# 业务月工作计划大全(7篇)

作者：落日斜阳 更新时间：2025-01-06

*业务月工作计划一一、数据分析：1、 季度任务完成进度;2、 未按计划完成的客户网点列表;3、 特殊项目完成进度;二、6月份销售业绩分解：1、本月销量分解客户列表，并标注匹配的主要政策;2、实地拜访客户类表，并标注主要工作事项;3、促销活动安...*

**业务月工作计划一**

一、数据分析：

1、 季度任务完成进度;

2、 未按计划完成的客户网点列表;

3、 特殊项目完成进度;

二、6月份销售业绩分解：

1、本月销量分解客户列表，并标注匹配的主要政策;

2、实地拜访客户类表，并标注主要工作事项;

3、促销活动安排及促销人员调用列表;

4、特殊项目销售分解目标;

三、问题分析：

1、存在问题的销售网点列表，并标注问题点及产生的影响;

2、对产生的问题是否有解决的办法;

3、销售环节的问题表现，及解决建议;

四、销售月工作计划

中将六月重点配套工作项目计划及地区、网点、日程安排列表;

五、增长点：

1、销量增长网点列表及措施;

2、新客户、新项目拓展地区网点类表及日程

六、改进：

1、对公司流程、制度的改进建议;

2、政策措施、资源调配的改进建议。

**业务月工作计划二**

一、熟悉公司新的规章制度和业务开展工作。

公司在不断改革，订立了新的规定，特别在诉讼业务方面安排了专业法律事务人员协助。作为公司一名老业务人员，必须以身作责，在遵守公司规定的同时全力开展业务工作。

1、在第一季度，以诉讼业务开拓为主。针对现有的老客户资源做诉讼业务开发，把可能有诉讼需求的客户全部开发一遍，有意向合作的客户安排法律事务专员见面洽谈。期间，至少促成两件诉讼业务，代理费用达8万元以上(每件4万元)。做诉讼业务开发的同时，不能丢掉该等客户交办的各类业务，与该等客户保持经常性联系，及时报告该等客户交办业务的进展情况。

2、在第二季度的时候，以商标、专利业务为主。通过到专业市场、参加专业展销会、上网、电话、陌生人拜访等多种业务开发方式开发客户，加紧联络老客户感情，组成一个循环有业务作的客户群体。以至于达到4.8万元以上代理费(每月不低于1.2万元代理费)。在大力开拓市场的同时，不能丢掉该等客户交办的各类业务，与该等客户保持经常性联系，及时报告该等客户交办业务的进展情况。

3、第三季度的“十一”“中秋”双节，带来的无限商机,给后半年带来一个良好的开端。并且，随着我对高端业务专业知识与综合能力的相对提高，对规模较大的企业符合了《中国驰名商标》或者《广东省商标》条件的客户，做一次有针对性的开发，有意向合作的客户可以安排业务经理见面洽谈，争取签订一件《广东省商标》，承办费用达7.5万元以上。做驰名商标与商标业务开发的同时，不能丢掉该等客户交办的各类业务，与该等客户保持经常性联系，及时报告该等交办业务的进展情况。

4、第四季度就是年底了，这个时候要全力维护老客户交办的业务情况。首先，要逐步了解老客户中有潜力开发的客户资源，找出有漏洞的地方，有针对性的做可行性建议，力争为客户公司的知识产权保护做到面，代理费用每月至少达1万元以上。

二、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。我会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、综合能力、都是我要掌握的内容。知己知彼，方能百战不殆，在这方面还希望业务经理给与我支持。

三、增强责任感、增强服务意识、增强团队意识。

积极主动地把工作做到点上、落到实处。我将尽我的能力减轻领导的压力。

**业务月工作计划三**

一、总目标(不排除特殊干扰因素)：

实现月总营业额:\_\_\_\_\_万元，比上月增加\_\_\_\_个百分点。

二、市场方面

加大推动公司品牌形象宣传力度，为本分店营造一个良好的市场文化及竞争氛围。

加大与老顾客以及固定顾客的交流，积极开展与新顾客的沟通工作。高度重视口碑宣传效应。

进一步做好畅销产品的统计分析，积极向总公司反馈我分店所收集的一线资料信息。

加大对竞争对手信息的分析掌握，跟进对手点，强化自我优势。

动员全体员工，在日常工作中多留意各种客户群体的口味、心理及意见评价，积极向总公司反馈我分店所收集的一线资料信息。

三、管理方面

严格执行总公司的各项管理制度。

认真做好单据和文件管理工作。

严格规范商品进出库流程，采取每期单人负责制。

做好客户的统计分析。

业绩完成计划

时间：20\_\_年7月1日~20\_\_年7月30日

四、人员变更情况及相关应对办法

7月计划招进\_\_\_\_人，负责\_\_\_\_\_工作;可能离职\_\_\_\_\_\_人，负责\_\_\_\_\_工作。

\_\_\_人请假，由\_\_暂时接替。 \_\_\_人因公出差，由\_\_暂时接管。

**业务月工作计划四**

我认为要展开好一名销售跟单文员的工作，真正的大展拳脚，促进公司订单的顺利完成，应该遵循以下几点逐步进入角色：

一、7天之内了解工厂生产的产品

包括它的外观，质地，特性，优点，缺点，用途。虽然跟单文员不属于工程技术人员，似乎不需要对产品有更多的了解。其实不然。首先，在与客户沟通时，如果你对产品只一知半解，那么客户对你的信任度会大打折扣，甚至会怀疑你的工作能力。当客户向你咨询时，你也只能支支吾吾，或者老是去向技术人员打听，客户不可能放心的把订单交给你去做。也没有任何优势吸引客户向你下单。

跟单人员的虽然不是官，但是他的门禁权限却很广，他可以进出多个部门，这就给我们学习新产品提供了便利的渠道，只要你不怕苦，不怕累，勤下车间，不耻下问，没有学不会的东西。纺粘无纺布，熔喷无纺布等，相信很快会被我熟知并熟练的运用。

二、在最短的时间内弄懂生产过程及工艺

刚开始，一般人会认为跟单文员只需知道生产订单的进度就可以了，好像白领一样，坐在办公室，打着电话，发着email就可以掌控一切。一个优秀的跟单人员，会非常熟悉产品的工艺流程，生产一定数量的产品所需要的生产时间。会亲自进车间察看大货的进度。当积累经验久了，无论是工艺还是货期你都可以直接回复客户。

三、熟悉各部门的工作流程，按照公司的规定来办事

每一个公司都有自己的工作模式。如果每个人都按照自己的流程来进行工作，那么将会导致公司秩序的混乱，各个部门的工作也会受阻。严重的会导致公司蒙受经济及名誉上的损失。比如说，公司规定收到客户订单需要经理部门签名确定。有一天，跟单员张三收到编号为a-001产品的订单，当时经理部门正在讨论产品调价的问题。下面的文员还没得到具体的通知。这时，张三，直接将订单发给生产线，催促生产。没有给经理确认，而此时，a-001的产品因为原材料涨价的问题需要涨价。但大货已经在生产了，张三跟客户多次协商价格都调不上来。如果这时停止生产，那么那些半成品都会变为废品。如果让大货完成而不运送给客户，那你就违了约，且失去了信誉。最后只能亏本卖给了客户。这样就直接造成了公司亏损。

四、了解货物的运输

出国的货物一般通过船和飞机，国内的货物通过公司安排汽车或者安排物流公司运送。在订单完成之前，跟单文员要认真选择运输公司，并考察他的信誉度，是否有能力运送此批货物。\_\_公司货物的运送主要通过物流来完成，我会尽快熟悉这些物流公司。经常与物流工作人员沟通，保证货物安全准时到达目的地。

五、熟悉了解客户

对于客户的订购产品的习性要有足够的了解。当出现异常情况时，可以做出果断的处理。比如说，客户订购的产品，在外观或者包装上有一点微小的瑕疵，新来的跟单员可能会请示上级领导或者跟客户协商是否能接受这种不达标的产品，如果是一位老跟单员，可以自己做出判断。不必劳烦他人。

六、正确对待客户服务

跟单文员实际上是公司和客户之间的一个窗口。首先，你是公司的雇员，你得对公司绝对忠诚，事事站在公司立场上，为公司着想。在客户那边，你必须坚持“客户是上帝”的原则。要让客户感觉到他是客户，正在享受星级的服务。客户不会理会公司其他部门是怎么运作，也不想知道更多，他只会与你联系，了解他的订单，了解他的货期。所以要做一个明亮清晰的窗口，要看清事实，冷静处理。我记得在东莞工作期间有一位同事，她总是盲目的满足客户的一切要求，从来不敢说“no”，根据工厂实际生产情况，订单的货期根本不能按照客户的时间交货，这位同事会说“ok”。后来只好安排订单外包出去，结果货期和质量都达不到要求。有时，客户给她一个新开发项目，所有人都晓得这个产品以我们现在的工艺无法完成，可这位同事总说：no problem!一个新项目来来去去搞了两三个月，既浪费了时间，又得罪了客户，最后又丢给客户自己去找其它厂商。这时客户时常打电话抱怨公司的服务不好，销售人员不好。慢慢的这位客户的订单越来越少，最后换了供应商。

七、加强与生产线的沟通，与车间工作人员保持良好的人际关系

跟单人员最关健的工作是沟通，跟催。如果与车间相关工作人员关系处理不好，那么跟单工作很难展开，根本无法促进生产，保证订单的顺利完成。

八、努力学习《中华人民共和国合同法》相关条款

在以往的工作中，很少接触到法律，因为全是国外订单。公司都会由专业人士起草一份谨密的固定合同格式。所有的销售员都采用统一的格式，只是修改一下客户名，货名，价格，货期，付款方式，备注等等。遇到的经济纠纷较少。遇到不付款的客户，在发电子邮件或打电话催款无效的情况下，有时是派国外公司驻外工作人员上门请款。在跟单过程中，只要重视与客户交流时的书面证据，一般都不会有问题。我记得有一次，一个法国的客户给我下了一张订单，他们的订单是法文，没有其它英文描述。也没有以往的英文货物编号。我通过数量和单价判断是一个装戒指的戒指棉，我查出该客户以往的订货记录，找出当时出货的照片，电邮给了客户，问他是否是需要这个产品。客户在电邮中回答yes。出货后的几个月，收到客户的投诉，说我们做错货，要求我们赔。我立即找出当时的电子邮件，客户只好承认是他们那边没有沟通好。然后重新下了一张订单。当时，生产部门也很高兴，因为上一单的货很容易生产，而且单价高，现在又来一张类似的订单，要知道，产量和销售额是与工人的奖金挂钩的。在国内，如果法律学得好，就可以避免可以很多不必要的麻烦，避免合同有漏洞，别人有机可趁，造成公司受损。

九、主动积极的寻找客源

之前跟国外订单，都是公司指派老客户，有时是从阿里巴巴或一些香港网站来几个询盘的客户，几番寒暄，然后按客要求做样版，收取样版费用。收到大货订单，出货。对于国内客户开发这一块，真是知之甚少。我认为要多留意国内城市对无纺布的需求动向，适时与之联系，展现公司及产品的优势，尽量为公司争取一些客户，拉一些订单。订单是公司的命脉，有了订单工厂才能运转。

十、保持乐观的工作心态

跟单工作是复杂，繁锁的。在订单多的季节，有时，你真的想借一个脑袋来用，连喝水上厕所的时间都没有，晚上做梦也在查货。这时你要保持一个平和的，乐观的心态，合理的有秩序的处理好手头上的事，分清轻重缓急，处理一件就少一件。相信自己的能力，这些棘手的事总会完成。在订单少的季节，也不要灰心，振作起来，趁空档对自己多充电，多学习专业知识。

以上是我根据以往的经验做的一个工作计划，因为没有正式进入\_\_公司学习观摩，所以写得较为粗糙。有不妥之处或不完善的地方敬请指出，谢谢!

**业务月工作计划五**

1.制定出周工作计划、及每日的工作量。每天至少打30个电话，每周至少拜访20位客户，促使潜在客户从量变到质变。上午重点电话回访和预约客户，下午时间长可安排拜访客户。考虑北京市地广人多，交通涌堵，预约时选择客户在相同或接近的地点。

2.见客户之前要多了解客户的主营业务和潜在需求，先了解决策人的个人爱好，准备一些有对方感兴趣的话题，并为客户提供针对性的解决方案。

3、从招标网或其他渠道多搜集些项目信息供工程商投标参考，并为工程商出谋划策，配合工程商技术和商务上的项目运作。

4、做好每天的工作记录，以备遗忘重要事项，并标注重要未办理事项。

5.填写项目跟踪表，根据项目进度：前期设计、投标、深化设计、备货执行、验收等跟进，并完成各阶段工作。

6、前期设计的项目重点跟进，至少一周回访一次客户，必要时配合工程商做业主的工作，其他阶段跟踪的项目至少二周回访一次。工程商投标日期及项目进展重要日期需谨记，并及时跟进和回访。

7、前期设计阶段主动争取参与项目绘图和方案设计，为工程商解决本专业的设计工作。

8.投标过程中，提前两天整理好相应的商务文件，快递或送到工程商手上，以防止有任何遗漏和错误。

9.投标结束，及时回访客户，询问投标结果。中标后主动要求深化设计，帮工程商承担全部或部份设计工作，准备施工所需图纸(设备安装图及管线图)。

10.争取早日与工程商签订供货合同，并收取预付款，提前安排备货，以最快的供应时间响应工程商的需求，争取早日回款。

**业务月工作计划六**

三月份就要过去了，三月份的工作也到结尾部分，四月份的工作又要来了，针对四月份的工作，来做我四月份业务的工作计划：

一、业务理论水平、组织管理能力及综合素质的提高

首先要把自己放在公司建设的总体框架中来反思自己，审视自己，看自身能力和素质的提高幅度，能不能适应公司发展的需要、能不能适应形势任务的需要，能不能适应完成正常工作的需要。其次经常告诫自己，要在公司立得住脚，不辜负领导的期望，自身素质的强弱是关键，必须在工作中不断地提高自己、提高自身能力素质，上让领导放心，下让顾客满意，不断学习专业知识，全面提高自己，在协调关系的能力上要有突破，在组织管理的能力上要有突破，在完成工作的标准上要有突破。

二、学习及制订培训计划

做房地产市场中介是需要根据市场不停的变化局面，不断调整经营思路的工作，根据需要调整我的学习方向(管理知识、营销知识、策化知识、各个楼盘的动态等相关房地产的知识都是我要掌握的内容)来提高业务员的销售能力。通过学习，感到既开阔了眼界，又丰富了头脑，既学到了知识，更看到了差距。在不断的学习中提高了自己的能力素质，增强了干好本职工作的本领。

三、业务目标及发展目标

首先以提高工作效率为根本，尽的努力超额完成公司每月制定的业务目标，争做公司所有项目第一优秀楼盘，其次打造红军一样的团队，大家什么事都能以公司利益为重，以部门利益为重，做到眼勤、腿勤、手勤、嘴勤、讲团结，讲协作，保证完成各项工作任务。

通过学习，实践工作结果来证明我的能力。

**业务月工作计划七**

一项业务的开展往往要遵循循序渐进的过程，不要想着能一步登天，也不要想着马上能收到立竿见影的效果。因此，初步把业务过程分成以下几个阶段：

第一阶段：电话营销，通过电话联系业务，约定时间见面洽谈，新业务员会碰到许多客户的质疑，失败乃成功之母，第一次不成功，拜访第二次就不同了。

第二阶段：走访商家，分发报纸以及本人名片，让商家首先知道有这么一回事，同时了解一些基本信息，对相关信息进行记录。为客户做一套推广计划并且第二次拜访送给客户。这一阶段结束后，部分商家或许会主动找上我们。

第三阶段：客户维护，去和一些比较有合作意向的商家进行更深入的沟通，探讨市场，最后才讲到一些具体的事项，以及费用问题等。从而达到长期稳定客户，为自己和公司打下坚实基础。

第四阶段：工作计划，业务员要能够为自己制定工作计划，独立自主高效的完成相关方面的工作。(里面包括如何发展关系，牵线搭桥来和对方负责人建立关系)这一阶段持续的时间会较长，并且逐步的会有相当的商家愿意和我们合作。

业务开展的任何一个阶段里都需要去多多关注相关行业的相关信息，往往掌握的信息越多越全面决策和行动才会更科学更可靠，对市场的变化应有相当的敏感度和较为长远超前的眼光。

<

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