

最新净水机销售模式 销售方案(汇总7篇)

方案在解决问题、实现目标、提高组织协调性和执行力以及提高决策的科学性和可行性等方面都发挥着重要的作用。方案对于我们的帮助很大，所以我们要好好写一篇方案。以下是我给大家收集整理方案策划范文，供大家参考借鉴，希望可以帮助到有需要的朋友。

净水机销售模式 销售方案篇一

方案目的：

在最短的时间内将公司主打产品全面推广、树立品牌形象、收回全部投入资金、培养稳定客户群体。

实施步骤：

一、销售管理

在正式投入市场前，首先建立起完善的销售管理制度。

销售管理制度包括：

1、销售部经理工作职能：

- (1) 进行市场一线信息收集、市场调研工作；
- (2) 提报年度销售预测给营销副总；
- (3) 制定年度销售计划，进行目标分解，并执行实施；
- (4) 管理、督导营销中心正常工作运作，正常业务运作；

- (5) 设立、管理、监督区域分支机构正常运作；
- (6) 营销网络的开拓与合理布局；
- (7) 建立各级客户资料档案，保持与客户之间的双向沟通；
- (8) 合理进行销售部预算控制；
- (9) 研究把握销售员的需求，充分调动其积极性；
- (10) 制定业务人员行动计划，并予以检查控制；
- (11) 配合本系统内相关部门作好推广促销活动；
- (12) 预测渠道危机，呈报并处理；
- (13) 检查渠道阻碍，呈报并处理；
- (14) 按推广计划的要求进行货物陈列、宣传品的张贴及发放；
- (15) 按企业回款制度，催收或结算货款。

2、销售主管：

- (1) 管理推销员的日常工作；
- (2) 对推销员的业绩进行统计汇总，上报销售部经理；
- (3) 对营销工作中遇到的问题，进行总结汇报；
- (4) 结合实际工作的操作情况提出合理化建议；
- (5) 按企业回款制度，催收或结算货款。

3、推销员：

- (1) 负责推广公司产品，寻找目标客户群；
- (2) 与客户洽谈合作细则，并签署相关合同；
- (3) 上报销售业绩；
- (4) 反馈营销推广工作中遇到的问题；
- (5) 结合实际工作的操作情况提出合理化建议；
- (6) 按企业回款制度，催收或结算货款。

4、售前、售后技术员：

- (1) 机器的投放、安装、调试工作。
- (2) 填补机器所用的材料，保证机器正常工作。
- (3) 对机器时常的维护、维修工作。
- (4) 对机器新增功能进行必要的学习。

推销员的挑选与训练，对推销人员挑选方面我们本着宁缺毋滥的原则，公司必须起用有相关工作经验的推销人员，对没有任何市场经验和学生一律不在考虑范围内。在推销员训练方面，进行统一严格的岗前培训，以确保每一名推销员都能准确的叙述公司的产品“的优势所在，并在第一时间内与客户达成共识，对客户把握和服务方面有自己独到的想法。

二、前期市场调查：

针对本地区的实际情况进行一至七天的全方位市场调查，掌握第一手资料，综合市场调查的第一手资料和现成的第二手

资料，整理成为对产品推广有用的情报。

三、确立目标市场

根据市场调查情况，凡有意向考虑当中者，均可做为我们潜在客户群体。

四、明确市场切入点

五、制订销售目标

由于产品在市场投放初期效益问题，所以销售目标应根据本地区实际情况制订，以确保能够在最短的时间内把初期的投放费用快速回笼。

六、客户群培养

投放初期应客户群应定位于大型酒店，度假村等，中期应在巩固初期客户群基础上，继续挖掘潜在客户群体如中高档次的餐饮业、服务行业、大型企事业单位等，不放过每一个对我们感兴趣的客户；后期工作应主要在协调、巩固已掌握的客户群体，达成长期合作之协议，并做好售后服务工作。

七、售后服务

各地区应建立起完备的售后服务体系，服务的好坏对公司在今后开展业务的成功与否起到决定性作用。优质的服务将给公司带来更多的客户群体，反之我们将丧失利润的源泉。

客户反馈机制的建立，不定期对客户群进行电话回访，征询客户的意见和问题并在24小时内给予答复。

八、综合意见反馈

应每月对当月产品推广进行总结，并针对相关问题提出解决

办法，针对问题及时调整营销思路，制订相应的营销计划方案。

九、损益预估：

应对业务推广要实现的销售目标，实际上就是要实现利润，而损益预估就是要在事前预估该产品的税前利润。只要把该产品的预期销售总额减去销售成本、营销费用（经销费用加管理费用）、推广费用后，即可获得该产品的税前利润。

净水机销售模式 销售方案篇二

农村对“红包”敏感、喜闻乐见。“红包”可作为吸引眼球的“卖点”、“看点”、“炒作热点”。“红包”更代表喜庆、吉祥、大吉大利。xx家具在人家结婚、迁新居之时送上温馨的“大礼”，一定能让主人惊喜不已，终生难忘，进而达到宣传和扩大xx品牌知名度、促销目的。

一、制定活动规则：（由于贵公司没有透露详细品名、企业、产品、销售情况等信息，在此我也只能写个大致）凡参与购买xx全套组合家具（x件套）均可获取“红包”大礼，中包率100%！活动期限地“从x年x月x日起至x年x月x日止”，活动期满，授受预约不受此时间限制，我们也将送上“xx元”定额红包大礼（直接由经销商派送）。

二、红包标准：分最高888元，168元，最低88元三个档次，红包分配，以100为一个计算基数：888元1%，168元11%，88元88%（仅供参考，请根据成本与利润水平调整，但一定要是一个吉利数），随机放置。

三、增加可信度，邀请公证机关对整个活动过程进行公证，并高姿态接受各界监督。将红包放在家具某个抽屉或隐蔽安全角落，采取xx专用加封条或其他技术手段确保“红包”安

全到达购买者手中。要避免直接送红包，否则热一阵风！只有捆绑在家具送红包，才能扩大影响力与持久力。

四、风险控制：

（一）防止红包遗漏与丢失：

1、在做家具包装时，请专门的负责人员放置红包并密封；

4、对擅自拆包、截留、贪污等行为严惩，一旦发现统一按最高888元自掏补上。对这888元将采取广而告之“抢购”该家具的形式，积聚人气！

（二）防止不兑现、失信：

1、经销商不兑现红包，厂商负连带责任；

2、注重危机公关与品牌维护，树立诚实守信公众形象。

五、邀请有影响力的报刊、媒体跟踪采访报道，宣传造势。

六、新闻炒作、广告策划及一些故事、软文写作（略）。

净水器销售模式 销售方案篇三

1、通过培训学习，帮助员工快速了解公司基本情况及各项管理制度；

2、重点要系统地掌握产品知识、行业、市场发展状况

4、快速打开市场、出成绩、并提高销售部门业绩；

5、增强团队意识与合作精神。

二、销售团队编制：

基本编制为10人， 销售经理一名 销售业务九名

三、培训对象：

销售部所有人员。

四、销售培训计划：

1、目的

提升销售工程师所应具备的工作职责，加强销售工程师销售、技术等能力的提升。

2、适用范围

市场及销售部人员。

3、职责

（销售工程师的工作职责）

4、培训内容与方式

第一、实际工作中，提升执行力应当重视以下两个方面□ a□
给自己工作定位，明确分工：不同的性格、不同的经历、不同的处事方式就会有不同的结果。

每个人都从易到难，先做自己擅长的事。行为的约束，以人为本：很重要的是一个规范制度的制定。正所谓没有规矩不成方圆，制度是不可缺少的。制定制度时要以人为本，以人为本对内部来讲，是考虑到员工合理的要求；对外部来讲，是考虑到客户合理的需求。我们在制定工作制度时，一定要充分考虑到这些因素。

另：非出租人员在有租赁人员在场时不得接待进店的租赁客

户。

第二、主管人员的核心工作：

2、表格管理：即根据目标管理和时间管理相结合，做出每年、每月、每周、每日的报表方案，每周必须结合报表做一次分析，跟据分析结果来调整目标方案，来对每位人员的工作问题对症下药。

4、运用好奖惩和监督机制：整个框架出来后，作为管理人员，全力做好监督工作和引导奖惩工作，把每一项计划落到实处，执行到位。

第三、团队凝聚力和营销气氛 一个团队的成员需要分工，又要讲究协作。凝聚力是团队无形的精神力量，是将一个团队的成员，紧密联系在一起看不见的纽带。团队的凝聚力来自于团队成员自觉的内心动力，来自于共识的价值观，是团队精神的至高体现。

一个有着凝聚力的房地产销售团队，在外部表现为成员对团队的荣誉感及团队中的地位。团队的荣誉感主要来源于工作目标，团队因工作目标而产生、为工作目标而存在、为工作目标而追求。

5、附录

培训的内容主要根据销售人员的基本技巧与新入员工的常规培训为载体，给予新入员工一个清晰、明确的工作方向和富有精神、文化的一个工作环境；通过逐步的加深培训内容让每一个市场销售人员能够在技能、工作技巧、知识等方面得到更多的提升；在优秀的市场销售员工方面更加注重人性、企业的核心价值、个人价值提升的一个提升辅助平台。

净水机销售模式 销售方案篇四

1、为了公司销售目标的实现，激发员工的工作积极性，建立与员工双赢的局面。

2、体现员工的绩效，贯彻多劳多得的思想。

3、促进部门内部有序的`竞争。

1、实事求是的原则。

2、体现绩效的原则。

3、公平性原则。

4、公开性原则。

1、销售人员的薪酬由基本工资、绩效工资、奖励薪资及其他组成。

2、基本工资每月定额发放，绩效工资按公司《绩效考核管理规定》发放。

3、销售奖励薪资可分为：

(1)销售提成奖励(简称提成)：根据公司设定的销售目标，对超出目标之外的部分，公司予以奖励。其款项以实际到帐为依据，按比例提取在每月15日发放。

(2)销售费用控制奖励：根据地理区域及其他不同特征，以销售收入(财务到帐)金额的一定比例(具体在销售责任书上明确)，作为销售费用，以所节约费用的一定比例进行奖励。每季度的最后一个工作日为结算日，次月的15日发放。

销售费用是指差旅费、通讯费、业务招待费和各种公关费用等(展会除外)。

1、销售提成奖励

(1) 市场部经理销售提成奖励

时间，项目类别，计划提成比例

计划完成85%，计划完成90%，计划完成100%

(2) 销售员销售提成奖励

项目类别

提成金额(元/人)

四级销售员

三级销售员

二级销售员

一级销售员

经理级销售员

注：所有新进销售人员的级别核定为四级，以后按照其业绩对其进行考核，每三个月进行一次，对业绩达到上一级别者予以晋升级别。

2、销售费用控制奖励

(1) 公司根据各区域的实际情况，对销售费用按销售责任书规定进行核定。

(2) 费用控制奖励的计算

a)按项目的销售实际到帐收入的额度，以预先确定的比例记作销售人员的销售费用预算额度。

b)销售人员的销售费用包括：差旅、交通、补贴、通讯、业务招待等费用。

c)至结算日尚未进行报销的，其借款额暂记为销售费用进行结算，与实际报销额的差额在下次结算时进行补差。

d)销售费用额度在扣除销售实际发生费用后，剩余部分奖励额为剩余额度的30%，每月25日结算一次。

e)根据到款额计算销售费用超过额度的，公司在销售责任人的奖励或薪资中以超额部分的30%的比例予以扣除，每月25日结算一次。

2、电话费和出租车费、出差补贴按责任书定额确定，每月结算。

3、招待费使用应电话请示并获得许可，否则不予报销，费用自担。

1、年度结算截止日为12月25日，新年度重新计算。

2、员工个人所得税由个人自理。

3、员工对自己的薪酬必须保密，违者将按辞退处理。

4、员工自己辞职的，在辞职之日尚未进行奖励发放的，不再发放。

5、公司辞退的，在辞退之日尚未进行奖励结算的或已进行结

算但尚未发放的，公司将在发放日按规定继续发放。

6、因违反公司相关制度规定，进行销售责任人更换的，按本条第5款的规定发放。

7、销售人员应严格按公司的销售政策及管理规定执行，否则公司有权取消其激励薪资。

8、销售人员连续一个季度未完成公司销售指标的，公司有权对其降薪。

1、本方案的解释权属于公司人力资源部，修改时亦同。

2、本方案如有未尽事宜，从其公司相关的管理规定。

3、本方案自颁布之日起开始执行。

净水机销售模式 销售方案篇五

1、人力资本化、人力资本股权化时代已经来临；

2、每个ceo需要思考“才散人聚、财聚人散”古语的深刻含义；

3、ceo只需要做3件事：看别人看不到的地方、算别人算不清的账、做别人不做的事。

4、股权激励虽是大势所趋，但股权激励也是把双刃剑，企业需要充分评估自己企业所处行业、发展前景、人员情况、不同发展阶段及时机是否适合实施股权激励，切不可盲目草率实施股权激励。

10、：建立一套的完善的股权激励管理体系，重点在于股权激励的退出机制。

综上，只有明确了股权激励的这几点，才能更好地设计出科学的股权激励方案。

净水机销售模式 销售方案篇六

活动主题：住御花园大酒店，度快乐五一

活动时间： 4.28至5.1

活动内容：御花园大酒店为感谢客户长期以来的大力支持，在五一劳动节期间推出客房优惠活动。

客房优惠：标准单人间优惠价120元/间夜（净价）标准双人间优惠价120元/间夜（净价）豪华商务间优惠价200元/间夜（赠送双人早餐）行政套间优惠价388元/间夜（赠送双人早餐）豪华套房优惠价688元/间夜（赠送双人早餐）

活动主题：自由自享，五一齐快乐 活动时间： 4.28至5.1

活动内容：自助餐五一劳动节期间为答谢广大顾客，进行优惠酬宾。

1. 自助餐满六赠一
2. 全场大赠送，豆花鲍鱼每人一位

活动主题：四海之内存知己，快乐相聚御花园
活动时间： 4.28至5.1

活动内容：庆五一、感恩回馈，答谢顾客朋友对御花园的支持

- 1、全场感恩答谢，每桌赠送知名品牌葡萄酒，每人赠送。

- 2、每桌消费两千元以上的赠送豪华商务间一间一天的住宿。
- 3、活动期间生日宴另赠送精美鲜花。
- 4、活动期间大厅消费九二折全额优惠。
- 5、活动期间赠送园内相聚照、全家福等留念照片。
- 6、另有意外惊喜等您来取。

活动主题：四海之内存知己，快乐相聚生态园

活动时间：4.28至5.1

活动内容：庆五一、感恩回馈，答谢顾客朋友对生态的支持。

- 1、全场感恩答谢，每桌赠送知名品牌葡萄酒。
- 2、每桌消费两千元以上的赠送豪华商务间一间二天的住宿。
- 3、活动期间生日宴另赠送精美的鲜花。
- 4、活动期间大厅消费九一折全额优惠。
- 5、活动期间赠送园内相聚照、全家福等留念的照片。
- 6、另有意外惊喜等您来取。

净水器销售模式 销售方案篇七

1、原区域市场的雪花覆盖率提升为：70%占有率提升至：60%
将通过以下几点达到提升

- 1、空白终端：继续加大终端回访次数，做好客情关系，分析

利润，争取先以单品进店销售。

2、现有终端：通过丰富灵活的促销活动拉动销售，使之巩固持续发展。

目前有一个主要的任务，协助新业务小孙适应公司销售，尽早提升业务。我会耐心解答工作中遇到的困难，并给予适当的指导，协助他早日适应公司销售业务，突出业绩。

1、在部分消费能力较好的主要以雪花冰勇以上产品为销售主打的区域终端通过产品生动化，利润分析等方式将中高档以上产品做好，做强。

2、在消费能力一般的主要以雪花沙勇为主要销售的终端一促销刺激消费以及进行啤酒知识宣传使之尽量消费中高档产品，并使中档啤酒做大，持续提升。

3、基于精制酒消费意识差，对于精制酒不了解对公司不了解的消费能力差的区域终端，通过业务促销的口口相传逐渐转换为雪花清爽，原汁麦的消费。

（一）增强终端销售信心

1、丰富我们的知识面及啤酒知识，对公司文化及啤酒文化的学习了解再复制到终端，让终端有十足的信心介绍雪花产品给消费者。

（二）改善执业能力

1、积极主动的对外渗透复制改善文化，对不利于市场部利于公司的要果敢的处理。

2、不在终端消费者面前诋毁竞品的公司或者产品

3、信守承诺

首先对于商户，其次对于终端，再次对于消费者，承诺了的就一定快速的去兑现。别人相信雪花的前提是相信公司的人。

至此，对于工作的总结计划也许还不全面，但是在每一天我都会一条条将当日的计划列出，每天的计划我相信是为我总的目标服务的，所以会脚踏实地做好。