

销售方案模板 6 篇

销售方案 篇 1

一、直销模式下的激励政策

1. 企业介绍

A公司是一家经营地产信息的中介服务公司，该公司拥有 10 多年房屋租赁、买卖经验，全国销售团队近万人。公司销售网点遍布全国，客户销售模式为典型的直销模式，公司向销售人员提供丰富的房源信息，销售人员面对终端客户进行一对多的跟踪服务。

2. 销售工作特点

工作时间自由，单独行动较多。工作业绩可时时进行监控，销售工作难度小，销售人员流动性强。

3. 销售人员特点

销售人员两极分化严重，接近 20%的销售人员促成了 80%的业务达成。销售从业人员平均年龄在 22.8 岁，教育层次集中在中专和大专学历，平均工作年限在 3 年以下。有近 1/3 的销售人员为，专业无集中性。

4. 销售人员需求分析

初级销售人员，他们处于职业发展的探索期，刚开始从事销售工作，工作热情高，但缺乏销售技能和专业知识。他们通常期望生活具有最基本的保障，同时希望通过自己的努力获得更多的激励。

高级销售人员，他们处于职业发展的维持期，有 3 至 5 年的工作经验，工作热情达到顶峰，并能够相对保持，有时也会有所下降。他们的生活基本物质条件

已经满足，他们中的一部分希望在职业发展的道路上获得晋升，从事管理工作，另一部分销售人员则希望获得更多的经济回报。

5. 薪酬激励方案

分析了 A 公司的业务特征和销售人员需求，我们制定了激励销售个体的薪酬激励方案。“销售人员收入=基本工资+(当期销售额-销售定额)×提成率”或“个人收入=基本工资+(当期销售额-销售定额)×毛利率×提成率”。以租赁业务为例，刚入职的销售人员，公司要求按照薪酬方案一执行。初级以上销售人员可根据自身需要选择方案二或方案三。详见表 1。(注：文中涉及薪酬方面的数据均为举例，不代表真实数据，无参考性)

在薪酬激励方面，销售人员拥有激励方案的选择权。同时，公司对销售人员的业绩完成情况也进行比较严格的约束。正常经济环境下，销售人员的销售额连续三个月达不到销售目标，将从销售人员岗位变成销售秘书岗位。

6. 辅助激励方案

初级销售人员，公司提供每周一次的销售业务培训，销售人员可以把平时销售工作中遇到的问题带到培训会议中，由资深销售人员给予工作的帮助，使他们较快地具有独立工作的能力。

高级销售人员，是公司的中坚力量。公司帮助他们减轻工作压力，提供更多的晋升机会，提供高水平专业或管理培训，在保持原有薪酬福利水平下，适当考虑长期激励。

二、渠道销售模式下的激励政策

1. 企业介绍

B 公司是一家中日合资整车制造企业。企业致力于中方汽车品牌中高级商务用车及延伸商品事业的发展，同时作为日资某汽车品牌在中国事业的主要担当者。

2. 销售工作特点

全国各地开设销售办事处，主要销售管理人员由总部派出，销售业务人员基本本地化。销售人员的工作主要以办事处为中心，开拓及维护周边汽车经销商网络，培训、协助经销商销售人员达成销售任务。销售工作具有明显的团队性，公司下达销售任务均以办事处为单位。

3. 销售人员特点

超过七成的销售人员具有 5 年以上本公司汽车销售工作经验，司龄超过 10 年。多数销售人员来自于公司制造一线的生产管理人员，他们对公司各型汽车的构造、性能、特点都能够做到如数家珍，汽车专业知识扎实。多数销售人员虽仅拥有中专和大专学历，但管理实践经验丰富，具有很强的沟通、协调能力。

4. 销售人员需求分析

办事处主任：他们是公司的元老，拥有丰富的工作经验，物质回报也达到了较好的程度，希望获得更多的退出回报。他们常年派驻到异地工作，很少与家人团聚，期望更多假期或总部办公时间。

业务员：他们具有 5 年左右的销售工作经验，能够较独立地完成渠道销售工作。但他们对经济回报期望也逐步升高，他们不自然地与一线汽车品牌的渠道销售人员收入进行比较，有时心理会有很大落差，他们渴望公司给予销售人员更多的激励倾斜。

5. 薪酬激励方案

销售人员薪酬=基本工资+业绩奖金+年底超额完成奖。

办事处主任薪酬采用平衡计分卡的模式，将个人浮动薪酬中的主要部分与销售任务达成率(65%)、销售利润达成率(20%)、应收账款回收率(10%)、网点建设率(5%)等指标挂钩。

办事处主任薪酬=基本工资(制度薪酬的 60%)+季度绩效奖金(以制度薪酬的 30%为基数)+年度绩效奖金(以制度薪酬的 10%为基数)。

业务员浮动薪酬中的主要部分与销售任务达成和利润达成挂钩。

业务员薪酬=基本工资(制度薪酬的 50%)+月度绩效奖金(40%)+年度绩效奖金(以制度薪酬的 10%为基数)。

6. 薪酬激励方案的优点

(1) 改变以往办事处主任薪酬只与销量挂钩的现状，加入其他因素的考核，将办事处主任即销售管理人员的注意力从销售工作转移到管理工作上，每季度向总部述职，接受管理培训；

(2) 对于一线业务人员引入更具竞争性的考核机制，多销多得，当月多销当月多得；

(3) 引入利润指标(因素)，引导销售人员对高利润产品的销售；

(4) 通过毛利系数的设定(例如可将新产品毛利系数设定为较高值)，引导销售人员销售公司着力推广的产品；

(5) 提高超额奖励门槛，并将最终超额奖励的发放与公司总体任务达成挂钩，既便于公司控制成本实现承诺，又使得销售人员能够在现实的基础上获得合理的回报。

三混合销售模式下的激励政策

1. 企业介绍

C公司是一家创立于日本的跨国企业，是在日本成立的第一家通信设备企业。120 多年以来，C公司已经从在日本最早生产电话机，发展成为一家在全球范围内研究、生产和销售打印机与传真机、网络与通信、安全与识别认证、宽带与多媒体、半导体与电子元器件、ATM机等产品和解决方案的著名企业。目前，

C企业在亚洲、欧洲、美洲、大洋洲的 120 多个国家和地区开展业务，为多种领域提供优质产品与解决方案。

2. 销售工作特点

C公司产品在市场上已进入行业三甲，每年的销售额增长速度平缓。销售模式以渠道销售为主，大客户直销方式为辅。凭借品牌影响力、优秀的产品性能及优质的售后服务，C公司在选择代理商方面，拥有较多的主动权。大客户主要集中在各省、市税务部门，大型集团企业等。

3. 销售人员特点

C公司的销售人员要求教育背景为大学本科以上的市场营销、机电类或相关专业，掌握英语和日语两门外语，在 IT 外设产品行业具有 3 年以上的销售或销售管理经验。不到 30 人的销售队伍，完成年度 170 万台产品的销售。平均每人掌握近百家一、二级销售代理商，是典型的精英销售。

5. 销售人员需求分析

每个销售人员不仅是一位超强的销售人员，在某种意义上讲，他们为客户量身定制价值创造的模式，向客户传递一种成功理念。他们不以销售人员自居，追求一种更大业务范围的销售管理方面的提升。他们希望成为业界的传道士，引领行业服务标准。

6. 薪酬激励方案

C公司全球品牌和产品质量赢得了终端客户的高度认可，这两个因素是达成销售的关键成功因素。C公司的销售团队整体素质较高，具有高度的销售能动性。因行业特性，销售中存在形式销售和实际销售的事实差距。这里讲的形式销售是公司库存减少，但产品并未完成终端客户的销售。在大客户营销中同样存在这样的问题，如政府采购，采购部门是省税务部门，而使用方是地级税务部门，达成

的产品合同数量与实际销售数量一般不一致。因此核算实际销售的周期往往较长，以年度计算。

具体办法：销售人员根据上一年度个人销售任务达成(财务到账为准)占全公司销售任务达成比例，划分销售等级。每年销售人员根据业绩达成情况，动态定级。

销售方案 篇2

一、活动目的

- 1、加强品牌活力、年轻、时尚的形象；
- 2、加强对产品校园的宣传和推广；
- 3、提高××饮料在校园内的销量，并开发新顾客。

二、活动时间、地点

活动预热期：12月20号—29号(共计10天)

正式活动期：12月30日—1月1日(共计3天)地点：各个高校校园内

三、活动对象

(1)所有在校学生

他们都是具备活力与进取心的好青年，有健康意识、，追求成就感和自我认同，他们注重生活质量，懂得追求时尚，但不盲目跟随潮流。

(2)在校的教职工及家属

他们的经济水平较高，会享受生活。

四、活动主题

“吃、喝、玩”，乐在元旦!

五、活动的内容及安排

(一)元旦传递卡

活动预热期间，宏达公司在校园内发放 1000 张元旦祝福卡片，将此祝福卡片签上名字，送上您的祝福，传给他人。卡片上有 3 个祝福语签名，并在 12 月 30 日前送到校园内各个超市，凡是卡片上有签名的顾客，活动期间将免费获得一瓶饮料。

执行时间：12 月 30 号活动当天，逾期不给予。

(二)产品试喝

确定部分产品以供试喝。使消费者对产品加强认知和产生好感，形成购买欲望。并可通过试喝了解消费者对产品的喜好。在试喝过程中可以调查消费者最爱的产品并做记录。

执行时间：活动全过程

(三)抽奖

参与条件：只要购买××饮料，无论什么口味，无论多少瓶，均可参与抽奖。

抽奖规则：1、每人只能抽一次。

2、以转盘为抽奖工具，转盘以宏达公司××饮料经典广告为背景。将转盘分为 6 个部分，分别写着：红茶、绿茶、蜜茶、购物券、健康、甘醇。

3、中奖者在领取奖品时要进行登记，写上姓名、电话、中奖物品；

4、购物券可以到校园超市内换购

奖品设置：1、转到“红茶”，可以获得 250ml 红茶一瓶。

2、转到“绿茶”，可以获得 250ml 绿茶一瓶。

3、转到“蜜茶”，可以获得 250ml 蜜茶一瓶。

4、转到“购物券”，可以获得价值 50 元的购物券。

5、转到“健康”与“甘醇”，可以获得圆珠笔一支。

执行时间：活动全过程

(四) 凭收集的瓶盖换取奖品

只要收集 6 个瓶盖，均可再来一瓶，且获得一次抽奖机会，进行一次抽奖，同时要记录。

执行时间：活动全过程

(五) 走动促销

模仿游击战术，安排促销人员到不同的指定地点进行走动促销，增加除摊点以外的销售额及产品的影响力。学生上下课有喝饮料的需求，在运动场运动的学生也需要喝饮料，所以要定时安排促销人员到学生宿舍楼下，篮球场及足球场等地进行饮料促销。

执行时间：12 月 30 日——12 月 31 日学生上下课期间，并隔半小时到运动场促销一次。

(六) 公益捐款活动

活动与公益相结合，刺激消费者消费行为，并通过公益捐款提高公司品牌形象和产品的美誉度。促销活动每销售一瓶饮料将拿出一角钱捐赠给学院基金会以帮助贫困生。

执行时间：活动全程

六、现场布置

(一) 人员安排

请 10 个工作人员在售点(3 天的安排一样)

1、1 人负责元旦传递卡

2、2 人负责抽奖及换瓶盖环节。

3、2 人负责兑换奖品以及记录信息。

4、1 人负责免费品尝。

5、2 人负责走动销售。

6、2 人负责公益活动

(二) 现场安排

1、在售点放三张桌子，以及一些宣传画册。

2、在售点写上主题横幅一条以及介绍产品的 X 架。

3、免费品尝的桌子一张。

七、宣传计划

1、20—29 日：在学校内的几幢宿舍分别找一个负责人，让他们到各个宿舍发传单，每幢大概 500 份。

2、1 日—3 日：工作人员统一穿着“××饮料”的工作服。

3、在售点发传单。

4、在售点挂横幅及其他宣传物。

5、要求工作人员喊整齐统一的宣传口号。

八、费用预算

1、各高校场地租赁费，平均按每个高校 500 元计算，共有 8 所高校参与活动，共计 4000 元。

2、促销人员按每个高校 10 名计，共 80 名，按每人每天 80 计算，促销活动三天，共计 6400 元。

3、促销礼品及奖品共计 10000 份，按平均每份 4 元，共计 40000 元。

4、元旦传递卡片，共计 1000 张，每张 1 元，共计 1000 元。

5、传单费用 1000 元

总计：56000 元

九、活动效果预测

我们有理由相信，通过此次的促销活动，××饮料在学生中的地位会有一个更大的提升。此次的校园销售活动定能取得佳绩。

相信通过我们细致的安排，此次活动一定可以在校园内掀起“××饮料”的热潮。对树立“××”品牌也会有很大很好的影响。

篇 3

去年，本人销售业绩不是太理想，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，发扬创业精神，确立工作目标，全面开展____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 万元的业务额，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。

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：<https://d.book118.com/11600003000010202>