

# 2023年销售管理部工作规划(通用5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。写范文的时候需要注意什么呢？有哪些格式需要注意呢？这里我整理了一些优秀的范文，希望对大家有所帮助，下面我们就来了解一下吧。

## 销售管理部工作规划篇一

又到年终岁尾，回首过去的一年，内心不禁感慨万千。时间如梭，转眼间又跨过了一个年度之坎，回首望，虽没有轰轰烈烈的战果，但也算经历了一段不平凡的考验和磨砺。非常感谢公司给我这个成长的平台，令我在工作中不断的学习，不断的进步，慢慢的提升自身的素质与才能，回首过往，公司陪伴我走过人生很重要的一个阶段，使我懂得了很多，领导对我的支持与关爱，同事们的鼎力协助，使我在工作中更加的得心应手，在此我向公司的领导以及全体同事表示衷心的感谢。同时也将这一年的工作向大家做以总结。

### 一、严于律己，团结同志；以身作则，任劳任怨

在工作中严格要求自己，响应公司各项号召，积极参加公司的各项活动。克服种种困难，不计个人得失，加班加点学习业务知识，在短时间内完成了多起案件的接案、立案、查勘、跟踪、医疗审核等多个工作程序，赢得了客户的好评，较好的完成了领导交给的任务。

### 二、树立中心形象，维护公司及客户利益

在工作中发现，多家医院存在收费不合理现象，导致公司和客户损失。在掌握足够证据情况下，多次到问题医院据理力争，为客户挽回了损失，也避免了我公司的损失，在客户及

医院面前均树立了人保理赔的良好形象。

### 三、发现问题、解决问题。寻求创新，促进工作

1、经过市场调查，结合家政及各家医院的特点，提出护理费实行统一价格，既节省了理赔手续，又降低了此项费用的赔付。

2、涉及人伤（病）案件流程、非车险特别告知单证、人伤案件跟踪表、医疗审核表等单证。使人伤案件集中立案，集中医疗审核，简化了理赔程序，也大大降低了赔付。

### 四、提升深化服务，服务于客户、服务于承保公司

1、将理赔工作前置，在交警队调解前为客户把关。

2、针对不同险种，配合支公司处理人伤赔偿纠纷，不仅降低了赔付，同时为支公司稳定、争取了客户，得到了各支公司的好评。

### 五、保持成绩，找出不足，加倍努力，更上一层楼

1、我们业务小组工作刚刚起步，各方面经验还很不足，需要大家共同学习，加倍努力。同时因工作中涉及多个险种，需要多个部门的支持与配合，今后要加强各方面的协调工作。

2、随着新险种的开展，还有许多新问题，在加强业务学习的同时，也需要横向联系，向其他公司学习先进经验。

新的一年我为自己制定了新的目标，那就是要加紧学习，更好的充实自己，以饱满的精神状态来迎接新时期的挑战。我也会向其他同事学习，取长补短，相互交流好的`工作经验，共同进步。争取更好的工作成绩。

## 销售管理部工作规划篇二

今年上半年以来，经过国家国八条、限购等宏观调控政策，导致了人们对房地产市场观望态度的持续，给原本复杂的房地产市场更是雪上加霜，在这种情况下，营销管理部在公司领导的关心和公司各部支持配合下，营销管理部全体员工本着“以完成经济任务指标为中心，追求经济效益最大化为第一，以提高服务质量、开拓创新销售渠道和经营模式为主题”的宗旨，齐心协力，为完成公司下达的经济任务作出了不懈的努力；现将主要实际销售收入、主要完成工作及下半年工作打算汇报如下：

### 一、上半年项目营收状况（截止到5月31日）

#### 1-5月销售情况：

颐景园：3,389,763.00面积：303.03平方米

蓝筹公寓：15,027,931.00面积：2830.93平方米

香山美境：1,244,300元面积：198.36平方米

小计：19,661,994.00面积：3332.32平方米

#### 1-5月销售现金回款：

颐景园：3,919,658.00

蓝筹公寓：14,186,746.00

香山美境：1,768,859.00元

小计：19,875,263.00

## 二、上半年主要完成工作：

1、5月中下旬已完成《销售管理制度》和《销售管理提成办法》的定稿；

4、5月底已完成由“株洲晚报”和“株洲在线”联合组织的“天元淘房团”的

前期的广告及现场布置工作；

5、在过去的半年针对老客户也加大了回访，特别是对现有客户的维护和管理方面，通过对客户档案资料的整理后，每周销售人员定期对客户进行拜访，一方面加强联系，另一方面及时了解客人反馈信息，和客户的消费动态。

6、为了拓宽销售宣传渠道，我们围绕“高科十年，十分感谢”通过网络平台、短信、派单、夹报等形式展开了一系列的活动，一方面进行公司的宣传，一方面收集潜在客户信息，在宣传的同时拉近了客户之间的关系，同时为接下来的“慧谷阳光”蓄客。

7、加强内部员工的学习及交流和培训工作。

## 三、工作中出现的问题及不足

6、进一步强化置业顾问培训、提高员工素质、业务水平。同时为营造一个和谐、积极的工作团体，多组织一些有意义的部门活动，来提高团队的凝聚力：规范销售人员的工作计划性；培养销售人员的工作独立性。

## 下半年的工作计划和打算

古人云：“兵马未动，粮草先行。”今人云：“思路决定出路”。营销管理部将及时调整营销计划策略，勇于开拓创新，

加强学习，团结奋进、敢挑担子；现制定如下工作计划：

### 1、“高科十年，十分感谢”活动的结束及抽奖。

抽奖结果将会在“株洲在线”、“长株潭报”、“株洲晚报”同时公布，颁奖活动将在株洲高科房地产开发有限公司一楼营销中心举行。

### 2、慧谷阳光的前期营销策划工作及8月份的开盘准备：

1) 慧谷阳光前期的推广方案及广告画面安装到位

2) 慧谷阳光样板房的装修标准确认及完工

3) 慧谷阳光用户户型图准备及印刷

4) 慧谷阳光订购协议及销售合同准备

5) 财务收款流程及销售合同签约审核流程准备；

6) 开盘活动的节目策划

### 3、内部管理

(1) 通过对销售人员实行拜访量的考核及每月有效客户量的考核，促使其加大对老客户的拜访和新客户的拓展，增加客源量。

(2) 通过与老客户带新客户的办法，对老客户和新客户实行促销奖励政策，如送物业管理的办法，从而增加物业的销售。

(3) 加大内部和外部宣传和促销工作。通过置业顾问行销、回访、信函促销，巩固老客户，发展新客户。

(5) 建立客户档案，听取客户意见，并及时做出调整；

(6) 落实下半年销售部目标责任制，结合实际工作情况，分解到人，严抓工作落实及完成标准。

(7) 置业顾问销售项目的分配，将按工作能力及销售任务进行安排，既要保证目前项目的稳定发展，又要确保新开发项目的稳定销售。

#### 4、对外管理

(2) 在区域内继续进行详细的市场调研，及时掌握市场动向，深入了解客户群消费心里，结合项目实际情况，整合资源，做好调整措施。

### 销售管理部工作规划篇三

负责组织销售人员的对客接待、拜访和业务商洽工作，协助营销部总监负责重要客户的接待、拜访和业务商洽工作。

二、负责落实大型团队□vip客户的预订、接待工作。

三、负责组织销售人员收集处理客户意见和建议，受理客户投诉。

四、负责落实海悦卡客户信息资料库的建立健全和日常工作。

五、负责《累积住房优惠协议》、《累积租用会议室优惠协议》、《长住房协议》、《签单挂帐协议》等合约(协议)的洽谈、初审工作。

六、负责酒店分销渠道的比选、关系维护和效果评估工作。

七、参与酒店年度营销计划、酒店营销计划实施方案的编制、调整工作。

八、负责部门《销售工作报告》的编制、审核工作。

九、负责受理下属员工对其直属上级和同事的投诉，以及其他部门员工或外协单位对下属员工的投诉(对本人的投诉除外)。

十、负责下属员工的业务知识培训和绩效考核工作。

十一、协助直属上级负责部门相关规范化文件的拟写工作。

十二、完成直属上级交办的其它工作。

十三、本职责经总经理室批准后生效，自公布之日起执行。

十四、本职责修改权、解释权属总经理室。

## **销售管理部工作规划篇四**

参与公司市场营销战略的决策。一、负责建立一支强有力的营销队伍。二、督导、协调销售部和相关部门的工作关系。

三、负责新产品合同评审的审批工作，按合同订定下达生产需求计 四、划。

对重点客户每月定期或不定期专访以了解本公司产品的使用情况 五、况，并把有关信息反馈给相关部门。

联系有关部门对分供方实施评价，选择合格的分供方。六、围绕公司计划制定本部门详细工作计划，并督导实施，跟踪 七、证。

## **销售管理部工作规划篇五**

2、由产品经营向品牌经营过渡与提升;通过厂商共建品牌工

程, 建立长效合作机制. 不断提升品牌衍生值与附加值, 为厂商持续经营与发展, 提供核心动力.

### (一) 产品与销售服务支持

(1) 提供满足不同消费群体与渠道的产品组合, 确保经销商的经营稳定与利润空间.

(2) 协助经销商因地制宜制定推展计划, 提供专业渠道(如家装公司, 工装供料项目相关现场演示, 推介, 服务等).

(3) 合理利用资源, 逐步建立产品应用与服务体系, 最大限度地满足市场需求, 通过厂商的交流互动, 达到服务增值, 品牌增值之目的.

### (二) 形象店建设(略)

### (三) 宣传, 促销物品的支持

1、全年宣传促销品总量控制在5%内.

2、对超出配额部分须客户现金购买或冲抵广告费.

3、区域负责人须定时反馈宣传, 促销品的使用情况及其他建议, 以便改造.

(四) 广告支持全年回款总额(万元) 广告支持备注30-50车体广告51-100当地电视广告100万以上车体广告+当地电视广告+户外广告注:以货物形式返回, 广告费用原则上只补助一次.

(五) 人员及培训支持公司不定期派工作人员为经销商提供工艺技术, 产品知识及营销技巧的培训, 根据部分代理商在日常工作中的需要, 提供相应的支持。

### (一) 销售部管理文件组织架构与编制



1、组织构架公司销售部销售主管销售主管销售主管销售主管销售主管销售主管全国区域市场

2、编制:共5人,其中部门经理1人,销售主管4人.

## (二) 岗位职责

### 1、销售部经理岗位职责:

(1) 按照公司决策. 主持拟定销售部年度装修漆(乳胶漆)经营目标与发展规划.

(2) 接受公司对营销业务的指导. 按照公司的统一布局与筹划, 因地制宜, 灵活出击.

(3) 对市场进行动态监控与督导, 为营销团队和经销商排忧解难, 确保公司经营目标的完成.

(4) 科学管理, 加强\_本, 量, 利\_三位一体的动态平衡, 力求销售部贡献最大化.

(5) 加强团队建设, 注重团队素质, 业务作风的培养, 不断提升团队的凝聚力与战斗力.

(6) 做好部门间沟通与协调, 减少沟通成本与管理费用, 提高营销体系整体工作效率.

### 2、销售部主管职责

(1) 参与对区域整体市场与局部市场营销方案的制定.

(2) 负责对区域内责任市场经营目标任务的实现.

(3) 负责区域内装修漆(乳胶漆)经销商整体维护与市场开发工作.

(4) 负责对区域内经销商团队专业培训工作.

(5) 完成部门经理安排的其他工作.

### (三) 管理制度

#### 1、工作制度

(1) 遵纪守法, 遵守公司各项规章制度.

(2) 维护公司利益与企业形象.

(3) 出差须递交申请详报计划, 差期内应定期主动联系上级汇报工作.