# 房地产销售经理工作计划\_公司销售经理下半年工作计划

来源：网络 作者：莲雾凝露 更新时间：2024-12-07

*作为一名销售经理，对于下半年的销售工作必须做到心中有数。以下是本站为您准备的“公司销售经理下半年工作计划”，供您参考。>公司销售经理下半年工作计划      市场分析　　年度销售工作计划制定的依据，是对过去一年市场形势及市场现...*

       作为一名销售经理，对于下半年的销售工作必须做到心中有数。以下是本站为您准备的“公司销售经理下半年工作计划”，供您参考。

>公司销售经理下半年工作计划

      市场分析

　　年度销售工作计划制定的依据，是对过去一年市场形势及市场现状的分析，而我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，我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，我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。

　　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，我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，我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。

　　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，我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。比如，我根据企业方便面产品abc分类，将产品结构比例定位在a(高价、形象利润产品)∶b(平价、微利上量产品)∶c(低价、战略性炮灰产品)=2∶3∶1，从而更好地控制产品销量和利润的关系。销售目标的确认，使我有了冲刺的对象，也使其销售目标的跟踪有了基础，从而有利于销售目标的顺利达成。

　　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。我根据方便面行业的运作形势，结合自己多年的市场运作经验，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，大力度地开拓学校、社区、网吧、团购等一些特殊通路，实施全方位、立体式的突破。4.促销策略，在“高价位、高促销”的基础上，开创性地提出了“连环促销”的营销理念，它具有如下几个特征：一、促销体现“联动”，牵一发而动全身，其目的是大力度地牵制经销商，充分利用其资金、网络等一切可以利用的资源，有效挤压竞争对手。二、连环的促销方式至少两个以上，比如销售累积奖和箱内设奖同时出现，以充分吸引分销商和终端消费者的眼球。三、促销品的选择原则求新、求奇、求异，即要与竞品不同，通过富有吸引力的促销品，实现市场“动销”，以及促销激活通路、通路激活促销之目的。5.服务策略，细节决定成败，在“人无我有，人有我优，人优我新，人新我转”的思路下，在服务细节上狠下工夫。提出了“5s”温情服务承诺，并建立起“贴身式”、“保姆式”的服务观念，在售前、售中、售后服务上，务求热情、真诚、一站式等等。通过营销策略的制定，我胸有成竹，也为其目标的顺利实现做了一个良好的开端。

　　费用预算

　　我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，我所在的方便面企业，销售目标5个亿，其中，工资费用：500万;差旅费用：300万;管理费用：100万;培训、招待以及其他杂费等费用100万，合计1000万元。费用占比2%。通过费用预算，我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。

　　>

本DOCX文档由 www.zciku.com/中词库网 生成，海量范文文档任你选，，为你的工作锦上添花,祝你一臂之力！