

最新区域销售规划 区域市场销售工作计划例文(优质5篇)

计划是人们在面对各种挑战和任务时，为了更好地组织和管理自己的时间、资源和能力而制定的一种指导性工具。什么样的计划才是有效的呢？下面是小编带来的优秀计划范文，希望大家能够喜欢！

区域销售规划 区域市场销售工作计划例文篇一

一、公司现状分析

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成,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。

区经理要做好以下事项

- a 和营销人员一样做好客户拜访以及出差报告的工作
- b 对业务员拜访客户过程中碰到的问题进行及时指导
- c 和营销人员保持紧密联系，每天至少一个电话，要随时掌握营销人员的工作以及思想动态
- d 每周日之前将本区域市场以及营销队伍的情况汇总报告给营销经理以及销售总监。每月底将本月的区域工作情况和下月的计划做好e-

mail给公司总部营销领导，利用业余时间进行直营店的选址以及初步协商沟通工作，要选定两到三个地址提交总公司。选址原则：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。

区域销售规划 区域市场销售工作计划例文篇二

在撒哈拉沙漠里有一个小小的村庄，它的名字叫比塞尔。比塞尔多年以前是一个不为人知、几乎与世隔绝的落后的小村落，当地的人很少走出村庄，外面的人也很少来到这个村庄。后来有一个欧洲青年叫肯莱文，来到了比塞尔，他问当地人：“你们怎么不到外面去看看，外面的世界很精彩！”比塞尔人说：“我们很想到外面去看看，但是我们不知道为什么就是走不出沙漠。”肯莱文说：“不可能啊?!”他自己走出沙漠只用三天半的时间。他对比塞尔人说：“你看看，可以走得出去啊，你们怎么走不出去呢？”比塞尔人说：“真是奇怪了，我们怎么总是走不出去呢？”“这样，我跟你们的人走，他说怎么走我就怎么走，看看到底为什么走不出去。”当地一个叫阿古特尔的青年，自告奋勇，愿意和肯莱文一起走。阿古特尔预备了两峰骆驼和半个月的粮食半个月的水。第二天他们出发了，出发以后阿古特尔怎么走，肯莱文就跟着怎么走，三天、四天没有走出沙漠，七天、十天也没有走出沙漠。到了第十一天早晨，令肯莱文万分惊奇的是，他们又回到了比塞尔。阿古特尔说：“你看，我说咱们走不出去吧，幸亏预备了这些水和粮食。”肯莱文很是奇怪，怎么跟着他们的人就走不出去呢？他苦思冥想，晚上看着满天的星斗突然想明白了，原来比塞尔人不懂得使用任何导向工具，他们在茫茫几千平方公里的大沙漠中就是跟着自己的感觉走。大家知道，人体的两侧肌肉并不是完全对称的，当失去方向感的时候，假如右腿的劲大一些、肌肉发达一些，左腿的劲小一些，那你会不知不觉走出一个弧型，会朝左拐，而且拐的这个幅度会越来越小，最后就走成了一个像卷尺的螺旋状，最终又回

到了起点。比塞尔人就是凭着自己的感觉，以为是往前走，但实际上是在绕圈子，最后又绕回到比塞尔。肯莱文发现了这个秘密，对阿古特尔说：“你按我的方法走，保准你走出沙漠。你白天休息，晚上认准北斗星。”阿古特尔年轻力壮，心情迫切，按照这种方法三天就走出了沙漠。后来他把外面的人带进来，把里面的人带出去。多年以后，比塞尔成了一个远近闻名的世外桃源、旅游胜地。当地人还在村子中央小广场上设了一个阿古特尔的铜像，因为他后来做了很多的工作，铜像的基座上写着一句话，对我们大家会有启示。这句话是：新生活，从选定方向开始。

目录：

第一部分：前言

第二部分：摘要、关键词

第三部分：大学生职业现状分析 1. 学习的相对被动性和无计划性。

2. 择业的临时性和盲目性。

第四部分：对个人的评估 1、 自己的兴趣、爱好

2、 认识自己的职业性格

3、 自己的职业能力

4、 自我潜能

第五部分：自身的swot分析 1、 优势因素(s)

2、 弱势因素(w)

3、机会因素(o)

4、挑战因素(t)

第六部分：社会环境分析

第七部分：职业分析 1、市场营销专业就业方向：

2、市场营销专业前景

第八部分：具体的职业打算

第九部分：结束语

前言：

莎士比亚曾说过：“人生就是一部作品。谁有生活理想和实现的计划，谁就有好的情节和结尾，谁便能写得十分精彩和引人注目。”花开花落，春去春又回。踏着时光的车轮，我们已经走进大学生活，体验大学的乐趣。在今天这个人才竞争的时代，职业生涯规划已经成为在人争夺战中的另一重要利器。对企业而言，如何体现公司“以人为本”的人才理念，关注员工的持续成长，职业生涯规划是一种有效的手段；而对每个人而言，职业生命是有限的，如果不进行有效的规划，势必会造成生命和时间的浪费。作为当代大学生，若是带着一脸茫然，踏入这个拥挤的社会怎能满足社会的需要，使自己占有一席之地呢？所以我们要对自己的职业生涯进行规划，给自己的梦想插上翅膀。远大的理想总是建立在坚实的土地上的，青春短暂，从现在起，就力争主动，好好规划一下未来的路，去描绘这张生命的白纸吧！

区域销售规划 区域市场销售工作计划例文篇三

1、不要轻易反驳客户。先聆听客户的需求。就算有意见与自

己不和也要委婉的反驳，对客户予以肯定态度，学会赞美客户。

2、向客户请教。要做到不耻下问。不要不懂装懂。虚心听取客户的要求与他们所做的工艺。

3、实事求是。针对不同的客户才能实事求是。

4、知己知彼，扬长避短。

做为一名合格的销售人员首先要对自己所售产品非常熟悉了解，了解自己产品的`优点与缺点，适合哪些行业，客户群体是哪些，才能更好的向客户展示自己与产品的专业性，才能迎得客户的关注与信任。当然对竞争对手也不要忽略。要有针对性的了解对手产品的优势与劣势；才能对症下药，用我们的优势战胜客户的劣势，比如我们设备在精度与速度方面就略胜同行，这就是我们的优势所在，在与客户介绍产品时尽量多介绍自家产品的优势。缺点方面尽量少提，但是设备本身存在的缺点与不足，也就是该设备在所有同行中必不可少的缺点与不足可以适当的向客户说清楚，毕竟没有十全十美的东西。总说自己的产品有多好，别人也不会全信。同行中存在的缺点与不足也不要恶意去攻击与批判，要引导客户去分析判断，建议客户通过实地考察。

5、勤奋与自信；与客户交谈时声音要宏量，注意语气，语速。

6、站在客户的角度提问题，分别有渐进式与问候式。想客户之所想，急客户之所急。

7、取得客户信任，要从朋友做起，情感沟通。关心客户，学会感情投资。

8、应变能力要强，反映要敏捷，为了兴趣做事。

9、相互信任，销售产品先要销售自己，认同产品，先人品后产品。

11、注意仪表仪态，礼貌待人，文明用语。

12、心态平衡，不要急于求成，熟话说：心如波澜，面如湖水。

13、让客户先“痛”后“痒”。

14、不在客户面前诋毁同行，揭同行的短。

15、学会“进退战略”。

一、认真学习，努力提高

因为所学专业与工作不对口，工作初期遇到一些困难，但这不是理由，我必须大量学习行业的相关知识，及销售人员的相关知识，才能在时代的不断发展变化中，不被淘汰，而我们所做的工作也在随时代的不断变化而变化，要适应工作需要，唯一的方式就是加强学习。

二、脚踏实地，努力工作

区域销售规划 区域市场销售工作计划例文篇四

一·学习方面：

1. 监督同学并严格保证出勤率

2. 组建学习小组，并严格要求同学们遵守学习小组纪律，了解各同学选课情况，不可缺席自习。如有无故缺席自习者，查明原因。

3. 要求同学们认真学习英语，认真面对英语过级问题，争取一次过级。

二 · 班级活动：

1. 每次班会唱一次班歌，团会唱团歌，对每星期的班级工作和团工作进行总结让同学们各抒己见，每一个人对班级工作都有发言权。

2. 适时组织班级的娱乐活动，让大家在轻松的气氛中进一步加深了解，增进感情。并积极组织同学参加课外活动，以最佳的精神状态投入大学的生活中。

3. 每学期组织班级同学春游一次，秋游一次，采取自愿原则，但尽量保证全员出席。把外出安全工作作为重中之重，保证大家在安全的前提下玩的尽兴。

4. 鼓励班级同学积极、主动参加学校、学院组织的各项活动，让每一个人都有机会展示能力与才能。

并积极配合辅导员老师的工作，把班级建设成为合格的'优秀班级。

三 · 班级建设：

2. 实行班务公开。设立班务公开日，使班级里的同学人人都可以参与到集体事务中来。

3. 在已建立班级群的基础上，创建班级校友录或主页，在网络上展现班级的风采。

6. 在工作方面，班长、团支书既要分工明确又要相互配合，坚持每周开班委会，针对班内出现的新问题制定新的对策。应积极准备，保证开会效率。

以上就是我作为新一任班长在本学期的工作规划。总而言之，在这个学期，我要好好工作，努力为同学们服务，使同学们更加团结、友爱，使我们的班级更加优秀。

区域销售规划 区域市场销售工作计划例文篇五

随着河北区市场逐渐发展成熟，竞争日益激烈，机遇与考验并存□201x年，销售工作仍将是我们公司的工作重点，面对先期投入，正视现有市场，作为我山东区销售经理，我创业激情高涨，信心百倍，又深感责任重大。

着眼公司当前，兼顾未来发展□201x年，在总经理的领导下，在销售工作中我坚持做到：突出重点维护现有市场，把握时机开发潜在客户，注重销售细节，强化优质服务，稳固和提高市场占有率，积极争取圆满完成销售任务。

一、销量指标：

二、计划拟定：

1、年初拟定《年度销售总体计划》；

2、年终拟定《年度销售总结》；

3、月初拟定《月销售计划表》和《月访客户计划表》；

4、月末拟定《月销售统计表》和《月访客户统计表》；

三、客户分类：

根据06年度销售额度，对市场进行细分化，将现有客户分为vip用户、一级用户、二级用户和其它用户四大类，并对各级用户进行全面分析。

四、实施措施：

1、技术交流：

(2) 参加相关行业展会两次，其中展会期间安排一场大型联谊座谈会；

2、客户回访：

目前在国内市场上流通的相似品牌有七八种之多，与我司品牌相当的有三四种，技术方面不相上下，竞争愈来愈激烈，已构成市场威胁。为稳固和拓展市场，务必加强与客户的交流，协调与客户、直接用户之间的关系。

(2) 适应把握形势，销售工作已不仅仅是销货到我们的客户方即为结束，还要帮助客户出货，帮助客户做直接用户的工作，这项工作列入我0*年工作重点。