

# 最新渠道拓展工作计划 渠道拓展工作计划 计划优选(通用9篇)

计划是人们为了实现特定目标而制定的一系列行动步骤和时间安排。计划为我们提供了一个清晰的方向，帮助我们更好地组织和管理时间、资源和任务。下面是小编整理的个人今后的计划范文，欢迎阅读分享，希望对大家有所帮助。

## 渠道拓展工作计划 渠道拓展工作计划优选篇一

- 2、负责销路通软件的销售工作，达成销售业绩目标；
  - 3、负责参与项目讨论，结合公司产品方案和客户需求给出合理的建议；
  - 4、负责合同谈判与签订，负责监督项目开发进度，直至项目成果交付；
  - 5、维持良好客户关系；
- 1、具备良好的销售技巧及客户管理经验，具备一定的市场营销知识；
  - 2、具有良好的沟通和谈判技巧及项目协调能力,善于与他人合作；
  - 3、热爱销售工作，积极进取，能够承受一定的工作压力；
  - 4、具备良好的团队管理能力；
  - 5、计算机相关专业，大专及以上学历，一年以上软件企业工作经验；

6、有大型快消品企业营销管理经验或有erp□crm□oa□bpm等软件销售经验者优先考虑。

销售渠道拓展方案（扩展7）

——暖通渠道销售岗位职责

## 渠道拓展工作计划 渠道拓展工作计划优选篇二

房地产渠道拓展工作计划 房地产渠道拓展工作计划 一、执行时间

三、工作分析

看梁总与三哥是否需要与其见面。确定工作完成时间 四、工作计划量化

适用项目：中高端、中端及中端以下

工作周期选择：基本贯穿整个项目营销过程，派单量最大的时间应选在蓄客期和强销期。拓客人员选择：根据各项目实际人员和项目体量安排，一般至少需要配备一名拓客主管拓客范围选择：项目周边和全市重点的繁华区域，人流量和商圈档次是商圈选择的主要标准。工作目的：广泛传递项目信息和有效收集客户信息。

工作安排：1、制定一个完整的拓客计划

6、统计每日派单量和留电量，并进行拓客人员工作心得和拓客技巧分享，提高团队士气 审核标准：工作审核标准依据派单量和有效留电量而定，要求每人每日合理派发单页的量应达到200-300张，有效留电量至少达到20-40组。根据项目体量、档次和推广力度不同，派发量和有效留点量两项数据可以根据项目自身情况做适当调整。

## 二、动线堵截

美的林城时代渠道拓客工作见解 日期:2016年5月31日

### 1. 碧桂园拓客模式是否适用于林城时代

- 大差价:低于客户心理预期的价格

碧桂园营销拓客执行分析: • 精准的客户定位及对应渠道方式定位:详尽的策略制定、找到高效的工作模式,人海战术中依然有条不紊,按部就班。

- 渠道之间的整合协调:降低项目甲方与分销间的内耗及摩擦
- 精细的团队管理:大投入既带来几百人的销售团队,将详尽的工作计划、高效的培训、明确的责任分工、严明的工作纪律和狼性的团队文化树立做到极致。

### 2. 林城时代往期渠道拓展分析

•精编兼职派单模式:由策划及置业顾问培训督导兼职在加油站等地驻点派单,以推广为主。•大客户拜访模式:由大客户经理及置业顾问拓展大客户资源,主攻写字楼、商铺产品,线下一对一拜访,以成交为主。

•兼职海派城推模式:由大量兼职以云岩区、白云区为主大量投放dm单,以拉访留电为主推广并行。

## 渠道拓展工作计划 渠道拓展工作计划优选篇三

### 一、授权店管理

渠道经理对授权店进行分期管理,运作引导期(建议至少1周)进行一对一驻店管理,运作成熟期(引导期结束后)对辖区授权店进行每月不少于4次,每次约1-2小时(不包含交

通时间，时间长短可随具体情况而异）的一对多巡店管理，同时第三方市场研究公司对授权店进行定期巡查。

### （一）网点拓展

2、对有合作意向的网点进行资格审核，包括证照核对及实地核查，把好网点审核第一关，提高渠道建设质量。

### （二）网点维护

6、负责实时收集与反馈辖区内授权店的相关信息，并制定相关优化建议；

渠道经理每月对每家直销点进行不少于2次的巡查，每点每次巡查时间约15-30分钟（不包含交通时间，时间长短可随网点星级及具体情况而异），同时第三方市场研究公司定期对直销点进行巡查。

### （一）网点拓展

2、负责对辖区内直销点进行业务监督、支撑和指导，受理直销点

5、负责实时收集与反馈辖区内直销点的相关信息，并制定相关优化建议；

6、负责结合区域特色，协调落实辖区内直销点相关的户外营销活动。

3 / 33 / 3

## 渠道拓展工作计划 渠道拓展工作计划优选篇四

建立经销商，组成的经销网络，大力做小区推广，宣传直接

面向终端，协助经销商销网络的完善和形象的树立，实现品牌效应。

## 二、市场现状分析：

x市场规模庞大，在市场不断拓展过程中，品牌竞争已经出现，就客户而言，在对产品质量没有客观认知的情况下首选、免检产品，其次比价格，因此在产品质量有所保证的情况下，还要有品牌保障，促进品牌的快速成长便成为我们市场开发过程的重要组成部分。价格方面，竞争十分严重。部分厂家尽量不参与市场价格的恶性竞争，但在制定价格体系时不得不参考市场价格现状，尽量稳定自身在市场中的价格体系，维护经销商和自身的利益，取不同的策略稳定市场，制定统一的市场价格表，在市场上严格执行。

## 三、产品定位：

- 1、市场定位：零售中高档家装市场；
- 2、目标消费群体：终端家装用户；
- 3、价格定位：中档价格；
- 4、品牌形象定位：高品质重服务品牌形象。

## 四、销售模式的确定：

确定渠道销售，模式如下：

生产厂家-----销售部-----经销商-----终端消费

选择此渠道的原因：

- 1、与公司目前现状相符合，降低销售公司管理运作费用；

3、产品在销售过程中将市场风险化整为零，降低各个环节的经营风险；

4、众多的零售商，容易形成一张销售网络，有利于市场基础的建立和产品的品牌树立。该渠道上各相关因素的基本特征：由此可以看出，渠道客户看中的利润，因此我们在渠道建设时是否能给他们创造利益，深刻影响着市场开拓。

五、渠道销售实施计划：

### （一）、区域市场划分和人员配置

开发步骤根据“先易后难”的原则，从川中、南、北、东南四个区域同时进行，每个区域由专人负责，确定区域内重点地级市，先开发重点地级市场，再开发县级市场，同时开发零售分销商，从而行成一张以地级市为中心、县级市场为网点、零售分销商组成的销售网络。每个区域内，除了市场开发人员以外，还需要配置一名市场维护人员，行成“开发—维护—开发”同时进行，这样既能保证给客户良好的售后服务，树立良好的品牌形象，又能对市场进行深入拓展，维持市场稳定，及时的解决市场问题，并能够随时掌握市场信息，发挥着市场服务人员和市场督导人员的作用，有利于形成公司系统的统一的市场管理体制。

## 渠道拓展工作计划 渠道拓展工作计划优选篇五

开头语：

应对语一：（客户没有意见）好的，感谢\*先生/小姐您对我们工作的支持，如果您的爱车需要保养、维修预约等，您可以直接和我联系，我将竭诚为您服务。应对语二：（客户有意见）好的，感谢\*先生/小姐您提出的宝贵意见，我们会把您的意见反映到公司处理，并会在x日内反馈给您。

保险到期日前两个月：\*先生/小姐您好，这里是东风日产售后服务小组，我是您的爱车粤b\*\*\*\*的服务专员xxx☐很高兴为您服务。这边帮您查了一下，您的车目前共有\*次违章，\*月\*日\*\*地方违章，温馨提醒\*先生/小姐您尽早去处理掉，以免产生滞纳金或耽误您的爱车年审。

应对语一：（客户答应）好的，\*先生/小姐，稍后我会以短信的方式把报价及我的联系方式发到您手机上，您先了解下，我下午/明天上午☐ps☐和客户预约好下次联系的时间）再给您电话。

应对语二：（客户不需要）没关系的，\*先生/小姐，您可以参考了解下，也许在看过后你会产生兴趣的。

结束语：非常感谢您的接听，祝您生活愉快！

## 常用险种语术

### 一、交强险

简要介绍：交强险的全称是机动车交通事故责任强制保险，是国家强制购买的，对车辆发生交通事故造成他人的人身伤亡、财产损失，由保险公司在责任限额内赔偿。没买此险种的车辆不许上路、上牌及年审。

### 二、车辆损失险

简要介绍：因意外事故或自然灾害而造成的车辆损坏

简要介绍：保险车辆在意外事故中造成第三方遭受人身伤亡或财产损失，应当由被保险人承担的经济赔偿责任，保险公司依照约定给予赔偿。推荐语术：（已经买了交强就不用了）三者是作为交强险的重要补充的，因为一旦发生人身伤亡事故，交强险的赔偿限额是远远不够的，特别是本地的人伤赔

偿标准又相对比较高，所以为解决您的后顾之忧，我建议您还是投保50万元的第三者责任险。

#### 四、车上人员

简要介绍：车辆发生意外事故时，造成保险车队上人员的人身伤害，依法应由被保险人承担的经济赔偿责任，保险公司依照约定给予赔偿。

推荐语术：经常会有家人及朋友坐您的车吧？相信您也是非常爱他们的。所以，像您这样有责任心的人，购买这个险种也是对您自己、家人及朋友的一种保障。

#### 五、不计免赔

简要介绍：经特别约定，保险事故发生后，按对应的投保险种，应由被保险人自行承担的免赔金额，保险公司负责赔偿。

推荐语术：我建议您还是投保此险种，因为各个险种都有一定比例的自负部分，投保此险种后，原本由您自己承担的那部分责任，就由保险公司为您承担。

#### 六、玻璃单独破碎险

简要介绍：机动车挡风玻璃或车窗玻璃的单独破碎。

推荐语术：车辆在行驶过程中特别容易轧到石头造成石子飞溅，这种风险是您防范不到的，所以您只要购买了这个险种就不用担心了。

#### 七、发动机特别损失险

简要介绍：车辆因涉水行驶或遭受暴雨、洪水等自然灾害后未经必要处理启动车辆而导致发动机的直接损坏。



推荐语术：广东是一个台风暴雨高发地区，经常会有台风侵袭造成暴雨、洪水或是路面积水，所以这种险种对您来说是有必要的。

异议处理：异议一：你们保费太贵了

异议三：上次的理赔很慢

曾经给您带去的不便，实在很抱歉。我相信今年这种情况不会出现了。因为人保今年推出了11项新理赔服务举措，比如三免两快、案件索赔超时补偿、人伤案件全额垫付医疗费等，这些服务都是其他保险公司都做不到的。而且如果您以后还有此方面的问题，可以直接联系我，我随时为您服务。

异议四：朋友在其他保险公司

那他应该给您很多不错的建议吧。这样，我给您发个报价，您把这个报价和您朋友的公司比较一下。说实话，您确定您朋友给的价格真的是最低吗？如果不是，您也不好意思讨价还价吧？如果是最低价，您应该也不忍心让朋友“一分钱不赚白干活”。在我这边投保的话，您就不用担忧这种事了，您可以花更少的钱享受到更多的服务。

异议五：我在你们当地分公司买一样的吧

那当然了，但是在我这里买可以不用劳烦您亲自跑一趟了，我们有专门的派送人员可以提供上门刷卡及送单服务。您现在住在哪里呢？您看，我们这边跟您核对一下相关信息。。。

异议六：险种保费太贵

您买保险是一天，享受服务却是一年。只需每天多花\*元钱，这钱对您来说也就是少抽一根烟或是少吃一包零食，但您就可以多享受\*万元的保障。

## 异议七：别的保险公司还送其他礼品

您购买保险本身的目的就是希望得到一份可靠的保障，而保险的保障则主要体现在理赔服务上。和那些小礼品相比，理赔服务是否周到更是重要得多，所以选择保险公司还是要选理赔服务优势强的公司。再说那些小礼品对您来说，估计也没什么太大的用处，拿回去用个一两次也就扔了。

## 结束语

### 成功：

应对：谢谢您□x先生/女士，您的保单资料已经登记好了。为了保障您的权益，我与您再核对一下信息，您保单登记的行驶证车主为xxx□被保险人xxx□身份证号码\*\*\*\*\*（被保险人）。您的车牌号为\*\*\*\*\*，初次登记是xxxx年xx月，车型是xxx□发动机号是\*\*\*，车架号为\*\*\*（等待客户确认）。好的，您今年投保了交强险，\*\*元，商业险分别是\*\*\*险种，商业险保费\*\*元，共\*\*元。您的保单是从xxxx年x月x号起保，温馨提醒您：根据保监会规定，交强险一旦出单就不得退保，且无法重复投保。您的送单地址是xxx□您的联系方式是xxxxxxx□我们24小时内将为您送投保单上门同时收取您的保费\*\*\*\*。麻烦您准备一下车辆的行驶证、被保险人身份证复印件，我们的送单人员到时会向您收取。请您收到投保单后，仔细审阅，务必核对资料是否正确、齐全。如果您在保单签收过程中，发现问题可拨打\*\*\*\*\*进行咨询或是直接和我联系。感谢您对我们车行的支持，祝您生活愉快，再见！

### 不成功：

1、真的很遗憾您不能成为我们尊贵的客户，x先生/女士！如果您日后对保险方面有任何需求，欢迎您随时联系我，我很愿意为您提供服务！最后感谢您的接听，祝您生活愉快，再

见！

2、如果经过多次疑异处理后客户任坚持不在人保投保的话术：很遗憾您不能成为我们尊贵的客户, x先生/女士！也许某些方面我们还不符合您的实际需要，不过在保险方面，如果有什么疑问，您可以随时联系我，我也很愿意为您提供服务！最后感谢您的接听，祝您生活愉快，再见！

3、真的很抱歉给您带来困扰，如果日后您对保险方面有任何需求，欢迎您随时联系我们！最后感谢您的接听，祝您生活愉快，再见！

注意事项：

1、如用户感兴趣. 询问用户今年想要投保的险种，或是按照用户车辆初次登记日期建议用户投保哪些险种，介绍人保的后续理赔服务优势，如现场报价后用户没有异议应及时促成。

2、如用户忙或是不感兴趣，可以跟用户说先暂且不打扰，稍后把报价发到其手机，过段时间再联系。

3、针对用户的异议一定要及时处理，处理不了或是不在自己的权限处理范围内的，记下问题并承诺客户向领导请示，稍后再电话回复，千万不能不懂装懂或随便承诺。

(每次异议处理后一定要促成)

## **渠道拓展工作计划 渠道拓展工作计划优选篇六**

在厂领导的正确领导和关心支持下，市场部全体人员克服金融危机带来的诸多不利影响，积极开展相关工作，全年实现销售收入人民币万元，新签合同人民币2523万元；全面完成厂下达的产品服务及抢修任务；提高了人员的业务能力；做好了部门资料归档工作及价格调整工作；完善部门质量工作，贯彻

质量体系工作运行正常。

## 2工作目标

- 1) 实现销售收入力争达到人民币亿元，其中：柴油机亿元，增压器1282万元，备件及工业性协作1795万元；力争实现利润人民币920万元；新签合同力争达到人民币9000万元。
- 2) 进一步提高年轻营销人员的业务水平，培养可以独当一面的营销人才。
- 3) 进一步加强部门的文件管理工作及质量工作。
- 4) 进一步提高售后服务管理工作，提高顾客满意度。

## 3重点工作

- 1) 加强市场调研和研究工作。
- 2) 加大对竞争对手的分析和研究，制定有竞争力的销售策略，努力开拓市场渠道。
- 3) 加大力度走访船舶设计院所及船厂，了解船舶需求信息。
- 4) 建立用户信息档案、销售项目信息实行专人负责跟踪。
- 5) 加大对主流客户的营销力度，积极承接新机型订单，提高市场占有率。
- 6) 进一步把握军品老船复造市场，在稳固老机型(l+v20/27)的基础上，争取新机型(l16/24□l21/31)早日进入军方型谱。
- 7) 加大增压器市场开发力度，拓展nr15r□nr20r的整机市场，扩大增压器整机及备件的市场占有率。

8) 进一步加大老机型备件市场及工业性协作任务的承接。

9) 做好产品技术服务和质量保修任务的管理，及时组织人员提供相关服务；及时收集和整理交付产品的质量信息；建立售后服务信息月报表制度，按时编制报表；进一步提高顾客满意度。

## 渠道拓展工作计划 渠道拓展工作计划优选篇七

此为总指标，细分至每月各城市各级别店铺开发

以上为本年度渠道开发计划与目标，结合当前市场发展趋势。一类城市一类商场，尤其是华南区、华东区的优质商场。业绩好但品牌竞争激烈，合作条件苛刻，利润空间低等特点，代理经营模式会受到多重限制。所以目前大多数品牌是以直营形式操作，为了保障品牌形象在业内的主流地位，竞争中不受被动，建议此类渠道把关与合作模式一定慎重，可考虑直营模式。随着社会的发展，目前二三线城市涌现出很多一类商场，其中以shoppingmall□大型百货系统连锁机构、本地主流商场等。因为城市级别等因素，此类场有成熟的运营模式、先进的管理经验，以及优良的硬件设施（装修、档次），一般在当地会有比较大的影响力和绝对竞争力，所以此类场应做为重点突破口。进驻到这些商场，就以绝对优势占领了二三线市场。并能通过点到点模式，迅速完善销售网络。

结合本品牌情况，无论是在业内的知名度还是现有店铺的业绩等，与此类商场合作都不会有太大的阻力。但问题的关键是，这些商场从其发展和盈利的角度出发，认可品牌但不愿意和加盟商合作。主要是怕受加盟商资质和运营能力限制，达不到理想业绩目标。商场会更倾向与公司直接合作，但这和公司的发展策略不符。

所以，后期拓展工作的重点应为：挖掘和评估优质加盟商，认真筛选，择优录取。

1、 商场的人脉关系资源等。如果加盟商能疏通这些关系，

我们的工作重点则从业态评估、位置争取、终端形象跟进、培训指导、运营跟踪等环节入手。

a□互相配合，以直营形式和商场签约，再以加盟模式转交客户□b□通过和商场建立关系，让商场接受和认可公司的加盟直营化管理模式，与商场沟通过程中，一定坚持立场，使其明白公司的战略和对此商场的重视程度。

c□在无优质加盟商的情况下，甚至可以委托商场推荐加盟商和代理商。此类客户一般成功率极高，且易维护和管理。经过梳理，下半年市场推广思路及做法总结如下，新市场开发与老客户开新店相结合、平台招商与渠道推荐品牌模式相结合。

4、 通过新品发布会平台以及公司参与的深圳服装展、北京服装展、时装周发布会等一切活动，发挥所起到的品牌推广作用，奠定和提升品牌在行业的地位和影响力，吸引大批意向投资客户和商场渠道前来观摩，形成资源匹配。

5、 了解现有合作客户的经营状态和资金实力以及投资项目，积极与有实力投资的老客户进行深入沟通；鼓励、引导、支持其对该市场战略性扩张和开发。

6、 对收集的意向客户资源，进行分级管理，做到重点跟进、及时处理；

7、 以广东省为根据地重点开发与管理，辐射内地区域； 8、 随着空白市场逐步布点（做形象店），起到标杆，发挥以点代面的效果。刺激市场开发！

此计划为初步拟定，有待各层领导和部门研究后完善和执行。各个环节都应以宁缺勿烂、公司利益与品牌形象高于一切的

原则去进行，坚定立场，把握方向，完成本年度的市场开发各项指标。

## 渠道拓展工作计划 渠道拓展工作计划优选篇八

渠道销售工作在市场开拓初期，在没有市场基础的情况下，要加大市场占有率，在经销商现有的分销渠道以外，帮助客户进行新渠道销售工作的开发建立，从而从销路上给予经销上支持，解决销路问题。

### 一、重点目标简介

### 二、市场现状分析

ppr市场规模庞大，在市场不断拓展过程中，品牌竞争已经出现，就家装客户而言，在对产品质量没有客观认知的情况下首选名牌、免检产品，其次比价格，国内的金德、日丰、金牛。川内的川路、多联等品牌都有很好的市场口碑，对产品品牌的认可度比较高，因此在产品质量有所保证的情况下，还要有品牌保障，促进品牌的快速成长便成为我们市场开发过程的重要组成部分。

价格方面，竞争十分严重。本地的管材厂家很多，多数定位在低价位上，采取价格竞争方式，有些管材市场零售价格(以规格20\*的管材每根为例)不到十元，大多数厂家的产品市场零售价格在十到二十元之间，其中包括多个取得国家免检资格的产品。市场零售价格在二十元以上的产品市场反馈为中高档产品，质量好，一般为家装客户选用。下表是市场上主要ppr管材产品的经销商进货价格。

部分厂家尽量不参与市场价格的恶性竞争，但在制定价格体系时却不得不参考市场价格现状，尽量稳定自身在市场中的价格体系，维护经销商和自身的利益，采取不同的策略稳定市场，制定统一的市场价格表，在市场上严格执行。

### 三、产品定位

- 1、市场定位：零售中高档家装市场。
- 2、目标消费群体：终端家装用户。
- 3、价格定位：中档价格。
- 4、品牌形象定位：高品质重服务品牌形象。

### 四、销售模式的确定

确定渠道销售，模式如下：

生产厂家

销售部

地级零售商 地级总经销商 县级经销商 县级零售商(水工)

终端消费(工程)

选择此渠道的原因：

- 1、与公司目前现状相符合，降低销售公司管理运作费用。
- 2、基于目前管材市场的基本结构特征，在厂商合作的情况下，借助当地的客户关系，推广产品。
- 3、产品在销售过程中将市场风险化整为零，降低各个环节的经营风险。

## 渠道拓展工作计划 渠道拓展工作计划优选篇九

本人从2011年毕业于电信工作至今，已经过了5年的分水岭。



从刚开始在客户网络维护岗位转岗到前端，至今一直在渠道客户经理岗位上，我虚心向同事请教，从熟悉人员、熟悉商户、熟悉业务知识做起，使自己逐渐被员工和商户接受并认可，从而很快进入角色，担负起自己的责任，配合中心做好经营工作。

## 一、工作总结

### （一）、执行公司政策。

随着竞争对手不断进攻，公司政策也是全面更新，时时调整。作为渠道经理，必须在最短的时间里学习，吃透各种政策。同时将政策全部正确地传达，落实，跟进，反馈。

面对更新较快的政策，首先要站在更高的角度理解，不要怀疑，不能迟疑，更不能被动接受。制定工作计划，按天或按周管控进度，实时调整，务必保持目标一致性。并及时检查工作，总结经验，弥补不足，使得下一次工作做得更好。

### （二）、做好代理商支撑。

代理商的工作就是直接面向客户且为客户提供服务，他掌握政策的多少，深浅，服务态度的好坏直接影响了公司的形象。所以，做好代理商支撑，就是间接做好服务工作。和代理商建立恰当的合作关系，及时必要的沟通与打气，充分发挥代理商积极性，主动性。

政策沟通要正确、清楚、及时的做好代理商顾问工作事宜，及时处理代理商疑问、申诉、反馈和各种其它需求，做到不让代理商心存疑虑，故而间接影响业务发展。

### （三）内部协调沟通

作为渠道经理，对上要对领导负责、对公司负责，对下要对

代理商负责、对客户负责。加强自身内部沟通协调能力，可以减少工作摩擦，提升工作效率，事半功倍。具体来说就是向经验丰富的同事常请教；向上级领导多汇报；跨部门间常协作，多交流；对合作商多指导，常监督。

## 二、以后的工作计划

工作少不了学习。不论职位高低，不论经验多寡，都需要不断地学习，不断提升专业知识和自我素养。在今后的工作中，要虚心学习，结合自身实际多学习、多钻研。加强专业知识的学习，使自己精通业务知识，成为行家里手、业务内行；同时还要学习先进的经营管理经验，提高自身的思想、组织能力、协调能力和判断力，力求能够理论结合实际，适应时代的要求，不断提高自身素质。