# 区域销售的工作计划8篇

来源：网络 作者：红叶飘零 更新时间：2024-02-24

*制定工作计划的目的是为了提升我们的工作效率，但是你真的会写工作计划吗，为了让自己的工作得到很好的展开，一定要认真写工作计划，以下是小编精心为您推荐的区域销售的工作计划8篇，供大家参考。区域销售的工作计划篇1在已经到来的xx年里，世界在发展，...*

制定工作计划的目的是为了提升我们的工作效率，但是你真的会写工作计划吗，为了让自己的工作得到很好的展开，一定要认真写工作计划，以下是小编精心为您推荐的区域销售的工作计划8篇，供大家参考。

区域销售的工作计划篇1

在已经到来的xx年里，世界在发展，时代在前行，人们都充满着希望。在新一年里，公司也将迎来更大的发展，为了贯彻公司在总结会议方面关于创新的理念，结合公司今年在体制和机制上的改革，渠道部全体同仁都提出了一些自己在新一年里营销的思路和方法，望领导和其他同事给与批评和指导。

渠道部在公司销售方面，肩负着最重要的角色，发挥着重要作用，根据公司总结会议提出的今年各个品牌销售任务，如果还沿用以前的营销思路，定会给今年完成任务造成很大压力。所以必须对每个人高标准，严要求，不断创新工作思路。渠道部将参照以下几点做为今后在工作中的指导，完成今年既定的销售目标。

一、老客户的回访和沟通

对于老客户的回访是不定期的，在节假日里一定要送出问候和祝福的，在重要的日子里可以送些小礼品以增进感情。在平时，我们也要和客户保持联络，关心他们的状况，平常可以通过电话和公司qqeami等联络感情。如果方便的话，可以登门拜访客户，以便促进我们和客户之间的关系。

对于大客户反映的问题，我们会作为重点来解决，及时把信息反馈，让他们有一种被重视的感觉。当然对于一般客户的问题我们也不会忽略。总之要维护客群关系，沟通守键。我们会尽努力把客群关系搞好。

二、新客户的开发

在拥有老客户的同时还要不断从各种渠道快速开发新客户,推广新产品.

1.3—4月份，第一个工作：回访和预约一部分初步意向客户。了解客户真实需求，全方面的了解自己的产品。记录客户所提出问题。第二个工作：全方位的市场调研，了解竞争对手的全面情况。针对性地进行pk。

2.先友后单，与客户发展良好的友谊，处处为客户着想，把客户当成自己的好朋友，达到思想和情感上的交融。

3.对客户不能有隐瞒和欺骗，答应客户的承诺要及时兑现，讲诚信不仅是经商之本，也是为人之本。

4.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。

5.制定出月计划和周计划、及每日的工作量。每天至少打30个电话，每周至少拜访20位客户，促使潜在客户从量变到质变。上午重点电话回访和预约客户，下午时间长可安排拜访客户。

见客户之前要多了解客户的主营业务和潜在需求，先了解决策人的个人爱好，准备一些有对方感兴趣的话题，并为客户提供针对性的解决方案。做好每天的工作记录，以备遗忘重要事项，并标注重要未办理事项。

6.和公司其他销售人员要有良好的沟通，有团队意识，多交流，多探讨，才能不断增长业务技。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。

三、建议

在维持公司现有品牌不变更的前提下，渠道部所有同事希望公司可以从两方面去考虑，拓宽公司经营思路和模式。

第一：在做好本职工作的同时，利用一切可以用到的资源，在本地以及就近区域发展部分大型终端客户，一来可以加大公司利润回报，二来，量上也可拉动一部分，减轻压力。三，还可以给业务员增加一部分收入。要真正做为一个重点想法去实施，不是说说走过场。

第二：对现今所有客户采取积分返点制，在公司给所有客户设立一个户头，定期核对客户回款金额，达到一定数额的同时，根据实际情况给与一定的返点奖励，产生一股凝聚力。在回款上也可以形成一定的刺激度。

总体来说，对所有客户的工作态度都要一样，加强产品质量和服务意识,为公司树立更好的形象,让客户相信我们的\'工作实力，才能更好的完成任务。

区域销售的工作计划篇2

从事销售工作多年，向客户销售产品，首先保证产品的质量及良好的服务态度才能获得客户长久的合作。转眼xx上半年的工作已经结束了，在做好xx年上半年工作总结的同时，也做好xx年销售下半年工作计划：

(一)细分目标市场，大力开展多层次立体化的营销推广活动。

xx部门负责的客户大体上可以分为四类，即现金管理客户、公司无贷户和电子银行客户客户。结合全年的发展目标，坚持以市场为导向，以客户为中心，以账户为基础，抓大不放小，采取“确保稳住大客户，努力转变小客户，积极拓展新客户”的策略，制定详营销计划，在全公司开展系列的媒体宣传、网点销售、大型产品推介会、重点客户上门推介、组织投标和集中营销活动等，形成持续的市场推广攻势。

巩固现金管理市场领先地位。继续分层次、深入推广现金管理服务，努力提高产品的客户价值。要通过抓重点客户扩大市场影响，增强现金管理的品牌效应。各行部要对辖区内重点客户、行业大户、集团客户进行调查，深入分析其经营特点、模式，设计切实的现金管理方案，主动进行营销。对现金管理存量客户挖掘深层次的需求，解决存在的问题，提高客户贡献度。今年争取新增现金管理客户185200户。

深入开发公司无贷户市场。中小企业无贷户，这也是我行的基础客户，并为资产业务、中间业务发展提供重要来源。xx年在去年开展中小企业“弘业结算”主题营销活动基础上，总结经验，深化营销，增强营销效果。要保持全公司的公司无贷户市场营销在量上增长，并注重改善质量;要优化结构，提高优质客户比重，降低筹资成本率，增加高附加值产品的销售。要重点抓好公司无贷户的开户营销，努力扩大市场占比。要加强对公司无贷户维护管理，深入分析其结算特点，进行全产品营销，扩大我行的结算市场份额。xx年要努力实现新开对公结算账户358001户，结算账户净增长272430户。

做好系统大户的营销维护工作。针对全市还有部分镇区财政所未在我行开户的现状，通过调用各种资源进行营销，争取全面开花。并借势向各镇区其他政府分支机构展开营销攻势，争取更大的存款份额。同时对大中型企业、名牌企业、世界10强、纳税前8000名、进出口前7334强”等10多户重点客户挂牌认购工作，锁定他行目标客户，进行重点攻关。

(二)加强服务渠道管理，深入开展“结算优质服务年”活动。

客户资源是全公司至关重要的资源，对公客户是全公司的优质客户和潜力客户，要利用对公统一视图系统，在全面提供优质服务的基础上，进一步体现个性化、多样化的服务. 要建设好三个渠道：

一是要按照总行要求“二级分公司结算与现金管理部门至少配置3名客户经理;每个对公业务网点(含综合业务网点)应当根据业务发展情况至少配备1名客户经理，客户资源比较丰富的网点应适当增配，”构建起高素质的营销团队。

二是加强物理网点的建设。目前，由于对公结算业务方式品种多样，公司管理模式的差异，对公客户最常用的仍然是柜面服务渠道。我行要加强网点建设，在贵宾理财中心改造中要充分考虑对公客户的业务需要，满足客户的需求。各行部要制定详细的网点对公业务营销指南，对不同网点业态对公业务的服务内容、服务要求、服务行为规范、服务流程等进行指导。

三是要拓展电子银行业务渠道，扩大离柜业务占比。今年，电子银行业务在继续“跑马圈地”扩大市场占比的同时，还要“精耕细作”，拓展有层次的目标客户。各行部应充分重视与利用分公司下发的目标客户清单，有侧重、有针对地开展营销工作，要在优质客户市场上占据绝对优势。同时做好客户服务与深度营销工作。通过建立企业客户电子银行台账，并以此作为客户支持和服务的重要依据，及时为客户解决在使用我行电子银行产品过程中遇到的问题，并适时将电子银行新产品推荐给客户，提高“动户率”和客户使用率

(三)强化流程管理，提高风险控制水平

要以风险防控为主线，积极完善结算制度体系建设。在产品创新中，坚持制度先行。要定期通报结算案件的动向，制定切实的防范措施，坚决遏制结算案件发生。加强对结算中间业务收入的管理，加大对账户管理的力度。进一步加强监督力度，会计检查员、事后监督要要注重发挥日常业务检查监督的作用，及时发现、堵塞业务差错和漏洞，各网点对存在的问题要进行整改。

区域销售的工作计划篇3

一、xx年度总体工作思路：遵循有限的资源和人力集中在最适合公司的客户上面，最快最直接开展工作，因此，总体工作思路为：

1、熟悉产品工艺及施工工艺，发挥华宇的系统优势；

2、做标干工程，高品质、高工艺；

3、

发展战略合作伙伴，适用于大客户、政府项目；

4、维系好相关政府责任部门关系。

二、业务工作目标西安办事处部门目标：8000万。分摊到业务万/人；分摊到季度，每季度完成万。

三、工作计划

1、任务及重点突破方向酒店式公寓

1.1重点客户放在近半年内要确定外保温材料的公建项目，米上高层。

1.2以华宇的系统优势打开市场，带动其他产品的销售。

1.3与相关部门的友好维系，如质监站、节能办、建材协会等。

2、具体计划内容：

2.1了解政府的政策力度，建材协会、节能办的相关备案手续。

2.2客户搜集，搜房网查询到171个住宅，28个公建。建设信息网、政府招标网，等等；

2.3初步扫盘，了解项目状况。计划用什么外墙外保温？项目进展？何时来确定？分短期、中期、长期客户；已用外保温是哪家？即竞争对手收集；外墙外保温施工队收集？

2.4跟进近期目标客户。

2.5邀请客户考察队伍建设与人才储备队伍建设初期建议8名业务，后期淘汰4名。1名内勤；施工队伍本地化；项目经理本地化。建立人才储备档案，可从同行业挖人才过来。

3、客户发展方向客户的进展阶段，需详细填写客户动态表。

4、大客户的维护与开发政府单位、上市公司及外资公司、本土大型公司。需填写大客户登记表。大客户开发的团队合作，或是一个大的项目有多个总包时，就需要团队的支持。

5，销售费用管控

1、办事处筹备费用：34700元房屋租金约1500元/月，合计三月为4500元；6个办公桌，约2400元；1个会议桌约800元；12把椅子约1800元；2台台式电脑约5000元；1台一体机加改装墨：元；其他支出：元；

2、日常费用：9500元/月办公费用500元/月（水、电、电话）车辆油费4000元/月业务招待费用、礼金费用5000元/月(每笔超过500需报批黄总)；

3、项目的专项费用（需申请）

6、公司与办事处联动

1、相关人员的培训工作；

2、大客户公关；

3、客户考察等相关任务；

7、工作效率的管控

1、积极的心态；

2、工作的氛围；

3、员工的自我提升；

8、日常工作的管控对日常工作任务、工作目标合理分解细化，完善营销部门管理制度。

主要有以下几个方面：考勤管理、会议制度、工作计划与总结、项目报备与立项管理、绩效考评。

区域销售的工作计划篇4

一、公司现状分析

金立基公司从1996年进入粘合剂行业，经过10多年的发展，已经在印后包装行业这个细分市场取得了不错的成绩，但是业务的发展还是局限在珠三角尤其是广东地区。而据不完全统计整个广东省生产同类产品的厂家不下500家，而胶水行业是一个技术门槛相对较低的行业，导致了行业竞争已经呈现一种白热化状态，带来的直接后果是市场的萎缩和毛利率的下降。公司要想取得进一步扩张和规模效益，已经不能仅仅局限于珠三角市场，另外国家区域经济的振兴计划让长三角以及中西部地区的工业呈现快速增长的过程，其中当然包括印后包装行业，公司管理层在此种环境下做出走出广东、开拓全国市场的决策是非常英明的。我有幸能够参与这场抢占全国市场，塑造金立基品牌的战斗中，感到非常自豪，但是也深感任务的沉重，以下是我根据公司决策层制定的销售计划而做出的区域市场开发计划，仅作参考，希望能对公司有所帮助，请帮忙斧正！（此计划以华东区为目标区域）

二、工作目标

根据公司整体规划，今年6到12月份华东区6省2市（浙江省、江苏省、四川省、山东省、安徽省、湖北省、上海市、重庆市）共承担销售指标1092万，其中包括直营店3家（销售定额180万，每人每月7.5万），开发大、中型专业客户（终端）13家以上（销售定额720万，每人每月30万），开发经销商4家（销售定额192万，每家每月8万）。充分利用行业内大客户影响力和杠杆效应，带动中小客户的销售。另外通过设立直营门店以及广告宣传等方式让当地市场对金立基的产品和服务有个初步的了解，透过经销商和业务人员的努力，实现业务的快速增长和品牌形象的初步建立。

三、具体执行

华东市场是金立基从来没有涉猎的空白市场，没有任何经验作为借鉴，并且今年留给我们的时间并不多，任务的艰巨程度可想而知。要想保证销售任务能顺利地完成，必须要有一个完整而细致的规划作为指导。

其中尤为重要的是5月15号至6月底这一个半月的时间。不仅要做好区域办公地点以及直营门店的建设工作，还要确保实现销售指标的完成，对这一个半月我的具体安排如下，

第一阶段（5月8号至6月30号）

1）区域市场的进一步细分（5月8日）

区域经理和营销人员一起细分区域，要把握以下几个原则：第一，为了方便区域经理的管理工作，区域办事处所在城市要由区域经理亲自负责。第二，公平原则，每个营销人员所负责区域以及承担指标成正比，指标可以根据以后市场的实际情况作适当调整，第三，自愿原则，营销人员可以根据自己的实际情况选择自己熟悉或者有优势的区域，前提是其他人员也同意。若两个营销人员选择同一个区域，则采取“抓阄”方式决定。区域一旦划定短期内将不会再做更改，营销人员必须严格遵守公司规定，不得跨区销售或报价，特殊情况需报区域经理批准方可。

2）业务员spin技巧培训（5月10日上午）

1.首先，利用情况性问题 （situation questions）（例如贵司生产什么样产品？…）来了解客户的现有状况以建立背景资料库（行业、产品、目前选用哪家供应商…），从业人员透过资料的搜集，方能进一步导入正确的需求分析。此外，为避免客户产生厌烦与反感，情况性问题必须适可而止的发问。

2.然后，营销人员会以难题性问题（problems questions）（如你的保障够吗？对目前所使用产品满意吗？…）来探索客户隐藏的需求，使客户透露出所面临的问题、困难与不满足，由技巧性的接触来引起准保户的兴趣，进而营造主导权使客户发现明确的需求。

3.其次，营销人员会转问隐喻性问题（implication questions ）使客户感受到隐藏性需求的重要与急迫性，由从业人员列出各种线索以维持准客户的兴趣，并刺激其购买欲望。

2、区域营销人员在去对应城市拜访客户之前要提交拜访计划给区域经理，经区域经理同意才可出差。销售人员每周六之前将自己在本周在本周的工作情况汇总成文档形式提交给区域经理，其中必须包括拜访客户公司名称，拜访人姓名，职位，谈话内容以及取得成效，竞争对手相关信息等资料，不得随意编造，否者不批相关费用报销。

3、营销人员在每个月的5号之前将自己的出差费用报销发票贴好，交给区域经理签字批准后统一寄回给公司。必须要有相应的正规发票，不得用其它不想干发票“滥竽充数”，一旦发现不予报销。

4、营销人员开发出来的任何客户都是公司客户，无条件接受公司重新分配，一切要以公司利益为上，不得利用公司资源谋私人福利。一旦发现有违背此条，视情节轻重做出警告以至开除的惩罚。

5、团队内部要团结一致，互相帮助，严格遵守区域划分界限，不得垮区域开发客户，特殊情况必须报区域经理批准方可，禁止“先斩后奏”行为。

6、销售人员作为公司的形象代表，在与客户交往的过程中必须要对自己进行严格要求，注意自己的言行举止得体、衣着打扮干净整洁，不做任何对公司形象有损的事情。

五，所需公司支持：

区域市场能否成功开发以及销售指标能够顺利完成，除了营销人员在前线的冲锋陷阵，公司方面的有力支持也是至关重要的。华东市场作为全国粘合剂市场容量最大，利润率最高的市场，其竞争的惨烈也可想而知。因此，希望公司在以下几个方面能给予积极全面的支持，

1，营销费用的支持，要让马儿跑就不能让马儿为草担心。所以我希望公司能够在前两个月给予业余人员出差费用（住宿费，车费，电话费，公关费）的全额实报实销，每月每人不超过5000元，之后根据销售量酌情增减。并且准予业务员在下派区域市场之前向公司预借一定额度的费用（3000左右），时候根据实际报销费用多退少补。另外因为本次出差外省的营销人员自身都没有太多的资金可以垫支，所以希望公司对于外省市场的报销费用尽量能在收到报销发票后的三个工作日内审核完毕并给予报销。

2，产品价格的支持，要想成功进入一个新兴市场，必须首先攻克当地业界具备一定影响力的大型客户，找到切入点以后才能以点带面充分发挥其杠杠效应，撬动整个市场。因此在面临此种类型的客户的时候，一定会出现客户强烈要求我们提供其大客户的优惠价格，希望公司在定价基础上适当考虑对此种客户给予一定幅度的优惠。

3，产品供应及物流的支持，在客户和供应商合作的初期，往往是供应商没有太多话语权的时候，所以在这段时间我们务必要保证供货的稳定和交货期的正常。

4，业务方式支持，对于攻克某些重要客户发生的公关费用，以及佣金等方面，希望公司政策能够给予灵活支持。

在公司领导高屋建瓴的战略规划和倾力支持下，本区域全体营销人员将竭尽全力，充分发挥集体智慧，坚决执行公司整体营销战略方针，努力完成全年销售目标任务。

区域销售的工作计划篇5

新的一年，制定良好且有效的工作计划对于今后的发展起着很重要的作用，既不浪费时间和精力，同时也能改善自身的一些不足，提高自己对客户的沟通能力，促使工作开展顺利。

增强责任感，增强服务意识，增强团队意识。积极主动把工作做到点上，落到实处。明确自己的工作职责，遇到问题要及时分析问题，解决问题，服从上级的安排。

在此我订立了工作计划，以便自己在新的一年里有更大的进步和成绩。

一、产品市场分析

1、广告光源一直是外贸的主推方向，灯帘、灯条、灯管、模组、超薄灯箱都比较有优势，很多的产品的价格已经比之前的低了很多。今后还需要多做一些产品优势的对比文档，产品案例分许与应用，让客户更加了解我们的产品。

2、商业照明灯具由于价格比较高，很多国外客户基本不能接受。但还是需要更多的了解产品，多做优势对比文档，寻找优质高端客户。

3、高端产品就需要寻找优质客户。目标客户定位在美国、迪拜、日本等国家。积极运用不同的搜索引擎寻找客户，不能只依赖阿里巴巴，。

二、对日后工作的安排

1、在开发客户这方面，可适当的改变策略，增加在免费平台上和商业网站上发布供应信息;参加一些展会;尝试用国外的本地搜索引擎。以寻找目标市场的商业网站、行业协会网站、商会网站及产品专业网站为方向，了解并联系目标市场知名度高销售网络庞大的进口商。

2、在和客户沟通这方面，很重要的一点是确保提供给客户的信息是正确并能达到的的。当客户没下单前，了解客户的性质(是中间商还是最终使用者)，达到知己知彼。在客户下单后，需及时向客户汇报交期，询问是否仍有询价、

3、发货后，可在客户收到货一周后追踪产品的质量反馈，如有问题，首先要明确自己对于这个事件的态度，同时要及时帮客户解决问题，

4、在追踪客户这方面，适时发邮件向客户问候并询问是否有采购计划，每次追踪问候都需不一样，换个方式问。备忘客户的一些重大节日和生日，在这些有纪念意义的日子里送上自己的一份祝福，给客户心底留下一个亲切的印象。

三、20xx销售目标

明年的销售目标最基本的是做到月月有进帐的单子，争取2~3个大订单，向年销售额60万进军。根据自己制定的任务，把任务根据具体情况分解到每个季度、每月、每周、每日，在不断归纳总结吸取教训的基础上提高销售业绩。

1、年销售目标：60万。

2、月销售目标：5万。

①现有已成交客户8个，争取明年争取更多的订单，保证成交量在10万以上;

②优化阿里巴巴网站，收更多的询盘，积极跟进客户，争取成交量在10万以上;

③搜索引擎营销，比如google,bing等国际搜索引擎上的搜索，争取成交量在10万以上;④国际展会、交流会，提前做好宣传资料及产品报价资料的详尽文件图片，寻找更多的客户;⑤重点参考之前成功案例分析有效的营销途径和方式方法。

四、明年对自己有以下要求

1、做好每天的工作记录，避免遗忘重要事项。做好客户的跟踪，对客户的联系进度及时记录，对以往与客户相互间发送的技术及报价资料要归类整理好，以便随时联系。与外贸的同事一起总结，周一小结，每月一大结，看看有哪些工作上的失误，及时改正下次不要再犯。

2、接触客户之前要多查、了解顾客所在的公司的主要产品，不要千篇一律的回复邮件。以便判断客户的需要和问题，然后针对顾客的需要和问题，提出建设性的意见。如提出能够增加顾客销售量或能够使顾客节省费用、增加利润的方法。向客户做出建设性意见，会更有利于赢得客户的好感，这样可以给客户留下良好的印象，有利于长期接触。了解市场需求，客户需求，争取“按照客户需要提供定制服务”

3、对客户不能有隐瞒和欺骗，这样才会有长远的客户。在有些问题上你和客户是一致的。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。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，先卖信誉后卖产品，让客户相信我们的工作实力，才能更好的完成任务。

以上就是我这一年的工作计划，工作中总会有各种各样的困难，我会向领导请示，向同事探讨，共同努力克服。要有好业绩就得加强业务学习，开拓视野，丰富知识，不断学习行业新知识，新产品，为客户带来实用的资讯，更好为客户服务。

区域销售的工作计划篇6

20xx年很快就要过去了，20xx年即将到来。为将20xx年的销售工作做得更好，特拟定了以下20xx年个人销售工作计划书，希望使来年工作更上一层楼。

在一年中，通过市场部全体员工共同的努力，使我们公司的产品知名度上升，在河南市场上渐渐被客户所熟识，良好的售后服务加上优良的产品品质获得了客户的一致好评，也取得了宝贵的销售经验和一些成功的客户案例。这是我认为我们做的比较好的方面，但在其他方面在工作中我们做法还是存在很大的问题。特对个人销售工作计划分析如下：

下面是公司20xx年销售情况：

从上面的销售业绩上看，我们的工作做的不是很好。在河南市场上，xx产品品牌众多，由于比较早的进入河南市场，xx产品价格混乱，这对于我们开展市场造成很大的压力。

客观上的一些因素虽然存在，在工作中其他的一些做法也有很大的问题，主要表现在：

1)销售工作最基本的客户访问量太少。市场部是今年四月中旬开始工作的，在开始工作倒现在有记载的客户访问记录有xx个，加上没有记录的概括为xx个，八个月xx天的时间，总体计算三个销售人员一天拜访的客户量xx个。从上面的数字上看我们基本的访问客户工作没有做好。

2)沟通不够深入。销售人员在与客户沟通的过程中，不能把我们公司产品的情况十分清晰的传达给客户，了解客户的真正想法和意图;对客户提出的某项建议不能做出迅速的反应。在传达产品信息时不知道客户对我们的产品有几分了解或接受的什么程度，洛阳迅及汽车运输有限公司就是一个明显的例子。

3)工作没有一个明确的目标和详细的计划。销售人员没有养成一个写个人工作总结和计划的习惯，销售工作处于放任自流的状态，从而引发销售工作没有一个统一的管理，工作时间没有合理的分配，工作局面混乱等各种不良的后果。

4)新业务的开拓不够，业务增长小，个别业务员的工作责任心和工作计划性不强，业务能力还有待提高。

市场分析

现在河南xx市场品牌很多，但主要也就是那几家公司，现在我们公司的产品从产品质量，功能上属于上等的产品。在价格上是卖得偏高的价位，在本年销售产品过程中，牵涉问题最多的就是产品的价格。有几个因为价格而丢单的客户，面对小型的客户，价格不是太别重要的问题，但面对采购数量比较多时，客户对产品的价位时非常敏感的。在明年的销售工作中我认为产品的价格做一下适当的浮动，这样可以促进销售人员去销售。

在郑州区域，因为xx市场首先从郑州开始的，所以郑州市场时竞争非常激烈的市场。签于我们公司进入市场比较晚，产品的知名度与价格都没有什么优势，在郑州开拓市场压力很大，所以我们把主要的市场放在地区市上，那里的市场竞争相对的来说要比郑州小一点。外界因素减少了，加上我们的销售人员的灵活性，我相信我们做的比原来更好。

区域销售的工作计划篇7

20xx年全年计划销售70万盒，力争100万盒，需要对市场问题进行必要的分析，对进行更细致的划分，并进行必要的工作指导和要求。

一、目前医药市场分析：

目前在全国基本上进行了点的销售网络建设，但因为零售价格过低，18.00元/盒，平均销售价格在xx.74元，共货价格在3—3.60元，相当于19—23扣，部分地区的零售价格在17.10元/盒，因为为新品牌，需要进行大量的开发工作，而折合到单位盒的利润空间过小，造成了代理商业或业务员不愿意投入而没有进行必要的市场拓展。

经过与业务员的大量，业务员缺乏对公司的信赖，主要原因是公司管理表面简单，实际复杂，加上地区经理的感情及不合适的沟通措辞其他相关因素，造成了心理上的压力，害怕投入后市场进行新的划分、或市场的失控，造成冲货、窜货的发生，不愿意进行市场投入，将变为情感的销售，实际上，因为低利润的原因，这样的情况将可能持续到每个市场的`润利润在10000以后才有所改变。

如果强制性的进行市场的划分，因为公司没有进行必要的投入、更没有工资、费用的支持，加上产品的单一、目前利润很少，并没有让业务员形成对公司的依赖、销售代表对公司也没有无忠实度，势必造成市场竞争的混乱，相互的恶意竞争，不仅不能拓展市场，更可能会使市场畏缩。

二、营销手段的分析：

所有经营活动必须有一个统一的营销模式，而不是所谓的放任自流，凭借代理商的主观能动性去把握和操作市场，因为产品价格定位、产品用途的定位、同类产品的竞争分析等综合因素的考虑，更不可能期望于业务员替换单盒利润空间大的某个产品，事实上也是如此，与我来公司的前提出的以0tc、以农村市场为目标市场的市场销售定位为主、以会议营销实现网络的组建和管理，迅速提高市场的占有率。而依据业务员的自觉性来任其发展，公司只能听凭市场的自然发展，失去主动性。

三、公司的支持方面分析：

到目前为止，公司对市场支持工作基本上为0，而所有新产品进行市场开拓期，没有哪个企业没有进行市场的适当投入，因为目前医药市场的相对透明，市场开拓费用的逐步增加，销售代表在考虑风险的同时，更在考虑资金投入的收益和产出比例，如果在相同投入、而产出比例悬殊过大，代表对其的忠实度也过底。而比较成功的企业无疑在新产品进入市场前期进行必要的支持与投入。

四、管理方面分析：

新业务员及绝大部分业务员对公司管理存在较大的怀疑，几乎所有人的感觉是企业没有实力、没有中外合资企业的基本管理流程，甚至彼此感觉缺乏信任、没有安全感。

企业发展的三大要素之一是人力资本的充分发挥、组织行为的绝对统一、企业文化对员工的吸引及绝对的凝聚力。

管理的绝对公平和公正、信息反馈的处理速度和能力的机制的健全。而目前公司在管理问题上基本还是凭借主观的臆断而处理问题。

区域销售的工作计划篇8

要求公司做好如下的工作：

一、目标明确：

所有销售都是为公司服务，所有员工都是企业的资源，销售活动是为企业发展服务。无论销售公司的什么产品，都是属于公司。而全部的网络、人员本身就是公司的资源，应该充分利用此资源，进行整体营销售及管理。

二、分工仔细：

既然已经成立了营销售中心，应该将整个业务转移到，所有合同的管理、合同的审查、货款的催收、商业档案收集及管理、发货的确定等等，乐山只能作为特殊合同的审批、和后勤保障工作。没有哪个企业销售中心根本不知道详细的发货情况、销售情况、回款情况的，这无论对市场的信息反馈还是市场控制都不利，营销中心对市场的决策主要信息为各种销售数据，如果失去这些数据，营销中心失去意义。

因此，具体要求为：

1、的智能：负责全部的销售工作，乐山应该将全部的信息反馈直接转交到，进行必要的信息处理，而不是出现许多乐山事先进行处理、处理不下来后再让处理的局面，让业务员失去对企业的信任度。

2、乐山的智能：提供每天的销售信息，发货、回款信息，应该严格管理，对重大合同实现审批。只能作为后勤保障和问题的最终决断处理。

三、具体的要与安排：

1、召开一次全国地区经理会议，规定统一的市场运做模式，加强业务员对企业的信心，提高对企业的凝聚能力。

2、要求对市场进行细分、进行招商、招聘，费用有公司采取用药品冲抵的，减少公司现金的支出。

3、继续加大对市场的保护，要求统一销售价格。加大对市场的支持力度。

4、加强对合同和商业的管理。

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！