

# 渠道合作计划 保险渠道工作计划共(精选8篇)

计划是指为了实现特定目标而制定的一系列有条理的行动步骤。怎样写计划才更能起到其作用呢？计划应该怎么制定呢？那么下面我就给大家讲一讲计划书怎么写才比较好，我们一起来看一看吧。

## 渠道合作计划 保险渠道工作计划共篇一

普服业务是渠道专业的核心工作，要加强管控措施，改进工作方法，加强学习转培训，确保从业人员掌握邮政营业应知应会要求（专用信箱寄递、营业渠道系统签到签退、收寄安全、普服四项基本业务等），严格落实邮政普遍服务达标工作，每项管控指标分配到人，每天通报督促落实，不断提升邮政普遍服务水平。

1、全力抓好邮乐购站点活跃、平台打造、农产品进城、便民服务等指标，结合已建立的便民服务站，搭建“邮乐购”电商平台，打通贫困山区与外部联系的通道，解决农产品上行难题，教会店主使用“邮掌柜”系统经营管理店铺，为用户提供商品销售的同时，还能提供代收、代缴、代投、代购等一站式邮政便民服务。

2、持续做好邮乐小店分享、获客指标管控，通过日通报、当日督促落实等措施，确保各项指标达标。做好邮乐电商平台规范管理，完善供应商资质审查做到合法经营，加强常态化分享县邮乐馆商品，提升商品销量。

3、主动挖掘本地特色农特产品上线邮乐平台，推荐优质商品发布到黔邮乡情推广营销，通过电商造包协同寄递翼板块发展。

增值业务方面：持续做好邮信通办卡业务常态化管控，提高认识，加大宣传营销力度，逐步做大做强。

分销业务方面：

2、抓好年货节、端午节、中秋节、919电商节等重要节日的活动组织，总结往年经验，全力以赴确保完成全年分销计划任务。

合理安排部门人员岗位职责，做到各类指标每天有专人管控，有专人负责督促落实，提高执行力，及时完成领导交办的任务。

## 渠道合作计划 保险渠道工作计划共篇二

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。

## **渠道合作计划 保险渠道工作计划共篇三**

渠道销售工作在市场开拓初期，在没有市场基础的情况下，要加大市场占有率，在经销商现有的分销渠道以外，帮助客户进行新渠道销售工作的开发建立，从而从销路上给予经销上支持，解决销路问题。

一、重点目标简介

二、市场现状分析

ppr市场规模庞大，在市场不断拓展过程中，品牌竞争已经出现，就家装客户而言，在对产品质量没有客观认知的情况下

首选名牌、免检产品，其次比价格，国内的金德、日丰、金牛。川内的川路、多联等品牌都有很好的市场口碑，对产品品牌的认可度比较高，因此在产品质量有所保证的情况下，还要有品牌保障，促进品牌的快速成长便成为我们市场开发过程的重要组成部分。

价格方面，竞争十分严重。本地的管材厂家很多，多数定位在低价位上，采取价格竞争方式，有些管材市场零售价格(以规格20\*的管材每根为例)不到十元，大多数厂家的产品市场零售价格在十到二十元之间，其中包括多个取得国家免检资格的产品。市场零售价格在二十元以上的产品市场反馈为中高档产品，质量好，一般为家装客户选用。下表是市场上主要ppr管材产品的经销商进货价格。

部分厂家尽量不参与市场价格的恶性竞争，但在制定价格体系时却不得不参考市场价格现状，尽量稳定自身在市场中的价格体系，维护经销商和自身的利益，采取不同的策略稳定市场，制定统一的市场价格表，在市场上严格执行。

### 三、产品定位

- 1、市场定位：零售中高档家装市场。
- 2、目标消费群体：终端家装用户。
- 3、价格定位：中档价格。
- 4、品牌形象定位：高品质重服务品牌形象。

### 四、销售模式的确定

确定渠道销售，模式如下：

生产厂家

销售部

地级零售商 地级总经销商 县级经销商 县级零售商(水工)

终端消费(工程)

选择此渠道的原因:

- 1、与公司目前现状相符合，降低销售公司管理运作费用。
- 2、基于目前管材市场的基本结构特征，在厂商合作的情况下，借助当地的客户关系，推广产品。
- 3、产品在销售过程中将市场风险化整为零，降低各个环节的经营风险。

## 渠道合作计划 保险渠道工作计划共篇四

建立xx经销商，组成的经销网络，大力做小区推广，宣传直接面向终端，协助经销商销网络的完善和\*\*形象的树立，实现品牌效应。

xxx市场规模庞大，在市场不断拓展过程中，品牌竞争已经出现，就客户而言，在对产品质量没有客观认知的情况下首选名牌、免检产品，其次比价格，因此在产品质量有所保证的情况下，还要有品牌保障，促进品牌的快速成长便成为我们市场开发过程的重要组成部分。价格方面，竞争十分严重。部分厂家尽量不参与市场价格的恶性竞争，但在制定价格体系时不得不参考市场价格现状，尽量稳定自身在市场中的价格体系，维护经销商和自身的利益，取不同的策略稳定市场，制定统一的市场价格表，在市场上严格执行。

- 1、市场定位：零售中高档家装市场；

- 2、目标消费群体：终端家装用户；
- 3、价格定位：中档价格；
- 4、品牌形象定位：高品质重服务品牌形象。

确定渠道销售，模式如下：

生产厂家-----销售部-----经销商-----终端消费

## 渠道合作计划 保险渠道工作计划共篇五

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。我们会尽最大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。

5、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，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。

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。

## **渠道合作计划 保险渠道工作计划共篇六**

下面是计划网小编为大家整理的渠道销售工作计划，欢迎大家阅读。更多相关内容请关注计划网工作计划栏目。

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。

### **一. 老客户的回访和沟通**

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。我们会尽最大努力把客群关系搞好。

## 二. 新客户的开发

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，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。

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。

### 三. 建议

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。

2018年公司销售计划

## 一、 市场分析

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。xx年度内销总量达到1950万套，较xx年度增长11.4%。xx年度预计可达到2500万-3000万套。

目前\*\*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xx年度的产品线，年中国空调品牌约有400个，到xx年下降到140个左右，年均淘汰率32%。到xx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%。

xx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xx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\*\*空调在广东市场则呈现出急速增长的趋势。但深圳市场基础比较薄弱，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。

## 二、 工作规划

根据以上情况在xx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xx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定期进行定期拜访，进行有效沟通。

## 3、 品牌及产品推广

品牌及产品推广在xx年至xx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“\*\*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)

6. 实用的it渠道销售工作计划四篇

7. 销售工作计划格式、销售工作计划范文、销售工作计划

## 渠道合作计划 保险渠道工作计划共篇七

xx投资管理有限公司正在筹建的连锁超市企业，总部拟设xx□

我们企业的经营特色，除具备一般连锁超市商品丰富、价格便宜的特征外，更体现在营造一种轻松舒适的购物环境以及提供更加优质多样的服务上。同时，我们将采用更科学的管理模式，塑造具有鲜明特色的企业形象，努力使资金周转更顺畅快捷，资信度更高，信誉更好。

我们企业的经营策略是，避开大城市，特别是回避与国际性大型连锁企业在大城市的直接竞争，集中力量拓展中小城市及经济较发达的农村城镇市场，成为此类市场中的领导者。

我们超市的形态以小型连锁为主，具体来说，我们把分店划分成三种类型：

c□三类店，面积约100平方米。作为中小城市的社区店，主要作用是向生活区内居民提供方便、快捷的购物场所，满足居民对一般食品、日用品的日常需求。

一般的做法是，在中小城市中，我们将在商业区、交通枢纽、区域性商业中心、大型社区的商业街一带开设少数一、二类店；大量选择有市场空间的居民区出入口、公用建筑、区内商业街一带开设三类店。这样即宣传了企业形象，又牢牢吸引当地居民，成为区域内市场的领导者。

2、近期计划内主要目标市场的市场情况及经营构想

## □1□□xx市

### a□市场情况：

总人口130余万，其中市区人口约60万。另有外来人口约50万。人均收入约1000元/月，在食品及日用消费品方面的人均消费支出约500元/月。

商业方面，旧有商业街是中山路；新市区扩展迅速，形成了新的区域性商业中心和居民区内的商业街，有较大市场空间。

交通方面，公路交通十分便利，公交汽车是最重要的交通工具，自行车、小巴做为补充\_通工具存在。

### b□竞争情况：

区域性竞争者(□b类竞争者)为小区内超市，一般面积在50—100平方，经营管理都是传统型的，商品大同小异。此类竞争者数量较多。

### c□经营构想：

做好企业形象宣传的同时，大力发展三类店，集中精力拓展居民区内市场。

具体说，在市区交通枢纽一带设一类店1家，做为总店，同时做为宣传展示企业形象的窗口和舞台；企业经营的重点是在居民区出入口、公用建筑、区内商业区一带开设三类店，牢牢吸引住区内顾客，成为区域内零售业的市场领先者。

## 渠道合作计划 保险渠道工作计划共篇八

—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，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。

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。