

# 2023年门店销售的职业规划(汇总5篇)

在日常学习、工作或生活中，大家总少不了接触作文或者范文吧，通过文章可以把我们那些零零散散的思想，聚集在一块。相信许多人会觉得范文很难写？下面我给大家整理了一些优秀范文，希望能够帮助到大家，我们一起来看看吧。

## 门店销售的职业规划篇一

空调市场连续几年的价格战逐步启动了。二、三级市场的低端需求，同时随着城市建设和人民生活水平的不断提高以及产品更新换代时期的到来带动了一级市场的持续增长幅度，从而带动了整体市场容量的扩张。20xx年度内销总量达到1950万套，较20xx年度增长11.4%。20xx年度预计可达到2500万-3000万套。根据行业数据显示全球市场容量在5500万套-6000万套。中国市场容量约为3800万套，根据区域市场份额容量的划分，深圳空调市场的容量约为40万套左右，5万套的销售目标约占市场份额的13%。

目前格兰仕在深圳空调市场的占有率约为2.8%左右，但根据行业数据显示近几年一直处于“洗牌”阶段，品牌市场占有率将形成高度的集中化。根据公司的实力及20xx年度的产品线，公司20xx年度销售目标完全有可能实现。20xx年中国空调品牌约有400个，到20xx年下降到140个左右，年均淘汰率32%。到20xx年在格力、美的、海尔等一线品牌的“围剿”下，中国空调市场活跃的品牌不足50个，淘汰率达60%。

20xx年度lg受到美国指责倾销；科龙遇到财务问题，市场份额急剧下滑。新科、长虹、奥克斯也受到企业、品牌等方面的不良影响，市场份额也有所下滑。日资品牌如松下、三菱等品牌在20xx年度受到中国人民的强烈抵日情绪的影响，市场份额下划较大。而格兰仕空调在广东市场则呈现出急速增长的趋势。但xx市场基础比较薄弱，团队还比较年轻，品牌影

响力还需要巩固与拓展。根据以上情况做以下工作规划。

根据以上情况在20xx年度计划主抓六项工作：

### 1、销售业绩

根据公司下达的年销任务，月销售任务。根据市场具体情况进行分解。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系统及各个门店，完成各个时段的销售任务。并在完成任务的基础上，提高销售业绩。主要手段是：提高团队素质，加强团队管理，开展各种促销活动，制定奖罚制度及激励方案(根据市场情况及各时间段的实际情况进行)此项工作不分淡旺季时时主抓。在销售旺季针对国美、苏宁等专业家电系统实施力度较大的销售促进活动，强势推进大型终端。

### 2、k/a代理商管理及关系维护

针对现有的k/a客户、代理商或将拓展的k/a及代理商进行有效管理及关系维护，对各个k/a客户及代理商建立客户档案，了解前期销售情况及实力情况，进行公司的企业文化传播和公司20xx年度的新产品传播。此项工作在8月末完成。在旺季结束后和旺季来临前不定时的进行传播。了解各k/a及代理商负责人的基本情况进行定期拜访，进行有效沟通。

### 3、品牌及产品推广

品牌及产品推广在20xx年至20xx年度配合及执行公司的定期品牌宣传及产品推广活动，并策划一些投入成本，较低的公共关系宣传活动，提升品牌形象。如“格兰仕空调健康、环保、爱我家”等公益活动。有可能的情况下与各个k/a系统联合进行推广，不但可以扩大影响力，还可以建立良好的客情关系。产品推广主要进行一些“路演”或户外静态展示进行

一些产品推广和正常营业推广。

#### 4、终端布置(配合业务条线的渠道拓展)

根据公司的xx年度的销售目标，渠道网点普及还会大量的增加，根据此种情况随时随地积极配合业务部门的工作，积极配合店中店、园中园、店中柜的形象建设，(根据公司的展台布置六个氛围的要求进行)。积极对促销安排上岗及上样跟踪和产品陈列等工作。此项工作根据公司的业务部门的需要进行开展。布置标准严格按照公司的统一标准。(特殊情况再适时调整)

## 门店销售的职业规划篇二

每位销售人员都会有自己的一套销售理念，我们一开始，是不知道每位销售人员的特色在哪里。等完全了解的时候，我们就应该充分发挥其潜在的优势，从而来弥补其不足之处。

如果销售人员实在没有什么潜力可以发掘，可以进行相对的帮助，来帮助每一位销售人员顺利的完成公司下达的销售指标。

销售总监需要督促的方面有：

1. 参与制定公司的销售战略、具体销售计划和进行销售预测。
2. 组织与管理销售团队，完成公司销售目标。
3. 控制销售预算、销售费用、销售范围与销售目标的平衡发展。
4. 招募、培训、激励、考核下属员工，以及协助下属员工完成下达的任务指标。

5. 收集各种市场信息，并及时反馈给上级与其他有关部门。
6. 参与制定和改进销售政策、规范、制度，使其不断适应市场的发展。

## 门店销售的职业规划篇三

在尚未了解公司的整体战略目标和经营思路的前提，我凭借我自身工作经历实践初步计划从如下几步入手开展我的工作。

### 第一：基本情况摸底

- 1、基本硬件：店面、样柜、品牌经营权、广告投放
- 2、基础团队：销售、设计、安装、文员、（老板）
- 3、基本制度：工资制度、各种规范性文件

### 第二：日常管理的规范化和流程优化

#### （一）店面工作表格化管理

- 1、日常客户来访登记
- 2、日常客户合同登记
- 3、日常客户回访等记
- 4、日常客户投诉与信息反馈登记
- 5、日常店面人员工作交接登记
- 6、日常店面设计师派单登记
- 7、日常店面财务登记

## 8、日常店面人员考勤

### (二)形成例会制

1. 通过日、周、月例会总结前一阶段的销售结果，下发和明确今天的目标作任务。
2. 及时传达公司和商场相关文件和通知。
3. 激发员工责任感，完善激励机制，调动店面人员的积极性。
4. 优秀销售案例的分享与总结

### (三)加强卖场巡视的督导的作用

1. 主要对商品陈列，卫生清洁，员工形象，人员的服务态度，促销情况检。
2. 调动销售人员的积极性，活跃气氛。
3. 维护卖场环境整洁，及时主动协助导购人员解决消费过程中的问题。
4. 收集顾客建议和意见及时反馈公司。

## 第三：销售任务管理

### (一)：销售目标管理与细化

- 1、数据分析：历史数据、竞品、同级市场、政策、环境
- 2、前景预测，全员认可销售目标
- 3、任务分解：时间分解、店面分解(人员分解)

4、目标激励：通过现有制度进行各类有效激励。

5、方案支持：促销方案、小区团购、广告支持、促销支持

(二)优化自身资源，开拓多渠道，提高门店业绩：

1、开拓顾客购买橱柜渠道市场。(力求对每个渠道可以定制一个目标和推广的方案)

2、提升现有团队的服务和技巧提高店面的成交率，具体工作计划如下：

a□提升店面销售的服务意识

操作方向：制定统一的服务标准，引入考核机制。

操作方向：定期开展模拟演练和沟通技巧的培训

c□针对自己对产品卖点进行重新梳理，找寻产品的优点及给客户带来的利益点。

操作方向：产品卖点，销售话术，攻心销售等培训

d□对竞品调研与分析。

操作方向：对竞品调研与分析，找准自身品牌真正的经争对象，找寻竞品优缺点，实行有效竞争。。

3、扩大关联产品销售力度

操作方向：实行提高衣柜，电器的配套率来增加销量

4、做好店内vip客户的管理。

操作方向：实行店内vip客户的登记管理，节假日定期回访。

#### 第四：团队培训提升

- 1、产品特点销售话术统一与训练
- 2、销售技巧与问话技巧的沟通与说服力训练。
- 3、竞品分析与标准话术
- 4、关联产品销售标准话术
- 5、电话接听服务标准话术

#### 第五：店面销售过程监控与日常解决问题

(1)负责对店面销售人员，设计人员，业务人员的工作管理、分配与协调。

(2)实行任务细化管理，协助各销售人员达成公司下达的各项销售指标。(4)负责建立店面完善的客户信息档案，督促与监督销售人员跟进、服务好每一个顾客。

(5)负责协助店内人员处理日常顾客的疑问、投诉和店面紧急事务，并视情况及时向上级征求处理意见和汇报处理结果。

(6)负责通过各种渠道收集与整理竞争品牌和异业合作品牌的相关促销信息、其他动态信息等。

## 门店销售的职业规划篇四

经过在公司两年多的工作和学习，我对大中连锁经营的模式有了更加深入的了解，也感悟到了很多，在大中这个大家庭中，领导的帮助，团队的氛围，使我有机会学习并提高自身

素质，以及连锁店的综合管理能力。

如果我是一名店长，我认为我的个人优势在于：做好店长工作计划，有较强的学习和适应能力，理解能力强，组织能力精，沟通能力好。当然我也有不足的方面，例如：经验不足，所以我还要多多的向各位同仁学习，但我也具备了店长的基本素质：我爱岗敬业，工作踏踏实实、一丝不苟、不弄虚作假，每次遇到困境和难处我总是自我效验，从不怨天尤人，同时也具备了店长应具备的才能，我有严于律己、诚信为本的优良品质，我信奉诚实待人、严于律己的处世之道。

为了我所在门店的正常发展，我想公司能做到有法可依，我定会做到有法必依，执法必严，违法必纠，我会在第一时间理解好公司所下达的各项指令，以最快的速度下达到店内各部门，并督促各部门渐渐落实到位且不能形式化，要具体落实到每个人、每个点，让部门连成一条线，门店组成一个网，公司展开一个面，也就是说让点连起来成线，线组起来成网，网叠起来成面。我想也只有面扑开了，公司才能更快的发展，更加的强大。

1、要沟通：经常与我店周边地区并且与店内经营相关的地方政府及相关部门沟通“如：城管、派出所及我店所在的物业部门”，为今后我店在店外搞各种促销活动需要帮助时创造良好的条件。

2、要务实：即是眼睛向下看，从小事踏踏实实做起，为今后的工作打下良好的基础。

3、要交流：经常与各部门经理、员工及促销交流，了解店内及店外自己所不知道并且与店内正常销售息息相关的情况，真正做到取他人之长，避己之短。

4、要了解：即任何未曾经历过的事情一定要了解这件事的过程与结果，真正了解了才会把这件事做的更加完美，所以对



于工作当中所遇到的任何问题我都要了解这件事的过程与结果，分析利弊才能实施。

5、要总结：总结过往经验，将未曾做好的事情吸取教训，已经成功的事情寻找实施时的不足，把这些经验投入到以后的工作中去。

除上述几点以外我认为以下两点也非常重要。

## 一、店面行政管理

店内日常小事常抓不懈，才能为店面经营管理奠定良好的基础，所以店面行政管理应放在首位。

1. 建立逐级管理制度，岗位职责分工细化，自上而下。使工作事事有人管，件件能落实，防止死角现象的出现。

2. 注重店内人员的培训工作，培养员工、销售人员的集体荣誉感和主人翁意识，以店为荣，让每位员工、销售人员充分发挥各自的潜能，使之具有爱岗敬业、服务热情周到懂业务、会管理的高素质人才。

3. 建立分明的奖惩制度，以激励和约束员工、销售人员的工作，使全店成为一支团结协作的集体，在竞争中立于不败之地。

4. 利用各种合理的、能够利用的条件，创造、布置良好的店面环境，树立良好的商业形象，尽最大努力使顾客在布局合理、宽松、优美、整洁的环境中享受购物的乐趣。

5. 以“为您服务我最佳”为宗旨，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，减少投诉。

6. 重视安全保卫工作，防火、防盗，将危险隐患消灭在萌芽之中，杜绝因此给公司带来不必要的损失。

7. 创造良好的外围环境，协调好与政府部门的合作关系，以减少不必要的麻烦。

## 二、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. 明确全店销售目标，将销售任务细化、量化，落实到每个部门、品牌、人员，并进行相关的数据分析。

3. 在节假日上做文章，积极参与公司的各项促销活动，及店内的各项活动，充分做好宣传及布置的工作。

4. 抓好大宗、集团购买的接待工作，做好一人接待，全面协调，让顾客感到方便、快捷的服务。

5. 知己知彼，通过市场调研，分析总结存在的差距，及时调整，以顺应市场的发展变化，提高市场占有率。

6. 尽可能的降低成本，开源节流，以减少开支。

以上是我对店内管理的一些设想，如有不足之处希望各位领导加以指正，如果公司领导能够提供这个平台给我，我会用我的努力与勤奋，交上一份优秀的工作成绩单，证明您们的决定是对的，我决不会辜负领导们的信任与期望，我会用我在工作中所学的知识更好的为公司努力工作，我相信“月亮发光是为了证明太阳的存在”公司发展才能映照出我的进步。所以我会在以后的工作中更加努力，更加勤奋。

## 门店销售的职业规划篇五

- 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、客户管理。就是对一开发的客户如何进行服务和怎样促使他们提高销售或购买；对潜在客户怎样进行跟进。
- 4、销量任务。就是定出合理的销售任务，销售的主要目的就是要提高销售任务。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。
- 5、考核时间。销售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。