

最新咖啡厅年度工作计划 季度工作计划(优秀6篇)

人生天地之间，若白驹过隙，忽然而已，我们又将迎来新的喜悦、新的收获，一起对今后的学习做个计划吧。那关于计划格式是怎样的呢？而个人计划又该怎么写呢？这里给大家分享一些最新的计划书范文，方便大家学习。

咖啡厅年度工作计划 季度工作计划篇一

在过去的工作中，有成功的，也有失败的，有做好的，也有做的不好的，不管怎么说都成为历史。现在接到一个新产品，我的'口号是：不为失败找借口，只为成功找方法。我的季度个人销售工作计划具体做法是：多跑多听多总结，多思多悟多解决，勤动脑，勤拜访，必须做到：“铜头铁嘴橡皮肚子飞毛腿”。做一名刚强的业务员。

(1)，优势：企业规模大资金雄厚，价格低，产品质量有保证。

(2)，劣势：产品正在导入期，各方面还不成熟，客户不稳定，条件有限(没有自己的物流配送)。

总之老品牌占山为王，市场，客户稳定。要想在这片成熟，竞争非常激烈的无烟战场上打出一片天地。我们必须比别人付出10倍的艰辛。

1，童车制造业：主要是：儿童车儿童床类。

2，休闲用品公司：主要是：帐篷吊床吊椅休闲桌等。

3，家具产业：主要是：五金类家具。

4，体育健身业：主要是：单双杠脚踏车等。

5, 金属制造业: 主要是: 栅栏、护栏, 学生床等。

6, 造船业等等。

1, 以开发客户为主, 调研客户信息为辅, 两者结合, 共同开拓钢管市常

2, 对老客户和固定客户, 要经常保持联系, 勤拜访, 多和客户沟通, 稳定与客户的关系。对于重点客户作重点对待。

3, 在拥有老客户的同时, 对开发新客户, 找出潜在的客户。

4, 加强业务和专业知识的学习, 在和客户交流时, 多听少说, 准确掌握客户对产品的需求和要求, 提出合理化建议方案。

5, 多了解客户信息, 对于重点客户建立档案, 对于潜在客户要多跟进。

6, 掌握客户类型, 采用不同的销售模式, 完善自己和创新意志相结合, 分层总结。

1, 做到一周一小结, 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。

2, 见客户之前要多了解客户的状态和需求, 再做好准备工作。

3, 对所有的客户工作态度要端正, 给客户一个好的印象, 为公司树立形象。

4, 客户遇到问题, 不能直之不理, 一定要尽全力帮助他们解决。把我们的客服带给客户让他们感到我们公司温暖。买者省心, 用者放心。

5, 要有健康的体魄, 乐观的心情, 积极的态度。对同事友好, 对公司忠诚。

6, 要和同事多沟通, 业务多交流, 多探讨。才能不断增强业务的技能和水准。

7, 到十一月份, 要有两至三个稳定的客户。保证钢管的业务量。

8, 十月份是个非常严峻的时期, 业务刚刚开始, 市场刚刚启动, 对市场中的客户还不太了解。希望争取拿到一至二个定单。

总结了自己的一些成果后, 就意味着xx年个人销售工作计划的到来, 刚接触销售时, 在选择客户的问题上走过不少弯路, 那是因为对这个行业还不太熟悉, 总是选择一些食品行业, 这给销售工作带来很多不便, 这些企业往往对标签的价格是非常注重的。所以今年不要在选一些只看价格, 对质量没要求的客户。没有要求的客户不是好客户。

1、每周要增加2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(文章转自实用文档频道xx09)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。

11、为了今年的销售任务每月我要努力完成达到万元的任务额，为公司创造利润。

以上就是xx年的个人销售工作目标，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。为公司做出自己最大的贡献。

随着公司和市场不断快速发展，可以预料我们今后的工作将更加繁重，要求也更高，需掌握的知识更高更广。为此，我将更加努力学习，提高文化素质和各种工作技能，为公司尽应有的贡献。

咖啡厅年度工作计划 季度工作计划篇二

目的：建立一支能与公司“同甘苦、共患难”的经销商队伍。据公司300公里内市场，实现无空白市场。

1、对已经开发市场的进行盘点，对于客户进行筛选。对公司忠诚度高，能积极配合公司的客户重点扶持。对公司忠诚度差，配合差的客户，进行调整。

3、其他新市场，选择诚信、实力强的客户作为我们的经销商。（以老客户介绍、朋友介绍等方式快速确定意向客户）

二、销量目标的达成：

目的：提升销量，确定客户五、六、七月份的销售方向和销售重点。完成销量160万。（五月份50万、六月份60万、七月份50万）

2、拓展销售渠道，引导客户开发新的销售网点，增加新的销售增长点，并且要全渠道运作。（学校、网吧、社区店等）

3、提高铺货率，使消费者方便购买，又可以起到网点广告宣传的效果。要使市场铺货率达到60%以上。

三、团队管理：

2、针对本大区团队主动性和执行力较差的现状，从自己做起加强自我管理，以身作则，加强本大区团队管理。要调动区域经理的积极性，同时强化团队执行力，打造铁的纪律。

3、提高整个团队素质，加强团队培训，购买图书、光盘等培训资料（包括如何做人、做事、提高市场操作技能等）。

4、本大区的销售团队同时还包括经销商和经销商的销售团队，提高经销商和经销商销售队伍的素质和销售技能，到每一个市场，要对经销商销售团队进行业务技能培训。

四、市场调研及新产品提报：

1、做市场调研，做好竞品信息收集、整理、分析工作，根据竞品信息，结合我们自身资源，调整销售方法，使之更适合市场、更有效。

2、把分析整理的竞品信息上报公司，对市场需要的产品进行提报，供公司高层参考。在五、六、七月做到“淡季不淡、销量稳增”，同时为全年销售目标完成做出销量和打下基础。

咖啡厅年度工作计划 季度工作计划篇三

随着我国经济的飞速发展，中国与世界的交流也日渐频繁。当然咖啡这一种代表着西方文化的饮品也日渐让普通市民认识并且普及，特别是在年轻人和上班一族中流行。

1. 执行总结

项目背景

咖啡——世界三大饮料之一，一个西方的舶来品，在中国确是家喻户晓，有着极为深远的历时背景和现实意义。咖啡、西餐的真正兴起，应该是从20世纪90年代末开始的。其发展速度之快，在短短十来年时间内，达到了前所未有的行业繁荣。许多最新的研究报告显示，咖啡因对人体并没有过去想像中有健康的危害；反之，咖啡中一些成份对于人体有很多的保健功效。随着时代的发展和人们生活理念的进一步改变，咖啡业也在以一种迅猛的速度发展。

目标规划

本项目以主题咖啡店为内容，宣扬咖啡文化。预计在两年后每月除税纯利达到50000元人民币，并预计在四年后能在市中区另一所主题咖啡店。

市场前景

现今咖啡店主要是以连锁式经营，市场主要被两个集团垄断。我们亦有考虑到其他饮品店(如饮品店、凉茶店和茶餐厅)的市场竞争状况，但发现这些类似行业多不是以自助形式经营，亦很难配合讲求效率的年青人的需求。开设自助式主题咖啡店尚有很多发展空间。

2. 市场分析

客户分析

现在随着改革开放经济蓬勃的发展，大批的外商和白领长期处在高节奏、高效率的工作和生活中，西方文化的蔓延，造成了这个咖啡销量不断上升，咖啡文化成为都市白领的新宠。咖啡消费主要群体也主要是外商、白领、旅游者和居家百姓。

竞争分析

其他饮品店，如饮品店、凉茶店和茶餐厅，他们的有中国气息比较浓厚，有的比较方便或是价钱较低分别适合不同人群。他们产品数量较多，发展历史久，资金充裕，被众多客人认可。

3. 运行模式

业务模式

我们决定以合伙模式经营星座咖啡店，因为以合伙模式经营的申请手续较以有限公司模式经营的申请手续为简。融资方面，共四十万，预算开业所需资金共八十万，现计划向银行咨询有关借贷细则。由于合伙没有以公司模式经营的股东之有限责任，选择合伙模式经营较容易向银行贷款。我们并协议所有收入将平衡分配。

营业时间

周一至周五由正午12:00至凌晨00:30;星期六、日及公众假期由上午11:00至凌晨02:00。休息时间方面，咖啡店一带的店铺多在晚上十一时休息，所以我们选择平日在凌晨十二时半休息;而星期六、日及公众假期则于凌晨二时休息，让顾客可以在逛街后在咖啡店小憩。

4. 投资策略

以合伙模式经营的申请手续较以有限公司模式经营的申请手续为简。融资方面，共四十万，预算开业所需资金共八十万，现计划向银行咨询有关借贷细则。

5. 营销战略

营销策略

1. 初始期：培育市场为主，加强宣传，建立良好形象。另一方面，鼓励一部分的“体验者”消费，起到引导和示范的作用，为以后进一步的营销做好做好准备。
2. 发展期：维持已有市场，重点专攻情侣市场。重视客户关系管理，鼓励团队消费。同时，员工的招聘也可以从这部分群体中选拔。
3. 维持期：情感营销为主，唤起这部分群体内心的情感共鸣。可以减少宣传，采取收割战略。

定价策略：

和产品体系结合，产品体系应该以消费群体需求较大的品种为主。价格上保证以中高档为主，保留少量低档产品。

宣传(促销)策略：

前期宣传：大规模，高强度，投入较大。后期宣传：重视已有顾客关系管理，借此进行口碑营销。定期具体活动的策划和组织，通过活动时提醒顾客的消费意识。针对节假日，开展有针对性的促销策略。

6. 总结

1. 在两年内达到盈亏平衡点，并形成有一定鲜明度的咖啡屋品牌，有一定数量的稳定客源。

2. 在第三年开始盈利，并保持纯利润有9%的年增长率。

咖啡厅年度工作计划 季度工作计划篇四

第一部分：背景

在中国，人们越来越爱喝咖啡。随之而来的“咖啡文化”充满生活的每个时刻。无论在家里、还是在办公室或各种社交场合，人们都在品着咖啡。咖啡逐渐与时尚、现代生活联系在一起。遍布各地的咖啡屋成为人们交谈、听音乐、休息的好地方，咖啡丰富着我们的生活，也缩短了你我之间的距离，咖啡逐渐发展为一种文化。随着咖啡这一有着悠久历史饮品的广为人知，咖啡正在被越来越多的中国人所接受。

第二部分：项目介绍

咖啡店由西安**学院在校学生自主创办，在学校正门右边街道一个显眼的位置，这里虽然装修简单，但特别有家的味道，甚至比家还温馨，还放松。南面墙全部是书架，上面横七竖八地摆满了各种书籍。吧台坐落在正中央，吧台后面的墙上挂着一个木质的酒架，码放着各式各样咖啡豆，北面除了大门外，余下的部分全部是明亮的玻璃飘窗，窗台很低，上面落满了各种杂志，靠窗的地方只摆放着方桌，每桌可以坐4-6人。但是，这里的空气、光线、声音更让人迷恋、难舍，感觉就像在家里一样轻松自由。

第三部分：创业优势

目前大学校园的这片市场还是空白，竞争压力小。而且前期投资也不是很高，现在国家鼓励大学生毕业后自主创业，有一系列的优惠政策以及贷款支持。再者大学生往往对未来充满希望，他们有着年轻的血液、蓬勃的朝气，以及“初生牛犊不怕虎”的精神，而这些都是一个创业者应该具备的素质。大学生在学校里学到了很多理论性的东西，有着较高层次的

技术优势，现代大学生有创新精神，有对传统观念和传统行业挑战的信心和欲望，而这种创新精神也往往造就了大学生创业的动力源泉，成为成功创业的精神基础。大学生创业的最大好处在于能提高自己的能力、增长经验，以及学以致用；最大的诱人之处是通过成功创业，可以实现自己的理想，证明自己的价值。

第四部分：预算

1、咖啡店店面费用

咖啡店店面是租赁建筑物。与建筑物业主经过协商，以合同形式达成房屋租赁协议。协议内容包括房屋地址、面积、结构、使用年限、租赁费用、支付费用方法等。租赁的优点是投资少、回收期限短。预算10-15平米店面，启动费用大约在9-12万元。

2、装修设计费用

3、装修、装饰费用

具体费用包括以下几种。

(1) 外墙装饰费用。包括招牌、墙面、装饰费用。

(2) 店内装修费用。包括天花板、油漆、装饰费用，木工、等费用。

(3) 其他装修材料的费用。玻璃、地板、灯具、人工费用也应计算在内。

整体预算按标准装修费用为360元/平米，装修费用共 $360 \times 15 = 5400$ 元。

4、设备设施购买费用

具体设备主要有以下种类。

(1) 沙发、桌、椅、货架。共计2250元

(2) 音响系统。共计450

净水机，采用美的品牌，这种净水器每天能生产12l纯净水，每天销售咖啡及其他饮料100至200杯，价格大约在人民币1200元上下。

咖啡机，咖啡机选择的是电控半自动咖啡机，咖啡机的报价现在应该在人民币350元左右，加上另外的附件也不会超过1200元。

磨豆机，价格在330—480元之间。

冰砂机，价格大约是400元一台，有点要说明的是，最好是买两台，不然夏天也许会不够用。

制冰机，从制冰量上来说，一般是要留有富余。款制冰机每天的制冰量是12kg□价格稍高550元，质量较好，所以可以用很多年，这么算来也是比较合算的。

5、首次备货费用

6、开业费用

开业费用主要包括以下几种。

(1) 营业执照办理费、登记费、保险费;预计3000元

(2) 营销广告费用;预计450元

7、周转金

共计：

****元

第五部分：发展计划

1、营业额计划

2、采购计划

依据拟订的商品计划，实际展开采购作业时，为使采购资金得到有效运用以及商品构成达成平衡，必须针对设定的商品内容排定采购计划。通过营业额计划、商品计划与采购计划的确立，我们不难了解，一家咖啡店为了营业目标的达成，同时有效地完成商品构成与灵活地运用采购资金，各项基本的计划是不可或缺的。当一家咖啡店设定了营业计划、商品计划及采购计划之后，即可依照设定的采购金额进行商品的采购。经过进货手续检验、标价之后，即可写在菜单上。接着必须考虑的事情，就是如何有效地将这些商品销售出去。

3、人员计划

为了达到设定的经营目标，经营者必须对人员的任用与工作的分派有一个明确的计划。有效利用人力资源，开展人员培训，都是我们必须考虑的。

4、经费计划

经营经费的分派是管理的重点工作。通常可以将咖啡店经营经费分为人事类费用(薪资、伙食费、奖金等)、设备类费用(修缮费、折旧、租金等)、维持类费用(水电费、消耗品费、事务费、杂费等)和营业类费用(广告宣传费、包装费、营业税等)。还可以依其性质划分成固定费用与变动费用。我们要针对过去的实际业绩设定可能增加的经费幅度。

5、财务计划

财务计划中的损益计划最能反映全店的经营成果。咖啡店经营者在营运资金的收支上要进行控制，以便做到经营资金合理的调派与运用。

总之，以上所列的六项基本计划(营业额、商品采购、销售促进、人员、经费、财务)是咖啡店管理不可或缺的。当然，有一些咖啡店为求管理上更深入，也可以配合工作实际需要制订一些其他辅助性计划。

第六部分：市场分析

20**~20**年中国咖啡市场经历了高速增长阶段，在此期间咖啡市场总体销售的复合增长达到了17%；高速增长的市场为咖啡生产企业提供了广阔的市场空间，国外咖啡生产企业如雀巢、卡夫[ucc]等企业纷纷加大了在中国的投资力度，为争取未来中国咖啡市场的领先地位打下了良好的基础。

咖啡饮料主要是指速溶咖啡和灌装即饮咖啡两大类咖啡饮品；在速溶咖啡方面，20**~20**年间中国速溶咖啡市场规模年均增长率达到16%，显示出还处于成长阶段的中国速溶咖啡市场的高增长性和投资空间；在灌装即饮咖啡方面，20**~20**年间中国灌装即饮咖啡市场年均增长率也同样达到15%；未来几年，中国咖啡饮料的前景仍将被看好。

现今咖啡店主要是以连锁式经营，市场主要被几个集团垄断。但由于几个集团的咖啡店并没有特别主题，很难配合讲求特式的年青人。我们亦有考虑到其他饮品店的市场竞争状况，但发现这些类似行业多不是以自助形式经营，亦很难配合讲求效率的年青人。故我们认为开设自助式主题咖啡店能达到年青人的需要，尚有很多发展空间。有数据表明，中国的咖啡消费量正逐年上升，而有望成为世界重要的咖啡消费国。

第七部分：营销策略

1、同行业竞争分析

知己知彼，百战百胜。咖啡店经营者应随时关注竞争者的经营动态及其产品构成情况，并进行深入的比较与分析，借以占据经营上的有利地位，保证采取比竞争对手更有效的销售策略。

咖啡店经营者绝不能忽视市场情报，一定要随时掌握最新的相关资料与信息。针对咖啡店地址的特点与顾客特征，不断地提高产品与服务的质量，提高顾客来店的频率，进而提高咖啡店的业绩。

2、销售促进计划

咖啡店基本的特点是定点营业。但是目前市场竞争日益激烈，为使业绩得到有力发展，咖啡店已经不能被动地等顾客上门光顾，而是必须主动地吸引顾客来店。因此销售促进活动的实施与宣传效果的诉求，同样不可或缺。一般，小型咖啡店无法比照大型咖啡店投入巨额的广告促销费用，所以要做到“花小钱做大广告”。海报、传单、邮寄信函等促销手段都可以使用。

3、日常运营计划

如何拟订经营计划?对咖啡店来说，在整个营运过程中最关切的问题，可能就是每天的营业额了。每家咖啡店往往都定有营业目标，更详细者甚至还定了区位、商品的目标，以作为衡量每天营业情况的基准。

在拟订日常运营计划时，一定要依据设定的经营方针和营业额的预测、目标库存量的推算、损耗额的预估、采购预定额的估算，以及预定毛利的推算等，完成整体的运营计划。由

于整个计划过程必须以数据为依据，所以数据库资料的建立，是进行销售计划拟订时必备的条件。即使是小型的咖啡屋也应以数据为基础，这样才有客观的衡量标准，而不是单凭印象、感觉和观察等。

第八部分：成长与发展

咖啡店目标消费群体多是大学生为主，选址在商业区、大学校区与路口交汇处，房租价格适中，装修要求较高，以致整体投资成本加大。大学生创业最重要的是心态，准确定位的基础上要对发展前景有信心，不能着急，盲目调整经营策略。经营咖啡店是个美好的愿望，但要有充足的心理准备，才能一步步走向成功，因此要想有一个轻松的心态。

一，运营模式

咖啡厅年度工作计划 季度工作计划篇五

一、做好20xx年商场文化主题巡展活动及商场美陈装饰的前期工作。

1、引进大连几家专业从事展览器材及展品租赁的供应商，以节省20xx年商场美陈的投入；对3月份店庆时期举办的“中国船文化”主题展览做好提前量工作，确保整个展具和展品的按时到位。

3、确定20xx年整个年度的文化主题，对于20xx年几个重要节日（如春节、三八、五一、国庆、元旦等），将围绕年度文化主题确定各大节日的主题，同时增加了“七一”和“八一”两大节日。组织各种革命历史题材的主题展览，致力于打造非盈利性的文化互动体验平台，以拉伸品牌形象，强化品牌的正能量。

二、多方企划，举办有益商场发展的文化主题巡展活动，提

高商场知名度，提升商场品牌价值，加强消费者体验和商场成交额。

纵观全国大型商业广场及连锁集团的商业营销模式，几乎千篇一律。如何在众多商家、众多活动中做出突破，吸引更多的消费者，创造更多价值才是我们20xx年第一季度工作的关键所在。借鉴万达的成功模式，在20xx年第一季度，借助商场店庆契机举办文化主题巡展活动，以提高商场知名度，达到促进销售的目的。

策划工作具体规划：

1、整体策划以4t商业营销模式为基础，在策划方案中融入各种展览,旅游,文化教育等诸多元素。并将原来的美陈的投资大量压缩,全部展具采用租赁的模式。

2、3月份是商场两周年庆典，企划部主要围绕文化主题巡展活动开展工作，以周年店庆为契机，推出“中国船文化”主题展览活动，旨在将以往的以直接利益为主导的策划重心，转向以公益性服务为重心的休闲体验模式。以文化贯穿商场店庆活动始终，并巧妙的植入品牌营销，通过文化整合，营造出一个轻松愉悦的休闲体验购物环境，提升商场的知名度，促进销售。待店庆活动结束后再对活动进行分析总结，为20xx年年度文化主题巡展活动的策划提供依据。 3、整体dp点美化原计划在广告公司的订做，目前通过友好协商已解除合同。我们正在拟定计划，派人去大连协商进行统一采购，经过测算比原计划投资节省一半。

5、整顿商场商场广告□20xx年2月大部分商户的合同需要续签，3月开始针对商场内部和外部的所有广告位进行清点，对已经到期的进行续签，撤场的进行转售，破旧的进行更换。提升商场的形象，增加商场的广告收入。

6、创办《文化新世界》杂志 企划部与大连展览公司合作，

以4t商业营销模式为基础，以20xx年年度文化主题巡展活动为题材，出版发行《文化新世界》杂志，服务商场商户，提升商场在行业的影响力。

三、完善商场各项规章制度，健全各项管理制度，增强团队凝聚力，加大商场对优秀人才的储备。

1、完成对劳动合同已到期员工的续签工作，完善公司的用人制度，根据公司组织架构适时招聘优秀人才，加大人才储备。

2、完善工装管理制度，确保工装制度的执行力度。

3、完成对社会保险的年审工作，按时制作公司考勤表及薪酬支付表，完善绩效考核制度，完成领导交办的其他工作。4、适时组织员工培训及户外活动，增强团队凝聚力，加强企业文化的建设。

四、加强消防安全意识，完善商场治安管理制度，及时更新维护商场相关设备，确保商场正常运转。

1、物业部协助企划部做好3月份商场庆典的各项工作。保证在文化主题巡展举办期间各项设施设备的正常运行。并配合好商场展陈布置工作。活动期间与路政，执法部门的协调。

2、做好商场节日期间的消防安全检查，对商场进行全方位的消防隐患的检查并督促其即使整改和排除。

3、提前检查商场44台空调机组的检查，管道的清理。

4、日常各项办公设备设施的维修和更换。

咖啡厅年度工作计划 季度工作计划篇六

***年的第一季度已经过去，在这三个月的时间中我通过努

力的工作，也有了一点收获，我感觉有必要对今年销售工作的' 开局做一下总结，销售季度工作总结及下季度工作计划范文。目的在于吸取教训，提高自己，以至于把工作做的更好，自己有信心也有决心在金融危机中把下季度的工作做的更好。下面我对本季度的工作进行简要的总结。

我是去年十一月份到公司工作的，十二月份开始组建综合事业部，在没有负责综合事业部工作以前，我负责了一个月的商务9部。在来公司之前本人在家休息了一年多，为了迅速融入到这个行业中来，到公司之后，一切从零开始，一边学习产品知识，一边摸索市场，遇到销售和产品方面的难点和问题，我经常请教公司领导和其他有经验的同事和经理。一起寻求解决问题的方案和对一些比较难缠的客户研究针对性策略，取得了良好的效果。通过不断的学习产品知识，收取同行业之间的信息和积累市场经验，现在对盐城市场有了一个大概的认识和了解。现在我逐渐可以清晰、流利的分析客户所提到的各种问题，准确的把握客户的需要，指导同事和客户进行良好的沟通，所以经过三个月的努力，也取得了一定的成绩，对市场的认识也有一个比较透明的掌握。在不断的学习产品知识和积累经验的同时，自己的能力，业务水平都比以前有了一个较大幅度的提高，但是本职的工作做得不好，感觉自己还停留在一个销售人员的位置上，对销售人员的培训，指导力度不够，影响了综合事业部的整体销售业绩。

部门工作总结

在将近五个月的时间中，经过综合事业部全体同事共同的努力，使我们综合事业部的业绩渐渐被公司所认识，同时也取得了宝贵的销售经验。这是我认为我们做的比较好的方面，但在其他方面在工作中我们做法还是存在很大的问题。

下面是综合事业部第一季度的销售情况：

1月总业绩：166700

2月总业绩：241800

3月总业绩：252300

1)销售工作最基本的客户访问量太少。综合事业部是去年12月月开始工作的，在开始工作到现在有记载的客户访问记录有313个，加上没有记录的概括为46个，三个月的时间，总体计算销售人员一个月拜访的客户量平均为9个。从上面的数字上看我们基本的客户拜访工作没有做好。

3)工作没有一个明确的目标和详细的计划。销售人员没有养成一个写工作总结和计划的习惯，销售工作处于放任自流的状态，从而引发销售工作没有一个统一的管理，工作时间没有合理的分配，工作局面混乱等各种不良的后果。

4)市场的开拓能力不够，业绩增长小，个别销售同事的工作责任心和工作计划性不强，业务能力还有待提高。

在下季度的工作规划中下面的几项工作作为主要的工作来做：

1)建立一支熟悉业务，而相对稳定的销售团队，销售工作计划《销售季度工作总结及下季度工作计划范文》。

人才是最宝贵的资源，一切销售业绩都起源于有一个好的销售人员，建立一支具有凝聚力，合作精神的销售团队是根本。在下季度的工作中建立一个***，具有杀伤力的团队作为一项主要的工作来抓。

2)完善综合事业部制度，建立一套明确系统的管理办法。

销售管理是老大难问题，销售人员外出拜访，见客户处于放任自流的状态。完善销售管理制度的目的是让销售人员在工作中发挥主观能动性，对工作有高度的责任心，提高销售人员的主人翁意识。

3) 培养销售人员发现问题，总结问题，不断自我提高的习惯。

培养销售人员发现问题，总结问题目的在于提高销售人员综合素质，在工作中能发现问题总结问题并能提出自己的看法和建议，业务能力提高到一个新的档次。

4) 建立约访专员。(建议试行)

根据销售同事在外出拜访过程中遇到的一系列的问题，约好的客户突然改变行程，毁约，不在家的情况，使计划好的行程被打乱，不能顺利完成拜访的目的。造成时间，资金上的浪费。

5) 销售目标

下季度的销售目标最基本的是做到日日有进帐的单子。根据公司下达的销售任务，把任务根据具体情况分解到每月，每周，每日;以每月，每周，每日的销售目标分解到各个销售人员身上，完成各个时间段的销售任务。并在完成销售任务的基础上提高销售业绩。

我认为公司下季度的发展是与整个公司的综合素质，公司的指导方针，团队的建设是分不开的。提高执行力的标准，建立一个良好的销售团队和有一个好的工作模式与工作环境是工作的关键。

具体的其他工作计划如下：

第一步：招聘员工

- 1、看销售人员的心态及人品
- 2、让他们清楚公司、我及他们自己的目标
- 3、建立一个***的具有凝聚力的团队

第二步：培训员工

- 1、让员工学习产品知识及互联网常
- 2、培训员工的销售和与人沟通的技巧
- 3、培训员工的快速成交法
- 4、引发员工的积极性和责任感

1、找出每个员工身上的闪光点(每一周保证和员工每人一次以上的面对面谈心，关心他们的身体健康，家庭生活。工作情况，及时纠正他们的错误思想及行为)。

2、帮助员工找出自己的位置，使之发挥自己最大的潜能(通过每月一次或两次的集体活动来体现。活动中无上下级和大小之分。让员工发表意见和见解)

3、保证每个员工都有家的感觉，让他们无时无刻都能体现到公司的关怀

第四步：让员工去市场上锻炼

1、发现问题及时调整(思想积极地为公司服务)

2、具体问题具体分析(首先突破自己的懒惰、执着和担心得罪人的心态，积极主动与员工沟通，引发他们的积极与责任感使他们与自己的目标达成一致)

3、不断地修正自己，向高难度挑战，每一周开3次综合管理岗位会议，总结经验取长补短。不断扩展业务，提高效率。

第五步：凝聚团队的力量

1、凝聚团队的力量，发挥最大的潜能，月中组织一次集体活

动。活动的目的让整个公司更有凝聚力，团结互助进取，让我的团队更强大。

第六步：开发新客户，同时挖掘老客户

1、对前两个月每个销售人员的业务量进行检查，分析业绩有所下降的原因，找出原因及解决方法。

4、让销售人员保证月内与5个无意向客户进行联系沟通一次以上，保持更密切。更***的状态，创造更佳的效益，使从无意向到签单。

第七步目标达成

1、自己和团队中的每个人都成长起来，团队壮大

2、公司也会更加的强大

3、让我的团队成为xxx行业的”虎狼”之狮。

4、本季度综合事业部的目标是120万，希望公司给予支持与帮助。