

渠道工作开展思路及计划 渠道总监的工作职责(优秀7篇)

当我们有一个明确的目标时，我们可以更好地了解自己想要达到的结果，并为之制定相应的计划。我们在制定计划时需要考虑各种因素的影响，并保持灵活性和适应性。下面我帮大家找寻并整理了一些优秀的计划书范文，我们一起来了解一下吧。

渠道工作开展思路及计划 渠道总监的工作职责篇一

- 2、制定产品销售计划及策略，带领团队销售人员开展高效有序的市场开发。
- 3、销售管理，销售人员的培训及激励。
- 4、负责旅行社渠道的开拓，将公司产品成功向旅行社进行销售，执行并完成公司年度销售计划。
- 5、扩大产品在市场上的销售额，积极完成销售量指标，扩大产品市场占有率。
- 6、根据公司市场营销战略，提升销售价值，控制成本。
- 7、熟悉并掌握公司各项目或产品的特色，熟练操作旅游线路，根据客户需求对旅游线路产品进行优化升级。
- 8、制定每周、月度、季度及年度拓展计划，并实现有序的客户开发，提升开发效率。
- 9、收集市场信息、竞争信息和客户意见，及时向公司汇报并提出应对策略。

10、完善客户数据库及做好产品的售后服务工作。

渠道工作开展思路及计划 渠道总监的工作职责篇二

3月5日正式调入渠道部，在基本了解了渠道日常工作流程后，和前任业务代表开始下××了解渠道并进行工作交接。4月1日正式接手渠道工作，刚开始的日子，对于从技术转业务的我来说压力非常的大，这其中包括了领导对我的信任、经销商对我的考验、以及业务流程的不熟悉。在部门经理和其他同事的帮助下，我很快的找到了做业务代表的“感觉”，顺利的完成的渠道的交接工作，使工作走上了正轨。

回顾工作内容大致分为以下以下七点：

1. 信息传递：主要是用电子邮件和传真的方式及时传递产品报价和公司库存情况，日常接听业务电话，以及新产品的产品性能介绍，促销政策的及时下发，彩页和宣传资料的发放等。
2. 员工培训：在出差过程中，抽时间给经销商员工做产品性能培训和销售技巧培训。十个月内分别给公司做培训共计14次。
3. 投标支持：及时响应渠道上报的招标信息，认真填写询价表，根据实际情况和特殊情况针对每一单做出相应的支持。
4. 签约大会：在公司的组织协调下，圆满完成公司财年的经销商大会。通过此次会议，不但再次加深了对经销商的了解，同时也提升了自己在会务方面的能力。更有利的是坚定了各经销商对其分销商实力、财力等全方位的肯定，对长期的合作起了很大的促进作用，并为以后的友好业务合作奠定了基础。
5. 财年签约：在公司领导的安排下，我提前进入××，使六

个城市的十四家电脑公司进行较为详细的了解。结合去年已签约公司的销售情况和市场职能等因素，合理地概括过去一批在各地享有一定的知名度或资金，市场能力较强公司进行签约，对我公司在渠道的销售市场稳定和开拓奠定了基础，从而顺利完成了新财年商用产品的签约，同时，通过此行对于我的涉外能力也有很大的提高。

6. ××投标：今年共参加××投标八次，地区二次、地区一次、地区五次，共中标三次，中标总金额为近二百八十万。

7. 内部配合：配合市场推广部做活动共计十四站，七站、站、一站。以及电脑的大型新品发布活动。××新品在渠道区共进行四站，为期近一个月。××为主的系列新品发布站活动。

1. 凭借公司的优势去帮助经销商，大方面坚持公司的制度，在政策方面严守公司的原则不变，出现问题都以积极的态度去对待，尽公司所能为经销商解决问题。凡是遇到特殊情况，此时都是经销商非常着急的事情，每次都能主动去做好细节工作和一些实际的工作，如星期天不能发货、公司的相关接口人不在、公司有集体活动等等，我就在不违反公司制度的条件下想尽一切办法去帮助他们，如果礼拜天没有人发货，我自己去发，不论是公事还是经销商的私事，只要他们找到我，我都努力去办好，最终经销商认可了我，起到了“桥梁”的作用。

2. 观察市场，了解其变化，结合本公司的情况，对经销商进行耐心的分析，帮助其排除杂念，树立信心。我从公司的长远发展的角度去做工作。如从公司的忠诚度、厂家的资源的支持(宣传、市场活动、设立专卖店的条件等)的角度。另外，通过大量细致的工作，使得从公司实行新的信用金制度以来，除之外(因我们维修方面的原因)，渠道十三家经销商五个月无逾期，这一点是值得欣慰的。

通过十个月的渠道工作，让我深深的感到——做渠道工作

容易，想做好就是一件非常不容易的事情。可以用总结六条经验：一细二勤三要。一细即心细、二勤就是嘴勤、腿勤、三要是皮要厚、嘴要甜、心要狠。

1、心细

比如，在处理日常工作过程中，经常会遇到经销商口头向我询问报价和库存以及物流，通常他们是问几天以后的事情，可能几天都不问，但是突然就会问到，如果心不细把他们的事情忘掉了，就会让经销商觉得你不够重视他，虽然是小事情，但足以以小见大，所以必须记住。另外，在平时沟通的时候，注意一些细节问题，如：公司的发展方向、营业额突破多少万、最近的销量公司开业纪念日、老总的生日、等等，从各方面去关心他们，（渠道的经销商相对来说比较重感情!）

2、嘴勤

俗话说：商场如战场!信息是非常重要的，一个重要的信息就可带来丰厚的利润，所以在日常工作过程中，对于信息的传递是至关重要的，尤其是价格的调整、库存、促销政策等等，一定要及时的传递。

3、腿勤

作为××经销商来说，最熟的就是渠道部的业务代表了，有什么事情首先想到的就是找我去解决，那么在经销商还没有完全适应公司接口人太多的情况下，我就毫不犹豫的去办，先把事情办完后在捎带的提醒一下，比如说：下次要询这种设备的价格直接找某某人。遇到事情不能推，先办再讲!

4、皮要厚

凡是遇到经销商发火的时候一定要皮厚，听他抱怨，先不能解释原因，他在气头上，就是想发火，那就让他发，此时再

委屈也要忍受。等他心平气和的时候再给他解释原因，让他明白，刚才的火不应该发，让他心里感到内疚。遇到经销商不能理解的事情，一定要认真的解释，不能破罐子破摔，由去发展，学会用多种方法控制事态的发展。

5、嘴要甜

没有人不喜欢被人夸，在称呼上一定要注意，什么时候可以直呼其名，什么时候必须称“总”。要面子的时候给足面子。还有就是在日常出差的时候就有机会见到经销商的员工，和员工打成一片，尤其是和他们的业务骨干聊聊天、吃吃饭。可以从侧面了解到许多情况，对于负责财务的一般都是老总最亲的人，是“拉拢腐蚀”不掉的，所以就要靠嘴甜，大姐、阿姨常挂嘴边，是不是买些水果慰问一下，在收款的时候有很大的作用。如：及时的把对帐单给老总，老总说让办钱，马上就go办等等。

6、心要狠

在处理一些原则上问题的时候，一定要心狠，站对位置。不能因为平时销售能力就一味的迁就他，在处理投标支持的时候，不能参杂个人感情，要根据实际情况，狠下心来处理。

以上六点是我要在这十个月的渠道工作中总结出来的经验和体会，自我感觉认识的很片面，诚恳的希望公司领导能给予指正。

1、忙忙碌碌

每天在公司上班总是觉得忙忙碌碌，但是每天回首一天的工作，总觉得是一无所获，感觉只是一个忙字，但是具体干了什么，却也说不出个所以然，通过上次的培训，发现主要是因为我没有处理好紧急但是不重要的事情和不紧急也不重要的问题，每天大量的时间都化在了处理这些事情上，所以感觉

到一天忙忙碌碌但是总觉得一无所获，在新的一年里，我准备按照培训中所说的，把每天该做的和要做的事情分清轻重缓急，合理安排和利用自己的时间。

2、缺少经验

在工作过程中，做的最多的就是和人打交道，而且都是和公司的老总打交道，经常遇到一些问题要给经销商小之以理动之以情的去讲大道理，没到这种时候我都感觉到自己有些力不从心，因为这种时候需要多方面的知识和经验以及很多的专业理论知识，所以，我要在明年的工作过程中，总结今年的不足，随时给自己充电，同事也希望公司能多给一些这方面的培训机会，让我快速的成长起来。能更好的为公司工作。

在××的八次投标中，明显的可以感觉到，有很多方面缺少经验，比如临场答辩、投标资料的准备、投标价格的掌握、竞争对手的了解等，在每次投标之后将投标的过程以及问题做了整理，希望在新的一年里，公司能给我更多的机会去锻炼，如果有机会的话能做一些这方面的培训。

3、懒惰

在以上总结的经验中，平时在执行的时候有时不能够百分百做到，希望领导在以后的工作过程中能够经常经常指正。

4、探索

作为我个人来说，目前对自己所做的渠道工作还是不满意，我认为渠道的工作应该是多方面的，但是我目前只能作一些如我自己总结的那些事情，所以在这一年即将结束的时候，希望公司领导能给予我最大的帮助，指引我向正确的方面去发展。

流年似水，转眼到联已经是第二次写工作总结了，这不禁使

我想起在毕业时的选择，我毫不犹豫的选择了公司，我既然选择了进公司而放弃到政府单位工作，就是要珍惜宝贵的时光，公司领导把我调到商用事业部，这其中包含着对我的极大信任，也承担着很大的责任。所以，我会尽己所能，在以后的日子里，努力作好渠道工作，不辜负公司对我的信任与培养！

渠道工作开展思路及计划 渠道总监的工作职责篇三

工作总结本人从2011年毕业到电信工作至今，已经过了5年的分水岭。从刚开始在客户网络维护岗位转岗到前端，至今一直在渠道客户经理岗位上，我虚心向同事请教，从熟悉人员、熟悉商户、熟悉业务知识做起，使自己逐渐被员工和商户接受并认可，从而很快进入角色，担负起自己的责任，配合中心做好经营工作。

一、工作总结

（一）、执行公司政策。

随着竞争对手不断进攻，公司政策也是全面更新，时时调整。作为渠道经理，必须在最短的时间里学习，吃透各种政策。同时将政策全部正确地传达，落实，跟进，反馈。

面对更新较快的政策，首先要站在更高的角度理解，不要怀疑，不能迟疑，更不能被动接受。制定工作计划，按天或按周管控进度，实时调整，务必保持目标一致性。并及时检查工作，总结经验，弥补不足，使得下一次工作做得更好。

（二）、做好代理商支撑。

代理商的工作就是直接面向客户且为客户提供服务，他掌握政策的多少，深浅，服务态度的好坏直接影响了公司的形象。所以，最好代理商支撑，就是间接做好服务工作。和代理商

建立恰当的合作关系，及时必要的沟通与打气，充分发挥代理商积极性，主动性。

政策沟通要正确、清楚、及时的做好代理商顾问工作事宜，及时处理代理商疑问、申诉、反馈和各种其它需求，做到不让代理商心存疑虑，故而间接影响业务发展。

（三）内部协调沟通

作为渠道经理，对上要对领导负责、对公司负责，对下要对代理商负责、对客户负责。加强自身内部沟通协调能力，可以减少工作摩擦，提升工作效率，事半功倍。具体来说就是向经验丰富的同事常请教；向上级领导多汇报；跨部门间常协作，多交流；对合作商多指导，常监督。

二、以后的工作计划

渠道工作开展思路及计划 渠道总监的工作职责篇四

房地产渠道拓展工作计划 房地产渠道拓展工作计划 一、执行时间

三、工作分析

看梁总与三哥是否需要与其见面。确定工作完成时间 四、工作计划量化

适用项目：中高端、中端及中端以下

工作周期选择：基本贯穿整个项目营销过程，派单量最大的时间应选在蓄客期和强销期。拓客人员选择：根据各项目实际人员和项目体量安排，一般至少需要配备一名拓客主管拓客范围选择：项目周边和全市重点的繁华区域，人流量和商圈档次是商圈选择的主要标准。工作目的：广泛传递项目信息和有效

收集客户信息。

工作安排：1、制定一个完整的拓客计划

6、统计每日派单量和留电量，并进行拓客人员工作心得和拓客技巧分享，提高团队士气 审核标准：工作审核标准依据派单量和有效留电量而定，要求每人每日合理派发单页的量应达到200-300张，有效留电量至少达到20-40组。根据项目体量、档次和推广力度不同，派发量和有效留点量两项数据可以根据项目自身情况做适当调整。

二、动线堵截

美的林城时代渠道拓客工作见解 日期:2016年5月31日

1. 碧桂园拓客模式是否适用于林城时代

- 大差价:低于客户心理预期的价格

碧桂园营销拓客执行分析：
• 精准的客户定位及对应渠道方式定位:详尽的策略制定、找到高效的工作模式，人海战术中依然有条不紊，按部就班。

- 渠道之间的整合协调:降低项目甲方与分销间的内耗及摩擦
- 精细的团队管理:大投入既带来几百人的销售团队，将详尽的工作计划、高效的培训、明确的责任分工、严明的工作纪律和狼性的团队文化树立做到极致。

2. 林城时代往期渠道拓展分析

- 精编兼职派单模式:由策划及置业顾问培训督导兼职在加油站等地驻点派单，以推广为主。
- 大客户拜访模式:由大客户经理及置业顾问拓展大客户资源，主攻写字楼、商铺产品，线下一对一拜访，以成交为主。

•兼职海派城推模式:由大量兼职以云岩区、白云区为主大量投放dm单,以拉访 留电为主推广并行。

渠道工作开展思路及计划 渠道总监的工作职责篇五

营销渠道是传统上的流通规划任务,那么如何设计营销活动方案呢?下面本站小编给大家介绍关于渠道营销的一些策划方案范文,希望对您有所帮助。

一、市场分析:在我校发行的有关英语学习的报纸和杂志有21世纪报、英语周报、英语辅导报、疯狂英语等七种,竞争异常激烈,目前我又了解到学习报的英语版正在大量进入我校市场。据了解他们的销售模式只是单纯的在大学校园宿舍进行推销,但覆盖面不广,往往是各据一方。但后期报纸或杂志的发送成了最大的问题,往往出现发送报纸或杂志不及时,或报纸积压的问题,没有给学生留下好的印象。这对于刚进入我校市场的新东方英语是一个不错的有利条件。

二、推销对象分析:

推销对象:西北工业大学20xx级本科新生

对象总人数:预计本科新生在3600人左右

对象需求分析:(1)对于刚踏入象牙塔里的大学生来说,他们心中早已经有了自己的英语学习目标,考过英语四六级,然后像更高的目标奋斗。(2)在我校,由于新生进校十天左右会有一个英语分班测试,对于远离考试几个月的学生来说会比较重视此次考试。然而事先不知情的他们很少有人会带上以前的课本或者资料,因此这也是新东方英语推销的有利切入点。(3)现在英语四六级的试题改革,对当代大学生英语水平有了更高的要求。提高英语成绩的有效方法也是最基础的方法就是扩大词汇量。寻找一份有效地能帮助自己扩大词汇量

并提高自己英语整体能力的资料是许多刚进校的学生想知道的，同时考过英语四级也成了学生学习英语的目标。

三、推销市场实地与人员：

(1) 推销市场实地分析：西北工业大学地域广阔，宿舍分布较为集中。(2) 推销人员：为了进行较好的市场宣传与推销，推销人员应遍布学校新生各个宿舍区，这样才能做到有利的宣传与推销，在第一时间抢占校内较多市场，同时为以后报纸的配送提供了更多的方便。同时考虑到男生进入女生宿舍不方便，推销人员应有一定的男女比例，通过这些建立有利的地理优势！(3) 鉴于对市场实地的分析，估计总共需要40人左右的推销员分布在校园各个新生宿舍进行宣传与推销，至于后期发送杂志大概需要5人。

四、宣传与推销：

宣传主题：读新东方英语，做未来的主人！

推销宗旨：诚实守信，服务至上，让顾客满意！

前期准备：

(1) 人员招募：考虑到前期推销的艰难性，我将招募比较有责任心的、想做的并且想执着地干下去的同学和朋友，特别是以前有过推销经验的同学和朋友优先。同时也要考虑到人员地域的分布和性别比例，将招募的人员分为5个小团队，其中一个小团队为女生，并选择能力较强的人为队长。

(2) 人员培训及经验交流：作为推销团队，就应该有团队精神，同心协力将推销的事情做好。团队精神的培养需要团队成员更多的相处和彼此的了解。为了获得更好的推销成果，掌握一定的推销技巧是不可少的。虽然个人的智慧或者经验是有限的，但积水成河，聚沙成塔，团结的力量是无穷无尽的，

要求我们能够广泛的汲取经验并互相交流。除此之外，更要努力学习理论知识，多学习有关推销的技巧。

五、推销准备工作：

(1) 提前两天到校，制定推销详细规划步骤。

(2) 协调组织成员，鼓舞士气！

六、宣传推销阶段：

(1) 定点宣传：新生入学阶段，在宿舍的主要路口设接待点。为新生及其家长提供免费饮水并制作相应的宣传版进行平面宣传。同时如果条件允许可以适量地提供免费报纸。(2) 宣传与推销：新生入学的时段到新生宿舍进行宣传推销。

(3) 抓住老乡会的时机，帮忙新生了解大学生活及英语学习，为新生对大学的诸多困惑进行解答，同时对英语的重要性和学习方法进行讲解，借助推销我们的报纸。

七、营销策略：重在抓住推销对象的心理。

(1) 首先要给人一种亲切的感觉，自我介绍很重要，带上学生证是必须的，作为学长或学姐的我们要在新生们眼中是很值得信赖的。可以以学长或学姐的身份向他们介绍学校情况，像交朋友一般。交谈时要面带微笑，拉近彼此间的距离，言语中透露大学英语学习的重要性：作为我校的大一新生，进校后会有个英语分班考试，这将决定他们在那个级别的班里学英语。讲清楚分班考试的重要性，快班的同学的英语老师较好，有利于他们的英语成绩的提升，更早的参加英语四级考试。而且很多同学来校时没带任何与英语有关的书或资料，买了这份杂志可以为考试做些准备，找回英语的感觉，同样可以受用于以后大学英语课程及英语四级的学习。

(2) 推销时要带上一份样品，言谈应尽量言简意赅，切入推销主题时不能表现得太商业化，这会使得新生们显得反感。

(3) 如果能顺利的推销出一份杂志，一定要开正规的订阅发票，最好该杂志专用的。还要留下校园主管的联系方式，如有任何报纸发送方面的问题可以向校园主管反映。同时推销人员还要主动留下自己的联系方式，主动提出什么问题都可以找我们学长或学姐。即使在某个宿舍没能推销成功，同样要以学长或学姐的身份留下联系电话，一来可以留给新生回头机会，二来可以向他或她的室友进行宣传，为以后征订的人留下途径。

八、营销计划进行阶段

(1) 每天从各队长处收集整理最新征订情况。

(2) 每天开队长会，共同解决推销中遇到的问题。

(3) 每天开组内会，鼓舞团队，齐心协力!

九、后期杂志的发送：

(1) 基于前面对于市场实地的分析，后期发送杂志同样做到方便快捷。因此会在校园各个新生宿舍选取个别人作为发送员，对每期的杂志进行及时地发送，给新生以满意的服务和印象，同时这也是占据市场和扩大市场的有效途径。

(2) 鉴于其它杂志和报纸在发送方面存在的漏洞，给新生客户造成了很不好的印象，有人甚至提出退款，所以后期的发送服务一定要及时、周到，据此建立读者反馈机制：根据各个宿舍区征杂志订的人数安排该区域内发送员(一个发送员负责一个宿舍楼);另外发送员也要受到新生客户的监督，客户对杂志发送方面的问题，如发送不及时、错发、漏发等问题均可向校园主管反映，由校园主管处理解决，通过这些来间接

地监督和考核业务员的业绩。

(3)为了避免错发、漏发等问题，需要制作相应的表格将杂志发送员所负责的学生信息进行汇总，每发一份杂志在表上做好相应记录，使发送工作有条不紊进行，避免出现问题而引起客户的不满！

十、售后调研

对每位订购客户进行问卷调查，提出杂志的优点和缺点，有利于报纸的改进和发展。

一、 检讨与愿景

20xx年9月至今公司成立长沙易凌分公司，它是公司探索新管理模式的重大变革。在经过快一年之后，与目标的差距还是很大的，多次投标失利，集团客户没有取得突破，人员招聘，培训没到位，人员流失大，团队发展过慢，整体业绩不理想。但在公司领导高层的支持和我们不断地学习中，在后几个月的工作中也探索我们的生存和发展之路，在与各分公司的市场拓展，公司资源整合过程中，不断进步，业绩也稍有起色，在接下来的时间里，我们将再接再厉，把长沙易凌做大，做强。

二、 长沙市场客户分析和市场潜力分析

1)地产客户：地产客户是我们最重要的客户群体，也是能产生最大经济效益的客户群，长沙在售楼盘270个，待售楼盘328个，市场潜力是相当大的，目前找到负责人并跟进的项目有130多个，重点跟进客户30多个，已合作客户有潇湘国际，馨香雅苑、美洲故事、水岸世景、圆梦完美生活。接下来的一段时间地产将继续成为我们跟进客户的重点。

2)大型商业机构以及各大电器品牌，如沃尔玛、家乐福、国

美、苏宁、美的、格力[tcl]创维、长虹等，在这块上我们下的功夫太少，需要加强跟进力度，长沙这块的市场还是很大的。

3)汽车销售，汽车4s店，新车上市推广或促销活动推广，长沙汽车行业做短彩信推广不是很多，人手足够的时候可以跟进，也合作客户有兰天集团。

4)大型会展，如房展、车展、服装展，在这块我们有一定的跟进，但是效果不明显，主要给本地公司占据了，在有一定条件的情况下可以做跟进。

5)金融，银行个人零售部，基金发售的推广，这些长沙基本是做内部平台的推广，不作为重点跟进客户。

三、同行业分析

长沙短信市场的竞争是非常激烈的，开展短信业务的公司超过100家，比较活跃的有三十多家的样子，经常碰头的有星空传媒、茉莉花开、旭为、东信、汉纳、精准、面对面、飞网、纳兰、焦点、汇弘等等。茉莉花开50多号人，这边最早做短信的，关系比较多，每个月都有自己的期刊，星空200多号人，是集团公司来的。遇上很多次了，价格给他们压得很低，喜欢搞免费试发，赠送平台，给楼盘安装电话来访自动回复短信的设备，配合楼盘做活动，组团看房什么的，还有个旭为，办公室很大，有自己机房，喜欢带别人去他们公司看，门面工夫做得比较到位。再有就是东信也有些名气了。

四、业务人员开拓市场的计划

1)重视大客户开发与培育。大客户是公司的核心客户，公司通过提供高效、优质的服务保证核心客户群稳定，确保基础市场并推动公司扩大市场规模。另一方面，加大开发新客户及潜在客户，充分挖掘市场潜力。

2) 区域营销策略。区域营销的重点仍是市区，包括雨花，芙蓉，开福，岳麓，星沙。

3) 深化服务营销战略。公司将以最大限度满足客户需求为目标，在产品销售中不断强化服务营销理念，将技术支持和配套服务工作贯穿于整个销售过程，进而提升公司市场竞争力。

4) 加强营销队伍建设。扩充营销队伍，这个现阶段最重要的，需要公司的大力支持，现在开拓市场人手严重不足，需要通过不断的培训和人才引进，提高销售人员的专业素质和营销技巧，建立一支精通业务、勤勉尽责、忠诚度高、战斗力强的营销队伍。健全和完善销售激励机制，对销售人员和代理商实施业绩考核奖惩政策，充分调动销售队伍的积极性和创造性。

5) 实施品牌战略，树立良好品牌形象。公司产品在市场上已有了良好的信誉，未来几年将重点实施品牌战略，借助本次发行上市，进一步树立产品的品牌形象，提高公司品牌知名度，增强产品的市场竞争能力。

五、业务人员现在面临的问题

1) 硬件方面公司办公室太少，不利于人员扩张，人才的引进，电脑配备不足，需要引进新的业务，但是电脑已无电脑可用。按计划2人一台，最少还扩招4名业务员来算也最少还要配置电脑一台。

2) 软件方面主要是培训力度不够，业务员很多基本礼仪不懂，沟通应变能力不强，这块我会在网上搜索和下载业务培训资料进行统一的培训，针对每个人的性格做单独的沟通和激励。

3) 在激烈的竞争环境中大家的压力教大，业绩不理想，收入不高。住的地方和工作地方都比较远，长沙交通比较堵，上下班不是很方便。

六、业务人员管理方案

- 1) 新业务员到岗后，由公司统一安排参加岗前培训。每个业务员需通过基本培训后方可正式上岗。培训内容包括企业文化培训、职业道德培训、基本的业务知识培训、客户的交流，沟通，公关培训等。
- 2) 业务前期由老业务或我先带段时间，陪同外出拜访，彼此交流，互相学习进步。
- 3) 为了让新业务员早日熟悉公司业务，公司对新业务员采取无定额制，差旅补贴及提成的工资发放制度，鼓励新业务员大胆拓展业务范围。
- 4) 新业务员试用期一般为3个月，如连续三个月未出单作自动离职，表现积极者视情况可再录用观察。
- 5) 为达到责任目的及确定责任体制，公司可以贯彻重奖重罚政策。

七、提高业务人员的销售业绩

- 1) 肯定业务员，认可业务员，激励业务员，给业务树立自信，销售活动最重要的组成要素是业务员。业务员要接受自己，肯定自己、喜欢自己。如果我们自己都看不起自己，却指望顾客会喜欢我们，那实在太难为顾客了。
- 2) 养成良好的习惯。无特殊必须按时上下班，坚持每天至少打50个业务电话，安排至少1-2家客户拜访.....每一个人都是习惯的奴隶，一个良好的习惯会使他们一辈子受益。
- 3) 有计划地工作。谁是你的顾客?他住在哪里?做什么工作?有什么爱好?你如何去接触他?针对每一个客户深入了解其动向或此区域的特性，使自己和目标顾客拥有相同的话题或特点。

4)多培训专业知识。销售员要具有商品、业务、行业、区域及其有关的知识。

5)帮助业务建立顾客群。通过网络，拜访，同行媒体，老客户寻找新客户和潜在客户，多交流，要掌握20xx万人，是天方夜谭，但要掌握200人却不是不可能的。通过广结善缘的努力认识1000人永远比只认识10个人机会多。从认识进一步成为顾客，顾客还能衍生顾客，逐步建立自己的客户群，业绩就会自然而然地增长。

7)做正确的事。跟对人，做对事，是每个业务员首先要面对的，既然有缘在一起了我们就有责任引导他们找准自己的方向的，朝着自己的目标去奋斗，并帮助他们成功。

8)营造好的工作环境。首先是洋扫大家都有一个正面，积极的思考模式，每个人的优点都不尽相同，大家要多交流沟通，一起勉励，帮助，学习，努力，进步，让大业务有归属感。抱成一团，一起使力，把长沙市场做大，做强。

八、怎么提高老业务的积极性的问题

1)制定有效的激励机制。注重企业的战略规划，要让老业务员看到企业的远大志向、目标与美好的前景，造就出一种适合进取型老业务员生存、成长的人文氛围。帮助他们实施职业生涯规划，不断为老业务员设置更高的奋斗目标，帮助员工进步，不要让老业务员感到在本企业已干到了头。

2)加强培训工作。满足营老业务员的求知欲与上进心，企业自己培养、逐步提升上来的人员一般对企业都具有较高的认同感、归属感与良好适应性，我这边会每两周做一次培训。

3)提供空间。可为老业务员业务能力的拓展提供更大的空间，保障足够的资源和支持。可以考虑通过对物质上进行补偿或给予一定的帮助。

4) 配备人员。将新业务人员分配给老业务员带领，并给予一定的奖励报酬。

5) 赋予权利。把适合的老业务员提拔到管理岗位上，可以激励其他员工，形成良性循环。老业务员的经验丰富，让其业务能力通过团队传承下去，实现效能最大化。

九、长沙市场准备做多少业绩

1) 6, 7, 8的销售目标是突破月平均销售6万。

2) 金九银十，9, 10月是我们的旺季，在人员齐备的情况下争取突破月销售过10万。

3) 11, 12重点是稳定和巩固市场，整合整理，争取把来年招标的客户关系搞清楚，打好关系。

4) 把握好每次机会，争取2年内突破月销售额20万。

十、面临的问题和建议解决方案

1) 营销队伍：业务员严重不足，急需招聘，全年合格的营销人员不少于7人，今需招聘4-6人，统一培训上岗，打好金九银十的攻坚战。

2) 硬件方便公司办公室太少：不利于公司扩张，人才的引进。

3) 电脑配备不足，需要引进新的业务，但是已无电脑可用。按计划2人一台，最少还扩招4名业务员来算也最少还要配置电脑一台。

4) 软件方面主要是培训力度不够，业务员很多基本礼仪不懂，沟通应变能力不强，这块我会在网上搜索和下载业务培训资料进行统一的培训，针对每个人的性格做单独的沟通和激励。

5) 在激烈的竞争环境中大家的压力教大，业绩不理想，收入不高。住的地方和工作地方都比较远，长沙交通比较堵，上下班不是很方便。可以考虑公司出一部分，员工自己出一部分在附近租房。

对于整个家装市场营销模式而言，已从简单的传统销售向概念营销、服务营销、体验营销、情感营销、知识营销、差异化营销转变。做为家装行业，如何在自己的领域进行有效的、针对的营销非常重要，现就如何将以上所说的营销模式应用于家装行业进行分析。

概念营销是以某种有形或无形的产品为依托，借助现代传媒技术，将一种新的消费概念向消费者宣传推广，赋予企业或产品以丰富的想象内涵或特定的品位和社会定位，从而引起消费者的关注与认同，并最终唤起消费者对新产品需求的一种营销策略。

做为家装行业，如何从设计、施工、材料等方面进行概念的挖掘，应该顺应消费者需求变化趋势，推出新的消费概念，借助大众宣传媒介的大力宣传推广，使消费者最终接受这种消费概念，产生购买欲望。

1、设计

提出新的设计概念，注入新的设计原素，那么这些新概念和原素的来原应该那里得到呢?这需要设计师和市场策划人员共同去挖掘。关注国际、国内以及行业龙头企业的设计动态，进行提炼。

2、施工

业主对施工的过程非常关注，如何实现业主对全过程的监控，实现放心家装。这非常值得企业思考，对过程的必要记录，有助于企业树立品牌形象以及实现销售的增长。如何记录这

个消费的过程，可以采取照片的形式，也可以采取短片录制的方法。对过程的管理实现了监控，那么业主还关心另一个问题，就是工人素质，这是施工结果的重要保障。如何对公司优秀工人的宣传，这已经不是工人自己的问题，做为装饰公司，应该对自己的工人进行必要的包装和宣传，举行一些技艺比赛等项目，对工人技能的展示、宣传，提高业主对公司的信任度。

3、材料

大的装饰公司，一定具有较强的资源整合实力，如何对众多的材料商进行整合，这关系到企业装修成本和质量。企业在这个方面，要想办法放大对材料的整合能力。证明企业所使用材料的可靠性。企业要对材料商的招标过程进行包装宣传，最好能让材料商做公开的支持承诺，以证明公司的实力和信誉。但同时也要保证材料商的合理利润，以求共益，保证长期发展。

4、环保

就目前的市场而言，环保是消费者非常关心的一个方面，但前期已经有过这方面的推广，如果想在这方面进行挖掘，必须向纵深思考，挖掘出环保内容里的核心部分，进行包装。要具有一定的前瞻性和可操作性。前瞻性保证了消费概念的先进性和理念性的拔高，能使消费者产生一种心理期待，有利于消费者认可甚至接受，并进一步采取购买行为。还要有一定的经济性，经济性就是要有相当大的目标顾客群和适当的产品成本，这为企业的利润提供保障。

最后，进行概念营销，要求企业所提倡的消费概念要做到新、美、善。

二、服务营销

一个已经发展多年的装饰公司，必定有很多的老客户，同时也面对更多的新客户。如何做好客户服务，关系企业的站将来。

服务包括三个阶段，主要包括售前的服务、售中服务、售后服务三个阶段。

第一个阶段的服务主要是营销的内容，促成签单。第二个阶段是售中服务，也就是在施工状态，服务的目的是为了顺利的将产品进行展示。保证施工质量，同时还要对过程中出现的问题进行及时有效的处理，以提高客户的满意度。第三个阶段是售后服务，这一阶段的服务大部分企业做的并不是很好，但其重要性确是非常值得重视的。不仅是对老客户的关心，更是开发新客户的最好途径。宣传公司服务理念，提升公司在客户心中的形象。

三、体验营销

体验营销在装饰公司的应用，主要体现在以下几个方面：

1、样板房

样板房是最普遍的一种体验营销方法，但是准备不充分就会适得其反。如何才能起到好的做用，又不至于因为设计风格的原因影响了销售。建议在设计施工过程中要求高标准，在颜色搭配和风格上要有新思想，现场要有对设计思路的解说。对风格的描述，加入知识营销的内容。

2、工地参观

工地是装饰企业的车间，做好对车间的包装宣传，有利于大众对企业的现场管理，增强大众对企业的了解和信任度。了解企业规范严格的现场操作及管理，定期向大众公布企业的优秀施工现场，以大众媒体的形式邀请客户参观工地，做好

工地营销。

3、材料展示

很多消费者对企业全包及半包所使用的材料都有一定的怀疑，如何打消这些疑虑，企业只有向消费者提供全过程的材料配送和验收，以及施工现场使用情况。再配套老客户的评论，非常有利于企业形象的提升，扩大企业的影响力。要达到材料体验营销的目的，不只是在材料展厅的宣传，更应该深入到施工现场，增强可信度。

四、情感营销

中国是一个情感浓厚的国家，人们非常注重情感，如何将情感营销引入装饰公司，其实是需要公司投入相当的感情，这就要求公司的每一位员工都把顾客当成朋友，把每一个单子都当成自己的家。

那么如何进行营销、包装，这需要我们的策划人员深入市场，了解市场。最终能够找到亮点，要实现情感营销的目的，企业必须负起自己的社会责任，“用心”去做好每一个工程，服务好每一位客户。要给客户实实在在的优惠，让顾客体会到企业的情感和优质服务。

企业可以做一些情感活动，将企业的情感营销表达出来，实现情感营销的目的，为创造幸福的家而努力。我们装修的是一种幸福感，是一种温馨感和节奏感。倡导的是一种人与房子的和谐相处。

五、知识营销

企业在这方面的功能是必须的，而且是容易实现的。装饰公司不只是为顾客装饰装修房子，而且要传授给顾客一定的装修知识与理念，定期举办装修课堂，把装修大学向社会推广，

而且不能太商业化，无形中去提高企业的形象。不论是户型解析也好，还是装修知识讲座，都应该全心全意的为客房着想，如此以来，客户才会相信企业，让企业赚取合理的利润。

六、差异化营销

差异化营销是非常重要的，而且操作也难度比较大的营销模式，要想找到自己与别人的不同是很难的，但这种差异化事实是存在的，这要求我们的市场营销人员用心去挖掘，深入市场去体会，否则是无法寻找到自己的优势，寻找到与别人不同的地方。做为一个家装企业，无论你是打设计还是打施工，这都体现不出你的差异化，只能说明你在这个环节上比较有优势，但别人很快就可以去模仿，去超越你，无法保持长久的竞争优势，体现不出企业的差异化。

如何才能在设计，施工或是材料上寻找差异化，这是有一定难度的工作。大家都在搞设计，大家都有很强的设计团队，都有优秀的设计师，唯一不同的就是每个公司的设计理念是不同的，这可能也是我们寻找差异化的一个重要方向。就1234公司目前的情况而言，为生活而设计没有错，但还不够接近生活，比如我们一个设计师曾经说的，我们所设计的、创造的是一种幸福感，为追求营造幸福、和谐的生活而设计，这样的理念就是对我们现有的设计理念进行深入的解析。就是分析这其中的细节。

对于施工的差异化，我们追求的也是细节的完美，对施工的每一个细节进行剖析，寻找我们的强项，进行包装宣传。无论是进驻小区活动还是广场活动，仅仅对设计师及其效果图的展示已经远远不够，无法适应客户的需求，对施工现场的展示更能引起客户的注意，更能给客户带来收益，了解到核心内容。因为设计师只是产品研发人员，施工现场是车间，是出产品的地方，这决定了产品的核心品质。

除了对施工工艺本身的展示以外，对工人宣传以及对施工管

理过程的每一个细节的包装宣传都非常重要，只有这样才能解除客户的疑虑。

七、如何做好上述各种营销模式

每一种营销不是孤立的，在实际的操作过程当中，企业必须把各种营销模式进行整合，合理的确定每一次项营销活动的重点项目，重点不是一个，而是一个组合，就目前本公司活动对设计师和效果图的展示已经过于单调，不能引起客户足够的关注。

1、环节控制

每一项营销活动，每一项活动的每一个五一节都要100%的努力，要求争取完美，虽然不可能，但努力是必须的。因为只有努力的做好每一件事，我们每一个活动才能接近完美，员工要努力，组织者更要努力，因为组织者的半点不努力，就会造成几倍的反面影响，员工个人不努力，影响的只是他个人，对同事的影响毕竟是有限的。所以组织者必须对每一个环节尽心尽力的去做。公司本身也要全力的支持，比如做为本地的龙头公司，要体现的是我们的实力，小公司做不到的，我们要做到，比如进小区活动，一万两万的进场费小公司可以出，但是十几万的包场费出不起。大公司可以做到，因为大公司有很强的资源整合能力，就目前的情而言，可操作的楼盘数量本身就有献，大公司必须全力的去对每一个目标楼盘进行营销，保证原始资本的积累，为以后的发展奠定基础。

2、配套服务

所有的活动，要求公司所有的部分都了解，并力所能及，全力支持，不能因为个别部门的不作为而影响了整个活动计划。活动必然要有花费，企业必须对每个活动提出要求，并给予相应的资金支持，以保障活动的有序开展。对于每一个楼盘的操作，公司必须有自己的目标，根据目标做投资预算。比

如某个小区，准备完成500万的销售，那么本小区的投资按规定如果是3%，那么应该是15万的投资。也许只有50%的可能，但企业也应该做，只有这样才能保证目标的实现。

3、人员调配

人员调配有几个方面的要求：

首先，就是要确定人数，安排好时间。其次要求针对性的培训。要求所有参与营销的工作人员了解楼盘的每一个户型及价位，以及对周边环境的了解。最后就是具体的实施，为了保证活动高质量的完成，必须有负责人对现场进行管理协调。

4、活动现场布置

户型图 如果是广场活动，要对目前正在交付的和近期要交付的楼盘户型进行整理，并装订成册。如果是小区活动，要对小区的每一种户型，按照不同的风格进行设计，而且每一个户型设计方案不得少于三种。)

作品集 建议公司定期将设计的作品进行分级，并出效果图，分区、分格调进行装订。在量和质上都达到一个高度，一方面进行展示，一方面是公司的资源收集。

材料展示 为了方便客户了解公司，在一些大型的活动时，有必要对一些材料进行展示，一方面表明公司所用材料的质量，另一方面体现公司的实力。

管理展示 以恰当的方法展示公司的管理，体现公司的规范和管理科学以及管理的先进理念。

工人队伍展示 因为只有高素质的工人队伍，才会有高品质的施工质量，工人是设计理念的实现者，是精美工艺的铸造者。

销售服务展示 售前、售中、售后连续的服务。服务理念及实施非常重要，1234公司十年到现在，已经服务过非常多的客户，有没有每年都去回访，保持了良好的关系，十年后的今天，1234已经有很多老客户买了新的房子，准备新的装修工程，还是否会选1234，这就要看1234的售后服务。因为十年后的今天，老客户的消费已经成为公司业务的重要组成部分。

十一、整体营销

整体营销需要把各种营销模式进行整合，就是把设计、施工、材料、工人、服务、管理进行整合，进行整体营销，单纯的去对设计或是施工，或是材料进行包装，已经无法满足客户的需要，因为客户需要的是一个性价比较高的产品，要的是综合品质。小公司无法实现整体营销的模式，因为整体营销需要较大的投资以较强的社会影响力。

十二、对活动的组织建议

现场活动不只要对场地布置有较高的要求，而且在人员配备比例以及对活动内容针对培训方面做足够的准备。在整体营销模式的支持下，现场人员配备以设计师或施工技术人员为主、材料解说、营销人员为为辅。实际情况可以根据活动的要求进行调整。

渠道工作开展思路及计划 渠道总监的工作职责篇六

一、继续开拓会议市场

营销部认真贯彻酒店领导关于重点保障__系统接待的指导思想，同时加大系统外会议的促销和开发，在每月初及时了解本月的会议信息，注重加强与__单位的联系，定期拜访，对会议的各项要求进行落实，与相关部门进行及时沟通、协调，认真接待好每一次大中小型会议，精心细致地做好每次会议

的接待工作，得到了领导的一致好评。在系统外会议市场的开发上，加大信息捕捉，量身度势，加大会议接待的宣传力度，上半年逐步开拓了一批新的商务会议客源，同时注意加强了与会展酒店、会议代办机构和旅行社会议接待中心等的合作，充分利用他们的会议接待平台和业务销售，进行宣传自己，同时争取了一定的会议客源。

二、稳定旅游团队市场

在过去的半年里，通过严谨细致的市场调查后，结合酒店的实际情况，制定了相应的接待价格政策和接待方案，加大了与协议旅行社的回访和联络，提高了客房入住率，弥补了酒店在会议淡季的客房闲置，带来了一定的经济效益。同时，使酒店的知名度也随团队的大量入住而提升。

三、拓展协议单位市场

协议单位市场一直是酒店的一个销售弱点，近些年，__酒店业市场的迅猛发展，可以说已经到了一个群雄逐鹿的局面，“僧多粥少”的现象更为严峻，为开发这一市场，销售人员通过登门拜访、传真等方式进行了宣传工作，特别是对现有协议客户的维护和管理方面，通过对客户档案资料的整理，销售人员定期对客户进行拜访，一方面加强联系，另一方面及时掌握客人反馈信息和客户的消费动态，争取更多的客房入住。

四、努力开展网络订房业务

网络订房现在已经成为各类型宾客公务出差、旅游、商务活动的选择入住宾馆的方式之一。为同网络订房中心实现资源共享、市场共拓，宾馆拟让利的方式，选择了几家网络订房中心，尝试性的进行合作，如__等知名订房中心，力求在利用网络信息资源，开拓一条有利于酒店经营发展的营销渠道。

五、加强内部管理和培训工作

面对较为频繁的销售人员流动，我们有针对性地对新任人员加强了培训工作，使他们能最快的速度进入角色，同时也加强了内部员工的学习与交流，使团队的战斗力得到了一定的提升。

六、存在的问题

销售队伍不稳定，由于种种原因销售人员紧缺，特别是有销售经验的人员，而且对销售人员的培训力度也亟待加强。信息的捕捉和处理能力有所欠缺，缺乏把握市场信息的能力，在信息高度发达的现代社会，信息一纵而过，有一些有效的信息在我们身边流过，但是我们没有抓住。缺乏信息的交流，使很多有效的信息白白流失和工作的被动。在今后的工作中，应采取有效的措施，发挥信息的作用，加大信息的交流，提高信息的处理能力，强化内部信息的沟通。宣传力度不够大，有待提高。市场营销策划活动较少，特别是针对性的节假日、重大活动等期间的策划。

在充满挑战的下半年，营销部全体员工在酒店领导的正确领导下，立志以前瞻的视野，超前的营销，勇于创新，迎难而上，勤勉工作，全身心投入酒店的经营发展，在确保完成酒店下达的目标任务的前提下，塑造营销部的新形象、新境界！

渠道工作开展思路及计划 渠道总监的工作职责篇七

在已经到来的xx年里，世界在发展，时代在前行，人们都充满着希望。在新一年里，公司也将迎来更大的发展，为了贯彻公司在总结会议方面关于创新的理念，结合公司今年在体制和机制上的改革，渠道部全体同仁都提出了一些自己在新一年里营销的思路和方法，望领导和其他同事给与批评和指导。

渠道部在公司销售方面，肩负着最重要的角色，发挥着重要作用，根据公司总结会议提出的今年各个品牌销售任务，如果还沿用以前的营销思路，定会给今年完成任务造成很大压力。所以必须对每个人高标准，严要求，不断创新工作思路。渠道部将参照以下几点做为今后在工作中的指导，完成今年既定的销售目标。

对于老客户的回访是不定期的，在节假日里一定要送出问候和祝福的，在重要的日子里可以送些小礼品以增进感情。在平时，我们也要和客户保持联络，关心他们的状况，平常可以通过电话和公司qq eami等联络感情。如果方便的话，可以登门拜访客户，以便促进我们和客户之间的关系。对于大客户反映的问题，我们会作为重点来解决，及时把信息反馈，让他们有一种被重视的感觉。当然对于一般客户的问题我们也不会忽略。总之要维护客群关系，沟通是关键。我们会努力把客群关系搞好。

在拥有老客户的同时还要不断从各种渠道快速开发新客户，推广新产品。

1. 3—4月份，第一个工作：回访和预约一部分初步意向客户。了解客户真实需求，全方面的了解自己的产品。记录客户所提出问题。第二个工作：全方位的市场调研，了解竞争对手的全面情况。针对性地进行pk

2. 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。

3. 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。

4. 销售目标不仅体现在具体的每一个月度，而且还责任到人，量化到人，并细分到具体市场。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。

见客户之前要多了解客户的主营业务和潜在需求，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。

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. 和公司其他销售人员要有良好的沟通，有团队意识，多交流，多探讨，才能不断增长业务技。综合利用产品、价格、通路、促销、传播、服务等营销组合策略，形成强大的营销合力。

在维持公司现有品牌不变更的前提下，渠道部所有同事希望公司可以从两方面去考虑，拓宽公司经营思路和模式。

第一：在做好本职工作的同时，利用一切可以用到的资源，在本地以及就近区域发展部分大型终端客户，一来可以加大公司利润回报，二来，量上也可拉动一部分，减轻压力。三，还可以给业务员增加一部分收入。要真正做为一个重点想法去实施，不是说说走过场。

第二：对现今所有客户采取积分返点制，在公司给所有客户设立一个户头，定期核对客户回款金额，达到一定数额的同时，根据实际情况给与一定的返点奖励，产生一股凝聚力。在回款上也可以形成一定的刺激度。

总体来说，对所有客户的工作态度都要一样，加强产品质量和服务意识，为公司树立更好的形象，让客户相信我们的工作实力，才能更好的完成任务。