

销售经理工作计划十篇

(经典版)

编制人： _____
审核人： _____
审批人： _____
编制单位： _____
编制时间： ____年____月____日

序言

下载提示：该文档是本店铺精心编制而成的，希望大家下载后，能够帮助大家解决实际问题。文档下载后可定制修改，请根据实际需要进行调整和使用，谢谢！

并且，本店铺为大家提供各种类型的经典范文，如工作范文、党团范文、演讲范文、心得体会、合同范本、条据书信、礼仪范文、教学资料、作文大全、其他范文等等，想了解不同范文格式和写法，敬请关注！

Download tips: This document is carefully compiled by this editor. I hope that after you download it, it can help you solve practical problems. The document can be customized and modified after downloading, please adjust and use it according to actual needs, thank you!

Moreover, our store provides various types of classic sample essays, such as work sample essays, party and youth group sample essays, speech sample essays, personal experiences, contract sample essays, normative letters, etiquette sample essays, teaching materials, complete essays, and other sample essays. If you want to learn about different formats and writing methods of sample essays, please stay tuned!

销售经理工作计划十篇

销售经理工作计划篇 1

作为一名销售经理,就必须对公司、对客户及销售人员尽职尽责。

对公司而言,销售经理是公司上级领导与销售人员和具体工作之间的纽带,对客户而言,销售经理与销售团队代表着公司的形象与品牌

对销售人员而言,销售经理代表着管理、指令、纪律、执行力以及提高收入、晋升职位的代言者。

承上启下的销售经理,除了要忠实履行本岗位职责,更要有清醒的市场意识、经营意识、服务意识,俱有掌控、分析、解决问题的本事和强烈的使命感。

工作职责主要表此刻:督促业务人员的工作、制定销售计划、销售团队的管理、定期的销售总结定期对销售人员的绩效考核的评定、上下级的沟通、销售人员的培训、销售人员工作的分配等等。

我的工作计划:

第一、督导销售人员的工作:

其实要说督导还真不是很确切。首先我要说,每位销售人员都会有自我的一套销售理念。

一开始,我是不能够即时明白每位销售人员的特色在哪里,需等完全了解的时候,就应当充分发挥其潜在的优势

如果某个别销售人员存在可挖掘的潜力,我会对其进行相应的督导,帮忙他(她)顺利完成公司下达的销售指标,从而来弥补其不足之

处。

作为销售经理，需要督导的方面：

1. 分析市场状况，正确作出市场销售预测报批；
2. 拟订年度销售计划，分解目标，报批并督导实施；
3. 拟订年度预算，分解、报批并督导实施；
4. 根据业务发展规划合理进行人员配备；
5. 把握重点客户，参与重大销售谈判和签定合同
6. 关注所辖人员的思想动态，及时沟通解决；
7. 组织建立、健全客户档案；
8. 指导、巡视、监督、检查所属下级的各项工作；
9. 向直接下级授权，并布置工作；
10. 定期向直接上级述职；
11. 定期听取直接下级述职，并对其作出工作评定；
12. 负责本部门人员晋升的提名；
13. 负责制定销售部门的工作程序和规章制度，报批后实行；
14. 负责统计成交率、费用率、利润率、月销量以及各类同期比较数据的准确统计；
15. 根据工作需要调配直接下级的工作岗位，报批后实行并转人力资源部备案。

第二、督促销售人员的工作：

作为销售经理，需要督促的方面：

1. 销售部工作目标的完成；
2. 销售目标制定和分解的合理性；
3. 工作流程的正确执行；
4. 开发客户的数量；
5. 拜访客户的数量；
6. 客户的跟进程度；
7. 销售谈判技巧的运用；
8. 销售业绩的完成量；
9. 良好的市场拓展本事；
10. 所辖人员的技能培训；
11. 所辖人员及各项业务工作；
12. 纪律行为、工作秩序、整体精神面貌；
13. 销售人员的计划及总结；
14. 潜在客户以及现有客户的管理与维护；

第三、销售目标的制定：

销售业绩的制定要有必须的依据，不能凭空想象。要根据公司的现状，已及市场，细细划分。当然不能缺少的是销售淡、旺季的研究。

我应当以公司为一个基准进行实际的预估。

随后要做的事情就是落实到每一个销售人员的身上，甚至能够细分到每一个销售人员月销售业绩应当是多少，季度销售业绩是多少

从而很完美的完成公司下达的季销售业绩。最终完成每年的销售指标。

第四、定期的销售总结：

其实，销售总结工作是需要和销售目标相结合进行的。销售总结主要目的是让每一位销售人员能很具体的回顾在过去销售的时间里面做了些什么样的事情

然后又取得的什么样的结果，最终总结出销售成功的法则。当然，我们可能也会碰上销售不成功的案例。

倘若遇到这样的事情，我们也应当进取应对，看看自我在销售过程中间有什么地方没有研究完善，什么地方以后应当改善的。

定期的销售总结同时也是我与销售人员的交流沟通的好机会。我能明白销售团队里面的成员都在做些什么

样的事情，碰到什么样的问题。以便我以及能够给予他们帮忙，从而使整个销售过程顺利进行。

销售总结同样也能够得到一些相关产品的信息，明白竞争对手的一些动向。要明白，我们不打无准备之仗。知己知彼方可百战百胜。

第五、销售团队的管理：

销售团队的管理能够说是一个学问，也是公共关系的一个重要方面。如今的销售模式不再是单纯的单独一个销售人员的魅力了。

很好的完成销售任务，起决定性左右的就应当是销售团队。

在所有销售团队里面的成员心齐、统一、目标明确为一个基本前提的基础上，充分发挥每一成员的潜能优势，是其感觉这样的工作很适合自我的发展。

感觉加入我们的销售团队就像加入了一个温馨的大家庭中间。我

想，每一个队员都会喜欢自我的工作，喜欢我们的环境的。

公司为大家创造了很好的企业文化，同时也给大家供给和搭建了很好的销售平台，所以，销售人员应当感觉到满足，并胸怀感恩的心。

此刻的销售人员不是过去的简单的找工作，而是会分析公司的文化，公司的策略，公司的背景等等很多方面。所以销售团队的管理也是至关重要的。也是起决定性作用

的。设想销售部门的每一个销售人员都是有自我的想法，都是一味的按照自我的想法去销售产品，那么，还会有企业文化，公司形象吗？答案是肯定的。

我要让每一位销售人员学到相应的东西。

第六、绩效考核的评定：

绩效考核的评定虽然比较繁琐，可是势在必行。对于很好的完成销售指标，绩效考核是一个比较直接的数据。

绩效考核表的制定能够由我来做，大致的资料包括：

1. 原本计划的销售业绩
2. 实际完成业绩
3. 开发新客户数量
4. 现有客户的拜访数量
6. 月签单数量
7. 新增开发客户数量
8. 丢失客户数量
9. 销售人员的行为纪律

10. 工作计划、汇报完成率

11. 需求资源客户的回复工作情景

第七、上下级的沟通：

销售经理也起着穿针引线的作用。根据公司上级领导布置的任务，详细的落实到每一位销售人员的身上。

在理解任务的同时，也能够反应基层人员所遇到的实际困难。

第八、销售人员的培训：

销售人员培训的主要作用在于：

1. 提升公司整体形象
2. 提升销售人员的销售水平
3. 便于销售经理的监督管理
4. 顺利构成定单的产生

我计划的销售人员培训包括：“电话销售培训”、“销售技巧的培训”等。资料覆盖面应当来说还是很广的，当然

我也会根据公司的实际情景，在培训中间穿插一个案例分析、实战演练等。

销售经理工作计划篇 2

以前自我作为一个普通员工的时候注意的是个人的工作，到了经理的岗位上就需要我总是团队的工作，让我们团队做出优良业绩，做出结果。下头是我的个人计划

一、发挥团队力量

团队的力量永远都是强大的，可是要怎样去发挥出来，怎样让团

队的力量成为实际的力量这之间的转换却需要一个复杂的过程我打算从以下一个方面开始

1、团结：

很多时候想要让团队发挥出足够多的力量团结是必不可少的因素之一、为了把零散的团队打造成一块钢板，我会利用休息时间假期时间组织部里人员参加活动，举行聚会，开办一些小游戏等让大家都团结起来，比如每月都有一次户外互动，在周末的时候或者是月底的时候来一次聚餐，在上班之前变革小时举行一些小游戏互动，让大家在工作中欢乐让大家在工作中找到友谊，经过这样一点点的工作让我们的工作堆积起来让我们有一个全新的开始。把部门如同散沙一般的群体整合成为一个整体。

2、与团队共同成长：

一个人的力量终究有极限想要让团队的力量出现爆发式的增长就是要把团队里面的每个人的本事都唤醒，赋予他们足够的本事让他们能够更好的去工作，当然这就需要培养，适当的给他们提点一下，毕竟我有过工作经历对这些工作还是十分了解的只要做好总能够成功的，所以在工作时，我喜欢的就是培养部门里面的成员，把自己的一些工作经验或者经历告诉给他们培养他们，每一个人学的多才能够做的多，想要发展靠的就是这样的工作方式。

3、与员工沟通：

沟通能够了解员工，能够清楚他们的问题，对于工作不是一番风顺，总会有遇到困难的时刻，这时候有的人能够独自度过，有的人却

需要帮忙，这时候作为他们的上级对于他们就会及时关心，给他们更多的机会。了解他们内心的想法，了解他们的真时目的，然后在岗位上为他们做出更好的工作安排，多给一些包容，多给一些谅解让员工在困难的时候走出来。

二、恩威并施

想要马儿跑，不但要给马儿吃草还要鞭策他们，时刻让他们提高警惕，不能因为一时的成绩就迷失自我，从而自得意满，不明白继续前进加油，不明白努力为何物这是十分糟糕的事情，也不是我们期望的，所以我会在工作的时候对本事出众的人给奖励提拔，给他们更多的机会，对于那些不知努力只明白在哪里等待守候的人敦促他们加油工作，让他们明白努力去做好工作，不能让他们一向都沉寂在工作中不明白自拔，让他们明白不努力就会被淘汰，让部门充满动力活力有足够的本事去做好工作。

销售经理工作计划篇 3

随着 XX 区市场逐渐发展成熟，竞争日益激烈，机遇与考验并存。20XX 年，销售工作仍将是我们公司的工作重点，面对先期投入，正视现有市场，作为我 XX 区销售经理，我创业激情高涨，信心百倍，又深感责任重大。

着眼公司当前，兼顾未来发展。20XX 年，在总经理的领导下，在销售工作中我坚持做到：突出重点维护现有市场，把握时机开发潜在客户，注重销售细节，强化优质服务，稳固和提高市场占有率，积极争取圆满完成销售任务。

一、销量指标

20XX 年 XX 月 XX 日，XX 区销售任务 X 万元，销售目标 X 万元；

二、计划拟定

- 1、年初拟定《年度销售总体计划》；
- 2、年终拟定《年度销售总结》；
- 3、月初拟定《月销售计划表》和《月访客户计划表》；
- 4、月末拟定《月销售统计表》和《月访客户统计表》；

三、客户分类

根据 XX 年度销售额度，对市场进行细分化，将现有客户分为 VIP 用户、一级用户、二级用户和其它用户四大类，并对各级用户进行全面分析。

四、实施措施

1、技术交流：

(1) 本年度针对 VIP 客户的技术部、售后服务部开展一次技术交流研讨会；

(2) 参加相关行业展会两次，其中展会期间安排一场大型联谊座谈会；

2、客户回访：

目前在国内市场上流通的相似品牌有七八种之多，与我司品牌相当的有三四种，技术方面不相上下，竞争愈来愈激烈，已构成市场威胁。为稳固和拓展市场，务必加强与客户的交流，协调与客户、直接用户之间的关系。

(1) 为与客户加强信息交流，增进感情，对 VIP 客户每月拜访一次；对一级客户每两月拜访一次；对于二级客户根据实际情况另行安排拜访时间；

(2) 适应把握形势，销售工作已不仅仅是销货到我们的客户方即为结束，还要帮助客户出货，帮助客户做直接用户的工作，这项工作列入我 20XX 年工作重点。

3、网络检索：

充分发挥我司网站及网络资源，通过信息检索发现掌握销售信息。

4、售后协调：

目前情况下，我公司仍然以贸易为主，“卖产品不如卖服务”，在下一步工作中，我们要增强责任感，不断强化优质服务。

用户使用我们的产品如同享受我们提供的服务，从稳固市场、长远合作的角度，我们务必强化为客户负责的意识，把握每一次与用户接触的机会，提供热情详细周到的售后服务，给公司增加一个制胜的筹码。

本年度我将严格遵守公司各项规章制度，加强业务学习，提高业务水平，努力完成销售任务。挑战已经到来，既然选择了远方，何畏风雨兼程，我相信：用心一定能赢得精彩！

销售经理工作计划篇 4

一、指导思想：

以李先生精神为动力，以邓董理论和冯总重要思想为指针，全面贯彻公司的“务实”方针，以经销为龙头，以品质保证为基本依托，

以开发商、设计院为突破口，以商业信誉为保障，进一步提高服务意识、质量意识、品牌意识，致力于推进天津建筑市场，推进我公司品牌的突破性进展，促进全市建筑质量的提高。

二、工作目标：

1、抓好培训——着眼司本，突出骨干，整体提高。

2、老和潜在客户——经常联系，节假日送一些祝福留下好印象方便以后开展工作。

3、开发新客户——不断从各种渠道快速挖掘，积极推广公司品牌形象。

4、周、月总结——每周一小结，每月一大结。

三、实施策略：

1、坚定信念。静下心，快速、融入、学习、进步。先做自己该做的，后做自己想做的

2、加强学习，提高自身素养。

加强理论学习。学习实践水泥基渗透结晶性能优势与施工要点，学习商业运作，认真贯彻公司“务实”的方针，熟悉本行业各公司，学习各地先进经验。利用网络媒体及手中的报刊杂志、业务专著，认真加强学习、研究，及时掌握市场发展的动态和趋势，时刻站在学建筑领域的前沿阵地。

3、客户资源，全面跟踪和开发。

对于老客户，要保持关系。潜在客户，重点挖掘，舍得花精力。在拥有老客户的同时还要不断从各种渠道快速开发新客户，积极推广

公司产品、建立良好的品牌形象。

4、商业运作

找对人，说对话，办对事。善于分析，放开手脚，敢于表态！

5、走精干、高效路线

做到严谨、务实、高效，不折腾。不要贪多，做精做透很重要，碰到一个强大的对手或者榜样的时候，我们应该做的是去弥补它而不是挑战它。

销售经理工作计划篇 5

制定年度销售工作计划的依据是对过去一年的市场情况和现状的分析，我使用的工具是目前企业常用的 swot 分析法，即企业的优劣势、竞争威胁和现有机会的分析。通过 swot 分析，我可以了解市场竞争的格局和情况，整合和优化资源配置，最大限度地利用资源。比如通过市场分析，我清楚的知道方便面目前的市场情况和未来趋势：产品(档次)上去，渠道下移(精耕细作，深度配送)，寡头垄断竞争正在兴起，营销组合策略将成为下一轮竞争的热点等。

营销理念

营销理念是根据市场分析指导年度销售计划的“精神”纲领，是营销工作的方向和“灵魂”，也是销售部门需要经常灌输和实施的营销运作理念。有鉴于此，我制定了具体的营销思路，涵盖以下几个方面：

1. 树立全体员工的营销理念，真正体现“营销生活，生活营销”。
2. 实施深度分销，树立终端决战的理念，引导经销商有计划、有

重点地直接运营终端市场。

3. 综合运用产品、价格、渠道、促销、传播、服务等营销组合策略，形成强大的营销力量。

4. 在市场运营层面，体现“两高一差”，即坚持“运营差异化、高价格、高促销”的原则，扬长避短，体现独特的运营特色等。营销思路的确定，我充分结合了企业的实际情况，不仅信息量大，可操作性强，而且与时俱进，体现了创新的营销精神，因此，在以前的年度销售计划中，起到了很好的指导作用。

销售目标

销售目标是所有营销工作的出发点和落脚点。因此，科学合理的销售目标设定也是年度销售计划中最重要、最核心的部分。那么，我该如何设定我的销售目标呢？

1. 根据上一年的销售额和一定的增长比例，如 20%或 30%，确定当年的销售额。

2. 销售目标不仅仅体现在每个具体的月份，还要对人负责，量化到人，细分到具体的市场。

3. 权衡销售目标和利润目标的关系，做一个商业导向的营销人才。具体表现就是将产品结构合理化，将产品销售目标细分为各个层次的产品。比如，我根据企业方便面产品的 abc 分类，将产品结构比例设定为 A(价格高、形象利润高的产品):B(价格低、利润高的产品):C(价格低、战略炮灰的产品)= 2: 3: 1. 这样可以更好的控制产品销量与利润的关系。销售目标的确定，让我有了冲刺目标，有了跟踪销售目

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：<https://d.book118.com/095332221111012003>