# 业务员的工作职责

来源：网络 作者：逝水流年 更新时间：2024-10-16

*第一篇：业务员的工作职责业务员的工作职责1：以公司为核心；每天保证与领导之间保持业务沟通。2：按时按量完成公司下达的任务，遵从公司的工作反馈并积极提出个人意见；3：白天认真工作，晚上思考如何发展；尽最大努力挖掘潜在客户。4：终端的工作布置...*

**第一篇：业务员的工作职责**

业务员的工作职责

1：以公司为核心；每天保证与领导之间保持业务沟通。

2：按时按量完成公司下达的任务，遵从公司的工作反馈并积极提出个人意见；

3：白天认真工作，晚上思考如何发展；尽最大努力挖掘潜在客户。

4：终端的工作布置：能够也有潜力提升的客户一定需要通过形象的展示提升信心，从而达到量的提升和认知度的提高。

5：加强与客户的客情沟通；，加强公司在客户心中的认知与美誉度。

6：客户出现的问题及时反馈与耐心讲解； 同时不断提高自己个人对待问题的判断能力和解决能力。

7：注意各品牌（竞品）的终端活动及电信的市场政策变动； 耐心疏导和引领客户。

8：制定好与终端客户的周期拜访，做好维稳工作。

9：做好对产品的维护以及宣传活动；

10：提前制定好每日/周/月的计划草稿一份。

备注：

业务4P

产品 Product价格 Price分销 Place促销 Promotion加上激情Pa

2024-08-25

**第二篇：业务员工作职责**

业务员的岗位职责

依照部门分配的销售目标，制定本市场内销售预测及指标分解、销售计划，确保完成分配的销售目标。

2.依照销售手册，主导管辖市场组内重点客户订单操作，及督促下属按规定处理客户订单（报价单，合同，任务单，出运单等），确保重点客户订单操作顺畅及所有订单处理无差错。

3.依照公司财务政策，合同条款和出口信保相关规定，负责及监督组内成员及时催收货款，确保货款安全及时回收。

4.依据市场信息，参与及协助海外代理的潜在及现有重点客户谈判，开发及后续订单操作，确保重点客户成功率和签约客户满意率。

5.依照业务团队能力现状，协助领导制定部门培训计划及制定和落实管辖市场组内内部培训，提升团队业务能力，促进业务增长。

6.按照部门上级领导要求，完成交代的其他任务

一、职责：

1.主管上级划分好的区域、县份并按月、季、年完成本区域销售目标

2.作好客情关系，负责区域内的市场开发与维护，协助其他区域开发工作。

3.进行市场调查与研究，建立区域内客户档案。

4.销售的预测。

5.收集并提供市场情报。

6.做好新产品的推广和不断开发新网点的工作及产品的陈列。

7.做好本区域每天、每月、每年的货款的回笼工作。

8.处理好本区域的客户投诉。

9.听从上一级领导的安排，不能擅自做主。

10.对违背上级决议所造成的后果负责。

11.对由于自己决策执行失误，造成不达目标或经济下降负责。

12.对未完成月份和季度任务目标负责。

13.对本公司信誉造成严重损毁负责。

14.对公司机密泄露事件负责。

15.对事前未做充分调查版本号行性分析而草率作决定的给公司造成损失负责。

二、权限：

1、有权对客户投诉提出便是理赔。

2、有权提出本区域内的促销申请活动及其他人员配合工作的申请。

3、有权对本区域内的大客户的初步洽谈。

4、对本区域内的通路提出针对性的看法。

5、有权提出区域内用车计划的申请。

6、向销售经理或助理汇报并接受其他领导。

业务员工作职责

小弟前两天刚写的，各位大大，帮我看看还有什么地方需要修改的。

一、合理安排工作计划

每月计划：以公司的整体目标与计划，结合上月数据分析中了解到的销售情况，做出当月的产品、促销、陈列、针对竞品策略的工作计划，并将计划细分到每一个品牌，每一个条码，每一个门店，每一周销售任务分配。

每周计划：根据每月的工作计划与上周的拜访得到的实际情况，安排一周的拜访工作，并检查拜访的频率是否能够满足客户的需要。每周六下午回公司开会的时候上报给公司。（重点门店一周拜访次数不得少于3次，应隔一天拜访一次；一般门店每周拜访不得少于一次）

每天计划：结束一天的拜访工作后，对重点紧急事情向公司通报，并按照一周的拜访计划，结合工作实际情况（店方的请货时间，重要待处理事项，店方的要求，店方相关人员的班次等）安排第二天的拜访计划。

对于每周安排好的拜访计划不要随意改动，分清待处理事项的轻重缓急，做到计划大于变化。

二、生动化陈列

陈列：争取卖场内好的陈列位置，争取货架上好的陈列层次，更多更大的陈列面。陈列情况要不弱于竞品和优于竞品。保持货架上商品易区分、易识别，集中陈列，商品丰富、品相朝外、先进先出、干净整洁，无残、次、污染破损商品。重点推荐商品、新品与促销商品占最佳陈列位置，且陈列面不得少于3个。

价签：所有产品有相应的价签，价签要正确反应产品价格，价签应清晰醒目。特别注意特价商品的起止日期，对价签及时更换。

生动化工具：争取机会布置生动化工具，如挂条，POP，围纸，产品标签等，放到顾客容易看到的地方。对已有生动化工具和售点广告要及时维护。检查是否完好、干净、陈旧，及时更换。

三、清理库存

根据近期销售情况，保持每一个条码的安全库存。对每一个条码按种类，品牌，口味，价格顺序

化清点库存数量，检查货架上是否有脱销或存量的商品，根据已掌握的情况判断是否还有库存，询问店方仓库是否还有库存，将放在仓库、纸箱或其它不显眼地方的商品拿到货架醒目位置和顾客容易拿到的地方。

四、提供专业服务

主动询问店方的要求，处理店方的合理要求，提供退货，换货，宣传物料，促销活动，产品特点、卖点知识，向店方分析我们产品的优势，市场地位，能给对方带来的利益。对店方的不合理要求，如：要求费用支持，不合公司利益的促销，损耗补差，不合理退货等，采用柔和的态度进行回绝，如权限有限，要向公司请示或会受到公司罚款等说法。

退货标准：产品包装问题破损（包装内商品多于2/3），产品生产质量原因，距离保持期90天以上的滞销品，公司指定清场产品，或门店关门清场产品。对超出标准外的退货，先请示后执行。

五、销售产品

根据产品现有库存和近期日平均销售情况，货架上的排面数，拜访间隔时间，促销活动安排，季节性等因素综合安排安全库存，向店方建议订单。处理店方关于销量不好，库存过大之类的异议，充分运用销售数据，对店方的利润贡献，在同行类的地位排名，促销活动支持等方式说服。在库存安排上，要保证品项齐全，下次拜访时不断货。采用1.5倍订量原则。

本期应订货量=（上期库存+上期订货量-本期库存）\*1.5-本期库存

六、促销活动的计划与落实

公司要求落实的促销活动：准备好店方总部的促销执行单，交门店区域主管，营销部签字执行。店方要求支持的促销活动：了解促销活动的目的与方法，大概所需要的人员/物资/费用及公司所需要的其它支持配合，比较店方会给予公司的支持与公司的投入，判断其合理性，在公司填写促销申请表，经审核批准后向店方反馈信息。等待店方总部执行单至门店落实促销活动。对公司不给予审核的情况，向店方人员表示歉意，说明情况。

业务人员发现销售机会申请的促销活动：先向公司口头申请，得到公司同意后。向所需要做促销活动的门店区域主管说明促销活动方案，预估效果，促销前的销量，说服对方并给予支持。然后向公司提出正式申请。由公司向店方总部报促销活动，待店方总部批准的促销执行单后落实至门店。

在具体执行促销活动前，要求店方给予实际配合支持。前期备货，POP，促销位置安排，准许布置生动化陈列工具，安排人流量较大的促销活动场地。促销活动执行中，要重点拜访该门店，发现促销活动过程中的问题，如赠品管理，临时促销人员的管理等。对促销活动执行完毕后。

促销活动申请表

----门店 填表时间：年 月 日

活动名称： 促销商品： 促销活动执行起/止时间：

活动目的：

店方给予的支持：

活动所需要物品（数量）： 活动所需人员（人数）： 预计费用：

活动预估效果：

公司总经理意见：

活动实际物资/人员/费用：

活动实际达到效果：

活动中发现的问题及下次改进方案：

申请人 审核人：

七、配合与指导导购的工作

导购是否到岗；检查赠品是否齐全，是否需要补充，赠品的领用，消耗是否正常，活动完毕后有无退回；记录导购的工作态度，了解其收集到的市场信息；记录导购反应的问题，对其工作技巧，产品优势卖点等予以指导；配合导购做好陈列，促销工具的布置；与店方沟通，协调导购员上岗，号牌办理，班次安排等相关工作。

八、收集市场信息

商品信息卡 客户资料卡 竞品信息卡 消费者信息卡

（1）商品信息卡：条码 品名 规格 产地 外包装评价 生产原料和成份 产品的大致生产过程 使用方法 性能与质量 价格（供货价，零售价）保持期 优点 缺点 卖点 经常损耗的原因 其他相关问题

（2）客户资料卡：门店 地址 商圈分析（周边环境）门店营业状况 卖场规模 营业结构 员工数量与结构 店内促销员的人数与各区域比例 本公司产品销售所要接触到的相关人员（姓名，职务，电话，年龄，学历，在该门店工作年限 性格，班次，休息日，对公司的支持配合程度）

（3）竞品信息卡：竞品的主营产品及推出的新品名称，价格，包装，产地，质量，主要卖点及特色，促销活动，陈列情况，其人员的薪资水平，人员变动，市场铺货情况

以上资料注重积累与更新，每月需留公司备档。

九、提升客情

经常性的拜访，在交往中保持礼貌的态度。能记得对方的姓名，合乎情理的称赞，在节庆日给予问候，多帮他们做一些工作分外的事情，找到双方共同感兴趣的话题和对方利益点交谈，对于对方的要求，口头重复，当面记载在工作记录上，以示重视。

在保证公司利益前提下，充分考虑店方利益与对方的个人利益。不轻易向店方人员承诺，但答应的事一定要办到。（不经公司批准，答应店方超出个人权限的事情，损害到公司利益，所造成公司的损失由业务人员承担。）

十、销售数据分析

见：周销售情况表，月销售统计分析表。

通过每周/月的销售数据分析，了解分析每一个品类，每一个SKU，每一个门店的销售情况。及时发现出现的异动情况，清楚自己一月的工作效果。对每一个销售统计数据出来的结果（上升或下降）都能说得出原因，并总结工作记录，及时提出改进方案（如：申请促销活动，调整陈列等）。

客户拜访表

————门店 业务员： 年 月 日--年 月 日

拜访时间：（1）年月日 时 分（2）年月日 时 分（3）（4）

品名，规格，单位 [价格，库存数，生产日期，陈列层、面，促销活动方式，促销起止期，本次订货数]

[竞品情况： 导购情况：

店方意见： 业务员建议： 店方签名： ]

注： [ ] 内容为每一次拜访都需要填写的项目。

**第三篇：业务员工作职责**

业务员工作职责

一、合理安排工作计划

每月计划：以公司的整体目标与计划，结合上月数据分析中了解到的销售情况，做出当月的产品、促销、陈列、针对竞品策略的工作计划，并将计划细分到每一个品牌，每一个条码，每一个门店，每一周销售任务分配。

每周计划：根据每月的工作计划与上周的拜访得到的实际情况，安排一周的拜访工作，并检查拜访的频率是否能够满足客户的需要。每周六下午回公司开会的时候上报给公司。（重点门店一周拜访次数不得少于3次，应隔一天拜访一次；一般门店每周拜访不得少于一次）

每天计划：结束一天的拜访工作后，对重点紧急事情向公司通报，并按照一周的拜访计划，结合工作实际情况（店方的请货时间，重要待处理事项，店方的要求，店方相关人员的班次等）安排第二天的拜访计划。

对于每周安排好的拜访计划不要随意改动，分清待处理事项的轻重缓急，做到计划大于变化。

二、生动化陈列

陈列：争取卖场内好的陈列位置，争取货架上好的陈列层次，更多更大的陈列面。陈列情况要不弱于竞品和优于竞品。保持货架上商品易区分、易识别，集中陈列，商品丰富、品相朝外、先进先出、干净整洁，无残、次、污染破损商品。重点推荐商品、新品与促销商品占最佳陈列位置，且陈列面不得少于3个。

价签：所有产品有相应的价签，价签要正确反应产品价格，价签应清晰醒目。特别注意特价商品的起止日期，对价签及时更换。

生动化工具：争取机会布置生动化工具，如挂条，POP，围纸，产品标签等，放到顾客容易看到的地方。对已有生动化工具和售点广告要及时维护。检查是否完好、干净、陈旧，及时更换。

三、清理库存

根据近期销售情况，保持每一个条码的安全库存。对每一个条码按种类，品牌，口味，价格顺序化清点库存数量，检查货架上是否有脱销或存量的商品，根据已掌握的情况判断是否还有库存，询问店方仓库是否还有库存，将放在仓库、纸箱或其它不显眼地方的商品拿到货架醒目位置和顾客容易拿到的地方。

四、提供专业服务

主动询问店方的要求，处理店方的合理要求，提供退货，换货，宣传物料，促销活动，产品特点、卖点知识，向店方分析我们产品的优势，市场地位，能给对方带来的利益。对店方的不合理要求，如：要求费用支持，不合公司利益的促销，损耗补差，不合理退货等，采用柔和的态度进行回绝，如权限有限，要向公司请示或会受到公司罚款等说法。

退货标准：产品包装问题破损（包装内商品多于2/3），产品生产质量原因，距离保持期90天以上的滞销品，公司指定清场产品，或门店关门清场产品。对超出标准外的退货，先请示后执行。

五、销售产品

根据产品现有库存和近期日平均销售情况，货架上的排面数，拜访间隔时间，促销活动安排，季节性等因素综合安排安全库存，向店方建议订单。处理店方关于销量不好，库存过大之类的异议，充分运用销售数据，对店方的利润贡献，在同行类的地位排名，促销活动支持等方式说服。在库存安排上，要保证品项齐全，下次拜访时不断货。采用1.5倍订量原则。

本期应订货量=（上期库存+上期订货量-本期库存）\*1.5-本期库存

六、促销活动的计划与落实

公司要求落实的促销活动：准备好店方总部的促销执行单，交门店区域主管，营销部签字执行。店方要求支持的促销活动：了解促销活动的目的与方法，大概所需要的人员/物资/费用及公司所

需要的其它支持配合，比较店方会给予公司的支持与公司的投入，判断其合理性，在公司填写促销申请表，经审核批准后向店方反馈信息。等待店方总部执行单至门店落实促销活动。对公司不给予审核的情况，向店方人员表示歉意，说明情况。

业务人员发现销售机会申请的促销活动：先向公司口头申请，得到公司同意后。向所需要做促销活动的门店区域主管说明促销活动方案，预估效果，促销前的销量，说服对方并给予支持。然后向公司提出正式申请。由公司向店方总部报促销活动，待店方总部批准的促销执行单后落实至门店。

在具体执行促销活动前，要求店方给予实际配合支持。前期备货，POP，促销位置安排，准许布置生动化陈列工具，安排人流量较大的促销活动场地。促销活动执行中，要重点拜访该门店，发现促销活动过程中的问题，如赠品管理，临时促销人员的管理等。对促销活动执行完毕后。

促销活动申请表

----门店 填表时间：年 月 日

活动名称： 促销商品： 促销活动执行起/止时间：

活动目的：

店方给予的支持：

活动所需要物品（数量）： 活动所需人员（人数）： 预计费用：

活动预估效果：

公司总经理意见：

活动实际物资/人员/费用：

活动实际达到效果：

活动中发现的问题及下次改进方案：

申请人 审核人：

七、配合与指导导购的工作

导购是否到岗；检查赠品是否齐全，是否需要补充，赠品的领用，消耗是否正常，活动完毕后有无退回；记录导购的工作态度，了解其收集到的市场信息；记录导购反应的问题，对其工作技巧，产品优势卖点等予以指导；配合导购做好陈列，促销工具的布置；与店方沟通，协调导购员上岗，号牌办理，班次安排等相关工作。

八、收集市场信息

商品信息卡 客户资料卡 竞品信息卡 消费者信息卡

（1）商品信息卡：条码 品名 规格 产地 外包装评价 生产原料和成份 产品的大致生产过程 使用方法 性能与质量 价格（供货价，零售价）保持期 优点 缺点 卖点 经常损耗的原因 其他相关问题

（2）客户资料卡：门店 地址 商圈分析（周边环境）门店营业状况 卖场规模 营业结构 员工数量与结构 店内促销员的人数与各区域比例 本公司产品销售所要接触到的相关人员（姓名，职务，电话，年龄，学历，在该门店工作年限 性格，班次，休息日，对公司的支持配合程度）

（3）竞品信息卡：竞品的主营产品及推出的新品名称，价格，包装，产地，质量，主要卖点及特色，促销活动，陈列情况，其人员的薪资水平，人员变动，市场铺货情况

以上资料注重积累与更新，每月需留公司备档。

九、提升客情

经常性的拜访，在交往中保持礼貌的态度。能记得对方的姓名，合乎情理的称赞，在节庆日给予问候，多帮他们做一些工作分外的事情，找到双方共同感兴趣的话题和对方利益点交谈，对于对方的要求，口头重复，当面记载在工作记录上，以示重视。

在保证公司利益前提下，充分考虑店方利益与对方的个人利益。不轻易向店方人员承诺，但答应的事一定要办到。（不经公司批准，答应店方超出个人权限的事情，损害到公司利益，所造成公司的损失由业务人员承担。）

十、销售数据分析

见：周销售情况表，月销售统计分析表。

通过每周/月的销售数据分析，了解分析每一个品类，每一个SKU，每一个门店的销售情况。及时发现出现的异动情况，清楚自己一月的工作效果。对每一个销售统计数据出来的结果（上升或下降）都能说得出原因，并总结工作记录，及时提出改进方案（如：申请促销活动，调整陈列等）。

客户拜访表

————门店 业务员： 年 月 日--年 月 日

拜访时间：（1）年月日 时 分（2）年月日 时 分（3）（4）

品名，规格，单位 [价格，库存数，生产日期，陈列层、面，促销活动方式，促销起止期，本次订货数]

**第四篇：业务员工作职责**

1.负责与客户的业务联络，送稿复审确认和审核制作的校样稿。

2.在出席客户会议时，负责会议记录，并提交会议纪要。

3.—般没有决策权,是在其他人员的指导下开展工作。

4.要求对广告制作和媒介等很熟悉。

**第五篇：业务员工作职责**

业务人员工作职责

为了令各位业务人员更透彻地了解自身的工作职责，以下就公司业务人员为例，为大家列出一则业务人员工作职责，供参考。

一、销售目标

1.通过业务人员有规律的持续拜访，覆盖所在城市内全部目标客户。

2.通过良好的客情关系及有效的客户渗透，使客户80％以上的预算用于购买我们的产品。

二、访问要求

1.访问数量。每日至少电话拜访4个A类客户或6个B 类客户，10个C类客户，对部分客户进行电话联系。（未完成一次罚款20元）

2.拜访频率。保证每季度访问全部A、B两类客户2次。（未完成一次罚款20元）

3.客户渗透。掌握每家客户的投标项目，并争取得到80％以上的份额。

4.开发新客户。业务员应保持每周开发2～4家新客户，以确保稳定扩大市场份额。（未完成一次罚款20元）

5.记录报告。记录和报告在工作中起到重要作用，在每次电话拜访时应同时填写有关报告，每位业务员有责任确保记录和报告的及时与准确。

三、日常工作建议流程

我们需要用一套完整的工作流程帮助我们计划、安排我们的销售工作，从而帮助我们提高工作效率和业绩。以下是业务员工作流程范例，供参考。

每日工作流程

准备工作（8∶30～9∶30）

1.回顾前一天的电话拜访客户及客户情况。

2.确定当日销售重点，准备客户登记表，回访客户。

3.检查本日如出差应该携带的资料、宣传品及文具等，有重要事件需向业务经理汇报。

上午工作（9∶30～12∶00）

1.开始拜访客户。

2.如客户负责人不在（如果你进行了电话沟通，这种情况发生的可能性较小），不要等候太长时间，可以留下一张字条及名片，通知客户你曾经来拜访过，并写明你下次希望来拜访的时间。这会向客户证明你是一个职业化的销售人员。

3.尽量将每次电话拜访时间控制在30分钟以内，因为你的时间同样十分宝贵。

4.争取上午能够拜访10家客户。

下午工作（13∶00～17∶30）

1.开始下午工作，争取完成10家客户拜访任务。

2.总结当日发生的业务问题和工作

3.整理当日访问报告，计划次日工作。

每周工作流程

四、注意事项

业务人员不能销售公司外的其他任何产品。有时客户会要求业务员提供一些其他产品，这分为两种情况：

一.要求提供竞争对手产品。这时，你应该直接告诉他，这是绝对不可以的。因为你是公司的业务员，客户不会因此拒绝与你合作，相反，他会认为你诚实，并具有职业精神。

二.要求提供其他品类的产品。这时，你应该劝说客户将这部分预算合并到总预算中，我们可以为单位员工提供更好更新的产品，增加员工尝试我们产品的机会。

三.做生意就是做生意，跟终端的大小没关系，跟你的职位也没关系，脸上真诚地笑，手要用力地握，多说点好听的话，有什么成本呢？你无法预知那条“咸鱼”在什么时候会翻身。

1、职业化的定位

2、敬业精神

3、对自己负责，对工作负责，为自己的职业生涯工作

4、终生学习的观念

一·终身学习观念 二·随时随地学习的观念 三·广泛学习观念

四·标杆学习的观念

5、竞争与创新的观念能力

6、团队意识与协作精神

7、快速反应与速度思维

8、用心做事的观念与意识

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