

2023年销售督导计划 督导销售工作计划(实用5篇)

计划在我们的生活中扮演着重要的角色，无论是个人生活还是工作领域。什么样的计划才是有效的呢？以下是小编收集整理的工作计划书范文，仅供参考，希望能够帮助到大家。

销售督导计划篇一

1. 渠道的建立模式：

a. 采取逐步深入的方式，先草签协议，在做销售预测表，正式签定协议，订购第一批货。如不进货则不能签定代理协议(草签协议采用：注册登记表传真，产品定单，正式代理协议)

b. 采取寻找重要客户的办法，通过谈判将货压到分销商手中，然后我们的销售和市场支持跟上。

c. 在代理之间挑取竞争心态，在谈判中因有当地的一个潜在客户而使我们掌握主动和高姿态。不能以低姿态进入市场。

d. 草签协议后，在我们的广告中就可以出现草签代理商的名字，挑取了分销商和原厂商的矛盾，我们乘机进入市场。

e. 在当地的区域市场上，随时保证有一个当地的可以成为一级代理的二级代理，以对一级代理成为威胁和起到促进作用。

2. 给代理信用等级上的支持(指定信用等级评定方法)

a. 客户的分类：地区的一级代理商(a) 地区的二级代理商(aa) 系统集成商(aaa)

b. a级20家□aa级100家，只有a级才能有信用支持。

c. a级的信用等级评定标准：

- 1) 签定了正式的授权营销协议，并在明联公司进行了完整的备案。
- 2) 前三个月内每月的定货符合授权营销协议的规定销售额。
- 3) 在三个月内的商业交换中没有发生过恶意倒帐事件和商业纠纷。
- 4) 积极开拓市场，独立操作在当地的市場活动。配合公司的市场营销活动。
- 5) 没有违反授权行销协议中规定内容。

销售督导计划篇二

为确保我公司工作顺利开展，也为让公司对我的工作进行考核，我将做好以下方面的工作计划来提高工作效率和质量。确保客户按质，按时的实现公司部署的工作计划。使加盟店的销售工作顺利进行，能对公司的各项方针政策在加盟店的执行情况负责。

服装行业有个特点，那就是季节性强，虽然一年有春夏秋冬四季，每一季都有时尚，不过还是以秋冬季节为主，根据公司的实际，做好促销活动。个人认为可以从以下几点入手：

因此我们要努力提高销售员的素质，提高员工工作积极性，增强他们的素养，使销售员更有工作精神和奉献精神。奖与惩相结合，不能光有惩而不奖，也不能光有奖而不惩。

的各种压力，店长导购努力调整好陈列，把握好时机进行促

销。可以从这几个方面做：首先，多和员工进行交流。其次，不断学习行业新知识，新产品，为客户带来适用的资讯，更好的为客户服务，为了能促进销售，应做到在每个细节上力求与众不同。最后，加强服装面料知识培训，了解当季时尚趋势，及相关搭配方式和店面人员销售技巧培训。只有及时补充学习，才能适应商业节奏的步伐。

，简历(尽力)完善客户档案，为客户发放小礼品来吸引更多的顾客再次上门购买，如果售前、售后服务做得好，那些买过的客户就会介绍他的亲戚、朋友过来!这样就可以获得更多的新客户。

店面的相关配饰要配备齐全，装牌立体感更强，刺激顾客的购买欲望。店面要整洁，干净。销售员精神面貌、气质要好，做好微笑服务，着装原则上要求穿本公司服装，要求干净、整洁、大方、得体。细节决定成败!

积极性。与店员及时沟通，了解员工的想法和困难之处。

店长有什么问题这些及时向公司汇报，尽力做好自己的本职工作。

以上是个人的看法，工作中也许有疏忽和做得不好的地方。但是我相信通过自己的努力，我会做得越来越好的!但我始终坚信，有付出就会有收获，没有付出是一定不会有收获，取得成功的。

销售督导计划篇三

协助、协调：督导工作是对产品终端建设及促销的管理，协调公司与渠道经销商、零售商的关系，做好宣传工作;督导要对业务代表拜访、售后服务结果的检查，也是协助区域经销商代表发现问题、解决问题的有力补充(包括负责对终端运作情况的检查，产品检查与宣传品检查，客户进门观察、销售

引导测试、产品知识测试、宣传资料检查等等)。

市场调查、信息收集：收集主要竞争公司及竞争厂家的市场占有率；了解同类产品特点及其竞争优势；了解产品的市场变化原因；了解自身产品经销商、分销商的覆盖能力及终端的销售数据；了解行业人士对终端的评价和口碑(包括面积、营业员人数、地理位置、人流量估计、周围社区状况及消费水平等)。

1、及时准确了解公司政策，产品、发展要求及目标、掌握市场动态这是首要。

2、市场督导就得像培训师一样，对渠道店面进行简单有效的销售技能、售后服务培训。要让经销商和终端门店认识到，我们不仅仅是产品上了柜，同时我们也在关注、在关心他们的整体销售，并让其对我们公司的形象、企业文化、标准服务流程、标准销售政策及销售方式有标准化的认识和理解，并让其感受到我们是实事求是地在帮助他们。

3、掌握客户资料，把握细节，增强市场敏感度。

案例分析：浙江萧山20xx年度城市整改招标，有甲公司于乙公司相互竞标(甲乙公司市场实力相当)，甲公司市场部经理经过多方资料收集掌握到招标中心主任有一张大部分人都认为很破、也没有观赏性的相片，就叫人想办法把这张照片的复件拿到手，并把这张图片进行扩充，相框装饰，放在甲公司会议室，这个行为让公司很多员工非常不理解，但是在招标中心主任到这甲公司会议室的时候，就感觉到亲切，并被甲公司“做事情认真，细致，坦诚”所感动，最后在招标中甲公司以低于乙公司20%的价格夺得标的。

销售督导计划篇四

1 市场部职能

2 市场部组织架构

3 市场部工作计划

4 市场部06年销售计划

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、树立良好企业文化

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：

市场部直接对销售总经理负责，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，重要的工作是协助总经理收集、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：

直接对总经理负责，协助总经理进行市场策划、销售计划的制定和实施。

督促销售部对销售计划进行事实。

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

三 市场部工作计划 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、激发工作热情、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

“从优秀到卓越”——企业人在企业自律守则培训

售人员职业道德培训

售人员必备素质培训

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：

共2页, 当前第1页12

销售督导计划篇五

一、督导的工作职责：协助、协调：督导工作是对产品终端建设及促销的管理，协调公司与渠道经销商、零售商的关系，做好宣传工作；督导要对业务代表拜访、售后服务结果的检

查，也是协助区域经销商代表发现问题、解决问题的有力补充（包括负责对终端运作情况的检查，产品检查与宣传品检查，客户进门观察、销售引导测试、产品知识测试、宣传资料检查等等）。

市场调查、信息收集：收集主要竞争公司及竞争厂家的市场占有率；了解同类产品特点及其竞争优势；了解产品的市场变化原因；了解自身产品经销商、分销商的覆盖能力及终端的销售数据；了解行业人士对终端的评价和口碑（包括面积、营业员人数、地理位置、人流量估计、周围社区状况及消费水平等）。

二、督导工作要求：

1、及时准确了解公司政策，产品、发展要求及目标、掌握市场动态这是首要。

2、市场督导就得像培训师一样，对渠道店面进行简单有效的销售技能、售后服务培训。要让经销商和终端门店认识到，我们不仅仅是产品上了柜，同时我们也在关注、在关心他们的整体销售，并让其对我们公司的形象、企业文化、标准服务流程、标准销售政策及销售方式有标准化的认识和理解，并让其感受到我们是实事求是地在帮助他们。

3、掌握客户资料，把握细节，增强市场敏感度。

案例分析：浙江萧山20xx年度城市整改招标，有甲公司于乙公司相互竞标（甲乙公司市场实力相当），甲公司市场部经理经过多方资料收集掌握到招标中心主任有一张大部分人都认为很破、也没有观赏性的相片，就叫人想办法把这张照片的复件拿到手，并把这张图片进行扩充，相框装饰，放在甲公司会议室，这个行为让公司很多员工非常不理解，但是在招标中心主任到这甲公司会议室的时候，就感觉到亲切，并被甲公司“做事情认真，细致，坦诚”所感动，最后在招

标中甲公司以低于乙公司20%的价格夺得标的。

4、督导要做到对公司产品及相关信息深信不疑，自己定信方能让他入置信，督导人员应按照公司的要求并标准化的对各区域人员进行培训、现场指导、做到两个定期（1、督导定期对公司政策和计划进行回访，经销商定期对客户进行回访）。以下是意见解析：

（1）获得一个新顾客比留住一个已有的顾客花费更大。

（2）除非你能很快弥补损失，否则失去的顾客将永远失去。

（3）不满意的顾客比满意的顾客拥有更多的“朋友”。

（4）顾客不总是对的，但怎样告诉他们是错的会产生不同的结果。

（5）如果你不去照顾你的顾客，那么别人就会去照顾。

度。并能及时的反馈问题，解决问题；

看望老朋友的出行工具，就到乡镇豪爵摩托车销售店去看车，当这个店脚踏拖鞋，身穿背心、七分裤，手提大水杯，满脸胡子的老板出门迎接老教师的时候，老教师摇摇头走了，来到了县城里面的豪爵专卖店时看到的是身穿制服，头戴工作帽，热情的销售人员后就决定在这里购买，同时豪爵专卖店还免费把车子送到30公里外的乡镇给老教师。

三个月后，老教师骑着摩托车来这个专卖店做保养换机油，由于是周末店内没有专业的人员

来接待老教师，店内主管就叫了一个刚来三天的学徒给老教师换机油，但是这个学徒不知道怎么换这个机油就问了几次主管后才打开了机油盖，由于不知道换机油节奏和维修保养

的基本操作，直接一瓶机油全部倒入了摩托车中，老教师由于看过保养手册，记得第一次换机油只需要换80%，于是就询问这个小师傅，说“你给我换的机油多了，你们的手册上讲的只需要换80%”

这个小师傅不开心的说“这个机油是你买的吧，把全部机油换在你的车里面是关心你，难得还把机油换在我车里面嘛”。听到这样的话老教师不开心的骑着摩托车回到家里面后给豪爵售后服务中心的人进行投诉，并说明自己是读过这个保养手册的，售后中心的接到电话后马上反应给公司领导，公司领导立即给专卖店的打了电话说道“你们已经把80%外的20%的客户都赶出了店面，这个老教师属于有影响力的人，你的疏忽和学徒的不专业将会受到老教师的宣传，你的损失，直接受伤的我豪爵公司，现在马上亲自去对老教师的摩托车进行维修保养，并免费赠送一件机油给老教师作为你们公司失误的补偿”，当专卖店的主管亲自上门为老教师进行维修保养后，老教师说了一句话“不是你们不专业，是学徒不够专业，你们不是都不专业，是学徒不专业”。

三、具体工作内容：

1、培训

(1) 企业培训：熟悉企业文化，流程、掌握公司产品知识及销售策略。

(2) 临场培训：制作临场培训大纲，协助领导进行销售及产品培训。

(3) 团队管理：细化工作流程，按领导指导合理分配人力资源。

2、资料收集

- (1) 区域市场经济状况资料收集。
- (2) 各商家及市场销售量，销售政策，促销方式等等资料收集。
- (3) 竞争厂家的促销活动样本采集，销售方式数据收集。
- (4) 商家、经销商、客户意见、需求及建议进行资料收集。

3、市场调查

(1) 经济环境调查□a□区域收入情况，消费情况，周边经济发展情况□b□经销商店面周边人流量测试，固定消费群测试。

(2) 消费层次调查□a□周/月喝饮次数□b□购买次数、购买首选场所、购买习惯（展柜、陈列□□c□喝饮习惯（早、中、晚□□d□什么样的渠道了解产品、产品定位性及市场认知度（视频播放，海报认知）等等调查。

(3) 经销商调查□a□本月店面销售量（公司产品所占比例）、上月销售量（公司产品所占比例□□b□产品陈列数量（有无陈列奖励、竞争对手的陈列奖励□□c□销售价格□d□月进货量□e□送货周期□f□库存、问题产品等等调查。

(4) 广宣品调查：海报、贴画粘贴统计；

(5) 新品测试：新品口感喜好度调查（颜色、五味、醇厚感、浓度）；新品品尝类别（年龄、收入、工作状况、职业）等等调查。

4、运营管理

(1) 店面培训：如何开拓市场、吸引客户、提高营业收入、提高运行效率。

(2) 立客户档案：让经营者知道自己有多少客户，客户是什么人，购买了什么产品。且便于不断增加的客户信息的有效管理。

(3) 培训经销商对于消费者回访的目的（在于增加客户被关心、被尊重的感觉，能及时发现并处理问题，引导消费）

(4) 产品文化培训，公司文化、销售策略培训，并随时进行跟踪等等。