

销售经理工作计划（15 篇）

销售经理工作计划(15 篇)

时间的脚步是无声的，它在不经意间流逝，又迎来了一个全新的起点，立即行动起来写一份计划吧。什么样的计划才是有效的呢？下面是小编帮大家整理的销售经理工作计划，欢迎大家分享。

销售经理工作计划 1

我是从事公司销售工作的，这在以前是一项很好的工作，可是现在公司产品面临着积压在仓库的风险，这是对公司极为不利的。我经过不断的思考后，写出了我的年度工作计划，新年度我拟定三方面的销售人员个人工作计划：

一、实际招商开发操作方面

- 1、回访完毕电话跟踪，继续上门洽谈，做好成单、跟单工作。
- 2、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。
- 3、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 xx 六县区酒水商，把年前限于时间关系没有回访的三个县区：xx 市、x 县、x 县，回访完毕。在回访的同时，补充完善新的酒水商资料。

二、公司人力资源管理方面

- 1、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。
- 2、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的人力资源管理体系。
- 3、做好公司 XX 年人力资源部工作计划规划，协助各部门做好部门人力资源规划。
- 4、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。

5、公司兼职人员也要纳入公司的整体人力资源管理体系。

6、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）。

7、把绩效管理作为公司人力资源管理的重心，对绩效工作计划、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。

8、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。

销售经理工作计划 2

公司的发展是与整个公司的员工综合素质，公司的指导方针，团队的建设是分不开的。提高执行力的标准，建立一个良好的销售团队和有一个好的工作模式与工作环境是工作的关键。作为销售经理，为了我使我销售部门的各方面的工作顺利进行，特作出 20xx 年工作计划。

1、销售目标

今年的销售目标最基本的是做到月月有进帐的单子。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。

2、建立一支熟悉业务，而相对稳定的销售团队。

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，建立一支具有凝聚力，合作精神的销售团队是企业的根本。

在明年的工作中建立一个和谐，具有杀伤力的团队作为一项主要的工作来抓。

3、完善销售制度，建立一套明确系统的业务管理办法。

销售管理是企业的大难题，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，对工作有高度的责任心，提高销售人员的主人翁意识。

4、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新的档次。

5、在地区市建立销售，服务网点。

根据今年在出差过程中遇到的一系列的问题，约好的客户突然改变行程，毁约，车辆不在家的情况，使计划好的行程被打乱，不能顺利完成出差的目的。造成时间，资金上的浪费。

产品要体现公司的特色，走差异化道路。一方面，要有公司的品牌产品。一个产品可以打造一个品牌。所以产品要走精细化道路。

4、长期宣传，重点促销。

宣传是长久的，促销是短暂的。促销一时，宣传一世。重点的开展促销活动使产品在一个市场上树立起名气，就是品牌意思。结合市场和疫情发展变化，使产品坐庄，达到营销造势的目的。就重点产品和重点市场，因地制宜的开展各种各样的促销活动。当然最主要的工作重心还是在产品的宣传上，具办各种知识讲座。利用公司网站，把产品及时发布出去，利用互联网发布产品上市等信息。

5、自我提高，快速成长。

为积极配合销售，自己计划努力学习。在管理上多学习，在销售上多研究。自己在搞好销售的同时计划认真学习业务知识、管理技能及销售实战来完善自己的理论知识，力求不断提高自己的综合素质，为企业的再发展奠定人力资源基础。

本人将以身作责，以实际行动来带领整个团冲击计划目标。

销售经理工作计划 3

销售经理的主要职责：

- 1、负责销售部日常管理工作；
- 2、完成公司下达的销售部的各项销售指标和任务；
- 3、根据实际工作需要，落实各销售部人员安排及调动
- 4、负责销售部管理制度的审查及实施情况的监督；
- 5、制定项目营销体系和销售价格策略
- 6、业务工作的培训与考核

案前准备期

一、接手制定项目所有销售相关的资料：

1、客户置业计划

项目在推向市场时，不同的面积单位、不同的楼层、不同的朝向，总价都会不同。应事先制定出完善的客户置业计划，这样可以明确地告诉置业者不同付款方式和金额。

2、认购合同

在房地产销售过程中，当置业者选中了自己喜欢的单位，需交纳一定的定金来确定其对该房号的认购权，但此时还没有签订正是房地产买卖合同，这样就需要签定认购合同来保障置业者和开发商的双方的合法权利。

3、购楼须知

房地产属于大宗消费品，购买过程复杂，为明晰置业者的购买程序，方便销售，事前应制定书面的购楼须知。购楼须知内容包括物业介绍、可购买对象、认购程序等。

4、价目表

价格策略制定完成后要制作价目表，价目表可以按每套的单价，也可以按每套房的总价或单价和总价同时编制。

5、付款方式

房地产销售有不同的付款方式。如一次性付款、按揭付款、分期付款等。按揭付款有不同按揭年限、按揭成数的付款。在项目准备阶段，应制定出开发商可以接受的不同的付款方式。

6、银行住房按揭贷款所需材料（以选定银行为主）

7、收入证明

二、与营销总监讨论制定案场人员编制

销售经理一名，销售主管一名，置业顾问若干名

三、参与案场置业顾问的招聘

四、制定售前培训计划

（一）确定销售人员

房地产销售一般根据项目销售量、销售目标、广告投放等因素决定人数，然后根据销售情况进行动态调整。

（二）确定培训内容

为了达到一个预期的销售目标，在正式上岗前对销售人员的培训是非常重要的。同时在销售过程中也要不断结合销售中出现的新问题进行后续培训。对销售人员的培训一般有以下内容：

1、公司背景和目标

（1）公司背景、公众形象、公司目标（项目推广目标及公司发展目标）

（2）销售人员的行为准则、内部分工、工作流程、个人收入目标。

2、物业详情

（1）项目规模、定位、设施、买卖条件；（2）物业周边环境、公共设施、交通条件；

（3）该区域的城市发展计划，宏观及微观经济因素对物业的影响情况；

（4）项目特点：

a、项目规划设计内容及特点，包括景观、立面、建筑组团、容积率等

b、平面设计内容及特点，包括总户数、总建筑面积、总单元数、单套面积、户内面积及户型优缺点、进深、面宽、层高等

c、竞争对手优劣分析及对策

3、销售技巧

（1）售楼过程中的洽谈技巧：如何以发问探寻客户需求及购买心里；如访问客户的需求、经济状况、期望等来掌握买家的心里，恰当

使用电话；

(2) 推销技巧、语言技巧、身体语言技巧。

4、签订买卖合同的程序

(1) 售楼处签约程序；

(2) 办理按揭及计算；

(3) 入住程序及费用；

(4) 合同说明或其它法律文件；

(5) 所需填写的各类表格。

5、物业管理课

(1) 物业管理服务内容、收费标准；

(2) 管理规则；

(3) 公共契约；

6、其他内容

其他培训还应该包括销售人员的礼仪，建筑学基本常识、财务相关制度等等。

(三) 确定培训方式

人员培训可采用下列方式：

1、课程培训

讲解、传授

2、销售模拟

(1) 以一个实际楼盘为例进行实行，运用全部所学方法技巧完成一个交易；

(2) 利用项目营销接待中心、样板房模拟销售过程；

(3) 及时讲评、总结，必要时再次实习模拟；

3、实际参观其他展销现场。

五、编写销讲资料、答客问、各类统一说辞

六、负责项目模型、展板等各类讲解演练及考核

七、参与讨论售楼处布置并负责制定案场销售带看路线

房地产销售现场的准备是销售前准备非常重要的一环。诚意客户在接受到楼盘销售的信息后，决定来到现场参观，现场状况将直接影

响其购买行为。一般来说现场工作包括售楼处（模型）、看楼通道、样板房、形象墙、户外广告牌、灯箱、大型广告牌、导示牌、彩旗、示范环境、施工环境等。

（一）售楼处

售楼处又称为售楼中心，主要是向顾客介绍楼盘和展示楼盘形象的地方，同时也是客户作出购买决定并办理相关手续的地方。因此，其地点的选择和装修设计风格都要精心安排。

1、售楼处位置选择应遵循以下原则：

- （1）最好迎着主干道（或主要人流）方向；
- （2）设在人车都能方便到达，且有一定停车位置；
- （3）设在能方便到达样板房的位置；
- （4）设在施工场地容易隔离现场安全性较高的位置；
- （5）设在环境和视线较好的位置。

2、售楼处的设计布置原则

（1）功能分区明确，一般设有：门前广场、停车场、接待区、洽谈区、展示区、放像区、办公区、客户休息室、卫生间、储藏室、更衣室等；

（2）进入销售中心前要有明确的导示，如挂旗、灯杆旗、彩旗、指示牌灯等；

（3）入口广场上要有渲染氛围的彩旗、花篮、气球、绿化等，在空间够大时，还可以布置水体、假山石、花架、休闲椅等；

（4）销售中心的内外空间要尽可能通透；

（5）接待区要布置在离入口处较近，且方便业务员看到来往客户的位置；

（6）在接待区要通过背景板营造视觉焦点，背景版可以展示楼盘的 logo（标志）、名称，也可以用图片展示一种氛围；接待区的灯光要经特别处理，做到整体和局部的结合，天花的造型要特别；

（7）室内灯光要明亮，重点的地方要有灯光配合作为强调，如展板、灯箱、背景板等；

（8）要配合楼盘性质营造氛围，如普通住宅的温馨，高档住宅的

尊贵豪华，写字楼的庄重等；

(9) 主卖点要有明确的展示，如：展板、图片及实体展示；

(10) 展示区要与洽谈区相临或溶为一体；

(11) 内部空间要尽可能通透，其净高度一般不得低于 3.6m，如果整体空间的尺度较小，或有特殊要求时，高度可另外考虑；

(12) 在必要的地方布置小饰品和绿植；

(13) 接待台的尺寸一般是：长不得小于 3.0m，宽为 65~85cm，高度在 68~75cm 之间；

(14) 洽谈桌的尺寸 $d \leq 80\text{cm}$ 。

(二) 看楼通道

看楼通道是连接售楼处和样板房（或现场实景单位）之间的交通通道。看楼通道应注意以下几点：

1、看楼通道的选择以保证线路尽可能短和安全通畅为原则；

2、要保证通道充足的采光或照明；

3、最好要有利于施工组织，尽可能不要形成地盘分割；

4、对于有转折的地方或不符合人的行为功能的地方要有提示，如高低不平、顶梁过低等地方；

5、在通道较长的条件下，要做到移步一景，要丰富而不单调；

6、一般排列的方式有：平列式、下走式、架空式。

八、根据本项目特色细化案场管理制度

1、考勤制度：签到制度、作息时间、外出管理、调假请休制度

2、仪表规范：着装礼仪、仪表规范、仪态规范

3、售楼处现场规范

4、售楼处行为规范：操作规范、电话接听要求

5、服务规范：售前服务、售中服务、售后服务

6、销售工具准备：置业顾问必备资料夹、售楼处常用表格准备。

7、售楼处会议规范：晨会、夕会（做会议纪要）

8、具体工作要求：接待流程、成交确定、填写认购书/合同要求、填写相关表格、客户回款、银行按揭资料

9、市场调研工作

九、参与制定销控表

十、与营销总监讨论制定薪酬制度

十一、参与开盘策略的制定并负责传达和演练

项目销售期

一、负责案场日常监督管理，布达销售任务

二、组织市场调研，及时了解与项目有关的市场信息，将市场变化反馈给公司，并根据市场变化，及时调整销售策略

三、负责持续的培训工作

四、负责营销策略的贯彻执行

五、每日的例会，检查业务员的工作情况，发现问题，解决问题

六、负责业务执行的督导

七、与公司各部门及发展商做好协调工作

八、解决案场的突发事件

九、关爱团队，培养骨干，激发斗志，加强和提高团队凝聚力

十、认真参加公司组织的培训，提高自己的专业能力

十一、按公司要求完成相关报表

十二、配合公司财务部进行佣金结算并确保已售房房款按时回笼

项目结案期

1、调解客户与公司之间的矛盾，争取顺利结案

2、配合业务资料的归档

3、人员撤场业务资料交接

4、督促置业顾问对余款的催缴，确保资金回笼

销售经理工作计划 4

随着我公司在上海地区市场份额的不断扩大，结合本月份的销售情况，考虑到我们面对的客户群体与季节要素，本分店根据总公司的相关要求和文件精神，做出 20xx 年 x 月份的如下工作部署：要狠抓销售与管理工作的质与量；剖析并细分市场；有效利用公司的品牌形象和资源优势，掌握客户的物质和心理需求，从细节抓起全力以赴，以销售工作带动本区的品牌运作。

1. x月份工作回顾

根据 x 月份的销售工作总结，市场反映出来的问题如下：

1.1 业绩完成情况

时间：20xx 年 x 月 x 日~20xx 年 x 月 x 日

1.2 市场方面

1.1.1 客户沟通：

(1) 工作总结：

客户为什么选择买我们的产品；

2. 客户如何评价我们；

3. 口碑工作是如何开展的?做得怎么样?;

4 .还进行了哪些促销活动)

(2) 问题：

1.产品与客户需求匹配方面存在的问题是什么？

2. 客户服务方面存存在的问题是什么?;

3.与客户沟通方面还存在哪些问题？

1.1.2 畅销商品列表及畅销原因：

1.1.3 市场动向：

1.商品季节性需求份额与年均月份额比较；

2. 在上海面包市场的特殊性是什么 (消费习惯/消费心理/我告诉的优势)?

3. 客户潜在的产品需求有哪些？

1.1.4 竞争对手: 竞争对手列表：

对手月动态：

1. 本月他们的主打产品及畅销产品是什么？

2. 本月他们做过哪些促销活动？

3. 人员调动情况

4. 下一步行动预测)

优势与不足比较：

1. 人员技术水平比较；

2. 资源 (产品、客户)比较；

4 管理制度及水平比较;5、客户及营业额比较)

1.1.5 客户群体分析：

1、年龄、职业、人流高峰段时间(每天的 xx 点~xx 点钟)、口味、心理特点等)

1.3 管理方面

1.2.1 制度管理(员工出勤、奖惩情况)

1.2.2 单据和文件管理

1.2.3 进出库商品明细表，特殊产品最低库存量

1.2.4 规范化进出货流程，确保商品完成正确交接.

1.2.5 客户花名册(见附表 2)，20xx 年 5 月份本店客户的销售曲线示意图(见图 1)

1.4 人员变更

x 月招进 xxxxx 人，负责 xxxxx 工作;离职 xxxxxx 人，负责 xxxxx 工作。xxxxx 人参加培训，xxx 人因公出差。

2. x 月份工作重点及目标

总目标(不排除特殊干扰因素)：实现月总营业额:xxxxx 万元，比上月增加 xxxx 个百分点。

销售经理工作计划 5

一、综述：作为任何一个以营利为目的的单位来说——只有销售部才是唯一的赢利单位。其它的都部门均为成本单位。而我们公司的销售部充其量也只能算是销货部，以目前家具市场的竞争激烈程度来看，销售部必需升级，从被动销售升级为有科学计划、有执行标准、有量化考核的主动销售。

二、销售队伍的建设：用人所长无不用之人，用人所短无可用之人。将现有员工进行重组，老员工是我们的财富，他们对客户熟悉、对本厂的运作流程熟悉、对市场也有一定的了解，能较好的减少架构改革对客户的影响，只需按照公司计划的架构重组、划分各职权即可。重要的是制定可执行的标准或要求，让他们知道主动销售的方法和技巧。同时做好相关人员的招募、培训、筛选、储备工作；

三、销售部门的职能：

1、进行市场一线信息收集、市场调研工作；

2、分析市场状况、需求分析，正确作出市场销售预测，为库存生产提供科学的依据；

3、制定月、季、年度销售计划，计划的参考依据为今年和去年的同期销售统计数据；

4、汇总市场信息，提报产品改善或产品开发建议

5、把握重点客户，控制产品的销售动态；

6、营销网络的开拓与合理布局；

7、建立、完善各级客户资料档案，保持与客户之间的双向沟通；

8、潜在客户以及现有客户的管理与维护；

9、配合本系统内相关部门作好推广促销活动；

10、按照推广计划的要求进行货物陈列、宣传品的设计、发放；

四、关于品牌：“英**”品牌建立时间较长，有一定的先入为主的优势。这个优势将继续扩大。另外的独立品牌要做出差异化，在产品风格、装修氛围和受众方面要有准确的定位。差异化体现在产品、装饰、饰品等方面，产品方面就包括了材料、结构、元素等，我们不光要学习，还要超越。

五、渠道管理：由原来的散货向专卖升级，这也是这次改革的主要目的。充分利用现有的客户资料，优化经销商的构成，从夫妻店、个体户向集体单位、集团单位升级，慢慢向地区、省、市总经销发展。这并不遥远，只要我们的产品品质和服务经得起客户的检验，做深层次的沟通，自然会有大客户感兴趣。有赚钱的机会，就会有发现它的人，问题是我们要把机会准备好。

六、信息管理和利用：现在有两千多家(外商八百多家)经销商、家具卖场、商场的联系信息。因职权不明，还没能好好的划分利用。另有全国各区域人口、经济资料统计、全国百强县排名等。还有网上收集的卖场招商信息、主动联系有专卖意向的客户资料等。这些都是做市场的珍贵资料，由于销售部被动等客的惯性思维和领导层的决策等原因，这些东西都被放在抽屉里了，很可惜。要充分利用，更快、更准的确定目标市场和目标客户。

七、关于传播：报刊媒体方面目前非常弱，只有广州家具报一家

在做，而且可以赠送的软文也没有做，浪费。另外，通过博客的推广，有些家具类报社近期有一些文章见报，对品牌的建设有一定的推动。网络上的传播由于近段时间一直持续的做推广，起到了较好的效果。家具论坛有四个广告位在宣传，该论坛注册人数二十多万。其它网站也互换了三个广告已经发布，另外在搜狐的家具博客浏览人数已达四万多人，搜房网博客三万多人次，常有文章被推荐到头版。本公司网站的浏览量已达到了近两万人次，还有其它十来个在做推广的平台流量没统计，总量当在二十万左右。当然，客户看了不一定就能转化成购买，推广的目的是让更多的人知道我们的品牌，形成口碑。由于没有其它的宣传途径，所以网络宣传还是要加大力度。

销售经理工作计划 6

20xx 年度，基本完成了相关工作任务。20xx 年，我将一如既往地按照主任的工作布署，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，发扬慧康人“精诚团结，求真务实”的工作作风，全面开展 20xx 年度的工作。现制定我们公司销售经理工作计划如下：

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，对工作有强烈的责任心，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。

就是找出适合我们我们公司产品销售的模式和方法。

6)销售目标

根据我们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。

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!

之前我从未从事过这方面的工作。不知这分工作计划可否有用。还望领导给予指导!我坚信在自身的努力和我们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!

销售经理工作计划 7

一、热线电话的接听、记录、信息统计工作

1.电话号码是*****，热线电话的接听标志着公司的服务水平及整体素质，接线员必须严格要求，语气柔和，热情主动的向客人推荐公司的产品。

2.认真记录来电信息，统计客户资料，进一步细化来电客户群体，为营销部建立客服中心打下坚实基础。

二、做好各团队的预定工作预定中心接收外办、内部、电话预定，并认真制作下发预订单。做好团队到店前的各项准备工作，为团队的顺利接待做好基本保障。

三、做好各类数据分析根据每月的业绩信息，统计分析出市场的基本东西，为市场营销提供全面、真实、及时的信息，以便市场部制

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/277042123044010003>