

酒水营销总监 销售总监工作计划(汇总8篇)

范文为教学中作为模范的文章，也常常用来指写作的模板。常常用于文秘写作的参考，也可以作为演讲材料编写前的参考。范文怎么写才能发挥它最大的作用呢？下面我给大家整理了一些优秀范文，希望能够帮助到大家，我们一起来看看吧。

酒水营销总监篇一

每位销售人员都会有自己的一套销售理念，我们一开始，是不知道每位销售人员的特色在哪里。等完全了解的时候，我们就应该充分发挥其潜在的优势，从而来弥补其不足之处。

如果销售人员实在没有什么潜力可以发掘，可以进行相对的帮助，来帮助每一位销售人员顺利的完成公司下达的销售指标。

销售总监需要督促的方面有：

1. 参与制定公司的销售战略、具体销售计划和进行销售预测。
2. 组织与管理销售团队，完成公司销售目标。
3. 控制销售预算、销售费用、销售范围与销售目标的平衡发展。
4. 招募、培训、激励、考核下属员工，以及协助下属员工完成下达的任务指标。
5. 收集各种市场信息，并及时反馈给上级与其他有关部门。

6. 参与制定和改进销售政策、规范、制度，使其不断适应市场的发展。
7. 发展与协同企业和合作伙伴关系，如与渠道商的关系。
8. 协助上级做好市场危机公关处理。
9. 协助制定公司项目和公司品牌推广方案，并监督执行
10. 妥当处理客户投诉事件，以及接待客户的来访。

销售业绩的制定要有一定的依据，不能凭空想象。要根据公司的现状，以及公司课程种类划分。当然不能缺少的是销售淡、旺季的考虑。我应该以公司为一个基准进行实际的预估。

随后要做的事情就是落实到每一个销售人员的身上，甚至可以细分到每一个销售人员日销售业绩应该是多少，周销售业绩是多少，从而完成公司下达的月销售业绩。最终完成每年的销售指标。

制定一份很好的销售计划，同样也是至关重要的事情。当然销售计划也是要根据实际情况而制定的。销售计划的依据其实就是以销售业绩为一个基准，进行不同策略的跟进。现在，销售计划可以分下面这几个方面进行：

1. 分区域进行
2. 销售活动的制定
3. 大客户的开发以及维护
4. 潜在客户的开发工作
5. 应收帐款的回收问题

6. 问题处理意见等。

销售总结工作是需要和销售计划相结合进行的。销售总结主要目的是让每一位销售人员能很具体的回顾在过去销售的时间里面做了些什么样的事情，然后又取得的什么样的结果，最终总结出销售成功的法则。当然，我们可能也会碰上销售不成功的案例。倘若遇到这样的事情，我们也应该积极面对，看看自己在销售过程中有什么地方没有考虑完善，什么地方以后应该改进的。

定期的销售总结同时也是销售总监与销售人员的交流沟通的好机会。能知道销售团队里面的成员都在做一些什么样的事情，碰到什么样的问题。以便可以给予他们帮助，从而使整个销售过程顺利进行。

销售总结同样也可以得到一些相关项目的信息。我们不打无准备之仗。知己知彼方可百战百胜。

销售团队的管理可以说是一个学问，也是公共关系的一个重要方面。如今的销售模式不再是单纯的单独一个销售人员的魅力了。很好的完成销售任务，起决定性的就应该是销售团队。

在所有销售团队里面的成员心齐、统一、目标明确为一个基本前提的基础上，充分发挥每一成员的潜能优势，是其感觉这样的工作很适合自己的发展。感觉加入我们的销售团队就像加入了一个温馨的大家庭中间，我们共同创造一个很好的企业文化。每一个人员都会喜欢自己的工作。

酒水营销总监篇二

20xx我们将充分发挥团队力量，扬长避短，努力并高质量的完成制定的目标，具体计划如下。

一：提高员工整体业务水平：

2) 客户需要方面：了解客户的投资心理、购买层次、及对产品的基本要求。

3) 市场知识方面：了解冰淇淋及烧烤市场的动向和变化、根据客户投资的情况，进行市场分析。

4) 拓展知识方面：进一步了解其他加盟方面的信息，方便能更好的和不同的客户达成共识和业务范畴的交流，以便更好的合作。

5) 服务知识方面：了解接待和会客的基本礼节，细心、认真、迅速地处理客户状况；有效地传递公司信息及获得信任。

二：及时更新设备及其产品种类

随着广告的深入宣传，关注人群的多样性发展，必须得及时更新一些有特色吸引人眼球的设备及产品满足客户的需求。明年的市场必定存在很大竞争，这也是我们能脱颖而出的重要砝码。

建议

1) 壮大专业研发人员团队

2) 定期引进新型畅销设备

三：完善售后服务

随着明年业务量的加大，为了保证客户的利益并减少公司麻烦及投诉，所以售后服务一定要完善。

1) 仓库发出的货物必须与经理所签订的配置清单保持一致

2)配置专门的售后人员，客户反映的问题应第一时间解决。结业后一定要发名片，避免出现有问题客户只找话务员的现象。

四：了解并掌握员工的心态与动向

团队的业绩并不是一个人的功劳，需要团队人员齐心协力完成所得，所以其中的每一份子都很重要。培养一名销售人员也需1-3个月，所有的前期沟通都需要话务员去做铺垫，所以他们的心态及工作状态相关领导一定要充分了解，多沟通、多关爱、多帮助，出现问题及时调整，避免造成人员无谓的流失。

五：应提高对市场的前瞻及把控性

任何一个行业都有它的发展趋势与轨迹，都是与大的环境与市场需求息息相关。作为需要敏锐的洞察能力并通过自身的相关经验判断出市场的走向，广告量的加减、客户的需求点等等，也只有这样我们即便处在逆境也能独占鳌头。

20xx是蓬勃发展的一年，公司的发展也靠大家的集思广益，以上是本人工作的一些感想，希望能起到点点的帮助，明年我们市场部的全体员工也一定继续完善自己、继续努力，为了我们的终极目标去冲刺！请领导们做我们永远最坚实的后盾！

酒水营销总监篇三

销售总监是公司上级领导与销售职员和具体工作之间的纽带，销售总监与销售团队代表着公司的形象与品牌，对销售职员而言，销售总监代表着管理、指令、纪律、执行力和进步收进、提升职位的代言者。所以销售总监作为一位销售负责人，就必须对公司、对客户及销售职员尽职尽责。

承上启下的销售工作，除要忠实履行本岗位职责，更要有苏

醒的市场意识、经营意识、创新意识、服务意识，要求自己
有掌控、驾驭、分析、解决题目的能力和强烈的使命感。

实在我个人以为，每位销售职员都会有自己的一套销售理念。
一开始，我是不能够即时知道每位销售职员的特点在哪里，
需等完全了解的时候，就应当充分发挥其潜伏的上风，假如
某个别销售职员存在可发掘的潜力，我会对其进行相应的督
导，我们相互学习，帮助完成公司下达的销售指标，从而来
弥补其不足的地方。

1. 分析市场状态，正确作出市场销售猜测报批；
2. 拟订年度销售计划，分解目标，报批并督导实施；
3. 根据业务发展规划公道进行职员配备；
4. 汇总市场信息，提报产品改善或产品开发建议；
5. 洞察、猜测危机，及时提出改善意见报批；
6. 关注所辖职员的思想动态，及时沟通解决；
7. 根据销售预算进行进程控制，下降销售用度；
8. 参与重大销售谈判和签定合同；
9. 组织建立、健全客户档案；
10. 向直接下级授权，并布置工作；
11. 定期向直接上级述职；
12. 定期听取直接下级述职，并对其作出工作评定；
13. 负责参与制定销售部分的工作程序和规章制度，报批后

实行；

1. 销售部工作目标的完成；
2. 销售指标制定和分解的公道性；
3. 工作流程的正确执行；
4. 开发客户的数目；
5. 造访客户的数目；
6. 客户的跟进程度；
7. 独立的销售渠道；
8. 销售策略的应用；
9. 销售指标的完成；
10. 确保货款及时回笼；
11. 预算开支的公道支配；
12. 良好的市场拓展能力
13. 纪律行为、工作秩序、整体精神面貌；
14. 销售职员的计划及总结；
15. 市场调查与新市场机会的发现；
16. 成熟项目的营销组织、调和和销售绩效管理；

销售业绩的制定要有一定的根据，不能平空想象。要根据公

司的现状，已及公司产品种类，细细划分。

随后要做的事情就是落实到每个销售职员的身上，乃至可以细分到每个销售职员月. 半年. 一年销售业绩是多少，从而很完善的完成公司下达的季销售业绩。终究完成每一年的销售指标。

制定一份很好的销售计划，一样也是相当重要的事情。有句话说的好，没有理想就永久不可能达成。可见，销售计划的重要性。固然销售计划也是要根据实际情况而制定的。

实在，销售总结工作是需要和销售计划相结合进行的。销售总结主要目的是让每位销售职员能很具体的回顾在过往销售的时间里面做了些甚么样的事情，然后又获得的甚么样的结果，终究总结出销售成功的法则。固然，我们可能也会碰上销售不成功的案例。倘若碰到这样的事情，我们也应当积极面对，看看自己在销售进程中间有甚么地方没有斟酌完善，甚么地方以后应当改进的。

定期的销售总结同时也是我与销售职员的交换沟通的好机会。我能知道销售团队里面的成员都在做一些甚么样的事情，碰到甚么样的题目。以便我和可以给予他们帮助，从而使整个销售进程顺利进行。

销售总结一样也能够得到一些相干产品的信息，知道竞争对手的一些动向。要知道，我们不打无预备之仗。知己知彼方可百战百胜。

销售团队的管理可以说是一个学问，也是公共关系的一个重要方面。如今的销售模式不再是单纯的单唯一个销售职员的魅力了。很好的完成销售任务，起决定性左右的就应当是销售团队。

在所有销售团队里面的成员心齐、同一，目标明确为一个基

本条件的基础上，充分发挥每成员的潜能上风，是其感觉这样的工作很合适自己的发展。感觉加进我们的销售团队就像加进了一个温馨的大家庭中间。我想，每个队员都会喜欢自己的工作，喜欢我们的环境的。

公司为大家创造了很好的企业文化，同时也给大家提供和搭建了很好的销售平台，所以，销售职员应当感觉到满足，并胸怀感恩的心，我希看能让每位销售职员学到相应的东西。

绩效考核的评定固然比较繁琐，但是势在必行。对很好的完成销售指标，绩效考核是一个比较直接的数据。

1. 本来计划的销售指标
2. 实际完成销量
3. 现有客户的造访数目
4. 月合同量
5. 销售职员的行为纪律
6. 工作计划、汇报完成率
7. 需求资源客户的回复工作情况

销售总监也起着穿针引线的作用。根据公司上级领导布置的任务，具体的落实到每位销售职员的身上。在接受任务的同时，也能够反应基层职员所碰到的实际困难。

1. 提升公司整体形象
2. 提升销售职员的销售水平
3. 顺利构成合同达成

以上说的这些都是我觉得销售计划中比较重要的。所以我简单的罗列出来了。实在作为销售负责还有很多的事情要做。比如：配合财务部分帐款的收取，销售职员的定位题目，市场评估等等，在这里我也不逐一说明了，但是这些事情都是为了整个销售部分能很好很快的完成销售任务。

销售部分就是冲锋陷阵的兵士，公司的战略目的很明确，既然要设立一个销售部，我就要让销售部活起来，让我们的业绩明显的体现出来。

酒水营销总监篇四

时光飞逝，20__年马上就要落下帷幕。在这一年里，特别感谢公司领导的栽培，让我继续在东西南北的平台上学习并成长，也衷心的感谢我们的团队，感谢大家对我工作的支持以及相互的配合与鼓励，更希望明年我们能再接再厉，创造更辉煌的业绩！

20__是紧张、飞跃的一年，全年我们广州公司一共完成了1800万的销售业绩，较20__年提高了125%，虽与制定的目标略有差距，有些小小遗憾。

但是，市场部门的全体伙伴尽心尽力，不辞劳苦，在工作中发扬了高度的主人翁精神，体现了高度的责任感，并配合培训部等相关部门较好的完成了各项工作。这些都是应该给予肯定的。20__是不可复制的一年，这一年中我们的业务水平不断提升、团队精神不断提高、精英队伍层出不穷、也顺利的完成了工作地点的迁移等，这些都充分证明了公司的进步与发展。当然在发展的同时，我们也遇到了一些困难暴露了我们的不足之处。1：产品及设备更新比较慢，满足不了一些客户的需求2：售后服务不够完善，客户投诉较多3：不够了解员工心态，造成人员流失较大4：对于市场的分析及前瞻性不够，不能准确的把控市场5：员工的业务水平高低不等，还需整体提升，避免造成资源的浪费，这些都是我们明年工作

的重心。

(本人今年最大的遗憾就是在美优客期间没有履行好自己的职责，所以希望能继续在东西南北尽自己的一份力量)

越多，公司硬件设施的提高都是我们打仗的充足装备。所以对于明年的市场，我们广州公司制定了全年的销售业绩2800万(设备加材料)，销售小组仍然分为3组(每组年平均销售业绩933万)，每组需配置6-7名话务员，1名经理，整个市场部需21-24名人员。20__我们将充分发挥团队力量，扬长避短，努力并高质量的完成制定的目标，具体计划如下：

一：提高员工整体业务水平：

2) 客户需要方面：了解客户的投资心理、购买层次、及对产品的基本要求。

3) 市场知识方面：了解冰淇淋及烧烤市场的动向和变化、根据客户投资的情况，进行市场分析。

4) 拓展知识方面：进一步了解其他加盟方面的信息，方便能更好的和不同的客户达成共识和业务范畴的交流，以便更好的合作。

5) 服务知识方面：了解接待和会客的基本礼节，细心、认真、迅速地处理客户状况；有效地传递公司信息及获得信任。

二：及时更新设备及其产品种类

研发人员团队 2) 定期引进新型畅销设备

三：完善售后服务

随着明年业务量的加大，为了保证客户的利益并减少公司麻烦及投诉，所以售后服务一定要完善。1) 仓库发出的货物必

须与经理所签订的配置清单保持一致2)配置专门的售后人员，客户反映的问题应第一时间解决。结业后一定要发名片，避免出现客户只找话务员的现象。

四：了解并掌握员工的心态与动向

团队的业绩并不是一个人的功劳，需要团队人员齐心协力完成所得，所以其中的每一份子都很重要。培养一名销售人员也需1-3个月，所有的前期沟通都需要话务员去做铺垫，所以他们的心态及工作状态相关领导一定要充分了解，多沟通、多关爱、多帮助，出现问题及时调整，避免造成人员无谓的流失。

五：领导者应提高对市场的前瞻及把控性

任何一个行业都有它的发展趋势与轨迹，都是与大的环境与市场需求息息相关。作为领导者需要敏锐的洞察能力并通过自身的相关经验判断出市场的走向，广告量的加减、客户的需求点等等，也只有这样我们即便处在逆境也能独占鳌头。

20__是蓬勃发展的一年，公司的发展也靠大家的集思广益，以上是本人工作的一些感想，希望能起到点点的帮助，明年我们市场部的全体员工也一定继续完善自己、继续努力，为了我们的终极目标去冲刺!请领导们做我们永远最坚实的后盾!

酒水营销总监篇五

20xx年公司成立市场部，它是公司探索新管理模式的`重大变革。但在经过一年之后，市场部成为鸡肋，嚼之无味，弃之可惜；市场部除了做了很多看起来似是而非的市场活动，隔靴搔痒的市场推广，就是增加了很多直接或间接的费用，而看起来对市场没什么帮助。

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活动，公司资源整合过程中，不断进步。

1、明确工作内容

首先就必须让市场部从围绕销售部转、担当销售内勤的角色中快速转变过来，从事务型的办公室职能里解脱出来，真正赋予市场部战略规划、策略制定、市场调研、产品开发等基本的岗位职能，以消费者需求为中心，根据不同的市场环境，对市场运作进行策划及指导。

2、驻点营销

驻点市场的推行既锻炼、提升市场部人员自身，又贴身服务了一线业务人员，市场部只有提供了这种贴身、顾问、教练式的全程跟踪服务，市场部才能彻底改变一线人员对其的片面看法。

市场部驻点必须完成六方面的工作：

(1) 通过全面的调研，发现市场机会点，并针对性地拿出市场提升方案；

(3) 指导市场做好终端标准化建设，推动市场健康稳定发展；

(4) 针对性地制定并组织实施促销活动方案，对市场促销、费用及政策使用情况进行核查与落实，发现情况及时予以上报处理。

(5) 及时全面宣贯公司政策，提升一线人员的战斗力；

(6) 在市场实践中搜集整理亮点案例，重点总结出方法和经验，及时推荐给市场复制；

3、与销售部强强联合，成立品牌小组

市场部要在市场一线真正发挥作用，除了调整市场部定位及提升市场部自身服务水平外，还离不开销售部门的支持和配合。如果得不到市场一线的可认可和有效执行，即使再好的方案，最终也只能是一纸空文。由市场部和销售部两部门的主管和骨干组成品牌小组，由市场部确定活动企划方案，再由品牌小组成员发表意见，主要对方案提出看法和改进建议，对于需进一步修改完善的方案，由市场部负责调整；对于会议讨论通过的方案，交销售部执行，由品牌小组负责跟踪执行进度和效果。而公司的态度和做法，决定了市场部能否与销售部实现共融和共荣。

1、合理配置人员：

(1) 市场信息管理员一名负责市场调查、信息统计、市场分析工作。

(2) 策划人员一名负责新产品推广策划、促销策划、广告语提炼和资料汇编。

(3) 宣传管理员一名负责宣传方案制定、广告宣传活动现场执行。

2、充分发挥人员潜力，强调其工作中的过程控制和最终效果。

3、严格按照公司和营销部所规定的各项要求，开展本部门的工作，努力提高管理水平使市场部逐步成为执行型的团队。

4、协调部门职能，主动为各分公司做好服务工作。

1、竞争激烈

几年来，公司同仁辛勤而有效的市场运作，取得了丰富的市

场经验，建立了较为完善的市场营销网络，为公司进一步开拓市场打下了坚实的基础。但由于同行业某些同类产品的成功的市场开发，使威科产品在市场竞争中变的前进艰难。

2、整合资源

我公司依托山西省农科院的专家优势和山西农大的合作保障了我们强有力的技术支持，是一般小企业无法比拟的优势。公司也有较强的人才优势，在科研开发、销售公关、企业管理、财务及法律方面，集中了一大批优秀人才，为公司的发展和市场的开拓提供了保证。

酒水营销总监篇六

千方百计完成区域销售任务；努力完成销售中的各项要求；积极广泛收集市场信息并及时整理上报；严格遵守各项规章制度；对工作具有较高的敬业精神和高度的主人翁责任感；完成其它工作。

积极了解达到的标准、要求，力争在要求的期限内提前完成，另一方面要积极考虑并补充完善。

善待员工，稳定员工情绪规划好员工在店的职业生涯发展。由于区域市场萎缩、同行竞争激烈且价格下滑，认真考察并综合市场行情和信息反馈，激发销售热情。同时计划认真学习知识、技能及销售实战来完善自己的理论知识，力求不断提高自己的综合素质。

酒水营销总监篇七

20xx年公司成立市场部，它是公司探索新管理模式的重大变革。但在经过一年之后，市场部成为鸡肋，嚼之无味，弃之可惜；市场部除了做了很多看起来似是而非的市场活动，隔靴搔痒的市场推广，就是增加了很多直接或间接的费用，而

看起来对市场没什么帮助。

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活动，公司资源整合过程中，不断进步。

1、明确工作内容

首先就必须让市场部从围绕销售部转、担当销售内勤的角色中快速转变过来，从事务型的办公室职能里解脱出来，真正赋予市场部战略规划、策略制定、市场调研、产品开发等基本的岗位职能，以消费者需求为中心，根据不同的市场环境，对市场运作进行策划及指导。

2、驻点营销

驻点市场的推行既锻炼、提升市场部人员自身，又贴身服务了一线业务人员，市场部只有提供了这种贴身、顾问、教练式的全程跟踪服务，市场部才能彻底改变一线人员对其的片面看法。

市场部驻点必须完成六方面的工作：

(1) 通过全面的调研，发现市场机会点，并针对性地拿出市场提升方案；

(3) 指导市场做好终端标准化建设，推动市场健康稳定发展；

(4) 针对性地制定并组织实施促销活动方案，对市场促销、费用及政策使用情况进行核查与落实，发现情况及时予以上报处理。

(5) 及时全面宣贯公司政策，提升一线人员的战斗力；

(6) 在市场实践中搜集整理亮点案例，重点总结出方法和经

验，及时推荐给市场复制；

3、与销售部强强联合，成立品牌小组

市场部要在市场一线真正发挥作用，除了调整市场部定位及提升市场部自身服务水平外，还离不开销售部门的支持和配合。如果得不到市场一线的认可 and 有效执行，即使再好的方案，最终也只能是一纸空文。由市场部和销售部两部门的主管和骨干组成品牌小组，由市场部确定活动企划方案，再由品牌小组成员发表意见，主要对方案提出看法和改进建议，对于需进一步修改完善的方案，由市场部负责调整；对于会议讨论通过的方案，交销售部执行，由品牌小组负责跟踪执行进度和效果。而公司的态度和做法，决定了市场部能否与销售部实现共融和共荣。

1、合理配置人员：

(1) 市场信息管理员一名负责市场调查、信息统计、市场分析工作。

(2) 策划人员一名负责新产品推广策划、促销策划、广告语提炼和资料汇编。

(3) 宣传管理员一名负责宣传方案制定、广告宣传活动现场执行。

2、充分发挥人员潜力，强调其工作中的过程控制和最终效果。

3、严格按照公司和营销部所规定的各项要求，开展本部门的工作，努力提高管理水平使市场部逐步成为执行型的团队。

4、协调部门职能，主动为各分公司做好服务工作。

1、竞争激烈

几年来，公司同仁辛勤而有效的市场运作，取得了丰富的市场经验，建立了较为完善的市场营销网络，为公司进一步开拓市场打下了坚实的基础。但由于同行业某些同类产品的成功的市场开发，使威科产品在市场竞争中变的前进艰难。

2、整合资源

我公司依托山西省农科院的专家优势和山西农大的合作保障了我们强有力的技术支持，是一般小企业无法比拟的优势。公司也有较强的人才优势，在科研开发、销售公关、企业管理、财务及法律方面，集中了一大批优秀人才，为公司的发展和市场的开拓提供了保证。

酒水营销总监篇八

其实要说督导还真不是很确切。首先我要说，每位销售人员都会有自己的一套销售理念。一开始，我是不能够即时知道每位销售人员的特色在哪里，需等完全了解的时候，就应该充分发挥其潜在的优势，如果某个别销售人员存在可挖掘的潜力，我会对其进行相应的督导，帮助他（她）顺利完成公司下达的销售指标，从而来弥补其不足之处。

作为销售总监，需要督导的方面：

- 1、分析市场状况，正确作出市场销售预测报批；
- 2、拟订年度销售计划，分解目标，报批并督导实施；
- 3、拟订年度预算，分解、报批并督导实施；
- 4、根据中期及年度销售计划开拓完善经销网络；
- 5、根据业务发展规划合理进行人员配备；

- 6、汇总市场信息，提报产品改善或产品开发建议；
- 7、洞察、预测危机，及时提出改善意见报批；
- 8、把握重点客户，控制产品的销售动态；
- 9、关注所辖人员的思想动态，及时沟通解决；
- 10、根据销售预算进行过程控制，降低销售费用；
- 11、参与重大销售谈判和签定合同；
- 12、组织建立、健全客户档案；
- 13、指导、巡视、监督、检查所属下级的各项工作；
- 14、向直接下级授权，并布置工作；
- 15、定期向直接上级述职；
- 16、定期听取直接下级述职，并对其作出工作评定；
- 17、负责本部门主管级人员任用的提名；
- 18、负责制定销售部门的工作程序和规章制度，报批后实行；
- 19、负责统计成交率、费用率、利润率、月销量以及各类同期比较数据的准确统计；
- 20、根据工作需要调配直接下级的工作岗位，报批后实行并转人力资源部备案。

作为销售总监，需要督促的方面：

- 1、销售部工作目标的完成；

- 2、销售网络建设的合理性、健康性；
- 3、销售指标制定和分解的合理性；
- 4、工作流程的正确执行；
- 5、开发客户的数量；
- 6、拜访客户的数量；
- 7、客户的跟进程度；
- 8、独立的销售渠道；
- 9、销售策略的运用；
- 10、销售指标的完成；
- 11、确保货款及时回笼；
- 12、预算开支的合理支配；
- 13、良好的市场拓展能力；
- 14、所辖人员的技能培训；
- 15、所辖人员及各项业务工作；
- 16、纪律行为、工作秩序、整体精神面貌；
- 17、销售人员的计划及总结；
- 18、市场调查与新市场机会的发现；
- 19、潜在客户以及现有客户的管理与维护；

20、成熟项目的营销组织、协调和销售绩效管理；

销售业绩的制定要有一定的依据，不能凭空想象。要根据公司的现状，已及公司产品种类，细细划分。当然不能缺少的是销售淡、旺季的考虑。我应该以公司为一个基准进行实际的预估。

随后要做的事情就是落实到每一个销售人员的身上，甚至可以细分到每一个销售人员周销售业绩应该是多少，月销售业绩是多少，从而很完美的完成公司下达的季销售业绩。最终完成每年的销售指标。

制定一份很好的销售计划，同样也是至关重要的事情。有句话说的好，没有理想就永远不可能达成。可见，销售计划的重要性。当然销售计划也是要根据实际情况而制定的。

而销售计划的依据其实就是以销售业绩为一个基准。进行不同策略的跟进。现在，销售计划可以分下面这几个方面进行：

- 1、工业自动化设备
- 2、表面处理涂装设备
- 3、电子生产设备
- 4、家用电器组装老化设备
- 5、潜在客户的开发工作
- 6、应收帐款的回收问题
- 7、问题处理意见等……