# 2024年市场部上半年工作总结与计划 市场部半年工作总结及计划(七篇)

来源：网络 作者：梦醉花间 更新时间：2025-06-05

*市场部上半年工作总结与计划 市场部半年工作总结及计划一市场部门将全力配合公司目标，制定相应工作目标及计划，并严格按照此计划方案落实执行。由于市场部成立时间短，部门业务人员不足，前期业绩达成存在一定困难，需要在不断完善过程中从低到高逐步累积提...*

**市场部上半年工作总结与计划 市场部半年工作总结及计划一**

市场部门将全力配合公司目标，制定相应工作目标及计划，并严格按照此计划方案落实执行。由于市场部成立时间短，部门业务人员不足，前期业绩达成存在一定困难，需要在不断完善过程中从低到高逐步累积提升。二、工作目标

根据目前人员状况，以及市场部成立初期，设定此计划目标：

完善部门人员配置，根据理财业绩状况及管理能力，从理财专员中产生。

1、拓宽招聘渠道，配合人事部门抓紧时间招聘，如有需要，参加现场招聘会一次;

2、根据部门业绩状况，对理财专员全面定岗，优胜劣汰，在中旬之前，确定部门人员数量，并在月底之前，全部配置完成。

1、网站建设

客户投资平台系统升级，目前正在测试中，完善平台功能，丰富界面内容，由企划负责，并不定期召集相关人员检讨平台功能。

2、制作公司宣传画册

目前企划人员正在设计中，公司放年假之前完成，并要求公司所有人员携带部分回家过春节，利用春节拜访亲人朋友过程中宣传公司，提高公司知名度、

3、加大广告投放力度

4、参加有影响力的行业会议、活动积极拓展与国内金融机构、投资机构的互通合作，参加一些有形影响力的行业会议，及时掌握政策动态，获取市场资源，以项目投资分享为合作点，强化品牌影响。

1、理财专员业务开展

首先，培训理财专员，全面了解公司产品，认可公司产品，从缘故市场着手开展业务，并要求理财专员设定个人目标，提出具体方案，并监督落实执行。

2、定期举办公益性理财推广活动

在业务拓展过程中，与赣州各大住宅小区物业联系，在小区内部举办一些小型公益性理财推广活动，主要提供免费理财咨询，适当配备注册小礼品，提高“中盈”知名度，挖掘客户资源。

3、借助中国传统节假日，举办客户答谢会议，维护好老客户，并向客户传达政策以及公司长远规划，以便挖掘客户背后的客户资源。

1、公司内部定期举办一些户外拓展活动，加强员工之间的沟通，增强员工归属感和团队凝聚力，以便于留住人才，管理人才，应用人才。

2、适当时间，允许员工携带家属参与公司举办的户外活动，以便得到家属支持，并推荐家属的亲朋好友参与公司的理财投资，培养忠诚投资客户。

新的一年，希望各部门能相互配合，希望能通力合作，共同完成公司的年度目标。

在20xx年的工作规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，而相对稳定的销售团队

人才是企业最宝贵的资源，一切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，合作精神的销售团队是企业的根本。在明年的工作中建立一个和谐，具有杀伤力的团队作为一项主要的工作来抓。

2、完善销售制度，建立一套明确系统的业务管理办法销售管理是企业的\'老大难问题，销售人员出差，见客户处于放任自流的状态。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。

3、培养销售人员发现问题，总结问题，不断自我提高的习惯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、在地区市建立销售，服务网根据今年在出差过程中遇到的一系列的问题，约好的客户突然改变行程，毁约，车辆不在家的情况，使计划好的行程被打乱，不能顺利完成出差的目的。造成时间，资金上的浪费。

5、销售目标

今年的销售目标最基本的是做到月月有进帐的单子。根据公司下达的销售任务，把任务根据具体情况分解到每月，每周，每日;以每月，每周，每日的销售目标分解到各个销售人员身上，完成各个时间段的销售任务。并在完成销售任务的基础上提高销售业绩。我认为公司明年的发展是与整个公司的员工综合素质，公司的指导方针，团队的建设是分不开的。提高执行力的标准，建立一个良好的销售团队和有一个好的工作模式与工作环境是工作的关键。

**市场部上半年工作总结与计划 市场部半年工作总结及计划二**

xx年上半年，市场部在局领导的正确领导下，在各中心、支局所的大力支持下，认真贯彻执行省、市邮政工作会议精神，以拓展市场为动力，以效益增长为目标，积极发展各项邮政业务，通过全体员工的共同努力取得了较好的效果。

一、 业务收入完成情况

业务总收入累计完成459761.87元，完成年计划的53%,比去年同期增长七个百分点。实现了时间任务双过半。

二、 上半年工作情况

1、年初制定了全年工作计划，相继出台了、，下发了、制定了，5月份根据市局文件精神，出台了我局，大大激发了职工营销的积极性，为时间过半任务过半起到了推波助澜的作用。

2.较好的完成了邮政业务视检、储汇业务稽查工作。按规定的频次对我局的各项业务、监控岗履职进行检查指导，并每月进行通报。为提高服务质量、风险防范起到了一定作用，为业务的发展起到了保驾护航的作用。

3.按时上报了各种报表，职工营销积分统计上报；大客户管理和大客户报表，按月对各项业务的完成情况进行统计公示，为掌握业务发展情况提供了依据。

4.起草了，完成了局领导交办的临时性工作。

三.存在问题和不足

1. 办公条件不足，市场部没有电脑，查看、下载文件、通知，上报报表等都必须到办公室。而且只有上面通知才知道，不能及时了解，再加之办公室电脑满负荷工作，经常电脑不空。在电子化办公的今天，已经影响到市场部的`正常工作。

2、代收移动款网点减少，除县城的两个主营业厅外，其它点都取消了代收，仅这一项，一年少收入1.5万元以上。因地方特点，民间借贷风盛行，人们都不愿意存款，致使储蓄业务发展缓慢，这两项业务严重影响了今年的收入。

3、管理经验和工作经验不足，不能很好的当好领导的参谋，创新意识薄弱，仅局限于现有的业务和营销模式。

四、 下半年工作计划

1、按照省、市工作会精神，认真分析研究市场，借鉴兄弟局的先进经验，积极组织开展各项营销活动，使我局业务发展能上一个新的台阶。

2、在做好本职工作的同时，不断学习业务知识，充实自我，积极探索业务发展的增长点，为我局的业务发展当好领导的参谋。

**市场部上半年工作总结与计划 市场部半年工作总结及计划三**

在即将迎来的20xx公司营销年，市场部将不断升级提高市场研究工作职责及工作架构，使其不断深化、细化，在找准自身定位的.基础上切实发挥应有的作用。

本人17年上半年工作设想主要基于以下几方面：

(一)

目前市场部市场研究工作除对项目进行针对性市调工作报告外，主要包括在售项目定期销售分析报告、主要城市月度市场研究报告、典型企业专题研究报告等方面。今后可适时拓展研究层面及研究范围。增加全国房地产定期研究报告、特定产品定期研究报告、推广媒体定期研究报告等形式。将研究地理范围从项目所在区域、主要城市拓展至全国，将研究层面从项目、宏观市场拓展至产品、营销推广等层面。

(二)

目前市场研究局限于行业宏观政策、销售市场、土地市场等层面。未来应向产品、营销推广策略及手法、客户需求专题分类研究等方向发展。

(三)

除进行专业市场研究工作为领导提供参考建议外，同时也应从本职工作及专业角度出发，积极参与到新项目前期市场定位、产品规划、项目营销策略、推广策略、销售执行等方面提出系统性专业建议，为领导决策提供必要的前瞻性意见，减轻后期销售压力，尽量避免重复性错误及问题。同时对项目全程策划提供整体销售支持，从拿地——前期立项及规划设计——中期开工至开盘——后期销售阶段，提出专业区域研究、产品可行性研究、市场预测、销售分析等各层次各方面全方位支持。

**市场部上半年工作总结与计划 市场部半年工作总结及计划四**

年上半年已经结束，我也已经来公司四个多月了，回顾这四个多月，我觉得有必要从以下几个方面做以总结：

（一）所作的工作

三月份：

1.制作了两篇分别针对新患者和老非会员的营销信函；

2.协助曹经理创作4月份的援助和赠书广告文案；

3.学习糖尿病基础病理知识：主要学习书目有基地的《糖尿病康复指南》、《糖尿病300问》、中国古籍出版社的《糖尿病、高血压防治全书》等；

4.营销理论学习方面，研读了一些经典的营销书籍，如周景勤北京大学出版社的《营销策划》、迈克尔.r.所罗门《消费者行为学》等。

四月份：

1.八周年总结会中自己的工作主要有：（1）撰写了5篇发言稿；（2）部分撰写了总结会的大会纪要；

2.制作了第一版的非会员调研的调研问卷；

3.在曹经理的指导下尝试创作4月份的广告文案；

4.研读了科特勒《市场营销学》一书；

5.协助曹经理进行机构册子大纲的编制及初步组稿。

五月份：

1.协助曹经理打造机构册子，主要工作有前期的文字内容的撰写、中期的文字梳理及后期校对工作；

2.协助曹经理编制第一版的产品册子大纲，并进行相关文字稿的撰写、组稿工作；

3.按照朱总的要求，在曹经理的指导下，制作了第二版的非会员调研的调研问卷；

4.与曹经理协商制定八周年专题碟片脚本大纲，并经行初步的文字组稿。

六月份：

1.按照朱总的要求，在曹经理的指导下编撰产品册子第二修改版的大纲，并与曹经理分工完成册子文字稿的撰写、梳理及校对工作。

2.在与曹经理探讨后，完成第二个版本的八周年专题碟片的脚本文字稿；

（二）工作绩效的自我评估

回顾总结这四个月所作的工作，可以用一句话来进行绩效方面的自我评估，那就是：付出了很大的智力劳动，但最终的成为可以用来量化的成果却少的可怜。而导致这一结果的原因是多方面的，这个我会在接下来的教训总结中加以反思。

（一）值得分享的工作经验及心得

思想上

1、在不断的自我发现中，我更加的自信了，以前稍显内向的性格开始变得活跃起来，对生活，对未来充满了希望。在此，我要特别感谢6月份的那次拓展。

2、对于“林欲静而风不止，子欲孝而亲不待”的含义有了更加深刻的理解，深刻地认识到了父母的艰辛和亲情的温暖。如果说这半年来，我确实成长了的话，那么这一方面的转变应该算是一个很重要的方面。感谢公司的家人文化，感谢公司温暖和谐的工作氛围，正是因为有了这些，我才在这一方面有了更快的成长。

3、认识到了“不耻下问”、“三人行必有我师”的学习精神的重要性，我深深的懂得我只是一个才来社会的“毛头小子”，要学的东西太多太多，而公司的每一个人不论管理人员还是销售人员，都是我的前辈，都有我可以学习的地方。比如，从贾总的身上我学到了很多做人、处世的道理，从马总的身上我看到了中国传统文化的博大精神，而他精彩演绎也使我有了一种狠补国学的冲动，朱总的在经营和营销上的高瞻远瞩、运筹帷幄及其超强的信息分析和处理能力是我梦寐以求的智慧风采，王副总高超的演讲技巧和对团队强大的掌控力使我艳羡不已，曹经理和华经理对于工作的务实和一丝不苟的精神是我要努力学习的，同时像吴晓梅大姐、小左、小徐等家人这种富有朝气，嬉笑人生的乐观生活态度也给我留下了深刻印象。

技能上：

1.文字功底有了进一步的提高，这是在公司领导如朱总、曹经理的鼓励和指导下，我勤加练习的一个结果。

2.以营销学的视角分析问题、解决问题的能力有所提高。这主要是公司培训和我的日常涉猎的一个结果。

3.工作上，人际沟通能力有所提高。

经验上：

1.将读书视为一种工作的常态。我认为在不影响正常工作的前提下，每天坚持读书是非常必要的。学习能力的强弱和学习上的自觉性直接决定着一个团队的生命力的强弱。而打造学习型团队，公司的培训当然必不可少，但给员工营造一个浓厚的学习氛围也同样不可或缺。

2.将交流作为工作的必须。四个多月的工作经历告诉我，没有进行前期充分的沟通，是导致工作效率低下的一个主要原因，所以为了提高工作效率充分的组织沟通是保障。

回顾这半年，在工作上我做过的事还是比较多的，但做成的却并不多，如调研研问卷的制作（前后共有了5个版本）、营销信函的写作（两封信函每份共3个版本）、协助曹经理编著两本册子（版本应该不下5个）、光碟脚本的制作（还未出炉已经改过3次），同样付出了艰辛的智力劳动但为什么最终没有出结果呢，当然除过一些不可避免的客观原因外，我认为我的原因主要有以下几个方面：

1、思维常常太过于活跃，而这种活跃往往是盲目的，导致很多时候把文案的写作想象成了可以天马行空的东西，缺少了营销方面的考虑，这是文案工作者很不成熟、不专业的表现，必须该之。

2、缺少务实精神，老是凭直觉做出判断，导致很多时候自己的东西带有强烈的`个人色彩，而不被认可。在身经百战、阅历丰富的基础上，有时候直觉是有效的，但对于一个初入行的人来说，凭直觉行事绝对是一件危险的事，以后必须审慎从之。

3、缺少把工作做精致的耐心。这其实是责任心的一种修炼。在前半年的工作中，我不得不承认在一种很可怕的自满心理，当一篇文案得到曹经理的赞扬甚或是通过后，我都会产生一种很不该有的自满心理，老是认为自己其实还是很优秀的。“满招损，谦受益”的警言，看来还得常驻于心。

（一）思想上

在思想上我觉得，我仍在热情的接纳、勇敢的面对、果敢的决断等情绪心智上还表现的不尽令人满意，所以在下半年的工作中，我觉得应该从以下几个方面加以改进：

1.积极参加公司组织的娱乐活动，呈现多面的自己，给大家带来的快乐的同时更好的融入这个集体；

2.多于一线的家人进行交流，与他们建立友谊，以实现方便工作、丰富生活的目的；

3.培养自己勇于接受新挑战的胆气和勇气，以使自己更快的成长。

（二）工作上及技能上

1.通过报纸、网络、杂志、书籍等渠道，多了解一些竞品信息，及时跟踪掌握我国糖尿病保健品市场的新动向，为以后更深入的介入公司的市场营销工作打下基础；

2.读一些广告文案大家的作品，并在深入领会其精髓的基础上，进行一些模仿，以求为我所用；

3.涉猎一些经典国学典籍（如儒家经典）和中医药经典如《黄帝内经》，以拓展自己的知识储备、开阔自己的视野，使自己在以后的文案创作上能做到厚积薄发。

（一）对公司的建议：

1.减少一些不必要的仪式或程序性的设置、安排，以切实提高工作效率。如我在和一些销售人员的沟通中，发现他们经常抱怨公司的销售会议开的次数太多，导致他们每天都要把很多的时间用来“应付”这些大会小会，而没有时间来真正考虑他们的销售问题。当然，对于销售来说及时的总结是必要的，但会太多了未免会流于形式，反而会影响到工作效率；

2.个人觉得有必要对各部门、各位家人在公司的规章、制度、工作流程方面进行培训，使各个部门、岗位各司其责、各尽其力，减少不必要的纠纷，切实提高工作效率、融洽工作氛围。

（二）对本部门的建议

1.探索制定一些能够明确责任、提高效率的部门制度、章程或文件，以切实提高部门的整体工作效率；

2.探索一些方法，以争取使部门的整个工作氛围更加的轻松、活泼一些，因为这样的环境是创意工作者所必须的；

以上就是我这四个多月工作的一个回顾和总结，有成绩也有教训，而只有不断的反思才能使这些成绩和教训转化为有益的工作和人生经验。而在接下来的工作中，只有一如既往的坚持好的（如爱学习、爱思考、“不创新毋宁死”的精神等），义无反顾的摒弃不好的（如不务实、少耐心、有点小自满等），我才能在这么好的一个历练平台上更快的成长起来，才能使自己的人生更加的多姿多彩！

1.环境上：有一个相对安静和自由的工作环境，使自己能够顺畅的思考，以保质保量完成工作。

2.薪资上：付出和回报成正比。

3.绩效评估上：不奢望自己的成果都能被认同，但希望自己的付出能被人理解。

4.团队：希望团队的每一位家人都能更快的成长，争取不要因一个人的问题而拖整个部门的后腿。

**市场部上半年工作总结与计划 市场部半年工作总结及计划五**

20xx年是xxx发展的关键一年，市场部应积极配合公司做好各方面的工作，尤其是在企划和营销两大块，任务艰巨，我们将竭力完成年度工作任务， 做好本部门的工作，积极配合相关部门，努力实现公司的经营目标。

现将市场部年度工作列表如下：

一、市场部年度工作计划：

1、 制定年度营销目标计划以及各档期dm海报的制作。

2、 建立和完善营销信息收集、处理、交流及保密系统

3、 对竞争者促销手段的收集、整理和广告策略、竞争手段的分析。

4、 制定卖场企划策略。(新开店的气氛打造以及已开店的气氛维护及布置)

5、 制定通路计划及各阶段实施目标。

6、 促销活动的策划及组织，执行并管理现场促销活动。

7 、合理进行广告媒体挑选及管理，参与组织并落实公司制订的广告计划、费用预算;

6、 对国际性大卖场进行实地考察。

二、市场部负责人的职责

市场部负责人全面负责市场部门的业务及人员管理

1、全面计划、安排、管理市场部工作。

2、制定年度营销策略和营销计划以及各档期dm海报的制作。

3、协调部门内部与其他部门之间的`合作关系。

4、 制定卖场企划策略。(新开店的气氛打造以及已开店的气氛维护及布置)

5、 制定通路计划及各阶段实施目标。

6、促销活动的策划及组织。

7、指导、检查、控制本部门各项工作的实施。

8、配合人力资源部对市场人员的培训、考核、调配。

9、制定广告策略，包括年、季、月及特定活动的广告计划。

**市场部上半年工作总结与计划 市场部半年工作总结及计划六**

一、营销体系信息网络的营建工作有效地开发、维护和运转信息网络，对公司的超常规发展无疑是一项十分重要而又紧迫的工作。而这项工作的实施者——市场部是中心枢纽，起着联结公司决策层领导、商务部领导、现实的和潜在的业主、每一个驻外办事处人员以及信息网络成员的特殊作用。为此：

1、部门多次召开会议就如何完成公司的年度目标进行认真的讨论，充分挖掘每一个人对杭萧钢构工作的饱满热情和主观能动性，最大程度的发挥他们的聪明才智。并对部门内人员工作内容作了更加明确的分工。

2、努力提高信息管理工作的团队协作精神，明确公司整体协调一致的工作要求。杭萧钢构事业必须靠全体人员共同努力，高度服从指挥，整体协调一致，才能保持可持续的增长和健康的发展。所以，把教育本部门人员加强与办事处的沟通和协调，与其它部门人员的协作作为一项日常工作来抓，同时敦促办事处不但要做好业主的销售前的服务工作，还要增强为企业内部其它部门提供工作允许范围信息或工作便利的服务意识。

3、根据年初确定的目标，组织市场部相关人员督导和协助各办事处加强市场信息网络工作。对各办事处的具体工作实施信息网络的考核制度，制定考核方案，规定具体的量化标准。

4、组织实施营销系统内市场开发助理和销售工程师的培训工作，使他们在短期的十天左右个人综合素质得至显著的提高，为他们今后服务于杭萧钢构，奉献于杭萧钢构奠定了坚实的基础。上半年发展信息网络成员212人。上报有价值信息共274条。上半年策划正式培训2次，共65人次。其中马孝平、周红萍、陈勉志等人经培训后已前往各地办事处担任领导工作。

二、杭萧钢构品牌推广工作品牌是企业的整体实力的\'综合反应，每一个成功的企业都有一个响亮的品牌。杭萧钢构的品牌效应在今年上半年的业务接洽起着十分关键的作用。这主要得益于公司高层决策领导始终如一的高度重视和多年来持之以恒的高投入的品牌推广工作。由于品牌影响力的不断增强，业主接受杭萧钢构产品的概率大提高，市场开发助理宣传自身企业和钢结构业绩的投入也会逐步减少。作为公司品牌推广的职能和主导部门，市场部充分利用各种行业协会、展览会及各种媒体进行了长期的、大量的、细致的、有效的品牌推广工作。并经过，为安徽杭萧钢结构有限公司在南京、合肥两个省会城市周密地组织和精心地策划了有中国建筑钢结构委员会主要领导和省建设厅领导参加的大型推广会，取得了预期的效果。事先策划好的股份公司在福建省会福州举办的品牌推广会因“非典”影响而推迟至下半年。

三、业主与合作单位客户接待工作客户接待工作是一项纷繁复杂而又十分重要的工作。它既是众多现实和潜在的客户了解杭萧钢构的重要窗口，又是公司展示自己外在形象和综合实力的平台。对公司业务的接洽起至关重要的润滑剂作用，有时甚至直接决定着业务的成败。在布置客户接待工作中，首先是对该项工作从思想上十分重视，能以热情和真诚为原则来对待每一个客户。其次，以毫无怨言地奉献自己的休息时间和毫无保留地付出自己的辛勤努力为必要前提，并善始善终，一如既往，持之以恒。再次，能发扬单总提出的一元钱精神，力所能及地降低接待成本，杜绝接待中的一切浪费，并把节省成本当作自己工作的一个方向和目标。但这不是说无限度地减少接待费用，以牺牲接待效果为代价。在尽量节省开支和保证接待效果上，把握好一个度。一方面与相关的各大餐饮、宾馆、娱乐等企业签订了协议，获得了最大程度的优惠。另一方面我们对每一环节和步骤都加以推敲和权衡，厉行节约。使这项工作既能领导和商务部、办事处人员充分的肯定，又能得到客户良好的评价。上半年接待客户99批次，共401人。四、日常行政工作和内部管理工作

1、杭州的营销和技术系统的日常行政工作已形成市场部的工作职能之一。部门人员为此付出相当多的时间和精力。但经过努力后，不但使日常管理开支大大减少，而且使这项繁杂烦碎的工作做得更加井井有条和严谨周密，得到了绝大多数领导和员工的一致好评。

2、费用的管理：市场部承担着营销系统乃至杭州总部各部门费用的审核、报销工作。我们能够严格按照公司制定的各项制度来控制各项费用开支。同时制定了营销系统办公用品的购买、申领制度。做好杭州总部的财务管理工作。

3、办事处人员的辞退和招聘：年初为了完善办事处的管理，本部门会同商务部和投标办制定了办事处管理细则，每月进行考核。对不能胜任本职工作的人员进行淘汰，截止6月底，共清退人员12名。同时广纳人才，配合人力资源部和营销系统其他部门开展招聘工作。上半年共招聘26名各类人才充实到营销系统各部门、办事处任职。

4、建立健全营销系统和本部门管理制度：为了使营销系统管理水平适应公司快速发展需要，上半年市场部建立和完善了多项工作制度、标准、作业指导书等。其中有《来客参观生产基地制度》（配有《来访客户参观生产基地线路图》）、《前台值班制度》、《信息网络管理细则及考核办法》对日常管理工作的正规化都来起到了显著作用。特别是iso9000管理体系第三层次文件的编制，包括《市场部工作职责》、《市场部人员工作职责》、《客户接待工作规定》。使营销系统和市场部的管理工作逐步趋向规范化、标准化、系统化和科学化。

**市场部上半年工作总结与计划 市场部半年工作总结及计划七**

20xx年公司成立市场部，它是公司探索新管理模式的重大变革。但在经过一年之后，市场部成为鸡肋，嚼之无味，弃之可惜;市场部除了做了很多看起来似是而非的市场活动，隔靴搔痒的市场推广，就是增加了很多直接或间接的费用，而看起来对市场没什么帮助。

但在公司领导高层的支持和我们不断地学习中，在后几个月的工作中也探索我们的生存和发展之路，在与各分公司的市场活动，公司资源整合过程中，不断进步。

1、明确工作内容

首先就必须让市场部从围绕销售部转、担当销售内勤的角色中快速转变过来，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、产品开发等基本的岗位职能，以消费者需求为中心，根据不同的市场环境，对市场运作进行策划及指导。

2、驻点营销

驻点市场的推行既锻炼、提升市场部人员自身，又贴身服务了一线业务人员，市场部只有提供了这种贴身、顾问、教练式的全程跟踪服务，市场部才能彻底改变一线人员对其的片面看法。

市场部驻点必须完成六方面的工作：

a、通过全面的调研，发现市场机会点，并针对性地拿出市场提升方案;

b、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，提出新产品的\'开发思路;

c、指导市场做好终端标准化建设，推动市场健康稳定发展;

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

e、及时全面宣贯公司政策，提升一线人员的战斗力;

f、在市场实践中搜集整理亮点案例，重点总结出方法和经验，及时推荐给市场复制。

在这一年里，凭借前几年的蓄势，xx公司不但步入了高速发展的快车道，实现了更快的效益增长，而且成功地实现公司股票在上海证券交易所上市。从此，一个xx公司以崭新姿态展现在世人面前，一个更具朝气和活力的、以维护股东利益为己任的xx公司诞生了。

公司上市后，管理水平必将大幅度提高，这不仅仅是市场竞争的外在要求，更是自身发展壮大的内在要求。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xx年合同额三十亿的总体经营管理目标，市场部特制订xx年工作计划如下：

1.建立直接领导关系

市场部是负责公司信息网络建设与维护、信息收集处理工作的职能部门，接受营销副总经理的领导。市场部信息管理员与各区域市场开发助理之间是一种直接领导关系，即在信息网络建设、维护、信息处理、考核方面对市场开发助理直接进行指导和指挥，并承担信息网络工作的领导责任。

2.构架新型组织机构

3.增加人员配置：

(1)信息管理员：市场部设专职信息管理员3名，分管不同区域，不再兼任其它工作。

(2)市场开发助理：省六个办事处共设市场开发助理两名,其它各办事处所辖区域均设市场开发助理一名。

4.强化人员素质培训

春节前完成对各区域的市场部信息管理员和市场开发助理的招聘和培训，使xx年新的管理制度实施过程中市场部在人员素质方面有充分的保障。认真选择和慎重录用市场开发助理，切勿滥竽充数。

5.加大人员考核力度

在人员配置、资源保证、业绩考核等方面对信息网络建立和维护作出实施细则规定，从制度上对此项工作作出保证。建立市场信息管理员定期巡回分管区域指导信息管理工作的考核制度，并根据各区域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信息管理的工作。

6.动态管理市场网络

市场开发助理与信息管理员根据信息员提供的信息数量(以个为单位)、项目规模、信息达成率、发展下级信息员数量四项指标对信息网络成员进行定期的动态评估。在分析信息员/单位的分类的基础上，信息管理员和市场开发助理应结合信息员的背景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。进一步加强信息的管理，在信息的完整性、及时性、有效性和保密性等方面做好比上一年更好。(详见市场开发助理管理制度)

7.加强市场调研，以各区域信息成员/单位提供的信息量和公司在各区域的业务进展情况，将以专人对各区域钢结构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各趋合理和公司在开拓新的市场方面作好参谋。

在即将迎来的xx公司营销年，市场部将不断升级提高市场研究工作职责及工作架构，使其不断深化、细化，在找准自身定位的基础上切实发挥应有的作用。

xx年工作设想主要基于以下几方面：

(一)完善丰富市场部市场研究已有工作内容及架构。目前市场部市场研究工作除对项目进行针对性市调工作报告外，主要包括在售项目定期销售分析报告、主要城市月度市场研究报告、典型企业专题研究报告等方面。今后可适时拓展研究层面及研究范围。增加全国房地产定期研究报告、特定产品定期研究报告、推广媒体定期研究报告等形式。将研究地理范围从项目所在区域、主要城市拓展至全国，将研究层面从项目、宏观市场拓展至产品、营销推广等层面。

(二)扩大专题研究内容及层次。目前市场研究局限于行业宏观政策、销售市尝土地市场等层面。未来应向产品、营销推广策略及手法、客户需求专题分类研究等方向发展。

(三)拓展咨询顾问工作范围。除进行专业市场研究工作为领导提供参考建议外，同时也应从本职工作及专业角度出发，积极参与到新项目前期市场定位、产品规划、项目营销策略、推广策略、销售执行等方面提出系统性专业建议，为领导决策提供必要的前瞻性意见，减轻后期销售压力，尽量避免重复性错误及问题。同时对项目全程策划提供整体销售支持，从拿地——前期立项及规划设计——中期开工至开盘——后期销售阶段，提出专业区域研究、产品可行性研究、市场预测、销售分析等各层次各方面全方位支持。

(四)完善公司企业品牌。通过在公司内刊>设立市场专栏。活跃公司企业文化，提升公司员工专业能力及市场敏感度，拓展公司品牌影响力。每期提供1-2篇专业市场分析文章，使公司全体员工提升其专业信息量、并在不同层面对市场动态激发不同层次的思考及借鉴。

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！