# 2024年销售总监的工作规划 销售总监工作计划(7篇)

来源：网络 作者：紫陌红尘 更新时间：2024-06-18

*销售总监的工作规划 销售总监工作计划一二、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...*

**销售总监的工作规划 销售总监工作计划一**

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：英\_\_\_\_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。

七、关于传播：报刊媒体方面目前非常弱，只有广州家具报一家在做，而且可以赠送的软文也没有做，浪费。另外，通过博客的推广，有些家具类报社近期有一些文章见报，对品牌的建设有一定的推动。网络上的传播由于近段时间一直持续的做推广，起到了较好的效果，\_\_\_\_家具论坛有四个广告位在宣传，该论坛注册人数二十多万。其它网站也互换了三个广告已经发布，另外在搜狐的家具博客浏览人数已达四万多人，搜房网博客三万多人次，常有文章被推荐到头版。本公司网站的浏览量已达到了近两万人次，还有其它十来个在做推广的平台流量没统计，总量当在二十万左右。当然，客户看了不一定就能转化成购买，推广的目的是让更多的人知道我们的品牌，形成口碑。由于没有其它的宣传途径，所以网络宣传还是要加大力度。

**销售总监的工作规划 销售总监工作计划二**

一 、提高员工整体业务水平

1)产品知识 ：熟悉我公司提供的设备的技术参数 、材料特性 、规格 、型号和原材料特性 ，知道如何使用产品；了解行业内竞争产品的相关情况；

2)客户需求 ：了解客户的投资心理 、购买水平和对产品的基本要求。

3)市场知识 ：了解冰淇淋和烧烤市场的动态和变化 ，根据客户的投资情况进行市场分析。

4)拓展知识 ：进一步了解其他加盟信息 ，以便更好地与不同客户达成共识 ，在业务领域进行沟通 ，从而实现更好的合作。

5)服务知识 ：了解接待和接待的基本礼仪 ，细心 、认真 、快速处理客户情况；有效沟通公司信息 ，获得信任。

二 、及时更新设备及其产品种类

随着广告宣传的深入和人们对多元化的关注 ，需要及时更新一些有特色 、引人注目的设备和产品 ，以满足客户的需求。明年的市场一定会有很大的`竞争 ，这也是我们脱颖而出的重要砝码。

建议 ：

1)加强专业r了解行业竞争产品的有关情况;

2)客户需要方面：了解客户的投资心理、购买层次、及对产品的基本要求。

3)市场知识方面：了解冰淇林及烧烤市场的动向和变化、根据客户投资的情况，进行市场分析。

4)拓展知识方面：进一步了解其他加盟方面的信息，方便能更好的和不同的客户达成共识和业务范畴的交流，以便更好的合作。

5)服务知识方面：了解接待和会客的基本礼节，细心、认真、迅速地处理客户状况;有效地传递公司信息及获得信任。

二：及时更新设备及其产品种类

随着广告的深入宣传，关注人群的多样性发展，必须得及时更新一些有特色吸引人眼球的设备及产品满足客户的需求。明年的市场必定存在很大竞争，这也是我们能脱颖而出的重要砝码。

建议

1)壮大专业研发人员团队

2)定期引进新型畅销设备

三：完善售后服务

随着明年业务量的加大，为了保证客户的利益并减少公司麻烦及投诉，所以售后服务一定要完善。

1)仓库发出的货物必须与经理所签订的配置清单保持一致

2)配置专门的售后人员，客户反映的问题应第一时间解决。结业后一定要发名片，避免出现问题客户只找话务员的现象。

四：了解并掌握员工的心态与动向

团队的业绩并不是一个人的功劳，需要团队人员齐心协力完成所得，所以其中的每一份子都很重要。培养一名销售人员也需1-3个月，所有的前期沟通都需要话务员去做铺垫，所以他们的心态及工作状态相关领导一定要充分了解，多沟通、多关爱、多帮助，出现问题及时调整，避免造成人员无谓的流失。

五：应提高对市场的前瞻及把控性

任何一个行业都有它的发展趋势与轨迹，都是与大的环境与市场需求息息相关。作为需要敏锐的洞察能力并通过自身的相关经验判断出市场的走向，广告量的加减、客户的需求点等等，也只有这样我们即便处在逆境也能独占鳌头。

20\_\_是蓬勃发展的一年，公司的发展也靠大家的集思广益，以上是本人工作的一些感想，希望能起到点点的帮助，明年我们市场部的全体员工也一定继续完善自己、继续努力，为了我们的终极目标去冲刺！请领导们做我们永远最坚实的后盾！

**销售总监的工作规划 销售总监工作计划三**

销售总监每周要做的事

1.召开商务主管及部门经理会议，检查上周工作，落实本周工作重点。

2.召开项目专题分析会，落实重点项目开发进度及方案。

3.参加公司每周的生产调度会。

4.主持召开重点合同评审会。

5.与下属部门负责人和区域总监交流一次工作。

6.与公司相关部门负责人交流一次工作心得。

7.与部分销售公司负责人和销售骨干交流一次。

8.向上级领导汇报一次工作。

9.及时处理客户投诉。

10.至少电话拜访3个主要客户。

11.整理自己的文件、电子邮件和书柜。

12.进行一次自我总结。

13.制订下一周的工作计划。

14.看一本管理杂志或和自己从事的产品相关的专业技术杂志以及销售管理的杂志，工作计划《销售总监工作计划书》。

销售总监每月要做的事

1.上报月度工作计划书。

2.对相关人员进行月度考核。

3.对重点项目、重点货款、重点合同等进行总结梳理，不足的提出改进方案。

4.协助公司分管领导召开月度销售工作总结分析会并落实下月工作计划。

5.为区域总监、销售公司召开技术交流会提供支持。

6.召集相关人员分析公司在外货款,对货款风险进行评估.

7.针对外部市场的意见、建议和投诉，分析不足，落实整改措施。。

8.表扬一名骨干。

9.月度工作总结。

10.与公司分管副总裁、总裁沟通和交流一次。

11.自我考核一次。

12.阅读一本管理、销售等书籍。

13.查阅一些和工作相关的产品、技术、营销等技术资料。

14.总结或提练一个经典的\'销售案例用于交流或推广。

15.向公司技术部门提供市场新产品、新技术、新工艺信息。

16.至少赴区域市场调研工作一周。

销售总监每季度要做的事

1.检查各项指标考核情况。

2.检查重点项目开发情况。

3.重点关注销售新人的成长情况。

4.召开一次销售人员座谈会。

5.对项目开发进行总结，形成阶段性案例分析报告。

6.表扬一批营销能手。

7.向总裁汇报一次工作。

8.协助公司分管副总裁召集市场分析会。

9.对宏观经济环境以及市场竞争情况进行分析研究，并提供分析研究报告供公司决策。

销售总监每半年必须做的事

1.半年度工作总结。

2.为部分销售员创造一次系统的培训学习的机会(如礼仪、谈判、客户拜访等)。

3.对重点项目进行半年度梳理，提出改进方案。

4.制订来年度项目储备计划。

5.对公司各种管理制度的执行情况进行一次评估。

6.对销售工作进行一次总结。

销售总监每年要做的事

1.年度报表。

2.年终总结。

3.对员工进行年度评定。

4.召开一次年度总结大会。

5.检查自己计划完成情况(学习计划、读书计划、交友计划、家庭计划、教育计划等)

6.下年度的工作安排。

**销售总监的工作规划 销售总监工作计划四**

转眼间，八月即将到来，反思以前的工作，从总结中，我看到我在上个月的工作中暴露了很多问题。也许这些斗争在生活中只是一件简单的小事，但在工作中，这些错误往往是阻碍成功的关键。据说细节决定成败，现在似乎真的是真的。

为了提高我的工作水平，我必须从根本上做出一些改变。但变化不是一夜之间发生的。因此，我总结了上个月的\'工作，并制定了一个8月份的工作计划，从目前的错误开始。我8月份的工作计划如下：

一、思想上的变化

作为一名销售人员，虽然我很快就工作了，但我也必须磨练一颗坚定的销售心。我的心态问题是太放松了。虽然作为一名销售人员，情况是向客户推荐我的产品作为朋友。这真的很容易成功，但我从来没有很好地掌握它。我经常忘记作为一名服务提供商的责任，造成了很多问题，这使得我在销售的道路上并不容易。

八月，我想带着这个服务提供商的心，让自己记住一切为客户服务，让客户购物快乐，是我们的目的，其余的，只是一种手段。

二、提高能力

只有提高心态，但能力不能提高也是无用的。8月下班后，我想通过学习提高自己的能力，咨询更多优秀的同事，了解更多关于我们化妆品的知识，以及各种关于化妆的知识，这些都是需要不断补充的知识点。

尤其是化妆知识，怎么说我们也在这个行业，如果客户问，不能回答，不是自己主动推动业绩吗？此外，当你有更丰富的知识时，你也可以更容易地找到与客户沟通的共同语言，并用一半的努力得到两倍的结果。

三、工作上

我在工作服务方面做得很好，但这不是我放松的原因。现有的能力和知识总是过时的。只有不断更新，成为一池活水，我们才能从源源不断的来源中获得营养，赢得客户的青睐。

四、总结计划

当8月过去时，我们应该总结8月份的工作和变化，并为未来制定计划。虽然有点无聊和乏味，但这是我改变的唯一途径。成功不会自己来。只有通过我们自己的努力，我们才能找到成功的大门。

**销售总监的工作规划 销售总监工作计划五**

一是加强数据总结分析

作为一名汽车销售顾问，你必须对数据非常敏感。因为，汽车销售顾问不能脱离数据，如：汽车销售的数量、性能、与客户讨论的价格和客户的数量。甚至挖掘潜在客户的数量、访问客户的数量、电话营销的数量等。销售顾问应该知道如何使用数据，总结数据，分析自己的优缺点，找出对策。

二是加强技能总结分析

对于汽车销售顾问来说，总结销售技巧可以让他们对自己有更深入的了解。大多数销售顾问在半年内都取得了质的进步。当然，这不能缺乏自己的\'努力、同事和老板的指导，还包括公司的培训。

1.对于老客人，要经常与固定客人保持联系，在有时间和条件的情况下送一些小礼物或宴会，以稳定与客人的关系。

2.在拥有老客人的同时，要不断从各种媒体获取更多的客人信息。

3.要想取得好成绩，就必须加强学习，开阔视野，丰富知识，采取多种形式，将学习业务与交流技能相结合。

三、加强个人综合能力

优秀的汽车销售顾问不仅能卖车，还能控制好各种关系。例如，与同事和老板的关系；售前和售后以及与客户的关系。由于销售顾问的具体工作包括：客户开发、客户跟踪、销售指南、销售谈判、销售交易等基本流程，也可能涉及汽车保险、许可证、装修、交付、索赔、年检等业务的介绍、交易或代理。简而言之，回顾自己的社会实践活动的过程高思想认识。

四、加强和完善销售流程

1.向客户展示销售的产品和服务，包括试驾，微笑友好。

2.消除客户的疑虑和抵制，专业处理客户投诉。

3.与客户保持良好关系，及时更新客户信息。

4过跟踪潜在客户，获取客户名单，促进销售。

5.填写销售报告和表卡。

6.确保展厅和展车整洁，参与销售活动、市场开发和促销计划的制定。

7够与各部门建立良好的关系，特别是财务部门和售后部门。并能在销售过程中特别关注这些部门的需求。

8.有专业的外表和积极热情的工作态度。

9.不断学习与产品相关的新销售方法、新信息、提高行政管理和与客户打交道效率的新方法

**销售总监的工作规划 销售总监工作计划六**

销售总监的职责之重大无可厚非。作为一名销售总监，就必须对公司、对客户及销售人员尽职尽责。对公司而言，销售总监是公司上级领导与销售人员和具体工作之间的纽带，对客户而言，销售总监与销售团队代表着公司的形象与品牌，对销售人员而言，销售总监代表着管理、指令、纪律、执行力以及提高收入、晋升职位的代言者。

承上启下的销售总监，除了要忠实履行本岗位职责，更要有清醒的市场意识、经营意识、创新意识、服务意识，俱有掌控、驾驭、分析、解决问题的能力和强烈的使命感。工作责任主要表现在：督促销售人员的工作、制定销售计划、销售团队的管理、定期的销售总结、定期对销售人员的绩效考核的评定、上下级的沟通、销售人员的培训、大客户定单的制定、展会的策划建议、销售人员工作的分配以及协助技术部、生产部研发新产品等等。

我的工作计划：

第一、补充销售空缺：

其实要说督导还真不是很确切。首先我要说，每位销售人员都会有自己的一套销售理念。一开始，我是不能够即时知道每位销售人员的特色在哪里，需等完全了解的时候，就应该充分发挥其潜在的优势，如果某个别销售人员存在可挖掘的潜力，我会对其进行相应的督导，帮助他（她）顺利完成公司下达的销售指标，从而来弥补其不足之处。

作为销售总监，需要督导的方面：

1、 分析市场状况，正确作出市场销售预测报批；

2、 拟订年度销售计划，分解目标，报批并督导实施；

3、 拟订年度预算，分解、报批并督导实施；

4、 根据中期及年度销售计划开拓完善经销网络；

5、 根据业务发展规划合理进行人员配备；

6、 汇总市场信息，提报产品改善或产品开发建议；

7、 洞察、预测危机，及时提出改善意见报批；

8、 把握重点客户，控制产品的销售动态；

9、 关注所辖人员的思想动态，及时沟通解决；

10、根据销售预算进行过程控制，降低销售费用；

11、参与重大销售谈判和签定合同；

12、组织建立、健全客户档案；

13、指导、巡视、监督、检查所属下级的各项工作；

14、向直接下级授权，并布置工作；

15、定期向直接上级述职；

16、定期听取直接下级述职，并对其作出工作评定；

17、负责本部门主管级人员任用的提名；

18、负责制定销售部门的工作程序和规章制度，报批后实行；

19、负责统计成交率、费用率、利润率、月销量以及各类同期比较数据的准确统计；

20、根据工作需要调配直接下级的工作岗位，报批后实行并转人力资源部备案。

第二、督促销售人员的工作：

作为销售总监，需要督促的方面：

1、 销售部工作目标的完成；

2、 销售网络建设的合理性、健康性；

3、 销售指标制定和分解的合理性；

4、 工作流程的正确执行；

5、 开发客户的数量；

6、 拜访客户的数量；

7、 客户的跟进程度；

8、 独立的销售渠道；

9、 销售策略的运用；

10、销售指标的完成；

11、确保货款及时回笼；

12、预算开支的合理支配；

13、良好的市场拓展能力；

14、所辖人员的技能培训；

15、所辖人员及各项业务工作；

16、纪律行为、工作秩序、整体精神面貌；

17、销售人员的计划及总结；

18、市场调查与新市场机会的发现；

19、潜在客户以及现有客户的管理与维护；

20、成熟项目的营销组织、协调和销售绩效管理；

第三、销售业绩的制定：

销售业绩的制定要有一定的依据，不能凭空想象。要根据公司的现状，已及公司产品种类，细细划分。当然不能缺少的是销售淡、旺季的考虑。我应该以公司为一个基准进行实际的预估。

随后要做的事情就是落实到每一个销售人员的身上，甚至可以细分到每一个销售人员周销售业绩应该是多少，月销售业绩是多少，从而很完美的完成公司下达的季销售业绩。最终完成每年的销售指标。

第四、销售计划的制定：

制定一份很好的销售计划，同样也是至关重要的事情。有句话说的好，没有理想就永远不可能达成。可见，销售计划的重要性。当然销售计划也是要根据实际情况而制定的。

而销售计划的依据其实就是以销售业绩为一个基准。进行不同策略的跟进。现在，销售计划可以分下面这几个方面进行：

1、工业自动化设备

2、表面处理涂装设备

3、电子生产设备

4、家用电器组装老化设备

5、潜在客户的开发工作

6、应收帐款的回收问题

7、问题处理意见等

第五、定期的销售总结：

其实，销售总结工作是需要和销售计划相结合进行的。销售总结主要目的是让每一位销售人员能很具体的回顾在过去销售的时间里面做了些什么样的事情，然后又取得的什么样的结果，最终总结出销售成功的法则。当然，我们可能也会碰上销售不成功的案例。倘若遇到这样的事情，我们也应该积极面对，看看自己在销售过程中间有什么地方没有考虑完善，什么地方以后应该改进的。

定期的销售总结同时也是我与销售人员的交流沟通的好机会。我能知道销售团队里面的成员都在做一些什么样的事情，碰到什么样的问题。以便我以及可以给予他们帮助，从而使整个销售过程顺利进行。

销售总结同样也可以得到一些相关产品的信息，知道竞争对手的一些动向。要知道，我们不打无准备之仗。知己知彼方可百战百胜。

第六、销售团队的管理：

销售团队的管理可以说是一个学问，也是公共关系的一个重要方面。如今的销售模式不再是单纯的单独一个销售人员的魅力了。很好的完成销售任务，起决定性左右的就应该是销售团队。

在所有销售团队里面的成员心齐、统一，目标明确为一个基本前提的基础上，充分发挥每一成员的潜能优势，是其感觉这样的工作很适合自己的发展。感觉加入我们的销售团队就像加入了一个温馨的大家庭中间。我想，每一个队员都会喜欢自己的工作，喜欢我们的环境的。

公司为大家创造了很好的企业文化，同时也给大家提供和搭建了很好的`销售平台，所以，销售人员应该感觉到满足，并胸怀感恩的心。

现在的销售人员不是过去的简单的找工作，而是会分析公司的文化，公司的策略，公司的背景等等很多方面。所以销售团队的管理也是至关重要的。也是起决定性作用的。设想销售部门的每一个销售人员都是有自己的想法，都是一味的按照自己的想法去销售产品，那么，还会有公司文化，公司形象吗？答案是肯定的。

我要让每一位销售人员学到相应的东西。

第七、绩效考核的评定：

绩效考核的评定虽然比较繁琐，但是势在必行。

对于很好的完成销售指标，绩效考核是一个比较直接的数据。

绩效考核表的制定可以由我来做，大致的内容包括：

1、原本计划的销售指标

2、实际完成销量

3、开发新客户数量

4、现有客户的拜访数量

5、电话销售拜访数量

6、月定单数量

7、增长率

8、新增开发客户数量

9、丢失客户数量

10、销售人员的行为纪律

11、工作计划、汇报完成率

12、需求资源客户的回复工作情况

第八、上下级的沟通：

销售总监也起着穿针引线的作用。根据公司上级领导布置的任务，详细的落实到每一位销售人员的身上。在接受任务的同时，也可以反应基层人员所遇到的实际困难。

第九、销售人员的培训：

销售人员培训的主要作用在于：

1、提升公司整体形象

2、提升销售人员的销售水平

3、便于销售总监的监督管理

4、顺利构成定单的产生

我计划的销售人员培训包括：\"电话销售培训\"、\"销售六大过程\"、\"七大销售技巧的培训\"等内容覆盖面应该来说还是很广的，当然，我也会根据公司的实际情况，在培训中间穿插一个案例分析、心理测试等。

第十、大客户定单的制定：

我司产品不完全等同于其他标准产品的销售。我们的很多工作就是帮助一些大客户制定一系列能满足其生产、实用的产品。而决不是把产品卖出去就好了。所以这样的工作需要花很大的经历和时间。我们要让客户知道，我们现在销售的产品不仅仅是单纯的生产工具，而是更方便、更快捷、能为客户带来经济效益的新时代高科技。

而且，关键的关键就是要让客户知道使用本公司的产品会给其公司创造怎么样的效益。说白了，就是能让客户充分的明白合理挑选生产设备能为自己多赚多少钱。只要让客户知道了这样的信息之后，他觉得的确是这样，才会去订购本公司的产品。

第十一、展会的建议策划：

展会工作的建议策划，是销售部门的职责范畴。

每年都会有很多的展会开展。其实，展会是一个很好的展示自己产品的地方。很多客户原先

只是在网站、图片、杂志看到，或者只是在电话里面听过介绍，没有真正看过本公司的实物。而开展会的重要作用就是这个，能让客户很直观的感受本公司产品的同时，可以面对面地进行进一步的推广与介绍，促进整个销售定单的达成。

其次，在展会上面我们可以接触不一样的公司、不一样的企业。我们可以让这些企业、公司从不相识慢慢转变成潜在客户，随后变成现有客户，最终达成销售定单。

第十二、协助公司研发新产品：

产品的研发工作也是很好完成销售业绩的一个重要部分。公司不可能一直局限在做老是那么一些产品。没有新产品的推出，客户会觉得公司没有创新意识。我们就像逆水行舟，不进则退。

其实，需要销售部门积极配合的主要原因就是：我们跟客户在交流同时一定会有很多客户信息，我们可以从客户口中知道现在客户都需要什么样的生产设备，或者说什么样的设备比较适合该公司。除了从客户信息中得出该设备的定位问题，我们还可以从同行产业来发现新问题。这些信息的收集我相信销售部门应该可以完成的。

以上说的这些都是我觉得销售计划中比较重要的。所以我简单的列举出来了。其实作为销售总监还有很多的事情要做。比如：配合财务部门帐款的收取，销售人员的定位问题，市场评估等等，在这里我也不一一说明了，但是这些事情都是为了整个销售部门能很好很快的完成销售任务。

我可以很自信的说，销售部门就是冲锋陷阵的士兵。公司的战略目的很明确，既然要设立一个销售部，我就要让销售部活起来，让我们的业绩明显的体现出来。为积极配合公司创造更好、更高的目标努力前进！否则，成立销售部门的意义就值得考虑了。

**销售总监的工作规划 销售总监工作计划七**

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唯一的赢利单位，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;

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