

最新销售人员薪酬方案的主要类型及特点 (模板5篇)

为了确定工作或事情顺利开展，常常需要预先制定方案，方案是为某一行动所制定的具体行动实施办法细则、步骤和安排等。通过制定方案，我们可以有计划地推进工作，逐步实现目标，提高工作效率和质量。接下来小编就给大家介绍一下方案应该怎么去写，我们一起来了解一下吧。

销售人员薪酬方案的主要类型及特点篇一

营销团队的建设与管理

《天下无贼》中有一句比较经典的话：黎叔说“人心散了，队伍不好带了”，如果拿来用在团队的建设与管理上，实在是一语惊醒梦中人啊！如今的企业界，一直在讨论着如何管理好团队，特别是销售团队就更难以管理了。我看呀，这不是难管理，而是难以抓住管理的要害罢了！团队的建设与管理关键在“人心”！

笔者就多年营销团队的组建及管理经验，认为营销团队的建设与管理应分五步走：

第一步、团队成员的甄选：“以人为本”这是最关键，团队是由个体组成的，只有好的个体，才会有好的团队，所以在讨论团队的建设与管理上，我们首先要来探讨团队中的个体。

笔者认为团队成员的甄选，主要从以下几点来选择：

第一：个人品质。品质是我们择人最关键的第一要素，看品质应从三方面来考察：一是看诚信，诚信乃为立身之本、处世之根，自古就有“欲正其心者，先诚其意，意诚而后心

正”，试想心术不正之人于团队而言，可谓“害群之马”不为过也！二是看职业道德，职业操守对于职业营销人来说就是获取“雇主”青睐的重要筹码之一，职业道德体现在个人的敬业精神和视公司利益至高无上的心态；三是看责任心，只有责任感的人，才会对家庭负责，才会对朋友负责，才会对公司负责，才会对社会负责，试想无责任心的人谁敢用之。

第二：个人能力。个人能力主要从三个方面来看，一是沟通协调管理能力，营销职业的最大特性就是与各种各样的人或组织打交道，你怎么去与人沟通，怎么去协调这样与那样之间的关系，怎么去管理你的客户、你的渠道或你下面的团队，这就需要较强的沟通协调管理能力；二是观察分析决策能力，市场机会与威胁在哪，竞争对手弱势与优势在哪，自己如何面对所处的各种环境做出正确的决策，这就需要具备非凡的观察分析决策能力；三是计划组织控制能力，“凡事预则立，不预则废”，市场变化是瞬息之间，这就需要有驾驭市场变化之能力。（关于营销人员能力的修炼可参见笔者在中国营销传播网发表的《成功营销人员的能力提升——技能篇》）。

第三：个人形象。个人形象其实就是我们所要求的精神面貌，个人形象代表着团队形象，代表着公司形象。入微见著，从个人我们可以看出个人背后的团队，我们在挑人时，往往首先看的是工作经历，以及受教育和培训的经历，其实更重要的是任聘人在面试全过程中所表现出来的形态，从这些形态我们大致可以判断出任聘者的综合素质。

第二步、团队的培训：光有先天因素不够，我们还要加强后天的培养，这就需要对团队加强相关培训，培训目的无非就是培养团队的凝聚力和战斗力。

团队凝聚力的培养实质就是加强团队文化的建设，为团队营造一种快乐工作和积极进取的氛围。谈到团队文化，我们首先要来认识企业文化，企业文化是企业在长期的生产经营活动过程中所形成的，并为广大员工恪守的经营宗旨、价值观

和行为准则等的综合反映。而企业文化中重要的一个组成部分就是团队文化，笔者认为团队文化，就是指团队成员在相互合作的过程中，为实现各自人生价值，并为完成团队共同目标而形成的一种意识文化。团队文化的精髓就是强调协作，团结协作才能成就共同事业，从而才能实现和满足团队成员的各自需求。

团队战斗力的培养实质就是加强团队成员综合能力的培养，能力是建立在以知识为基础之上，所以在培训能力之前要加强知识的培训，而后才能谈能力的培养。在这里主要介绍以下几方面知识的培训：

第一、公司知识。首先，我们要永远明确一点，那就是任何商业的合作是建立在互惠互利的基础之上的，而能否互惠互利，我们考察的不是个人，而是个人后面的公司。因此，公司的背景、公司的资金实力、公司的管理制度、公司的经营理念、公司经营的项目、公司的未来发展等等，将是我们出门谈判所必须具备的知识基础。

第二、产品知识。我们在销售产品之前，首先要对产品非常了解，对产品的规格、性能、作用、外型及价位，同时更要充分地挖掘出产品的卖点，但又要知道产品的缺点在哪，只有这样你才能说服别人购买你的产品。

第三、行业知识。我们在从事或选择一项职业之前，对于职业的规划，关键是要了解这个行业的历史和现状，你才能确定它的发展前景，从而作出退出或加盟的决定。而我们往往在与合作伙伴谈判时，不仅需要对自己的充分了解，更多需要的是对整个行业的了解，只有这样你才能在激烈的市场竞争中找出决胜之道。

第四、财务知识。在笔者多年的管理工作经验中，认为财务知识对于营销人员来说已经处于非常重要的地位，而目前所接触到很多公司的培训，忽略了对营销人员的财务知识培训，

其实这是一个管理的误区。财务知识不仅是高层管理必备的知识，更是我们基层营销人员必须掌握的一项基本知识。

在建立好以上牢固的知识基础之上，我们要对以下几方面能力加强重点培训：

第一、谈判能力。作为营销人员，最重要的工作是要为公司找到合作伙伴，并能良性地做出销量和保证回款。能否谈成适合公司发展的合作伙伴，这就取决于我们个人的谈判能力。决定谈判能力的几个重要因素是广博的专业知识、敏捷的思维、能言善辩的口才等。

第二、管理能力。作为营销人员，我们会拥有多个客户，这就牵

涉到我们要对多个客户之间的关系进行协调与管理，使之能相互协作，共同维护市场秩序，而不是相互排挤、相互打压。同样，针对于不同的产品形成不同的渠道，我们也会面临渠道之间这样那样的摩擦与矛盾，这就需要我们掌握渠道管理之道。再有就是团队的管理，比如说业务团队的管理、促销团队的管理等。

第三、控制能力。市场的变化是瞬息万化，客户的心也在不断地改变，如何驾驭市场的变化，如何挖掘市场的潜在需求，又如何掌控我们的上帝心态，这就需要我们营销人员具有超强的控制能力。“运筹于帷幄之中，决胜于千里之外”，对整个营销的过程及各个环节都在掌控之中，何愁战无不胜矣！

第三步、公司本身的不断发展：追源朔本，团队存在的前提是公司的存在，因此我们在讨论团队的建设与管理上，不能剥离公司开来。前面谈到团队是由个体组成的，个体是奔着公司的发展和个人的发展而加盟形成的团队，看出公司的不断发展是稳定团队的一个重要前提。

公司要保证不断地发展，需要具备几个关键因素：

第一、资金。我们都知道“钱不是万能的，但没钱却是万万不能的”，特别是对一个公司来说，资金就是一个槛、一个瓶颈，资金就是公司飞跃发展的后盾。特别是近几年各行业的竞争日益激烈，市场秩序越来越规范，这就迫使公司的规模越做越大，才能取得成本上的优势，才能在竞争中不被淘汰。

第二、技术。技术就是生产力，技术推动了人类社会的进步。对于一个公司来说，技术就是保障公司持续性发展的源泉。走在各行各业前沿的那些公司，往往就是拥有核心技术的公司。

第三、人才。21世纪什么最宝贵？人才。知识经济时代的到来，预示了人才的重要性，早有专家指出：如今企业之间的竞争，归根彻底就是人才的竞争。公司拥有什么样的人，决定了这个公司有多大的发展前景。

第四、网络。这里的网络，不是指internet而是广义的，从公司的运营来分析，网络应该主要指公司的公共关系网、客户网、销售网和终端消费网这几大块。可以看出，网络同样可以决定公司的命运。

第四步、公司建立有效的绩效体系：要保证一个团队的稳定性，不仅需要公司本身的良好发展前景，而且还需要公司能为大家提供一个合理的绩效体系，最关键是要为团队成员塑造一个公正、公平、公开的一个竞争平台。

从马斯洛的需求层次理论和赫兹伯格双因素理论两位著名经济学家的理论可以看出，有效的绩效体系应该体现在两点，一是物质需要方面，二是精神需要方面。物质需要主要体现在工资、福利、奖金、工作环境等，而精神需要则主要体现在社会地位、成就感、安全感、发展空间等。

第五步、管理者个人魅力的提升：管理者个人魅力也是影响团队稳定的重要因素之一，众所周知，狼带领的羊群要比羊带领的狼群更具战斗力。那么作为营销团队的领导者，更是团队的灵魂人物。笔者认为，一名优秀的团队带领者应该具有以下几个“力”：

第一，指导力。作为领导者，必须要对团队成员负有指导的责任，能够指导员工如何去更好地完成任务，如何去更好地把个人利益与团队利益、眼前利益与未来利益相结合，如何更好地超越自我，如何更好地规划人生生涯。

第二，亲和力。“以人为本”的管理思想，要求领导者从“人性”的角度出发，以“人文关怀”的理念去理解、尊重、培育员工。团队应该是一个和谐的团队，是一个充满激情、充满活力的团队，这就需要领导者具备有较强的亲和力。

第三，执行力。《执行力》、《没有任何借口》、《细节决定成败》等书的畅销，从侧面反映出了目前管理界对执行力的重视。我们在研究很多企业失败的原因时发现，导致失败的原因往往不是企业战略、营销策略、公司运营机制，而是公司的执行力。团队的执行力看谁，就是看团队的带领者，因此，作为团队管理者，首先要以自我为表率，扛起“执行力”大旗，走在团队之前，建立起团队高效的执行力体系。

1：明确的团队与个人目标：

我们共同来回顾一个案例：目标的重要性：

哈佛大学的专家曾经做过一个著名的调研。召集100位大学生作了目标对人生影响的跟踪调查，调查对象是那些智力、学历和环境因素基本相同的学生。经过了解和调查发现：

有清晰且长期目标的人员所占比例是： 3%

有清晰但短期目标的人员所占比例是： 10%

有较模糊目标的人员所占比例是： 60%

无目标的人员所占比例是： 27%

占3%的人---社会各界的顶尖成功人士。如 白手创业者、行业领袖、社会精英。

占10% 的人---社会的中上层各行业的专业人士，如小老板，企业管理者。

占60%的人---社会的中下层面，安稳生活，没有什么特别的成绩。

占27%的人---社会的最底层，生活过程不如意，常常失业，靠社会救济，抱怨他人，抱怨社会，抱怨世界。

这个案例我们很多人都看过,学习过,甚至听了很多次,但是我们就是不能有效地去反思和调整自己,做企业,带领团队,个人目标的树立都很重要,销售团队也是一样,没有目标的销售团队最终走向何方,自己也不知道,作为一个销售管理者,一定要给你团队一个目标,给团队每一个伙伴一个目标. 人有了目标才有斗志.

销售团队的目标主要包括几个方面：销售团队业绩目标，销售团队每个伙伴的目标，销售团队人员数量目标；开发服务客户目标；销售团队的支出预算目标；销售团队人员培养目标；这些是作为一个合格销售管理者，最基本的管理指标了。

2:有效的工作流程和制度

人管理人，气死人，中国人多，民族多，文化理念多，就会产生每一个人的观点和沟通方式不一样，理解方式也不一样，

在团队管理中间如果不能有效的取用制度来约束和管理，就会产生很多不必要的麻烦和误会；增加管理的成本，削减团队的斗志；产生不必要的内耗；导致资源的浪费。

所以基本的工作流程还是很关键，在 workflow 方面一定要适合自己的团队就好，也不建议去模仿所谓的世界五百强企业的制度和流程，更具自己团队的个性化情况，做到合情合理，恰到好处就行。

举例分析：一家汽车零部件生产制造企业，去过有60多个营销人员，主要开发汽车生产企业，为他们提供配件；在公司快速发展的过程中，公司的业绩快速增长，人员数量也是增加的比较快速，公司发展了，人员增加了，但是公司的管理制度和工作的流程还是停留在原来的阶段。

一次，一个销售人员和客户签好协议，客户预先支付了3万元现金作为定金，客户和这个营销人员关系比较熟悉了，就信任他给了他现金，但是，过了几天这个营销人员一直没有把钱交给公司，后来当领导发现这个事情的时候，已经过了一个礼拜，这个员工把客户的定金用到的做自己的事情上面，已经把钱花完了。后来公司领导决定惩罚这个员工，由于这个员工不服气，说自己家里急用钱，过几天就还给公司，在这样的情况下，公司和这个员工就产生了矛盾，员工不接受公司的处罚。最终导致这个员工离开了这家企业。

我们总结反思：

- 1：如果公司规定所有销售人员不能接受客户的现金，必须打款？
- 2：如果公司领导每天都能有效的监控每一个销售人员当天的工作成果或保持者电话沟通？
- 3：如果公司规定客户签协议后，客户的定金要当天上交？

4: 如果公司在管理的流程上面和制度上面在严谨一些?

我想这个事情就不会发生; 也不会损失一个销售人员。尤其是企业的一些关键流程和制度必须出台:

比如: 如下的事情我们必须列入公司的工作制度和流程中间, 严防后患无穷啊。

销售人员不应该做的事情:

销售成本的浪费;

不乱动差旅费;

不要触犯财务这根高压线;

哪些是销售人员的高压线;

哪些是销售人员的高压线?

公司的机密技术和文件不能外泄;

公司的保密制度和薪酬不能外泄;

公司的材料, 财产, 财物不能乱动;

公司的团队和优秀人才不能破坏;

公司的销售情况不能外泄给竞争对手;

公司的客户机密不能外泄;

3: 高昂的士气和激-情:

营销团队的高昂士气和业绩有关系吗? 毫无疑问有关系, 过

去的站着个以少胜多靠的是士气，现在的企业竞争也是如此。

营销团队高昂士气的三个要素：

第一要素：团队领导者的领导方式与风格：领导者领导的是团队的每一个人的状态，你要用心气体会和感受团队每一个人的内心世界和变化，做出及时的沟通和交流。

第二要素：团队的规范化管理：制度增加好人，减少坏人。

第三要素：相应的激励机制：每一个人都有动力和阻力，激励制度是给员工一个向前的动力，让每一个成员忘掉做业绩的痛苦，享受激励的荣誉和梦想。

一个团队，一个企业持续发展的三个杠杆：

1：企业产品的持续创新和研发—不断的去创造客户的需求满足客户的需求。

2：团队的管理模式不断适应团队的现状—让管理变得更加无形；

3：持续不断的动力来源—团队激励。

创造新产品

管理模式

持续的激励

他们三个组成了一个三角形，推动企业不断的向前发展，影响团队持续提升，增加销售的动力源。

4：持续的学习和培养下属的能力：

过去我们所谓成功的经验，有可能是未来失败的原因——李嘉诚（华人首富）；

众多的企业掌舵人，都明白这道理，我们最为团队的管理者，更应该如此，尤其是当下的销售团队，员工不成长——他会对你的管理有意见。我们培养接班人的力度和速度才是你成功的关键。

5:合适与恰当的领导:

一个团队的发展要选择一个合适的领导人，同时一个领导人也要有一个合适的领导方式;

管理层领导干部不得有的四种错误:

第一种错误：把自己当成群众头目、民意代表，传话筒:

没有解决问题的能力，把员工的问题原封不动的向上面传递，领导者不是个你的上司出问答题，而是出选择题，针对下属的问题要学会话句话。因此一话句话的能力也决定领导者的领导能力。

第二种错误：把自己当成一方诸侯，小国之君，山大王:

这一类领导者没有真正代表高层的意思，他的所作所为是在和公司对抗。

第三种错误：把自己当成劳动模范，无所不揽，万事通:

感觉自己什么都懂，什么都会，对别人的意见和批评听不进去。

第四种错误：把自己当成小兵一个，格格不入，软抵抗:

我们作为一个团队的管理者和领导者，我们自己如何界定自

己的领导方式，如何进行自己的领导方式不断的弥补和完善：

很多团队领导者不知道自己的问题，同时有困惑自己的管理，我们就懂布莱克管理理论来总结一下当下的企业领导方式：

根据企业管理者“对业绩的关心”和“对人的关心”程度的组合，可以将领导分为5种类型：

第五类领导方式：理想式领导者：对生产和对人都很关心，对工作和对人都很投入，在管理过程中把企业的生产需要同个人的需要紧密结合起来，既能带来生产力和利润的提高，又能使员工得到事业的成就与满足。

各位尊敬的团队领导！

你的管理方式如何： 。

下一步的调整方向： 。

6: 团队伙伴全体一致的承诺以及开放的沟通：

团队凝聚力: 这个词语我们经常提起, 但是很多营销团队还是没有凝聚力, 没有凝聚力的团队, 公司给你一片绿洲, 最终换回的是一大-片沙漠. 事情没有做成, 业绩没有做出来, 到头来一些无法处理的事情.

在营销团队的管理中间, 一定要让每一个团队明白团队的整体销售目标, 千金重担万人挑, 人人头上有指标. 要在全体会议上进行宣布团队的期望和目标; 目标深入人心, 目标融入行动. 每一个人都去承诺自己的目标, 每一个人都为大目标贡献自己一份力量.

这需要我们团队管理者做到一下几个步骤。

1: 制定合理的目标

2:有效的进行目标的分解

3:达成目标的具体措施

4:合理的绩效考核和奖惩

5:不断的沟通和改进措施

案例分析：沟通对绩效目标达成的重要性

电脑公司销售部经理令狐传奇：一天晚上公司召集开会，总经理给各个部门经理开会，下了一个很大的决定，就是在第四个季度公司的销售目标一定要比第三个季度业绩目标要翻倍，当他们第一时间听到后，每一个人都倒吸一口凉气，这真是让人血压升高，呼吸加速，心跳加快的一个事情。因为按照过往的经历，他们知道这是一次需要破釜沉舟的勇气，还不一定能完成的业绩啊。

令狐传奇更是也有压力，他虽然平时业绩还可以，但是也不一定有百分百的信心完成啊。还好令狐传奇平时工作主动，积极，带领的销售团队一直是公司的前三名，他非常主动团队人际关系的处理，更善于激励团队，他的团队在公司永远都是士气最好。

在接到这个事情之后，令狐传奇在未来的工作中不断的鼓舞大家的士气，甚至和大家一起去沟通服务客户，晚上开会讨论每一个客户的问题，同时也给每一个销售伙伴更大的挑战目标。有的部门女孩子被-逼的都留下了眼泪，但是他们为了团队的荣誉，为了证明自己的价值，他们都能接受。令狐传奇在未来的一段时间，做了一个最重要的工作就是不断的和团队的伙伴进行沟通，一个礼拜每个员工都要单独在一个会议室里进行一次彻底深入的沟通。

总经理让令狐传奇总结经验：一向思维敏捷，口才流利的令

狐传奇开始简述他的所谓成功经验：

第一条：一定要了解团队每一个人的思想动向；多多和团队成员交流未来团队的发展和个人的发展方向，用梦想来引领大家的斗志，用蓝图给与大家期盼。

第二条：让团队伙伴来帮助伙伴：选出几个业绩不错的，让他们一对一的辅导团队的其他伙伴，传帮带的活动风风火火的传递开来。

第三条：针对问题员工私下沟通，联络感情，了解他的问题，让其不影响其他人员；不传播消极负面的信息。

第四条：树立他们每一个人的集体荣誉感，当有一个团队伙伴落后时，其他人员都主动帮助解决问题，分析客户问题，让优秀的伙伴帮助经理进行管理和疏导，有问题的员工看到伙伴的热情，也于心不忍自己落后。

第五条：经理一定起到带头作用，兵头将尾的作用发挥出来。能带兵，更能杀敌。

销售人员薪酬方案的主要类型及特点篇二

先对事后对人，明确责任，事事有人负责、人的管理是最难的，尤其对有一定阅历的销售人员、销售团队管理的目的是做好事情，达成公司的目标，也就是说管理好事情，让销售人员达成公司期望的目标就达到了销售团队管理的目的、所以包括销售目标在内的所有目标必须分解到责任人，人人对自己的目标负责、通过对事的管理来达到管人的目的。

以结果为导向，量化管理、销售目标进行月度分解到门店为基本单位，各级销售人员对自己的目标负责、导购负责所促销的门店，业务代表负责自己管理的片区，城市经理负责整

个城市，省级经理负责全省，大区对整个大区销量负责，销售总监则对全国负责、前提是销售目标的制定和分解科学，可执行性强、可以通过设立较高的目标充分挖掘销售队伍的潜力，进行目标完成率排名考核，处罚下游，鼓励中游，奖励上游、就像学生考试，试题很难，对每个学生是一样的，也同样能根据分数的高低排出名次、另外一种设立较低的目标，大多数人超额完成，能鼓舞士气，同样进行完成率排名、总之不管考试题的难易，最终优胜者是排名靠前的、一定要考试，不然就不知道好坏了、所有的销售人员都参加数字化的目标考核、销售团队的管理就以结果为导向，对自己的销售目标负责。

销售同比增长率排名的考核公平简单的反映出销售团队的业绩、对人员管理的大忌就是不公平，如果销售目标设置的不公平就先天造成销售队伍的不稳定，比如说2导购的门店基础不同，而目标任务设置一样，就造成基础较差门店导购的离职等、销售同比增长率就是大家都和自己的过去比，比的是进步的速度，落后就要挨打了、整体平均增长300%，为什么你的区域只有30%呢？针对这种市场就要分析原因，对症下药了。

对特殊需要整改的市场，可单独设立目标考核、往往需要大力调整的市场，参加一刀切的考核时雪上加霜，更不利于市场的培育和调整，只能造成进一步恶化和业务队伍的频繁换人、这种市场可单独报备公司审批独立考核。

以门店管理为基础，所有的管理考核落脚点在终端门店、解决了终端门店的问题，销售就形成了良性的循环、终端门店的销量提升分解点有：单品分销条码执行、零售价格管理、陈列执行、导购管理、缺货、赠品管理、特殊陈列、促销活动执行等，每项管理进行细化，设立；神秘人；检查，反馈到总部在下发到当地整改，再检查，再反馈，再整改，如此循环、公司的稽核部可下设一个终端门店稽核小组，；神秘人；可聘请当地的在校大学生，费用基本为10元/店，以顾客

的身份检查，同时可以检查所有项目、该神秘人的设置能有效规避当地经理弄虚作假，加强对终端门店的管控力度，对经销商也能发挥监督作用。

对导购的管理可设置费用销量占比的形式考核当地各级销售人员、快速消费品行业导购人数基数大，工资成本很大，加上促销员管理费每月支出很高，如果管理失控，对公司损失很大、比方我们设置8%的费用比例，导购工资占销售的8%以内，作为一项硬性指标考核当地经理、能有效规避乱上导购和虚报的现象发生、同时用；神秘人；来检查门店有无导购虚报十分有效，抽查几次就能发挥很好的威慑作用。

建立导购培训及认证的体系，打造一支专业、高效、稳定的终端铁军、对导购以销售能力的提高为核心，总部加强促销话术的开发，高效传递到一线导购，力求做到点到位、口语化、傻瓜化、实战化、安排；神秘人；以顾客身份检查导购话术的执行情况、对导购实行初中高三级认证，让导购有提升空间，给予不同的物质精神双奖励。

每月安排全国性主题终端营销活动、主题性营销活动的好处是全国一盘棋，相互造势，提升终端势能，也能比较各地的执行效果，进行全国对比、主题性营销活动能拉动消费者对品牌的持续关注，避免长期特价和堆码对消费者的刺激疲劳、对特价实行最低限价制度，活动形式多样化，严禁同一单品持续特价活动、通过对主题性活动的执行和管理，特别是效果的评估，能有效管理销售团队。

销售队伍的热情和士气是高效团队的基本条件、打造一支士气高涨的团队是一个系统工程、首先需要招聘具有乐观精神、勇于挑战、积极进取的员工、二则树立典型和样板，激发销售团队的潜能，别人能做到的你一定能做到、三则选好团队的领导，领导都无精打采就不要指望下属能生龙活虎了、四则做好培训，培养一种赢文化、五则做好激励和处罚，表扬先进，鞭策后进，整体提升。

为了强化培训效果，营销管理者可以组织业务人员设置场景演练，从市场调查到方案制作，再到客户谈判，一个环节一个环节地模拟进行，然后总结经验和教训、通过这种现场模拟演练，能明显提高业务人员的实际操作技能、另外，为了减少业务人员的工作失误，销售团队管理者可以针对业务人员写好的方案，组织讨论、沟通，确定后再让其拿着方案拜访已锁定的目标客户。

销售人员薪酬方案的主要类型及特点篇三

更注重产品与市场的关系，是指导和协调市场营销努力的主要工具、房地产公司要想提高市场营销效能，必须学会如何制订和执行正确的市场营销计划。

1. 房地产营销计划的内容

在房地产市场营销中，制订出一份优秀的营销计划十分重要。一般来说，市场营销计划包括

1. 计划概要：对拟议的计划给予扼要的综述，以便管理部分快速浏览。
2. 市场营销现状：提供有关市场，产品、竞争、配销渠道和宏观环境等方面的背景资料。
3. 机会与问题分析：综合主要的机会与挑战、优劣势、以及计划必须涉及的产品所面临的问题。
4. 目标：确定计划在销售量、市场占有率和盈利等领域所完成的目标。
5. 市场营销策略：提供用于完成计划目标的主要市场营销方法。

6. 行动方案：本方案回答将要做什么？谁去做？什么时候做？费用多少？

7. 预计盈亏报表：综述计划预计的开支。

8. 控制：讲述计划将如何监控。

一、计划概要

计划书一开头便应对本计划的主要目标和建议作一扼要的概述，计划概要可让高级主管很快掌握计划的核心内容，内容目录应附在计划概要之后。

二、市场营销现状

计划的这个部分负责提供与市场、产品、竞争、配销和宏观环境有关的背景资料。

1. 市场情势

应提供关于所服务的市场的资料，市场的规模与增长取决于过去几年的总额，并按市场细分与地区细分来分别列出，而且还应列出有关顾客需求、观念和购买行为的趋势。

2. 产品情势

应列出过去几年来产品线中各主要产品的销售量、价格、差益额和纯利润等的资料。

3. 竞争情势

主要应辨明主要的竞争者并就他们的规模、目标、市场占有率、产品质量、市场营销策略以及任何有助于了解其意图和行为的其他特征等方面加以阐述。

4. 宏观环境情势

应阐明影响房地产未来的重要的宏观环境趋势，即人口的、经济的、技术的、政治法律的、社会文化的趋向。

三、机会与问题分析

应以描述市场营销现状资料为基础，找出主要的机会与挑战、优势与劣势和整个营销期间内公司在此方案中面临的问题等。

1. 机会与挑战分析

经理应找出公司所面临的主要机会与挑战指的是外部可能左右

企业

未来的因素。写出这些因素是为了要建议一些可采取的行动，应把机会和挑战分出轻重急缓，以便使其中之重要者能受到特别的关注。

2. 优势与劣势分析

应找出公司的优劣势，与机会和挑战相反，优势和劣势是内在因素，前者为外在因素，公司的优势是指公司可以成功利用的某些策略，公司的劣势则是公司要改正的东西。

3. 问题分析

在这里，公司用机会与挑战和优势与劣势分析的研究结果来确定在计划中必须强调的主要问题。对这些问题的决策将会导致随后的目标，策略与战术的确立。

四、目标

此时，公司已知道了问题所在，并要作为与目标有关的基本决策，这些目标将指导随后的策略与行动方案的拟定。

有两类目标——财务目标和市场营销目标需要确立。

1. 财务目标

每个公司都会追求一定的财务目标，企业所有者将寻求一个稳定的长期投资的盖率，并想知道当年可取得的利润。

2. 市场营销目标

财务目标必须要转化为市场营销目标。例如，如果公司想得180万元利润，且其目标利润率为销售额的10%，那么，必须确定一个销售收益为1800万元的目标，如果公司确定每单元售价20万元，则其必须售出90套房屋。

目标的确立应符合一定的标准

- 各个目标应以明确且可测度的形式来陈述，并有一定的完成期限。
- 各个目标应保持内在的一致性。
- 如果可能的话，目标应分层次地加以说明，应说明较低的目标是如何从较高的目标中引申出来。

销售人员薪酬方案的主要类型及特点篇四

许多销售经理往往不注重团队建设与企业文化的关系，认为团队文化和企业文化只是宣传口号。但实际上，企业和销售经理想要建立有效率的团队，就必须着眼和着力于塑造追求卓越的团队和企业文化。

例如建立团队成员档案，记录下他们的生日、爱好等信息，定期组织团队聚会等活动。唯有如此，团队成员才能尽量释放工作压力，相互之间才能够真正取长补短，同舟共济，变阻力为助力，变助力为合力。

建立定期销售经验交流学习机制，例如每周或每半个月整个销售团队进行集中，大家各抒己见，要么交流各自这段时期的成功经验或者失败教训，要么围绕某一同仁的棘手案例进行头脑风暴，帮助寻找解决思路和方案。

(二) 销售团队定位与总体目标

成员之间的不同意见，你的团队就越团结，越有活力。在实施愿景中，就会越努力奋斗。

(三) 团队管理规划

1、建立团队文化的四点要素

- (1) 成就的认同。
- (2) 任务圆满完成时大方的赞美。
- (3) 给应得的人真正的升迁机会。
- (4) 目标达成时的金钱奖励。

2、建立共同目标观念

(1) 每个团队的成员必须相信，当公司获利时，他们也会得利。他们必须相信，当区域的运作顺利时，他们也是赢家。

(2) 安排有赢家的善意竞争，但如果达成目标的话，就不要再有牺牲者。

(3) 内部竞争是健康的，不是特别指明某个业务员对抗另一个业务员。

(4) 鼓励团队中的成员一起努力。要他们彼此帮忙，平衡优缺点。

(5) 花时间在一起工作确是建立同胞爱的最好方法。

(6) 销售团队中任何人的杰出表现都要让公司本部知道。

(四) 销售中心组织结构

总经理营运部-商务部

(五) 团队管理

团队的建设对于销售提供最基础的保障。

机构组成：总经理运营部、商务部

部门职责：运营部主要负责各项目的管理、策划、执行。商务部负责沟通客户、联系客户，执行公司决议以及产品推广工作。

沟通机制：包括公司经理人与员工直接沟通，市场与市场之间的沟通、市场与技术编辑部之间的沟通，策划人员与市场与技术编辑部的沟通、技术人员内部沟通。

沟通要形成一种制度化、规范化。在公司内部要有一个沟通的规范，也就是说用什么样的方式，什么样的格式，什么样的语言要有一个规范一个统一，这样就不会产生因不同的沟通方式之间产生信息差别。

其中合理化建议就需要形成一种制度，让其成为一种制度化、规范化的公司内部沟通渠道，使广大员工能够直接参与管理，

下情上达，与管理者保持实质性的沟通，使公司内部的各种意见能够以公开、正面、肯定的形式表达或宣泄出来，从而提高公司内部信息沟通的管理水平。员工对公司有任何的建议还可通过写信和拨打电话来反馈。公司管理层把合理化建议进行规范，继而形成了一种制度，有利于本公司的企业文化建设。

[公司销售团队管理方案]

销售人员薪酬方案的主要类型及特点篇五

今天竞争日益激烈，作为企业主谁都明白销售不畅会给企业带来一系列的危机，产品不好销，除了产品本身的问题以外，销售团队也十分重要。在我曾经工作过的跨国公司，老板们把销售团队称为公司的“血液”，还把管理团队的销售经理叫做公司的“心脏”。销售管理是重中之重，自然销售经理也十分重要。但是通过企业咨询实践我发现一个普遍性的问题，某些公司虽然重视销售管理，但是许多销售经理缺乏经验，销售管理并不专业，因此没有专业的管理方法和流程，造成很多问题，影响了产品销售，对企业的持续发展非常不利。

没有专业的管理流程造成的部分问题

由于没有专业化的管理流程，可以造成各种各样的问题，而且有些问题如果不能及时解决，还会随着发展，变得越来越难以解决，形成销售管理的恶性循环。一些问题在相当多的公司内部，很有典型性：

1. 有计划没结果

月初，经理让每个销售员做销售计划，但是到了月底，计划却总是不能完成。每个人都会讲出自己的理由，情况十分复杂，经理也不知道真正的原因在哪里，看到那么多人没有完

成计划，就笼统地要求大家，吸取教训，再做新计划。于是，还是没有完成。这和没有相关的销售计划和评估流程有关。

2. 好经验难于推广

许多公司有许多精英和骨干，他们有很多成功经验，可是大部分人员往往经验平平，由于成功的经验，难于分享，整体业绩不能普遍提高。人员的发展受到了限制。这和没有合理的学习和经验分享流程有关。

3.crm的应用成为发展的桎梏

有的公司为了避免由于人员流动造成的业务流失，花费巨资购买了客户关系管理软件，下死命令要求销售人员填写信息。可是一段时间下来，不但没有任何进展，而且减低了工作效率，搞得怨声载道。软件不但没有帮上忙，而且制约了销售团队的发展，这和没有配套的重点客户管理流程有关。

以上的部分问题是病症，病因出在销售管理流程不健全或不专业上。最终会造成人均效率和生产力降低，业绩下降，危及企业生存。如果制定和执行好符合企业业务发展特点的销售管理流程，不但可以使没有经验的销售经理，快速成长，提高管理效率，而且销售管理的其他主要的管理也都可以得到解决，提高企业的业绩。

销售管理流程是什么？

最后，总经理不得不说明，“销售管理流程是帮助销售经理达到团队销售目标的一系列管理活动。”从他的话里面，我们可以发现，销售管理流程不是单一的、独立的按时间规定的操作方法，而是为实现团队目标而设定的之间有关联的多个流程的合理组合。

销售管理流程的价值是什么？

既然销售管理流程服务于销售管理，那么销售管理是什么？我们都知道销售管理和普通的人员管理有相同的内容，比如，需要领导力，需要沟通技能，但是销售管理有它自身很强的特点。一个经理手下有10来个销售员，公司规定销售员每天要把时间花在做业务上，因为公司已经付钱让他们这样做了。理论上讲，作为销售经理必须清楚每个销售员每天的每时每刻在做什么。然而现实情况十分复杂，销售员往往都很精明和不好管，有的销售还要在外出差，管理的复杂性不说也知道了。

对于新的经理人来讲，由于经验不足，了解每人，每天做什么不是件容易的事，况且还要针对主要销售事件的开始、进展和成交等阶段的销售行为和实地情况给予指导、监督和控制，就更加困难了。因此对团队所有关键业务和每人所发生的主要业务事件、处理的时间和进展做出动态管理和决定，没有合理的详细记录是一定不行的。必须有报告系统成为销售管理的必然。生意越复杂，报告的内容也就越复杂。因此销售管理是销售行为的过程管理。

奥运冠军刘翔的训练过程是很复杂的，教练把别人夺冠的过程录下来，再分成若干的行为组，然后把每组分解为单个的细节动作，比如，前脚落地的角度。这样，复杂的过程就变成简单的动作，可以逐一练习突破了。专家们称这个分解和复制成功的过程为“行为分析法”。特点是将难于马上学习的复杂经验转化为可复制的简单步骤。成功的公司也采用了培养奥运冠军的方法，分解管理动作，形成流程，从而可以让其他人方便地把成功复制。公司的流程研究专家们，通过行为分析的方法，首先将成功的销售管理经验分解为主要的几个领域，在对每个领域又分解为要做的若干简单事件，并且按时间和内容的重要程度排列为序，就形成了可以操作的销售管理流程。这样，没有经验的经理按流程反复做，最终成长很快，很快目标就可以达到会八九不离十了。这和不懂摄影的人用傻瓜相机有点像。那些已经固化在傻瓜相机的程序，就是管理流程。甚至公司的规模大了，有地区分公司，

甚至跨国分公司，因为，大家用的都是基本一样的流程——成功经验的复制，成功经验的掌握和执行，也就不受限制了。当然，业绩就比较容易提升了。

文档为doc格式