# 来年销售工作计划(二十三篇)

来源：网络 作者：尘埃落定 更新时间：2024-09-03

*时间过得真快，总在不经意间流逝，我们又将续写新的诗篇，展开新的旅程，该为自己下阶段的学习制定一个计划了。计划怎么写才能发挥它最大的作用呢？这里给大家分享一些最新的计划书范文，方便大家学习。来年销售工作计划篇一1) 建立一支熟悉业务，而相对稳...*

时间过得真快，总在不经意间流逝，我们又将续写新的诗篇，展开新的旅程，该为自己下阶段的学习制定一个计划了。计划怎么写才能发挥它最大的作用呢？这里给大家分享一些最新的计划书范文，方便大家学习。

**来年销售工作计划篇一**

1) 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。

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，对工作有高度的责任心，提高销售人员的主人翁意识。

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新的档次。

4) 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。

5)销售目标

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。我认为公司明年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。

**来年销售工作计划篇二**

作为店长，要做好店内团结，指导参与店内各项工作，及时准确完成各项报表，带领店员完成上级布置的销售任务，激励员工，建立和维护客户档案，协助客户关系营销，维护店内良性库存，及时处理客户投诉等售后工作。

一、晨会——gfd检查，愉快分享工作经验和服务技巧，分析昨天的表现和设定今天的目标，通知公司文件。

二、在销售过程中，尽量留下客户的详细信息，客户的电话、生日、尺码都要详细记录。可以vip卡的形式收集客户数据，进行品牌推广，达到再购买的目的。新车型到店后要及时通知老客户(但要选择合适的时间段，尽量避免打扰客户的作息)，这既是对老客户的尊重，也达到了推广的目的，在维护老客户的基础上开发新客户。

第三，和导购一起熟悉店内商品的库存明细，以便更准确地向客户推荐店内商品(有些导购因为不熟悉库存情况，推荐的商品没有适合客户的编号，导致销售失败)。及时与领导沟通，不抢货，不调拨货源。

第四，做好商品搭配，及时更新橱窗和宣传资料，定期调整市场，确保商品不因店铺位置而滞销。指导导购及时推荐店里的滞销品和破码品，并与领导沟通滞销品的具体情况，以便公司及时采取相应的促销方案。

5、调整店铺氛围，适当鼓励员工，让每个员工都自信、积极、乐于工作。在销售过程中，商店经理和其他店员应该协助销售。团结是做好销售的基础。

6、导购是品牌与消费者沟通的桥梁，也是品牌的形象大使。从店长和导购员的自我形象出发，统一工作服，时刻保持良好的工作状态，深刻理解公司的经营理念和品牌文化，加强面料、生产工艺、穿着和保养方面的专业知识，了解某些颜色和款式。最重要的是不断提高导购员的销售技巧，让同事互相学习，取长补短。

七、做好与文员的沟通，甚至对有困难的文员给予帮助和照顾，使他能专心工作。平心而论，一切工作都起主导作用。

八、下班后，带领大家熟悉一些高端男装和男士配饰(如手表、手袋、皮鞋、男士香水等)。)甚至男士奢侈品牌(如lv、zejna、armani、hugoboss等。)，这样在与客户沟通的时候会有更多的切入点，更大程度的赢得客户的信任。

**来年销售工作计划篇三**

1、总结自己一天任务的完成情况

最好的方式是写工作日志，把自己今天完成了什么事情，遇见了什么问题都记录下来，日后翻看好处多多

2、考虑自己明天应该做的主要工作

把明天要做的事情列出来，并按照优先级排列，第二天应该把自己效率最高的时间分配给最重要的工作

3、考虑自己一天工作中失误的地方，并想出避免下一次再犯的方法

出错不要紧，最重要的是不要重复犯相同的错误，那是愚蠢

4、考虑自己一天工作完成的质量和效率能否还能提高

一天只提高1%，365天你的效率就能提高多少倍你知道吗?(1+0.01)^365=37倍

5、看一个有用的新闻网站或读一张有用的报纸，了解业界动态

闭门造车是不行的，了解一下别人都在做什么，对自己能带来很多启示

6、记住一位同事的名字及其特点

你认识公司的所有同事吗?你了解他们吗?

7、清理自己的代码

今天完成的代码，把中间的调试信息，测试代码清理掉，按照编码风格整理好，注释都写好了吗?

8、清理自己的桌面

当日事当日毕，保持清洁干劲的桌面才能让你工作时不分心，程序员特别要把电脑的桌面清理干净

程序员每月该做的事

1、至少和一个同事一起吃饭或喝茶

不光了解自己工作伙伴的工作，还要了解他们的生活

2、自我考核一次

相对正式地考核自己一下，你对得起这个月的工资吗?

3、对你的同事考核一次

你的同事表现怎么样?哪些人值得学习，哪些人需要帮助?

3、制定下月的计划，确定下月的工作重点

4、总结自己工作质量改进状况

自己的质量提高了多少?

5、有针对性地对一项工作指标做深入地分析并得出改进的方案

可以是对自己的，也可以是对公司的，一定要深入地分析后拿出自己的观点来。要想在老板面前说得上话，做的成事，工作上功夫要做足。

6、与老板沟通一次

最好是面对面地沟通，好好表现一下自己，虚心听取老板的意见，更重要的是要了解老板当前关心的重点

程序员每年该做的事

1、年终总结

每个公司都会做的事情，但你真正认真地总结过自己吗?

2、兑现给自己、给家人的承诺

给老婆、儿子的新年礼物买了没有?给自己的呢?

3、下年度工作规划

好好想想自己明年的发展目标，争取升职/加薪、跳槽还是自己出来干?

4、掌握一项新技术

至少是一项，作为程序员一年要是一项新技术都学不到手，那就一定会被淘汰。

掌握可不是看本书就行的，要真正懂得应用，最好你能够写一篇教程发表到你的blog。

5、推出一种新产品

可以是一个真正的产品，也可以只是一个类库，只要是你创造的东西就行，让别人使用它，也为世界作点贡献。当然如果真的很有价值，收点注册费也是应该的

6、与父母团聚一次

常回家看看，常回家看看。

**来年销售工作计划篇四**

一、对于老客户，和新客户，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渠道获得客户信息。

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向结合。

四、今年对自己有以下要求

1：每月要增加3个以上的新客户。

2：每月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，再做好准备工作才有可能不会丢失这个客户。

4：要不断加强业务方面的学习，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。

5：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。

6：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。

7：自信是非常重要的，拥有健康乐观积极向上的工作态度才能更好的完成任务。

8：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。

五、今年销售任务额为1000万 为了今年的销售任务平均每月我要努力完成达到84万元的任务额，为公司创造利润。

**来年销售工作计划篇五**

一、加强自身业务能力训练

在20\_年的房产销售工作中，我将加强自己在专业技能上的训练，进行销售技巧为主的技能培训，全面提高自身的专业素质。确保自己在销售工作中始终保持高昂的斗志、团结积极的工作热情。

二、密切关注国内经济及政策走向

在新的一年中，我将仔细研究国内及本地房地产市场的变化，为销售策略决策提供依据。目前政府已经出台了调控房地产市场的一系列政策，对市场到底会造成多大的影响，政府是否还会继续出台调控政策，应该如何应对以确保实现售任务，是我必须关注和加以研究的工作。

三、分析可售产品，制定销售计划、目标及执行方案

我在房产销售工作重点是某x公寓，我将仔细分析可售产品的特性，挖掘产品卖点，结合对市场同类产品的研究，为不同的产品分别制定科学合理的销售计划和任务目标及详细的执行方案。

四、针对不同的销售产品，确定不同的目标客户群，研究实施切实有效的销售方法

我将结合之前的销售经验及对可售产品的了解，仔细分析找出有效的目标客户群。我将通过对工作中的数据进行统计分析，以总结归纳出完善高效的销售方法。

五、贯彻落实集团要求，力保销售任务圆满达成

我将按计划认真执行销售方案，根据销售情况及市场变化及时调整销售计划，修正销售执行方案。定期对阶段性销售工作进行总结，对于突然变化的市场情况，做好预案，全力确保完成销售任务。

六、针对销售工作中存在的问题及时修正，不断提高销售人员的业务技能，为完成销售任务提供保障

明年的可售产品中商铺的所占的比重较大，这就要求我要具更高的专业知识做保障，我将在部门经理与同事的帮助下，进行相关的专业知识培训，使销售工作达到销售商铺的要求，上升到1个新的高度。

**来年销售工作计划篇六**

作为销售主管，为了我使公司的各方面的工作顺利进行，特作出20\_\_年工作计划。

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：

“\_\_”品牌建立时间较久，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。

**来年销售工作计划篇七**

新年了，销售计划怎么做?新的一年，销售计划怎么做?

李杰是一家方便面企业的销售经理，自他担任该职务 3 年以来，每年的销售工作计划便成为了他的“必修课”，他的销售计划不仅文笔生动，描述具体，而且还往往理论联系实际，策略与实战并举，数字与表格齐下，很好地指导了他的营销团队，使其按照年度计划有条不紊地开展市场推广工作，在不断修订和检核的过程中，取得了较好的引领效果，那么，李经理的年度销售计划是 如何制定的呢?它又包括哪几个方面的内容?

一、市场分析。

年度销售计划制定的依据，便是过去一年市场形势及市场现状的分析，而李经理 采用的工具便是目前企业经常使用的 swot分析法，即企业的优劣势分析以及竞争威胁和存在 的机会，通过 swot 分析

李经理可以从中了解市场竞争的格局及态势，并结合企业的缺陷和 机会，整合和优化资源配置，使其利用最大化。比如，通过市场分析，李经理很清晰地知道了方便面的市场现状和未来趋势：产品(档次)向上走，渠道向下移(通路精耕和深度分销) ，寡头 竞争初露端倪，营销组合策略将成为下一轮竞争的热点等等。

二、营销思路。

营销思路是根据市场分析而做出的指导全年销售计划的“精神”纲领，是营销工作的方向和“灵魂”，也是销售部需要经常灌输和贯彻的营销操作理念。针对这一点，李经理制定了 具体的营销思路，其中涵盖了如下几方面的内容：

1、树立全员营销观念，真正体现“营销生活化，生活营销化”。

2、实施深度分销，树立决战在终端的思想，有计划、有重点地指导经销商 直接运作末端市场。

3、综合利用产品、价格、通路、促销、传播、服务等营销组合策略，形成 强大的营销合力。

4、在市场操作层面，体现“两高一差”，即要坚持“运作差异化，高价位、高促销”的原则，扬长避短，体现独有的操作特色等等。营销思路的确定，李经理充分结合了企业的实际，不仅翔实、有可操作性，而且还与时俱进，体现了创新的营销精神，因此，在以往的年度 销售计划中，都曾发挥了很好的指引效果。

三、销售目标。

销售目标是一切营销工作的出发点和落脚点，因此，科学、合理的销售目标制定也是年度销售计划的最重要和最核心的部分。那么，李经理是如何制定销售目标的呢?

1、根据上一年度的销售数额，按照一定增长比例，比如 20%或 30%，确定当前年度的销售数量。

2、 销售目标不仅体现在具体的每一个月度，而且还责任到人，量化到人，并细分到具体市场。

3、 权衡销售目标与利润目标的关系，做一个经营型的营销人才，具体表现就是合理产品结构，将产品销售目标具体细分到各层次产品。比如，李经理根据企业方便面产品 abc 分类，将产品结构 比例定位在 a(高价、形象利润产品) ：b(平价、微利上量产品)：c(低价：战略性炮灰产品) =2：3：1，从而更好地控制产品销量和利润的关系。销售目标的确认，使李经理有了冲刺的对象，也使其销售目标的跟踪有了基础，从而有利于销售目标的顺利达成。

四、营销策略。

营销策略是营销战略的战术分解，是顺利实现企业销售目标的有力保障。李经理根据方便面行业的运作形势，结合自己多年的市场运做经验，制定了如下的营销策略：

1、产品 策略，坚持差异化，走特色发展之路，产品进入市场，要充分体现集群特点，发挥产品核心竞争力，形成一个强大的产品组合战斗群，避免单兵作战。

2、价格策略，高质、高价，产品价格向 行业标兵看齐，同时，强调产品运输半径，以 600 公里为限，实行“一套价格体系，两种返利模式”，即价格相同，但返利标准根据距离远近不同而有所不同的定价策略。

3、通路策略，创新 性地提出分品项、分渠道运作思想，除精耕细作，做好传统通路外，集中物力、财力、人力、运力等企业资源，大力度地开拓学校、社区、网吧、团购等一些特殊通路，实施全方位、立体式的 突破。

4、促销策略，在“高价位、高促销”的基础上，开创性地提出了“连环促销”的营销理念， 它具有如下几个特征：

一是促销体现“联动”，牵一发而动全身，其目的是大力度地牵制经销商， 充分利用其资金、网络等一切可以利用的资源，有效挤压竞争对手。

二是连环的促销方式至少两 个以上，比如销售累积奖和箱内设奖同时出现，以充分吸引分销商和终端消费者的眼球。

三是促 销品的选择原则求新、求奇、求异，即要要与竞品不同，通过富有吸引力的促销品，实现市场“动 销”，以及促销激活通路、通路激活促销之目的。

5、服务策略，细节决定成败，在“人无我有， 人有我优，人优我新，人新我转”的思路下，在服务细节上狠下工夫。提出了“5s”温情服务承诺，并建立起“贴身式”、“保姆式”的服务观念，在售前、售中、售后服务上，务求热情、真诚、一站式等等。通过营销策略的制定，李经理胸有成竹，也为其目标的顺利实现做了一个良好的开端。

五、团队管理。在这个模块，李经理主要锁定了两个方面的内容：

1、人员规划，即根据年度销 售计划，合理人员配置，制定了人员招聘和培养计划，比如，20\_\_ 年销售目标 5 个亿，公司本 部的营销员队伍要达到 200人，这些人要在什么时间内到位，落实责任人是谁等等，都有一个 具体的规划明细。

2、团队管理，明确提出打造“铁鹰”团队的口号，并根据这个目标，采取了如 下几项措施：

一是健全和完善规章制度，从企业的“典章”、条例这些“母法”，到营销管理制度这些“子法”，都进行了修订和补充。比如，制定了《营销人员日常行为规范及管理规定》《营销人员“三个一”日监控制度》《营销人员市场作业流程》《营销员管理手册》等等。

二是强化培训， 提升团队整体素质和战斗力。比如，制定了全年的培训计划，培训分为企业内训和外训两种，内训又分为潜能激发、技能提升、操作实务等。外训则是选派优秀的营销人员到一些大企业或大专 院校、培训机构接受培训等等。

三是严格奖惩，建立良好的激励考核机制。通过定期晋升、破格 提拔、鼓励竞争上岗、评选营销标兵等形式，激发营销人员的内在活力。李经理旨在通过这一系列的团队整合，目地是强化团队合力，真正打造一支凝聚力、向心力、战斗力、爆发力、威慑力 较强的“铁血团队”。

六、费用预算。李经理所做销售计划的最后一项，就是销售费用的预算。即在销售目标达成后， 企业投入费用的产出比。比如，李经理所在的方便面企业，销售目标 5个亿，其中，工资费用：

500 万，差旅费用：300 万，管理费用：100 万，培训、招待以及其他杂费等费用 100 万，合 计 1000 万元，费用占比2%，通过费用预算，李经理可以合理地进行费用控制和调配，使企业 的资源“好钢用在刀刃上”，以求企业的资金利用率达到最大化，从而不偏离市场发展轨道。

李经理在做年度销售计划时，还充分利用了表格这套工具，比如，销售目标的分解、人员规划、培训纲目、费用预算等等，都通过表格的形式予以体现，不仅一目了然，而且还具有对比性、参 照性，使以上内容更加直观和易于理解。

年度销售计划的制定，李经理达到了如下目的：

1、 明确了企业年度营销计划及其发展方向， 通过营销计划的制定，李经理不仅理清了销售思路，而且还为其具体操作市场指明了方向，实现了年度销售计划从主观型到理性化的转变。

2、实现了数字化、制度化、流程化等等基础性营销管理。不仅量化了全年的销售目标，而且还 通过销售目标的合理分解， 并细化到人员和月度，为每月营销企划方案的制定做了技术性的支撑。

3、整合了企业的营销组合策略，通过年度销售计划，确定了新的一年营销执行的模式和手段， 为市场的有效拓展提供了策略支持。

4、吹响了“铁鹰”团队打造的号角，通过年度销售计划的拟订，确定了“铁鹰”打造计划，为优秀营销团队的快速发展以及创建学习型、顾问型的营销团队打下了一个坚实的基础。

**来年销售工作计划篇八**

20xx年已经过去，虽然销售业绩并不理想，但那只能代表过去，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7.5万元

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，必须以身作责，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，增近感情，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。

**来年销售工作计划篇九**

1、早会，仪容仪表检查，开心分享工作心得及服务技巧，昨日业绩分析并制定今日目标，公司文件通知传达。

2、在销售过程中尽量留下顾客的详细资料，资料中应详细记载顾客的电话、生日和所穿尺码。可以以办理贵宾卡的形式收集顾客资料，并达成宣传品牌，促成再次购买的目的，店内到新款后及时通知老顾客，但要选择适当的时间段，尽量避免打扰顾客的工作和休息，既是对老顾客的尊重也达到促销的目的，在做好老顾客维护的基础上发展新顾客。

3、和导购一起熟知店内货品的库存明细，以便更准确的向顾客推荐店内货品。有些导购因为不熟悉库存情况从而像顾客推荐了没有顾客适合的号码的货品造成销售失败。及时与领导沟通不冲及调配货源。

4、做好货品搭配，橱窗和宣传品及时更新，定时调场，保证货品不是因为卖场摆放位置的原因而滞销。指导导购做好店内滞销品和断码产品的适时推荐，并与领导沟通滞销货品的具体情况以便公司及时的采取相应的促销方案。

5、调节卖场气氛，适当的鼓励员工，让每位员工充满自信，积极愉快的投入到工作中。销售过程中，店长和其他店员要协助销售。团结才是做好销售工作的基础。

6、导购是品牌与消费者沟通的桥梁，也是品牌的形象大使，从店长和导购自身形象抓起，统一工作服装，时刻保持良好的工作状态，深入了解公司的经营理念以及品牌文化，加强面料、制作工艺、穿着保养等专业知识，了解一定的颜色及款式搭配。最主要的是要不断的提高导购的销售技巧，同事之间互教互学，取长补短。

7、做好与店员的沟通，对有困难的店员即使给予帮助和关心，使其更专心的投入工作。做到公平公正，各项工作起到带头作用。

8、工作之余带领大家熟悉一些高档男装及男士饰品甚至男士奢侈品品牌的相关知识，这样与顾客交流时会有更多的切入点，更大程度的赢得顾客的信赖。

一、常联系客户

对于老客户，要经常保持联系。

二、加强学习

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。

三、对自己有以下要求

1、每周至少要保障有x台机器入帐，在保障有机器的情况下必须保证每台机器的成本以及成本之间的利润，尽量能够保证商用笔记本单台的利润空间不能够底于\_月之下。家用笔记本必须争取在不亏的其他适当的把自己的利润点数提高点。而且也要必须保证完成笔记本的单台量。

2、经常把自己所做下来的单子和客户记一下看看有哪些工作上的失误有那些地方还可以改进，确切的说就是能不能够还把自己的毛利点提高一点呢，及时改正希望下次还能够做的更好。

3、在和客户交谈当中必须要多了解客户的状态和需求，再做好准备工作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、为了我们店的销售任务这个月我要努力完成\_\_到x万元的利润任务额，为我们店创造更多利润。

**来年销售工作计划篇十**

一、20\_\_年度工作总结

20\_\_年即将过去，在这将近一年时间中我通过努力工作，也有了一点收获，临近年终，我感觉有必要对自己工作做一下总结。目在于吸取教训，提高自己，以至于把工作做更好，自己有信心也有决心把明年工作做更好。下面我对一年工作进行简要总结。

我是今年三月份到公司工作，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，仅凭对销售工作热情，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同事，一起寻求解决问题方案和对一些比较难缠客户研究针对性策略，取得了良好效果。

通过不断学习产品知识，收取同行业之间信息和积累市场经验，现在对市场有了一个大概认识和了解。现在我逐渐可以清晰、流利应对客户所提到各种问题，准确把握客户需要，良好与客户沟通，因此逐渐取得了客户信任。所以经过大半年努力，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，对市场认识也有一个比较透明掌握。在不断学习产品知识和积累经验同时，自己能力，业务水平都比以前有了一个较大幅度提高，针对市场一些变化和同行业之间竞争，现在可以拿出一个比较完整方案应付一些突发事件。对于一个项目可以全程操作下来存在缺点：

对于市场了解还不够深入，对产品技术问题掌握过度薄弱，不能十分清晰向客户解释，对于一些大问题不能快速拿出一个很好解决问题方法。在与客户沟通过程中，过分依赖和相信客户，以至于引起一连串不良反应。本职工作做得不好，感觉自己还停留在一个销售人员位置上，对市场销售人员培训，指导力度不够，影响市场部销售业绩。

二。部门工作总结

在将近一年时间中，经过市场部全体员工共同努力，使我们公司产品知名度在市场上渐渐被客户所认识，良好售后服务加上优良产品品质获得了客户一致好评，也取得了宝贵销售经验和一些成功客户案例。这是我认为我们做比较好方面，但在其他方面在工作中我们做法还是存在很大问题。

下面是公司20\_\_年总销售情况：

从上面销售业绩上看，我们工作做是不好，可以说是销售做十分失败。产品价格混乱，这对于我们开展市场造成很大压力。

客观上一些因素虽然存在，在工作中其他一些做法也有很大问题，主要表现在销售工作最基本客户访问量太少。市场部是今年四月中旬开始工作，在开始工作倒现在有记载客户访问记录有个，加上没有记录概括为个，八个月天时间，总体计算三个销售人员一天拜访客户量个。从上面数字上看我们基本访问客户工作没有做好。

沟通不够深入。销售人员在与客户沟通过程中，不能把我们公司产品情况十分清晰传达给客户，了解客户真正想法和意图;对客户提出某项建议不能做出迅速反应。在传达产品信息时不知道客户对我们产品有几分了解或接受什么程度，洛阳迅及汽车运输有限公司就是一个明显例子。工作没有一个明确目标和详细计划。销售人员没有养成一个写工作总结和计划习惯，销售工作处于放任自流状态，从而引发销售工作没有一个统一管理，工作时间没有合理分配，工作局面混乱等各种不良后果。

新业务开拓不够，业务增长小，个别业务员工作责任心和工作计划性不强，业务能力还有待提高

三。市场分析

现在市场品牌很多，但主要也就是那几家公司，现在我们公司产品从产品质量，功能上属于上等产品。在价格上是卖得偏高价位，在本年销售产品过程中，牵涉问题最多就是产品价格。有几个因为价格而丢单客户，面对小型客户，价格不是太别重要问题，但面对采购数量比较多时，客户对产品价位时非常敏感。在明年销售工作中我认为产品价格做一下适当浮动，这样可以促进销售人员去销售。在区域，我们公司进入市场比较晚，产品知名度与价格都没有什么优势，在开拓市场压力很大，所以我们把主要市场放在地区市上，那里市场竞争相对来说要比小一点。外界因素减少了，加上我们销售人员灵活性，我相信我们做比原来更好。

市场是良好，形势是严峻。可以用这一句话来概括，在技术发展飞快地今天，明年是大有作为一年，假如在明年一年内没有把市场做好，没有抓住这个机遇，我们很可能失去这个机会，永远没有机会在做这个市场。

四。20\_\_年工作计划

在明年工作规划中下面几项工作作为主要工作来做：

1、建立一支熟悉业务，而相对稳定销售团队。

人才是企业最宝贵资源，一切销售业绩都起源于有一个好销售人员，建立一支具有凝聚力，合作精神销售团队是企业根本。在明年工作中建立一个和谐，具有杀伤力团队作为一项主要工作来抓。

2、完善销售制度，建立一套明确系统业务管理办法。

销售管理是企业老大难问题，销售人员出差，见客户处于放任自流状态。完善销售管理制度目是让销售人员在工作中发挥主观能动性，对工作有高度责任心，提高销售人员主人翁意识。

3、培养销售人员发现问题，总结问题，不断自我提高习惯。

培养销售人员发现问题，总结问题目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看法和建议，业务能力提高到一个新档次。

4、在地区市建立销售，服务网点。(建议试行)

根据今年在出差过程中遇到一系列问题，约好客户突然改变行程，毁约，车辆不在家情况，使计划好行程被打乱，不能顺利完成出差目。造成时间，资金上浪费。

5、销售目标

今年销售目标最基本是做到月月有进帐单子。根据公司下达销售任务，把任务根据具体情况分解到每月，每周，每日;以每月，每周，每日销售目标分解到各个销售人员身上，完成各个时间段销售任务。并在完成销售任务基础上提高销售业绩。

我认为公司明年发展是与整个公司员工综合素质，公司指导方针，团队建设是分不开。提高执行力标准，建立一个良好销售团队和有一个好工作模式与工作环境是工作关键。

**来年销售工作计划篇十一**

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xx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。特对个人销售工作计划分析如下：

1)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。

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，对工作有高度的责任心，提高销售人员的主人翁意识。

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新的档次。

4)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。

5)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。

我认为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。

**来年销售工作计划篇十二**

随着11月份的结束，也意味着进入下一步的实质性工作阶段，

回顾这一个月的工作，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楼盘销售行业，面临困难和压力较大，针对行业特点、现状，结合本人这一个多月来对“楼盘销售”的理解和感悟，特对12月分工作制定以下楼盘销售工作计划。

本工作计划包括宗旨、目标、工作开展计划和计划评估总结，日计划，等五部分。

一.宗旨

本计划是，完成销售指标100万和达到小组增员10人。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。

四.计划评估总结

在一个月后，要对该月的工作成果、计划执行情况做一次评估，总结得失，为下个月的工作开

**来年销售工作计划篇十三**

一、市场及客户方面：

1、客户维护：要注意以下两点：一是继续推进重点客户深度挖掘。二是大力培育战略性大客户的感情升华。避免在过去工作中的回访不及时，沟通方法太单调，软性口碑无动力不能及客户所需等等问题，改进工作的方式方法，达到客户关系的新的层次。

2、客户开发：一是加大发展渠道客户的力度。同时在新的客户群体范围中多集思广益、多方面的开展合作，例如借鉴公司在酒店合作、社区银行合作中比较成功的案例，从年初开始筹备策划，达到比较好的成效，也为公司渠道创新的深层次合作开辟新的疆域。

3、市场动向：多注意信息搜集与客户的沟通。保持在客户的新的营销思路中能够跟进步伐、同时脱颖而出，配合渠道开发和渠道挖掘。

4、竞争对手：根据自身的优势和资源，调整市场策略紧跟客户，同时对其他竞争的市场行为保持适当的针对并取其精华去其糟粕。

5、客户类别分析：学会抓大放小用好二八法则，一切从细节抓起。在交往的客户中，对重点的客户要有一定拿下的信心和决心，开动脑筋，集中精力攻克。对其他客户保持正常的交往并适度的开发维护。

6、借力借势开展多方合作。因为单位与单位是相互关联或相互合作的，要多方式的开展合作，借力使力达到事半功倍的效果。

二、销售回款及折扣方面

注意在回款过程中的不良现象出现，提前做好沟通杜绝此现象再次发生，原则上严格遵循公司的回款管理制度，并以合作情况的差异性进行分类，对特殊客户确定好时间应及时收款。

在折扣方面，保持统一性，拒绝以价格为谈判的砝码，同时在成单过程中多注意公司成本的控制等。

三、沟通方面：

1、建立完善自己的销售台账，及时的与财务等进行对账，处理好账目、开票等林林总总的问题。

2、在销售过程中多注意和采购物流部的沟通，让货品的流转更加的通畅。

3、保持和产品策划部的良好沟通，多在渠道开发新行销方式等方面完善整体的方案。

4、内部沟通一切以公司为重、以大局为重，多相互学习交流。

四、四季度月份的工作目标及自我要求：

1、严格遵守公司的各项规章制度，提高自身的职业素养第四季度销售工作计划第四季度销售工作计划。例如：上下班及拜访打卡的要求、报表的填写要求、业绩考核要求等。

2、业绩目标：四季度是今年工作的重要的收尾阶段，是今年工作的结束篇，今年的丰收结果到底怎样都看第四季度的销售额了，所以首先在思想上迎头跟上，在业绩要求及客户开发上严格要求。

(1)季度客户成交10家以上，成交金额万以上。

(2)不局限于公司客户的开发维护，每月新增5家行业外潜力及意向新客户，同时每月开拓1家行业合作客户或者合作者。保证在业务开展过程中的新鲜血液的注入，并为下半年工作的开拓做好蓄水池。

3、加强学习，提高自己的管理水平端正自己的被管理意识。

思路及方法在此已基本阐述，诸多细节还需完善，但心中无比清楚所有收货都离不开完整的思路和坚实的执行力，更离不开满怀激昂的长时间努力。在公司这么久只有今年是从年初开始筹备，我也坚信到年底收官之时会有绚烂花开!

**来年销售工作计划篇十四**

20\_\_年的到来，在即将过完的寒冬里我们已闻到春天的清香。于此同时，酒店给我们部门制定了新的工作计划，作为市场营销部的我们是负责对外处理公共关系和销售业务的职能部门，是酒店提高声誉，树立良好公众形象的一个重要窗口，它对总经理室进行经营决策，制订营销方案起到参谋和助手的作用，它对酒店疏通营销渠道，开拓市场，提高经济效益和社会效益起到重要促进作用。

针对前一年的工作总结，我们根据实际情况做出以下酒店销售部工作计划：

一、建立酒店营销公关通讯联络网

今年重点工作之一建立完善的客户档案，对宾客按签单重点客户，会议接待客户，有发展潜力的客户等进行分类建档，详细记录客户的所在单位，联系人姓名，地址，全年消费金额及给该单位的折扣等，建立与保持同政府机关团体，各企事业单位，商人知名人士，企业家等重要客户的业务联系，为了巩固老客户和发展新客户，除了日常定期和不定期对客户进行销售访问外，在年终岁末或重大节假日及客户的生日，通过电话、发送信息等平台为客户送去我们的祝福。今年计划在适当时期召开次大型客户答谢联络会，以加强与客户的感情交流，听取客户意见。

二、开拓创新，建立灵活的激励营销机制。开拓市场，争取客源

今年营销部将配合酒店整体新的营销体制，重新制订完善\_\_年市场营销部销售任务计划及业绩考核管理实施细则，提高营销代表的工资待遇，激发、调动营销人员的积极性。营销代表实行工作日记志，每工作日必须完成拜访两户新客户，三户老客户，四个联络电话的二、三、四工作步骤，以月度营销任务完成情况及工作日记志综合考核营销代表。督促营销代表，通过各种方式争取团体和散客客户，稳定老客户，发展新客户，并在拜访中及时了解收集宾客意见及建议，反馈给有关部门及总经理室。

强调团队精神，将部门经理及营销代表的工薪发放与整个部门总任务相结合，强调互相合作，互相帮助，营造一个和谐、积极的工作团体。

三、热情接待，服务周到

接待团体、会议、客户，要做到全程跟踪服务，“全天侯”服务，注意服务形象和仪表，热情周到，针对各类宾客进行特殊和有针对性服务，最大限度满足宾客的精神和物质需求。制作会务活动调查表，向客户征求意见，了解客户的需求，及时调整营销方案。

四、做好市场调查及促销活动策划

经常组织部门有关人员收集，了解旅游业，宾馆，酒店及其相应行业的信息，掌握其经营管理和接待服务动向，为酒店总经理室提供全面，真实，及时的信息，以便制定营销决策和灵活的推销方案。

五、密切合作，主动协调

与酒店其他部门接好业务结合工作，密切配合，根据宾客的需求，主动与酒店其他部门密切联系，互相配合，充分发挥酒店整体营销活力，创造最佳效益。

加强与有关宣传新闻媒介等单位的关系，充分利多种广告形式推荐酒店，宣传酒店，努力提高酒店知名度，争取这些公众单位对酒店工作的支持和合作。

营销部将在酒店领导的正确领导下，努力完成全年销售任务，开拓创新，团结拼搏，创造营销部的新形象、新境界。

20\_\_年工作计划报告完毕，我们部门会尽最大的能力使服务做到更好，利润收入更高。

**来年销售工作计划篇十五**

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x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，再做好准备工作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献。

**来年销售工作计划篇十六**

网上经常在说现在电脑的销售是“卖一台电脑赚一把大葱钱”,这是有人形容微利时代已经到来时夸张的一句话。随着家用电脑的价格一在下调。电脑早已经不在是专业人士与有钱家庭的独有宠物。随便的一个普通家庭拥有一台电脑都不再是什么难事。因此电脑市场的销售一直处于稳步上升的阶段。但是客户虽然在不断增加，新进的电脑公司的竞争也越发加剧。电脑公司的整体利润的确在明显下滑。电脑市场的蛋糕只有那么大，而想瓜分这块蛋糕的人却特别多。做为一家电脑公司怎么才能在剧烈的市场竞争里守住自己的阵地，抢占最大的份额。我们试着分析以下几点。

一、经营思路的分析

电脑市场销售目前的两个疑惑

困惑一: 规模越大 风险越大

首当其冲的困惑来源于经营的思考:在现有利润条件下,谁经营的规模越大、谁代理的产品越多,谁的日子越难过。一个明显的例子是:一家在多个电脑城设有面门,代理得有主流主板、显示器的电脑公司老总,却在羡慕一家只在一个电脑城开有门面、没代理任何产品、仅靠“炒货”装机的电脑公司。个中原因是:面对竞争产品的丰富多样化,代理商为推动分货商完成销售,忍痛让利代理产品,同样装一台电脑,代理商与分货商双方在报价上已没有太大差别,利润率也几乎没有差别、但代理商还得比分销商多承担运输、人工、售后服务费用,占用大量资金。如此一来,在微利时代,小公司日子反而好于大公司。

困惑二: 技术爆炸扼杀高价机市场

除此之外,电脑业的技术爆炸也令微利时代商家困惑,以装机为主的\_\_电脑公司,从今年初至今,只接到一台装机单价过万元的单子,其余客户装机大多选择在3000—6000元的价位。究其原因:在电脑技术爆炸的今天,低端家用电脑与高端电脑在实际的运用中已无太大差别,讲求实用的购机心理已经替代买高价机、追潮流的购机心理,高端机带来的高利润已经被电脑技术的爆炸式升级给扼杀。但是这样的困惑是正确的吗?显然以上的两个疑惑建立在销售基础没有持续发展的基础上的。无论什么商品都有微利时期的到来(比如现在的空调、彩电背投等)。随着单台利润下降，我们只有用销售量来填充。全力扩展销售市场加大市场占有份额。

二、电脑公司的销售分析：

电脑公司的销售模式分以下两种

1、 守株待兔等客上门法，有客人来了就马上招呼谈单。基本上的电脑公司都采用以上模式。

2、主动出击上门服务。

电脑公司在商务电脑有熟人的情况下也爱用这招。但是并没有什么具体计划或者规律性，感觉很被动。而家用电脑也就是去师专这样的学校搞搞活动。因为他们很难去发现可以上门服务的目标群。我想也没有精力去想这些。

3、 创造性销售

无中生有，帮助顾客找寻需求，自己创造买点，创造顾客

三、电脑客户分：

电脑的销售客户有两种：

1、商务电脑，学校党政机关等单位集体购买。(包含网吧)

2、家用电脑，私人家庭使用。

随市场的日益成熟，商务电脑的销售慢慢流向于较为合理的竞争。依托的是品牌与服务，当然有时候还需要一定的关系。但主要需求是营销人员快速的信息回馈，还有平常与各相关部门信息主管的良好沟通。

家用电脑是电脑公司平常销售业绩的最好证明。家用电脑的顾客现在我们可以大致归纳为以下三种。

1、现在准备购买的。也是第一次给家庭添置计算机的人。这样的人往往没有自信心。需要寻找熟人帮忙。或者爱咨询朋友。甚至拖着买过电脑。对电脑比较熟悉的朋友来帮忙选购。他们关注的往往是价格和后服务。最容易受朋友的影响。

2、买了电脑不少时间，准备给计算机升级的人。这样的人群比较杂乱。爱跑熟店，关注的依然是价格和质量。

3、98年到20\_\_年购买电脑的老客户。现在已经到了该换机的时候了。他们的消费相当理性而聪明。因为使用电脑早，对电脑的知识比较渊博。对电脑公司的选择比较看重的是产品质量与相关服务。这样的客人是比较难缠。但是却是电脑公司应该最为看重的一群。电脑公司我们曾经做过调查，对于售后服务的满意度很差。一方面是每家电脑公司的客户群体都很分散。而技术人员普遍较少。另外一方面是对于老顾客的普遍不重视。他们以为电脑不是易耗品，很难重复购买。其实他们往往忽略了一家好的公司想要持续发展和做大。那么他们就不再是在销售产品而是不断的在创造顾客。使用过电脑的人往往养成依赖性，他们的电脑一旦过旧或者报废。二次购买率为百分之百。而通过已经购买过电脑的客户介绍而达成的业务也占了百分之六十有多。口碑宣传是所有广告里最好的，也是最容易被忽视的。最重要的是一个家庭往往拥有的不只一台电脑。

四、如何提升电脑公司的销售量

1、确立目标。

有了目标才有努力的方向，工作才能做到有的放矢。而目标也可以激发员工的动力与斗志。而我们的目标就是把“\_\_公司做成最好的电脑品牌，我们的员工拿电脑行业内最高的工资。

2、塑造一个团队

现在电脑公司的员工流动性大、稳定性差、缺乏职业规划、缺乏上进心、缺乏团队合作、他们总是在工作上能够适应，但是却很难提供更高价值的工作。但是销售不再是需要个人英雄的时代，我们更加看重的是集体的力量。一个团队战斗力的根本在于每个成员的态度。因此我们以为一个销售团队应该充分沟通，统一思想。当然更加重要的是一个团队如果没有共同的利益是不可行的。因此打造一支过硬的销售队伍是电脑公司走向辉煌的第一步。

3、创建销售平台。

有条理的建立营销档案，理顺关系网络。打造自己的信息网络(主要针对商务销售)

4、 配合厂家加大宣传力度。

狠挖代理厂家的资源，针对性的利用各种广告手段增加\_\_的知名度和美誉度。

5、推出自己独有的销售理念。

给自己的电脑产品增加附加值来吸引顾客和抗争对手。我们推出的口号就是：我们打价值战，而不是打价格战。

6、主动出击，把销售战场摆到顾客门前去。

不间断的在外面搞促销活动(比如\_\_几个大厂区)，既可以加大\_\_公司在人民心中的印象，突出知名度的同时又可以扩大销售量。

7、搞好同行关系，加大批发出货。

我们一直以为同行不是冤家，因为我们共同抚育这个市场。我们共同努力让消费者接受电脑，使用电脑。如果我们有敌人，我们的敌人也应该是消费者。在这样的心态下，我们用自己的服务，与优秀的销售团队来竞争。同时加大同行帮助我们销售产品的量。不与同行沟通的企业是永远无法完成自身的超越的。知己知彼方能百站百胜。

**来年销售工作计划篇十七**

虽然说加入公司才不长时间，很多关于产品还有行业里面的知识和操作都不太熟悉，但这对于我做销售的热情丝毫没有减半。以下是我对20x年销售工作的一个计划。

一、开发客户

刚刚从事这一行业的我手头上没有现成的客户，也没有这方面的人脉，这不得不让我把开发客户作为重中之重，毕竟业务是要有足够多的客户来支持的。而具体开发客户的计划如下：

1、电话拜访。针对需求厂家进行电话沟通，争取了解到客户需要用到的背光源需求量。再者，争取预约上门拜访，使销售工作进一步进行，这样可以减少时间和成本。坚持每天不定时电话拜访，我现在没有很多客户资源需要这样积累更多的客户资源。

2、陌生拜访。每次出差可以了解客户周围相关产业的大致分布，拜访客户之后利用剩余时间对周围厂家进行地毯式陌拜。

3、利用网络的资源找有用背光的相关厂家，先进行电话拜访，然后争取预约上门拜访。

4、去电子城等用到背光产品集散地收集厂家资料。

二、产品知识的学习和积累

产品是一个公司企业的心脏，过关的质量还有过硬的技术知识才更具有说服力。刚加入公司不久，对公司产品的用途、特性和注意事项等相关知识缺乏足够的了解，还有竞争对手的大致对、销售情况及优劣势。这方面是迫切需要加强的部分，所以接下来新的一年，我要利用各种不同的方式包括互联网、公司、客户、工程师等渠道加强对产品方面的了解，让自己更有信心去销售。

三、新老客户的维护

当工作进展到一定的时间段，手头上会有新、老客户这方面的资源。我有足够充裕的时间去开发客户再到进一步维护客户客情。而新老客户之间的维护又有很大的差异。相对于新客户而言，他们可能会对我们的产品没有足够大的信心，还有诚信度方面的问题，所以在维护新客户的时候我必须得花费大的精力去与客户沟通，例如产品试样的跟进、适时的电话问候和面对面沟通，这些都要在以后有新客户的时候根据客户情况做的跟进和维护计划。而对于老客户而言，在维护时困难度较小，相对来说较容易，但也不容忽略。最重要的是产品质量的保证还有防止竞争对手的插入，所以维护老客户时也要有一套适当的销售维护计划。

四、工作时间的安排

根据每月销售进展情况制定出详细的工作计划，做好月初计划月末总结的一系列工作，制定销售业绩完成计划，给自己适当的增加压力，保持每个月都有大的进展和突破。

**来年销售工作计划篇十八**

对于已从事销售工作近两年的我，现在对销售市场和销售方法都已成熟，吸取不成功的教训，吸纳成功的成果，对新的工作我也制定了20xx年新销售工作计划：

我首先想到的是要降低成本，应该采取的主要措施有：进一步拓宽进货渠道，寻找多个供货商，进行价格、质量比较，选择质量好价格低的供货商供货;勤俭节约，节省开支、避免浪费，工程方案设计要合理;内部消耗降低，日常费用开支、水、电、日常办公耗材尤其是纸张、车辆开支要节俭等问题。

其次也是最重要的部分-----培养意识，服务意识的加强、竞争意识的树立、市场创造意识的培养。我们是以服务为主的公司，可以借助服务去赢得市场，赢得用户的信任。同事之间，企业之间时时刻刻竞争都存在，自己业务水平不提高会被公司淘汰，企业不发展将会被社会淘汰。近几年，耗材市场竞争比较激烈，今年形势将更加严峻。

业务水平和员工素质的提高至关重要，关系到整个企业的发展与命运。业务水平的高低影响到办事的工作效率;员工素质的高低直接影响到企业的社会地位和社会形象。只有具有一支高素质、技术水平过硬的队伍的企业才会有进步、有发展。

加大宣传力度也是市场开发一种重要手段和措施。

我的销售工作计划书：

一、销售部获得利润的途径和措施

销售部利润主要来源有：计算机销售;电脑耗材;打印机耗材;打字复印;计算机网校等和计算机产业相关的业务。今年主要目标：家庭用户市场的开发、办公耗材市场的抢占。针对家庭用户加大宣传力度，办公耗材市场用价格去竞争、薄利多销。建立完善的销售档案，定期进行售后跟踪，抢占办公耗材市场，争取获得更大的利润。这里也需要我们做大量的工作，送货一定及时、售后服务一定要好，让客户信任我们、让客户真真切切的享受到上帝般的待遇。

能够完成的利润指标，\*万元，纯利润\*万元。其中：打字复印\*万元，网校\*万元，计算机\*万元，电脑耗材及配件\*万元，其他：\*万元，人员工资\*万元。

二、客户服务部获得的利润途径和措施

客服部利润主要来源：七喜电脑维修站;打印机维修;计算机维修;电脑会员制。xx年我们被授权为七喜电脑授权维修站;实创润邦打印机连锁维修站，所以说今年主要目标是客户服务部的统一化、规范化、标准化，实现自给自足，为来年服务市场打下坚实的基础。能够完成的利润指标，利润\*万元。

三、工程部获得的利润途径和措施

工程部利润主要来源：计算机网络工程;无线网络工程。由于本地网络实施基本建成，无线网络一旦推广开来可以带来更多的利润点，便于计算机网络工程的顺利开展，还能为其他部门创造出一个切入点，便于开展相应的业务工作。今年主要目标也是利润的增长点-----无线网，和一部分的上网费预计利润在\*万元;单机多用户系统、集团电话、售饭系统这部分的利润\*万元;多功能电子教室、多媒体会议室\*万元;其余网络工程部分\*万元;新业务部分\*万元;电脑部分\*万元，人员工资—\*万元，能够完成的利润指标，利润\*万元。

在追求利润完成的同时必须保证工程质量，建立完善的工程验收制度，由客户服务部监督、验收，这样可以激励工程部提高工程质量，从而更好的树立公司形象。

四、在管理上下大力度、严格执行公司的各项规章制度、在工作效率、服务意识上上一个层次，树立公司在社会上的形象。

对那些不遵守公司规章制度、懒散的员工决不手软，损坏公司形象的一定严肃处理。

五、要建立一个比较完善、健全的管理运行体系。

1、从方案的设计、施工、验收、到工程的培训这一流程必须严格、坚决地贯彻执行，客户服务部要坚持不验收合格不进行维修的原则。

2、尽量创造出一些固定收入群体，如计算机维修会员制、和比较完备的设备维修收费制度，把一些比较有实力、有经济基础的企事业单位、委办\*变成我们长期客户。

3、对大型客户要进行定期回访，进行免费技术支持，建立一个比较友好的客户关系。要利用各种手段、媒体，如利用我们自己的主页把公司的收费标准公布出去、从领导到每位员工要贯彻执行。

4、服务、维修也能创造利润。近几年工程越来越少、电脑利润越做越薄、竞争越来越激烈，我们可以从服务、维修创造利润，比较看好的有保修期以外的计算机维修市场、打印机维修市场等。

六、创造学习的机会

不断为员工提供或创造学习和培训的机会，内部互相学习，互相提高，努力把\*公司建成平谷地\*计算机的权威机构。

职工培训工作是人力资源开发、干部队伍建设与企业文化建设的重要内容，通过培训，可以统一目标、统一认识、统一步调，提高企业的凝聚力、向心力和战斗力。树立学习风气，不懂得要问，不会的要学。

培训内容：

一、爱岗敬业：回顾历史、展望未来，了解企业的光荣传统与奋斗目标，增强使命感与责任感，培养主人翁意识。

二、岗位职责：学习公司制度、员工纪律，明确岗位职责、行为规范。

三、岗位技能：学习从业技能、工作流程及在岗成才的方法。

培训方式：

1、公司内部定期不定期安排员工培训。

2、积极参与中心或公司组织的管理人员、技术员和全体员工的培训活动。

3、培训目标：为员工在岗成才创造条件，为企业提供员工积累。

我们是一个团结的集体，具有团队精神的集体，变成一支能够打硬仗的队伍。每个部门、每位员工，岗位明确，责任到人，个人奖金与部门效益直接挂钩。这样一来我们应该既有压力又要有信心，没有信心就不会成功，没有压力就不会使人在各个层面进步、提高。

同志们，时间是有限的、尤其是从事我们这个行业的，计算机技术的发展日新月异，一天不学习就会落后，因此现在我们在座的每位职工都应该要有树立时间意识、竞争意识，引用xx大精神里的一句话就是要“与时俱进”。

公司各个部门应互相配合相互协作、按时按量、完成领导交给我们的各项工作任务，努力去实现本次大会制定的121万利润指标。

**来年销售工作计划篇十九**

20xx年，在总经理的领导下，在销售工作方面，我坚持：重点维持现有市场，抓住机遇，开发潜在客户，注重销售细节，强化服务，逐步增加市场份额，并积极争取成功完成销售任务。

第一，销售目标：

至20xx年12月31日，销售部实现在江苏地区的销售任务3000万元，销售目标5000万元(详20xx年的销售时间表附后);

第二，计划拟定：

1，年初拟定《年度销售总体工作计划》;

2，年底制订《年度销售工作总结》;

3，年初制定《每月销售的时间表》和《客户如期访问表》;

4，制定《月销售统计表》和《月访客户统计表》;

三，客户分类：

根据20xx年销售额度进行市场细分，将现有客户进行划分，分成vip客户，一级客户，二级客户和其他四个主要类别的客户，对客户进行全面的分析。

四，各项措施的落实：

1，技术交流：

(1)今年的技术部门要针对vip客户，开展售后服务的技术研讨会;

(2)参加两次有关的贸易展会，其中包括一个大型网络联谊座谈会;

2，客户回访：

要巩固和扩大市场，一定要加强与客户的沟通，协调与客户，用户之间的直接关系。必须按照《客户如期访问表》如期如实如数地进行客户回访工作。

3，网络搜索：

充分发公司网站和网络资源优势，通过信息检索，及时掌握分析实现销售信息。

4，售后协调：

目前的情况下，我公司仍然以贸易为主，贯彻“卖产品不如卖服务”的理念，在下一步工作当中，我们要增强责任感，继续加强优化我们的销售服务。20xx年，在总经理的领导下，在销售工作方面，我坚持：重点维持现有市场，抓住机遇，开发潜在客户，注重销售细节，强化服务，逐步增加市场份额，并积极争取成功完成销售任务。

第一，销售目标：

至20xx年12月31日，销售部实现在江苏地区的销售任务3000万元，销售目标5000万元(详20xx年的销售时间表附后);。

第二，计划拟定：

1，年初拟定《年度销售总体工作计划》;

2，年底制订《年度销售工作总结》;

3，年初制定《每月销售的时间表》和《客户如期访问表》;

4，制定《月销售统计表》和《月访客户统计表》;

三，客户分类：

根据20xx年销售额度进行市场细分，将现有客户进行划分，分成vip客户，一级客户，二级客户和其他四个主要类别的客户，对客户进行全面的分析。

四，各项措施的落实：

1，技术交流：

(1)今年的技术部门要针对vip客户，开展售后服务的技术研讨会;

(2)参加两次有关的贸易展会，其中包括一个大型网络联谊座谈会;

2，客户回访：

要巩固和扩大市场，一定要加强与客户的沟通，协调与客户，用户之间的直接关系。必须按照《客户如期访问表》如期如实如数地进行客户回访工作。

3，网络搜索：

充分发公司网站和网络资源优势，通过信息检索，及时掌握分析实现销售信息。

4，售后协调：

目前的情况下，我公司仍然以贸易为主，贯彻“卖产品不如卖服务”的理念，在下一步工作当中，我们要增强责任感，继续加强优化我们的销售服务。

**来年销售工作计划篇二十**

新年到了，在新的一年希望每个人都能工作顺利、事事顺心，下面是20\_\_年我对公司汽车销售的一个工作计划：

一、加强对销售工作的认识

1、市场分析，根据市场容量和个人能力，客观、科学的制定出销售任务。

2、适时作出工作计划，制定出月计划和周计划。并定期与业务相关人员会议沟通，确保各专业负责人及时跟进。

3、注重绩效管理，对绩效计划、绩效执行、绩效评估进行全程的关注与跟踪。

4、目标市场定位，区分大客户与一般客户，分别对待，加强对大客户的沟通与合作，用相同的时间赢取的市场份额。

5、不断学习行业新知识，新产品，为客户带来实用的资讯，更好为客户服务。并结识汽车各行业各档次的优秀产品提供商，以备客户需要时能及时作好项目配合，并可以和同行分享行业人脉和项目信息，达到多赢。

6、先友后单，与客户发展良好的友谊，处处为客户着想，把客户当成自己的好朋友，达到思想和情感上的交融。

7、对客户不能有隐瞒和欺骗，答应客户的要及时兑现，讲诚信不仅是经商之本，也是为人之本。

8、努力保持友好的同事关系，善待同事，确保各部门在项目实施中各项职能的顺利执行。

二、销售与生活兼顾，快乐地工作

1、定期组织同行举办沙龙会，增进彼此友谊，更好的交流

客户、同行间虽然存在竞争，可也需要同行间互相学习和交流，本人也曾参加过类似的聚会，也询问过客户，都很愿意参加这样的聚会，所以本人认为不存在矛盾，而且同行间除了工作还可以享受生活，让沙龙成为生活的一部份，让工作在更快乐的环境下进行。

2、对于老客户和固定客户，经常保持联系，在时间和条件允许时，送一些小礼物或宴请客户，当然宴请不是目的，重在沟通，可以增进彼此的感情，更好的交流。

3、利用下班时间和周末参加一些学习，学习更多营销和管理知识，不断尝试理论和实践的结合，上网查本行业的最新资讯和产品，不断提高自己的能力。以上是我这一年的销售工作计划，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，争取为公司做出自己的贡献。

**来年销售工作计划篇二十一**

20\_年的电话销售计划如下：

一、要克服自己的内心障碍

有些人在打电话之前就已经担心对方拒绝自己，遭到拒绝后不知该如何应对，只能挂断电话，甚至有些人盼着电话快点挂掉、无人接听，总是站在接电话人的角度考虑，想象他将如何拒绝你。如果你这样想，就变成了两个人在拒绝你。那打出的电话也不会收到预期的效果。克服内心障碍的方法有以下几个：

1、摆正好心态。作销售，被拒绝是再正常不过的事情。不正常的是没有人拒绝我们，如果那样的话，就不需要我们去跑业务了。我们要对我们自己的产品和服务有百分之两百的信心，对产品的市场前景应该非常的乐观。别人不用或不需要我们的产品或服务，是他们的损失。同时，总结出自己产品的几个优点。

2、善于总结。我们应该感谢，每一个拒绝我们的客户。因为我们可以从他们那里吸取到为什么会被拒绝的教训。每次通话之后，我们都应该记录下来，他们拒绝我们的方式，然后，我们在总结，自己如果下次还遇到类似的事情，怎样去将它解决。这样做的目的是让我们再次面对通用的问题时，我们有足够的信心去解决，不会害怕，也不会恐惧。

3、每天抽一点时间学习。学得越多，你会发现你知道的越少。我们去学习的目的不在于达到一个什么样的高度。而是给我们自己足够的信心。当然我们应该有选择性的学习并不是什么不知道的都去学。打电话之前，把你想要表达给客户的关键词可以先写在纸上，以免由于紧张而\"语无伦次\"，电话打多了自然就成熟了。

二、明确打电话的目的

打电话给客户的目的是为了把产品销售出去，当然不可能一个电话就能完成，但是我们的电话要打的有效果，能够得到对我们有价值的信息。假如接电话的人正好是负责人，那么我们就可以直接向其介绍公司产品，通过电话沟通，给其发产品资料邮件、预约拜访等，如不是负责人，就要想办法获得负责人姓名、电话等资料，然后和其联系发邮件、预约拜访。所以说打电话给客户不是目的，我们要的是联系到我们的目标客户，获得面谈的机会，进而完成我们的销售。

三、客户资源的收集

既然目的明确了，那么就是打电话给谁的问题了，任何行业的电话销售都是从选择客户开始，电话销售成功的关键在于找对目标，或者说找到足够多的有效潜在目标客户，如果连这点都做不到，是根本谈不上创造什么良好的业绩的。在电话销售过程中，选择永远比努力重要，一开始就找对目标虽然并不代表着能够产生销售业绩，但起码你获得了一个机会，获得了一个不错的开始。

选择客户必须具备三个条件：

1、有潜在或者明显的需求。

2、有一定的经济实力消费你所销售的产品。

3、联系人要有决定权，能够做主拍板。由于我们的产品属于高档产品，消费人群主要集中在中高收入人群、公款消费人群及社会名流，这些人主要集中的行业包括it业、咨询业、娱乐圈、房地产业、出版业、医药业、汽车业、传媒业、通讯业、留学中介、民航业、金融业、政府事业单位等，在客户开发的时候，我们就要搜集这些行业的个人信息、公司企业采购人员、政府部门工会采购人员的信息。

四、前台或者总机沟通

资料收集好了，就是电话联系了，这时候你会发现很多电话是公司前台或者总机，接电话的人不是你所要找的目标，准备的一大套销售话术还没讲就被拒之门外，那么我们就要想办法绕过这些障碍，绕过前台的话术：

1、在找资料的时候，顺便找到老板的名字，在打电话的时候，直接找老总，若对方问到你是谁，你就说是其客户或者朋友，这样找到的机会大一些。

2、多准备几个该公司的电话，用不同的号码去打，不同的人接，会有不同的反应，这样成功的几率也比较大。

3、随便转一个分机再问(不按0转人工)，可能转到业务员那里或人事部，这样就能躲过前台。

4、如果你觉得这个客户很有戏，你就不要放弃，可以找另外一个同事帮你打，顺便考考你的同事，也可以学到新的方法。

5、以他们的合作伙伴的身份，例如：你好，我这是\_\_公司，帮我接一下你们老板，昨天我发了份传真给他，想确定是否收到。

6、不知道负责人姓什么，假装认识，比如说找一下你们王经理，“我是\_\_公司\_\_，之前我们联系过谈合作的事。如回答没有这个人，可以说：哦，那是我记错了，他的名片我丢了，请告诉我他贵姓，电话多少?”

7、别把你的名字跟电话号码留给接电话的人。如果负责人不在或是没空，就说：没关系，负责人一般什么时候在呢?您看我什么时候方便打过来，要不我下午再给您打?这样接电话的人就很难再拒绝你了。

五、成功的电话销售开场白

历经波折找到你的目标客户，必须要在30秒内做到公司及自我介绍，引起客户的兴趣，让客户愿意继续谈下去。即销售员要在30秒钟内清楚地让客户知道下列三件事：

1、我是谁，我代表哪家公司?

2、我打电话给客户的目的是什么?

3、我公司的产品对客户有什么用途?开场白用最简短精炼的语句表达自己的意图，因为没人会有耐心听一个陌生人在那发表长篇大论，而且客户关心的是这个电话是干什么的，能够给他带来什么，没有用处的电话对任何人来说，都是浪费时间。例如：您好，\_\_总，我是早上\_\_有限公司\_\_，我们公司主要是做各种高档水果、干果产品配送，还有各种干果、红酒、茶油礼盒。我们的产品您可以作为员工福利、节日礼品发放，还能提供给您的客户，维护好您的客户关系。注：不要总是问客户是否有兴趣，要帮助客户决定，引导客户的思维;面对客户的拒绝不要立刻退缩，放弃，最主要是约客户面谈。

六、介绍自己的产品

电话里介绍产品要抓住重点，突出我们的产品特色，吸引客户：

1、配送优势我们是以会员卡的形式消费，一次消费不完，可以分几次刷卡送货，还可以充值，您作为礼品送给客户，既方便又实用，客户只要一个电话，我们就把产品送到家了，节省了您客户外出购物的时间，而且产品品质有保证。

2、产品优势我们的产品大部分是进口水果、干果，而且很多水果我们有自己的种植园，确保了产品无农药残留，很多产品市场都不多见，现在都讲究送礼送健康，您把这么有营养价值的产品和服务送给客户，客户关系维护好了，那您的生意肯定越做越大，发给员工也能让员工感受到企业对他们的关心，肯定提高工作积极性，工作效率还用说吗!!

3、礼盒优势我们的高档礼盒里面的有红酒、茶油、各种干果品种多样，既能够作为高级礼品赠送客户，又能够用来走亲访友，可以根据自己的需求和喜好，选择不同的礼盒。作为礼品送给客户、员工，给您带来了方便，免去了您采购麻烦、送礼不便得烦恼，一张礼品卡全搞定了，多方便啊。

七、处理客户的反对意见

介绍产品时会遇到客户的拒绝、质疑，但是我们保持好的心态，同时对客户提出的拒绝、质疑能够想出应对的话术。客户的反对意见是分两种：非真实的反对意见和真实的。

非真实的反对意见有几种：

1、客户的习惯性拒绝，大多数人在接到推销电话时，第一反应是拒绝，这种客户就要转移他的注意方向，我们是走的团购路线，产品不是卖给他自己，作用是能够提高他的员工工作积极性，维系好他的客户关系，带来更大的企业效益。

2、客户情绪化反对意见，我们打电话给客户的时候，并不是很清楚客户现在到底心情是好还是坏，适不适合现在进行沟通。所以可以从客户的语气及态度听出他是否有情绪，倾听他的抱怨，帮助他化解了烦躁的心情，那么在以后的沟通中，客户也会对你的善意表示回馈，要学会倾听，电话销售人员会有相应的回报。

3、客户好为人师的反对，客户指出你的观点或者产品不足的地方，并不是真的不满意，客户自己也清楚这个世界上没有十全十美的产品，他只是想要告诉你自己有多厉害、多懂行。我们可以赢得和客户的争论，但是会输掉销售的机会。销售人员所要做的事情就是闭嘴，对客户的不同看法洗耳恭听。然后对他的看法表示赞同：“恩，您说的很有道理，什么产品多少都有瑕疵，听您这么说，让我学到了很多”。然后再提出自己的不同意见，这样既满足了客户的虚荣心，也达到了自己销售的目的。

真实的反对意见主要包括两个方面：

1、需要方面，有几种表现形式：

(1)“暂时不需要，有需要我会打电话给你的”这样的回答，可能是我们的开场白没有吸引客户，那么我们就要调整话术，重点讲我们产品能给他带来什么，比如：您看马上过年了，您公司肯定要给员工发福利，老客户也要维护好关系吧，员工福利能够提高员工工作积极性，客户礼品能够增进客户合作关系，您用不多的投入，就能够获得巨大的收益，来年您的生意还不是越做越好。

(2)“你先发份传真/资料过来看看，到时候再说”这样的回答只是给我们下次打电话留下机会，那么我们就要考虑下次打电话时，怎么样吸引客户的关注了，不能太急。

(3)“我还要考虑考虑”/“再商量商量”这样的回答，我们就要找到客户“考虑”的真实含义了，可以询问：您是担心哪一方面?这样好了，我带着产品和资料去您那，您好做个直观的了解。是约面谈，问清原因找出解决办法。

(4)“我们已经有合作伙伴了”这个时候千万不要贬低对方的合作伙伴，你贬低对手，就等于贬低你的客户，结果适得其反。你可以这样说：哦，那先恭喜您了，不知道与您合作的是哪家公司?作为同行我们可能了解的比较多一点，也许有什么能够帮助您的地方?如客户感兴趣，可以给其分析下你的对手的优势，然后说出你产品的不同之处，引起客户兴趣，然后再提出约见下，让你的客户了解下产品，多个选择也不会对他造成什么损失。

(5)“我现在很忙，没有时间和你谈”，这种答复我们可以这样回答客户：没关系，您看明天下午方便的话，我带资料去您那拜访一下，具体的咱们见面谈。如果客户还是拒绝，那就告诉客户先给他发个邮件，约个下次联系的时间，给客户个缓冲期。

2、价格方面的反对，电话沟通，尽量避免谈价格，如非要报价格，可以报一个大致的价格，尽量报一个范围，而不是准确的价格，便于和客户讨价还价。

八、约客户面谈

我们打电话的最终目的是销售我们的产品，这就需要和客户坐下来面谈，所以打电话的成功与否，就是看能否约到客户对其上门拜访。任何一个客户都不可能是一个电话就谈成的，也许第一次没有约成功，但是我们可以给自己留下后路，可以这样说：\_\_总，您看这样好吧，明天下午我带着产品和资料去您那一趟，…哦，明天您没时间啊，那您看周\_\_下午方便吗?不会耽误您多少时间，周\_\_下午您几点有时间…好的，那周\_\_见吧，到时候给您电话。

约见成功，你打电话的目的就达到了，下面的事情就是准备材料、样品上门拜访了，这才是真正的销售开始，怎么样取得面谈的成功，才是对一个销售人员的销售能力的考验。

**来年销售工作计划篇二十二**

1、年度销售目标600万元。

2、经销商网点50个。

3、公司在自控产品市场有必须知名度。

空调自控产品属于中央空调等行业配套产品，受上游产品消费市场牵制，但需求总量还是比较可观。随着城市建设和人民生活水平的不断提高以及产品更新换代时期的到来带动了市场的持续增长幅度，从而带动了整体市场容量的扩张。湖南地处中国的中部，空调自控产品需求量比较大：

1、夏秋炎热，春冬寒冷。

2、近两年湖南房地产业发展迅速，个性是中高档商居楼、别墅群的兴建。

3、湖南纳入西部开发、将增加各种基础工程的建设。

4、长株潭的融城。

5、郴州、岳阳、常德等超多兴建工业园和开发区。

6、人们对自身生活要求的提高；综上所述，空调自控产品个性是高档空调自控产品在湖南的发展潜力很大。

营销方式总体来说，空调自控产品销售的方式不外三种：工程招标、房产团购和私人项目。工程招标渠道占据的份额很大，但是房产团购和私人项目两种渠道发展迅速，已经呈现出多元发展局面。

从各企业的销售渠道来看，大部分公司采用办事处加经销商的模式，国内空调自控产品企业20xx年都加大力度进行全国营销网络的部署和传统渠道的巩固，加强与设计院以及管理部门的公关合作。对于进入时间相对较晚的空调自控产品企业来说，由于市场积累时间相对较短，而又急于快速打开市场，因此基本上都采用了办事处加经销制的渠道模式。

为了快速对市场进行反应，凡进入湖南市场的自控产品在湖南都有库存。湖南空调自控产品市场容量比较大而且还有很大的潜力，发展趋势普遍看好，因此对还未进入湖南市场的品牌存在很大的市场机会，只要采用比较得当的市场策略，就能够挤进湖南市场。目前上海正一在湖南空调自控产品市场上基础比较薄弱，团队还比较年轻，品牌影响力还需要巩固与拓展。在销售过程中务必要十分清楚我公司的优势，并加以发挥使之到达极致；并要找出我公司的弱项并及时提出，加以克服实现最大的价值；提高服务水平和质量，将服务意识渗透到与客户交流的每个环节中，注重售前售中售后回访等各项服务。

1.空调自控产品应以长远发展为目的，力求扎根湖南。20xx年以建立完善的销售网络和样板工程为主，销售目标为600万元。

2.挤身一流的空调自控产品供应商；成为快速成长的成功品牌。

3.以空调自控产品带动整个空调产品的销售和发展。

4.市场销售近期目标：在很短的时间内使营销业绩快速成长，到年底使自身产品成为行业内知名品牌，代替省内同水平产品的一部分市场。

5.致力于发展分销市场，到20xx年底发展到50家分销业务合作伙伴。

6.无论精神，体力都要全力投入工作，使工作有高效率、高收益、高薪资发展。

如果空调自控产品要快速增长，且还要取得竞争优势，最佳的选取必然是——“目标集中”的总体竞争战略。随着湖南经济的不断快速发展、城市化规模的不断扩大，空调自控产品市场的消费潜力很大，目标集中战略对我们来说是明智的竞争策略选取。围绕“目标集中”总体竞争战略我们能够采取的具体战术策略包括：市场集中策略、产品带集中策略、经销商集中策略以及其他为目标集中而配套的策略四个方面。为此，我们需要将湖南市场划分为以下四种：

战略核心型市场---长沙，株洲，湘潭，岳阳。

重点发展型市场----郴州，常德，张家界，怀化。

培育型市场-----娄底，衡阳，邵阳。

等待开发型市场----吉首，永州，益阳。

总的营销策略：全员营销与采用直销和渠道营销相给合的营销策略。

1、目标市场：

遍地开花，中心城市和中小城市同时突破，重点发展行业样板工程，大力发展重点区域和重点代理商，迅速促进产品的销量及销售额的提高。

2、产品策略：

用整体的解决方案带动整体的销售：要求我们的产品能构成完整的解决方案并有成功的案例，由此带动全线产品的销售。大小互动：以空调自控产品的销售带动阀门及其他产品的销售，以阀门及其他产品的项目促进空调自控产品的销售。

3、价格策略：

高品质，高价格，高利润空间为原则；制订较现实的价格表：价格表分为两层，媒体公开报价，市场销售的最底价。制订较高的月返点和季返点政策，以控制营销体系。严格控制价格体系，确保一级分销商，二级分销商，项目工程商，最终用户之间的价格距离级利润空间。为了适应市场，价格政策又要有必须的能活性。

4、渠道策略：

（1）分销合作伙伴分为二类：一是分销客户，是我们的重点合作伙伴。二是工程商客户，是我们的基础客户。

（2）渠道的建立模式：a.采取逐步深入的方式，先草签协议，再做销售预测表，然后正式签定协议，订购第一批货。如不进货则不能签定代理协议；b.采取寻找重要客户的办法，透过谈判将货压到分销商手中，然后我们的销售和市场支持跟上；c.在代理之间挑取竞争心态，在谈判中因有当地的一个潜在客户而使我们掌握主动和高姿态。不能以低姿态进入市场；d.草签协议后，在我们的广告中就能够出现草签代理商的名字，挑取了分销商和原厂商的矛盾，我们乘机进入市场；e.在当地的区域市场上，随时保证有一个当地的能够成为一级代理的二级代理，以对一级代理成为威胁和起到促进作用。

（3）市场上有推，拉的力量。要快速的增长，就要采用推动力量。拉需要长时间的培养。为此，我们将主要精力放在开拓渠道分销上，另外，负责大客户的人员和工程商的人员主攻行业市场和工程市场，力争在三个月内完成4~5项样板工程，给内部人员和分销商树立信心。到年底为止，完成自己的营销定额。

5、人员策略：

营销团队的基本理念：a.开放心胸；b.战胜自我；c.专业精神；

（1）业务团队的垂直联系，持续高效沟通，才能作出快速反应。团队建设扁平。

（2）内部人员的报告制度和销售奖励制度。

（3）以专业的精神来销售产品。价值=价格+技术支持+服务+品牌。实际销售的是一个解决方案。

（4）编制销售手册；其中包括代理的游戏规则，技术支持，市场部的工作范围和职能，所能解决的问题和带给的支持等说明。

**来年销售工作计划篇二十三**

对于已从事销售工作近两年的我，现在对销售市场和销售方法都已成熟，吸取不成功的教训，吸纳成功的成果，对新的工作我也制定了20\_\_年新销售工作计划：

我首先想到的是要降低成本，应该采取的主要措施有：进一步拓宽进货渠道，寻找多个供货商，进行价格、质量比较，选择质量好价格低的供货商供货;勤俭节约，节省开支、避免浪费，工程方案设计要合理;内部消耗降低，日常费用开支、水、电、日常办公耗材尤其是纸张、车辆开支要节俭等问题。

其次也是最重要的部分-----培养意识，服务意识的加强、竞争意识的树立、市场创造意识的培养。我们是以服务为主的公司，可以借助服务去赢得市场，赢得用户的信任。同事之间，企业之间时时刻刻竞争都存在，自己业务水平不提高会被公司淘汰，企业不发展将会被社会淘汰。近几年，耗材市场竞争比较激烈，今年形势将更加严峻。

业务水平和员工素质的提高至关重要，关系到整个企业的发展与命运。业务水平的高低影响到办事的工作效率;员工素质的高低直接影响到企业的社会地位和社会形象。只有具有一支高素质、技术水平过硬的队伍的企业才会有进步、有发展。

加大宣传力度也是市场开发一种重要手段和措施。

我的销售工作计划书：

一、销售部获得利润的途径和措施

销售部利润主要来源有：计算机销售;电脑耗材;打印机耗材;打字复印;计算机网校等和计算机产业相关的业务。今年主要目标：家庭用户市场的开发、办公耗材市场的抢占。针对家庭用户加大宣传力度，办公耗材市场用价格去竞争、薄利多销。建立完善的销售档案，定期进行售后跟踪，抢占办公耗材市场，争取获得更大的利润。这里也需要我们做大量的工作，送货一定及时、售后服务一定要好，让客户信任我们、让客户真真切切的享受到上帝般的待遇。

能够完成的利润指标，\_\_\_万元，纯利润\_\_\_万元。其中：打字复印\_\_\_万元，网校\_\_\_万元，计算机\_\_\_万元，电脑耗材及配件\_\_\_万元，其他：\_\_\_万元，人员工资\_\_\_万元。

二、客户服务部获得的利润途径和措施

客服部利润主要来源：七喜电脑维修站;打印机维修;计算机维修;电脑会员制。20\_\_年我们被授权为七喜电脑授权维修站;实创润邦打印机连锁维修站，所以说今年主要目标是客户服务部的统一化、规范化、标准化，实现自给自足，为来年服务市场打下坚实的基础。能够完成的利润指标，利润\_\_\_万元。

三、工程部获得的利润途径和措施

工程部利润主要来源：计算机网络工程;无线网络工程。由于本地网络实施基本建成，无线网络一旦推广开来可以带来更多的利润点，便于计算机网络工程的顺利开展，还能为其他部门创造出一个切入点，便于开展相应的业务工作。今年主要目标也是利润的增长点-----无线网，和一部分的上网费预计利润在\_\_\_万元;单机多用户系统、集团电话、售饭系统这部分的利润\_\_\_万元;多功能电子教室、多媒体会议室\_\_\_万元;其余网络工程部分\_\_\_万元;新业务部分\_\_\_万元;电脑部分\_\_\_万元，人员工资\_\_\_—\_\_\_万元，能够完成的利润指标，利润\_\_\_万元。

在追求利润完成的同时必须保证工程质量，建立完善的工程验收制度，由客户服务部监督、验收，这样可以激励工程部提高工程质量，从而更好的树立公司形象。

四、在管理上下大力度、严格执行公司的各项规章制度、在工作效率、服务意识上上一个层次，树立公司在社会上的形象。

对那些不遵守公司规章制度、懒散的员工决不手软，损坏公司形象的一定严肃处理。

五、要建立一个比较完善、健全的管理运行体系。

1、从方案的设计、施工、验收、到工程的培训这一流程必须严格、坚决地贯彻执行，客户服务部要坚持不验收合格不进行维修的原则。

2、尽量创造出一些固定收入群体，如计算机维修会员制、和比较完备的设备维修收费制度，把一些比较有实力、有经济基础的企事业单位、委办\_变成我们长期客户。

3、对大型客户要进行定期回访，进行免费技术支持，建立一个比较友好的客户关系。要利用各种手段、媒体，如利用我们自己的主页把公司的收费标准公布出去、从领导到每位员工要贯彻执行。

4、服务、维修也能创造利润。近几年工程越来越少、电脑利润越做越薄、竞争越来越激烈，我们可以从服务、维修创造利润，比较看好的有保修期以外的计算机维修市场、打印机维修市场等。

六、创造学习的机会

不断为员工提供或创造学习和培训的机会，内部互相学习，互相提高，努力把\_\_\_公司建成平谷地\_计算机的权威机构。

职工培训工作是人力资源开发、干部队伍建设与企业文化建设的重要内容，通过培训，可以统一目标、统一认识、统一步调，提高企业的凝聚力、向心力和战斗力。树立学习风气，不懂得要问，不会的要学。

培训内容：

一、爱岗敬业：回顾历史、展望未来，了解企业的光荣传统与奋斗目标，增强使命感与责任感，培养主人翁意识。

二、岗位职责：学习公司制度、员工纪律，明确岗位职责、行为规范。

三、岗位技能：学习从业技能、工作流程及在岗成才的方法。

培训方式：

1、公司内部定期不定期安排员工培训。

2、积极参与中心或公司组织的管理人员、技术员和全体员工的培训活动。

3、培训目标：为员工在岗成才创造条件，为企业提供员工积累。

我们是一个团结的集体，具有团队精神的集体，变成一支能够打硬仗的队伍。每个部门、每位员工，岗位明确，责任到人，个人奖金与部门效益直接挂钩。这样一来我们应该既有压力又要有信心，没有信心就不会成功，没有压力就不会使人在各个层面进步、提高。

同志们，时间是有限的、尤其是从事我们这个行业的，计算机技术的发展日新月异，一天不学习就会落后，因此现在我们在座的每位职工都应该要有树立时间意识、竞争意识，引用xx大精神里的一句话就是要“与时俱进”。

公司各个部门应互相配合相互协作、按时按量、完成领导交给我们的各项工作任务，努力去实现本次大会制定的121万利润指标。

今后怎么办，我想，绝不能辜负信息中心的各位领导和\_\_\_30名职工对自己的殷切期望和支持，一定要努力做到以下两点：

1、放下包袱，抛开手脚大干，力争当一名合格的副经理

其工作职责就是开拓市场和\_\_\_公司的业务，在工作之中一定要严格要求自己、树立自己正确的人生观和价值观、顾全大\_，把公司的利益看得高于一切。绝不干有损于\_\_\_形象的事情。

2、努力学习，提高素质，提高工作能力，和业务水平，为把\_\_\_建成在平谷地\_规模最大、品种最全、最具有权威性的it企业而努力。

本文档由站牛网zhann.net收集整理，更多优质范文文档请移步zhann.net站内查找