# 最新公司销售人员工作计划(精选12篇)

来源：网络 作者：轻吟低唱 更新时间：2024-04-27

*时间过得真快，总在不经意间流逝，我们又将续写新的诗篇，展开新的旅程，该为自己下阶段的学习制定一个计划了。计划怎么写才能发挥它最大的作用呢？这里给大家分享一些最新的计划书范文，方便大家学习。公司销售人员工作计划篇一时间转眼逝去，又是一年，也有...*

时间过得真快，总在不经意间流逝，我们又将续写新的诗篇，展开新的旅程，该为自己下阶段的学习制定一个计划了。计划怎么写才能发挥它最大的作用呢？这里给大家分享一些最新的计划书范文，方便大家学习。

**公司销售人员工作计划篇一**

时间转眼逝去，又是一年，也有了一点收获，下面我对自己的工作做一下计划。目的在于吸取教训，提高自己，以至于把工作做的更好，自己有信心也有决心把明年的工作做的更好。下面我对今年的工作进行简要的总。

我是20xx年x月份到公司的，20xx年x月份，我调到了销售部当销售助理，在没有负责市场部工作以前，我是没有销售经验的，仅凭对销售工作的.热情，而缺乏行业销售经验和行业知识。为了迅速融入到这个行业中来，到销售部之后，一切从零开始，一边学习产品知识，一边尽我本职，担任期间，我学到了许多产品知识，从接单到发完货，认真监督检验货物。确保货物数量正确，不受损！但我也有做得不好的地方，比如在与客户的沟通中，我不能很快的回复客户的问题，不过请教了经理跟同事后，后来慢慢的我可以清楚、流利的应对客户所提到的各种问题，准确的把握客户的需要，良好的与客户沟通，因此逐渐取得了客户的信任。在不断的学习产品知识和积累经验的同时，自己的能力都比以前有了一个较大幅度的提高！

工作生活中体会到了细节的重要性。细节因其“斜，往往被人所轻视，甚至被忽视，也常常使人感到繁琐，无暇顾及。在绿城的工作生活中，我深刻体会到细节疏忽不得，马虎不得；不论是拟就公文时的每一行文字，每一个标点，还是领导强调的服务做细化，卫生无死角等，都使我深刻的认识到，只有深入细节，才能从中获得回报；细节产生效益，细节带来成功。

在下半年全新的工作中，我要努力改正过去一年里工作中的缺点，不断提升，加强以下几个方面的工作：

1、加强学销售方面的基本知识，提高客户服务技巧与心理，完善客服接待流程及礼仪；

4、多与各位领导、同事们沟通学习，取长补短，提升自己各方面能力，跟上公司前进的步伐。

很幸运刚可以加入xxxx这个可爱而优秀的团队，xxxx的文化理念，销售部的工作氛围已不自觉地感染着我、推动着我；让我可以在工作中学习，在学习中成长；也确定了自己努力的方向。此时此刻，我的目标就是力争在新一年工作中挑战自己、超越自己，取得更大的进步！谢谢大家，这就是我的工作计划！

**公司销售人员工作计划篇二**

20xx年上半年的销售工作已经结束了，在上半年的工作中，我作为公司的销售人员，一直努力的工作，在上半年的工作中取得了很好的业绩，这是我一直以来努力的.结果，也是我应该得到的回报！在下半年的工作中，结合我上半年的工作经验和能力，我想我会做的更好的！

1.利用下班时间和周末参加一些学习班，学习更多营销和管理知识，不断尝试理论和实践的结合，上网查本行业的最新资讯和产品，不断提高自己的能力。以上是我这一年的销售工作计划，工作中总会有各种各样的困难，我会向领导请示，向同事探讨，共同努力克服，争取为公司做出自己最大的贡献。

2.定期组织同行举办沙龙会，增进彼此友谊，更好的交流。客户、同行间虽然存在竞争，可也需要同行间互相学习和交流，本人也曾参加过类似的聚会，也询问过客户，都很愿意参加这样的聚会，所以本人认为不存在矛盾，而且同行间除了工作还可以享受生活，让沙龙成为生活的一部份，让工作在更快乐的环境下进行。

3.对于老客户和固定客户，经常保持联系，在时间和条件允许时，送一些小礼物或宴请客户，当然宴请不是目的，重在沟通，可以增进彼此的感情，更好的交流。

1.不断学习行业新知识，新产品，为客户带来实用的资讯，更好为客户服务。并结识弱电各行业各档次的优秀产品提供商，以备工程商需要时能及时作好项目配合，并可以和同行分享行业人脉和项目信息，达到多赢。

2.先友后单，与客户发展良好的友谊，处处为客户着想，把客户当成自己的好朋友，达到思想和情感上的交融。

3.对客户不能有隐瞒和欺骗，答应客户的承诺要及时兑现，讲诚信不仅是经商之本，也是为人之本。

4.努力保持和谐的同事关系，善待同事，确保各部门在项目实施中各项职能的顺利执行。

5.市场分析，根据市场容量和个人能力，客观、科学的制定出销售任务。暂订年任务：销售额100万元。

6.适时作出工作计划，制定出月计划和周计划。并定期与业务相关人员会议沟通，确保各专业负责人及时跟进。

7.注重绩效管理，对绩效计划、绩效执行、绩效评估进行全程的关注与跟踪。

8.目标市场定位，区分大客户与一般客户，分别对待，加强对大客户的沟通与合作，用相同的时间赢取最大的市场份额。

1、前期设计的项目重点跟进，至少一周回访一次客户，必要时配合工程商做业主的工作，其他阶段跟踪的项目至少二周回访一次。工程商投标日期及项目进展重要日期需谨记，并及时跟进和回访。

2、前期设计阶段主动争取参与项目绘图和方案设计，为工程商解决本专业的设计工作。

3.投标过程中，提前两天整理好相应的商务文件，快递或送到工程商手上，以防止有任何遗漏和错误。

4.投标结束，及时回访客户，询问投标结果。中标后主动要求深化设计，帮工程商承担全部或部份设计工作，准备施工所需图纸(设备安装图及管线图)。

5.制定出月计划和周计划、及每日的工作量。每天至少打30个电话，每周至少拜访20位客户，促使潜在客户从量变到质变。上午重点电话回访和预约客户，下午时间长可安排拜访客户。考虑北京市地广人多，交通涌堵，预约时最好选择客户在相同或接近的地点。

6.见客户之前要多了解客户的主营业务和潜在需求，最好先了解决策人的个人爱好，准备一些有对方感兴趣的话题，并为客户提供针对性的解决方案。

7、从招标网或其他渠道多搜集些项目信息供工程商投标参考，并为工程商出谋划策，配合工程商技术和商务上的项目运作。

8、做好每天的工作记录，以备遗忘重要事项，并标注重要未办理事项。

9.填写项目跟踪表，根据项目进度：前期设计、投标、深化设计、备货执行、验收等跟进，并完成各阶段工作。

10.争取早日与工程商签订供货合同，并收取预付款，提前安排备货，以最快的供应时间响应工程商的需求，争取早日回款。

11.货到现场，等工程安装完设备，申请技术部安排调试人员到现场调试。

12.提前准备验收文档，验收完成后及时收款，保证良好的资金周转率。

20xx年下半年的工作也许很快的就会结束，但是我不会放松的，我会一直努力，一直做好我自己的，这些都是我一直以来不断的努力得到的成果，我相信我会做的更好的，公司的销售工作并不是很难，只要用心去做，那么我们就会做好这一切。相信公司在我们每一个人的集体努力下，会取得更好的成果的！

**公司销售人员工作计划篇三**

在认真审视公司经营的优势和劣势、强项和弱项的基础上，公司对当前海参行业的竞争形势和趋势作出基本分析判别，将20xx年第四季度的经营方针确定为：

开拓市场、完善管理体系、招揽人才。

经营方针是公司阶段性经营的指导思想；各部门和各级员工的各项经营、管理活动，包括政策制订、制度设计、日常管理，都必须围绕经营方针展开、贯彻和执行。

（一）核心经营目标。

公司的核心经营目标是：

销售收入达到300万元。新增省内外渠道代理商、经销商，直营店（专柜、旗舰店、社区服务店，直供商家（酒店、会所、海参批发商），第三方合作，网上销售平台，团购客户60个。

（二）各部门目标明细。

（一）市场策略。

初步完成销售网络建设的初级阶段，树立样板市场、样板店，建立适合公司发展的运营模式，扩大市场覆盖面、扩大实质客户群，提升销量。公司将20xx年第四季度确定为“市场推广季度”，全力以赴开拓市场，发展客户、提高销量。对此，采取下列措施：

1、公司以市场为导向，以营销为重点开展经营和管理。公司制订相关制度、流程、政策，规范、鼓励全体员工参与营销及管理工作。提供合理、有利的投入，支持、促进营销工作的开展、实施。

2、市场部整合各项资源，在9月15日前，构建完整的市场销售体系、搭建合理的组织架构、制定清晰的、实际的、符合公司发展战略的销售目标、销售计划、销售策略，招揽和培养优秀的市场销售人才。采取一切措施，集中精力做好经销商的招商、直营店的推广、拓宽网上销售渠道等市场销售网络建设。

3、市场的主攻方向是：首先建立烟台各县市区的各种直营店、专柜、直供、代理商、经销商、团购零售等为主的市场销售网络。二是建立省内17地市及省外东北三省、华北、华东、华南及华中地区25个大中城市初级市场销售网络，以招商代理商、经销商、加盟商等为主要手段，辅助发展直营店和社区服务店。年底在重点区域建立办事处、分公司作为根据地，为20xx年度对区域内的市场进行维护和深度开发。

4、全国市场应以“强势推进、快速占领”的市场策略，集中力量发展渠道经销商，以“品牌分级、产品多元”的策略发展直营市场。

（二）产品策略。

市场策略需要产品策略和价格策略的强力支撑和支持。

第四季度的整体产品策略是“品牌分级、产品多元”，即：在确保品质的基础上，在产品种类、特性、外观上完善产品的设计，使其多元化。并从产品的选材、价格、服务上对产品的品牌分级处理，从而实现“低档产品抢市场、中档产品保销量、高档产品树品牌”的产品策略。始终围绕客户需求，以客户需求为出发点和归属点，以适销对路为原则，提升总体销量。为此，应采取下列措施：

1、市场部调整主打产品，以“吉参堂”为主打，散装产品为铺设，“野生岛”为品牌推广。

2、对国内市场实行差异化的销售策略：

1）产品差异：使我公司产品与竞争对手产品相比具有独特优点。

2）服务差异：服务模式，服务理念不同与竞争对手。

3）人员差异：系统的对市场销售人员进行培训，使销售人员比竞争对手更加具有战斗力。

4）形像差异：建立有别于竞争对手的品牌识别形像，包括商标，产品包装等。

（三）品牌策略。

品牌是产品营销的催化剂和拉动力。

“吉参堂”“野生岛”两个品牌需进一步锻造，因此需要加强品牌推广力度、提高知名度、铸造品牌效应。具体措施如下：

1、广告宣传，通过报纸、网站发布软文和硬广；增设高炮、高架桥、楼宇广告；邮寄或派发各类宣传资料给目标客户；更新和完善公司网站、微信平台。

2、展会宣传：参加行业内的知名展会、商会、交流洽谈等活动，进一步体现公司实力。

3、重点客户拜访：对重要的客户和意向较大的客户进行拜访，现场销售。

4、分销商借力：借助分销商的影响力，在全国各个区域内进行宣传和推广。

（一）生产资源保障。

1、生产物流部作为二线部门，理应成为市场部的坚强后盾，必须始终围绕客户要求运转，必须按照一线部门的产品策略规划和实际订单需求，组织物料采购、产品生产和品质控制等各项生产管理活动。

3、按时交付合格产品，是生产部不容置疑的核心任务。生产部订立适宜的品质保障体系和品质目标，采取适宜的控制措施，以适宜的品质成本，为经营一线准时提供合格产品。

4、生产成本，特别是原料采购成本的控制，是生产部重点控制和关注的事项，必须克服和消化各类涨价因素，以降低材料采购成本为突破口，以提升生产速度、提升单位时间产量，带动人工成本、能耗成本等在内的各项产品成本的降低，确保公司产品的成本不高于市场同类产品的成本。

（二）行政人力资源保障。

“服务、支持、指导”是总经办管理的宗旨，保障一、二线部门的后勤供给，构建体系、理顺管理，指导核心部门改善行政人事管理，是总经办第四季度的重大任务。从以下四个方面做好人力资源管理工作：

1、加快人才引进和岗位招聘：以公司组织架构为基础，各部门谨慎评估各自的人员需求情况，由总经办统筹，加快新增人员中的关键职位的引进和岗位招聘，确保一、二线用人需求；建立完善的人才招聘体系和任免机制，在9月30日前，将需求人才基本引进招聘到位。

2、加强培训：总经办配合相关部门统筹建立培训体系（包括入职培训和在职培训），以管理培训为核心，对公司中层以上管理者进行系统的、针对性的培训。提升其管理能力和管理认知。除此之外，对于新增的销售人员销售花絮和销售技巧辅以完善的、及时的入职培训，培训内容包括公司简介、各种管理制度、产品详情、行业现状、工作目标、招商手册、市场环境等。在人员招聘的同时，逐步推进培训体系的实施和完善。

3、建立合理的绩效考核体系：按照“有计划、分步骤、可量化、可持续”的原则，由总经办牵头，以目标管理为基础，建立绩效考核体系，按照分级管理、分层考核的原则，9月10日前，完成绩效考核体系的建立和评估。9月起正式实施。绩效管理与薪酬体系联动推行，以确保目标管理切实落实。

3、建立合理的薪酬体系：建立起对外具有竞争性、对内具有公平性、对员工具有激励性的、包括员工薪资、福利、奖金在内的薪酬体系；并在施行中不断地加以检讨和完善。此项需结合绩效考核体系一并推行，方能使二者得以有效落实。

4、加强办公管理：由总经办统筹，对公司内部流程和制度进行梳理。建立完善的信息管理体系，并引入办公协同软件。同时加强对各项计划、目标任务的管理、跟踪、推进。

（三）财务资源保障。

第四季度，公司将为一线部门提供有利的财务资源，在广告、人力、费用、等各项投入上向一线倾斜。与此同时，财务管理从下列四个方面加大监测和监控力度：

1、逐步建立公司全面预算体制：根据公司第四季度的核心经营目标，结合自身实际情况，逐步建立公司全面预算体制，并率先在二线部门试行，逐步推向一线市场部。

2、梳理授权系统：针对费用管控和成本控制的需要，将涉及的费用审批权限进行梳理，将各类费用的初审权下放给各部门负责人，以便形成权责对等机制；财务管理在费用流向的合理性等方面加强监测和严格的统计。

4、健全财务监测体系：财务管理健全财务监测体系，重点关注市场经营活动背后的财务信息流和现金流方面的资金计划和回流。

（四）组织管理保障。

1、由刘总负责，与各部门签定《第四季度目标责任书》，明确各部门的目标、责任和相应的权利。

2、由各部门负责人，对各项目标进行层层分解，并与各级人员签定《第四季度目标责任书》，逐级明确目标、责任、奖惩等。各级人员的《第四季度目标责任书》统一汇集于总经办，实施归口管理，并作为绩效考核的考核依据。

3、由总经办负责，组织每月及季末“经营目标达成审议会”，总结成果，检讨差距，研拟对策，跟进结果。

4、各部门需要每月/季度末提交目标执行情况及月度/季度末工作执行情况。

第四季度的经营目标，是在全面权衡和全面分析的基础上制定的，是公司实现营业收入的保障，也是管理提升的重要指导；要将这一目标实现，需要全体员工的共同努力。

（一）更新观念，提升管理。

全局意识、危机意识和“发展公司，分享成果”的捆绑意识，在经营管理、产品开发、物流管理、后勤保障、财务管理、时间管理等各方面，改变管理模式和经营模式，为公司经营发展奠定良好的基础。

（二）严谨认真，有效执行。

公司要求，各级人员以“严谨认真”的态度做好各项工作，必须以“责任”主管的立场开展各项工作，不得有“功在我责在他”的遇事推委的恶习和恶行。

公司强调：员工的价值在于行动和执行，公司将以行动力和执行力考察所有员工，对于纸上谈兵、不尚作为的员工，将予以淘汰。以保证公司各项管理措施和市场经营活动得到有效的执行和落实。

（三）业绩优先，奖惩落实。

销售业绩是公司第四季度经营目标的核心，销售是实现目标的载体。在这一思想指导下，“业绩定酬，指标量化，逐级捆绑，分层考核”是公司的基本政策取向，管理团队以目标任务指标与公司计划实施紧密捆绑，中层管理人员和员工以工作业绩指标与上级主管实施紧密捆绑，采用自上而下逐级考核的办法，充分调动全体员工的工作积极性。同时，对于不能胜任本职的管理者和员工，采取主动让贤、组织调整、公司劝退、末位淘汰等措施，增强造血功能，提升管理体质。

总之，公司希望并要求：所有员工，必须以全新的观念、全新的面貌、全新的行动，齐心协力，力争实现公司第四季度的经营目标！

**公司销售人员工作计划篇四**

作为一名公司员工，最重要的就是能够工作出色，为公司的.发展做出自己应有的贡献。否则，哪一个公司也不会要一名白拿工资不干活的员工。我毕业之后就来到了公司工作，我相信自己能够在公司里发挥更大的作用。现在的我已经在公司销售部门工作有一年的时间了，可以说自己已经很好的熟悉了公司目前的工作了，也拟定了20xx年销售工作计划，我相信在以后的工作中我还是会做的更好！

在20xx年刚接触这个行业时，在选择客户的问题上走过不少弯路，那是因为对这个行业还不太熟悉，总是选择一些食品行业，但这些企业往往对标签的价格是非常注重的。所以今年不要在选一些只看价格，对质量没要求的客户。没有要求的客户不是好客户。

工作计划如下：

一、对于老客户，和固定客户，要经常保持联系，在有时间有条件的情况下，送一些小礼物或宴请客户，好稳定与客户关系。

二、在拥有老客户的同时还要不断从各种媒体获得客户信息。

三、要有好业绩就得加强业务学习，开拓视野，丰富知识，采取多样化形式，把学业务与交流技能向结合。

四、今年对自己有以下要求：

1、每周要增加xx个以上的新客户，还要有xx到xx个潜在客户。

2、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。

3、见客户之前要多了解客户的状态和需求，再做好准备工作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。

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、为了今年的销售任务每月我要努力完成xx到xx万元的任务额，为公司创造利润。

以上就是我这一年的工作计划，工作中总会有各种各样的困难，我会向领导请示，向同事探讨，共同努力克服。为公司做出自己最大的贡献。不过现实来说，我目前还是有着很多的不足之处需要我来解决的，我相信自己能够有着更好的发展，不过前景才是最重要的，我相信自己能够做到最好，这是我应该做好的。以后的道路上，我会走的更远，因为我的人生旅途才刚刚开始，我相信自己会做的更好！

**公司销售人员工作计划篇五**

销售人员个人工作计划（一）

我是从事销售工作的，为了实现今年的计划目标，结合公司和市场实际情况，特制定工作计划如下：

1、建立一支熟悉业务，比较稳定的销售团队。

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。没错，先制定出销售人员个人工作计划并监督完成。建立一支具有凝聚力，合作精神的销售团队是我们现在的一个重点。在工作中建立一个和谐，具有杀伤力的销售团队应作为一项主要的工作来抓。

2、完善销售制度，建立一套明确系统的业务管理办法。

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，对工作有较强的责任心，提高销售人员的主人公意识。

3、培养销售人员发现问题，总结问题，不断自我提高的习惯。

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成熟业务员的档次。

4、市场分析。

也就是根据我们所了解到的市场情况，对我们公司产品的卖点，消费体，销量等进行适当的定位。

5、销售方式。

就是找出适合我们公司产品销售的模式和方法。

6、销售目标

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。

7、客户管理。

就是对一开发的客户如何进行服务和怎样促使他们提高销售或购买；对潜在客户怎样进行跟进。根据我以往的销售过程中遇到的一些问题，约好的客户突然改变行程，毁约，使计划好的行程被打乱，不能完成出差的目的。造成时间，资金上的浪费。我希望领导能多注意这方面的工作！

，我坚信在自身的努力和公司的培训以及在工作的磨练下，自己在各方面一定会有所成就

销售人员个人工作计划（二）

随着市场份额的扩大和客户类别的增加，我们的销售及管理工作的质和量必须尽快提高，学校\_\_的市场是有限的，相对过去今年的市场竞争有力度，我们要剖析市场细分市场，结合公司的优势找准方法，从细节抓起全力以赴，以销售工作带动本区的品牌运作。根据四月份的销售工作，市场反应的问题如下：

一、市场方面

1、客户维护：回访不及时，沟通方法太单调，软性口碑无动力不能及客户所需。

2、客户开发：一贯打价格牌，没能体现出公司的综合优势。

3、市场动向：信息搜集不够，影响与客户的沟通。

4、竞争对手：根据各自的优势和资源都在调整市场策略紧跟我们。

5、客户类别分析：学会抓大放小用好二八法则，一切从细节抓起。

二、管理方面

1、\_月份起“粤强酒业有限公司”将正式启用，我公司所有对外文件或单据都将印有“粤强酒业有限公司”各部门的相对印章。

2、进出库商品要有详细的明细台帐和管理制度，特殊产品设立最低库存量。

3、细化出货流程，确保商品的出货质量。

4、建立客户花名册，以月份为单位设立客户的销售曲线示意图等。

三、销售回款方面

本月回款比前期有不良现象出现，如：金鸿商行和宏州酒业，一定要杜绝此现象再次发生，以现款合作为主，特殊客户确定好时间应及时收款，每月底外欠款不得高于五万元。

四、五月份的工作重点：

1、市场开发：（1）展示与我公司合作的优势。（2）阐述公司的经营理念。（3）解读公司的发展战略。

2、维护客户：（1）对于老客户和固定客户，要经常保持联系，在有时间有条件的情况下，送一些小礼物或宴请客户，好稳定与客户关系。（2）在拥有老客户的同时还要不断从各种渠道获得更多客户信息和市场行业信息。

3、加强学习，提高自己的管理水平端正自己的被管理意识。

要有好业绩就得加强业务学习，开拓视野，丰富知识，采取多样化形式，把做业务与交流技能相结合。

4、红酒略。

五、五月份对自己有以下要求

1、每月要增加两个新客户，还要有三个潜在客户。

2、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。

3、见客户之前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至的。

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。

销售人员个人工作计划（三）

身为公司销售部的一员，从刚进公司一直强调自己保持着全身心地投入、尽心尽责的做好本职工作，将公司的生意做大做强是我为之奋斗的目标。

\_\_年下半年的工作即将展开，为了更顺利的开展工作，以下我结合前段工作的总结，对下半年工作重点的计划。

一、迅速开展服务巡检活动，安抚老客户、大客户的依赖心理。由于公司相当大的一部分销售是由老客户介绍来的，我们在市场还没有完全进入旺季来，由公司相关领导带领服务、销售相关人员对大客户、能够为公司介绍销售机器的客户进行服务巡检活动，解决客户存在的服务问题，让他们充分体验到柳工老客户、大客户的优越性，他们这样才能够更好地为公司整机销售做出帮助。

二、开发细分市场，充分依托原有资源：老用户、老关系，必须在每个区域一定建立8-10个铁杆用户。

高度重视市场支持体系的建设(当地的修理厂、配件店、平板运输老板、业内人士)：以诚实、大度的态度，合理布局、准确判其热情度和影响力、反复激发他们的积极性。

积累原始用户信息：跑重点工程、工地、开发区、住宅建设小区、矿山、沙石场、市政和水利施工单位、城镇拆迁户和拆迁村、查电话黄页、查当地报纸。关键是系统开发，切忌大而划之。吃得苦中苦、方为人上人。

原始用户信息要及时整理分类，从中筛选出自己有用的信息。在每个地区锁定主要竞争对手，知己知彼，利用对手的弱点寻找商机和突破点。

紧密围绕本地当前市场购机热点地区、用户群、热点工程、行业，开展销售工作。

注重成功率，开发一个成功一个，开发一个点映照一片天。卖挖机一定要学会批发和传销之术。

三、坚定不移的贯彻两个“三足鼎立”的核心市场开发手段每个大区、办事处、销售员均应十分明确的选定所辖销售区域内，县、区、镇或特定人群(10个以上关系较好的老板组成的群体)的前三位的重点市场，并制定相应的销售目标以及开拓方案。公司希望在年底前在各地区均形成分级的“三足鼎立”的市场格局，以确保销售的持续增长。

针对每一个重点市场，应构建以当地的主要竞争对手的大用户或代言人，当地的老用户，修理厂、配件店为主的“三足鼎立”的市场支持体系(即渠道)，为此也应选定相应的开发对象及制定开发方案、确定销售目标。

四、关注用户群体的开发：用户因地域、亲属关系、生意联系、挖机品牌而自然形成的用户群体是工程机械营销中最诱人的蛋糕，在日常拜访中高度重视和了解各类用户群体，对群体内的用户一定要在最短的时间内全面见面拜访，力争深入了解和熟悉。面对群体老大或很有影响力的人物应长期相处，切忌直接推销，应先获得其好感和初步认可，其主要目的要放在其帮忙介绍购机信息上。对群体中有一定影响力的用户购机信息要高度重视，及时上报，利用一切资源全力拿下。一但有所突破应当及时扩大战果。

五、在适当的时候开展促销、展示会。充分利用好产品展示会，产品展示会是公司对当地市场最有效的支持和投资，是公司对当地用户集中、全面的展示和介绍品牌及产品，突破和巩固当地市场的最有效的手段。一场成功的展会往往是打开和巩固一个市场的关键!

六、要让一线的销售人员树立良好的职业心态。

a.业务人员要注意形象、言表、态度、礼节，注意当地风俗习惯

b.市场开发要扑进去，到忘我境界

c.强调市场开拓方案制定，避免盲目、混乱的追逐信息式的销售

d.产品宣传要统一口径，系统介绍e.平常心对个单，提高对客户的驾驭能力

f.强化团队意识，扩大信息交流，要学会启动和利用各种资源

g.要机灵，对用户需求及各种突发事件要准确把握

h.厉行节约，提高实效

机会可遇不可求，在整个行业开始大洗牌的同时我们一定要抓住这次机会，打破市场格局，迅速占领市场。以完成下半年的销售目标，同时也为明年的市场打下坚实的基础。

销售人员个人工作计划（四）

一、对于老客户，和新客户，要经常保持联系，在有时间有条件的情况下，送一些小礼物或宴请客户，好稳定与客户关系。

二、在拥有老客户的同时还要不断从各种渠道获得客户信息。

三、要有好业绩就得加强业务学习，开拓视野，丰富知识，采取多样化形式，把学业务与交流技能向结合。

四、今年对自己有以下要求

1、每月要增加3个以上的新客户。

2、每月看看有哪些工作上的失误，及时改正下次不要再犯。

3、见客户之前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、要不断加强业务方面的学习，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。

5、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。

6、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。

7、自信是非常重要的，拥有健康乐观积极向上的工作态度才能更好的完成任务。

8、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。

9、目标市场定位，区分大客户与一般客户，分别对待，加强对大客户的沟通与合作，用相同的时间赢取最大的市场份额。

10、不断学习行业新知识，新产品，为客户带来实用的资讯，更好为客户服务。并结识弱电各行业各档次的优秀产品提供商，以备工程商需要时能及时作好项目配合，并可以和同行分享行业人脉和项目信息，达到多赢。

11、先友后单，与客户发展良好的友谊，处处为客户着想，把客户当成自己的好朋友，达到思想和情感上的交融。

以上就是我这一年的工作计划，工作中总会有各种各样的困难，我会向领导请示，向同事探讨，共同努力克服。为公司做出自己最大的贡献。

销售人员个人工作计划（五）

一、经营思路的分析

电脑市场销售目前的两个疑惑

困惑一:规模越大风险越大

首当其冲的困惑来源于经营的思考:在现有利润条件下,谁经营的规模越大、谁代理的产品越多,谁的日子越难过。一个明显的例子是:一家在多个电脑城设有面门,代理得有主流主板、显示器的电脑公司老总,却在羡慕一家只在一个电脑城开有门面、没代理任何产品、仅靠“炒货”装机的电脑公司。个中原因是:面对竞争产品的丰富多样化,代理商为推动分货商完成销售,忍痛让利代理产品,同样装一台电脑,代理商与分货商双方在报价上已没有太大差别,利润率也几乎没有差别、但代理商还得比分销商多承担运输、人工、售后服务费用,占用大量资金。如此一来,在微利时代,小公司日子反而好于大公司。

困惑二:技术爆炸扼杀高价机市场

除此之外,电脑业的技术爆炸也令微利时代商家困惑,以装机为主的\_\_电脑公司,从今年初至今,只接到一台装机单价过万元的单子,其余客户装机大多选择在3000—6000元的价位。究其原因:在电脑技术爆炸的今天,低端家用电脑与高端电脑在实际的运用中已无太大差别,讲求实用的购机心理已经替代买高价机、追潮流的购机心理,高端机带来的高利润已经被电脑技术的爆炸式升级给扼杀。但是这样的困惑是正确的吗?显然以上的两个疑惑建立在销售基础没有持续发展的基础上的。无论什么商品都有微利时期的到来(比如现在的空调、彩电背投等)。随着单台利润下降，我们只有用销售量来填充。全力扩展销售市场加大市场占有份额。

二、电脑公司的销售分析

1、守株待兔等客上门法，有客人来了就马上招呼谈单。基本上的电脑公司都采用以上模式。

2、主动出击上门服务。

电脑公司在商务电脑有熟人的情况下也爱用这招。但是并没有什么具体计划或者规律性，感觉很被动。而家用电脑也就是去师专这样的学校搞搞活动。因为他们很难去发现可以上门服务的目标群。我想也没有精力去想这些。

3、创造性销售

无中生有，帮助顾客找寻需求，自己创造买点，创造顾客

三、电脑客户分

电脑的销售客户有两种：

1、商务电脑，学校党政机关等单位集体购买。(包含网吧)

2、家用电脑，私人家庭使用。

随市场的日益成熟，商务电脑的销售慢慢流向于较为合理的竞争。依托的是品牌与服务，当然有时候还需要一定的关系。但主要需求是营销人员快速的信息回馈，还有平常与各相关部门信息主管的良好沟通。

家用电脑是电脑公司平常销售业绩的证明。家用电脑的顾客现在我们可以大致归纳为以下三种。

1、现在准备购买的。也是第一次给家庭添置计算机的人。这样的人往往没有自信心。需要寻找熟人帮忙。或者爱咨询朋友。甚至拖着买过电脑。对电脑比较熟悉的朋友来帮忙选购。他们关注的往往是价格和后服务。最容易受朋友的影响。

2、买了电脑不少时间，准备给计算机升级的人。这样的人群比较杂乱。爱跑熟店，关注的依然是价格和质量。

3、几年前购买电脑的老客户。现在已经到了该换机的时候了。他们的消费相当理性而聪明。因为使用电脑早，对电脑的知识比较渊博。对电脑公司的选择比较看重的是产品质量与相关服务。这样的客人是比较难缠。但是却是电脑公司应该最为看重的一群。电脑公司我们曾经做过调查，对于售后服务的满意度很差。一方面是每家电脑公司的客户群体都很分散。而技术人员普遍较少。另外一方面是对于老顾客的普遍不重视。他们以为电脑不是易耗品，很难重复购买。其实他们往往忽略了一家好的公司想要持续发展和做大。那么他们就不再是在销售产品而是不断的在创造顾客。使用过电脑的人往往养成依赖性，他们的电脑一旦过旧或者报废。二次购买率为。而通过已经购买过电脑的客户介绍而达成的业务也占了百分之六十有多。口碑宣传是所有广告里的，也是最容易被忽视的。最重要的是一个家庭往往拥有的不只一台电脑。

四、如何提升电脑公司的销售量

1、确立目标。

有了目标才有努力的方向，工作才能做到有的放矢。而目标也可以激发员工的动力与斗志。而我们的目标就是把“\_\_公司做成的电脑品牌，我们的员工拿电脑行业内的工资。

2、塑造一个团队。

现在电脑公司的员工流动性大、稳定性差、缺乏职业规划、缺乏上进心、缺乏团队合作、他们总是在工作上能够适应，但是却很难提供更高价值的工作。但是销售不再是需要个人英雄的时代，我们更加看重的是集体的力量。一个团队战斗力的根本在于每个成员的态度。因此我们以为一个销售团队应该充分沟通，统一思想。当然更加重要的是一个团队如果没有共同的利益是不可行的。因此打造一支过硬的销售队伍是电脑公司走向辉煌的第一步。

3、创建销售平台。

有条理的建立营销档案，理顺关系网络。打造自己的信息网络(主要针对商务销售)

4、配合厂家加大宣传力度。

狠挖代理厂家的资源，针对性的利用各种广告手段增加\_\_的知名度和美誉度。

5、推出自己独有的销售理念。

给自己的电脑产品增加附加值来吸引顾客和抗争对手。我们推出的口号就是：我们打价值战，而不是打价格战。

6、主动出击，把销售战场摆到顾客门前去。

不间断的在外面搞促销活动(比如\_\_几个大厂区)，既可以加大\_\_公司在人民心中的印象，突出知名度的同时又可以扩大销售量。

7、搞好同行关系，加大批发出货。

我们一直以为同行不是冤家，因为我们共同抚育这个市场。我们共同努力让消费者接受电脑，使用电脑。如果我们有敌人，我们的敌人也应该是消费者。在这样的心态下，我们用自己的服务，与优秀的销售团队来竞争。同时加大同行帮助我们销售产品的量。不与同行沟通的企业是永远无法完成自身的超越的。知己知彼方能百站百胜。

**公司销售人员工作计划篇六**

在xx年刚接触这个行业时,在选择客户的问题上走过不少弯路,那是因为对这个行业还不太熟悉,总是选择一些食品行业,但这些企业往往对标签的价格是非常注重的.所以今年不要在选一些只看价格,对质量没要求的客户.没有要求的客户不是好客户。

xx年的计划如下、

一、对于老客户，和固定客户，要经常保持联系，在有时间有条件的情况下，送一些小礼物或宴请客户，好稳定与客户关系。

二、在拥有老客户的同时还要不断从各种媒体获得更多客户信息。

三、要有好业绩就得加强业务学习，开拓视野，丰富知识，采取多样化形式，把学业务与交流技能向结合。

四、今年对自己有以下要求

1、每周要增加?个以上的新客户，还要有到个潜在客户。

2、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。

3、见客户之前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、为了今年的销售任务每月我要努力完成?到?万元的任务额，为公司创造更多利润。

个人工作总结

xx年即将过去，在这将近一年的时间中我通过努力的工作，也有了一点收获，临近年终，我感觉有必要对自己的工作做一下总结。目的在于吸取教训，提高自己，以至于把工作做的更好，自己有信心也有决心把明年的工作做的更好。下面我对一年的工作进行简要的总结。

我是今年三月份到公司工作的，四月份开始组建市场部，在没有负责市场部工作以前，我是没有销售经验的，仅凭对销售工作的热情，而缺乏行业销售经验和行业知识。为了迅速融入到这个行业中来，到公司之后，一切从零开始，一边学习产品知识，一边摸索市场，遇到销售和产品方面的难点和问题，我经常请教经理和北京总公司几位领导和其他有经验的同事，一起寻求解决问题的方案和对一些比较难缠的客户研究针对性策略，取得了良好的效果。

通过不断的学习产品知识，收取同行业之间的信息和积累市场经验，现在对市场有了一个大概的认识和了解。现在我逐渐可以清晰、流利的应对客户所提到的各种问题，准确的把握客户的需要，良好的与客户沟通，因此逐渐取得了客户的信任。所以经过大半年的努力，也取得了几个成功客户案例，一些优质客户也逐渐积累到了一定程度，对市场的认识也有一个比较透明的掌握。在不断的学习产品知识和积累经验的同时，自己的能力，业务水平都比以前有了一个较大幅度的提高，针对市场的一些变化和同行业之间的竞争，现在可以拿出一个比较完整的方案应付一些突发事件。对于一个项目可以全程的操作下来。

存在的缺点：

对于市场了解的还不够深入，对产品的技术问题掌握的过度薄弱，不能十分清晰的向客户解释，对于一些大的问题不能快速拿出一个很好的解决问题的方法。在与客户的沟通过程中，过分的依赖和相信客户，以至于引起一连串的不良反应。本职的工作做得不好，感觉自己还停留在一个销售人员的位置上，对市场销售人员的培训，指导力度不够，影响市场部的销售业绩。

在将近一年的时间中，经过市场部全体员工共同的努力，使我们公司的产品知名度在河南市场上渐渐被客户所认识，良好的售后服务加上优良的产品品质获得了客户的一致好评，也取得了宝贵的销售经验和一些成功的客户案例。这是我认为我们做的比较好的方面，但在其他方面在工作中我们做法还是存在很大的问题。

下面是公司xx年总的销售情况：

从上面的销售业绩上看，我们的工作做的是不好的，可以说是销售做的十分的失败。在河南市场上，产品品牌众多，天星由于比较早的进入河南市场，产品价格混乱，这对于我们开展市场造成很大的压力。

客观上的一些因素虽然存在，在工作中其他的一些做法也有很大的问题，主要表现在：

1）销售工作最基本的客户访问量太少。市场部是今年四月中旬开始工作的，在开始工作倒现在有记载的客户访问记录有个，加上没有记录的概括为个，八个月天的时间，总体计算三个销售人员一天拜访的客户量个。从上面的数字上看我们基本的访问客户工作没有做好。

2）沟通不够深入。销售人员在与客户沟通的过程中，不能把我们公司产品的情况十分清晰的传达给客户，了解客户的真正想法和意图、对客户提出的某项建议不能做出迅速的反应。在传达产品信息时不知道客户对我们的产品有几分了解或接受的什么程度，洛阳迅及汽车运输有限公司就是一个明显的例子。

现在河南市场品牌很多，但主要也就是那几家公司，现在我们公司的产品从产品质量，功能上属于上等的产品。在价格上是卖得偏高的价位，在本年销售产品过程中，牵涉问题最多的就是产品的价格。有几个因为价格而丢单的客户，面对小型的客户，价格不是太别重要的问题，但面对采购数量比较多时，客户对产品的价位时非常敏感的。

**公司销售人员工作计划篇七**

xx年上半年的销售工作已经结束了，在上半年的工作中，我作为公司的销售人员，一直努力的工作，在上半年的工作中取得了很好的业绩，这是我一直以来努力的结果，也是我应该得到的回报！在下半年的工作中，结合我上半年的工作经验和能力，我想我会做的更好的！

1.利用下班时间和周末参加一些学习班，学习更多营销和管理知识，不断尝试理论和实践的结合，上网查本行业的最新资讯和产品，不断提高自己的能力。以上是我这一年的销售工作计划，工作中总会有各种各样的困难，我会向领导请示，向同事探讨，共同努力克服，争取为公司做出自己最大的贡献。

2.定期组织同行举办沙龙会，增进彼此友谊，更好的交流。客户、同行间虽然存在竞争，可也需要同行间互相学习和交流，本人也曾参加过类似的聚会，也询问过客户，都很愿意参加这样的聚会，所以本人认为不存在矛盾，而且同行间除了工作还可以享受生活，让沙龙成为生活的一部份，让工作在更快乐的环境下进行。

3.对于老客户和固定客户，经常保持联系，在时间和条件允许时，送一些小礼物或宴请客户，当然宴请不是目的，重在沟通，可以增进彼此的感情，更好的交流。

1.不断学习行业新知识，新产品，为客户带来实用的资讯，更好为客户服务。并结识弱电各行业各档次的优秀产品提供商，以备工程商需要时能及时作好项目配合，并可以和同行分享行业人脉和项目信息，达到多赢。

2.先友后单，与客户发展良好的友谊，处处为客户着想，把客户当成自己的好朋友，达到思想和情感上的交融。

3.对客户不能有隐瞒和欺骗，答应客户的承诺要及时兑现，讲诚信不仅是经商之本，也是为人之本。

4.努力保持和谐的同事关系，善待同事，确保各部门在项目实施中各项职能的顺利执行。

5.市场分析，根据市场容量和个人能力，客观、科学的制定出销售任务。暂订年任务：销售额100万元。

6.适时作出工作计划，制定出月计划和周计划。并定期与业务相关人员会议沟通，确保各专业负责人及时跟进。

7.注重绩效管理，对绩效计划、绩效执行、绩效评估进行全程的关注与跟踪。

8.目标市场定位，区分大客户与一般客户，分别对待，加强对大客户的沟通与合作，用相同的时间赢取最大的市场份额。

1、前期设计的项目重点跟进，至少一周回访一次客户，必要时配合工程商做业主的工作，其他阶段跟踪的项目至少二周回访一次。工程商投标日期及项目进展重要日期需谨记，并及时跟进和回访。

2、前期设计阶段主动争取参与项目绘图和方案设计，为工程商解决本专业的设计工作。

3.投标过程中，提前两天整理好相应的商务文件，快递或送到工程商手上，以防止有任何遗漏和错误。

4.投标结束，及时回访客户，询问投标结果。中标后主动要求深化设计，帮工程商承担全部或部份设计工作，准备施工所需图纸(设备安装图及管线图)。

5.制定出月计划和周计划、及每日的工作量。每天至少打30个电话，每周至少拜访20位客户，促使潜在客户从量变到质变。上午重点电话回访和预约客户，下午时间长可安排拜访客户。考虑北京市地广人多，交通涌堵，预约时最好选择客户在相同或接近的地点。

6.见客户之前要多了解客户的主营业务和潜在需求，最好先了解决策人的个人爱好，准备一些有对方感兴趣的话题，并为客户提供针对性的解决方案。

7、从招标网或其他渠道多搜集些项目信息供工程商投标参考，并为工程商出谋划策，配合工程商技术和商务上的项目运作。

8、做好每天的工作记录，以备遗忘重要事项，并标注重要未办理事项。

9.填写项目跟踪表，根据项目进度：前期设计、投标、深化设计、备货执行、验收等跟进，并完成各阶段工作。

10.争取早日与工程商签订供货合同，并收取预付款，提前安排备货，以最快的供应时间响应工程商的需求，争取早日回款。

11.货到现场，等工程安装完设备，申请技术部安排调试人员到现场调试。

12.提前准备验收文档，验收完成后及时收款，保证良好的资金周转率。

xx年下半年的工作也许很快的就会结束，但是我不会放松的，我会一直努力，一直做好我自己的，这些都是我一直以来不断的努力得到的成果，我相信我会做的更好的，公司的销售工作并不是很难，只要用心去做，那么我们就会做好这一切。相信公司在我们每一个人的集体努力下，会取得更好的成果的！

**公司销售人员工作计划篇八**

在认真审视公司经营的优势和劣势、强项和弱项的基础上，公司对当前海参行业的竞争形势和趋势作出基本分析判别，将第四季度的经营方针确定为：

开拓市场、完善管理体系、招揽人才

经营方针是公司阶段性经营的指导思想;各部门和各级员工的各项经营、管理活动，包括政策制订、制度设计、日常管理，都必须围绕经营方针展开、贯彻和执行。

二、经营目标

(一)核心经营目标

公司的核心经营目标是：

销售收入达到300万元。新增省内外渠道代理商、经销商，直营店(专柜、旗舰店、社区服务店，直供商家(酒店、会所、海参批发商)，第三方合作，网上销售平台，团购客户60个。

(二)各部门目标明细

三、主要经营策略

(一)市场策略

初步完成销售网络建设的初级阶段，树立样板市场、样板店，建立适合公司发展的运营模式，扩大市场覆盖面、扩大实质客户群，提升销量。公司将20年第四季度确定为“市场推广季度”，全力以赴开拓市场，发展客户、提高销量。对此，采取下列措施：

1.公司以市场为导向，以营销为重点开展经营和管理。公司制订相关制度、流程、政策，规范、鼓励全体员工参与营销及管理工作。提供合理、有利的投入，支持、促进营销工作的开展、实施。

2.市场部整合各项资源，在9月15日前，构建完整的市场销售体系、搭建合理的组织架构、制定清晰的、实际的、符合公司发展战略的销售目标、销售计划、销售策略，招揽和培养优秀的市场销售人才。采取一切措施，集中精力做好经销商的招商、直营店的推广、拓宽网上销售渠道等市场销售网络建设。

3.市场的主攻方向是：首先建立烟台各县市区的各种直营店、专柜、直供、代理商、经销商、团购零售等为主的市场销售网络。二是建立省内17地市及省外东北三省、华北、华东、华南及华中地区25个大中城市初级市场销售网络，以招商代理商、经销商、加盟商等为主要手段，辅助发展直营店和社区服务店。年底在重点区域建立办事处、分公司作为根据地，为对区域内的市场进行维护和深度开发。

4.全国市场应以“强势推进、快速占领”的市场策略，集中力量发展渠道经销商，以“品牌分级、产品多元”的策略发展直营市场。

(二)产品策略

市场策略需要产品策略和价格策略的强力支撑和支持。

第四季度的整体产品策略是“品牌分级、产品多元”，即：在确保品质的基础上，在产品种类、特性、外观上完善产品的设计，使其多元化。并从产品的选材、价格、服务上对产品的品牌分级处理，从而实现“低档产品抢市场、中档产品保销量、高档产品树品牌”的产品策略。始终围绕客户需求，以客户需求为出发点和归属点，以适销对路为原则，提升总体销量。为此，应采取下列措施：

1.市场部调整主打产品，以“吉参堂”为主打，散装产品为铺设，“野生岛”为品牌推广。

2.对国内市场实行差异化的销售策略：

1)产品差异：使我公司产品与竞争对手产品相比具有独特优点。

2)服务差异：服务模式，服务理念不同与竞争对手。

3)人员差异：系统的对市场销售人员进行培训，使销售人员比竞争对手更加具有战斗力。

4)形像差异：建立有别于竞争对手的品牌识别形像，包括商标，产品包装等。

(三)品牌策略

品牌是产品营销的催化剂和拉动力。

“吉参堂”“野生岛”两个品牌需进一步锻造，因此需要加强品牌推广力度、提高知名度、铸造品牌效应。具体措施如下：

1.广告宣传，通过报纸、网站发布软文和硬广;增设高炮、高架桥、楼宇广告;邮寄或派发各类宣传资料给目标客户;更新和完善公司网站、微信平台。

2.展会宣传：参加行业内的知名展会、商会、交流洽谈等活动，进一步体现公司实力。

3.重点客户拜访：对重要的客户和意向较大的客户进行拜访，现场销售。

4.分销商借力：借助分销商的影响力，在全国各个区域内进行宣传和推广。

四、实现目标的保障措施

(一)生产资源保障

1.生产物流部作为二线部门，理应成为市场部的坚强后盾，必须始终围绕客户要求运转，必须按照一线部门的产品策略规划和实际订单需求，组织物料采购、产品生产和品质控制等各项生产管理活动。

3.按时交付合格产品，是生产部不容置疑的核心任务。生产部订立适宜的品质保障体系和品质目标，采取适宜的控制措施，以适宜的品质成本，为经营一线准时提供合格产品。

4.生产成本，特别是原料采购成本的控制，是生产部重点控制和关注的事项，必须克服和消化各类涨价因素，以降低材料采购成本为突破口，以提升生产速度、提升单位时间产量，带动人工成本、能耗成本等在内的各项产品成本的降低，确保公司产品的成本不高于市场同类产品的成本。

(二)行政人力资源保障

“服务、支持、指导”是总经办管理的宗旨，保障一、二线部门的后勤供给，构建体系、理顺管理，指导核心部门改善行政人事管理，是总经办第四季度的重大任务。从以下四个方面做好人力资源管理工作：

1.加快人才引进和岗位招聘：以公司组织架构为基础，各部门谨慎评估各自的人员需求情况，由总经办统筹，加快新增人员中的关键职位的引进和岗位招聘，确保一、二线用人需求;建立完善的人才招聘体系和任免机制，在9月30日前，将需求人才基本引进招聘到位。

2.加强培训：总经办配合相关部门统筹建立培训体系(包括入职培训和在职培训)，以管理培训为核心，对公司中层以上管理者进行系统的、针对性的培训。提升其管理能力和管理认知。除此之外，对于新增的销售人员销售花絮和销售技巧辅以完善的、及时的入职培训，培训内容包括公司简介、各种管理制度、产品详情、行业现状、工作目标、招商手册、市场环境等。在人员招聘的同时，逐步推进培训体系的实施和完善。

3.建立合理的绩效考核体系：按照“有计划、分步骤、可量化、可持续”的原则，由总经办牵头，以目标管理为基础，建立绩效考核体系，按照分级管理、分层考核的原则，9月10日前，完成绩效考核体系的建立和评估。9月起正式实施。绩效管理与薪酬体系联动推行，以确保目标管理切实落实。

3.建立合理的薪酬体系：建立起对外具有竞争性、对内具有公平性、对员工具有激励性的、包括员工薪资、福利、奖金在内的薪酬体系;并在施行中不断地加以检讨和完善。此项需结合绩效考核体系一并推行，方能使二者得以有效落实。

4.加强办公管理：由总经办统筹，对公司内部流程和制度进行梳理。建立完善的信息管理体系，并引入办公协同软件。同时加强对各项计划、目标任务的管理、跟踪、推进。

(三)财务资源保障

第四季度，公司将为一线部门提供有利的财务资源，在广告、人力、费用、等各项投入上向一线倾斜。与此同时，财务管理从下列四个方面加大监测和监控力度：

1.逐步建立公司全面预算体制：根据公司第四季度的核心经营目标，结合自身实际情况，逐步建立公司全面预算体制，并率先在二线部门试行，逐步推向一线市场部。

2.梳理授权系统：针对费用管控和成本控制的需要，将涉及的费用审批权限进行梳理，将各类费用的初审权下放给各部门负责人，以便形成权责对等机制;财务管理在费用流向的合理性等方面加强监测和严格的统计。

4.健全财务监测体系：财务管理健全财务监测体系，重点关注市场经营活动背后的财务信息流和现金流方面的资金计划和回流。

(五)组织管理保障

1.由刘总负责，与各部门签定《第四季度目标责任书》，明确各部门的目标、责任和相应的权利。

2.由各部门负责人，对各项目标进行层层分解，并与各级人员签定《第四季度目标责任书》，逐级明确目标、责任、奖惩等。各级人员的《第四季度目标责任书》统一汇集于总经办，实施归口管理，并作为绩效考核的考核依据。

3.由总经办负责，组织每月及季末“经营目标达成审议会”，总结成果，检讨差距，研拟对策，跟进结果。

4.各部门需要每月/季度末提交目标执行情况及月度/季度末工作执行情况。

五、总体要求

第四季度的经营目标，是在全面权衡和全面分析的基础上制定的，是公司实现营业收入的保障，也是管理提升的重要指导;要将这一目标实现，需要全体员工的共同努力。

(一)更新观念，提升管理

全局意识、危机意识和“发展公司，分享成果”的捆绑意识，在经营管理、产品开发、物流管理、后勤保障、财务管理、时间管理等各方面，改变管理模式和经营模式，为公司经营发展奠定良好的基础。

(二)严谨认真，有效执行

公司要求，各级人员以“严谨认真”的态度做好各项工作，必须以“责任”主管的立场开展各项工作，不得有“功在我责在他”的遇事推委的恶习和恶行。

公司强调：员工的价值在于行动和执行，公司将以行动力和执行力考察所有员工，对于纸上谈兵、不尚作为的员工，将予以淘汰。以保证公司各项管理措施和市场经营活动得到有效的执行和落实。

(三)业绩优先，奖惩落实

销售业绩是公司第四季度经营目标的核心，销售是实现目标的载体。在这一思想指导下，“业绩定酬，指标量化，逐级捆绑，分层考核”是公司的基本政策取向，管理团队以目标任务指标与公司计划实施紧密捆绑，中层管理人员和员工以工作业绩指标与上级主管实施紧密捆绑，采用自上而下逐级考核的办法，充分调动全体员工的工作积极性。同时，对于不能胜任本职的管理者和员工，采取主动让贤、组织调整、公司劝退、末位淘汰等措施，增强造血功能，提升管理体质。

总之，公司希望并要求：所有员工，必须以全新的观念、全新的面貌、全新的行动，齐心协力，力争实现公司第四季度的经营目标!

燃气安全工作计划(三)为进一步加强我镇燃气安全生产管理，加快建立燃气安全隐患排查治理工作长效机制，全面提升燃气从业单位的安全生产水平，严厉打击非法经营等违法违规行为，坚决消除事故隐患，杜绝燃气安全事故发生，根据《中华人民共和国安全生产法》、《中华人民共和国消防法》、国务院《城镇燃气管理条例》、《特种设备安全监察条例》、《省燃气管理条例》等法律法规和市《关于进一步加强燃气安全监管工作的实施意见》结合我镇实际，制订燃气安全监管工作实施方案。一、指导思想以“科学发展观”为指导，以国家有关安全生产法律、法规为依据，树立安全发展理念，坚持“安全第一、预防为主、综合治理”的方针，进一步整顿和规范燃气市场经营秩序，依法履行安全监管职能，消除安全隐患，确保村居供气、用气安全。二、目标任务深化专项治理整顿，严厉打击非法违法行为;建立健全由政府统一领导、各部门齐抓共管、全社会共同参与的长效管理机制，实现我镇燃气安全监管工作常态化、制度化、规范化。三、整治重点(一)推进隐患排查治理工作长效机制的建立。落实各相关单位安全隐患排查治理的主体责任，建立和完善隐患排查治理工作制度;定期进行隐患排查，建立隐患排查治理工作台账，形成隐患排查治理长效机制。(二)依法查处燃气企业经营中的违法违规行为。查处充装不合格钢瓶、缺斤少两、掺杂二甲醚等违规行为;查处为未取得燃气经营许可证的单位和个人提供经营性气源的行为;查处销售不合格钢瓶等违法行为。(三)依法查取小液化气供应网点经营中的违法违规行为。取缔不符合规划、无证照小液化气供应网点;查处价格欺诈、强买强卖、违章倒灌、倒残等损害消费者利益的违规行为;查处超范围经营、擅自在未经核准场所经营、非法改装液化石油气钢瓶、超量存放实瓶等违法行为。(四)规范宾馆、饭店、小餐饮、企事业单位等用户的燃气采购、储存和使用安全管理。查处使用不合格燃气和不合格燃烧器具、不符合安全规范的瓶库使用行为;查处不规范瓶组、擅自改装燃烧器具、液相直烧、管道瓶装气混用等违法使用燃气行为。四、职责分工各相关职能部门根据法律法规规定的职责，认真组织、有效开展燃气行业违法违规行为的查处。对各村居，机关各办、服务区、镇属各单位工作职责明确如下：新河派出所、新河交警中队：负责依法查处禁行区域内未按“危险化学品道路运输车辆进入禁行区域时间、路线规定”的运输危险化学品行为;查处液化气运输超载行为;查处未取得危险化学品运输资质、擅自从事液化气运输的行为;负责危化品运输车辆的清理整治工作;规范“三车”(三轮车、电瓶三轮车、三轮摩托车)运送及其运输工具的安全管理;协助质监、行政执法中队做好对运输途中的气瓶检查工作。村镇建设办公室：负责村居燃气行业的监督管理，做好日常检查管理工作，确保站内设备设施安全运行;加强应急救援管理，提高应对突发事件的能力。安监中队：依法行使安全生产监督管理职权，指导、协调、监督、检查全镇燃气行业的安全生产工作，并将燃气安全纳入全镇安全生产监管工作内容。行政执法中队：负责依法查处未取得燃气经营许可证或不按照燃气经营许可证的规定从事燃气经营活动的违法行为;依法查处经营单位和个人、燃气用户(重点宾馆、饭店、小餐饮、企事业单位)及有关单位和个人的违法行为。消防中队：负责对宾馆、饭店、小餐饮、企事业单位等场所消防安全的监督检查，对不符合消防安全技术标准、存在消防安全隐患的提出整改意见，对严重危害公共安全的单位和经营者，报发证机关依法吊销经营许可证和工商营业执照。工商分局：负责依法查处未取得营业执照或不按照营业执照的规定从事燃气经营活动的违法行为;在营业执照有效期内被依法吊销、撤销燃气经营许可证或者燃气经营许可证有效期届满的。各办、服务区：将燃气安全作为安全生产工作的重要内容，负责本服务区的燃气安全监管工作，配备专兼职燃气安全管理员;开展燃气安全隐患排查，每月配合执法中队开展燃气安全隐患专项整治，重点整治宾馆、饭店、小餐饮、小液化气供应站等经营场所;负责重点单位隐患整改跟踪和督查，对治理不落实，整改不到位的，通知相关职能部门依法查处。五、工作要求(一)提高认识，加强领导。机关各办、服务区，镇属各单位要认真分析燃气安全生产形势和存在的问题，充分认识燃气经营违规、违法行为的危害性和安全监管工作的重要性和紧迫性，牢固树立责任意识。为加强对燃气安全监管工作的领导，镇政府成立燃气安全监管工作领导小组(组成人员名单详见附件)，各办、服务区、镇属有关单位要抽调精干人员成立监管工作机构，切实加强对安全监管工作的领导。

**公司销售人员工作计划篇九**

为了搞好xx年下半年我们公司电脑的销售情况，特制定了这份xx年下半年的销售工作计划书。我到金鹰电脑公司主要负责电脑市场开发和业务方面的工作。xx上半年来，我已经完全的融入到了这个温暖的集体里。在一年里虽然存在着这样或那样的问题，我们都尽量的解决了，在接下来的半年里要从以下几方面入手：

首先要降低成本，应该采取的主要措施有：进一步拓宽进货渠道，寻找多个供货商，进行价格、质量比较，选择质量好价格低的供货商供货；勤俭节约，节省开支、避免浪费，工程方案设计要合理；内部消耗降低，日常费用开支、水、电、日常办公耗材尤其是纸张、车辆开支要节俭等问题。

其次也是最重要的部分-----培养意识，服务意识的加强、竞争意识的树立、市场创造意识的培养。我们是以服务为主的公司，可以借助服务去赢得市场，赢得用户的信任。同事之间，企业之间时时刻刻竞争都存在，自己业务水平不提高会被公司淘汰，企业不发展将会被社会淘汰。近几年，耗材市场竞争比较激烈，今年形势将更加严峻。

业务水平和员工素质的提高至关重要，关系到整个企业的发展与命运。业务水平的高低影响到办事的工作效率；员工素质的高低直接影响到企业的社会地位和社会形象。只有具有一支高素质、技术水平过硬的队伍的企业才会有进步、有发展。

加大宣传力度也是市场开发一种重要手段和措施。

销售部利润主要来源有：计算机销售；电脑耗材；打印机耗材；打字复印；计算机网校等和计算机产业相关的业务。今年主要目标：家庭用户市场的开发、办公耗材市场的抢占。针对家庭用户加大宣传力度，办公耗材市场用价格去竞争、薄利多销。建立完善的销售档案，定期进行售后跟踪，抢占办公耗材市场，争取获得更大的利润。这里也需要我们做大量的工作，送货一定及时、售后服务一定要好，让客户信任我们、让客户真真切切的享受到上帝般的待遇。

能够完成的利润指标，150万元，纯利润113万元。其中：打字复印10万元，网校13万元，计算机78万元，电脑耗材及配件45万元，其他：34万元，人员工资13万元。

客服部利润主要来源：七喜电脑维修站；打印机维修；计算机维修；电脑会员制。xx年我们被授权为七喜电脑授权维修站；实创润邦打印机连锁维修站，所以说今年主要目标是客户服务部的统一化、规范化、标准化，实现自给自足，为来年服务市场打下坚实的基础。

能够完成的利润指标，利润213万元。

工程部利润主要来源：计算机网络工程；无线网络工程。由于本地网络实施基本建成，无线网络一旦推广开来可以带来更多的利润点，便于计算机网络工程的顺利开展，还能为其他部门创造出一个切入点，便于开展相应的业务工作。今年主要目标也是利润的增长点-----无线网，和一部分的上网费预计利润在\*\*\*万元；单机多用户系统、集团电话、售饭系统这部分的利润\*\*\*万元；多功能电子教室、多媒体会议室\*\*\*万元；其余网络工程部分\*\*\*万元；新业务部分\*\*\*万元；电脑部分\*\*\*万元，人员工资\*\*\*—\*\*\*万元，能够完成的利润指标，利润\*\*\*万元。在追求利润完成的同时必须保证工程质量，建立完善的工程验收制度，由客户服务部监督、验收，这样可以激励工程部提高工程质量，从而更好的树立公司形象。

四、在管理上下大力度、严格执行公司的各项规章制度、在工作效率、服务意识上上一个层次，树立公司在社会上的形象。

对那些不遵守公司规章制度、懒散的员工决不手软，损坏公司形象的一定严肃处理。

1、从方案的设计、施工、验收、到工程的培训这一流程必须严格、坚决地贯彻执行，客户服务部要坚持不验收合格不进行维修的原则。

2、尽量创造出一些固定收入群体，如计算机维修会员制、和比较完备的设备维修收费制度，把一些比较有实力、有经济基础的企事业单位、委办\*变成我们长期客户。

3、对大型客户要进行定期回访，进行免费技术支持，建立一个比较友好的客户关系。要利用各种手段、媒体，如利用我们自己的主页把公司的收费标准公布出去、从领导到每位员工要贯彻执行。

4、服务、维修也能创造利润。近几年工程越来越少、电脑利润越做越薄、竞争越来越激烈，我们可以从服务、维修创造利润，比较看好的有保修期以外的计算机维修市场、打印机维修市场等。

为主要的工作来做：

1）建立一支熟悉业务，比较稳定的销售团队。

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。没错，先制定出销售人员个人工作计划并监督完成。建立一支具有凝聚力，合作精神的销售团队是我们现在的一个重点。在工作中建立一个和谐，具有杀伤力的销售团队应作为一项主要的工作来抓。

2）完善销售制度，建立一套明确系统的业务管理办法。

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，对工作有较强的责任心，提高销售人员的主人公意识。

3）培养销售人员发现问题，总结问题，不断自我提高的习惯。

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成熟业务员的档次。

4）市场分析。

也就是根据我们所了解到的市场情况，对我们公司产品的卖点，消费体，销量等进行适当的定位。

5）销售方式。

就是找出适合我们公司产品销售的模式和方法。

6）销售目标

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。如出现未完成时应及时找出原因并改正！

7）客户管理。

就是对一开发的客户如何进行服务和怎样促使他们提高销售或购买；对潜在客户怎样进行跟进。

总结:根据我以往的销售过程当中遇到的一些问题，约好的客户突然改变行程，毁约，使计划好的行程被打乱，不能完成出差的目的。造成时间，资金上的浪费。我希望领导能多注意这方面的工作！

之前我从未从事过这方面的工作。不知这分计划可否有用。还望领导给予指导！我坚信在自身的努力和公司的培训以及在工作的磨练下自己在这方面一定会有所成就！

以下是我对企业开展网络营销工作的一点设想和计划：

我们在讨论是否实施及如何实施网络营销之前，必须对目前基本现状有一个清醒的认识，这是我们工作的前提。

1、企业实施网上营销有一定优势，主要体现在：

（1）企业产品为高技术产品。

（2）潜在用户主要为技术人员，其网络应用程度较高。

（3）产品销售范围广，国内市场乃至国际市场。

（4）同行业网络营销运用仍处初期，较强的网上竞争对手还未出现。

（5）本企业员工计算机及网络应用已具备良好水平。

另外，开展网络客户服务也有非常优势，理由：

（1）客户服务对企业至关重要，但服务地域广，任务重，成本高。

（2）客户服务属技术指导性质，如充分沟通可远距离完成。

2、目前可能存在的不足：

（1）对网络营销认识程度还较低。未开展深入系统的研究，其应用对本企业及所在行业成长可能带来的影响还缺乏评估。

（2）尚未形成明确的网络营销工作思路，没有专业部门或专职经理承担责任整体实施。

（3）虽已建立起企业网站但由于其在表现形式、内容及资讯含量、网站功能、网站推广等地方有所不足，尚未发挥其应有的作用。

（4）现有的网站管理模式尚不完善，难以适应开展网络营销的规定。如：网站维护、更新方法，isp提供的服务等等。

（5）现行的网上反馈资讯管理是否高效应重新评估

3、结论：

（1）初步认为网络营销在企业具备可行性，有着良好的成长前景，运用得当可能为企业带来重大贡献，存在由此引发企业经营方法重大变革的可能。

（2）本企业网络运用水平虽强于一般企业或同行，但领先程度有限，网络营销还处于准备阶段，还未正式起步。

保持清醒认识将有利于我们明确目标，改进不足，制定措施，快速推动。

我们应该确立怎样的成长战略，以什么态度，以怎样的方法与速度推动其成长，需从下列因素考虑：

（1）从企业长远成长战略考虑

网络营销的采用，是在新的市场条件下发生的，说明企专业部与外部条件正在发生变化，能否适应这样的变化，尽可能迅速地制定对策，运用新的思维新的工具开展工作，这既关系到企业短期效益更深刻影响到企业的长期经营。

社会资讯化、企业资讯化、商务电子化，这已是公认的趋势，而网络营销正是这种变化在企业营销领域的运用，由于其相对电子商务而言更易实施，更快见效，所以优先得到了应用。网络营销的运用既是新的经营手段，同时也是企业进入网络资讯时代，开展电子商务的必要的积累与准备，其应用能力及水平直接影响企业新的条件下管理及经营的水平。

应当说，网络营销是否应被采用已不是一个可以讨论的问题，可供选择的只是如何去更好地适应，以怎样的态度与方法去适应。我认为快适应可赢得更多的空间，对企业有利。

本企业是一个技术型企业，企业核心价值在技术，时刻保持技术优势是成长的关键。但应看到，只有有效解决营销与客户服务，企业才可能有更多的精力与资源用于技术开发。

另外，从企业目前情况看，我们可否推断：当前影响企业更快成长的，其最主要障碍，是营销问题，正是此问题难以有效突破，成为了成长的瓶颈。传统办法成本高，效果缓慢。我们需要尝试新的营销手段。网络营销成为必然的选择。

（2）从企业竞争优势的获取考虑

我们的企业面临着激烈的竞争，市场条件下大多如此。能否保持竞争中的优势地位，有时甚至比企业的效益还重要。传统条件下，我们可以采取的方法极为有限，因为大家都在这么做，我们很难保证能比对手做的更好。正因如此每每出现竞争格局的大调整大多是诞生了新的技术或市场手段。

xx行业也是如此，本企业能在国内市场脱颖而出关键在技术，但既使在国内我们的技术优势也是有限的，更不必说与wto后即将全面进入中国的国际品牌。技术优势为我们赢得市场奠定了一定基础，但对于立志成为行业先锋的我们而言当然不应沾沾自喜，我们的市场分额还太小，还只是是个后起之秀，还未成为行专业强手。支撑我们继续赶超的仅\*技术优势是不够的，必须在营销上突破。传统的办法成本高、难度大，难以胜任。

网络营销手段的出现为我们提供了一种可能。作为后发企业，我们的优势是包袱轻、观念新、敢于探索，发扬我们的长处另辟新径，是我们赢得竞争优势的最佳选择。早一步运用新工具，就可能赢取全新的竞争局面。

（3）从企业营销工作的特点考虑

网络营销作为新的手段，其本身具有传统方法无可比拟的先进性。运用网络平台技术企业可与客户缩短时间、空间距离，实现每周7天，每天24小时工作，运用数据库等工具可实现一对一直复营销，实现与客户充分的交互与沟通，网络营销基本上可以完成除交货及付款外的所有工作（将来与电子商务衔接后此两点也可网上实现）。

**公司销售人员工作计划篇十**

20\*\*年新的一年，新的开端，拟对以下三方面的工作拟订计划：

一、公司人力资源管理方面

1、根据公司现在的人力资源管理情况，参考先进人力资源管理经验，推陈出新，建立健全公司新的更加适合于公司业务发展的人力资源管理体系。

2、做好公司人力资源规划工作，协助各部门做好部门人力资源规划。

3、注重工作分析，强化对工作分析成果在实际工作当中的运用，适时作出工作设计，客观科学的设计出公司职位说明书。

4、规范公司员工招聘与录用程序，多种途径进行员工招聘（人才市场、本地主流报纸、行业报刊、校园招聘、人才招聘网、本公司网站、内部选拔及介绍）；强调实用性，引入多种科学合理且易操作的.员工筛选方法（筛选求职简历、专业笔试、结构性面试、半结构性面试、非结构化面试、心理测验、无领导小组讨论、角色扮演、文件筐作业、管理游戏）。。

5、把绩效管理作为公司人力资源管理的重心，对绩效计划、绩效监控与辅导、绩效考核（目标管理法、平衡计分卡法、标杆超越法、kpi关键绩效指标法）、绩效反馈面谈、绩效改进（卓越绩效标准、六西格玛管理、iso质量管理体系、标杆超越）、绩效结果的运用（可应用于员工招聘、人员调配、奖金分配、员工培训与开发、员工职业生涯规划）进行全过程关注与跟踪。

6、努力打造有竞争力的薪酬福利，根据本地社会发展、人才市场及同行业薪酬福利行情，结合公司具体情况，及时调整薪酬成本预算及控制。做好薪酬福利发放工作，及时为符合条件员工办理社会保险。

7、将人力资源培训与开发提至公司的战略高度，高度重视培训与开发的决策分析，注重培训内容的实用化、本公司化，落实培训与开发的组织管理。

8、努力经营和谐的员工关系，善待员工，规划好员工在本企业的职业生涯发展。

9、公司兼职人员也要纳入公司的整体人力资源管理体系。

二、办公室及后勤保障方面

1、准备到铁通公司市北分局开通800（400）免费电话[号码800（400）7100009]，年前已经交过订金300元（商客部曹岩经理代收）。

2、外协大厦物业管理，交电费、取邮件、咨询物业管理事宜等。

3、协助王伟琴经理做好办公室方面的工作。

4、确保电脑、打印复印一体机正常运行，注意日常操作。

5、为外出跑业务的市场拓展部各位经理搞好各类后勤保障（主要是协助王经理复印、传真、电话、文档输入电脑、报销、购物等）。

6、与王经理分工协作，打招商电话。

三、实际招商开发操作方面

1、学习招商资料，对3+2+3组合式营销模式领会透彻；抓好例会学习，取长补短，向出业绩的先进员工讨教，及时领会掌握运用别人的先进经验。

2、做好每天的工作日记，详细记录每天上市场情况

4、继续回访徐州六县区酒水商，把年前限于时间关系没有回访的三个县区：新沂市、丰县、沛县，回访完毕。在回访的同时，补充完善新的酒水商资料。

5、回访完毕电话跟踪，继续上门洽谈，做好成单、跟单工作。本人在年度，业绩不是太理想，当然这其中肯定有许多不足和需要改进、完善的地方。今年，我将一如既往地按照公司的要求，在去年的工作基础上，本着“多沟通、多协调、积极主动、创造性地开展工作”的指导思想，发扬井冈山创业精神，确立工作目标，全面开展20\*\*年年度的工作。现制定工作划如下:

一、对于老客户，和固定客户，要经常保持联系，在有时间有条件的情况下，送一些小礼物或宴请客户，好稳定与客户关系。

二、在拥有老客户的同时还要不断从各种渠道快速开发新客户,推广新产品.

三、要有好业绩就得加强业务学习，开拓视野，丰富知识，采取多样化形式，把学业务与交流技能相结合。

四、今年对自己有以下要求

1、每周要拜服4个以上的新客户，还要有1到2个潜在客户。

2、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。

3、见客户之前要多了解客户的状态和需求，再做好准备工作才有可能与这个客户合作。

4、对自己严格要求,学习亮剑精神,工作扎实细致,要不断加强业务方面的学习，多看书及相关产品知识，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。

5、对所有客户的工作态度都要一样，加强产品质量和服务意识,为公司树立更好的形象,让客户相信我们的工作实力，才能更好的完成任务。

6、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。

7、为了今年的销售任务每月我要努力完成1万到2万元的任务额，为公司创造利润。

以上就是我这一年的工作计划，工作中总会有各种各样的困难，我会向领导请示，向同事探讨，共同努力克服。为公司做出自己最大的贡献。

**公司销售人员工作计划篇十一**

至20\_年12月31日，x区销售任务560万元，销售目标700万元；

1、年初拟定《年度销售总体计划》；

2、年终拟定《年度销售总结》；

3、月初拟定《月销售计划表》和《月访客户计划表》；

4、月末拟定《月销售统计表》和《月访客户统计表》；

根据\_年度销售额度，对市场进行细分化，将现有客户分为vip用户、一级用户、二级用户和其它用户四大类，并对各级用户进行全面分析。

1、技术交流：

（1）本年度针对vip客户的技术部、售后服务部开展一次技术交流研讨会；

（2）参加相关行业展会两次，其中展会期间安排一场大型联谊座谈会；

2、客户回访：

目前在国内市场上流通的相似品牌有七八种之多，与我司品牌相当的有三四种，技术方面不相上下，竞争愈来愈激烈，已构成市场威胁。为稳固和拓展市场，务必加强与客户的交流，协调与客户、直接用户之间的关系。

（2）适应把握形势，销售工作已不仅仅是销货到我们的客户方即为结束，还要帮助客户出货，帮助客户做直接用户的工作，这项工作列入我\_年工作重点。

3、网络检索：

充分发挥我司网站及网络资源，通过信息检索发现掌握销售信息。

4、售后协调：

目前情况下，我公司仍然以贸易为主，“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。

**公司销售人员工作计划篇十二**

回顾即将过去的一年，我感慨万千。20\_\_年是我人生旅程中转折的一年，从挂职锻炼结束后，调到玉米组工作，再到现在的销售部工作，每一个岗位对我都是全新的领域。一年来，我在各位领导的关怀和批评指导下，我能尽职尽责，不断强化学习意识、纪律意识，较圆满的完成了承担的各项任务，现将一年来的工作总结如下：

一、努力学习，不断提高自身综合素质20\_\_年上半年，本人继续在127团农业科挂职锻炼，在所党委的关心指导、127团党委的正确领导、所在部门的支持下，我珍惜机遇，认真学习，主动参与;思想政治素质、服务群众意识、基层工作能力等方面都有了较大的提高，实现了个人得成长、服务基层的既定目标。通过坚持不懈地学习，使自己的政治素养和理论水平得到了提高。

二、明确目标，勤奋工作，较好地完成了年度各项工作

(一)挂职工作从去年6月到今年5月底，本人在127团农业科进行了为期一年的挂职锻炼。作为副站长，本人负责推广站日常管理，协助农业科做好全团植保、栽培工作，项目申报和完成总结，课题的田间调查、中期进展及各种实验工作。

在本人的努力和同事们的大力配合下，推广站超额完成了团下达的盈利指标，顺利完成了杂交棉育苗移栽课题，撰写了移动式滴管项目的总结。育苗移栽试验田长势喜人，单株优势明显，在同类试验中拔得头筹，获得师领导的多次表扬，参观者络绎不绝。

挂职期间，本人能够主动适应，全身心投入挂职锻炼工作;自觉学习，努力做好挂职锻炼工作。虽然，本人挂职时间不长，但受到了127团领导和同事们的一致认可。

(二)课题组相关工作挂职锻炼结束后，按照所党委及领导的指示，我来到玉米课题组工作。在新的部门、新的领域，本人积极学习新知识，协助小组负责人，较好的完成了各项工作任务。

一是主持了“复播用向日葵品比试验”课题，引进、收集向日葵品种材料，进行引种试验。今年共引进杂交食葵64个，油葵9个，对各生育期内性状进行了田间调查、记载综合表现及与对照品种的差异，客观评价参试品种特性与生产利用价值，根据试验结果，筛选出产量高，早熟性较好的向日葵品种品系5个。中熟品系3个。

二是参加了玉米组课题，协助课题主持人种植玉米材料千余份，积极做好相关田管工作、植保工作及杂交制种工作。与全组同仁共同努力，克服困难，互相理解、支持、帮助，较好的完成了年初的计划。

(三)销售部工作20\_\_年10月，经过认真考虑，我申请到所销售部工作，在新的工作岗位上，本人虚心向领导同事学习，团结同志，努力工作，提升业务能力。通过多渠道积极联系，目前，调回毛籽23吨。

在这一过程中，本人能坚守在加工现场，跟车拉运，确保了加工的数量和质量，也为来年的销售工作打下一定的基础。在今后的工作中本人将与销售部领导同仁共同努力，相互协作、支持，认真做好完成销售季节的各项任务。

本文档由028GTXX.CN范文网提供，海量范文请访问 https://www.028gtxx.cn