

企业营销工作计划 (通用4篇)

篇1：企业营销工作计划

之前我从未从事过这方面的工作。不知这分计划可否有用。还望领导给予指导!我坚信在自身的努力和公司的培训以及在工作中的磨练下自己在这方面一定会有所成就!

为主要的工作来做：

1)建立一支熟悉业务，比较稳定的销售团队。

人才是企业最宝贵的资源，一切销售业绩都起源于有一个好的销售人员。没错，先制定出销售人员个人工作计划并监督完成。建立一支具有凝聚力，合作精神的销售团队是我们现在的一个重点。在工作中建立一个和谐，具有杀伤力的销售团队应作为一项主要的工作来抓。

2)完善销售制度，建立一套明确系统的业务管理办法。

销售管理是企业的老大难问题，销售人员出差，见客户处于放任自流的状态。完善销售管理制度的目的是让销售人员在工作中发挥主观能动性，对工作有较强烈的责任心，提高销售人员的主人公意识。

3)培养销售人员发现问题，总结问题，不断自我提高的习惯。

培养销售人员发现问题，总结问题目的在于提高销售人员综合素质，在工作中能发现问题总结问题并能提出自己的看法和建议，业务能力提高到一个成熟业务员的档次。

4)市场分析。

也就是根据我们所了解到的市场情况，对我们公司产品的卖点，消费体，销量等进行适当的定位。

5)销售方式。

就是找出适合我们公司产品销售的模式和方法。

6)销售目标

根据公司下达的销售任务，把任务根据具体情况分解到每月，每周，每日;以每月，每周，每日的销售目标分解到各个销售人员身上，完成各个时间段的销售任务。并在完成销售任务的基础上提高销售业绩。如出现未完成时应及时找出原因并改正!

7)客户管理。

就是对一开发的客户如何进行服务和怎样促使他们提高销售或购买;对潜在客户怎样进行跟进。

总结:根据我以往的销售过程当中遇到的一些问题,约好的客户突然改变行程,毁约,使计划好的行程被打乱,不能完成出差的目的。造成时间,资金上的浪费。我希望领导能多注意这方面的工作!

篇2：企业营销工作计划

对销售行业接触时间不长的我,在刚开始接触的时候难免走了很多弯路,但在领导和各位同事的协助下我很快扭转了不好的局面。我对未来的销售市场更有信心,并有着详细的个人销售工作计划。

我的销售工作计划如下:

一;对于老客户,要经常保持联系。

二;要有好业绩就得加强业务学习,开拓视野,丰富知识,采取多样化形式,把学业务与交流技能向结合。

三;对自己有以下要求

1:每周至少要保障有8台机器入帐,在保障有机器的情况下必须保证每台机器的成本以及成本之间的利润,尽量能够保证商用笔记本单台的利润空间不能够低于300元之下。家用笔记本必须争取在不亏的其他适当的把自己的利润点数提高点。而且也要必须保证完成笔记本的单台量。

2:经常把自己所做下来的单子和客户记一下看看有哪些工作上的失误有那些地方还可以改进,确切的说就是能不能够还把自己的毛利点提高一点呢,及时改正希望下次还能够做的更好。

3:在和客户交谈当中必须要多了解客户的状态和需求,再做好准备工作才有可能不会丢失这个客户。

4:对客户不能有隐瞒和欺骗,这样不会有忠诚的客户。在有些问题上你和客户是一直的。

5:要不断加强业务方面的学习,多看书,上网查阅相关资料,与同行们交流,向他们学习更好的方式方法。

6:对所有客户的工作态度都要一样,但不能太低三下气。给客户一好印象,为公司树立更好的形象。

7：客户遇到问题，不能置之不理一定要尽全力帮助他们解决。要先做人再做生意，让客户相信我们的工作实力，才能更好的完成任务。

8：自信是非常重要的。要经常对自己说你是最好的，你是独一无二的。拥有健康乐观积极向上的工作态度才能更好的完成任务。

9：和公司其他员工要有良好的沟通，有团队意识，多交流，多探讨，才能不断增长业务技能。

10：为了我们店的销售任务这个月我要努力完成8000到1万元的利润任务额，为我们店创造更多利润。

以上就是我这一年的销售人员个人工作计划，工作中总会有各种各样的困难，请老大多多的指导，共同努力克服。为我们门店做出自己最大的贡献。

今年转到技术部门来一直为了自己目标努力！奋斗，勤奋学习，刻苦工作，今年我的计划有三点：

1、在技术部门用心把自己工作岗位做到位，比如，和客户保持一系列关系，能和客户有相应沟通方式，把自己工作做到位，让客户感觉到我们公司做事认真，这样会更有效能和客户进一步加深再次合作利益；

2、表达能力，在转到技术部门以来!我一直在努力学习表达能力，总体来说一年比一年要更专研，我希望在这下半年里自己能更有效表达自己方式语言，更希望公司各位销售能多给我们上上表达方式和说话方式销售技巧，这样自己想表达说出的话更能让客户明确，清楚的传达到客户那。

3、十月份想转销售部门，计划如下!

(1) 首先先学会如何制作报价单,然后再学习如何合同上一些细节。

(2) 转销售以后再这几个月多跑几个地方,比如,施耐德,中建电子,和一些工程策划人!更重要利用身边每一个资源,对于老客户,和固定客户,要经常保持联系,在有时间有条件的情况下,送一些小礼物或宴请客户,好稳定与客户关系。要不断加强业务方面的学习,多看书,上网查阅相关资料,与同行们交流,向他们学习更好的方式方,方法。

(3) 销售目标希望一年比一年增长百分之5---10就好,如果能做得更好我会努力!

篇3：企业营销工作计划

在一个企业内部，市场营销部是至关重要的，它负责对外处理公共关系和销

售业务。对于我们酒店来说，它也是酒店进步声誉，树立良好公众形象的一个重要窗口，它对总经理室进展经营决策，制订营销方案起到参谋和助手的作用，它对酒店疏通营销渠道，开拓市场，进步经济效益和社会效益起到重要促进作用。针对营销部的工作职能，我们制订了市场营销部20xx年工作思路，如今向大家作一个汇报：

一、建立酒店营销公关通讯联络网

今年重点工作之一建立完善的客户档案，对来宾按签单重点客户，会议接待客户，有进展潜力的客户等进展分类建档，详细记录客户的所在单位，联络人姓名，地址，除了日常定期和不定期对客户进展销售访问外，在节日或者是客户生日烦人时候，我们都会通过、信息等方式送去我们的祝愿。今年方案在适当时期召开次大型客户答谢联络会，以加强与客户的感情沟通，听取客户意见。

二、开拓创新，建立敏捷的鼓励营销机制。开拓市场，争取客源

今年营销部将协作酒店整体新的营销体制，重新制订完善20xx年市场营销部销售任务方案及业绩考核管理施行细那么，进步营销代表的工资待遇，激发、调动营销人员的乐观性。

催促营销代表，通过各种方式争取团体和散客客户，稳定老客户，进展新客户，并在访问中准时理解搜集来宾意见及建议，反响给有关部门及总经理室。强调团队精神，将部门经理及营销代表的工薪发放与整个部门总任务相结合，强调互相合作，互相关心，营造一个和谐、乐观的工作团体。

三、热忱接待，效劳周到

接待团体、会议、客户，要做到全程跟踪效劳，"全天候"效劳，留意效劳形象和仪表，热忱周到，针对各类来宾进展特别和有针对性效劳，最大限度满意来宾的精神和物质需求。

四、做好市场调查及促销活动筹划

常常组织部门有关人员搜集，理解旅游业，宾馆，酒店及其相应行业的信息，为酒店总经理室供应全面，真实，准时的信息，以便制定营销决策和敏捷的推销方案。

五、亲密合作，主动协调

与酒店其他部门接好业务结合工作，亲密协作，根据来宾的需求，主动与酒店其他部门亲密联络，互相协作，充分发挥酒店整体营销活力，制造最正确效益。努力进步酒店知名度，争取这些公众单位对酒店工作的支持和合作。

篇4：企业营销工作计划

一、市场分析。

年度销售计划制定的依据，便是过去一年市场形势及市场现状的分析，而李经理采用的工具便是目前企业经常使用的SWOT分析法，即企业的优劣势分析以及竞争威胁和存在的机会，通过SWOT分析，李经理可以从中了解市场竞争的格局及态势，并结合企业的缺陷和机会，整合和优化资源配置，使其利用最大化。比如，通过市场分析，李经理很清晰地知道了方便面的市场现状和未来趋势：产品（档次）向上走，渠道向下移（通路精耕和深度分销），寡头竞争初露端倪，营销组合策略将成为下一轮竞争的热点等等。

二、营销思路。

营销思路是根据市场分析而做出的指导全年销售计划的“精神”纲领，是营销工作的方向和“灵魂”，也是销售部需要经常灌输和贯彻的营销操作理念。针对这一点，李经理制定了具体的营销思路，其中涵盖了如下几方面的内容：

1、树立全员营销观念，真正体现“营销生活化，生活营销化”。

2、实施深度分销，树立决战在终端的思想，有计划、有重点地指导经销商直接运作末端市场。

3、综合利用产品、价格、通路、促销、传播、服务等营销组合策略，形成强大的营销合力。

4、在市场操作层面，体现“两高一差”，即要坚持“运作差异化，高价位、高促销”的原则，扬长避短，体现独有的操作特色等等。营销思路的确定，李经理充分结合了企业的实际，不仅翔实、有可操作性，而且还与时俱进，体现了创新的营销精神，因此，在以往的年度销售计划中，都曾发挥了很好的指引效果。

三、销售目标。

销售目标是一切营销工作的出发点和落脚点，因此，科学、合理的销售目标制定也是年度销售计划的最重要和最核心的部分。那么，李经理是如何制定销售目标的呢？

1、根据上一年度的销售数额，按照一定增长比例，比如20%或30%，确定当前年度的销售数量。

2、销售目标不仅体现在具体的每一个月度，而且还责任到人，量化到人，并细分到具体市场。

3、权衡销售目标与利润目标的关系，做一个经营型的营销人才，具体表现就是合理产品结构，将产品销售目标具体细分到各层次产品。

四、营销策略。

营销策略是营销战略的战术分解，是顺利实现企业销售目标的有力保障。李经理根据方便面行业的运作形势，结合自己多年的市场运做经验，制定了如下的营销策略：

1、产品策略，坚持差异化，走特色发展之路，产品进入市场，要充分体现集群特点，发挥产品核心竞争力，形成一个强大的产品组合战斗群，避免单兵作战。

2、价格策略，高质、高价，产品价格向行业标兵看齐，同时，强调产品运输半径，以600公里为限，实行“一套价格体系，两种返利模式”，即价格相同，但返利标准根据距离远近不同而有所不同的定价策略。

3、通路策略，创新性地提出分品项、分渠道运作思想，除精耕细作，做好传统通路外，集中物力、财力、人力、运力等企业资源。

五、团队管理。

在这个模块，李经理主要锁定了两个方面的内容：

1、人员规划，即根据年度销售计划，合理人员配置，制定了人员招聘和培养计划。

比如，20__年销售目标5个亿，公司本部的营销员队伍要达到200人，这些人要在什么时间内到位，落实责任人是谁等等，都有一个具体的规划明细。

2、团队管理，明确提出打造“铁鹰”团队的口号，并根据这个目标，采取了如下几项措施：

(1)、健全和完善规章制度。

从企业的“典章”、条例这些“母法”，到营销管理制度这些“子法”，都进行了修订和补充。比如，制定了《营销人员日常行为规范及管理规定》、《营销人员“三个一”日监控制度》、《营销人员市场作业流程》、《营销员管理手册》等等。

(2)、强化培训，提升团队整体素质和战斗力。

比如，制定了全年的培训计划，培训分为企业内训和外训两种，内训又分为潜能激发、技能提升、操作实务等。外训则是选派优秀的营销人员到一些大企业或大专院校、培训机构接受培训等等。

(3)、严格奖惩，建立良好的激励考核机制。

通过定期晋升、破格提拔、鼓励竞争上岗、评选营销标兵等形式，激发营销人员的内在活力。李经理旨在通过这一系列的团队整合，目的地是强化团队合力，真正打造一支凝聚力、向心力、战斗力、爆发力、威慑力较强的“铁血团队”。

六、费用预算。

李经理所做销售计划的最后一项，就是销售费用的预算。即在销售目标达成后，企业投入费用的产出比。比如，李经理所在的方便面企业，销售目标X个亿，其中，工资费用：X万，差旅费用：X万，管理费用：X万，培训、招待以及其他杂费等费用X万，合计X万元，费用占比X%，通过费用预算，李经理可以合理地进行费用控制和调配，使企业的资源“好钢用在刀刃上”，以求企业的资金利用率达到最大化，从而不偏离市场发展轨道。

李经理在做年度销售计划时，还充分利用了表格这套工具，比如，销售目标的分解、人员规划、培训纲目、费用预算等等，都通过表格的形式予以体现，不仅一目了然，而且还具有对比性、参照性，使以上内容更加直观和易于理解。

销售工作计划的制定，李经理达到了如下目的：

1、明确了企业年度营销计划及其发展方向，通过营销计划的制定，李经理不仅理清了销售思路，而且还为其具体操作市场指明了方向，实现了年度销售计划从主观型到理性化的转变。

2、实现了数字化、制度化、流程化等等基础性营销管理。不仅量化了全年的销售目标，而且还通过销售目标的合理分解，并细化到人员和月度，为每月营销企划方案的制定做了技术性的支撑。

3、整合了企业的营销组合策略，通过年度销售计划，确定了新的一年营销执行的模式和手段，为市场的有效拓展提供了策略支持。

4、吹响了“铁鹰”团队打造的号角，通过年度销售计划的拟订，确定了“铁鹰”打造计划，为优秀营销团队的快速发展以及创建学习型、顾问型的营销团队打下了一个坚实的基础。