# 年度工作计划销售部部长(优选31篇)

来源：网络 作者：花开彼岸 更新时间：2024-01-14

*年度工作计划销售部部长1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...*

**年度工作计划销售部部长1**

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。

**年度工作计划销售部部长2**

应在此列出主要的房产市场营销策略纲要，或者称之为”精心策划的行动”。在制定营销策略时往往会面对多种可能的选择，每一目标可用若干种方法来实现。例如，增加10％的销售收益的目标可以通过提高全部的房屋平均售价来取得，也可以通过增大房屋销售量来实现。同样，这些目标的每一目标同样也可用多种方法取得。如促进房屋销售可通过扩大房产市场提高房产市场占有率来获得。对这些目标进行深入探讨后，便可找出房屋营销的主要策略。

策略陈述书可以如下所示：

目标房产市场：高收入家庭，特别注重于男性消费者及各公司，注重于外企。

产品定位：质量高档的外销房。有商用、住家两种。

价格：价格稍高于竞争厂家。

配销渠道：主要通过各大著名房地产代理公司代理销售。

服务：提供全面的物业管理。

广告：针对房产市场定位策略的定位的目标房产市场，开展一个新的广告活动，着重宣传高价位、高舒适的特点，广告预算增加30％。

研究与开发：增加25％的费用以根据顾客预购情况作及时的调整。使顾客能够得到最大的满足。

房产市场营销研究：增加10％的费用来提高对消费者选择过程的了解，并监视竞争者的举动。

**年度工作计划销售部部长3**

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。

**年度工作计划销售部部长4**

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。

**年度工作计划销售部部长5**

一、实际招商开发操作方面

1、回访完毕电话跟踪，继续上门洽谈，做好成单、跟单工作。

2、学习招商资料，对3+2+3组合式营销模式领会透彻;抓好例会学习，取长补短，向出业绩的先进员工讨教，及时领会掌握运用别人的先进经验。

3、做好每天的工作日记，详细记录每天上市场情况

4、继续回访六县区酒水商，把年前限于时间关系没有回访的三个县区：xx市、x县、x县，回访完毕。在回访的同时，补充完善新的酒水商资料。

二、公司人力资源管理方面

1、努力打造有竞争力的薪酬福利，根据本地社会发展、人才市场及同行业薪酬福利行情，合公司具体情况，及时调整薪酬成本预算及控制。做好薪酬福利发放工作，及时为符合条件员工办理社会保险。

2、根据公司现在的人力资源管理情况，参考先进人力资源管理经验，推陈出新，建立健全公司新的更加适合于公司业务发展的人力资源管理体系。

3、做好公司XX年人力资源部工作计划规划，协助各部门做好部门人力资源规划。

4、注重工作分析，强化对工作分析成果在实际工作当中的运用，适时作出工作设计，客观科学的设计出公司职位说明书。

5、公司兼职人员也要纳入公司的整体人力资源管理体系。

6、规范公司员工招聘与录用程序，多种途径进行员工招聘(人才市场、本地主流报纸、行业报刊、校园招聘、人才招聘网、本公司网站、内部选拔及介绍);强调实用性，引入多种科学合理且易操作的员工筛选方法(筛选求职简历、专业笔试、构性面试、半构性面试、非构化面试、心理测验、无领导小组讨论、角色扮演、文件筐作业、管理游戏)。

7、把绩效管理作为公司人力资源管理的重心，对绩效工作计划、绩效监控与辅导、绩效考核(目标管理法、平衡计分卡法、标杆超越法、kpi关键绩效指标法)、绩效反馈面谈、绩效改进(卓越绩效标准、六西格玛管理、iso质量管理体系、标杆超越)、绩效果的运用(可应用于员工招聘、人员调配、奖金分配、员工培训与开发、员工职业生涯规划设计)进行全过程关注与跟踪。

8、将人力资源培训与开发提至公司的战略高度，高度重视培训与开发的决策分析，注重培训内容的实用化、本公司化，落实培训与开发的组织管理。

**年度工作计划销售部部长6**

为了更好的从事家具行业的销售工作，提高销售家具的销售水平，现在对家具销售工作进行必要的工作计划，具体的情况如下：

一、市场分析

空调市场连续几年的价格战逐步启动了。二、三级市场的低端需求，同时随着城市建设和人民生活水平的不断提高以及产品更新换代时期的到来带动了一级市场的持续增长幅度，从而带动了整体市场容量的扩张。20\_\_年度内销总量达到1950万套，较20\_\_年度增长。20\_\_年度预计可达到2500万-3000万套。根据行业数据显示全球市场容量在5500万套-6000万套。中国市场容量约为3800万套，根据区域市场份额容量的划分，深圳空调市场的容量约为40万套左右，5万套的家具销售目标约占市场份额的13%。

目前格兰仕在\_\_空调市场的占有率约为左右,但根据行业数据显示近几年一直处于“洗牌”阶段，品牌市场占有率将形成高度的集中化。根据公司的实力及20\_\_年度的产品线,公司20\_\_年度家具销售目标完全有可能实现.20\_\_年中国空调品牌约有400个，到20\_\_年下降到140个左右,年均淘汰率32%.到20\_\_年在格力、美的、海尔等一线品牌的“围剿”下，中国空调市场活跃的品牌不足50个，淘汰率达60%。20\_\_年度lg受到美国指责倾销;科龙遇到财务问题，市场份额急剧下滑。新科、长虹、奥克斯也受到企业、品牌等方面的不良影响，市场份额也有所下滑。日资品牌如松下、三菱等品牌在20\_\_年度受到中国人民的强烈抵日情绪的影响，市场份额下划较大。而格兰仕空调在广东市场则呈现出急速增长的趋势。但深圳市场基础比较薄弱，团队还比较年轻，品牌影响力还需要巩固与拓展。根据以上情况做以下工作规划。

二、工作规划

根据以上情况在20\_\_年度计划主抓六项工作: 家具销售业绩

根据公司下达的年销任务，月家具销售任务。根据市场具体情况进行分解。分解到每月、每周、每日。以每月、每周、每日的家具销售目标分解到各个系统及各个门店，完成各个时段的家具销售任务。并在完成任务的基础上，提高家具销售业绩。主要手段是：提高团队素质，加强团队管理，开展各种促销活动，制定奖罚制度及激励方案(根据市场情况及各时间段的实际情况进行)此项工作不分淡旺季时时主抓。在家具销售旺季针对国美、苏宁等专业家电系统实施力度较大的家具销售促进活动，强势推进大型终端。

2、k/a、代理商管理及关系维护

针对现有的k/a客户、代理商或将拓展的k/a及代理商进行有效管理及关系维护，对各个k/a客户及代理商建立客户档案，了解前期家具销售情况及实力情况，进行公司的企业文化传播和公司20\_\_年度的新产品传播。此项工作在8月末完成。在旺季结束后和旺季来临前不定时的进行传播。了解各k/a及代理商负责人的基本情况进行定期拜访，进行有效沟通。

3、品牌及产品推广

品牌及产品推广在20\_\_年至20\_\_年度配合及执行公司的定期品牌宣传及产品推广活动，并策划一些投入成本，较低的公共关系宣传活动，提升品牌形象。如“格兰仕空调健康、环保、爱我家”等公益活动。有可能的情况下与各个k/a系统联合进行推广，不但可以扩大影响力，还可以建立良好的客情关系。产品推广主要进行一些“路演”或户外静态展示进行一些产品推广和正常营业推广。

4、促销活动的策划与执行

促销活动的策划及执行主要在\_\_年\_\_月—\_\_月家具销售旺季进行，第一严格执行公司的家具销售促进活动，第二根据届时的市场情况和竞争对手的家具销售促进活动，灵活策划一些家具销售促进活动。主题思路以避其优势，攻其劣势，根据公司的产品优势及资源优势，突出重点进行策划与执行。

5、终端布置(配合业务条线的渠道拓展)

根据公司的\_\_年度的家具销售目标，渠道网点普及还会大量的增加，根据此种情况随时随地积极配合业务部门的工作，积极配合店中店、园中园、店中柜的形象建设，(根据公司的展台布置六个氛围的要求进行)。积极对促销安排上岗及上样跟踪和产品陈列等工作。此项工作根据公司的业务部门的需要进行开展。布置标准严格按照公司的统一标准。(特殊情况再适时调整)

**年度工作计划销售部部长7**

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。

**年度工作计划销售部部长8**

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。

**年度工作计划销售部部长9**

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。

**年度工作计划销售部部长10**

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。

**年度工作计划销售部部长11**

1.背景和问题

牐牷チ网和万维网(WWW)已经成为世界范围内的“信息高速公路”和电子商务市场的支柱。由于万维网使用者的数量飞速增长，对于最终用户来说，随着可供使用的主页和网上信息的数量的爆炸性增长，最终用户间的交互性越来越差，传统意义上的交互已经无法满足用户的需求，举一个简单的例子，即使是在世界杯的决赛期间，一个普通的足球迷也很难立刻从网络上找到聊天的对象。用户需要真正意义上的全新的互联网交互协作软件。

2.目标和解决方案

牐犖颐堑摹叭砑名称”将为您解决这个问题。在网上冲浪的人们不论处于何方，总是可以看见周围的人们，就像现实生活中的一样。“软件名称”既是一个最终用户使用的万维网上的协作软件，又为企业提供了无限的商机：

牐牎叭砑名称”以多种便于使用的方式为用户提供了一个交流的平台。

牐牎叭砑名称”为企业提供了一个发布广告和商用信息的平台。

3.产品：为全互联网用户提供简洁方便的交互平台

牐牎叭砑名称”为最终用户提供一个免费的交互平台，同时又为商业用户提供了一个宣传和销售的渠道。

4.公司和管理

5.业务体系：以广告和商用信息收入为主

数据显示，有超过六百万的互联网用户会成为“软件名称”的潜在最终用户，同时有超过一百万的商业用户会成为“软件名称”的潜在商业用户，而且这个数字还在高速增长，这个数字对任何企业都是极有吸引力的，由于软件和服务对于最终用户来说是完全免费的，而商业用户只需要及其低廉的费用就可以想所有最终用户发布广告信息和商用信息。假设每年平均从每个商业用户获得100RMB的收入，则全部的市场收益将会超过1亿RMB。而100RMB的年租对企业是微不足道的。“软件名称”这个项目对于其雇员和投资者来说也一定会盈利。

6.融资：第一轮的投资者将会有68%的内部收益率(IRR)

增长预测显示，在第五年“软件名称”将会有6000万RMB的销售额，且税后净利占销售额的21%。到那时，“软件名称”将会覆盖全国，员工90人。创办人将提供500，000RMB的初期投资，“软件名称”正在寻找通晓此领域并且能主动参与创办此项目的投资人。在第一轮的筹资中，“软件名称”将给投资500万RMB的投资人60%的股份，这部分资金主要用于服务器和网络架设费用及初步广告费用。12个月后，将需要1000万RMB的再投资，主要用于市场开拓费用。在这之后的12至15个月，还将需要500万RMB的投资。在运行五到六年之后，就可以考虑首次公开上市。按照我们的价值计算，对于第一轮的投资者将会有68%的内部收益率。

**年度工作计划销售部部长12**

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。

**年度工作计划销售部部长13**

xx年，中支公司在省分公司各级领导及全体同仁的关心支持下，完成了筹建工作并顺利开业，在业务的发展上也取得了较好的成绩，占领了一定的市场份额，圆满地完成了省公司下达的各项任务指标，在此基础上，公司总结xx年的工作经验并结合地区的实际情况，制定如下工作计划：

一、加强业管工作，构建优质、规范的承保服务体系。

承保是保险公司经营的源头，是风险管控、实现效益的重要基础，是保险公司生存的基础保障。因此，在xx年度里，公司将狠抓业管工作，提高风险管控能力。1、对承保业务及时地进行审核，利用风险管理技术及定价体系来控制承保风险，决定承保费率，确保承保质量。对超越公司权限拟承保的业务进行初审并签署意见后上报审批，确保此类业务的严格承保。2、加强信息技术部门的管理，完善各类险种业务的处理平台，通过建设、使用电子化承保业务处理系统，建立完善的承保基础数据库，并缮制相关报表和承保分析。同时做好市场调研，并定期编制中、长期业务计划。3、建立健全重大标的业务和特殊风险业务的风险评估制度，确保风险的合理控制，同时根据业务的风险情况，执行有关分保或再保险管理规定，确保合理分散承保风险。4、强化承保、核保规范，严格执行条款、费率体系，熟练掌握新核心业务系统的操作，对中支所属的承保、核保人员进行全面、系统的培训，以提高他们的综合业务技能和素质，为公司业务发展提供良好的保障。

二、提高客户服务工作质量，建设一流的客户服务平台。

随着保险市场竞争主体的不断增加，各家保险公司都加大了对市场业务竞争的力度，而保险公司所经营的不是有形产品，而是一种规避风险或风险投资的服务，因此，建设一个优质服务的客服平台显得极为重要，当服务已经成为核心内容纳入保险企业的价值观，成为核心竞争时，客服工作就成为一种具有独特理念的一种服务文化。经过xx年的努力，我司已在市场占有了一定的份额，同时也拥有了较大的客户群体，随着业务发展的不断深入，客服工作的重要性将尤其突出，因此，中支在xx年里将严格规范客服工作，把一流的客服管理平台运用、落实到位。1、建立健全语音服务系统，加大热线的宣传力度，以多种形式将热线推向社会，让众多的客户全面了解公司语音服务系统强大的支持功能，以提高自身的市场竞争力，实现客户满意最大化。2、加强客服人员培训，提高客服人员综合技能素质，严格奉行“热情、周到、优质、高效”的服务宗旨，坚持“主动、迅速、准确、合理”的原则，严格按照岗位职责和业务操作实务流程的规定作好接、报案、查勘定损、条款解释、理赔投诉等各项工作。3、以中心支公司为中心，专、兼职并行，建立一个覆盖全区的查勘、定损网点，初期由中支设立专职查勘定损人员3名，同时搭配非专职人员共同查勘，以提高中支业务人员的整体素质，切实提高查勘、定损理赔质量，做到查勘准确，定损合理，理赔快捷。4、在xx年6月之前完成营销服务部、YY营销服务部两个服务机构的下延工作，至此，全区的服务网点建设基本完善，为公司的客户提供高效、便捷的保险售后服务。

三、加快业务发展，提高市场占有率，做大做强公司保险品牌。

根据xx年中支保费收入X万元为依据，其中各险种的占比为：机动车辆险85%，非车险10%，人意险5%。xx年度，中心支公司拟定业务发展规划计划为实现全年保费收入X万元，各险种比例计划为机动车辆险75%，非车险15%，人意险10%，计划的实现将从以下几个方面去实施完成。1、机动车辆险是我司业务的重中之重，因此，大力发展机动车辆险业务，充分发挥公司的车险优势，打好车险业务的攻坚战，还是我们工作的重点，xx年在车险业务上要巩固老的客户，争取新客户，侧重点在发展车队业务以及新车业务的承保上，以实现车险业务更上一个新的台阶。2、认真做好非车险的展业工作，选择拜访一些大、中型企业，对效益好，风险低的企业要重点公关，与企业建立良好的关系，力争财产、人员、车辆一揽子承保，同时也要做好非车险效益型险种的市场开发工作，在xx年里努力使非车险业务在发展上形成新的格局。3、积极做好与银行的代理业务工作。xx年10月我司经过积极地努力已与中国银行、中国建设银行、中国工商银行、中国农业银行、福建兴业银行等签定了兼业代理合作协议，xx年要集中精力与各大银行加强业务上的沟通联系，让银行充分地了解中华保险的品牌及优势，争取加大银行在代理业务上对我司的支持与政策倾斜力度，力求在银行代理业务上的新突破，实现险种结构调整的战略目标，为公司实现效益最大化奠定良好的基础。

**年度工作计划销售部部长14**

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。

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。

**年度工作计划销售部部长15**

来我们公司也有一段时间了，在\_\_年即将结束的时候总结一下这段时间的经验和不足，以供\_\_年改正。

首先，要感谢张总给了我一个锻炼自己的机会。翻译公司——是我以前所没有接触过的行业，它对于我来说，是陌生又新鲜的，是在憧憬之余还感觉到神圣的地方。我对它的理解是：高不可攀，远不可及。只有学识渊博，语言精通的人才能呆的地方。

刚开始的到来，让我感到太突然，自己一下子倒是接受不了，在刘姐和同事们的帮助下我才慢慢适应。公司是刚成立的新公司，文员也不可能只是做文员的工作。这对于我来说是很具有挑战性的。

还记得当同事已经打了好多通电话之后，我才敢打自己的第一通电话，当时拿电话的手都是颤抖的，心里竟然还在祈祷不要有人接电话。可是并不如我所愿，那边接起了电话，我一时之间竟不知道自己要说什么了：开始想好的那些话语都跑到了乌邦国。我就不知道自己是怎么结束的那次电话，到现在想想，那时真的是很傻的。

做电话销售也可能是所有销售里最难，最具有挑战性的了;我又是一个死要面子的人，对于别人的拒绝总是很让我伤自尊。但是自己要是想迈过这个门槛，就必须要丢掉面子，面子虽然是自己的，但是别人给的。所以就想办法叫别人给自己面子，给自己业务了。

一段时间下来，我发想自己电话打得也不少，可是联系业务的很少，几乎没有。认真想想好像也不能说是自己的失误太大。人们原本就对电话销售很是反感，听到就挂：或者是很礼貌性的记个电话(真记没记谁也不知道)。打电话即丢面子，被拒绝，又让自己心理承受太多。于是我又在寻找别的思路——网络。

我们经常在网上，何不用网络联系呢?都能让人们在紧张的工作中放松一下，聊上几句闲话，就很有可能聊出一些客户。这样，因为是网友，感觉很亲近，不会拒绝你，至少都会考虑到你。经常在线，联系着又很方便，不用打电话，不用当着那么多同事的面讲价还价，显得自己很小气似的。讲价还价是一门艺术，不能没有耐性。

现在很多人爱还价，即便是价位很合理，处于习惯也会还价。无论双方谁说了一个价钱都想是让对方直接接受，电话会叫人没有什么缓冲的时间;而网络就不一样了，有缓冲的时间，又能用很轻松的语气说话，让人很容易接受;即便是自己说话有所失误，在网络上容易解释，也容易叫对方接受，可是电话就不一样了，电话上人们往往喜欢得理不饶人。

于是我就改变了策略，在网络上找起了客户。你还真的别说，在网络上人们不但能接受;而且即使没有外语方面需要的，也会帮你介绍一些客户。交流着也轻松多了，说话也方便，就像是和很熟的网友说话似的，人们都不介意。我很喜欢这样的交流方式。事实证明也是很有效果的，至少与电话销售相比较。

一：提升自己销售要预约技巧，明白什么是电话销售。可以问有经验的人。

二：找资料，没有足够的，优质的资料，是很难邀约到好的客户。

三：了解自己所要销售的产品，这样才能在电话销售的过程中自如的因对客户的问题。如果自己对产品都不了解，又怎么能仅仅通过电话让客户觉得产品是有用的。如果客户问的问题不能回答出来，会让客户产生怀疑。

四：销售过程中要保持良好的心态，好的心情，如果自己的心情不好，客户在电话里是可以感觉到的。

五：自信，销售的产只是和客户进行沟通的媒介，销售的核心是自己的人格，让客户愿意和你合作。

六：不要挑资料每一条资料都有可能成为下一个客户，挑资料很可能会丢失掉一个资源。

七：客户的拒绝是很正常的，任何一个陌生人无缘无故给你打电话推销产品你也会反感的。所以不能因为拒绝而气馁。

八：学会说话的艺术，沟通的技巧，在销售过程中能吸引住客户，让他感兴趣。

**年度工作计划销售部部长16**

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;

**年度工作计划销售部部长17**

一概论

第一部分，人员--招人--留人--用人--考核;

第二部分，工作能力--提升工作能力，熟悉运作流程，达到对项目的了解、掌握、运用、讲解;

第三部分，管理能力--运用环式管理，达到平等互利、双赢共享;

第四部分，培训--发挥自己的工作能力和管理能力，根据工作流程--项目卖点--找客户--沟通--释疑解惑--成交，提升员工的工作能力和自主能力，及时满足员工需求;

第五部分，跟访服务，达到以客带客;

第六部分，身份效应。

二细则

第一，二月份把人招够。

第二，三月份第一周：让员工精通项目卖点，熟悉点位情况;第二周任务：让员工达到灵活运用卖点，找到客户并进行沟通;第三周任务：让员工学会释疑解惑;第四周任务：成交并跟访。

第三，四月份第一周任务：按着员工的需求和特长，找到有效方法，分配点位;第二周任务：继续;第三周任务：继续;第四周任务：继续。

第四，五月份第一周任务：带领员工开发新市场，寻找新客户;第二周任务：继续;第三周任务：继续;第四周任务：继续。

第五，六月份结束。

**年度工作计划销售部部长18**

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。

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。

**年度工作计划销售部部长19**

初步根据公司中层会议上老总下达的销售目标台，我个人拟定的目标是台。(是根据建店年限厂家一般签订的任务量)可能明年广本理念和本田共存销售，会扩大市场份额的提升，那么就大胆的设定目标为台，精品目标万，保险目标也提升为万。当然这一具体目标的制定也希望结合厂家年会商务政策领导能结合实际，综合各方面条件和意见制定。在销售人员中我会明确目标并大张旗鼓的提出。因为明确的销售目标即是公司的阶段性奋斗方向，而且给销售人员增加压力产生动力。

**年度工作计划销售部部长20**

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，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。

**年度工作计划销售部部长21**

空调市场连续几年的价格战逐步启动了。二、三级市场的低端需求，同时随着城市建设和人民生活水平的不断提高以及产品更新换代时期的到来带动了一级市场的持续增长幅度，从而带动了整体市场容量的扩张。xx度内销总量达到1950万套，较xx年度增长。xx度预计可达到2500万—3000万套。根据行业数据显示全球市场容量在5500万套—6000万套。中国市场容量约为3800万套，根据区域市场份额容量的划分，深圳空调市场的容量约为40万套左右，5万套的销售目标约占市场份额的13%。

目前格兰仕在深圳空调市场的占有率约为左右，但根据行业数据显示近几年一直处于“洗牌”阶段，品牌市场占有率将形成高度的集中化。根据公司的实力及xx度的产品线，公司xx度销售目标完全有可能实现。xx年中国空调品牌约有400个，到20\_年下降到140个左右，年均淘汰率32%。到xx年在格力、美的、海尔等一线品牌的“围剿”下，中国空调市场活跃的品牌不足50个，淘汰率达60%。xx年度LG受到美国指责倾销;科龙遇到财务问题，市场份额急剧下滑。新科、长虹、奥克斯也受到企业、品牌等方面的不良影响，市场份额也有所下滑。日资品牌如松下、三菱等品牌在xx年度受到中国人民的强烈抵日情绪的影响，市场份额下划较大。而格兰仕空调在广东市场则呈现出急速增长的趋势。但深圳市场基础比较薄弱，团队还比较年轻，品牌影响力还需要巩固与拓展。根据以上情况做以下工作规划。

**年度工作计划销售部部长22**

进一步将产品深度分销，由原来的批发市场深入至农贸市场，在终端的走访中，针对信息的收集，寻找对产品需求量大的消费群。目前，浓缩果汁产品的需求量集中在咖啡馆、茶馆，我们还需要在产品质量和价格上寻找相应的切入点。

目标市场

将对扬州、泰州、盐城、淮安、镇江、连云港、芜湖、马鞍山、安庆、淮南、淮北等苏中、苏北、及安徽局部市场进行开发，搜罗并设立特约经销商， 享有与南京经销商同样的经销政策，实行自然销售，特殊区域可视情况而定，是否增派销售人员。

重点促销产品

鸡汁和果汁在20xx年将被重点推广，两个产品的消化周期短，但在市场竞争方面优势不明显，准备将相应消化周期长的寿司醋、芥末油，辣椒油等停止促销，从而补贴鸡汁和果汁产品的促销，能起到重点产品的增量效果。

销售队伍人力资源管理

**年度工作计划销售部部长23**

a、业务人员要注意形象、言表、态度、礼节，注意当地风俗习惯。

b、市场开发要扑进去，到忘我境界。

c、强调市场开拓方案制定，避免盲目、混乱的追逐信息式的销售。

d、产品宣传要统一口径，系统介绍e。平常心对个单，提高对客户的驾驭本事。

f、强化团队意识，扩大信息交流，要学会启动和利用各种资源。

g、要机灵，对用户需求及各种突发事件要准确把握。

h、厉行节俭，提高实效

机会可遇不可求，在整个行业开始大洗牌的同时我们必须要抓住这次机会，打破市场格局，迅速占领市场。以完成下半年的销售目标，同时也为明年的市场打下坚实的基础。

公司在总公司的领导、帮助和支持下，公司已具有初步规模，为国内市场的全面发展打下了扎实的基矗，尤其是在市场的拓展、新客户的开辟，盛天品牌在国内都已烙下深深的影响。销售额逐月增长、客户数额月月增加、市场的占有率已由原来的华东地区纵向到东北地区，并已着手向西南、西北地区拓展。盛天产品销售和盛天品牌在国内信誉大大提高，为盛天公司在国内的市场拓展作了良好铺垫。由于主客观因素，与总公司的要求尚有相当距离。公司在总结XXXX年度工作基础上，决心围绕XXXX年度总公司目标，坚持以“内抓管理、外拓市场”的方针，并以“目标管理”方式，认真扎实地落实各项工作。

一、市场的开发：

创新求实、开拓国内市常根据去年的基础，上海公司对国内市场有了更深的了解。产品需要市场，市场更需要适合的产品(包括产品的品质、外型和相称的包装)。因此，上海公司针对国内市场的特点，专门请人给公司作销售形象设计，提高盛天公司在中国市场的统一形象。配合优质的产品，为今后更有力地提高盛天公司在中国的知名度铺好了稳定的基矗。同时，建立健全的销售网络体系，使盛天开拓中国市场奠定了销售分点。

二、年度目标：

1、全年实现销售收入xx万元，利润：xx万元。

2、盛天产品在(同行业)国内市场占有率大于xx%。

3、各项管理费用同步下降xx%。

4、设立产品开发部，在总公司的指导下，完成下达的开发任务。

5、积极配合总公司做好上海盛天开发区的相关事宜及交办的其他事宜。

三、实施要求：

销售市场的细化、规范化有利操作。根据销售总目标xx万，分区域下指标，责任明确，落实到人，绩效挂钩。

1、划分销售区域。全国分xx区域，每个区域下达指标，用考核的方式与实绩挂钩，奖罚分明。

2、依照销售网络的布局，要求大力推行代理商制，争取年内开辟xx个省级城市的销售代理商。

3、销售费用、差旅费实行销售承包责任制。

4、设立开发产品研发部，力争上半年在引进技术开发人员xx人的基础上，下半年初步形成新品开发能力，完成总公司下达的任务计划数。

5、加强内部管理，提高经济效益：

①财务销售成本：核算是国内市场的关键。进、销、存要清晰，月度要有报表反映，季度要有考核，力争销售年度达标xx万，成本下降xx%。

②人力资源管理：根据总公司要求，结合上海公司工作实际配置各岗相应人员。用科学激励机制考核，人尽其才，爱岗兢业，每位员工以实绩体现个人价值。

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总公司工作要点，结合公司实际，在XXXX年度中承担应负的责任，为总公司的战略目标实现作出应有的贡献。

**年度工作计划销售部部长24**

在过去的工作中，有成功的，也有失败的，有做好的，也有做的不好的，不管怎么说都成为历史。现在接到一个新产品，我的口号是：不为失败找借口，只为成功找方法。我的季度个人销售工作计划具体做法是：多跑多听多总结，多思多悟多解决，勤动脑，勤拜访，必须做到：“铜头铁嘴橡皮肚子飞毛腿”。做一名刚强的业务员。

>一，市场SWOT分析

(1)，优势：企业规模大资金雄厚，价格低，产品质量有保证。

(2)，劣势：产品正在导入期，各方面还不成熟，客户不稳定，条件有限(没有自己的物流配送)。

总之老品牌占山为王，市场，客户稳定。要想在这片成熟，竞争非常激烈的无烟战场上打出一片天地。我们必须比别人付出10倍的艰辛。

>二，产品需求分析

1，童车制造业：主要是：儿童车儿童床类。

2，休闲用品公司：主要是：帐篷吊床吊椅休闲桌等。

3，家具产业：主要是：五金类家具。

4，体育健身业：主要是：单双杠脚踏车等。

5，金属制造业：主要是：栅栏、护栏，学生床等。

6，造船业等等。

1,以开发客户为主，调研客户信息为辅，两者结合，共同开拓钢管市常

2,对老客户和固定客户，要经常保持联系，勤拜访，多和客户沟通，稳定与客户的关系。对于重点客户作重点对待。

3,在拥有老客户的同时，对开发新客户，找出潜在的客户。

4,加强业务和专业知识的学习，在和客户交流时，多听少说，准确掌握客户对产品的需求和要求，提出合理化建议方案。

5,多了解客户信息，对于重点客户建立档案，对于潜在客户要多跟近。

6,掌握客户类型，采用不同的销售模式，完善自己和创新意志相结合，分层总结。

>四，对自己工作要求如下：

1,做到一周一小结，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,见客户之前要多了解客户的状态和需求，再做好准备工作。

3,对所有的客户工作态度要端正，给客户一个好的印象，为公司树立形象。

4,客户遇到问题，不能直之不理，一定要尽全力帮助他们解决。把我们的客服带给客户让他们感到我们公司温暖。买者省心，用者放心。

5,要有健康的体魄，乐观的心情，积极的态度。对同事友好，对公司忠诚。

6,要和同事多沟通，业务多交流，多探讨。才能不断增强业务的技能和水准。

7,到十一月份，要有两至三个稳定的客户。保证钢管的业务量。

8,十月份是个非常严峻的时期，业务刚刚开始，市场刚刚启动，对市场中的客户还不太了解。希望争取拿到一至二个定单。

9,在年最后一月中要增加一至两个客户，还要有三个至四个潜在客户。为下年打下坚实的基矗

>五.在以后的销售工作中采用：“重点式”和“深度式”销售相结合。采用“顾问式”销售和“电话式”销售相结合。

**年度工作计划销售部部长25**

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。

**年度工作计划销售部部长26**

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。

**年度工作计划销售部部长27**

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。

**年度工作计划销售部部长28**

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20xx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20xx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20xx年新的\"挑战。

根据公司精神，对新的一年的营销工作提出了新的更高的要求。公司给售楼部门下达了销售目标，为认真落实公司关于年度的营销工作会议精神，售楼部门在新的一年里决定从以下几方面开展工作，争取超额完成全年销售收入xx亿元，实现利润xx亿元。

**年度工作计划销售部部长29**

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。

**年度工作计划销售部部长30**

今年是我行的开局之年，在行领导的关心支持下，市场营销部制定了周密的工作计划和工作措施，坚决贯彻相关工作会议所制定的工作思路，确保开好局，起好步。开业来全部干部职工团结一心，奋力拼搏，取得了不错的成果。

一、主要业务经营指标完成情况

今年是我行成立第一年，也是打基础的一年，各项业务平稳、健康开展，呈现出良好的发展态势。

(一)我部各项存款稳定增长。

到年末，全部门各项人民币存款余额万元。个人储蓄和对公存款增加将成为我部存款增长的一个重要来源。

(二)贷款规模增加，结构不断优化。

年末，贷款业务合计12笔，各项贷款余额5855万元，主要增投于优良客户和中小企业流动资金贷款等低风险贷款;如、种禽场、等项目;其中个人优质客户贷款2笔，企业流动资金贷款10笔，收息水平较好。

二、主要工作措施和成功经验

(一)细分市场，准确定位，抓住重点，积极营销。

20\_\_年，我部主要针对个人优质客户和中小企业开展金融服务。明确了目标定位后，部门员工积极开展工作，全方位拓展市场。突出竞争优势，以优质的服务吸引客户，争取在服务的深度和广度上优于他行。

(二)坚持品种创新和服务创新，多方位发展业务。抓好储蓄存款攻坚战，以争取有价值的私人客户为重点，大力营销储蓄业务。

一是开展规范化服务，提高服务水平，为储户提供标准化的服务。

二是加大营销范围，全部动员，针对周边的商户、住户和老客户，有效地吸收储蓄资金。

三是加大宣传力度，借走进社区活动为契机，开展“反\*知识讲座”，以业务宣传为媒介，走进社区的每一个角落，加大我行对社区业务市场的渗透力度，宣传了我行的业务，提高了我行的社会知名度。

(三)加大贷款营销力度，扩大贷款规模，不断优化信贷结构。

为增强长期发展潜力，我们从开始就非常重视加快贷款营销工作，积极争取扩大贷款规模，带动对公存款业务和结算业务。

优良客户的贷款营销，针对优质客户，主动营销贷款。目前已完成两笔个人优质客户贷款。加大中小企业贷款的营销，如，等项目。积极与担保公司合作，通过引入担保公司，降低信贷管理风险。

(四)恪守规章制度，认真履行岗位职责，强化管理，全面提高信贷资产管理水平。

我部客户经理都能严格按照行规定进行贷前检查，积极配合信贷管理部进行贷后管理检查等各项工作，努力确保我行信贷资产的安全性、流动性和效益性。

三、工作中存在的问题和困难

(一)从客观环境上讲，由于我们银行刚成立，还存在业务手段单一，社会认知度偏低等问题，对营销工作造成一定影响。

(二)从经营业绩中看，人民币存款长期在相对低水平徘徊，作为银行的营销部门，没有达到业务尖兵的要求，需要加以重视并改进。

(三)从主观努力上看，我们还存在许多不足。

员工的积极性没有很好发挥出来。有些员工对工作关注和热心程度不够。对待工作存在先松后紧现象，导致我们工作上的被动。在工作中没有一种深入研究的精神遇到困难或问题的时候没有深入去思考，工作方式方法不足。服务水平竞争力不足，未有明显质的提高，与我行当前的高速发展不相适应。营销效果不明显，应该加大营销力度和精度，确保效益的稳定快速增长。

四、今后工作打算

(一)加强部门员工的学习，提高员工自身综合素质。

(二)严格恪守规章制度，认真履行岗位职责。

(三)在做好信贷业务的同时，重视信贷风险，积极配合信管部门工作，确保信贷资产安全性。

(四)加强团队建设，确保工作协调、统一、高效的进行。

(五)深化营销意识、积极开拓市场，尽全力使我行存款业务有快速增长。

以上问题将是市场营销部以后工作完善和改进的重点，今后，我们将严格加强管理，加大营销力度，高标准严要求，在行领导的正确指导下不断改进，不断提高，努力做好各项

**年度工作计划销售部部长31**

每个大区、办事处、销售员均应十分明确的选定所辖销售区域内，县、区、镇或特定人群（10个以上关系较好的老板组成的群体）的前三位的重点市场，并制定相应的销售目标以及开拓方案。公司期望在年底前在各地区均构成分级的“三足鼎立”的市场格局，以确保销售的持续增长。

针对每一个重点市场，应构建以当地的主要竞争对手的大用户或代言人，当地的老用户，修理厂、配件店为主的“三足鼎立”的市场支持体系（即渠道），为此也应选定相应的开发对象及制定开发方案、确定销售目标。

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！