

最新公司销售计划的制定 公司销售计划销售总监要完成模板(10篇)

作者：有故事的人 来源：范文网 www.wtabcd.cn/fanwen/

本文原地址：<https://www.wtabcd.cn/fanwen/meiwen/c4a8d2e1b2eedf2c57455b06d84795b.html>

范文网，为你加油喝彩！

时间就如同白驹过隙般的流逝，我们又将迎来新的喜悦、新的收获，让我们一起来学习写计划吧。计划怎么写才能发挥它最大的作用呢？下面是小编整理的个人今后的计划范文，欢迎阅读分享，希望对大家有所帮助。

公司销售计划的制定 公司销售计划销售总监要完成篇一

在下月工作计划中下面的几项工作作为主要的工作重点：

1、在店长的带领下，团结店友，和大家建立一个相对稳定的销售团队：销售人才是最宝贵的资源，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我们店的根本。在以后的工作中建立一个和谐，具有杀伤力的团队是我和我们所有的导购员的主要目标。

2、严格遵守销售制度：完善的销售管理制度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、销售目标：我的销售目标最基本的是做到天天有售货的单子。根据店内下达的销售任务，坚决完成店内下达的营业额任务，打好年底的硬仗，和大家把任务根据具体情况分解到每周，每日；以每周，每日的销售目标分解到我们每个导购员身上，完成各个时间段的销售任务。并争取在完成销售任务的基础上提高销售业绩。

我认为我们金种子酒的发展是与全体员工综合素质，店长的指导方针，团队的建设是分不开的。建立一支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。

公司销售计划的制定 公司销售计划销售总监要完成篇二

在xx年刚接触这个行业时,在选择客户的问题上走过不少弯路,那是因为对这个行业还不太熟悉,总是选择一些食品行业,但这些企业往往对标签的价格是非常注重的.所以今年不要在选一些只看价格,对质量没要求的客户.没有要求的客户不是好客户。

xx年的计划如下、

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媒体获得更多客户信息。

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向结合。

四、今年对自己有以下要求

- 1、每周要增加?个以上的新客户，还要有到个潜在客户。
- 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，再做好准备才有可能不会丢失这个客户。
- 4、对客户不能有隐瞒和欺骗，这样不会有忠诚的客户。在有些问题上你和客户是一直的。
- 5、要不断加强业务方面的学习，多看书，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。
- 6、对所有客户的工作态度都要一样，但不能太低三下气。给客户一好印象，为公司树立更好的形象。
- 7、客户遇到问题，不能置之不理一定要尽全力帮助他们解决。要先做人再做生意，让客户相信我们的工作实力，才能更好的完成任务。
- 8、自信是非常重要的。要经常对自己说你是最好的，你是独一无二的。拥有健康乐观积极向上的工作态度才能更好的完成任务。
- 9、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。
- 10、为了今年的销售任务每月我要努力完成?到?万元的任务额，为公司创造更多利润。

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

个人工作总结

xx年即将过去，在这将近一年的时间中我通过努力的工作，也有了一点收获，临近年终，我感觉有必要对自己的工作做一下总结。目的在于吸取教训，提高自己，以至于把工作做的更好，自己有信心也有决心把明年的工作做的更好。下面我对一年的工作进行简要的总结。

我是今年三月份到公司工作的，四月份开始组建市场部，在没有负责市场部工作以前，我是没有

销售经验的，仅凭对销售工作的热情，而缺乏行业销售经验和行业知识。为了迅速融入到这个行业中来，到公司之后，一切从零开始，一边学习产品知识，一边摸索市场，遇到销售和产品方面的难点和问题，我经常请教经理和北京总公司几位领导和其他有经验的同事，一起寻求解决问题的方案和对一些比较难缠的客户研究针对性策略，取得了良好的效果。

通过不断的学习产品知识，收取同行业之间的信息和积累市场经验，现在对市场有了一个大概的认识和了解。现在我逐渐可以清晰、流利的应对客户所提到的各种问题，准确的把握客户的需要，良好的与客户沟通，因此逐渐取得了客户的信任。所以经过大半年的努力，也取得了几个成功客户案例，一些优质客户也逐渐积累到了一定程度，对市场的认识也有一个比较透明的掌握。在不断的学习产品知识和积累经验的同时，自己的能力，业务水平都比以前有了一个较大幅度的提高，针对市场的一些变化和同行业之间的竞争，现在可以拿出一个比较完整的方案应付一些突发事件。对于一个项目可以全程的操作下来。

存在的缺点：

对于市场了解的还不够深入，对产品的技术问题掌握的过度薄弱，不能十分清晰的向客户解释，对于一些大的问题不能快速拿出一个很好的解决问题的方法。在与客户的沟通过程中，过分的依赖和相信客户，以至于引起一连串的不良反应。本职工作做得不好，感觉自己还停留在一个销售人员的位置上，对市场销售人员的培训，指导力度不够，影响市场部的销售业绩。

在将近一年的时间中，经过市场部全体员工共同的努力，使我们公司的产品知名度在河南市场上渐渐被客户所认识，良好的售后服务加上优良的产品品质获得了客户的一致好评，也取得了宝贵的销售经验和一些成功的客户案例。这是我认为我们做的比较好的方面，但在其他方面在工作中我们做法还是存在很大的问题。

下面是公司xx年总的销售情况：

从上面的销售业绩上看，我们的工作做的是不好的，可以说是销售做的十分的失败。在河南市场上，产品品牌众多，天星由于比较早的进入河南市场，产品价格混乱，这对于我们开展市场造成很大的压力。

客观上的一些因素虽然存在，在工作中其他的一些做法也有很大的问题，主要表现在：

1) 销售工作最基本的客户访问量太少。市场部是今年四月中旬开始工作的，在开始工作倒现在有记载的客户访问记录有个，加上没有记录的概括为个，八个月天的时间，总体计算三个销售人员一天拜访的客户量个。从上面的数字上看我们基本的访问客户工作没有做好。

2) 沟通不够深入。销售人员在与客户沟通的过程中，不能把我们公司产品的情况十分清晰的传达给客户，了解客户的真正想法和意图、对客户提出的某项建议不能做出迅速的反应。在传达产品信息时不知道客户对我们的产品有几分了解或接受的什么程度，洛阳迅及汽车运输有限公司就是一个明显的例子。

现在河南市场品牌很多，但主要也就是那几家公司，现在我们公司的产品从产品质量，功能上属于上等的产品。在价格上是卖得偏高的价位，在本年销售产品过程中，牵涉问题最多的就是产品的价格。有几个因为价格而丢单的客户，面对小型的客户，价格不是太别重要的问题，但面对采购数量比较多时，客户对产品的价位时非常敏感的。

公司销售计划的制定 公司销售计划销售总监要完成篇三

公司今年制定的销售计划表约5亿，这在重庆财富中心历史上又是一个刷新纪录的数据。因此无论对公司还是对个人都是任务最为艰巨的一年。同时，这也几乎是重庆项目历史上最后的可售物业。为了不给自己的职业销售生涯留下遗憾，为了还能朝自己的理想往前更迈进一步，我不得不做更多的努力，不得不做更多的探索和尝试，这肯定会成为我人生中至关重要且弥足珍贵的一年。而且因为今年的重大任务，我也把原本的结婚计划往后延迟一年，我希望我可以排除所有杂念，全身心的投入到最后的冲刺中。

待明年今日，回眸过去，幻想着眼里所见幸福犹如花儿般绽放……还幻想着，在那散落的花瓣中，尽情的挥洒和跳舞……

在开盘准备期和销售期个人制定的销售任务为8000万。具体为商业争取突破5000万。写字楼达到3000万以上。分解为具体物业是争取商业销售一栋湖滨商业再加零星铺面。写字楼销售达到2层以上。困难重重，但不失自信。不单是和其他项目去竞争，也要在同事的竞争不甘人后。全重庆可售同类型高档物业很多，包括甲级写字楼，商业街门面，怎么进行对拼，需要有良好的踩盘和避实击虚的准备功夫。内部环境同事中，二部的赵星豪，天天神秘的做着准备功夫，一会儿约柯娜和客户见面，一会儿和章总汇报，他拥有中国银行等几组大客户资源。吴红仍然一丝不苟的做着热线回访工作。本部的王睿，一如既往的勤奋，约着很多客户来看图纸，我也帮忙接待过，非常准。吕恺则具有很好的大客户资源，如中铁物资等可以购买5000万的大客户。

而我有什么？面对他们的努力，我自行惭愧，除了像守财奴一样数着迟早会发完的佣金，我还有什么？龟兔赛跑的结局每个人都那么清楚，我可能是只兔子，应该是快要睁开眼睛的时候了……

3—4月份，第一个工作：回访和预约一部分初步意向客户。了解客户真实需求，全方面的了解自己的产品。记录客户所提出问题。第二个工作：全方位的市场调研，了解竞争对手的全面情况。针对性地进行对拼。

5—6月份，耐心回访广告热线，细心接待开盘前来访新客户。预约准客户，保证自己的客户能在开盘时买到心仪的房源。

6—8月份，集中开盘持续期，不放过每一个有意向的客户，在热销氛围中助添一把火。

另外对公司的建议是：商业和写字楼同时开盘。由于本项目本就不大，人气本就不像很多住宅楼盘那么旺，如果再把很少的客户分成两拨，

一是降低了热销的气氛，且容易打击客户投资信心和队伍的士气，

二是销售人员可做工作实在单一，容易在唯唯诺诺的不知去向中放走一部分投资客户。

因为客户总是会等，以为你还有秘密，或者对你的商业产生担心。再者，集中推广能为公司节约一部分营销推广费用。还可以综合很多因素来力证要集中开盘的种种优势。包括公司的回款等等。希望公司领导着重考虑。

销售行业非常的残酷，一将功成万骨枯，衡量的标准也异常单一，就是你最后的那个数字。总之，三分天注定，七分靠打拼，爱拼才会赢！而我把这首歌反过来唱：“爱赢才会拼。”

公司销售计划的制定 公司销售计划销售总监要完成篇四

金立基公司从1996年进入粘合剂行业，经过10多年的发展，已经在印后包装行业这个细分市场取得了不错的成绩，但是业务的发展还是局限在珠三角尤其是广东地区。而据不完全统计整个广东省生产同类产品的厂家不下500家，而胶水行业是一个技术门槛相对较低的行业，导致了行业竞争已经呈现一种白热化状态，带来的直接后果是市场的萎缩和毛利率的下降。公司要想取得进一步扩张和规模效益，已经不能仅仅局限于珠三角市场，另外国家区域经济的振兴计划让长三角以及中西部地区的工业呈现快速增长的过程，其中当然包括印后包装行业，公司管理层在此种环境下做出走出广东、开拓全国市场的决策是非常英明的。我有幸能够参与这场抢占全国市场，塑造金立基品牌的战斗中，感到非常自豪，但是也深感任务的沉重，以下是我根据公司决策层制定的销售计划而做出的区域市场开发计划，仅作参考，希望能对公司有所帮助，请帮忙斧正！（此计划以华东区为目标区域）

根据公司整体规划，今年6到12月份华东区6省2市（浙江省、江苏省、四川省、山东省、安徽省、湖北省、上海市、重庆市）共承担销售指标1092万，其中包括直营店3家（销售定额180万，每人每月7.5万），开发大、中型专业客户（终端）13家以上（销售定额720万，每人每月30万），开发经销商4家（销售定额192万，每家每月8万）。充分利用行业内大客户影响力和杠杆效应，带动中小客户的销售。另外通过设立直营门店以及广告宣传等方式让当地市场对金立基的产品和服务有个初步的了解，透过经销商和业务人员的努力，实现业务的快速增长和品牌形象的初步建立。

华东市场是金立基从来没有涉猎的空白市场，没有任何经验作为借鉴，并且今年留给我们的时间并不多，任务的艰巨程度可想而知。要想保证销售任务能顺利地完，必须要有一个完整而细致的规划作为指导。

其中尤为重要是5月15号至6月底这一个半月的时间。不仅要做好区域办公地点以及直营门店的建设工作，还要确保实现销售指标的完成，对这一个半月我的具体安排如下，

第一阶段（5月8号至6月30号）

1) 区域市场的进一步细分（5月8日）

区域经理和营销人员一起细分区域，要把握以下几个原则：第一，为了方便区域经理的管理工作，区域办事处所在城市要由区域经理亲自负责。第二，公平原则，每个营销人员所负责区域以及承担指标成正比，指标可以根据以后市场的实际情况作适当调整，第三，自愿原则，营销人员可以根据自己的实际情况选择自己熟悉或者有优势的区域，前提是其他人员也同意。若两个营销人员选择同一个区域，则采取“抓阄”方式决定。区域一旦划定短期内将不会再做更改，营销人员必须严格遵守公司规定，不得跨区销售或报价，特殊情况需报区域经理批准方可。

2) 业务员spin技巧培训（5月10日上午）

1.首先，利用情况性问题（situation questions）（例如贵司生产什么样产品？...）来了解客户的现有状况以建立背景资料库（行业、产品、目前选用哪家供应商...），从业人员透过资料的搜集，方能进一步导入正确的需求分析。此外，为避免客户产生厌烦与反感，情况性问题必须适可而止的发问。

2.然后，营销人员会以难题性问题（problems questions）（如你的保障够吗？对目前所使用产品满意吗？...）来探索客户隐藏的需求，使客户透露出所面临的问题、困难与不满足，由技巧性的接触来引起准保户的兴趣，进而营造主导权使客户发现明确的需求。

3.其次，营销人员会转问隐喻性问题（implication questions）使客户感受到隐藏性需求的重要与急迫性，由从业人员列出各种线索以维持准客户的兴趣，并刺激其购买欲望。

4.最后，一旦客户认同需求的严重性与急迫性，且必须立即采取行动时，成功的从业人员便会提出需求 - 代价的问题（need - payoff questions）让客户产生明确的需求，以鼓励客户将重点放在解决方案上，并明了解决问题的好处与购买利益。

在营销人员进行客户拜访之前，要通过一对一的面谈去了解每个人的心理状态，并作出一些有针对性的培训，这样做的目的第一是消除营销人员的紧张心理提振士气，第二是解决有些新业务员对营销实战技巧方面的欠缺，保证其能够较好的完成第一次的陌生拜访。

3）办事处的前期筹备工作（5月12--14日）

区域经理应该在5月11号出发去上海进行办事处的前期准备工作，花不超过三天的时间物色一间合适的两房一厅或者两房两厅作为区域大本营，租房选址原则：一，环境安全、交通便利；二，价格实惠；三，手机信号良好，四，房间最好能有少量家私（床、衣柜、办公桌、热水器等等）。要确保成本控制在公司预算范围之内。区域经理租好房后及时向公司汇报，并帮助购置办公以及居住的必需品（如电脑、电话、打印机、传真机、床、热水器等）。

4）客户资料的收集以及电话预约（5月15--22日）

区经理及营销人员通过网络及其它方式找出自己所属区域的目标客户（彩印厂、礼盒厂、纸袋厂、皮具箱包厂等），务必在三天时间里找到200个准客户的地址、联系人、联系电话等相关资料，并将其整理成电子文档形式存档，以方便以后的联系跟进。然后通过两天时间，对找出的目标客户进行逐一电话访问，争取获得更多信息（客户是否可以使用到我司产品，每月需求量，目前使用哪个牌子产品，什么价位等），并尽量提前预约拜访。接下来对第一次电话联系所收集的信息进行分类整理，找出有采购意向的客户进行第二次电话交谈，本次电话交流的目标是预约到30家客户接受我们到厂拜访。

5）第一次出差（5月23-6月5日）

营销人员根据自己前期电话预约的情况制定一份短期的出差计划（5月24号至6月5号），其中包括具体时间安排和拜访哪几家客户，拜访目的以及期望取得怎样的效果。业务员将各自出差报告呈交区域经理整理汇总后提交营销经理，获批后方可出差。出差的这段时间，

公司销售计划的制定 公司销售计划销售总监要完成篇五

在市场竞争日趋激烈的今天，xx公司全体员工摸爬滚打地走过了将近一年的时间。销售部作为企业的主力军，肩上的责任举足轻重，对于销售部来讲，我们的职责就是不断地开拓销售渠道，寻求最适合企业发展的战略合作伙伴，不断地把企业的产品推向市场，捕捉前沿信息，结合企业实际情况，在维护现有市场的前提下，把握时机开发潜在客户，注重销售细节，稳固和提高市场占

有率，积极争取圆满完成任务。

下面，销售部将xx年工作计划作如下汇报：

xx年产品销售额初步定额xx万元，平均每月xx万元，比xx年同比增长约xx个百分点(附下表：略)

- 1、销售部定期收集销售方面各种数据，建立用户档案(客户联系方式、地址;客户维护责任人、付款方式、信誉状况等)
- 2、月底及时跟客户对账，方便货款的回收。
- 3、经常跟客户保持密切联系，对市场信息及时跟踪分析，探寻公司需求、发展状况、资金流动情况。对我公司销售方面提出意见和建议，包括对产品质量、价格浮动、用户用量及市场需求，以及对其他厂家产品的反应和用量。
- 4、与我公司发生业务关系的客户，尽最大可能性签订销售合同和气瓶租赁合同，定期调查客户的气瓶库存情况、货款回收情况以及其他经营情况。按上级规定，及时、准确、完整上报日报表、月报表等一系列相关数据。
- 5、销售价格根据实际情况，采取高品质、高价格、高利润空间为原则，就高不就低，做到不丢失一个客户，不放过一个客户。本着公司效益大于一切的宗旨，严格按照xx公司产品销售报价单标准执行。
- 6、由于xx公司与xx公司、xx公司销售产品的不同，导致销售策略方针等一系列问题的应对技巧也不尽相同。最关键的就是气瓶的管理(气瓶管理严格按照《气瓶管理办法》)，在不损耗公司利益的前提下，随机应变。

- 1、加强对实体单位的开发
- 2、深化梳理销售渠道、拓宽市场，使xx公司为方圆xx公里市县城工业用气企业所悉知。
- 3、加强对优质客户的开发和利用。
- 4、在未来市场做大的同时，要合理安排车派工作(驾驶员、危货车辆的外出等相关事宜)。一方面要保证客户的货源及时，另一方面要稳固加强与客户的长期合作关系。
- 5、防止价格战的产生。

- 1、xx年销售采取责任到人、划分片区的方式进行营销。
- 2、责任人要对自己所开发客户的货款回收、气瓶管理等信息及时跟踪汇报。

- 1、目前，按照产品销售状况与市场表现，我们的产品大致可以分为三个梯队，第一梯队即xx、xx、xx，第二梯队即xx、xx、xx，第三梯队即xx、xx。

xx年公司的发展与整个公司的员工素质，公司的指导方针，团队的凝聚力是分不开的。在决策之

上，提高执行力的标准，建立一个良性循环的工作模式和工作环境。以高效益、高质量为前提，集各家之所长，为公司未来的发展前景涂上浓墨重彩的一笔。

公司销售计划的制定 公司销售计划销售总监要完成篇六

在20xx年刚接触这个行业时，在选择客户的问题上走过不少弯路，那是因为对这个行业还不太熟悉，总是选择一些食品行业，但这些企业往往对标签的价格是非常注重的。所以今年不要在选一些只看价格，对质量没要求的客户。没有要求的客户不是好客户。

20xx年的工作计划

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媒体获得客户信息。

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：每周要增加个以上的新8客户，还要有到17x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，再做好准备才有可能不会丢失这个客户。

4：对客户不能有隐瞒和欺骗，这样不会有忠诚的客户。在有些问题上你和客户是一直的。

5：要不断加强业务方面的学习，多看书，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。

6：对所有客户的工作态度都要一样，但不能太低三下气。给客户一好印象，为公司树立更好的形象。

7：客户遇到问题，不能置之不理一定要尽全力帮助他们解决。要先做人再做生意，让客户相信我们的工作实力，才能更好的完成任务。

8：自信是非常重要的。要经常对自己说你是最好的，你是独一无二的。拥有健康乐观积极向上的工作态度才能更好的完成任务。

9：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。

10：为了今年的销售任务每月我要努力完成达到1717万元的任务额，为公司创造利润。

公司销售计划的制定 公司销售计划销售总监要完成篇七

上海***公司在总公司的领导、帮助和支持下，公司已具有初步规模，为国内市场的全面发展打下了基础。尤其是在市场的拓展、新客户的开辟，***品牌在国内都已烙下深深的影响。销售额逐月增长、客户数额月月增加、市场的占有率已由原来的华东地区纵向到东北地区，并已着手向西南、西北地区拓展。***产品销售和***品牌在国内信誉大大提高，为***公司在国内的市场拓展作了良好铺垫。由于主客观因素，与总公司的要求尚有相当距离。上海***公司在总结20xx年度工作基础上，决心围绕20xx年度总公司目标，坚持以“内抓管理、外拓市场”的方针，并以“目标管理”方式，认真扎实地落实各项工作。

创新求实、开拓国内市场。根据去年的基础，上海公司对国内市场有了更深的了解。产品需要市场，市场更需要适合的产品（包括产品的品质、外型和相称的包装）。因此，上海公司针对国内市场的特点，专门请人给公司作销售形象设计，提高***公司在中国市场的统一形象。配合优质的产品，为今后更有力地提高***公司在中国的知名度铺好了稳定的基础。

同时，建立健全的销售网络体系，使***开拓中国市场奠定了销售分点。上海公司拟在3月初招聘7-8名业务员，全面培训业务知识和着力市场开发，灌输***实施理念。

- 1.全年实现销售收入2500万元。利润：100-150万元；
- 2.***产品在（同行业）国内市场占有率大于10%；
- 3.各项管理费用同步下降10%；
- 4.设立产品开发部，在总公司的指导下，完成下达的开发任务；
- 5.积极配合总公司做好上海***开发区的相关事宜及交办的其他事宜。

销售市场的细化、规范化有利操作。根据销售总目标2500万，分区域下指标，责任明确，落实到人，绩效挂钩。

- 1.划分销售区域。全国分7-8区域，每个区域下达指标，用考核的方式与实绩挂钩，奖罚分明；
- 2.依照销售网络的布局，要求大力推行代理商制，争取年内开辟15-20个省级城市的销售代理商；
- 3.销售费用、差旅费实行销售承包责任制；
- 4.设立开发产品研发部，力争上半年在引进技术开发人员3-5人的基础上，下半年初步形成新品开发能力，完成总公司下达的任务计划数；
- 5.加强内部管理，提高经济效益：

财务销售成本：核算是国内市场的关键。进、销、存要清晰，月度要有报表反映，季度要有考核，力争销售年度达标2500万，成本下降5%；

人力资源管理：根据总公司要求，结合上海公司工作实际配置各岗相应人员。用科学激励机制考核，人尽其才，爱岗敬业，每位员工以实绩体现个人价值；

产品开发费用管理。

上海***公司还有很多工作需努力开展，还有许多事项要切实去落实。为此我们要紧紧围绕总公司工作要点，结合公司实际，在20xx年度中承担应负的责任，为总公司的战略目标实现作出应有的贡献。

公司销售计划的制定 公司销售计划销售总监要完成篇八

本公司20xx年度销售目标如下：

（一）销售额目标：

（1）部门全体：xxx万元以上；

（2）每一员工元/每月：xxx元以上；

（3）每一营业部人员元/每月：xxxx元以上。

（二）利益目标（含税）：xxx万元以上。

（三）新产品的销售目标：xx万元以上。

（一）本公司的业务机构，必须一直到所有人员都能精通其业务、人心安定、能有危机意识、有效地活动时，业务机构才不再做任何变革。

（二）贯彻少数精锐主义，不论精神或体力都须全力投入工作，使工作朝高效率、高收益、高分配（高薪资）的方向发展。

（三）为加强机能的敏捷、迅速化，本公司将大幅委让权限，使人员得以果断速决，实现上述目标。

（四）为达到责任目的及确立责任体制，本公司将贯彻重赏重罚政策。

（五）为使规定及规则完备，本公司将加强各种业务管理。

（六）xx股份有限公司与本公司在交易上订有书面协定，彼此遵守责任与义务。基于此立场，本公司应致力达成预算目标。

（七）为促进零售店的销售，应设立销售方式体制，将原有购买者的市场转移为销售者的市场，使本公司能握有主导代理店、零售店的权利。

（八）将出击目标放在零售店上，并致力培训、指导其促销方式，借此进一步刺激需求的增大。

（九）策略的目标包括全国有名的xx家店，以“经销方式体制”来推动其进行。

（一）内部机构

- 1、xx服务中心将升格为营业处，借以促进销售活动。
- 2、于xx营业处的管辖内设立新的出差处（或服务中心）。
- 3、解散食品部门，其所属人员则转配到xx营业处，致力于推展销售活动。
- 4、以上各新体制下的业务机构暂时维持现状，不做变革，借此确立各自的责任体制。
- 5、在业务的处理方面若有不备之处，再酌情进行改善。

（二）外部机构

交易机构及制度将维持经由本公司一代理店_零售商的原有销售方式。

（一）新产品销售方式体制

- 1、将全国有力的xx家零售商店依照区域划分，于各划分区内采用新产品的销售方式体制。
- 2、新产品的销售方式是指每人各自负责30家左右的店，每周或隔周做一次访问，借访问的机会督导、奖励销售，进行调查、服务及销售指导、技术指导等，借此促进销售。
- 3、上述的xx家店所销出的本公司产品的总额须为以往的2倍。
- 4、库存量须努力维持在零售店为1个月库存量、代理店为2个月库存量的界际上。
- 5、销售负责人的职务内容及处理基准应明确化。

（二）新产品协作会的设立与活动

- 1、为使新产品的销售方式所推动的促销活动得以配合，另外又以全国各主力零售店为中心。依地区另设立新产品协作会。
- 2、新产品协作会的主要内容大致包括下列10项：
 - （1）分发、寄送机关杂志；
 - （2）赠送本公司产品的负责人员领带夹；
 - （3）安装各地区协作店的招牌；
 - （4）分发商标给市内各协作店；
 - （5）协作商店之间的销售竞争；
 - （6）分发广告宣传单；

(7) 积极支援经销商；

(8) 举行讲习会、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

为加强零售商店店员对本公司产品的关心，增强其销售意愿，应加强下列各项实施要点：

1、奖金激励对策——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。

2、人员的辅导：

(1) 负责人员可在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知识。

(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，让零售商店的店员从中获得间接的指导。

(一) 确实的广告计划

(1) 在新产品销售方式体制确立之前，暂时先以人员的访问活动为主，把广告宣传作为未来所进行的活动。

(2) 针对广告媒体，再次进行检查，务必使广告计划达到以最小的费用创造出最大的成果的目标。

(3) 为达成前述两项目标，应针对广告、宣传技术作充分的研究。

(二) 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，借此确实掌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，确实做好需求的预测。

(一) 顾客调查卡的管理体制

(1) 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，或者根据这些来改革产品销售方式体制及进行其他的管理。

依据营业处、区域别，统计xx家商店的销售额；

依据营业处别，统计xx家商店以外的销售额；

另外几种销售额统计须以各营业处为单位制作。

（2）根据上述统计，可观察各店的销售实绩及掌握各负责人员的活动实绩、各商品种类的销售实绩。

（一）必须确立营业预算与经费预算，经费预算的决定通常随营业实绩做上下调节。

（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计划，并提出给本部门修正后定案。

公司销售计划的制定 公司销售计划销售总监要完成篇九

公司在总公司的领导、帮助和支持下，公司已具有初步规模，为国内市场的全面发展打下了基础。尤其是在市场的拓展、新客户的开辟，xx品牌在国内都已烙下深深的影响。销售额逐月增长、客户数额月月增加、市场的占有率已由原来的华东地区纵向到东北地区，并已着手向西南、西北地区拓展。