

# 酒水公司销售工作计划

## 篇1：酒水公司销售工作计划

2020年新的一年，新的开端。拟对以下三方面拟订工作计划：

### 一、公司人力资源治理方面

1、按照公司现在的人力资源治理情况，参考先进人力资源治理经历，推陈出新，建立健全公司新的更加适宜于公司业务开展的人力资源治理体系。

2、做好公司人力资源规划工作，协助各部门做好部门人力资源规划。

3、注重工作分析，强化对工作分析成果在实际工作当中的运用，适时作出工作设计，客观科学的设计出公司职位说明书。

4、标准公司员工招聘与录用程序，多种途径进展员工招聘(人才市场、本地主流报纸、行业报刊、校园招聘、人才招聘网、本公司网站、内部选拔及介绍);强调有用性，引入多种科学合理且易操作的员工选择方法(选择求职简历、专业笔试、构造性面试、半构造性面试、非构造化面试、心理测验、无领导小组讨论、角色扮演、文件筐作业、治理游戏)。。

5、把绩效治理作为公司人力资源治理的重心，对绩效计划、绩效监控与辅导、绩效考核(目的治理法、平衡计分卡法、标杆超越法、kpi关键绩效指标法)、绩效反响面谈、绩效改良(出色绩效标准、六西格玛治理、iso质量治理体系、标杆超越)、绩效结果的运用(可应用于员工招聘、人员调配、奖金分配、员工培训与开发、员工职业生涯规划)进展全过程关注与跟踪。

6、努力打造有竞争力的薪酬福利，按照本地社会开展、人才市场及同行业薪酬福利行情，结合公司详细情况，及时调整薪酬本钱预算及操纵。做好薪酬福利发放工作，及时为符合条件员工办理社会保险。

7、将人力资源培训与开发提至公司的战略高度，高度注重培训与开发的决策分析，注重培训内容的有用化、本公司化，落实培训与开发的组织治理。

8、努力运营和谐的员工关系，善待员工，规划好员工在本企业的职业生涯开展。

9、公司兼职人员也要纳入公司的整体人力资源治理体系。

### 二、办公室及后勤保障方面

1、预备到铁通公司市北分局开通800(400)免费[号码800(400)7100009]，年前已经交过订金300元(商客部曹岩经理代收)。

- 2、外协大厦物业治理，交电费、取邮件、征询物业治理事宜等。
- 3、协助王伟琴经理做好办公室方面的工作。
- 4、确保电脑、打印复印一体机正常运转，留意日常操作。
- 5、为外出跑业务的市场拓展部各位经理搞好各类后勤保障(主要是协助王经理复印、、、文档输入电脑、报销、购物等)。
- 6、与王经理分工协作，打招商。

### 三、实际招商开发操作方面

- 1、学习招商材料，对3+2+3组合式营销方式领会透彻;抓好例会学习，取长补短，向出业绩的先进员工讨教，及时领会掌握运用别人的先进经历。
- 2、做好每天的工作日记，详细记录每天上市场情况
- 4、接着回访徐州六县区酒水商，把年前限于时间关系没有回访的三个县区：新沂市、丰县、沛县，回访完毕。在回访的同时，补充完善新的酒水商材料。
- 5、回访完毕跟踪，接着上门洽谈，做好成单、跟单工作。

## 篇2：酒水公司销售工作计划

首先你在一条餐饮街上同时挂20个布旗，上20个促销小姐的效果一定好过把这些重点酒店重点投入：重点酒店是什么意思?是指本品销量前景乐观的酒店。大酒店固然销量可观，但如果经过你再三努力店方对你销售的产品就是不重视，你的产品不能摆在较好的位置、不允许你上促销、不允许你兑开瓶费，你就一定不会有销量，这种店也许本身销量很大，但它的销量不属于你，费用投入回报率很低。回顾淡季铺货阶段的销量历史，寻找对自己的产品有更多合作意愿的酒店(可以在陈列、促销、兑开瓶费、结款四个环节给自己更多关照)从中磷选一些生意状况良好的店，集中资源重点轰炸，力争在该店占绝对优势。你会发现一个合作良好的大中型酒店销量是其他酒店销量的(包括一些合作意愿较差的大型酒店)十几倍。

关于酒的价格定位如下：

你拿到新产品后要用“市场倒推法”确定各级价格，一定要保证足够的差价空间去做酒店的开瓶费和促销、公关费

1.具体步骤示例如下：

a、准备样品在酒店里做品尝测试，请消费者依据口感、香型、浓度、包装、产地等特点，写出对该品的价格认识：在酒店里可以卖的最低、最高价格及消费者愿意支付的价

格。通过统计，能找到产品在酒店零售价的价格上下限及最佳价格。

b、参照竞品价格，设定不同级别酒店的零售建议价。

c、根据零售价减去酒店平均毛利计算出酒店供价。(如有分销商，减去其分销毛利，可得出分销供价)。

d、酒店供价减去开瓶费、再减去大致预估平均到每瓶产品上的酒-店-公-关促销费才是经销商的产品销售净价。

销售净价减去自己期望得到的利润、就是该产品的期望进价。以此价为依据、跟厂家商讨供货价

卖酒当然要去酒店，这是大多数酒水销售人员的误区，但实际上——

酒店大多是赊销，而且营销费用越抬越高，单纯靠直营酒店很难赚钱，覆盖酒店渠道，要靠广大的酒水二批商。

2.仅靠酒店一个渠道销量进展肯定会很慢，要想迅速见销量，还是要依靠批发、商超、团购渠道。

3.同一种酒水当在酒店、批发、商超、团购几个通路同时出现时，最可怕的危机就是酒店渠道与其他通路的价格冲突。因为，酒店供价必须要抬高(你必须留出足够的价格空间去支付促销费、公关费、开瓶费)，而一旦批发、商超通路价格卖低，使该产品价格透明化，就会导致你的酒店渠道全军覆没。建议策略：

1)、新品上市必从酒店渠道入手启动市场，坚立形象，开发初次试用消费群。产品成熟之后同样要重视在酒店渠道的曝光率——酒水行业，一旦你被挤出酒店，就意味着被挤出市常2、在保证酒店渠道顺利运行支撑品牌形象的前提下，一定要考虑批发、商超、团购网络的开发，以求销量利润最大化。但同时要注意保证酒店产品的价格不致透明化。建议方法如下：

a、酒店产品专供专销：

经销商可与厂家协商，或定牌监制同一品牌两种型号的产品——即：酒店专供产品品牌名不变，包装、规格、瓶型上略作改动成为非酒店专供产品进入批发、商超通路(注意：非酒店渠道产品的包装一定要与酒店专供产品有所区别，使之不能兑换开瓶费)。这样即可以借用在酒店创出来的品牌优势在批发、商超渠道创造销量，又不至于打乱该产品在酒店的价格秩

b、利用防伪标记区分不同渠道产品：

如果从包装型号上区分酒店专销产品有困难。则可印制防伪标记，粘贴于酒店渠道专供产品包装上，以区分酒店专供与非酒店通路的产品。开瓶费兑换中注意以防伪标记为有效凭据(防止批发、商超渠道产品流入酒店兑换开瓶费)，同时商超、批发、团购通路一定要掌

握好供价，使其卖价不至大大低于酒店渠道价。

### 篇3：酒水公司销售工作计划

#### 一、市场开拓

根据目前的公司产品理念及价位，首先必须给产品定好方位，一个好的方向才能确保公司产品的良性发展，前面市场分析里面介绍了市场竞争力的转变，红酒行业终端市场已经开始转变成为厂家竞争的主要战场，红酒连锁店的扩张就是一个明显的例子。厂家要想在这部分市场站住脚，必须在服务与革新上有突破。鉴于公司现在的情况，我建议采取阶梯分散式开拓方法，所谓阶梯分散式开拓方法，就是区域先样板店后分散店，以点带面的形式开拓市场。在开拓市场的过程中方向是第一要素，方法是第二要素，这二者不可分离，必须有力结合才开拓出适合公司发展的市场。

#### 二、产品销售

根据公司与店的具体情况制定年销售任务，月销售任务，再根据市场的具体情况分解。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系统及各个门店，完成各个时段的销售任务，并在销售完成任务的基础上，提高销售业绩。对与完不成的店面，要进行总结和及时的调整。主要手段是：提高团队素质，加强团队管理，开展不同阶段各种促销活动，制定合理有效的奖罚制度及激励方案此项根据市场情况及时间段的实际情况进行。销售旺季针对红酒连锁专卖店实施力度较大的销售促进活动，强势推进终端市场销售。

#### 三、客户管理及维护

针对现有的终端连锁店和代理商客户进行有效管理及关系维护，对每一个连锁店客户及代理商客户建立客户档案，了解销售情况及实力情况，进行公司的企业文化和公司产品知识理念的不定期有计划的传播，在旺季结束后和旺季来临前更要加大力度传播。了解代理商及连锁店经销商负责人的基本情况并建档进行定期拜访，相互沟通，制定销售计划及促销方案。

#### 四、品牌及产品推广

品牌及产品推广在20xx年度配合及执行公司的定期品牌宣传及产品推广促销活动，促进品牌的知晓度，培养品牌使用频率和品牌忠诚度，通过电视、杂志、报纸、网络、户外宣传渠道策划一些投入成本较低的公共关系宣传活动，提升品牌形象。再有可能的情况下与各个连锁客户联合进行推广，不但可以扩大影响力，还可以建立良好的客情关系。产品推广主要进行一些“路演”或外静态展示进行一些产品推广和正常营业推广。

#### 五、终端布置

终端销售渠道网点的建立普及会大量增加，根据此种情况设计部必须随时、随地积极配合销售业务部门的工作，积极配合连锁店店面和店中柜公司产品形象的建设，进行统

一、整齐、合理、规范的产品形象陈列，可按公司统一标准。积极针对终端促销、培训定期安排上岗及上样跟踪和销售补进工作。有公司具体负责人负责制定终端布置标准。

## 六、促销活动的策划及执行

促销活动的策划与执行主要是在销售中进行，提升产品淡旺季的销售量，促进公司产品的市场占有率。第一严格执行公司的销售促销活动，第二根据届时的市场情况和竞争对手的销售促销活动，灵活策划调整一些销售促销活动。主要思路以避其优势，攻其劣势，根据公司的产品及市场资源优势，突出活动重点的策划优势与劣势。

## 七、团队建设、团队管理

红酒品牌的竞争在某些人看来依旧是浅显的广告战、价格战、渠道战等等，但是他们忘记了企业运营的本质。不论一个企业的资金实力有多强也不论他的资源有多深厚，那一切资源的操纵者始终是人!红酒行业这些年一直追求服务的差异化，那么一个好的销售团队更是必不可少，传统的团队建设让很多企业精疲力竭，而且并没有发挥出团队的作用，拥有一个出色的团队在未来的红酒竞争中才能够真正地决定企业的兴衰。

团队建设：好团队是能让每一位队员都有归属感，而归属感的两大要素：一是要能在团队里面成长，二是能跟随团队有一份好的收入。具备这两点之后建立团队就要考虑到人力的合理利用，乱用不仅造成公司资源浪费，而且会影响到团队的成长与凝聚力。

团队建立分四个阶段，第一阶段:选取销售核心人员：区域经理、区域经理负责开拓市场，并负责市场服务。第二阶段：团队管理，每一支团队都以区域经理为主，由区域经理负责工作调配与团队文化的建设。有力的执行公司产品的销售工作。第三阶段：团队培训分为公司培训与区域经理培训两部分，公司制定月度培训计划，培训公司文化理念、产品知识、专业知识、心态引导，销售经理每周负责培训销售技巧及对手优劣势分析，增加团队凝聚力。第四阶段：团队攻击力的形成，战利品来自一场又一场成功的战斗来获得。

## 篇4：酒水公司销售工作计划

我是营销部的\_\_\_，是20\_\_年2月份进入公司的，20\_\_年的4月4号我从原来的酒店促销部调到了现在的营销部，在营销部工作的这段时间，我感受很多，收获很多，也在逐渐的成长着。第一个月我的部门经理，带着我去一一的面见了各个单位的领导，看着我的同事们和领导轻松的谈话，并认真的介绍我们的酒水以及团购政策，我只是在一旁静静的听着，暗自学着他们的销售技巧，希望以后通过努力的学习可以做的比他们更好。

我们部门做的是营销，主要的工作是宣传和产品推广，在这个酒水销售的淡季，公司推出的喜宴政策给了我们一个很好的发展空间，对于我们以后的宣传工作给予了很大的帮助，两个月下来现在\_\_\_的大街小巷，几乎每个人都知道了我们的喜宴政策，很多的消费者都愿意选择我们的柔和作为招待用酒，接下来的日子里，我不但要维持好前期宣传的成果，也要进一

步增加销量。争取让所有的客户及他是亲戚、朋友招待都使用我们的柔和。我们部门经理常说：“一定要先做好客情关系，客户认可你了，才会认可你所推销的产品。”可见客情关系是非常重要的，建立一定的客情关系，为工作的开展铺平道路，定期的电话拜访；定期的实地拜访；定期的销售回顾等....想做好营销一定要勤奋：

一、要勤学习，不断提高自己、丰富自己；

二、要勤拜访，增进客情关系；

三、要勤动脑，如何有效的为客户服务

四、要勤沟通，进一步了解客户的需求；

五、要勤总结，做好每日总结，总结有效客户并时时跟进。酒水销售公司年  
个人工作计划2