

销售主管工作计划（合集 15 篇）

销售主管工作计划(合集 15 篇)

日子在弹指一挥间就毫无声息的流逝，又将迎来新的工作，新的挑战，做好计划，让自己成为更有竞争力的人吧。你所接触过的计划都是什么样子的呢？以下是小编精心整理的销售主管工作计划，仅供参考，大家一起来看看吧。

销售主管工作计划 1

经过不断的思考后，写出了 XX 年我的年度工作计划，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，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、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。

销售主管工作计划 2

为严格实施年永顺县保健食品化妆品市场准入，切实加强日常监管，深入开展专项整治，积极探索长效监管，不断提升保障水平，确保产品质量安全，特制定年保健品食品化妆品监督管理工作计划：

一、摸清监管底数，建立工作档案

力争在四月底前摸清保健食品、化妆品企业生产经营情况及行业发展现状。着手建立辖区内的保健食品、化妆品生产经营企业监管工作档案，适时上报各级部门。

二、积极推进专项整治，重点开展监督检查

为做好保健食品化妆品生产经营日常监督管理工作，规范保健食品化妆品生产经营行为，加大对保健食品中可能被违法添加药物的检查力度，整治制售假劣保健食品、夸大宣传保健食品功能、普通食品声称具有特定保健功能及制售假劣化妆品等行为，五至十月份积极保健食品化妆品专项整治，重点开展监督检查

三、做好法规宣贯准备，提高监管法制水平

待《保健食品监督管理条例》出台后，将及时组织行政执法人员进行学习、宣传和培训，做好《条例》宣传工作。

四、抓好业务培训，提升安全意识

积极派人参加省、州组织的监管人员业务知识与执法技能强化培训，为依法、科学、规范、有效履行监管职责，为监管事业可持续发展提供坚强的队伍保障。同时加强各保健食品化妆品经营单位从业人员保健食品化妆品卫生知识及法律法规培训，提高食品化妆品安全意识。

五、加大宣传力度，突出正面宣传

充分发挥当地主流媒体的宣传作用，主动宣传监管工作措施和成效，在“3.15”、食品安全宣传月等加强保健食品、化妆品卫生知识、法律法规宣传，进一步提高企业的保健食品及化妆品安全责任意识。

销售主管工作计划 3

俗话说的好：“火车跑的快，快靠车头带，销售主管工作计划说明书。”一份工作要想有更好的成果，前面的领导人物起着关键的作用。没错，对于销售主管的我，也对 xx-x 年的工作做出了新的计划。

xx-xx 年的工作已经做完，整体来说还算基本顺利。根据销售工作总结回款情况，销售回顾，经营分析及业务来源等方面的问题，作为销售主管的我对于 xx-x 年的销售主管工作计划有了新的方向：

我的个人工作计划会明细化，但在实施的过程中将带领所有的组员们一起行动。xx-x 年预计全年回款 100 万元以上，保持增长 345.9%，预计第一季度完成 15 万元回款，第二季度 25 万元回款，第三季度回款 30 万元，第四季度 30 万元，南京市内终端用户预计扩增至 150 家，分销商增到 70 家。

工作方向：

1.对经销商的管理

定期检查核实经销商的产品库存，配合公司发货时间及物流工作，确保经销商的库存在短期内消化，不出现积压产品及断货现象，同时协调好各分销商的渠道，有销售网络重叠现象的，避免引起产品价格

战。

2.解决产品冲货、窜货问题

实行奖罚分明制度管理体系，解决因产品价格大幅度波动造成的市场威胁，查找冲货根源，经核实无误后取消违规经销商的产品促销资格，时间为 1 年。相反，提供有效信息并持有凭证的销售商，公司给予相应的促销补贴政策。

3.销售渠道下沉

进一步将产品深度分销，由原来的批发市场深入至农贸市场，在终端的走访中，针对信息的收集，寻找对产品需求量大的消费群。目前，浓缩果汁产品的需求量集中在咖啡馆、茶馆，我们还需要在产品质量和价格上寻找相应的切入点。

目标市场：

将对扬州、泰州、盐城、淮安、镇江、连云港、芜湖、马鞍山、安庆、淮南、淮北等苏中、苏北、及安徽局部市场进行开发，搜罗并设立特约经销商，享有与南京经销商同样的经销政策，实行自然销售，特殊区域可视情况而定，是否增派销售人员。

重点促销产品：

鸡汁和果汁在 ccc 年将被重点推广，两个产品的消化周期短，但在市场竞争方面优势不明显，准备将相应消化周期长的寿司醋、芥末油，辣椒油等停止促销，从而补贴鸡汁和果汁产品的促销，能起到重点产品的增量效果。

销售队伍人力资源管理：

1.人员定岗

南京办固定人数 5 人，终端 4 人，流通 1 人，准备从终端调派 1 人兼跑流通市场，而原负责流通的人员兼跑省内周边城市，开拓空白市场

2.人员体系内部协调运作

每日晨会进行前日的工作汇报，端人员将负责的区域业务工作表格化，流通人员将市场信息和竞品动态提供给终端人员，终端方面的供求信息和网络资料由流通人员安排解决，大家交换意见，进行信息

沟通，为销售做好全方位的工作。

3.关键岗位定义，技能及能力要求

终端人员销售对象为市内酒店，宾馆、咖啡茶馆等，面对直接消费者进行服务，要求在谈判技巧和国语标准化的程度上有所提高,要有实际的终端业务开发率，流通人员销售目标是为产品打开分销渠道，通过分销过程，最终到达消费者，流通人员要具备清醒的思维，长远的战略眼光，善于沟通、分析、认真看待问题的启发性和套路背后的逻辑性，打开每一个产品流通的环节，确保产品顺利分销。

4.培训

给予全体办事处人员进行定期的培训，在销售技巧及谈判过程上进行实战的演习。

对于 xx-x 年工作计划我心里已留底，我相信一切在于行动，把我们所有的计划和目标都付诸于行动，当我们年底再总结的时候一切会有不同的收获。

销售主管工作计划 4

20xx 紧张的一年，也是忙碌的一年，也取得了一定的收获。回顾这一年的经历，经历了公司从来没有的策划模式，也完成了开始觉得不太现实的销售任务。让我对营销策划有了新的认识，也看到了大胆的广告推广方式。回顾这一年的工作，我在公司领导和同事们的支持与帮助下，提高自己的工作要求，按照公司的要求，认真的去完成了自己的本职工作，一年转眼即将结束，现对 20xx 工作情况做个总结以及提出计划。

一、销售部日常管理工作

销售部门是公司对外展示的形象窗口，代表的是一个公司外表，也是公司最赚钱的一个部门，是一个先锋部队。销售部工作也是最直接的，拿业绩说话。天天跟形形色色的人打交道也是最难的一件事情，特别有些客户不讲道理，死缠烂打。面对这些工作，为了完成任务目标，自我强化工作意识，提高工作效率，细化工作内容，冷静处理客户问题，力求达到客户的满意度，创造良好的客户口碑，力求各项工作准确，避免疏漏和差错，至今基本做的还是比较完善。

1、认真做好市场调研工作。对市场的信息掌握，对竞争对手的产品细致分析，每周调研做好记录，及时和团队分享，给公司产品定价提供依据，做到知己知彼百战不殆；

2、营造火爆的销售氛围促进销售。配合策划部门的活动作出应对调整，在销售现场做好总控，盯紧销售案场的每一组客户做出调整，应对突发情况，核对房源、价格、优惠等确保准确，避免疏漏和差错；

3、做好客户问题的处理。客户多了什么样的情况都有，要退房的、要优惠的、有对合同条款不满意的等等。在保证公司的利益不被侵犯的前提下，与客户周旋，洽谈，不但要完成签约，还需要客户满意，提高公司的美誉度，提升老客户推介率；

4、做好与其他部门的工作协调。加强与公司各个部门的沟通，向行政部申请办公用具，车辆使用计划等；与客服部做好合同备案，贷款政策信息等相关信息的及时掌握；请工程部工程师为销售人员解答专业知识等工作，提高工作效率，掌握更全面的知识；

5、做好顾问的培训学习工作。及时捕捉政策信息，专业知识，课外知识等信息给销售人员分享。组织召开专题分享会使销售团队共同学习，共同进步。新员工的培训学习安排，考核。

二、加强自我学习，提高自身素养

公司加大了推广力度，更新了推广方式，不同新异的推广方式让我目不暇接，在这一年里我不断加强自身的学习，专业非专业知识不停地学习。

三、工作中存在的问题

在这一年来，取得了一些成绩，但也存在一些问题和不足，主要表现在：

第一，脾气太急躁，个人心理承受能力不是很好，对某些事情个人感观较浓，说话的尺度把握有所欠缺，办事的分寸掌握的不够完美。这中性格会造成本部门和其他部门的同事造成误解，亟待改之；

第二，不细心，考虑问题太少不够精细，该考虑的问题没考虑到，有些工作还不够过细，一些工作协调的不是十分到位；

第三，管理方式有些“粗犷”，不够细腻，管理制度的严密性与

连续性没有监管到位。

新的一年开始了，我应努力做到加强学习，拓宽知识面，努力学习房产专业知识和相关法律常识。加强对房地产发展脉络、走向的了解，加强周围环境、同行业发展的了解、学习。与大家共勉，共同进步！

随着 20xx 到来，也意味着进入下一步的实质性工作阶段。回顾以往的工作，非常感谢公司领导和各位同事的顶力支持，使我掌握相关业务知识。基于本人是第一次接触房产销售行业，面临困难和压力较大，针对行业特点、现状，结合本人对“房产销售”的理解和感悟，特对 20xx 年工作制定以下房产销售工作计划：

一、宗旨

本计划是，完成每月指定销售指标和达到小组增员人数。制定本计划的宗旨是确保完成指标、实现目标。

二、目标

- 1、全面、较深入地掌握我们“产品”地段优势并做到应用自如；
- 2、根据自己以前所了解的和从其他途径搜索到的信息，搜集客户信息 1000 个；
- 3、锁定有意向客户 30 家；
- 4、力争完成销售指标。

三、工作开展计划

众所周知，现代房产销售的竞争，就是服务的竞争。服务分为售前服务、售中服务和售后服务，而我们房产销售也是一种“服务“，所以前期工作即就是售前服务更是我们工作的重中之重。正是因为如此，我的工作开展计划也是围绕“售前服务”来进行。

- 1、多渠道广泛地收集客户资料，并做初步分析后录入，在持续的信息录入过程中不断地提高自己的业务知识，使自己在对房产销售特点掌握的基础上进一步的深入体会，做到在客户面前应用自如、对答如流；

- 2、对有意向的客户尽可能多地提供服务(比如根据其需要及时通知房原和价格等信息)，目的让客户了解房源和价格，在此基础上，与

客户进行互动沟通。其次给客户一种无形的压力，比如：房源紧张，价格要上涨等，挑起其购买欲望；

3、在用电话与客户交流的过程中，实时掌握其心理动态，并可根据这些将客户分类；

4、在交流的过程中，锁定有意向的客户，并保持不间断的联系沟通，在客户对我们的“产品”感兴趣或希望进一步了解的情况下，可以安排面谈；

5、在面谈之前要做好各种充分准备，做到对房源，面积，单价等了如指掌；

6、对每次面谈后的结果进行总结分析，并向上级汇报，听取领导的看法。克服困难、调整心态、继续战斗；

7、在总结和摸索中前进。

我希望在新的一年里，能够圆满完成自己订立的目标，我也将朝着这个目标去奋斗！

销售主管工作计划 5

不知不觉，进入公司已经有 1 年了。也成为了公司的部门经理之一。现在 XX 年将结束，我想在岁末的时候写下了 20xx 年工作计划。

转眼间又要进入新的一年 20xx 年了，新的一年是一个充满挑战、机遇与压力开始的一年，也是我非常重要的一年。生活和工作压力驱使我要努力工作和认真学习。在此，我订立了本年度工作计划，以便使自己在新的一年里有更大的进步和成绩。

一、 销量指标：

上级下达的销售任务 30 万元，销售目标 35 万元，每个季度*****万元

二、 计划拟定：

1、年初拟定《年度销售计划》；

2、每月初拟定《月销售计划表》；

三、 客户分类：

根据接待的每一位客户进行细分化，将现有客户分为 a 类客户、b 类客户、c 类客户等三大类，并对各级客户进行全面分析。做到不同客

户，采取不同的服务。做到乘兴而来，满意而归。

四、实施措施：

1、熟悉公司新的规章制度和业务开展工作。公司在不断改革，订立了新的制度，特别在业务方面。作为公司一名部门经理，必须以身作则，在遵守公司规定的同时全力开展业务工作。

2、制订学习计划。学习，对于业务人员来说至关重要，因为它直接关系到一个业务人员与时俱进的步伐和业务方面的生命力。适时的根据需要调整我的学习方向来补充新的能量。专业知识、管理能力、都是我要掌握的内容。知己知彼，方能百战不殆。

3、在客户的方面与客户加强信息交流，增进感情，对 a 类客坚持每个星期联系一次，b 类客户半个月联系一次，c 类客户一个月联系一次。对于已成交的客户经常保持联系。

4、在网络方面

充分发挥我司网站及网络资源，做好房源的收集以及发布，客源的开发情况。做好业务工作

以上，是我对 20xx 年的工作计划，可能还很不成熟，希望领导指正。火车跑的快还靠车头带，我希望得到公司领导们的正确引导和帮助。展望 20xx 年，我会更加努力、认真负责的去对待每一个业务，争取更多的单，完善业务开展工作。相信自己会完成新的任务，能迎接 20xx 年新的挑战。

销售主管工作计划 6

作为医药销售代表，我的工作计划如下：

每日必做：

1.细化一次当天的工作

5.整理一次所需的资料礼品等

6.确定一次拜访医生的路线，准确掌握拜访科室医生每日排班表

9.同坐医生沟通交流了解一次用药的情况，对不了解我们产品的医生，在闲暇时耐心专业的介绍产品成份，用途，功效，以及用量比较好的医生对此产品好的评价。

遇到同类的产品介绍其不同点，更好体现出本产品优势

14. 请一个医生吃饭或喝茶聊天
15. 了解一个医生的性格爱好及家人情况
16. 了解一个医生的社会关系
19. 夜访一次值班医生以增进感情
20. 熟记一个医生或**的名字
21. 认真填写一次工作日志
23. 遇到节假日或天气变化以短信形式或电话问候。
- 24 经常看看报纸或新闻杂志，能广泛的与兴趣爱好不同的医生更好的交流。

拜访一位目标医生看能否约好外出活动一次

8.汇报一次工作并提出需要解决的问题。

27. 休息前，找出当天工作中的不足，计划一下明天的工作，以利于改进。

每周必做：

- 1.参加一次科室学习推广会。
- 2.做一次重点医生的家访。
- 3.请一个目标医生户外活动一次。
- 4.交一个医生或**做朋友。
- 5.收集一次疗效显著的病例。
- 6.根据客户的爱好、学习一门知识。
- 7.与一名优秀同事做一次请教沟通。
- 8.与经理或主管谈心一次。
- 9.与一名新同事沟通交流一次。
- 10.浏览一次公司的网页，了解公司的最新动态。
- 11.总结一次本周工作中的不足。
- 12.协助主管开一次科会。
- 13.参加一次找差距式的周例会。
- 14.查找一次本周不足，制定纠错措施。
- 15.参加一次‘案例’轮讲轮训课。
- 16.核销一次本周的费用。

17. 认真制定下周工作计划及维护计划。
18. 给医生或**发一次祝福‘周末愉快’的短信。
19. 积极主动清理一次集体和个人卫生。

每月必做：

1. 统计一次当月的销量。
2. 兑一次费(不带金销售的不在次列)
3. 排一次当月医生的用量，并重点维护。
4. 把同类品种做一次比较，找出差距。
5. 系统分析一次客户资料及竞争对手。
6. 制定一次针对性对策。
7. 开发一位目标医生。
8. 交一位医生做朋友。
9. 参加一次市场部每月例会。
10. 根据业务排名找一次不足。
11. 请教一次排名上升业务员的工作经验。
12. 参加或讲一次业务培训课，并做好记录。
13. 申请一次下月的维护费。
14. 细化一次经理下达考核目标任务。
15. 参加一次市场部娱乐活动，放松自己。
16. 交一位医药销售方面人士做朋友。
17. 认真做一次下月的工作计划。

每季度必做：

1. 总结一次本季度的工作，找出不足。
2. 汇总一次医院的季度销量。
3. 评述一次本季度中的每月销量。
4. 收集一次专家的学术论文并上报公司。
5. 和主管、内勤分析研究一次业务工作计划。
6. 参加市场部全体员工聚餐联欢一次。
7. 参加一次市场部季度工作计划，深入学习公司的企业文化。

8. 汇总一次的档案，上报省区。
9. 认真做一次下季度工作计划。
10. 细化一次下季度工作、销售目标。
11. 确立一次目标医生的销售排行，并重点维护。
12. 调整心态，善用阳光思维，永不言败。每半年必做：

1. 汇总一次半年销量与计划任务做比较。
2. 参加一次半年工作总结会。
3. 参加一次批评与自我批评活动。
4. 参加一次下级评价上级的活动。
5. 申请一次重点主任到公司参观旅游。
6. 参加一次业务技能比赛。
7. 参加一次半年工作考核。
8. 修正一次客户档案及资料并上报。
9. 参加一次市场部集体旅游活动。
10. 细化一次经理制定下半年工作计划。
11. 对公司的制度、文化等提一次意见和建议。
12. 回家探亲一次。

每年必做：

1. 做一次全年自我工作总结并上报。
2. 制定下一年度工作计划。
3. 收集医生有价值的临床资料并上报。
4. 请教其他市场部同事的工作经验，取长补短。
5. 找出自己工作中的不足，并改进。
6. 慰问一次 vip。
7. 参加一次业务培训。
8. 参加一次全国销售会议。
9. 参加一次年终总结会。
10. 参加一次公司举行的文艺活动。
11. 参加一次内部的评比活动。

12.回家探亲，并给予亲朋好友新年的问候。

销售主管工作计划 7

x 从建材行业直接转入调味品行业，接触调味品行业也就半年的时间，从一个半知半解慢慢转入解，并经过平时的不断学习、不断努力积累慢慢走上成熟路线，时间转眼即逝 xx 年已结束。xx 年新一年的开始，回想自己在 xx 年的业务水平并不是那么理想，还得再新的一年不断学习及增倍努力扩大业绩。新的一年是一个充满挑战、机遇与压力开始的一年，也是我非常重要的一年。现在家庭、生活和工作压力驱使我要疯狂努力工作和认真学习。在此，我订立本年度工作计划，以便使自己在新的一年里有更大的进步和成绩。以下是我在本年度的计划

一、工作重心要点

- 1、市场部成立及团队的组建；
- 2、招聘人员计划；
- 3、针对招聘人员一系列培训计划及其统一下基层实战训练（认识公司产品、解公司文化背景及公司走向、熟悉同行产品）；
- 4、招商以拓展重庆区县空白市场为主及维护原有市场老客户为辅；
- 5、根据市场部人员的区域下线划分制定相关的年度销量、季度销量、月销量、周销量并落实解每天销售人员的市场战斗概况并进行细分计划；
- 6、市场部人员的管理及其相关在平时市场走访情况进行不断交流，针对区域性处理相应问题；
- 7、拟定市场人员每月的工作实况及其逐一追踪解决市场战斗问题；
- 8、市场人员的工作计划及总结反馈。

二、工作具体规划事项

1、团队的组建

a 市场部人员工作经验要求：（最低标准一年以上相关经验，以筛选形式作为招聘；要求业务人员实干肯吃苦耐劳，寻求长期发展共同与企业合作一起成长为最佳招聘方式）

b 市场人员的培训

- 1) 首先熟悉公司文化背景
- 2) 解公司每个系列产品的特点
- 3) 深入解产品的同时并掌握熟悉对同行产品的优势及劣势
- 4) 下基层实战演练并进行工作总结
- 5) 不断互相模拟拜访各种客户的交流方式，加强业务员下线的根底及对公司产品的认识和底气
- 6) 让业务员解走访客户的最佳时间及相关专业术语进行综合得到更好的收益，同时更快地走上轨道

2、招聘人员的计划

a 前期招聘人员主要以筛选为主：（预计招聘人数范围 15—20 个，实际招聘用人 3—5 个）以大浪淘沙模式，留下的就是比较有实干型的

3 市场拓展定位走向

a 目前市场区域情况：为重庆区域范围

1) 长江下游（城口、巫溪、巫山、奉节、云阳、开县、万州、梁平、忠县、垫江、丰都、石柱、长寿、涪陵、武隆、彭水、黔江、酉阳、秀山）

备注：以上具体已有市场合作伙伴应解公司的实际情况之后再做相关交接工作调整；

2) 长江上游（合川、北碚、永川、铜梁、潼南、大足、双桥、荣昌、江津、綦江、万盛、南川、璧山、巴南）

备注以上具体已有市场合作伙伴应解公司实际情况之后再做相关交接工作调整；

b 进入市场前期的做战方式

1) 以长江上游市场作为开端市场，并以周边市场如（合川）现已合作，而且在分销中相对来说做得比较有影响力作为预热，就以潼南或者大足作为市场的开发端点；

2) 前期走访区域市场的餐饮店并解当地餐饮具体情况，同时解同行在当地的市场占有率的方式并进行相关性解之后，然后人员走访路线的划分再进行逐一踩点，之后并开始逐一横扫市场；

3) 采取恰当的方式作为拉大销量为目的（以买多少件送什么赠品

的方式，十件送++ 20 件送+++ 50 件送++++ 100 件送+++++)

4) 前期走访时记录备注相应的意向客户及马上成交的客户作为详记，后期意向客户加速跟进达成合作意识；

5) 走访农贸市场解相关市场干货的走货状况并衔接几个干货店作为意向分销再做筛选；

6) 把前期的市场铺网做好铺垫后，利用公司优惠政策及其现有客户资源作为合作洽谈的最佳工具；

7) 后期对所有的市场客户资源作为系统管理并对分销作为重点帮扶同时扩大产品销量、扩大产品的使用率及覆盖率，做好后期的一切客情关系及转介绍关系；

4、预计市场人员销量设定

a 市场部人员开发客户数量标准（每人应开发 3—8 个新客户）；

b 市场部人员应设定每一周的预计开发客户数量作为标准；

c 在周的开发客户数量统计后，市场部人员应设定当月的开发客户数量作为标准；

d 在月的开发客户数量统计后，市场部人员应设定当月的开发客户数量作为标准；

e 在月的开发客户数量统计后，市场部人员应设定当季度的开发客户数量作为标准；

f 在季度的开发客户数量统计后，市场部人员应设定本年的开发客户数量作为标准；

备注：以上市场人员应做好实际的开发客户数量作为实际的拟定开发客户标准。

5、市场部人员管理培训交流

a 市场部人员应在每天的走访客户过程中所遇到的问题应进行备注，便于交流处理拜访客户的问题；

b 市场部人员应每天做好日计划及日总结

c 要求市场部人员应习惯写周计划及周总结、月计划、年计划，并养成良好的工作记录习惯；

d 市场部人员自身的要求及问题的及时反馈，并尽快处理相对出

现问题开展工作，让市场部人员更加附有激情动力开发市场；

e 营造组织一个附有兄弟姐妹亲情关系更加团结的团队，加深大家彼此的工作及生活圈子解，更能融入到工作中去；

f 市场部人员工作的汇报（做好详细的工作记录汇报）；

备注：此举主要加强团队的作战意识，凝聚团队作风有组织、有良好的习惯、有善于学习的一个健强的团队。

6、工作业绩问题的探讨及反省总结

a 探讨工作中存在的问题，以便进一步改善潜在问题的类似出现；

b 每人都相应在现场模拟训练（千万不要怕含羞）这至少是做销售的最低标准；

c 业务员提出问题并做相应的解答，并针对性去解决所存在问题，一起协助并加大力度开发客户的实际效益；

三、工作预期销量指标

1、市场部实际人员如以 4 人计算，预期销量每天每人平均以开发客户为 5 个客户计算，每天实际出货量就是 20 件，平均预算月销量为 800—xx 件为标准；开发客户数量预计在 80—120 个左右；

2、市场部季度销量得出大概销售数据在 2400—6000 件左右；

3、市场部年销量得出大概销售数据在 9600—24000 件左右；

备注：以上数据作为前期市场部的预期销量计划，并以此作为工作开展数据的指标，同时加大力度完成所预期设定的销售数量，并在实际的过程当中真正体现出惊人的作战风格，飞速地发展新客户及推广产品从而扩展产品销量及知名度，维护产品在当地市场的美誉度。

销售主管工作计划 8

俗话说的好：“火车跑的快，快靠车头带，

一份工作要想有更好的成果，前面的领导人物起着关键的作用。

没错，对于销售主管的我，也对 8 月份的工作做出了新的计划。

工作方向：

1.对经销商的管理定期检查核实经销高的产品库存，配合公司发货时间及物流工作，确保经销商的库存在短期内消化，不出现积压产品及断货现象，同时协调好各分销商的渠道，有销售网络重叠现象的，

避免引起产品价格战。

2.解决产品冲货、窜货问题实行奖罚分明制度管理体系，解决因产品价格大幅度波动造成的市场威胁，查找冲货根源，经核实无误后取消违规经销商的产品促销资格，时间为 1 年，相反，提供有效信息并持有凭证的销售商，公司给予相应的促销补贴政策。

3.销售渠道下沉进一步将产品深度分销，由原来的批发市场深入至农贸市场，在终端的走访中，针对信息的收集，寻找对产品需求量大的消费群。目前，浓缩果汁产品的需求量集中在咖啡馆、茶馆，我们还需要在产品质量和价格上寻找相应的切入点。

目标市场：将对扬州、泰州、盐城、淮安、镇江、连云港、芜湖、马鞍山、安庆、淮南、淮北等苏中、苏北、及安徽局部市场进行开发，搜罗并设立特约经销商，享有与南京经销商同样的经销政策，实行自然销售，特殊区域可视情况而定，是否增派销售人员。

重点促销产品：鸡汁和果汁在 20xx 年将被重点推广，两个产品的消化周期短，但在市场竞争方面优势不明显，准备将相应消化周期长的寿司醋、芥末油，辣椒油等停止促销，从而补贴鸡汁和果汁产品的促销，能起到重点产品的增量效果。

销售队伍人力资源管理：

1.人员定岗南京办固定人数 5 人，终端 4 人，流通 1 人，准备从终端调派 1 人兼跑流通市场，而原负责流通的人员兼跑省内周边城市，开拓空白市场。

2.人员体系内部协调运作每日晨会进行前日的工作汇报，端人员将负责的区域业务工作表格化，流通人员将市场信息和竞品动态提供给终端人员，终端方面的供求信息和网络资料由流通人员安排解决，大家交换意见，进行信息沟通，为销售做好全方位的工作。

3.关键岗位定义，技能及能力要求终端人员销售对象为市内酒店，宾馆、咖啡茶馆等，面对直接消费者进行服务，要求在谈判技巧和国语标准化的程度上有所提高，要有实际的终端业务开发率，流通人员销售目标是为产品打开分销渠道，通过分销过程，最终到达消费者，流通人员要具备清醒的思维，长远的战略眼光，善于沟通、分析、认

真看待问题的启发性和套路背后的逻辑性，打开每一个产品流通的环节，确保产品顺利分销。

4.培训给予全体办事处人员进行定期的培训，在销售技巧及谈判过程上进行实战的演习。

对于 20xx 年工作计划我心里已留底，我相信一切在于行动，把我们所有的计划和目标都付诸于行动，当我们年底再总结的时候一切会有不同的收获

销售主管工作计划 9

我是从事公司销售工作的，在新的一年里我有信心创新高，特拟定三方面的销售人员个人工作计划如下。

一、实际招商开发操作方面

- 1、做好每天的工作日记，详细记录每天上市场情况。
- 2、回访完毕电话跟踪，继续上门洽谈，做好成单、跟单工作。
- 3、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。

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、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。

3、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。

4、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。

5、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）。

6、公司兼职人员也要纳入公司的整体人力资源管理体系。

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、把绩效管理作为公司人力资源管理的重心。

销售主管工作计划 10

作为 4s 销售主管，为了更好的完成销售工作，为此制定 20xx 年的工作计划。

一. 筹备期(开业前六个月)

工作目标：做好各项建店准备工作，保障按期顺利开业 工作重点：
制定初期品牌营销方案和销售/服务经营计划；人员招募与培训；完成厂家各岗位培训认证 店面建设及厂家验收工作(硬件/软件)；开业庆典筹备工作

工作思路：

1. 总经理主要工作：

学习掌握集团管理规定、企业文化，尽快进入总经理角色；

针对厂家商务政策学习、理解和沟通；

学习掌握品牌历史、品牌特点、市场定位、车型卖点；

分析所在区域市场该级别车辆顾客消费习惯、消费偏好；搜集竞争对手年销量、市场价格信息、所占市场份额和主要销售策略；搜集本品牌当地保有量、年上牌量数据；

组织销售、市场团队讨论、研究制定导入期品牌营销方案和销售/服务经营计划；

组织协调集团内外资源，制定店面内部验收、厂家验收、开业庆典活动倒计时工作计划；

二. 导入期(开业后三个月)

工作目标：快速启动公司各项经营活动,健全运营管理基础体系

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/475340023111012003>