# 产品创新营销总结

来源：网络 作者：夜幕降临 更新时间：2024-10-02

*产品创新营销总结优秀5篇时间过得真快，一段时间的工作已经告一段落了，回顾这段时间的工作，一定有许多的艰难困苦，制定一份工作总结吧。但是却发现不知道该写些什么，以下是小编整理的产品创新营销总结，欢迎大家借鉴与参考!产品创新营销总结精选篇120...*

产品创新营销总结优秀5篇

时间过得真快，一段时间的工作已经告一段落了，回顾这段时间的工作，一定有许多的艰难困苦，制定一份工作总结吧。但是却发现不知道该写些什么，以下是小编整理的产品创新营销总结，欢迎大家借鉴与参考!

**产品创新营销总结精选篇1**

20\_\_年已经过去了，在上个月底我们公司也开了一年的销售会议，公司领导在会议上也做了一年的工作总结，给我们更深的了解了我们公司一年来的工作情况，还总结了一些经验供我们分享。所以在这会议之后，领导要求我们也来给自己一年的工作做个人总结，希望通过总结我们能够更好的认识自己和向优秀的同事学习经验，从而更好的开展20\_\_年的工作。

现在我对我这一年来的工作心得和感受总结如下：

一、塌实做事，认真履行本职工作

首先自己能从产品知识入手，在了解技术知识的同时认真分析市场信息并适时制定营销方案，及时的跟进客户并对客户资料进行分析，其次自己经常同其他业务员勤沟通、勤交流，分析市场情况、存在问题及应对方案，以求共同提高。

二、做好客户联系工作

要经常开发新客户同时要不断的对手中的客户进行归类，把最有可能用到我们产品的客户作为重要的客户，把近期有项目的客户作为重点跟进客户，并根据他们的需求量来分配拜访次数。力求把单子促成，从而达到销售的目的。

分析客户的同时，必须建立自己的客户群。根据我们产品的特点来找对客户群体是成功的关键。在这一年来我手中所成交的客户里面，有好几个都是对该行业不是很了解，也就是在这个行业上刚刚起步，技术比较薄弱，单子也比较小，但是成功率比较高，价格也可以做得高些。像这样的客户就可以列入主要客户群体里。他们一般都是从别的相关行业转行的或者是新成立接监控项目的部门的，因为他们有这方面的客户资源，有发展的前景，所以如果能维护好这部分客户，往后他们走的量也是比较可观的。

每天主动积极的拜访客户，并确保拜访质量，回来后要认真分析信息和总结工作情况，并做好第二天的工作计划。拜访客户是销售的基础，没有拜访就没有销售，而且因为人与人都是有感情的，只有跟客户之间建立了感情基础，提高客户对我们的信任度之后方有机会销售产品给他们。

主动协助客户做工作，比如帮忙查找资料，帮忙做方案，做预算，这都是让客户对我们增加信任度的方式之一，也是推我们产品给他们的机会。即使当时没有能立刻成交，但是他们会一直记得你的功劳的，往后有用到的都会主动找到我们的。

三、做好售后服务

不管是多好的产品都会有次品，都会有各种各样的问题出现，如此售后就显得尤其重要，做好售后是维护客情的重要手段，是形成再次销售的关键。当客户反应一个问题到我们这里来的时候，我们要第一时间向客户详细了解情况，并尽量找出问题的所在，如果找不出原因的，也不要着急，先稳定客户的情绪，安慰客户，然后再承诺一定能帮他解决问题，让他放心，再把问题跟公司的技术人员反应，然后再找出解决的方案。

在我成交的客户里，有反应出现问题的也不少，但是经过协调和帮忙解决以后，大多客户都对我们的服务感到很满意。很多都立刻表示要继续合作，有项目有需要采购的都立刻跟我们联系。

四、坚持学习

人要不断的学习才能进步。首先要学习我们的新产品，我们的产品知识要过关；其次是学习沟通技巧来提高自身的业务能力；再有时间还可以学习一些同行的产品特点，并跟我们的作个比较，从而能了解到我们产品的优势，从而做到在客户面前扬长避短。

五、多了解行业信息

了解我们的竞争对手我们的同行，了解现在市场上做得比较好的产品，了解行业里的相关政策，这些都是一个优秀的业务员必须时刻都要关心的问题。只有了解了外面的世界才不会成为坐井观天的青蛙，才能对手中掌握的信息做出正确的判断，遇到问题才能随机应变。

六、20\_\_年的计划

在20\_\_年销售总结会议上，我的数据跟同部门的同事\_\_的数据差距很大，她20\_\_年的销售额是15万多，回款是8万多，而我只有两万多的销售额，远远的落后了，所以我要在20\_\_年迎头赶上。虽然她比我早一段时间进公司，但是大家面对的同一个市场，手中也是同样多的客户，这之间的差距只有人与人之间的差距，往后我要多向她和其他同事学习销售技巧，要努力提高自己的销售量，争取赶上他们。我要给自己定一个明确的目标，在后20\_\_年里争取做到15万，即每个月要做3万左右。同时要制定一个销售计划，并把任务分配到手中的客户里面，大方向从行业分，小到每一个客户。这样才能每天都明确的知道自己的任务，才能明确自己拜访客户的目的，提高拜访的质量。由于我20\_\_年工作计划做得不详细，拜访客户比较盲目，对产品也不是特别熟悉，以至销量比较少，所有在20\_\_年要改变办法，要努力提高销量，要努力完成公司分配的任务。

最后我要感谢我们的领导和我们同事在20\_\_年对我工作的支持和帮助，希望往后通过大家一起努力，让我们能够在20\_\_年再创佳绩。

**产品创新营销总结精选篇2**

一、营销战略目标：

抢占市场份额，构建营销体系，打造行业品牌，增加净额利润。

二、营销思路：

1、捆绑销售，通过与房地产开发商、商业银行、知名室内装修设计公司结成战略同盟，提升消费者对公司产品的认识度与认同感；

2、借鸡下蛋，与物流公司、室内装修设计公司合作，通过电子商务的模式，构建公司产品跨区域零售、售后维保及附增宣传推广效果；

3、重本攻坚，加强政府攻关力度，以适当成本，承接城市标志性建筑物的室内智能设计、安全系统，并适时举办体验展，以此提升公司影响力；

4、自强不息，通过内部培训，提高团队战斗力；

5、适当授权，增加促销渠道；

6、四面开花，狠抓宣传力度；

三、具体操作方法：

1、各房地产开放商在楼盘建设、销售过程中，都会推出一系列优惠活动，如“交订金送家具”、“给首付送物业管理费”等，这类活动的实质赠送额度一般在五千元至两万元之间，与我公司推出的家居产品价位吻合，因此，公司可以利用此房地产营销惯例，积极向房地产营销策划操盘手公关，在各销售点内，与上规模、上档次的房地产开放商，形成捆绑销售同盟；

2、为配合与房地产形成销售同盟的策略，建议公司在各合作楼盘中，推出x架宣传海报、横幅、产品手册、实体产品展等宣传物资，并拍摄动画片，在城市各大商业街大屏幕上滚动播放；

3、定期举办产品概念交流会，邀请各大楼盘的销售经理、销售主管、销售员和小区物业管理主任、客服主管、工程主管、保安主管参加。

4、同理，消费者到银行贷款买房时，银行也会适时向其推介长期信贷产品，比如“贷款满五十万，预送名牌手机”等，因此，公司可以借鉴向房地产供应商营销策划操盘手公关的模式，与银行信贷审批部门，形成捆绑销售同盟；

5、富二代、白领、知识分子与中产阶级，是智能家居产品的消费主体，因此，公司应该抓住此消费族群的喜好，在每个城市，与时尚、新潮的室内设计公司，形成“推广——回扣——顾客意见反馈交流”流程，以此提高公司的市场口碑，并为促进产品升级提供信息基础；

6、为抢占市场份额，公司可以制定简明易懂的产品安装、使用说明书，然后通过电子商务推销、物流公司保险、室内装修设计公司承接安装的方式，在暂时没有条件开设销售点的城市，进行产品推广；

7、获得政府采购，是企业创造巨额盈利空间，迅速提高行业影响力的重要机遇，因此，公司可以对城市的一些标志性建筑物，如体育馆、图书馆、学校、政府办公大楼室内智能安装工程进行适当的成本公关，并在工程顺利完工后，邀请区域内政商名流前来参加产品体验展，借此提高企业知名度；

8、关注主要竞争对手的销售点布置情况，当主要竞争对手在本城市的某个区域开设了一家分店时，公司决策层应重点商讨：

1、为什么对手会选择在那个位置开设分店？

2、那个位置周围有什么大型的楼盘、步行街、酒店、写字楼或工厂？

3、对手把分店开设在该区域，主打的特色产品是什么？

公司应定期举办市场竞争探讨会，向员工讲解竞争对手情况、公司未来规划与现阶段市场形势，以利于销售人员在像顾客推销产品时，能有充分的信息准备。另外，必要时，公司可以讨论与竞争对手联手垄断市场的可能性；

9、设置打折权限，销售经理除可以适当向销售人员进行折扣、折让的授权外，还可以从延长保修年限、承担产品运费、允许短期赊销等方面，给予销售人员一定的市场促销权限；

10、推行内部员工优惠政策，如果员工愿意购买公司的智能家居产品，公司除价格上要给予员工优惠外，还要从安装质量、售后服务质量上给予员工最大支持，并以此带动员工的亲朋好友关注公司产品、购买公司产品，从而巩固、发挥自身资源；

11、积极处理存货，财务部对于存货应该计提累计折旧准备，超过一定年限的存货，一律降价打折出售，其中的小配件、低值设备，甚至可以做为促销手段，以搭配高档产品买一送一的形式做市场推销；

12、进行煽情营销，在城市主要广场、主要路口、汽车站、地铁站，以路灯旗、宣传栏、车椅套、电梯液晶显示器等形式，向城市居民做产品广告宣传，并把宣传重点体现在产品如何“既有利于老人孩子安全，又高档舒适价廉”上；

13、公司可以将卖场或部分高档产品，设置、放置在大型超市附近甚至大型超市里面，以借助超市人流，打响产品知名度。

**产品创新营销总结精选篇3**

一、前言

高考录取学生升学宴请已成为全国普遍的习惯，每家少则两三桌，多则几十桌，升学宴成为个人团购白酒消费的一个重要组成，具有非常重要的作用。

首先，可以在白酒消费淡季的时候提升市场销量；其次，谢师宴消费者的口碑传播作用非常明显，往往同一区域或同班同学会有模范趋势，通过口碑传播可以很好的拉动其他周边消费者；再次，高考及录取期间正好是白酒消费的淡季，通过对消费者活动的宣传推广，可以提高消费者对x产品及品牌的认知度，营造市场销售氛围，为即将到来的白酒消费旺季做好市场宣传基础。

所以说谢师宴的操作不仅仅体现在促进淡季市场销售的效果，更重要的是它能够在市场营造良好的消费氛围，在消费者之间造成良好的口碑传播，为旺季实现x热销做好基础准备工作。

二、活动主题

全国大主题：“x金榜题名\_\_”；“醇真师生情，幸福x”。地方可以根据活动政策来制定具体的副标题。如：品x，中状元，游世博。

三、活动时间

20\_\_年6月7日——20\_\_年9月1日

准备期：6月1日——6月6日

传播期：6月7日——6月30日

四、活动对象

区域对象：全国20\_\_年被高等学校录取的高考考生家庭宴请活动。

联系对象：被录取学生及其家长、老师。

五、活动内容

针对核心消费者和一般消费者采取不同的促销方式，达到核心消费者消费x，一般消费者选择红翻天或红精品。

1.核心消费者政策：

各行政机关、事业单位的决策者、重要影响者子女采取免费赠酒的做法，不参与其它形式的促销；

2.状元特别政策：

设立名生宴，对当地高考状元或者考上清华北大的学生进行免费赞助用酒；

3.一般消费者的政策（以下套餐仅供参考）：

喜庆时刻套餐

购买红精品3箱，赠送150元的拉杆箱一个；

购买红翻天5箱，赠送250元的移动硬盘一部；

购买红满天8箱，赠送价值x元的x....

（可以根据当地资源赠送）......

六、活动执行

高考是中国影响，最牵动人心的事件之一，其间包含到师生离别的愁绪、金榜题名的喜悦、天下父母的期望、新生对未来的憧憬……白酒是宴席中不可缺少的部分，谢师宴也是一样，即使其使用量远小于婚宴，但意义却极其重大，本次宣传以尊敬师长、师生感情为重，淡化商业利益，凸显红福春品牌的感情内涵，为红福春品牌形象树立、品牌健康长久发展做出贡献。

本次主题宣传的情感诉求——“健康美酒x，金榜题名\_\_同学”；“醇真师生情，健康x”。

**产品创新营销总结精选篇4**

本人来到公司就职已经近一年了，在这一年里，我从一个珠宝行业的门外汉，在同事和公司的帮助下慢慢跨进了珠宝行业的大门。珠宝在我以前的印象中是高贵的，神秘的，随着在公司工作时间的推移，慢慢的我开始熟悉这些珠宝，把它们真正作为职业生涯中的一部分看待。

在个人的职业素养上来讲，这一年我确实学到了很多东西，了解的东西越多，就越觉得自己还需要加深学习。在进入行业的初期，以为知道了钻石是什么，铂金是什么就很了不起了。但是随着对行业了解的加深，现在我深深的感觉到，要了解更多的专业知识，比如时下最热门的翡翠，销量很大的黄金，还有其他的彩色宝石等等。

在个人业绩上，负责的说，我对于这一年的销售状况我并不满意，销量不够理想，顾客临柜时间短。在卖场这个卖场中，我们虽然占据的位置相对还比较理想，但是却没有产生很好的业绩，对于这一点，我一直都有如巨石压背，一方面压力很大，另外也觉得辜负了公司对于我们的期望。

客观的分析业绩不佳这件事，我总结了三方面：

第一方面，我们的职业素养还有待提高，这里说的职业素养主要指的是专业知识和销售能力以及工作积极性上。不得不承认在这方面我做的都不够好，对于销售我很有热情，但是专业知识和珠宝的职业销售能力上，必须要提高。在这里，真心的希望公司能在新的一年里给我们更多的提高学习的机会，一方面可以增加我们的销售能力和热情，另外也可以增加我们对公司的归属感。

第二方面，商品的陈列上，对于主力商品和辅助商品的陈列没有做到绝对的完美配合，我觉得在商品道具上我们的道具情况还不错，主要是在布局上要再考究，对于顾客容易看到的位置，和站在柜台外的效果要更多的配合我们的主力商品来做陈列，也希望公司能给予我们专业上的帮助，帮助我们完善我们的柜台陈列。

第三方面，商品结构，本品牌珠宝专柜上的商品数量还不够，另外就是不够精致，商品结构上有很多漏洞，这就会造成两个严重问题，一个是绝大多数时候顾客不能在专柜上挑选到他们直接需要的商品，那么我们就需要花费更多的口舌来向其他方向引导顾客，但是这样显然是绕弯子的，效果也不好。另一个问题就是，柜台和背后展柜的陈列就会显得很稀疏，那么我们的柜台看相就会很差。所以我希望公司能在商品上给予一定的调整和丰富。当然不是说要把货上的很齐全，我觉得只需要针对这个市场的主流商品做出正确的调整，就可以事半功倍了。

以上三方面是我总结的今年业绩不佳的主要原因。总的一句话，销售是要围绕着顾客发生的，毕竟卖场及周围环境的竞争激烈，我们要尽可能的服务好顾客，才能建立一个我们自己的客户圈子，才会有良性的、持久的业绩产生。

我们要看到，卖场这个卖场的潜力是巨大的，我们的位置也是不差的，占据两条边，和一个转角，如果在主要层面上我们能有很好的调整，那么我还是对我们新年的业绩有很大信心的。

新的一年，我一定会把更大的热情都投入到销售中去，我也会把信息及时反馈给公司，希望我的不足之处，公司能及时的指出，并给我帮助和提高的过程。

人无完人，我相信，只要我们能真正以一个团队的心态来工作，相互支持，那么很多问题是可以很快解决的，我们是可以发挥出我们善于沟通，善于销售的优势的。

希望新年里，公司的业绩会更好，卖场本品牌珠宝专柜的生意会有一个质的突破。

**产品创新营销总结精选篇5**

我是20\_\_年9月份到公司工作的，参加的大型活动有创维临江小区工厂直营店卖电视，大洲广场活动，安岳乡镇独立带队搞活动，苏宁一店总经理签名会等等。参加的小型活动也是很多很多，每次活动我都是全身心的投入了战斗。11年5月份开始接受校园市临促工作，在没有负责临促工作以前，我是没有经验的，仅凭对销售和临促工作的热情，而缺乏对临促工作的知识。为了迅速融入到这个工作中来，到创维公司之后，一切从零开始，一边学习产品知识，一边摸索临促工作，遇到销售和产品方面的难点和问题，我经常请教公司的市场部推广们，也在下来和一些在学校做销售的兼导共同探讨如何做好销售。并致力于和他人讨论如何处理临促的工作。通过不断的学习，我成功的掌握了电视销售的基本方法，具备了基本的销售能力，并且具备了独立带队做活动的能力。培养了自己的人际关系。锻炼了自己处理事情的能力。感谢创维公司给我的锻炼。下面是我对于这一年来我所存在的不足的总结：

存在的不足：

1、对于销售市场了解的还不够深入，对产品的技术问题掌握的过度薄弱，不能十分清晰的向客、户解释。

2、有些问题出现的时候不能及时找出解决的办法。

3、做事总是畏手畏脚的，把自己的位置定的太低，总是害怕做错了事。

4、对于学校临促工作，没有很好的处理好临促工作与学习时间的合理分配，没有处理好临促之间的工资和工作日的登记，以至于临促工资一片混乱，从而使得公司亏损较大。

5、没有打开内江市高校的临促渠道，我所带来的临促仅限于内江师范学院，而职院和其他高校却很少。

6、每次活动的时候都只是负责找人而忘了他们是否做过，是否适合这个工作，导致临促的质量不高。

7、给自己的目标定的太低，做事有点拖拉，做事太慢。自己对于公司的很多地方都没有去学习，认为只做好临促工作就好，而没有更深入的了解公司，导致自己对于公司的很多事都不太了解。

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！