

机电销售包括哪些 销售工作计划销售工作计划模版销售工作计划(实用6篇)

在现代社会中，人们面临着各种各样的任务和目标，如学习、工作、生活等。为了更好地实现这些目标，我们需要制定计划。计划怎么写才能发挥它最大的作用呢？以下我给大家整理了一些优质的计划书范文，希望对大家能够有所帮助。

机电销售包括哪些 销售工作计划销售工作计划模版销售工作计划篇一

1) 建立一支熟悉业务，而相对稳定的销售团队。

人才是企业最宝贵的资源，一切销售业绩都起源于有一个好的销售人员，建立一支具有凝聚力，合作精神的销售团队是企业的根本。在明年的工作中建立一个和谐，具有杀伤力的团队作为一项主要的工作来抓。

2) 完善销售制度，建立一套明确系统的业务管理办法。

销售管理是企业的老大难问题，销售人员出差，见客户处于放任自流的状态。完善销售管理制度的目的是让销售人员在工作中发挥主观能动性，对工作有高度的责任心，提高销售人员的主人翁意识。

3) 培养销售人员发现问题，总结问题，不断自我提高的习惯。

培养销售人员发现问题，总结问题目的在于提高销售人员综合素质，在工作中能发现问题总结问题并能提出自己的看法和建议，业务能力提高到一个新的档次。

4) 在地区市建立销售，服务网点。

根据今年在出差过程中遇到的一系列的问题，约好的客户突然改变行程，毁约，车辆不在家的情况，使计划好的行程被打乱，不能顺利完成出差的目的。造成时间，资金上的浪费。

5) 销售目标

今年的销售目标最基本的是做到月月有进帐的单子。根据公司下达的销售任务，把任务根据具体情况分解到每月，每周，每日；以每月，每周，每日的销售目标分解到各个销售人员身上，完成各个时间段的销售任务。并在完成销售任务的基础上提高销售业绩。

我认为公司明年的发展是与整个公司的员工综合素质，公司的指导方针，团队的建设是分不开的。提高执行力的标准，建立一个良好的销售团队和有一个好的工作模式与工作环境是工作的关键。

机电销售包括哪些 销售工作计划销售工作计划模版 销售工作计划篇二

（一）xx市情

xx市位于xxx部，是一个人口、农业大市、工业重镇，有“xxx”之誉，幅员1.66万平方公里，辖1个市辖区、5个县，代管1个县级市（万源市），总人口657.56万人□20xx年底□□20xx年人均gdp11915元。xxx区是达州市、经济、文化中心，全区辖10个乡镇和两个街道办事处，人口37.73万人。要组织发展和拉升业绩必须让城区本部成为发展的领队。

（二）保险业概况

截止20xx年，全市有寿险机构13家，财险机构5家□20xx年各类保费收入99.43亿元，位居xxx第二位，全市城镇基本养老

保险覆盖人数34.25万人，新型农村合作医疗参保人数达494.23万人□20xx年1—10月xxx原保险保费收入寿险28.19亿元

（超过xx□xx□xx位居地级市第一□□xxx市保险业寿险排名顺序前六位为：中国人寿、泰康人寿、新华人寿、人保寿、太平洋、华泰人寿。知己知彼方能运筹帷幄。

（三）发展优势

交通枢纽的建设，必将带动城市化进程和经济快速增长□xx高速公路已经开工建设，从xx经xx到xx约需要9个小时□20xx年12月23日xxx高速正式开工，预计20xx年通车□20xx年9月10日xxx高速开工，预计20xx年通车□20xx年9月20日□xxx至xxx开行动车组，全程运行时间2个多小时。

天然气能源化工产业区更快更大发展□xxx化工产业园是xxx省重点扶持发展的特色工业园区，始建于20xx年6月。产业区规划面积30平方公里，分为化工工业区、能源工业区、综合工业区和仓储物流区。中石化普光净化厂已建成投入使用，中石油南坝净化厂正抓紧建设中。成功引进齐鲁石化公司、贵州瓮福集团公司□xxx投资集团公司、凯丹水务国际集团、北京润投资集团等国内外企业入驻产业区。

以上表明达州经济发展增速较快，保险业的发展增长强劲。

（一）加强政企合作是公司业务发展的根本

针对人寿保险的特殊性及与国家现行养老医疗保障制度的互补性，非常有必要与地方市、区、县级展开全面和深入的合作，以及探讨、摸索合作方式与开创合作机遇。利用人寿保险这一新的理念，借助政策平台加大自身产品宣传和品牌宣传，形成群众、和保险公司的三位共同体，互补发挥各自优势和市场效应，全方位呵护和最大保障养老和安居乐业。

（二）扎实做好市场宣传是推动业务发展的基础

鉴于目前公司办公场所局限，应加大x引导宣传；在大楼附近设点或布展宣传，提高影响力和品牌效应。做到咨询方便，投保便捷，来去无碍。

1、利用国家保险政策，切实做好宣传与探索合作模式□20xx年将施行社会保险法，其中就扩大了工伤保险和医疗保险的界定范围和支付方式，社会保险法的x为我国社保制度的改革进一步提供了基本法律依据，实现了社保制度由实验性阶段向定型、稳定、可持续发展的重大转变。随着养老、医疗保险实现异地“漫游”，统一账户，统筹支付将更大的促进寿险的专业化发展、集团化和集中性发展。

2、更新观念，树立寿险优势地位；寿险是立足养老险，涉足医疗险和意外险，覆盖个人、团体和银行三大业务体系的特殊人身险，险种可和任意组合；保险市场的发展是个人观念转变的发展，所以一定要把保险的意义讲深讲透，保持观念新、事事新，从而变被动经营为主动经营；抓住产品核心卖点，借助产品说明会、培训会和晨会加大对产品的推动力和保险营销观念的疏导力。

3、互生共荣，与行业并轨彰显个性；寿险行业发展面较广、时间较久，代理人众多，而借助目前处于优势地位的寿险渠道和社会资源大范围的宣传我公司的优势特点，进而做专业的寿险，让投保人牢固树立长城保险是一家实力强劲、资本金充足的好公司。

（三）打造优秀团队是业绩持续增长的保证

爱岗敬业是选人、用人的核心要件，是打造优秀团队的前提。

1、大增员带动大业绩，进而实现人员优化与选拔骨干人员；根据寿险营销的特点，必须拥有一大批一线代理人，既可保

证人员的正常流动，又可以在更多人员上选拔与培养，在业绩平台提高的同时实现人员优化、结构优化和层级优化。

2、不是简单的招聘人，而是要挖掘人力资源；通过招聘、引进、培育等多种方式找到适合公司业务发展的人员，并且给每一个人一个创造和发挥的平台；人是最宝贵的资源，也是最紧缺的资源，发掘每个人的潜能，调动工作意愿与建业x□最终达到利用每个人独到人脉与社会资源的目的。

3、始终坚持梯队人才的建设与层级比例人才的协调；业绩发展是核心，梯队人才建设是关键，采用社会招揽、毕业生实习、返聘退养人员等多渠道建立人才储备机制，自始至终把人员比例协调与各层级人才培养放到工作的重要位置。

4、实施有效的培训是公司管理的捷径；建立适用的有针对性的培训体系，分析团队结构和优劣，采取“缺什么补什么，始终坚持，永不放弃”的人才培养方针，对新人有“新人培训”、“创业培训”，对团队长有“理财培训”、“精英训练”、“职业生涯规划”；对各级主管有“管理培训”、“管理技能训练”等。

5、同心协力，团结凝聚力量；以总经理为聚光点，上下一心，引导、疏通全体员工同频共振，心往一处想，劲往一处使；正面竞争，化解分歧，共同进步。

（四）战略督导与战术修正是必胜的利器

1、全局把控，设点布阵；组建业务部，形成市、区、县层级网络与内部竞争格局，在竞争中锻炼和培养人才，逐步向周边辐射与推动；机构是代理人的家和心之所向，一定要有落脚点，一定要有修养所，一定要有归宿感。不能建立机构的一定找到联络人或领头人，以此由点及线，由线及面，到全面巩固发展。

2、加强基础管理训练，养成规律性的工作习惯；从早会经营、出勤管理、系统培训、职场管理等多方面入手，使各项工作有序开展；认真办好“产说会”和“创说会”，为业务人员搭建一个理想的销售平台；同时建立健全公司各项具体的规章制度，为管理畅通提供良好的依据。

3、不断创新主题，持续的开展营销活动；结合分公司业务推动方案，长远战略与及时战术相结合，到部门、进社区、进企业，通过各种形式，充分利用各种时机，将客户请进来的同时还要代理人走出去，充分利用现有条件，开展形式多样、不拘一格的客户联谊会、高端座谈会、小区联谊会、各种理财知识讲座。

（五）目标明确、责任细分是成功的关键

采用逆向思维，将全年任务目标细分到每月，确定明确的数据目标；在召开业务启动会时，再分配到各部，以至于到每个人；在执行的过程中再通过晨会、周会、每月的工作总结会展开绩效分析与追踪团队目标达成。签订责任状，实行目标管理，增强全体员工冲刺业绩的信心；同时制定好个人收益与业绩挂勾的激励方案，逐渐产生良性内动力。

感谢领导们的信任，如能上任必将报以热诚，全身心的投入工作，坚决贯彻公司的经营理念，实现公司运营发展目标，做出自己应尽的贡献。

以上是初步工作思路，敬请各位领导指正。

机电销售包括哪些 销售工作计划销售工作计划模版 销售工作计划篇三

（一）、业绩回顾

1、年度总现金回款110万，超额完成公司规定的任务；

2、成功开发了四个新客户；

(二)、业绩分析

2、上半年的重点市场定位不明确不坚定，首先定位于平邑，但由于平邑市场的特殊性(地方保护)和后来经销商的重心转移向啤酒，最终改变了我的初衷。其次看好了泗水市场，虽然市场环境很好，但经销商配合度太差，又放弃了。直至后来选择了金乡“天元副食”，已近年底了！

3、新客户拓展速度太慢，且客户质量差(大都小是客户、实力小)；

5、新客户开发面，虽然落实了4个新客户，但离我本人制定的6个的目标还差两个，且这4个客户中有3个是小客户，销量也很一般。这主要在于我本人主观上造成的，为了回款而不太注重客户质量。俗话说“选择比努力重要”，经销商的“实力、网络、配送能力、配合度、投入意识”等，直接决定了市场运作的质量。

在公司领导和各位同事关心和支持下[]20xx年我个人无论是在业务拓展、组织协调、管理等各方面都有了很大的提升，同时也存在着许多不足之处。

1、心态的自我调整能力增强了；

2、学习能力、对市场的预见性和控制力能力增强了；

3、处理应急问题、对他人的心理状态的把握能力增强了；

4、对整体市场认识的高度有待提升；

5、团队的管理经验和整体区域市场的运作能力有待提升。

1、平邑市场

虽然地方保护严重些，但我们通过关系的协调，再加上市场运作上低调些，还是有一定市场的，况且通过一段时间的市场证明，经销商开发的特曲还是非常迎合农村市场消费的。在淡季来临前，由于我没有能够同经销商做好有效沟通，再加上服务不到位，最终经销商把精力大都偏向到啤酒上了。更为失误的就是，代理商又接了一款白酒——沂蒙老乡，而且厂家支持力度挺大的，对我们更是淡化了。

2□xx市场

虽然经销商的人品有问题，但市场环境确实很好的(无地方强势品牌，无地方保护——)且十里酒巷一年多的酒店运作，在市场上也有一定的积极因素，后来又拓展了流通市场，并且市场反应很好。失误之处在于没有提前在费用上压住经销商，以至后来管控失衡，最终导致合作失败，功亏一篑。关键在于我个人的手腕不够硬，对事情的预见性不足，反映不够快。

3□xx市场

(2)、没有适当的时候寻找合适的其他潜在优质客户作补充；

4、整个xx年我走访的新客户中，有10多个意向都很强烈，且有大部分都来公司考察了。但最终落实很少，其原因在于后期跟踪不到位，自己信心也不足，浪费了大好的资源！

由于以前我们对市场的把握和费用的管控不力，导致20xx年以前的市场都遗留有费用矛盾的问题。经同公司领导协商，以“xxx发展”为原则，采纳一地一策”的方针，针对不同市场各个解决。

3、泗水：同滕州

4、峰城：尚未解决

1、管理办事处化，人员本土化；

2、产品大众化，主要定位为中档消费人群；

3、运作渠道化、个性化，以流通渠道为主，重点操作大客户；

4、重点扶持一级商，办事处真正体现到协销的作用；

2、完善各种规章制度和薪酬体制，使之更能充分发挥人员的主观能动性；

3、集中优势资源聚焦样板市场；

4、注重品牌形象的塑造。

总之xxxx年的功也好过也好，都已成为历史，迎接我们的将是崭新的xxxx年，站在x年的门槛上，我们看到的是希望、是丰收和硕果累累！

机电销售包括哪些 销售工作计划销售工作计划模版 销售工作计划篇四

组 长：李书坤

成 员：韩建国 王纯国 胡来刚

机电培训分为本矿安全教育培训和特种作业的培训。

矿培训中心教室。

本矿安全教育培训为本矿全体机电类作业人员。

特种作业人员培训主要是电钳工、提升机操作工、小绞车司机、空压机司机、主扇风机司机、变、配电工、充电工、主水泵司机等机电各工种。

1、职工的培训工作要做到“四有”即：培训有计划、学习有重点、教学有目标、考核有奖罚。

2、授课人员要精心准备、认真讲课，注重理论联系实际、知识点要全面。

3、真正做到全员参培，重点工种重点培训，以提高培训效果，并建立职工培训档案，培养职工“在工作中学习、在学习中工作”的学习的理念。

1、每周三进行本矿安全教育培训。

2、采用不脱产的学习方式，每周三上下、午授课内容相同，夜班、早班人员下午培训，中班人员上午培训，同时充分利用班前、班后会和黑板报的形式进行宣讲学习。

1、《矿山安全法》、《安全生产法》、《煤炭法》、《劳动法》、

《煤矿安全规程》及其它煤矿安全生产相关的法律法规。

2、本矿的供电系统、变配电设备、绞车、皮带机、刮板机的结构与

工作原理、设备制动与辅助装置、电气控制与信号、钢丝绳、安装调整及调试运行、斜井提升、搬运及设备的操作和管理及维护、常见故障及事故分析处理与预防。

具体包括：

(1)、常见故障的应急处理、运行注意事项等。

(2)、要求每个操作人员持证上岗，杜绝无证操作、无知检修。

(3)、机电各工种的操作规程及安全规程。各队按工种组织机电每日一题学习。

(4)、培训完备后在运行中不定期考核，着重从规程制度到突发事件的应急处理，坚决清除盲目操作检修现象，把事故消灭在萌芽状态。

谢琦、张恒、王纯国、李传成、侯化军、魏星、马召伟

1、本年度培训安排：1—4月份全体机电员工积极参预矿组织的全矿员工的全员培训。从5月份开始每星期三进行机电系统的各类司机、操作工等的理论与实践操作培训。

2、讲授的主要内容分有：煤矿安全生产的方针与法律法规(《中华人民共和国安全生产法》、《煤矿安全监察条例》、《安全生产许可条例》、《煤矿安全生产基本条件规定》、《劳动法》、《煤炭法》、《煤矿安全规程》等);相关机电各工种的理论与实践知识(电工基础、电工专业知识、矿井供电系统、矿井供电的保护、矿用隔爆电气设备、及性能和常见故障的处理，煤矿采、掘、运、通风、空气压缩机械的结构、原理、性能以及安全使用和常见故障的产生原因与处理方法)等内容。

1、为了提高职工参加培训学习的积极性，把培训成绩与职工的经济收入挂钩，奖罚分明，单位每月抽考成绩优秀的职工，每人嘉奖5分，成绩不合格者当月计件工分扣掉5分。

2、对在各种培训考试中取得前三名的职工进行奖励，对在参加各种技术比武中获得名次的职工进行重奖并在评优时给予照顾，分别嘉奖5-10分;对培训不合格的职工进行扣掉5分的处罚。

机电销售包括哪些 销售工作计划销售工作计划模版 销售工作计划篇五

工作交接情况：

只交接到kpi考核制度和表格。

人才的引进和培养是最根本的，人才是企业的排头兵，企业无人侧止。因20xx年有个别市场会做出调整以及业务员的调动分配，目前必须加快人才的引进不断补充新鲜的血液。铁打的营盘流水的兵，所以也要在留住优秀的销售人才上下功夫，稳定销售团队，成熟业务员的流失对公司的发展和财政损失不言而喻。所以希望公司给业务员提供完善的后勤保障和待遇保障，增加业务员归属感，提高销售积极性。

按照公司的长远发展，培养一个优秀稳定的销售团队至关重要。建立定期培训制度，不断地培训销售人员执行销售计划的专业技能。组织室外训练如拓展活动等，增强团队凝聚力、集体荣誉感。不定期的.业务经验及主题交流学习，可以及时了解业务员工作中遇到的问题，大家讨论和提出个人意见，总结和分析。这样不但提高了大家的主观能动性，也有效的提高自身销售能力和改掉之前销售中所走的误区。树立销售人“解决问题是职责”的职业操守。形成业务员的培训模式：问题—答案—目标—行动—结果—业绩。有了问题才有答案，有了答案才有目标，有目标才会影响行动，行动决**果，结果决定业绩。

销售计划流程管理的核心是“做正确的事”提供真实的和有参考价值得信息，明确每个业务人员的责权利和kpi考核，通过正确有效的策略方法达到原定的销售目标；而计划执行的难点，在于过程管理，其核心是“正确的做事”，是将计划转化为行动和任务的过程，因此计划的制定必须细化，现已细化到了每个业务员的任务指标和市场分配，激励的制度保障等，

为了有效激励销售团队，在执行销售计划时最大化地发挥主观能动性，严格执行绩效考核制度，使销售计划的执行和落实情况同每个执行人的切身利益相关联。并且，要建立定期会议汇报、总结、分析制度，保证计划在执行过程中出现的问题能够及时地得到总结和改进。

为了有效的控制贷款风险，提高贷款回收率，以风险防控为主线，坚持制度先行。加强客户政策和应收账款的执行，要定期通报客户账款的动向，对贷款拖欠超期客户的要加强跟踪，掌握完整的客户信息。对信誉和回款及时的客户应给予适当的奖励或优惠的价格，也可以考虑年底返点等政策，刺激客户的付款信誉。建立完善的客户档案。应收款的回款情况也直接挂钩业务人员的kpi考核。

今年销售计划已经按照区域、渠道、产品进行量化，将量化后的销售计划落实到季计划、月计划、周计划进行具体执行。然后，建立信息系统及时地收集和反馈信息，时时监督和追踪销售计划的执行情况。业务人员的月、周总结计划管理表格，能使执行信息快速地得到反馈，便于销售管理者及时知道业务人员在做什么？做的怎么样？也便于公司领导及时地指导和修正销售计划的执行。

管理始于计划，终于控制，任何一项工作只要有了计划，就说明公司的经营活动在执行前已经经过了对有价值信息的科学预测、全面分析、系统筹划，以及制订了相应的保障措施，从而确保了公司经营工作结果是可预测、可控制的。面对目前碳布市场产品同质化的激烈竞争，销售业绩的提升和产品的发展，使得任何的销售计划和变动都必须具有前瞻性，效果也必须处于可控的状态下。因此，计划是企业经营活动的基础，不断提高计划的科学性，使工作变得轻松有序更有效。

20xx年业务员负责市场会有所调动，尽量在路途距离和区域上最大合理化。业务员采用每月15日出差工作日制度，原则上同进同出。增加了跑市场的力度，对一些老客户加以巩固，

推进对新客户、大单子的把握和跟踪力度。对应收账款，及时进行督促和控制。发现问题及时解决，工作效率也会有所提高。

销售人员现局限于老客户的维护上，对新客户的开发力度不足□20xx年除了稳定老客户，还要出台措施加强新客户的开发，合理的利用出差时间。

之前**、宁夏和**是**倚城希望能做总代理，**由**意统代理，但20xx年代理商的销售业绩未能得到体现□20xx年对选择代理商要有一定的要求和政策。（）在市场上加强对云南、贵州、**等经济发达的市级地区的销售力度，扩大对福建、重庆、四川、湖北等地方的销售。

新增加了碳纤维螺纹钢产品，争取也制定出行业规范标准来，让公司产品更具有竞争力和说服力。

高层领导确实具有更大的决策权。但是我认为设立中层领导的目的在于：为公司创造效益；在业务过程当中帮公司解决问题；在职能范围内分解、承担责任。明确各岗位职责，除了明确销售人员的职责外。重要的是一个部门领导的职能，到底有多少事情、什么事情是销售经理有权利决定的。形成严格的“金字塔”管理模式。当组织不断壮大之后，人的精力和能力是很难再直接适应不断膨胀的管理层面。中间的管理流程直接影响着管理的结果。“扁平式”管理也只适合于小组织。

公司虽在人力管理上投入大量成本，但在监管和基本制度上跟不上的话，也只是劳命伤财，收效甚微。容易出现管理涣散和“集而不团”的现象。应建立充分的信任和职能，给予一定的发挥空间。所谓的“疑人不用”。

随着公司管理逐步的正规化，各项制度和保障完善化。相信20xx年一定能取得非常好的成绩。

机电销售包括哪些 销售工作计划销售工作计划模版 销售工作计划篇六

(1) 医院产品覆盖率及新客户开发。

(2) 目标科室选择及发展。

(3) 处方医生选择及发展。

(4) 开发新的用药点。

(5) 学术推广活动带来的效应。

(6) 竞争对手情况。

(7) 政策和活动情况。

2、根据所辖区域不同级别的医院建立增长预测。

3、与主管讨论

(1) 了解公司销售和市场策略，本地区销售策略。

(2) 确定指标。

4、分解目标量至每家医院直至每一个目标科室和主要目标医生。

1、制定月/周拜访行程计划。

(1) 根据医院级别的拜访频率为基本标准。

(2) 按本月工作重点和重点客户拜访需求分配月/周拜访时间。

(3) 将大型学术会议、科内会纳入计划。

2、按计划实施。

1、拜访计划：按不同级别的客户设定拜访频率，按照工作计划制定每月工作重点和每月、每周拜访计划。

2、访前准备

(1)回顾以往拜访情况，对目标客户的性格特征、沟通方式和目前处方状况，与公司合作关系进行初步分析。

(2)制定明确的可实现可衡量的拜访目的。

(3)根据目的准备拜访资料及日常拜访工具(名片、记事本等)。

(4)重要客户拜访前预约。

3、拜访目标医院和目标医生

(1)按计划拜访目标科室、目标医生，了解本公司产品应用情况，向医生陈述产品特点、利益、说服医生处方产品。

(2)熟练使用产品知识及相关医学背景知识，熟练使用销售技巧。

(3)了解医生对产品的疑义，及时正确解除疑义。

(4)了解竞争产品信息。

(5)按计划拜访药剂科(药库、门诊病房、病区药房)，以及医院管理部门(院长、医教科、社保科)相关人员。

a□了解产品库存和进货情况。

b□了解医院政策管理动向。

c□了解竞争产品信息。

d□与以上所有提及人员保持良好客情关系。

4、拜访分析及总结

(1) 整理及填写拜访记录。

(2) 拜访目标、销量达成情况分析。

(3) 制定改进方案(smart)和根据。

1、目标医院

(1) 与目标医院的药剂科、采购、库管、药房组长建立良好的合作关系，确保公司产品在医院内渠道畅通。

(2) 与目标医院内的相关学术带头人建立良好关系，获得学术支持，了解客户学术专长，与公司共同培养学术讲者。

(3) 与目标科室主任建立良好关系，确保业务活动受到他们的支持。

(4) 确保社保产品在医院社保范围内正常使用。

2、目标医生

(1) 每月做目标医院、科室和医生的销售分析和计划。

(2) 根据计划开展科室和医生的增量活动。

(3) 根据计划拓展医院、科室和目标。

1、及时认真和了解公司市场销售策略，如市场部活动季报等。

2、举行科内会。

(1)按科室、产品制定科内会覆盖计划。

(2)按计划举行科内会，熟练运用讲课技巧和学术知识达到产品宣传目的。

(3)每月回顾科内会执行效果。

3、执行大型学术会议

(1)按科室、产品制定学术活动覆盖计划。

(2)按照覆盖计划邀请客户。

(3)会前准备、计划、分工。

(4)按照分工担任相应会议组织职责。

(5)保证被邀请客户到会率90%以上。

(6)会后总结、评估会议效果，提出改进建议和计划。

(7)按大型会议主题，与目标医生进行会前预热和会后的相关科会。

1、熟练掌握公司产品知识，相关疾病知识和临床背景知识，与目标客户做专业的学术沟通。

2、练习演讲技巧，独立组织小型学术会议。

3、认真学习，熟练掌握每季度大型学术会议和科内会的主题和学术演讲资料。

4、认真学习理解公司提供的q&a资料，及时与目标医生沟通。

5、将目标医生的问题及时反馈给公司，并追踪答复。

1、掌握医院基本信息，建立医院档案，并定时更新(每月)。

2、建立目标医生档案系统。

3、及时(每月)掌握和反馈目标医院产品销售及库存情况。

4、建立科室销量跟踪系统。

5、建立科会和学术推广活动覆盖目标医生的计划和统计档案。

6、及时反馈竞争对手的基本销售状况(如促销手段、临床宣传方法、销量等)。

1、周会：递交周工作计划和总结，拜访行程等，及时反馈市场信息并积极参与讨论。

2、月会、季度会：有数据支持及分析的业务回顾和工作计划。

(1)销售数据回顾。

(2)业务活动总结回顾。

(3)竞争产品信息。

(4)阶段销售计划。

(5)经验分享。