

# 如何保证年度销售计划的达成

主讲：李临春

**课程简介：**一个好的计划是成功的开始，娃哈哈集团作为国内最大的快消品公司，每年销售计划的完成率在国内是首屈一指的。李临春老师任职娃哈哈集团期间，曾连续十年参与制定集团年度销售计划，并主导制定自己所管理的省分公司、产品事业部年度销售计划；对年度销售计划的制定和执行中的管控有独到的见解。

本课程李临春老师结合自身十多年一线销售经验与多年集团总部管理经验，深度剖析并借鉴娃哈哈集团年度销售计划制定并高效执行的成功之道，一定能给您的销售工作带来帮助。

**课程目标：**1、如何分解销售目标；

2、执行目标的手段；

**培训对象：**总经理、销售总监、市场总监、大区经理等高级销售管理人员

**培训课时：**两天（12个课时）

**培训大纲：**

## 前 言

- 年度销售计划是流程化、制度化重要环节
- 年度计划要核控的指标及计划制定的时机
- 计划反复修改的必要性
- 老板与高管的共识度越高，计划执行起来就越顺利
- 好的计划是用来执行的，一定要可行

## 第一篇 概要

- 壹、 目标管理的由来
- 贰、 目标管理的意义
- 参、 2014年销售情况回顾

## 第二篇 销售目标的制定与分解

- 一、 销售目标的设定
  - 目标任务：目标提出的依据
  - 任务参考：人口、行政区划
  - 目标分解：将目标分解到最小单位
- 二、 分销网络的规划
  - 经销商网路规划的目标
  - 历史参考数据
  - 家均销售额、家均覆盖人口

- 完成任务所需要的经销商、二批商、终端数量

### 三、人员定编

- 定编体现销售效率
- 年收入激励框架
- 工资、奖金、年终奖、社保金的公式设计
- 差旅费核控额度

### 四、年度费用政策的制定和分解

- 广告策略及费用率
- 促销策略及费用率
- 商超及陈列费
- 售点导购及费用
- 促销品的选择与费用比率

### 伍、产品策略

- 新品策略
- 价差体系
- 利润测算
- 高开策略

### 六、产供销流程的改造

- 产、供、销决定整体效益，是间接成本和效率的关键所在
- 产、供、销中存在的问题
- 控制节点的改造与管控

## 第三篇 目标计划实施方案

### 一、目标管理

- 目标实施的方法
- 目标实施的标准

### 二、目标执行——人的作用

- 任务一定要到每一个定编的人员和经销商；
- 每个成员对目标任务的确认和承诺
- 每个成员的收入都应与业绩挂钩（计算公式）；
- 重视过程管理（巧用例会与通报管理技巧）
- 善用年度合同调整销售网络结构
- 费用核控技巧

### 参、平衡产能和销售淡旺季

- “产能最大化的利用”是与同行业竞争的秘密武器
- 填平销售的低谷，你就赢了一半
- 将计划执行到底，赢在计划、赢在执行！

---

## 第四篇 目标管理

- 一、目标管理的理论基础
- 二、PDCA循环管理法
- 三、目标管理五要素
- 四、目标管理稽核体系
- 五、奖惩制度的建立与执行