

# 2023年销售部工作计划和目标 销售部工作计划(模板7篇)

计划是人们在面对各种挑战和任务时，为了更好地组织和管理自己的时间、资源和能力而制定的一种指导性工具。什么样的计划才是有效的呢？下面是我给大家整理的计划范文，欢迎大家阅读分享借鉴，希望对大家能够有所帮助。

## 销售部工作计划和目标 销售部工作计划篇一

xx部门负责的客户大体上可以分为四类，即现金管理客户、公司无贷户和电子银行客户客户。结合全年的发展目标，坚持以市场为导向，以客户为中心，以账户为基础，抓大不放小，采取“确保稳住大客户，努力转变小客户，积极拓展新客户”的策略，制定详营销计划，在全公司开展系列的媒体宣传、网点销售、大型产品推介会、重点客户上门推介、组织投标和集中营销活动等，形成持续的市场推广攻势。

巩固现金管理市场领先地位。继续分层次、深入推广现金管理服务，努力提高产品的客户价值。要通过抓重点客户扩大市场影响，增强现金管理的品牌效应。各行部要对辖区内重点客户、行业大户、集团客户进行调查，深入分析其经营特点、模式，设计切实的现金管理方案，主动进行营销。对现金管理存量客户挖掘深层次的需求，解决存在的问题，提高客户贡献度。今年争取新增现金管理客户185200户。机密数据纯属虚构，深入开发公司无贷户市场。中小企业无贷户，这也是我行的基础客户，并为资产业务、中间业务发展提供重要来源。20xx年在去年开展中小企业“弘业结算”主题营销活动基础上，总结经验，深化营销，增强营销效果。要保持全公司的公司无贷户市场营销在量上增长，并注重改善质量；要优化结构，提高优质客户比重，降低筹资成本率，增加高附加值产品的销售。要重点抓好公司无贷户的开户营销，努力扩大市场占比。要加强对公司无贷户维护管理，深入分析

其结算特点，进行全产品营销，扩大我行的结算市场份额。20xx年要努力实现新开对公结算账户358001户，结算账户净增长272430户。

做好系统大户的营销维护工作。针对全市还有部分镇区财政所未在我行开户的现状，通过调用各种资源进行营销，争取全面开花。并借势向各镇区其他政府分支机构展开营销攻势，争取更大的存款份额。同时对大中型企业、名牌企业、世界10强、纳税前8000名、进出口前7334强”等10多户重点客户挂牌认购工作，锁定他行目标客户，进行重点攻关。

客户资源是全公司至关重要的资源，对公客户是全公司的优质客户和潜力客户，要利用对公统一视图系统，在全面提供优质服务的基础上，进一步体现个性化、多样化的服务。

要建设好三个渠道：

一、是要按照总行要求“二级分公司结算与现金管理部门至少配置3名客户经理；每个对公业务网点（含综合业务网点）应当根据业务发展情况至少配备1名客户经理，客户资源比较丰富的网点应适当增配，”构建起高素质的营销团队。

二、是加强物理网点的建设。目前，由于对公结算业务方式品种多样，公司管理模式的差异，对公客户最常用的仍然是柜面服务渠道。我行要加强网点建设，在贵宾理财中心改造中要充分考虑对公客户的业务需要，满足客户的需求。各行部要制定详细的网点对公业务营销指南，对不同网点业态对公业务的服务内容、服务要求、服务行为规范、服务流程等进行指导。

三、是要拓展电子银行业务渠道，扩大离柜业务占比。今年，电子银行业务在继续“跑马圈地”扩大市场占比的同时，还要“精耕细作”，拓展有层次的目标客户。各行部应充分重视与利用分公司下发的目标客户清单，有侧重、有针对地开展

营销工作，要在优质客户市场上占据绝对优势。同时做好客户服务与深度营销工作。通过建立企业客户电子银行台账，并以此作为客户支持和服务的重要依据，及时为客户解决在使用我行电子银行产品过程中遇到的问题，并适时将电子银行新产品推荐给客户，提高“动户率”和客户使用率。

深入开展“结算优质服务年”活动。要树立以客户为中心的现代金融服务理念，梳理制度，整合流程，以目标客户需求为导向。加快产品创新，提高服务效率，及时处理问题，加强服务管理，提高客户满意度，构建以客户为中心的服务模式。全面提升xx部门服务质量，实现全公司又好又快地发展目标。

结算与现金管理部作为产品部门，承担着产品创新、维护与管理的责任加强营销支持系统建设。做好总行全公司法人客户营销、单位企业级客户信息管理和单位银行结算账户管理三大核心系统的推广工作，为实施科学的营销管理提供技术手段。

完善结算产品创新机制。一是要实行产品经理制，各行配备产品经理。产品经理要成为收集、研发产品的主要承担者。二是建立信息反馈机制。各行部将客户需求汇总后报送分公司结算与现金管理部。分公司定期组织联系行、重点行召开产品创新业务研讨会，集中解决客户关心的问题。

提高财智账户品牌的市场认知度。今年要继续实施结算与现金管理品牌策略，以“财智账户”为核心，在统一品牌下扩大品牌内涵，提升品牌价值。要对新开发的结算与现金管理产品及时进行品牌设计，制定适当的品牌策略，纳入到统一品牌体系中。加强财智账户品牌的推广力度，做好品牌维护，保持品牌影响力。

发展第三方存管业务。抓住多银行第三方存管业务的机遇，扩大银证业务占比，发挥我行电子银行方便快捷的优势，加

大新产品推广应用力度。各行部要加强对产品需求的采集和新产品推广应用的组织管理，明确职责，加强考核，形成触角广泛、反应灵敏的市场需求反馈网络和任务具体、激励有效的新产品推广机制，增强市场快速响应能力，真正使投放的新产品能够尽快占领市场、取得盈利。今年将推出本外币一体化资金池、单位客户短信通知、金融服务证书、全国自动清算系统等新产品。

要加强人员管理，实施日常工作规范，制定行为准则，建立和完善工作日志制度、客户档案制度、走访客户制度以及信息反馈制度。

加强业务培训。今年分公司将继续组织各种结算和现金管理业务、电子银行业务培训和营销技能培训，尝试更加多样化的培训方式，通过深入基层培训，扩大受训人员范围，努力提高业务人员素质，以适应现代商业银行市场竞争需求。

要以风险防控为主线，积极完善结算制度体系建设。在产品创新中，坚持制度先行。要定期通报结算案件的动向，制定切实的防范措施，坚决遏制结算案件发生。加强对结算中间业务收入的管理，加大对账户管理的力度。进一步加强监督力度，会计检查员、事后监督要要注重发挥日常业务检查监督的作用，及时发现、堵塞业务差错和漏洞，各网点对存在的问题要进行整改。

## **销售部工作计划和目标 销售部工作计划篇二**

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。

## 二、销售工作具体量化任务

1. 制定出月计划和周计划、及每日的工作量。每天至少打30个电话，每周至少拜访20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。考虑北京市地广人多，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。

## 销售部工作计划和目标 销售部工作计划篇三

初步设想200x年在上一年的基础上增长40%左右，其中一车间蝶阀为1700万左右，球阀2800万左右，其他2500万左右。这一具体目标的制定希望公司老板能结合实际，综合各方面条件和意见制定，并在销售人员中大张旗鼓的提出。为什么要明确的提出销售任务呢？因为明确的销售目标既是公司的阶段性奋斗方向，且又能给销售人员增加压力产生动力。

销售策略：

1、办事处为重点，大客户为中心，在保持合理增幅前提下，重点推广“双达”品牌。长远看来，我们最后依靠的对象是在“双达”品牌上投入较多的办事处和部分大客户，那些只以价格为衡量尺度的福建客户无法信任。鉴于此□200x年要有一个合理的价格体系，办事处、大客户、散户、直接用户等要有一个价格梯度，如办事处100，小客户105，直接用户200等比例。给办事处的许诺要尽量兑现，特别是那些推广双达品牌的办事处，一定要给他们合理的保护，给他们周到的服务，这样他们才能尽力为双达推广。

2、售部安排专人负责办事处和大客户沟通，了解他们的需求，了解他们的销售情况，特别对待，多开绿灯，让客户觉

得双达很重视他们，而且服务也很好。定期安排区域经理走访，加深了解增加信任。

3、 扩展销售途径，尝试直销。阀门行业的进入门槛很低，通用阀门价格战已进入白热化，微利时代已经来临。公司可以选择某些资信比较好的，货款支付合理的工程尝试直销。这条路资金上或许有风险，但相对较高的利润可以消除这种风险，况且如果某一天竞争激烈到公司必须做直销时那我们就没有选择了。

5、 收缩销售产品线。销售线太长，容易让客户感觉公司产品不够专业，而且一旦发现实情可能失去对公司的信任。现在的大公司采购都分得非常仔细，太多产品线可能会失去公司特色。（这里是指不要外协太杂的产品如减压阀、煤气阀、软密封闸阀等）

销售部管理：

1、 人员安排

a) 一人负责生产任务安排，车间货物跟单，发货，并做好销售统计报表

e) 专人负责客户接待，带领客户车间参观并沟通

f) 所有人员都应积极参预客户报价，处理销售中产生的问题

2、 绩效考核 销售部是一支团队，每一笔销售的完成都是销售部成员共同完成，因此不能单以业绩来考核成员，要综合各方面的表现加以评定；同样公司对销售部的考核也不能单一以业绩为尺度，因为我们还要负责销售前、销售中、销售后的方方面面事务。

销售成员绩效考核分以下几个方面：

a) 出勤率 销售部是公司的对外窗口，它既是公司的对外形象又是内部的风标，公司在此方面要坚决，绝不能因人而异，姑息养奸，助长这种陋习。

b) 业务熟练程度及完成业务情况 业务熟练程度能够反映出销售人员业务知识水平，以此作为考核内容，可以促进员工学习、创新，把销售部打造成一支学习型的团队

c) 工作态度 服务领域中有一句话叫做“态度决定一切”，没有积极的工作态度，热情的服务意识，再有多大的能耐也不会对公司产生效益，相反会成为害群之马。

3、 培训 培训是员工成长的助推剂，也是公司财富增值的一种方式。一是销售部不定期内部培训，二是请技术部人员为销售部做培训。培训内容包括销售技巧、礼仪、技术等方面。

4、 安装专业报价软件，提高报价效率，储存报价结果，方便以后查找。以上只是对来年销售部的初步设想，不够完整，也不够成熟，最终方案还请各位老总们考虑、定夺。

## 销售部工作计划和目标 销售部工作计划篇四

1]酒店各部门之间充分沟通，尽可能满足客人需求而解决问题

2。正规的培训，激励员工用正确的服务方式，大胆有效授权，并通过全面检查控制服务出错率。与客人广泛接触，听取意见，将客人需求及时传递，快捷响应，努力使客人满意。

3。全员销售酒店是一种顾客与员工高度接触的企业，对客人的服务质量在很大程度上取决于员工的服务表现。酒店业真正的产品差异是来自提供服务个人。每个员工都在不知不觉的服务和过程中进行着营销活动，他们在扮演着营销员的角色。



1。根据周边机关。部委制定针对性较强的销售策略，在国内刺激内需的大环境下，各省市地区得到了充足的资金，很多地方的土建。能源。冶金。等项目正在进行或者在审查中，酒店可根据国家发改委，建设部，核二院等设计审批部门在周边的特点着重开发，可也以联络尽可能多的驻京办，酒店周边还分布大量的科研院校及大学。

2。由于酒店距离北京展览馆不远，提前与举办方联系借机发展外地客源。

3。对原有协议散客深度开发，这部分客源是酒店经营的基础，在日常工作中应对其进行分类进行科学的管理。需要将这部分的客源细分成多个阶段，进行深度开发根据入住情况将他们分成高。中。低，几个档次。通过销售人员进行细致的维护，来达到稳定增长的目标，这类客人要酒店定期的提供一些特殊的优惠或激励政策来进行奖励，以不断刺激其成为最忠诚的'客源。例如根据协议公司在酒店当年的入住间夜数量，利用酒店集团的连锁性质，向客人提供赠送本地或异地连锁店的间夜，达到激励维护的目的。

在现在的大经济背景下，现有房间数量下，将订房中心散客达到或控制在25%左右，订房中心散客很重要，其散客主要以外地客人为主，由于酒店不可能抽出大量的物力和财力开拓外地市场，所以酒店还要依赖订房中心来做对外的宣传，由于现在星级酒店多于订房中心合作，大家的佣金比例又相差不多，这样就需要酒店制定出有别于其他酒店的优惠政策，提高与其他酒店竞争性，以达到高性价比来扩大酒店异地客人中的知名度。

通过对订房中心的促销，统计订房中心在酒店的常客来达到将这部分客人变为自己的商务散客的目的。

例如酒店赠送欢迎果盘欢迎饮料等。

1. 董事会会议，一个社团一般一年举办三。四次，而且都经过精心策划和安排，人均花费比其他社团会议要高，人数在15人左右。

2. 委员会会议，社团是通过委员会进行运作的，而这些委员会每年都需要举行几次会议，人数在15人左右。

3. 管理层会议，企业的管理人员经常要到一个安安静静的环境，远离电话和其他琐事，以便于安心地去探讨一些重要的事情。根据公司规模及管理层级别选择适合酒店的会议接待，一般在20人左右。

4. 技术会议，专家们需要经常讨论一些互相关心的事情，这类会议不像其他的企业会议那样复杂，精细。

(1) 部门全体：××××元以上；

(2) 每一员工/每月：×××元以上；

有效地活动时，业务机构才不再做任何变革。

分配（高薪资）的方向发展。

上述目标的原则

（四）为达到责任目的及确立责任体制，本公司将贯彻重赏重罚政策。

（五）为使规定及规则完备，本公司将加强各种业务管理。

（六）××公司与本公司在交易上订有书面协定，彼此遵守责任与义务。基于此立场，本公司应致力达成预算目标。

1. 将全市的××家星级酒店依照区域划分，在各划分区内采用新的销售方式体制。

会督导、奖励销售，进行调查、服务及销售指导、技术指导等，借此促进销售。

3. 销售负责人的职务内容及处理基准应明确化。

1. 奖金激励对策：销售人员每售出本公司商品达到一定数量时，即赠奖金给本人以激励其销售意识。

2. 人员的辅导

(1) 负责人员可在访问时进行教育指导说明，借此提高销售人员的销售技术及加强其对商品的知识。

(2) 销售负责人员要亲自站在销售一线，示范销售要领或进行技术说明，让销售人员从中获得直接的指导。

(1) 在新销售方式体制确立之前，暂时先以人员的访问活动为主，把广告宣传活动作为未来所进行的活动。

(2) 针对广告媒体，再次进行检查，务必使广告计划达到以最小的费用创造出最大的成果的目标。

(3) 为达成前述两项目标，应针对广告、宣传技术作充分的研究。

针对本部门的新销售方针及计划，提出预算，并根据实际额的统计、比较及分析等确立对策。

## **销售部工作计划和目标 销售部工作计划篇五**

计划网专题频道工作计划栏目，提供与2018年销售部月工作计划范文相关的资讯，希望我们所做的能让您感到满意！

2018年销售部月工作计划范文【一】

## 一、任务分配

本月总目标25万，按照公司的要求分摊到每一击分别为：第一击10万；第二击8万；第三击7万，现在店面共有店员四人每一击任务已平均分配到每个人身上，确保合理分配，并激励员工按照每天任务向前赶月目标进度。

## 二、人员分配

将店铺每天的工作按照员工特点分配，合理利用人力资源。每人每天至少五名试穿顾客，至少成交两单，提高试穿率及成交率。因2月份是春季新款刚上市的时候，我会组织大家背款号了解货品，积极调整陈列，让顾客感到耳目一新。

作为高端品牌服务是不可或缺、重中之重的，在提高人员服务水平，加强服务意识教育的同时，注重员工、销售人员的言、谈、举止等综合素质的提高，更好的全心全意为顾客着想，减少投拆。

## 三、经营管理

1. 加强商品进、销、存的管理，掌握规律，提高商品库存周转率，不积压商品，不断货，使库房商品管理趋于科学化、合理化。

2. 因店铺进商场之初没有进行装修及形象设计，希望公司于春节后及时作出升级店面形象的计划，我会积极配合公司做好装修期间一切工作。

3. 利用节假日做文章，多做些促进销售的活动，如新品满额赠礼品等吸引顾客眼球的活动。另外因为我们品牌刚进入天津市场，与其它在天津已成熟品牌竞争缺乏竞争力的主要原因之一就是固定的顾客群，建议公司可以做一些鼓励顾客办理会员的优待政策，如入会有赠品等，我们会紧紧抓住有潜

力的顾客，发展成为本品牌会员。

4. 积极抓住大宗、集团购买的接待工作，做好一人接待，全面协调，让顾客感到热情、贴心的服务。

5. 为了保障完成目标所指定的内部管理制度：

1) 店铺员工要做到积极维护卖场陈列，新货到店及时熨烫；

2) 工作时间电话必须静音，且接听私人电话不得超过3分钟；

3) 无论任何班次必须保证门口有门迎，且顾客进店后必须放下手中任何工作接待顾客。

6. 为了完成目标业绩需上级领导给予货品与活动方面支持，保证每款不断码及大量赠品支持。

## 2018年销售部月工作计划范文【二】

xx年已经过去，虽然销售业绩并不理想，但那只能代表过去，为了在xx年有一个新的起点，新的目标，特制定工作计划，以作激励。

以上就是我这一年的工作计划，在实际的工作中，肯定会有各种各样的困难，我会努力克服困难. 遇到问题多像同事探讨、沟通. 不过现实来说，我现在身上有着太多的不足之处，需要领导和同事多多指出. 我会用最快的速度改正. 新的一年我们做自己的联利. 我相信自己能够有着更好的发展，不过前景才是最重要的，我相信自己能够做到最好，这也是我应该做好的。

## 2018年销售部月工作计划范文【三】

1、扩大销售队伍，加强业务培训。

人才的引进和培养是最根本的，也是最核心的，人才是第一生产力。企业无人则止，加大人才的引进大量补充公司的新鲜血液。铁打的营盘流水的兵，所以在留着合理的人才上下功夫。在选好人，用好人，用对人。加强和公司办公室人沟通，多选拔和引进优秀销售人员，利用自己的关系，整合一部分业务人员，利用业务员转介绍的策略，多争取业务人员，加大招聘工作的力度，前期完善公司的人员配置和销售队伍的建立。

另外市场上去招一些成熟的技术和业务人员。自己计划将工作重点放在榜样的树立和新榜样的培养上，一是主要做好几个榜样树立典型。因为榜样的力量是无穷的。

人是有可塑性的，并且人是有惰性的。对销售队伍的知识培训，专业知识、销售知识的培训始终不能放松。培训对业务队伍的建立和巩固是很重要的一种手段。定期开展培训，对业务员的心态塑造是很大的好处。并且根据业务人员的发展，选拔引进培养大区经理。业务人员的积极性才会更高。

## 2、销售渠道完善，销售渠道下沉。

为确保完成全年销售任务，自己平时就积极搜集信息并及时汇总，力争在新区域开发市场，以扩大产品市场占有率。合理有效的分解目标。

xxxxxx三省，市场是公司的核心竞争区，在这三省要完善销售队伍和销售渠道。一方面的人员的配置，另一方面是客户资源的整合，客户员工化的重点区域。要在这里树立公司的榜样，并且建立样板市场。加以克隆复杂。

其他省市以一部现有业务人员为主，重点寻找合作伙伴和一些大的代理商。走批发路线的公司在销售政策上适当放宽。

如果业务人员自己开拓市场，公司前期从业务上去扶持，时

间上一个月重点培养，后期以技术上进行扶持利用三个月的时间进行维护。

### 3、 产品调整，产品更新。

产品是企业的生命线，不是我们想买什么，而是客户想买什么。我们买的客户想买的。找到客户的需求，才是根本。所以产品调整要与市场很好的结合起来。另外，要考虑产品的利润，无利润的产品，它就无生存空间。对客户来讲，也是一样。客户不是买产品，而是买利润，是买的产品得来的利润。追求产品最大利润的合理分配原则，是唯一不变的法则。企业不是福利院，所以为企业创造价值最大化，就是管理的最基本要求。从发展才是硬道理到赚钱才是硬道理的转变。

一个产品的寿命是有限的，不断的补充新产品，一方面显示出公司的实力，一方面显示出公司的活力。淘汰无利润和不适应市场的产品。结合公司业务人员专业素质，产品要往三个有利于方面调整：有利于公司的发展、有利于业务人员的销售、有利于客户的需求。

## **销售部工作计划和目标 销售部工作计划篇六**

1. 配合店长完成公司下达的各项销售指标。
2. 定期的拜访零店，维护好客情关系，及时合理订货，以做好产品的生动陈列。
3. 开发空白市场，提高市场的. 占有率。
4. 积极推广新品，提高市场铺货率。
5. 积极收集竞品信息并及时整理上报

在做好订货和排面的同时，我同时也是公司的终端导购员，尽我自己的所能向消费者介绍我公司产品，使他们成为我们伊利特公司的忠实消费者，在促销方面，执行公司的各项促销计划。

1、按时整理柜子，和库房，每天早上一上班进行卫生清洁，保证货架干净明亮。

2、按时检查维修安保、消防、防水、防火设施。

3、能及时配合公司的盘点工作。

4、应收款的收缴能按时完成。

5、财务对接账实相符。

1. 进一步加强开发空白市场，提高新品的铺货率。

2. 及时与客户沟通，进一步增加客情。

3. 加强学习，运用到实际工作中。

4. 自己的不足就是工作起来不是很认真，希望领导及时批评与指正，以得在以后工作中加以改正。

最后我们将坚定不移地延续品牌道路，及时了解市场，加强与市场互动合理发展，我相信在我的共同努力下，我们必将度过各种难关，取得市场战役的更大胜利。

## **销售部工作计划和目标 销售部工作计划篇七**

1、年销售目标：

2、销售方向：



1、本地市场，以延安市为根基，向周边县级市场拓展业务：

1)：延安市区各批发市场发展经销商，每个批发市场必须发展一名以上经销商(长青路批发市场除外)其他市场尽量全面发展客户。

2)：延安市区及郊区的文化用品零售店展开地毯式拓展。公司许配合零售文具店配货和配送。

3)：延安市区及郊区各学校以及学校内商店也需大力发展，潜力较大。

4)：延安地区每个县城的批发门市须努力开发，若县城批发门市无法做到客户资源意向可开发零售商，必须达到每个县城都多少有蓝辉印务有限公司的产品，或了解蓝辉印务有限公司的产品。

2、外地市场：

1)：陕西省周围各省一级批发市场全力以赴发展代理商或经销商，暂时包括以下地区：西安、郑州、洛阳、太原、呼和浩特、银川、兰州、西宁、成都、重庆。

2)：每个省一级批发市场至少发展一名代理商或2-3名经销商，暂且根据市场客户的实力、信誉，对本产品的认识积极性等以及一些客观性情况而定。

3)：如果各省的一级批发市场，暂时很难做到市场的投入或投入后效果不明显，可以在其省内二级(地市级)批发市场发展经销商，使二级市场成熟之后包围一级市场，但二级市场至少做2-3家经销商，从而达到我们的销售目的，完成销售目标。

1)关系维护：

为与客户加强信息交流，增进感情，对一级客户每两月拜访一次；对于二级客户根据实际情况另行安排拜访时间。

## 2) 售后协调：

目前情况下，我公司应以：“卖产品不如卖服务”，在下一步工作中，我们要增强责任感，不断强化优质服务。用户使用我们的产品如同享受我们提供的服务，从稳固市场、长远合作的角度，我们务必强化为客户负责的意识，把握每一次与客户接触的机会，提供热情详细周到的售后服务，给公司增加一个制胜的筹码。

## 1、定价原则：

1)：拉大批零差价，调动代理积极性；

2)：结合批量，鼓励大量多批；

3)：以成本为基础，以同类产品价格作为参考，使价格具有竞争力；

4)：顺应市场变化，及时灵活调整。

## 2、目的

1)：树立蓝辉印务有限公司的产品标准形象，扩大其影响；

2)：作为奖励代理的一种方式，刺激代理商的积极性。

## 开拓市场，争取客源：

销售部将配合公司整体新的销售体制，制定完善市场销售任务计划及业绩考核管理实施细则，提高销售代表的工资待遇，激发、调动销售人员的积极性。销售人员实行工作日志。以月度销售任务完成情况及工作日志综合考核销售人员。

督促销售人员，通过各种方式争取团体和零散客户，稳定老客户，开展新客户，并在拜访中及时了解收集宾客意见及建议，反馈给有关部门及总经理室。

与公司其他部门接好业务结合工作，密切配合，根据宾客的需求，主动与公司其他部门密切联系，互相配合，充分发挥公司的整体销售活力，创造最佳效益。加强有关宣传，充分利用多种广告形式推荐公司产品，宣传公司，努力提高公司知名度。

以上几点请各位领导多提建议与意见，为了公司的宏伟蓝图，齐心协力，共同进步，使公司走向辉煌的明天，挑战已经到来，既然选择了远方，何畏风雨兼程，我相信：用心一定能赢得精彩。