# 物业公司XX市场部半年工作总结范文三篇

来源：网络 作者：紫云飞舞 更新时间：2024-05-25

*工作总结jobsummary/worksummary是最常见和通用的年终总结、半年总结和季度总结。 以下是为大家整理的关于物业公司XX市场部半年工作总结的文章3篇 ,欢迎品鉴！【篇一】物业公司XX市场部半年工作总结　　本人自去年年底受聘于公...*

工作总结jobsummary/worksummary是最常见和通用的年终总结、半年总结和季度总结。 以下是为大家整理的关于物业公司XX市场部半年工作总结的文章3篇 ,欢迎品鉴！

**【篇一】物业公司XX市场部半年工作总结**

　　本人自去年年底受聘于公司市场营销部以来，在领导的正确领导下，积极展开了市场调查、中心开业及中心推广一系列工作。转眼间，即将过去。回首这一年来的工作，尽管市场营销部为公司的贡献微薄，但总算迈出了发展的第一步。在公司工作一年来，完成了一些工作，积累了一些宝贵的经验从中取得了一些收获，也清楚的认识到了自己在工作中的一些不足，以下是自己对一年来工作方面的总结。

>　　一、市场调研

　　1、市场信息的收集

　　医疗行业市场信息主要通过网络、媒体中展开收集，主要是通过医疗行业、医疗相关行业、医院口碑等信息中搜集。渠道包括：政府机关、医疗机构、金融机构、公报、物业行业新规;物业协会、机关团体公布资料;物业行业研究机构提供的资料;广告代理、媒体以及公共图书馆、物业行业市场方面相关资料。

　　2、信息分析和甄别

　　项目信息包括拟建、在建工程项目，按照功能分类汇总，并对各个项目信息的建筑概况，开发商，使用者等进一步调查，以确认和完善各项信息，作为业务拓展的一手资料。此外，项目信息需要保证其准确性和时效性。

　　对于市场调研收集到的已经在业务拓展中涉及到的所有信息按照竞争对手、投资商、开发商、业主、各地行业主管部门、物业行业政策等几方面进行分类汇总，整合存档。

　　3、市场部信息库的建立

　　市场部应当建立自己的数据库，通过对所收集信息的合理分类和系统整合，市场调研收集到的所有信息及时录入，将为今后的工作提供便利。目前，医疗市场各方面信息量相对较少，而且不很全面，将在今后的工作中进一步完善。

　　存在不足及改进措施：

　　1、部分信息错误、过期，影响到推广进程，今后的市场调研工作中应该加强信息的准确性和时效性。

　　2、市场调研力度不够，需加强，拓展更多的调研渠道，投入更多的精力于调研工作，以获得更多、更全面的市场信息。

　　3、信息未能系统整合，不便于查阅，需要建立完善的市场部信息库。

>　　二、中心开业

　　开业活动今年也做了不少了，开业活动花费费用高且效果不是特别好。我认为不如把开业活动的费用放在宣传或者推广上。存在不足及改进措施：

　　开业活动尽量取消，或者以专家讲座的形式出现。多情媒体，尽量尽可能的在短时间内带来患者。

>　　三、中心推广

　　1、软文：软文形式相对于其他宣传方式在于把需要宣传的内容以一种具有阅读性的方式进行传播。相对容易取得良好的效果。不过由于线下软文的载体只存在于报纸杂志等形式刊登，所以价格和宣传次数受限制。所以在未来宣传的选择上尽量减少大城市或快节奏生活城市选择该种宣传方式，而在小城市或刊登费用低廉的地区可以采用这种方式。

　　2、滚动字幕：飞播广告是今年在多个中小型城市中采用的宣传手段，飞播宣传价格低廉，宣传面积广泛，且因为通过各地方有线电视台播放，所以在当地具有一定收视的强制性，取得一定的效果。不过由于将来越来越严格的全国的广播电视管理和限制，未来这种宣传手段可能随着管制的严格而渐渐取消。

　　3、广播广告：广播宣传在本年度中进行几次宣传，都没有取得良好的效果。广播内容和专题采访节目没有取得很好的效果。不过广播的优势在于成本相对较低、目标受众年龄层贴合公司设备受众年龄层，且该人群具有稳定的收听习惯。接下来的宣传可以由固定的广播和专题讲座改为请科室专家做客广播台的医疗类节目，可以针对该人群进行特定的宣传和解答。

　　4、报纸新闻：报纸新闻宣传有的可信度和极低的费用两种特点，经常用在开业活动中进行一些采访和拍摄。后期除非有很好的新闻点或者培训会等活动，否则不太有机会再找到记者进行新闻性质的宣传。由于该种宣传方式非常高的可信度，制造适当的新闻点会给设备带来比较好的宣传效果

　　5、培训会和礼品：作为主办方的培训会需要邀请专家到场进行培训，对未来的转诊具有非常好的作用，不过缺点是花费的费用比较高。而且见效比较慢。如果作为其他会议的赞助商，被允许进行一段时间的演讲或者有一个展位则可以具有比较不错的性价比和一定的宣传效果，风险性较小。

　　6、社区活动：社区活动是未来宣传活动的重点方向。社区活动直接使医生面对患者，通过直接的`沟通进行一对一的宣传活动。而且费用低廉、同时带来最直接的收益效果。

　　7、视频广告：视频广告受众面非常大，虽然有非常好的宣传效果，但由于价格过高所以不能在大城市进行宣传。未来电视视频广告的宣传方向是拍摄时间较长的宣传视频，在小城市中进行有针对性的宣传。存在不足及改进措施：

　　今年一年我们也用了好多方式推广，软文、社区及广播的效果还是不错的，今后我们会把软文及社区作为宣传的重中之重。

>　　四、个人总结

　　只有摆正自己的位置，熟悉本部门基本业务，才能尽快适应新的工作岗位，没有熟练的专业知识，就不能胜任这项工作，熟悉专业知识是做好工作的前提。由于工作实践比较少，缺乏相关工作经验，工作中还存在很多不足之处，自己要自觉加强自身学习和修养，努力适应这分工作。所以除了自己要在短时间内恶补，还非常需要领导与同事的教导与督促。

　　自己要主动融入集体，处理好各方面的人际关系，才能在新的工作环境中保持良好的工作状态。态度决定一切，市场竞争日趋激烈，市场机制会愈趋规范，每个公司、每个人都会面临不断的变化，并不断会有新的挑战摆在自己面前，自己以一种什么样的态度去对待它，自己就会得到一种什么样的结果。耐心细致地做工作态度是对自己一种，工作中养成良好的工作态度才能赢得总经理及同事们的认可。

**【篇二】物业公司XX市场部半年工作总结**

　　上半年，在事业部领导的正确领导下市场部生产经营指标全面完成，按照公司制定的“立足山东，发展西北，布点全国，走向海外”的市场营销战略，在省内重点发展的潍坊、泰安、临沂区域市场取得了显著成果。

　　1、市场营销工作。

　　事业部上半年已签订合同额共7.5亿元。其中市场部签订合同7项，合同额共6.79亿元。陕西分公司签订合同14项，合同额7139万元。胶南凭海临风项目内部招标已经完成，一标段合同额为6234万元。昌乐七彩广场综合楼项目目前已完成合同评审，合同额约4200万元，上半年在手合同额共约8.5亿元。

　　潍坊地区市场经过几年的开拓，已呈全面开花的态势。目前已签订施工合同6项，合同额近3亿元。安丘青云郡二期项目、峡山中学项目、潍坊世纪泰华15万平方米高层钢结构项目、寿光阳光华沃集团4万平方米钢结构办公楼项目正在进行合同洽谈，预计在谈工程合同额4亿元以上。

　　泰安区域市场营销呈上升势头，目前除了泰安名嘉项目及泰安电力学校外，正在跟踪市劳动局综合楼、电力学校钢结构会展中心等项目，泰安区域市场正在逐步拓展。

　　临沂名嘉广场项目的施工，莱钢建设的影响力在临沂地区日益彰显，随着建设公司对临沂房地产市场的关注，临沂地区将成为建设公司未来房地产开发的又一重要区域市场。临沂区域也正在跟踪几个具有可操作的项目。

　　陕西分公司立足西安，积极开拓西北市场，今年已签订施工合同14项，合同金额近8000万元，上半年完成产值3400余万元，已超过去年全年施工产值量，西安凤城九路钢结构高层正在洽谈，目前铭远设计院已与业主签订设计合同。

　　2、各分公司项目备案及营业执照年检工作。

　　在各项目部的全力协助下，各分公司到期施工备案年检已基本完成。临沂、泰安、滨州分公司营业执照年检已经完成，潍坊分公司资料已经提交，正在办理中。

　　市场部由于目前人员不足，在此感谢济南凯旋新城、临沂名嘉、泰安名嘉、滨州中海城、胶南凭海临风等项目部以及合同预算部等机关部室对市场部工作的大力支持和协助。

　　在下半年的工作中，我们将更加努力，全面完成事业部安排的各项任务。

　　谢谢大家。

**【篇三】物业公司XX市场部半年工作总结**

>　　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，市场部上半年工作总结。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xx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。xx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xx，奉献于xx奠定了坚实的基矗。

　　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xx等人经培训后已前往各地办事处担任领导工作。

>　　二、xx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。xx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，半年工作总结《市场部上半年工作总结》。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xx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xx钢结构有限公司在xx、xx两个省会城市周密地组织和精心地策划了有xx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xx省会xx举办的品牌推广会因“xx”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xx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、xx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xx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xx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xx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。

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！