

# 销售工作计划执行情况(模板6篇)

计划可以帮助我们明确目标、分析现状、确定行动步骤，并在面对变化和不确定性时进行调整和修正。计划可以帮助我们明确目标，分析现状，确定行动步骤，并制定相应的时间和资源分配。以下是小编收集整理的工作计划书范文，仅供参考，希望能够帮助到大家。

## 销售工作计划执行情况篇一

一. 组建目的随着教材制度改革，大一新生有了选择旧书而不用买新书的自由。本团队为了开发校园旧书市场，整合校园资源。决定组建一支具有竞争力的校园销售团队，主要负责大一新生的旧书征订业务，销售人员按业绩提成给予回报。优秀销售员可以得到额外奖金，并有机会成为团队核心人员，并占有部分股份。

### 二. 组建形式及过程

人左右。组成三个销售小组，由主广告等形式，管具体分配领导。

预约讲解，招聘，签合同。每个业务员交一百元团队组建费。以坚定业务员的销售信心。

### 三. 薪酬及奖金制度

外奖励。并有机会获得股份。

业务员按销售业绩提成，销售业绩突出者有额外奖励，可做下一届主管。

### 四. 团队任务和销售区域划分

员销售，自己也可征订。每天将订单交予团队会计，作登记综合，以便于按时给新生发放课本。所有薪酬奖金待销售完全结束在会计处领取。

## 五. 注意事项

1. 本团队要全力配合，将销售业绩做好。
2. 主管招聘尽量低调，避免泄密给竞争者。
3. 所有人员在为团队做事的时候不可兼职其他业务。
4. 业务员如果做有损团队利益的事，何以给予适当的经济制裁。

## 六. 团队口号

一起奔跑，共创辉煌。

策划人:王海洋

## 销售工作计划执行情况篇二

年初我们曾为今年工作定下以市场营销为核心、以成本控制为重点的十个工作重点，并定下了全年完成11亿的销售目标。迄今时间已过去八个月，今天我们有必要共同总结一下过去大半年的工作情况，统一一下思想，共同计划所余四个月的工作，力争完成全年销售目标。

今年是新地产在广州有史以来推出销售楼盘和规模最大的一年，今年计划要推出岭南、东方[?]时代四个大盘，在楼盘数量和档次跨度上都是空前的，这不但对市场营销系统提出了非常高的要求，也是对项目管理中心各部门协作能力的提出全新考验。或许年初确定今年目标时，不少同事对今年目标

都持有保留甚至怀疑态度，八个月过去了，相信同事们应该已高兴地看到，岭南组时间过半完成销售目标已过半，东方组总销售业绩也已近半。项目开售时间因故推迟，但整体业绩亦令人满意。取得这样的成绩是靠市场营销系统的同事开拓创新、团结协作、全情投入、点点滴滴取得的，当然项目组、公司各职能部门的同事的支持和配合也是分不开的。

除了销售业绩，上半年四盘推出以及公司于8月5日举行的新中地产地区总部迁入珠江新城的庆典，均对公司在业界的形象产生了质的变化。相信同事们应该都已感受到了传媒、政府、购房者对新地产品牌认识的提高和对新地产产品的认同，岭南、东方的知名度和品牌应该讲在同区、同档次盘中建立了很好形象和地位。开售也已取得了初步的品牌效应。前不久一年一度对集团各项目中心均作一次考察的香港媒体代表团和证券分析员代表团访问广州，对广州区近四年来取得的进步和公司目前的业务表现也给予了充分的肯定。

为适应公司业务重点的转移和发展需要，公司上半年进行了较大的组织架构优化调整，取消了分区副总及分区设置，全面清理和明确了各职能部门的职责分工，明确了项目组、营销组、物管处为单位的项目协调工作机制。半年来的工作证明，有关机制明显地提高了工作效率，增加了责任感。其运行的效果是令人满意的。

岭南项目，营销组、项目组、物管处密切配合，出色地完成了五一黄金周营销。二期交楼、现在正密锣紧鼓地为9月19日三期的营销做准备工作。两位经理和岭南项目、营销组同事的工作态度、合作精神和工作经验是值得其它部门学习的。

东方项目组在不到半年时间里也已基本理顺了以往遗留的问题，包括项目内部欠缺协调、合作单位间缺乏信任、工期和造价失控等情况。在开发管理部的直接支持下，克服了政府部门政策严重不协调造成的困难，出色地取得了项目及营销

所需的有关证照。东方营销组、项目组间近月来配合明显加强，为在九、十月销售旺季出佳绩，文今朝、劳慧儿和两组同事正积极筹备一些重要活动。相信东方组在“十一”黄金周会有出色表现。

z项目是公司在广州、在中国地产项目中举足轻重的项目，规模大、设计复杂，过往设计、建造过程和营销策划也遗留下不少问题。项目组和营销组均在五月份改组，经过等同事的努力，保障了“五一”试盘、八月开盘、八月写字楼入伙等重大时间节点；项目和营销间的配合逐步加强；项目部内部及项目部与顾问公司、承建商的合作有了明显改进；工程建造已基本顺利；营销部和代理及广告公司间的合作机制也已形成并取得明显成绩。项目取得令人满意的销售成绩和市场形象，项目组、营销组的工作是值得肯定和表扬的。

时代项目，由于历史、地理位置等因素造成了该项目市场营销的特殊困难。经过项目部、营销部和公司有关部门的努力，现在已正式取得政府“天河软件园时代新地产园区”及“高科技开发区时代新地产园区”的批文，同时也取得了“民营新支持中心”的批复。这为时代新地产下一步走“住宅营商”的市场路向打下了非常好的基础。相信只要用心做好下一步内部组织工作，一定能为公司创造出好的成绩。

四个项目上半年的成绩，初步证明了目前项目协调机制的有效性，也证明了新架构下各职能部门积极配合，共同支持项目发展需要的服务态度和职业水平正在得到全公司的认同和发扬。

为进一步理清部门、各职位的职责，为各职位的职业化发展，建立绩效考核及更合理的薪酬和奖励体系，人事行政部现在正与顾问公司进行有关职位、绩效、职业化等的项目，在项目完成后，相信各职位的职责、各职位的职业化发展方向、各职位的绩效考核以及奖励体系会更加清晰，公司的组织架构和职能将更系统化和科学化。

首先表现在：责任心不够强，配合不够默契，有事互相推委等。例如东逸业主投诉处理不及时，公司曾收到投诉函件，并有一定的不良影响；东方有客户因对银行按揭不满而退订；因部门工作不利造成东方营销部因电话欠费被停机。

其次，内部成本核算不清，成本控制不利。直接成本算不清，财务、销售、行政费用缺乏积累和与同行的比较，造成公司在决策过程中一直缺乏基本财务数据有利支持。

再次，权力与职责不匹配，授权不清、流程审批流于形式等。

总结上半年工作情况和问题，公司认为，上半年公司在营销、工程、内部调整优化等方面都取得了一定成绩。现在看，年初定下的全年销售目标的确是艰巨的，但并非不可能的。所余四个月时间希望各项目部、各部门加强协作、全力以赴、做好销售、力争完成全年销售目标。

加强协作、全力以赴、做好销售、力争完成全年销售目标

(1) 东方项目做好做细，创造佳绩

□2□z项目做出口牌，做出品牌

(3) 岭南项目保持势头，注重后劲

(4) 时代项目出奇制胜，改变形象

(6) 市场营销做好服务，做好品牌

(7) 工程建造控制成本，保障质量

(8) 产品开发继承改良，创造优势

(9) 财务管理理清成本，控制开支

- (10) 人力资源建全体系，专业进步
- (11) 行政后勤改善服务，节约开支
- (12) 物业管理理清机制，节约成本
- (13) 遗留问题基本理顺或清晰思路

- (1) 加强协作，增加凝聚力
- (2) 改良财务核算及成本核算体系
- (3) 建立、提炼、推广企业文化
- (4) 试行推动绩效考核体系
- (5) 改进优化业务流程
- (6) 加强项目管理知识体系的培训
- (7) 成本费用，算清算准，靠近同行，好于往年
- (8) 总结今年工作，提前做好明年计划

即将公布新的财务及合同审批授权，重点是：改变以往过程负责，无人负责的情况，改由谁分管谁批准，谁批准谁负责。

(2) 日常行政费用分解预算，由部门控制，减少中间审批环节

各项目部、营销部、职能部门将分别获得包括交际应酬费、旅差费、交通费、电话费等日常行政开支的预算。由各项目部、营销部、职能部门主管控制开支，保障业务需要，同时尽量节省费用开支。

(1) 岭南项目组、岭南营销组取得成绩已得到表彰

(2) 八月、九月、十月表现出色的项目部、营销部，对公司销售业绩做出特殊贡献的部门和个人，公司将在十月份销售业绩出来后给予个别奖励，对营销造成不利影响的部门和个人给予处分。全体动员、全力以赴、决战九、十月份。每一个人都可以为销售做出贡献，每一个部门的工作都会直接影响销售。希望各营销部、项目部、职能部门能及时发现、推荐为公司销售做出特别贡献的优秀个体和事迹，并汇总至总监办公室。

(3) 完成业绩全民得益

公司拟拿出相当于二个月全公司薪金的现金，即约二百万元人民币作为全公司的今年的奖励基金。当然此基金会与公司全年销售完成计划的情况挂钩，公司将会按项目或公司整体销售额、年终考核成绩来决定每个组别和每个人的所得。按现在的销售业绩看，只要全公司同事全心全意，全力以赴，做好销售，每一位同事都应该取得好于往年的奖励！

## 销售工作计划执行情况篇三

小编特意推荐销售工作计划精选范文，记得阅读哦。

国内白酒市场已略现谷底之势，竞争已达最低点，业内一致认为白酒市场的新一轮反弹、即白酒行业的重新洗牌趋势已经初现端倪。2018年以“茅、五、剑”为代表的中国高端白酒销售整体下降7.2%，但普通白酒销量增加，酒类总体销售增长1.9%(商务部统计数字)。如此看来，更加理性、合理的消费时代已经到来，迎合大势所趋，为了让我们的产品在新的一轮的行业洗牌中占有一席之地，我们要结合自身实际，探索新的营销思路。

继续在“差异化销售”的基础上，更加突出以下几个方面的

## 内容

1、产品。首要突出“白酒属于典型的精神性消费品”这种思维，一定要从产品本身做文章的旧思路中走出来，因为酒本身的差异化并不大，都在宣传自己的产品本身，我们应该即早跳出来，将酒能给人们带来什么的这种思想理念作为宣传首要。这是一种升级竞争，也就是零竞争的层面，只有占领这个制高点，才能立于不败。

结合我们的产品，我们对每款酒都要进行合适的市场定位，即我们的每款酒面向的消费群体是哪些。比如黔潭香，我们可以做成市民酒，定位和定价都从这个角度去考虑，一百块钱之内的价格可以喝到真正的酱香酒，10年黔潭液，可以定位为普通城镇居民的消费品等。

2、价格。不拘泥于打价格战，2018年的白酒市场，在一线产品价格下降的背景下，二、三线产品肯定要对其价格进行调整，随着国内消费水平的提高，调整幅度不会太大，但市场价在30—80元间的酒肯定会成为最出量的产品。所以我们得调整我们的价格体系，迈过这影响销售的第一道坎——价格。

3、渠道。随着国家政策的调整和紧缩，传统的销售渠道都难以产生相应的效益，尤其是商超、酒店渠道，夜场更是多年来白酒的一个盲区，所以今年我们应该把主要精力放在专卖店和流通渠道上去。专卖店拉人气，搞陈列、做展示的功能一定要重点抓出来，流通渠道成为我们销售最后一道防火墙，所以一定要通过沈阳市内直销、其它市场招商经销的方式把产品推出去，市面有货才能形成广告效应，才能带动消费。

4、促销。市场上白酒的促销手段已经达到“无所不用其极”的程度，现在的情况是淡季不淡、旺季竞争、促而不销，搞促销不赚钱、不搞促销无异于等死。说白了都是在竞争“钱”，谁有钱谁是老大，那我们就等死吗？所以，要做好



一个产品，不仅目标要清晰，而且实现这个目标的思路、根据、计划、资源等都要清晰，明确产品的定位，找准自己的市场在哪里。对于消费者，仅仅停留在“满足需求”还是不够的，重要的“挖掘需求”，“引领需求”，“培养需求”。

具体落实到我们今年的销售工作上，我们的销售目标为：突出店面——沈阳直营、依托沈阳——辽宁抓渗透、结合辽宁——东北做招商、放眼东北——全国打基础。

2018年全年公司目标销售任务为500万。其中辽宁省200万(全省14个地级市，沈阳市直营任务60万、大连市招商任务20万，其它12个地市各平均完成10万元招商任务)。

吉林省100万(全省9个地州市，省会长春招商任务20万，其它8个地市平均完成10万元招商任务)。

黑龙江省140万(全省共13个地州市，其中省会哈尔滨任务20万，

其它12个地州市平均完成10万元招商任务)。

全国其它地区必要性招商争取完成60万以上的任务。

此计划的实施依据为：沈阳是我们公司的大本营，我们占尽天时、地利、人和之势，加上两个店面的支撑，必须完成60万以上的销售额，大连做为计划单列市，其经济发展和长春、哈尔滨等省会城市不相上下，所以这三个城市的招商任务各为20万，东西其它地区以地、州、市为单位，各完成10万的任务。也就相当于每个地区招一名经销商都能完成我们的目标任务。

各地区经销商的招商工作要结合全年各地酒类展会和从网络等渠道收集信息进行整理、接洽，努力完成公司年度销售目标！

根据营销、物流工作会议精神，为切实做好销售工作稳中有升，\*\*烟草专卖局(分公司)提出近阶段卷烟销售工作思路。

## 一、主要工作回顾

2018年以来\*\*分公司紧紧围绕以下几方面开展销售工作：

- 1、强化客户经理拜访力度，加强客户经营指导。针对节后卷烟销售出现下滑趋势，今年2月\*\*县强化客户经理的拜访力度，要求客户经理除了日常的计划拜访之外，在2月23日至28日对片区所有客户至少走访一次，进行市场信息收集、卷烟经营指导。
- 2、查找薄弱环节，加强省外重点品牌的推介。结合\*\*县市场的实际，以红金龙品牌系列作为省外烟销售提升的突破口，将红金龙品牌系列的销售量纳入客户经理考核中，加强客户经理对该品牌推介引导，以此促进省外烟销售总量的提升。
- 3、把握销售增长点，做好新品牌上市推介工作。在今年新品牌豪运狼、纯金狼、泰山、庐山、小熊猫上市之际，加强客户经理的走访宣传，以上柜增量为目标，将新品牌的上柜率作为当月客户经理kpi考核的重要指标，提高客户经理新品牌培育的积极性。
- 4、实时跟踪，保证订货成功率。受季节性因素的影响，当前卷烟周转较慢，客户库存增多，造成客户容易忽视或者忘记订货，对此，\*\*县分公司除了客户经理拜访提醒订货之外，在下午时间，再次用电话进行友情提示，要求覆盖面达到100%，保证客户的订货成功率。
- 5、专销结合，加强市场监管。春节过后这段时间是礼品烟回流的高峰期，为了防止乱渠道礼品烟的回流，\*\*县加强对重点户的销售跟踪，收集卷烟市场信息，及时向市管员提供有价值的信息，以此加强专销两员的沟通，减少乱渠道

卷\*\*对\*\*县市场的冲击。

## 二、市场现状分析

1月份\*\*县共销售卷烟1527.7箱，同比增加236.36箱，增长18.3%；条均价83.1元，同比增加3.8元，增长3.86%；狼系列777.16箱，同比增加152.49箱，增长24.41%；省外烟512.1箱，占总量33.5%，同比增加114.53箱，增长28.81%；低档烟143.94箱，同比下降5.23箱，降幅3.51%。

1、受经济因素影响，客户卷烟周转较慢。根了解，\*\*县兴泰开发区有50%以上的工厂业务量减少，15%的工厂处于半停业状态，一些外来打工者回乡，或者处于半失业状态，消费能力和水平有所下降，零售户卷烟销售出现周转缓慢，库存量增大的现象。据调查，当前有70.7%的客户社会库存量超过周转数1倍以上。可见，消费者的购买力下降，造成零售客户卷烟库存量不断加大，从而影响到卷烟销售总量的提升。

2、部分货源不能满足。一是省产三、四类卷烟无法满足市场需求；二是五类烟吉庆狮被整合，前门只投放农村市场，富健狮限量供应，最高只能订到10条，造成该档次的主销品牌无法满足消费者需求。该价位所腾出的市场空间，其它同档次品牌受口味因素的影响一时无法完全替代，从而给假、乱渠道卷烟带来市场机会，最终影响到卷烟销量。

3、客户订货率有待进一步提高。2月1日至3月22日，\*\*县应订客户6941户次，实订客户6809户次，因库存与资金因素，订货成功率98.1%。虽然完成省、市公司下达97%的目标，但如果订货成功率100%算，每户次按一次25条订货计算，132户次就可以多订66件，这样销售总量就可以达到7165件，同比销售目标可以增长3.1%；可见，订货成功率在一定程度上影响到\*\*县的销售提升。

4、礼品烟、乱渠道卷烟增多，侵占市场空间。春节过后，一

些礼品烟如中华、软灰狼开始回流市场，从而占领了部分高档卷烟市场。另外，乱渠道卷烟如阿诗玛、小熊猫也在一定程度上冲击着\*\*县卷烟市场。

分析\*\*县今年销售总量不足的同时，我们从销售数据中也发现其他经营指标的差距，如条均价增长3.86%，与全市的5%有一定差距；省内一类烟同比下降2.74%，省外二类烟下降11.36%，在一定程度上影响着\*\*县卷烟销售结构的提升。

### 三、下阶段卷烟销售思路

1、统一思想，明确目标于3月23日下午3点，召开“三员”信息交流会，传达上星期四、星期五漳州市公司召开的《营销、物流工作例会》精神，分析当前卷烟市场情况，明确今后一阶段\*\*分公司卷烟销售目标“一个确保，二个增长”即确保卷烟销售总量稳中有升，提高省内一类烟、二类烟销量，以统一“三员”的思想，做到力往一处使。

2、修订、完善现有考核办法，

转变客户经理工作重点，提高客户经理工作积极性从四月份开始，在原有《客户经理考核方案》的基础上，结合当前卷烟销售工作情况，修整部分考核内容，以转变客户经理工作重点，提高客户经理工作积极性。

一是改变销售指标考核内容。由原来的总量、低档烟、条均价改为总量、省内一类烟、二类烟，确保与近段的工作目标相一致。

二是提高卷烟销售任务指标项目分值的比重，由原来的24分，提高到60分，提高36个百分点，以提高考核权重引起客户经理对销售工作的高度重视，同时降低其它各项目的分值。

3、科学合理设定考核指标，提高客户经理工作热情

为确保所设定的考核指标科学合理，客户服务中心在制定指标时，根据历史销售数据和销售趋势预测等，确定总体目标(总量、狼系列一类烟、狼系列二类烟)，再根据各片区的实际情况(所占比重)，合理划分各片区每月的销售指标，并于每月最后一天下午召开部门会议，向各客户经理通报下个月所核定的指标值及该值是如何计算(客户经理可以提出意见)，经客户经理确认后，与客户经理签订销售责任状，通过此项措施，增强考核指标的透明度，提高客户经理工作热情，确保客户经理全身心的投入到工作中去，完成销售指标。在确定销售指标后，客户经理应将任务指标合理划分到每个订货日，并做好销售跟踪，同时建立逐层销售情况反馈机制，每个订货日由客户经理反馈给服务部负责人，服务部负责人反馈给客户服务中心，以便客户服务中心及时掌握市场动态。

#### 4、加强专销结合，实现信息共享

一是强化专销联席会议例会制度。为进一步加强专销结合，更好服务零售户和消费者，及时反馈、解决辖区市场存在的异常情况和问题，净化卷烟市场，维护卷烟经营秩序，经研究决定，制定专销联席会议例会制度，将每月第四周星期三下午15:30定为会议时间，会上与会人员必须根据各自岗位情况汇报一个月来的工作情况、收集的信息及存在问题进行交流与探讨，从而为卷烟经营和专卖管理提供有力的信息支撑和解决平台。

二是建立专销人员定期市场反馈机制。为便于专销人员间的信息交流与沟通，经研究决定，建立专销人员定期市场反馈机制，将每星期五下午定为专销人员交流沟通日。会上专销人员必须就一周以来市场走访情况、卷烟销售情况及收集到的各类信息、存在问题等进行交流，以实现信息资源共享，从而为专销人员更好地做好下周工作提供保证。

三是联合走访，提高解决问题效率。为更快更好地解决专销人员工作中碰到的问题，客户经理与市管员每周至少联合拜

访客户一次，收集市场信息，对存在的问题能当场解决的当场解决，以切实提高工作效率。

## 5、加强市场清理力度，为卷烟销售保驾护航

当前制约一、二类狼的主要因素之一是倒流烟的影响，从有关信息表明，目前除古田狼外，其它狼系列都有不同程度的倒挂价，幅度在1-5元不等，因此在今后一阶段时间内将加强市场清理力度，为卷烟销售保驾护航。

一是下大力气狠抓市场管理，最大限度治理假冒卷烟和市外乱渠道卷烟对市场的冲击。根据计划安排，3月-6月采取的主要措施有：要求专销人员每月根据片区销售情况撰写市场分析报告，及时掌握市场动态；开始百日集中整治行动，以15件以上零售户、违规转化户、特殊场所、食杂批发户为重点开展一次综合治理活动，严厉打击无证经营和非法经营行为，以防再次违法经营，为09年上半年特别是梅雨销售淡季的销售创造较大的市场增长空间；适时开展专项整治活动，于“3.15”、“五一”等期间分阶段、分步骤开展专项整治行动，将采取日常突击检查、夜间巡查、清晨巡查、布控巡查、联合公安工商检查等方式，工作重点有三：车站、辖区毗邻地带的非法渠道卷烟、农村市场的假冒卷烟以及个别云霄、龙海人流动兜售假冒卷烟的整治。截止3月23日共查获案件10起，涉案卷烟133.7条，厅装双喜56斤，其中一般案件6起，无证经营案件3起，涉案卷烟22条（当场移交工商部门），平和人到\*\*县兜售假冒卷烟1起，涉案卷烟12条，已移交公安部门调查处理（拘留1天罚款17000元）。

二是严防死守，让制假售假无处藏身。首先是加大对原有制假窝点的回查力度，坚决杜绝原有窝点死灰复燃；其次是对新增窝点，采取抬头就打的高压态势，从“精、细、实、准”四字标准上下功夫，提高稽查打击的精确性，着重解决打击窝点工作重心不突出的问题；在打网工作方面，加强做好信息收集、反馈等工作，进一步健全信息网络，及时分析总结去

年2月份打网工作的经验和不足，发挥卷烟网络效应，精确地掌握辖区市场动态，培养网络案件经营意识，进一步净化卷烟市场，争取今年打网工作有新突破，主要从以下几个方面着手：一进货异常户，二违规嫌疑户，三经营工作困难户，四是其他三员(送货员、客户经理、电访员)信息反馈户。

一是严格按照省市局要求稳步开展换发许可证，搞好换证与零售户合理布局、优化市场资源配置相结合，以此契机提高许可证对销售的促进作用。

二是加大农村市场的办证力度，拓宽卷烟销售渠道。根据市场调查，目前在辖区内还存在无证户，那些无证户的存在为假乱渠道卷烟提供销售渠道，尤其是农村市场，为此，我们要充分挖掘农村市场的卷烟销售潜力，对符合办证条件的无证户给予办证，将其纳入卷烟销售网络中，并对其服务与管理，减少假乱渠道烟的销售源头。截止23日，全县新办证17户，其中，农村客户10户。

三是加大县际接壤处的办证力度，并纳入重点监控范围，最大限度制止外地卷烟倒流辖区带来市场冲击。

四是在办证领域开展各种形式多样、内容丰富的活动，努力做到许可证的办理在不违反专卖法律法规的前提下的市场效益最大化，最大限度保证企业的经营效益，压缩企业的经营成本。

此外，在日常工作中还应做好客户订货情况跟踪，及时提醒未订货客户，以提高客户订货成功率，避免客户因忘记订货而产生卷烟货源断档，同时与市管员充分沟通，对符合条件提高月供应量的客户及时申报，以满足客户的订货需求。

以上是\*\*分公司2018年近阶段卷烟销售的一些思路，届时，如与市公司有冲突，将严格按照市公司要求开展卷烟销售各项工作，确保今年圆满完成各项销售指标。

## 商品团购销售下滑分析及下一步工作思路

2018年度前三个季度，我把团购部的工作重点主要放在购物卡的销售上面，虽然购物卡的销售是有了大幅度的提高，但商品团购销售同期对比反而总体有所下滑。购物卡销售固然重要，但商品团购销售也不可轻视，对我商场不仅是提高了销售业绩，也是对我商场一种无形的宣传。

1. 回访不够及时以及团购销售跟踪不到位，对各原有业务单位的回访太少，还有一些团购销售没有能够及时跟踪，导致失去了一些团购销售，这个问题责任主要在我。

2. 由于一些客观原因导致团购销售的流失甚至是业务单位的流失，例如：一、名烟的货源不足导致了金恒房产不再从我们这里采购香烟了。二、商场与业务单位跨地区的距离(谢家集和八公山区)，使得业务单位宁愿选择就近采购团购货品，继而我们失去一部分团购销售。三、还有就是单位领导个人买东西，服务、价格等问题如果不如意，也会导致失去一个业务单位的。

3. 人员及全员参与的问题。一、团购部就我一人，忙的时候真的是精力有限，随着团购业务的慢慢增多，一个人是肯定忙不过来的。

二、虽然现在购物卡的销售有部分员工参与进来了，但商品的团购销售仍看不到有员工参与进来。

1. 在2018年的最后两个月，对现有的业务单位进行一次全面的回访或上门拜访，为年关的团购工作打下基础，尽量保证年关的团购销售不要再有流失；以后未定下的商品团购销售进行记录，然后第一时间进行跟踪回访，和业务单位多联系多沟通，不在让其流失。在以后的工作中要多分析多摸索，争取日后能制定出相关的回访及跟踪机制。



2. 货源不足希望领导可以和相关供应商协商解决这个问题；商场与业务单位跨地区的问题，我想几个业务单位都在谢八两区，我准备交给超市黑岩店长接手，让黑岩店长在谢八两区维系这些业务单位，有服装、家电、购物卡的团购销售我们还可以接着做，就不会流失了；业务单位个人购买商品的问题，我想各楼层经理能配合团购部的工作，要把一般顾客、朋友家人、业务单位领导要加以区分，能尽量满足业务单位领导的要求，当然我们也要有原则，要把单位的利益放在第一位。

还要发展，团购工作真的不是哪一个人哪一个部门的工作，希望每个人都能用上自己的社会关系，为公司创造出更多的效益。以上是我对商品团购销售下滑的分析及自己的工作思路，请领导给予批示指导，谢谢。

## 销售工作计划执行情况篇四

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相结合。

四；今年对自己有以下要求

1：每周要拜服4个以上的新客户，还要有

1：每周要拜服4个以上的新客户，还要有1到2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 1到2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与这个客户合作。

4: 对自己严格要求，学习亮剑精神，工作扎实细致，要不断加强业务方面的学习，多看书及相关产品知识，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。

5: 对所有客户的工作态度都要一样，加强产品质量和服务意识，为公司树立更好的形象，让客户相信我们的工作实力，才能更好的完成任务。

6: 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。

7: 为了今年的销售任务每月我要努力完成1万到2万元的任务额，为公司创造利润。

## 销售工作计划执行情况篇五

结合我司当前的资源，充分利用，更具去年的销售报告，我们应该努力发展开拓广告市场，虽然目前有许多问题摆在我的眼前，但是我们要最大限度争取终端广告的投放工作，同时，对还为开发的市场做好坚实的铺垫，争取有更大的投放，长期投放的客户吸纳进来。根据我们公司终端的数量的增长率情况，有针对性的调整我们的工作策略以及工作思路。

1、第一季度，主要也市场培养为主，扩大\*\*\*公司的影响力和知名度及推进速度告知，因为处于双节的特殊时期，很多公司的宣传计划已经制定完成，节后会有一个广告低潮期，我会充分利用这段时间补充专业知识，同时加紧联络客户感情，适当的寻找小一些的投放客户将广告投放进来，但我预计对方会有要求很低的折扣或者以货抵广告费的情况。

2、第二季度，因为有“五一劳动节”的影响，广告市场会

迎来一个小小的高峰期，并且随着天气变化，气温不断升高，洗浴用品、夏季饮品、防蚊用品等的广告会作为投放重点开发对象。

3、第三季度，“十一”“中秋”双节，广告市场会给后半年带来一个良好的开端，白酒、保健品、礼品等一些产品会加入广告行列。并且，随着我公司终端铺设数量的增加，一些投放量大的、长期的客户就可以逐步渗入进来了，为年底的广告大战做好充分的准备。

4、年底的广告工作是一年当中的顶峰时期，加之我们一年的终端铺设、客户推广，我相信是我们广告部最热火朝天的时间。随着冬季结婚人群的增加婚庆服务、婚庆用品也会加入广告行列，双节的广告气氛也会在这种环境下随之而来。

我会更加一年不同时段，有针对性有计划的开展工作，同时不断调整我的工作思路，加强客户的开发工作，正确把我司广告销售进一步提高到新的台阶。

市场开拓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，不断提高知识对于业务人员来说非常重要，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。产品知识、营销知识、投放策略、数据、媒体运作管理等相关广告的知识都是我要掌握的内容，知己知彼，方能百战不殆（在这方面还希望公司给与我们业务人员支持）。

#### 四、加强思想道德建设

一个人成功不算成功，应为我们是一个团队，今年我还要加强思想道德的建设，增强全局意识，增强团队协作意识、同时加强责任感。积极把工作做好。真正做到点子上、落到实处、同时我也将尽到我最大的努力帮助领导减轻工作压力。

## 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，必须以身作则，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《广东省著名商标》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《广东省著名商标》，承办费用达7.5万元以上。做驰名商标与著名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最全面，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。我将尽我最大的能力减轻领导的压力。

## 销售工作计划执行情况篇六

1、市场分析，根据市场容量和个人能力，客观、科学地制定出销售任务。暂停年任务：销售额xx万元。

2、适时作出工作计划，制定出月工作计划和周工作计划。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、绩效评估进行全过程的关注与跟踪。

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，

更好的为客户服务。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。

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。

1、制定出月计划和周计划、及每日的工作量。每天至少打xx个电话，每周至少拜访xx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xx市地广人多，交通拥堵，预约时最好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，最好先了解解决决策人的个人爱好，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，并标注重要未办理的事项。

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分设计工作，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。

11、货到现场，等工程安装完设备，申请技术部安排调试人员到现场调试。

12、提前准备验收文档，验收完成后及时收款，保证良好的资金周转率。

1、定期组织同行举办xx会，增进彼此友谊，更好地交流。

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xx成为生活的一部份，让工作在一个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。