

最新毕业周年聚会主持开场白(优秀5篇)

时间流逝得如此之快，前方等待着我们的的是新的机遇和挑战，是时候开始写计划了。那么我们该如何写一篇较为完美的计划呢？下面是小编整理的个人今后的计划范文，欢迎阅读分享，希望对大家有所帮助。

业务员计划书篇一

为了在20—年更好的开展工作，下面是本人的工作计划：

一、销售工作具体量化任务

- 1、制定出月工作计划和周工作计划、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。考虑地广人多，交通涌堵，预约时最好选择客户在相同或接近的地点。
- 2、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。
- 3、从招标网或其他渠道多搜集些项目信息供工程商投标参考，并为工程商出谋划策，配合工程商技术和商务上的项目运作。
- 4、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。填写项目跟踪表，根据项目进度：前期设计、投标、深化设计、备货执行、验收等跟进，并完成各阶段工作。
- 6、前期设计的项目重点跟进，至少一周回访一次客户，必要时配合工程商做业主的工作，其他阶段跟踪的项目至少二周

回访一次。工程商投标日期及项目进展重要日期需谨记，并及时跟进和回访。

7、前期设计阶段主动争取参与项目绘图和方案设计，为工程商解决本专业的设计工作。

8、投标过程中，提前两天整理好相应的商务文件，快递或送到工程商手上，以防止有任何遗漏和错误。

9、投标结束，及时回访客户，询问投标结果。中标后主动要求深化设计，帮工程商承担全部或部份设计工作，准备施工所需图纸。

10、争取早日与工程商签订供货合同，并收取预付款，提前安排备货，以最快的供应时间响应工程商的需求，争取早日回款。

11、货到现场，等工程安装完设备，申请技术部安排调试人员到现场调试。

12、提前准备验收文档，验收完成后及时收款，保证良好的资金周转率。

二、对销售工作的认识

1、市场分析，根据市场容量和个人能力，客观、科学的制定出销售任务。

2、适时作出工作计划，制定出月计划和周计划。并定期与业务相关人员会议沟通，确保各专业负责人及时跟进。

3、注重绩效管理，对绩效计划、绩效执行、绩效评估进行全程的关注与跟踪。

4、目标市场定位，区分大客户与一般客户，分别对待，加强

对大客户的沟通与合作，用相同的'时间赢取最大的市场份额。

5、不断学习行业新知识，新产品，为客户带来实用的资讯，更好为客户服务。并结识弱电各行业各档次的优秀产品提供商，以备工程商需要时能及时作好项目配合，并可以和同行分享行业人脉和项目信息，达到多赢。

6、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。

7、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。

8、努力保持和谐的同事关系，善待同事，确保各部门在项目实施中各项职能的顺利执行。

三、销售与生活兼顾，快乐地工作

1、定期组织同行举办沙龙会，增进彼此友谊，更好的交流。

2、对于老客户和固定客户，经常保持联系，在时间和条件允许时，送一些小礼物或宴请客户，当然宴请不是目的，重在沟通，可以增进彼此的感情，更好的交流。

3、利用下班时间和周末参加一些学习班，学习更多营销和管理知识，不断尝试理论和实践的结合，上网查本行业的最新资讯和产品，不断提高自己的能力。

以上是我20--年销售工作计划，工作中总会有各种各样的困难，我会向领导请示，向同事探讨，共同努力克服，争取为公司做出自己最大的贡献。

工作计划，会让今后的工作更加的顺利。

一、检讨与愿景

2011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。

二、工作思路

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：

a□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。

b□搜集竞争品牌产品和活动信息，捕获市场消费需求结合行业发展趋向，提出新产品的开发思路。

c□指导市场做好终端标准化建设，推动市场健康稳定发展。

d□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。

e□及时全面宣贯公司政策，提升一线人员的战斗力。

f□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。

三、管理团队

1、合理配置人员：

a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。

b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。

c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。

四、市场分析

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

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。

五、品牌推广

公司产品经过多年的市场运作，已具备了一定市场竞争优势，为了能够讯速有效的扩大我们产品的市场份额，并获得长久的发展，我们将以公司的发展战略为核心，从产品的品牌形象、产品定位、市场网络建设、市场推广等四个方面系统规划品牌推广策略。

1、品牌形象

为了打造品牌形象，建议我们公司的所有系列产品统一使用该品牌。不同类型的系列产品采用不同的包装策略。（特殊市场除外）

2、产品定位

3、网络建设

销售渠道是企业的无形资产，多年的市场运作、网络的初步形成，网络建设仍将作为公司未来发展的重点工作，努力加强乡镇网络的建设，主动发展新的经销商，使销售网络更趋稳定。进一步开发重点养殖区的经销商和大型养殖户，扩大市场范围。

4、市场推广

a□主动利用公司各种有价值的资料。

b□在全国性的专业报刊、杂志或电视媒体上刊登广告和文章，扩大产品知名度。

c□主动参加全国性大型行业会议及与各地经销商联合举办多种形式的技术讲座、用户座谈、产品推广等会议，宣传展示公司与产品。

d□利用多种形式与经销商开展促销活动，促进产品销量。

e□在一些养殖重点地区配合经销商做一些墙体广告。

f□定期举办不同程度的有奖销售活动，提高产品的销售量，形式可多种多样。

g□制作广告衫和pop张贴广告广泛张贴宣传公司的产品，扩大品牌影响。

h□夏季在养殖小区进行电影循环播放，宣传公司文化。

六、工作进度

第一季度：

- 1、确定本年度的广告宣传策略。
- 2、结合市场情况制定出活动计划。
- 3、抓好市场信息和客户档案建设。
- 4、策划好经销商年会。
- 5、完成墙体广告的设计计划。
- 6、策划推出春节有奖销售活动。

第二季度：

- 1、策划推出二季度促销活动。
- 2、配合分公司推出市场活动。
- 3、参加全国性的行业展会一次。
- 4、配合各分公司做好驻点营销工作。
- 5、夏季文化衫的设计制作。

第三季度：

- 1、夏季电影宣传工作计划安排落实。
- 2、文化衫的发放。

3、制作pop张贴广告广泛宣传配合电影放映。

4、策划开展旺季上量产品的促销推广。

第四季度：

1、两节促销的落实开展。

2、挂历、年历的制作与发放。

3、跟踪各分公司和经销商年度目标的完成情况。

4、完成目标市场墙体广告的100%投放。

5、做好全年工作的总结。

七、资源配置

1、配备车辆一部，音响、话筒、功放一套、数码相机一台。

2、需要把市场活动经费由市场部统筹安排。

3、各分公司的促销、新品推广、大型市场活动要报营销总监批准后由市场部统一协调开展。

业务员计划书篇二

业务员 市场

总欠款 本月计划回款
实际回款

本月发货

一、计划路线及时间

公司总部至连平线路

二、重点开发客户分析

名称 现状 计划 结果 分析原因

注：现状主要是指对营业额、竞争对手、突破口、该客户特点的阐述

三、重点维护客户及调整客户分析

名称 状况 计划 结果 分析原因

注：状况主要指对该客户目前状况的分析

四、实际工作安排

日期	坐车时间	出发点-目的地	票价	住宿	拜访客户	目的	结果	分析原因
----	------	---------	----	----	------	----	----	------

注意：1. 坐车时间必须精确到分

2. 目的可以写a了解销售(盘库) □b沟通 □ c 回款等

3、结果写完成或未完

五、市场信息的收集

六、合理化建议

七、本人对自己本月工作的总结

八、销售经理的评定

注：查看本文相关详情请搜索进入安徽人事资料网然后站内搜索业务员出差计划书。

业务员计划书篇三

对于老客户，和固定客户，要经常保持联系，在有时间有条件的情况下，送一些小礼物或宴请客户，好稳定与客户关系。

在拥有老客户的同时还要不断从各种媒体获得更多客户信息。

要有好业绩就得加强业务学习，开拓视野，丰富知识，采取多样化形式，把学业务与交流技能相结合。

1. 每周要增加_个以上的新客户，还要有__个潜在客户。

2. 一周一小结，每月一大结，看看有哪些工作上的`失误，及时改正下次不要再犯。
3. 见客户之前要多了解客户的状态和需求，再做好准备工作才有可能不会丢失这个客户。
4. 对客户不能有隐瞒和欺骗，这样不会有忠诚的客户。在有些问题上和客户要保持一致。
5. 要不断加强业务方面的学习，多看书，上网查阅相关资料，与同行们交流，向他们学习更好的方式方法。
6. 对所有客户的工作态度都要一样，但不能太低三下气。给客户一好印象，为公司树立更好的形象。
7. 客户遇到问题，不能置之不理一定要尽全力帮助他们解决。要先做人再做生意，让客户相信我们的工作实力，才能更好的完成任务。
8. 自信是非常重要的。要经常对自己说你是的，你是独一无二的。拥有健康乐观积极向上的工作态度才能更好的完成任务。
9. 和公司其他员工要有良好的沟通，有团队意识，多交流，多探讨，才能不断增长业务技能。
10. 为了今年的销售任务每月我要努力完成_到_万元的业务额，为公司创造更多利润。

业务员计划书篇四

为了在20xx年更好的开展工作，下面是本人的工作计划：

- 1、制定出月工作计划和周工作计划、及每日的工作量。每天

至少打30个电话，每周至少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。考虑地广人多，交通拥堵，预约时最好选择客户在相同或接近的地点。

2、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，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。

3、从招标网或其他多搜集些项目信息供工程商投标参考，并为工程商出谋划策，配合工程商技术和商务上的项目运作。

4、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。填写项目跟踪表，根据项目进度：前期设计、投标、深化设计、备货执行、验收等跟进，并完成各阶段工作。

6、前期设计的项目重点跟进，至少一周回访一次客户，必要时配合工程商做业主的工作，其他阶段跟踪的项目至少二周回访一次。工程商投标日期及项目进展重要日期需谨记，并及时跟进和回访。

7、前期设计阶段主动争取参与项目绘图和方案设计，为工程商解决本专业的设计工作。

8、投标过程中，提前两天整理好相应的商务文件，快递或送到工程商手上，以防止有任何遗漏和错误。

9、投标结束，及时回访客户，询问投标结果。中标后主动要求深化设计，帮工程商承担全部或部份设计工作，准备施工所需图纸。

10、争取早日与工程商签订供货合同，并收取预付款，提前

安排备货，以最快的供应时间响应工程商的需求，争取早日回款。

11、货到现场，等工程安装完设备，申请技术部安排调试人员到现场调试。

12、提前准备验收文档，验收完成后及时收款，保证良好的资金周转率。

1、市场分析，根据市场容量和个人能力，客观、科学的制定出销售任务。

2、适时作出工作计划，制定出月计划和周计划。并定期与业务相关人员会议沟通，确保各专业负责人及时跟进。

3、注重绩效管理，对绩效计划、绩效执行、绩效评估进行全程的关注与跟踪。

4、目标市场定位，区分大客户与一般客户，分别对待，加强对大客户的沟通与合作，用相同的时间赢取最大的市场份额。

5、不断学习行业新知识，新产品，为客户带来实用的资讯，更好为客户服务。并结识弱电各行业各档次的优秀产品提供商，以备工程商需要时能及时作好项目配合，并可以和同行分享行业人脉和项目信息，达到多赢。

6、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。

7、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。

8、努力保持和谐的同事关系，善待同事，确保各部门在项目实施中各项职能的顺利执行。

- 1、定期组织同行举办沙龙会，增进彼此友谊，更好的交流。
- 2、对于老客户和固定客户，经常保持联系，在时间和条件允许时，送一些小礼物或宴请客户，当然宴请不是目的，重在沟通，可以增进彼此的感情，更好的交流。
- 3、利用下班时间和周末参加一些学习班，学习更多营销和，不断尝试理论和实践的结合，上网查本行业的最新资讯和产品，不断提高自己的能力。

以上是我20xx年，工作中总会有各种各样的困难，我会向领导请示，向同事探讨，共同努力克服，争取为公司做出自己最大的贡献。

工作计划，会让今后的工作更加的顺利。

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：

a□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。

b□搜集竞争品牌产品和活动信息，捕获市场消费需求结合行业发展趋向，提出新产品的开发思路。

c□指导市场做好终端标准化建设，推动市场健康稳定发展。

d□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。

e□及时全面宣贯公司政策，提升一线人员的战斗力。

f□在市场实践中搜集整理亮点案例，重点总结出和，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：

a市场信息管理员一名负责、信息统计、市场分析工作。

b策划人员一名负责新产品推广策划、促销策划、语提炼和资料汇编。

c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

公司也有较强的人才优势，在科研开发、销售公关、、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。

公司产品经过多年的市场运作，已具备了一定市场竞争优势，为了能够迅速有效的扩大我们产品的市场份额，并获得长久的发展，我们将以公司的发展战略为核心，从产品的品牌形象、产品定位、市场网络建设、市场推广等四个方面系统规划品牌推广策略。

1、品牌形象

为了打造品牌形象，建议我们公司的所有系列产品统一使用该品牌。不同类型的系列产品采用不同的包装策略。（特殊市场除外）

2、产品定位

3、网络建设

销售渠道是企业的无形资产，多年的市场运作、网络的初步形成，网络建设仍将作为公司未来发展的重点工作，努力加强乡镇网络的建设，主动发展新的经销商，使销售网络更趋稳定。进一步开发重点养殖区的经销商和大型养殖户，扩大市场范围。

4、市场推广

a□主动利用公司各种有价值的资料。

b□在全国性的专业报刊、杂志或电视媒体上刊登广告和，扩大产品知名度。

c□主动参加全国性大型行业会议及与各地经销商联合举办多种形式的技术讲座、用户座谈、产品推广等会议，宣传展示公司与产品。

d□利用多种形式与经销商开展促销活动，促进产品销量。

e□在一些养殖重点地区配合经销商做一些墙体广告。

f□定期举办不同程度的有奖销售活动，提高产品的销售量，形式可多种多样。

g□制作广告衫和pop张贴广告广泛张贴宣传公司的产品，扩大品牌影响。

h□夏季在养殖小区进行电影循环播放，宣传公司。

第一季度：

- 1、确定本年度的广告宣传策略。
- 2、结合市场情况制定出活动计划。
- 3、抓好市场信息和客户档案建设。
- 4、策划好经销商年会。
- 5、完成墙体广告的设计计划。
- 6、策划推出有奖销售活动。

第二季度：

- 1、策划推出二季度促销活动。
- 2、配合分公司推出市场活动。
- 3、参加全国性的行业展会一次。
- 4、配合各分公司做好驻点营销工作。
- 5、夏季文化衫的设计制作。

第三季度：

- 1、夏季电影宣传工作计划安排落实。
- 2、文化衫的发放。
- 3、制作pop张贴广告广泛宣传配合电影放映。
- 4、策划开展旺季上量产品的促销推广。

第四季度：

- 1、两节促销的落实开展。
- 2、挂历、年历的制作与发放。
- 3、跟踪各分公司和经销商年度目标的完成情况。
- 4、完成目标市场墙体广告的100%投放。
- 5、做好全年工作的总结。

- 1、配备车辆一部，音响、话筒、功放一套、数码相机一台。
- 2、需要把市场活动经费由市场部统筹安排。
- 3、各分公司的促销、新品推广、大型市场活动要报营销总监批准后由市场部统一协调开展。

业务员计划书篇五

想当好一名销售，尤其是像咱们这种白酒销售员，是必须要勤于跑业务的，我们的工作业绩大部分都是通过自己去挨家挨户去推销才获得的，从我们上一年的销售业绩来看，现在白酒的销售还是比较好做的，大部分店面和商场还是比较乐

于和我们公司合作的，所以们可得把握好机会，争取发展更多的客户。在接下来的日子里，我首先要做的便是维护好自己和老客户们的关系，除了逢年过年给大家送去慰问和礼品以示感谢之外，我还得多多向公司里申请一些福利补贴，让我的老客户得到更多的优惠，这样才能让咱们公司的订单变得越来越多。

把老客户维护好了之外，我也要多多去自己所负责的区域里走走，看看哪些地方需要我，对于那些还没有接纳咱们白酒的店面，我会多多的去游说一下，争取把每一个店面给拿下，让这一片区域都成为咱们公司的客户。当然了，我的想法是挺美好的，但是我还得通过个人的努力才有机会可以实现，毕竟销售工作可不是光靠自己的想象就能做好，这可是要通过自己的言行才能打动别人的，不然任凭你说的天花乱坠，打不动别人的心也没任何用，反而白白浪费了自己与别人的时间，所以我也得多多加强一下自己的业务能力，除了要多多了解白酒的特性和价格之外，还得锻炼一下自己的亲和力，不然和客户走不到一块的话，我也没法深入开展工作。

新的一年，我会多多向公司里面的销冠学习，看看别人是怎么开展销售工作的，同时我也要改变一下自己的习性了，争取做到上班不迟到不早退，给公司里面的新员工做一个良好的表率。最后，我要祝愿咱们公司在这一年里能大展宏图，收到更多的订单，每一位员工也都能取得自己想要的成绩！

业务员计划书篇六

每日工作流程表没有工作目标和每天时间安排的人，总是很悠闲，而有了明确的目标，对自己每天时间安排得比较满的人，是没有空闲时间的，每一点时间都会过得很有意义很有价值。所以，我们要养成每天制订工作流程表的习惯。

1、对家装业务员来说，工作表要把第二天要办的事、要见的人放在第一位，比方说和某客户约好第二天见面或量房，那

你一定就要结合双方约定的时间和地点来安排自己的行程。最好在约定地点附近开展业务。

2、工作表要学会预留出一段时间，不能把时间计算得很紧张。比方说，原定计划上午在小区做业务，下午2：00去见一个客户，中间有半个小时的车程，而你就不能将时间排到下午1：30分才行动，至少应该留出半个小时的空隙，一则防止路上有意外，二则提前到场等待客户，给客户体现出尊敬感。

3、工作表要随身携带，随时查看。你不可能每天都按照工作一丝不变地去工作，但至少工作表能够让你抓住主要的工作。

一天时间安排(仅供参考))

1、早会培训学习(8：00—8：40)我们建议每个公司都举行早会培训，把业务员和设计师集中在一起，如果部门较大，也可以单开业务部门的早会。早会每天安排一个主持人，一个讲师，每人轮流做主持人和讲师，大家创造一个内部学习和培训、人人参与的平台。早会时间不能开得过长，半个小时到40分钟就行，内容可以循环推进。2、设计跟进(8：40—9：00)

3、打电话(电话拜访、电话跟进)(9：00—9：20)

与设计师沟通以后，业务员要对客户进行电话拜访或电话跟进，一般来说，到了九点以后，客户也过了上班初的忙碌期了，打电话正是好时候。业务员最好在公司里打电话，一则方便电话记录，创造更好的电话沟通环境，二则如果有客户需要量房，也好及时与设计部取得联系，客户有新想法也可直接与设计师进行沟通。业务员要养成每天跟进客户的习惯。

4、到小区展开行动(9：30—17：00)

5、回公司打电话(17：00—18：00)(u2

如果业务员搜集到了很多的客户电话号码，我建议下午早回公司，在公司给客户打业务电话，这一段时间打电话的效果最理想。

6、晚上要进行客户分析;su!

7、晚上要列出当天名单(客户、人际关系)希望你每天都能在自己的名单上增加新的.人员，将客户信息和新结识朋友的信息，完整地进行登记，每天增长的名单，就是你业绩持续增长的法门。

业务员计划书篇七

20xx年自己的年度目标是69万，平均每个月7.6万，每周1.8万左右，要完成此目标额自己将要准备：

1□20xx年自己准备涉足的行业为：服务业、酒店、餐饮、娱乐、教育培训、金融、证券、银行、食品。

2、最少200个符合我们媒体的客户资料教育培训50个、酒店餐饮50个、休闲娱乐50、银行、证券、投资担保60个、食品10个、医院20个、白酒、装饰及其他60个，2月8号以前全部列出来进行初步筛选。

4、3月份以医院、白酒为主打，所以在春节期间尽可能的多了解医院资讯，这一点以前的同事可以帮我，在一点在网上多留意一点这些内容。

5、4月已投资担保、婚纱摄影、奶制品为主，3月份每天抽出半小时了解婚纱摄影及奶制品行业资讯，在网上也留意次讯息。

7、6月份保险、金融、银行证券和饮料，应以饮料为主打，因为再过一个月是饮料和啤酒销售的高峰期。

8、7月教育培训（瑜伽、乐器、艺术培训学校）、食品饮料为主

9、8月饮料、啤酒、出国留学为主

10、9月啤酒饮料、红酒、月饼茶叶茶具为主

11、10月以礼品、家具、花卉市场为主

12、11月以白酒、投资担保为主

13、12月以白酒、装修装饰及材料为主

对公司的管理意见和团队建设意见（自己刚进入公司时间不足一个月，以下内容仅代表个人观点）：

1、为了提高工作效率应减少业务人员填写公司单据的时间，会议期间应严格执行会议几率，达到简单高效，加长会议中的客户分析时间。

2、晨会宣读完毕后应紧跟着部门会议，会议结束后应部门的全体人员做个小游戏，激发业务人员的斗志之后再出去拜访客户或电话约访。

3、多分享团队成员成功和失败的经历经验，加强对新员工的一对一帮带工作（最好责任到人）。

4、建议公司能够增加公司员工的外部培训次数，建立一种学习型团队。

5、应多组织员工的集体活动，彼此增加之间的情感，让我们真正的体现出团队凝聚力的价值所在。

6、注重员工的个人情绪，必要时一对一沟通。

个人的职业规划和成长目标上具体计划为：

1、自己20xx年全年的目标计划设定为□20xx年6月之前最少完成里面的三分全部内容（信息获取的技能运用，要从多种公开资源获取；营销前的事先准备工作，有行业和客户营销和传播的待解疑问；客户筛选技能运用效率，客户市场阶段评估分析合理；回访客户的.介入理由策略选择和陈诉；情绪与行为之间关系（工作中）的觉察和体验；有区分客户观点和反应的实际表述；客户的基本状况及需求关注点；结合客户市场媒体价值表述；知其真实行业、客户媒体选择理由、媒体观；有节奏好、提问回应好；有个人学习得知识在客户沟通中的应用□□20xx年6—12月完成初日考核内容评分标准的全部内容（对现有的媒体运用（执行）出色，能将媒体价值和客户需求紧密的相结合；客户的资料通过多方获取比如：人脉介绍获取、特殊渠道获取；明晰媒体的推广目的和了解客户的媒体投放有关工作流程；和客户之间的沟通应达到互动探讨和引导客户的购买需求，在沟通中要换位体察对方感受）要达到以上内容自己必须严格的要求自己。

2□20xx年3月通过自己两年的努力，拥有一辆马自达6自动旗舰版（红色）、个人存款10万元、累计个人财产30万（每天看着自己20xx年的目标来对比自己每天的工作总结计划，不断的反省和询问自己照这样下去自己的目标能不能在这个期限完成，如果完不成我将如何改动我的工作方式？为什么完不成？）。

3、积极配合公司的各项指标落实情况，做好时间的合理安排，通过一年的时间□20xx做到公司的中高层管理人员、做到对金融、教育、食品行业清晰三个行业，能在这个行业做到轻车熟路，能给新员工讲解这三个行业信息的搜集和学习办法，领导有事不在时做到积极努力的争取召开公司的业务部门会议，能够对新员工学习公司的业务项目进行指导性作用。

4、通过两年的努力20xx年之后，自己要往职业经理人道路上发展，做到本公司的高层管理人员，配合公司制定相应的制度，严格准确无误的执行下去，在公司的高层领导不在时做到积极努力的争取召开公司的全员会议，能够对公司各个部门的整体发展和整体工作战略业务项目进行指导性作用。

5□20xx年1月23日—20xx年每天抽出一个小时学习行业知识、半个小时分析当天所遇到的客户情况，做到熟悉客户个人信息，熟悉客户公司和行业□20xx年1月—20xx年12月通过书籍、网络和参加课程学习主要对人际关系和时间管理学习，并能熟练地运用人际关系技巧和熟练地将自己的时间合理的规划□20xx年1月—12月通过书籍和网络、参加课程学习学习管理思维方式方面和时间管理知识，掌握有效地管理技巧，达到能灵活的运用管理的方式和执行能力，熟练地将自己的时间合理的规划□20xx年1月—12月通过书籍和网络、参加课程学习如何成为一个卓越的职业经理人，有效地管理技巧、带领团队和管理团队的要领、营造优秀的企业文化要领、增强逆境抵抗力和逆境中解压的方法并能够熟练地将自己的时间合理的规划）。

对照初级日考核内容标准在20xx年的学习和准备涉足行业的计划和目标：

经过上述情况自己也清晰的认识到了在20xx年自己的工作方法和个人计划目标，自己准备涉足的行业：服务业、酒店、餐饮、娱乐、教育培训、金融证券。

1、加强自己的时间管理□20xx年1月21日—20xx年7月改变自己以往的思维模式和销售模式，一定得转变让自己变成顾问式营销，使自己慢慢变强，从根本解决盲目拜访客户、盲目销售自己的产品，定期维护回访客户每天坚持打电话20个、至少回访老客户保持在2—5，多向公司的老员工和公司领导多沟通多学习，在工作中遇到的问题多请教，每天晚上总结

思考当天在工作中的不足（那些事是今天做的特别不好的？导致不好结果的原因是什么？下次我该如何避免类似情况再次发生？那些是今天做的不错的？达成了都很么结果？以后我该如何持续下去？）详细的明天工作计划视情况每天晚上完成（我要电话拜访多少个新客户？邀约多少？拜访几个？达到什么程度？）。

2、1月21日—2月8日学习公司内的知识（销售流程、产品介绍、广告媒体的优劣势、客户分析眼光），多向公司内部的销售前两名同事或向领导请教，行业内的知识，另一部分通过网络对广告销售学习，了解咱们现有的媒体优势和劣势，如何将媒体的优势发挥到最大的成效。

3、从现在开始每天用1个小时的时间学习金融（投资担保、保险）、教育培训（私人培训、职业训练、职业学习）、食品行业、酒店餐饮的行业情况（1月25日—2月1日每天2个酒店餐饮、教育培训（私人培训、职业训练、职业教育）行业知识学习；2月1日—2月7日每天两个小时对食品行业），达到自己能熟悉行业的内部资讯，了解行业的优劣势，如何在谈判中切入客户感兴趣的主题中，避免盲目拜访。

4□20xx年6月之前最少完成里面的三分全部内容（信息获取的技能运用，要从多种公开资源获取；营销前的事先准备工作，有行业和客户营销和传播的待解疑问；客户筛选技能运用效率，客户市场阶段评估分析合理；回访客户的介入理由策略选择和陈诉；情绪与行为之间关系（工作中）的觉察和体验；有区分客户观点和反应的实际表述；客户的基本状况及需求关注点；结合客户市场媒体价值表述；知道其真实行业、客户媒体选择理由、媒体观；有节奏好、提问回应好；有个人学习得知识在客户沟通中的应用）。

业务员计划书篇八

很荣幸我加入了荣御广告有限公司这个团队，并担任了公司

的业务拓展一职，这是我2012年的第一份广告公司，也是我人生觉得比较有价值的公司，既能提升自我沟通能力，又能增加对广告的行业深入解析。俗话说“做一行爱一行”没错！进入公司首先应该做的就是怎样才能做好我的业务推广，做好自己的推广计划方案，并有效的实施以及效益。下面就对整个计划做一个详细的分析！

首先做好战前准备

谈起准备，很多人会不以为然，有些人没有准备好，或者根本就没有准备，就仓促进行上阵推广自己的业务，结果业务没有谈定还被碰得头破血流。这就是为什么要做好站前准备的原因。好的准备就是成功的开始，结果不好就是准备不好。如果你真正准备好了，你在和客户推广业务上就能从容不迫，对答如流。你在操作过程中，也会减少很多麻烦、节省很多的时间。作为一个业务员手上拥有充分的客户资料是最基本的，也是非常重要的，掌握大量的客户资料我们才能投其所好。查了一些资料发现那些拉不到广告的业务员都有一个通病就是潜在客户不多。而其他业务员之所以能不断地拿到广告，谈下更多的业务。首先就是因为他们掌握了大量的潜在客户资料的名单。谁拥有了终端客户，谁就拥有了财富，所以我认为首先要做好准备工作。

一、寻找客户

一个业务员手上没有一个客户，要想拿到广告或业务，要想把公司的业务做上去，简直是天方夜谭。所以开发客户的工作是重中之重，它和谈判、签约不相上下。你只有找到客户，才能有用武之地，才有发挥的场所。

首先寻找客户，明确目标市场是那些？客户范围是那些？然后找到这些客户并做好记录，进行重点分类，那些是潜在客户，那些是现实客户。接着把80%的时间用在潜在的客户上，20%的时间放在现实客户上，其中的原因就不多说了。其

次，当你明确了业务的方向、范围之后，就要知道通过什么样的方法途径寻找这些客户。现介绍几种常用的方法：查找黄页、网络搜索（网上找客户）和上街找客户。（1）查找黄页，我们可以按照上面的分类找到我们需要的目标客户并记录下来，现在很多业务员都会用这个方式去做自己的业务。（2）网络搜索也叫网上找客户，我们可以用到网络来寻找客户谈成业务合作的机会，多看看网络论坛等。（3）我们也要上街找客户，可以去逛商场、门店等，这样可以通过商场的产品销售来判断一个客户的经营情况。从而获得业务合作机会。

二、开发客户

最成功的业务员都有一套得体的台词，要去拓展业务事先一定要去拓展业务，事先一定要有一套台词，这套台词包括：见面的台词开场白，介绍项目的台词，反对问题的应对台词，对一些情况的了解和见解的台词，熟悉这套台词？搞出来之后，你一定要反复练习。可以两个人对练，也可以在小组会上练，让大家提提意见。然后，找一些小公司试一试，检验检验，检验一下这套台词还有哪些不够完善？还有哪些问题没有考虑到？还需要做哪些补充，就这样不断的优化台词，使其变得精辟，如果通过几次使用都失败了，这时，我们就必须马上停下来，大家坐在一起分析原因，进行脑力激荡，共同商榷应对的话术，最后归纳总结，形成一个应对的样本，整理成一套最得体的台词。台词一旦形成，我们就要背得滚瓜烂熟。这样做，是对自己负责，对公司负责，对市场负责。

三、准备好业务员的道具

既然是广告公司，肯定要精心设计制作你的名片！一张好的名片同样可以帮你很大的忙！随身携带好自己的名片。并适当给自己的名片上冠以一些头衔，罩上一层光环，给自己一个全面的包装。当然名片的内容要精彩，除了印上自己所在的单位、姓名、职务或专长、联系方式（电话、手机、传真、地址）以外，还可以印上公司经营的范围，或名人名言、格

言警句等，以达到宣传自己（公司）或突出个人特点的目的。要充分利用名片的正反两面。印刷档次不能太低。总之，一张名片，就是一张广告，一张宣传你自己（公司）的广告。你的特长、你的地位、你的品位、你的影响力等等，对方都可以从你的名片上看出来。如果你的名片能够吸引对方的目光，能够引起对方仔细观看的兴趣，那你的名片就是一张好名片一张能够吸引人的名片。有条件的话，一定要准备一台笔记本电脑，这样既可以提高自己的身份和档次，又可以携带大量的资料，便于演示图文资料，以及广告效果，并且可以省去很多活。如果你经济条件不太好的话，这就只能用笔和纸代替了，当然笔和纸是每个业务员必须配备的东西，记下客户所要求的类容，对方如果需要一些资料，回到公司后可以在网上发些资料、传些图片与客户联系沟通，既方便快捷，效率又高。

四、业务跟进和维护

熟悉自己手上定单的一切状况。每月所发定单总量；主要客人每月所接定单总量；实际完成定单量与计划完成定单量的差距等。定期上交相关报表。包括每月销售报表；客户信息反馈意见处理表；每月工作报告及下月工作计划；客户报表（包括老客人每月的维护情况和新客人的开发进程及中间出现的问题。业务主管也要发挥有些积极的作用，主管目前的主要职责是在协助业务员顺利完成工作的同时，积极主动地学习行业知识和产品知识，以便尽快独立操作业务工作。主要的细节工作包括以下几个方面： 1. 做好每月业绩的安排工作，分季度或分月进行一次业务改变，这样可提高顾客的新颖性。2. 跟踪业务员下放的定单。包括、制作、生产通知单，发货清单，定单首件确认，交货期确认，包装细节（内外盒，印字，标签，麦头）的确认与制作；定单跟进过程中的特殊状况。3. 处理样品的备案及跟进邮寄事项。当客人索要样品后业务员及时制作部门索要回样并寄给客人。样品的寄送是获取业务定单的前提，也是后期能够长期合作的重要环节。