务，客户维护不仅仅是打个拜访电话，或者是登门拜访一下，而是要真心诚意的与客户交朋友，把他们当朋友，当家人，想他们之所想，急他们之所急。了解客户所需，让客户真正感受到我们是真心提供其服务的，也就是运用信任营销。所以，我们一定、必须做好客户的维护工作。

这需要从两方面着手，一方面与参观过酒店的客户，保持不间断的沟通、联系，通过每次的沟通了解客户需要、消费心理，认真检查并分析，客户不到酒店入住、召开会议，并且要做好详细的记录，以方便酒店进行合理改进，迎合客户需求。酒店营销部要建立客户资料库(档案)，包括：政府、商务公司、农场、餐饮客人。每位营销人员收纳、整理自己负责的客户资料，统一备份到酒店保存。要求对所接待过的所有客户，都要逐一建立客户档案资料。详细资料：单位名称、地址、电话、联系人，客人的特殊要求、生日等。在酒店领导的支持下，将客户的入住资料整理好，计划在淡季赠房(根据入住率)、调整入住价格、或是在入住时赠送牛奶、果盘等服务。如得到会议信息，及时在会议举办前一、两个月做好相关工作，联系并拜访客户，同客户进行有效的沟通，以优质的服务赢得客户，使客户举办会议时，首选我酒店。

填写客户意见反馈，目的在于发现问题，随时掌握客户对酒店各营业场所的满意程度，只有发现问题，才能及时解决问题。客户有哪些意见或更好的建议为我们所用，被投诉的部门应该针对问题首先深刻认识，然后认真整改，不流于形式化。让客户真正感受到酒店时刻在改变，时刻给客户新鲜感。如果不能正确认识及看待客户提出的问题，将造成某种问题存在的恶性循环，不利于酒店的经营、发展。

意见解决方式：一般情况由本部门负责人对其问题，进行了解、调查，并由营销部经理、大堂副理、房务部经理、餐饮部经理或是相关部门人员出面处理，协调解决;特殊情况由主管副总经理出面处理，本着实事求是、客观公司的态度，不损害客户的利益、不损害酒店的利益为前提的原则，达到客户满意为目的，圆满解决客户提出的相关意见。要使顾客选择我们，我们就必须善于站在顾客的立场去考虑问题、解决问题;理解服务，预测服务，设计服务，提供服务，并且不断改进服务。

1、每人每月都要有外出拜访客户的数量，20-30家，其中必须有10-15家新客户，外出时必须先登记出访时间。返回后上交完整的销售访问报告。

2、每天拨打15-30个客户电话，寻找新客户、与以往老客户取得联系、拜访客户，进行面对面沟通，详述酒店概况及优势。

3、规模大的公司，先电话拜访，沟通预约后，再登门拜访;否则，没有预约，不会被接见，浪费时间;规模小的公司采取陌生拜访，上门直接与其沟通。

4、通过老客户介绍新客户，做延伸销售，挖掘潜在客户。

5、与外埠酒店销售，建立关系，通过资源共享，开发本省市客户来此地旅游带动酒店客户。

6、拜访老客户时，穿着职业正装(配带好酒店店标)、带好酒店宣传资料、营销人员的名片、记录本等，方可出门。出门前再次确认，准备是否充分。

7、拜访新客户时，在与客户约好见面的时间后，需要将新客户资料整理好，将酒店的相关资料、信息准备好，简单制定一个初次见面的销售计划(包括开场白、销售的内容等)，在出行前，再次检查是否有遗漏。提前到达约见地址，必须守时。

8、定期了解鹤岗酒店会议情况(或上门走访、或电话询问)，获取客户名片或详细的资料，方便的发展成本酒店的长期客户。

9、对每天的工作进行总结，将遇到的难题，难解决的客户，难解决事，拿到部门每天的会议上，大家共同进行分析，找到解决的最好办法，以迎合客户的需求，达到客户满意。

10、在每天的会议中，将客户对酒店的意见进行收集。促进酒店的改进，部门间更好的合作，为客户提供最好、最优质的服务。

11、每位营销人员，每周五上交本周工作总结，下周工作计划;休息日要有至少一名营销人员在酒店内值班，对电话咨询、上门参观的意向客户进行营销服务。

12、每位营销人员，接待的所有会议，无论大会、小会，都必须全程跟办，第一时间为客户解决问题，营销人员对客户直接负责，避免出现沟通不顺畅，影响接待。

13、每个月初，部门召开月销售会议，要求汇总的情况：从销售情况、人员情况、客户情况、周边市场情况、成本控制情况等方面进行认真总结与分析。与前期销售进行对比，找出不足，以便日后将销售进行得更好。

14、营销人员对于客户的到店入住，第二天必须要以电话、短信或传真形式表示问候。

15、每位营销人员都是代表酒店的形象外出销售，针对专业知识，部门将定期进行培训。

1、酒店培训

1)服务质量在酒店工作中的作用

2)人力资源管理

2、部门内训

1)销售工作认识 ：

2)协调和建立良好的关系：完成自我介绍、表明来意、建立和谐的关系如何建立和谐关系、坚强的意志、重要的销售理念、拜访基本流程

3)了解价值 ：关注价值、服务价值、人员价值、形象价值

4)了解需求：五个够买需求、发掘需求、扩展需求

5)销售人员与顾客沟通的技巧：

6)电话销售技巧：

3、自身学习

首先，不断学习，不断实践，多学习行业内的实践案例、多了解最新的营销理念，参阅营销的经典书籍，借鉴其典型案例，吸取精华。将自己培养成为优秀的职业经理人。

其次，多接触其他酒店销售能力强的人才，多与酒店的客户沟通，学习他人之所长，多做总结，使自身成长更快。

最后，多与酒店相关部门工作人员沟通，多向身边的老师学习，了解本酒店相关的工作程序，方便营销工作，方便团队发挥。

营销部在一个酒店的整体营销中，占有很重要的位置，是企业的龙头部门，担负着为酒店创造更大价值的重担。营销部也是与各个部门沟通、协作最多、最直接的部门。因此对营销部和营销经理的综合素质、专业素养要求很高。这也就意味着，营销部和营销经理不能脱开其他部门的协作与支持而独立工作，因此，需要得到酒店各个部门及部门领导的积极配合与支持。

营销经理要了解酒店相关部门的规章制度和基本运行情况，本着相互理解、相互包容、相互帮助、相互协作的精神，妥善的解决问题，强调团队精神，营造一个和谐、积极的营销团体，为酒店创造更大的价值。

以上为营销部的工作计划。其中将酒店的优势、劣势进行了简单的分析，计划中还存在不足之处，酒店目前在营销工作上遇到了很大的难题，就是如何让更多的客户走进酒店，成为酒店的忠诚客户;如何将商务会议、餐饮、团队等运营工作尽快带上正轨等等。但无论面临什么样的困难、什么样的问题，都要有人去面对，去接受任务，去接受挑战。有问题、有困难不怕，怕的是没有胆量去尝试。《论语》讲: 君使臣以礼，臣事君以忠。

营销部将在酒店领导的正确领导下、支持下，克服一切困难，迎难而上，切实地将开发工作落实好，努力完成销售工作，使酒店尽早步入正轨。开拓创新，团结拼搏，创造酒店的新形象、新境界。为酒店的发展献计献策，为酒店在行业内的位置贡献力量，为酒店的整体收入努力工作。

**销售部来年工作计划篇十**

我公司市场部的工作在领导的正确指导及部门员工的努力下将0年的工作划上一个满意的句话。为再接再厉，特做出市场部年度工作计划和内容提纲。

1 市场部职能2 市场部组织架构3 市场部年度工作计划4 市场部0年度销售工作计划实行精兵简政、优化销售组织架构实行严格培训、提升团队作战能力科学市场调研、督促协助市场销售协调职能部门、树立优良企业文化把握市场机会、制定实施销售推广信息收集反馈、及时修正销售方案一 市场部职能：

市场部直接对销售负责人负责，是企业的灵魂，其工作职能在生产、销售、服务中的作用十分重要，是销售环节核心的组成部分，作为市场部，重要的工作是协助负责人收集、制订、执行。衡量市场部工作的标准是：销售政策、推广计划是否科学、执行力度是否严谨。

1.市场部作用:直接对负责人负责，协助负责人进行市场策划、销售计划的制定和实施。督促销售部年度工作计划的进行事实。全面协调各部门工作职能。是企业的灵魂。2.市场部工作标准：准确性及时性协调性规划力计划性执行力3 市场部工作职能：制定年度、季度销售计划、协助销售部执行。协调各部门特别是研发生产部的协调工作。组织销售部进行系列培训。监控销售成本、对销售区域人员指导性的增减、调控制定、督促、实施必要的销售推广。专卖店形象的管理、建设、导购、督导的培训。销售客户档案统计、归纳、整理。全面收集销售、市场信息，筛选整理形成方案上交相关部门二 市场部工作计划

1 制定0年销售工作计划:科学严谨的剖析现有市场状况和销售状况，扬长避短、寻求机会、制定200年 市场部和销售部工作任务和工作计划。

2 实行精兵简政、优化销售组织架构:认真分析了解目前销售部组织架构、根据市场情况合理性、在市场精耕的前提下，精兵简政、调整局部人员、控制销售成本、挖掘人员潜力、激发工作热度、感受工作压力、努力作好各自市场销售工作。

3 严格实行培训、提升团队作战能力：

集中培训、努力使所有员工充分掌握公司销售政策、产品知识、应用技术知识、营销理论知识，形成学习型团队、竞争型团队、创新型团队。

品知识系统培训销知识系统培训业执行标准培训从优秀到左卓越--企业人在企业自律守则培训销售人员职业道德培训销售人员必备素质培训应用技术及公司产品培训(应用中心或工程师培训)4 科学市场调研、督促协助市场销售：

市场部的核心工作就是协助、指导销售部和各区域不断的提升品牌力、巩固销售力。因此，市场部只有不断的了解市场、拜访市场、调研竞品、分析原因、找出差距、并针对各区域实际情况汇报负责人、并给予各区域给予明确的指导销售思想、思路、方法。以上都以表格形式，各区域经理必须按月完成

5 协调部门职能、树立优良企业文化：

行政人事部：行政人事部门的功能和职责就是直接对负责人负责、协调各部门工作、建立完整的人事档案，制定科学的人才竞争奖惩机制，考察各部人员工作情况，在市场部的建议和科学的数字、事件、和市场情况下，不断为企业储备人才，挖掘销售人员潜力，致力于销售的提高和市场的发展。

研发部生产部：研发生产部门的职责是以市场需求为导向，通过市场需求，不断优化产品结构和产品功能、把握产品质量、严格推行iso- 20xx质量体系，向市场推出竞争力产品。因此，市场部每月都会给出市场信息、竞品信息、销售情况信息，使该部门能及时、客观、科学把握市场新动态、航标，在不断调整自身产品不足之处的同时，并为企业研发、生产适合客户和市场需求的好产品来赢得市场和客户。

销售部：销售部是企业的先锋、是贴近市场的侦察兵、是企业发展的硬武器。他们的职责就是不断的开拓销售通路、寻求最适合企业发展的战略合作伙伴，不断的把企业的产品推向市场、同时向市场提供科学的前沿信息，而市场部在捕捉市场信息的前提下，结合企业实际情况，制定强有力的市场方案和销售策略，最有力的树立企业灵魂的作用。

财务部：直接对负责人负责，如果说市场部是灵魂、销售部是先锋、是轰炸机，那财务部则是企业的大闸、是企业运作、健康发展的动脉，它的职责是制定企业科学年度预算、结算，把屋企业的赢利，及时的为负责人提供合理的生产成本预算、市场推广预算、销售成本预算、风险和利益的客观评估。作为市场部，在结合企业的实际情况、市场的实际情况、客户的实际情况、制定合理的推广方案和费用，上交负责人或与财务部进行沟通，使之切实可行，使企业发展利益的最大化。

市场留守、物流部：直接对销售部负责，他们的职责就是及时了解定单信息，并及时转交生产步，以最快的速度、最低的物流成本、安全的把产品送到目的地和客户的手中，为销售部作好最优质的服务。作为市场部，更应该建议、指导、督促、协助他们的工作。

6.把握市场机会、制定实施销售推广：7.信息收集反馈、及时修正销售方案

**销售部来年工作计划篇十一**

20xx年销售工作规划中下面的几项工作作为主要的工作来做：

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，采用的工具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，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，清晰地知道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。

营销思路是根据市场分析而做出的指导全年销售计划的\"精神\"纲领，是营销工作的方向和\"灵魂\"，也是销售部需要经常灌输和贯彻的营销操作理念。针对这一点，制定具体的营销思路，其中涵盖了如下几方面的内容：

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，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。

销售目标是一切营销工作的出发点和落脚点，因此，科学、合理的销售目标制定也是年度销售计划的最重要和最核心的部分。

那么，李经理是如何制定销售目标的呢?

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，根据企业产品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。

营销策略是营销战略的战术分解，是顺利实现企业销售目标的有力保障。根据行业运作形势，结合市场运做经验，制定如下的营销策略：

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。

我所从事电脑销售工作已经有一年多的时间了，这一年多以来我开拓了许多陌生业务，从中获得了许多宝贵的经济，现在我已经完全的融入到了这个集体里。虽然在这一年的工作中我们也有许多的不足之处，但都想尽各种办法解决了。对下一年的工作我也制定了电脑销售工作计划：

我首先想到的是要降低成本，应该采取的主要措施有：进一步拓宽进货渠道，寻找多个供货商，进行价格、质量比较，选择质量好价格低的供货商供货;勤俭节约，节省开支、避免浪费，工程方案设计要合理;内部消耗降低，日常费用开支、水、电、日常办公耗材尤其是纸张、车辆开支要节俭等问题。

其次也是最重要的部分，培养意识，服务意识的加强、竞争意识的树立、市场创造意识的培养。我们是以服务为主的公司，可以借助服务去赢得市场，赢得用户的信任。同事之间，企业之间时时刻刻竞争都存在，自己业务水平不提高会被公司淘汰，企业不发展将会被社会淘汰。近几年，耗材市场竞争比较激烈，今年形势将更加严峻。

业务水平和员工素质的提高至关重要，关系到整个企业的发展与命运。业务水平的高低影响到办事的工作效率;员工素质的高低直接影响到企业的社会地位和社会形象。只有具有一支高素质、技术水平过硬的队伍的企业才会有进步、有发展。

加大宣传力度也是市场开发一种重要手段和措施。

销售部利润主要来源有：计算机销售;电脑耗材;打印机耗材;打字复印;计算机网校等和计算机产业相关的业务。今年主要目标：家庭用户市场的开发、办公耗材市场的抢占。针对家庭用户加大宣传力度，办公耗材市场用价格去竞争、薄利多销。建立完善的销售档案，定期进行售后跟踪，抢占办公耗材市场，争取获得更大的利润。这里也需要我们做大量的工作，送货一定及时、售后服务一定要好，让客户信任我们、让客户真真切切的享受到上帝般的待遇。

能够完成的利润指标，xxx万元，纯利润xxx万元。其中：打字复印xxx万元，网校xxx万元，计算机xxx万元，电脑耗材及配件xxx万元，其他：xxx万元，人员工资xxx万元。

客服部利润主要来源：七喜电脑维修站;打印机维修;计算机维修;电脑会员制。200年我们被授权为七喜电脑授权维修站;实创润邦打印机连锁维修站，所以说今年主要目标是客户服务部的统一化、规范化、标准化，实现自给自足，为来年服务市场打下坚实的基础。

能够完成的利润指标，利润xxx万元。

工程部利润主要来源：计算机网络工程;无线网络工程。由于本地网络实施基本建成，无线网络一旦推广开来可以带来的利润点，便于计算机网络工程的顺利开展，还能为其他部门创造出一个切入点，便于开展相应的业务工作。今年主要目标也是利润的增长点，无线网，和一部分的上网费预计利润在xxx万元;单机多用户系统、集团电话、售饭系统这部分的利润xxx万元;多功能电子教室、多媒体会议室xxx万元;其余网络工程部分xxx万元;新业务部分xxx万元;电脑部分xxx万元，人员工资xx至xxx万元，能够完成的利润指标，利润xxx万元。

在追求利润完成的同时必须保证工程质量，建立完善的工程验收制度，由客户服务部监督、验收，这样可以激励工程部提高工程质量，从而更好的树立公司形象。

对那些不遵守公司规章制度、懒散的员工决不手软，损坏公司形象的一定严肃处理。

从方案的设计、施工、验收、到工程的培训这一流程必须严格、坚决地贯彻执行，客户服务部要坚持不验收合格不进行维修的原则。

尽量创造出一些固定收入群体，如计算机维修会员制、和比较完备的设备维修收费制度，把一些比较有实力、有经济基础的企事业单位、委办变成我们长期客户。

对大型客户要进行定期回访，进行免费技术支持，建立一个比较友好的客户关系。要利用各种手段、媒体，如利用我们自己的主页把公司的收费标准公布出去、从领导到每位员工要贯彻执行。、服务、维修也能创造利润。近几年工程越来越少、电脑利润越做越薄、竞争越来越激烈，我们可以从服务、维修创造利润，比较看好的有保修期以外的计算机维修市场、打印机维修市场等。

不断为员工提供或创造学习和培训的机会，内部互相学习，互相提高，努力把xxx公司建成平谷地计算机的权威机构。

职工培训工作是人力资源开发、干部队伍建设与企业文化建设的重要内容，通过培训，可以统一目标、统一认识、统一步调，提高企业的凝聚力、向心力和战斗力。树立学习风气，不懂得要问，不会的要学。

培训内容：

一、爱岗敬业：回顾历史、展望未来，了解企业的光荣传统与奋斗目标，增强使命感与责任感，培养主人翁意识。

二、岗位职责：学习公司制度、员工纪律，明确岗位职责、行为规范。

三、岗位技能：学习从业技能、工作流程及在岗成才的方法。

培训方式：

公司内部定期不定期安排员工培训。

积极参与中心或公司组织的管理人员、技术员和全体员工的培训活动。

培训目标：为员工在岗成才创造条件，为企业提供员工积累。

我们是一个团结的集体，具有团队精神的集体，变成一支能够打硬仗的队伍。每个部门、每位员工，岗位明确，责任到人，个人奖金与部门效益直接挂钩。这样一来我们应该既有压力又要有信心，没有信心就不会成功，没有压力就不会使人在各个层面进步、提高。

同志们，时间是有限的、尤其是从事我们这个行业的，计算机技术的发展日新月异，一天不学习就会落后，因此现在我们在座的每位职工都应该要有树立时间意识、竞争意识。

公司各个部门应互相配合相互协作、按时按量、完成领导交给我们的各项工作任务，努力去实现本次大会制定的12万利润指标。

今后怎么办，我想，绝不能辜负信息中心的各位领导和xxx30名职工对自己的殷切期望和支持，一定要努力做到以下两点：

1、放下包袱，抛开手脚大干，力争当一名合格的副经理

其工作职责就是开拓市场和xxx公司的业务，在工作之中一定要严格要求自己、树立自己正确的人生观和价值观、顾全大局，把公司的利益看得高于一切。绝不干有损于xxx形象的事情。

2、努力学习，提高素质，提高工作能力，和业务水平，为把xxx建成在平谷地规模最大、品种最全、最具有权威性的it企业而努力。我会努力配合各个部门制定的利润指标，请各位领导和在座的每位员工进行监督。

**销售部来年工作计划篇十二**

在这个竞争激烈的手机销售市场中，并非无商机存在。独特的销售眼光加上详细的工作计划便可以打开另一扇销售之门。随着手机销售市场的竞争日益激烈，手机零售也被称之为手机终端销售。如何做好手机销售工作，便成了每个店员每个人必须重视的问题。以下是手机销售工作计划：

第一条为扩大销售，以低价位、高质量迅速占领市场，特制定本销售工作计划。

第二条以低价位、高质量为本公司今后的主要商品。

第三条本公司不特别重视单纯性的流行品或时代尖端的产品。但是，仍多少会推出这种类型的尖端流行产品。

第四条在选择销售据点时，以中型规模或中型以上规模的销售店为目标。小规模的店面行销方式，除特殊情况外，原则上不予采用。

第五条关于前项的销售据点，在做选择、决定或交易条件的企划、事务处理时，都须确实慎重行事，这样才能巩固本公司的营业根基。

第六条与销售店开始进行新的交易之前，须先提出检查，并依照规定做好调查、审议及条件的查核后才能决定进行交易。

第七条销售活动必须制度化，合理化，力争使各项事宜高质高效的完成。

第八条进货总额中的20%用于对公司的订货，其他则用于公司对外的转包工程。

第九条进货尽可能集中在某季节，有计划性地开展订货活动。要确保交易双方的权益。

第十条进货时要设立交货促进制度，并按下列条件来进行计算;对于交货成绩优良的厂商，将采取退佣方式处理，其规定如下：

(1)进货数量;

(2)交货日期及交货数量;

(3)交货迟缓程度及数量。

第十一条为使进货业务能合理运作，本公司每月召集由各进货厂商、外包商及相关人员参加的会议，借此进行磋商、联络、协议。

第十二条a公司与本公司之间的交易(包括与该制造公司目前正式交易的三家公司)，一概归与本公司作直接交易。

第十三条本公司拒绝接受传票，物品交入本公司就属于本公司的营业范围内。

第十四条负责进货人员应每天到各厂商去照会联络，并促使对方尽快着手。

**销售部来年工作计划篇十三**

着眼公司当前，兼顾未来发展。为了提高公司产品的销售量和影响力，扩大公司的生产规模，稳固和提高市场占有率，积极争取圆满完成销售任务，xx市蓝辉印务有限公司销售部特制定以下销售目标及方向。

1）：作业本年销售目标300万元/年。

以每年10%-20%的销售额递增。

2）：笔记本年销售目标200万元/年。

以每年10%-60%的销售额递增

1、本地市场，以xx市为根基，向周边县级市场拓展业务：

1）：xx市区各批发市场发展经销商，每个批发市场必须发展一名以上经销商（长青路批发市场除外）其他市场尽量全面发展客户。

2）：xx市区及郊区的文化用品零售店展开地毯式拓展。公司许配合零售文具店配货和配送。

3）：xx市区及郊区各学校以及学校内商店也需大力发展，潜力较大。

4）：延安地区每个县城的批发门市须努力开发，若县城批发门市无法做到客户资源意向可开发零售商，必须达到每个县城都多少有蓝辉印务有限公司的产品，或了解蓝辉印务有限公司的产品。

1）：陕西省周围各省一级批发市场全力以赴发展代理商或经销商，暂时包括以下地区：西安、郑州、洛阳、太原、呼和浩特、银川、兰州、西宁、成都、重庆。

2）：每个省一级批发市场至少发展一名代理商或2-3名经销商，暂且根据市场客户的实力、信誉，对本产品的认识积极性等以及一些客观性情况而定。

3）：如果各省的一级批发市场，暂时很难做到市场的投入或投入后效果不明显，可以在其省内二级（地市级）批发市场发展经销商，使二级市场成熟之后包围一级市场，但二级市场至少做2-3家经销商，从而达到我们的销售目的，完成销售目标。

目前在国内市场笔记本种类偏多，技术方面不相上下，为稳固和拓展市场，务必加强与客户的交流，协调与客户之间的关系：

为与客户加强信息交流，增进感情，对一级客户每两月拜访一次；对于二级客户根据实际际情况另行安排拜访时间。

目前情况下，我公司应以：“卖产品不如卖服务”，在下一步工作中，我们要增强责任感，不断强化优质服务。用户使用我们的产品如同享受我们提供的服务，从稳固市场、长远合作的角度，我们务必强化为客户负责的意识，把握每一次与客户接触的机会，提供热情详细周到的售后服务，给公司增加一个制胜的筹码。

1）：拉大批零差价，调动代理积极性；

2）：结合批量，鼓励大量多批；

3）：以成本为基础，以同类产品价格为参考，使价格具有竞争力；

4）：顺应市场变化，及时灵活调整。

1）：树立蓝辉印务有限公司的产品标准形象，扩大其影响；

2）：作为奖励代理的一种方式，刺激代理商的积极性。

销售部将配合公司整体新的销售体制，制定完善市场销售任务计划及业绩考核管理实施细则，提高销售代表的工资待遇，激发、调动销售人员的积极性。销售人员实行工作日记志。以月度销售任务完成情况及工作日记志综合考核销售人员。督促销售人员，通过各种方式争取团体和零散客户，稳定老客户，开展新客户，并在拜访中及时了解收集宾客意见及建议，反馈给有关部门及总经理室。

与公司其他部门接好业务结合工作，密切配合，根据宾客的需求，主动与公司其他部门密切联系，互相配合，充分发挥公司的整体销售活力，创造最佳效益。加强有关宣传，充分利用多种广告形式推荐公司产品，宣传公司，努力提高公司知名度。

以上几点请各位领导多提建议与意见，为了公司的宏伟蓝图，齐心协力，共同进步，使公司走向辉煌的明天，挑战已经到来，既然选择了远方，何畏风雨兼程，我相信：用心一定能赢得精彩。

xx年公司一直在稳步成长中，综合部的工作也在这一年取得了一定的成绩，同时在这一年中公司的管理也在逐步走上完善和正规。根据公司～年的工作计划和目标，综合部根据部门的特点和职责，制定了～年的工作计划。

综合部在～年的总体工作目标是：围绕公司的经营目标，建立健全整套管理制度，完善公司员工社会福利，加强人力资源管理，高效率地配合其他业务和职能部门的工作，做好公司的后勤保障工作。

整合部门内部资源，提高工作效率。根据公司对综合部职能的调整，整合部门内部资源，重新确定部门人员工作内容，明确各人的工作范围及职责。加强部门人员专业知道的培训。根据公司对部门工作的调整及各项工作的开展情况进行相应的岗位编制调整。

综合部对内与公司所有部门，对外与各种公司及政府打交道，兼具服务与管理双重职能，综合部的工作相对锁碎复杂，但综合部工作质量的好坏，完成任务效率的高低，直接影响着公司各个部门的工作目标实现，直接间接的对公司总体工作目标的实现产生影响。面对现阶段后勤工作的情况，xx年综合部将做好以下工作；

1、根据公司业务开展加强与各部门工作的沟通及配合，不断完善业务流程，强化对各部门的制度化管理，加快信息反馈的速度，提高工作效率。目标责任人：xx

2、做好办公物品的采购和配给工作；目标责任人：xx

3、证件年检：3月底前完成；目标责任人：xx

4、合同登记认证工作：根据公司的营养收入情况，每季度或半年进行一次登记；目标责任人：xx

1、综合部配合公司的发展一直对公司的政策在做调整，但还有不尽人意之处，因此～年急需完善公司的管理制度，并制定一套行之有效的奖惩制度。xx年春节前将完成员工福利制度、员工加班休假制度、奖惩条例、出差相关规定、采购审批流程、出入库流程、接待费用管理等制度的制定完善；

2、加强制度更新管理工作，制定制度的编号，并通过公司内网及时发布、汇总、保存公司的全部制度，对于制度的逐步完善加强新旧制度的更替及时存档；

3、加强公司相关制度的监督、检查、落实情况，并做好整理和反馈工作；

4、加强公司资料档案、部门档案文件及员工档案的管理，做好公司相关数据的存档备份工作，统计各部门文件档案情况，进行分类后制定相应的归档制度及流程，加强公司内网及crm软件的应用。。

1、确定和区分每个职能部门的权责，使每个部门的职责清晰明朗，春节前完成；目标责任人：＊＊

2、根据各部门的实际情况，制定合理的部门岗位职责，并贯彻执行；同时对各岗位制定《各级各类人员岗位职责规范》，4月底前完成，目标责任人：xx

1、预计在年初租赁4001房间，可利用其位置优势制作公司的logo、部门指示牌等；目标责任人：＊＊

2、因公司业务的发展员工队伍在不断壮大，新员工随时都在增强，各部门工作相对独立，大家沟通的机会不多，致使很多员工一起工作很久却互不认识，建议为员工胸卡便于大家互相了解，同时对外公司的形象亦会有提升。

1、每年至少组织一至两次员工集体活动（春游、秋游）；目标责任人：＊＊

2、进一步提高员工福利，为员工提供工作餐、至少三次员工福利（元旦和年终组织聚餐及联谊活动；正月十五发元霄；中秋节发月饼；三八节为女员工准备礼品；五一、十一发放过节费；目标责任人：＊＊

3、年终举办年终工作总结及联欢晚会，对公司及各部门上一年的工作总结并对优秀人员进行表彰，同时确定公司下一年度的发展目标及计划。目标责任人：

4、提供根据公司业务开展情况不定期组织羽毛球、游泳比赛等活动为员工减压。目标责任人：＊＊

加强订餐、订卡、快递及物业公司的配合。做好相应资源的储备，以保证有序更替。

在保证公司正常运作的运物资供应的同时，尽量降低采购费用，控制物品发放和设备采购、维修费用；目标责任人：＊＊

协调安排公司目标的分解、市场调研、信息收集、对外联系等等。目标责任人：＊＊

现在的企业都提倡以人为本，随着公司的日益发展对人事工作的要求也越来越高，综合部xx年对人事工作仅限于配合各部门完成人员面试及报到的通知、员工入职、岗位调动、离职等相关手续的办理，人员档案也是员工的入职表及学历、身份证明的复印件等最基本的信息，甚至还涉及不到人力资源管理的内容。xx年综合部的工作重点及难点就是人力资源管理工作。而针对人力资源管理的相关经验也入于学习的摸索阶段，经验的不足也严重影响着此项工作的开展。鉴于此，综合部xx年对人事工作主要从以下方面开展：

员工手册是员工入职后对公司及规章制度认识的第一本手册，因此制定好员工手册，是～年人力资源的重要工作。

确定各岗位级别工资，服务年限工资等，使之更加科学合理化，提升企业的凝聚力。4月底以前完成，目标责任人：

1、网络招聘与51job建立常期的合作关系，以保证公司各岗位人员的储备，同时加强纸媒广告（前程周刊）的投放力度（预计每月一期小版位），保证销售人员及急缺岗位的人员配备；特殊岗位需求如项目经理亦可以参加大型人才招聘会；目标责任人：

2、配合各部门做好人员的初试（主要从任职经历、工作经验、人员素质等方面进行）、入职通知、入职手续办理、制度讲解等工作。目标责任人：

3、加强新聘人员资料的审核力度，包括学习经历及工作经历。目标责任人：

员工档案内容逐步完善，为规避公司的劳动风险，春节后与全体员工签定正式的劳动合同。加强员工薪资、岗位调整、保险资料、个人资料、离职交接等档案的完善。目标责任人：

1、做好养老、医疗保险等相关资料的统计整理工作，做好相应的方案，以备随时启用；目标责任人：

2、设立全勤奖（奖励方式）、加班补助、

3、员工聚餐、生日会、婚嫁等福利；

4、设立部门及各人奖项。

确定考核形式、考核项目、考核办法、考核结果及考核重申等制度。

预算管理：项目预算费用控制、各部门预算费用控制。

财务核算：发票开据、现金的收支管理、费用的审核与报销、会计报表的编制、会计审核、财务核算、内部报表、销售管理、税务政策及纳税申报

1、按时完成集体林地家庭承包任务。继续落实林农对集体林地的承包经营权，巩固扩大家庭承包改革成果。将一些矛盾突出、纠纷较多、产权不清的村的林地按照林

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！