篇

在公司内部担当着承上启下的任务，他既是一线的销售管理人员， 同时也需要将公司相关销售政策传达到销售人员。让我们一起来学习 写方案吧。下面是我为大家整理的关于销售主管管理（工作方案）， 假如喜爱可以共享给身边的伴侣喔！

销售主管管理工作方案篇 1

现在我就下一阶段珠宝销售管理的工作方案，制定如下：

第一，在人事管理方面。

1, 聘请和培训管理。依据公司、部门的进展需要聘请人员，做好（入职）前的培训，做好人事聘请，同时做好员工的（职业规划）。

2, 效绩考勤管理。依据各部门、各职位的工作分工，组织制定各 岗位的描述，明确工作内容，上下级工作关系，特权和责任。

3, 办公会议的进程管理。建立、完善现有的早会制度，把工作重 点放在规范工作流程建设上来。

二，生产经营工作：

1, 确保生产目标的状况下，增值增量完成公司安排的详细任务。

2, 加强（平安生产）监督。

3, 组织工作人员定期的培训和学习。

4, 更新公司设备，供应完善销售服务。

第三，珠宝销售的详细任务：

. 分发商标给市内各协作店；

(5) 协作商店之间的销售竞争；

(6) 分发广告宣扬单；

(7) 乐观支援经销商；

(8) 进行讲习会、研讨会；

(9) 增设年轻人专柜；

(10) 介绍新产品。

3 . 协作会的存在方式是属于非正式性的。

(三)提高零售店店员的责任意识，加强零售商店店员对本公司产 品的关怀，增加其销售意愿，应加强下列各项实施要点：

L 奖金激励对策一零售店店员每次售出本公司产品则令其寄送销 售卡，当销售卡达到 10 张时，即赠奖金给本人以激励其销售意愿。

4 . 人员的辅导：

(D 负责人员可利用访问时进行(教育)指导说明，借此提高零售 商店店员的销售技术及加强其对产品的学问。

(2) 销售负责人员可亲自站在店头接待顾客，示范销售动作或进行 技术说明，让零售商的店员从中获得间接的指导。

5 , 德高公司的教育指导：

(1) 让参与协作会的店员也去参与店员的研讨会，借此提高其(销 售技巧)及产品学问、技术。

(2) 通过参与研讨会的店员，扩大对其他店员传授

的销售技术及产品学问、技术、借此提高大家对销售的意愿。

1．的确的广告方案

(1) 在新产品销售方式体制确立之前，临时先以人员的访问活动为 主，把广告宣扬活动作为将来所进行的活动。

(2) 针对广告媒体，再次进行检查，务必使广告方案达到以最小的 费用，制造出最大成果的目标。

(3) 为达成前述两项目标，应针对广告、宣扬技术做充分的讨论。

2．活用购买调查卡

(1) 针对购买调查卡的回收方法、调查方法等进行检查，借此的确 把握顾客的真正购买动机。

(2) 利用购买调查卡的调查统计、新产品销售方式体制及顾客调查 卡的管理体制等，的确做好需求的猜测。

口营业实绩的管理及统计

1．顾客调查卡的管理体制

(D 利用各零售店店员所送回的顾客调查卡，将销售额的实绩统计 出来，或者依据这些来进行新产品销售方式体制及其他的管理。

①依据营业处、区域别，统计一家商店的销售额

②依据营业处别，统计—家商店以外的销售额。

③另外几种销售额统计须以各营业处为单位制作。

(2) 依据上述统计，可观看各店的销售实绩及把握各负责人员的活 动实绩，各商品种类的销售实绩。

（一）必需确立营业预算与经费预算，经费预算的打算通常随营业实 绩做上下调整。

（二）预算方面的各种基准、要领等须加以完善成为示范本，本部与 各事业部门则需交换合同。

（三）针对各事业部门所做的预算、实际额的统计、比较及分析等确 立对策。

（四）事业部门的经理应分年、期、月别，分别制定部门的营业方针 及方案，并提出给本部修正后定案。

口提高经理干部的力量水准

（一）本部与事业所之间的关系

L各事业单位负责人应将事业所视为一企业，以经营者的精神来推 动其运作和管理（另外，本身也须常常参加研修）。

2．事业经理需就营业、总务、经营管理、劳务、选购、设备等各方 面，分年、期、月份制作提出事业部门的方针及方案。

3．事业经理针对年、期及每月的活动内容、实绩等规定事项，提出（报告）。内容除了预算、实绩、差异、分析及反省之外，还须提出 下一个年度、期、月份的对策。

4．本部与营业所之间的'业务管理制度应明确并加以修缮成为可依 循的典范。

（二）事业所内部

.事业经理应依据下列九点,确立事业所内部日常业务运作的管理方式:

(1) 各项帐簿、证据资料等完备。

(2) 各种规章、规定、通告文件资料完备。

(3) 确立'业务方案及规定。

(4) 确立指示、命令制度。

(5) 事务报告制度。

(6) 书面请示制度。

(7) 实施指导教育。

(8) 实施巡察、巡回。

(9) 确立会议制度。

2 .必需贯彻实施此管理制度，使其对销售和完成预算有直接贡献。

口提高负责人员的力量水准

(一)经理人员的指导教育〒匠Ⅰ若上司的经理及科(股)长应对负 责人员进行有关情报收集、争论对策处理等等的教育指导。

(二)销售应对基准的制作^涸鹑嗽庇。澜范铝幸点制作销售的应 对基准，并利用此基准对负责人员进行教育训练。

1 .销售应对基准Ａ7 镶歉涸鹑嗽倍粤闵舞嘿骷暗暝/挠Ｘ曰准。

2 .销售应对基准Ｂ 涸鹑嗽被蛀阅口痰甑暝苯哟顾客时的基准。所 谓基准是将各负责人员的胜利例子筛选后发表出来。

3.顾客调查卡的实绩统计^据各地区分(负责人别)所收集到的顾 客调查卡，做销售实绩的统计、管理及追踪。

营销管理部经过全体员工的共同努力，精彩的完成了 20_年的营 销及发车工作，面对取得的业绩，我们“胜不骄，败不馁”，展望 20_ 年，营销管理部布满了盼望和热忱,在公司领导的带领下，内强素养、外塑品牌，迎接每一个挑战，战胜每一个困难，争取超额完成公司下 达的任务。详细工作支配如下：

1、20—年销售收入完成方案支配

按月销售收入完成方案如下表：国内销售收入 5000 万元。

注：不包括—公司 20_年的 20_万销售收入。

按代理公司任务安排方案如下表：

注：—公司负责国外市场 20__年 20__万的销售收入方案。

2、20_年方案具备 12 家代理商、20 家经销商的渠道规模，进一 步开拓未掩盖销售区域，拓宽渠道，加强销售工作的规范和管理，对 于各代理公司，实行专人、专车、日报、周报的管理模式，32 家代 理、经销公司及 1 家—公司，掩盖全国各个省份及国外市场。

3、连续推广服务标准化，塑造—服务品牌形象。借助—市场宣扬 平台及—品牌知名度来进行广告宣扬和产品市场推广。借助_强大的 研发平台和技术储备力气快速推动市场需求的新型产品。

4、制定稳定的价格体系及合理的销售管理模式。严格掌握发货和 回款准时性，充分把握代理及客户财务状况，削减应收账款风险。以 成本为基础，以同类产品价格为参考，使价格具有竞争力，顺应市场 变化，准时敏捷调整。

、整合业务、理顺流程，依据详细状况适当增加部分岗位人员。

营销管理部各岗位人员配置如下：

6、建立初级培训制度、以自培为主、激发潜力。管理人员也要去 市场学习、接触用户、了解竞争对手，以便利日常工作。

培训方案表如下：

7、实行内部轮岗制度，让大家业务互通，能弥补人员的不足，协 作公司整体新的销售体制，制定完善市场销售任务方案及业绩考核管 理实施细则，提高部门的销售业绩，激发、调动员工的乐观性。

8、完善销售发车程序，与发车相关部门协作，根据新流程执行

9、建立合同管理台账，每一份合同分项逐条记录，保证合同从签 订到下单生产、入库及发车、回款等每一步骤顺当进行，全面实行台 账跟踪制度直至合同执行完毕。

销售主管管理工作方案篇 5

由于没有专业化的销售团队管理方案，可以造成各种各样的问题， 而且有些问题假如不能准时解决，还会随着进展，变得越来越难以解 决，形成销售管理的恶性循环。一些问题在相当多的公司内部，很有 典型性：

1 . 有方案没结果

月初，经理让每个销售员做销售方案，但是到了月底，方案却总是 不能完成。每个人都会讲出自己的理由，状况非常简单，经理也不知 道真正的缘由在哪里，看到那么多人没有完成方案，就笼统地要求大 家，吸取教训，再做新方案。于是，还是没有完成。这和没有相关的 销售方案和评估流程有关。

. 好阅历难于推广

很多公司有很多精英和骨干，他们有许多胜利阅历，可是大部分人 员往往阅历平平，由于胜利的阅历，难于共享，整体业绩不能普遍提 高。人员的进展受到了限制。这和没有合理的学习和阅历共享流程有 关。

3 . CRM的应用成为进展的桎梏

有的公司为了避开由于人员流淌造成的业务流失，花费巨资购买了 客户关系管理软件，下死命令要求销售人员填写信息。可是一段时间 下来，不但没有任何进展，而且减低了工作效率，搞得怨声载道。软 件不但没有帮上忙，而且制约了销售团队的进展，这和没有配套的重 点客户管理流程有关。

以上的部分问题是病症，病因出在销售管理流程不健全或不专业上。 最终会造成人均效率和生产力降低，业绩下降，危及企业生存。假如 制定和执行好符合企业业务进展特点的销售管理流程，不但可以使没 有阅历的销售经理，快速成长，提高管理效率，而且销售管理的其他 主要的管理也都可以得到解决，提高企业的业绩。

销售管理流程是什么?

为了把问题搞清晰，我们先谈谈什么是销售管理流程？对大多数销 售经理而言，回答这个问题并不简洁，外企的新经理也不例外，记得 在一次大区经理睬上，没有人能精确 回答这个问题。最终， 总经理不得不说明，“销售管理流程是关心销售经理达到团队销售目 标的一系列管理活动从他的话里面，我们可以发觉，销售管理流 程不是单一的、独立的按时间规定的操作方法，而是为实现团队目标 而设定的之间有关联的多个流程的合理

销售管理流程的价值是什么？

既然销售管理流程服务于销售管理，那么销售管理是什么？我们都 知道销售管理和一般的人员管理有相同的内容，比如，需要（领导力），需要沟通技能，但是销售管理有它自身很强的特点。

一个经理手下有 10 来个销售员，公司规定销售员每天要把时间花 在做业务上，由于公司已经付钱让他们这样做了。理论上讲，作为销 售经理必需清晰每个销售员每天的每时每刻在做什么。然而现实状况 非常简单，销售员往往都很精明和不好管，有的销售还要在外出差， 管理的简单性不说也知道了。

对于新的经理人来讲，由于阅历不足，了解每人，每天做什么不是 件简单的事，况且还要针对主要销售大事的开头、进展和成交等阶段 的销售行为和实地状况给于指导、监督和掌握，就更加困难了。因此 对团队全部关键业务和每人所发生的主要业务大事、处理的时间和进 展做出动态管理和打算，没有合理的具体记录是肯定不行的。必需有 报告系统成为销售管理的必定。生意越简单，报告的内容也就越简单。 因此销售管理是销售行为的过程管理。

有阅历的胜利销售管理者，不管内外部状况有多简单，都能够确保 公司规定的销售目标按期完成。但是，他们是公司的管理精英，是公 司的少数，大多数的经理人还处在摸索中，特殊是新经理，业绩忽高 忽低，特别让人焦急。公司的领导特别盼望让业绩不好的经理能够快 速学习胜利经理的阅历，让他们和胜利的经理一样业绩精彩。

也未必能快速提高，由于谁都知道阅历的取得，不仅需要有效的学习， 更需要肯定的时间和实践，等那些新经理们成熟要多久？假如太久， 团队的业绩又会怎样？有什么方法吗？

奥运冠军刘翔的训练过程是很简单的，教练把别人夺冠的过程录下 来，再分成若干的行为组，然后把每组分解为单个的细节动作，比如， 前脚落地的角度。这样，简单的过程就变成简洁的动作，可以逐一练 习突破了。专家们称这个分解和复制胜利的过程为“行为分析法”。 特点是将难于立刻学习的简单阅历转化为可复制的简洁步骤。

胜利的公司也采纳了培育奥运冠军的方法，分解管理动作，形成流 程，从而可以让其他人便利地把胜利复制。公司的流程讨论专家们， 通过行为分析的方法，首先将胜利的销售管理阅历分解为主要的几个 领域，在对每个领域又分解为要做的若干简洁大事，并且按时间和内 容的重要程度排列为序，就形成了可以操作的销售管理流程。这样，没有阅历的经理按流程反复做，最终成长很快，很快目标就可以达到 了。这和不懂摄影的人用傻瓜相机有点像。

那些已经固化在傻瓜相机的程序，就是管理流成。甚至公司的规模 大了，有地区分公司，甚至跨国分公司，由于，大家用的都是基本一 样的流程一一胜利阅历的复制，胜利阅历的把握和执行，也就不受限 制了。当然，业绩就比较简单提升了。

销售管理流程的主要内容

销售团队的目标的主要内容是实现销售目标，不管中国、外国同样 重要。

客户管理目标和团队 成长目标等。

由于，有的时候我们不仅要追求短时间的胜利，还要保 证持续的胜利和进展。以下是某个跨国公司的销售管理流程，共分为 三个模块和十二个部分。

主要内容是这样的：

1 . 首要任务模块

由 4 部分组成：

2 . 猜测

3 . 方案和评估

4 . 行动评估

5 . 区域评估。主要目的是管理和检查与销售目标直接相关的短期活 动。

2. 辅导和检查任务模块

主要目的是检查评估一段周期内，如：一个月、一个季度或半年内 的销售的管理综合状况。分为：

1、重要产品和服务评估

2^现场访问指导

3、销售运作评估

4、客户关系评估。

3. 学习共享和激励任务模块

主要目的是确保销售团队内部河销售团队之间的阅历的沟通和学 习提高，是团队建设，短期也是长期的任务。也分为 4 个部分：

1, 分析市场和安排工作。为了保持维护老客户以及进展新客户， 公司要以杭州市区中心开头进展，建立一个发散型构架的市场。

团队建设和组织建立一个熟识业务，相对稳定的销售队伍团队。

3,完善的营销体系，建立明确的业务管理系统。完整的销售管理 系统的目的是让销售人员充分调动他们的工作乐观性，让他们对工作 有高度的责任心，努力提高销售人员的仆人翁意识。

4,培训销售人员在工作当中发觉问题，分析问题与解决问题的力 量。

5,销售目标。今年的销售目标是基本实现了每月实现30万元销售 额。

这些都是今年珠宝销售管理的工作方案，欢迎董事会各成员提出新 看法或建议。

销售主管管理工作方案篇2

（上半年（工作（总结））：

今年上半年以来，经过20_年国家国八条、限购等宏观调控政策， 导致了人们对房地产市场观望态度的持续，给原本简单的房地产市场 更是雪上加霜，在这种状况下，营销管理部在公司领导的关怀和公司 各部支持协作下，营销管理部全体员工本着“以完成经济任务指标 为中心，追求经济效益最大化为第一，以提高服务质量、开拓创新销 售（渠道）和经营模式为主题”的宗旨,齐心协力,为完成公司下达 的经济任务作出了不懈的努力；现将主要实际销售收入、主要完成工 作及下半年工作准备汇报如下：

1、团队例会

2、销售经理睬

3、销售现场会

4、优秀销售学校。

那么销售管理流程如何详细发挥解决销售管理问题的效果呢？以 下就前

销售管理流程如何解决问题？

1．解决“有方案没结果”的问题

利用销售管理流程的模块1中的“方案和评估”流程，可以解决这 个问题。流程规定：月初，经理不是先让销售员做方案，而是对销售 员的销售报告召开一对一的检查会，逐一了解销售机会的进展和问题， 帮助给出解决的方法。规定还要求经理要排定和销售员一起访问客户 的详细名称和时间。比如：与每个销售员每周不少于两次访问。

流程进一步规定，依据销售报告的记录，评估月销售目标达成的可 能性，以及不能达成的补救措施。最终，会议结束后，形成了一份虽 然简洁，但是重点突出的月方案和评估报告。这个月方案的制定和执 行被规定为销售经理和销售员一起完成，他们共同对结果负责，双方 不仅要在上面签字，而且每周还要对方案进行检查和修订。胜利在于 细节，这样的管理流程对保证结果的达成非常有关心，因此最大限度 地避开了有方案没结果的发生。

2．解决“CRM成为进展桎梏”的问题

造成上述问题的缘由很大可能是由于标准化的CRM的信息录入要 求和销售管理流程对销售员的信息记录和报告的要求不全都。销后经 理可以应用销售管理流程的模块二——辅导和检查中的“客户关系评 估”流程，来解决这个问题。流程规定：作为重点客户经理在不同的 时间间隔要填写、补充和修改的客户信息的内容，而且还规定销售经 理定期对每个重要客户，以客户管理信息的记录为依据，评估公司与 客户生意机会和关系的进展状况，处理问题并制定新的开发方案。流 程要求销售人员要在评估前，针对

流程还规定假如有必要，可以邀请产品经理、全国客户经理、客户服 务经理和地区负责人一同参与。这样 CRM 的信息，不仅有人不断加入，检查和评估，而且，可在全国，甚至全球共享，信息越来越完善，容 量也不断增长，最终成为了支持业务的好工具，而不是绊脚石。

3 . 好阅历难于推广？

利用销售管理流程第 3 模块——学习共享和激励，可以解决这个问 题。以利用“团队例会”这流程为例，在销售周例会上，销售经理请 销售胜利的销售员介绍详细的胜利步骤和阅历，销售经理现场对胜利 的案例加以分析和提炼，让其他销售员拥有学习和借鉴的机会。

从以上的例子我们看出，好的销售管理流程来自于胜利者的阅历， 然而却并不难于仿照，由于经过了专家的分析和提炼，从而形成了一 般人可以直接执行的便利步骤。使得更多的人都可以像胜利者那样做 事。更多人对流程的不断执行、添加和改良，相当于不断地复制了胜 利。好的销售管理流程，可以关心销售经理提高团队效率，顺当地实 现了企业的业绩要求。

销售主管管理工作方案篇 6

中国文字之“团队”有“口” “才”的人和一群“耳”听的“人” 组成的组织。

团队是由员工和管理层组成的一个共同体，该共同体合理利用每一 个成员的学问和技能协同工作，解决问题，达到共同的目标。初步 营销：

1：新老员工对我行信用卡的熟悉及它行信用卡的对比，了解我行 信用卡在东莞的品牌价值。

：新业务员以自我的人脉关系入手为主，完成自我的基本业绩。 以陌拜为辅。帮助新业务员走出信用卡营销的第一步。同时给新业务 员穿插信用卡营销技巧及工厂谈点技巧（论人而定）。老业务员要以个 人的实际状况而定。

3：工作支配：依据公司下达的任务分摊到每人每月每周每日完成 任务的基础上提高个人业绩。主要的销售方法提高个人的素养加强团 队管理，开展一些企业摆点、超市摆点,制定嘉奖制度及激励方案.日 常工作：

1：早会,夕会,产品新增功能及促销活动,嘉奖制度及当日任务，销 售流程各阶段话术。

2：帮助业务员确定当日方向，保证客户质量，帮助业务员完成当 日任务，伴随个别业务员作业。

3：准时帮助业务员回答客户的各种问题，涉及信用卡的条款，规章，后期服务及市场信息。

4：监督业务员做到三亲及八项原则。

业绩跟踪

喜报：准时反馈银行业绩亮点，批卡率及已通过的卡数，点数。战 报：每周业绩排行，准时总结销售业绩及个人业绩排名，团队排名， 并设置优秀人物专栏。

专访:对业务销售绩优的员工进行专访,共享阅历心得，激励士气， 营造良好的销售气氛。对业务销售较差的员工进行专访，总结销售的 方法，方向有何不足，加以分析和鼓舞。

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/548050077063006065