篇 1

（中国 ）这是一个年初制定的新高蛋白营养奶的销售计划与实施方案，实施之后效果还不错，高蛋白营养奶销售计划及实施方案。与同仁们分享一下。

一、目标

进入目标区域的一、二、三级市场，面向高端消费人群。

2. 建立以餐饮为主，商超为辅的销售网络。

3. 将日月星高蛋白奶打造成企业新的增长点。

二、计划

1. 单辟餐饮渠道销售营养奶。

2. 策划有针对性的主题促销活动，快速提升产品的销量。

3. 在全国重点区域建立样板市场快速启动市场。4. 通过各种资源，加大媒体对双蛋白奶的宣传投入力度。

三、战略思想

1、以点带面，以面增量的战略。

2、铺货提升品牌，网络提升销量，造势推动潮流，执行决定成败。

3、通过餐饮销售实现口碑宣传的战略。

四、工作重点

1. 结合产品特点与市场需求，开发产品卖点。

2. 加快招商进度，尤其是有实力的酒水经销商。重视基础网络建设。

3. 在全国重点区域建立样板市场。

4. 通过大力度的终端推广，提高产品销量和知名度。

5. 市场费用由公司掌握，直接投入市场。

五、采取的`方法、手段、措施

1、产品描述：TP屋顶装，大豆蛋白加牛奶双蛋白奶。

2、产品名称：营养无限，加注 餐饮专供 字样

3、产品包装：TP屋顶装，版面设计要显的尊贵、大气、不失时尚才能体现出作为高端产品的价值。4、产品规格及盘价营养无限TP餐饮装到岸价终端价零售价备注箱价单包箱价单包单包蒙牛500ML餐饮装郑州的餐饮渠道零售12元(武汉产)。500ML×12包48元4元96元10元15元

5、目标消费群：25岁---50 岁的饮酒人士和白领女性。

6、适应渠道：各类餐饮店、三星级以上宾馆、高档娱乐场所。

7、卖点提炼：A、护胃解酒。B、双蛋白双营养(动物蛋白和植物蛋白两者结合)。C、美容养颜(针对白领女士)。D、降低胆固醇，预防心脑血管疾病发生。E、常饮用提高免疫力。

8、广告诉求：重点投放地方台，由于价格相对便宜，广告制作可选择长时间功能诉求，可参考医疗器械的广告手法。开发一个城市重点投放一个城市，从而激活一个城市，形成步步为营，销售工作计划《高蛋白营养奶销售计划及实施方案》。

9、目标经销商：劲酒、金六福、妙士、蒙牛餐饮渠道等品牌的经销商或代理商。

10、市场运作模式：(1) 实行代理制不实行经销制，实行城市买断经营权。(2) 省级城市首次打款 20 万(可陆续发货)买断经营，给予当地电视广告(选择一个频道，卫视除外)一天不少于八档的播放频次，播放期三个月。形象店的进场费由双方承担，另外给予百分之十的促销员费用和百分之六的物料费直至用完再打款。其中促销员公司每月给予定期培训一次，以提高其销售技能。打款以此类推。(3) 地级城市首次打款 10 万元(可陆续发货)买断经营，给予当地电视广告一天不少于八档的播放频次，播放期三个月。形象店的进场费由双方承担。促销员和物料配置同省级城市比例。县级城市买断经营首次打款 5 万元可买断经营，给予当地电视广告为期三个月(每天播放次数不低于 8 档次)支持，促销员与物料支持同上。以上若客户再打款，电视广告、促销员、物料按比例继续支持。

11、启动程序：第一步，广告带制作完毕。第二步，招聘城区主管而不是地区主管并培训上岗。地区主管有对其进行考勤的权利（每天统一到联络处报道）并不干涉其业务，城区主管直接归省经理管辖。该城区主管无出差权（此做法是分线作业，各司其职，互不干涉)。第三步，经销商的物色与确定(这个产品的合同版本要重新改)。

六、完成时间

1.3 月 31 日前完成目标区域的招商工作。

2.6 月 30 日前完成目标市场的终端铺货工作。

3.4-6 月份基础铺市阶段以终端形象陈列和品尝为主。

4、7-9 月份以旺季拓展阶段以大力度促销为主。

5.10-12 月份以礼品销售为主。

6. 认真做好 五一 、 中秋国庆 元旦 为核心的主题促销活动。

7.7 月-9 月样板市场进行电视媒体宣传。

七、控制手段

1. 招商过程中要有一个筛选比较的过程，不能谈一个就马上合作。防止出现市场后遗症。

2、在产品销售的过程中，要注意对竞品的跟踪调查。这有助于我们在终端促销时拿出更有针对性地促销方案来。

3、新品上市，要求终端的形象陈列一定要有特殊陈列，并张贴宣传画。形象店一定要上促销员。给酒店服务员要有开瓶费(经销商提供)。

4、在建设促销队伍时，一定要注意对促销物料赠品的管理。随着促销旺季的到来，促销物料在终端发挥的作用也越来越重要。坚决杜绝我公司的促销物料被挪作他用。加大对这样面的监查工作。

5、在铺市过程中，我们要控制好合理的库存，不鼓励盲目压货现象出现。要鼓励经销商少进货，勤进货。这样经销商风险低，愿意合作。待市场逐渐成熟后，再按照市场规律压货。

6、在每月的经销商回款过程中，不能忽视毛利率的考核，随时提醒省经理和大区经理在追求销量的同时不能忽视毛利率的提高。

7、严格控制好区域之间的销售政策，决不能允许出现跨区域窜货现象发生。一经发现，立即严肃处理。

8、终端销售人员管理。专职业务员每天都要给公司汇报工作，采用考核办法，对连续两个月表现优秀的专职业务员，要给予通报表扬和奖励。对于那些连续两个月排在后十名的业务员要进行警告，严重的立即撤换。

9、在终端促销活动中，凡是有促销员的，在促销活动过程中，一定要做好客户资料登记。为我们进一步了解市场奠定基础。

篇 2

工作计划是行政活动中使用范围很广的重要公文。机关、团体、企事业单位的各级机构，对一定时期的工作预先作出安排和打算时，都要制定工作计划。工作计划实际上有许多不同种类，它们不仅有时间长短之分，而且有范围大小之别。

在过去的工作中，有成功的，也有失败的，有做好的，也有做的不好的，不管怎么说都成为历史。现在接到一个新产品，我的口号是：不为失败找借口，只为成功找方法。我的季度个人销售工作计划具体做法是：多跑多听多总结，多思多悟多解决，勤动脑，勤拜访，必须做到：“铜头铁嘴橡皮肚子飞毛腿”。做一名刚强的业务员。

下半年工作计划如下：

一，市场 SWOT 分析

(1)，优势：企业规模大资金雄厚，价格低，产品质量有保证。

(2)，劣势：产品正在导入期，各方面还不成熟，客户不稳定，条件有限(没有自己的物流配送)。

总之老品牌占山为王，市场，客户稳定。要想在这片成熟，竞争非常激烈的无烟战场上打出一片天地。我们必须比别人付出 10 倍的艰辛。

二，产品需求分析

1，童车制造业：主要是：儿童车儿童床类。

2，休闲用品公司：主要是：帐篷吊床吊椅休闲桌等。

3，家具产业：主要是：五金类家具。

4，体育健身业：主要是：单双杠脚踏车等。

5，金属制造业：主要是：栅栏、护栏，学生床等。

6，造船业等等。

三，个人工作计划如下：

1, 以开发客户为主，调研客户信息为辅，两者结合，共同开拓钢管市常

2, 对老客户和固定客户，要经常保持联系，勤拜访，多和客户沟通，稳定与客户的关系。对于重点客户作重点对待。

3, 在拥有老客户的同时，对开发新客户，找出潜在的客户。

4, 加强业务和专业知识的学习，在和客户交流时，多听少说，准确掌握客户对产品的需求和要求，提出合理化建议方案。

5, 多了解客户信息，对于重点客户建立档案，对于潜在客户要多跟近。

6, 掌握客户类型，采用不同的销售模式，完善自己和创新意志相结合，分层总结。

四，对自己工作要求如下：

1, 做到一周一小结，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。

2, 见客户之前要多了解客户的状态和需求，再做好准备工作。

3, 对所有的客户工作态度要端正，给客户一个好的印象，为公司树立形象。

4, 客户遇到问题，不能直之不理，一定要尽全力帮助他们解决。把我们的客服带给客户让他们感到我们公司温暖。买者省心，用者放心。

5, 要有健康的体魄，乐观的心情，积极的态度。对同事友好，对公司忠诚。

6, 要和同事多沟通，业务多交流，多探讨。才能不断增强业务的技能和水准。

7, 到十一月份，要有两至三个稳定的客户。保证钢管的业务量。

8, 十月份是个非常严峻的时期，业务刚刚开始，市场刚刚启动，对市场中的客户还不太了解。希望争取拿到一至二个定单。

9, 在 09 年最后一月中要增加一至两个客户，还要有三个至四个潜在客户。为下年打下坚实的基矗

五. 在以后的销售工作中采用：“重点式”和“深度式”销售相结合。采用“顾问式”销售和“电话式”销售相结合。

篇 3

公司的销售计划是由我具体制定的，在经过公司领导和同事的修正改正后，正式的公司销售工作计划出炉。的工作中，预计主要完成工作内容如下：

1、增强自己的综合业务分析能力，学习和掌握产品技术知识，熟练掌握生产流程的相关知识，更好的应用于实际工作过程中。

2、根据客户订单及时制定和修改发货计划；负责发货计划的过程监控和具体实施；发货订舱以及相关事务的协调，保证产品的正常发货，并及时向领导反映过程情况。

3、对国外客户的信息收集、及时传递、及时处理，如：图纸、ppap 信息反馈等等；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。

4、理解、掌握本岗位所使用的质量体系文件，按照质量体系文件规定完成各项质量活动，并就涉及销售部的环节严格执行程序文件和相关管理规定。

5、按时完成全部发货所需要单据的缮制和交付和给客户单据的交付，包括发货单、装箱单、商业发票、运输合同、运输声明、原产地证等等。

6、及时就发货所涉及的相关事务与客户有效沟通。

7、参与公司新产品项目的生产评估和实施过程监控。如发放新产品评审图纸和进展过程跟踪。

8、本部门员工将一如既往的团结协作，协调处理本部门计划和预算执行过程中出现的问题，积极协助领导处理紧急事件和重大事件。

9、准确完成统计月度出口明细、月度应收汇明细，并和财务对帐。

10、向国外客户催要应付款项，包括在 webedi 生成 asn 和发票，制作纸质收汇单据等，及时回款，对未达帐项积极负责。

11、参加生产经营例会，进行会议记录，并履行会议的决议情况。

12、随时完成上级领导交给的临时任务等。

1. 销售工作计划是各项计划的基础八售计划中必须包括整个详尽的商品销售量及销售金额才算完整。除了公司的经营方针和经营目标需要详细的商品销售计划外，其他如未来发展计划、利益计划、损益计划、资产负债计划等的计划与实行，无一不需要以销售计划为基础。

2. 销售工作计划的内容ゼ蛎鞴南售工作计划的内容至少应包含下述几点：

(1) 商品计划(制作什么产品？

(2) 渠道计划(透过何种渠道？

(3) 成本计划(用多少钱？

(4) 销售单位组织计划(谁来销售？

(5) 销售总额计划(销售到哪里？比重如何？

(6) 促销计划(如何销售？销售总额计划是最主要的，销售计划的内容大致可涵盖在其中，销售总额计划经常是销售计划的精华所在，也是销售计划的中心课题。

在公司各个部门的积极配合下，预计在要达成发货量__吨以上，销售额__万美元以上的目标。

销售业绩入行船，不进则退。如果我们不改变我们以前的那种老式计划，不根据现在具体情况来工作的话，那么我们公司的业绩就一定会

出现滑坡，只有我们不断的认识到形式的迫切性，我们才会在不断猛烈的商业竞争中占得先机，这是我们永远追求的。

我相信在公司全体领导职工的集体努力下，我们公司的销售业绩一定会较去年去的长远的进步，公司的明天也会更加的美好、强大！

篇 4

随着月饼销售高峰期来临，各酒店月饼销售进入了白热化的状态，成为酒店总经理及员工每年的一道关卡。作为酒店业，经营是主体，而类似于中秋月饼、端午粽子之类的销售策划，均为附属增收方式，是根据市场情况可调整的。现在的业主方，完全不了解市场的变化，每年给总经理制定呆板的月饼销售数量，导致员工及管理层人心惶惶，员工流失率过大，得不偿失。

，笔者所在的酒店同时有销售任务，但量非常少，编内人员近 800 人，另有数量不少的编外人员，仅销售 2100 盒，按照部门自行消化，不设定个人死任务，加大对员工的奖励，公司有微利的方式进行，后期笔者酒店不仅全额完成任务，并且超过任务数的一倍，员工感觉轻松，公司同样获利。

笔者将过去的方案全部呈现出来，是希望在月饼销售来临的旺季，合理制定销售任务，勿本末倒置，推动全员销售月饼，忘记了服务的重要性。

【度月饼销售方案事宜】

随着中秋节日趋临近，酒店的月饼销售也将启动，因酒店去年刚开业无月饼销售记录数据，只能根据今年市场预测及过往经验，确定本年度月饼销售方案。

【总 目 标】

计划销售任务 30 万（除掉各部门提成后），按照目标 2100 盒推进

【任务分解】

市场营销部：400 盒（七星伴月 100 盒，五仁或白莲蓉 200 盒，蛋黄莲蓉 100 盒）

会员客户部：200 盒（七星伴月 50 盒，五仁或白莲蓉 100 盒，蛋黄莲蓉 50 盒）

采购部：300 盒（七星伴月 300 盒）

房务部：200 盒（七星伴月 50 盒，五仁或白莲蓉 100 盒，蛋黄莲蓉 50 盒）

中餐部：600 盒（七星伴月 150 盒，五仁或白莲蓉 300 盒，蛋黄莲蓉 150 盒）

娱乐部：200 盒（七星伴月 50 盒，五仁或白莲蓉 100 盒，蛋黄莲蓉 50 盒）

水疗部：200 盒（七星伴月 50 盒，五仁或白莲蓉 100 盒，蛋黄莲蓉 50 盒）

合计：2100 盒

【赠送部分】

政府单位：200 盒

销售排行：200 盒（消费排行前 100 名单位，每单位送 2 盒）

关系单位：100 盒

总办成员：10 盒/人赠送给客户（具体名单另附），小计 110 盒

员工月饼：编内 780 盒，DJ140 盒，推广员 150 盒，中医技师 180 盒，小计 1150 盒（经理级、主管级发四个装蛋黄莲蓉）

备注：

政府单位由总办统计、总经理、副总经理、采购总监、对外工作部门统计准确数字，报总办夏子帆，转财务统一采购。

销售排行单位由市场营销部核查各部门消费排行，统一数据交财务。

关系单位由董事长交代，转财务部门统计。

【品种设置】

月饼种类、门市售价、银行卡.现金 6 折、会员卡 7 折

七星伴月（8 个装）、328 元、196.8 元、229.6 元

金华火腿五仁（4 个装）、228 元、136.8 元、159.6 元

双黄白莲蓉（4 个装）、218 元、130.8 元、152.6 元

蛋黄莲蓉（4 个装）、138 元、82.8 元、96.6 元

备注：原则上要求用现金和银行卡买单，客户要求会员卡买单时，公司按照原价的 7 折收取

【出品采购】

1、出品工作由采购部门对外统一采购，暂时不考虑中餐厅自行制作。

2、数量：见附表一

【企划工作】

月饼盒设计工作，按预定计划完成月饼的印刷制作工艺。

制作宣传竖幅，安排在外墙悬挂，主题突出“明月千里庆团圆，佳节美景贺中秋”，内容为月饼促销内容。

设计制作宣传单张 5000 份，主要内容为月饼相关信息，用于销售人员外出洽谈及店内房间宣传使用。

市场营销部设计月饼销售预定单，交企划部统一印刷，格式需灵活，便于来年使用。

制作月饼券 3000 张。

【优惠政策】

酒店散客预定：大堂点计入公司账，按门市价销售，团队客人销售必须到总办申请，方可给予 8 折优惠。

各部门月饼销售，原则上不提供发票，对需要出具发票的单位，统一出具餐饮或客房发票（会员卡前期已一次性支付发票，购买月饼不开发票）。

月饼销售工作完成后，各签单经手人配合收回销售款项交财务部，根据款项收回速度 10 月份完成核算工作，财务单独出具报表报总办核算实际利润。

【销售方式】

1、8 月 5 日以任务数量将月饼券发到各任务销售部门的主要负责人，由部门负责人自行安排对外销售。

2、市场营销部、会员客户部可在任意收银点销售月饼，但必须与收银员核对清楚。

2、购买时统一在收银台支付欠款，各部门自行统计日销售数量，当日与收银核对，收银台每天单独制作报表交稽核。

【领取方式】

1、凭票到销售部门，由销售者本人协同客人前往酒店大堂（现精品店位置）负责领取，房务部安排专人看管领取点及发放月饼。

2、各部门可自行在本部门设立月饼领取点备仓，需要月饼备仓的部门从房务部开具借条借出月饼自行保管。

3、财务、采购同时做好统计工作，不够的饼盒及时采购。

【奖罚标准】

1、任务内销售：各部门领取任务指标后，未按照指标完成额定任务，倒扣部门负责人工资 20%。

2、销售奖励：公司统一按照净售价回收款项，超出部分即为部门提成款。

【相关事项】

月饼盒和券制作按照企划工作内容按期完成。

广告竖幅 8 月份（庆典广告后）完成。

网络部负责将月饼门市价及折扣价写入系统，部分特殊价格无法电脑打单时，收银台采用手工单方式。

8 月 10 日后开始领取月饼。

9 月 30 日（中秋节第二日）截止月饼领取。

对账表。

篇 5

一．销售节奏

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/458047074063006065