

2023年销售公司年度工作计划(实用8篇)

时间就如同白驹过隙般的流逝，我们又将迎来新的喜悦、新的收获，让我们一起来学习写计划吧。那关于计划格式是怎样的呢？而个人计划又该怎么写呢？下面我帮大家找寻并整理了一些优秀的计划书范文，我们一起来看看吧。

销售公司年度工作计划篇一

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。

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。xx年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□xx年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。

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。

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，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的发展目标。

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。

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。

销售公司年度工作计划篇二

认真贯彻实施《药品管理法》《国务院关于加强食品等产品安全监督管理的特别规定》《中华人民共和国药品管理法实施条例》《药品流通监督管理办法》和国家局《关于加强药品零售经营监管有关问题的通知》国食药监市[]496号文件精神，切实加强药品零售企业的日常监管，严肃查处各种违法违规行爲，使全区的药品流通秩序进一步规范，以确保公众的用药安全。

全区范围内的所有药品零售企业。

对全区药品零售企业的人员资质药品进货验收陈列与储存和销售等环节进行专项检查，重点检查处方药凭处方销售执行情况处方药与非处方药分类摆放专有标识的规范处方审核制度的落实驻店药师配备在职在岗是否存在违规经营零售药店禁止经营的药品是否存在挂靠经营超方式和超范围经营药品情况是否违规发布药品广告情况等。

此次检查要与分局日常监管工作做到四个结合：

一是与分局重点问题企业日常监管相结合；

二是与零售药店的gsp跟踪检查相结合；

三是信用检查相结合；

四是与以往检查发现的问题企业整改复查相结合。

对检查中发现的问题根据市局《关于开展全市药品零售企业专项检查的通知》舟食药监稽[]8号文件精神，按下列处理意见进行查处。

1、严禁药品零售企业以任何形式出租或转让柜台。禁止药品

供应商以任何形式进驻药品零售企业销售或代销自己的产品。非本药店零售企业的正式销售员，不得在店内销售药品，不得从事药品宣传或推销活动。违反规定的，按《药品管理法》第八十二条查处。

2、药品零售企业必须向合法的药品生产批发企业购进。检查采购渠道是否合法，有无从“挂靠”“过票”的个人或无证的单位等非法渠道购入药品。如发现从非法渠道进货按《药品管理法》第八十条查处。

3、药品零售企业在采购药品时必须按照规定索取查验留存供货企业有关证件资料销售凭证销售凭证应当开具标明供货单位名称药品名称生产厂商批号数量价格等内容。如发现未按照规定索取查验留存供货企业有关证件资料销售凭证，按《药品流通监督管理办法》第三十条查处；责令限期改正，给予警告；逾期不改正的，处以五千元以上二万元以下的罚款。

4、药品零售企业必须建立并执行进货检查验收制度，依法对购进药品进行逐批验收记录，未经验收不得上柜陈列和销售。购销记录必须注明药品的通用名称剂型规格批号有效期生产厂商购(销)货单位购(销)货数量购销价格购(销)货日期。检查药品零售企业是否按照规定对购进的药品逐批验收记录。上柜陈列及入库储存的药品没有验收记录的按《药品管理法》第八十五条规定查处：责令改正，给予警告；情节严重的，吊销《药品经营许可证》。

5、药品零售企业必须配备相应的药学技术人员。经营处方药甲类非处方药的药品零售企业，应当配备执业药师或者其他依法经资格认证的药学技术人员；药学技术人员必须按照省人事厅和省食品药品监督管理局规定每年参加继续教育完成规定学分方可从业；从事医用商品营业员保管员等16个工种的人员必须持有医药行业特有工种职业技能上岗证书。违反规定的。按照《药品管理法》第七十九条经查处。同时分局将对目前药品零售企业的药学技术人员和其他从业人员开展一次清理

工作，进行重新登记。

6、认真分析总结，提出对策思路。区食品药品监察稽查大队在专项检查结束后，要进行认真总结分析，客观评评价本辖区药品零售企业专项检查工作中取得的成效与存在的不足，并对检查中遇到的监管难点和重点要进行分析，提出对策思路。

销售公司年度工作计划篇三

在金融危机的影响下，找到一份工作越发的困难了，就是找到了一份工作，工作起来也是困难重重，虽然我已经工作了不少年了，可是在金融危机的影响下，我感到了工作的吃力。

1、回访完毕电话跟踪，继续上门洽谈，做好成单、跟单工作。

2、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。

3、做好每天的工作日记，详细记录每天上市场情况

4、继续回访xx六县区酒水商，把年前限于时间关系没有回访的三个县区□xx市、x县、x县，回访完毕。在回访的同时，补充完善新的酒水商资料。

1、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。

2、根据公司现在的人事管理情况，参考先进人事管理经验，推陈出新，建立健全公司新的更加适合于公司业务发展的人

事管理体系。

3、做好公司20xx年人事的工作计划规划，协助各部门做好部门人事规划。

4、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。

5、公司兼职人员也要纳入公司的整体人事管理体系。

强调实用性，引入多种科学合理且易操作的员工筛选方法(筛选求职简历、专业笔试、结构性面试、半结构性面试、非结构化面试、心理测验、无领导小组讨论、角色扮演、文件筐作业、管理游戏)。

7、把绩效管理作为公司人事管理的重心，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(卓越绩效标准、六西格玛管理□iso质量管理体系、标杆超越)、绩效结果的运用(可应用于员工招聘、人员调配、奖金分配、员工培训与开发、员工职业生涯规划)进行全过程关注与跟踪。

8、将人事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。

销售公司年度工作计划篇四

1、销售顾问培训：

在销售顾问的培训上多下功夫，现在销售员业务知识明显匮乏，直接的影响销售部的业绩，20____年的销售顾问的培训是重点，除按计划每月一次培训以外，按需要多增加培训，

特别针对不同时期竞争车型上得多下功夫研究，这在培训中应作重点。

2、销售核心流程：

完整运用核心流程，给了我们一个很好管理员工的方式——按流程办理，不用自己去琢磨，很多时候我们并没有去在意这个流程，认为那只是一种工作方法，其实深入的研究后才知道意义很重，这正式严谨管理制度带来的优势。每个销售顾问都应按这个制度流程去做，谁没有做好就是违反了制度，就应该有相应的处罚，而作为一个管理者从这些流程中就可以去考核下面的销售顾问。有了考核，销售顾问就会努力的把事情做好，相反如没有考核，销售顾问就容易缺少压力导致动力减少从而直接影响销售工作。细节决定成败，这是刘经理常教导大家的话。在20____年的工作中我们将深入贯彻销售核心流程，把每一个流程细节做好，相信这是完成全年任务的又一保障。

3、提高销售市场占有率：

(1)、现在万州的几家汽车经销商最有影响的“百事达”“商社”对车的销售够成一定的威胁，在20____年就有一些客户到这两家公司购了车。总结原因主要问题是价格因素。价格问题是我们同客户产生矛盾的一个共同点，其他公司在销售车是没有优势的，他们唯一有的优势是价格。再看我们在销售车时，除个别价格外，几乎都占优势。怎样来提高我们的占有率，就是要把我们劣势转化成优势，其实很多客户也是想在4s店购车所以才会拿其他经销商的价格来威胁，客户如果来威胁，就证明他心中有担心，总结来说他们的担心无外乎就是与整车的质量保障、有完善的售后服务、售后的索赔、售后维修的更多优惠、销售顾问的专业性(更好的使用了解车辆)、公司的诚信度、公司的人员的良好印象等密切相关，这些客户担心的因素，也是其他经销商没有的，同时也将成为我们的优势。

(2)、通过对销售顾问的培训对竞争品牌的学习提高市场的占有率。

(3)、结合市场部对公司和汽车品牌进行有力的宣传，提高消费者的知名度和对车的认知度。3、当好一个称职的展厅经理，做到销售部带头的作用，做好公司的排头兵。发扬团队精神，帮助他们做好本职工作完成公司下达的各项任务。

新一年我们团队的汽车销售工作计划以上三点都已列出。在工作中我会做好自己并带领好团队去克服种种困难，为公司的效益尽到最大的努力。

销售公司年度工作计划篇五

20xx年，我将继续严格恪守“品质第一，效率第二”的工作思想，在公司的领导下，不断完善公司的战略销售工作，及时准确地完成销售部门工作订单和交货数量。在领导的监察下，参与完成客户的产品，按时给客户交货并完成后续客服工作。继续发展新客户和新产品，及时完成公司的各方面生产和销售任务。

在20xx年的工作当中，预计要完成的主要工作，有以下几点：

1，根据客户订单及时制定和修改交货时间表，负责交货计划的具体实施过程，监控订单与相关事务的协调。确保产品的正常交付，并及时向领导反映工作过程中的问题。

2，收集国外客户信息，及时详细交货，做好各方面交货信息录入。如：图纸□ppap等信息。及时了解国际机械市场和外汇市场的新闻动向，为公司提供强大信息支持。

3，在规定时间内完成所有的文件和版本的交付工作，及时详细地向客户提供包括发票，装箱单，商业发票，运输合同，

运输声明，原产地证书等交付凭证。

4，及时就有有关航运物流等事项与顾客进行有效沟通。

5，参与公司新产品项目的评估和实施，做到生产过程的全面监控。对新发行的产品进行全面审查，跟踪生产进度。

6，完整准确地完成分项统计，月度出口应每月制定收据细节，与财务对帐。

销售公司年度工作计划篇六

一、对于老客户，要经常保持联系。

二、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。

三、对自己有以下要求

1：每周至少要保障开发8个新客户，在保障开发新客户的前提下也要维护好老客户并提高其成交率，尽量能够保证每月完成业绩。

2：经常把自己名下客户和合作客户记一下看看有哪些工作上的失误有那些地方还可以改进，确切的说就是能不能够把客户的成交量提高，及时改正希望下次还能够做的更好。

3：在和客户交谈当中必须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、行业专业方面的学习，多看书，上网查

阅相关资料，与同事们多交流，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：为了我们部门的销售任务这个月我要努力完成3w的利润任务额，为我们部门创造更多利润。

以上就是我这一年的销售人员个人工作计划，工作中总会有各种各样的困难，请老大多多的指导，共同努力克服。为我们门店做出自己最大的贡献。

第一，对上负责的原则。要坚决贯彻执行党和国家的有关方针、政策和上级的指示精神，反对本位主义。

第二，切实可行的原则。要从实际情况出发定目标、定任务、定标准，既不要因循守旧，也不要盲目冒进。即使是做规划和设想，也应当保证可行，能基本做到，其目标要明确，其措施要可行，其要求也是可以达到的。

第三，集思广益的原则。要深入调查研究，广泛听取群众意见、博采众长，反对主观主义。

第四，突出重点的原则。要分清轻重缓急，突出重点，以点带面，不能眉毛胡子一把抓。

第五，防患未然的原则。要预先想到实行中可能发行的偏差，可能出现的故障，有必要的防范措施或补充办法。

销售公司年度工作计划篇七

20xx年已经来了，作为公司销售助理的我，有很多的工作需要我去做。在总结了自己在20xx年的工作后，我发现了自己不足之处，我想我在20xx年的工作中会努力的改正的，不过现在的情况是这样的，即使不能够全部改正，努力去改就好了。在新的一年里，我会继续不断的努力工作，相信我在20xx年会做的更好！

产品的摆放，接下来新的一年里我会尽量跟北京办事处这边的人员沟通，使得这边仓库整洁规范。这个问题解决之后。对于库存方面会更好。可以方便清楚的知道哪些废看库存不足，哪些产品积压库存。对于积压库存产品还是较少的，我会及时每月请点一遍，如有积压库存产品，我会及时与总公司有关部门协商，或者与北京部这边的销售人员协商，想办法清理掉这些产品。

产品价格方面跟一些产品包装问题，我会多跟总公司有关部门沟通，公司产品价格的升降能够争取在第一时间知道，将最新的信息传达给北京部的销售员，使得公司产品的销量更好！

对于自己能力的问题。我会虚心讨教，自己在业余时间报读一些培训班。加强锻炼，让自己自身的能力得到提高。素质也能够进一步提高！

1、财务方面。

(1) 继续做好我天天的日常工作，手工帐跟电脑帐

□2□xx年年的应收账款，把握的不是很好。这一年我会把严，尽量的避免风险。

(3) 及时准确登记银行、现金日记账，做到日清月结。

(4) 做好办事处职工的工资、补助的统计汇总，做好工资、补助的发放工作。另外。我现在在这边已经稳定下来了。我在打算报读一些培训班。加强一下，到时假如条件不答应的话，我也会买一些书来自己自习！

2、仓库的治理。刚接手的时候是有点茫然。有了几个月的锻炼，虽然有了好转。但是现在还是不完善。

(1) 我将做到及时填写建立产品分类帐，核准产品等，做到帐目清楚，可查。发现问题及时汇报，改正。达到了帐物一致。

(2) 库存方面。尽量做到不积压太多的库存！因为经常有客户反映我们总是缺货，所以这一年，我会跟总公司那边协商，避免缺货现象发生！

(3) 认真登记出库入库产品数量，避免库存数量发生混乱！凯哥也有两年多的仓库治理经验。不懂的我会多向他讨教，争取把北京仓治理好，同样也希望各位销售员能够配合我。共同把北京办事处做好！我主要的计划就这些。另外我还会协助销售员共同完成销售目标。

1、与总公司洽谈还不到位。包装跟一些产品价格还没洽谈好。

2、自己的能力跟素质不够高。

3、仓库产品的实际数量跟erp数量还没能够完全准确的对上

数。

4、返修货的处理还不得当，经常拖欠客户的，导致给客户留下售后服务不到位的印象。

5、产品的摆放比较混乱。积压库存的产品，

对于这5点存在问题，将会在下一年计划尽快解决，对于实际库存与erp账面库存的问题，我会采用”一帐一人一事”的方法解决这个问题，返修货问题，我会与总公司有关部门协商。洽谈，尽快将这个问题落实解决！

20xx年其实并不好过，因为金融危机的影响，公司的发展受到了很大的限制，公司的业务也不是很好了，这些都是存在的现实问题。在今年的工作中，我会努力配合好与上面的领导之间的工作关系，一定要做的更好，这些都是作为助理的我应该做到了，我相信20xx年我会工作的更好！

销售公司年度工作计划篇八

金立基公司从1996年进入粘合剂行业，经过10多年的发展，已经在印后包装行业这个细分市场取得了不错的成绩，但是业务的发展还是局限在珠三角尤其是广东地区。而据不完全统计整个广东省生产同类产品的厂家不下500家，而胶水行业是一个技术门槛相对较低的行业，导致了行业竞争已经呈现一种白热化状态，带来的直接后果是市场的萎缩和毛利率的下降。公司要想取得进一步扩张和规模效益，已经不能仅仅局限于珠三角市场，另外国家区域经济的振兴计划让长三角以及中西部地区的工业呈现快速增长的过程，其中当然包括印后包装行业，公司管理层在此种环境下做出走出广东、开拓全国市场的决策是非常英明的。我有幸能够参与这场抢占全国市场，塑造金立基品牌的战斗中，感到非常自豪，但是也深感任务的沉重，以下是我根据公司决策层制定的销售计划而做出的区域市场开发计划，仅作参考，希望能对公司有

所帮助，请帮忙斧正！（此计划以华东区为目标区域）

二、工作目标

根据公司整体规划，今年6到12月份华东区6省2市（浙江省、江苏省、四川省、山东省、安徽省、湖北省、上海市、重庆市）共承担销售指标1092万，其中包括直营店3家（销售定额180万，每人每月7.5万），开发大、中型专业客户（终端）13家以上（销售定额720万，每人每月30万），开发经销商4家（销售定额192万，每家每月8万）。充分利用行业内大客户影响力和杠杆效应，带动中小客户的销售。另外通过设立直营门店以及广告宣传等方式让当地市场对金立基的产品和服务有个初步的了解，透过经销商和业务人员的努力，实现业务的快速增长和品牌形象的初步建立。

三、具体执行

华东市场是金立基从来没有涉猎的空白市场，没有任何经验作为借鉴，并且今年留给我们的时间并不多，任务的艰巨程度可想而知。要想保证销售任务能顺利地完，必须要有一个完整而细致的规划作为指导。

第一阶段（5月8号至6月30号）

1) 区域市场的进一步细分（5月8日）

区域经理和营销人员一起细分区域，要把握以下几个原则：第一，为了方便区域经理的管理工作，区域办事处所在城市要由区域经理亲自负责。第二，公平原则，每个营销人员所负责区域以及承担指标成正比，指标可以根据以后市场的实际情况作适当调整，第三，自愿原则，营销人员可以根据自己的实际情况选择自己熟悉或者有优势的区域，前提是其他人员也同意。若两个营销人员选择同一个区域，则采取“抓阄”方式决定。区域一旦划定短期内将不会再做更改，营销

人员必须严格遵守公司规定，不得跨区销售或报价，特殊情况需报区域经理批准方可。

2) 业务员spin技巧培训(5月10日上午)

1. 首先，利用情况性问题 (situation questions)(例如贵司生产什么样产品?…) 来了解客户的现有状况以建立背景资料库(行业、产品、目前选用哪家供应商…)，从业人员透过资料的搜集，方能进一步导入正确的需求分析。此外，为避免客户产生厌烦与反感，情况性问题必须适可而止的发问。
2. 然后，营销人员会以难题性问题(problems questions)(如你的保障够吗?对目前所使用产品满意吗?…) 来探索客户隐藏的需求，使客户透露出所面临的问题、困难与不满足，由技巧性的接触来引起准保户的兴趣，进而营造主导权使客户发现明确的需求。
3. 其次，营销人员会转问隐喻性问题(implication questions)使客户感受到隐藏性需求的重要与急迫性，由从业人员列出各种线索以维持准客户的兴趣，并刺激其购买欲望。
4. 最后，一旦客户认同需求的严重性与急迫性，且必须立即采取行动时，成功的从业人员便会提出需求-代价的问题(need-payoff questions)让客户产生明确的需求，以鼓励客户将重点 放在解决方案上，并明了解决问题的好处与购买利益。

在营销人员进行客户拜访之前，要通过一对一的面谈去了解每个人的心理状态，并作出一些有针对性的培训，这样做的目的第一是消除营销人员的紧张心理提振士气，第二是解决有些新业务员对营销实战技巧方面的欠缺，保证其能够较好的完成第一次的陌生拜访。

3) 办事处的前期筹备工作(5月12--14日)

区域经理应该在5月11号出发去上海进行办事处的前期准备工作，花不超过三天的时间物色一间合适的两房一厅或者两房两厅作为区域大本营，租房选址原则：一，环境安全、交通便利；二，价格实惠；三，手机信号良好，四，房间最好能有少量家私(床、衣柜、办公桌、热水器等等)。要确保成本控制在公司预算范围之内。区域经理租好房后及时向公司汇报，并帮助购置办公以及居住的必需品(如电脑、电话、打印机、传真机、床、热水器等)。

4) 客户资料的收集以及电话预约(5月15--22日)

区经理及营销人员通过网络及其它方式找出自己所属区域的目标客户(彩印厂、礼盒厂、纸袋厂、皮具箱包厂等)，务必在三天时间里找到200个准客户的地址、联系人、联系电话等相关资料，并将其整理成电子文档形式存档，以方便以后的联系跟进。然后通过两天时间，对找出的目标客户进行逐一电话访问，争取获得更多信息(客户是否可以使用到我司产品，每月需求量，目前使用哪个牌子产品，什么价位等)，并尽量提前预约拜访。接下来对第一次电话联系所收集的信息进行分类整理，找出有采购意向的客户进行第二次电话交谈，本次电话交流的目标是预约到30家客户接受我们到厂拜访。

5) 第一次出差(5月23—6月5日)

营销人员要做到以下几点

- a 随时与区域经理保持电话联系汇报自己在目标市场及客户开发过程中碰到的困难以及任何觉得有必要让区经理了解的情况
- b 对每个拜访的客户要做好拜访记录填写工作
- c 每周六上午写好本周的出差报告，每个月月底将当月工作情况以及下个月的出差计划做一个总结报告连同本月出差报销发票一起提交给区经理
- d 随时接受区域经理监督和指导
- e 收集出差区域市场用量最大的前十大终端客户，当地市场份额最大的前三位竞争对手资料。

1、在目标客户群密集出现的化工胶水市场周边200米范围内。

2、门店面积在30平米到40平米之间，仓库面积在80平米左右。

3、相关费用确保不超过公司预算。

6)对第一次出差成效的总结(6月6-8号)

这个时间主要做两方面的事情，首先，对营销人员收集回来的客户资料、信息进行系统化的整理归类以及提炼。

a□用量大并且在短期内可能出单，对此类客户要重点跟进。

b□用量小但是可以很快出单，此类客户放在第二位重点跟进。

c□用量大但是不能再短期内出单，分析原因并经常保持联系，等待机会的到来。一旦客户内部出现销售机会，马上作为第一重点客户跟进。

d□用量小并且不能在短期内出单，对此类客户可以暂时放弃，而寻求其它更优质的客户。

对第a□b类客户通过电话方式(至少两天一次电话)保持密切联系，随时了解客户动态，把握销售机会，同时为第二次出差拜访做好准备。对c类客户保持一个基本的联系，一旦条件成熟，此类客户很可能转化为a类客户，所以我们也不能掉以轻心□d类客户暂时可以不去联系，但是要提前做好相关资料的存档以及拜访记录的输入电脑工作，此类客户是我们以后要引导进直营门店的潜在客户。

第二，对不同客户那里收集回来的当地市场竞争对手资料情报进行比对并去伪存真，系统归纳，明确对方的价格、质量、付款方式、售后服务以及优势、劣势。并和我司产品进行对比，发现我们的差异在那里，找到我们的优势地方和竞争对手的劣势地方进行攻击，“知己知彼，方能百战百胜”。

然后，通过圆桌会议的形式，每个营销人员对于自己本次的出差情况和区域同事做一个交流，营销人员客户通过大家一起帮忙找到解决自己在出差过程中遇到的困难及困惑，另外也要将自己好的经验和方法介绍给其它同事。区域经理通过本次会议对营销人员的困难以及困惑有所了解并帮忙解决，有针对性地帮助下属培养高效率的工作方式、方法。并且可以很好的了解下属营销人员的思想动向，及时纠正不好的思想苗头，以免影响整个团队的士气。

7) 第二次出差(6月10日至30日)

1，在上次出差的基础上对有希望成交的客户进行层层深入跟进。透过客户生产产品的不同推荐我司的产品送样品给客户试用，了解客户试用后的感受并进行产品报价，如果客户对我司产品表示满意，要趁热打铁提出让客户在我司开户并下采购订单。得到客户采购订单后，要及时与总公司业务跟单联系，让业务跟单人员做好采购合同传真给客户，并帮忙安排发货。这个过程中营销人员必须全程参与并保证所有状况都在自己掌握之中，因为第一次合作是能否形成将来稳定合作关系的一个关键，对客户提出的超出自己能力范围的要求必须及时与区经理进行沟通请示，必要时客户请区经理进行协助。

2，在自己所负责区域的另取两个重点城市(省会、工业较发达城市)，集中精力和时间进行更大范围的客户拜访工作。争取在每个城市开发至少二个大中型客户，完成每个客户本月不少于10万的销售额，挖掘出一个有意向的经销商并保持联系。

2，通过与客户的沟通交流了解当地同类竞争对手的具体情况，包括主要竞争品牌厂家，产品种类，拳头产品，价格，质量，交货期，售后服务以及付款方式等相关信息，为我们制定相应的市场竞争策略做准备。