# 建材销售年度工作总结|建材销售年度工作计划

来源：网络 作者：红叶飘零 更新时间：2024-08-13

*建筑材料主要分为结构材料、装饰材料及专用材料。结构材料主要用于建筑的主题结构，装饰材料主要用于室内装饰以提升建筑的美观及使用功能。以下是本站小编为大家精心整理的“建材销售年度工作计划”，欢迎大家阅读，供您参考。更多详请关注本站!>　　建...*

　　建筑材料主要分为结构材料、装饰材料及专用材料。结构材料主要用于建筑的主题结构，装饰材料主要用于室内装饰以提升建筑的美观及使用功能。以下是本站小编为大家精心整理的“建材销售年度工作计划”，欢迎大家阅读，供您参考。更多详请关注本站!

**>　　建材销售年度工作计划(一)**

　　今年，我将一如既往地按照公司的要求，在去年的工作基础上，本着“多沟通、多协调、积极主动、创造性地开展工作”的指导思想，确立工作目标，全面开展20\*\*年度的工作。现制定工作划如下：

　　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。

　　1.市场调查与分析。也就是根据了解到的市场情况，对产品的卖点，消费群体，销量等进行定位。这些都要从对前一年的市场形势中推断而得。

　　2.销售模式。做好市场分析之后，要根据你的结论找出适合自己产品销售的模式和方法。每一个销售人员的思维模式、做事方法都有不同，因此，建材销售人员要找出适合自已的方法，如此才能事半功倍。

　　3.确立销售目标。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工作计划的最重要和最核心的部分。

　　4.考核时间。销售工作计划可分为年度销售工作计划，季度销售工作计划，月销售工作计划。考核的时间也不一样。

　　5.总结。就是对上一个时间段销售计划进行评判。以上五个方面是计划必须具备的。当然，计划也不是一成不变的，要根据市场的情况进行调整。

**>　　建材销售年度工作计划(二)**

>　　一、20\*\*年度总体工作思路

　　遵循有限的资源和人力集中在最适合公司的客户上面，最快最直接开展工作，因此，总体工作思路为、

　　1、熟悉产品工艺及施工工艺，发挥\*\*的系统优势;

　　2、做标干工程，高品质、高工艺;

　　3、发展战略合作伙伴，适用于大客户、政府项目;

　　4、维系好相关政府责任部门关系。

>　　二、业务工作目标

　　xx办事处部门目标、8000万。分摊到业务2024万/人;分摊到季度，每季度完成2024万。

>　　三、工作计划

　　(一)、任务及重点突破方向

　　1、重点客户放在近半年内要确定外保温材料的公建项目，酒店式公寓、100米上高层。

　　2、以\*\*的系统优势打开市场，带动其他产品的销售。

　　3、与相关部门的友好维系，如质监站、节能办、建材协会等。

　　(二)具体计划内容

　　1、了解政府的政策力度，建材协会、节能办的相关备案手续。

　　2、客户搜集，搜房网查询到171个住宅，28个公建。建设信息网、政府招标网等等

　　3、初步扫盘，了解项目状况。计划用什么外墙外保温?项目进展?何时来确定?分短期、中期、长期客户;已用外保温是哪家?即竞争对手收集;外墙外保温施工队收集?

　　4、跟进近期目标客户。

　　5、邀请客户考察

　　(三)队伍建设与人才储备队伍

　　建设初期建议8名业务，后期淘汰4名。1名内勤;施工队伍本地化;项目经理本地化。建立人才储备档案，可从同行业挖人才过来。

　　(四)客户发展方向客户的进展阶段，需详细填写客户动态表。

　　大客户的维护与开发政府单位、上市公司及外资公司、本土大型公司。需填写大客户登记表。大客户开发的团队合作，或是一个大的项目有多个总包时，就需要团队的支持。

　　(五)销售费用管控

　　1、办事处筹备费用、34700元房屋租金约1500元/月，合计三月为4500元;6个办公桌，约2400元;1个会议桌约800元;xx把椅子约1800元;2台台式电脑约5000元;1台一体机加改装墨、2024元;其他支出、2024元;

　　2、日常费用、9500元/月办公费用500元/月(水、电、电话)车辆油费4000元/月业务招待费用、礼金费用5000元/月(每笔超过500需报批黄总)

　　3、项目的专项费用(需申请)

　　(六)公司与办事处联动

　　1、相关人员的培训工作

　　2、大客户公关

　　3、客户考察等相关任务

　　(七)工作效率的管控

　　1、积极的心态

　　2、工作的氛围

　　3、员工的自我提升

　　(八)日常工作的管控

　　对日常工作任务、工作目标合理分解细化，完善营销部门管理制度。主要有以下几个方面、考勤管理、会议制度、工作计划与总结、项目报备与立项管理、绩效考评。

**>　建材销售年度工作计划(三)**

　　建材销售工作是具有挑战性的工作，为了更有效加强团队的配合及提升团队成员素质、素养，创造出辉煌骄人的成绩，结合实际存在的问题缺陷，我们应修正性地实施如下计划。

>　　一、20\*\*年公司经营方针

　　根据当前市场环境，行业竞争形式、趋势及公司内部经营状况分析，在今年我们的主导经营方针为、灵活策略赢市场，建设团队增实力，加强管理保利润。

>　　二、20\*\*年经营目标

　　任务目标为xx万元

　　冲刺目标为xx万元

>　　三、建立形成属于本公司的企业文化

　　1、公司名称

　　1)公司经营方式早已从单店形式发展成多店式操作，要想走公司化、规模化经营方式，必须为公司起一个响亮的名称。

　　2)一个公司的诞生从拥有自己的名称开始，继而构思公司的使命，愿景，经营理念，经营策略等，形成完整的企业文化。

　　3)便于加强公司各经营品牌门店之间的联系、协作，扩大市场影响力，将公司资源合理化应用并发挥到极致。

　　4)显示公司实力，增强外界对公司诚信的美誉度。

　　5)便于业务团队向外界的推介，增强客户于大公司购买的信心。

　　2、企业文化

　　企业文化是公司是引导企业前进的灯塔，为企业的未来定位，成功的企业文化能够使大部分人达到真心地奉献，而不是形式上的遵从。

>　　四、建立健全公司规章制度

　　俗话说没有规矩难成方圆，市场运作，规矩演变为可执行制度。一个团队，上下级之间如何层级沟通、不同部门如何携手做事、团队成员如何管理进行绩效考核等等都需要制度来保障。人都有惰性，永远不要寄希望员工要有自觉性。如果没有一个合理的流程就没有一个好做事的准则，如果没有一个完善的制度，那么公司各个阶层都斗心眼、斗能力，没有强有力的执行力，一切都成为空谈。制度规范是执行内部控制的基础，只有制度规范真正做全、做细了，在业务处理、权力运用时才能有法可依。

　　1、根据公司的战略目标，构建执行力的文化，确定绩效管理原则、方法;

　　2、梳理公司的组织架构和岗位设置，明确职责分配体系;

　　3、制定职务说明书，确定每个岗位的主要职责;

　　4、制定预算;

　　5、建立和使用信息系统(跟踪目标、解决战略执行过程中的问题。);

　　6、将员工的报酬与组织的战略绩效挂钩，论功行赏，奖优罚劣;

　　7、建立高效运作的流程，将战略流程与人员、运营流程相结合，固化业务流程，实现人、战略、执行、流程、细节“五位一体”的赢利模式。

>　　五、团队建设

　　A、打造团队的士气=战斗力

　　1、引导激励员工产生自发行为、为自己而工作，工作是一种乐趣，承担就是成长，做的越多成长越快。

　　2、提升士气的策略、誓师大会、晨夕会机制、PK机制、奖励机制等。

　　3、纪律严明、纪律是保持战斗力的重要因素，也是团队成员发挥最大潜能的基本保障，纪律应该是根深蒂固的。

　　4、以身作则、榜样的力量是无穷的!勇于承担团队下任何组员所犯的错误，并能找出改进的措施;带头遵守公司的各项规章制度。

　　5、关心下属、关心团队成员的生活需求，鼓励团队成员的进步，分享团队成员的成功和喜悦。

　　B、员工培训及职业生涯规划

　　1、做好培训计划，为员工提供相关的产品知识，技能技巧，积极的心态等方面的培训。

　　2、培训完毕的考核机制、培训制度的建立，不断的提升团队成员的各项工作能力。

　　3、引导员工对自己的职业生涯进行规划、英雄就应有自己的志向和理想，并忠贞不移地去奉行和追求，矢志不移地去实现，没有信仰，没有追求的人是苍白的，是渺小的，是可怜的。引导员工战胜自我，拓展自我，成就自我!

　　>六、营销工作计划

　　A、人员招聘

　　为配合公司的发展战略，尽快招聘所需人才，制定培训计划，予以相应的培训。

　　B、改变营销状况

　　1、店面

　　①提高导购知识，技能技巧;

　　店面导购产品知识尚可，但缺乏技能技巧，与客户沟通方式不具备吸引力、说服力，应从产品特征产品卖点带给客户的利益点搜寻有利证据说服着手提升导购技巧，尽可能的避免客户流失率。

　　②对客户需求、客户购买背景了解得不完全;

　　客户的装修风格，家庭成员喜好，客户需求等没有进行探究，掌握不完全，不懂得小单变大单，完全跟着客户意识走，缺乏创新。

　　③建立完全客户档案;

　　客户档案建立不完善，只客户量房记录，没有客户跟进记录，只凭记忆回想客户接待过程，在单多的情况下往往会造成许多的工作盲点、疏漏之处，无法探究跟进客户的方式、方法。

　　客户跟进主要责任人不清晰，极可能造成工作的相互推诿，客户流失很容易被看成是其他方面的原因，是不可控因素，不是“我”的原因，因此也不会积极主动的寻找方法避免客户流失。

　　应确定责任人，从客户初次进店开始就确定跟进人，不断完善客户信息，加强与客户的联系，不断加深情感的递增，加强客户需求的探究，从而摸索说服该客户的方法。

　　2、业务开展工作流程控制，信息收集与统计分析接近客户了解客户背景分析客户需求客户推介客户跟进信息反馈促进成单配送售后服务收回余款

　　C、营销策略

　　总的营销策略、全员营销全方位营销

　　1、目标客户定位、现装人群+已装人群(已装>现装)

　　2、产品策略、墙纸、软包、涂料，以整体的解决方案带动全线产品的销售。

　　3、价格策略、价格取决于目标客户的承受度;以较低的定价挖掘潜在市场，刺激消费，扩大消费，提高销量与市场占有率。

　　4、渠道策略、为将产品信息和服务信息快速传递到目标顾客，有效利用公司各种营销服务设施及资源，设立合理的业务流程，强化组织构架，做到市场的有利渗透。

　　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)团队成员保持高效沟通，才能对市场作出快速反应。

　　(2)内部人员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+产品+服务+品牌，我们实际销售的是为客户需求度身定做的家居解决方案。

　　D、营销方案

　　1、走品牌发展战略、积极增强公司的整体实力和竞争优势，同时辅之以广告攻势(印刷书册)和营销手段，力争在尽量短的时期内确立品牌的强势地位;

　　2、整合各种资源、人力、物力、财力等一切可利用资源形成优势，构建为客户提供服务的系统，使工作品质有所提升，得以领先于行业;

　　3、建立良好的社会关系网;

　　4、建设一支好的营销团队;

　　5、选择一套适合公司的市场运作模式;

　　6、抓住公司产品特点，挖掘卖点;

　　7、收集样板房图片，以成功案例向客户展示并说服;

　　8、加强销售队伍管理，实行三A管理制度(管理具有敏捷性、适应性和协作性、)以适应客户需求的多样性和市场竞争环境的瞬息万变，定期召开销售会议;

　　9、销售业绩、公司下达年任务指标，根据市场具体情况分解。提升业绩的主要手段是提高团队素质，加强团队管理，开展各种促销活动，制定奖罚制度及激励方案;

　　10、设计师渠道的维护，定期或不定期的拜访，进行有效沟通;

　　11、品牌及产品推广，策划些投入成本较低的公共关系活动，提升品牌形象;xx、卖场布置，促销活动的策划与执行。

　　>七、客户资源管理及实施

　　1、进行信息的收集与统计分析，根据接单类型的差异，完整精要地建立相关的客户资源管理档案，以及同行业同类竞争者产品的相关详细资料。

　　2、提高客户进店率，整理进店客户数量，计算客户流失率，提高成交率，挖掘客户潜在需求，以小单变大单，提高成交金额，达到预期任务目标。

　　3、时刻注意跟进和完善客户的信息更新，建立客户的拜访，以及回访记录。

　　4、根据客户的购买背景，对客户进行等级划分，决定近期内我们该要下大力气跟进的目标客户。

　　5、同客户保持良好的通讯联系，做好售后服务工作，在市场上、客户间形成良好的口碑传播，争取老客户介绍新客户，打造我们新型全方位服务模式和服务品牌。

　　>八、业务团队的组织与带领、及行动计划的制定

　　1、业务团队的相关业务工作开展，可根据小区市场活跃的程度，及需求强度，考虑采取区域划分专人负责制的办法进行管理，好处有几点，如下、

　　(1)专人专区负责，业务人员对地理物情等各种环境不陌生，有利于增强自信心，便于业务工作的有效开展。

　　(2)人无论从心里还是从视觉印象上一般比较容易接受较为熟悉的面孔，专人专区负责，可在一定程度上增强我方人员在客户心中的可信任感。提高邀约至门店的成功率。

　　(3)在竞争愈来愈激烈，产品同质化愈来愈严重的当今，要想获得更多的订单，其中潜在客户的市场开拓，实在缺少不了70%-80%新老顾客的言语推荐、及经验传授。而且采取这种方式具有颇强的“连带效应”。所以我们必须做好售后服务工作。

　　(4)有利于员工的能力、业绩等各项考核指标的量化跟踪。

　　2、做为业务团队的业务员，身负完成公司业绩指标的艰巨任务，因此对业务员自身的业务技能和自我管理能力要求相应要高。不过我们可以考虑给予一些相对强度的控制、沟通、协调和督导。

　　3、在激烈的市场竞争中，更需要要求团队成员与客户保持极其高频率和足够数量的联络次数，及拜访次数。以期望用相对稳定的成交额和专业客户服务，将竞争对手远远的抛在身后，与之拉开距离，创造良好的竞争优势，让竞争对手难以超越。

　　4、完成公司目标任务，及时反馈近期市场和客户信息，配合团队其它人员统筹开展工作。

　　5、引领业务团队，开展各种实践经验，感悟，心得的全面相互学习，从一定程度上增强我们团队人员的业务技能，以及自身素质。

**>　　建材销售年度工作计划(四)**

　　\*\*\*\*实业公司主要经营销售金属材料、钢材、建筑装饰材及金融投资等业务。公司在\*\*拥有三个大型石材加工基地和直销部，并在\*\*\*等地设有销售基地，销售网路遍布全国。

　　在采购渠道上，公司与\*\*\*\*矿业有限公司、\*\*\*石材有限公司、\*\*\*\*石建材有限公司、\*\*\*\*石材有限公司、等企业建立了长期合作关系，采购渠道可靠、稳定，有保证，产品质量符合国家规范要求.

　　在销售途径上，公司既致力与大企业、大项目的营销合作，又与小客户保持密切联系，小客户数量和质量上都逐月增长，取得了优良的效果，公司先后与\*\*\*石建材有限公司、\*\*\*\*石材装饰有限公司、\*\*\*装饰工程有限公司 ，\*\*\*\*实业有限公司、\*\*\*\*石材工程有限公司等企业建立良好的销售关系，公司的营业额逐年递增，随着市场经济的发展，工业、房地产、建筑等行业用钢材，石材的需求越来越大，公司的业务量会逐渐增大，销售订单也会逐渐增加.

　　现在公司已形成规模，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，\*\*公司在国内都已留下重大的影响。销售额逐月增长、客户数额月月增加、市场的占有率已逐渐增加，\*\*产品销售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，创新求实、开拓国内市场。根据去年的基础，\*\*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。因此，\*\*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。

　　根据销售总目标5.25亿，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.加强内部管理，提高经济效益：

　　①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5.25亿，成本下降10.5%

　　②人力资源管理：根据公司要求，结合\*\*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，爱岗兢业，每位员工以实绩体现个人价值;

　　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公司工作要点，结合公司实际，在20\*\*年度中承担应负的责任，为公司的战略目标实现作出应有的贡献，力求在20\*\*年度实现5.25亿的年销售额。

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