

广告销售工作计划和目标(通用9篇)

计划在我们的生活中扮演着重要的角色，无论是个人生活还是工作领域。写计划的时候需要注意什么呢？有哪些格式需要注意呢？下面是小编为大家带来的计划书优秀范文，希望大家可以喜欢。

广告销售工作计划和目标篇一

我来公司也近两年时间了□20xx年的工作的工作已告于段落□20xxx年新篇章已经开启，回顾14年的工作，从4月份我开始由业务转为活动执行，独立设置的部门，专门执行公司的活动，14年的活动基本都能见到活动部的身影。从承接活动时所作的报价表，联系物料商、演艺人员，到现场的搭建监督，活动中的执行，收场，整个活动都有活动执行人员的身影。

说明活动部在公司的重要性，最能体现公司形象的关键。下面总结一下我对20xx年工作的年度总结。

2、与人的沟通技巧不足，做事没提要求。特别是物料上搭建完成时间、演艺准时到场问题特别突出。

3、工作安排不合理，不会带新人。活动部组建来参与活动部的来来去去也有5个人，但现在留下的只有我一个。带人的没有一个完整流程，不能让新人快速了解到部门的工作，快速投入工作，导致新人对活动执行失去信心。

4、在谈判上表现得不够强势，气场不足。演艺的价格，物料商的价格压不下。

5、做事不够细心，遇到没有能够及时的处理。

6、整合资源的方面不完善。对柳州的演艺资源、物料资源、活动场地的储备不足，报价不懂。表现在业务人员需要时不能及时报价，造成与业务对接上的不利，有可能会流单。这些问题都导致我在20xx年的工作上很被动，在现场执行活动也很费劲。所以20xxx年的工作必须要有新的变化，要有计划、有预期、有要求的完成这个活动执行的工作。

20xxx年的计划：活动部作为公司业务支撑的部门也是公司塑造良好形象的部门必须担起重任，不能够对公司业务造成影响。

1、首先要完善活动部的工作职责，做出工作流程，执行标准。

2、常备活动场地资源的，做表备案，虽然手上的场地资源基本都有，但是场地价格实时更新，也经常换场地负责人，所以要经常联系场地，业务需求第一时间可以报价。

3、物料、演艺资源类资源收集。现在公司的物料、演艺资源虽然有不少，但是没有做成ppt对业务推广不方便。必须做一份ppt方便公司推广演艺、物料。还有就是有更新的新意的演艺资源及时向业务了解。

4、公司仓库的管理20xx年末，已对公司的仓库物料进行了清点，归类。在20xxx年做好仓库物料的出库入库的登记，实时更新。

5、作为活动执行，需要经常去参与别的公司做的活动，发名片，收集客户，微活动部出创收。

广告销售工作计划和目标篇二

根据实际市场情况及个人业务能力的逐渐提升，销售目标的制定，应呈现递增的情况。

现以月为一个销售期，在前三个月制定的业务量目标如下：
（具体随实际情况应做适当的调整）

为了完成计划销售目标，我认为应该做好以下的准备工作。

（一）、熟悉业务知识

- 1、了解公司的发行媒体及发展史
- 2、报纸定位及理念
- 3、板块设计布局及价位
- 4、发行渠道及形式

（二）市场调查工作

- 1、同行业报纸的种类
- 2、比较各大报纸的发行渠道及形式、发行量、发行质量、发行效果等。
- 3、总结自身优劣势

（一）、目标市场分析

通过总结以往的几期报纸，涉及的主要行业有：医疗卫生、城乡街道宣传、汽车行业、字画文学、民办企业、国营企业等。

总结看来，房地产、餐饮、商场、银行、证券等市场涉及的广告较少。可以适当推广一下。

（二）、寻找潜在目标客户

通过市场调查，运用各种调查手段总结讯息，我总结以下几种途径：

1、关注各个媒体（报纸）

在其他报纸上经常做广告的大中企业

2、走访市场，了解讯息

及时把握市场讯息：新企业入市、新开楼盘、节日活动等。

3、老客户介绍

4、自身人脉

5、客户自动来访或来电

（三）、目标客户定位

大中型国营、民营、合资企业、企事业单位。

（四）、抓住客户

1、掌握目标客户的详细资料

2、邀约跟相关负责人面谈，了解意向

3、洽谈过程中，做好记录

4、针对性提出广告建议，吸引客户

5、做好签约客户的服务工作

（五）、维护客户

- 1、组建客户资料库，并不断更新
- 2、及时做好问题反馈工作
- 3、解决客户问题，令客户满意
- 4、不定期发送节日问候，累积诚意客户

广告销售工作计划和目标篇三

1. 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。暂订年任务：销售额100万元。
2. 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。
3. 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。
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。

广告销售工作计划和目标篇四

xx年是我们杂志广告部业务开展的开局之年，做好xx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xx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。

一、制定每月、每季度的工作计划。充分利用现有资源，尽努力、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xxxx公司的知名度及推进速度告知，因为处于双节等特殊时期，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化！

二、制订学习计划。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）。

三、加强自己思想建设，增强全局意识、增强责任感、增强团队意识。积极主动地把工作做到点上、落到实处。我将尽我的能力减轻领导的压力。

以上，是我对xx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。xx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。

广告销售工作计划和目标篇五

一、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。

二、在拥有老客户的同时还要不断从各种媒体获得更多客户信息。

三、要有好绩效就得加强业务学习，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。

1：每月要增加1个以上的新客户，还要有到个潜在客户。

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。给客户一好印象，为企业树立更好的形象。

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：和企业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我要努力完成6000台的任务额，为

企业创造更多利润。

广告销售工作计划和目标篇六

做工作计划，按计划工作，这不仅是工作的需要，只有在计划的过程中，一个人才会认真地去检视自己，并合理地分析工作与生活、自己与同事、公司发展与个人成长的辩证关系。下面是本站小编整理的广告销售工作计划书，希望对大家有所帮助！

20xx年是分公司的发展年，对整个公司来说更是大跨步、大发展的一年。这一年来，我们尽心尽力、全心全意，取得了不错的成绩。庄子曰“一龙一蛇，与时俱化”。站在20xx年与20xx年的关口，处在猪年与猪年的交接点，上饶分公司在双龙相辉交应时，特制定未来一年的工作计划，描绘未来发展的宏伟蓝图。接下来的一年，是上饶分公司发展的关键年，上饶分公司所有成员自当兢兢业业，继续努力，为实现总公司的发展目标不断奋进。

一、20xx年任务目标

20xx年预计实现总营业额260万元，每个季度都制定营业目标，并认真记录落实情况。其中第一季度预计营业额30万。第二季度预计营业额60万，；第三季度预计营业额80万；第四季度预计营业额90万。

二、工作落实

(一)完善分公司机制 稳步发展 由于上饶分公司是新成立的公司，面对的是全新的市场。这既是一个难得的机遇，更是一个严峻的挑战。打铁还需自身硬，只有先完善公司自身，才能更有竞争力。在环境上，必须添置办公用具，完善办公场地，提高办公条件，为员工创造良好的办公环境；在制度

上，不断完善分公司各项制度，制定清晰的办公流程、完善业务流程；在工作态度上，不断增强执行力，请示汇报、不打折扣，坚定执行总公司的制度标准。

(二) 构建狼性团队

一支优秀的团队是目标得以实现的法宝。公司最大的财富在于人才，在于有执行力的团队。这一年，我分公司将不断完善团队的建设，做到沟通、分工、合作、共同进步，以形成一个目标明确，有战斗力的团队。我们将为建立一支“狼性团队”不断奋斗。

(三) 形成学习氛围，加强自身战斗力 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。我分公司会适时的根据需要调整学习方向来补充新的能量。按计划对所有员工进行产品知识、营销知识、投放策略、数据、媒体运作管理等相关广告的知识培训，并且多渠道了解行业最新资讯和工艺创新，不断提高自身业务能力，不断提升工作效率。不断加强学习，提升整体战斗力。

(四) 继续将总公司制度落实到实处

- 1、《每日工作报告》、《项目进度表》、《财务日报表》、《应收账款 明细表》认真填写，及时报送，以备遗弃重要事项，及时跟进项目进度，促使各项工作有条不紊的推进。
- 2、前期设计的项目重点跟进，时刻加强关注，争取早日与客户签订合同，在收取预付款后，安排实施，以最快的响应速度完成，争取早日回款提前准备验收文件，验收完成后及时收款，保证良好的资金周转率。
- 3、施工现场严格把控，建立完善的工程验收制度，同时对广告制作公司提供的物料进行验收。加强各部门间的协调，有

效沟通，以保证工作畅通、及时、高效的开展。

(五)加强老客户维护、积极进取开拓新客户。

2、制定每日、每月、每季度的工作计划，合理安排工作量，充分利用现有资源，尽最大努力、最大限度的开拓广告市场。

3、与客户发展良好的友谊，多为客户着想，把客户当成朋友，达到思想与情感上的交融。与老客户保持密切联系，定期拜访，在时间和条件允许时，送些小礼物或宴请客户，重在沟通，增进彼此之间的感情，从而获取更多的商务信息。善谋实干，空谈误事，实干兴司。上饶分公司所有员工激情满怀，定当一鼓作气，满头苦干，为实现工作目标不断拼搏。

我来公司也近两年时间了□20xx年的工作的工作已告于段落□20xx年新篇章已经开启，回顾20xx年的工作，从4月份我开始由业务转为活动执行，独立设置的部门，专门执行公司的活动□20xx年的活动基本都能见到活动部的身影。从承接活动时所作的报价表，联系物料商、演艺人员，到现场的搭建监督，活动中的执行，收场，整个活动都有活动执行人员的身影。

说明活动部在公司的重要性，最能体现公司形象的关键。下面总结一下我对20xx年工作的年度总结。

2、与人的沟通技巧不足，做事没提要求。特别是物料上搭建完成时间、演艺准时到场问题特别突出。

3、工作安排不合理，不会带新人。活动部组建来参与活动部的来来去去也有5个人，但现在留下的只有我一个。带人的没有一个完整流程，不能让新人快速了解到部门的工作，快速投入工作，导致新人对活动执行失去信心。

4、在谈判上表现得不够强势，气场不足。演艺的价格，物料

商的价格压不下。

5、做事不够细心，遇到没有能够及时的处理。

6、整合资源的方面不完善。对柳州的演艺资源、物料资源、活动场地的储备不足，报价不懂。表现在业务人员需要时不能及时报价，造成与业务对接上的不利，有可能会流单。 这些问题都导致我在20xx年的工作上很被动，在现场执行活动也很费劲。所以20xx年的工作必须要有新的变化，要有计划、有预期、有要求的完成这个活动执行的工作。

20xx年的计划：活动部作为公司业务支撑的部门也是公司塑造良好形象的部门必须担起重任，不能够对公司业务造成影响。

1、首先要完善活动部的工作职责，做出工作流程，执行标准。

2、常备活动场地资源的，做表备案，虽然手上的场地资源基本都有，但是场地价格实时更新，也经常换场地负责人，所以要经常联系场地，业务需求第一时间可以报价。

3、物料、演艺资源类资源收集。现在公司的物料、演艺资源虽然有不少，但是没有做成ppt方便业务推广不方便。必须做一份ppt方便公司推广演艺、物料。还有就是有更新的新意的演艺资源及时向业务了解。

4、公司仓库的管理20xx年末，已对公司的仓库物料进行了清点，归类。在20xx年做好仓库物料的出库入库的登记，实时更新。

5、作为活动执行，需要经常去参与别的公司做的活动，发名片，收集客户，微活动部出创收。

根据实际市场情况及个人业务能力的逐渐提升，销售目标的

制定，应呈现递增的情况。

现以月为一个销售期，在前三个月制定的业务量目标如下：（具体随实际情况应做适当的调整）

二、学习准备阶段

为了完成计划销售目标，我认为应该做好以下的准备工作。

（一）、熟悉业务知识

- 1、了解公司的发行媒体及发展史
- 2、报纸定位及理念
- 3、板块设计布局及价位
- 4、发行渠道及形式

（二）市场调查工作

- 1、同行业报纸的种类
- 2、比较各大报纸的发行渠道及形式、发行量、发行质量、发行效果等。
- 3、总结自身优劣势

三、挖掘市场阶段

（一）、目标市场分析

通过总结以往的几期报纸，涉及的主要行业有：医疗卫生、城乡街道宣传、汽车行业、字画文学、民办企业、国营企业等。

总结看来，房地产、餐饮、商场、银行、证券等市场涉及的广告较少。可以适当推广一下。

(二)、寻找潜在目标客户

通过市场调查，运用各种调查手段总结讯息，我总结以下几种途径：

1、关注各个媒体(报纸)

在其他报纸上经常做广告的大中企业

2、走访市场，了解讯息

及时把握市场讯息：新企业入市、新开楼盘、节日活动等。

3、老客户介绍

4、自身人脉

5、客户自动来访或来电

(三)、目标客户定位

大中型国营、民营、合资企业、企事业单位。

(四)、抓住客户

1、掌握目标客户的详细资料

2、邀约跟相关负责人面谈，了解意向

3、洽谈过程中，做好记录

4、针对性提出广告建议，吸引客户

5、做好签约客户的服务工作

(五)、维护客户

- 1、组建客户资料库，并不断更新
- 2、及时做好问题反馈工作
- 3、解决客户问题，令客户满意
- 4、不定期发送节日问候，累积诚意客户

四、评估总结阶段

针对各个月的销售情况，及时做好总结工作。总结工作中出现的问题，并及时解决。主动向有经验的业务不断学习，积累经验，探讨技巧。建议定期举行业务交流会，在会上可相互学习，探讨经验，增加团队合作意识。

一、20xx年个人全年工作业绩汇总及分析：

20xx年的工作时间20xx年3月-20xx年1月，10个月的工作时间涉及的行业：投资担保40余家、食品30余家、婴儿用品40余家、汽配大世界、北环汽配车饰广场、陈砦花卉大世界、国际茶城、豫州电动车批发市场、国产汽车配件、名优汽配广场，投入时间最长的为投资担保(6月-12月)，合作的客户：亿诺担保、瑞远担保、369担保、商都妇产医院、一鸣出国教育、国际茶城、北环汽配车饰广场、陈砦花卉大世界，中原花木城、经济视点报、海瑞制药、云梦服饰、新成汽车贸易公司，但真正了解这些公司内部详细情况和决策者的兴趣爱好，几乎没有，以往工作中有一种错误的观念，始终认为发展向导或发展多个向导是浪费时间和给自己签约时会造成麻烦，只知道公司名称和联系电话就开始和客户联系推荐自己的产品，所以和客户的关系一直也都不是特别理想。

二、对照上年工作总结和计划的总结：

2、没找对人、没说对话□20xx年每次拜访客户先通过向导或外部了解客户的基本架构授权，好好想想设想拜见时客户给与好的回复，在心里自己鼓励自己，想好要说的话和想要了解的事。

3、心太急，没去见客户以前联想的太多，而提前基本很少去考虑客户真正的需求点和目标宣传是个什么样子，就去拜访客户，造成不能说服客户，反而自己自信心下降，所以在20xx年的途中避免发生盲目的追求和盲目的和客户谈判，一定要做好准备。

三、顾问式营销的六大步骤和基本要求对照分析自己的执行情况：

摧龙六式的第一式客户分析：

第一步在客户分析和客户资料收集、客户资料分析判断上要改变以前的单一形式，比方说客户资料收集方面是做业务最基本、最基础的东西，其实以往的方式方法有很多种如上网、看报、114、12580、户外、电视□dm□行业周刊，这些最基本我都能做到并且自己在这方面做的还不错。

第二步通过人脉关系自己的朋友同事介绍客户资料这个问题还不大，但是通过老客户去转介绍的很少，因为总觉得自己对老客户的服务根本就不能让其满意，从做业务到现在只有5个老客户给我进行转介绍，所以这数字是非常可悲的，不管什么原因，自己没做到让客户满意那就是自己的原因，以后在这方面还得加大自己的人际关系力度，比如说：通过行业聚会，和朋友约会多了解，另外多学习一点人际关系相关的课程。

第三步最关键的一点内部资料审核是非常欠缺的，在这个上

面自己只能给自己打10分，所以以后要全面地了解客户的个人资料包括爱好和兴趣、家庭情况、喜欢的运动和饮食习惯、行程，所有的一切都要一清二楚。

广告销售工作计划和目标篇七

1、 不断学习行业知识、产品知识，为客户带来实用介绍内容，

更好为客户服务，显得行业的专业性；

2、 先友后单：与客户发展良好友谊，转换销售员角色，处处

为客户着想，把客户当成自己朋友，达到思想和情感上的交融；

3、 调整心态，进一步提高自己的工作激情与工作自信心；百

何一个潜在客户要自信专业性的进行交流；

1、 制定工作日程表；（见附表）

2、 一天一小结、一周一大结、一月一总结；不断查找工作上

自信的工作态度才能拥有很好的工作成果；

4、 每天坚持打40个有效电话，挖掘潜在客户、每周至少拜

5、 拜访客户之前要对该客户做全面的了解（客户的潜在需求、

6、对陕西省、山西省、江西省、河南省四大省市、县公路段

情况及相关重要追踪人；

德县公路段的相关负责人；

4、山西省大同市北郊区公路段桥工程乐；

5、河南市政管理处的姚科长；

以上是我十月份工作计划，我会严格按照计划进行每一项工作；敬请魏总对此计划不全的一面加以指点，谢谢！

工作日程表（附表）

广告销售工作计划和目标篇八

新年新气象，作为广告销售如何写一年的工作计划呢？下面是计划网小编为您整理的：广告销售2018工作计划，欢迎大家参阅，更多资讯尽在工作计划栏目！

广告销售2018工作计划(一)2018杂志广告部业务开展的开局之年，做好2018作，对开创市场、媒体运营管理有着至关重要的意义，做好2018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。

一、制定每月、每季度的工作计划。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！

二、制订学习计划。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。我会适时的根据需求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)。

三、加强自己思想建设，增强全局意识、增强责任感、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。

以上，是我对2018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。2018年，我将以崭新的精神状态投入到工作当中，做好新的一年工作计划，努力学习，提高工作、业务能力。

广告销售2018工作计划(二)一、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。

二、在拥有老客户的同时还要不断从各种媒体获得客户信息。

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向结合。

四、今年对自己有以下要求：

1、每周要增加10个以上的新客户，还要有5到6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致的。

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10到20万元的任任务额，为公司创造利润。

以上就是我这一年的工作计划，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，为公司做出自己最大的贡献。

广告销售2018工作计划(三)一、制定详细的工作计划

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。

二、季度工作安排

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。

三、制订学习计划

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。

中国教育总网文档频道产品知识、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。

广告销售工作计划和目标篇九

xx年我个人计划回款100万元以上，保持增长345.9%，预计第一季度完成15万元回款，第二季度25万元回款，第三季度回款30万元，第四季度30万元，南京市内终端用户预计扩增至150家，分销商增到70家。

二、工作措施：

1. 对经销商的管理

定期检查核实经销商的产品库存，配合公司发货时间及物流工作，确保经销商的库存在短期内消化，不出现积压产品及断货现象，同时协调好各分销商的渠道，有销售网络重叠现象的，避免引起产品价格战。

2. 解决产品冲货、窜货问题

实行奖罚分明制度管理体系，解决因产品价格大幅度波动造成的市场威胁，查找冲货根源，经核实无误后取消违规经销商的产品促销资格，时间为1年。相反，提供有效信息并持有凭证的销售商，公司给予相应的促销补贴政策。

3. 销售渠道下沉

进一步将产品深度分销，由原来的批发市场深入至农贸市场，在终端的走访中，针对信息的收集，寻找对产品需求量大的

消费群。目前，浓缩果汁产品的需求量集中在咖啡馆、茶馆，我们还需要在产品质量和价格上寻找相应的切入点。

三、目标市场：

我将对扬州、泰州、盐城、淮安、镇江、连云港、芜湖、马鞍山、安庆、淮南、淮北等苏中、苏北、及安徽局部市场进行开发，搜罗并设立特约经销商，享有与南京经销商同样的经销政策，实行自然销售，特殊区域可视情况而定，是否增派销售人员。

(一)重点促销产品：

鸡汁和果汁在xx年将被重点推广，两个产品的消化周期短，但在市场竞争方面优势不明显，准备将相应消化周期长的寿司醋、芥末油，辣椒油等停止促销，从而补贴鸡汁和果汁产品的促销，能起到重点产品的增量效果。

(二)销售队伍人力资源管理：

1. 人员定岗

南京办固定人数5人，终端4人，流通1人，准备从终端调派1人兼跑流通市场，而原负责流通的人员兼跑省内周边城市，开拓空白市场。

2. 人员体系内部协调运作

每日晨会进行前日的工作汇报，端人员将负责的区域业务工作表格化，流通人员将市场信息和竞品动态提供给终端人员，终端方面的供求信息和网络资料由流通人员安排解决，大家交换意见，进行信息沟通，为销售做好全方位的工作。

3. 关键岗位定义，技能及能力要求

终端人员销售对象为市内酒店，宾馆、咖啡茶馆等，面对直接消费者进行服务，要求在谈判技巧和国语标准化的程度上有所提高，要有实际的终端业务开发率，流通人员销售目标是为产品打开分销渠道，通过分销过程，最终到达消费者，流通人员要具备清醒的思维，长远的战略眼光，善于沟通、分析、认真看待问题的启发性和套路背后的逻辑性，打开每一个产品流通的环节，确保产品顺利分销。