# 年度销售工作计划美文

作者：雨声轻语 更新时间：2025-06-15

*年度销售工作计划实用5篇时间过得可真快，我们的销售工作同时也在不断更新迭代中，是时候开始制定年度销售工作计划了。工作计划怎么写才不会流于形式呢？下面多多范文网小编：雨声轻语 大家整理的关于年度销售工作计划美文，应当随时学习，学习一切；...*

年度销售工作计划实用5篇

时间过得可真快，我们的销售工作同时也在不断更新迭代中，是时候开始制定年度销售工作计划了。工作计划怎么写才不会流于形式呢？下面多多范文网小编：雨声轻语 大家整理的关于年度销售工作计划美文，应当随时学习，学习一切；应该集中全力，以求知道得更多，知道一切，希望能对大家有所帮助。

**年度销售工作计划实用【篇1】**

时间依然遵循其亘古不变的规律延续着，又一个年头成为历史，依然如过去的诸多年一样，已成为历史的\_\_年，同样有着许多美好的回忆和诸多的感慨。\_\_年对于白酒界来讲是个多事之秋，虽然\_\_年的全球性金融危机的影响在逐渐减弱，但整体经济的回暖尚需一段时间的过度。国家对白酒消费税的调整，也在业界引起了一段时间的骚动，紧接着又是全国性的严打酒驾和地方性的禁酒令，对于白酒界来说更是雪上加霜。在这样坎坷的一年里，我们蹒跚着一路走来，其中的喜悦和忧伤、\_\_和无奈、困惑和感动，真的是无限感慨。

一、负责区域的销售业绩回顾与分析

(一)、业绩回顾

1、年度总现金回款110万，超额完成公司规定的任务;

2、成功开发了四个新客户;

3、奠定了公司在鲁西南，以济宁为中心的重点区域市场的运作的基础工作;

(二)、业绩分析

1、虽然完成了公司规定的现金回款的任务，但距我自己制定的200万的目标，相差甚远。主要原因有：

a、上半年的重点市场定位不明确不坚定，首先定位于平邑，但由于平邑市场的特殊性(地方保护)和后来经销商的重心转移向啤酒，最终改变了我的初衷。其次看好了泗水市场，虽然市场环境很好，但经销商配合度太差，又放弃了。直至后来选择了金乡“天元副食”，已近年底了!

b、新客户拓展速度太慢，且客户质量差(大都小是客户、实力小);

c、公司服务滞后，特别是发货，这样不但影响了市场，同时也影响了经销商的销售信心;

2、新客户开放面，虽然落实了4个新客户，但离我本人制定的6个的目标还差两个，且这4个客户中有3个是小客户，销量也很一般。这主要在于我本人主观上造成的，为了回款而不太注重客户质量。俗话说“选择比努力重要”，经销商的“实力、网络、配送能力、配合度、投入意识”等，直接决定了市场运作的质量。

3、我公司在山东已运作了整整三年，这三年来的失误就在于没有做到“重点抓、抓重点”，所以吸取前几年的经验教训，今年我个人也把寻找重点市场纳入了我的常规工作之中，最终于09年11月份决定以金乡为核心运作济宁市场，通过两个月的市场运作也摸索了一部分经验，为明年的运作奠定了基矗

二、个人的成长和不足

在公司领导和各位同事关心和支持下，\_\_年我个人无论是在业务拓展、组织协调、管理等各方面都有了很大的提升，同时也存在着许多不足之处。

1、心态的自我调整能力增强了;

2、学习能力、对市场的预见性和控制力能力增强了;

3、处理应急问题、对他人的心理状态的把握能力增强了;

4、对整体市场认识的高度有待提升;

5、团队的管理经验和整体区域市场的运作能力有待提升。

三、工作中的失误和不足

1、平邑市场

虽然地方保护严重些，但我们通过关系的协调，再加上市场运作上低调些，还是有一定市场的，况且通过一段时间的市场证明，经销商开发的特曲还是非常迎合农村市场消费的。在淡季来临前，由于我没有能够同经销商做好有效沟通，再加上服务不到位，最终经销商把精力大都偏向到啤酒上了。更为失误的就是，代理商又接了一款白酒——沂蒙老乡，而且厂家支持力度挺大的，对我们更是淡化了。

2、泗水市场

虽然经销商的人品有问题，但市场环境确实很好的(无地方强势品牌，无地方保护----)且十里酒巷一年多的酒店运作，在市场上也有一定的积极因素，后来又拓展了流通市场，并且市场反应很好。失误之处在于没有提前在费用上压住经销商，以至后来管控失衡，最终导致合作失败，功亏一篑。关键在于我个人的手腕不够硬，对事情的预见性不足，反映不够快。

3、滕州市场

滕州的市场基础还是很好的，只是经销商投入意识和公司管理太差，以致我们人撤走后，市场严重下滑。这个市场我的失误有几点：

(1)、没有能够引导经销商按照我们的思路自己运作市场，对厂家过于依赖;

(2)、没有在适当的时候寻找合适的其他潜在优质客户作补充;

4、整个\_\_年我走访的新客户中，有10多个意向都很强烈，且有大部分都来公司考察了。但最终落实很少，其原因在于后期跟踪不到位，自己信心也不足，浪费了大好的资源!

四、\_\_年以前的部分老市场的工作开展和问题处理

由于以前我们对市场的把握和费用的管控不力，导致10年以前的市场都遗留有费用矛盾的问题。经同公司领导协商，以“\_\_发展”为原则，采劝一地一策”的方针，针对不同市场各个解决。

1、滕州：虽然公司有费用但必须再回款，以多发部分比例的货的形式解决的，双方都能接受和理解;

2、微山：自己做包装和瓶子，公司的费用作为酒水款使用，自行销售;

3、泗水：同滕州

4、峄城：尚未解决

通过以上方式对各市场问题逐一解决，虽然前期有些阻力，后来也都接受了且运行较平稳，彻底解决了以前那种对厂家过于依赖的心理。

五、“办事处加经销商”运作模式运作区域市场

根据公司实际情况和近年来的市场状况，我们一直都在摸索着一条运作市场的捷径，真正体现“办事处加经销商”运作的功效，但必须符合以下条件：

1、市场环境要好，即使不是太好但也不能太差，比如地方保护过于严重、地方就太强等;

2、经销商的质量一定要好，比如“实力、网络、配送、配合度”等;

办事处运作的具体事宜：

1、管理办事处化，人员本土化;

2、产品大众化，主要定位为中档消费人群;

3、运作渠道化、个性化，以流通渠道为主，重点操作大客户;

4、重点扶持一级商，办事处真正体现到协销的作用;

六、对公司的几点建议

1、加强产品方面的硬件投入，产品的第一印象要给人一种“物有所值、物超所值”的感觉;

2、完善各种规章制度和薪酬体制，使之更能充分发挥人员的主观能动性;

3、集中优势资源聚焦样板市场;

4、注重品牌形象的塑造。

总之\_\_年的功也好过也好，都已成为历史，迎接我们的将是崭新的\_\_年，站在x年的门槛上，我们看到的是希望、是丰收和硕果累累!

**年度销售工作计划实用【篇2】**

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，用相同的时间赢取最大的市场份额。

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，答应客户的承诺要及时兑现，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最大的贡献。

**年度销售工作计划实用【篇3】**

衣食住行，一直是人们所不可或缺的生活用品。随着社会的进步，人们的生活品位和消费理念也在不断地逐步提高，轿车已经成为一些经济丰裕人群的代步方式，更是一种身份和地位的象征。在众多的轿车品牌当中，比亚迪一直坚持节能低碳、经济省油的产业发展路线，而这正好适合中国未来轿车行业发展的国情，致使比亚迪成为新能源的领跑者。

着眼鄱阳，是一个拥有近150万人口的发展中城市，随着轿车的日益普及，鄱阳的汽车市场逐渐成熟，对轿车产业的发展有着丰盈的利润空间，同时各种品牌轿车的竞争也日益激烈，对比亚迪而言是机遇和考验并存着。而从鄱阳人的消费观念和收入水平综合分析，比亚迪轿车经济省油的硬件配置正好满足工薪阶层、中小企业和部分女士这一绝大多数的消费群体。比亚迪轿车多样化的外观设计也能吸引众多消费者的眼球和满足不同的审美需求。如定位为“政、商、家三栖尊贵座驾”的m6，外形采用的是子弹头设计，车身遒劲有力，线条流畅，整车视觉上既尊贵大气，又不失轿车的圆润细腻，完美的贴合了政、商、家的用车需求，除了外观吸引人之外，丰富的内饰，超大的空间也是m6备受青睐的重要原因，既不失商家接待客户的派头也可满足假期全家自驾游所需要的载人空间。

随着油价的上涨，汽车理性消费的时代已然到来，讲究低碳节能的养车成本便成为消费者购车最主要的小算盘，加上近期国家出台的“节能产品惠民工程”更是将低碳节能用车推上一个高峰，所以比亚迪在今后必然成为众多购车人士的首选。而比亚迪G3更是许多爱慕虚荣又讲究经济实惠的消费人群的必选，车内所配置的keyless无钥匙系统的数字智能让其成为中级轿车里的高档车，此车从设计环节就十分注重环保材料的运用、发动机的燃油经济性以及车内噪音控制的性能和其适中的销售价格和养车费用绝对能让比亚迪轿车占据一定的市场份额。

作为比亚迪轿车的鄱阳代理，为拓展和稳固市场，必须着眼现在，放眼未来，结合当地人文风情制定一套完整详细和成熟的营销方案及管理模式来规范市场，打造一个具有高素质、高水平的销售团队和完善售后服务系统，并有针对性的挖掘、跟踪潜在客户，以此作为中心点辐射销售范围、区域，整体拉升比亚迪4S店的品牌形象和销售业绩。

在公司运营的整个过程当中，公司的整体战略思路将采取价格战、网络战、公关战、服务战等多种销售策略，对专业销售和售后服务的规范齐抓共管，在主打比亚迪的品牌之外另增加一两个品牌产品。

具体推广模式如下：

1、销售人员配备笔记本电脑，上户可演示模型车况动态，加强销售人员的专业性、说服力，增添客户的良好印象和对产品的完整认识;

2、广告普及化，分店面广告和户外广告，既要节约广告成本又要达到口碑相传的效果，也须在适当的绝佳地段制作大型固定广告，并定时调查广告效应。如印制超市购物袋、公交车身广告、创意广告、宣传单张、游走字幕和灯箱广告、站台广告等等;

3、推广有奖竟答、趣味比赛或网络秒杀等促销活动;

4、公关各县直单位、条管单位等股室负责人和学校主课老师，运用其影响力实现以点带面效应;

**年度销售工作计划实用【篇4】**

20\_\_年新的一年，新的开端。拟对以下三方面的工作拟订计划：

一、公司人力资源管理方面

1、根据公司现在的人力资源管理情况 ，先进人力资源管理经验，推陈出新，建立健全公司新的更加适合于公司业务发展的人力资源管理体系。

2、做好公司人力资源规划工作，协助各部门做好部门人力资源规划。

3、注重工作分析，强化对工作分析成果在实际工作当中的运用，适时作出工作设计，客观科学的设计出公司职位说明书。

4、规范公司员工招聘与录用程序，多种途径进行员工招聘。 强调实用性，引入多种科学合理且易操作的员工筛选方法。（筛选求职简历、专业笔试、结构性面试、半结构性面试、非结构化面试、心理测验、无领导小组讨论、角色扮演、文件筐作业、管理游戏）。

5、把绩效管理作为公司人力资源管理的重心，对绩效计划、绩效监控与辅导、绩效考核（目标管理法、平衡计分卡法、标杆超越法、kpi关键绩效指标法）、绩效反馈面谈、绩效改进（卓越绩效标准、六西格玛管理、iso质量管理体系、标杆超越）、绩效结果的运用（可应用于员工招聘、人员调配、奖金分配、员工培训与开发、员工职业生涯规划）进行全过程关注与跟踪。

6、努力打造有竞争力的薪酬福利，根据本地社会发展、人才市场及同行业薪酬福利行情，结合公司具体情况，及时调整薪酬成本预算及控制。做好薪酬福利发放工作，及时为符合条件员工办理社会保险。

7、将人力资源培训与开发提至公司的战略高度，高度重视培训与开发的决策分析，注重培训内容的实用化、本公司化，落实培训与开发的组织管理。

8、努力经营和谐的员工关系，善待员工，规划好员工在本企业的职业生涯发展。

9、公司兼职人员也要纳入公司的整体人力资源管理体系。

二、办公室及后勤保障方面

1、准备到铁通公司市北分局开通800（400）免费电话[号码800（400）7100009]，年前已经交过订金300元（商客部曹岩经理代收）。

2、外协大厦物业管理，交电费、取邮件、咨询物业管理事宜等。

3、协助王伟琴经理做好办公室方面的工作。

4、确保电脑、打印复印一体机正常运行，注意日常操作。

5、为外出跑业务的市场拓展部各位经理搞好各类后勤保障（主要是协助王经理复印、传真、电话、文档输入电脑、报销、购物等）。 6、与王经理分工协作，打招商电话。

三、实际招商开发操作方面

1、学习招商资料，对3+2+3组合式营销模式领会透彻；抓好例会学习，取长补短，向出业绩的先进员工讨教，及时领会掌握运用别人的先进经验。

2、做好每天的工作日记，详细记录每天上市场情况。

4、继续回访徐州六县区酒水商，把年前限于时间关系没有回访的三个县区：新沂市、丰县、沛县，回访完毕。在回访的同时，补充完善新的酒水商资料。

5、回访完毕电话跟踪，继续上门洽谈，做好成单、跟单工作。

销售工作计划制定的简单步骤

一、市场分析

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。

二、营销思路

营销思路是根据市场分析而做出的指导销售计划的“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。

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。

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。

五、团队管理

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。

2、团队管理，明确提出打造团队的口号。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

销售内勤工作计划 我于\_\_年02月份任职于\_\_公司，在任职期间，我非常感谢公司领导及各位同事的支持与帮助。在公司领导和各位同事的支持与帮助下，我很快融入了我们这个集体当中，成为这大家庭的一员，在工作模式和工作方式上有了重大的突破和改变在任职期间，我严格要求自己，做好自己的本职工作。

现将上半年的工作总结

一、销售部办公室的日常工作：

作为\_\_公司的销售内勤，我深知岗位的重工性，也能增强我个人的交际能力。销售部内勤是一个承上启下、沟通内外、协调左右、联系八方的重要枢纽，把握市场最新购机用户资料的收集，为销售部业务人员做好保障。在一些文件的整理、分期买卖合同的签署、银行按揭合同的签署及所需的资料（刚刚开通）、用户的回款进度、用户逾期欠款额、售车数量等等都是一些有益的决策文件，面对这些繁琐的日常事务，要有头有尾，自我增强协调工作意识，这半年来基本上做到了事事有着落。

二、分期买卖合同、银行按揭合同的签署情况：

在签署分期分期买卖合同时，对于我来说可以说是游刃有余。但是在填写的数据和内容同时，要慎之又慎，我们都知道合同具有法律效力，一旦数据和内容出现错误，将会给公司带来巨大的损失，在搜集用户资料时也比较简单（包括：户口本、结婚证、身份证等证件）在签署银行按揭合同时，现在还比较生疏，因为银行按揭刚刚开通，银行按揭和分期买卖合同同样，在填写的数据和内容同时，要慎之又慎，按揭合同更具有法律效力。但在办理银行按揭的过程当中，购机用户的按揭给款资料是一个重工的组成部分，公证处公证、银行给款资料、福田公司存档、我公司存档资料。这些程序是很重要的，如果不公证？银行不给给款。这些环节是紧紧相扣的，是必不可少的一部分。我公司在存留有户档案时，我们取公证处、银行、福田三方的精华，我们在办理银行按揭给款方面还存在一定的漏洞，我相信随着银行按揭给款的逐步深入，我将做得更好、更完善！我建议组织一次关于银行按揭给款的培训，这是我个人的想法。

**年度销售工作计划实用【篇5】**

根据公司20\_\_年度深圳地区总销售额1.5亿元，销量总量6万套的总目标及公司20\_\_年度的渠道策略做出以下销售工作计划：

一、市场分析

空调市场连续几年的价格战逐步启动了。二、三级市场的低端需求，同时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一级市场的持续增长幅度，从而带动了整体市场容量的扩张。20\_\_年度内销总量达到1950万套，较20\_\_年度增长11。4%。20\_\_年度预计可达到2500万—3000万套。根据行业数据显示全球市场容量在5500万套—6000万套。中国市场容量约为3800万套，根据区域市场份额容量的划分，深圳空调市场的容量约为40万套左右，5万套的销售目标约占市场份额的13%。

目前格兰仕在深圳空调市场的占有率约为2。8%左右，但根据行业数据显示近几年一直处于“洗牌”阶段，品牌市场占有率将形成高度的集中化。根据公司的实力及20\_\_年度的产品线，公司20\_\_年度销售目标完全有可能实现。20\_\_年中国空调品牌约有400个，到20\_\_年下降到140个左右，年均淘汰率32%。到20\_\_年在格力、美的、海尔等一线品牌的“围剿”下，中国空调市场活跃的品牌不足50个，淘汰率达60%。20\_\_年度LG受到美国指责倾销；科龙遇到财务问题，市场份额急剧下滑。新科、长虹、奥克斯也受到企业、品牌等方面的不良影响，市场份额也有所下滑。日资品牌如松下、三菱等品牌在20\_\_年度受到中国人民的强烈抵日情绪的影响，市场份额下划较大。而格兰仕空调在广东市场则呈现出急速增长的趋势。但深圳市场基础比较薄弱，团队还比较年轻，品牌影响力还需要巩固与拓展。根据以上情况做以下工作规划。

二、工作规划

根据以上情况在20\_\_年度计划主抓六项工作：

1、销售业绩

根据公司下达的年销任务，月销售任务。根据市场具体情况进行分解。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系统及各个门店，完成各个时段的销售任务。并在完成任务的基础上，提高销售业绩。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（根据市场情况及各时间段的实际情况进行）此项工作不分淡旺季时时主抓。在销售旺季针对国美、苏宁等专业家电系统实施力度较大的销售促进活动，强势推进大型终端。

2、代理商管理及关系维护

针对现有的K/A客户、代理商或将拓展的K/A及代理商进行有效管理及关系维护，对各个K/A客户及代理商建立客户档案，了解前期销售情况及实力情况，进行公司的企业文化传播和公司20\_\_年度的新产品传播。此项工作在8月末完成。在旺季结束后和旺季来临前不定时的进行传播。了解各K/A及代理商负责人的基本情况进行定期拜访，进行有效沟通。

3、品牌及产品推广

品牌及产品推广在20\_\_年至20\_\_年度配合及执行公司的定期品牌宣传及产品推广活动，并策划一些投入成本，较低的公共关系宣传活动，提升品牌形象。如“格兰仕空调健康、环保、爱我家”等公益活动。有可能的情况下与各个K/A系统联合进行推广，不但可以扩大影响力，还可以建立良好的客情关系。产品推广主要进行一些“路演”或户外静态展示进行一些产品推广和正常营业推广。

4、终端布置（配合业务条线的渠道拓展）

根据公司的06年度的销售目标，渠道网点普及还会大量的增加，根据此种情况随时、随地积极配合业务部门的工作，积极配合店中店、园中园、店中柜的形象建设，（根据公司的展台布置六个氛围的要求进行）。积极对促销安排上岗及上样跟踪和产品陈列等工作。此项工作根据公司的业务部门的需要进行开展。布置标准严格按照公司的统一标准。（特殊情况再适时调整）

5、促销活动的策划与执行

促销活动的策划及执行主要在06年04月—8月销售旺季进行，第一严格执行公司的销售促进活动，第二根据届时的市场情况和竞争对手的销售促进活动，灵活策划一些销售促进活动。主题思路以避其优势，攻其劣势，根据公司的产品优势及资源优势，突出重点进行策划与执行。

6、团队建设、团队管理、团队培训

团队工作分四个阶段进行：

第一阶段：8月1日—8月30日A、有的促销员进行重点排查，进行量化考核。清除部分能力底下的人员，重点保留在40人左右，进行重点培养。B、制定相关的团队管理制度及权责分明明晰和工作范围明晰，完善促销员的工作报表。C、完成格兰仕空调系统培训资料。

第二阶段9月1号—20\_\_年2月1日第二阶段主要是对主力团队进行系统的强化培训，配合公司的品牌及产品的推广活动及策划系列品牌及产品宣传活动，并协作业务部门进行网点扩张，积极进行终端布置建设，并保持与原有终端的有效沟通，维护好终端关系。

①培训系统安排进行分级和集中培训业务人员→促销员

培训讲师＜促销员

②利用周例会对全体促销员进行集中培训

9月1日—10月1日：进行四节的企业文化培训和行业知识的培训

10月1日—10月31日：进行四节的专业知识培训

11月1日—11月30日：进行四节的促销技巧培训

12月1日—12月31日：进行四节的心态引导、培训及平常随时进行心态建设。

20\_\_年1月1日—1月31日：进行四节的促销活动及终端布置培训

20\_\_年2月1日—2月29日：进行全体成员现场模拟销售培训及现场测试。并在每月末进行量化考核，进行销量跟进。

第三阶段：20\_\_年2月1日—2月29日

①用一周的时间根据网点数量的需求进行招聘促销员工作，利用10天的时间对新入职促销进行系统培训、考核、筛选。对合格人员进行卖场安排试用一周后对所人的促销再次进行考核，最后确定定岗定人，保证在3月1日之前所有的终端岗位有人。

②所有工作都建立在基础工作之上

第四阶段：20\_\_年3月1日—7月31日

第四阶段全面启动整个深圳市场，主抓销售所有工作重心都向提高销售倾斜。

第一：跟随进货源，保证货源充足，比例协调，达到库存最优化，习题尽量避免断货或缺货现象。

第二：招聘培训临时促销员，以备做活动，全力打造在各个环节都比较有战斗力的团队。

第三：严格执行公司的销售策略及促销活动，并策划执行销售促进活动，拉动市场，提升销量。

第四：跟进促销赠品及赠品的合理化分配。

第五：进行布点建设，提升品牌形象。随访辅导，执行督导。

第六：每月进行量化考核

第七：对每月的任务进行分解，并严格按照WBS法对工作任务进行分解做到环环相扣，权责分明，责任到人，工作细节分到不能再细分为止。

第八：利用团队管理四大手段：即周工作例会；随访辅导；述职谈话；报表管理。严格控制团队，保持团队的稳定性。

第九：时时进行市场调研、市场动态分析及信息反馈做好企业与市场的传递员。全力打造一个快速反应的机制。

第十：协调好代理商及经销商等各环节的关系。根据技术与人员支持，全力以赴完成终端任务。

以上是20\_\_年度的工作计划，如有考虑不周之处，请领导多多指导！

本文档由范文网【dddot.com】收集整理，更多优质范文文档请移步dddot.com站内查找