

# 2023年销售团队组设方案(通用5篇)

无论是个人还是组织，都需要设定明确的目标，并制定相应的方案来实现这些目标。写方案的时候需要注意什么呢？有哪些格式需要注意呢？下面是小编帮大家整理的方案范文，仅供参考，大家一起来看看吧。

## 销售团队组设方案篇一

让销售人员扮演好三重角色：侦察兵——准确挖掘、把握客户的需求

产品运用专家——熟知产品特性，针对客户的具体情况提出建设性意见

项目经理——整合资源，组织相关部门和人员，实现客户需求

剖析自我，挖掘潜能，不断自我激励磨练一种“打不死”的心态

拥有积极乐观的心态：自信心、责任心、平常心、宽容心和感恩的心

08：00-09：00约定地点出发，到达基地

09：00-10：30开营仪式，破冰、团队建设

10：30-12：00拓展项目：空中单杠

12：00-13：30午餐休息时间

13：30-14：00下午活动前热身

14: 00 15: 30 拓展项目：高空断桥

15: 30 17: 00 拓展项目：巨人梯

17: 00 17: 30 进行活动总结，分享

17: 30 18: 30 返程。

破冰、热身

培训目标：

确立团队、确定目标，活跃团队氛围，提高积极参与性

建立团队机制，明确团队纪律，迅速形成团队意识

学习心态的调整，以空杯、平等、理性的心态吸收培训及教育意义

形成团队成员的基本价值观，调动团队成员的荣誉感与归属感

项目介绍：

制定队名、队歌、队训、队徽，选出队长

各组展示：通过分组形式，迅速建立沟通环境，初步形成团队气氛

自我介绍：1217人组成一队，以独特的方式进行自我介绍，加速了解

空中单杠

培训目标：

不断突破心理保护层，是成功的. 关键

建立自信心，克服心理障碍，增强自我控制能力

果断的行动，是迈向成功的重要因素

机遇和成功的关系

通过相互鼓励，相互保护，体现相互信任、相互负责的团队精神

项目介绍：

空中断桥

培训目标：

无论后退是多么舒适，也不为舒适而后退

克服心理压力建立自信，增强自我控制、自我决断能力

“断桥”是一个时代的象征，断桥一小步、人生一大步

不是不能做，是不敢做，不是能力问题，是心理问题

感受勇于进取、不安于现状的心理状态

项目介绍：

巨人梯

培训目标：

让学员懂得，团队的意义在于良好的沟通，精诚的合作！

多一些沟通，多一点激励，多一些成功，多一些欢乐！

项目介绍：

两名队员相互协作登上云梯，其他成员拉绳保护、实时相助到达目标

培训目标：

经验分享，理论总结

树立“大团队”观念，团队气氛再一次达到高潮

评估培训效果

项目介绍：

每个队派代表展示小组总结的成果

培训师对整个活动做总结

## 销售团队组设方案篇二

为了实行公司的总体销售目标，激励员工全身心地投入销售工作，规范公司各项制度，公司执行以下制度。

（一）一般奖励：

- 1、销售总额达到10万以上者，奖励出国旅游一次。
- 2、销售总额达到20万以上者，奖励销售额的2%。
- 3、年销售总额达到50万以上者，奖励销售额的5%。

（二）特别奖励：

1、一等奖设1名，名列公司全年个人或部门销售总额排名为第一名者：

且销售总额达到100万以上，奖励现金10万元或价值相当于10万元的物品。

或且销售总额达到50万以上，奖励现金5万元或价值相当于5万元的物品。

或且销售总额达到50万以下，奖励现金2万元或价值相当于2万元的物品。

2、二等奖设2名，名列公司全年个人或部门销售总额排名为第二、第三名者：

且销售总额达到100万以上，奖励现金5万元或价值相当于5万元的物品。

或且销售总额达到50万以上，奖励现金2万元或价值相当于2万元的物品。

或且销售总额达到50万以下，奖励现金1万元或价值相当于1万元的物品。

3、三等奖设3名，名列公司全年个人或部门销售总额排名为第四、第五名、第六者：且年销售总额达到10万以上，奖励出国旅游一次。

1、个人完不成基本任务5万元的，下岗，发生活费350元。

2、部门完不成基本任务5万元，部门内取缔1个人的浮动工资。

3、个人或部门完不成基本任务5万元的，取消年终奖金。

4、半年考核一次，个人或部门完不成基本任务2.5万元的，7月份起发生活费350元，部门取消1个人的浮动工资，到12月底完成基本任务5万元后，年底再补发半年扣发的部份工资。

1、以销售公司每位销售员、公司有任务的部门和各代销点、经销点、办事处、团购单位、金卡持有者为个体考核业绩。

2、由销售公司在每月30日公布一次当月销售业绩和累计销售业绩。

3、以实际回收货款进行统计考核。

## 销售团队组设方案篇三

为积极贯彻“以科研为先导”，扎实推进科研型教师队伍建设工作，鼓励教师积极参与教育教学科研活动，更快地成长为区级以上骨干教师，特成立学校教科研团队。从而充分调动老师的科研热情，发挥团队力量，全面提高学校教科研工作质量，使科研活动机制呈现常态化，真正让教科研成为提高教师个人专业成长、提高教育教学质量的助推器，我们的口号是“抓好20人，带动200人(指教师)，影响5000人(指学生)”。

### 二、科研团队建设目的

1. 改变现有大部分教师单枪匹马独自钻研的科研现状，通过科研团队的带动，促进青年教师尽快成长，为更多的教师成为区骨干教师搭建成长的平台。

2. 进一步明确学校科研的目标与方向，形成学校科研活动的常态发展，以此形成科研可持续发展的长效机制。

3. 挖掘潜力，整合力量，促进学科专业建设，增强学校的整体科研水平。

### 三、科研团队成员招募方式

团队成员应具有努力探索和团结协作的精神，有志于教科研学习研究，包括已有课题研究的，或喜欢写作的，或喜欢读书的教师，均可积极参加。

1. 学校成立教科研工作领导小组，负责教科研团队建设工作的管理和指导。
2. 学校根据教师发展特长，选择课题组、项目组和普通一线教师加入教科研团队，要求区科研骨干教师参加。设置兼职教科员一名。
3. 学校青年教师可根据兴趣爱好和特长，自行报名。学校鼓励更多的青年教师参与进来。

### 四、活动原则

1. 一起学习：建立学习型团队，可以在一起交流课题研究进展情况或研究方式等。
2. 参加活动：可组织参加校内外一些培训活动，提高团队成员的科研能力。
3. 交流鼓励：互相沟通，多培养和鼓励成员进行研究，让成员发挥潜力，获得成长。

### 五、活动要求

1. 认真制定本团队的活动计划，力争做到定时间地点，定人员内容。
2. 教科研团队可每月活动一次，形式灵活。可以安排理论学习、专题研讨、成果交流等活动，活动内容遵循理论学习和实践研究相结合的原则，重点研究如何通过课题研究指导教

改实践，提高教育教学质量。

3. 团队成员可参与学校日常科研活动的策划和开展等。
4. 团队成员积极参加教学研究实践，结合学校原有要求撰写一至两篇教学论文或案例。
5. 科研团队可每年总结一次本团队研究情况或成果。

## 六、考核奖励

1. 表现优秀的团队成员，可优先考虑评先评优，为培养成为区骨干教师搭建平台。
2. 团队成员所撰写的论文或案例，质量高的，学校可优先推荐发表和参与相关比赛。
3. 团队成员可优先参与各级各类培训活动、课题活动和教科研活动。
4. 团队成员可参与学校教师部分科研工作的考评和推选。
5. 兼职教科员可享受学校相应待遇。

## 销售团队组设方案篇四

在商业地产销售发展日益成熟的今天，房地产营销策划在商业地产的销售与招商过程中越来越重要，商铺要想卖得好，前期的营销策划必不可少，而且必须做到位。

XXXX商业城项目是XXXX房地产开发公司开发的精品物业，将成为XXXX市北区的新型休闲地产商业的经典作品。

XXXX商业城座落于XXXX市城区北部的XXXX广场旁，是XXXX地



产开发公司的新建项目。本项目占地7 000平方米，根据目前的建筑设计建议方案，项目由三层裙楼(含负一层)和两栋塔楼(分别高四层)组成，总建筑面积约为15 000余平方米，地下车库及设备用房建筑面积为1 500多平方米，商业裙楼建筑面积约8 500平方米，塔楼建筑面积约6 500余平方米。项目总投资约1 800万元。

经过前期的市场调研分析，本项目初步确定为现代化、多功能的休闲购物商城。根据这个初步设想，结合目前项目现状，本营销企业方案对本项目做了比较系统的市场定位及营销可操作性分析，从营销策划的角度出发，对项目的整体形象包装、营销组织运行、市场推广、广告策略安排、销售促进等方面都做了全局性和可操作性的论述。

营销总体策略是仔细分析、科学划分并准确切入目标市场，通过全方位地运用营销策略，限度提升项目的附加价值，获取项目的利润，并全面树立和提升企业形象及项目形象。概括本项目的营销总体策略，可以简述为“五个一”，即树立一个新锐概念、倡导一个财富理念、提炼一个鲜明主题、启动一个前卫市场、酝酿一场热销风暴。

根据本项目“五个一”的总体营销策略，拟订本项目的营销目标方针如下，作为本项目营销工作纲领的完善和充实。

1. 树立一个新锐概念：休闲式购物商业。
2. 倡导一个财富理念：创投性商业、休闲式购物、稳定性回报。
3. 提炼一个鲜明主题：产权式商铺、休闲式商业。
4. 启动一个前卫市场：崇尚“创投性商业、休闲式购物”，摒弃传统商业的纯购物环境压抑与约束，主要面向年轻新锐、有自己个性的消费群体，让其体验到休闲模式的商业环境，

购物主题明确。

5. 酝酿一场热销风暴：本项目将传统商业行为上升为现代全新的休闲商业，力争推动商业房地产市场开发的全新变革，避开传统商业的'竞争，在一个全新市场里掀起一场热销风暴。

1. 销售(招商)目标

2. 销售目标分解

根据项目的定位及施工进度计划，将营销工作分为四个阶段，各阶段工作重点如表8-5所示。

为了更好地在后续营销过程中充分体现总体营销策略和达成目标方针的实现，综合项目要素资源和营销推广传播要素，结合项目定位，确定以下销售时机及价格。

### (一) 项目入市时机及姿态

1. 入市时机：根据规划与工程进度以及营销准备，在20xx年5月份房交会期间开盘(或20xx年9月)，可以抓住20xx年春季房交会、五一国际劳动节等机会掀起第一个启动高潮；在国庆节□20xx年秋季房交会、元旦等重要时期掀起新的销售高潮。

2. 入市姿态：以全市乃至西北地区“财富地产、休闲购物”形象登场，开创全新休闲商业投资经营理念。

### (二) 价格定位及价格策略

1. 价格定位的原则：采用比价法和综合平衡法。

2. 价格定位：整个商业项目的销售均价为3 580元/平方米，其中起价为3 328元/平方米，价为4 000元/平方米。

3. 价格策略：采取“低开高走”型平价策略，开盘后半年作为第一阶段的价格调整(略升)，均价为3380元/m<sup>2</sup>，尾盘销售变相略降。

### (一) 宣传策略主题

1. 个性特色：“xxxx商业城财富地产投资商业”是我市首家也是一家将商业开发从“建造建筑产品”上升到“营造全新休闲购物方式”，倡导“投资财富地产、获取稳定回报”的投资理念。

2. 区位交通：本项目地处xxxx广场旁，地段，高尚居住区地标建筑，交通便捷，是北部区域首选的理想商业地产投资环境。

3. 增值潜力：处于政府规划重点发展区域的核心区域，发展前景好，购置成本低，升值潜力大，是投资置业的首选。

### (二) 宣传媒介组合

1. 开盘前期：主要以软性新闻及广告进行全新“财富投资，稳定回报”理念的深度挖掘，媒体主要以报纸为主，电视为辅。

2. 开盘后的强势推广期：即项目营销推广的重要时期，宣传媒介以“报纸、电视、户外广告牌三位一体”为主，配以相关杂志、直邮广告等形式。

3. 开盘后的形象展示期：为了展示形象，以软性深入挖掘为主，媒介选择主要是电视和报纸，重点辅以论坛公关、促销活动、项目招商说明会等形式。

## 销售团队组设方案篇五

预计组建10人团队。销售经理1人，下设2个销售团队。每个销售组配备4-5人设主管1名。岗位职责：销售经理：

1、在总经理领导下，和各部门密切配合完成工作。2、严格遵守公司各项规章制度，处处起到表率作用。3、参与制订销售计划，确定销售政策。4、销售人员的招募、选择、培训、调配。5、防止呆帐坏帐对策、帐款回收。

6、销售情况的及时汇总、汇报并提出合理建议。

7、根据销售计划，参与制定和调整销售方案，并负责具体销售方案实施。

8、根据公司规定，定期对销售人员进行考核。销售主管：

1、销售部经理领导下负责具体销售工作。

2、根据公司整体经营目标，参与制定销售计划，同时制定本组的每月销售计划，掌握销售进度。

3、定期组织汇报销售情况，编制销售报表，定期报送经理。4、主持周会和每日例会。5、每日确认各业务员当日业绩。6、销售现场日常管理工作。

7、参与并制定现场销售工作流程和标准，组织员工研究确定。

8、组织销售培训，支持员工对新的工作方法或流程的实践。销售代表：

1、全力完成公司下达的销售指标，负责指定区域的市场开发、客户推广和销售管理等工作。

2、搜集与寻找潜在客户，开发新客户，拓展与老客户的业务，

建立和维护潜在客户档案。

3、制定自己的销售计划，并按计划拜访客户，

4、熟悉产品知识，保证准确无误向客户传达产品信息，建立公司专业负责的良好形象

5、学习并掌握有效销售技巧，通过对客户专业化的电话销售及面对面拜访，说服客户接受公司产品销售团队人员素质要求：

大专以上学历，对销售感兴趣，具备好的销售习惯：执着，有责任心，对自己职业有明确规划：踏实，执行力强，认同公司的销售政策。

## 二、销售目标分解及计划的制定

1、销售区域划分：大体分为两个划分方案（1）按区域划分（如山东省17地市等）。（2）按专业市场行业划分（如化工、建材等）2、具体销售计划的制定：

## 三、销售团队的管理1、销售团队的招募

通过报纸及网络进行招聘，以及身边人的推荐等2、销售人员的考核

公司设定详细的考核制度，可增加绩效考核制度。3、销售人员行动管理

设定公司的的日常行为规范，用以约束员工的日常行为4、管理中的问题

销售目标管理可能促使销售代表进行自我管理、自我控制，销售代表能够从被动、消极转变为自动自发、自主自控。利用渐进目标管理系统，为使业务员在最少的监督之下，创造

最佳业绩。

所谓渐进是指一系列连续的目标，即从一个季度到另一个目标，最后在年末达到最终目标。

日常目标包括完成销售额，把开支控制在一定预算比例内，以及在销售渠道上增加潜在客户。

创造性目标就是给业务员增加压力，促使他们向新的区域开拓。长远来看，这些区域会增加销售。两种目标范围：现实目标，理想目标。制定目标：

7、你对上季度没有完成的目标有无别的办法可以使之实现？

#### 四、团队建设规划

1、建立团队文化的四点要素（1）成就的认同。

（2）任务圆满完成时大方的赞美。（3）给应得的人真正的升迁机会。（4）目标达成时的金钱奖励。2、建立共同目标观念（1）每个团队的成员必须相信，当公司获利时，他们也会得利。他们必须相信，当业务的运作顺利时，他们也是赢家。

（2）安排有赢家的善意竞争，但如果达成目标的话，就不要有牺牲者。

（3）内部竞争是健康的，不是特别指明某个业务员对抗另一个业务员。

销售团队必须有一个一致期望实现的愿景。在团队讨论中，努力使整个团队朝共同的方向前进，而不是专挑那些个别成员之间的不同意见，团队就越团结，越有活力。在实施愿景中，就会越努力奋斗。

## 五、销售团队的培训

首先，要明确销售培训主要是针对哪些人的培训。

其次，要明确销售培训的主要内容包括哪些。销售培训的内容主要包括三部分：

1. 销售人员的心理素质和潜能培训。由于销售人员通常面对的是拒绝与挫折，因此，通过培训使销售人员永远充满自信和保持积极进取的心态显得尤为重要。

2. 专业销售技巧培训。销售是一门专业的科学，主要包括有销售前的准备技巧（了解推销区域、找出准客户、做好销售计划等）、接近客户的技巧（电话拜访客户、直接拜访客户、邮件拜访等）、进入销售主题的技巧、事实调查的技巧、询问与倾听的技巧、产品展示和说明的技巧、处理客户异议的技巧、如何撰写建议书的技巧以及最后如何达成交易的技巧等等。

3. 商品知识方面的培训。能够将产品的特性迅速转化成客户的利益需求点，这是专业销售员应该具备的基本素质。