

2023年工作计划格式及销售行业 销售管理制度(优秀10篇)

在现实生活中，我们常常会面临各种变化和不确定性。计划可以帮助我们应对这些变化和不确定性，使我们能够更好地适应环境和情况的变化。计划可以帮助我们明确目标，分析现状，确定行动步骤，并制定相应的时间表和资源分配。下面是小编整理的个人今后的计划范文，欢迎阅读分享，希望对大家有所帮助。

工作计划格式及销售行业 销售管理制度篇一

第一条 依据。本公司销售业务的事务处理须依照本规定进行。

第二条 目的。本规定的目的在于明确销售活动中事务处理的基准及手续，使其经营得以合理进行。

第三条 管辖。销售业务则应属于销售副总经理的经管领域。

1. 处理销售方面的事项；
2. 从定价、报价到货款回收为止的一切与销售有关实务；
3. 因销售而发生的会计记账事务；
4. 代理店与特许经营店的管理；
5. 广告、宣传业务；
6. 开发。

第五条 销售计划的立案。销售计划在策立之前，应先就一

般经济行情的预测和过去的销售实绩的分析、市场调查资料等，拿来与工厂的设备及生产状况做一对照后再立案。

第六条 定价。定价时除对工厂的成本进行调查外，还须参酌其他同业公司及市场行情，力求确实、妥切。

第七条 受理订货的合同。受理订货的合同，原则上以文书方式，双方互相交换，如此才能使与顾客订立的契约内容确实。

第八条 严格遵守交货日期。务必严格遵守交货的日期。为达此目的，要不断与顾客、生产部门和技术部门保持密切联系，这样才能使设计迅速确定。

第九条 货款的回收。务必设法使产品销售后的货款顺利回收。因此，除了需尽快采取请款手续外，在货款收讫之前，必须经常留心其发展。

第十条 统一整理方式。账簿的记载、传票资料的发出及整理，须以互相牵制为根本，在整理方式上必须求其统一与合理化。

第十一条 代理店与特许经营店的设置。代理店及特许经营店的设置通常应符合公司远期规划的要求，以销售产品为主，获取市场信息为辅。

第十二条 广告、宣传。广告、宣传的目的在于提高公司商誉及产品的知名度，以此唤起需求，帮助销售计划的推行与完成。在实施广告或宣传时，必须依据统一的计划，重点实施，使经费能够最有效的运用。

第十三条 产品开发。开发新产品时需使顾客认识新产品，并唤起他们的需求，才能扩大销售管道。另外，对于改良意见须加以统一，对于未来的品项也须进行研究，如此才能巩

固销售的根基。

第十四条 销售部门的定义。在本规定中，销售部门是指国内贸易部（及其下属的华东部、华南部、西北部和华北部四个分部）和国际贸易部（及其下属的欧洲部、美洲部、亚洲部和非洲部四个分部）。

第十五条 销售计划的制定。销售副总经理需依据本规定第五条的内容，与相关部门进行联络、协议制定销售计划。

第十六条 定期计划表。销售计划中需定期制定者包括：半年度的订货受理及销售额计划表，各月份长期销售额计划表、半年度的进款计划表及各月份的进款计划表。

1. 半年度订货受理计划及销售额计划表须于每年的1月及7月，依月份及品项种类记载下一年度的订货受理及销售额的预估。
2. 月份长期销售额计划表内容依照出货月份、产品种类，记载每6个月期间的销售预定额。
3. 半年度收款计划表须于每年的1月及7月，依照月份、客户分别记入下年度的进款预定额。
4. 各月份进款计划表须于每月初将各销售部门及各户别的当月进款预估额记入表中。

第十七条 资料的提出。部门经理应将上述各项计划的资料及计划表按时提交给销售副总经理。

第十八条 资料的调查分析。销售部门为制定第十六条中的各项计划，应收集过去的销售实绩、市场动向及其他资料，进行调查与分析。

第十九条 举行会议。销售副总经理应定期召集销售部门经

理，举行年度、半年度订货受理会议、月份销售会议及每月收款会议，借由讨论来制定销售计划。

1. 半年度订货受理会议 于每年的1月及7月上旬召开，会议目的在于审议下年度的订货受理计划的方案。
2. 月份销售会议 于每月上旬举行，目的在于审议销售计划的妥当性。
3. 每月进款会议 于每月上旬举行，目的在于制定每月的收款计划，并进行审议。

第二十条 预估生产的处理。依据销售计划，如有必要进行预估生产的准备时，销售经理室须发出生产准备委托书，经由销售副总经理的裁决后，送交生产部。

第二十一条 情报的获得、报告。销售部门经理必须依照规定的要领，不断的掌握市场动向，其他同业公司的估价状况及自己的订单接获情况，适时地向销售副总经理报告。

第二十二条 信用调查。销售部门必须不断努力掌握顾客的信用状况。尤其是对于首次交易的对象应特别慎重，如交易涉及重大的应请示销售副总经理的裁决而后行事。

第二十三条 收集、整理各项资料。销售经理室必须不断收集产品价格表、库存品一览表及其他定价、报价、受理订货时的必要资料，设法使其完备，帮助销售部门的销售活动得以顺利进行。

第二十四条 报价。报价分为标准产品的报价与特定产品的报价二种：

1. 标准产品的报价是指产品价格表中所列出本公司的标准规格商品的报价。

2. 特定商品的报价是指产品价格表中未列出价格或标准规格品以外的商品的报价。

石英塑胶地板的基价（包括标准厚度、规定颜色的产品和非标准厚度、色卡以外颜色的产品）由销售副总经理提报总经理或董事长裁决。对于长期客户、进货量大的客户，如报价与基价有显著差异或交易条件特殊、对日后销售有重大影响者，应由部门经理请示上级裁示后行事。

1. 产品报价在基价下浮15%-20%的售价，由董事长裁决。

2. 产品报价在基价下浮10%-15%的售价，由销售副总经理裁决。

3. 产品报价在基价下浮5%-10%的售价，由销售部门经理裁决。

第二十六条 如果客户没有特别指定，通常以本公司所指定的报价表来进行报价。

第二十七条 规格（厚度和颜色）设计。设计说明书必须以基价为基准，进行测算，并促请尽快决定。设计说明书原则上须向技术部门和生产部门预审。

1. 在销售合同号码上冠以英文字母，以表示产品销售的国家或地区。原则上需依照销售合同来进行。如果是依照订货书的话，原则上须填写订货书来代替销售合同。

2. 前项销售合同文本的交换发生困难时，也务必设法取得足以证明的文书。

3. 销售合同若由顾客一方做成，则须注意对其记载的内容是否与本公司所提的报价内容相符，并做好详细的检核工作。若销售合同文本由本公司负责制作，由须依照另外所规定的文本格式为标准。

4. 销售合同文本一概由销售部门负责保管。因此，销售部门必须备有合同登记簿，将规定的内容记入其中。

第二十九条 销售编号的使用区分。销售编号的使用区分，则另行规定。

1. 销售部门须及时发出订货的出货传票，并依照规定的顺序送交各关系部门。订货的出货传票，在必要时尚须附上订货明细表、订货说明、包装细节等。

2. 出货传票的记载事项如有变更，应重新发出订正后的出货传票。

第三十一条 出货计划的控制、管理。销售部门出货计划的控制、管理工作，应由销售经理室来负责。

1. 销售部门在每月月底经由销售经理室发出，由技术部、生产部执收下个月的出货预定表，根据此表，销售部门始可开始着手准备出货、质量检测及货款回收等等相关事宜。

2. 如有质量检测的必要时，销售部门应填写质量检测委托单，委托技术部门进行。

第三十三条 不良品的退换等。关于不良品的退换及免收费的交货品等，遵照另行规定来进行。

1. 当交货完毕时，销售部门须连同出库单及其他必要资料，寄出请款单，交由销售经理室依规定盖章后，提交给客户。

2. 销售经理室在收到前项的请款单时，应将内容与订货单做成查核档案后，登录请款登记簿中，然后送交销售部门经理认可盖章后，回复给销售部门。

3. 如顾客没有特别指定时，请款单则以本公司所规定的格式

为准。销售部门应准备好请款单的登记簿，详实记录。

4. 当顾客汇款进来时，销售部门应填写传票，将款项登录进款通知簿后，交给财务部。

5. 财务部为证明已确实收受进款时，应在进款通知簿的收款栏中盖上负责人员的印章，然后送交销售部门。

1. 收据表格由销售部门负责制表。

2. 收据证明(副本)一律由销售部门负责保管整理收据分为一式三份□a为收据证明正本□b为顾客付款证明□c为备查副本。

3. 销售人员如果为了收款而须带着收据前往客户处时，须先在c联上盖章前往。

4. 若因特别情况需要，在收款时必须先交付客户临时的收据时，事后须迅速以正式收据换回临时收据。

第三十七条 贷款的催讨。如果贷款的回收发生延迟时，销售部门应根据公司规定的方式，发出催促单，催请客户缴付货款。如果贷款的回收拖延过久，在不得已情况下有时必须采取法律途径来催款。但这种情况，销售部门应事先照另外的规定，取得债务的确认书。

第三十八条 倒债的处理。客户若因破产或其他因素以至货款回收无望时，此部分的未收款项应视为损失来处理。在这种情况下，除非有特别规定，否则应事前提出并请示裁决。损失处理的相关事务由财务部负责办理。

第三十九条 账簿的登记。账簿的登记一律以传票为依据。

第四十条 传票的种类。传票种类可分为下列三种传票：

1. 订货的销货传票。
2. 订货的销货修正传票。
3. 应收账款传票。

第四十一条 订货的销货传票。订货的销货传票，除了应将订货的内容通知技术部门、生产部门外，并得委托技术部门、生产部门着手进行作业及出货外，一方面也可作为与各相关部门联络、交接记录及各项统计的资料。

第四十二条 订货的销货修正传票。订货的销货修正传票则以出货传票的记载内容发生变更时的修正，及订货预估金额确定时的通知传票。

第四十三条 应收账款传票。销售部门在收受货款时，根据应收账款传票将收款的明细记录下来，另外，销售部门也根据本单将收款手续及收款额记入相关账簿中。

第四十四条 账簿的种类。账簿分为下列三种：

1. 订货账本及订货补助簿。
2. 应收款账本及赊欠补助簿。
3. 收款账本及收款补助簿(收款通知簿)。账本、补助簿分别由财务部及销售部门负责记账、保管。

第四十五条 订货账本。订货账本及补助簿是依照销售编号顺序，记载从受理订货到货款回收为止的一切交易经过。

第四十六条 应收款账本。应收款账本及补助簿是为了确定客户间目前的赊欠款所填而设定的，从销货开始到收款为止的过程都须记入账本中。

第四十七条 收款账本。收款账本及补助簿则是依照销售编号，记载销售额的收账明细，销售部门与财务部之间同时利用它来通知，回复收款的情况。

第四十八条 各种账本。各种账本应于每月月底做好对照查核之工作，并由销售副总经理负责审核。

第四十九条 统计及各项调查报告。销售部门应制作下列统计及调查报告，并作为销售业务的经营资料。其中，必须定期制作的，包括收款日报、销售月报及销售年报。

1. 收款日报必须每天制作，并依照销售部门类别及收款种类(现金、支票、人民币、外汇等)记载前一天的收款实绩。
2. 销售月报应于每月上旬制作，记载内容包括订货、出货及上个月的收款实绩、本月份预定收款及订货、赊欠、订金、佣金、各项应收账款额明细等。
3. 销售年报于每年1月制作，记载内容包括各销售部门、专卖店、特许经营店各商品上一年度的订货受理、出货及收款实绩等。

第五十条 代理合同。本公司产品销售代理合同(本公司为甲方、代理方为乙方)分为结算价格合同及销售手续费(佣金)合同，但以前者结算价格合同为主。

1. 所谓买断价格合同是指乙方从甲方买进产品，然后以乙方销售渠道销售给顾客的合同。
2. 所谓销售手续费(佣金)合同是指乙方作为甲方的代理人，直接销货给顾客的合同。

第五十一条 代理店的报酬。以结算价格合同为基础的代理店报酬，则按结算价格与销售价格之间的差额为基准；以手

续费用（佣金）为基础的代理店报酬，则依据代理合同书中所规定的手续费（佣金）为基准。

第五十二条 代理保证金。签订代理合同时，代理店应缴纳不低于10万元的代理保证金。

第五十三条 在选定代理店时，须就其代理店的经营、营业状况、店主的经历、性格、手腕、信用程度、资产及从业人员的状况等做彻底的调查。对于以第一次缔结代理店的合同为对象时，通常须以经历一年以上的特须经营店合同的资格。

第五十四条 特许经营店。新缔结特许经营店合同者，原则上仍列为特须经营店。

第五十五条 特约经营店合同。关于特约经营店的合同可依照代理店的相关规定进行。但可免除代理保证金一项。

1. 依照本公司的销售计划，利用标准售价来达成销售额。
2. 设法使货款回收顺利，并依照规定的付款条件来执行。
3. 调查市场状况，在设定委托地区时须设法避免疏漏，同时须不断地提供信息给本公司。
4. 维持各店的健全经营。

第五十七条 会议的召开。每年举行一次代理店、特许经营店会议，使各店管理得以顺利进行。

第五十八条 代理店合同的更新。代理合同到期，须重新更换代理店的合同时，应就第五十四条、五十七条的内容及其他情况加以检查，并以此做为更新合同的资料参考。有时可依上述情况更改代理店合同内容或解约。

第五十九条 合同书的保管。代理店、特许经营店的合同

书(正本)由销售经理室负责保管。

第六十条 各种账簿的管理。关于各种账簿及传票资料的保存、废弃，一切皆以本公司的有关规定进行。

第六十一条 报价、合同、交货等。对客户的报价、合同、交货、货款申请单及收据等资料，原则上以销售部门及销售部门经理的名义存档。但专卖店、特许经营店等方面，只要是在事前经销售副总经理的认可范围内，可以专卖店、特许经营店负责人的名义存档。

工作计划格式及销售行业 销售管理制度篇二

第1条 为明确销售合同的审批权限，规范销售合同的管理，规避合同协议风险，特制定本制度。

第2条 本制度根据《中华人民共和国合同法》及其相关法律法规的规定，结合本企业的实际情况制定，适用于企业各销售部、业务部门、各子公司及分支机构的销售合同审批及订立行为。

第3条 企业销售合同采用统一的标准格式和条款，由企业销售部经理会同法律顾问共同拟定。

第4条 企业销售格式合同应至少包括但不限于以下内容。

1. 供需双方全称、签约时间和地点。
2. 产品名称、单价、数量和金额。
3. 运输方式、运费承担、交货期限、交货地点及验收方法应具体、明确。
4. 付款方式及付款期限。

5. 免除责任及限制责任条款
6. 违约责任及赔偿条款。
7. 具体谈判业务时的可选择条款。
8. 合同双方盖章生效等。

第5条 企业销售格式合同须经企业管理高层审核批准后统一印制。

第6条 销售业务员与客户进行销售谈判时，根据实际需要可对格式合同部分条款作出权限范围内的修改，但应报销售部经理审批。

第7条 销售业务员应在权限范围内与客户订立销售合同，超出权限范围的，应报销售经理、营销总监、总裁等具有审批权限的责任人签字后，方可与客户订立销售合同。

第8条 销售合同订立后，由销售部将合同正本交档案室存档，副本送交财务部等相关部门。

第9条 合同履行过程中，因缺货或客户的特殊要求等，销售部或客户提出变更合同申请，由双方共同协商变更，重大合同款项应经总裁审核后方可变更。

第10条 根据合同规定的解除条件、产品销售的实际和客户的要求，销售部与客户协商解除合同。

第11条 变更、解除合同的手续，应按订立合同时规定的审批权限和程序执行，在达成变更、解除协议后，须报公证机关重新公证。

第12条 销售合同的变更、解除一律采用书面形式(包括当事人双方的信件、函电、电传等)，口头形式一律无效。

第13条 企业法律顾问负责指导销售部办理因合同变更和解除而涉及的违约赔偿事宜。

第14条 空白合同由档案管理人员保管，并设置合同文本签收记录。

第15条 销售部业务员领用时需填写合同编码并签名确认，签订生效的合同原件必须齐备并存档。

第16条 销售业务员因书写有误或其他原因造成合同作废的，必须保留原件交还合同管理档案人员。

第17条 合同档案管理人员负责保管合同文本的签收记录，合同分批履行的情况记录，变更、解除合同的协议等。

第18条 销售合同按年、按区域装订成册，保存××年以作备查。

第19条 销售合同保存××年以上的，合同档案管理人员应将其中未收款或有欠款单位的合同清理另册保管，已收款合同报销售经理批准后作销毁处理。

第21条 本制度自颁布之日起生效。

工作计划格式及销售行业 销售管理制度篇三

一、订货整理

第一条 当接受的订货已确定，必须将客户的订单及公司内的生产委托做成四份，一份当做副本备用，其他三份各自交给工务科、常务董事、经管（财务）部。内容包括品名、数量、单价、所需日程、交货日期、交货地点、包装及运送方法等等。

第二条 营业部已确定所有的订货时，应将接受订货的要项记入订货单里，记录项目包括生产委托、进行、检查、交货及其他经过等等。

第三条 营业部将生产委托单交给工厂部门时，应要求工厂也做好生产工程的工作准备表，并提交一份给营业部。

第四条 采购科应随时调查原料及材料的进厂情况，并与采购的厂商进行交涉，做好材料进厂的预定表，交给工务科及销售部门。

第五条 采购科应针对生产委托单及库存表进行检查，并与采购的厂商进行交涉，做好材料进厂的预定表，交给工务科及销售部门。

二、通知书信

第一条 对于交易上的通知，应在一日内迅速发文回复。

第二条 交易上的回复书信等，原则上应以印刷或誊写为主，内记各项要项，寄送给交易客户。

第三条 已决定接受订货的交易资料，应依照客户分类记入编号，整理为已交货及未交货之类。

三、交货、检查、配送

第一条 对于已接受订单的工程，工务科应做好相关的生产日报，使工程的进行程序得以明确，并应于适当的机会，通知给发出订单的客户知道。

第二条 当生产接近完成时，应与工务科协议，选择指定交货日前的适当日，通知交货对象。如交货有迟延之虑时，也应事先通知对方，求得其谅解。

第三条 在进行产品的检查时，应将结果做成测试成绩表等等的相关资料。

第四条 产品的发送是依据出货传票来进行的，另外，每次发送货品时，应将其要项记入发送登记簿中。

第一条 在缴交预先产品时，应将交货单的副本交给会计科。会计科再将这些资料记入销售账中。

第二条 如已经从客户处收取订金或预付金时，应将此内容也记入销售账中。

第三条 财会部门于每月的25日，依据销售账的资料算出每位客户的未付款项明细表（包括前月余额、本月销售额、应收账款），送交营业经理。

第四条 营业经理可命令各负责人员在应付款项明细表的收款栏中记入预付金，经过调查后，再决定营业部的收款预定额，然后呈报常务董事签核。

第五条 常务董事应先查阅营业部所呈的收款预定表，如有必要征求经营经理的意见，则由营业经理做说明后，裁定收款的预定计划。

第六条 收款业务原则是由营业部门负责，但有时也可委托经营(财会)部门的人员去进行。

第七条 有关款项的催收是由销售科负责督促，销售科必须把相关资料记入收款预定表中。

五、客户管理

第一条 对于客户管理，则应依其分类，决定例行月份的拜访及预定次数。另外，在开拓新客户方面，应设定每月的开拓

预定数，进行有计划的业务拓展活动。

第二条 在接获定单时，要特别留意这些方面的首要、次要等工作，尽快设法交涉联系，使业务能迅速进行。

第三条 对于旧客户及新客户的订货及估价，须迅速、秘密地探听清楚，尽早做好交涉工作。

第四条 对于同行业者的预估内容及出货实绩须经常探究、调查，借此总结自己在接受订货方面难易。另外，也可依此发觉自己在预估上的疏漏原因，借此修正生产技术及营业方面的缺陷。

第五条 营业部门应就各方面的下列情况，进行广泛的调查，使各项销售活动的资料完备，并将资料交给相关人员阅览。如
(1) 经济杂志及其调查。(2) 经济日报的剪贴整理。(3) 工程新闻的记录等。

(1) 资产、负债及损益。(2) 产品的种类项目、人员、设备、能力。

客户与交易情况。(6) 电话、往来银行、代表者、负责人员。
(7) 公司内部下单手续的过程。(8) 付款的手续过程。(9) 行业的景气状况。(10) 组织薪资、人员。

第七条 经常与旧客户保持密切的联系，探寻订货情况及其公司的需求，并设法延揽交易。关于以上各项，可于必要时召开研究会或联谊会，以促进其成。

第八条 旧客户的经营者或主要负责干部有庆吊之时，应以适当的赠礼表达敬意。

第九条 在与对方进行交易磋商时，如需一起用餐，提供茶点、香烟时，应适时提供，尤其是外出餐厅的用餐预算，应取得

常务董事的认可。

第十条 交易成立时，如需提供谢礼或礼金给斡旋者或相关人员时，应事先取得常务董事的认可。

第十一条 在拓展重要工种交易时，应与相关人员相互协议对策，制定方针计划，同时需邀请与此有关的对象，设法开拓以前尚未成交的新交易。第十二条 在拓展交易时可经由旧客户之手来进行。即委托旧客户从中斡旋及根据过去彼此之间的交易，设法开拓目前尚未成立的新交易。第十三条 在进行估价时，应尽快调查情况与事前交涉，有恒心且周密地研究出估价方法，以利进行双向磋商。

六、广告、宣传

第一条 在做广告时可利用下列各种方法：

登的要闻。

第二条 在实施前项所列广告时，应于各年度终了前，制定明年的计划来执行。但营业介绍、目录及产品照片则随时视情况必要时制作。

第三条 营业的内容包括公司的机构、设备、能力、技术、信用、生产额、营业产品的种类等等。

第四条 较详细的目录寄发给大公司、批发商、代理店、较简单的目录则寄发给交易较多的客户或潜在的客户。如果有交易意愿者希望能够得到目录时，除了目录之外，应另附公司的计划介绍寄送给对方。

第五条 如利用新闻、杂志媒体者，可将广告刊登于各大报或相关业界的杂志。

第六条 广告信函或问候卡要事先以标准文体印刷好，随时或有计划性地送寄给潜在客户或以往的客户。

第七条 对于有必要对外广泛宣传的特殊产品或工程，应与经济新闻、业界杂志等的记者联络，将之刊登于世。至于其谢礼则另做考虑。

七、书信的制作及资料整理

第一条 营业书信资料通常包括下列六项：

(1) 书信、电报（发文、订单），(2) 估价单、订购单、请购单、规格明细单，(3) 交货单，(4) 请款单，(5) 收据，(6) 备忘记录。

第二条 交易上的发文资料，原则上都须复印并制成副本保存。另外，发文资料上盖契印或负责人的印章。

第三条 所有的书信资料，都应编列收受号码，并记入受信簿中，盖上收受日期印章。

第四条 处理中的文件，应依照下列方式加以分类、归档：

(1) 估价文件资料——将交易客户与自己公司方面的估价资料，依照发生的顺序，归类或存档。

(2) 订购资料——依照顺序将契约书、请购单归档。

(3) 有档资料。

第五条 参考方面的资料，可按下列分类方式加以整理：

(1) 市场资料，(2) 成本计算，(3) 同业的目录，(4) 交易资料。

八、报告及会议

第一条 营业部必须将每日的活动及业务处理状况记入日报表，经由科长、经理向总经理提出。

第二条 销售科应根据每月及上个月订单量、转拨余额、本月接受订货的总额、本月的交货额、生产额、未收款项余额、各项接受订货的产品内容等等制作成月报表，并经由经理审核后转呈报告给总经理。

第三条 每月或每月月初，营业部与工厂方面，应召集经理、厂长、科长及其他负责人员举行生产、销售联络会议。

一、总则：为了提高本公司经营运作，加强产品市场的开发及维护，公司决定确立经济责任制，采用重管重制政策，完善各种规章制度，加强各种业务管理公司营销策略，采取设立经销点的经销制，同时为加强经销网络的维护，致力开发符合条件的经销商及包干制业务，应定期走访各经销点，每月对所有经销商的业绩审评，对销售业绩突出者予以奖励，并随时做好所有客户的销前、后服务工作。

二、岗位职责：2.1销售副总：

a.负责总公司各项销售政策的实施及各项制度的执行□b.组织并参与市场调查和预测，及时反馈市场信息和客户要求□c.会同销售部经理制定和完善销售承包责任制，制定年销售计划，各时期营销策略□d.对营销网络的维护建立，并将信息及时反馈至公司总经理□e.负责资金回笼工作，主持解决所有经济合同的纠纷事务□f.会同分公司总经理，技术部主管制订订货排产计划。

2.2销售部□a.负责企业产品的销售、售后服务工作□b.严格依销售制度及第十二条款之合同管理规定，贯彻并执行□c.负责编制“销售合同”，“工矿合同”“订货排产情况汇总

表”□d.负责对驻外各经销点监督、检查、反馈工作。并对其经营负责□e.制订本部门的管理制度，岗位责任制，操作程序文件，并负责落实与考核□f.负责资金回笼工作□g.负责联系储运业务□h.负责本部门的业务培训工作。

2.3 销售部经理岗位职责□a.负责企业产品的销售、售后服务工作□b.严格依销售制度及第十二条款之合同管理规定，贯彻并执行□c.负责编制《销售合同》，《工矿合同》、《订货排产情况汇总表》□d.负责对驻外各经销点监督、检查、反馈工作，并对其经营负责□e.制订本部门的管理制度，岗位责任制，操作程序文件，并负责落实与考核□f.负责资金回笼工作□g.负责联系储运业务□h.负责本部门的业务培训工作。

3. 1、接听电话：

凡有客户来电首先应答：“您好，公司”然后应耐心解答客户问题，产品价格应以公司统一规定报价。如为外地经销商，应记住对方联系电话、地址，需要时请销售经理接听并做电话记录。讲完后应说：“谢谢！欢迎您随时到本公司来，再见！”等礼貌用语。

第一篇企业文化

第一章经营理念

让客户满意让公司盈利让员工发财

第二章公司精神

团结务实创新专业

第三章公司宗旨

不求广但求精竭诚的服务好每个客户

第四章员工行为规范

总则

为培养员工综合素质，树立公司良好的形象，特制定本规范。

二、组织行为

- 1、遵守国家政策、法律、法规，维护社会公德
- 2、遵守公司各项规章制度
- 5、维护公司利益、公众利益、见义勇为、为人表率

三、廉洁行为

- 1、在业务范围内，要坚持合法、正当的职业道德。
- 2、不得挪用公款，不得利用职务之便为亲友和任何人谋取私利。
- 3、在业务往来中，相关单位（客户）酬谢的礼品（佣金），应上缴公司。

四、保密行为

- 1、必须妥善保管公司机密文件及内部资料，不得擅自复印，未经特许，不得带出公司。
- 2、机密文件和资料无需保留时，要及时粉碎销毁。
- 3、员工未经公司授权或批准，不准对外提供标有密级的公司文件及如下信息：市场销售、财务状况、技术情况、设备运

营状况、人力管理、法律事务、领导决定，并且不得将这些信息设置为共享文件。

4、严禁携带违禁品、危险品进入公司办公区及机房；严禁任何人以任何理由带领外来人员进入公司财务室、人力资源档案室、技术资料室等公司重地。

五、交际行为

1、仪表整洁，举止端庄，谈吐得体，行为检点。

2、工作时间着正式服装、不得穿背心、不许穿短裤短裙。男士不行留长发，女士不得浓妆艳抹。庄重场合，男士穿西服，女士着职业装。

3、办公场所不行大声喧哗吵闹，任何时候不得发表有损公司形象的言论。

第二篇组织结构

一总经理：全面管理公司工作，制定公司中长期发展战略，公司重大问题决策。

二业务经理（组长）：

1、认真贯彻和领会好公司发展战略，按照公司的经营方针和经营政策，制定与实施本小组的工作计划，规划本小组的周，月，年的宏伟目标。

2、根据各个业务人员的特长，合理安排业务人员的工作岗位，做到量材施用，发挥其潜能。

3、全面负责本小组的日常管理，每日开一次早、晚例会，早会是了解业务人员的当天计划，随时跟踪本小组业务人员的去向，晚会是了解业务人员当天的业务情况，然后大家自由

发言，如对业务的困惑，跟大家讨论，也可以谈业务的心得跟大家分享，以使大家共同提高业务素质。

4、认真审核业务人员的每天工作日志，掌握业务人员的业务进展情况，及时跟业务人员对客户进行分析、讨论，有的放矢的对客户进一步攻关，取得客户的信任。

5、当业务员取得了客户的第一手资料，要及时把握适当的时机陪同业务员去拜访客户，如果时机成熟，就要从业务员手中接过业务，进一步做好跟客户的关系，取得客户的绝对信任，为总经理做好拍板的铺垫工作。

6、做好新业务员的传帮带教工作，了解其特长，解决其业务的突破瓶颈，使其尽快进入工作的状态。

7、负责总结分析本小组的业务进展情况，及时的以书面报告的形式，上交给总经理，为公司领导决策提供参考。

9、代表公司对外联系，代表公司签订合同与盖章及对贷款的回收，以及完善的售后服务确认书。

10、审核样品领出并签字认可，审核图纸方案的设计，负责与内勤，设计的沟通。

11、做好每个业务项目成败的案例分析，从中吸取经验教训和心得，以书面的形式，上报总经理备案。

12、负责领导其他安排的事项。

三业务员：

1、严格遵守公司的各种规章制度，做到令行禁止。

2、注重自己的仪表仪容，穿戴整齐，举止得体，维护公司的形象。

- 3、熟悉公司概况、产品性能、产品介绍、产品特点、合同签订，多跟同事互相交流，取长补短，不断的提高自己的业务水平。
- 4、服从业务经理的安排，每日汇报行程及有关客户信息，填写工作日志并向业务经理详细汇报工作，并及时的把业务经理交给的任务按时完成。
- 5、积极的寻访潜在客户，力求挖掘大量的潜在客户，从中筛选出有针对适合公司的准客户，并以此作为考核依据。
- 6、积极联络跟进洽谈项目，详细了解掌握客户的前期负责人、拍板负责人资料，运用专业的销售技巧，跟客户达到良好的沟通，取得客户的信任，为促成合同的签定打好良好的基础，并以此作为考核依据。
- 7、不断的搜寻、了解同行业的信息，及时的把有效的信息反应给业务经理。
- 8、拜访客户前，充分准备好客户要求材料，如图片，简介，设计方案和报价等，并严格把关好公司的这些机密文件，做到及时回收！
- 9、领会并执行公司制定的营销方案，及时的去完成，并反馈相关信息。
- 10、协助公司安排付货及追款工作，并保持与客户长期联系，创造续单的机会。
- 11、积极参加公司的例会，完成公司交给的其它各项事务。

四设计人员：

- 1、严格遵守公司制度，维护公司形象和公司产品。

- 2、掌握、熟悉公司产品规格、性能、产品特色，了解同行业的产品信息，并要不断的提高自己的专业知识，精益求精。
- 3、负责公司的制图工作，运用专业知识，设计出独特的效果图，促进业务签单的顺利进行。
- 4、积极完成公司交予的设计工作，同业务人员进行详细的交流和沟通，准确领会客户的要求，设计方案力求做到新颖，布局合理，新潮，适应时代潮流。
- 5、如业务员要设计方案，以业务经理签字为准。如果业务经理不在，可以电话核准，然后补签。否则设计人员有权拒绝设计。
- 6、积极主动的进行标书设计以前，先会同业务人员和报价员进行详细的交流和沟通，严格按照标书上的要求，细致认真的进行设计以后，并再三审核规格，图片，数量，报价，绝对的做到无差错。
- 7、积极主动搜寻网上的最新行业信息，及时的整理和汇总成资料，交给业务经理。
- 8、严禁设计公司以为的设计方案，妥善拒绝外来公司的图纸设计要求。
- 9、负责维护微机，打印机等设备的正常运行，发现问题及时解决，微机内的各种资料，要求分清条理，以便公司查阅资料及时准确。
- 10、每天清理设计室的卫生，做到清洁，卫生，有条理。

五内勤人员：

- 1、严格遵守公司制度，严格按照总经理的指示，对公司的产

品进行报价、成本核算、落单，并对此备案，以便今后查找。

2、掌握、熟悉公司的产品性能，特色，报价，公司介绍等，搜寻和了解同行的价格资料，以及产品特色、质量、性能比，为总经理决策提供参考。

3、负责对有客户要求的业务人员询价和设计方案，先要同业务人员进行详细的沟通，了解客户的产品定位，领会客户的设计要求，以及评估客户也认同的竞争对手的底牌，对业务业务人员提出合理性的建议。

4、负责协助设计人员对标书的设计、选图，先要熟透标书上的产品要求，规格，数量，再同业务人员进行详细的沟通，了解竞争对手详细情况，进行科学的市场分析，然后汇总详细资料上报总经理，等总经理下达决策了标书的标的指示以后，再进行合理的分配产品报价，做到认真，细致，严谨，杜绝出现数量，规格，图片，总价跟单价的误差，以及严格出现没有达到标书上一切要求。

5、负责落实公司定单的下单任务，根据总经理的指示，跟厂家的联系和接洽，严格把关好定单的数量，规格，质量要求，交货期。如果其中出现什么任何问题，及时地向跟总经理汇报，以便尽早解决。

6、登记备案每次下单的厂家，以及厂家生产的数量，金额，交货期信用度，质量情况，并汇报给总经理，以便领导为今后下单提供参考。

7、负责定单的付货安排，及时的通知业务人员和安排安装人员，完善售后服务工作，并及时建档成交的客户资料。

8、负责公司的新员工招聘及相关事物处理，协助业务经理对新业务员的培训，使其尽快进入工作状态。

9、负责监督公司员工考勤，做好员工的迟到，早退，请假，旷工等记录，月末为公司财务提供员工出勤统计表，并上报总经理审核批准签字，然后交给会计备案，作为发放工资及奖金的依据。

10、负责公司的办公用品采购，做好进出帐的明细表，转交给财务人员备案，并做好申领的登记工作。

11、负责把关公司的简介，图片，资料、公司人员的名片管理和申领登记工作，以及编号领用的合同，但必须有业务经理审核并签字，转财务处存档，杜绝流失公司资源，泄露公司机密。

12、负责安排客户参观工厂的联系和协助业务人员对客户的接待，严格遵守公司制度，维护公司形象和公司产品。

13、负责电话接听，做好记录工作，并及时地转交给相关人员，如果有事外出，授权相关人员接听记录。

14、负责公司的人事档案管理，负责离职人员的资料和办公用品的收回。

15、负责领导安排的其他工作事物以及协助业务人员需要的帮助。

六会计及出纳：

会计

1、严格按照总经理的指示，负责公司的资金和财产管理，并协助内勤工作。

2、按照国家会计制度的规定、记帐、复帐、报帐做到手续完备，数字准确，帐目清楚，按期报帐。

- 3、按照经济核算原则，定期检查，分析公司财务、成本和利润的执行情况，挖掘增收节支潜力，考核资金使用效果，及时向总经理提出合理化建议，当好公司参谋。
- 4、妥善保管会计凭证、会计帐簿、会计报表和其他会计资料。
- 9、负责核算公司员工的工资，奖罚金，业务提成，呈报给总经理批示。
- 10、负责准确提供定单客户所需要的公司台头，税号，开户行，银行帐号等必需的资料，并要核对客户收到的资料的是否清晰，做到准确无误。
- 11、负责严格把关好发票的管理，在开发票前，同业务人员沟通，要再三审核发票上所需的品种，数量，规格，金额，台头，税号，地址，电话，开户行，银行帐号等资料，如有异议，要马上跟客户沟通澄清。杜绝犯低级的错误，影响公司的形象。
- 12、完成总经理或其他主管交付的其他工作。

出纳

- 2、严格执行库存现金限额，超过部分必须及时送存银行，不透支现金，不认白条抵押现金。
- 3、建立健全现金出纳各种帐目，严格审核现金收付凭证。
- 4、严格支票管理制度，编制支票使用手续，使用支票须经总经理签字后，方可生效。
- 6、配合会计做好各种帐务处理。
- 7、总经理或其他主管交付的其他工作。

七售后安装人员：

- 1、严格遵守公司制度，统一着装，训练有素，全心全意的为客户服务，维护公司形象。
- 2、接到内勤人员的安排，以主人翁的态度，用自己的专业安装技术，积极主动的去完成付货和安装任务。
- 3、严格按照合同上的交货期，数量，质量及图纸要求，将家具安装到位。
- 4、在安装过程中，尽量减少噪音，影响他人，并要时刻保持现场的保洁工作，做到井然有序，有条不紊。
- 5、在安装和搬迁的过程中，要认真，细致，严谨的维护好公司产品，减少不必要的损失。
- 6、安装工作完成以后，立即做好产品的清洁保养工作，并记录安装过程的详细情况，然后通知业务人员或内勤人员跟客户进行验收，验收合格以后，请客户在验收单上签字确认，如有异议，给业务人员或内勤人员提出合理性建议，以便决策最佳解决方案，直到客户满意为止。
- 7、当付货与售后发生冲突时，由内勤负责安排，以售后为主，售后人员没有理由拒绝，所有责任或投诉由内勤负责，售后人员协助内勤找出原因及解决办法。
- 8、应用自己专业的知识，告知客户怎样维护产品的保养，注意事项，使客户感觉公司认真，负责，专业的印象，提高公司的信誉。
- 9、对大单客户实行月品质跟踪工作，主动询问产品的使用状况，对出现的问题及时维修，服务，并用书面文字记录呈报内勤出存档。

第三篇行政管理

一、工作制度

- 1、实行每周五天，要合理的安排好每一天，周六开周末例会。
- 2、迟于上班时间为迟到，早于下班时间5分钟为早退。
- 3、未经请示4小时不到岗为旷工；
- 4、节假日或非工作日期间需要加班时，服从公司或部门的安排

二、岗位形象：

- 2、讲文明、讲道德、讲风格、抢困难、让方便；
- 3、处理业务要体现快捷、认真、严谨、高效的工作作风。
- 4、对来公司办事的客人（客户），要热情接待，谈吐大方得体，维护公司形象。

三、劳动纪律

- 1、坚守工作岗位、尽职尽责，不得擅离职守；
- 4、保守公司机密；
- 5、搞好办公区（室）卫生，保持工作环境整洁
- 7、洁身自好，不随便拿公司的财物，不随便翻看同事的资料或柜子
- 8、值班人员对于重要事项要随时向公司领导报告。

9、每周六上午全面打扫卫生。

四、考勤管理

各部门要严格要求，如实填报考勤表，每月3日前汇总上月考勤进行核查，并根据考勤管理制度扣减工资，报财务部执行。

五、会议制度：公司例会每周六召开一次，全体人员参加，总经理主持，或由业务经理轮流主持，由业务小组理汇报本周工作完成情况，以及下周工作按排计划，然后大家交流业务心得，帮忙解决业务人员碰到的障碍。

第四篇人力资源管理

第一章人事制度

1、内部选聘：从公司内部员工中选拔聘用所需人员。

2、对外招聘：对外招聘采用媒体广告、人才中介机构、大专院校、相关企事业单位等途径进行。应聘人员填写《招聘登记表》，甄选资料，确定测试人员名单；人力资源部门进行初试，初试合格者，以书面或电话通知复试；结合聘用部门对复试人员进行复试及专业测试，并做出结论性评价；复核应聘者相关证件，对应聘者进行背景调查，由权限领导进行核决。

二、试用期新进员工须经人力资源部门进行岗前培训，经培训考核合格后方可试用，试用前签订试用合同。录用员工正式上岗，进入试用期，试用期为1-3个月。在使用期内，员工不符合录用条件的，公司有权解除劳动关系，并不支付经济补偿，员工也可以在使用期内随时以书面形式通知公司解除劳动关系。

三、转正员工从人力资源部门领取转正申请单，填写《转正

申请单》，由主管上级具体签署意见并与内勤协调，由内勤呈公司总经理核准。

- 1、遵守国家的法纪法规和公司规章制度。
- 3、服从上级指挥，有不同意见应当面或书面陈述，并提出相应的措施。一经上级决定，应立即遵照执行。
- 4、准时上下班，对所负责的工作保证时效，不拖延、不积压。
- 5、上班时间不得接待私人来访，不得擅离职守。
- 6、下班后、节假日期间或有特殊、紧急需要，服从加班、值日等安排。

工作时间：实行每周五天工作日，每天工作8小时，周一至周五：早8：00---12：00工作下午13：---18工作考勤规定：公司员工上下班必须实行打卡或签到，方能出去办理各项业务，如有特殊情况，须主管领导批准，不可迟到、早退、旷工。

- 1、迟于规定时间上班为迟到。迟到一次处10元罚金。
- 2、员工于下班时间前，非因公务需要而擅自离岗，即为早退。早退一次扣发当日工资。
- 3、员工无故不到岗或请假未核准，以旷工论处。旷工一次扣发三日工资。连续旷工三日以上者，公司可视情节辞退员工，并不予结算任何工资和提成。

国家法定假：五一（三天）、十一（三天）、元旦（一天）、春节（三天）。

公休假：每周公休日加班薪资支付标准：国家法定假日按300%支付薪资；公休日加班按200%支付薪资；平日加班按150%支付薪资。员工在下列情况下可视为加班：员工在正

常工作时间和效率下，确实完不成工作任务；员工加班时间在1小时（含）以上的。员工加班应填写〈加班申请表〉，经部门主管批准后方可生效。

有下列情况之一的，加班不予补偿：

- 1、未办理相关手续，或办事效率原因未完成工作任务而加班；
- 2、员工出差加班及已给予定期固定补偿的加班。

请假管理办法：员工请假必须提前填写"请假单"，经批准后方可休假；特殊情况下，可电话或委托他人请假，但事后须补办请假手续。

假期类别：公司员工给假分为扣薪假和带薪假两大类：

1、带薪假：每周公休假、法定节日假、婚假、产假、丧假、工伤假、年休假。

2、扣薪假：事假、病假。各类休假均不含每周公休假日，如遇法定节假日顺延。

1、每周公休假：实行每周五天工作制。

2、法定节日假：指元旦、春节、国际劳动节、国庆节及其它法定节假日，按国家有关规定。

3、婚假：员工达到法定年龄结婚，给假3天；如属晚婚（男满25岁，女满23岁），给假15天；再婚者不享受晚婚待遇。

4、产假：在集团工作三年以上的女员工，符合国家计划生育政策生育时，凭证明给假90天；已婚女员工妊娠期内流产，一次给假7--30天；员工之配偶分娩，给假3天。

5、丧假（1）员工父母、配偶、子女丧亡给假5天；（2）员

工兄弟、姐妹丧亡给假2天。

6、工伤假：按劳动合同及实际情况给予。

7、年休假：年休假应在不妨碍工作之时，提前一周提出申请。公司正式员工工作1—3年（不含），每年年休假5天；工作3—6年（不含），每年年休假7天；工作6年以上，每年年休假10天。

8、事假：每次最长不超过5天，年累计不得超过10天。

9、病假：2天（含）以上病假须持市级以上医院证明，否则以事假计。

假期工资：

1、每周公休假、法定假、年休假、婚假、丧假不扣工资；

3、事假期间扣发全部工资。

请假核准权限：

1、主管级（含）以下员工请假：1—3天（含）由业务经理核准；3—5天（含）、5天以上由总经理核准。

2、业务经理级员工请假由总经理核准。

五、解聘有下列情况之一者，公司可实行解聘制度：

1、工作能力不符合岗位要求的；

2、品行不佳，不利于在公司长期发展的；

3、不能接受企业文化，不适应公司管理模式的。对中止试用的人员，提前一天予以通知，自告知之日起移交工作。

六、开除员工有下列情形之一的，公司将予以辞退：

- 1、员工不能胜任其岗位工作者；
- 2、员工有严重违纪行为者。公司辞退员工应于三日前告知员工，并于当日进行工作交接。
- 3、无正当理由者，连续旷工三日以上者。
- 4、严重违反劳动纪律和公司规章制度的。
- 5、严重失职的，营私舞弊的，对公司声誉和利益造成重大损害的。

七、离职员工离职应提前15日向公司提出书面申请，经公司主管领导批准后方可离职。员工离职时应移交手续包括：工作移交、财务移交和办公用品移交等并填写《员工离职（调动）工作交接表》，并交内勤存档。如未经批准，擅自离职者，视为自动离职，扣发当月工资。

八、不管是离职，开除，解聘人员，根据知识产权保密原则，仍对公司的资料，商业秘密，信息，和数据保密的义务，否则公司有权申诉其法律责任。

工作计划格式及销售行业 销售管理制度篇四

1□20xx年销售收入完成计划安排

按月销售收入完成计划如下表：国内销售收入5000万元。

注：不包括xx公司20xx年的20xx万销售收入。

按代理公司任务分配计划如下表：

注：xx公司负责国外市场20xx年20xx万的销售收入计划。

2□20xx年计划具备12家代理商、20家经销商的渠道规模，进一步开拓未覆盖销售区域，拓宽渠道，加强销售工作的规范和管理，对于各代理公司，实行专人、专车、日报、周报的管理模式，32家代理、经销公司及1家xx公司，覆盖全国各个省份及国外市场。

3、继续推广服务标准化，塑造xx服务品牌形象。借助xx市场宣传平台及xx品牌知名度来进行广告宣传和产品市场推广。借助xx强大的研发平台和技术储备力量快速推进市场需求的新产品。

4、制定稳定的价格体系及合理的销售管理模式。严格控制发货和回款及时性，充分掌握代理及客户财务状况，减少应收账款风险。以成本为基础，以同类产品价格为参考，使价格具有竞争力，顺应市场变化，及时灵活调整。

5、整合业务、理顺流程，根据具体情况适当增加部分岗位人员。

营销管理部各岗位人员配置如下：

6、建立初级培训制度、以自培为主、激发潜力。管理人员也要去市场学习、接触用户、了解竞争对手，以方便日常工作。

培训计划表如下：

7、实行内部轮岗制度，让大家业务互通，能弥补人员的不足，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，提高部门的销售业绩，激发、调动员工的积极性。

8、完善销售发车程序，与发车相关部门配合，按照新流程执

行

9、建立合同管理台账，每一份合同分项逐条记录，保证合同从签订到下单生产、入库及发车、回款等每一步骤顺利进行，全面实行台账跟踪制度直至合同执行完毕。

工作计划格式及销售行业 销售管理制度篇五

一、考勤制度

1、工作时间9：00—18：00

2、按规定时间迟到早退者1元分钟，凡事先未办请假手续而无故缺勤或请假未准即私自休假者为旷工，除被违纪处罚及扣除当日工资外，另按公司罚款处理，旷工三天或以上者，视自动离职。

3、提前离开岗位必须征得销售经理或销售主管的同意，否则根据情节可按早退或旷工处理，同上条规定一并累计计算。

二、请假制度

1、如遇病、事假，提前向主管请假，填写员工请假条，再由主管上交销售经理签字批准，最终将请假条交由财务保管。

2、病假超过两天者需供给医院证明。

三、轮休

1、原则上每人每周休息一天（周一至周五选一天），如遇特殊情景不能休息，由销售主管统一安排调休。

2、同一岗位工作人员分开休息，以保证工作的顺利开展；

3、值班情景

4、如员工在规定时间内以外加班，员工应根据工作需要服从公司安排。公司以年调休方式给予补偿，如员工个人自愿加班，视情景而定。

四、日常管理制度

- 1、工作人员上班期间要佩带工作证；
- 3、客户接待完毕后，必须做客户信息登记。
- 5、有客户在场，禁止谈论与工作无关的话题；
- 7、保管好个人办公用品（包括电脑）。

一、销售部人员及岗位职责：

负责人：许景峰

- 1、渠道销售部的管理；
- 2、公司产品的市场开发、客户管理和产品销售组织工作。定期组织市场调研，收集市场信息，分析市场动向、特点和发展趋势，制定市场销售策略，确定主要目标市场、市场结构和销售方针，报总经理审批后组织实施。
- 3、部门员工招聘，录用，培训，解聘；
- 4、培训和造就一支专业销售队伍；
- 5、制定、优化部门各项业务流程并监督贯彻实施；
- 6、制定部门绩效考核制度，交由总经办审批执行；

7、年度费用预算控制及执行。

销售主管：吴声亮

- 1、网络销售部管理；
- 2、店面零售管理；
- 3、售后处理；
- 4、协助许总完成各项工作；
- 5、处理突发事件。

助理：杜燕针

- 1、协助主管完成工作；
- 2、负责店面零售接待；
- 3、接收每一天退回快递，登记核对；
- 4、打印每日发货单与快递单并核对；

xx售前客服：孟小容韩光华周区桃

- 1、负责xx接待；
- 2、引导顾客购买产品；
- 3、打印每日发货单与快递单（如果时间允许）；
- 4、接听来电，为预约安装客户排队，避免时间冲突。

售后服务：吴声亮

二、接待

(一)、顾客到门店：顾客到门店时由销售主管或助理接待；

- 1、“先生女士您好”“请喝水”“请坐”；
- 2、“请问您要买行车记录仪吗？”；
- 3、向顾客介绍产品；
- 4、当顾客提出质疑时：“您的担心我们很理解，是这样”；
- 6、客户提出优惠，随机应变（以数据包为依据）；
- 8、顾客如果需要安装，由技术部人员为客户安装。

(二)、顾客电话咨询

- 1、使用电话不得使用免提；
- 5、如果顾客来电是要求售后处理的，把电话转接给主管，由主管来解答；
- 6、切记接听电话要做好记录。

三、xx销售

(一)、售前

- 2、处理客户要求，引导顾客进行购买，促成交易，处理订货信息；
- 9、关于赠品问题：严格按照数据包要求来赠送赠品，如客户有特殊要求，向主管申请。

12、向顾客确认订单信息；

13、处理订货信息；

（二）、售中

2、发货前，按照要求对货物产品进行包装；

3、清点库存；

4、当天订单发完后，所有快递底单以及发货单（黄联）统一交由小胖进行整理，规整。

（三）、售后

一般售后问题

2、主管把服务状况，处理结果记录好；

退货（换货）流程

1、客户提出申请，由销售员向主管确认；

2、记录退货信息；

4、如需再次发货的，交由小胖办理退货换货等手续。

关于退换货情景：

1、如果了解后确定是质量问题，同意给顾客退货；

4、顾客退货必须坚持外包装、配件、质保卡及其完整的主机的完整寄回；

7、如商品不在七天无理由退换货范围内，我们有权力拒绝退

换!

关于退差价要求

- 1、如遇退差价的顾客，能够沟通以赠品代替差价，或下次购物给予优惠；
- 3、如商品拍下，已经交付第三方物流，商品降价，差价将不能退还!

工作计划格式及销售行业 销售管理制度篇六

食品销售管理制度为保障销售食品的卫生，特制定本管理制度。

2.1建立健全的食品卫生管理组织机构，配备经培训合格的专、兼职食品卫生管理人员，全面负责食品卫生管理工作。建立健全各部门各岗位的卫生管理制度和详细的台帐制度，并有具体措施保证落实。

2.3及时清理超过保质期限的食品；发现不合格食品，立即向当地卫生监督机构报告，并采取措施防止流向消费者。

2.4上岗前进行健康检查，取得健康合格、培训合格证明后方可上岗。定期对从业人员进行食品卫生法律法规和食品卫生知识培训，有培训记录备查。

2.5定期检查个人卫生情况，使其符合《食品卫生法》和《食品生产经营从业人员卫生管理制度》相应的卫生要求。

2.6直接接触散装直接入口食品的从业人员，须穿戴整洁的工作衣帽，操作时带口罩、手套和帽子，不准佩带戒指、手镯、手表等饰物，不得留长指甲、染指甲，工作服应盖住外衣，头发不得露于帽外，手部有外伤应临时调离岗位。

2.7从业人员工作时不准吸烟、吃食物或从事其他有碍食品卫生的活动。

工作计划格式及销售行业 销售管理制度篇七

企业销售经理是企业的中层管理者，其在组织中具有上传下达的作用，具体来讲，销售经理岗位职责可分为八个方面，即区域销售计划的制定和执行、确保销售回款的顺利收回、销售费用的控制、市场开发、客户关系管理、售后服务、销售团队建设等。

根据本区域内各目标客户群的需求分析及公司年度销售计划，分解并制定本区域销售人员具体的销售目标；组织下属执行销售政策及策略，指导下属的销售业务技能，检查、监督销售计划的完成情况，出现偏差及时纠正，保证实现本区域的市场占有率和销售目标。

根据公司的销售费用管理规定及销售部门的费用预算指标，组织下属严格按照费用预算指标完成销售任务，审核销售折扣，审核、控制并不断降低销售费用，保证完成公司的销售费用控制指标。

根据公司业务发展战略及销售部门的经营目标，配合市场部门组织实施本区域市场开发计划及具体的实施方案，促进公司及产品品牌的提升；了解客户需求动态，指导下属挖掘潜在客户，并对客户开发情况进行跟踪；以实现公司市场占有率不断增长的目标。

根据公司业务发展需要，通过组织安排所辖区域各客户群客户到公司考察、参观交流等方式建立顺畅的客户沟通渠道；负责拜访本区域的重要客户，监督、检查销售员对客户的定期访问情况，随时了解客户要求；及时处理客户异议和投诉，以提高客户满意度，建立长期、良好、稳固的区域客户关系。

根据公司业务发展的需要及区域市场特点，组织下属收集本区域的产品市场行情变化及重点竞争对手的销售策略、市场策略等信息，并对市场信息进行分析、预测并制定对策，及时向相关部门提供建议；对客户档案、交易记录等进行综合分析；保证销售信息的及时性、准确性和完整性，为销售、采购、生产等决策的制定提供支持。

根据公司的长远发展需要和规章制度，组织对下属员工的招聘、培训、工作任务分配及业务指导等，制定下属的考核目标并定期沟通绩效评估结果、提出改进建议，帮助下属员工提高工作业绩，增强团队凝聚力和合作精神，以建立一支高效的销售团队，支持销售目标的达成。

依据公司的售后服务规定及产品特点，通过与客户服务、技术等相关部门沟通，协助组织、协调所辖区域的到货、产品安装、技术支持、售后维修等工作，共同实现售后服务目标。

指导下属收集信息、评估客户资信及对公司的严重程度，审批客户资信额度，并随时跟踪资信使用情况，确保其处于正常范围；每月分析下属的应收帐反馈信息，指导下属提高回款技能，确保货款顺利回收。

工作计划格式及销售行业 销售管理制度篇八

第一条以质量求生存，以品种求发展，确立“用户第一”、“质量第一”、“信誉第一”、“服务第一”，维护工厂声誉，重视社会效益，生产物美价廉的产品投放市场，满足社会需要是我厂产品的销售方针。

第二条掌握市场信息，开发新产品，开拓市场，提高产品的市场竞争能力，沟通企业与社会，企业与用户的关系，提高经济效益，是我厂产品销售管理的目标。

2. 了解同行业各类产品在全国各地区市场占有率，分析开发

新产品，开拓市场的新途径。

3了解用户对产品质量的反映及技术要求，分析提高产品质量，增加品种，满足用户要求的可行性。

4了解同行业产品更新及技术质量改进的进展情况，分析产品发展的新动向，做到知己知彼，掌握信息，力求企业发展，处于领先地位。

第四条预测国内各地区及外贸各占的销售比率，确定年销售量的总体计划。

第五条收集国外同行业同类产品更新及技术发展情报，外贸供求趋势，国外用户对产品反映及信赖程度，确定对外市场开拓方针。

第六条根据工厂中长期规划和生产能力状况，通过预测市场需求情况，进行全面综合分析，由销售科提出初步的年产品销售方案，报请厂部审查决策。

第七条经过厂务会议讨论，厂长审定，职代会通过，确定年度经营目标并作为编制年度生产大纲和工年度方针目标的依据。

第八条销售科根据工厂全年生产大纲及近年来国内各地区和外贸订货情况，平衡分配计划，对外签订产品销售合同，并根据市场供求形势确定“以销定产”和“以产定销”相合的方针，留有余地，信守合同，维护合同法规的严肃性。

第九条执行价格政策，如需变更定价，报批手续由财务科负责，决定浮动价格，经经营副厂长批准。

第十条销售科根据年度生产计划，销售合同，编制年度销售计划，根据市场供求形势编报季度和月度销售计划，于月前

十天报计划科以便综合平衡产销衔接。

第十一条参加各类订货会议，要本着先国家计划，后市场调节，先主机配套，后维修用户，先外贸后内销，照顾老用户结交新用户，全面布点，扩大销售网，开拓新市场的原则，巩固发展用户关系。

第十二条建立和逐步完善销售档案，管理好用户合同。

第十三条执行销售合同，必须严格按照合同供货期编制产品发运计划，做好预报铁路发运计划的工作。

第十四条发货应掌握先出口后内销，先主机配套后维修，先远后近的原则，处理好主次关系。

第十五条产品销售均由销售科开具“产品发货通知单”、发票和托收单，由财务科收款或向银行办理托收手续。

第十六条分管成品资金，努力降低产品库存，由财务科编制销售收入计划，综合产、销、财的有效平衡并积极协助导务科及时回笼资金。

第十七条确立为用户服务的观念，款到发货应及时办理，用户函电询问，三在内必答，如质量问题需派人处理，五天内与有关部门联纱，派人前往。

第十八条销售科每年比喻一次全面的有用户访问，并每年发函到全国各用户，征求意见，将收集的意见汇总、整理，向工厂领导及有关部门反映，由有关部门提出整改措施，并列入全面质量管理工作。

第十九条将用户对产品质量，技术要求等方面来信登记并及时反馈有关部门处理。

第二十条负责产品销售方面各种数据的收集整理，建立用户档案，收集同行业情报，提供销售方面的分析资料，按上级规定，及时、准确、完整地上报销售报表。

工作计划格式及销售行业 销售管理制度篇九

作为公司销售管理人员我们的潜意识里必须回答以下问题：我的角色应如何定位、职责是什么？我让业务员做什么、业务员能够做什么？团队之间如何协调与沟通，如何授权？明确责任。一定要让所有的业务人员明白：哪些是必须做的，哪些是不应该做的，不要在战略的航向中容易迷失自己。

操作上一——实施“一转、二从”原则，这是全公司集体智慧的结晶，我们觉得很有实用价值。

选准优质客户，加强对客户的培训，灌输一些先进的理念及贴近市场的营销思路。

加强“三动”意识，即我们从利益上驱动，关系上拉动，人生价值上感动客户，让他们对金星产生归属、依赖感。

利用合同户的协议销量来约束客户，设专销奖，鼓励专销、多销，形成比、学、赶、帮、超的热潮，增强他们的荣誉感。当然传统意义上的合同对于啤酒的经销商已经没有任何的约束力，营销经理必须从建立市场网络的角度去审视经销商，加大对市场的投入不等于加大对经销商的投入，关于这一点，经理必须清楚。

用事实说话，让他们认识到做小麦啤、中高档酒赚取的利润最大化而主动转变经营思路。在这一点上最好的办法就是利用淡季学习的机会，让经销上加强交流，或者到样板市场参观、考察，帮助客户实现营销专型。

对市场秩序上一——“从严”，强调“严”字当头，我们对市

场的开发、维护等都有相应的奖罚措施，只要出现问题，营销经理一定按规定办事，决不手软。人性化不等于人情化，“只有管得住，才能理得顺”。当然，管理的宗旨是“治心为上、整人为下”。

对市场操作上一——“从实”，一切从实际出发、从市场出发。营销理论上，无论是4p还是4c都必须服从于、服务于市场，工作方式上每一个步骤执行到位。所有的策划不能天马行空，必须务实。其实，营销无定式、无招胜有招，把最简单的招式练精就成了绝招！

工作计划格式及销售行业 销售管理制度篇十

1、真实性:销售成本计算与结转必须坚持真实性原则。

3、一致性:销售成本计算、结转方法要保持一致。

(二)规定:各经营核算公司在销售成本计算时要认真检查成本单价计算正确性,在此基础正确计算销售成本,任何公司、部门和个人均不得人为调节成本。对除技术性差错以外成本调整必须附有说明或调账依据,对无依据或虽有依据但理由不充分调整成本现象将予责任人限期改正、通报批评直至经济处罚处理。

(一)销售成本单价确定方法。

1、月末移动加权平均法:

适用于有正常商品编号商品销售成本单价确定。一般每月末计算一次,成本核算人员应对计算完单价进行认真检查,保证单价正确无误。

2、个别认定法:适用于外购商品单价确定。

3、估价法:适用于已销未入库商品销售成本价确定。对因特殊原因形成已销未入库商品月末要估价,以估价计算结转销售成本,估价由业务员提供,财务成本核算员进行操作。

(二)销售成本结转方法。

1、实行电算化公司月末按菜单操作由机器自动计算结转,实行手工记账单位可分批计算结转。

2、对于总部返还价格保护等配件成本要坚持配比原则,既可按当期实际发生额冲减当期成本,也可按当期存销比例分摊列入成本,但一个财政年度内结转方法要一致,存货中相应编号月末结存价值不得大于零。