# 销售部门年度工作计划精选(8篇)

来源：网络 作者：诗酒琴音 更新时间：2025-02-24

*销售部门年度工作计划一1、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...*

**销售部门年度工作计划一**

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够放松。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。

\_\_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。追求产品最大利润的合理分配原则，是唯一不变的法则。 企业不是福利院，所以为企业创造价值最大化，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。

**销售部门年度工作计划二**

一、目的：

合理安排工作计划，充分利用人力、物力及设备，降低成本，提高经济效益

二、适用范围：

本公司各单位之生产管制。

三、工作计划实施内容：

a.工作计划职能范围：

根据公司现有生产能力及物力的评估给予营销部提供生产定单量、生产前期工作计划的编制与落实、物料采购计划的编制、生产月、周、日计划的编制、各部门进度执行状况的检查与追踪、组织生产进度会议、原材料仓库、中转仓库、成品仓库仓储管理。

b.工作计划部与销售部的协调、衔接工作程序

1.工作计划部门根据公司现有的人力、物力及设备状态对生产能力进行科学合理地进行评估，并将评估生产能力的信息按年度、季度样式报告提供给营销部，作为销售部接单之参考。

2. 销售员将订单下至计划部并提供《新进订单预排表》《订单统计表》《新鞋型制单样》《制造通知单》《配套明细表》等资料供计划部排订工作计划单。

3.当营销部下单超出工厂实际接单能力时，计划部一方面协调内部进行调整以提高产能或增加外协作业，并将状况告知销售部门;另一方面，如生产确有困难，则计划部应及时告之销售部门并求助延缓交期处理。

4.当销售部门订单不足导致工厂提前生产后续订单或停工时，计划部应依工厂现况进行进度分析，计算出各生产单位之空档时间后告业务，并要求业务部门追单。

5.销售部须提前3-5天时间提供出货明细表给计划部，以便生产清尾或调整出货明细。

c.计划部与开发技术部、品质部的协调、衔接工作程序：

1.当计划部门接到销售部门新款制造单时，根据生产交期编制前期试做计划交技术部审核签字，然后计划部门安排相关人员根据试做计划按时追踪落实前期试做进度，如技术部门不能如期完成计划，计划部须将延迟情况向上级部门反映，并请求追究相应的责任。

2.技术部对前期计划审核签字后，须在计划时间内提供正确的刀摸、样板、确认样、工艺单给工作计划部，以备编制生产指令单及生产跳码试做。

3.当技术部在完成试做工作过程中，因客观因素造成不能按时完成前期计划时，应第一时间告知销售部与工作计划部，以便合理调整工作计划安排及出货时间。

4.当技术部提供正确的刀摸、样板、工艺单后，计划部须安排跳码生产试做，并规定各部门生产试做的时间，同时跟踪落实试做工作。

5.生产部成型车间将跳码试做的产品交品质部，由品质部审核认可后将可生产的报告签字后交生产部并通知计划部进行批量生产。

d.计划部与采购部的协调、衔接工作程序

1.计划部每个月在上月的25日前，将下一个月的生产物料计划提供给采购部，以便采购提前10-15天进行物料预定。

2.采购部在接到销售制造单时，根据生产大计划的时间安排物料采购进程，要求物料必须根据生产的状态分货号、颜色、配码、数量进行制定物料到位时间。

3.对于面、里料及特殊的、定做耗时的物料，采购部在接到销售制造单时，可先进行提前预定，以备延误生产。

4.计划部必须在上周的星期五之前给采购部提够各车间生产的周计划，以备采购部追踪生产物料。

5.采购部在接到生产周计划单时，必须根据生产周计划提前两天将生产的物料追踪入库，如有意外，采购部必须第一时间告知计划部，以便计划部进行调单。

6.对于底材及盒、箱的订购，采购部必须根据生产周计划单分货号、颜色、数量要求供应商提前2-3天送货。

7.采购部须提供底材、包装、箱盒等供应商的联系信息给计划部，计划部必须安排追踪人员提前3-5天时间进行追踪。

e.工作计划操作细则：

1.评估销售部预定定单交期

a.当销售部将月预排单下达后，计划部根据生产综合能力进行编制生产月计划。如果生产月计划不能按销售部的交期完成时，计划部应及时告知销售部，并与销售部沟通变更交期。

b.计划部将调整的月计划发放到总经办、生产办、采购部、品质部、销售部及技术部，并主持召开月计划评审会议。

2.前期试做计划编制与落实

计划部收到销售部下达的生产制造单后，首先审核定单交期并制定相应的进度计划。对于新款，计划部须与技术部商定后，编制改版、刀模、工艺单、样板到位的时间进程计划，并安排相关人员进行全程跟踪落实。

3.指令单编制

前期工作结束后，计划部根据技术部提供的工艺单、确认样、色卡与销售部提供的包装要求及注意事项等元素编制生产指令单，并发放到采购部、品质部、生产部、生产各车间及总仓与中仓。指令单的内容包括指令号、交期、公司货号、颜色、数量、配码及材料规格明细、包装明细等。指令单表格形式见附件。

4.编制周计划及日计划

①.计划部根据月计划，按车间班组实际生产能力编排生产周计划，并将下周计划在每周星期六以前发放到生产部、品质部、采购部、总仓、中转仓、生产各车间。各相关单位在接到周计划后，必须组织相关人员根据周计划提前两天到上手部门进行物料追踪。各相关单位在追踪过程中如发现物料跟不上计划时，应及时将缺料信息告知计划部，以备生产调度。

②.计划部安排跟踪生管根据生产周计划编制生产日计划。生产日计划必须提前半天下发到各车间班、组。在编制生产日计划前，追踪计划生管必须到相应的单位进行物料追查，所编制的日计划必须物料配套齐全，在编制过程中因物料不齐全或不配码而要求调单时，必须请示计划部主管认可。(表格见附表)。

③.各车间必须按日计划指令进行生产操作，不允许拖延或自行更改工作计划，在执行计划过程中，应利用一切条件保质保量提前完成日计划。在物料齐全的条件下，允许车间根据周计划超前生产。

④.各车间在执行日计划过程中，应配码或全码实施操作生产，杜绝断码料断生产。

5.工作计划过程中的追踪与落实工作：

①在周计划制定后，计划部必须根据周计划的生产时间提前3-5天到总仓、采购部及上手部门进行物料催踪，如有材料因客观因素不能到位时，计划部必须发出调整通知给各部门及车间，同时与销售部门沟通好交期;

②计划在完成上述工作时，同时组织各车间仓库员对相关车间生产的物料提前1天进行追踪领取，保证生产正常进行。

③各车间必须每天上午8：00前上交

车间日报表，计划部根据各车间报表进行分析、统筹，制定生产日报表上交总经办;计划主管每天安排时间到车间检查落实生产进度，并作好进度进展记录;

6.进度会议的组织工作：

计划部定期主持召开生产进度会，一般为每天下午15：00，进度会议主要是解决各车间在执行计划时出现的各种状况，同时核对计划进度完成率状况、物料进程状况等工作。

7.落实清尾及组织发货工作：

生产部根据工作计划在完成每票定单时，应在24小时之内完成清尾满箱工作，如果生产车间在清尾拼补中，因材料不能及时到位而不能按时完成清尾时，相关单位应用联络单形式告之计划部;计划部在安排工作计划后，应在营销部下达的交期之前到相关生产车间进行进度及清尾检查与追踪。

f.计划部门组织结构分工细则：

①计划部主管制定前期计划、月计划、物料采购计划、周计划并跟踪落实前期计划，检查监督生产进度过程，处理生产进度过程中出现异常现象问题，组织进度会议，组织安排部门人员相关工作目标及协助其完成工作;

②.计划部追踪人员对车间进度、生产物料、生产数据进行全程跟踪并作好相关记录，追踪人员必须与采购部、总仓、各车间及供应商紧密协作，处理物料追踪中异常现象;检查监督各车间日生产是否全码或配码生产，检查监督日工作计划完成结果，根据周计划编制日工作计划;根据周计划进行物料催踪。

③.计划部统计员负责编制生产指令单、统计并分析生产日报表、完成计划部各项工作文件、作好商品月进销存统计及生产进度过程中的数据库统计工作，负责收发各部门文件并上交计划主管;

④.总仓必须按月、周计划准备相关生产物料，作好本单位物料摆放工作，作好出入库账目及完成生产所需的各项外协工作，同时负责追踪进度所需的物料，对物料进程异常问题及时向采购部与工作计划部汇报。

⑤.中转仓负责收发内部及外协鞋包、底材物料，安排底材加工工作负责组织配套物料提供成型生产，必须按日计划严格控制物料配码，做好出入库台帐、作好生产日报表。

⑥.各车间仓库员负责日生产物料领取、作好前期追踪工作、协助车间管理作好拼补及清尾工作、准确作好日报表、作好生产台账;

**销售部门年度工作计划三**

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，\_\_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\_\_市为根基，向周边县级市场拓展业务：

1)：\_\_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)：\_\_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)：\_\_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。

\_\_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。

一、部门内部工作：

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。

二、后勤保障工作：

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，\_\_年综合部将做好以下工作;

(一)做好后勤保障工作，加强与各部门工作的配合，保证公司各项工作正常有序进行。

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：\_\_

2、做好办公物品的采购和配给工作;目标责任人：\_\_

3、证件年检：3月底前完成;目标责任人：\_\_

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：\_\_

(二)配合公司标准化管理，加强制度制定落实工作，做到有据可依。

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。\_\_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。

(三)确定公司的组织机构，明确部门职能及合理的岗位编制，为绩效考核提供依据。

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：\_\_

(四)配合公司发展规划，加强企业形象建设。

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。

(五)加强企业文化建设，进一步提升企业凝聚力。

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：\_\_

(六)对外协调工作，保证各项工作的有序开展。

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。

(七)做好部门财务预算的进一步控制。

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：\_\_

(八)根据公司项目运作情况做好配合工作：

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：\_\_

三、人事工作

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\_\_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。\_\_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\_\_年对人事工作主要从以下方面开展：

(一)制作完整的员工

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。

(二)制定各岗位的薪资结构，推行薪酬管理。

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：

(三)加强招聘管理，做好人员储备配给。

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：

(四)完善人事档案管理，规避用工风险。

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：

(五)员工福利与激励政策。

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。

(六)建立绩效考评制度。

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。

四、财务工作：

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

五、综合部财务支出预算表

一、集体林权制度改革方面

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改政策进行确权;对联户发放的大证，要逐步细化达到一户一证，真正落实农民的集体林地承包权，尽快达到均户到户率70%以上。

2、林权管理机构逐步健全，积极设立林地纠纷仲裁庭。我市先后成立了\_\_市林权管理中心和\_\_市农村土地承包经营纠纷调解仲裁委员会林地承包仲裁办公室。随着农村林地价值的不断提高和林权制度改革的不断深化，林地承包经营纠纷越来越多，因此做好林地承包经营纠纷调解仲裁工作非常重要，计划成立林业仲裁庭。20\_\_年需解决人员、场地、人员和资金问题，使林权管理中心正常开展工作，建建设成林地纠纷仲裁庭，妥善处理林权纠纷、化解矛盾，依法对林地纠纷案件进行调查、调解、审理和仲裁。

3、集体林权流转更加规范。面对林权流转管理工作的新形势，出台《\_\_市林权流转实施细则》，加强对森林资源的流转进行规范，建成林地交易流转信息平台，进一步提高我市林权流转管理，保障广大农民、林业经营者和投资者的合法权益。

4、稳步推进林权抵押贷款工作。一是要规范和健全林权抵押登记，完善林权登记管理和服务，对林权证的内容可靠性、准确性进行确认，在林权抵押期间，未经金融部门同意，不发放林木采伐证，不办理流转手续，确保抵押权人的合法权益。二是要积极鼓励担保收储机构为林权抵押贷款进行担保收储，帮助解决林业资源的融资水平。

5、加快林下经济发展。积极扶持林下种植种药，加快纸坊、小屯等乡镇养殖基地的建设，争取上级对林下经济发展的资金支持，使林下经济产值达到1亿元。

6、积极扶持林业合作组织建设。明年计划发展5家合作社，使合作社达到35家。入社农户数2805户，带动农户增收580万元，积极争创省级示范社，推选市级林业专业合作社。

二、公益林的建设

落实好我市现有省级公益林面积1.6万亩的管护任务，加强对补偿资金的管理和使用，建议市政府尽快划定市级公益林16.1万亩，加快市级公益林建设的步伐。

三、积极推进服务型行政执法建设

在全局开展推进服务型行政执法建设活动，推进文明执法，树立林业系统良好形象。加强林业行政执法服务体系建设，提高林业行政执法效能。充分发挥行政服务中心的作用，凡与企业和群众利益密切相关的行政审批事项，都纳入了行政服务中心办理。积极推行“一个窗口受理、一站式审批、一条龙服务”运行模式，我局的所审批事项均在审批大厅一次性办理。全年不出现林业行政执法违规违纪问题，不发生因重大失误引起的行政诉讼、复议和群体性信访事件发生。

**销售部门年度工作计划四**

一、业务员的配备：

1、以细分的4个区域为原则，招收4名本地员工进行业务拓展，薪酬结合当地薪酬标准、业绩、所辖市场的概况经与公司协商，进行支付。

2、经销(分销)商的选择;

选择经销商的总体原则应是态度决定合作：适合企业的客户不是看表面上的大与小，在具备了基本条件后，关键是看其对我方品牌的真正态度，即是否理解并认同我们公司的整体战略，企业理念、文化与品牌建设等，看其是否将主要精力和资源用在我方品牌或抽出多少资源对我方品牌进行运作(配合力度)。

基本条件：主要看其是否稳健：

a、有一定的资金实力;财务收支的平衡与稳定;

b、有自己的营销队伍保持一定的素质和稳定性;

c、有自己的销售渠道和网点，并保持发展规划布局的稳定性;

d、决策者的人格健全。

二、通路终端建设;

在公司营销政策不设省级代理商的原则下，虽上面将全省分为两大区四小区，主要目的是为了对业务员的市场区域划分及管理。

1)在全省每个区、市基本上是以设一家经销商为原则;

2)在重点区域市场，如\_\_、\_\_等若经销商实力或网络有限，经共同协商，再对所属市、县找数家分销商，以达到扩大终端网点的目的。

3)在终端网点建设上，初步以有影响的酒店、饭店、大卖场为主，根据具体市场确定合理的布点数量。

4)在初步布点完成后，再对类烟酒专卖店、中小商超进行铺货。

5)在重点区域市场进行精耕细作，对小饭店、居民住宅区的小食杂店进行适灯袒酢?

三、广告宣传;

广告宣传应以简单、适用为主，应从宣传方式、媒体选择、方案策划、广告创意等方面整合一切资源，以达到以最小的投入获得最大的宣传效应。

1)在广告宣传上应以\_\_红酒的市场定位、目标市场为切入点，针对目标消费群进行有效宣传，有的放矢，不至于浪费资源。

2)根据酒市场的一些特征，在宣传上以\_\_红酒是\_\_精酿的酒，是餐桌上的调养酒;引导的是一种科学、健康、自然、时尚的酒。消费新概念为基本方向。

3)根据\_\_地域、气候特征及当地居民的日常饮食习惯，应在枸杞特性味甘、性平、无毒及\_\_红酒喝了不上火，即去火解毒的方面进行宣传。

4)在市场导入期，为了扩大产品影响，在同经销商协商，选择适应电视媒体，适当时段进行广告宣传。

5)在报纸宣传上把握两点：

a、先以硬性广告为主，重点宣传\_\_红是一种创新的酒;

b、随着市场的推进时间，组织一系列软广告文案，以介绍\_\_的由来传说，\_\_酒的特性等酒文化方面知识进行系列宣传。

为了扩大报纸宣传的效果，可举行看报纸广告，回答问题，礼品奉送活动。

四、在电视、报刊媒体上

投放广告成本较高，只能进行适当短期的投放。而我们对\_\_红酒的宣传应重点放在酒店、大卖场等占据消费量较大份额的人流较多的销售终端。

1)在终端进行宣传，应以提高注目率为基点，即将在终端光临的顾客的目光先吸引过来，买不买\_\_红酒是另外的一回事，先让其看一眼\_\_红酒，如在卖场酒类专卖区的酒产品陈列架前，如何吸引顾客的目光，除了现场促销员的解说外，另外一条途径就是在终端陈列上做文章，我们设计一个精巧的，能体现出\_\_红酒品牌形象的陈列架，陈列架不求大，以达列\_\_红酒一现，与众不同的展示效应。同样，此展示架在些酒、饭店条件允许的情况下也可运用。

2)在终端通过其它方式进行宣传吸引注目率，即pop的张贴，饮酒常识小册子的发送，巨无霸形象展示牌的设置，大型喷绘灯箱的设置。

五、日常管理：

作为一名省级主管，日常的管理主要应是从三方面着手：

1)业务的拓展、管理工作，亲自参予并指导业务员协同经销商作好通路终端工作，扩大\_\_红酒在\_\_市场的知名度，提升其市场销量。

2)业务员的管理工作，作为一名业务主管，在具备一定的业务拓展、管理技能的同时，还应做到为人之君，为人之亲，为人之师的表率作用，组织加强业务员的学习工作，共同学习公司的战略规划、企业文化、品牌建设等方面的知识，组织学习业务知识，从而提高每个人的个人素质及业务能力，充分发挥每个人的主观能动性，并形成一个团结、亲和、互助、上进的团队。

3)充当公司与经销商的沟通桥梁作用，业务员最基本的要求就是要勤。要勤于经销商沟通，要有创新的思维观念，在日常工作、学习中勤于思考，并有敏锐的洞察力，善于发现问题，及时解决问题，不能解决的上报公司，尽早协调处理。

**销售部门年度工作计划五**

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。

**销售部门年度工作计划六**

光阴似箭日如梭，屈指算来，我已在金伯利度过了四个春秋。20\_\_年2月6日伴随着新店开业，来到了金伯利西店，在这一年里也让我体会多多，收益多多，感谢各位领导与同事的支持与帮助，让我更好的成长。现我将20\_\_年工作状况汇报如下：

一、工作态度勤奋，诚恳，不厌烦，对于二楼工作主动完成。

1、生日电话坚持每天11点之前拨打完毕，把金伯利的美好祝福及时送给顾客;

2、坚持每天拨打三日回访电话，在顾客购买首饰后的第三天及时拨打电话，询问顾客购买的项链戴上长短是否合适，戒指佩戴大小如何，让顾客感觉到金伯利服务如此贴心;

3、每天晚上收集当天购买顾客的档案，细心登记顾客生日，以防漏登漏记。

二、对自身职责，切实负责

我管理钻石货品已有两年多的时间。在管理货品，对于新到的货品首先核对件数;核对饰品印记是否与标签与证书相符;核对首饰编号及价位是否与货单相符;检查货品是否有质量问题，对于有问题的货品及时挑出返回公司;对于柜台缺货的货品及时补货，把公司推出的新款，系列款饰品，归类摆放，单独选一个柜台重点展出;对于东西两店调货予以配合，随时需要随时送货到位;对于出柜货品，及时打出库，新增货品及时打入库，月底盘货时保证月月顺利盘完并且保证数据万无一失;对于未经经理允许，任何人不得从柜台拿出货品离店，做的都比较到位，全年未出错一次

三、在销售中总结如下：

1、接待过程中，充分展示珠宝货品

由于多数顾客对于珠宝知识缺乏了解，因此营业员对珠宝首饰的展示十分重要，主动引导顾客试戴首饰，当我拿出钻石首饰时，给顾客描述时，例：描述钻石的切工，并且用手轻轻转动钻饰，手动口也动，把该描述的话基本说完，再递给顾客，这样顾客会模仿我的动作去观察钻石，并且会问：\"什么是比利时切工?\"我便可进行讲解，这样的一问一答，是营业员展示珠宝饰品的技巧。在顾客挑选款式出现挑花眼的情况时，我及时推荐两件款式反差比较大，且顾客选择观察时间较长的饰品，描述两者款式所代表的不同风格，这样容易锁定与缩小顾客选择的风格与范围。在挑选价位时，遵循猛上慢下的原则挑选。

2、利用顾客所提出的质疑，尽可能抓住机会介绍珠宝知识

顾客所了解的珠宝知识越多，其实后期感受就会得到更多的满足。当一位女士戴上新买的一枚钻戒去上班，总是希望引起同事们的注意，当别人看到这枚钻戒后，她便会把所知道的有关钻石知识滔滔不绝的讲一遍，充分得到拥有一颗钻石的精神享受，同时也在为我们作广告。常言道\"满意的顾客是最好的广告\"\"影响力最强的广告是其周围的人\"因此，在销售过程中抓住机会，当顾客提出质疑时，巧妙讲解珠宝知识。

3、引导消费者走出购买误区，扬长避短巧妙的解释钻石品质

由于有些营销单位的误导，使许多消费者购买钻石时要求产地是南非的。当顾客问有无南非钻石时，我先肯定的说有，告诉顾客\"实际上钻石的好坏是以4c标准来衡量的，南非产量大，并非所有钻石都好，金伯利采用的全部都是南非高品质优质钻石。在给顾客拿证书时，掌握主动权，在递给顾客前先看一下，并根据品级扬长避短先对钻石作以肯定。结合钻石分级原则与条件以及价格比说服顾客。

**销售部门年度工作计划七**

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够放松。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。

\_\_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。追求产品最大利润的合理分配原则，是唯一不变的法则。 企业不是福利院，所以为企业创造价值最大化，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。

**销售部门年度工作计划八**

不知不觉，进入公司已经有1年了。也成为了公司的部门经理之一。现在\_\_年将结束，我想在岁末的时候写下了\_\_\_\_年工作计划。

转眼间又要进入新的一年\_\_\_\_年了，新的一年是一个充满挑战、机遇与压力开始的一年，也是我非常重要的一年。生活和工作压力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，以便使自己在新的一年里有更大的进步和成绩。

一、销量指标：

上级下达的销售任务30万元，销售目标35万元，每个季度7.5万元

二、计划拟定：

1、年初拟定《年度销售计划》;

2、每月初拟定《月销售计划表》;

三、客户分类：

根据接待的每一位客户进行细分化，将现有客户分为a类客户、b类客户、c类客户等三大类，并对各级客户进行全面分析。做到不同客户，采取不同的服务。做到乘兴而来，满意而归。

四、实施措施：

1、熟悉公司新的规章制度和业务开展工作。公司在不断改革，订立了新的制度，特别在业务方面。作为公司一名部门经理，必须以身作责，在遵守公司规定的同时全力开展业务工作。

2、制订学习计划。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。适时的根据需要调整我的学习方向来补充新的能量。专业知识、管理能力、都是我要掌握的内容。知己知彼，方能百战不殆。

3、在客户的方面与客户加强信息交流，增近感情，对a类客坚持每个星期联系一次，b类客户半个月联系一次，c类客户一个月联系一次。对于已成交的客户经常保持联系。

4、在网络方面

充分发挥我司网站及网络资源，做好房源的收集以及发布，客源的开发情况。做好业务工作

以上，是我对\_\_\_\_年的工作计划，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的正确引导和帮助。展望\_\_\_\_年，我会更加努力、认真负责的去对待每一个业务，争取更多的单，完善业务开展工作。相信自己会完成新的任务，能迎接\_\_\_\_年新的挑战。

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！