

2023年销售人员物资配置方案 旅游营销 人员配置方案共(优质5篇)

为确保事情或工作顺利开展，常常要根据具体情况预先制定方案，方案是综合考量事情或问题相关的因素后所制定的书面计划。方案的制定需要考虑各种因素，包括资源的利用、时间的安排以及风险的评估等，以确保问题能够得到有效解决。下面是小编帮大家整理的方案范文，仅供参考，大家一起来看看吧。

销售人员物资配置方案篇一

一，前言

二，背景分析

在国家大力推进西部大开发的新形势下，梵净山应进一步发挥丰富而独特的旅游资源优势，范文写作继续加大力度推进特色旅游产业开发建设，努力将其建设成为特色鲜明、设施完善、****一流的旅游点。

（一）加快旅游发展步伐，应对国内市场竞争

梵净山应坚持以特色旅游产品开发为中心，严厉打击不良旅游现象，健全景区交通状况，不断规范旅游市场，以增强旅游产品的吸引力种竞争力。特别是在我国加入wto后，旅游行业市场日益激烈，对旅游企业也提出了更高的要求，如何在激烈的市场竞争中立于不败之地，并壮大发展，这是摆在公园旅游事业面前的一个亟待解决的问题。

（二）注重品牌营销战略

品牌战略与目的营销是相辅相承的，只有做好了市场营销，

品牌战略才能实现其价值。梵净山必须全面倒入ci策划，从整体上全方位推销，打造知名度，增加旅游收入，为景区今后的发展添砖加瓦。

三，市场优劣势分析

1. 梵净山发展优势：梵净山以其生态、佛教文化、秀丽风光享誉海内外；如果说梵净山是一幅美丽的画卷，那么梵净山十八景就镶嵌在梵净山上的十八颗璀璨明珠，风光旖旎的太平河、宁静的云舍小调、入云端的万步云梯、满山涧的瀑布清泉、争奇斗艳的百里****、规模宏大的金佛苑、龙泉寺、镇国寺等，把梵净山装扮得如诗如画，多姿多彩；神奇的梵净山，是心灵放飞的地方，是世人向往的梦中家园。

销售人员物资配置方案篇二

- 1、通过培训学习，帮助员工快速了解公司基本情况及各项管理制度；
- 2、重点要系统地掌握产品知识、行业、市场发展状况。
- 3、提升销售能力、提高销售综合素质、解决问题的能力，帮助员工更好地完成任务；
- 4、快速打开市场、出成绩、并提高销售部门业绩；
- 5、增强团队意识与合作精神。

基本编制为10人，销售经理一名销售业务九名。

销售部所有人员。

1、目的

提升销售工程师所应具备的工作职责，加强销售工程师销售、技术等能力的提升。

2、适用范围

市场及销售部人员。

3、职责

（销售工程师的工作职责）

4、培训内容与方式

第一、实际工作中，提升执行力应当重视以下两个方面□a□给自己工作定位，明确分工：不同的性格、不同的经历、不同的处事方式就会有不同的结果。

每个人都从易到难，先做自己擅长的事。行为的约束，以人为本：很重要的是一个规范制度的制定。正所谓没有规矩不成方圆，制度是不可缺少的。制定制度时要以人为本，以人为本对内部来讲，是考虑到员工合理的要求；对外部来讲，是考虑到客户合理的需求。我们在制定工作制度时，一定要充分考虑到这些因素。

另：非出租人员在有租赁人员在场时不得接待进店的租赁客户。

第二、主管人员的核心工作：

1、目标管理：根据公司租赁的年度、季度、月度要求，管理人员根据整体租赁的目标，然后根据参与的人员数量和质量，把目标分解到每个销售员身上。分解目标的时间一定要细，即每个人每周要成交多少，每天要成交多少，再根据成交率来确定每个销售员每天要接待或是拜访多少个准客户，然后

根据实际情况，再注意调整修正目标等等；例如：公司租赁年度目标是24w□一年12个月，按12个月的就每月是2w□8个租赁人员，那就是每人每月2500的业绩，需3单完成，按10%的客户成交率，2%人房源回访成交，需要30个客户，每天最少得接待跟进一个客户，回访5—10套房源。

2、表格管理：即根据目标管理和时间管理相结合，做出每年、每月、每周、每日的报表方案，每周必须结合报表做一次分析，跟据分析结果来调整目标方案，来对每位人员的工作问题对症下药。

4、运用好奖惩和监督机制：整个框架出来后，作为管理人员，全力做好监督工作和引导奖惩工作，把每一项计划落到实处，执行到位。

第三、团队凝聚力和营销气氛一个团队的成员需要分工，又要讲究协作。凝聚力是团队无形的精神力量，是将一个团队的成员，紧密联系在一起看不见的纽带。团队的凝聚力来自于团队成员自觉的内心动力，来自于共识的价值观，是团队精神的至高体现。

一个有着凝聚力的房地产销售团队，在外部表现为成员对团队的荣誉感及团队中的地位。团队的荣誉感主要来源于工作目标，团队因工作目标而产生、为工作目标而存在、为工作目标而追求。

5、附录

培训的内容主要根据销售人员的基本技巧与新员工的常规培训为载体，给予新员工一个清晰、明确的工作方向和富有精神、文化的一个工作环境；通过逐步的加深培训内容让每一个市场销售人员能够在技能、工作技巧、知识等方面得到更多的提升；在优秀的市场销售员工方面更加注重人性、企业的核心价值、个人价值提升的一个提升辅助平台。

销售人员物资配置方案篇三

为进一步提高旅游行业整体素质，提高旅游企业服务品质，规范旅游市场秩序，优化旅游发展环境，全面增强旅游业的实力、活力和竞争力。市旅游局决定在全市旅游行业开展以“标准化管理、个性化服务，促品质提升”为主题的“品质提升年”活动。特制定活动实施方案如下：

以科学发展观为指导，坚持以人为本，进一步加强推进旅游行业规范化、制度化、标准化管理。通过品质提升年活动，着力优化旅游行业管理者的经营理念，优化旅游从业人员素质，提升旅游企业的品质意识和品牌意识，树立良好的旅游企业形象，创造良好的旅游服务环境，为实现我市旅游业可持续发展作出贡献。

（一）切实做好规范文章，加强行业自律。坚持旅游企业依法设立、依法运行、依法管理的原则，创建收放有序、经营遵章守纪、管理宽严适度的旅游环境。加强旅游行风建设，强化质量监督，重视旅游安全，规范市场秩序，维护游客和旅游企业的正当权益。

（二）切实做好提质文章，提升行业水平。巩固旅游a级景区、星级饭店复评复核成果，引导改进设施设备，改善服务质量，提高内在品质。推动旅行社诚信体系建设，提高外联能力，拓展市场空间。

（三）切实做好增量文章，扩大行业规模。引导非星饭店和商务宾馆、社会餐馆加入旅游接待行列和创星工作。引导农家乐项目参评星级旅游区。扶优扶强旅行社，鼓励本地旅行社与外地旅行社开展紧密型的合作，加快旅游公共服务体系建设。

1、星级饭店。提倡用心服务，微笑服务、人性化服务，切实关注服务细节；及时、快捷、准确地为客人提供各种服务，

给客人以情感关怀。

(1) 开展全员培训，组织岗位比武和技能比赛，并适时组织人员相互观摩或评比。

(2) 深化“感动宾客”活动，认真挖掘和发现身边的感人事迹，积极参加“我感动了宾客”或“他（她）感动了宾客”的信息报送活动。鼓励工作人员记“感动日记”。

(3) 搭建星级饭店互检平台，通过明查和暗访对服务质量进行现场监督和控制。

(4) 组织星级饭店管理人员赴外地高星级酒店学习考察，提高管理和服务水平。

(5) 开展星级饭店前厅总台、客房卫生班、餐饮值台等岗位的“岗位标兵”评选活动。

(6) 加大饭店的改造和建设力度，积极引进数字电视等高科技产品服务于顾客，提升饭店硬件档次。

(7) 开展“最佳品质饭店”的评选活动。

2、旅行社。提倡诚信经营、诚信服务，提升旅游品质，引导旅游者理性、明白消费。

销售人员物资配置方案篇四

以能力导向为主进行奖金设计。对企业销售人员来说，比起固定工资的发放，更加关注企业提成制度的设计，尽可能的要求企业的奖金分配方面尽可能的公平，所以此时实行以能力为导向的奖金设计方案，可能会提高此类需求员工的满意度。以能力为导向的奖金设计，要求不同能力的员工得到不

同的奖金，那么此时企业经常实行的粗放提成制度就显得过于简单。因此为了更好的实行因能力为导向的奖金设计，可以通过设定奖金系数来反映员工的能力，根据奖金系数的不同而给予不同的奖金，使得能者多劳，即员工的奖金系数越高，获得的奖金也就越高。如此可以使企业销售人员获得更好的个人绩效，激发其工作积极性，进行提高公司整体的经营业绩。

以团队导向为主进行奖金设计。除去少数产品销售需要“个人英雄主义”的销售员工，大多销售项目需要企业营销人员以团队的形式进行。此时实行以团队导向为主的奖金设计，将企业的奖金直接发放到销售团队，而不是员工个人，会在更大的程度上激发销售团队成员的工作积极性、促进销售团队成员间的交流、沟通与协作，也将会在更大的程度上提高整个团队销售业绩。以团队导向为主的奖金设计，是对取得高业绩表现的销售团队给予更高的奖金总额。

以业绩导向为主的奖金设计。进行以业绩导向为主的奖金设计，首先需要将企业的销售目标进行分级，通常销售目标可分为初级销售目标、中级销售目标、高级销售目标等类别，其中不同的销售目标应该对应不同的奖金激励制度。将员工业绩纳入考核体系，作为奖金发放的依据，有利于企业由原来的粗放式的简单管理，步入系统化、科学化和精细化的轨道。但是在进行以业绩导向为主的奖金设计时，企业管理者需要重点注意与销售人员的绩效沟通、绩效反馈和绩效辅导，使得企业在因为制定业绩目标过高导致员工无法完成目标时，能够进行及时的监控，更早地发现问题进行问题的沟通反馈，适当的调整或降低销售目标，从而切实地帮助企业的销售人员实现自身的销售目标。

总之，伴随着企业越来越重销售人员的作用，如何进行销售人员的薪酬设计，尤其是奖金制度的设计，达到最佳的激励模式，是企业实现利益最大化的重点。良好的奖金设计制度，不仅可以节约企业的人力资源管理成本，更可以在更大的程

度上激励企业的销售人员创造更高的工作业绩。因此，对于销售人员的薪酬奖金设计，我们在认真分析自身的情况和问题的基础上，通过上述的奖金设计的三个导向即能力导向、团队导向、业绩导向的相互结合，可以有效地实现销售人员奖金分配的合理设计，从而更加积极地体现正向的激励作用，以更好的提高公司的运作效率，实现企业业绩的有效增长。

销售人员物资配置方案篇五

本计划主要内容为公司人力资源部20年培训工作的具体内容、时间安排和费用预算等。编制本计划的目的在于加强对培训工作的管理，提高培训工作的计划性、有效性和针对性，使得培训工作能够有效地配合和推动公司战略提升和年度经营目标的实现。

公司岗位说明书、员工培训需求调查、中层管理人员座谈、公司战略提升与拓展需求、公司对培训工作的要求。

为确保培训工作具有明确的行动方向，人力资源部特制定了培训原则、方针和要求，用以指导全年培训工作的开展。

1、培训原则

实用性、有效性、针对性、持续性为公司培训管理的根本原则。

2、培训方针

以提升全员综合能力为基础，以提高中层管理能力、团队协作融合和员工实际岗位技能为重点，建立具有特色的全员培训机制，全面促进员工成长与发展和公司整体竞争力提升，确保培训对公司业绩达标、战略提升及员工个人成长的推进力。

3、培训的六个要求

1) 锁定战略提升与未来发展需求；

2) 锁定企业文化建设；

3) 锁定中层管理人员以及后备队伍能力发展；

4) 锁定学习型组织建设；

5) 锁定企业内部资源共享；

6) 锁定内部培训指导系统的建立与完善。

1) 建立并不断完善公司培训体系与操作流程，确保培训工作高效运作；

2) 传递和发展资讯企业文化，建立员工特别是新员工对企业的归属感和认同感；

3) 使所有在岗员工20年都能享有高质量、高价值的培训；

4) 重点为中层管理人员提供系统培训，以保证各部门工作目标的有效完成；

5) 进一步完善培训课程体系，确保培训内容和企业文化的一致性；

6) 打造具备可复制性的系列品牌课程，并备档；

7) 建立内外部培训师队伍，确保培训师资的胜任能力与实际培训效果；

8) 推行交叉培训，实现企业资源共享和员工业务能力提升；

9) 加强企业文化氛围对企业的渗透。

4) 季度及月度计划：由人力资源部培训专员在每季度末或月度末根据实际情况，对年度计划分解及修改，并提供季度或月度计划给人力资源部经理并抄送各相关部门负责人。

1、新员工入职培训

人力资源部组织安排新员工进行企业文化及公司管理制度培训，并统一安排观看《资讯新员工培训教程》视频。课程内容包括：企业文化及公司管理制度、客户管理及查询系统使用、产品知识、电话实战、样本制作、事业部管理制度、优质客户寻找及判断、如何报价、同行特点分析、数据合理应用、大客户开发、如何催款、行业开发等。

2、在职培训课程大纲(包括内外训方向，实际课程根据方向进行细分设计)

2) 普通员工培训方向

3、计划外培训

计划外培训是指不在20年度培训计划内的培训项目。具体培训内容根据公司阶段性实际需要及员工申请进行安排。计划外培训应遵循以下原则：

1) 培训项目内容应符合公司业务或员工能力的提升需要；

2) 提前两周提出申请；

3) 培训费用在预算之内；

4) 同一主题内容一年内原则上只能申请一次

根据公司发展需要，20年重点培训对象确定为中层以上管理

人员，因此20年培训工作的主要侧重点就是为中层以上管理人员提供合理、有效、针对性强的高质量培训课程。

主要项目包括：（外训按照外训管理制度实施，内训从课程中筛选，并重点分层次打造系列培训）

同时，根据公司业务开展需要及员工培训需求调查的分析结果表明，普通员工在某些项目的培训需求上非常的强烈，需要培训专员系统的安排培训：

主要项目包括：（以销售技巧、谈判技巧、心态激励为主设计系列课程）

在充分总结公司20年现有培训情况基础上，20年，我们将明确建设学习型企业的培训文化。围绕公司确定的战略发展目标以及对员工职业素质要求，建立以知识管理为基础，以企业及员工发展为导向的学习体系，努力营造“爱学习、愿共享”的学习氛围，形成开放、共享、创新的企业培训文化，逐步把“工作学习一体化”的理念贯穿于企业各项工作中，努力将建设成学习制度健全、学习氛围浓厚、各企业竞争力不断增强，具有共同的企业使命和核心价值观的持续学习型企业。

采取多样的培训文化宣导方式，合理使用多媒体设备进行企业文化及知识的宣传与引导。

1) 中高层计划培训课程