

2023年年度销售目标分解公式 新的一年 如何做好年度销售计划和目标分解(优 质5篇)

在日常学习、工作或生活中，大家总少不了接触作文或者范文吧，通过文章可以把我们那些零零散散的思想，聚集在一块。那么我们该如何写一篇较为完美的范文呢？下面是小编为大家收集的优秀范文，供大家参考借鉴，希望可以帮助到有需要的朋友。

年度销售目标分解公式篇一

世界上最远的距离，是从头到脚，

世界上最难的管理，是从战略到动作，

年度销售计划和目标分解，这样的话题，应属老生常谈了，但又不得不谈，而且常谈常新。笔者访谈了多家公司的销售部门领导和公司高层，对这个问题是高度重视（毕竟销售部门是产出部门，是公司的生命线），但又讲不明白。比如，你问一些公司的销售部经理：你们是怎么制定年度销售计划的？他可能说：公司下任务，我这里分解；还有的就是说，根据去年完成销量情况适当增加某个比例。反正就是粗略的一个想法和目标。分解任务基本是下压式，没有沟通，就算有那也是例行通报。

那么公司的销售计划和目标分解怎样做才能算科学、合理、有效呢？

在这里，我只能说大致的科学、合理、有效，因为各个行业、企业的市场发展、竞争状况、市场基础、渠道、品牌、团队各不一样，不可能放之四海而皆准。

我们先来看一个目标细化的故事：

美国科学家曾经做过这样的一组实验：将30个人分为a□b□c三组，让他们分别走路到50公里外的村子里去。

a组人员：没有小目标，也不知路程有多远，不知道村庄的名字，只管跟着向导不停地走就行了。结果，走到五分之一的距离，大家都开始叫苦；不到一半的路程，大家有开始抱怨；走完四分之三的路程，大家都愤怒了；走完全程，大家情绪都很低落，花费的时间是最长的，而且大家也很痛苦。

b组人员：有大目标（知道村子名字），也知道路线和终点，但是路上没有里程碑，没有时间和速度，只根据经验估计猜测。结果，走到一半的距离，有人开始询问；走完四分之三的路程，大家普遍情绪低落，最后大家都疲惫不堪，同时路上花费的时间也是比较长的。

c组人员：不仅知道方向，也知道终点位置，而且路程上还有路碑，向导有手表还知道大家行进的速度，明确剩下的距离。一路上，大家有说有笑，还有人在唱歌，在快乐的情绪中大家走完全程。结果，花费的时间是最短的，也是最快乐的一组。

这个故事说明了什么？

第一：目标设计得越具体越细化，越容易实现

第二：如果清晰知道行动目标和进展速度，人们就能自觉克服困难，努力达到目标

第三：看不到目标容易让人心生恐惧和愤怒

第四：将目标简单化、轻松化，更容易实现

第五：目标需要不断地被细化（阶段性标志、小目标）

第六：方向比努力更重要，快乐也是生产力

下面我们看看一般企业是怎么进行销售计划和目标分解的？

大多数企业用的是：指令式分解。指令式分解是分解前不与下级商量，由领导者确定分解方案，以指令或指示、计划的形式下达。

有一些企业用的是协商式分解。协商式分解使上下级对总体目标的分解和层次目标的落实进行充分的商谈或讨论，取得一致意见。

前者容易使目标构成一个完整的体系，但也容易造成某些目标难以落实下去，不利于下级积极性的激励和能力的发挥；后者容易使目标落到实处，也有利于下级积极性的调动和能力的发挥，但要注意“民主”之后的“集中”。

要做好年度销售计划和目标分解，主要应围绕三方面进行工作，基本就可以达到科学、合理、有效。

第一方面：销售计划与目标分解制度

a□年度计划编制

第一步：首先当然是确定年度销售目标。

主要包含以下指标：销售量（销售额）、利润目标、新产品销售目标、销售商数量、有效零售网点数、销售单位成本、有效市场定价、应收款规模等。所用到的方法主要有是目标倒推论证法，如：是否拥有达到这个增加值的资源、未来一年内公司资源的变化情况、是否具备应对上述变化的能力和切实可行的举措，这些方面论证越详细，目标离实现就越近。

年度目标的描述：结合上述各指标进行描述，如，上年度销售实际完成值汇总、年度差异、年度销售目标论证、结论。
年度主要销售目标举例：

销售额目标：年度、季度、月度目标应依据上一年、上季度、上月度具体制定，以数字体现；把年度目标分解到季度，落实到销售部门、将部门任务落实到区域和每一个业务人员。

利润目标：企业预计全年实现的利润、将利润具体分配到销售部门，制定部门利润完成情况表。

新产品销售目标：对新产品制定预计销售目标、新产品销售目标对照上一年度新产品实际销售情况制定。

第二步：计划编制依据

企业上一年度销售数据、企业上一年度广告投入和销售额增长之间的关系、企业销售机构数和销售人员数量、企业上一年度各部门销售实际完成率。

新产品销售计划编制依据：上一年度新产品的销售情况新产品的广告费用和投放区域、新产品的消费群数量、上市时间。

销售计划和费用控制：每月进行销售计划的完成情况制作报表、每个季度进行分析和调整，每半年进行一次、对重点经销商和零售商进行跟踪和支持，每月统计销售数据、每月对销售费用进行一次汇总报表，以便总体控制。

b□月度销售计划编制

收集过去3年间各月销售业绩，将过去三年间的业绩取出，并且详细了解各年度每月的销售额；过去三年销售业绩合计，过去三年的各月销售业绩进行总计；过去三年各月销售比重，可以看出季节性变化而影响该月的销售额度；每月销售额计

划，将过去3年各月销售比重运用到最后确定的本企业销售总额中，即可得到每月销售额计划。

第二方面：销售计划与目标分解指标体系

第一步，制定年度销售计划。横向维度主要从计划销售量、计划销售金额总额、计划边际利润率来考虑；纵向维度主要考虑上年度本企业预期、竞争对手预期、损益平衡点基准、本年度本企业预期。

第二步：月度销售计划：按照数量目标（业务人员、产品类别两个维度）、利润目标（销售成本、毛利、销售费用、净利）分解。

第三步：渠道目标销售计划（按渠道类别和现有销售、月均销售、目标销售、目标利润两个维度进行分解）

销售目标月度分解计划：被分解的销售目标不能仅为销售量目标，还应包括年度销售目标涉及的其他内容。常见的月度销售计划分解往往只有销售量的分解，这种分解除了明确月度的销售任务外没有任何意义，行政性大于客观操作性。月度销售计划还应包括实现这些目标所必须完成的任务和基本的销售行为、动作、活动。与月度销售计划配套的市场支持计划要素必须同时罗列清楚。

第四步：销售计划销售商分解。销售计划分解到每个销售商。分解的内容包括所有销售目标，尤其是产品项细分要具体到规格、型号、颜色等产品细分特征。对于经销商的销售计划包括年度计划所涉及的内容。基于不同企业与经销商的谈判地位不同，有关应收款及市场支持方面可做适当的隐藏经销商的销售计划要包括经销商可能或必须发生的销售或经营动作必须由经销商签章确认。

第五步：产品销售计划、客户销售计划、营销费用预算、账

款回首回收、销售计划分析等进行计划和分解。这里不再赘叙。

第六步：月度实际销售情况计划预测。进行月度实际销售情况的计划预测（进销存预测），包括每月销售目标执行的分解预测、销售商库存数的销售预测和新增网点数的计划分解等。

第七步：销售计划月度通路分解。通路指实现销售的客户对象类别，包括专业形象店，专业市场，四级市场零售网络，消费者直销和超市（卖场）。按实际销售目标进行计划分解。

第八步：销售计划月度零售网点分解。前几个步骤其实都是关注公司与经销商的销售合作关系及批发（移库）关系。步骤六的作用在于解析消费者如何在零售环节获得产品（实销），所以它是销售目标得以长期实现的承上启下的关键环节。要以城市、隶属销售商责任关系为界，对每个零售网点的陈列及实际销售数进行计划分解。

第九步：销售商、通路、零售网点销售任务描述。本步骤是对未来市场实际销售的设计与统筹，是实现销售目标的最后一公里，销售计划能否变成现实就看这一步骤。本步骤的内容包括：为完成销售计划，销售商、通路、零售网点需要完成哪些销售任务，为完成这些销售任务，公司销售中心、各销售任务责任人又需要行使哪些使命及如何配合。

第十步：存在的差异情况预测分析。本步骤主要用于一个销售月度结束后的销售差异分析：分析竞争对手的情况及公司自身销售团队的能力是否导致计划在执行过程中受到影响。

第十一步：每月（滚动）差异原因分析及改进措施描述。这是一个销售计划周期的收官步骤，主要目的就是应对市场变化，在销售目标不变的前提下及时调整销售任务和行为，即通常所说的制订滚动修正销售计划。具体内容为：每月末对

上月销售计划的执行情况进行分析，找出差异点并提出改进措施。

第三方面：销售计划与目标分解流程

第一，销售计划与目标分解流程。从营销部（销售部）开始，横向层面涉及市场部、各区域分支机构、财务部、营销总监、总经理层面；纵向层面从营销部开始，经过讨论，在企业整体战略指引下，制定营销战略，明确营销目标、制定营销计划，确定初步的营销计划，经过高层的确定，明确营销计划，再进行计划和目标分解，最后是执行、监督和费用审核。

第二，销售费用编制流程。从营销总监层面开始，横向是营销部、其他相关部门，还有总经理；纵向总监开始，落脚在营销部，营销部预测下年度销售额，其他部分分析上年销售额，确定营销费用额度，分析产品销售周期，选定费用的计算方法，销售预算的时间分配报批并确定，明确销售费用的分类预算制定、控制与评价标准。确定机动费用的投入条件、时机、效果评价方法并报批。

当然，我们不要求所以企业都能做到，但这种做法起码可以让企业做到“不拍脑袋”，且有据可依；也可以让业务人员明确销售计划和目标分解的过程和内容。这里面的分解指标和分解流程是值得好好思量一下的，毕竟在指令式下达任务的业界，缺少沟通的基础是一种常态。“冲锋陷阵”时我们要勇猛，但在制定“作战计划”时却要慎重，这就是笔者写这篇文章的初衷。

蒋军——营销专业科班出身，先后任职于全国知名啤酒企业、食品企业和品牌营销咨询公司。

年度销售目标分解公式篇二

很高兴也很荣幸能担任__餐厅经理，我将会在餐厅总经理的

督导下，负责餐厅的餐饮出品和服务以及日常管理工作。以下是我的下半年工作计划：

一、员工管理方面

1、参与制定合理的餐厅年度营业目标，并带领餐厅全体员工积极完成经营指标。制定员工岗位职责和服务标准程序，督促、检查餐厅管理人员和员工按服务标准对客服务，不断提高服务质量和工作效率。

2、至少每月召开一次餐厅全体员工大会，分析、通报餐厅每月营运指标、收支情况，解决目前存在的问题；听取员工对餐厅内部管理和对外销售的意见及建议，让员工广泛参与餐厅的管理工作。

3、抓好员工队伍建设，掌握员工思想动向，通过对员工进行评估、考核，为优秀员工提供晋升和加薪机会。安排专人负责制定员工培训计划，并组织员工参与各项培训活动，不断提高员工服务技能、技巧以及服务质量，提高工作效率。

二、营销方面

1、利用各种媒体渠道广为宣传，增加餐厅在本地的知名度，并锁定目标客户群，加大对目标客户群的宣传力度。

2、建立常客联系档案，与客人建立良好的关系，并通过面谈、电话访问等形式征求客人意见，处理客人投诉，销售餐厅产品。

3、牢牢抓住__餐厅的企业餐饮文化，从餐厅的装修装饰风格 and 高质量餐品出品，以及热情温馨的服务，最大程度的展现这种休闲西餐的文化主题和内涵，抓住了这一卖点，将使餐厅具有无限的生命力。

三、经营战略

本餐厅位于繁华地段，已经有了比较好的餐饮氛围，人流量及客户群也不是很大问题，正因如此，周边相对成熟的快餐厅，豆浆店，咖啡馆，面馆，海鲜餐馆，川菜馆等等，这些琳琅满目的餐饮形式都是我们不同程度上的竞争对手，因此：

- 1、经营初期，我们要在避其锋芒的同时，发扬自己的特点，产品上不要以品种数量取胜，要集中力量，把“比萨”这一本餐厅的招牌产品做精做好，拳头攥紧了打出去才有力量。
- 2、结合本餐厅的休闲特点，加大对下午茶的推广力度。
- 3、从长远来看，继续开分店，实行多店经营，是我们努力的目标。

今后的工作中，我将以此计划为基础，很据餐厅的具体运营状况和产生的问题，不断改进。

四、安全管理方面

1、餐饮部服务安全管理

在餐饮服务过程中，服务人员要注意保管和照看客人的物品防止丢失或被盗，在自助餐厅，由于客人不时起身离桌，服务员更要提高警惕。如客人饭酒过量，服务人员应注意观察，在可能的情况下婉言劝其少酒，以免发生醉酒闹事、伤人、斗殴等意外事故。对已醉酒的客人应立即通知大堂经理和安全部，以防意外。有重要客人参加的宴会、酒会、餐饮部要指定专人服务并根据要求对食品留样备查。下班时要将重要的烟、酒及饮料锁好，防止被盗。在宴会或各种活动以后，服务人员要检查有无留下火灾隐患。

2、食品储存卫生管理

做好防霉、防虫、控制温、湿度及定期进行食品库房的清扫和消毒。减少外界因素对食品的污染。各类食品应分类存放，食品与非食品，原料与半成品卫生质量存在问题的食品与正常食品，短期存放与较长基存放的食品，以及具有异味食品与易吸异味的`食品，均不能混杂堆放。

对入库的食品应做好验收工作，变质食品不能入库要对库存食品定期进行卫生质量检验。

年度销售目标分解公式篇三

今年的销售目标最基本的是做到月月有进帐的单子。根据公司下达的销售任务，把任务根据具体情况分解到每月，每周，每日。以每月，每周，每日的销售目标分解到各个销售人员身上，完成各个时间段的销售任务。并在完成销售任务的基础上提高销售业绩。

人才是企业最宝贵的资源，一切销售业绩都起源于有一个好的销售人员，建立一支具有凝聚力，合作精神的销售团队是企业的根本。在明年的工作中建立一个和谐，具有杀伤力的团队作为一项主要的工作来抓。

销售管理是企业的老大难问题，销售人员出差，见客户处于放任自流的状态。完善销售管理制度的目的是让销售人员在工作中发挥主观能动性，对工作有高度的责任心，提高销售人员的主人翁意识。

培养销售人员发现问题，总结问题目的在于提高销售人员综合素质，在工作中能发现问题总结问题并能提出自己的看法和建议，业务能力提高到一个新的档次。

根据今年在出差过程中遇到的一系列的问题，约好的客户突然改变行程，毁约，车辆不在家的情况，使计划好的行程被打乱，不能顺利完成出差的目的。造成时间，资金上的浪费。

年度销售目标分解公式篇四

1、拟定每个月、每季度的任务打算。充实操纵现有资本，尽最年夜尽力、最年夜限制的开辟告白市场。鉴于今朝我们的末端数目无限的环境正在争夺投放的同时，也会为将来的市场多做展垫任务，争夺有更多年夜投放量、持久投放的客户介入出去。按照末端数目的增加环境，有针对性地调解任务计谋、开辟新的范畴。

1、正在第一季度，以市场展垫、鞭策市场为主，扩展_____公司的著名度及促进速率奉告，由于处于单节的特别期间，良多单元的宣扬打算拟定完成，节后借会处于一个告白高潮期，我会充实操纵那段时间弥补相干常识，抓紧联结客户豪情以期构成一个壮大的客户群体。恰当的寻觅小一些的投放客户将告白投放出去，但我估计对圆会有请求很低的扣头或许以货抵告白费的环境。

2、正在第两季度的时辰，由于有“五一节休息节”的闭系，告白市场会迎去一个小小的岑岭期，而且跟着气候的渐渐转热，夏日饮品、沐浴用品、防蚊用品等的告白会做为投放重面开辟。

3、第三季度的“十一”“中春”单节，告白市场会给后半年带去一个杰出的初步，黑酒、保健品、礼物等一些产物会插手告白止列。而且，跟着我公司末端展设数目的增添，一些投放量年夜的、持久的客户就能够慢慢渗透出去了，为年末的告白年夜战做好充实的筹办。

4、年末的告白任务是一年傍边的颠峰期间，加上我们一年的末端展设、客户推行，我信赖是我们告白部最如火如荼的时候。跟着夏季成婚人群的增添，一些婚庆办事、婚庆用品也会插手告白止列，单节的告白氛围也会正在那种情况下随之而去。

我会充实的按照现实环境、时候特色来做好客户开辟任务，并按照市场转变实时调治我的任务思绪。争夺把告白额度做到最年夜化！

2、造订进修打算。做市场开辟是必要按照市场不断的转变场合排场，不竭调解运营思绪的任务，进修关于营业职员来讲相当主要，由于它曲接闭系到一个营业职员取时俱进的程序战营业圆面的性命力。我会当令的按照必要调解我的进修标的目的去弥补新的能量。产物常识、营销常识、投放计谋、数据、媒体运做办理等相干告白的常识皆是我要操纵的内容，良知知彼，圆能百战百胜(正在那圆面借但愿公司授与我们营业职员撑持)。

其他，正在__年年底的时辰，我报考了_____年夜教的_____专业，由于我领会到此中有良多的做影视后期、前期及办理的课程，告白部的办理、编播也会有良多那圆面的任务，我将体系地、周全的停止进修，有利于实际连系现实。好让本身正在告白部可以或许阐扬更年夜的感化。

3、增强本身思惟扶植，加强全局认识、加强义务感、加强团队认识。主动自动地把任务做到面上、落到实处。我将尽我最年夜的才能加重带领的压力。

以上，是我对__年的一些想象，能够借很没有成生，但愿带领斧正。水车跑的快借靠车头带，我但愿获得公司带领、部分带领的准确指导战帮忙。20__，我将以极新的精力状况投入到任务傍边，尽力进修，提升任务、营业才能。

年度销售目标分解公式篇五

作为餐厅经理，我制定20__年下半年的工作计划如下：

一、营造和谐氛围，打造学习团队；严管重教，少训多教

管理工作不是单纯的照章办事，要以理服人，以德服人。“管”靠制度，“理”靠感染。员工犯错误，不能一味去批评、指责、处罚。重要的是对其进行教育，让他们反省自己的错误在哪里. 及时进行改正，同样的错误下次一定不能重犯;多组织各类文体活动和培训课程，玩就玩个痛快，学就学个认真、踏实。在丰富员工文化生活的同时又能补充到知识能源，永葆企业活力。

二、以销售维系为根本

首先，我们自己的思路要清晰，知道我们的顾客群，明白我们的服务对象，制定我们自己的服务模式，知道我们的顾客最重要的要求，恰到好处的进行销售与维系，用心去感受，真诚去体验。其次是我们要让宴席接待成为我们的先锋官，系统全面的做好各项细节服务工作，带动我们的餐厅稳中攀升。

三、五常管理为标准，持之以恒是关键

“5s”在我们的__餐厅相对来说提的还是比较早的，但运用的如何、实施的如何，我觉得它与我们的执行力有直接的关系，我们的员工对此意识可能不强，但我们的管理人员必须有灌输、倡导、示范、检查、监督的意识，并对此有深刻的认识与体会，把它作为一项管理工具运用到工作中去，并与大家共同研讨此方法的好处，与以前的工作相比较，他们的思想就会慢慢改变，使员工形成自觉、主动的质量意识和规范意识，提高工作效率，提高服务质量。

四、培训学习不放松

在工作中我们每个人都需要新的能量补充，企业因员工的努力而发展，员工因企业的成长而进步。我们__餐厅倾力为员工创造学习机会与氛围，大力支持、帮助、督促员工不断学习，成长进步。利用装修停业时间，为员工量身定做培训方

案，使每一位员工都有新的知识补充，新的活力和新的激情，为我们企业发展做出努力，为我们自己的职业道路奠下坚实的基础。

五、安全时刻记，节约要认真

安全是经营的基础，是我们工作的前提，每周四是我们的安全检查日，每餐的餐前、餐中、餐后检查一定要认真执行，水、电、液化气、企业财产等检查一定要落到实处，为企业承诺一份安全保障，把所有的易耗品归类、量化，并认真妥善保管，坚决抵制长流水、长明灯、物品浪费，职工餐浪费现象。

六、硬件维护保养不落下

餐厅的设施设备的维护与保养工作我们要养成良好的习惯，天天检查，及时报修，及时进行解决，让顾客每到一处感受到空气的清新、玻璃、餐具洁净明亮，花草充满生机，辅助设施整齐干净，给顾客留下优雅、温馨、惬意的美好印象。

在20__年下半年的工作中，我们一定要按照工作计划严格认真执行每一项工作，把创新经营、创新管理、创新服务、创新出品，作为我们永恒的工作主题，让我们携手共进，再接再厉，再创新的辉煌！