# 2024年销售年度工作计划(大全10篇)

来源：网络 作者：花开彼岸 更新时间：2024-05-05

*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。那么我们该如何写一篇较为完美的计划呢？下面是我给大家整理的计划范文，欢迎大家阅读分享借鉴，希望对大家能够有所帮助。销售年度工作计划篇一随着市场份额的扩大和客户类别的增加...*

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。那么我们该如何写一篇较为完美的计划呢？下面是我给大家整理的计划范文，欢迎大家阅读分享借鉴，希望对大家能够有所帮助。

**销售年度工作计划篇一**

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，东莞的市场是有限的.，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：

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。

1、五月份起“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。

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。

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。

(1)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。

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。

**销售年度工作计划篇二**

一、 市场分析

二、 工作规划

根据以上情况在xx年度计划主抓六项工作:

1、销售业绩

根据公司下达的年销任务，月销售任务。根据市场具体情况进行分解。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系统及各个门店，完成各个时段的销售任务。并在完成任务的基础上，提高销售业绩。主要手段是：提高团队素质，加强团队管理，开展各种促销活动，制定奖罚制度及激励方案（根据市场情况及各时间段的实际情况进行）此项工作不分淡旺季时时主抓。在销售旺季针对国美、苏宁等专业家电系统实施力度较大的销售促进活动，强势推进大型终端。

2、k/a、代理商管理及关系维护

3、品牌及产品推广

4、终端布置（配合业务条线的渠道拓展）

5、促销活动的策划与执行

**销售年度工作计划篇三**

根据公司xx年度深圳地区总销售额1亿元，销量总量5万套的总目标及公司xx年度的渠道策略做出以下工作计划：

根据以上情况在xx年度计划主抓六项工作:

1、销售业绩

根据公司下达的年销任务，月销售任务。根据市场具体情况进行分解。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系统及各个门店，完成各个时段的销售任务。并在完成任务的基础上，提高销售业绩。主要手段是：提高团队素质，加强团队管理，开展各种促销活动，制定奖罚制度及激励方案（根据市场情况及各时间段的实际情况进行）此项工作不分淡旺季时时主抓。在销售旺季针对国美、苏宁等专业家电系统实施力度较大的销售促进活动，强势推进大型终端。

2、k/a、代理商管理及关系维护

针对现有的k/a客户、代理商或将拓展的k/a及代理商进行有效管理及关系维护，对各个k/a客户及代理商建立客户档案，了解前期销售情况及实力情况，进行公司的企业文化传播和公司xx年度的新产品传播。此项工作在8月末完成。在旺季结束后和旺季来临前不定时的进行传播。了解各k/a及代理商负责人的基本情况进行定期拜访，进行有效沟通。

3、品牌及产品推广

品牌及产品推广在20xx年至xx年度配合及执行公司的定期品牌宣传及产品推广活动，并策划一些投入成本，较低的公共关系宣传活动，提升品牌形象。如“格兰仕空调健康、环保、爱我家”等公益活动。有可能的情况下与各个k/a系统联合进行推广，不但可以扩大影响力，还可以建立良好的客情关系。产品推广主要进行一些“路演”或户外静态展示进行一些产品推广和正常营业推广。

4、终端布置（配合业务条线的渠道拓展）

根据公司的06年度的销售目标，渠道网点普及还会大量的增加，根据此种情况随时、随地积极配合业务部门的工作，积极配合店中店、园中园、店中柜的形象建设，（根据公司的展台布置六个氛围的要求进行）。积极对促销安排上岗及上样跟踪和产品陈列等工作。此项工作根据公司的业务部门的需要进行开展。布置标准严格按照公司的统一标准。（特殊情况再适时调整）

5、促销活动的策划与执行

促销活动的策划及执行主要在06年04月—8月销售旺季进行，第一严格执行公司的销售促进活动，第二根据届时的市场情况和竞争对手的销售促进活动，灵活策划一些销售促进活动。主题思路以避其优势，攻其劣势，根据公司的产品优势及资源优势，突出重点进行策划与执行。

**销售年度工作计划篇四**

xx年度销售部在公司统一部署下，以经济效益为中心，以公司利润最大化为目标，对外开拓市场，对内狠抓生产管理、保证质量，以市场为导向，面对今年全球性金融危机的挑战，抢抓机遇，销售部全体人员团结拼搏，齐心协力完成了本年度的销售工作任务，现将本年度工作总结如下：

xx年我们公司在北京、上海等展览会和惠聪、发现资源等专业杂志推广后，我公司的xx牌产品已有一定的知名度，国内外的客户对我们的产品都有了一定的认识和了解。xx年度老板给销售部定下xxxx万元的销售额，我们销售部完成了全年累计销售总额xxxx万元，产销率95%，货款回收率98%。

产品销售部肩负的是公司全部产品的销售，责任之重大、任务之艰巨，可想而知。建立一支能征善战的高素质的销售队伍对完成公司年度销售任务至关重要。“工欲善其事，必先利其器”，本着提高销售人员综合业务素质这一目标，销售部全体人员必须开展职业技能培训，使销售业务知识得以进一步提高。今年公司添用了网络版速达3000财务管理软件，销售和财务管理可以清晰的及时性反映出来。我们销售人员是在xx市xxxx科技有限公司的培训下学习成长的，所学习的专业知识和公司内部信息都是保密的，大家必须持有职业道德。老板是率领销售部的最高领导者，希望加强对我们员工的监督、批评和专业指导，让我们销售人员学习更多的专业知识，提升技术职能和自我增值。xx年我学习了iso内部审核培训和会计专业知识培训，并获得了国家认可的证书。这一年来我们利用学习到的管理知识、方法在我们公司生产管理中充分实践报告，其显示效果是满意的。

场、发展市场空间、挖掘潜在市场，利用我公司的品牌著名度带动产品销售，建成了以xx本地为主体，辐射全省乃之全国的销售网络格局。

调研和信息的收集、分析、整理工作制度化、规范化、经常化。产品销售部通过市场调查、业务洽谈、报刊杂志、行业协会以及计算机网络等方式与途径建立了稳定可靠的信息渠道，密切关注行业发展趋势；建立客户档案、厂家档案，努力作好基础信息的收集；要根据市场情况积极派驻业务人员对国内各销售市场动态跟踪把握。

回首一年来，我们销售部全体业务人员吃苦耐劳，积极进取，团结协作取得了良好的销售业绩。成绩属于过去，展望未来，摆在销售部面前的路更长，困难更大，任务更艰巨。我们销售部全体业务人员一致表示，一定要在xx年发挥工作的积极性、主动性、创造性，履行好自己的岗位职责，全力以赴做好xx年度的销售工作，要深入了解电子行业动态,要进一步开拓和巩固国内市场，为公司创造更高的销售业绩。

福牛迎春，祝我们xxxx科技有限公司在xx年的销售业绩更上一层楼，走在电子行业的尖端，向我们的理想靠拢。

**销售年度工作计划篇五**

20xx年12月31日，山东区销售任务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》;

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20xx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。

(1)为与客户加强信息交流，增近感情，对vip客户每月拜访一次;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)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20xx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。

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，把握每一次与用户接触的机会，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。

本年度我将严格遵守公司各项，加强业务学习，提高业务水平，努力完成销售任务。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!

20xx年，将继续严格遵守这样的工作思路：在公司领导的带领下，参与公司战略性持续改进活动，及时准确做好销售部的日常工作，对订单和发货计划的执行情况进行协调、平衡、监督和跟踪;参与完成对客户的产品按时交付和后续对客户的跟踪，继续开发新客户和新产品，配合各部门及时完成公司产销的各项任务。

**销售年度工作计划篇六**

关注公司现在和未来的发展。20\_\_年，在总经理的领导下，我坚持维护现有市场，抓住机会开发潜在客户，注重销售细节，加强优质服务，稳定和增加市场份额，积极争取销售任务的顺利完成。

一、销量指数:

二、规划:

1、年初起草年度销售总计划；

2、年底起草年度销售总结；

3、月初，制定月度销售计划和月度客户拜访计划；

4、月底准备每月销售统计和每月客户拜访统计；

三、客户分类:

按照\_\_年销售额度细分市场，将现有客户分为vip用户、一级用户、二级用户和其他用户四类，综合分析各级用户。

四、实施措施:

1、技术交流:

(1)今年将为vip客户的技术部门和售后服务部门举办技术交流研讨会；

(2)参加两次相关行业展会，展会期间将安排大型联网座谈会；

2、客户回访:

目前国内市场上流通的同类品牌多达七八个，与我公司品牌相当的同类品牌也有三四个，竞争越来越激烈，已经构成市场威胁。为了稳定和扩大市场，我们必须加强与客户的沟通，协调与客户和直接用户的关系。

(2)适应情况，销售工作不仅在商品卖给我们客户的时候就完成了，还帮助客户发货，做直接用户的工作。这项工作已经被列为我在\_\_的工作重点。

3、网络检索:充分发挥我们的网站和网络资源，通过信息检索掌握销售信息。

4、售后协调:

目前我们公司还是以贸易为主，“卖产品不如卖服务”。下一步，要增强责任感，不断强化优质服务。

用户使用我们的产品就好像他们喜欢我们提供的服务一样。从稳定市场和长期合作的角度来看，我们必须增强对客户负责的意识，抓住每一个与用户接触的机会，提供热情、细致、周到的售后服务，为公司增加一个制胜的筹码。

今年，我将严格遵守公司的规章制度，加强业务学习，提高业务水平，努力完成销售任务。挑战已经到来。既然何伟选择了一个遥远的地方，我相信用我的心，我一定会赢得美好的东西！

在20\_\_，我们将继续严格遵守以下工作思路:在公司领导的领导下，参与公司的战略持续改进活动，及时准确地做好销售部的日常工作，协调、平衡、监督和跟踪订单和发货计划的执行情况；参与客户产品的及时交付和客户的跟进，继续开发新客户和新产品，配合各部门及时完成公司的生产和销售任务。

在20\_\_年的工作中，主要工作预计完成如下:

1、根据客户订单及时制定和修改交货计划；负责过程监控和交付计划的实施；协调订舱及相关事务，确保产品的正常交付，并及时向领导汇报过程。

2、及时收集、传递和处理国外客户的信息，如图纸和ppap信息反馈；并及时了解国际机械制造市场和外汇市场的消息，为公司的发展壮大提供信息支持。

3、准备并交付装运所需的所有文件，并按时向客户交付文件，包括发票、装箱单、商业发票、运输合同、运输报表、原产地证书等。

4、及时就与交付相关的问题与客户进行有效沟通。

5、参与公司新产品项目的生产评估和实施过程监控。比如发布新产品评审图纸，跟踪进度。

6、准确完成统计月度出口明细、月度应收外汇明细和财务对账。

7、催国外客户的应付款，包括在webedi中生成asn和发票，制作收汇纸质收据等。，及时收钱，对未清项积极负责。

8、参加生产经营例会，做好会议记录，履行会议决议。

9、随时完成上级领导交办的临时任务。

10、了解和掌握本岗位使用的质量体系文件，按照质量体系文件的规定完成各项质量活动，对涉及销售部门的环节严格执行程序文件和相关管理规定。

11、增强自己的综合业务分析能力，学习和掌握产品技术知识，掌握生产过程的相关知识，更好的应用到实际工作中。

12、本部门员工将一如既往地团结协作，协调处理本部门计划和预算执行中的问题，积极协助领导处理突发事件和重大事件。

在公司各部门的积极配合下，预计20\_\_年将实现出货量\_\_吨以上、销售额\_\_百万美元以上的目标。

在20\_\_年的工作中，我们部门保证按时完成所有任务，提高客户满意度，为公司寻求更多利润，为公司的长远发展做出更多贡献，不断努力，尽快把公司建设成为一流的国际熔模铸造企业。

**销售年度工作计划篇七**

新年到了，在新的一年希望每个人都能工作顺利、事事顺心，下面是xx年我对公司汽车销售的一个工作计划：

1、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。

2、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x。

3、注重绩效管理，对绩效计划、绩效执行、绩效评估x行全程的关注与跟踪。

4、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。

5、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。并结识汽车各行业各档次的优秀产品提供商，以备客户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。

6、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。

7、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。

8、努力保持友好的同事关系，善待同事，确保各部门在项目实施中各项职能的顺利执行。

1、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x行。

2、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x彼此的感情，更好的交流。

3、利用下班时间和周末参加一些学习，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。

**销售年度工作计划篇八**

(一)、业绩回顾

1、年度总现金回款110万，超额完成公司规定的任务;

2、成功开发了四个新客户;

3、奠定了公司在鲁西南，以济宁为中心的重点区域市场的运作的基础工作;

(二)、业绩分析

1、虽然完成了公司规定的现金回款的任务，但距我自己制定的200万的目标，相差甚远。主要原因有：

a、上半年的重点市场定位不明确不坚定，首先定位于平邑，但由于平邑市场的特殊性(地方保护)和后来经销商的重心转移向啤酒，最终改变了我的初衷。其次看好了泗水市场，虽然市场环境很好，但经销商配合度太差，又放弃了。直至后来选择了金乡“天元副食”，已近年底了!

b、新客户拓展速度太慢，且客户质量差(大都小是客户、实力小);

c、公司服务滞后，特别是发货，这样不但影响了市场，同时也影响了经销商的销售信心;

2、新客户开放面，虽然落实了4个新客户，但离我本人制定的6个的目标还差两个，且这4个客户中有3个是小客户，销量也很一般。这主要在于我本人主观上造成的，为了回款而不太注重客户质量。俗话说“选择比努力重要”，经销商的“实力、网络、配送能力、配合度、投入意识”等，直接决定了市场运作的质量。

在公司领导和各位同事关心和支持下，xx年我个人无论是在业务拓展、组织协调、管理等各方面都有了很大的提升，同时也存在着许多不足之处。

1、心态的自我调整能力增强了;

2、学习能力、对市场的预见性和控制力能力增强了;

3、处理应急问题、对他人的心理状态的把握能力增强了;

4、对整体市场认识的高度有待提升;

5、团队的管理经验和整体区域市场的运作能力有待提升。

1、平邑市场

虽然地方保护严重些，但我们通过关系的协调，再加上市场运作上低调些，还是有一定市场的，况且通过一段时间的市场证明，经销商开发的特曲还是非常迎合农村市场消费的。在淡季来临前，由于我没有能够同经销商做好有效沟转载自百分网，请保留此标记通，再加上服务不到位，最终经销商把精力大都偏向到啤酒上了。更为失误的就是，代理商又接了一款白酒——沂蒙老乡，而且厂家支持力度挺大的，对我们更是淡化了。

2、泗水市场

虽然经销商的人品有问题，但市场环境确实很好的(无地方强势品牌，无地方保护----)且十里酒巷一年多的酒店运作，在市场上也有一定的积极因素，后来又拓展了流通市场，并且市场反应很好。失误之处在于没有提前在费用上压住经销商，以至后来管控失衡，最终导致合作失败，功亏一篑。关键在于我个人的手腕不够硬，对事情的预见性不足，反映不够快。

3、滕州市场

滕州的市场基础还是很好的，只是经销商投入意识和公司管理太差，以致我们人撤走后，市场严重下滑。这个市场我的失误有几点：

(1)、没有能够引导经销商按照我们的思路自己运作市场，对厂家过于依赖;

(2)、没有在适当的时候寻找合适的其他潜在优质客户作补充;

4、整个xx年我走访的新客户中，有10多个意向都很强烈，且有大部分都来公司考察了。但最终落实很少，其原因在于后期跟踪不到位，自己信心也不足，浪费了大好的资源!

由于以前我们对市场的把握和费用的管控不力，导致10年以前的市场都遗留有费用矛盾的问题。经同公司领导协商，以“\*\*\*发展”为原则，采劝一地一策”的方针，针对不同市场各个解决。

2、微山：自己做包装和瓶子，公司的费用作为酒水款使用，自行销售;

3、泗水：同滕州

4、峄城：尚未解决

根据公司实际情况和近年来的市场状况，我们一直都在摸索着一条运作市场的捷径，真正体现“办事处加经销商”运作的功效，但必须符合以下条件：

1、市场环境要好，即使不是太好但也不能太差，比如地方保护过于严重、地方就太强等;

2、经销商的质量一定要好，比如“实力、网络、配送、配合度”等;

办事处运作的具体事宜：

1、管理办事处化，人员本土化;

2、产品大众化，主要定位为中档消费人群;

3、运作渠道化、个性化，以流通渠道为主，重点操作大客户;

4、重点扶持一级商，办事处真正体现到协销的作用;

2、完善各种规章制度和薪酬体制，使之更能充分发挥人员的主观能动性;

3、集中优势资源聚焦样板市场;

4、注重品牌形象的塑造。

总之\*\*\*x年的功也好过也好，都已成为历史，迎接我们的将是崭新的\*\*\*x年，站在x年的门槛上，我们看到的是希望、是丰收和硕果累累!

**销售年度工作计划篇九**

20\_\_年度即将结束，回顾销售管理中心整个年度的各项工作，有成功也有失败。20\_\_年根据公司整体战略中对销售管理中心进行了机构调整，通过七个大区完成全国范围内的营销工作，此举对于各大区经理来讲既是机遇更是挑战，“计划、实施、控制、总结”是对他们能力的培养和考察，通过各大区经理的管控，各省区经理按照年初制定的营销计划努力完成既定任务，使整体销售数据较上一年度有了较大的提升。

根据20\_\_年销售管理中心实际工作情况，对20\_\_年工作做出初期的年度工作计划。在进入20\_\_年时，我们必须清醒地看到，我们既面临巨大的市场机遇，又面临严峻的市场考验。销售工作将面临市场整合、客户整合、产品结构整合的过渡期，销售结构、销售思路和通路建设又面临巨大的转型期。这一年中要在诸多变化当中度过。从销售工作角度来讲，压力是非常大的：诸多方面的提升工作，客观上工作精力和成本的大幅增加，势必造成销量和利润的提升幅度降低;而市场机遇又要求我们必须“寸土必争”地抓市场份额硬性指标。

一、现金回款任务

初步建议20\_\_年现金回款任务定为\_\_亿元：我公司经过13、14、15年连续三年的销售翻番，销售回款量由12年的\_\_万上升到15年的近\_\_亿元，销售提升了10倍、客户量提升了4倍，销售的大幅增长同时也造成了客户质量的参差不齐、市场基础不稳定，20\_\_年度工作重点应放在市场整合、巩固基础上，剔除质量差的客户，扶持加盟、专卖、质量较好的客户，进一步巩固市场基础。在这样的情况下不应再制定较高的回款任务，应在客户质量提高的基础上提升销售。

二、工作内容

20\_\_年内销售管理中心的工作内容分为三大部分，即：

1、各月重点工作：

2月份：根据确定的调整计划进行各项调整

6月份：盘点上半年销售情况，对下半年各项工作进行调整

7月份：综合上半年销售情况对人员、指标进行调整

11月份：对全年工作进行总结，发现问题解决问题

2、销售管理中心各项工作的规范化。这是今后发展的基础，也是

涉及面最广、财力物力精力投入最多、工作量最大的部分。它

主要包括：

人力资源管理基础工作：分为人员管理、素质提升。

大区销售管理中心的建立和各项基础管理工作的调整

销售管理工作程序的规范

经销商的规范和调整

3、强化销售工作信息化管理。借助公司erp系统正式上线，实现销售系统信息化管理，通过erp进销存系统规范市场销售、客户配货，同时为生产、采购等部门提供各地域畅销信息。

三、 20\_\_年销售工作面临的几个主要问题：

1、库存产品结构的不合理和过大的地区款式差造成的备货、库存、生产等方面的问题。

2、销售人员对各项相关政策的理解和执行能力的欠缺。

3、市场销售费用增长

4、人员、机构对于调整工作的适应期、磨合期使工作绩效打折扣。工作调整带来的不适反应，甚至个别失误可能造成来自各方面的阻力。

四、20\_\_年度的机构职能及调整建议：

1、将总部销售管理中心职能界定为销售管理、控制方面，通过郑州、深圳、哈尔滨、北京及未来的西安、成都、上海等地区销售管理中心完成区域内销售和市场控制。总部只负责向地区管理中心供货和指导。对地区销售管理中心实施计划、监督、控制职能。

2、市场车辆配属给各地区管理中心，为各中心配置人员，做到人歇车不歇。车辆出差后，在家的销售人员备货，车辆返差第二班人员马上出差，这样每辆车每个月能增加6天出差时间，一年等于增加了72天的销售时间，整个公司现有的26台车就增加了1872天的销售时间。同时，车辆一直在运转，人员休假乘火车回家，车辆不用长途回总部，又节省了大笔的道路费用和油耗。

3、体现市场部职能，配合各地区销售管理中心进行市场维护和控制。

4、由地区管理中心完成对现有客户进行改造，改变目前客户质量现状，将市场拓展和维护工作精细化。地区销售管理中心在总部指导下，对所辖区域按重要程度进行分步整合和深度挖掘，市场整合的基础工作讲求实效、扎实。现有客户经过筛选，符合要求的成为重点客户，销售人员协助客户做好市场基础工作。

5、地区管理中心经理、中层人员由总部调配管理，可按公司确认员工的标准和编制当地招聘，总部亦可集中招聘和派遣。

6、对地区管理中心的绩效考评，将以销售成绩和市场操作过程为双重依据。

7、总部成立营销稽查管理部门，对各地区管理中心所属的销售终端、广告发布、财务管理等诸方面工作进行稽查，结果作为对地区管理中心的考评依据。

8、体现客服部的工作职能，客服部做到对市场情况的及时反馈，便于对市场策略做出有效反应。

总之，20\_\_年充满了挑战和机遇，销售管理中心全力以赴做好各项工作迎接挑战、为了梦想创造明天。

**销售年度工作计划篇十**

20xx年新的一年，新的开端。拟对以下三方面的工作拟订计划：

1、根据公司现在的人力资源管理情况，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。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。

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。

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。

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