

最新销售商业计划书 销售商业计划书共五则(优秀5篇)

光阴的迅速，一眨眼就过去了，成绩已属于过去，新一轮的工作即将来临，写好计划才不会让我们努力的时候迷失方向哦。那关于计划格式是怎样的呢？而个人计划又该怎么写呢？以下我给大家整理了一些优质的计划书范文，希望对大家能够有所帮助。

销售商业计划书篇一

时光飞逝，时间在慢慢推演，我们的工作又进入新的阶段，为了在工作中有更好的成长，是时候开始制定计划了。那么计划怎么拟定才能发挥它最大的作用呢？以下是小编整理的销售商业计划书，仅供参考，大家一起来看看吧。

销售商业计划书1

按照公司对20xx年销售工作的总体安排，销售部全体员工继续以“严、细、实”为目标，全面提高内部管理水平，使销售工作取得了进一步的发展，为公司稳起向好的发展做出了积极的贡献。产品销售遍布石家庄及其周边十余个县市，以过硬的产品质量和优质的售后服务赢得了广泛的市场认可，有效推动了石家庄地区新型墙体材料的发展，促进了淘汰落后产能和产品上档升级。

但同时，我们的工作中也存在着一些问题与不足，我们将在今后工作中查找总结，不断完善。

1□20xx年底市场范围：石家庄及鹿泉、正定、平山、井陉矿区、灵寿、新乐、辛集、栾城、藁城、赵县、晋州、新乐、无极、行唐14个县市□20xx年初至今我公司产品又打入保定阜平市场，晋州、新乐市场在原有基础上也取得了更大的市场

份额。

2、在第一季度销售淡季，我们未雨绸缪，与客户商谈让客户多备货，这样可以错开发货的高峰期，保证了我们上半年4、5月份高峰期的发货量，而且为完成全年的任务打下了坚实的基础。在保证销量的情况下，我们根据市场逐步的提高了价格，由年初的0.4元/块提高到现在的0.44元/块，现平均单价已达到0.412元/块，超出了公司给我部门下达的任务。

3、加强与各地墙改部门的关系，定期由部门主管带队去各地墙改办回访，及时了解市场动态，尤其是晋州、新乐地区墙改部门对我公司的支持力度不断加大。

4、坚持每周例会制度，每周都对上周的销售情况做总结，对下周工作做计划，合理的安排工作，解决内部问题。为了销售的提高我们共同找问题，想办法。

5、强化内部管理，精细人员分工，使车队与内勤的手续更加简洁、明了、规范，使账目更加清晰，提高效率，减少失误。及时更新内勤及车队人员的综合考核制度，提高人员素质教育，加强销售队伍建设，改进、强化销售手段，逐步实现控制市场能力。

6、参考20xx年车队车辆的变化，为了更好的保证我们高峰期的发货量，我们定制了车队车辆购车协议，上半年购车5辆，很好的控制了车辆难调配的问题，不仅保证了我们4、5月份高峰期的发货量，还为今年车队的整体环境作了有效的改善，为保证全年的发货量作了准备。

7、今年我们加大了非承重的推广力度，我们已经去省标办申请了石家庄地区的标准，目前正在办理当中。已经和石家庄市好几个设计院加大了接触，通过我们的努力鹿泉中医院已经使用了我们的产品，反应良好。晋州、新乐、平山等有几个工地也在准备使用，销售部所有人员正在积极的为新产品

投入市场做着全面的准备工作。

9、打造一个团结、友爱、有能力、有方法的销售团队，我们更加细致的划分了业务区域，各项程序严格的按照销售管理办法执行，做到关系共享，互相帮助。将每一个客户分别建立档案虚心的接受客户对产品质量、售后服务等问题提出的一些合理要求，整理备档，为下一次合作做好提前准备，今年公司的回头客比去年增加了5个，其中有两个是石家庄较大的建筑公司。

13、指标完成情况：

发出kp1砖(一等)49487892块kp1

配砖6417348块

非承重44678块

合计55949918块

平均单价0.412元/块

销售收入2305万元

回款：完成回款任务2468万元，回款率137%。

1、严格按照销售管理办法中的各项规章制度去管理和要求去管每个人，做每件事。对于人员的调整、工作的调整，及时变更绩效考评表，让每个人都按规矩办事。

2、继续坚持每周的例会制度，对每周的工作情况进行总结及分析，对工作中的难点进行讨论，集思广义，共同想办法、定措施，解决问题。

3、加强市场的控制，扩大销售区域，下半年我们将对阜平、定州市场重点作为扩张区域，在用半年的时间将市场的占有率提高到50%使之成为我公司的又两个重点市场，同时进一步巩固与各地墙改办的关系，使之为我服务。

4、随着市场的发展，非承重产品将是我们必推产品，我们在保证kp1销量的同时，下半年将加大非承重产品的销售和推广，计划宣传工作做到石家庄所以较大设计院，销售量突破20xx方，为公司产品的转型做准备。

5、加大我们的产品宣传，打质量品牌，树品牌意识，开展与大开发商及建设相关部门联谊活动，增进感情联络，进一步扩大公司的知名度。

6、随正人员的成本越来越高、油价的不断攀升，车队的建设就是一个“稳”字，我们将未雨绸缪，适应市场，不让我们的销售在这个环节拉后腿，反之成为我们与其它企业竞争的一个优势、一个亮点。

经过三年多的磨合，销售部现在已经越来越成熟，在应对突发情况时体现出了一个优秀的团队应有的水平。销售部全体员工坚信，在公司领导的大力支持下，在销售部全体员工的共同努力下，我们将继续内抓管理、外拓市场，有信心、有决心一定能够圆满完成全年的销售任务。

销售商业计划书2

围绕20xx年度总公司目标，坚持以“内抓管理、外拓市场”的方针，并以“目标管理”方式，认真扎实地落实各项工作。

创新求实、开拓国内市场。根据去年的基础[]xx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(包括产品的品质、外型和相称的包装)。因此[]xx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盛天公司在中国的知名度铺好了稳定的基础。

同时，建立健全的销售网络体系，使盛天开拓中国市场奠定了销售分点。公司拟在3月初招聘x名业务员，全面培训业务知识和着力市场开发，灌输盛天实施理念。

- 1、全年实现销售收入x万元。利润x元；
- 2、盛天产品在(同行业)国内市场占有率大于%；
- 3、各项管理费用同步下降%；
- 4、设立产品开发部，在总公司的指导下，完成下达的开发任务；
- 5、积极配合总公司做好上海盛天开发区的相关事宜及交办的其他事宜。

销售市场的细化、规范化有利操作。根据销售总目标万，分区域下指标，责任明确，落实到人，绩效挂钩。

- 3、销售费用、差旅费实行销售承包责任制；
- 5、加强内部管理，提高经济效益：

(3)产品开发费用管理。

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总公司工作要点，结合公司实际，在20xx年度中承担应负的责任，为总公司的战略目标实现作出应有的贡献。

销售商业计划书3

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、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。

2、在拥有老客户的同时还要不断从各种媒体获得客户信息。

3、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。

4、今年对自己有以下要求

(1) 每周要增加2个以上的新客户，还要有到x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。给客户一个好印象，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达到x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。

销售商业计划书4

20xx年9月至今公司成立长沙易凌分公司，它是公司探索新管理模式的重大变革。在经过快一年之后，与目标的差距还是很大的，多次投标失利，集团客户没有取得突破，人员招聘，培训没到位，人员流失大，团队发展过慢，整体业绩不理想。但在公司领导高层的支持和我们不断地学习中，在后几个月的的工作中也探索我们的生存和发展之路，在与各分公司的市场拓展，公司资源整合过程中，不断进步，业绩也稍有起色，在接下来的时间里，我们将再接再厉，把长沙易凌做大，做强。

1) 地产客户：地产客户是我们最重要的客户群体，也是能产生最大经济效益的客户群，长沙在售楼盘270个，待售楼盘328个，市场潜力是相当大的，目前找到负责人并跟进的项目有130多个，重点跟进客户30多个，已合作客户有潇湘国际，

馨香雅苑、美洲故事、水岸世景、圆梦完美生活。接下来的一段时间地产将继续成为我们跟进客户的重点。

2)大型商业机构以及各大电器品牌，如沃尔玛、家乐福、国美、苏宁、美的、格力[tcl]创维、长虹等，在这块上我们下的功夫太少，需要加强跟进力度，长沙这块的市场还是很大的。

3)汽车销售，汽车4s店，新车上市推广或促销活动推广，长沙汽车行业做短彩信推广不是很多，人手足够的时候可以跟进，也合作客户有兰天集团。

4)大型会展，如房展、车展、服装展，在这块我们有一定的跟进，但是效果不明显，主要给本地公司占据了，在有一定条件的情况下可以做跟进。

5)金融，银行个人零售部，基金发售的推广，这些长沙基本是做内部平台的推广，不作为重点跟进客户。

长沙短信市场的竞争是非常激烈的，开展短信业务的公司超过100家，比较活跃的有三十多家的样子，经常碰头的有星空传媒、茉莉花开、旭为、东信、汉纳、精准、面对面、飞网、纳兰、焦点、汇弘等等。茉莉花开50多号人，这边最早做短信的，关系比较多，每个月都有自己的期刊，星空200多号人，是集团公司来的。遇上很多次了，价格给他们压得很低，喜欢搞免费试发，赠送平台，给楼盘安装电话来访自动回复短信的设备，配合楼盘做活动，组团看房什么的，还有个旭为，办公室很大，有自己机房，喜欢带别人去他们公司看，门面工夫做得比较到位。再有就是东信也有些名气了。

公司规模扩大需要业务人员进一步拓展市场、提高市场占有率这是公司市场开拓的根本目标。根据市场状况和客户特征，公司在现有市场基础上确定了未来的市场拓展计划：

1) 重视大客户开发与培育。大客户是公司的核心客户，公司通过提供高效、优质的服务保证核心客户群稳定，确保基础市场并推动公司扩大市场规模。另一方面，加大开发新客户及潜在客户，充分挖掘市场潜力。

2) 区域营销策略。区域营销的重点仍是市区，包括雨花，芙蓉，开福，岳麓，星沙。

3) 深化服务营销战略公司将以最大限度满足客户需求为目标，在产品销售中不断强化服务营销理念，将技术支持和配套服务工作贯穿于整个销售过程，进而提升公司市场竞争力。

4) 加强营销队伍建设。扩充营销队伍，这个现阶段最重要的，需要公司的大力支持，现在开拓市场人手严重不足，需要通过不断的培训和人才引进，提高销售人员的专业素质和营销技巧，建立一支精通业务、勤勉尽责、忠诚度高、战斗力强的营销队伍。健全和完善销售激励机制，对销售人员和代理商实施业绩考核奖惩政策，充分调动销售队伍的积极性和创造性。

5) 实施品牌战略，树立良好品牌形象。公司产品在市场上已有了良好的信誉，未来几年将重点实施品牌战略，借助本次发行上市，进一步树立产品的品牌形象，提高公司品牌知名度，增强产品的市场竞争能力。

五、业务人员现在面临的问题

1) 硬件方面公司办公室太少，不利于人员扩张，人才的引进，电脑配备不足，需要引进新的业务，但是电脑已无电脑可用。按计划2人一台，最少还扩招4名业务员来算也最少还要配置电脑一台。

2) 软件方面主要是培训力度不够，业务员很多基本礼仪不懂，沟通应变能力不强，这块我会在网上搜索和下载业务培训资

料进行统一的培训，针对每个人的性格做单独的沟通和激励。

3) 在激烈的竞争环境中大家的压力教大，业绩不理想，收入不高。住的地方和工作地方都比较远，长沙交通比较堵，上下班不是很方便。

1) 新业务员到岗后，由公司统一安排参加岗前培训。每个业务员需通过基本培训后方可正式上岗。培训内容包括企业文化培训、职业道德培训、基本的业务知识培训、客户的交流，沟通，公关培训等。

2) 业务前期由老业务或我先带段时间，陪同外出拜访，彼此交流，互相学习进步。

3) 为了让新业务员早日熟悉公司业务，公司对新业务员采取无定额制，差旅补贴及提成的工资发放制度，鼓励新业务员大胆拓展业务范围。

4) 新业务员试用期一般为3个月，如连续三个月未出单作自动离职，表现积极者视情况可再录用观察。

5) 为达到责任目的及确定责任体制，公司可以贯彻重奖重罚政策。

1) 肯定业务员，认可业务员，激励业务员，给业务树立自信，销售活动最重要的组成要素是业务员。业务员要接受自己，肯定自己、喜欢自己。如果我们自己都看不起自己，却指望顾客会喜欢我们，那实在太难为顾客了。

2) 养成良好的习惯。无特殊必须按时上下班，坚持每天至少打50个业务电话，安排至少1-2家客户拜访..... 每一个人都是习惯的奴隶，一个良好的习惯会使他们一辈子受益。

3) 有计划地工作。谁是你的顾客?他住在哪里?做什么工作?有

什么爱好?你如何去接触他?针对每一个客户深入了解其动向或此区域的特性，使自己和目标顾客拥有相同的话题或特点。

4)多培训专业知识。销售员要具有商品、业务、行业、区域及其有关的知识。

5)帮助业务建立顾客群。通过网络，拜访，同行媒体，老客户寻找新客户和潜在客户，多交流，要掌握20xx万人，是天方夜谭，但要掌握200人却不是不可能的。通过广结善缘的努力认识1000人永远比只认识10个人机会多。从认识进一步成为顾客，顾客还能衍生顾客，逐步建立自己的客户群，业绩就会自然而然地增长。

6)培养业务不怕苦，不怕拒绝，坚持不懈的精神。被顾客拒绝一次，10个销售员有5个会从此打住;被拒绝第二次，5个人中又少掉2个;再被拒绝第三次，就只剩下一个人会做第四次努力了，这时他已经没有了竞争对手。成功的销售员是屡败屡战的，他们不相信失败，只认为成功是一个阶段，失败只是到达成功过程中出现的不正确方式。短暂的失败，他们学会了更改的方法，促成自己进步。不断的进步，不断的改善，一次又一次的再从头开始，便有了最后的美好结果。一位生意场上的高手说的好：“一份心血一份财，心血不到财不来。”

7)做正确的事。跟对人，做对事，是每个业务员首先要面对的，既然有缘在一起了我们就有责任引导他们找准自己的方向的，朝着自己的目标去奋斗，并帮助他们成功。

8)营造好的工作环境。首先是洋扫大家都有一个正面，积极的思考模式，每个人的优点都不尽相同，大家要多交流沟通，一起勉励，帮助，学习，努力，进步，让大业务有归属感。抱成一团，一起使力，把长沙市场做大，做强。

1)制定有效的激励机制。注重企业的战略规划，要让老业务

员看到企业的远大志向、目标与美好的前景，造就出一种适合进取型老业务员生存、成长的人文氛围。帮助他们实施职业生涯规划，不断为老业务员设置更高的奋斗目标，帮助员工进步，不要让老业务员感到在本企业已干到了头。

2) 加强培训工作。满足营老业务员的求知欲与上进心，企业自己培养、逐步提升上来的人员一般对企业都具有较高的认同感、归属感与良好适应性，我这边会每两周做一次培训。

3) 提供空间。可为老业务员业务能力的拓展提供更大的空间，保障足够的资源和支持。可以考虑通过对物质上进行补偿或给予一定的帮助。

4) 配备人员。将新业务人员分配给老业务员带领，并给予一定的奖励报酬。

5) 赋予权利。把适合的老业务员提拔到管理岗位上，可以激励其他员工，形成良性循环。老业务员的经验丰富，让其业务能力通过团队传承下去，实现效能最大化。

1) 6，7，8的销售目标是突破月平均销售6万。

2) 金九银十，9，10月是我们的旺季，在人员齐备的情况下争取突破月销售过10万。

3) 11，12重点是稳定和巩固市场，整合整理，争取把来年招标的客户关系搞清楚，打好关系。

4) 把握好每次机会，争取2年内突破月销售额20万。

1) 营销队伍：业务员严重不足，急需招聘，全年合格的营销人员不少于7人，今需招聘4-6人，统一培训上岗，打好金九银十的攻坚战。

2) 硬件方便公司办公室太少：不利于公司扩张，人才的引进。
、3) 电脑配备不足，需要引进新的业务，但是已无电脑可用。按计划2人一台，最少还扩招4名业务员来算也最少还要配置电脑一台。

4) 软件方面主要是培训力度不够，业务员很多基本礼仪不懂，沟通应变能力不强，这块我会在网上搜索和下载业务培训资料进行统一的培训，针对每个人的性格做单独的沟通和激励。

5) 在激烈的竞争环境中大家的压力教大，业绩不理想，收入不高。住的地方和工作地方都比较远，长沙交通比较堵，上下班不是很方便。可以考虑公司出一部分，员工自己出一部分在附近租房。

销售商业计划书篇二

1、销售量及种类□20xx年预计销售4万吨各类基础油，以一类、二类 and 少部份三类油为主，非标油和白油为副，其中一、二类、三类油计划年销售3万吨，非标油和白油1万吨。

2、目标客户：近期目标是以手头上现有已经常联系或有业务往来的70多家客户作为目标客户，预计能在较短时间内即能产生销量；中远期目标是尽快重新联系以往所认识但未具体稳定业务关系的30-40个老客户，另外用3到6个月时间再发展一批新客户。销售目标客户以广东市场为主，辐射周边省区；如广西、湖南、福建、西南地区等，最终目标是辐射全国市场，用三年时间使目标年销量达到10万吨以上。

由于临近元旦、春节，二月中下旬后各用油客户才能正常上班，预计三月份才能产生销量，但可以利用节假日期间联系老客户和收集目标客户信息，为下一步业务开展打好基础。

年度目标分解：

一季度 5000吨

二季度 10000吨

三季度 12000吨

四季度 13000吨

月度计划，视具体情况，提前一个月制定。

目前主要目标客户大致有两种，一是珠三角的调合厂客户，二是大中型终端客户和工厂直销客户，根据近期销售计划需尽快联系采购适量的'适销油品，建议对热销售油品保持有足够库存,我们的客户主要是在珠三角，为了减少运输成本，建议热销油品就近租库存放，其中，一、二类各牌号油品暂时建议保有半个月到一个月销量的库存1000吨左右。当油价成上行趋势时，适当增大库存。

油库选择：茂名基础油考虑与茂名库为主，进口油或其它北方资源，考虑在广州或东莞租库，以短租为主，并长租500—1000吨卧罐。

20xx年按每月销售3000吨来计算，库存商品资金、预付款、在途货款、应收账款，预测所需要资金就要3450万元，剔除中间费用，每吨预计有100元—200元利润空间。

2.8万元，业务活动费建议按年销售量或销售额的一定比例核定以便掌控和合理开支，前6个月出访次数会比较多，而销售量可能会比较低，业务费相对会高些。另外，自带车辆联系业务和电话通信费用补助也请公司考虑列支，具体方案由公司制定。

公司初期3到6个月的处于摸索和规划阶段，随着市场和销量不断扩大，月销量达到20xx吨以上时，工作量和事情也

随着增加，为了工作顺畅和不断增加销售量和市场，需要配置4个以上业务人员，具体看需要而定。

执行公司制定各项管理制度开展销售工作，按国家规定和本公司的要求上班和休息，结合销售需要灵活把握时间开拓市场和参加各项业务活动，定期举行月度和周营销分析会，主要分析工作中所碰到的问题和市场行情变化和市场信息收集情况等，不定期的商讨业务开展中存在的问题和分享成功的案例。

执行公司制定价格进行销售，及时了解市场价格变化情况，向公司提出调整价格的建议，确保客户不因为价格问题造成丢失。

用情况，签订合同明确还款日期，赊销客户不建议跨月结算，确保货款万无一失。

为使员工无太多的后顾之忧、有归属感而专心于工作，努力为公司争取最大效益，建议薪酬由两部分组成，一是基本工资薪酬，二是联量绩效工资。其中，对目前已有一定业务关系的员工，建议其基本工资薪酬在扣除各项税金、养老保险金、医疗保险金、失业保险金、工伤保险金（包括个人应缴部分）后即实际应得薪酬不低于6000元，住房公积金视公司情况再定是否考虑给予购买；绩效工资，可在今后具体视公司效益情况再另行制定方案后协商确定。

销售商业计划书篇三

【世界经理人办公伙伴-讯】现在平板电脑的销售状况被很多人看好，做一个平板电脑项目也是一个不错的选择。在做这个项目之前，做一个详细的商业计划书很是必要，世界经理人办公伙伴为您提供了一篇平板电脑方面的商业计划书模板，你只要将其充实一下就可以用了。

平板电脑项目商业计划书模板

第一部分：摘要

- 一、平板电脑项目背景
- 二、平板电脑项目简介
- 三、平板电脑项目竞争优势
- 四、平板电脑融资与财务说明

第二部分：平板电脑市场分析

- 一、平板电脑行业发展现状
- 二、目标市场分析
- 三、竞争对手分析
- 四、市场分析小结

第三部分：公司介绍

- 一、公司基本情况
- 二、组织架构
- 三、管理团队介绍

www.本站】

第四部分：产品介绍

- 一、产品介绍

二、产品的新颖性/先进性/独特性

三、产品的竞争优势

第五部分：研究与开发

一、已有的技术成果及技术水平

二、研发能力

三、研发规划

第六部分 产品制造

一、生产方式

二、生产设备

三、成本控制

第七部分 市场营销

一、企业发展规划

二、营销战略

三、市场推广方式

第八部分 融资说明

一、资金需求及使用规划

(一)项目总投资

(二)固定资产投资(土地费用、土建工程、装修装饰、设备、

预备费、工程建设其他费用、建设期利息)

(三) 流动资金

二、资金筹集方式

三、投资者权利

四、资金退出方式

第九部分 财务分析与预测

一、基本财务数据假设

二、销售收入预测与成本费用估算

三、盈利能力分析

1、损益和利润分配表

2、现金流量表

3、计算相关财务指标(投资利润率、投资利税率、财务内部收益率、财务净现值、投资回收期)

四、敏感性分析

五、盈亏平衡分析

六、财务评价结论

第十部分 风险分析

一、风险因素

二、风险控制措施

□□

销售商业计划书篇四

任何公司都需要提前做工作计划，下面是本人做建材销售的工作计划：

一、销售与生活兼顾，快乐地工作

1、利用下班时间和周末参加一些学习班，学习更多营销和管理知识，不断尝试理论和实践的结合，上网查本行业的资讯和产品，不断提高自己的能力，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的贡献。

2、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。

3、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。

二、对销售工作的认识

1、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。并结识弱电各行业各档次的优秀产品提供商，以备工程商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。

2、努力保持和谐的同事关系，善待同事，确保各部门在项目实施中各项职能的顺利执行。

3、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。

4、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。

5、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。

6、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，用相同的时间赢取的市场份额。

销售商业计划书篇五

报告目录

一、中国甘蔗白酒企业融资项目概要

（一）项目公司

（二）项目简介

（三）客户基础

（四）市场机遇

（五）项目投资价值

（六）项目资金及合作

(七) 项目成功关键

(八) 经济目标

二、融资企业介绍

(一) 项目公司与关联公司

(二) 公司组织结构

(三) 财务经营状况

(四) 管理与营销基础

(五) 公司地理位置

(六) 公司发展战略

(七) 公司内部控制管理

三、中国甘蔗白酒企业融资项目介绍

(一) 项目开发目标

(二) 项目开发思路

(三) 项目资源状况

(四) 项目建设基本方案

1、项目规划建设年限与阶段

2、项目规划建设依据

3、项目基础设施建设内容

4、项目功能分区及主要内容

四、产品与技术

（一）公司主营产品

（二）业务介绍

1、产品介绍

2、主要用途和适用范围

3、服务功能介绍

4、技术方案

5、技术先进性

6、业务背景和目标陈述

7、安全措施

五、项目市场分析

（一）行业现状及发展前景

1、行业现状

2、行业发展前景

（二）客源市场分析

1、市场潜力

2、市场增长预测

3、目标市场

4、市场份额

（三）市场竞争及对策

1、市场竞争情况

2、竞争对策

（四）政府产业政策

1、国家产业政策

2、地方保护政策

六、项目竞争战略选择

（一）竞争分析

1、竞争分析的方法

2、竞争项目分析

（二）开发策略和开发模式

七、融资企业营销策略

（一）预计销售额及市场份额

（二）产品定位

1、各项目的住房产品定位

2、项目定位

（三）定价策略

1、住房项目的定价策略

2、定价策略

（四）销售策略

1、销售策略

2、销售策略

3、品牌发展战略

（五）整合传播策略与措施

（六）电子网络营销策略

八、中国甘蔗白酒企业融资项目实施进度

（一）项目工程进度计划表

（二）项目工程进度管理体系

1、计划进度管理体系的建立与执行

2、计划进度管理体系的工作流程

一级计划——总控制进度计划

二级计划——阶段性工期计划或分部工程计划

三级计划——月、周计划

九、中国甘蔗白酒企业融资项目风险分析与规避对策

（一）项目风险分析

- 1、项目市场风险分析
- 2、项目工程风险分析

（二）项目风险的防范对策

- 1、市场风险规避对策
- 2、工程风险的防范对策
- 3、安全风险控制措施

十、中国甘蔗白酒企业融资项目投资估算和开发计划

（一）投资估算

- 1、项目开发成本估算
- 2、开发费用估算
- 3、项目总成本费用估算

（二）项目开发计划

- 1、开发分期
- 2、项目开发进度计划表

（三）项目人员和组织机构配置

- 1、组织保障
- 2、组织机构

（四）项目融资计划和财务费用

十一、企业财务与投资价值分析

（一）销售收入

1、销售价格

2、销售收入

3、项目税费率

（二）项目现金流量

1、全部资金的投资现金流量表

2、自有资金的现金流量表

3、主要经济数据指标汇总

（三）不确定性和风险分析

1、盈亏平衡分析

2、敏感性分析

十二、中国甘蔗白酒企业融资项目结论

（一）项目投资决策结论

（二）项目总体效益评价

附件附表：

一、附件

- 1、营业执照、税务登记证复印件。
- 2、法人身份证复印件及简历
- 3、主要经营团队名单及简历
- 4、专利证书生产许可证鉴定证书等
- 5、注册商标
- 6、企业形象设计宣传资料（标识设计、说明书、出版物、包装说明等）
- 7、土地证（场地租用证）
- 8、工艺流程图
- 9.、服务项目市场成长预测图

二. 附表

- 1、资产负债表
- 2、损益表
- 3、现金流量表
- 4、其他需要披露的报表