# 营销总结主题

来源：网络 作者：风华正茂 更新时间：2024-11-16

*营销总结主题(精选20篇)营销总结主题要怎么写，才更标准规范？根据多年的文秘写作经验，参考优秀的营销总结主题样本能让你事半功倍，下面分享【营销总结主题(精选20篇)】，供你选择借鉴。>营销总结主题篇1时光如梭，当我意气奋发地跨入二十一世纪的...*

营销总结主题(精选20篇)

营销总结主题要怎么写，才更标准规范？根据多年的文秘写作经验，参考优秀的营销总结主题样本能让你事半功倍，下面分享【营销总结主题(精选20篇)】，供你选择借鉴。

>营销总结主题篇1

时光如梭，当我意气奋发地跨入二十一世纪的时候，不知不觉中参加工作已满十五个年头。回首这些年的工作，有硕果累累的喜悦，有与同事协同攻关的艰辛，也有遇到困难和挫折时惆怅。现将这些年的主要工作总结

政治上坚定，思想上成熟

一个人的信念是人的世界观在奋斗目标方面的集中反映，共产主义信念是我一生执著的追求目标和持久的精神激励力量。我把政治上追求与现实中工作结合起来，我把为共产主义奋斗终身的信念从朴素、直观认识在学习、工作中日益上升到自觉、理性的高度，从感性认识上升到了理性认识。在工作中我焕发出了高度的积极性和创造性，脚踏实地、艰苦创业，捍卫自己的信仰和共产主义事业，努力完成党交给我的各项任务。年月我光荣地加入了中国共产党，我在进一步认真学习马列主义、毛泽东思想，学习\_建设有中国特色社会主义理论。把理论联系实际，积极投身于建设有中国特色社会主义的实践中去。既胸怀共产主义远大目标，又脚踏实地做好本职工作，把理想与现实统一起来，在改造客观世界的实践中自觉地改造主观世界。在社会实践中正视现实、冷静分析、吸取教训、振作精神，自觉地、勇敢地经受锻炼与考验。

因为我有了始终不渝的政治信念，坚定不移的政治立场，所以，我才能在实际工作中保持锐意改革，勇于进取的革命气概，保持锲而不舍、顽强奋斗、拼搏到底的作风，保持我乐于奉献、不怕牺牲、全心全意为人民服务的精神。我从做好本职工作和日常工作入手，从我做起、从现在做起、从身边的小事做起并持之以恒。伟大寓于平凡。我在本职工作中尽心尽力、孜孜不倦地做出成绩。鼓实劲、察实情、说实话、办实事、求实效。

我不断提高自己的业务本领，努力精通本职的业务知识，做本职工作的骨干和行家里手，脚踏实地的做好本职工作。把远大目标与现实努力结合起来，把为人民谋利益的决心同过硬的本领有机地统一起来、把为人民谋利益的热情同实事求是的态度有机地统一起来、把全心全意为人民服务的良好愿望同本职工作有机地统一起来。把全心全意为人民服务的良好愿望同本职工作统一起来。我在实践中为群众办实事，把着眼点放在本职岗位和现实基础上。

>营销总结主题篇2

我有幸于\_\_年9月份加入到\_\_的团队中，并在人力资源部任职，海产行业对我来说是个陌生的行业，跨行业对我来说很是富有挑战性，也意味着这是我的新起点、新机遇、新挑战。首先感激部门领导和同事在工作中给予的悉心指导和热情帮忙，使我尽快熟悉工作资料、进入工作主角。现将我这段日子的学习与工作情景做一简要汇报。

一、招聘工作

1、发布招聘信息;

在智联招聘网、人才热线网和58同城网站上每日刷新招聘信息，在求职人投递的简历中寻找适宜的人员对其电话邀请。

2、面试;

对来面试人员进行面试工作。由王经理亲身示范，耐心讲解面试需要注意的事项，现已开始独立进行面试，面试完毕后再由王经理帮忙把关。

3、现场招聘;

去龙华三和人才市场进行现场招聘，在前任招聘专员灵敏的带领示范下，现已能够独立进行现场招聘工作。

4、在招聘工作中遇到的问题与提议：

①普工类人员招聘难、招聘任务不能及时完成。提议增加招聘渠道，可在报纸刊登招聘信息，或在人才市场多购买几次户外广告。

②行政专员等需要外派的办公类人员不好招。这类人员可研究去学校进行应届生招聘，一方面人员素质较高，另一方面一般大学生在下半学期(即3月—6月)为实习期，对于刚刚踏入社会的学生们往往定位不了以后的工作方向和居住地点，也容易理解外派。

二、员工的档案与合同的管理1、对在职员工的人事档案进行电子档的录入，编号后将纸质版资料收集、排序整理于档案室，以便后续领导的查阅。

2、整理每月合同到期人员名单，并续签合同。

三、部门常规性工作

1、视频会议记录工作：主要负责尿虾、什虾品种会议，在同事休假间也代替其开过蚌、鲍蚧和龙虾的品种会议。

2、收集、整理、装订好各个分部发予总部的资料，上交给总监与管理总经理批阅。

3、领导安排的临时性工作。

四、分析

(一)自我的优劣势与岗位匹配情景的认识

1、优势：有必须的亲和力;具备必须的沟通、协调本事，有耐心，服从指挥，能虚心的听取别人的提议，认同公司的企业文化，心态平和。

2、劣势：研究事情不够细致;缺乏对人力资源管理知识的整体系统整合。

(二)需改善和提高的方面

1、提高自身执行力。在取得成绩的同时，不可否认我的执行力还有些欠缺，在以后的工作中建立危机意识，做任何事情都为自我规定明确的时间段，提高自身的执行力。

2、我此刻的岗位是招聘助理，结合工作实际，如何更好的面试，为公司挑选适宜的人才将成为我学习的侧重点。

(三)常态性学习：

1、充分学习公司的各相关制度、文件;有助于个人与企业远景的统一、协调发展。

2、对今后工作分析

①针对工作中不足进行改善;

②在人力资源更加深入的学习;

③针对工作中进展不顺利的问题，滤清思路重新整理。

五：总结

我能胜任本职工作与领导交给我的其它工作。这与领导的指导和同事们的帮忙是分不开的，在此再次对领导和同事们表示衷心的感激!以上是我近两个月以来，工作、思想情景的报告。我将会一如既往去工作，以认真、勤劳、务实的态度鞭策自我，始终如一的努力工作。尽最大的努力，完成领导交给我的一切任务。

>营销总结主题篇3

在公司已经工作了不少的年份了，虽然我还是一名公司销售部的普通职员，但是我对公司已经十分的了解了，对公司的各项业务都已经了如指掌，所以在公司里工作我也是比较的顺心，总结我在过去一年的工作时总体感觉还是很顺利的。

今年我将更加努力做好自己份内的事情，并积极帮助他人。也希望公司存在的一些问题能够妥善解决。不断的开发新品，不断开发新的区域，相信公司一定会走得更远，市场占有率更高，楚天人都会洋溢着幸福的笑容!

虽然销售情况不错，但是回款率不太乐观，原因在于集团总部结款不及时。20\_\_年我会尽量克服这方面的因素，及时与各子分公司解决回款问题。现将销售工作的内容和感受总结如下：

1、在日常的事务工作中，自己在接到领导安排的任务后，积极着手，在确保工作质量的前提下按时完成任务。

2、销售报表的汇总：其中包括产品的销售登记，产品销售排名情况;清理业务理手上的借物及还货情况

3、对每一款新产品进行推广，与各经销商进行密切联系，并根据地区、行业、受众的不同进行分析;

4、公司上门业务的处理，对产品销售过程中出现的问题进行处理，与各部门之前进行友好的沟通;

5、与集团总部清理往年应付款情况，由于往年帐目不是我经手的，加上有些单据遗失及价格或等等问题，给现在的工作带来许多麻烦;

6、协助大区经理的销售工作：

①将有些电话业务或者需要送货的业务分配给业务经理，并辅助他们抓住定单;

②经常同业务员勤沟通、勤交流，分析市场情况、存在问题及应对方案，以求共同提高;

③合同的执行情况：协助业务经理并督促合同的完成;

总结一年来的工作，自己的工作仍存在很多问题和不足，在工作方法和技巧上有待于向其他业务员和同行学习，20\_\_年自己计划在去年工作得失的基础上取长补短，重点做好以下几个方面的工作：

(一)努力做好每一件事情，坚持再坚持!

(二)确保完成全年销售任务，平时积极搜集信息并及时汇总;

(三)客户关系的维系，并不断开发新的客户。

(四)销售报表的精确度，仔细审核;

(五)借物还货的及时处理;

(六)努力协助业务经理的销售工作，从产品的价格，数量，质量以及自身的服务态度方面，细心的与客户沟通;

最后，想对销售过程中出现的问题归纳

1、新产品开发速度太慢。

2、仓库的库存量不够。虽然库存表上标注了每款产品最低库存量，但是实际却不相符，有许多产品甚至已经断货。在库存不多的情况下，建议仓库及时与生产联系下单，或者与销售联系提醒下单，飞单的情况大多于库存量不足有关。

3、采购回货不及时。回货时间总会延迟，对于这种现象，采购人员的态度大多都是事不关已，很少会想着怎么去与供应商解决，而是希望销售人员与客户沟通延缓时间。这样会让客户对我们的信誉度降低。

4、发货及派车问题。

5、财务应定期对销售却未回款的业务进行催款或者提醒。有许多已经回款的业务，财务在几个月之后才告诉销售人员，期间销售人员以为没回款一直都在催，给客户印象非常不好!

6、各部门之间不协调。为了自己的工作方便，往往不会太关心他人，不会考虑给他人带来的麻烦。有时候因为一句话或者一点小事情就可以解决了，可是却让销售人员走了许多弯路。

7、质检与采购对供应商退货的处理。很多不合格的产品，由于时间拖延，最后在逼不得已的情况下一挑再挑，并当成合格产品销售，这样对我们“追求高品质”的信念是非常不吻合的。经常有拿出去的东西因为质量问题让销售人员非常难堪。

自从转到销售部至今已经一年半了，回想自己这一年多所走过的路，所经历的事情，没有太多的感慨，没有太多的惊喜，多了一份镇定，从容的心态。在公司领导的带领和帮助下，加之部门同事的鼎力协助，自己立足本职工作，使得销售工作得及顺利进行。

虽然公司各部门之间存在着各种各样的问题，不过那只是小问题，不会影响我们公司的正常营业的，不过小问题会影响我们的工作效率，所以我还是建议要加强各部门之间的联系，将我们公司的业绩进一步提升上去。

>营销总结主题篇4

20\_年是保险市场竞争更加激烈的一年，同时也\_\_保险发展历重要的一年，\_\_营销区部以业务发展作为全年的工作主题，明确经营思路，把握经营重点，积极有效地开展工作，取得了较好的成绩。为了给今后工作提供有益的借鉴，现将今年工作情况总结如下：

一、从思想上坚定信心，明确方向

总经理室多次在各种会议中强调，今后的市场竞争日趋激烈，同业公司不断从各个方面和我们展开较量，在这种市场环境中，只有迎头赶上，积极发展才是硬道理。\_\_区部上下充分领会上级精神，认识到决不能被动地围着市公司的计划指标转，而是应该积极地开拓市场，这是两种不同的发展观念，也将取得截然不同的发展结果。我们利用各种时机，转变区部各方面人员的观念，变“要我发展”为“我要发展”。

对于销售一线的业务人员，我们反复强调，取得业绩占领市场才是根本，要看到\_\_保险市场取之不尽的资源，并意识到做一份保单就占有一块市场。只有树立起发展的新观念，不断占领市场份额，用服务和士气与同业竞争，营销团队才能在市场大潮中立于不败之地。正是攻克了思想上的堡垒，统一了发展观念，才为\_\_区部从根本上增强了凝聚力，区部呈现出积极主动，健康向上的精神面貌。

二、、针对团队主管强化目标意识，增强主管带动意识。

区部在年初制定了针对整个年度的工作方向，并将各项目标进行细化分解，与全体主管签订了全年目标责任状，做到目标明确，奖惩有据，增强了全体主管带领团队冲刺全年工作目标的信心;在一年的工作当中，区部还每个工作月都结合团队的年度目标，制定月工作目标，并且不断地通过月工作总结会、周主管经策会的绩效分析，用数据说话，追踪团队目标的达成情况。在每次经策会上，区部会公布各级主管的个人举绩和增员情况，激励各级主管“打铁还需自身硬”，身先士卒带动属员。正是这种阶段追踪与检查的工作方法，引领着团队主管始终认清方向，带领团队追逐全年工作目标。

三、提高团队素质，提高规模保费

区部从早会经营、出勤管理、系统培训、职场建设等多个方面，加强点滴培养，使各项工作有序开展，团队形成了规律性的工作习惯，团队素质不断提升，队伍稳定性不断增强。为了做好出勤管理，区部在年初修订了考勤管理办法，取消了兼职的说法，对所有人提出明确的考勤奖惩机制，要在全区部树立制度意识，明确“要工号就要上班工作”的硬道理，引导团队进一步端正风气，养成良好工作作风。好的制度放权给各部执行，加上有效的监督机制，使我区部出勤率始终在70%以上，有力地推动了各项工作的落实。

四、工作存在问题及解决方法

增员工作发展滞后，团队整体素质仍然偏低，特别是城区团队，急需补充高素质人才，开拓高端客户市场。新人出单率、转正率、留存率不高，大进大出的现象依然存在;部分主管责任心和工作能力跟不上市场发展的需要，整体水平有待提高;团队总体的活动量不足，人均产能、件均保费仍然偏低，与市场要求有差距。

继续紧跟市公司节拍，按照总经理室部署开展各项工作。抓好基础管理工作，确实提高业务人员的活动量、举绩率、出勤率及人均保费指标。做好销售支持，搭建销售平台，促进精英队伍成长。大力开展增员活动，特别是城区增员工作，要以区部层面运作，努力提高增员质量。建立完善的层级培训体系，抓好主管培训、新人培训、衔接教育及代资考培训等工作，提高各级人员水平。继续加强乡镇职场建设，实现现有乡镇网点的规模发展。

>营销总结主题篇5

在过去的一年里，销售部在总经理的正确领导及其它部门的密切配合下，基本完成了酒店20\_\_年的工作任务。部门的工作也逐渐步入成熟。在这一年里我们具体工作内容如下：

一、对外销售与接待工作

首先销售部经过了这一年的磨合与发展，已经逐步的成熟了自己的销售工作，拓展了自己的市场。把\_酒店全面的推向旅游市场，提高了酒店的知名度，争取做到最大限度为酒店创造经济效益。

根据年初的工作计划认真的落实每一项，20\_\_年销售部的工作重点放在商务散客和会议的销售上，由于酒店所处的地理位置所限，散客的入住率偏低，全年的销售部散客入住率为，我们加大商务客人的销售力度，拜访重要公司签署商务协议，同时根据季节的不同制定不同的销售方案，有针对\_的走访客户，比如旅游旺季，我们把地接团队较好旅行社认真的回访与沟通，\_月份至\_月份大部分摩托车会议召开，我们及时的与经销商联系。为旺季的酒店整体销售量做好铺垫。平时在整理客户档案时，分类定期的回访，同时不断的开发新客户，截止年底共签署协议454份。

20\_\_年\_月份我到酒店担任销售部经理，20\_\_年\_份酒店正式挂牌三星，这对销售部提供对外宣传筹码，同时也把我们酒店整体水平提高一个档次，有利于酒店的销售工作。

随着网络的高速发展，网络的宣传不仅仅提高了酒店的知名度，而且通过网络公司提高酒店整体的入住率。截止年底共与\_家网络订房公司签定了网络合作协议。我们对重要的网络公司提高佣金比例，利用其宣传能够让更多客人通过网络详细了解商大酒店，比如\_等几家网络公司;

同时在这一年里我们接待了\_多家\_公司，\_公司\_大学，\_国旅等三十多个大中小型会议，对于每个会议的接待，所有部门都能够认真的配合销售部，圆满完成会议的接待工作，客人对我们的工作给予了肯定。在这里由衷的感谢各个部门的领导及员工对我们销售部工作的支持。

二、对内管理

酒店拥有自己的网站，由销售部负责网站的维护和网页内容的更新，通过网络进行宣传扩大影响力，并及时准确的把酒店的动态、新闻发布出去，让更多的人了解酒店，同时我们提出新的酒店网站建设方案，这为今后酒店网站的发展奠定了基础。

三、不足之处

1、对外销售需加强，现在我们散客相对比较少。

2、对会议信息得不到及时的了解。

>营销总结主题篇6

转眼间，20\_\_年已成为历史，在过去的一年里，我店在经历了，\_\_\_等多个严重影响客源的事件重挫下，有领导带头及时调整经营思路，依然完成了上级赋予的目标，这和我们在坐的每一位的辛勤努力是分不开的;作为团队的一员我深感荣幸。

如来不可惧;猢狲尚难缠，温泉镇酒店行业从最初的我们一家发展的如今的7家，从市场来看这无异于僧多粥少，面对这样的市场我们要想立足，这其中的竞争可想而知，坐以只能待毙，总结是为了扬长避短对自己有个全面的认识。至此辞旧迎新之际有必要回顾总结过去一年的工作，成绩，经验及不足，以利于扬长避短，奋发进取，在新的一年里再创佳绩。

一、20\_\_年度任务完成情况。(根据酒店经营情况自己做)

二、客人反映较多的问题：

对于我们服务行业来说，酒店硬件和服务就是我们的生命如果这两方面做不好酒店想要发展壮大想要立足就是纸上谈兵。

1、积极主动的服务意识有待加强，服务缺乏耐心，缺少人情味，尤其是在面对大批量客人时。

2、细节注意不够，凡事没能从自我做起，比如举手之劳，随手清理客人随手丢的垃圾，帮客人拎行李等要时刻注意客人。

3、营业时间无规律性和应变性。

4、技术支持问题：维修范围大，项目多，进度慢，没有应急预案。

5、各部门均各自为政，部门之间的衔接和沟通须加强。

6、服务质量尚需有优化。从多次检查和客人投诉中发现，酒店各部门各岗位员工的服务质量，横向比较有高有低，纵向比较有优有劣。白天与夜晚、平时与周末、领导在与不在，都难做到一个样地优质服务。反复出现的问题是，有些部门或岗位的部分员工，仪容仪表不整洁，礼节礼貌不主动，接待服务不周到，处理应变不灵活。此外，清洁卫生不仔细，设备维修不及时等，也影响着酒店整体的服务质量。

三、销售中的问题

经过一段时间的磨合，销售部已经融合成一支精干，团结，上进的队伍，团队有分工、有合作，人员之间沟通顺利，各相关部门的配合也正日趋加强，能相互理解和支持，好的方面需要再接再励，发扬光大，但问题方面也不少。

1、和其他部门的沟通配合还须加强;这一点销售部迫切渴望获得其他部门的理解和支持，我们都应本着宾客至上，服务第一的原则真诚待客回报酒店。

2、销售工作得不到大家的认同;没有客人抱怨没生意，客人来啦又抱怨太忙、太辛苦。

3、员工服务中惰性强，缺乏主动性和责任感给销售部员工主动争取客户带来了很大的阻力。

4、部门责任不清，本末倒置，出现过失事件相互指责、推脱责任，导致销售人员不能及时处理客人投诉，降低客人回头率。

5、市场调研不够深入，策划方案缺少创新。

6、重外轻内。即重视外部营销，忽视内部管理。把大量的人才、物力都投入到酒店销售上，而酒店内部的基础工作差，设备老化、职工缺乏系统培训，职工素质提高缓慢;酒店基础管理混乱，工作效率低、物耗大、效益低。这种“三落后”的内部管理到头来又影响外部营销，使外部营销失去了保证。这种“重外轻内”的结果，酒店所获得的只是暂时的、局部的利益，缺乏持续发展的基础，酒店竞争乏力，酒店内外受困。

7、道德欠佳。主要表现在酒店在进行营销活动时，重视一时承诺和宣传，而忽视长期的兑现和服务，主要造成以上愿意的如：管道时好时坏，暖气时热时冷等。

以上问题只是诸多问题中的一小部分，虽不致于影响酒店的根本，但不加以重视，最终可能给酒店的未来发展带来重大的损失。

四、20\_\_年销售目标(根据酒店经营情况自己做)

五、销售策略

1、稳固部分固定消费客户和周边政府机关、乡镇企业建立良好的关系。为了巩固老客户和发展新客户，建议召开1次大型客户答谢联络会，以加强与客户的感情交流，听取客户意见。

2、开拓创新，建立灵活的激励营销机制。开拓市场，争取客源，营销代表实行工作日记志，每工作日必须完成拜访两户新客户，三户老客户，四个联络电话的二、三、四工作步骤，以月度营销任务完成情况及工作日记志综合考核营销代表。

3、投诉处理。销售部尤其前厅岗位，是酒店的门面岗位，也是客人咨询问题、反映情况、提出建议、投诉不满等较为集中的地方。本着“宾客至上、服务第一”和“让客人完全满意”的宗旨，从部门经理到主管、领班，直至前台接待人员，除了能做到礼貌待客、热情服务外，还能化解矛盾，妥善处理大大小小的客人投诉争取较多的酒店回头客。

4、全员营销竞争上岗。管理者能上能下，员工能进能出，依据工作表现竞聘上岗等等，这些皆利于酒店及部门岗位的政令畅通，令行禁止。推动酒店各项工作的开展，为力争完成营收指标提供管理机制等方面的保证。

5、网络营销

酒店网站建设不够专业，主页不吸引顾客，网站的互动性差，更新次数少，利用率低，互联网的发展能够使我们酒店的公关销售部设立到全球，关键是如何利用好这一资源，做好酒店互联网的营销。

6、目标。

销售策略不是一成不变的，在执行一定时间后，可以检查是否达到了预期目的，方向是否正确，可以做阶段性的调整，为了保障来年营销工作顺利高效地实施，我店还需要通过苦练“内功”来强化关键工作流程、关键制度来培养组织执行力，以更好的发展客户、保留客户!

>营销总结主题篇7

20\_\_年对于整个公司的发展至关重要，对我个人而言，这一年充满着挑战，机遇与压力并存，在这一年里我学习了很多、成长了很多，不但使自己的业务水平走上一个新台阶，同时在应变能力和处事方法上也有很大进步，现就将我个人在20\_\_年中的收获和体会进行总结，敬请领导批评指正。

一、做好前期调查，做到有备无患

1、做好调研，充分了解市场情况。

通过在公司几年工作的积累，我认识到要想在一个地方拓展业务、设立公司，必须对当地市场有一个全面的了解。这样我在被公司调往调兵山公司工作后，我下了很大的功夫对当地燃气情况进行了细致的了解。通过调研，我发现目前东北地区燃气市场非常混乱，竞争也异常的激烈，不但有一些老牌大型燃气公司，也有一些集团公司新近转型到新能源行业队伍中，更是充斥着房地产、供暖和土建等小老板，可谓“全民皆燃气”，竞争的激烈程度是我始料未及的，我公司想要在这样的市场环境下“分一杯羹”绝非易事。

2、分析自身优势，找准工作切入点。

在对整个东北燃气市场进行详细的了解后，我又对本公司的优势进行了分析，首先，我公司属于民营企业，虽比不上中石油、中石化等大型国有企业实力雄厚，但是我们的决策机制相当完善，在对事情的决策上，不像大型国企那样需要很长一个过程;其次，我们公司虽说名气没有那些大型的国有企业那么响亮，但是我公司也属于正规的燃气企业，在外也有一定的知名度，不像当地这些房地产、土建和供暖公司老板那么业余，对于一些中小城市来说我们公司是一个不错的选择;第三，我们公司的业务面很广，项目的合作方式灵活多样，一些大型国企和当地企业不能完成的，我公司可以独立或分项承包，这样可以和那些个人、小老板找到不少合作机会。

二、开展工作，认真完成各项工作任务

1、工作中，我始终秉承着一种“想要了解市场，就必须深入市场”的思想，在20\_\_年调入市场一线工作岗位后，我通过实地调查和细致了解后，在领导和同事的帮助下，完成了实地调研项目18个，编写项目报告7篇、项目建议书15篇，不但让我对整个燃气市场有了更深的认识，而且也给公司今后的发展提供了第一手宝贵的资料。

2、市场开发工作离不开信息，及时准确的获取有价值的信息是市场开发工作的根本保证。我经常网上查询，查看网上信息，争取不遗漏任何一条有价值的信息，时刻掌握燃气市场的动态，为公司在投资决策上提供了一定的基础资料。

3、20\_\_年我全程参与了辽宁恒泰利民节能减排有限公司的收购工作，从初期的公司市场调查，到各种审计，最后到顺利接收，虽然是刚刚接触这些工作，但是我在其中也起到了一定作用，更重要的是这样的一次经历将对我今后的工作产生重要的影响。

4、在对现有工作的深入了解和调研后，我编写了辽宁恒泰利民节能减排有限公司、松原广燃燃气有限公司的相关体系文件，让我对母站、子站的具体运行规则、管理方式等增强了了解。

5、工作中，注重发挥自身优势，积极配合公司领导和相关部门完成相应工作。如参与康平项目时，我发挥了以前在办公室工作时的特长，编制招商合同并顺利与政府部门签订，确保公司项目顺利进行，并完成康平项目前期注册工作。

6、在孙吴项目中，我吸取以前的经验，“少说、多记、少问、多听”，注意收集对公司有利的信息，并及时汇总编写项目报告向股东汇报;在领导和同事的共同努力下，历经两个多月的调研、协商、可研、尽职调查、谈判，孙吴项目最终顺利签约。

三、加强学习，注重提升个人素质

一直以来我主要从事管理工作及行政、人事工作，在20\_\_年开始接触市场开发、区域经营工作。对于新从事的岗位，这一年我积极的从基础学习，了解公司运营模式，了解市场开发工作流程，摸索有效的工作模式，在公司领导的支持下在同事的帮助下，我取得了长足的进步。

我将实践工作做为了解市场开发和提高个人素质的学习机会，从实践中去学习理论知识，再将学到的理论知识，应用到实践中来。不断改进学习方法，讲求学习效果，“在工作中学习，在学习中工作”。

通过一年的工作实践，我现在不仅能有效的从事管理工作，更可进行市场的相关业务，同时我也有信心做好区域公司的经营管理工作，我正在努力将自己向多方面人才发展自己，将自己打造成适合公司未来平台的人才而努力。

四、工作收获分享

通过近几年的工作学习，通过业务实践，通过取得的工作成绩，我在20\_\_年有一定的工作收获，主要有六个方面。

(一)有效分析业务信息，对市场业务敏感

在刚刚到一线工作后，对相关业务信息十分敏感，总想尽快做出成绩，不辜负公司领导对自己的期望，一旦听到相关燃气信息，我就马上去做调查，总觉得这些项目都能够大有作为，可是连着跑了几趟才知道，大部分道听途说来的信息都不够准确，不但自己的信心受到打击，还浪费了公司的资源，这也让我更明白了业务工作的不容易。工作一段时间后，我学会了对收集到的信息进行合理的筛选，自己先通过网络进行信息整理，再与公司同事进行交流，把收集到的信息进行一次次的筛选，最后将那些合理的、可信的信息在进行汇总和上报，这样不但节省公司的资源，也让我在信息筛选过程中增长经验，为今后的工作打下坚实的基础。

(二)信息收集渠道灵活广泛，信息收集准确

在调研过程中，我注意为公司节省成本，在实地调查前，先了解清楚相关部门情况，应该到哪个部门了解什么情况，避免出现“重复跑路、跑重复路”的情况。不仅要到政府部门了解详细的地区规划及建设情况，还在打车过程中，多于当地出租车司机进行沟通，从侧面了解市场信息及当地民众对燃气行业的看法，同时，在当地与居民住户了解情况，与工业、餐饮业用户沟通，了解信息，保证了信息了解途径全面和信息准确。

(三)虚心学习，能听取不同意见

在工作中，我始终注意工作的积累，遇到不懂的事多听、多想、多问，少发表意见、多与领导同事学习，注意每个成功的项目中，哪些步骤是重点，哪些环节是关键，多听取别人的意见，使自己少走弯路，避免在其他同志身上发生的问题在自己身上再次发生，为自己今后的工作理清思路。

(四)注重发现不足，注重细节

因为从事行政、人事工作的缘故，使我有注重查找不足，关注细节的工作习惯。在每个项目中，我所负责的工作不尽一样，在每个项目完成后，我都会提前思考自己在工作中应注意那些问题，应关注的工作细节，并详细分析。工作后我会对项目过程中发生的问题，以及工作细节进行回顾与分析，争取在以后的工作中避免发生类似的错误。

(五)熟悉项目流程，能够串联团队通力合作

通过一年的工作，使我感受到想要成功完成一个项目的签约，并不像我当初想想的那么简单，其中涉及到项目分工要明确，流程要清晰，每个人在整个项目的过程中都扮演着不同的角色，只有大家通力合作，齐心协力才能够成功的完成一个项目。在我所完成的项目工作中，我不论扮演什么工作角色，都能够积极的去考虑其他团队成员所负责的工作任务是否能够与我有交集，我应当如何去配合他们的工作，因为如此的思考，我能够很好的去串联项目中其他成员的工作，达到配合默契的目的。这也是我们市场部所独有的工作方式及工作优势。

(六)能够揣摩谈判对象思维，提高谈判水平

在参与谈判项目前，我总能想清楚先与对方谈什么，怎么谈，如何把公司的损失降到最低，怎么把公司的利润化，虽然不一定领导会采取自己的意见，但是我也总能够给领导提供不同的思路，为顺利谈判保驾护航。

五、工作中的不足

通过工作，我也客观认识到自己在工作中的不足。

(一)过于关注细节，思维高度有待提高

因为自己多年从事管理工作，因此工作习惯于关注工作的细节，习惯做事情关注具体问题。通过20\_\_年的工作，我发现了自己的这个问题，这在做为具体工作执行者时必须具备的能力，而做为区域经营管理以及对市场项目宏观考虑时，我的思维高度不够，这在20\_\_年工作中收到了领导的指正。因此做为希望能够跟随公司共同发展的我，在未来，我将努力提高自己的格局，提高自我的思维高度，从一个全局者去看待项目，从一个主要管理者角度去管理区域公司，这是我未来需要改进的重点问题。

(二)能够在团队主动提出自己的想法

做为市场部新人，我在项目讨论中，我有学习和聆听的习惯，但是有时不能积极的发表自己对项目的思路与对问题的观点，这在我们这个提倡沟通积极分享的市场部中，还是存在不足的，主要问题来自于我认为自己是新人，怕发表的意见与观点过于肤浅所致，但通过公司组织的管理人员培训及下半年的市场部工作，我在不断的改变自己的这种行为习惯，从开始的沉默到后来的参与我希望我能够逐步成长为市场部最为积极的业务骨干。因此在未来的市场部工作中，我要更为主动的提出自己想法，加强团队协作与互助，把自己在团队中的优势更有效地发挥，达到市场部成员协作1+1+1=111的放大效应。

20\_\_年，对于我来说注定是个不平凡的一年，注定是变化的一年，注定是让我成长提高的一年!这一年我的工作性质发生的飞跃性转变，从后勤直接转战至市场，从办公室走到项目一线，使我达到了自我的蜕变与自我实现的目的，在这里就我工作的转变我再次感谢公司领导对我的信任与工作的委任，使我有了长足进步。

这一年也是我收获的一年，从一个初出茅庐的懵懂少年，逐渐成长为现如今公司的业务骨干，这巨大的收获，离不开公司领导的关心和身边同事的帮助。在新的一年里，我将继续努力，增强自身业务素质，以积极、主动、自信、充满激情的心态去工作。我愿意为了实现大地燃气的企业目标、企业远景而奋斗终身!

以上就是我一年以来的工作总结，如有不足之处，望公司领导和身边同事予以批评指正。

>营销总结主题篇8

20\_年，我部在总行的正确领导下，紧紧围绕总行制定的各项业务经营目标，强化营销，严格管理，努力完成总行下达的各项任务，为总结经验、排查不足，为更好地开展下一步工作，现对我部各项工作总结如下：

一、主要业务经营指标完成情况

今年是我行成立第一年，也是打基础的一年，各项业务平稳、健康开展，呈现出良好的发展态势。

(1)我部各项存款稳定增长。到年末，全部门各项人民币存款余额245、42万元。个人储蓄和对公存款增加将成为我部存款增长的一个重要来源。

(2)贷款规模增加，结构不断优化。年末，贷款业务合计14笔，各项贷款余额5855万元，主要增投于优良客户和中小企业流动资金贷款等低风险贷款;如赵屯成达、开来、种禽场、大波罗房、中基、瀚庆等项目;其中个人优质客户贷款2笔，企业流动资金贷款10笔，收息水平较好。

二、主要工作措施和成功经验

(一)细分市场，准确定位，抓住重点，积极营销。20\_年，我部主要针对个人优质客户和中小企业开展金融服务。明确了目标定位后，部门员工积极开展工作，全方位拓展市场。突出竞争优势，以优质的服务吸引客户，争取在服务的深度和广度上优于他行。

(二)坚持品种创新和服务创新，多方位发展业务。抓好储蓄存款攻坚战，以争取有价值的私人客户为重点，大力营销储蓄业务。一是开展规范化服务，提高服务水平，为储户提供标准化的服务;二是加大营销范围，全部动员，针对周边的商户、住户和老客户，有效地吸收储蓄资金。三是加大宣传力度，借走进社区活动为契机，开展“反假币知识讲座”，以业务宣传为媒介，走进社区的每一个角落，加大我行对社区业务市场的渗透力度，宣传了我行的业务，提高了我行的社会知名度。

(三)加大贷款营销力度，扩大贷款规模，不断优化信贷结构。为增强长期发展潜力，我们从开始就非常重视加快贷款营销工作，积极争取扩大贷款规模，带动对公存款业务和结算业务。一是优良客户的贷款营销，针对优质客户，主动营销贷款。目前已完成两笔个人优质客户贷款。二是加大中小企业贷款的营销，如成达，瀚庆等项目。三是积极与担保公司合作，通过引入担保公司，降低信贷管理风险。

(四)恪守规章制度，认真履行岗位职责，强化管理，全面提高信贷资产管理水平。我部客户经理都能严格按照行规定进行贷前检查，积极配合信贷管理部进行贷后管理检查等各项工作，努力确保我行信贷资产的安全性、流动性和效益性。

三、工作中存在的问题和困难

(一)从客观环境上讲，由于我们银行刚成立，还存在业务手段单一，社会认知度偏低等问题，对营销工作造成一定影响。

(二)从经营业绩中看，人民币存款长期在相对低水平徘徊，作为银行的营销部门，没有达到业务尖兵的要求，需要加以重视并改进。

(三)从主观努力上看，我们还存在许多不足。一是员工的积极性没有很好发挥出来。有些员工对工作关注和热心程度不够。二是对待工作存在先松后紧现象，导致我们工作上的被动。三是在工作中没有一种深入研究的精神遇到困难或问题的时候没有深入去思考，工作方式方法不足。四是服务水平竞争力不足，未有明显质的提高，与我行当前的高速发展不相适应。五是营销效果不明显，应该加大营销力度和精度，确保效益的稳定快速增长。

四、今后工作打算

(一)加强部门员工的学习，提高员工自身综合素质。

(二)严格恪守规章制度，认真履行岗位职责。

(三)在做好信贷业务的同时，重视信贷风险，积极配合信管部门工作，确保信贷资产安全性。

(四)加强团队建设，确保工作协调、统一、高效的进行。

(五)深化营销意识、积极开拓市场，尽全力使我行存款业务有快速增长。

以上问题将是市场营销部以后工作完善和改进的重点，今后，我们将严格加强管理，加大营销力度，高标准严要求，在行领导的正确指导下不断改进，不断提高，努力做好各项工作任务。

>营销总结主题篇9

在20\_过去的三月份中销售部通过努力的工作，也取得了一点收获，现对销售部的工作做一下总结。

20\_年开始当中，坚决贯彻\_的政策。学习、制定销售各环节话术，公司产品的核心竞争优势，和市场部共同策划宣传公司的形象、品牌的形象，在各媒体广告里如：广播电台、报刊杂志等，使我们公司的知名度在太原市场上渐渐被客户所认识。

部门全体员工累计发短信三万余条。团队建设方面，制定了详细的销售人员考核标准、销售部运行制度、工作流程、团队文化等。这是我认为我们做的比较好的方面，但在其他方面工作中我们做的还有很大的差距。

从销量上看，我们的工作做的是不好的，销售业绩的确很不理想。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，目前发现销售部有待解决有主要问题有以下几点：

1、销售人员工作的积极性不高，缺乏主动性，懒散，也就是常说的要性不强。

2、对客户关系维护很差。客户留资率、基盘客户、回访量太少。一个月的时间里，总共八个销售顾问一天拜访的客户量x余个，手中的意向客户平均只有x个。从数字上看客户是非常少的，每次搞活动邀约客户、很不理想。导致有些活动无法进行。

3、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，对客户提出的一些问题和要求不能做出迅速的反应和正确的处理。在和客户沟通时不知道客户对我们的产品有几分了解或接受到什么程度，在被拒绝之后没有二次追踪是一个致命的失误。

4、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工作总结和计划的习惯，销售工作处于放任自流的状态，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。

5、销售人员的素质形象、业务知识不高。个别业务员的自身素质低下、顽固不化恶习很多、工作责任心和工作计划性不强，业务能力和形象、素质还有待提高。

在接下来的工作计划中下面的几项工作作为主要的工作来做：

1、建立一支熟悉业务，高素质高效率而相对稳定的销售团队。

2、完善销售制度，建立一套明确系统的管理办法。

3、提高人员的素质、业务能力。

4、建立新的销售模式与渠道。

5、顾全大局服从公司战略。

提高执行力的标准，建立一支好的销售团队与一个好的工作习惯是我们工作的关键。我们销售部在20\_年接下来的工作中有信心，有决心为公司再创新的辉煌!

>营销总结主题篇10

时间依然遵循其亘古不变的规律延续着，又一个年头成为历史，依然如过去的诸多年一样，过去的20\_年，同样有着许多美好的回忆和诸多的感慨。我们蹒跚着一路走来，其中的喜悦和忧伤、激情和无奈、困惑和感动，真的是无限感慨，现对今年工作总结如下。

一、负责区域的销售业绩回顾与分析

虽然完成了公司规定的现金回款的任务，但距我自己制定的目标相差甚远。重点市场定位不明确不坚定，首先定位于\_\_，但由于\_\_市场的特殊性和后来经销商的重心转移向\_\_，最终改变了我的初衷。其次看好了\_\_市场，虽然市场环境很好，但经销商配合度太差，又无奈放弃。新客户拓展速度太慢，且客户质量差;公司服务滞后，特别是发货，这样不但影响了市场，同时也影响了经销商的销售信心;

新客户开放面，虽然落实了\_个新客户，但离我本人制定的\_个的目标还差\_个，且这\_个客户中有\_个是小客户，销量也很差。这主要在于我本人主观上造成的，为了回款而不太注重客户质量。俗话说\"选择比努力重要\"，经销商的\"实力、网络、配送能力、配合度、投入意识\"等，直接决定了市场运作的质量。失误就在于没有做到\"重点抓、抓重点\"，所以吸取经验教训，今年我个人也把寻找重点市场纳入了我的常规工作之中，通过市场运作也摸索了一部分经验，为明年的运作奠定了基础。

二、个人的成长和不足

在公司领导和各位同事关心和支持下，我个人无论是在业务拓展、组织协调、管理等各方面都有了一定程度的提升，同时也存在着许多不足之处。心态的自我调节能力增强了;学习能力、对市场的预见性和控制力能力增强了;处理应急问题、对他人的心理状态的把握能力增强了;对整体市场认识的高度有待提升;团队的管理经验和整体区域市场的运作能力有待提升。

三、工作中的失误和不足

虽然地方保护严重些，但我们通过关系的协调，再加上市场运作上低调些，还是有一定市场的，况且通过一段时间的市场证明，经销商开发的特曲还是非常迎合农村市场消费的。在淡季来临前，由于我没有能够同经销商做好有效沟通，再加上服务不到位，最终经销商把精力大都偏向到\_\_上了。更为失误的就是，代理商又接了一款\_\_，而且厂家支持力度挺大的，对我们更是淡化了。

虽然经销商的人品有问题，但市场环境确实很好，一年多的\_\_运作，在市场上也有一定的积极因素，后来又拓展了流通市场，并且市场反应很好。失误之处在于没有提前在费用上压住经销商，以至后来管控失衡，最终导致合作失败，功亏一篑。关键在于我个人的手腕不够硬，对事情的预见性不足，反映不够快。

>营销总结主题篇11

不知不觉中，20\_已接近尾声，加入\_\_\_房地产发展有限公司公司已大半年时间，这短短的大半年学习工作中，我懂得了很多知识和经验。\_\_是房地产不平凡的一年，越是在这样艰难的市场环境下，越是能锻炼我们的业务能力，更让自己的人生经历了一份激动，一份喜悦，一份悲伤，最重要的是增加了一份人生的阅历。可以说从一个对房地产“一无所知”的门外人来说，这半年的时间里，收获额多，非常感谢公司的每一位领导和同仁的帮助和指导，现在已能独立完成本职工作，现将今年工作做以下几方面总结。

一、学习方面

学习，永无止境，这是我的人生中的第一份正式工作，以前学生时代做过一些兼职销售工作，以为看似和房地产有关，其实我对房产方面的知识不是很了解，甚至可以说是一无所知。来到这个项目的时候，对于新的环境，新的事物都比较陌生，在公司领导的帮助下，我很快了解到公司的性质及房地产市场，通过努力的学习明白了置业顾问的真正内涵以及职责，并且深深的喜欢上了这份工作，同时也意识到自己的选择是对的。

二、心态方面

刚进公司的时候，我们开始了半个月的系统培训，开始觉得有点无聊甚至枯燥。但一段时间之后，回头再来看这些内容真的有不一样的感触。感觉我们的真的是收获颇丰。心境也越来越平静，更加趋于成熟。在公司领导的耐心指导和帮助下，我渐渐懂得了心态决定一切的道理。想想工作在销售一线，感触最深的就是，保持一颗良好的心态很重要，因为我们每天面对形形色色的人和物，要学会控制好自己的情绪，要以一颗平稳的、宽容的、积极的心态去面对工作和生活。

三、专业知识和技巧

在培训专业知识和销售技巧的那段时间，由于初次接触这类知识，如建筑知识，所以觉的非常乏味，每天都会不停的背诵，相互演练，由于面对考核，我可是下足了功夫。终于功夫不负有心人，我从接电话接客户的措手不及到现在的得心应手，都充分证明了这些是何等的重要性。当时确实感觉到苦过累过，现在回过头来想一下，进步要克服最大的困难就是自己，虽然当时苦累，我们不照样坚持下来了吗?当然这份成长与公司领导的帮助关心是息息相关的，这样的工作氛围也是我进步的重要原因。在工作之余我还会去学习一些实时房地产专业知识和技巧，这样才能与时俱进，才不会被时代所淘汰。

四、细节决定成败

从接客户的第一个电话起，所有的称呼，电话礼仪都要做到位。来访客户，从一不起眼的动作到最基本的礼貌，无处不透露出公司的形象，都在于细节。看似简单的工作，其实更需要细心和耐心，在整个工作当中，不管是主管强调还是提供各类资料，总之让我们从生疏到熟练。在平时的工作当中，两位专案也给了我很多建议和帮助，及时的化解了一个个问题，从一切的措手不及到得心应手，都是一个一个脚印走出来的，这些进步的前提涵盖了我们的努力与心酸。有时缺乏耐心，对于一些问题较多或说话比较冲的客户往往会针锋相对。其实，对于这种客户可能采用迂回、或以柔克刚的方式更加有效，所以，今后要收敛脾气，增加耐心，使客户感觉更加贴心，才会有更多信任。对客户关切不够。有一些客户，需要销售人员的时时关切，否则，他们有问题可能不会找你询问，而是自己去找别人打听或自己瞎琢磨，这样，我们就会对他的成交丧失主动权。所以，以后我要加强与客户的联络，时时关切，通过询问引出他们心中的问题，再委婉解决，这样不但可以掌握先机，操控全局，而且还可以增加与客户之间的感情，增加客带的机率。

五、展望未来

20\_这一年是最有意义最有价值最有收获的一年，但不管有多精彩，他已是昨天它即将成为历史。未来在以后的日子中，我会在高素质的基础上更要加强自己的专业知识和专业技能，此外还要广泛的了解整个房地产市场的动态，走在市场的最前沿，。俗话说“客户是上帝”，接好来访和来电的客户是我义不容辞的义务，在客户心理树立良好的公司形象，这里的工作环境令我十分满意，领导的关爱以及工作条件的不断改善给了我工作的动力。同事之间的友情关怀以及协作互助给了我工作的舒畅感和踏实感。所以我也会全力以赴的做好本职工作，让自己有更多收获的同时也使自己变的更加强壮。总之，在这短短半年工作时间里，我虽然取得了一点成绩与进步，但离领导的要求尚有一定的差距。

六、计划

总结一年来的工作，自己的工作仍存在很多问题和不足，在工作方法和技巧上有待于向其他业务员和同行学习，20\_年自己计划在去年工作得失的基础上取长补短，重点做好以下几个方面的工作：

(一)、依据20\_年销售情况和市场变化，自己计划将工作重点放在中重点类客户群。

(二)、针对购买力不足的客户群中，寻找有实力客户，以扩大销售渠道。

(三)、为积极配合其他销售人员和工作人员，做好销售的宣传的造势。

(四)、自己在搞好业务的同时计划认真学习业务知识、技能及销售实战来完善自己的理论知识，力求不断提高自己的综合素质，为企业的再发展奠定人力资源基础。

(五)、加强自己思想建设，增强全局意识、增强责任感、增强服务意识、增强团队意识。积极主动地把工作做到点上、落到实处。我将尽我最大的能力减轻领导的压力。

(六)制订学习计划。做房地产市场中介是需要根据市场不停的变化局面，不断调整经营思路的工作，学习对于业务人员来说至关重要，因为它直接关系到一个业务人员与时俱进的步伐和业务方面的生命力。我会适时的根据需要调整我的学习方向来补充新的能量。工业知识、营销知识、部门管理等相关厂房的知识都是我要掌握的内容，知己知彼，方能百战不殆(在这方面还希望公司给与我们业务人员支持)。

(七)、为确保完成全年销售任务，自己平时就积极搜集信息并及时汇总，力争在新区域开发市场，以扩大产品市场占有额。今后我将进一步加强学习、踏实工作，充分发挥个人所长，扬长补短，做一名合格的销售人员，能够在日益激烈的市场竞争中占有一席之地，为公司再创佳绩做出应有的贡献!

>营销总结主题篇12

(一)、国庆销售计划及完成情况

\_店空调课国庆销售任务为73万元(去年同期)，实际完成41.6961万元。销售数量为152台，销售金额完成任务56%。

(二)、市调，\_店空调数量占比25%，金额22%，国美1店数量占比23%，金额占比28%(含格力空调)，\_店数量25%，金额24%，(含格力空调)

(三)A，B，C卡，现金卡和抵值券使用，A卡三菱电机使用500元属于厂家的电费补贴，B卡未使用，C卡合计使用18403元，占销售比为4%，美的使用8959元，占销售比为6%，C卡使用权限是销售总金额2%，C卡除去系统控价高和美的厂家国庆政策补差实际使用，C卡占比为3%，海尔使用C卡9344元，销售占比6%，国庆C卡权限为10%，有结余。希望采购部以后增加美的C卡权限为3%-4%，海尔C卡为6%-8%，现金卡使用200元，占比0.13%，抵值券11099元，3%。

(四)价格，库存，价格没有问题，只要对比顾客价格做到最低，以成交为主，国庆各品牌库存机，中低端配比都可以，没有预定。

(五)、国庆年主要销售特点

国庆客流量比去年同期下降很多，除海尔，科龙，海信所有品的销售都比去年同期有所下降，其中增幅最多的是海尔空调，同比上升113%，增加82118元，其次科龙增长260%，增加40508，海信增长32%，增加4497元，下滑严重的是美的-41%，下滑金额101391，松下-530%。下滑金额95167，(去年松下空调有7.7万工程)　　国庆销售呈现下降的原因，主要由以下原因购成：

1、国庆促销不够有吸引力

买400送200，买800送400，只限小家电的专属产品，对大家电带动不大。小家电专属产品的送券国庆期间没有用在空调上，对空调销售无带动作用，相对于国美苏宁我们公司的活动没有亮点，国庆机期间的销售，没有八月份三亚店0元购销售的火爆。苏宁国庆活动内容单品买500送100，1500返200，2500返300，3500返400，预约10元等100元，20元等于200元，50元等500元，国美1500返100，2500返200，3500返300。相对比较我们公司的活动对大家电的拉动不是很大。我们公司活动的宣传比较单一，针对性不强，建议公用短信平台信息，这次光大肯德基券活动比较成功，送出495份。顾客得到了实惠，反馈较好。

2、销售人员问题

美的空调两位导购员，都是新人，对公司流程不够了解，销售技巧较差，导致美的空调这次国庆严重下降-41%，下降10万，这次十一\_地区我们排名第二，苏宁一店88套，销售20万左右，切高端机型销售占比高，我们销售159386万，59套，松下空调，导购人员销售意识不强烈，和近期受抵制日货影响，下降-530%，海尔，科龙，海信出现逆势上涨，海尔，科龙，海信导购员都是老员工，销售技巧较好，拼抢顾客意识强烈，公司流程较熟悉，套购能力较强。海尔导购员带套购能力较强，再加上高端客人，对海尔整个产品的喜欢，对海尔的`销售增长也有一定的帮助。

3、课长对国庆预估不足

国庆前夕虽对美的空调导购培训，但还是造成国庆美的空调销售严重下滑，没有对国庆做一个很好的销售预估和合理的判断，也是造成销售下滑的一个重要原因。我们基层领导没有更好地灌输公司政策，和及时反馈别的商场的活动信息，需要检讨。

4，国庆市场占比

国庆期间我们空调在整个是\_的空调市场产比处于中等水平，美的三亚排名第二，海尔三亚排名第一，科龙三亚排名第一，海信三亚排名第二，三菱重工三亚排名第二，三菱三菱电机三亚排名第二。

5、客诉，物流，售后问题　　国庆期间物流配送，售后安装未出现严重投诉问题，一些顾客反馈的问题都及时的得到了解决，没有出现重大投诉。

接下来的工作计划

一、经营方向和目标

销售任务。接下接个月是空调传统的淡季，要更多的加强团队的培训，做出培训计划要有人员监督，检查，每周做一次销售技巧培训和市调反馈课长负责，店长监督检查，和导购员要有更多的沟通，理解和关系淡季销售给他们带来的一些心理波动，保证整个空调的年度销售和去年同期持平。

二、严格要求自己。作为课长我们要严格要求自己的行为规范，提升自己的业务水平，关注销售的变化，多学习，对竞争门店每周五要进行市调，对于员工反馈问题要及时的解决，对跟上任务进度的品牌进行沟通，找出原因，促进销售。

三、希望公司加大促销，促进年底的销售。

进入十月份内地顾客来\_过冬，也进入三亚销售的旺季，通过十一的销售发现国庆期间\_顾客为了装修需要购买家电的在整个顾客群体中占比很重，希望公司能对这部分具有一定购买力的消费群体，做一些有针对性的宣传告知。周边县市，乡镇，顾客明显减少。

公司对就多的\_市，\_市，\_市的新楼盘项目侧重的宣传，可以对他们进行活动赞助，或发放印有我司名称，电话，地址，标志的购物袋，做广告宣传。

四、围绕以顾客为中心，提升服务水平。

继续提升服务、管理水平。要微笑待客，使用文明用语，更快捷高效的问顾客服务，遇到顾客反映的问题和建议要及时的解决和恢复。

(2)企业营销工作总结

人生的脚步总是从偶然走出之后的路越必然便越感慨当初偶然的发生。 从11月11日加入天手食品整两个月零3天作为一个新人写年终总结的时候自然与别个不同储存柜中的原始票据和成形的报表已是厚厚一摞小具规模内心涌起一阵暖流它们无声无息记载着两个月的成果像是成长的年轮有迹可查却又无法道尽。

在201X年这两个月时间基本以收集汇总为主其中包括财务报表、销售分、总报表销售排名原材料进出存报表材料消耗考核、工资报表等。 当所有的报表中都清晰地在制表人后边出现属于自己的那个的文字组合。那一刻起自己变成了彻头彻尾的新人好奇而又欣欣然。因为又重新战斗在钟爱的财务领域而欣欣然因为又回到“时时防备出错、夜夜须有反思”的会计岗位而战战兢兢。但一切就这样开始了 一直觉得自己不是一个具备快速适应能力的人恐惧陌生。陌生的环境似乎总是个未知数在度过了那段熟悉陌生环境的日子之后蓦地感觉自己已逐渐融进了这个集体重新开始分享工作带来的乐趣。虽然已经而立期间的足迹也足以让我看淡世事、悲喜但对于这样一个事实依然掂起来沉甸甸。

我把他看作付出换回的爱。 作为营销的一员自然明白营销的真正内涵就是满足需求、创造价值用饱满的热情善待每位员工和客人让自己成为一道风景展示天手人的风貌。领导的点拔是让大家做到足够优秀独挡一面。但我想在这个快速流转的世界没有什么不能代替越来越多的替代品的悄然出现便是明证。看看柜中留存的那些材料我想它会越来越厚。我们存在的理由就是使自己不断强大和不可替代而它所替代的是生命。

又一年结束了这是我初来乍到的一年就像逝去的日子一样我的工作中有残缺和不足但我都认真度过了。对得起每一天就算对得起自己的生命了因为它是生命的替代我们一辈子也就只在做这一个事儿。 生命就是每一个偶然的轨迹而后重叠成必然就看是快乐多一些还是悲伤多一些。我会在工作中让自己变得快乐起来把每一个快乐的成长瞬间带给身边每一个人。 新年的工作已经开始我会虚心学习谨慎工作尽快加入到企业的大家庭中来。

>营销总结主题篇13

20\_ 年的工作总结和 20\_年的工作计划时光荏苒，20\_年即将过去，新的一年将要到来。回首过去的 一年，内心不禁感慨万千。没有轰轰烈烈的战果，但也算经历了一段 不平凡的考验和磨砺。

在新的一年里， 我们将继续围绕公司中心工作， 克服缺点，改进方法;深入学习，掌握技巧;加强管理，改进服务; 大胆探索新思路、新方法，促使工作再上一个新台阶，为集团公司的 健康快速发展作出更大的贡献!

一、主要工作回顾我们的销售工作主要分为电话销售和乡镇医院开发两部分， 电话 招商是开拓市场的主力，乡镇医院开发是补充。按公司整体市场思路 和方向，我们在过去的销售工作中，主要做了以下工作

(一)销售回款 20\_ 年 电 话 招 商 部 分 共 完 成 \_\_ 件 ( 目 标 \_\_\_ 件 ) ， \_\_\_ 元，乡镇医院部分完成\_\_件(计划\_\_件) ，收款\_\_元。共计回款\_\_元 (目标\_\_\_\_元) ，超额完成\_\_\_\_元，完成比是 113%。上半年完成\_\_\_\_ 元，完成全年 30.8%。电话招商全年回款客户 340 个，成功开发新客 户 223 个。

(二)客户群的建立 在 20\_年的销售中，我们共积累到 340 个客户，成功开发 223 个新客户，成交贴牌客户\_\_个，在谈贴牌客户\_\_个，年进货过万元的 客户\_\_\_个，单次拿货\_\_\_件以上的客户\_\_\_个，建立了初步客户群。

(三)团队建设 人才是营销的核心资源，本部门组建以来，积极发挥团队的推动 器作用，注重销售骨干的培养。刚进入本部门时，销售人员大部分从 零开始，对销售，特别是本行业的技术、产品和目标市场一无所知。

经过包括客户查找定位、谈判、跟进、促单、合同签订等一系列言传 身教式培训及实战历炼之后，他们已经成为能够独挡一面的销售骨 干，并正为公司创造着越来越多的市场价值。

(四)营销体系初步形成 根据营销工作的具体内容和工作流程， 我们建立了详尽而明晰的 客户档案，将包括客户基本信息、客户重要度分级、客户联系过程、 报价、合同销售情况、客户关系维护、后续服务等在内的一系列的信 息都记录在案，形成了丰富的客户字典，以备销售人员随时调阅。

根据以上信息，对市场及客户进行多种分析，以掌握营销活动的 一般规律，进行举一反三，持续完善业务流程。

(五)培训工作。销售部肩负的是公司全部产品的销售，责任之 重大、任务之艰巨，可想而知。建立一支能征善战的高素质的销售队 伍对完成公司年度销售任务至关重要。

“工欲善其事，必先利其器” ， 本着提高销售人员综合业务素质这一目标， 销售部开展了不间断的职 业技能培训工作，与\_\_招商部的精英们进行“东西部结合”活动，在 济南招商部门的帮助下， 销售部业务人员的销售能力得到大幅度的提 升。

二、存在的问题及解决思路

问题总是和工作形影不分， 成绩微不足道， 但问题需要认真总结、反思和探讨，问题解决的过程， 将是我们不断发展和持续前行的过程， 并且，这些问题的有效解决，也正是我们下个销售年度努力目标之所 在。问题有四

1、销售人员工作的积极性不高，缺乏主动性，懒散，也就是常 说的要性不强 。

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;对客户提出的一 些问题和要求不能做出迅速的反应和正确的处理。

在和客户沟通时不 知道客户对我们的产品有几分了解或接受到什么程度， 在被拒绝之后 没有二次追踪是一个致命的失误。

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工作总结和计划的习惯， 销售工作处于放 任自流的状态，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、销售人员的素质形象、业务知识不高。

个别业务员的自身素质较低、不良习惯很多、工作责任心和工作 计划性不强，业务能力和形象、素质还有待提高。

以上四点将是我们下个销售年度需要解决的主要问题、 思路和努 力方向，我相信，只要有各位领导、同事的支持和帮助，一切问题将 迎刃而解。

三、20\_ 年工作计划

(一) 、建立一支熟悉业务，高素质高效率而相对稳定的销售团 队。

人才是企业最宝贵的资源， 一切的销售业绩都起源于有一个好的 销售人员，建立一支具有凝聚力，战斗力、高素质的销售团队是企业 的根本。只有通过高素质高效率的销售人员才能提高产品的销量，才 能提升企业形象和产品的影响力。在明年的工作中组建一支和谐，高 效率的销售团队作为一项主要的工作来抓。

团队建设方面人员扩充到 20 人，分化为招商一部和招商二部，辅助部门电子商务，重点打造 电子商务平台。全方位的打造销售体系，全面推进销售工作的进展。

(二) 、电话销售部分销售业绩总量过\_\_\_\_件，年销售额过\_\_万。

乡镇医院部分销售突破\_\_件，年销售额过\_\_万，销售总回款\_\_\_万。

(三) 、管理方面，以实用为原则，完善监督考核措施，创造轻 松、规范、快乐的销售环境。

1、完善销售制度，建立一套明确系统的管理办法。

完善销售管理制度的目的是让销售人员在工作中发挥主观能动 性，对工作有高度的责任心，提高销售人员的主人翁意识。强化销售 人员的执行力，从而提高工作效率。

2、提高人员的素质、业务能力。

培养销售人员发现问题， 总结问题目的在于提高销售人员综合素 质，在工作中能发现问题总结问题并能提出自己的看法和建议，业务 能力提高到一个新的档次。4 具体

( 1) 、加强销售队伍的目标管理 ①服务流程标准化②日常工作 表格化③检查工作规律化④销售指标细分化⑤晨会、 培训例会化⑥服 务指标进考核。

(2) 、时间管理方面，使用好计划与约定，按计划完成每天、每 周每月的目标，合理分配时间，加大学习和训练的力度。

(3) 、客户管理方面，建立客户档案，细化客户的分类，针对不 同的客户提供不同的解决方案，提高客户服务质量。

在新的一年里，我们将服从公司大局，听从领导安排，潜心挖掘 市场，用心服务客户，争取取得更好的销售业绩。

借此机会，恭祝大家在新的一年了新年吉祥，马到成功。

>营销总结主题篇14

今年上半年，在公司的正确领导下，营销战线上广大干部职工，围绕总体奋斗目标，创造性地开展各项营销工作，克服了供需矛盾突出、\_\_工厂停产等诸多不利因素。群策群力，奋力拼搏，资产经营取得了丰硕成果，实现了“三确保、三实现、三推进”的营销工作目标，为提高经济效益和企业的发展，做出了新的贡献!以下是营销部上半年的工作总结。

一、加强电力需求侧管理，售电量稳步增长

针对\_\_工厂停产和年初供电形势紧张局面，公司树立大营销观念，始终把开拓用电市场作为一项全局性的龙头工作来抓。经过加强需求侧管理，抓季节用电高峰，抓招商引资机遇，稳定了工业用电市场，拓展了生活用电市场。

二、营销精细化管理体系初步建立

成立了一把手挂帅的\_\_管理工作领导小组，制定了详细的实施方案。同时，对\_\_计量装置情景进行调查摸底，确定改造方案，在公司的大力支持下，对\_\_进行了计量装置改造和安装，为公变\_\_管理供给了必备的技术基础。各单位对所有公变用户进行了清理，杜绝了\_\_间的交叉互供、私拉乱接现象，并重新以\_\_为单位编制抄表本，核对客户用电基本信息，完善客户档案，为公变\_\_管理供给了必备的管理基础。

制订了“基础管理、计量装置改造、线损管理、电费回收和优质服务”五大部分制订评分细则，对各单位组织了验收。经过公变\_\_管理的推行，调动了基层营销员工的工作进取性，差错率大幅降低，电费回收率普遍提高，公变\_\_线损率下降，为企业增加了经济效益。

三、进取推进预购电制，电费回收目标圆满完成

争取政策支持。对长期拖欠电费或结算信誉不高的用户，要求必须签订预购电协议，安装预购电装置，实行先购后用。在大力推行预购电制基础上进取争取市公司对于推进预购电制补助。制定实施方案。明确专人负责，落实预购电制推广名单，安排时间进度，重点对信誉不高的用户严格实行预购电制，并进行跟踪督办，将这一技术措施落实到位。促进了电费回收任务的完成。

四、工作不足

营销基础管理不细、不严。主要表此刻抄表工作质量不高，仍然存在估抄、漏抄、缺抄现象，尤其是“0”度户数比例较大;抄表日程没有得到很好地坚持，没有履行抄表日程审批制度和抄表轮换制度，造成报表数据失真。内稽力度不够。主要表此刻目前各供电营业所和稽查大队主要以用电检查、创收为主，营销内稽工作开展不力，且普遍未得到重视;加之各供电单位对营业工作质量未严格考核，造成一些营销环节出现漏洞。营销现代化程度不够高。主要表此刻营销信息系统功能应用不完善，报装管理、计量管理和营销稽查没有全面应用，抄表机应用不广，营销业务“无笔化”工作退步等。

市场营销工作任务繁重而艰巨。我们要正视困难，坚定信心，在公司的正确领导下，团结拼搏、克难奋进、勇于创新、扎实工作，全面完成各项营销目标任务，为实现公司作出更大贡献。

>营销总结主题篇15

进入\_\_公司以来，从培训到市场上岗，做好每一项具体的工作，严格按照公司的有关指示和文件精神做好自己的本职工作，对工作认真负责。下面是本人对近期的工作做一下总结：

工作上，本人主要市场工作是县。进入市场以后，先是对地区的市场情况作了一个详细的了解和调查，针对具体的情况做了具体的分析，把招商宣传资料发到当地一些资金实力比较雄厚的店面，例如各个品牌的经销商，大型商超，名言名酒店，副食品批发店，酒店宾馆和一些当地比较有实力的商家，以及对当地一些机关工作人员，其中市场共得资料\_\_\_份，发出资料\_\_\_份。

有意向的客户4家，经过交流好额联系选出一家比较适合代理我们产品的经销商，目前正在谈判中。瓮安县市场共得资料\_\_\_份，发出资料\_\_份有意向客户\_家目前正在联系和沟通中。在这里工作的这段时间里让我学到了很多，接下来我将从三个方面向大家介绍一下我感悟到的一些观点，与大家共同交流和探讨。

一、端正态度

在工作期间我看到了很多问题、矛盾与困难，当然这些都是不可避免的，但是我觉得导致这些问题和困难不能解决的主要原因还是态度问题，态度决定一切。经常有人会这样说——“如果当初我怎样怎样，那么现在我肯定会……”，人们常常只停留在这样的说上，而不真正付诸行动，怎么会有好结果?白酒的竞争日趋激烈，不断会有新的挑战摆在你面前，你以一种什么样的态度去对待它，你就会得到一种什么样的结果。所以怨天尤人是没有意义的，积极地工作才是我们最应该做的。

二、明确目标

首先，任何公司都有公司发展的目标，每一个员工也都有自己的个人发展目标，在这个问题上，我认为作为公司的一名员工就应将个人目标与公司目标统一起来。每个人都会有压力，但是在实现公司发展目标的同时，也是在实现自己的个人目标。

其次就是我刚才提到的实现目标要有正确的态度与方法，并将目标切实分解落实。只有可分解的、能实现的目标，才是可行的目标。

三、学习

关于学习，有一位经济学家讲过这样一句话“不学习是一种罪恶，学习是有经济性的，用经济的方法去学习，用学习来创造经济。”在工作中也是一样，我们需要不断地学习、充实，争取做到学以致用，相得益彰。

作为一名刚毕业的大学生，虽然没有工作经验，我们有这无比的事业心和上进心，有着远大的理想和抱负，因为我们年轻，所以我们有资本，有信念，有毅力去开创一个属于自己的地方。

>营销总结主题篇16

转眼间，20\_\_年就要挥手告别了，在这新年来临之际，回想自己一年多所走过的路，所经历的事，没有太多的感慨，没有太多的惊喜，没有太多的业绩，多了一份镇定，从容的心态。

一、工作感悟

在这年多的时间里有失败，也有成功，遗憾的是;欣慰的是;自身业务知识和能力有了提高。首先得感谢公司给我提供了那么好的工作条件和生活环境，有那么好的，有经验的老板给我指导，带着我前进;他们的实战经验让我们终生受益，从他们身上学到的不仅是做事的方法，更重要的是做人的道理，做人是做事的前

从\_月开始进入公司，不知不觉中，一年的时间一晃就过了，在这段时间里，我从一个对产品知识一无所知的新人转变到一个能独立操作业务的业务员，完成了职业的角色转换，并且适应了这份工作。业绩没什么突出，以下是一年的工作业务明细：

进入一个新的行业，每个人都要熟悉该行业产品的知识，熟悉公司的操作模式和建立客户关系群。在市场开发和实际工作中，如何定位市场方向和产品方向，抓重点客户和跟踪客户，如何在淡旺季里的时间安排以及产品有那些，当然这点是远远不够的，应该不断的学习，积累，与时俱进。

在工作中，我虽有过虚度，有过浪费上班时间，但对工作我是认真负责的。经过时间的洗礼，我相信我会更好，俗话说：只有经历才能成长。世界没有完美的事情，每个人都有其优缺点，一旦遇到工作比较多的时候，容易急噪，或者不会花时间去检查，也会粗心。工作多的时候，想得多的是自己把他搞定，每个环节都自己去跑，、我要改正这种心态，再发挥自身的优势：贸易知识，学习接受。不断总结和改进，提高素质。

自我剖析：以目前的行为状况来看，我还不是一个合格业务员，或者只是一个刚入门的业务员，本身谈吐，口才还不行，表达能力不够突出。根源：没有突破自身的缺点，脸皮还不够厚，心理素质不过关，这根本不象是我自己，还远没有发掘自身的潜力，个性的飞跃。在我的内心中，我一直相信自己能成为一个优秀的业务员，这股动力;这份信念一直储藏在胸中，随时准备着爆发，内心一直渴望成功。“我要像个真正的男人一样去战斗，超越自己。“我对自己说。

二、20\_\_年工作设想

总结一年来的工作，自己的工作仍存在很多问题和不足，在工作方法和技巧上有待于向其他业务员和同行学习，20\_\_年自己计划在去年工作得失的基础上取长补短，重点做好以下几个方面的工作：

依据20\_\_年销售情况和市场变化，自己计划将工作重点划分区域，一是;对于老客户，和固定客户，要经常保持联系，在有时间有条件的情况下，送一些小礼物或宴请客户，好稳定与客户关系。二;在拥有老客户的同时还要不断从老客户获得更多的客户信息。三;要有好业绩就得加强业务学习，开拓视野，丰富知识，采取多样化形式，把学业务与交流技能相结合。

1、每月要增加\_个以上的新客户，还要有几个潜在客户。2、见客户之前要多了解客户的状态和需求，再做好准备工作才有可能不会丢失这个客户。3、要不断加强业务方面的学习，多看书，上网查阅相关资料，与同行们交流，向他们学习更好的方式方法。4、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。5、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，让客户相信我们的工作实力，才能更好的完成任务。6、自信是非常重要的。要经常对自己说你是的，你是独一无二的。拥有健康乐观积极向上的工作态度才能更好的完成任务。

三、工作中的问题及解决办法

1、不能正确的处理市场信息，具体表现在缺乏把握市场信息的能力，在信息高度发达的现代社会，信息一纵而过，有很多有效的信息在身边流过，但是却没有抓住;缺少处理市场信息的能力，有效的信息是靠把握、分析、处理、提交的，及时掌握了信息，又往往缺乏如何判断信息的正确性;缺乏信息交流，使很多有效信息白白流失。在今后的工作中，应采取有效措施，发挥信息的作用，加强处理信息的能力，加强沟通交流，能够正确判断信息的准确性。

2、在年初工作中，因为自身业务水平较低、经验不足，在刚开始的工作中摸不到头绪，屡次失败。问题究竟出在哪里?面对多次失败的教训，查找自身原因、，找出了自己的不足。在今后的工作中要不断加强业务学习，提高自身能力，

3、对客户的任何信息要及时响应并回复;对客户的回复不能简单的一问一答，要尽可能全面、周到，但不可啰嗦。语言尽显专业性与针对性，否则失去继续交谈的机会。

4、报价表，报价应报得恰如其分，不能过低，也不能过高;好东西不能贱卖，普通的产品不能报高。因为客户往往会从你的报价来判断你的诚实性，并同时判断你对产品的熟悉程度;如果一个非常简单普通的产品你报一个远离市场的价位，甚至几天都报不出来，这说明诚实性不够，根本不懂这一行，自然而然客人不会再理会。

以上是个人20\_\_年以来的工作总结，如有不足之处，望批评指正。

>营销总结主题篇17

\_\_年即将过去了，转眼间又将跨过一个年度之坎，回首这一年，内心感触太多，虽然在这一年中自己相当的失败，但也算经历了一段不平凡的考验和磨砺。相当感谢公司给我这个成长的平台，让我在工作中不断的学习、不断的进步，让我学会如何做人、处事。回首这一年，我走过人生很重要的一个阶段，使我懂得了很多，谢谢主任给予了我很多的支持与关爱，在这我向主任及各位同事表示最衷心的感谢，.对于过往的一年.更多的是总结和反省.自己失利的地方太多了.下面是我对于一年工作的市场分析和工作总结及个人总结.

市场分析

我负责的是湖北市场，在湖北将近两年.在这边主要负责的是\_\_地区、随州地区及天门市.实际上的客户只有两个，应城市和汉川市.应城相对做的比较好.主要是以批发为主，汉川批发兼零售.

市场概述:湖北省主要以当地品牌金牛当对竞争优势比较大，他的优势在于他是本地企业.宣传力度大，单\_\_年在湖北的销售额都高达6.5亿.其他的品牌也众多.由此可见市场潜力是相当大.做的相对好点的像联塑、固地、亚通、日丰.他们相对在湖北做的比较早.有一定的基础.像我负责的区域.\_\_地区主要以金牛为主，因为是武汉周边地区.随州相对于来说就好些。卖的品牌很多，但这个区域有个特点，他虽然是地级市，但下面所管辖的都是直属镇.总共才两个县.主要都是大的乡镇.乡镇都比较大.所以乡镇价格都操作的比较低.都是地级市直供.所以说地级经销商尤为重要，

市场竞争状况;金牛在当地老百姓可以说是家喻户晓的知名品牌.经销商在卖货这块不需要费任何口舌.这是他唯一的优势.而劣势可分为二点，其一:市场泛滥.串货.其二;价格透明.经销商利润低.同样，联塑在湖北市场做的比较早.相对根基比较好.但是他也和金牛存在一样的问题.然而经销商永远是以追求利润为前提.在这前提下.我们公司的策略和营销理念对于经销商就是最大的一个优势;一个地方设独家经销商.价格是由我们操控的.这是他们没法比拟的.

市场特点及市场竞争状况;金牛在湖北省占有比较大的一个份额，但是因为他的弊端，他们价格定位也比较高.所以的老百姓都追求物美价廉.对于这些，经销商更多的是无奈，但他们追求的是利益.像现在很多二线品牌.在质量能够保证.价格相对金牛有优势的情况下，逐步的像我们这种品牌可实际操作可能性相当大.现在市面上见到很多20的热水管价格定位10块钱左右的品牌慢慢的逐步的在展开.这相对我们来说也是个趋势，而我们公司有我们独特操作理念.公司对经销商的类似广告支持、保证市场不泛滥.价格操控等.这都我们能够给经销商做到实处的.我们找的合作经销商也尤为重要.像找主要以零售家装这块为主.当然具备兼批发能力的那是最好.以中等客户为主.这就包含了两点，第一;开发时，中等客户开发时间相对会比较快点，各方面提出的条件相对大户没那么苛刻.我们要以快速开发市场为前提.当然也要保证其质量.第二;现在我们人员相对还不是很完善.后期维护工作相对不会那么沉重.

以上就是我对湖北市场的个人分析，当然其中有很多了解不足，希望其他同事能给予更多、更好的分析和指导.

以下是我对于一年的工作总结及个人总结.

首先.阐述自己的心态问题.新的一年，新的开始，刚到公司上班时候，内心更多的是以激情澎湃的迎接新的一年开始，自己现在可以说是空想.自己要如何做好、如何的规划自己的一年，然而到湖北市场后，就工作中遇到点小挫折、小坎坷，就自我信心不足，知难而退.遇事总是怕.担心.觉得自己做不好久而久之.自己的信心逐步退化.记忆颇深的是，在孝昌市在一家经销商那谈了七、八次之后，还是没达成合作.因为总总的原因，推迟、也是时机不是最好.确定他不是我所要找的意向客户.直至最后就连那仅存的一点信心都给折腾完了.尤其是到了后半年.心更是不定.整天自己都不知道在想什么.哪怕是外界给我一点小小的影响.就能动摇我的意志.往往就会想到自己为什么会这么龌屈.做事的时候自然就不上心.对于工作只是报着得过且过的的心态，还总自己我安慰。反正自己已经这样了。无非就这样.对业绩.荣誉.甚至自尊都已经麻木了.对于这一块，主任时刻提醒我。自己想起的时候会提醒自己.自己调整一次，过不了几天又回到了原点。甚至连刚开始都不如，慢慢的就演变成自己天天的自己我抱怨.在这一块充分提箱了自己的心智还不够成熟，这是自己需要解决的最大的一个问题.也许这也是自己必须经过了历练的一个过程.

再则;做事的态度，做任何事多以那种无所谓的，什么都不在乎.做事不够积极.记忆最深刻的一点是，开发的一个乡镇客户，第一天去的时候，因为老板不在家，和老板娘大概的谈了下我们产品的一些优势和特点.她感觉还可以.到了晚上.老板回来了，给我打电话，在电话里预约第二天早上7点半见面，结果因为冬天太冷，冬季的六点半天未亮.而坐车到那镇上需要一个小时.自己没那决心，没去负约.后来第二天又月明天.结果我还去.至此.我自己都不好意思在去和他谈.后来是因为到了月底，在业绩和主任的强迫下，下了决心，又和老板预约.结果合作了。从这件事上，让我自己看到了自己的做事态度.没恒心，做事不够认真，更谈不上积极.这就是个很鲜明的例子，以后我会时刻提醒自己，用认真积极的态度不放过任何机会，这牵扯到信誉和态度.更是为人处事最基本的态度.

其次.和客户谈判时的一些问题，在和新客户谈判时.尤其是在开发县级客户，在当地了解到了生意做的比较好的一些比较大的客户.心想，第一;他们每天那么忙，第二;每天像类似于我们这样的业务员又有多少?一进去他就把我一扫而出，心里由心而升的就会产生畏惧、恐慌心理.在进去之前总要做好久的心理准备.但在真正面对客户时.紧张.自己都想快点离开.脑海里一片空白.等到自己出来之后.自己回忆下当时谈话过程都会觉得很空洞.没任何的逻辑.更谈不上严紧性.话题聊天到哪就是哪.缺乏镇定.往往气势上就被他们压下去了。很难把心态放平，把他们当做正常的中等客户一般对待.在这块上.由衷的可以看出自我信心不足.老客户这一块.在和老客户谈到一些比较敏感的问题时.立场不够坚定.以至于客户老是试探我的底线.对于一些尖锐性的问题.甚至无言以对.相互对峙许久之后.只能自己委婉的说。我给领导请示.明天我

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！