

# 2023年制作小发明的收获与感想 科技制作活动心得体会(汇总10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。通过制定计划，我们可以更加有条理地进行工作和生活，提高效率和质量。这里给大家分享一些最新的计划书范文，方便大家学习。

## 手机门店销售计划篇一

在这个竞争激烈的手机销售市场中，并非无商机存在。独特的销售眼光加上详细的工作计划便可以打开另一扇销售之门。随着手机销售市场的竞争日益激烈，手机零售也被称之为手机终端销售。随着手机渠道的进一步竞争，终端销售的利润空间也逐渐缩小。如何做好手机销售工作，便成了每个店员每个人必须重视的问题。以下是手机销售工作计划：

第一条为扩大销售，以低价位、高质量迅速占领市场，特制定本销售工作计划。

第二条以低价位、高质量为本公司今后的主要商品。

第三条本公司不特别重视单纯性的流行品或时代尖端的产品。但是，仍多少会推出这种类型的尖端流行产品。

第四条在选择销售据点时，以中型规模或中型以上规模的销售店为目标。小规模店面行销方式，除特殊情况外，原则上不予采用。

第五条关于前项的销售据点，在做选择、决定或交易条件的企划、事务处理时，都须确实慎重行事，这样才能巩固本公司的营业根基。

第六条与销售店开始进行新的交易之前，须先提出检查，并依照规定做好调查、审议及条件的查核后才能决定进行交易。

第七条销售活动必须制度化，合理化，力争使各项事宜高质量高效的完成。

第八条销售人员个人工作计划要细分，并将任务落实到每一个人。在接受订货和收款工作时，不得参与相关的附带性事务处理工作，必须全身心投入销售事务。因此，在销售方面应另订计划及设置专科处理该事务。

第九条改善处理手续（步骤），设法增强与销售店之间的联系及内部的联络，提高业务的整体管理及相关事务的效率。尤其须巧妙地运用各种账表（传单、日报）来提高效率。

第十条进货总额中的20%用于对公司的订货，其他则用于公司对外的转包工程。

第十一条进货尽可能集中在某季节，有计划性地开展订货活动。要确保交易双方的权益。

第十二条进货时要设立交货促进制度，并按下列条件来进行计算；对于交货成绩优良的厂商，将采取退佣方式处理，其规定如下：

- （1）进货数量；
- （2）交货日期及交货数量；
- （3）交货迟缓程度及数量。

第十三条为使进货业务能合理运作，本公司每月召集由各进货厂商、外包商及相关人员参加的会议，借此进行磋商、联络、协议。

第十四条a公司与本公司之间的交易（包括与该制造公司目前正式交易的三家公司），一概归与本公司作直接交易。

## 手机门店销售计划篇二

第一条 为扩大销售，以低价位、高质量迅速占领市场，特制定本销售计划。

第二条 以低价位、高质量为本公司今后的主要商品。

第三条 本公司不特别重视单纯性的流行品或时代尖端的产品。但是，仍多少会推出这种类型的尖端流行产品。

第四条 在选择销售据点时，以中型规模或中型以上规模的销售店为目标。小规模的面店行销方式，除特殊情况外，原则上不予采用。

第五条 关于前项的销售据点，在做选择、决定或交易条件的企划、事务处理时，都须确实慎重行事，这样才能巩固本公司的营业根基。

第六条 与销售店开始进行新的交易之前，须先提出检查，并依照规定做好调查、审议及条件的查核后才能决定进行交易。

第七条 销售活动必须制度化，合理化，力争使各项事宜高质高效的完成。

第八条 销售人员在接受订货和收款工作时，不得参与相关的附带性事务处理工作，必须全身心投入销售事务。因此，在销售方面应另订计划及设置专科处理该事务。

第九条 改善处理手续，设法增强与销售店之间的联系及内部的联络，提高业务的整体管理及相关事务的效率。尤其须巧妙地运用各种账表来提高效率。

第十条 进货总额中的 20%用于对 公司的订货，其他则用于公司对外的转包工程。

第十一条 进货尽可能集中在某季节，有计划性地开展订货活动。要确保交易双方的权益。

第十二条 进货时要设立交货促进制度，并按下列条件来进行计算；对于交货成绩优良的厂商，将采取退佣方式处理，其规定如下：进货数量；交货日期及交货数量；交货迟缓程度及数量。

第十三条 为使进货业务能合理运作，本公司每月召集由各进货厂商、外包商及相关人员参加的会议，借此进行磋商、联络、协议。

第十四条 a公司与本公司之间的交易，一概归与本公司作直接交易。

第十五条 本公司拒绝接受传票，物品交入本公司就属于本公司的营业范围内。

第十六条 负责进货人员应每天到各厂商去照会联络，并促使对方尽快着手。

第十七条 处理对外订货事宜时应使用报表，记入材料名称、色调、产品样式、号码、尺寸、厂商号码，然后交给厂商，各种表格的填写必须详尽。

第十八条 前项报表在发出订单时应一起附上，另外，还要贴在产品的箱子上，连同产品一起交给零售商和消费者。

## 手机门店销售计划篇三

店面销售工作总结

时光飞逝，不知不觉xxxx年又在忙忙碌碌中过去了，现在对xxxx年的工作做一个总结。

## 一. 销售工作总结。

xxxx年1月至4月，我从事店面销售工作，服务人员是展现公司形象的第一形象，在工作中我严格按照公司要求，以礼待人，热情服务，认真学习业务知识，不断积累经验，并在不断实践中提高自身素质和业务水平，成为一名合格的销售人员。至4月底接待客户xx人次左右。

年五月，因部门人员变动，我被调至物流部。从事公司销售人员地销售出库单的录入、同价调拨、销售人员的库存盘点仓库的配发签收货，采购入库及退货单的办理等工作。

至今，共录入单据xxxx张左右，并做到快速准确，不延时，不误事。同价调拨1000次左右，做到及时认真仔细。

2014年于公司而言，在某种意义上来说是平凡的一年。平凡的开始，平凡的结束。但对我个人而言，却是一个不平凡的“结束”，一个不“平凡”的开始。

我是2014年加入公司的，相较于那些创业的元老，或许某种意义上来说我就是个新兵；但相较于嘉禾店的每一个产品，嘉禾的每一个单位，每一个我们所服务的顾客，我却是一个“老兵”。两年来的嘉禾生活，把我一个不是嘉禾的人都变得融入了嘉禾，我爱我们的公司，也爱这里的每一个顾客。

销售，是一门艺术，而绝不是一种简单的服务。如果仅仅是销售和结款那么简单的话，我想我们就不至于如此奔忙、细致、全方位的去维护每一个顾客和群体。这里需要付出我们的汗水和爱，没有爱的销售，是构不成“爱心”这个大家庭的基石的。

2014，想要说的很多，想要感谢的也很多。这里最想感谢的还是公司和黄总对我个人的栽培和赏识，给了我这个全新锻炼的平台——店长。不当家不知道柴米油盐贵，当了这个家才能更体会里面的艰辛和苦乐。2014，嘉禾店的转折之年，我有幸见证和参与，我更感到荣幸与开心。

虽然今年的206万的销售业绩，相较于去年的，前年的，显得有点寒碜和拿不出手，但这毕竟是我们一年来的成绩。她不美丽，但她朴实，她是我们用汗水和爱精心浇灌的结晶。

弹指一挥年华去，回首低吟又一年。2014来了，这新来的一年和远去的一岁在更新交替中延续，我们的工作也必须有一个全新的总结和规划。籍鉴于此，让我来为我自己的2014年和嘉禾店的2014年做一个归结和囊括吧。

我所理解的店长，店长就是家长，对内要操心这个家的所有问题，货品，人员，卫生，活动.....对外要负责顾客的联络、回款、回访和处理各种关系。“家事”是小事，但家事也无“小事”。哪一个方面出现了问题，都会关系到这个“家”的运作和声誉。

店长是勤务员，消防员。每天离不开对产品，经营，销售，清点，人事等的各种考评和巡查，哪里都不能轻视和偏废，牵一发而动全身，这里的工作来不得马虎和草率。

店长是纽带和桥梁，同时也是刷洗匠。公司的文件政策必须了解，学习和传导，执行。同时还要兼顾于细节，再好的墙壁出现了斑点也会有损于它应有的美观，我们的工作拿着放大镜来操作的。

店长是受气包和形象代言人，不管是店员还是顾客有了情绪，我们都是首当其冲不能幸免和逃避的面对者。我们要善于疏导，学会融合。我们的言行不仅仅代表着个人，也代表着“爱心”。

果是，谁也肥不了，谁也倒不下。这其中，如果没有强化我们自己的人才储备，夯实我们自身的发展基础，我们就难以在这种日趋激烈的市场竞争中昂首前行，继续领跑的。

当然，2014，市场也发生了很大的变化，这有国家宏观的调控和政策的引导下的消费行为的变更。但这不是我们的理由，因为同样的事实，每一个商家都有曾面对。现代的竞争就是人才的竞争，现代的销售何尝又不是这一种这样的人才的销售呢？如果我们还想继续领跑和不断占有这个市场，那么我们除了强化这个本身和自我的细节还有别的办法吗？答案是没有！

4 / 20

物竞天择，适者生存。这是自然界的生存法则，同时也是我们销售行业 and 所有竞争行业的不二定律。有鉴于此，我决定从以下几个方面加强我个人和嘉禾店2014年内功和基本功。

作为我个人而言，2014年的店长工作只是一个适应和摸索的阶段，从临渊羡鱼到退而结网，我虽然花了很大的力气，用了很多的心血然终有不足。那么2014年我决定：

首先，狠练基本功，加强对销售和管理的学习，让自己多充电，充好电，最后达到能放电，放好电。

其次，强化合作和协同。向上寻求帮助和经验，向下寻求支持和参与。上下齐心，其利断金。

再次，了解这个市场，更加了解这个市场，寻求发展和变化

的规律，溯源寻根。一只手拿着放大镜，一只手拿着柳叶刀，看清根源，对症操刀。

最后，保持创新和不断学习。要有以不变应万变的能力，同时，要有求变的能力和耐力。不怕风雨千重，我自岿然不动。

嘉禾店要发展，嘉禾店要前行，始于思想，立足于脚下。让我们一起参与，一起努力，一起打拼！

2014年，骏马奔腾年，让我们马上行动！马上成功！马上成就！同时顺祝关心和支持我们的领导同仁，马上发财！马上成就！马上成功！

5 / 20

实习有一周了，这些天每天观察和学习店面员工的销售技巧时也自己试着接待一些客户。虽然没有成功的卖出一台。但是在介绍产品方面有很大的进步。

周六的时候店长给我们安排了个任务，在电科外面发联想的产品简介同时邀请顾客来店面看产品。本以为会是件轻松的事，但下去后才知道这件事不是那么简单就能完成的。在外场有很多品牌的店员在发他们品牌的简介。而且周六方正还在做外场的活动。

我拿着产品简介站在外面寻找那些有购买电脑想法的或者是打算今天了解下电脑的人。我没有打算想其他的品牌的发电脑简介的人一样见到一个人就发一张他们品牌的电脑宣传单。因为想他们这样发的人太多了。很多顾客因为手中拿到很多宣传单而不知道看哪张最终把所有的收到的宣传单都丢进垃圾桶里。我不想我手中的宣传单也是这种下场，虽然我知道这种结果是不可避免的。但我还是希望我在递出宣传单时能想顾客介绍下本店的产品和正在进行的活动。至少能在他们心中留下一点印象。



虽然我的想法是很好的。但是在实施的过程中还是受到了不小的阻碍。很多人接到宣传单听都不听我的介绍就走了。还有就是根本就不接你手中的传单像赶躲避什么危险东西一样很快的离开。只有极少数的人是愿意停下了听听你的介绍。更极少数的人愿意和我一起去我们的店面看看或者愿意自己去我们店面看。

6 / 20

发了一上午的宣传单，也成功的说服了几个人去我们店面看看产品。虽然不知道他们买了电脑没，但是只要他们去了就会对我们店留下印象说不定以后会来买呢。

这周六过的很特别，因为是第一次以发宣传单的方式去给顾客介绍产品。在这个过程中我学到如何从顾客的表情或者是动作中明白他们需要什么样的产品，需要什么样价位，需要什么样的配置。这周六的体验让我在以后的销售中能更好的为顾客服务。让我的销售水平提高。

刚进店面实习的第一天，店面经理就找了个对很熟悉联想产品的员工带我们。从最老款的笔记本和台式机到目前最新款机型，每款机型的特点和卖点，什么样的机型适合什么样的人群这些知识一一的告诉我们这些“菜鸟”。对我们提出在产品上提出的问题都很及时告诉我们。让我和我的同学能很快的了解产品的特点。在店员向顾客推销电脑时都会带我们在旁边学习他们的营销手段。在空闲时他们也会给我们传授他们的销售方法。让我和我的同学受益匪浅。

第一类情侣这种一般都是女生要买。所以一些外观很时尚的很受他们喜欢。

7 / 20

第二类家庭这种一般是父母卖给小孩的。希望他们的小孩能

好好利用电脑学习。家悦机型很受这类的欢迎。

第三类游戏玩家这类人一般都要求高端配置的机型。锋行就是他们不二的选着。

第四类一个人这类型客户以咨询为主，以比较各品牌的性能与价格为目的，服务态度对其影响大的第一次上手心里有些紧张。很多时候还是要靠这些店员帮忙。随着慢慢对产品的熟悉。信心也越来越足，对于产品的讲解也越来越熟练。昨天在对一个顾客讲解电脑时店面的员工说我讲解的很好。心里很开心，能得到他们的肯定，这算是成功的第一步吧。

实习的这一周里，看到了一些情况。

第一：来电科买电脑的都想买到一台价格不高配置中等的机器。而很多品牌的一些机型在配置上和联想的一些机型都差不多但价格更便宜。这使得很多人不选着联想而改选其他品牌。

第二：现在很多客户在选着笔记本时，都比较在意外观。而联想的一些笔记本的外观并不是很受到欢迎。比如g430很多顾客反映都不喜欢外壳上的银色条纹。

在这些天的实习，也发现了一些自己的问题。

第一，有时候顾客会问一些老款的机型，对于这些机型我没有很好的了解导致不能给顾客很好的介绍。

8 / 20

接下来的几周实习中我会提高自己对产品的认知度。在给顾客介绍产品时能很好的把产品的特点介绍给客户。多向店员请教。多多学习一些他们的销售技巧。往后的几周我会更加努力的。

这是在联想店面实习的第二周，虽然对店里的工作已经有了一周的接触与认识，本周的销售工作还是让我感觉很有新鲜感，心里也充满了期待，毕竟在上周的初试牛刀中，还没有完全从自己手中销售过一件产品。这周从一开始，就给自己暗暗的定下了挑战目标，要运用上周学到的销售技巧和产品知识，好好感受一下销售的魅力和乐趣。

非常幸运的是，在周三第一天上上班，就有了0的突破。这位客户是首先被店里墙上悬挂的笔记本包吸引而来的。时尚的外观和包内方便的设计是客户钟爱的理由，然后我们以买电脑赠包为卖点，最终促使他购买了s10-2这款上网本。通过这次成功的销售，不但增加了我对于销售的信心和喜爱，也让我对销售市场有了更加深入的认识：

9 / 20

士和经常需要出差走动的商务人士在上网本市场上有着独特的优势。市场需求是销售的第一驱动力，产品定位要准，不讲求面面俱到，要直击消费者需求，有“一技之长”。

2、产品配套是树立品牌的“机会点”。消费者对于琳琅满目的电脑笔记本产品会有一定的“审美疲劳”，各厂商都标榜着自己品牌的优势，造成了消费者厌倦的心里，体现不了差异化。而配套产品会成为消费者在比较选择商品的一项标准，由于电脑包设计和使用的独特优势，让客户在潜意识里增长认为联想品牌值得信赖，考虑周到，在产品上用心，从而产生差异化而激发购买欲。

3、小恩小惠是销售行为的良好“触媒”。从消费者心理角度来讲，人们喜于接受厂商赠送。电脑包对于一台笔记本电脑的成本与销售价格来说算不上高，而又是必需品，将电脑包商务打包进笔记本电脑中销售，然后以赠送电脑包的策略比单独销售不含电脑包商务的电脑和电脑包对于消费者来说更有吸引力。

以上就是我对本次成功销售中的一些心得体会，电子产品市场瞬息变幻，需要每位销售人员以积极的心态以及全面的思考，才能找到市场的规律，做出满意的成绩。

10 / 20

潢与销售人员的服务方式，对于销售产品有着很密切的联系，人们在购物的过程中，不但需要买到称心如意的商品，也希望享受购物的过程，这也是让顾客再次光顾的驱动力。

首先，店面装潢是给客户的第一印象。客户在“搜索”自己需求的商品中，最先感受到的是这个店的形象而非对产品的认识，客户愿不愿意走入店面消费才是销售的第一步。最重要的是给客户一种“我能在这里找到我想要的”的感受。商品的摆放需要有所讲究，一定要让人一眼能看到店里所销售的商品，有层次感，主打产品，利润空间大的商品要放在比较显眼的地方，配合以灯光的修饰。店面不能显得太拥挤，商品太多可以将同类型外观相似的只选择其中之一放在展台或货柜上，具体性能可以在客户的了解过程中进行介绍。

其次，销售人员的态度能决定客户是否愿意停留在店里继续了解。微笑是建立沟通的桥梁，客户会认为有被重视的感觉。请客户进店坐下来，并倒上一杯水，一般而言，都会“留”住客户，不会只是“逛逛”“一闪而过”。

11 / 20

确自己的需求，可通过正确的引导，慢慢的让其发现或滋生这种需求，这样才能成为一名优秀的销售人员。

c,分配当日工作

d,传达公司重要文件及精神

e,空闲时间要给员工进行产品讲解培训 f,监督：发现问题及时纠正

情况-下班

职责：1，店长——整个专卖店的灵魂，主要负责人员管理，激励，组

织培训工作及店面的日常管理

c,经常与员工进行沟通，打造一个积极愉快的工作氛围，加强员工的安全感和归属感

d□带领销售代表了解本地销售情况，帮助其制定相应销售计划，协助其进行业务开展

客户管理a,建立客户档案，监督员工做好客户信息录入 b,定期对新老客户进行回访

2，店面导购□a,上岗工作时，要佩戴工作牌（我们自己的）

13 / 20

f□接洽业务坚持维护公司利益，有理有节，不损害公司名誉形象

h□做好店内物品的管理和整理，避免丢失损坏 i,服从上级安排，圆满完成销售指标

c,努力学习产品知识，全面提高销售技巧及专业能，深入领会我们的服务理念，做好产品推广工作 d,建立自己的客户和设计师系统 与各职能部门的配合：

14 / 20

2, 与后勤[a]发货时, 一定要把客户姓名, 电话, 小区及所用 砖的明细, 折扣, 总金额发给后勤。

b]填设计师设计费或者客户退货款, 一定要把账号, 姓名, 电话, 金额写清楚

c,查询库房存货一定要说明所选砖的类别, 数量, 用户区域, 客户姓名, 电话

4, 与各个店面[a,同心协力, 同舟共济, 绝不能损害公司的任何

15 / 20

利益b,互相帮助, 尊重他人, 共同完成销售任务。会议时间: 2014. 1. 23 会议地点: 会议人员:

会议进程: 1、店面12年工作总结(每个人都要小结)。2、工作安排(公布销售明星、评选微笑明星)。3、人事调整。4、新一年工作计划。5、培训学习。

一、12年店面工作总结:

2014年是忙碌的一年, 同时也是收获的一年。这一年中有过汗水、甚至泪水, 但同时也有过欢笑和愉悦。在忙碌中, 我们都不同的感受到了工作的充实, 当然, 也有在别人的忙碌中, 有忙里偷闲打发了自己一年的时间。

2014年, 我们的任务由2014年的15万上涨到了18万, 店还是相同的店, 人还是大致相同的人, 不过有的伙伴离开了, 有的伙伴进来了。我们总在进出、调整更新中缓步前行。

展。

2014年，也是我们喜获丰收的一年，我们完成了2598000元的一年销售量，业绩实现了120%的增长。当然在成绩面前离不开大家的付出和努力，如果没有同舟共济我们完成的绝对没有如此精彩。作为店长和参与的一份子，我对大家的戮力同心感到由衷的欣慰和感谢。所以，2014年，注定是属于我们不平凡并值得记忆的一年，因为我们在共同播种，共同收获。

2014年，我们在看到成绩的同时，也必须审视这其中的得失，这时绝不是四海升平无所挑战的任可以马放南山放心睡大觉的时间。2014年嘉禾的店子一家没少，依旧充满竞争和挑战，粥少了和尚依旧没有饿死。由此可见，没鱼仍旧有虾的存在，大家的竞争势必仍将长期持续。因而，鼓起勇气，打足精神这必须是我们每一位伙伴不能忽略和等闲视之的常态。我们要深入检讨自己的工作，自我寻找工作中的进退得失，总结经验，发现方法，要对得起自己，对得起自己所度过的时间。否则，得过且过，我们必将在浑噩和后悔中叹息自己的无所收获。

## 二、工作安排：

17 / 20

### 1. 优秀员工： 三、人事调整：

1. 办公区、体育区合并为一个区，由雷小沙代理柜长，曹玉娇为导购员，任务为14万。

2. 学生区和生活用品柜，一楼展示柜台作为一个区，由钟露婷担任

柜长，周文静任导购员，任务为6万。3. 小店由李云、李海霞负责，任务2.2万元。

4. 曾艳调入一楼并兼任促销员，负责引导、宣传和顾客入门

接待。

5. 全红兵、刘修兵共同负责一个业务群体，任务3.2万；刘晓东任务

3.2万，侯清华2万。 四、2014年工作设想：

1. 区域年终奖让员工选择是否与店面挂钩，如果挂钩，那么就必须服从工作以外的安排，比如应酬，如果不挂钩，店面年终奖总奖金不变，分配奖励给参与的员工。

2. 严格实行三月未完成任务的奖惩制度，该降级就降级，给员工以紧迫感和责任感，让大家均摊责任和压力。

18 / 20

3. 为提升业务积极性和整个店面对外的服务性，优秀员工评选与工作外的付出挂钩，鼓励参与，奖励付出。

4常年招聘，保持竞争，提高员工的紧迫感和责任感，让流动成为有机。优胜劣汰，把握规律法则。

5. 加强促销，多搞活动，让下面的点带动上面的面的销售。

6. 业务上公司加大对业务的扶持，不管是培训还是经费，增强知识，加深底蕴。

7. 加强对业务的监管和巡查，促使业务员真正到位的送货与回款及拜访跟进。加强对店面管理，对于工作串岗，接待不尽心，服务不到位，要坚决予以处理。

8. 客服员要及时建立客户档案，一月一次，公司加强监督。

五、培训学习：

19 / 20



了笑，回答道：“当别人对我有误会，或者对我有什么不好的事，就应该把它记在最容易被遗忘，最容易消失不见得地方，由风负责把它抹掉；而朋友对我有恩，或者对我好的话，就应该把它记在最不容易消失的地方，任凭风吹雨打也忘不掉。”

建材店面工作总结 电脑销售暑期店面实习总结

店面员工对于门店销售配件的自我总结 店面销售的八大技巧  
店面销售岗位职责

20 / 20

## 手机门店销售计划篇四

现在手机比的不只是质量还有性价比还有外观和受众等等，为了提高手机销售，就必须打响销售的第一抢，因为最近上市的最新款手机人们非常关注，所以我们店引进多款畅销手机，并且通过广告和宣传的方式让更多的客户看到我们销售的优惠，当然，不同的店铺销售的价格有差异，我们销售分为线上销售和线下销售，线上商场的产品相对于线下要相对便宜，这是因为线上面对的受众多，且减少了其他运营成本相对而言就要便宜许多，对我们来说也非常有利。

借助线上的渠道同时打响线下的销售网络，提高销售空间，展开销售空间，让更多的客人来购买，对于距离远，我们有线上商品销售，距离近我们有线下实体商品，可以更具客户需要做好加急处理保证销售能够在最短的时间送达，从而实现销售任务，做好销售，这就是我们销售的目的。

在购买手机的过程中，那面遇到手机出现问题的情况，想要解决这样的情况就要我们售后服务工作，更具手机购买协议，我们会提供协议上商议的服务对客户更多的帮助，让客户感受到我们对他们的诚意，每一款时候会在一定时间里面有免

费维修的资格，同时还有各种售后福利来吸引客户，不只是售前好，售后也同样好这样来让更多的客户相信我们所做的工作是一切为了客户。把售后作为二次消费渠道，这样我们也能够给客户更多的服务，有的客户希望改装手机，想要修理这就给了我服务和销售的机会让我们能够做好工作，完成消费。

手机销售的群体不同，太过广分对我们来说并不是很好，只有合适的才是的，根据市场销售的原因和销售的环境我们决定开启新的定位，因为现在手机销售的消费群体是青年群体，他们对手机的最求也最多，所以定位到这部分群体，销售的时候会根据这部分客户的情况来做好相关的工作销售额，让我们可以消费更多的手机。同时手机也要贴近这一部分人群的喜好才能让我们有更多的消费者。

#### 手机销售个人工作计划4

##### 1、建立一支熟悉业务，而相对稳定的销售团队。

人才是企业最宝贵的资源，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企业的根本。在明年的工作中建立一个和谐，具有杀伤力的团队作为一项主要的工作来抓。

##### 2、完善销售制度，建立一套明确系统的业务管理办法。

销售管理是企业的老大难问题，销售人员出差，见客户处于放任自流的状态。完善销售管理制度的目的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。

##### 3、培养销售人员发现问题，总结问题，不断自我提高的习惯。

培养销售人员发现问题，总结问题目的在于提高销售人员综

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，业务能力提高到一个新的档次。

#### 4、在地区市建立销售，服务网点。（建议试行）

根据今年在出差过程中遇到的一系列的问题，约好的客户突然改变行程，毁约，车辆不在家的情况，使计划好的行程被打乱，不能顺利完成出差的目的。造成时间，资金上的浪费。

#### 5、销售目标

今年的销售目标最基本的是做到月月有进帐的单子。根据专卖店下达的销售任务，把任务根据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销售人员身上，完成各个时间段的销售任务。并在完成销售任务的基础上提高销售业绩。

## 手机门店销售计划篇五

随着手机销售市场的竞争日益激烈，手机零售也被称之为手机终端销售。随着手机渠道的进一步竞争，终端销售的利润空间也逐渐缩小。如何做好手机销售工作，便成了每个店员每个人必须重视的问题。以下是手机销售工作计划：

(1) 市场状况：

(2) 位置状况：

位于给xx职业技术学院培训1号楼1楼，方便同学们购买手机配件方面的需求；

(3) 产品分析：

因为初创立，货源种类不是很多，可能不能很好的满足同学

们的需求;但是产品质量较好;

(4) 竞争分析:

(5)swot分析

优势:

机会: 学院支持, 能经常在宿舍区摆摊销售, 方便让同学们熟知并支持;

威胁: 学院天翼店的招牌更加醒目, 更容易受同学们的关注, 学院外面有一条比较繁华的街道, 同学们经常出去逛街, 也会顺便在外面买需要的手机配件。

(1) 树立全员营销观念, 真正体现“营销生活化, 生活营销化。”

(2) 综合利用产品、价格、促销、服务等营销组合策略, 形成强烈的营销组合策略。

(1) 营销目标:

大部分广州市以外的新生都会在学校买一台手机, 因为他们要有帐号上网, 另外还有两只队伍和我们一样在买同样的产品, 同样的价格, 故而营销目标就是全部新(1000人)的1/3, 再减去不需要买手机的, 即200人。

(2) 市场份额目标: 占领新生市场的20%。

目标市场□xx职业技术学院的新生

定价: 手机(399)+卡(100)+宽带(300)=799

卡+宽带=400

(1) 20人指引，4人推销，2人填单

填单：办理此次套餐的一张凭证，完善前面的工作

(2) 在让此团堆上岗之前，将会对他们进行岗前培训，让他们对套餐有一定的熟悉程度，能够快速为同学们解答疑问。