

# 业绩计划书应该 公司员工工业绩计划书(优质5篇)

时间流逝得如此之快，前方等待着我们的的是新的机遇和挑战，是时候开始写计划了。优秀的计划都具备一些什么特点呢？又该怎么写呢？这里给大家分享一些最新的计划书范文，方便大家学习。

## 业绩计划书应该篇一

一、本计划书以系统性为特征，目的是完善本公司的员工培训。

二、确定培训目标

1. 是否希望改进在职员工的工作效率？
2. 是否希望通过培训改进员工的工作表现？
3. 是否需要为在职员工未来发展或变动工作做准备？
4. 是否需要通过培训使员工有资格晋升？
5. 是否是为减少意外，加强安全工作的习惯？
6. 是否是为改善在职员工的工作态度，尤其是减少浪费的习惯？
7. 是否需要改善材料的处理、加工方法，以打破生产技术上的瓶颈现象？
8. 是否需要培训新进员工，以适应其工作？

9. 是否需要教导新进员工，使其了解全部生产过程？

10. 是否需要培养在职员工的指导能力，以便在工厂扩充时，指导新进员工？

### 三、确定培训手段

1. 是否可以用工作分析来配合培训？

2. 是否有品质标准以供培训者学习之用？

3. 是否有某些技术或工作方法必须予以指导？

4. 是否有关于安全操作方面的工作方法需予以指导？

5. 是否可建立一种方法使在职员工减少材料浪费？

6. 是否需要指导材料处理的方法？

7. 是否决定在学习时采用最佳机器设备操作方法？

8. 是否需要制定员工工作标准？

9. 是否期望改进或改变工作态度？

10. 是否需对业务员说明产品及业务，以增进其工作成效？

11. 是否需开展包括工具的使用方法及放置位置在内的训练项目？

12. 是否需教导业务员本身工作以外的业务？

### 四、确定培训形式

1. 是否是不脱产培训？

2. 是否需要一个教室和一个专职教师?
3. 是否采用实地工作培训和教室授课相结合的方式?
4. 是否采用实地工作培训和函授课程以达成培训目标?

五、本公司业务员的教育培训的教学可采用授课或示范的方法。

六、凡决定用授课方法时，须注意以下两点

1. 授课是传授知识的最好方法。
2. 示范是教导技能的最好方法。

七、计划教学时，须注意下列各点

1. 教学主题是否只需一次特别讲课或需一系列讲课?
2. 教学之后是否需要讨论?
3. 教学主题是否需要示范?
4. 操作上的问题能否在教室中解说明白?
5. 能否在工作中直接进行指导?

八、确定视听教具

1. 是否需要一本教导手册?
2. 是否在培训时，发给一份计划大纲?
3. 除了课本外，是否发给其他印刷教材?

4. 如果培训需要电影或幻灯协助，能否获得此类所需资料？
5. 是否能利用机器设备或产品的图片或照片，放大作为教学之用？
6. 是否能利用机器设备的模型来做教学示范？

九、确定培训设备应根据培训的内容及形式选用。

#### 十、确定培训场所

1. 培训如果不能在工作场地进行时，是否有适当的会议室或餐厅可以利用？
2. 培训是否可以在邻近之学校、餐馆等地举行？

十一、施教地点的'确定和培训设备的确定应同时完成。

#### 十二、确定培训时间

应根据培训业务需要来决定，并依学习资料、师资力量及学员素质而定。确定培训时间应注意以下几点：

1. 是否必须在上班时间实施培训？
2. 应确定每次讲习时间和每周举行次数？

#### 十三、确定师资条件

师资优劣是决定培训工作成败的重要因素，所以师资必须是相应培训科目的专家或有经验者。必须聘请两位以上的专家来执教。

#### 十四、聘用培训教师

1. 受训者的领导是否有足够的时间和能力来执行教学工作？
2. 是否可以由优秀的技术工人来担当教学工作？

## 十五、选择受训人员

1. 对新进员工是否需施以培训？
2. 新进员工的培训是否可作为雇用的先决条件？
3. 是否希望受训者有一些工作经验？
4. 员工在换岗或晋升时是否必须施以培训？
5. 是否为因工作受伤的人员特设培训来协助他们继续在原单位服务？
6. 是否允许员工自动参加培训？

## 十六、编制费用预算

1. 是否在培训场地、器械、材料上花费费用？
2. 受训时，受训工资是否计在培训费用之内？
3. 如若教师是本公司员工，其薪金是否列在培训费用之内？
4. 筹备培训计划阶段的费用是否计算在培训费用之内？
5. 由于培训而造成的次品及误工费，是否应计算在培训费用中？

## 十七、检测培训成果

必须核验是否达到原定之目标。核验及检讨培训计划必须注

意以下几点：

1. 培训成果是否达到原定目标？
2. 是否有标准的学习时间，以供检验受训者的学习进度？
3. 能否备有学员在受训前、受训期间及受训后工作能力的记录？
4. 学员进步情形是否需要做成记录？
5. 是否需对受训者所获知识与技能施以测定？

## 十八、公布培训计划和结果

培训计划完成后，须公开发布，以便引发员工的进取意识。计划公布时，应注意以下几点：

1. 如果计划需向员工公布，是否准备在培训开始前或者是施行时宣布？
2. 培训时间、地点、方法是否形成制度性文件下发？
3. 培训结束后是否发给结业证书？

十九、本教育培训计划如有未尽事宜，应随时做出修改、补充。

## 业绩计划书应该篇二

一：市场定位及市场调查：

二、选址：

就地理位置看，\*\*的酒吧主要集中在以下区域：\*\*周

边，\*\*附近，\*\*路段。这么多的酒吧相对集中在三四个区域，于城市文化来说，可形成酒吧一条街等商业人文特色景观；于泡吧一族来说，可方便的找到休闲好去处；但于商家来说既有处于商业圈的地理优势，又处在激烈的市场竞争环境的劣势。

### 三、装修的特点：

可以引进专门的设计公司或是找相对有特色的人员来对酒吧的改建来作出详细的计划书，然后综合意见选出最佳的方案。现在的大众市场差不多都是千变一律，只是音响灯光上和场地面积有所不同。所以在迎合大众层次的口味上对原有的风格进行加工和改进，让酒吧有独家的经营模式和特色的项目。

### 四、广告宣传：

#### (2) 其它广告媒体：

例如灯箱广告、路牌广告、宣传牌、宣传单、横幅等

#### (3) 广告语创作(部分)

a□万种风情，尽在xx□

b□有品味的你，选择有品质的。

c□累了，请将心靠岸，苦了，也不要后悔，笑了，才体会喜悦，醉了，才知道销魂。

d□你寂寞吗，你苦恼吗，你惆怅吗，请来酒吧。你轻松了吗，你发泄了吗，你尽兴了吗，请记住酒吧。

e□无论你走到哪里，你的'心总和我在一起，无论黄昏时的树影有多长，它总和树根连在一起，无论你是谁，总会满足您。

## 五、招聘员工和员工培训：

### (二)：员工培训策划

1、员工基本服务规范的培训与考核。

2、酒吧文化、酒水知识、茶艺知识的培训与考核。

3、对服务人员和公关人员的礼仪知识、形体训练、交际与推销，说服技能、合作与团队精神，全员营销理念，全员“pr”(它是一门要求团结，外求发展的经营管理科学和艺术，他通过有计划的积极的持久努力，使本机构的各项政策符合广大公众的需求，从而在公众中树立良好的形象，并在此基础上建立和维护组织与公众之间的互相了解，争取相互合作，以获得共同利益。)管理理念的培训与考核。

4、酒吧品牌特色的培训与考核。

5、各项培训的目标、标准的制定，执行并实施、考核、评比与效果评估。

## 六、酒吧所需的器具、原料和酒水单的设计：

(一)器具：调酒器具、拉花壶、咖啡机、各种酒杯、咖啡杯、咖啡勺、制冰机、冰箱、展示柜、消毒柜、果汁机、碎冰机、等.....

(二)产品原料：各种酒水(啤酒、红酒、洋酒)、各种果粉(如：草莓、柳橙等...)、各种果汁(如：草莓、柳橙等....)各种咖啡豆(南山、巴西等...)、各种茶(绿茶、红茶、普洱茶、乌龙茶等...)各种水果及小吃....

(三)酒水单的设计：酒水单的制作除了要根据市场需求，目标市场设计还要注意以下几点：



1. 考虑产品的成本和获利率，分析产品的销售量同类型产品的影响。
2. 考虑产品的丰富多采，并与酒吧的经营特色相符。
3. 考虑产品的原料供应是否有保障，以及储存方面的原因。
4. 考虑酒单的图片、文字、产品程序编排等因素，有利于产品的销售，并成为酒吧的宣传媒介。

## 业绩计划书应该篇三

### 月销售业绩工作计划书【1】

20xx年已经过去一大半了，在上个月底我们公司也开了半年的销售会议，公司领导在会议上也做了半年的工作总结，给我们更深的了解了我们公司半年来的工作情况，还总结了一些经验供我们分享。

所以在这会议之后，领导要求我们也来给自己半年的工作做个总结，希望通过总结我们能够更好的认识自己和向优秀的同事学习经验，从而更好的开展下半年的工作。

现在我对我这半年来的工作心得和感受总结如下：

#### 一、塌实做事，认真履行本职工作。

首先自己能从产品知识入手，在了解技术知识的同时认真分析市场信息并适时制定营销方案，及时的跟进客户并对客户资料进行分析，其次自己经常同其他业务员勤沟通、勤交流，分析市场情况、存在问题及应对方案，以求共同提高。

要经常开发新客户同时要不断的对手中的客户进行归类，把最有可能用到我们产品的客户作为重要的客户，把近期有项目的客户作为重点跟进客户，并根据他们的需求量来分配拜访次数。

力求把单子促成，从而达到销售的目的。

分析客户的同时，必须建立自己的客户群。

根据我们产品的特点来找对客户群体是成功的关键。

在这半年来我手中所成交的客户里面，有好几个都是对该行业不是很了解，也就是在这个行业上刚刚起步，技术比较薄弱，单子也比较小，但是成功率比较高，价格也可以做得高些。

像这样的客户就可以列入主要客户群体里。

他们一般都是从别的相关行业转行的或者是新成立接监控项目的部门的，因为他们有这方面的客户资源，有发展的前景，所以如果能维护好这部分客户，往后他们走的量也是比较可观的。

二、主动积极，力求按时按量完成任务。

每天主动积极的拜访客户，并确保拜访质量，回来后要认真分析信息和总结工作情况，并做好第二天的工作计划。

拜访客户是销售的基础，没有拜访就没有销售，而且因为人与人都是有感情的，只有跟客户之间建立了感情基础，提高客户对我们的信任度之后方有机会销售产品给他们。

主动协助客户做工作，比如帮忙查找资料，帮忙做方案，做预算，这都是让客户对我们增加信任度的方式之一，也是推我们产品给他们的最好机会。

即使当时没有能立刻成交，但是他们会一直记得你的功劳的，往后有用到的都会主动找到我们的。

三、做好售后服务

不管是多好的产品都会有次品，都会有各种各样的问题出现，

如此售后就显得尤其重要，做好售后是维护客情的重要手段，是形成再次销售的关键。

当客户反应一个问题到我们这里来的时候，我们要第一时间向客户详细了解情况，并尽量找出问题的所在，如果找不出原因的，也不要着急，先稳定客户的情绪，安慰客户，然后再承诺一定能帮他解决问题，让他放心，再把问题跟公司的技术人员反应，然后再找出解决的办法。

在我成交的客户里，有反应出现问题的也不少，但是经过协调和帮忙解决以后，大多客户都对我们的服务感到很满意。

很多都立刻表示要继续合作，有项目有需要采购的都立刻跟我们联系。

#### 四、坚持学习

人要不断的学习才能进步。

首先要学习我们的新产品，我们的产品知识要过关；其次是学习沟通技巧来提高自身的业务能力；再有时间还可以学习一些同行的产品特点，并跟我们的作个比较，从而能了解到我们产品的优势，从而做到在客户面前扬长避短。

#### 五、多了解行业信息

了解我们的竞争对手我们的同行，了解现在市场上做得比较好的产品，了解行业里的相关政策，这些都是一个优秀的业务员必须时刻都要关心的问题。

只有了解了外面的世界才不会成为坐井观天的青蛙，才能对手中掌握的信息做出正确的判断，遇到问题才能随机应变。

#### 六、后半年的计划

在半年销售总结会议上，我的数据跟同部门的同事xx的数据差距很大，她半年的销售额是15万多，回款是8万多，而我只有两万多的销售额，远远的落后了，所以我要在下半年迎头赶上。

虽然她比我早一段时间进公司，但是大家面对的同一个人市场，手中也是同样多的客户，这之间的差距只有人与人之间的差距，往后我要多向她和其他同事学习销售技巧，要努力提高自己的销售量，争取赶上他们。

我要给自己定一个明确的目标，在后半年里争取做到15万，即每个月要做3万左右。

同时要制定一个销售计划，并把任务分配到手中的客户里面，大方向从行业分，小到每一个客户。

这样才能每天都明确的知道自己的任务，才能明确自己拜访客户的目的，提高拜访的质量。

由于我上半年工作计划做得不详细，拜访客户比较盲目，对产品也不是特别熟悉，以至销量比较少，所有在后半年要改变办法，要努力提高销量，要努力完成公司分配的任务。

最后我要感谢我们的领导和我们同事在上半年对我工作的支持和帮助，希望往后通过大家一起努力，让我们能够在下半年再创佳绩。

201x年已经过去一大半了，在上个月底我们公司也开了半年的销售会议，公司领导在会议上也做了半年的工作总结，给我们更深的了解了我们公司半年来的工作情况，还总结了一些经验供我们分享。

所以在这会议之后，领导要求我们也来给自己半年的工作做个总结，希望通过总结我们能够更好的认识自己和向优秀的

同事学习经验，从而更好的开展下半年的工作。

现在我对我这半年来的工作心得和感受总结如下：

## 一、塌实做事，认真履行本职工作。

首先自己能从产品知识入手，在了解技术知识的同时认真分析市场信息并适时制定营销方案，及时的跟进客户并对客户资料进行分析，其次自己经常同其他业务员勤沟通、勤交流，分析市场情况、存在问题及应对方案，以求共同提高。

要经常开发新客户同时要不断的对手中的客户进行归类，把最有可能用到我们产品的客户作为重要的客户，把近期有项目的客户作为重点跟进客户，并根据他们的需求量来分配拜访次数。

力求把单子促成，从而达到销售的目的。

分析客户的同时，必须建立自己的客户群。

根据我们产品的特点来找对客户群体是成功的关键。

在这半年来我手中所成交的客户里面，有好几个都是对该行业不是很了解，也就是在这个行业上刚刚起步，技术比较薄弱，单子也比较小，但是成功率比较高，价格也可以做得高些。

像这样的客户就可以列入主要客户群体里。

他们一般都是从别的相关行业转行的或者是新成立接监控项目的部门的，因为他们有这方面的客户资源，有发展的前景，所以如果能维护好这部分客户，往后他们走的量也是比较可观的。

## 二、主动积极，力求按时按量完成任务。

每天主动积极的拜访客户，并确保拜访质量，回来后要认真分析信息和总结工作情况，并做好第二天的工作计划。

拜访客户是销售的基础，没有拜访就没有销售，而且因为人与人都是有感情的，只有跟客户之间建立了感情基础，提高客户对我们的信任度之后方有机会销售产品给他们。

主动协助客户做工作，比如帮忙查找资料，帮忙做方案，做预算，这都是让客户对我们增加信任度的方式之一，也是推我们产品给他们的最好机会。

即使当时没有能立刻成交，但是他们会一直记得你的功劳的，往后有用到的都会主动找到我们的。

### 三、做好售后服务

不管是多好的产品都会有次品，都会有各种各样的问题出现，如此售后就显得尤其重要，做好售后是维护客情的重要手段，是形成再次销售的关键。

当客户反应一个问题到我们这里来的时候，我们要第一时间向客户详细了解情况，并尽量找出问题的所在，如果找不出原因的，也不要着急，先稳定客户的情绪，安慰客户，然后再承诺一定能帮他解决问题，让他放心，再把问题跟公司的技术人员反应，然后再找出解决的方案。

在我成交的客户里，有反应出现问题的也不少，但是经过协调和帮忙解决以后，大多客户都对我们的服务感到很满意。

很多都立刻表示要继续合作，有项目有需要采购的都立刻跟我们联系。

### 四、坚持学习

人要不断的学习才能进步。

首先要学习我们的新产品，我们的产品知识要过关；其次是学习沟通技巧来提高自身的业务能力；再有时间还可以学习一些同行的产品特点，并跟我们的作个比较，从而能了解到我们产品的优势，从而做到在客户面前扬长避短。

## 五、多了解行业信息

了解我们的竞争对手我们的同行，了解现在市场上做得比较好的产品，了解行业里的相关政策，这些都是一个优秀的业务员必须时刻都要关心的问题。

只有了解了外面的世界才不会成为坐井观天的青蛙，才能对手中掌握的信息做出正确的判断，遇到问题才能随机应变。

## 六、后半年的计划

在半年销售总结会议上，我的数据跟同部门的.同事xx的数据差距很大，她半年的销售额是15万多，回款是8万多，而我只有两万多的销售额，远远的落后了，所以我要在下半年迎头赶上。

虽然她比我早一段时间进公司，但是大家面对的同一个人市场，手中也是同样多的客户，这之间的差距只有人与人之间的差距，往后我要多向她和其他同事学习销售技巧，要努力提高自己的销售量，争取赶上他们。

我要给自己定一个明确的目标，在后半年里争取做到15万，即每个月要做3万左右。

同时要制定一个销售计划，并把任务分配到手中的客户里面，大方向从行业分，小到每一个客户。

这样才能每天都明确的知道自己的任务，才能明确自己拜访客户的目的，提高拜访的质量。

由于我上半年工作计划做得不详细，拜访客户比较盲目，对产品也不是特别熟悉，以至销量比较少，所有在后半年要改变办法，要努力提高销量，要努力完成公司分配的任务。

最后我要感谢我们的领导和我们同事在上半年对我工作的支持和帮助，希望往后通过大家一起努力，让我们能够在下半年再创佳绩。

## 月销售业绩工作计划书【2】

1、9月份北大销售部共实现销售4台，其中解放卡车2台。

江淮和悦1台、江淮悦悦1台。

远远没有完成公司制定的销售任务。

2、进行了多次市场走访工作，尤其针对延吉市内进行了不间断的市场走访工作，收到的效果良好。

经过不间断的走访成交了江淮和悦1台。

3、本月实施了多次延吉市内的小型车展活动，在金达莱广场、彩虹桥广场、阿里郎美食广场等多个地点进行了小型车展活动。

特别是在阿里郎的美食节车展上成交了江淮悦悦1台。

取得了明显的效果。

4、本月由于汽博会的举行，公司的客户进店数量又出现了下降，导致江淮汽车的销量不断下滑。



不过由于延吉高速铁路开工建设，本月的卡车咨询数量明显提高，但是长春等地的一级经销商互相争抢客户，价格都让到最低价，基本没有什么利润可言，使公司的解放销量也遇到明显阻力。

5、分析销量低迷的主要原因，我认为还是出在北大店面的形象问题上。

很多客户还是不知道我公司经营江淮汽车品牌，我们已经上报的公司外部形象的设计样稿，希望公司领导如果觉得可行，请尽快批复。

如此进行下去，时间不等人，我们会损失很多客户的。

6、本月公司商品车资源(江淮悦悦、瑞鹰、和悦)等资源严重不足，始终没有到货，尤其是悦悦车型，时间跨度太长。

迟迟不到车，会严重影响销量。

另外公司的调车流程混乱，库存控制力下降也影响着销量。

7、公司目前的活动太少，屈指算来，跟去年同期相比，公司本年度的车展活动、巡展活动、市内展示等等活动基本没有，客户来电数量又不断下降，分解的销售部缺乏团结和向心力，这些都是目前急需解决的问题。

长此以往，势必使公司受到损失。

1、9月份北大销售部共实现销售4台，其中解放卡车2台。

江淮和悦1台、江淮悦悦1台。

远远没有完成公司制定的销售任务。

2、进行了多次市场走访工作，尤其针对延吉市内进行了不间

断的市场走访工作，收到的效果良好。

经过不间断的走访成交了江淮和悦1台。

3、本月实施了多次延吉市内的小型车展活动，在金达莱广场、彩虹桥广场、阿里郎美食广场等多个地点进行了小型车展活动。

特别是在阿里郎的美食节车展上成交了江淮悦悦1台。

取得了明显的效果。

4、本月由于汽博会的举行，公司的客户进店数量又出现了下降，导致江淮汽车的销量不断下滑。

不过由于延吉高速铁路开工建设，本月的卡车咨询数量明显提高，但是长春等地的一级经销商互相争抢客户，价格都让到最低价，基本没有什么利润可言，使公司的解放销量也遇到明显阻力。

5、分析销量低迷的主要原因，我认为还是出在北大店面的形象问题上。

很多客户还是不知道我公司经营江淮汽车品牌，我们已经上报的公司外部形象的设计样稿，希望公司领导如果觉得可行，请尽快批复。

如此进行下去，时间不等人，我们会损失很多客户的。

6、本月公司商品车资源(江淮悦悦、瑞鹰、和悦)等资源严重不足，始终没有到货，尤其是悦悦车型，时间跨度太长。

迟迟不到车，会严重影响销量。

另外公司的调车流程混乱，库存控制力下降也影响着销量。

7、公司目前的活动太少，屈指算来，跟去年同期相比，公司本年度的车展活动、巡展活动、市内展示等等活动基本没有，客户来电数量又不断下降，分解的销售部缺乏团结和向心力，这些都是目前急需解决的问题。

长此以往，势必使公司受到损失。

## 业绩计划书应该篇四

对于药店来说，想要提升业绩，肯定需要寻找方法，制定计划书。以下是小编整理的药店提升业绩计划书，欢迎阅读。

近观医药市场和相关医药改革政策，传统的小药店会被大药房以及连锁企业逐步的取代兼并，传统的价格战术会被服务体系逐步取而代之，从而诞生出一种以服务为新理念的医药销售企业，那就是联营药店。这正是我们在医药市场中开创新的服务体系的机会。

目前经营情况：我们公司经营药店成立于一九九九年七月，已有十多年的医药销售经验，而且公司连锁联营药店模式开的非常成功，在整个烟台地区也是相当有名的。目前公司拥有有一家医药连锁药店，一家医药批发公司。药店经营面积300平方米以上，经营上千种品牌和区域代理，现有员工20人，4人已经取得了药学方面的专业职称。公司业务遍及烟台及周边地区所有连锁药业，而且还与国内许多大型厂商建立了1+1合作模式。在省城济南开展了面对全国的品牌招商代理业务，我们公司拿到的药品价格可以说在市县区所有药店拿不到的价格优势，真正让利与老百姓，让老百姓买得起放心药，看得起病。

纵观整个宁阳县市场虽然整体消费水平过低、对医药服务体系的不了解等，但是政府正在大力发展社区卫生服务，提高医疗的筹资标准和保障能力，努力缓解看病难、看病贵的问题。

题。

同时调研发现宁阳县城虽然药店大小四十余家，但是规模大小不一，缺少在医药行业中的领航者。大多数药店在经营理念还处于上世纪九十年代的柜台式经营方式，理念落后，方式落后。消费者在购买药品时，大多是药店人员推荐，因为存在竞争，在各方面，患者没有过多的选择权。而我们的经营模式是全开放式，医导、药导自由选购。建立特色项目和普通项目相结合的销售模式，同时贯彻我们独特的医药销售服务体系。该体系通过建立客户的vip个人资料库，将每一个客户的个人信息与家人、朋友等的信息收集于资料库中，用于完善我们的销售过程中的医药服务与售后服务，这是此次创业计划的创新和亮点。通过这种人性化、全方位的医药服务，建立药店与顾客之间的信任桥梁，从而提高顾客对我们药店的忠诚度，帮助百姓对健康医药服务的了解，以次获得市场中绝大部分消费者的青睐，从而获得更大的医药市场份额占有率。因此，现如今的医药销售体系将会逐步退出舞台，取而代之的销售服务的高标准。

我们公司的优势：

遭遇的竞争显著减少，容易占领市场主导地位

对所有的厂商一视同仁，无论“品牌”与“非品牌”

进入的门槛较低

回避药品招标采购带来的麻烦

渠道控制相对容易

与厂商1+1合作模式，价格优势明显

药品差价返还，常年回收过期药品

## 项目优点

通过这种体系的销售，顾客实质上购买的是用心的服务，而不单单只是药品。药店所有人员的言行举止、沟通能力和服务水平都能令消费者感到亲切、舒心、赞叹和满意。其主要优点表现为：

改变药店的固有模式，提升人性化的服务。

提高购药者的用药安全和用药知识。

将医药销售体系由单纯的买药阶段提升为医药服务阶段。

获得更为广阔和固定的客源，从而降低进药成本。

联合商场医保刷卡，购物新概念，增加药房的收入。

和谐医患关系，更好的发展医药事业。 项目前景

该项目是医药市场由“买药”到“买服务”的转型初期，根据社会发展的要求，这种体系将成为发展的必然。对于国外相对成熟的医药服务而言，国内的医药服务还很欠缺，甚至可以说是零，仅有上海制订了相关成型规定。基于如此空白的市场，我们要抓住机会，将这种模式复制，并带动整个宁阳市场健康、和谐的进行发展，让利于老百姓，让老百姓真正得到实惠。

### 1、下雨天气：

统计进店率，调解门店氛围，做产品知识培训，销售技巧演练、实操场景练习，陈列更换；

### 2、客流很少：

统计进店率，分析进店顾客，提升推荐率，门店可以做一次

大扫除；

3、店员状态不好：

4、货品问题（畅销商品不到货、断货严重）：

开发类同品的卖点，进行重组关联销售；寻找替代品或近似品来做替补；

5、vip消费下降：

每周短信回访、了解顾客的需求，购买时适当送小礼品或加倍积分；

6、连带：

7、要求打折：

8、门店没有活动（缺少赠品）：

根据门店的需求和做好促销计划的同时适当配一些对销售有提升的赠品；

9、产品快到保质期：

定时检查货架上产品的保质期，对近效期产品做及时处理，过期产品收进仓反映到公司；

10、备货不足：

11、库存掌握不熟：

每周考核库存一次，交接班会议中店长通报库存较大的货品和畅销品的库存量；

12、推荐率低、成交率低：

13、销售技巧弱：

针对销售较差的店员，店长或销售强的店员帮助其总结和分析每一次销售，从中得到提升；

14、团队配合差：

大家讨论配合之间存在的问题，通过沟通和班次的调整，利用互补来进行调整；

15、专业知识不强：

通过公司的培训和定时的检查、考评来补足；

16、非销售语言较少，不了解顾客的需求：

规定每进店顾客都要交流2句以上，空场做演练；

17、空场门店氛围没有调整好：

利用空场，做销售演练、店员关联销售培训；

18、门店人员的调动，人员不稳定：

让员工有较强的归属感；

19、店长的管理能力：

通过培训提升店长的能力；

20、附加推销和备选做的不够到位：

规定门店对每一位顾客推荐两种左右适合的货品为备选，可以

利用收银后做推销。

## 业绩计划书应该篇五

指挥员：总经理

培训师：副总经理

裁判员：行政经理

### 二、团队比赛

#### 1、破冰活动

时间：20分钟

活动目的：打破隔阂、建立相互熟知、相互信任的团队氛围。相互之间的沟通是树立这种信心的基础，一旦信任完全建立，你会感觉到团队的工作气氛是那么的轻松、愉快。

活动内容：1、将所有成员分为三组，让每组队员围成一个向心圆，直径2—2.5米，选一位队员站在中央。2、每个人伸出自己的双手，中央的队员则双手抱在胸前，并做出以下的沟通对话。中心队员：“我叫(自己的名字)，我准备好了，你们准备好了吗？”全体团队成员回答：“准备好了。”培训师“我倒了？”全体团队成员“倒吧！”3、这时整个身体完全倒在团体成员的手中，这时团队成员把中央队员顺时针推动两圈。4、建议小组中的每位成员都来试一试。5、要求在圆中央的人倒下时应保持身体直立，并不要打开双手，以免伤及他人。

#### 2、毕业墙

时间：20分钟



活动内容：将所有人员分成三至四组。在规定的时间内，每一组的所有人只凭借相互间的合作，从地面攀上离地高达3.8米的墙顶。如果有一个人没有攀上或超过了规定的时间，那么所有的人将不能毕业，也就是说有一个上不去则全体失败。如果每组都在规定时间内完成任务，则选择利用时间最短的那一队为获胜组。活动目的：主要是激励和强化顽强的斗志和互助取胜团结必胜的信念。