# 市场部的工作总结

来源：网络 作者：倾听心灵 更新时间：2025-02-17

*市场部的工作总结（精选13篇）市场部的工作总结 篇1 在这一年里，公司成立初期市场部需要不断完善管理制度，加强市场环境的调研，为步入高速发展的快车道，实现更快的效益增长做好准备。 对于市场部来说，全面提升管理水平，与公司同步发展，既是一种压...*

市场部的工作总结（精选13篇）

市场部的工作总结 篇1

在这一年里，公司成立初期市场部需要不断完善管理制度，加强市场环境的调研，为步入高速发展的快车道，实现更快的效益增长做好准备。

对于市场部来说，全面提升管理水平，与公司同步发展，既是一种压力，又是一种动力。为了完成公司的总体经营管理目标，市场部特制订20\_年工作计划如下。

一、 销售网络管理

1. 建立直接操作关系

市场部是负责公司销售网络建设与维护、信息收集处理工作的职能部门，接受董事长的领导。市场部销售人员与各区域市场开发之间是一种直接接触的关系，即在销售网络建设、维护、信息处理方面直接进行操作，并承担销售网络工作的任务。

2.人员配置：

(1) 销售、统计管理员： 内勤统计管理员1名，分管产品销售及产品进销存统计，兼任加工进销存统计。

(2) 市场开发助理：省外市场开发助理1名, 分管省外市场的销售，兼任物料取样和调度工作。

3. 强化人员素质培训

6月份前完成对市场部销售、统计管理员和市场开发助理的招聘和培训，使20\_年市场部在人员素质方面有充分的保障。

4. 加大人员考核力度

在人员配置、资源保证、业绩考核等方面对销售网络建立和维护实施细则规定。建立市场部考核制度，并根据实际情况和存在的问题，有针对性地加以分析和研究，以督促其在短期内按规定建立和健全销售管理的工作。

5. 动态管理市场网络

市场部长根据市场开发助理提供的市场信息、项目规模、信息达成率、三项指标对市场部成员进行定期的动态评估。销售、统计管理员和市场开发助理应结合相互收集资料进行细致地分析，确定其通过帮助后业绩增长的可能性。进一步加强销售的管理，在销售的完整性、及时性、有效性和保密性等方面更上一层楼。

6. 加强市场调研

以市场开发助理提供的销售信息和公司在外省的业务进展情况，将以专人对各区域贵金属业务的发展现状和潜在的发展趋势，进行充分的市场调研。通过调研获取第一手资料，为公司在各区域的机构设置合理和公司在开拓新的市场方面作好参谋。

二、 品牌推广

1、为进一步打响公司品牌，扩大公司的市场占有率，20\_年初步考虑参加几个品牌推广会和贵金属年会，以宣传和扩大公司的品牌，扩大销售信息网络，创造更大市场空间，从而为实现销售任务奠定坚实的市场基础。

2、在完成重点或大型的招标项目之际，邀请有关部门参加公司举办的庆功活动，用大型贵金属招标或大额订单实例展示和宣传公司品牌，显示公司在行业中技术、业绩占据一流水平的事实，树立贵金属行业中典范作用和领导地位，使宣传工作达到事半功倍的效果。

3、进一步做好广告、资料等方面的宣传工作。在网络和知名贵金属网页作宣传或广告，展示公司实力;及时制作公司新的业绩和宣传资料，发放到各商家手中，尽可能地提升品牌推广的深度和力度。

4、加强和业内人员接触，学习相关贵金属专业知识和素质教育工作，树立良好的公司员工形象和企业文化内涵，给每一位商家与公司人员接触的人都能够留下美好而深刻的印象，从而对公司有更清晰和深层次的认识。

三、 客户接待

客人接待工作仍是市场部工作的重点之一。做好客人接待工作是业务接洽的必要的提前和基础。如何保质保量地做好客人接待工作是市场部必须进行认真研究和探讨的重要课题。表面上看

起来接待工作比较简单，但实质上客户接待是一门十分深奥的学问。不去深入地研究和探讨就不能让该项工作做得完善。因此，市场部要在方法上、步骤上、细节上下一番功夫。为了既少花钱，又不影响接待效果，需要更多地了解客人的生活阅历、为人禀性、处事方式、兴趣爱好、饮食习惯、办事风格、企业价值取向、管理理念、产品特色、行业地位等等。仔细研究分析和琢磨推敲日程的安排，让每一位客人在最短时间内对公司有全面的、清晰的、有一定深度的了解，对公司的产品表现出最大限度的认同感，对公司的管理模式和企业文化产生足够的兴趣。把长期地、坚持不懈地认真对待每一批客人和每一客人，使他们对公司的接待工作满意作为市场部每一个接待工作人员的准则。从而以此来提高项目跟踪的成功率和降低商务谈判的难度，达到提高企业经济效益的根本目的。为此市场部20\_年着重抓好以下几方面的工作：

1、 督促全体人员始终以热诚为原则，有礼有节地做好各方面客人的接待工作，确保接待效果。

2、 在确保客户接待效果的提前下，将尽可能地节省接待费用，以降低公司的整体经营成本，提高公司利润水平。

3、 继续做好来访客户的接待档案管理工作，将潜在顾客和合同顾客的档案分类保存，准确掌握项目进程，处促成项目业务。

四、 内部管理

1、严格实施“一切按认真管理，一切按程序操作，一切用数据说话，一次就把工作做好”战略，使市场部逐步成为执行型的团队。

2、 进一步严格按照公司和营销系统所规定的各项要求，开展本部门的各项工作管理，努力提高管理水平。

3、充分发挥本部门各岗位人员的工作积极性和主动能动性，强调其工作中的过程控制和最终效果。提高他们的工作责任性和工作质量。严格按照相应的岗位职责实行考核制。

4、一切从公司大局出发，强调营销体系一盘棋。积极做好营销系统各部门之间的联系与协调工作，从而提高营销系统整体战斗力，为完成20\_年的营销目标做好最优质的服务工作。

5、 配合董事长搞好营销系统的日常行政管理。主动为各部门做好协调工作。创造更加良好的企业文化氛围和工作环境。

市场部的工作总结 篇2

尊敬的各位领导、各位同事：您们好!

首先，我仅代表市场部全体员工给大家拜个晚年。祝全体同仁在新的一年中，合作愉快，万事如意!

我于\_\_\_进入市场部，并于\_\_\_被任命市场部主管，和公司一起度过了两年的岁月，现在我将这期间的工作做个汇报，恳请大家对我的工作多提宝贵的意见和建议。

我市场部主要是以电话业务为主、网络为辅助开展工作。前期就是通过我们打出去的每一个电话，来寻找意向客户。为建立信任的关系，与每个客户进行交流、沟通。让其从心底感觉到我们无论何时都是在为他们服务，是以帮助他们为主，本着“我们能做到的就一定去做，我们能协调的尽量去做”的原则来开展工作。这样，在业务工作基本完成的情况下，不仅满足他们的需求，得到我们应得的利益。而且通过我们的产品，我们的服务赢得他们的信任。取得下次合作的机会。就像春节前后，我部门员工将工作衔接的非常好，丝毫不受外界因素的干扰，就能做到处在某个特殊阶段就能做好这一阶段的事情，不管是客户追踪还是服务，依然能够坚持用心、用品质去做。20\_年的工作及任务已经确定。所有的计划都已经落实，严格按照计划之内的事情去做这是必然的。相信即便是在以后的过程中遇到问题，我们也会选择用最快的速度和最好的方式来解决。

市场部工作总结篇四

年终考评即将开始，根据今日传媒市场部年度考评规定，考评主要依据为工作业绩考评及主观评价考评，为使年终考评顺利进行，同时制定并明确20\_年工作方向及重点，需要市场部各人员按照以下三部分内容完成各自的总结及20\_年工作目标，以下三部分内容也将作为考评中主观评价部分的重要考评依据。

请市场部所有人员于20\_年12月20日前按要求完成。

第一部分： 20\_年绩效总结：

总要求：根据20\_年工作计划，就20\_年自己的工作岗位，工作职责，工作计划的完成情况进行分析总结。

具体要求以及需要总结的内容：

1、详细说明自己所担任岗位的具体职责，自己岗位在公司运营发展中所起到的作用，以及自己岗位所应承担的具体工作内容;

2、根据20\_年初自己制定的具体工作计划内容，尽量以数字量化总结本年度对工作计划完成的情况;

3、对工作计划与实际完成情况的差异进行总结，对于未达到目标计划的工作分析原因，并做出改善方法以期在20\_年能够达到目标。对于达到或超过目标计划的工作请分析是否具有更多增长的空间以及相应的方法;

4、举例说明自己在20\_年的工作当中取得的最令自己满意的成绩(一件或多件)，其中有哪些值得发扬及借鉴的经验;

5、举例说明自己在20\_年工作当中经历的困难和问题，这些困难及问题是否已经解决，解决的方法是什么。是否仍有其他的困难及问题的存在，你打算如何解决。

第二部分 ：20\_年工作目标设定：

总要求：针对市场部20\_年硬性销售、发行目标，以及网站维护发展，发行渠道的拓展维护，知名度拓展，业务支持为核心制定详细的工作计划及完成手段。

具体计划，请注意设定以下smart 5要素：

1. s——specific, 目标设定要具体

2. m——measurable,目标要可以量化，要可以用数字考量。

3. a——achievable or attainable目标要高，但要可达成。

4. r——relevant, 要和自己在公司的工作相关联。

5. t——time-bound, 要有时间限制，就是有计划的行动时间表，要有完

成时限。

业务人员须提供内容：

? 销售及发行硬性计划目标：

广告销售计划目标：万;

发行销售计划目标：万;

直投点新增计划目标：至少个;

发行业务人员：1、根据20\_年发行销售目标万，以月度为单位制定销售计划。

计划包括：月度完成销售数额目标，销售重点方向及方法，对销售方

法制定明确的执行日程表;

2、根据20\_年直投发行点新增至少个的开拓目标，以月度为单位制

定直投点开拓计划。

计划包括：每周、每月增加直投点的数量，开拓直投点的计划方法，

对直投点开拓计划制定明确的执行日程表;

广告业务人员：根据20\_年广告销售目标万，以月度为单位制定销售计划。计

划包括：月度完成销售数额目标，销售重点方向及方法，对销售方法

制定明确的执行日程表;

职员须提供内容：

? 针对直投渠道协助维护、定期检查，网站维护发展，知名度拓展，业务支持

为核心制定详细的工作计划及完成手段。

根据20\_年各自分工，以上述内容为核心，分别制定日常工作列表、月度工作计划和完成时限(包括：计划工作内容、实施起止时间);

第三部分： 20\_年个人发展计划：

主要要求：个人发展目标，不是年度工作计划或业绩目标，是自己个人在公司中长期发展的目标及意愿。个人的发展目标需结合公司的发展需求，既自己在为公司发展尽职的同时，对自己的职业发展规划。

一、必选部分：

1、 今后2年中，自己在公司中是否有岗位发展目标或负责工作发展变更方

向。

2、 如果有发展目标及方向，请阐述自己目前现状和发展目标之间的差距，

并为缩小差距制定行动计划，计划中的目标要具体，有量化指标，具有可行性，与公司的发展相关联，并有明确的行动时间安排。在缩小与目标的差距过程中，希望公司能够提供哪些方面的培训及相关支持。

3、 如果没有明确的发展目标和方向，请针对自己目前岗位的工作内容对公

司的运营发展所起到的作用进行阐述，并分析目前工作内容是否还有改进的空间。

二、选作部分：

1、 对本部门、公司、产品、网站的发展提个人意见建议或制定目标，意见

要有建设性。

2、 其它自己认为可以代表个人发展的目标和建议。

市场部的工作总结 篇3

一、目前市场部现状分析

我认为，市场部工作应该是分析市场、研究市场、总结市场规律，具体进行市场开发工作。对市场工作则主要进行工作业绩的考核。医院市场部在某种程度上等同于企业的销售部。而作为营销人员应该具备什么样的基本素质呢?形象要端正，市场意思强，沟通能力、应变能力强，能够吃苦，有比较好的团队合作精神等。而从事医疗营销的市场人员，个人基本要求更高。

医院市场部目前做了哪些工作呢?发传单、挂户外牌、以及进行车套广告的维护等。挂多少牌?做多少车套广告?以及内容如何组织，设计等?更大程度上应该是策划人员的宣传工作。而执行这些工作，更多的是要求体力活(很多单位是将类似工作直接交给广告公司来完成的)。本院的具体挂户外牌等工作，交给几个身手敏捷的人，应该可以搞定。

市场部是否能够正常运转?能开展有效的市场开发工作?决定于医院制定的市场思路、市场开发人员基本的素质高低和市场部管理水平等。如果说策划工作要求的是有创意，求新，侧重于文字表达能力、平面设计能力等方面，是点对面的宣传工作;那么市场工作则基本上是根据市场开发工作的需要，侧重于公关能力、沟通能力等方面，是进行点对点的宣传工作;工作本身更多的要

求市场人员较高的个人素质，以及较好的工作主动性、自觉性等方面。如果市场人员总是等着别人来安排其工作，同时其又不能很好的与人沟通，那么这样的市场人员原本就不合格。

一般单位用人，是因为“岗位”而选择“人”、用“人”;而我们现在的市场部工作是因“人”而设置“岗位”。如此，市场部工作怎么开展?市场部的业绩考核如何进行?

二、本院市场部的工作职能描述

1、调查市场、分析市场、总结市场规律，制定市场开发工作方向。

①、通过适当方式深入市场调查，分析、总结市场规律;

②、及时收集本医院病人信息，进行客观统计分析，找准市场方向。

上述工作，一是为了更好的明确市场工作方向，二是检验市场工作的业绩。当然，对医院策划部来说，也有必要进行市场分析工作。

2、适当的时候，进行医院全员营销培训，逐步提高医院整体营销水平。

医疗服务营销，不同于有形产品的营销。产品营销，可能是与生产者关系不大的工作;而医疗服务过程是病人来医院后的具体医疗行为，涉及到医疗服务的各环节，联系到提供医疗服务的所有医务人员。如何让病人来医院接受比较满意的医疗服务，自然就涉及到相关医务人

员的营销观念，以及具体的营销行为。

提高我医院医务人员的营销意思、营销水平，进行医院内部的营销培训工作、营销工作，有时候更重要。

3、客服工作。

规范医疗服务，根据医院实际情况进行一定程度的客服工作，提高医院现有客户的满意度，忠诚度，促进医院的良好口碑，从而促进医院的经济效益。客户服务工作也是销售工作配套的惯例。

这同时也是全体医务人员共同的工作。

三、明确工作职能，有计划的有效率的进行市场开发工作

1、通过举办系列活动进行市场开发

①、策划、组织、举办各种活动：如大学生青春期健康讲座活动(女大学生人流总是比较多)，针对农村市场的大型免费体检活动，以及其他各种公益活动等;

策划、组织、举办各种公益活动，对市场人员要求的素质更多。工作本身涉及到市场人员对相关政府职能部的公关能力，以及有效举行活动的执行能力，活

动效果的分析、统计能力。

年后计划在湛江各高校，以及各级各类职业技术学院，有计划、有目的开展青春期健康讲座活动。为此，市场部还需要配备一名健康讲座人员。活动能成功

进行，既是医院形象、医院品牌的进一步推广，也可以直接促进医院经济效益。

年后计划针对湛江农村市场，做进一步的市

场开发活动。主要以乡镇、甚至有代表性的村为单位，组织一定规模的免费体检活动，或者专题讲座活动，进而

发现病人，从而直接带来医院的经济效益。

适时组织、安排周边社区相关工作。

②、活动类人员要求：大专以上文化程度，医学类、市场营销类相关专业毕业，25岁以上，性别不限，沟通能力强，工作态度端正，团队意思强，从事市场开

发工作一年以上，有医药、医疗器械，医疗市场开发工作经验优先。

待遇：底薪1000+提成

工作计划：市场部安排2人专门负责此项工作的实施。

工作考核：按照计划开展活动的次数，以及开展活动的效果。

2、转诊类业务工作

①、工作性质

一方面是针对大的医疗机构的转诊业务，主要是大的医疗机构的收费高而病人相对承受不起的病人。这一块操作的可能性不大，因为我医院的收费也不低。

另一方面主要是针对小的诊所，门诊机构，大小药店等进行转诊业务工作。我院以前的转诊活动不大成功，我们更多的应该从自身找原因。什么样的人合适做转诊市场的开发?转诊患者的接待程序以及个性化的服务要求等等?以及我们对转诊医务人员的劳务报酬及时合理支付等问题。如果把转诊开发行为仅仅当成是下个通知给对方，以为通知到了就行了，其效

果就自然不理想。至少，开展转诊业务工作要强调两点：市场人员良好的沟通能力，以及对转诊病人提供个性化的服务能力。为了取得客户的信任，有些客户还要有计划的多次拜访。

②、转诊类人员要求：文化程度高中以上，年龄30岁左右，女性优先，沟通能力强，有兴趣从事医疗市场开发工作。

待遇：底薪1200元+提成

工作计划：市场部安排2——3人，专门负责此项工作。工作范围也主要以湛江市区，近郊区的范围来开展。早期，转诊市场拓展范围求远、求广，目前不适合医院的客观基础。

工作考核：每月转诊断病人数基本要求4个，主要是针对妇科、男科、肛肠科患者;每月总计少一个患者，当月底薪扣200元，依此类推;每月总计超一个患者，当月奖励100元，依此类推。

市场部的工作总结 篇4

对我来讲这个月的工作是难忘、印记最深的一个月。工作地点、环境的转换，还有工作思想、方法等一系列的适应与调整，压力却带给了我前进的号角，累中也融进了收获的快乐。在公司领导的支持下，在同事之间的密切配合下，爱岗敬业，恪尽职守，我们都较好地完成了自己的本职工作和领导交下来的各项工作。我将自己一个月来的表现、细想和行动总结如下：

一、工作表现

每天外出见客户时强化自身形象，提高自身素质，对自己坚持严格要求， 不要因为自己一个人一片天地就懒惰，忘记工作，忘记自己的工作职责和工作任务。我们对工作要心中有度，有责任。对待客户一定要以诚相待，办事处的工作最大的规律就是“无规律”，因此，我要正确认识自身的工作和价值，正确处理工作中的苦与乐，得与失、坚持甘于奉献、诚实敬业，特别在业务锤炼过程中一定要有总结和反省，当日工作当日毕，业务讲效率，公司可能养闲人，但是不希望闲人是我。所以一定要努力，一定要学习，争取早日突破有成绩，经过这么长时间的学习和锻炼，我在工作上已经取得一定的进步。

二、工作态度

工作态度要严于律已，不断加强自己作风建设。到公司以来我对自身严格要求，始终把耐得平淡、舍得付出、默默无闻作为自己的准则。作风是公司一个形象问题，不能因为个人原因让客户说广源的作风有问题，把广源当成是自己的家，荣辱与共。在工作中要用自己的行动规范自己的一切言行。努力强化自己专业知识，做好各项客户服务工作。坚持跟踪的原则，对每个客户都要跟踪有结果，努力提高沟通水平。在这一个月里，虽然遇到不少的困难，但是只要积极想办法去解决，思想乐观，还是可以学到很多知识。

三、工作行程

这一个月来，我做了大量的工作，虽然暂时还没有取得成绩，但是我会一直努力，相信自己的成绩会好起来，由于公司对我们福建市场的重视，还特意派汽车协作办事处的工作，让我们在工作上，业务上自信了很多，汽车到目前为止跟我跑了四天业务，一路从莆田到福清到福州的路线走的，路线也是我一路好的，基本没有多绕路，跑了大概十九家公司，可能路线和地址都不是很熟悉，所以在当中还有部分客户没有拜访，但是效果很不错，达到预期效果，有三家既然与张经理撞车，有七家现在是我的意向客户。 我将继续努力跟踪和进行沟通，争取在下个月出成绩，对自己，对公司也是一种微妙的回报。现在也有两家基本上在口头上答应下个月左右定货。此时我不能松懈，越是关键时刻越是决定得失的时候。所以货没有出去还不是笑的时候，也许只是才开始。

四、下一步和展望

下一步工作我将继续跟踪目前的意向客户，直到跟到有结果为止，要对有针对性厂家进行攻克，多去拜访，多沟通。然后根据资料联系新客户找到主事人，慢慢伸张，在自己能够把握局势的情况下进行扩张，稳步求进求发展。

以上是我个人体会和设想，我将全身心的投入到市场工作中。

市场部的工作总结 篇5

现就本人所管理的片区杭州市场及大区后勤从\_\_年初至今工作进展情况，所存在问题，及下一步工作开展向公司做以汇报。

一、杭州市场部经营情况

今年初至今，在公司效益经营方针指导下，我部根据片区网点实际经营情况，对片区亏损网点进行调整，撤场等大力度处理，已经裁撤了八家网点，在撤场同时，又有效开发了五家网点。新开网点遵循了公司效益，谨慎、详细调整，准确判断和预估的指导要求，力争把经营风险在前期控制在最低，因此新开店基本都略有赢利。现杭州市场实际经营网点为46家，销售额从5月份以前的35万左右递增到现在的月产出55万左右，递增率为57%左右，市场的实际经营效益也在逐步改善和提高。

二、杭州市场部管理现状

片区管理分工明确，各片区业务能针对片区经营情况对工作主次分明，有条不紊地开展，在回款、客情维护、促销员管理、促销活动开展等基本能执行到位，业务开展有分工，有协作。我本人除了加强网络管理，把工作重点放在信息收集和新网点开发上。

三、大区后勤管理情况

1、 仓库

经过一段时间的消化和调整，大区仓库包场淘汰品牌所沉淀的库存，公司主动淘汰品牌所形成库存。品牌质量不稳定所形成的库存。在公司协调下，兄弟市场上海，台州的帮助下，大区内部嘉兴。湖州共同努力下，已经消化了前期沉淀的大部分库存和即期品。仓库库存额由年初的将近200万控制在120万左右。

2、 品牌梳理

经过调整和消化，开始逐渐形成适合本区域销售的品牌架构

3、 司机、财务等其它后勤人员基本尽职尽责，各司其职，完成本职工作和公司交办的事项。

四、存在问题及分析

1、大客户大包袱，\_\_年12月份包场的连锁超市禹倡供销经营至今，平均投入产出比60%多，费用占整个市场40%多，成了市场效益经营的大包袱。

原因有以下几个方面：a、金融危机有一点点b、禹倡有一家店周边菜场搬迁造成下滑c、迪彩、大宝、牙博士等在该系统畅销的单品不能持续有效跟进d、品牌调整导致部分顾客流失e促销员心态和积极性。整改措施，由于我们签的是两年的包场合同，已经进行了有效沟通，客户已答应第二年合作不受原合同约束，可以重新谈，今年的合作因为是门店承包制，利润和费用已分配下去，因此费用调整空间没有，但是销售提高因素在a迪彩、牙博士重新导入b该系统每年下半年都是传统旺季c促销活动跟进。

2、其它几个亏损小网点已积极沟通，用撤货来终止亏损。

3、多品牌调整负担重，给货源管理和市场销售工作带来很大工作量和压力，由于品牌引进和淘汰频繁，造成品牌顾客忠诚度降低及促销工作积极性受到影响，因此建议公司，梳理形成稳定的品牌架构、制定品牌淘汰和引入的机制。

4、即期品存在和处理，即期品存在已久，已经成为影响公司效益的一个因素，即期品形成原因：a、不合理要货b一线促销人员和业务人员重视不够c季节性产品要货不合理d质量不稳定品牌e仓库人员没有培训和可以依据的一般操作手册和标准，因此,建议公司在仓库的陈列,货品的发放和管理,季节性产品的备货,即期品管理和处理，产品报损处理制订一套操作手册，让每一位仓管有可遵循基本依据，而不是每人按自己想法管理。

市场部的工作总结 篇6

转眼已经到了11年7月份，根据自身的实际情况，我对自己11年上半年工作做出了评定和总结，提出了需要改进的地方以及解决方法。

一、岗位职责

作为公司市场部督导这一职位，我在工作上有很多不到位的地方，没有使用好公司下发的考核标准。做事总是想到哪做到哪儿，工作没有合理的计划和总结，没有正确的工作方法。工作起来比较麻木，总是急于解决问题，做不到冷静的思考问题，没有合理的解决问题根本策略和方法。

解决方法：拟定一个属于自己的工作流程，每天按照此流程来展开工作(对每一项事情的了解和问题的处理都设有时间的限制)，这也就是被迫提高工作效率。经过一段时间的磨合，相信自己在工作方法上会有所改进，并且工作效率也会有所提升。

二、业务情况

20\_年在公司业务方面，得到了小部分的成果，但其中也有很多是鉴于公司同事们的帮助和鼓励。我们的军团军规中有这么一句，当你进入一家讲究实效的公司，请用你的业绩说话。

在工作中总会提醒自己：所有出现的问题只有自己解决，等到别人的只有参考的意见和鼓励的话语，凡事全部需要自己才能解决，没有任何人来帮助你完成它。这样自己的依赖性就不会那么强，所有的问题只有自己去寻找解决方法。再苦再累，只有你的业绩才能证明你的能力，其它所有的只是空谈。

三、团队协作

上半年工作中总结出：现在的公司只有较强的个人能力是不行的，拥有公司的团队协作精神才是最为重要的。再强的个人永远比不上一支优秀的团队。目前团队的建设将成为下半年度的工作计划。在团队中我总是教导我的管理者，必须做到以身作则，严格要求自己。店铺的管理者需要的是解决问题的方法，而不是我们帮助他们解决问题。对于如何培养员工：只要员工犯的不是原则性问题，我们基本以引导和教导为主。员工不是被骂成才，她们同样也需要赞美和鼓励的话语，多给信心。

四、存在问题

1. 自我学习力不够，总是需要鞭策

2. 工作还有潜力没有全部发挥，需要改进工作方法

3. 对于平时的培训及会议记录是有，但只是流于形式，没有最后的总结，采用和实施

五、解决方法

1.合理地安排自己的学习时间，没有特别重要的事情，不可打乱学习计划

2.给自己制定工作流程，不断改进工作方法，学习优秀的人是如何有效地安排自己的工作时间，利用好五项管理

3.在培训和会议之后学会总结和分析，分析出自己目前的工作问题，总结出自己如何更好的执行和布置工作。在实施之前做好充足的准备，将计划详细，实施的时候就比较轻松。

以上就是我对20\_年上半年的工作总结，在工作总结中分析出自己工作中存在的各种问题，对下半年的工作计划和目标有很大的帮助。接下来我会认真执行下半年的工作，为自己的目标而努力!

市场部的工作总结 篇7

20--年，我们公司市场部根据总公司的安排与部署，在省公司下达的规定指标基础上，充分挖掘潜力，层层分解任务，强化业务管理，以人为本，注重人员培训，加强业绩考核，到-月份为止，全市业务收入—万元，总排名全省跃居第-位，宽带业务增加—户，普通电话添增—户，取得了良好的业绩，现将20--年工作总结如下：

一、市场部还采取各种措施，向县区公司推广新业务、新产品

-月份以会代训，召集各县区营销、营业骨干针对产品资费进行培训及讨论，并归纳出现存问题，从而找出适合本地的资费套餐。—月份根据市场竞争情况向省公司申请了包月资费套餐，在全市组织推广。-月份组织各县区管理人员、主管人员、维护人员，参加省公司培训，学习业务理论、营销策划，对业务推广有很好的指导意义。

二、基础管理方面

落实了营业账款稽核、退费和拆机明细核查、虚假用户拆机、清理长期欠费、客户资料整理、资源整理、装维材料和终端管理等一系列基础管理工作，有效的避免了业务收入和成本的流失。

从-月份开始，市场部按照内控流程要求，调整了原来对县区公司进行周稽核的制度，改为日稽核、周稽核、月稽核并行，每月尽量安排对县公司-级稽核情况现场核查。对每周稽核情况进行通报，对不符合要求的做法通报批评，每月月底—级稽核员共同对全区现金流实收应收进行稽核，起到了很好的效果。我公司现金流差额连续-年在全省属于情况最好地市之一，没有因现金流差额影响考核收入。

为确保不因支撑系统错误操作影响收入，市场部安排支撑中心每天对每个县区拆机、退费明细都进行核查，严格封堵每个漏洞。

今年市场部接手物料管理以来，在网络部的大力支持下改进了管理方式，把出入库明细账与支撑中心每天的经营日报装、拆机数量相对照，使物料管理形成闭环。为实现终端回收、重复利用，要求县区公司对宽带、话吧、有人值守公话新装机用户都收取押金。鼓励县区公司在发展新用户时引导用户使用回收的终端。对终端故障在保修期内的用户更换回收终端，严格杜绝以旧换新。通过这些措施的执行，有效控制了浪费现象。

三、绩效考核方面

改进绩效考核计算方法，从多方面入手促进保存量、激增量，提高业务收入。

自-月份省公司绩效考核办法草稿下发，市场部开始与上级市场部沟通如何进行续费率和流失率-项考核指标的计算。在多次探讨未果的情况下，市场部根据公司领导要求和本公司实际情况，制定了考核用户拆机、双停、单停、零费用用户续费等一系列考核方法。引导县区公司对上述用户高度重视，通过每天逐户核查，基本上堵住了客户流失的漏洞，对长期零费用用户的激活也起到了很好的效果。既节省了资源，又提高了收入，另一方面节省了业务发展费用。

四、存在的问题和困难

1、由于20--年集中精力理顺基础资料管理，在营销策划、业务宣传、市场调研、人员培训等方面比较薄弱，造成对县区公司业务发展支持不够。

2、由于省公司系统准备升级，我公司很多报表需求无法满足，计算绩效考核指标、分析经营数据给市公司和县区支撑部门带来很大工作量。

五、20--年市场部需改进和提高的地方

一、加强市场调研：定期到县区进行现场办公，与营销、营业、装维、管理人员进行座谈。深入市场，了解用户使用情况和需求。在发展较好的县区总结成功营销案例进行推广;帮助发展较差的县区查找不足、解决困难。

二、加强营销策划和业务宣传：通过了解市场竞争情况制定灵活有效的营销措施，对每阶段重点发展业务制定切实可行的宣传和营销步骤，及时反馈和分析营销结果，适时调整营销思路，改变目前业务发展的低效状态。

三、加强人员培训：定期进行营销、营业、装维、管理人员培训，将营销思路、管理方法、业务资讯直接灌输到一线员工，提高骨干员工的传帮带作用，切实提高员工素质和工作效率。

四、继续加强基础管理工作：继续加强欠费管理、营业稽核、资源管理、装维材料和终端管理。组织市场部主管定期到县区公司调研，与负责人进行沟通，发现不足并继续改进。

市场部的工作总结 篇8

本人于20\_\_年9月2日成为我公司员工，转眼已三个多月，在领导们的帮助培养和同事们的关心支持下，我逐渐适应了工作。

回顾三个多月的试用期工作，感觉收获良多。

现将三个多月来的学习工作情况向领导汇报

在这三个多月中，加入我公司市场部，学习掌握了基本的公司运营，市场拓展方面知识，熟悉了我公司的工作环境。同时也稍稍接触了我公司好产品网站的项目活动，懂得了协调部门内部与其他部门之间的合作关系。

为我更好的投入工作打下了良好基础，使我对我公司的业务技能也有了初步了解，有了一些心得体会。负责收集、整理、统计政府招投标信息数据，并填制各类相关表格。

协助市场部经理处理部门一些日常事务，汇总部门成员工作小结，统一汇报领导。跟随市场部同事拜访客户，努力完成销售任务。

来到公司后，公司浓厚的学习氛围深深的感染着我。使我认识到必须注重自学，结合工作实际，不断学习政治理论、业务知识和社会知识，用先进的政治理论武装头脑，用精良的业务知识提升能力，以广博的社会知识拓展视野。

作为一个初到工作岗位的新人，对市场部各类业务拓展工作的熟悉还有相当一段距离，对工作实务也了解甚少。

不足之处还是很多的，这就更加督促我需要不断的学习，努力跟上前辈们的步伐，在今后的工作中，我要通过锻炼毅力、发掘潜力、自加压力、激发动力，争取更好的做好本职工作。

市场部的工作总结 篇9

学院办公室市场开发20\_\_年个人工作总结

20\_\_年在弹指一挥间悄悄逝去，蓦然回首时唯有对过去的总结，对新一年的憧憬和期待…

一、思想方面

首先能够从it业进入教育界发展，实现了我人生新的价值和飞跃。虽然短短不到3个月的工作，却让我每天都能凌越不同的高度。在我们跨入21世纪这个信息时代的时候，或许没有人会知道变化之快，竞争之残。只有不断学习，不断进取的人才能适应这个社会，才有资格与别人竞争。因此于我而言，世界上没有比脚更长的路径，我在知识的殿堂里游弋，汲取更多的养分，提升我的能力，拓宽我的知识面。古训教导：业精于勤而慌于嬉，亦有司马光为求学报国而警枕的佳话，作为新中国的朝阳，在精力、生命力最旺盛的时候，我们没有理由不勤奋，本着干一行精一行的原则，秉承勤奋的优良传统，我相信明天的太阳将更灿烂，明天的事业将更辉煌!

良药苦口。在工作、生活中我也注意听取每一位老师的建议，三人行必有我师。

二、工作方面

1、工作概括

到目前为止也取得了一点点的成绩，现在“全国信息技术人才培训基地”已经基本落实，只是等待下一步协议的签订及具体的实施细节。可以说从一开始工作到现在进入角色，其间的点点滴滴离不开我对网络学院，对自身优势的了解和掌握。首先，纵观陕西培训市场的总体情况，多数培训部都是由私人主办，虽然积极响应了国家重点进行职业技能教育，培养高，精，尖技能型人才的号召，但是却没有先进的办学思路与足够的竞争优势，用漂浮在水面上的浮萍来作比，应该不为过。掌握了这样的情况，理清思路之后，我从另外一个侧面进行了转换。学院办学相对于西安市场上目前比较火的其他培训中心而言，具有一定竞争性，但是文科类院校的教育背景和从来没有做过it培训的缺憾是我们最大的弱点。因此综合以上情况，让我的思路柳暗花明，那就是像我们新中国一样，走出一条具有自己特色的培训之路来，充分发挥自身优势将学历教育与非学历教育有机结合。前期的铺垫就是信息产业部的认证，一旦申请下来，希望立即进入实施阶段，为下一步做出自己的品牌奠定基础。往往it培训是理工类院校的强项，对于文科类院校而言可望不可及，这样的海市蜃楼希望能够在我们师大网络学院全体教职员工的共同努力下成为现实。

2、工作绩效

在10月10日这个吉利的具有象征性的日子里，我正式成为网络学院的一员，从事非学历教育市场的开拓与运做。在岁末将我的工作情况做如下小结：

前期市场调研与宣传资料的草拟与确定。春天是一年之始，良好的开端是成功的一半，虽然适逢金秋，而春天也早已过去，但是非学历培训的春天刚刚来临，所以前期的准备、市场定位、宣传工作特别重要。用了将近20天的时间进行彩页文的梳理及彩页版面的设计，方案基本得到了院领导的认可，在彩页定下来以后我就开始与各授课老师接触并洽谈教学事宜，在11月25号晚上通过与吴振强老师的沟通交谈，我开始意识到自己的想法又出现了不足，自从11月26号参加了计算机科学院的“陕西省信息技术人才培养基地”挂牌仪式后，我开始意识到我们也必须寻求一个权威部门的合作，以谋求权威的认证及技术的支持(当然最重要的是借助权威部门的影响力发展我们自身的非学历教育体系)。在这期间我与sun公司、信息产业部、niit、上海autc、劳动保障部等单位及部门都进行了沟通及合作事宜的洽谈。最后我选择了niit和信息产业部电子教育中心两家进一步合作培训的洽谈工作，这两家的合作洽谈事宜我是同时进行的，其中niit看了我们的“1+\_型教育体验计划”后非常愿意与我们进行合作，到现在一直在催着要与我们签订协议。但是考虑到在我们国家计算机方面，信息产业部是我们的权威部门。所以我一直努力与信息产业部的洽谈，争取获得“全国信息技术人才培训基地”的申办权。通过多次的通话及交流现在他们已经允许我们申办“全国信息技术人才培训基地”的申请，现在信息产业部电子教育中心已将授权协议传给我们学院，下一步就是有待协议的签订及具体方案的实施。

回顾过去的这几个月，我的思想，能力有了很大的提升，也让我对天道酬勤这一至理名言有了深刻的体悟。人永远不能只满足于一个高度，要勤奋学习，勤奋思考，勤学好问攀登更高的山峰。做事情也是一样，只有不断地去想，去问，去了解才能越做越好。所以我会继续努力，以初生牛犊不畏虎的热情和干劲做好每一天的工作。也希望院领导多给予支持和教导。

三、个人能力方面

要是给我一次机会的话，我会给自己在工作方面的失误与不足找个很好的借口，要是再给我一次机会让我去选择是否要这样做的话，我会选择永远不可能这样做。因为一个人只有勇于正视自己的弱点，发现自己的不足，接受别人的批评，才会不断进步。

个人不足：考虑问题不周到、不全面，在实际的实施过程中往往有很多事情并不是我们想象的那样一帆风顺、顺其自然。其中会有很多我们意想不到的事情发生，所以我在以后的考虑问题中将需要采用更理性的头脑去分析问题。多与领导及同事交流不应一意孤行，多接受别人的长处、观点将其糅合对自己的方案来进行补充和完善。

我相信有信心不一定会赢，但是没有信心一定会输;有行动不一定会成功，但是没有行动一定会失败。我希望在以后工作中能够得到院领导的大力支持与帮助，我也会再接再厉再创辉煌

市场部的工作总结 篇10

回想一个月来，思考成熟很多，感慨万千，收获亦多。 忙的很充实并收获也很多，累但是很快乐。对我来讲这个月的工作是难忘、印记最深的一个月。工作地点、环境的转换，还有工作思想、方法等一系列的适应与调整，压力却带给了我前进的号角，累中也融进了收获的快乐。在公司领导的支持下，在同事之间的密切配合下，爱岗敬业，恪尽职守，我们都较好地完成了自己的本职工作和领导交下来的各项工作。我将自己一个月来的表现、细想和行动总结如下：

一、工作表现

每天外出见客户时强化自身形象，提高自身素质，对自己坚持严格要求， 不要因为自己一个人一片天地就懒惰，忘记工作，忘记自己的工作职责和工作任务。我们对工作要心中有度，有责任。对待客户一定要以诚相待，办事处的工作最大的规律就是 无规律 ，因此，我要正确认识自身的工作和价值，正确处理工作中的苦与乐，得与失、坚持甘于奉献、诚实敬业，特别在业务锤炼过程中一定要有总结和反省，当日工作当日毕，业务讲效率，公司可能养闲人，但是不希望闲人是我。所以一定要努力，一定要学习，争取早日突破有成绩，经过这么长时间的学习和锻炼，我在工作上已经取得一定的进步。

二、工作态度

工作态度要严于律已，不断加强自己作风建设。到公司以来我对自身严格要求，始终把耐得平淡、舍得付出、默默无闻作为自己的准则。作风是公司一个形象问题，不能因为个人原因让客户说广源的作风有问题，把广源当成是自己的家，荣辱与共。在工作中要用自己的行动规范自己的一切言行。努力强化自己专业知识，做好各项客户服务工作。坚持跟踪的原则，对每个客户都要跟踪有结果，努力提高沟通水平。在这一个月里，虽然遇到不少的困难，但是只要积极想办法去解决，思想乐观，还是可以学到很多知识。

三、工作行程

这一个月来，我做了大量的工作，虽然暂时还没有取得成绩，但是我会一直努力，相信自己的成绩会好起来，由于公司对我们福建市场的重视，还特意派汽车协作办事处的工作，让我们在工作上，业务上自信了很多，汽车到目前为止跟我跑了四天业务，一路从莆田到福清到福州的路线走的，路线也是我一路计划好的，基本没有多绕路，跑了大概十九家公司，可能路线和地址都不是很熟悉，所以在计划当中还有部分客户没有拜访，但是效果很不错，达到预期效果，有三家既然与张经理撞车，有七家现在是我的意向客户。 我将继续努力跟踪和进行沟通，争取在下个月出成绩，对自己，对公司也是一种微妙的回报。现在也有两家基本上在口头上答应下个月左右定货。此时我不能松懈，越是关键时刻越是决定得失的时候。所以货没有出去还不是笑的时候，也许只是才开始。

四、下一步工作计划和展望

下一步工作我将继续跟踪目前的意向客户，直到跟到有结果为止，要对有针对性厂家进行攻克，多去拜访，多沟通。然后根据资料联系新客户找到主事人，慢慢伸张，在自己能够把握局势的情况下进行扩张，稳步求进求发展。 以上是我个人体会和设想，我将全身心的投入到市场工作中。

市场部的工作总结 篇11

1、转诊类市场人员

①、市场人员提前将要转诊的患者情况告知市场部主管，通知市场内勤以及医院导医人员，进行转诊断患者的初步信息统计。

②、病人来医院时候，由我院导医人员进行转诊患者的确认，并确认患者姓名、疾病、主治医生等情况，形成书面材料。

③、病人出院后，由市场部内勤配合医院财务人员进行该患者医疗费用的统计，并计算业务员个人提成等。

④、提成以及劳务费，按照医院统一规定发放。

2、活动类等市场人员的业绩确认过程，同上。

活动类提成按照医疗消费总费用的6%进行，由具体开展活动的联系人、执行人、以及健康讲师等按照一定比例分配。

六、院外协作人员的劳务费等具体支付办法

1、支付比例：按照医疗总费用的20%;

2、支付时间：原则上每月一次，月底支付;

3、支付方式：原则上以直接打到对方的银行卡上为主要方式;

4、支付时间、支付方式有特殊要求的，另商议执行。原则上，以及时的准确的送达给对方为基本要求，以维护医院的信用。

5、在医院举办优惠活动期间，如果转诊患者在医院享受了不同程度的医疗优惠服务后，那么相关劳务费、业务员提成比例则根据实际情况来定。

6、如发现市场部工作人员不及时、不准确的支付相关劳务费者，除追究相关责任以外，一律解聘。

7、这里所指的劳务费用是指针对于转诊业务的一些必须的费用支出。协作人员主要指大小诊所，药店的工作人员。

七、市场部工作规定

1、市场部人员根据自己的工作性质，自己书面计划安排自己的工作，一周至少一次，并交给市场部主管审批。

2、市场人员工作进展情况，至少一周书面汇报一次，并交给市场部主管审查。

3、无书面工作计划、无书面工作汇报者，按照当周旷工处理。

4、转诊类工作人员、活动类工作人员，原则上以在外面开展相关工作为主，每天早上九点后即可离开医院按照计划开展自己的相关工作。不得无故在办公室逗留。必要的工作交流除外。

5、市场开发人员应注意自身的形象，工作时间不得影响、干扰其他科室人员的正常工作。低调做人，认真做事。

6、针对业绩突出的市场人员，可以给予特别的自由工作时间。除此外，任何人不能享受特殊待遇。

7、业绩考核是市场人员最主要的考核。想尽一切办法提高个人业绩，提高市场部的业绩。没有业绩的人，业绩不好的人，一律按照不能胜任市场工作对待、处理。

8、市场人员应不断的加强自身的学习，不断的提高自己的业务能力。要清楚的认识到，业务能力的提高，除了理论水平的学习外，更多的是在实践中进行锻炼、进步。不说空话，大话，要培养自己良好的个人形象。

9、适当的时候，市场部内部可以开展多种方式的业务交流，业务培训等活动。

10、市场部所有工作人员有接受市场部主管工作安排、工作检查等责任。

市场部的工作总结 篇12

每逢年底，“总结过去，规划未来”对国人来讲，已经成了比“春晚”还“春晚”，比“饺子”还“饺子”的保留项目。本文以工业品市场部为例给大家作一个简单的剖析~

工业品市场部要对年终总结予以足够的重视——这不仅仅仅是因为工业品市场部需要将工作业绩提交给公司检视和评价，更重要的是：这是工业品市场部回顾和检讨自己工作得失、用心与公司决策层沟通市场发展方向和策略的一次重大机会。

通常，市场部的工作总结要包括如下5大要点：

一、概述：上年度工作状况回顾

1、目标完成状况：比较年初设定目标和岗位职责描述，来说明部门工作完成状况。

2、取得最大成绩：提出工作亮点，在过去一年的工作中所取得的突破性项目进展。

3、面临最大挑战：提出工作难点，并说明目前的进展和需要哪些协调和帮忙。

二、详述：主要项目成果简报

全面回顾过去一年的工作项目，将取得的成果分门别类进行汇报，最好能够用数字说话、

用实例说话，避免空洞的文字性描述。

1、企划：主要从①市场营销计划、方案和策略;②产品线规划、产品整体完善、新产品上市策划;③市场调研、销售和渠道数据分析;④企业和产品资质的完善与升级等四个方面来进行总结。

2、设计：主要从VI系统完善的角度，对公司宣传册、样本册、产品包装、出厂文件、说明书、展品和礼品设计与制作、企业网站与内刊维护与运营、市场物料管理等做出量化的总结。

3、公关：主要侧重一年里所策划、组织、参加的公关和会务活动的总结，阐明这些公关活动对提升公司在业界品牌影响力所发挥的作用。

4、媒介：对工业品市场部来讲，主要可分为平面媒体和网络媒体两个方面来总结：

(1)平面媒体：总结合作期刊杂志概况及发布平面广告、组织专题采访和发表专题文章的状况。

(2)网络营销：提交公司主要关键词在主要搜索引擎的排行数据;报告网络营销系统的建设和维护状况;统计发布新闻通讯、公司和产品简介等信息的状况。

5、客户：主要从①客户关系管理系统的建设与维护;②销售人员培训与支持;③渠道系统建设与完善三个方面来进行总结。

6、其他。

三、评价：知得失，明方向

1、主要突破和可获得的经验：回顾上一个工作年度，无论从部门管理到具体业务的运作，都会有新的体验和收获，认真总结，慷慨分享。

2、主要不足和可改善的思路：工业品市场部的工作种类繁多、部门交叉合作频繁、费时费力，难免有不足。“知错能改，善莫大焉”——如能用心发现不足，寻求领导和同事帮忙，将能不断迈上新台阶。

四、展望：新年度工作思路和方向

1、部门目标：总结过去是认识自我现状的过程，我们对工业品市场部的认知就是远景蓝图，结合企业资源状况，做出发展规划，部门在下一年的目标就已经跃然纸上了。

2、业务提升与改善：紧盯远期发展规划，对下一年需要做出突破和取得重要进展的业务重点阐述，并提出解决思路和发展方案。

3、部门成长与员工培训：部门的成长离不开员工素质的不断提升，配合未来市场部工作开展需要，提出员工发展规划。

五、预算：主要市场活动与项目预算

市场部是“花钱”的部门几乎已是众所周知——花钱是表象，“为什么花钱?怎样花钱?”才是工业品市场部体现其专业性的关键。

市场部的工作总结 篇13

20\_年已经过半，回首这半年里我部主要围绕市场网点建设、渠道疏通、网点优化和人员能力提升等几个

方面展开工作。刚成立起来的拓展部在很多地方还不是很完善;业务人员成长速度较慢;人员协作还不够默契;人员配备也还没有到位。拓展部面对着各种困难与挑战，通过半年的努力下来却没有取得理想的成绩，现将上半年拓展部工作总结和下半年工作计划如下：一、拓展部人员情况：

拓展部编制为：拓展部经理1人，业务代表5人

拓展部实际配备人员为：拓展部经理1人，业务代表3人(其中两人暂时没有开发能力)。二、拓展部上半年主要业绩及完成情况：(上半年市场总费用:23996.5元)

客户开发任务：110客户开发实际数量：24(合同)16(无合同)客户开发完成率：35%客户整改任务： 150客户整改实际数量：3客户整改完成率：2%搜集到的意向客户：116家

搜集到的整改意向客户：8 家三、拓展部主要工作回顾：

20\_年上半年拓展部主要工作包括以下几个方面：

1、 竞品信息的搜集

在上半年里拓展部一共组织了两次集体性的竞争品牌政策信息搜集，完善了公司对竞争品系的统计，同是也提高了拓展部对内衣行业的认识和对成都各代理商的认识，过程中也学习到了同行业务人员的业务经验。

2、 四川地区各城市网点建设

从年初至今拓展部拜访了全川各市、县80%以上的终端客户并建立了良好的关系,目前与各地的强势终端商保持着紧密的联系。 3、疏通销售渠道，重新规划市场。

根据市场上的客户分布情况、客户类型和销售现状，进行了重新的梳理。和分销商建立了良好的合作关系，并对分销商重新明确了分销区域和分销渠道，指出了渠道销售思路、方法和业务人员管理方案。提出了公司对分销商的人员配置、物质资源配置、区域年度销售任务、产品陈列标准等等要求。4、 优化终端销售网点

对川内各终端销售网点合理的取舍并进行整改，引导终端商经营思路、加深终端商和我公司的合作关系，对终端店面合理的店面规划增加我公司产品的陈列面积和陈列数量;合理的向公司老客户引荐我公司产品，使公司产品在每一个终端网点销售最大化。5、 拓展部规范化管理的推进

为了提升拓展部的竞争能力，配合公司相关部门争取拓展部规范化管理，重新对拓展部运作流程和日常工作流程进行了规范，为以后工作效率的提升奠定了基础。 6、樱姿娜保暖招商

配合公司销售部的樱姿娜保暖招商会，搜索式的走访邀请了川内内衣销售终端;并协助销售部召开保暖招商会，做好了招商会的后勤保障。 7、提升业务人员业务能力

根据拓展部内部人员能力的不同，针对性的展开了会议培训。以不同的方式训练业务人员业务能力、总结能力、分析能力和谈判能力。

四、工作中以及团队中存在的主要问题：

1. 市场人员素质和业务能力有待提高

本年度上半年拓展部部因业务拓展的需要共新招员工2名，因缺少业务经验、企业文化及相关的岗位培训，致使在拜访客户时由于自己的不专业，给客户反映了错误的信息，对公司声誉造成了一定的影响。

2.市场拓展费用偏高

虽然市场拓展工作取得了一些成绩，但同时使公司市场拓展费用也创下了历史新高，同比我们的竞争对手，在销售费用率方面，我们没有把握好。3.计划能力偏弱

市场拓展计划在执行过程中屡次变动，致使一线市场人员不知所从，或多或少的干扰了正常的市场推广活动。

五、主要应对措施

1.加强内部市场人员的培训和训练

拓展部计划在下半年里重点加强对部门内人员和新进人员的培训，提升拓展部的市场拓展竞争能力，培养拓展部人员的整体素质。 2.加强预算管理

强化拓展部内部审核制度，确保市场拓展费用的降低。 3.组织计划管理与执行方面的培训

拓展部通过组织计划管理与执行方面的培训，增强拓展部管理人员的计划管理能力，同时强化基层市场人员的执行能力。

六、下半年工作计划： 一、 工作重点阐述

在过去的半年中，经过我公司同仁的共同努力，市场拓展工作取得了一定的成果，市场占有率也有一定的提高。但是在具体的市场推广过程中，也存在着一定的问题，需要在下半年的工作中加以改进和完善。

拓展部根据上半年市场拓展取得的成绩和公司实际情况以及拓展部的现有资源，综合竞争对手的销售情况，拟定下半年工作目标如下：

1、市场开发率达到30%进入行业前三甲; 2、 网点整改率达到20% 3、 客户开发数量达到89家 二、支持与辅助工作

为了弥补上半年工作中的不足，并更好地完成本年度工作目标，近期应做好如下工作。 (一)统一思想、明确责任

拓展部计划于7月1日～10日组织岗位技能训练，主要目的如下： 1、使拓展部工作人员明确公司总体市场策略，统一思想认识;

2、让市场人员从“事务型的办公室职能”里解脱出来，真正赋予市场部战略规划、策略制定、市场调研、客户开发等基本的岗位职能;

3、树立以客户需求为中心的市场开发意识，展开影响力市场开发，从而减少不必要的市场开发费用。 (二)驻点营销、贴近市场

从下半年开始市场人员将分批、分阶段到各个区域销售市场驻点，以便于贴近市场，更好地完成市场拓展工作。拓展部驻点人员需要完成以下几方面的工作：

1、搜集竞争品牌产品和活动信息，捕获市场消费需求结合行业发展趋势提出公司新品项的市场开发思路;2、通过全面的市场调研，发现市场机会点，并有针对性地拿出市场提升方案;3、指导市场做好终端销售网点标准化建设，推动市场健康稳定发展;4、及时、全面的宣传贯彻公司政策

5、 有针对性地制定并组织实施促销活动方案，对市场促销、费用及政策的使用情况进行核查与落实，发现情况及时予以上报处理。

6、在市场实践中搜集整理亮点案例，重点总结出方法和经验，及时推荐并市场复制等。 (三)充实成员，完善组织

随着公司业务的不断拓展，拓展部人员明显超负荷运转以致上半年度工作效率不高，因此，下半年市场部计

划增强如下岗位的人员配备：区域业务经理：3名ka业务经理：1名销售文员：1名 三、重点工作安排 1.品牌推广

公司品牌经过多年的市场运作，已具备了一定竞争优势，为了能够迅速有效的扩大公司知名度和我们公司产品的市场份额，并使产品品牌获得长久的发展，我们将以公司的发展战略为核心，从产品的品牌形象、产品定位、市场网络建设、市场推广等四个方面系统规划品牌推广策略。(1)品牌形象

为了树立公司产品品牌在消费者心目中的形象，建议公司采用影射品牌推广战略，通过品牌不同的战略定位，完成细分市场的目标。 (2)产品定位

通过细分品牌，可以根据每个品牌市场定位的不同，分别进行产品定位，进而确定有竞争力的政策和支持策略。例如，我们的“露蒂诗“品牌产品的定位是中高端消费者，那么在政策和后期支持上就必须能够体现其与众不同的“身份”;而“珠密琪”、“莲娜姬”品牌产品的定位是中层消费者，在政策上要做到比同类产品更具开发优势。

2.销售网络建设

销售渠道是我公司的无形资产，也是我们相比与其他竞争对手最大的竞争优势，多年的市场运作，我公司已经基本建立了从一线城市到二线城市的销售网络渠道，但是随着广大农村市场的不断开发，我公司的销售终端已日益不能满足需要，因而强化从三级城市到农村聚集区的销售网络建设将作为拓展部今后三年的主要工作目标。3.市场推广

(1)积极利用公司在川内的影响力和内部宣传网站及各种招聘网站宣传企业及品牌。(2)积极参加川内行业会议、行业展览会、行业招商会及时宣传展示公司与产品。 (3)利用多种形式与终端商开展促销活动，促进产品销量。

四、工作进度

五、市场费用预算

以上是我对上半年工作的一些想法，当然，拓展部任务没能完成主要责任在我，主要是由于我市场工作能力的不足和不够努力造成的。通过上班那的工作我们取得了一些经验教训，为我们做好今后的拓展部工作几类了经验，同事上半年的工作也为下半年的市场工作进行了铺垫，打下了一定的基础。

为了弥补上半年工作的不足，完成全能的任务指标，下半年就要求我们要加倍的努力，争取将上半年的损失弥补回来，我们做好了目前正在洽谈的工作和意向客户保持良好的沟通，同事积极寻找新的终端客户，认真分析市场、规划市场、加强自身学习提高市场营销能力。

本文档由范文网【dddot.com】收集整理，更多优质范文文档请移步dddot.com站内查找