

2023年会计转正申请书版(实用6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。我们该怎么拟定计划呢？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。

销售下月工作计划和目标篇一

九月份已经过去，在这一个月的时间中我通过努力的工作，也有了一点收获，我感觉有必要对自己的工作做一下总结。目的在于吸取教训，提高自己，以至于把工作做的更好，自己有信心也有决心把以后的工作做的更好。下面我对这一个月的工作进行简要的总结。我是今年九月月x号来到劲霸男装专卖店工作的，在进入贵店之前我有过女装的销售经验，仅凭对销售工作的热情，而缺乏男装行业销售经验和行业知识。

为了迅速融入到劲霸男装这个销售团队中来，到店之后，一切从零开始，一边学习劲霸男装品牌的知识，一边摸索市场，遇到销售和服装方面的难点和问题，我经常请教店长和其他有经验的同事，一起寻求解决问题的方案，在对一些比较难缠的客人研究针对性策略，取得了良好的效果。现在我逐渐可以清晰、流利的应对客人所提到的各种问题，准确的把握客人的需要，良好的与客人沟通，因此对市场的认识也有一个比较透明的掌握。

在不断的学习劲霸男装品牌知识和积累经验的同时，自己的能力，销售水平都比以前有了一个较大幅度的提高。同时也存在不少的缺点：对于男装市场销售了解的还不够深入，对劲霸男装的技术问题掌握的过度薄弱(如：质地，如何清洗熨烫等)，不能十分清晰的向客户解释，对于一些大的问题不能快速拿出一个很好的解决方法。在与客人的沟通过程中，过分的依赖和相信客人。

回顾这个月的工作，对照德能勤绩四项标准，能尽心尽力做好各项工作，较好地履行了自己的职责。现将月工作总结如下：

一、主要工作情况

1、重视理论学习，坚定政治信念，明确服务宗旨。

认真学习邓小平理论、“三个代表”重要思想和党的xx大精神，积极参加局机关组织的政治活动，能针对办公室工作特点，挤出时间学习有关文件、报告和辅导材料，进一步明确“三个代表”要求是我党的立党之本，执政之基，力量之源，是推进建设中国特色社会主义的根本保证，通过深刻领会其精神实质，用以指导自己的工作。时刻牢记全心全意为人民服务的宗旨，公道正派，坚持原则，忠实地做好本职工作。

2、加强业务学习，提高工作能力，努力开展实施工作计划，做好本职工作。重视学习业务知识，积极利用参加培训班等机会聆听专家的指导，向专家请教学习，提高自己的业务能力。紧紧围绕本职工作的重点，积极学习有关经济、政治、科技、法律等最新知识，努力做到融汇贯通，联系实际。在实际工作中，把政治理论知识、业务知识和其它新鲜知识结合起来，开阔视野，拓宽思路，丰富自己，努力适应新形势、新任务对本职工作的要求。

3、勤奋干事，积极进取。

趋正规化、规范化。完成办公日常用品购置、来人接待、上下沟通、内外联系、资料报刊订阅等大量的日常事务，各类事项安排合理有序，为办公室工作的正常开展提供了有效保证。

4、成绩斐然，争取长足进步。

几年来，坚持工作踏实，任劳任怨，务实高效，不断自我激励，自我鞭策，时时处处严格要求自己，自觉维护办公室形象，高效、圆满、妥善地做好本职工作，没有出现任何纰漏，取得了一定成绩。

二、存在不足

一是政治理论学习虽有一定的进步，但还没有深度和广度。二是事务性工作纷繁复杂，减少了调研机会，从而无法进一步提高自己的工作能力。三是工作中不够大胆，总是在不断学习的过程中改变工作方法，而不能在创新中去实践，去推广。

三、10月工作计划

不断加强个人修养，自觉加强学习，努力提高工作水平，适应新形势下本职工作的需要，扬长避短，发奋工作。

在下月工作计划中下面的几项工作作为主要的工作重点：

1、在店长的带领下，团结店友，和大家建立一个相对稳定的销售团队：销售人才是最宝贵的资源，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我们店的根本。在以后的工作中建立一个，具有杀伤力的团队是我和我们所有的导购员的主要目标。

2、严格遵守销售制度：完善的销售管理制度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。这是我们在下个月完成十七万营业额的前提。我坚决服从店内的各项规章制度。

3、养成发现问题，总结问题，不断自我提高的习惯：养成发现问题，总结问题目的在于提高我自身的综合素质，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，把我的

销售能力提高到一个新的档次。

销售下月工作计划和目标篇二

男装店的销售技巧，如何才能销售好男装！

一、 男装导购技巧

1. 六点要求

2. 四个原则

二、 男性购买行为分析

(一) 男性购买行为的主张

1. 男性购买行为特征——男人购买服装很多时候是没有主张的

2. 独自购物的男性购买行为分析——购物过程中的主张大部分来自导购

3. 有女性陪伴购物的男性购买行为分析——购物过程中的主张大部分来自陪的女性

(二) 男性购买服务对策

1. 用你的专业折服他——独自购物的男性

2. 言多必失——有女性陪伴购物的男性

3. 声东击西 ——促销与礼品的搭配

三、 男装门店销售流程——“六步迷魂倒”

1. 迎宾
2. 寻机
3. 开场
4. 试穿
5. 开单
6. 送客

一、男装导购技巧

在服装销售过程中，营业员除了将服装展示给顾客，并加以说明之外，还要向顾客推荐服装，以引起顾客的购买兴趣。所以，营业员在销售过程中的导购很重要。

首先，推荐服装要做到以下六点：

- 1、推荐时要有信心，向顾客推荐服装时，营业员本身要有信心，才能让顾客对服装有信任感。
- 2、适合于顾客的推荐。对顾客提示商品和进行说明时，应根据顾客的实际客观条件，推荐适合的服装。
- 3、配合手势向顾客推荐。
- 4、配合商品的特征。每类服装有不同的特征，如功能、设计、品质等方面的特征，向顾客推荐服装时，要着重强调服装的不同特征。
- 5、把话题集中在商品上。向顾客推荐服装时，要想方设法把话题引到服装上，同时注意观察顾客对服装的反映，以便适时地促成销售。

6、准确地说出各类服装的优点。对顾客进行服装的说明与推荐时，要比较各类服装的不同，准确地说出各类服装的优点。

其次要注意销售过程中的以下四个原则：

1、从4w上着手。从穿着时间when□穿着场合where□穿着对象who□穿着目的why方面做好购买参谋，有利于销售成功。

2、重点要简短。对顾客说明服装特性时，要做到语言简练清楚，内容易懂。服装商品最重

要的特点要首先说出，如有时间再逐层展开。

3、具体的表现。要根据顾客的情况，随机应变，不可千篇一律，只说：“这件衣服好”，“这件衣服你最适合”等过于简单和笼统的推销语言。依销售对象不同而改变说话方式。对不同的顾客要介绍不同的内容，做到因人而宜。

4、营业员把握流行的动态、了解时尚的先锋，要向顾客说明服装符合流行的趋势。

小结：在极短的时间内能让顾客具有购买的信念，导购是很重要很关键的一个因素。其实就是指要有针对性，要针对客户的购买行为进行分析，从服装的设计、功能、质量、价格等方面进行介绍说明，真正使顾客的心理由“比较”过渡到“信念”，最终销售成功。

二、分析男性购买行为

下面就举例对男性购买行为分析如下：

(一) 男性购买行为的主张

在男装终端销售购买过程中，男人自有主张吗？今天就这个

话题剖析一下男装销售服务技巧。

走出这个品牌专柜，我漫步到另一家男装专柜，是我比较喜欢的一个品牌，此前穿过这个牌子的西服，几年下来依然笔挺，所以有好感。看中一件白色条纹衬衣后，40岁左右的导购大姐一副老练的样子，拿出一件新包装，迅速拆开递到我手中，鼓励我进试衣间“试试看”，当我穿好走出试衣间的时候，这位大姐和气、认真地整理着我身上这件衬衣，口中说着“很适合你的风格，很显大方、斯文”……这个时候我内心的思索是：她已经赢了，因为我买定这件衬衣了。

回家之后我老婆骂我：“上班时间，在商场里巡场你怎么都能买500多块不打折的衬衣？你还顾不顾家？”

各位，你们觉得在购物的过程中“男人自有主张”吗？在我看来，其实男人在购物过程中大部分时候是没有主张的，那些独自购物“深入虎穴”的男性在购物过程中的主张大部分来自导购。（题外补充：大家都知道男人购物特点是直奔主题，男人购买服装的首选是品牌；就是说男人只要进店，就代表了他很大程度上喜欢或者是信任这个品牌，对于那些他不喜欢或者不认可的品牌，男人是懒得走进去的。所以在男性进店后很多时候都没有成交的话，这就是导购的问题了，因为那些独自购物“深入虎穴”的男性在购物过程中的主张大部分来自导购）

因为在终端工作的原因，我经常漫步商场；一天我路过某鞋业品牌的专柜，看到一对30岁左右的夫妇在挑选鞋子，女人坐在试鞋的椅子上，男人不耐烦地站在女人的面前，看她一双接一双地试着导购抱来的鞋子，只听到那个女人说：“这个不行”、“试下那个”、“这个太丑了”、“再试下这个”、“好，就这个拉”，最后他们确定“就这个啦”。（在这个过程中，没有听到导购说什么话，就顺利开单了，我心想：真是聪明的导购。）

各位，这个场景说完，你们觉得在购物的过程中“男人自有主张”吗？同样在我看来，男人在购物过程中大部分时候是没有主张的，那些带着老婆购买服饰的男人，他们的购物主张很大程度上来自老婆，他老婆说好就是好，他老婆说不好就是不好。大家都知道，大部分的男人都事业心很重，没有闲情逸致去研究服装的搭配、款式、流行……这是女人的专长。（也正是因为这个，那些通常独来独往“深入虎穴”的男性上商场之后大多“死”得很惨！）

各位，这个场景说到这里，你们说这单成交了没有？那对男女朋友在表示完“再看看”后就不耐烦地走到另外一个男装专柜了。这一幕购买的场景说明：第一，那些和女朋友一起购买服装的男人是没有主张的；第二，和这位男性的女朋友相比，陌生的导购在购买主张上是没有影响力的，导购“很负责地样子”说什么“我认为”、“我个人的看法”只会把他们赶到另外的店里去。比较前面那个卖鞋的导购，这位导购的表现是需要我们培训一下的。

回头总结下：那些独来独往购物的男性、有老婆陪伴购物的男性、有女朋友结伴的男性，他们在购买男装的过程中，是没有什么自己的主张的，即使有些主张很多时候对购买行为是没有什么根本的影响。所以，“男人自有主张”这句话，可能发生是在购买男装以外的那些事情上。

去年我和同事出差到上海，空闲的时候就结伴三个人来到南京西路的某品牌旗舰店，该品牌西班牙第一、世界第三，业内津津乐道的品牌，该店地址在恒隆广场斜对面，我不提它的名字，想必业内人士已经知道该品牌名了。当我们走进去的时候，一位女人同事开始数落我以前的老土，不知时尚为何物？没有穿衣的品位和风格……想趁机显示下品位的我，来不及浏览完毕就进入上下全身的试穿了，每试上一件就走出来问她：这件怎么样？那件怎么样？最终她一副对我信心百倍的样子，一条裤子、一件体恤、一件外套就进入打包开单了。差旅结束当我回到深圳家里的时候，老婆不可避免大骂一通，

根本不适合我的风格;穿到公司的时候，我问那些目光异样的同事们，“知道这是什么牌子的吗？”他们却口径一致：“班尼路的”？我差点吐血。

一句话：男人购买服装很多时候是没有主张的；

(二)、男性购买服务对策

根据这种购买心理特性，在男装销售技巧上，我们的品牌服装专卖的终端人员如何应对呢？下面我们一一分析，给出对策结果：

1、用你的专业折服他——针对那些独自“深入虎穴”进店的男性购物者，上面的分析已经很清晰了：很多时候他没有主张，所以你就要主张他。销售人员要主张他，不是一句简单的话，“就买这件吧”。要获得他们的大把钞票，就必须获得他们对销售人员的信任，根据我的研究和感受，那种买单信任来自终端销售人员对西服面料、做工、款式、搭配的专业，开始举例：

代表对于他的成交已经成功一半，我们看下面的事情是什么？)。我直接走到了一套西服那里，“一摸二问”（摸面料手感，问价格折扣），小姐很快回答后，找出一件鼓励我试穿。我自然不会拒绝，脱去外套，拿过她手中西服就准备穿，当我穿上左胳膊的时候，我发现太小了。我说小了，她就表示不好意思、不了解我穿的码数，马上又换大一码的，我就再穿，这时我发现还是小了，勉强穿上拉的胳膊都难受了。我马上说还是小了，此时的我已经大失所望了，我甚至感觉到这款西服面料的手感粗糙起来了，虽然款式看起来不错。

一个连目测码数都无法做到的销售人员，就是这样驱赶我出门的，虽然该品牌吸引到我进店，虽然吸引的是一个没有主张男性购物者，很可惜。

我走进下一家我喜欢的男装专柜，我一样像一般的男性购物者一样，直奔主题，以下是我的简单问话：“小姐，单排扣和双排扣有什么讲究？”、“西服双开*和后开*，你看那个合适我？”、“这个面料是多少织的？我选择哪个合适”……她的回答是：“主要看你喜欢哪种，都没有什么讲究”。

标价4800块一套的西服，销售人员告诉我没有什么讲究。没有什么讲究，买什么西服啊，我就出门了。

根据我服务过的男装销售的情况，特别在男装中高档西服的销售中，这种动辄几千的东西的面料、做工、款式等基础知识和品牌设计的独特定位，是首先、必须、熟练掌握的基本内容。那些在这些方面掌握得好的导购，我发现她们的业绩也总是数一数二。

2、言多必失——针对那些有陪同者(老婆、女友、朋友)购物的男性。

这样的购物男性我们论述的很清楚：他们也一样没有主张，大部分的主张来自陪同者(当然，在你发现陪同者没有什么影响力的时候，把他当成独自购物者就是了，用你的专业影响他)。这个时候我们说就是，看他老婆(女友、朋友)的颜色行事、不轻下判断、不多说废话，只是把服务的动作殷勤到位就是了，就像前面那个夫妇买鞋的情况。甚至你服务的中心需要转移到她们(陪同者)身上：闲聊、赞美、认可她。

3、声东击西——前期的广告宣传、终端的促销、卖场的设计、员工的招聘可能都需要跟随男性购物陪同者(女人)的因素了。

男装触动了女人的心，差不多已经触动了男人的荷包。曾经福建的某男装品牌上市宣传的广告语就是：“让女人心动的男人”而享誉全中国，随后的其广告语又改为：“男人就应该对自己狠一点”，想必很多女人看到后心花怒放：就是这样！就是这样！

一次武汉出差，我在某男装专柜当场没有犹豫就买了条领带，因为它的促销是买领带送一瓶女士香水，这样的机会我怎么会放过呢？回到家里，我跟老婆说：我给你买了瓶香水。她问这很贵吧？我说虽然贵，但是送条领带，还是值得的！

男装的店面设计很多是气派、奢华。就拿男装店面里的椅子来说，很多风格设计的很硬朗、古典，其实我很少发现有那个男性购物者会坐在那里，坐在那里的大多是女性，显然这样的椅子给女性坐是不舒服、风格不合适的，她若是站起来走掉了，男的难道还留得住？北京某女装品牌清一色的男生服务大获成功，想必是大大安慰了40岁女性购物者的心灵。男装销售中，面对那些女性决策者，起用男生服务更是一举两得：吸引说服女性；没有客人的时候可以不停的试穿自己的衣服，来营造不错的卖场气氛。

购买男装，男人自有主张？其实，男人没有主张！

三、男装门店销售流程

迎宾之前干什么呢？凡是参加培训的朋友都知道：我们多次强调，吸引顾客进店的秘诀是忙碌。男装销售服务技巧中在客人没有进店前的，销售人员动作最好是忙碌，忙些什么不是最重要的。

在迎宾前，男装销售中，两种常见的导购动作是应该避免的：

“倚门卖笑”型。每次逛商场男装专柜的时候，发现很多女性店员在无所事事的时候，站在自己门口，歪*在一边，含情脉脉地望着通道上走过的三三两两的客人，每次我这样的闲逛购物的男性，在这种情况下，是突然心里很发毛。

“冷眼打量”型。一次，深圳某商场，上电梯迎面的某男装品牌（号称男装第一品牌）导购，愣声声地歪站在自家店中央，低头冷眼打量着店外面的人流，这一打量不打紧，走上男装

楼层的客人，没有几个直接进店的，都顺着通道转去了。

若是忙碌的景象，便会无形中吸引了那些有需求男性客人进店，他一进店就给温柔的一招——叫“六步迷魂倒”。

1、第一步：迎宾

面对现代大多数的“要面子不要里子”的男性，进店之后遭遇到冷落的话，对销售来说是大大的不利。

如果你是高档消费有一定层次的品牌，客人进店你最好来个问候：“早上好”等。

前几天，刚过完年，想买件衬衣我就逛商场的男装专柜，蒙蒙逛了一圈没什么感觉，突然到了一个品牌，销售小姐朝我微笑来句：新年好！让我眼前一亮，心情好了不少，进入了试穿……到现在还念念不忘，把她写在这里，她是做梦都不知道。

2、第二步：寻机

男性一般的购物者不喜欢喋喋不休，不喜欢被紧跟打扰，所以在迎宾完毕进入寻机(寻找接待答话的时机)的动作是比较安全、卓越的服务。

3、第三步：开场

在客人被某款衣服吸引的时候，这代表你的时机来了：

“先生，这款深色的西装在参加正式场合穿非常合适，如果平常上班穿着也很好的搭配。”“这个面料是**织的，非常适合您在这个春夏季节穿戴……”

“先生，西装应正合身，不应过于贴身，不必太大，像您这样修长身材的，这款目前流行的窄腰直线剪裁或合身单排三

颗扣款式您可以考虑一下!”

“先生，像您经常旅行的商务人士，这种经过处理，质轻防皱、易打理的毛料商务休闲款非常适合您。”

各位，这些语言一出口，就能吸引那些烦恼不知道买什么样西服的男性购物者，这就是一出口就见专业，这一剑就刺得很不轻了。

“先生，您需要什么?”、“先生，喜欢的话试穿下”、“我们是意大利名牌”……这些语言轻飘飘，跟上面的语言相比，说真不如不说。

4、第四步：试穿

在你专业语言的影响下，本没有主张的他开始体验到价值了。

在客人穿上西服走出试衣间的时候，你马上迎上去：

单漆下跪，仔细认真的态度帮他把裤长挽到里面去，这一招要做到他的内心里去，让他感受下女性无微不至体贴，唤醒他内心触动；然后站起帮他把西服的扣子全部系上，把各个部位拉平展开，一副专业认真样子告诉他：

“因为每个人的身材不同，试穿是挑选西装最准确的方式。我要帮您留意袖长、肩宽、袖笼、身长以及扣上扣子的腰身是否合身，特别是西装的肩线应与肩膀吻合，同时您双手举一下，摆动几下，以确定穿上后活动自如……”

这话不要销售人员说完的时候，这个男性购物者早已发自内心的认定：买衣服就要买这样的！值！所以六脉神剑这一剑下去，差不多客人就不会动弹了，你就开始准备后面的连带销售吧！

5、第五步：开单

在最大限度地激发完客人的购买欲望之后，快速地取得客人的同意进入“打包”、“开单”之类的成交是聪明的举动，拖的时间越长，等到他内心的热度冷下来的时候，任何事情都可能发生。

开完了这单，不要那么快地送他出门——衬衫、领带、皮鞋、皮包、皮带、袜子你都可以帮帮人家的忙，搭配一下，看看效果。

6、第六步：送客

所有可以成交的可能都结束的时候，在客人表示“你的服务真不错，我得回家了”（卡刷完了，没有什么购物想法）之后，你就可以送客了，这个客人绝对值得你和他并排沟通一直送到门口甚至楼下或者停车场，问他要不要帮忙叫个的士或找下车子。可能他已经晕头转向了，不知道为什么只是想买双袜子他，结果抱了这么一大堆衣服。

在沟通上，这时千万不要掩饰不住喜悦，不停地说什么谢谢，这显得你很不成熟。送客的沟通语言多谈谈衣服的保养：

“李先生，好西服，七分工艺，三分保养，回去以后……”

各位，“六步迷魂倒”最后一步绝对不是简单的一步，这一步是“回马枪”！

目的是要他下次过来，甚至带个朋友。

虽然有点长，但是我坚信，你要是自信看，会对你有帮助的。。你也可以搜索一下怎样销售男装，多看看这方面的知识，再加上多实践，肯定能成功，加油。。。

销售下月工作计划和目标篇三

销售员工工作计划报告万能1一、加强业管工作，构建优质、规范的承保服务体系。

承保是保险公司经营的源头，是风险管控、实现效益的重要基础，是保险公司生存的基础保障。因此，在20x年度里，公司将狠抓业管工作，提高风险管控能力。

1、对承保业务及时地进行审核，利用风险管理技术及定价体系来控制承保风险，决定承保费率，确保承保质量。

对超越公司权限拟承保的业务进行初审并签署意见后上报审批，确保此类业务的严格承保。

2、加强信息技术部门的管理，完善各类险种业务的处理平台，通过建设、使用电子化承保业务处理系统，建立完善的承保基础数据库，并缮制相关报表和承保分析。

同时做好市场调研，并定期编制中、长期业务计划。

3、建立健全重大标的业务和特殊风险业务的风险评估制度，确保风险的合理控制，同时根据业务的风险情况，执行有关分保或再保险管理规定，确保合理分散承保风险。

4、强化承保、核保规范，严格执行条款、费率体系，熟练掌握新核心业务系统的操作，对中支所属的承保、核保人员进行全面、系统的培训，以提高他们的综合业务技能和素质，为公司业务发展提供良好的保障。

二、提高客户服务工作质量，建设一流的客户服务平台。

随着保险市场竞争主体的不断增加，各家保险公司都加大了对市场业务竞争的力度，而保险公司所经营的不是有形产品，

而是一种规避风险或风险投资的服务，因此，建设一个优质服务的客服平台显得极为重要，当服务已经成为核心内容纳入保险企业的价值观，成为核心竞争时，客服工作就成为一种具有独特理念的一种服务文化。

经过20x年的努力，我司已在市场占有了一定的份额，同时也拥有了较大的客户群体，随着业务发展的不断深入，客服工作的重要性将尤其突出，因此，中支在20x年里将严格规范客服工作，把一流的客服管理平台运用、落实到位。

1、建立健全语音服务系统，加大热线的宣传力度，以多种形式将热线推向社会，让众多的客户全面了解公司语音服务系统强大的支持功能，以提高自身的市场竞争力，实现客户满意最大化。

2、加强客服人员培训，提高客服人员综合技能素质，严格奉行“热情、周到、优质、高效”的服务宗旨，坚持“主动、迅速、准确、合理”的原则，严格按照岗位职责和业务操作实务流程的规定作好接、报案、查勘定损、条款解释、理赔投诉等各项工作。

销售下月工作计划和目标篇四

x月份已经过去，在这一个月的时间中我通过努力的工作，也有了一点收获，我感觉有必要对自己的工作做一下总结。目的在于吸取教训，提高自己，以至于把工作做的更好，自己有信心也有决心把以后的工作做的更好。下面我对这一个月的工作进行简要的总结。

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，在为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。

关于销售情况的分析：

x月份的新客户不多，老客户购买同时也降低了不少。新客户开发得少，有的还处于了解阶段，对于这个情况今后我们要从不同的渠道入手。现在就是重点的培养有潜力的客户，挖掘客户更深的信息，使他们能够更加信任我们！

我的销售技能还存在欠缺，基础功底薄弱，所以我还要不断加强学习。“不找借口找方法”，这个是我们公司和我个人一直崇尚的，现在我的能力还不足，所以我要一直在努力，努力学习，努力工作，努力生活，让每天都是充满希望的。有人说过“态度决定一切”，简单而言，我对工作的态度就是选择自己喜欢的，既然我们选择了这个行业，可能是没有办法，但现在这是我最喜欢的工作，对于自己喜欢的事情要付出最大的努力，在这段工作中，我认为一个积极向上工作态度是成功的一个必要前提，所以我用百分之百的激情投入到工作中去，在以后的工作中我依旧会保持这样的工作激情。

工作中存在的问题：

通过这一段时间的工作，我也清醒地看到自己还存在许多不足，主要是：

一、针对意向客户没有做到及时跟踪与回访，所以在以后的

工作中要将客户的意向度分门别类，做好标记，定期回访，以防遗忘客户资料。

二、由于能力有限，对一些事情的处理还不太妥当。要加强认真学习销售员的规范。

5月工作目标：

接下来我们将迎来一个新的销售重点，那就是区域划分，基本上包括__x__x还有__x这几个区的潜力都很大，之前也一直在这几个地方跑，但也没有做出很好的成绩。通过公司的区域划分，我们要以团队为主，充分地发挥团队的力量，这次我们区域也组建了团队，成员有__x和__x和我__x和__x他们都是特别优秀的业务人员，我们要多多向他们学习，取他们所长，补己之短！我将会继续努力，希望再上一个新的台阶，打造出一片新的天地！

销售下月工作计划和目标篇五

又到了季度总结、思考、改进的时候了。在今年初设定工作计划时，告知自己每日成长一点点、每月改变一点点，希望自己一年中在思想上有所飞跃、学习的态度有所飞跃。

一、20xx年第一季度工作总结

1、“基智团”的工作

在费老师的指导下，第一季度的基金销售改革工作取得了实质性的进展。每季度重点基金投资策略报告、每月基金短评评价、基金对账单、季度定投基金投资策略报告、每周基金时事短信发送、基金发行信息短信发送等各项工作都有条不紊地展开。

3月份，在“银华90基金”销售过程中，做到及早安排、统一

学习、互相竞争的局面，最终在本次基金销售中，取得500多万的成绩，排名公司第五名。

2、思考工作中存在的问题，妥善解决

每天下班回到家，安排自己十五分钟的时间，回顾一天工作中的得失，发现工作中的薄弱点，对于存在问题进行思考，自己设法提出可行性方案，次日进行及时解决。

二、20xx年第二季度工作计划

1、增强基金客户的服务工作

目前，营业部需要从根本上转变经营模式，转变传统的经纪业务的过度依赖，需要将营业部转变成真正的营销客户中心。那么，我们的服务就是至关重要的了。

每季度举办特色基金投资俱乐部，每次会议都安排一个主题吸引客户前来参加。会议中，我们将以基金投资的实例、分析解决客户对于自己存量基金的疑问，并出具基金短语点评，从而使客户对自己帐户中的基金及时了解，适时采取必要的赎回措施。

每次会议前，必须设计有针对性的调查问卷。会议结束后，必须对调查问卷及时进行梳理，了解客户的内在需求，将客户需求进行登记并予以解决。

目前，营业部的基金销售工作遇到瓶颈，我们必须转变思路，化危机为机遇，将自身能够做好的事情做到最好。通过自己的努力，带领营业部的基金销售走出瓶颈。

2、整理基金客户名单，改进基金服务模式

对于个人而言，服务基金客户必须细化手中客户名单。将手

中所有客户分为重点客户(资产大经常购买基金)、核心客户(偶尔购买基金)、普通客户(持有套牢基金)。对于重点客户必须每次沟通前打印基金持仓明细,根据营业部的基金短信评论,与客户保持两周一次的电话沟通;对于核心客户,根据营业部的基金短信评论,每月保持一次电话沟通;对于普通客户,将每月的基金短信评论寄送给客户,并每月保持部分客户的沟通工作。

3、注重融资融券的业务学习,发展融资融券的客户

随着券商竞争格局日趋激烈,发展新业务的赢利模式也势在必行。所以,今年融资融券新业务也作为了营业部重点考核的目标之一。

在每天下午收盘后,利用半个小时的时间对融资融券业务及柜台操作流程进行学习。遇到融资融券开户需求时,掌握实际开户流程,尽快分担开户柜员工的开户压力。6月30日之前,完成两个融资融券客户的开户指标。

作为营业部的一员,必须学习融资融券业务、发展融资融券客户,为营业部的发展作出自己的贡献。

4、团队成员互相支持,携手努力共创佳绩

心中理想的工作环境是团队成员和谐共处、各项业务由成员牵头组织学习并回答员工提出的疑难问题、部门之间互相支持帮助、学习成长热情高涨的集体。

作为营业部的一颗“螺丝钉”,虽然渺小,但是也能够发挥自己的长处。在基金业务学习中,把握基金的特点,找出基金的卖点,安排让“基智团”成员轮流主持学习,对每位成员的研究能力、组织能力、演讲能力都会有所提高。

通过书籍、微博等传媒方式来吸收正面能量,然后在部门员

工之间、营业部员工之间起到传播正面力量的导体。

5、完成六月投资分析考试，做到有计划，有安排

6月11日，又是一次证券从业人员考试。我要利用现在起的两个月时间，对学习章节、学习要点按“周”进行划分，每周突出学习重点，把握书中的每一个知识要点，完成章节的练习题，争取在六月完成投资分析的考试。