

最新销售部门用人计划 销售部门计划书(大全6篇)

时间流逝得如此之快，我们的工作又迈入新的阶段，请一起努力，写一份计划吧。因此，我们应该充分认识到计划的作用，并在日常生活中加以应用。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。

销售部门用人计划篇一

- 1: 每周至少要保障有8台机器入帐，在保障有机器的情况下必须保证每台机器的成本以及成本之间的利润，尽量能够保证商用笔记本单台的利润空间不能够底于300月之下。家用笔记本必须争取在不亏的其他适当的把自己的利润点数提高点。而且也要必须保证完成笔记本的单台量。
- 2: 经常把自己所做下来的单子和客户记一下看看有哪些工作上的失误有那些地方还可以改进，确切的说就是能不能够还把自己的毛利点提高一点呢，及时改正希望下次还能够做的更好。
- 3: 在和客户交谈当中必须要多了解客户的状态和需求，再做好准备工作才有可能不会丢失这个客户。
- 4: 对客户不能有隐瞒和欺骗，这样不会有忠诚的客户。在有些问题上你和客户是一直的。
- 5: 要不断加强业务方面的学习，多看书，上网查阅相关资料，与同行们交流，向他们学习更好的方式方法。
- 6: 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。

7: 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，让客户相信我们的工作实力，才能更好的完成任务。

8: 自信是非常重要的。要经常对自己说你是最好的，你是独一无二的。拥有健康乐观积极向上的工作态度才能更好的完成任务。

9: 和公司其他员工要有良好的沟通，有团队意识，多交流，多探讨，才能不断增长业务技能。

10: 为了我们店的销售任务这个月我要努力完成8000到1万元的利润任务额，为我们店创造更多利润。

以上就是我这一年的销售人员个人工作计划，工作中总会有各种各样的困难，请老大多多的指导，共同努力克服。为我们门店做出自己最大的贡献。

销售部门计划书范文篇三

在这一年里，凭借前几年的蓄势，公司步入了高速发展的快车道，实现了飞快的效益增长，而且成功地实现公司股票在上海证券交易所上市。从此，一个公司将以崭新姿态展现在世人面前，一个更具朝气和活力的、以维护股东利益为己任的新公司诞生了。

公司上市后，管理水平必将大幅度提高，这不仅仅是市场竞争的外在要求，更是自身发展壮大的内在要求。对于市场部来说，全面提升管理水平，与公司同步发展，既是一种压力，又是一种动力。为了完成公司合同额三十亿的总体经营管理目标，市场部特制订工作计划如下。

一、信息网络管理

1. 建立直接领导关系

市场部是负责公司信息网络建设与维护、信息收集处理工作的职能部门，接受营销副总经理的领导。市场部信息管理员与各区域市场开发助理之间是一种直接领导关系，即在信息网络建设、维护、信息处理、考核方面对市场开发助理直接进行指导和指挥，并承担信息网络工作的领导责任。

2. 构架新型组织机构

3. 增加人员配置：

(1)、信息管理员：市场部设专职信息管理员3名，分管不同区域，不再兼任其它工作。

(2)、市场开发助理：浙江省六个办事处共设市场开发助理两名，其它各办事处所辖区域均设市场开发助理一名。

4. 强化人员素质培训

春节前完成对各区域的市场部信息管理员和市场开发助理的招聘和培训，使新的管理制度实施过程中市场部在人员素质方面有充分的保障。认真选择和慎重录用市场开发助理，切勿滥竽充数。

5. 加大人员考核力度

在人员配置、资源保证、业绩考核等方面对信息网络建立和维护作出实施细则规定，从制度上对此项工作作出保证。建立市场信息管理员定期巡回分管区域指导信息管理工作的考核制度，并根据各区域实际情况和存在的问题，有针对性地加以分析和研究，以督促其在短期内按规定建立和健全信息管理工作。

6. 动态管理市场网络

市场开发助理与信息管理员根据信息员提供的信息数量(以个为单位)、项目规模、信息达成率、发展下级信息员数量四项指标对信息网络成员进行定期的动态评估。在分析信息员/单位的分类的基础上,信息管理员和市场开发助理应结合信息员的背景资料进行细致地分析,确定其通过帮助后业绩增长的可能性。进一步加强信息的管理,在信息的完整性、及时性、有效性和保密性等方面做好比上一年更好。(详见市场开发助理管理制度)

7. 加强市场调研

以各区域信息成员/单位提供的信息量和公司在各区域的业务进展情况,将以专人对各区域结构业务的发展现状和潜在的发展趋势,进行充分的市场调研。通过调研获取第一手资料,为公司在各区域的机构设置各趋合理和公司在开拓新的市场方面作好参谋。

二、品牌推广

1、为进一步打响公司品牌,扩大公司的市场占有率,乘公司上市的东风,初步考虑四川省省会成都、陕西省省会西安、新疆维吾尔自治区首府乌鲁木齐、辽宁省会沈阳、吉林省的长春、广东省会广州、广西壮族自治区首府南宁以及上海市举办品牌推广会和研讨会,以宣传和扩大公司的品牌,扩大信息网络,创造更大市场空间,从而为实现合同翻番奠定坚实的市场基础。

2、在重点或大型的工程项目竣工之际,邀请有关部门在现场举办新闻发布会,用竣工实例展示和宣传杭萧钢构品牌,展示杭萧钢构在行业中技术、业绩占据一流水平的事实,树立建筑钢结构行业中上市公司的典范作用和领导地位,使宣传工作达到事半功倍的效果。

3、进一步做好广告、资料等方面的宣传工作。在各个施工现场制作和安装大型宣传条幅或广告牌，现场展示企业实力；及时制作企业新的业绩和宣传资料，补充到投标文件中的业绩介绍中和发放到商各人员手中，尽可能地提升品牌推广的深度和力度。

4、加强和外界接触人员的专业知识培训和素质教育工作，树立良好的企业员工形象和先进的企业文化内涵，给每一位与杭萧钢构人员接触的人都能够留下美好而深刻的印象，从而对杭萧钢构及钢结构有更清晰和深层次的认识。

三、客户接待

客人接待工作仍是市场部工作的重点之一。做好客人接待工作是业务接洽的必要的提前和基础。如何按照公司有关规定和商务部要求保质保量地做好客人接待工作是市场部必须进行认真研究和探讨的重要课题。表面上看起来接待工作比较简单，但实质上客户接待是一门十分深奥的学问。不去深入地研究和探讨就不能让该项工作做得完善。因此，市场部要在方法上、步骤上、细节上下一番功夫。为了既少花钱，又不影响接待效果，需要向各商务部领导和各办事处商务人员更多地了解客人的生活阅历、为人禀性、处事方式、兴趣爱好、饮食习惯、办事风格、企业价值取向、管理理念、产品特色、行业地位等等。仔细研究分析和琢磨推敲日程的安排，让每一位客人在最短时间内对公司有全面的、清晰的、有一定深度的了解，对杭萧钢构的产品表现出最大限度的认同感，对公司的管理模式和企业文化产生足够的兴趣。把长期地、坚持不懈地认真对待每一批客人和每一客人，使他们对公司的接待工作满意作为市场部每一个接待工作人员的准则。从而以此来提高项目跟踪的成功率和降低商务谈判的难度，达到提高企业经济效益的根本目的。为此市场部着重抓好以下几方面的工作：

1、督促全体人员始终以热诚为原则，有礼有节地做好各方面

客人的接待工作，确保接待效果一年好于一年。

2、在确保客户接待效果的提前下，将尽可能地节省接待费用，以降低公司的整体经营成本，提高公司利润水平。

3、继续做好来访客户的接待档案管理工作，将潜在顾客和合同顾客的档案分类保存，准确掌握项目进程，努力配合商务部门和办事处促成项目业务。

4、调整部门人员岗位，招聘高素质的人员充实接待力量。随着业务量的不断扩大，来访客户也日渐增多，市场部负责接待的人员明显不足。为了适应公司业务发展的需要，更好地做好接待工作，落实好人员招聘工作也是一件十分重要的事情。

四、内部管理

1、严格执行c版质量管理体系文件和管理体系标准文件，严格实施“一切按文件管理，一切按程序操作，一切用数据说话，一次就把工作做好”战略，使市场部逐步成为执行型的团队。

2、进一步严格按照股份公司和营销系统所规定的各项要求，开展本部门的各项工作管理，努力提高管理水平。

3、充分发挥本部门各岗位人员的工作积极性和主动能动性，强调其工作中的过程控制和最终效果。提高他们的工作责任心和工作质量。严格按照相应的岗位职责实行考核制。

4、一切从公司大局出发，强调营销体系一盘棋。积极做好协调营销系统各部门之间的联系与协调工作，从而提高营销系统整体战斗力，为完成的营销目标做好最优质的服务工作。

5、配合营销副总经理搞好营销系统的日常行政管理。主动为

各部门做好后勤保障工作和日常服务性工作。为他们创造更加良好的企业文化氛围和工作环境。

销售部门用人计划篇二

(一)销售节奏的制定原则：推广销售期指从市场导入开始至产品开盘销售，较大规模的项目一般持续3-4个月的时间，因为项目一期体量较小，建议以2个月左右为好，再结合以实际客户储备情况最终确定；另外，由于销售节点比工程节点易于调整，一般情况下为项目部先出具基本的工程节点，据此营销策划部制定销售计划。制定本计划的重要节点时间时，未与工程部跟进。故本销售计划相关节点只是初稿。待工程节点确定后，再最终定稿。

1. 推广销售期安排3-4个大的推广节点，节点的作用在于不断强化市场关注度，并使销售保持持续、连贯。
2. 鉴于年底临近过年的情况，开盘销售强销期应避开春节假期。
3. 开盘销售前应确保样板区、样板房景观、工程施工达到开放效果。

(二)-销售节奏安排

1. xx年10月底—xx年12月，借大的推广活动推出项目
2. xx年12月底—xx年1月初，召开产品发布会，正式启动某项目，同时策划师对市场进行第一次摸底。
3. xx年1月中旬，开放样板房，同时策划师对市场进行第二次摸底。
4. xx年1月下旬，春节之前，开盘销售强销。

1. 户型统计

由工程部设计负责人、营销部-共同负责，于xx年12月31日前完成

鉴于-项目户型繁多，因此户型统计应包含对每一套房型的统计，包括户型、套内面积、户型编号、所在位置。

2. 销讲资料编写

由营销部-、策划师负责，于xx年12月31日前完成

-项目销将资料包括以下几个部分

购买-的理由：产品稀缺性销讲

基本数据：-的主要经济指标、户型面积统计、配套情况、建筑风格、景观设计、交通情况、交房时间、主要交房配置、物管收费；涉及到设计单位的，由其出具销讲材料□xx年12月31日前，由-整理后，统一作为产品和项目优势说辞。

建筑工艺及材料：需要在xx年12月15日前由工程部出具项目采用的新工艺材料，新技术等基本基本资料□xx年12月31日前，由-整理后，作为材料工艺说辞。

销售部门用人计划篇三

为使本部门xx年工作紧随公司发展及市场需求步伐，做好研发项目及部门管理工作，根据公司指示特制定xx年部门工作计划。

一、产品状况

市场考察。针对公司的产品，考察市场上的产品品种、特点、

价格、包装。

二、竞争状况

针对市场的竞争机制，如何让自己脱颖而出？质量、服务以及诚信度对客户是最大的吸引力。把握住这个，你也就掌握了抓住客户的途径。

三、分销状况

就目前而言，植物油的市场主要是在海外市场，但是随着今年国内市场的发展，以及人们思想的转变，对植物油以及其提取物的需求也是逐年增加。

国外市场：

（一）探测市场

针对不同的产品，归纳其主要市场根据不同市场不同的需求，有针对性的开发。同时，根据产品的多元化，寻求不同的客户。

（二）销售渠道

国外销售如何找客户？目前为止，最常用的还是通过网络和展会这两种方式。

1网络

通过网络一边找客户，一边发帖子。主要到一些国内外比较知名的贸易平台，寻求供求信息。

注意：

另外，面对网上成千上万的竞争者，如何脱颖而出？除了产

品本身的优势外，给客户报价不能漫天要价，针对市场形势，审时度势，以一个合理的价格给客户，同时强调产品质量，售后服务以及及时交货等问题，会让客户觉得自己是一个值得信任的合作伙伴。

2展会

通过展会寻找客户，是一种比较直观的方法。众所周知，这种方式，耗费高，收益也大，正是所谓的风险大，利润大。可以针对公司产品，参加一些国内外比较知名的相关展会。

注意：

注重着装。欧洲人对于着装还是非常重视的。通常，他会将你的着装与你得产品联想起来。所以参展人员，一定要穿着得体，这是推销产品的第一步。

展会上与客户面对面交流，所有的一切活动比较直接透明，所以要选业务精英去参展，同时，可以进行相应的培训，以便使业务人员更能把握住每一个机会。

面对面的交流，礼节也是避免不了的。多了解国外的礼节，对于一个优秀的业务员来说是必然的。

展台的搭建更是非同小可了。对于车水马龙的客户，如何吸引她的脚步，让他一眼就看到你产品？所以展台的搭建布置也是至关重要的一步。

国内市场：

植物油产品再中国市场上已经得到消费者的认可，回头率和忠诚度很高。可是，目前的国内植物油品牌实力都比较小，在市场运作方面处处受阻，商场专柜，国际品牌争奇斗艳，其中的澳洲品牌的比例不可小视。随着中国植物油及其提取

物的日渐成熟，中澳之间的合作将会越来越频繁。

（三）谈判

找到了客户，剩下的就是和客户谈判了。至于这方面的情况，不同的客户不同的要求，随机应变即可。

四、宏观环境状况

针对消费群体，找出产品本身的优缺点，取长补短，继续优化产品，以便满足不同的客户需求。

五、目标计划

针对市场需求，合理指定短期计划和长期计划，所订目标要切实实际。

六、销售注意事项

swot问题分

析(strength□weakness□opportunity□threatsanalysis)

（一）优势与劣势分析□sw□

两个企业处于同一市场，我们就他们a.更高的赢利率或赢利潜力b.人员状况c.市场份额d.产品的大孝质量、可靠性、适用性、风格和形象等等因素，进行综合比较，扬长避短，创造自己的竞争优势。

（二）机会与威胁分析□ot□

作为一个企业不管是销售产品还是服务，运用swot时时的分析自己企业的处境是一种明知的做法，因为市场环境在不断的变化，企业只有处处的表现出积极的措施才会生存。运用

该方法可以不断发现市场的大变化，可以更快的适应市场。

【拓展阅读】

作为一名职业管理者，首先要能收服人心，其次才是有效管理。

在当今复杂的社会，要想管理好一群人，并非易事。不是说你的权利越大你就能越好的去管理别人。

如果不能收拢人心。那么，必然会遇到很多管理上的烦恼。

不论你是低端管理还是高端管理，收拢人心是不可缺的一门必修课，在我们的生活中，所谓的人缘其实就是一种心与心的交汇，人与人交好的一种心态。

相信绝大部分人只要你对他无恶意，他自然也不会对你产生恶意。人性本善，这个道理无论后天怎么改变，人的内心深处依旧会保持一份善意。

只要我们懂得怎么去把那份善意给引导出来。这样我们身边不论是工作还是生活都会变的和谐，相反则会变的压抑，在这两种气氛下工作，相信不用我说大家也知道和谐气氛的工作环境一定会比压抑工作的环境会顺畅很多。

在企业管理中，管理者如果太过自负，盛气凌人且没有过人的强悍能力，这样的管理者其实就会是一种失败的管理者。他会在管理中遇到很多不必要发生的麻烦，而这些麻烦可能会导致整个工厂覆灭。

在企业管理中，我们都必须要充分了解，个人和企业是一种什么样的关系。

好多管理者潜意识中都会认为，下手人员只是工厂请来打杂

或存在藐视的心态。但是真正的管理者他不会这样去认为，因为他充分的了解工厂所有人员，其实就是工厂的一份参与者，工厂有权利解雇他们。但是同样，里面的人员也有权利脱离某个公司。这就是一种平等的姿态。

如果一个管理者没有这种平等的姿态，那么他在管理中就会出现很多不必要的问题。

举个例子，有一名员工想要辞职的离开那个工厂。但是工厂管理者因为业务需要也没有问他为什么离职，只是一味的不同意放那个人离开。

而就是因为这样，那位员工在生产过程中，他把一大堆垃圾等脏东西装进了已经包装完成的箱子中。

结果相信大家都可能猜得到。

退货

没错，发现了退货是必然的，但是这只是退货这么简单的事吗？

这是不确定的。

好多人认为这可以追究他个人的责任，但是我想说的是，木已成舟，即使能追究这件事，最大的受害者还是厂方。

而我举得例子其实是一个很真实发生在我身边的事。那批货是出给国外一家知名企业的产品，但是由于我上诉所说的原因，被客户的检验人员抽到放很多垃圾的产品。最后客户二话不说，直接把那批三千万的产品全部退回。不久公司便收到客户取消和我们公司的合作的所有订单，而且还要追究我们公司侮辱他们人格等赔礼道歉。

最后总公司老总在暴怒中把我们分公司全体职员全部解雇。

这个事例可能在绝大部分公司不可能发生，但是相信不必要的问题还是会经常困扰着绝大部分的管理者。

如果我们这样试想下，管理主管部门对下手一线员工有一定的维护，对他们有贡献，那么那位主管肯定会得到手下员工的拥护和爱戴，那么人性就体现出来。只要主管部门能好好向他解析其中工厂中面临的困难，他可能就会留下来帮工厂渡过难关。相反，要是主管能耐心听完员工要离职的原因，最后确定他有非走不可的理由，那么放他离去并非就是一件坏事。

所以从上面事例中就可以看出管理者还缺少一定的人道意识和管理的手段。他首先没有把下手摆在一个平等层次进行交谈，这种管理者其实就是失败的'管理者。

在举个去年发生在某某厂内部的一件事例，那个工厂的一位董事老总被董事会决定离职，但是后来有好多员工竟然要罢工要求他们的董事会留下那位董事老总。从中我们就可以看出，这位董事老总是一位受人爱戴的领导。不然他们为什么会因为他而做那么多与自己无关的事呢！

所谓同甘共苦并不是一方有利益能出现的，这必须是建立在相互利益交汇下才能产生的一种共鸣现象。

他并不是神仙，他和我们都是一样只是一名普通的人。但是他用的管理方法就是有我所说的得人心。

因为他在自己的公司里人缘好，所以他的所有员工都愿意和他一起渡过一次次困难。这些并不是说他们就能得到多少，而是他们只是为了一个人，所以他们宁愿晚上不休息，不睡觉也要帮他渡过难关。

而为什么他们要这样做呢？

这就有很多因素，但是这些因素中都会脱离不了一个问题，那就是人心。

有些人可能是佩服他个人才愿意帮他，有些人可能是因为曾经得到过他的帮助才回报他。这些都是因素，但是这些因素中都离不开李嘉诚已经得到了第一步收服人心的阶段。

收服人心不是一句话也不是一件事就能够做到的事情，我们必须要有那样的潜意识去做，才能够换得别人真诚的回报。

如果你认为是，那么我想说一个企业的结构。

我们都知道企业分有很多部门，同时都会有很多机构制度等问题去约束员工。

但是同样，如果你有一个很大的企业而没有人帮你生产制造，那么你的企业又怎么能说是企业呢！

个人观点认为，凡是企业都是脱离不了群体。而经常被管理者忽略的人，便是那些没有地位的一线员工。其实为工厂创造财富的是一个团体，团体中虽然有能力强弱之分，但是这并不能就忽略他们对公司的贡献。

而很多工厂的管理者，他们总是以为换一个普通员工没什么问题，但是有时候很多厂就是因为这种习惯，最后到头来，一个所谓的老员工都没有。

其实这些就要问问公司的管理有没有做到位。所谓的做到位就是有没有做到收拢人心。

比如很多时候，工厂的员工和管理者起冲突的时候，有没有公平公正的处理问题。不论是什么公司都好，一定要记住，

用平等的姿态去处理每件事，这是让人尊重的最起码的保证。

管理

管理意在于更有效的达成目标。

一个工厂的生存，无非就是看他的效益。而排在效益的前面有很多，用qdc法则来说就是先做好品质其次是成本的降低最后才是效益的收成。

而我们首先要说说品质。

品质是什么？

品质就是生产出来的产品必须要达到客户的要求为目的。

而我们的产品在生产过程中都脱离不了人、机、料、环、法这五种必不可少的因素。

而这里起最重要的无非是人，因为人是最难管理的一环，他们有自己的思维，有自己的想法。这是不好管理的缺陷同时也是人的优点。

管理人第一要做的是能留人。

其实有很多现实中的案例可以拿来说明的，比如我们国内企业和国外企业做对比，往往我们国内的企业要想国外的企业看齐学习。

但是管理高层往往他们就会忽略一个重要的环节，那就是他们只看到外国企业得到管理的好处，而忽略了他们对员工自身利益的提升及一些人性的帮助。

这就要说到为什么很多国内的厂办不到这样，用我的话说，

就是目光短浅来形容也不为过。

他们只看到了短暂的利益而忽略了长远的收获，企业的做大离不开企业的每一位参与者。这里的参与者包括清洁工。

销售部门用人计划篇四

万物复苏，大地春暖花开，新的一年来啦！销售部如何制定工作计划？下面是本站小编收集整理销售部门计划，欢迎阅读。

第一. 督促销售人员的工作：

每位销售人员都会有自己的一套销售理念，我们一开始，是不知道每位销售人员的特色在哪里。等完全了解的时候，我们就应该充分发挥其潜在的优势，从而来弥补其不足之处。

如果销售人员实在没有什么潜力可以发掘，可以进行相对的帮助，来帮助每一位销售人员顺利的完成公司下达的销售指标。

销售总监需要督促的方面有：

1. 参与制定公司的销售战略、具体销售计划和进行销售预测。
2. 组织与管理销售团队，完成公司销售目标。
3. 控制销售预算、销售费用、销售范围与销售目标的平衡发展。
4. 招募、培训、激励、考核下属员工，以及协助下属员工完成下达的任务指标。
5. 收集各种市场信息，并及时反馈给上级与其他有关部门。
10. 妥当处理客户投诉事件，以及接待客户的来访。

第二. 销售业绩的制定：

销售业绩的制定要有一定的依据，不能凭空想象。要根据公司的现状，以及公司课程种类划分。当然不能缺少的是销售淡、旺季的考虑。我应该以公司为一个基准进行实际的预估。

随后要做的事情就是落实到每一个销售人员的身上，甚至可以细分到每一个销售人员日

销售业绩应该是多少，周销售业绩是多少，从而完成公司下达的月销售业绩。最终完成每年的销售指标。

第三. 销售计划的制定：

制定一份很好的销售计划，同样也是至关重要的事情。当然销售计划也是要根据实际情况而制定的。销售计划的依据其实就是以销售业绩为一个基准，进行不同策略的跟进。现在，销售计划可以分下面这几个方面进行：

1. 分区域进行
2. 销售活动的制定
3. 大客户的开发以及维护
4. 潜在客户的开发工作
5. 应收帐款的回收问题
6. 问题处理意见等。

第四. 定期的销售总结：

销售总结工作是需要和销售计划相结合进行的。销售总结主要目的是让每一位销售人员能很具体的回顾在过去销售的时间里面做了些什么样的事情，然后又取得的什么样的结果，最终总结出销售成功的法则。当然，我们可能也会碰上销售

不成功的案例。倘若遇到这样的事情，我们也应该积极面对，看看自己在销售过程中有什么地方没有考虑完善，什么地方以后应该改进的。

定期的销售总结同时也是销售总监与销售人员的交流沟通的好机会。能知道销售团队里面的成员都在做些什么样的事情，碰到什么样的问题。以便可以给予他们帮助，从而使整个销售过程顺利进行。

销售总结同样也可以得到一些相关项目的信息。我们不打无准备之仗。知己知彼方可百战百胜。

第五. 销售团队的管理：

销售团队的管理可以说是一个学问，也是公共关系的一个重要方面。如今的销售模式不再是单纯的单独一个销售人员的魅力了。很好的完成销售任务，起决定性的就应该是销售团队。

在所有销售团队里面的成员心齐、统一、目标明确为一个基本前提的基础上，充分发挥每一成员的潜能优势，是其感觉这样的工作很适合自己的发展。感觉加入我们的销售团队就像加入了一个温馨的大家庭中间，我们共同创造一个很好的企业文化。每一个人员都会喜欢自己的工作。

第六. 绩效考核的评定：

绩效考核的评定虽然比较繁琐，但是势在必行。对于很好的完成销售指标，绩效考核是一个比较直接的数据。绩效考核表大致内容包括：

1. 原本计划的销售指标
2. 实际完成销量

3. 开发新客户数量

第七. 上下级的沟通:

销售总监也起着穿针引线的作用。根据公司上级领导布置的任务，详细的落实到每一位销售人员的身上。在接受任务的同时，也可以反应一下销售人员所遇到的实际困难。

- 1、组织研究、拟定市场营销、市场开发等方面的发展规划;
- 2、组织编制年度营销计划及营销费用、内部利润指标等计划;
- 3、制订营销实施方案，通过各种市场推广手段完成公司的营销目标;
- 6、组织对营销业务员业绩档案的建立，定期组织对营销人员业绩考核和专业培训;
- 7、组织搜集和汇报市场销售信息、用户的反馈信息、市场发展趋势信息等;

第八. 销售专员的培训:

销售专员培训的主要作用在于:

1. 提升公司整体形象
2. 提升销售人员的销售水平

共2页，当前第1页12

销售部门用人计划篇五

- 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。

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。

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，以同类产品价格作为参考，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。

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志志。以月度销售任务完成情况及工作日志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。

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。

销售部门用人计划篇六

为了公司的宏伟蓝图，新的一年，销售部门如何制定工作计划?下面是本站小编收集整理销售部门计划书，欢迎阅读。

一、计划拟定：

1、年销售目标：

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志志。以月度销售任务完成情况及工作日志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。

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率。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。

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。

下半年工作计划如下：

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。

三，个人工作计划如下：

- 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进。
- 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。

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。