

企业销售年度工作计划范文

篇1：企业销售年度工作计划范文

上海_____公司在总公司的领导、帮助和支持下，公司已具有初步规模，为国内市场的全面发展打下了基础。尤其是在市场的拓展、新客户的开辟，_____品牌在国内都已烙下深深的影响。销售额逐月增长、客户数额月月增加、市场的占有率已由原来的华东地区纵向到东北地区，并已着手向西南、西北地区拓展。_____产品销售和_____品牌在国内信誉大大提高，为_____公司在国内的市场拓展作了良好铺垫。由于主客观因素，与总公司的要求尚有相当距离。上海_____公司在总结20__年度工作基础上，决心围绕20__年度总公司目标，坚持以“内抓管理、外拓市场”的方针，并以“目标管理”方式，认真扎实地落实各项工作。

一、市场的开发：

创新求实、开拓国内市场。根据去年的基础，上海公司对国内市场有了更深的了解。产品需要市场，市场更需要适合的产品(包括产品的品质、外型和相称的包装)。因此，上海公司针对国内市场的特点，专门请人给公司作销售形象设计，提高_____公司在中国市场的统一形象。配合优质的产品，为今后更有力地提高_____公司在中国的知名度铺好了稳定的基础。

同时，建立健全的销售网络体系，使_____开拓中国市场奠定了销售分点。上海公司拟在3月初招聘7-8名业务员，全面培训业务知识和着力市场开发，灌输_____实施理念。

二、年度目标：

- 1.全年实现销售收入XX万元。利润：X-X万元;
- 2._____产品在(同行业)国内市场占有率大于X%;
- 3.各项管理费用同步下降X%;
- 4.设立产品开发部，在总公司的指导下，完成下达的开发任务;
- 5.积极配合总公司做好上海_____开发区的相关事宜及交办的其他事宜。

三、实施要求：

销售市场的细化、规范化有利操作。根据销售总目标X万，分区域下指标，责任明确，落实到人，绩效挂钩。

- 1.划分销售区域。全国分7-8区域，每个区域下达指标，用考核的方式与实绩

挂钩，奖罚分明;

2.依照销售网络的布局，要求大力推行代理商制，争取年内开辟X-X个省级城市的销售代理商;

3.销售费用、差旅费实行销售承包责任制;

4.设立开发产品研发部，力争上半年在引进技术开发人员3-5人的基础上，下半年初步形成新品开发能力，完成总公司下达的任务计划数;

5.加强内部管理，提高经济效益：

财务销售成本：核算是国内市场的关健。进、销、存要清晰，月度要有报表反映，季度要有考核，力争销售年度达标2500万，成本下降5%;

人力资源管理：根据总公司要求，结合上海公司工作实际配置各岗相应人员。用科学激励机制考核，人尽其才，爱岗兢业，每位员工以实绩体现个人价值;

产品开发费用管理。

上海_____公司还有很多工作需努力开展，还有许多事项要切实去落实。为此我们要紧紧围绕总公司工作要点，结合公司实际，在20__年度中承担应负的责任，为总公司的战略目标实现作出应有的贡献。

篇2：企业销售年度工作计划范文

一、负责区域的销售业绩回顾与分析

(一)、业绩回顾

- 1、年度总现金回款X万，超额完成公司规定的任务;
- 2、成功开发了四个新客户;
- 3、奠定了公司在鲁西南，以济宁为中心的重点区域市场的运作的基础工作;

(二)、业绩分析

1、虽然完成了公司规定的现金回款的任务，但距我自己制定的X万的目标，相差甚远。主要原因有：

a、上半年的重点市场定位不明确不坚定，首先定位于平邑，但由于平邑市场的特殊性(地方保护)和后来经销商的重心转移向啤酒，最终改变了我的初衷。其次看好了泗水市场，虽然市场环境很好，但经销商配合度太差，又放弃了。直至后来选择了金乡“天元副食”，已近年底了!

b、新客户拓展速度太慢，且客户质量差(大都小是客户、实力小);

c、公司服务滞后，特别是发货，这样不但影响了市场，同时也影响了经销商的销售信心;

2、新客户开放面，虽然落实了4个新客户，但离我本人制定的6个的目标还差两个，且这4个客户中有3个是小客户，销量也很一般。这主要在于我本人主观上造成的，为了回款而不太注重客户质量。俗话说“选择比努力重要”，经销商的“实力、网络、配送能力、配合度、投入意识”等，直接决定了市场运作的质量。

3、我公司在山东已运作了整整三年，这三年来的失误就在于没有做到“重点抓、抓重点”，所以吸取前几年的经验教训，今年我个人也把寻找重点市场纳入了我的常规工作之中，最终于09年11月份决定以金乡为核心运作济宁市场，通过两个月的市场运作也摸索了一部分经验，为明年的运作奠定了基矗

二、个人的成长和不足

在公司领导和各位同事关心和支持下，__年我个人无论是在业务拓展、组织协调、管理等各方面都有了很大的提升，同时也存在着许多不足之处。

- 1、心态的自我调整能力增强了;
- 2、学习能力、对市场的预见性和控制力能力增强了;
- 3、处理应急问题、对他人的心理状态的把握能力增强了;
- 4、对整体市场认识的高度有待提升;
- 5、团队的管理经验和整体区域市场的运作能力有待提升。

三、工作中的失误和不足

1、平邑市场

虽然地方保护严重些，但我们通过关系的协调，再加上市场运作上低调些，还是有一定市场的，况且通过一段时间的市场证明，经销商开发的特曲还是非常迎合农村市场消费的。在淡季来临前，由于我没有能够同经销商做好有效沟通转载自百分网，请保留此标记通，再加上服务不到位，最终经销商把精力大都偏向到啤酒上了。更为失误的就是，代理商又接了一款白酒——沂蒙老乡，而且厂家支持力度挺大的，对我们更是淡化了。

2、泗水市场

虽然经销商的人品有问题，但市场环境确实很好的(无地方强势品牌，无地方

保护)且十里酒巷一年多的酒店运作，在市场上也有一定的积极因素，后来又拓展了流通市场，并且市场反应很好。失误之处在于没有提前在费用上压住经销商，以至后来管控失衡，最终导致合作失败，功亏一篑。关键在于我个人的手腕不够硬，对事情的预见性不足，反映不够快。

3、滕州市场

滕州的市场基础还是很好的，只是经销商投入意识和公司管理太差，以致我们人撤走后，市场严重下滑。这个市场我的失误有几点：

(1)、没有能够引导经销商按照我们的思路自己运作市场，对厂家过于依赖；

(2)、没有在适当的时候寻找合适的其他潜在优质客户作补充；

4、整个__年我走访的新客户中，有10多个意向都很强烈，且有大部分都来公司考察了。但最终落实很少，其原因在于后期跟踪不到位，自己信心也不足，浪费了大好的资源！

四、____x年以前的部分老市场的工作开展和问题处理

由于以前我们对市场的把握和费用的管控不力，导致10年以前的市场都遗留有费用矛盾的问题。经同公司领导协商，以“____发展”为原则，采纳“一地一策”的方针，针对不同市场各个解决。

1、滕州：虽然公司有费用但必须再回款，以多发部分比例的货的形式解决的，双方都能接受和理解；

2、微山：自己做包装和瓶子，公司的费用作为酒水款使用，自行销售；

3、泗水：同滕州

4、峯城：尚未解决

通过以上方式对各市场问题逐一解决，虽然前期有些阻力，后来也都接受了且运行较平稳，彻底解决了以前那种对厂家过于依赖的心理。

五、“办事处加经销商”运作模式运作区域市场

根据公司实际情况和近年来的市场状况，我们一直都在摸索着一条运作市场的捷径，真正体现“办事处加经销商”运作的功效，但必须符合以下条件：

1、市场环境要好，即使不是太好但也不能太差，比如地方保护过于严重、地方就太强等；

2、经销商的质量一定要好，比如“实力、网络、配送、配合度”等；

办事处运作的具体事宜：

- 1、管理办事处化，人员本土化;
- 2、产品大众化，主要定位为中档消费人群;
- 3、运作渠道化、个性化，以流通渠道为主，重点操作大客户;
- 4、重点扶持一级商，办事处真正体现到协销的作用;

五、对公司的几点建议

- 1、加强产品方面的硬件投入，产品的第一印象要给人一种“物有所值、物超所值”的感觉;
- 2、完善各种规章制度和薪酬体制，使之更能充分发挥人员的主观能动性;
- 3、集中优势资源聚焦样板市场;
- 4、注重品牌形象的塑造。

总之_____x年的功也好过也好，都已成为历史，迎接我们的将是崭新的_____
__x年，站在x年的门槛上，我们看到的是希望、是丰收和硕果累累!

篇3：企业销售年度工作计划范文

自6月到目前已经跨入的X年的到来，来公司已有一年半的时间了，在这一年多的时间里，在不段的学习和摸索及领导的明白下，从刚刚跨出校内的懵懂的同学到目前与客户款款而谈的自己，了解到优良产品品质，合理的品类搭配、陈设搭配及加上良好的售后效劳才能获得客户的全都好评。

在X年的工作中，也已经在客户的沟通上慢慢融洽，同时在选购信息上也按时给领导最重要的信息及详情。尽量在最短时间内，为公司达成最好效益，用最低的价格来为公司获得肯定的利益。

总结X年的工作发现还是有一下两点需要改进；

- (1)、工作虽然已经有一个明确的目标和方案了，但是在执行上还是效率有点底，需要强化工作效率。
- (2)、在专业学问上，对同行业的信息了解的还不够深化。
- (3)、产品开发上速度有点慢。

新的一年的工作方案：

(1)、听从领带的指导，听从指挥，团结合作，严格执行公司各项制度。

(2)、努力学习产品学问，把握技术，并在有效的时间内完成合理方案，带着“多学习，多思索，主动主动，看法确定一切，详情确定成败，博学才可以明辨是非，恒心才可以到达目的宗旨来学习”。

(3)、在与客户沟通上，善用良好的语言沟通力量为公司谋取肯定的合理利益，同时老客户的维持，新客户的需找。

(4)、在产品开发及产品质量上，也会合理的结合市场行情，赐予相应部门一个指导方案与合理化建议。

(5)、在产品组织上要提前明确方案，适宜实施方案，不容易承若顾客，承诺就必需办到、办好。这是我在X年的个人方案，希望在以后工作中不断的努力改进。我会更加努力、仔细、负责的执行自己的岗位职责。

篇4：企业销售年度工作计划范文

一、销售计划

销售工作的基本法则是，制定销售计划和按计划销售。销售计划管理既囊括如何制定一个切实可行的销售目标，也囊括实施这一目标的方法。每个人都有各自的特点，都有各自的方法，关键是要找到最适合自身的一套方式和方法。

二、客户关系管理

对客户管理有方，客户就会有销售热情，会积极地配合。如果对客户没有进行有效的管理，或者客户关系管理粗糙，结果，既无法调动客户的销售热情，也无法有效地控制销售风险。所以必须想尽方法维护好客户关系，关注客户的各个细节，随时让客户感觉到你与他同在。

三、信息反馈

信息是企业决策的生命。业务员身处市场一线，最了解市场动向，消费者的需求特点、竞争对手的异化等等，这些信息按时地反馈给专卖店，对决策有着重要的意义，另一方面，销售活动中存在的问题，也要迅速按时地反馈给专卖店，以便管理层按时做出对策。业务员的工作成果囊括两个方面：一是销售额，二是市场信息。对企业的发展而言，更重要的是市场信息。因为销售额是昨天的，是已经实现的，已经变成现实的东西是不可改变的；有意义的市场信息，它决定着企业明天的销售业绩、明天的市场。

四、“销售当中无小事”

“管理当中无小事”，一位出色的经理同时也是一位细心的。同样，“销售当中无小事”。销售更应慎重、谨慎，去寻找一个双赢的法则。在学习、总结、实践、摸索、尝试中提升。