

最新小学六年级写字计划 小学六年级下学期工作计划(大全10篇)

每个人都曾试图在平淡的学习、工作和生活中写一篇文章。写作是培养人的观察、联想、想象、思维和记忆的重要手段。写范文的时候需要注意什么呢？有哪些格式需要注意呢？下面我给大家整理了一些优秀范文，希望能够帮助到大家，我们一起来看一看吧。

销售工作规划篇一

xxx年是我们杂志广告部业务开展的开局之年，做好xxx年广告创收工作，对开创市场、媒体运营管理有着至关重要的意义，做好xxx年广告创收工作，对于我自己也具有十分重要的特殊意义。因此，我要调整好工作思路、增强责任意识，充分认识并做好今年广告创收工作。

充分利用现有资源，尽最大努力、最大限度的开拓广告市场。鉴于目前我们的终端数量有限的情况在争取投放的同时，也会为未来的市场多做铺垫工作，争取有更多大投放量、长期投放的客户参与进来。根据终端数量的增长情况，有针对性地调整工作策略、开发新的领域。

1、在第一季度，以市场铺垫、推动市场为主，扩大***公司的知名度及推进速度告知，因为处于双节的特殊时期，很多单位的宣传计划制定完成，节后还会处于一个广告低潮期，我会充分利用这段时间补充相关知识，加紧联络客户感情，以期组成一个强大的客户群体。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、在第二季度的时候，因为有“五一劳动节”的关系，广告市场会迎来一个小小的高峰期，并且随着天气的逐渐转热，

夏季饮品、洗浴用品、防蚊用品等的广告会作为投放重点开发。

3、第三季度的“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，一些婚庆服务、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。

我会充分的根据实际情况、时间特点去做好客户开发工作，并根据市场变化及时调节我的工作思路。争取把广告额度做到最大化！

做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，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。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)。

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。

以上，是我对xxx年的一些设想，可能还很不成熟，希望领导指正。火车跑的快还靠车头带，我希望得到公司领导、部门领导的正确引导和帮助。xxx年下半年，我将以崭新的精神状态投入到工作当中，做好下半年工作计划，努力学习，提高

工作、业务能力。

销售工作规划篇二

人才是企业最宝贵的资源，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企业的根本。在明年的工作中建立一个和谐，具有杀伤力的团队作为一项主要的工作来抓。

销售管理是企业的老大难问题，销售人员出差，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。

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。

根据今年在出差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，车辆不在家的情况，使计划好的行程被打乱，不能顺利完成出差的目的。造成时间，资金上的浪费。

今年的销售目标最基本的是做到月月有进帐的单子。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。

我认为公司明年的发展是与整个公司的员工综合素质，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。

1. 市场分析。也就是根据了解到的市场情况，对产品的卖点，

消费群体，销量等进行定位。

2. 销售方式。就是找出适合自己产品销售的模式和方法。

3. 客户治理。就是对一开发的客户如何进行服务和怎样促使他们进步销售或购买；对潜伏客户怎样进行跟进。我觉得这一点是非常重要的，应在计划中占主要篇幅。

4. 销量任务。就是定出公道的销售任务，销售的主要目的就是要进步销售任务。只有努力的利用各种方法完成既定的任务，才是计划作用所在。完成了，要总结出好的方法和模式，完不成，也要总结，还存在的题目和困难。

5. 考核时间。销售工作计划可分为年度销售工作计划，季度销售工作计划，月销售工作计划。考核的时间也不一样。

6. 总结。就是对上一个时间段销售计划进行评判。以上六个方面是计划必须具备的。当然，计划也不是一成不变的，要根据市场的情况进行调整。营销销售营销师销售培训营销培训电话营销更多。

销售工作规划篇三

注重市场调研并在销售工作中加强宣传力度，为了给手机店的发展开发更多新客户自然要认真做好宣传工作才行，因此在12月份应该要做好市场调研并了解到顾客购买手机需要看重哪些因素，针对这方面来运用销售技巧自然能够取得不错的效果，另外也能够通过发传单以及拉横幅的方式来推出手机店的新活动，再加上12月份有着国庆中秋假期的缘故可以好好利用一番，利用假期折扣的噱头来展开促销活动无疑能够为店面的经营带来更多的效益，但我也明白宣传过程中的实际意义十分重要自然要积极做好才行。

强化对手机性能的了解并积极参与到进货流程之中，为了增

加销售过程中的谈资以便于提升自身的专业度，深入了解不同手机的性能并展开与顾客之间的交流是很重要的，至少能够让顾客明白自己对销售的手机十分了解才行，若是对销售的手机不了解的话则会让顾客觉得自己很不专业，再加上强化对手机性能的了解程度也能够让自己在交流过程中更好地分析手机的优点，这对销售技巧的运用以及客户的开发来说往往能起到不错的效果。至于进货工作的参与则是为了加深对手机进价的了解，从中了解每部手机可以产生的效益并努力提升手机店的整体效益。

重视对销售技巧的学习并在运用过程中积累更多的经验，想要在手机销售过程中有所作为自然要强化自身的工作能力才行，虽然没有捷径可走却也能够随着时间的流逝来积累相应的经验，所以我得保持沉稳的心态对待12月份的销售工作并争取获得更多的绩效，这需要我强化对工作技巧的运用从而在销售过程中占据主导地位，但我在展开话题的过程中也要将选择权交给客户从而让对方感受到尊重，尽管只是手机销售的些许技巧却往往能够取得不错的效果。

能够通过计划的制定使得12月份的绩效有所提升自然是再好不过的事情，所以我得严格执行这份计划并在手机销售工作中不断总结经验，通过对自身工作表现的分析来改进现有的工作方式并争取做得更好，至少我会不断总结手机销售工作中的经验并为了手机店效益的提升而努力。

销售工作规划篇四

坚持创新求实的指导思想开拓国内市场。

2. 盛天产品在(同行业)国内市场占有率大于10%;
3. 各项管理费用同步下降10%;
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。

1. 统一市场形象

针对国内市场的特点，对公司作销售形象进行专门设计，提高××品牌产品在市场的统一形象，为今后更有力地提知名度奠定了稳定的基础。

2. 建立健全销售网络

建立健全销售网络体系，拟在3月初招聘7-8名业务员，全面培训业务知识和着力市场开发。

全国分7-8区域，每个区域下达指标，用考核的方式与实绩挂钩，奖罚分明。根据销售总目标2500万，分区域下指标，责任明确，落实到人，绩效挂钩。

4. 充实代理商队伍

5. 增强研发能力

设立开发产品研发部，力争上半年在引进技术开发人员3-5人的基础上，下半年初步形成新品开发能力。

6. 加强内部管理，提高经济效益

着重从成本核算、人力资源激励等方面加强内部管理，促进经济效益的提高。

销售工作规划篇五

这一年在希尔顿酒店全体员工的共同努力下，我们在顺利完成各项工作任务的同时有力推广xx品牌、不断扩大希尔顿酒店社会影响。值此辞旧迎新之际，有必要回顾总结过去一年的工作、成绩、经验及不足，以利于扬长避短，奋发进取，在新一年里努力再创佳绩。

20xx年希尔顿酒店主营业务收入共计xx万元，发生成本费用xx万元，盈利xx万元，实现年初制定的扭亏为盈的经营目标。客房部实现收入xx万元，月均收入xx万元。其中：客房收入xx万元，占客房收入的x%；客房部20xx年初有客房x间，5月份对希尔顿酒店客房进行改造增加为x间，10月份投入使用，本年共出租入住房xx次，出租率为x% □餐饮部实现收入xx万元，月平均收入xx万元。其中：主餐收入x万元，占餐饮总收入的.x%；婚宴收入(1月-12月统计数据)x万元，占餐饮总收入的x%；散客收入(1月-12月统计数据)x万元，占餐饮总收入的x%；协议单位(1月-12月统计数据)x万元，占餐饮总收入的x% □

(一)外聘经理人，理清经营思路。希尔顿酒店3月份聘请xx宾馆专业管理团队入驻，在经营方法和理念上对希尔顿酒店上下做相应调整，成为希尔顿酒店经营业绩转好的关键点。

(二)引进本地从业人员，拓宽希尔顿酒店影响力。通过本地从业人员的大力宣传及多年工作经验，使希尔顿酒店对外工作得到有力提升。

(三)内部人员整合，实现人尽其能。通过营销经理及餐厅经理的兼任，有效提升营销工作力度；工程部专人负责，确保工程问题得到及时解决；客房部经理由具有专业知识管理人员担任，提升客房服务质量、统一服务流程。

(四)顺利完成三希尔顿酒店市级评定工作□20xx年希尔顿酒店围绕评三星开展了业务培训、物品购置、制度完善等多项工

作，在全体员工的辛勤工作下，使希尔顿酒店基本达到三希尔顿酒店标准并得到评定专家的认可。

(一)提高产品质量。首先，推出广受环县人民喜爱的五碗席，并在其他菜品质量上狠下功夫，菜品质量较去年有所提升；其次，大量购置客房客用物品，满足宾客需求，实现人性化服务。

(二)提升服务。培养员工开口意识，做到“来有问声，走有送声”合理采纳宾客意见，针对性解决问题，使x服务成为对外竞争的着力点。

(三)优化采购方式，降低成本。本年多样物品通过网上购物方式进行对比并购买，通过较低价格购得质量合格产品。

(四)提高员工待遇，增加员工福利□20xx年人均工资较前一年增加xx元左右；采用奖金、节日聚餐、发放小物品的方式提高员工福利，关心员工生活。

(五)开展培训。培训是希尔顿酒店永恒的主题，本年度希尔顿酒店组织开展希尔顿酒店意识培训、消防培训、服务技能实操培训等，采取上大课、分部门、外出学习等方式不断强化各岗位员工工作技能。

(一)经营方面。客源市场不科学，大型接待所占比例较低；服务管理不达标，服务意识不浓厚；各项优惠活动未收到预期效果。

(二)管理方面。团队缺乏凝聚力及执行力；管理人员能力有待提高，管理方法欠佳；上传下达工作不到位。

(三)员工队伍建设。人员流动性较大；服务技能欠缺；员工队伍文化建设缺失。

(一) 狠抓管理。中层人员执行力决定希尔顿酒店运转能力□20xx年希尔顿酒店将继续选派部门中层人员外出交流、学习，从思想上断绝工作惰性，强化执行力度。

(二) 经营创收□20xx年将继续在菜品质量及营销工作上推陈出新，做到菜品的人无我有、人有我优；营销部结合南区开发进度及现阶段实际情况提出销售方法，争取营业额实现新突破。

(三) 提高服务。以三希尔顿酒店服务标准及流程为依据，对员工服务和流程进一步统一，同时加大力度吸纳来自员工及宾客的可贵意见及建议，在人性化服务上狠下功夫。

(四) 深化培训。由行政部牵头，由具有相关专业技能人员对各部门员工进行服务意识、服务技能培训；通过集中学习的方式宣讲希尔顿酒店相关制度及理念，明确岗位职责。

(五) 开源节流。挖掘收入新增方式，合理利用后院场地规范停车费收取；基于目前希尔顿酒店各项开支较大的情况，继续推进节能减排工作，强化员工节约意识。

(六) 提高待遇。落实希尔顿酒店关于与部分员工签订相对固定劳动合同并购买保险事宜；在希尔顿酒店业绩增长的同时在员工伙食、节日福利发放、举办各类文艺活动等方面有所提升。

成绩是对过去的肯定，新的挑战已然来临，我们满怀着收获的喜悦，迎来了充满希望、催人奋进的20xx年。风正济时，正当扬帆远航；任重道远，仍需激流勇进。让我们统一思想，坚定信心，团结奋斗，再接再厉，以更加昂扬的斗志、更加扎实的作风，在新的一年里披荆斩棘、勇立新功、再创辉煌！

销售工作规划篇六

首先要降低成本，应该采取的主要措施有：进一步拓宽进货

渠道，寻找多个供货商，进行价格、质量比较，选择质量好价格低的供货商供货；勤俭节约，节省开支、避免浪费，工程方案设计要合理；内部消耗降低，日常费用开支、水、电、日常办公耗材尤其是纸张、车辆开支要节俭等问题。

其次也是最重要的部分——培养意识，服务意识的加强、竞争意识的树立、市场创造意识的培养。我们是以服务为主的公司，可以借助服务去赢得市场，赢得用户的信任。同事之间，企业之间时时刻刻竞争都存在，自己业务水平不提高会被公司淘汰，企业不发展将会被社会淘汰。近几年，耗材市场竞争比较激烈，今年形势将更加严峻。

业务水平和员工素质的提高至关重要，关系到整个企业的发展与命运。业务水平的高低影响到办事的工作效率；员工素质的高低直接影响到企业的社会地位和社会形象。只有具有一支高素质、技术水平过硬的队伍的企业才会有进步、有发展。

加大宣传力度也是市场开发一种重要手段和措施。

销售部利润主要来源有：计算机销售；电脑耗材；打印机耗材；打字复印；计算机网校等和计算机产业相关的业务。今年主要目标：家庭用户市场的开发、办公耗材市场的抢占。针对家庭用户加大宣传力度，办公耗材市场用价格去竞争、薄利多销。建立完善的销售档案，定期进行售后跟踪，抢占办公耗材市场，争取获得更大的利润。这里也需要我们做大量的工作，送货一定及时、售后服务一定要好，让客户信任我们、让客户真真切切的享受到上帝般的待遇。

能够完成的利润指标，***万元，纯利润***万元。其中：打字复印***万元，网校***万元，计算机***万元，电脑耗材及配件***万元，其他：***万元，人员工资***万元。

客服部利润主要七喜电脑维修站；打印机维修；计算机维修；电脑会员制□xx年我们被授权为七喜电脑授权维修站；实创润邦

打印机连锁维修站，所以说今年主要目标是客户服务部的统一化、规范化、标准化，实现自给自足，为来年服务市场打下坚实的基础。

能够完成的利润指标，利润***万元。

工程部利润主要计算机网络工程;无线网络工程。由于本地网络实施基本建成，无线网络一旦推广开来可以带来更多的利润点，便于计算机网络工程的顺利开展，还能为其他部门创造出一个切入点，便于开展相应的业务工作。今年主要目标也是利润的增长点——无线网，和一部分的上网费预计利润在***万元;单机多用户系统、集团电话、售饭系统这部分的利润***万元;多功能电子教室、多媒体会议室***万元;其余网络工程部分***万元;新业务部分***万元;电脑部分***万元，人员工资***—***万元，能够完成的利润指标，利润***万元。在追求利润完成的同时必须保证工程质量，建立完善的工程验收制度，由客户服务部监督、验收，这样可以激励工程部提高工程质量，从而更好的树立公司形象。

对那些不遵守公司规章制度、懒散的员工决不手软，损坏公司形象的一定严肃处理。

- 1、从方案的设计、施工、验收、到工程的培训这一流程必须严格、坚决地贯彻执行，客户服务部要坚持不验收合格不进行维修的原则。
- 2、尽量创造出一些固定收入群体，如计算机维修会员制、和比较完备的设备维修收费制度，把一些比较有实力、有经济基础的企事业单位、委办*变成我们长期客户。
- 3、对大型客户要进行定期回访，进行免费技术支持，建立一个比较友好的客户关系。要利用各种手段、媒体，如利用我们自己的主页把公司的收费标准公布出去、从领导到每位员工要贯彻执行。

4、服务、维修也能创造利润。近几年工程越来越少、电脑利润越做越薄、竞争越来越激烈，我们可以从服务、维修创造利润，比较看好的有保修期以外的计算机维修市场、打印机维修市场等。

销售工作规划篇七

1，针对前期遗留问题，解决较慢，导致严重影响各片区各加油站便利店管理人员的非油品经营积极性，使之对非油品经营有着一种担忧，一种抵触，一种不合作。所以导致非油品经营的策略性，指导性的东西无法下传，没有有效的执行力和效率性。

6，加强员工的培训工作，做好落实跟踪，有效的提升非油品经营管理人员的意识和素质。

销售工作规划篇八

1、网络、电话营销相结合；这种方式目前来看丢不得，这属于时尚型营销方式，特别是网络营销，许多企业也在不遗余力的采用和推广，不管对于厂家或者客户来说都是最快捷的沟通方式。

2、经销商；拥有很强势的地域性优势，渗透性很强，大部分经销商手中都有一定数量的固定客户。发展一定数量的经销商对于我们来说是必要的特别是在我们弱势或空白地区。但对经销商我们必须采取一定的监管手段。首先一定要给他地域保护的承诺，同时提供尽可能多的他所在区域的新客户让他开发，以提高他的合作积极性，这中间要及时做好我们彼此的沟通，以便共同赢得新客户。其次给经销商施加一定的销售压力（可定任务），因为他们对产品的可选性太强，说白了他们也是哪家便宜买哪家的，和客户心里一样，有时候也可能会做贴牌的产品。所以我们要通过各种渠道及时了解经销商的动态，以杜绝严重的后果发生。

3、办事处或分公司；办事处形式安全方便，容易取得客户信赖，更加有利于公司对大区域销售及客户管理。（具体操作暂不详谈）

经常电话或短信回访，及时了解客户对产品的使用情况。在适当条件下，可登门拜访客户，当面沟通以便稳定与客户关系。宴请不是目的，沟通才最重要！

现在市场上能够长期稳定发展的客户并不多，特别对于这个看似成熟完善而且竞争强烈的化工设备行业（包括泵、阀），一年发展个几家新客户就不错了。新客户主要来源于潜在客户，所以说潜在的客户我认为有时候应该要盯得更紧些为好。不断从各种渠道或和同行交流中获得更多客户信息或更近于自己市场的信息。

形式，把熟悉业务与交流技能相结合。（与同事和同行之间以及和客户之间的交流）

销售工作规划篇九

1、根据公司现在的人力资源管理情况，参考先进人力资源管理经验，推陈出新，建立健全公司新的更加适合于公司业务发展的的人力资源管理体系。

2、做好公司20xxxx年人力资源部工作计划规划，协助各部门做好部门人力资源规划。

3、注重工作分析，强化对工作分析成果在实际工作当中的运用，适时作出工作设计，客观科学的设计出公司职位说明书。

4、规范公司员工招聘与录用程序，多种途径进行员工招聘；强调实用性，引入多种科学合理且易操作的员工筛选方法。

5、把绩效管理作为公司人力资源管理的重心，对绩效工作计

划、绩效监控与辅导、绩效考核（目标管理法、平衡计分卡法、标杆超越法□kpi关键绩效指标法）、绩效反馈面谈、绩效改进进行全过程关注与跟踪。

6、努力打造有竞争力的薪酬福利，根据本地社会发展、人才市场及同行业薪酬福利行情，结合公司具体情况，及时调整薪酬成本预算及控制。做好薪酬福利发放工作，及时为符合条件员工办理社会保险。

7、将人力资源培训与开发提至公司的战略高度，高度重视培训与开发的决策分析，注重培训内容的实用化、本公司化，落实培训与开发的组织管理。

8、努力经营和谐的员工关系，善待员工，规划好员工在本企业的职业生涯发展。

9、公司兼职人员也要纳入公司的整体人力资源管理体系。

1、准备到铁通公司市北分局开通免费电话，年前已经交过订金300元（商客部20xx_代收）。

2、外协大厦物业管理，交电费、取邮件、咨询物业管理事宜等。

3、协助王伟琴经理做好办公室方面的工作。

4、确保电脑、打印复印一体机正常运行，注意日常操作。

5、为外出跑业务的市场拓展部各位经理搞好各类后勤保障。

6、与王经理分工协作，打招商电话。

1、学习招商资料，对3+2+3组合式营销模式领会透彻；抓好例会学习，取长补短，向出业绩的先进员工讨教，及时领会

掌握运用别人的先进经验。

2、做好每天的工作日记，详细记录每天上市场情况

3、继续回访徐州六县区酒水商，把年前限于时间关系没有回访的三个县区：新沂市、丰县、沛县，回访完毕。在回访的同时，补充完善新的酒水商资料。

4、回访完毕电话跟踪，继续上门洽谈，做好成单、跟单工作。

销售工作规划篇十

1、根据历史数据及医院目前状况，与主管探讨目标客户销售增长机会。

(1) 医院产品覆盖率及新客户开发。

(2) 目标科室选择及发展。

(3) 处方医生选择及发展。

(4) 开发新的用药点。

(5) 学术推广活动带来的效应。

(6) 竞争对手情况。

(7) 政策和活动情况。

2、根据所辖区域不同级别的医院建立增长预测。

3、与主管讨论

(1) 了解公司销售和市场策略，本地区销售策略。

(2) 确定指标。

4、分解目标量至每家医院直至每一个目标科室和主要目标医生。

5、制定行动计划和相应的工作计划，并定期回顾。

1、制定月/周拜访行程计划。

(1) 根据医院级别的拜访频率为基本标准。

(2) 按本月工作重点和重点客户拜访需求分配月/周拜访时间。

(3) 将大型学术会议、科内会纳入计划。

2、按计划实施。

1、拜访计划：按不同级别的客户设定拜访频率，按照工作计划制定每月工作重点和每月、每周拜访计划。

2、访前准备

(1) 回顾以往拜访情况，对目标客户的性格特征、沟通方式和目前处方状况，与公司合作关系进行初步分析。

(2) 制定明确的可实现可衡量的拜访目的。

(3) 根据目的准备拜访资料及日常拜访工具(名片、记事本等)。

(4) 重要客户拜访前预约。

3、拜访目标医院和目标医生

(1) 按计划拜访目标科室、目标医生，了解本公司产品应用情况，向医生陈述产品特点、利益、说服医生处方产品。

(2) 熟练使用产品知识及相关医学背景知识，熟练使用销售技巧。

(3) 了解医生对产品的疑义，及时正确解除疑义。

(4) 了解竞争产品信息。

(5) 按计划拜访药剂科(药库、门诊病房、病区药房)，以及医院管理部门(院长、医教科、社保科)相关人员。

a□了解产品库存和进货情况。

b□了解医院政策管理动向。

c□了解竞争产品信息。

d□与以上所有提及人员保持良好客情关系。

4、拜访分析及总结

(1) 整理及填写拜访记录。

(2) 拜访目标、销量达成情况分析。

(3) 制定改进方案(smart)和根据。

1、目标医院

(1) 与目标医院的药剂科、采购、库管、药房组长建立良好的合作关系，确保公司产品在医院内渠道畅通。

(2) 与目标医院内的相关学术带头人建立良好关系，获得学术支持，了解客户学术专长，与公司共同培养学术讲者。

(3) 与目标科室主任建立良好关系，确保业务活动受到他们的支持。

(4) 确保社保产品在医院社保范围内正常使用。

2、目标医生

(1) 每月做目标医院、科室和医生的销售分析和计划。

(2) 根据计划开展科室和医生的增量活动。

(3) 根据计划拓展医院、科室和目标。

1、及时认真和了解公司市场销售策略，如市场部活动季报等。

2、举行科内会。

(1) 按科室、产品制定科内会覆盖计划。

(2) 按计划举行科内会，熟练运用讲课技巧和学术知识达到产品宣传目的。

(3) 每月回顾科内会执行效果。

3、执行大型学术会议

(1) 按科室、产品制定学术活动覆盖计划。

(2) 按照覆盖计划邀请客户。

(3) 会前准备、计划、分工。

(4) 按照分工担任相应会议组织职责。

(5) 保证被邀请客户到会率90%以上。

(6) 会后总结、评估会议效果，提出改进建议和计划。

(7) 按大型会议主题，与目标医生进行会前预热和会后的相关科会。

1、熟练掌握公司产品知识，相关疾病知识和临床背景知识，与目标客户做专业的学术沟通。

2、练习演讲技巧，独立组织小型学术会议。

3、认真学习，熟练掌握每季度大型学术会议和科内会的主题和学术演讲资料。

4、认真学习理解公司提供的q&a资料，及时与目标医生沟通。

5、将目标医生的问题及时反馈给公司，并追踪答复。

1、掌握医院基本信息，建立医院档案，并定时更新(每月)。

2、建立目标医生档案系统。

3、及时(每月)掌握和反馈目标医院产品销售及库存情况。

4、建立科室销量跟踪系统。

5、建立科会和学术推广活动覆盖目标医生的计划和统计档案。

6、及时反馈竞争对手的基本销售状况(如促销手段、临床宣传方法、销量等)。

1、周会：递交周工作计划和总结，拜访行程等，及时反馈市场信息并积极参与讨论。

2、月会、季度会：有数据支持及分析的业务回顾和工作计划。

(1) 销售数据回顾。

(2) 业务活动总结回顾。

(3) 竞争产品信息。

(5) 经验分享。