

销售竞赛方案设计

SUBTITLE HERE

汇报人：XXX

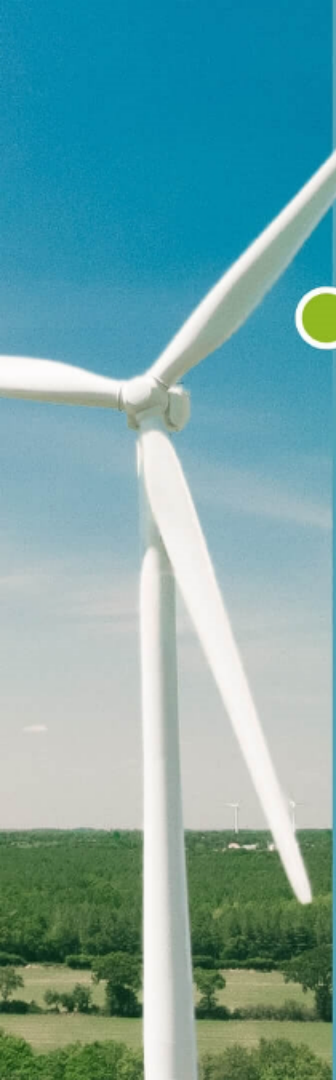
2024-04-25



CONTENTS

- 市场调研与目标设定
- 培训与资源支持
- 团队合作与竞争
- 绩效评估与奖励
- 宣传推广与反馈机制
- 总结与展望





市场调研与目标设定

市场调研与目标设定

竞赛目标:

设定竞赛的具体目标和意义。

竞赛规则:

明确竞赛的具体规则和流程。

市场分析:

分析市场趋势和竞争对手情况，为竞赛制定合适策略提供参考。

目标制定:

确定参与者需要达到的销售业绩目标，以激励其积极性。

奖励方案:

设计奖励机制，激励参与者全力以赴参与竞赛。



图片失效，点击重新上传

竞赛目标

竞赛规则

规则	内容
竞赛时间	2023年1月1日至2023年6月30日
绩效考核	每月销售额达标率超过80%方可参与奖励评选



培训与资源支持

培训与资源支持

培训计划：

制定针对参与者的销售培训计划。

资源支持：

提供参与者所需的销售工具和支持资源。

培训计划

销售技巧

提供销售技巧培训，提升参与者销售能力。

产品知识

培训产品知识，帮助参与者更好地推销产品。

客户沟通

提供客户沟通技巧培训，增强参与者与客户之间的互动。



Image invalid, click to re-upload

资源支持

Step 1

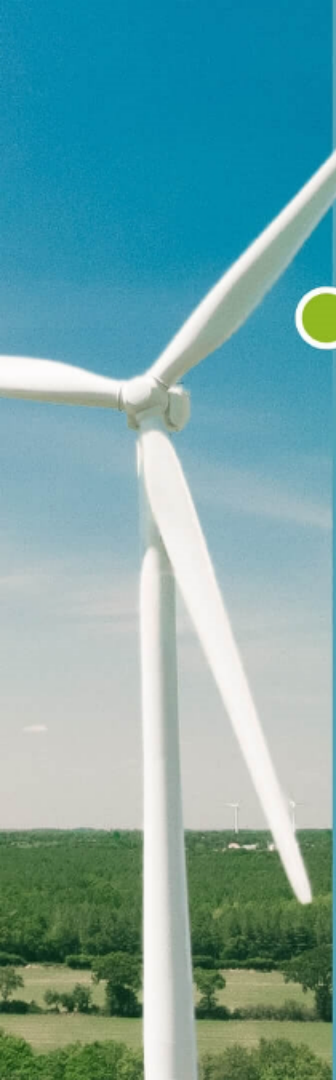
销售资料:

提供销售宣传资料和样品，帮助参与者开展销售工作。

Step 2

客户名单:

提供潜在客户名单，帮助参与者开拓市场。



团队合作与竞争

团队合作与 竞争

团队精神：

强调团队合作的重要性。

竞争激励：

设立竞争激励措施。

团队精神



图片失效，点击重新。

合作奖励：

设立团队合作奖励，鼓励团队共同努力达成目标。

分享经验：

鼓励参与者分享销售经验，促进团队学习与成长。

团队活动：

组织团建活动，增强团队凝聚力。

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/206002125002010144>