# 市场部半年工作总结

来源：网络 作者：悠然自得 更新时间：2024-06-01

*市场部半年工作总结 　　总结是在某一时期、某一项目或某些工作告一段落或者全部完成后进行回顾检查、分析评价，从而得出教训和一些规律性认识的一种书面材料，它能使我们及时找出错误并改正，不妨坐下来好好写写总结吧。总结你想好怎么写了吗？以下是小编整...*

市场部半年工作总结

　　总结是在某一时期、某一项目或某些工作告一段落或者全部完成后进行回顾检查、分析评价，从而得出教训和一些规律性认识的一种书面材料，它能使我们及时找出错误并改正，不妨坐下来好好写写总结吧。总结你想好怎么写了吗？以下是小编整理的市场部半年工作总结，希望能够帮助到大家。

**市场部半年工作总结1**

　　XX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7月份为止，全市业务收入XXX万元，总排名全省跃居第3位，宽带业务增加XXX户，普通电话添增XX户，取得了良好的业绩，现将20xx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。1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。3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。5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。

　　从元月份开始，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一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，每月月底一、二、三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半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。

　　为清理长期欠费、控制当期欠费，市场部根据公司领导要求制定了当期欠费回收量不低于98%的考核目标。对欠费回收情况进行周通报、月通报。在与县区公司的共同努力下，到5月份系统内本年新增长期欠费清理完毕，当月调帐数首次低于省公司要求的最低限额，从连续5个月调帐超过万元，达到5月份的元。

　　为掌握资源情况，避免资源浪费，市场部安排支撑中心每月对各县区资源情况进行抽查、通报，6月份又进行了现场检查。

　　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3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两项考核指标的计算。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、由于上半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。

　　下半年市场部从以下几方面进行改进和提高：

　　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。

**市场部半年工作总结2**

　　20xx年上半年的各项工作在xx年进行改革攻坚、提升的基础之上，以地区营销、配送一体化为契机，加强卷烟服务营销，充实服务内容，强化工商协同，大力推进“两个跨越”，规范零售终端，夯实网络基础，注重经营安全，实现和谐发展；同时，加强对浙烟“精实”文化和杭烟“品·质”文化的理解，加强自身素质提升，不断提升基层部门的执行力和创新力，逐步向全面发展、创新发展、可续发展的目标前进。

>　　（一）规范化零售终端建设深入推进。

　　xx年年，公司进行了规范化零售终端建设，在卷烟陈列形象、明码标价和明码实价、店面环境整治、促进零售户规范经营等上面展开大量的工作。20xx年的终端建设工作是在xx年取得良好成效的基础上，进行深化和推广。

　　一、店容店貌进一步美化，卷烟陈列更加规范。继续提升规范化终端建设水平。规范化零售终端建设，作为我们余杭烟草的创新工作，市场部全体同志在思想上高度重视，以高度的责任感和使命感参与这项工作。加强和零售客户的沟通联系，争取使零售户理解并支持标准化零售终端建设的开展，在前期宣传的基础上，加快对经营环境的整改，共整改零售户300余家，示范街效应逐步扩大到各条营销线路，并得到零售户的好评。

　　二、明码标价实现客户从被动使用到主动使用的过程。随着明码标价工作的进一步展开，从示范街的对明码标价的应用到普及推广，逐步为广大零售户和消费者所接受，标价签陈列是否到位，成为零售客户能否稳定和提升经营业绩的重要手段。在辖区内，一些原来不愿意配合明码标价的客户，在明码标价逐步普及的大环境下，感受到自身经营受到威胁，经历了从拒绝陈列到主动要求的过程，标价签陈列规范度进一步提高，一烟一签、一一对应工作开展顺利。在使用小型明码标价签以后，缓解了标价签缺少、遗失、破旧的现象，终端维护的工作效率有所提高。

　　三、vi形象标识系统的推广。随着规范化零售终端建设的深入，公司计划在余杭市场部推广vi形象标识系统，在前期临平市场部、塘栖市场部取得经验的基础上，经过让零售客户观看《终端之门》专题片，该项工作普遍得到了零售客户的拥护，目前已经确定31家零售户为第一批vi形象标识客户，门面尺寸的量取、vi标识门头和vi标识柜台制作等相关工作已经在紧锣密鼓的开展。vi形象标识系统的推广应用，为进一步提升规范化终端建设水平、提升卷烟销售网络竞争力、提升卷烟零售客户盈利等各个方面提供了良好的契机。

>　　（二）推进工商协同，加强品牌培育。

　　一、充分挖掘市场潜力。一是配合规范化零售终端建设，结合《卷烟陈列标准》促进零售客户对省外一二类烟和低档烟销售的重视，一二类烟和低档烟销售有一个快捷、便利的环境，二是加强库存监测工作，通过对客户前期、同期的低档烟销售对比，了解市场销售走势以及消费者需求状况，把握消费特征，合理安排货源供应与供应定量，确保省外一二类烟和低档烟的可持续增长，为推进建立二十多个重点骨干品牌和十多个视同骨干品牌的销售结构打好坚实基础。

　　二、强化市场销售管理。以《零售客户积分制考核》加强零售客户对销售低档烟的积极性。在零售客户积分制考核中，增加省外一二类烟与低档烟分值比例，促使零售客户转变销售结构，利用客户分类中的定量，提高零售客户销售省外一二类烟和低档烟的积极性，引导市场消费积极向重点骨干品牌转移。

　　三、加强重点品牌销售进度管理。结合分公司二级考核和市场部三级考核，将重点品牌销售进度作为一项重要经济运行考核指标，按月下达重点品牌培育任务，从上柜率和销量两个方面进行当月培育品牌的考核工作，促使客户经理在日常市场走访中加强对重点品牌的培育，进一步了解市场需求和消费趋势，通过客户经理对客户的沟通和交流，掌握区域市场销售特征与零售客户销售需求，为公司合理下达销售指标提供依据。

**市场部半年工作总结3**

　　1、业务方面：制定公司的月度经营计划，并落实当月经营完成情况；编制整理月度市场信息报告，对公司的主要原材料及各种产品的市场信息进行分析，并提出相应的经营措施。

　　2、市场信息的收集：主要通过网络、媒体、客户反馈和公司内部

　　各部门进行收集和定制网络资讯。同时与国内的知名资讯公司进行交流，以增加市场信息的来源。

　　3、市场信息的作用：每月完成市场信息分析报告，由于信息的内容涉及较为广泛，对公司原材料及产品的未来市场走势做出相应的预测，为公司降低采购成本和提高了公司产品利润起到一定的指导作用。同时也为公司领导调整经营策略起了一定作用，如对2、3号机的原料价格及产品的价格进行预判，并做好毛利的测算工作，以指导2、3号的品种及生产计划。

　　4、存在的不足：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，以获得更多、更全面的市场信息。

　　市场部

　　20xx年7月8

**市场部半年工作总结4**

　　>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。

**市场部半年工作总结5**

　　回顾过去，特别××年至今，市场部营销中心、客情中心、营业厅等各方面工作在去年成立后良好开端的基础上，按照分公司和上级公司的部署要求，继续稳定老用户，快速发展、挖潜新用户、拓展大客户上取得了一定成绩。为实现分公司全年目标以及在綦江的品牌和整体形象上，市场部全体员工坚持“改革、发展、稳定”的大局，尽心尽力工作，并发扬艰苦创业精神，在分公司领导下，在激烈的市场竞争中开拓前进。

>　　一、主要工作

　　⒈拓展市场分公司还处于创业阶段，本部门把稳定现有用户，不断拓展市场，发展住宅、商业用户以及应对电信公司的拆反工作摆在首位。

　电信公司市场部半年工作总结报告上半年举行户外宣传活动共计四次，参加人数人次。

　　积极发展大客户加强与本地各部门之间的沟通和协调。除去年公安局、交通局、古南镇等数家大客户单位转网外，今年上半年还有旅游局、县编办、县信访办等单位以及在綦江县有较大知名度的酒楼、娱乐场所集体转网，目前正在联系洽谈的还有国土房管局、交管所等单位。

　　⒉营销工作把营销工作作为分公司提高经济效益的主渠道，摆在本部门的突出位置。下设的营销中心、客服中心、营业厅按规范化、制度化的要求处理好各项业务工作。上半年固定电话应收入万元；宽带应收入万元。对欠费的一般用户与大客户单位进行了追缴工作（此项工作由客服中心主要负责），并取得了一定成效。

　　⒊客情工作作为巩固市场的关键性工作今年月新成立的客服中心按照要求，建立了详细的网通客户资料档案，并分片区、定人员，点对点进行客户回访。客情人员主动为用户擦洗、清洁话机，以此提高服务质量，改善服务态度，这项工作得到了用户的认可。上半年，营销中心共回访网通居民用户约户（次），大客户约户（次）。

　　搞好热线服务，及时答复、处理客户的各种咨询与意见。上半年接听服务电话约次，并配合有关部门妥善解释和处理，避免和减轻了负面影响。如：今年月，我公司在南坪的光缆被撞断，造成古南城区大面积电话信号中断，给我公司造成了一定负面影响。此事故发生后，服务热线逐一通知大客户，并对打进的用户热线作好解释工作，为我公司挽回了声誉。

　　⒋自身建设把本部门的思想建设和业务建设作为基础性工作。加强内部管理，严格执行各项规章制度；组织部门员工学习业务知识、强化培训、洗脑，以此提高业务水平，培养成为合格的网通员工队伍。

　>　二、存在的不足本部门在上半年取得一定成绩的同时，也有许多不足之处。如：

　　⒈针对电信的拆反工作，原创：我们没有较强的市场敏锐性以及完善的应对措施。

　　⒉市场开拓尽管受诸因素制约，难度较大，但我们有时还是停留在原始的营销方式中，没有多位思考营销手段。

　　⒊员工的业务素质，认识和处理问题的能力不强，有待进一步增强。

>　　三、下半年工作计划

　　⒈首先增强市场竞争意识，坚持每周一次的业务培训，增强团队精神，用优良的服务质量、服务态度稳定和巩固来之不易的市场成果。

　　⒉市场部为实现分公司下半年任务（固定电话户、宽带户），将在⒏⒐月大力拓展固定电话户（每月分别为户），宽带户（每月户），以上任务指标市场部将不折不扣的落实到每个员工及每项工作中去，以实现和超额完成公司的总体目标而努力奋斗！

　　万盛分公司市场部

**市场部半年工作总结6**

　　本人自XXXX入职公司以来，在营销管理中心市场部担任高级市调专员职务，主要负责市场研究方向工作。具体工作包括撰写专业市场分析报告、竞品项目调研、市场动态监控、为营销策略调整提供相关建议等。在领导和同事的指导协助下，基本保质保量的按时完成了各级领导安排的各项工作。

　　市场部市场研究方向工作主要包括三大部分：例行性工作、临时性工作及专题性工作。例行性工作主要包括在售项目定期销售分析报告(周报、月报)、四城市房地产销售市场月度宏观报告、北京市房地产市场月度宏观分析报告、市场动态监控等;临时性工作主要包括竞品项目调研、竞品项目调研报告、竞品项目卖点分析等;专题性工作主要包括撰写专题性研究报告、课题性研究报告等。

　　市场部作为营销管理中心结构调整及专业分工细化的新生部门，市场研究工作是新制定的主要工作职责之一，主要为公司整体营销策略及在售项目销售提供专业参考意见及决策支持。之前工作范围仅局限于项目调研及市调报告，后经本人建议领导认可改进并丰富了各种专业报告的表现形式及结构，丰富了内容涵盖面并相应提升了专业性及可读性，增加深化了报告种类。和领导及同事一起重新搭建了市场部工作架构，理顺了工作流程，并不断对报告模板进行改进提高，使之实现流程化、专业化，也使市场部市场研究工作逐渐步入正轨。

　　在履行例行工作及临时工作期间，也为领导及时提供了最新市场及竞品项目动态和决策参考内容。如在制定“首付分期”营销策略期间与项目部共同对率先实行首付分期的美利山项目进行专项调研，在全面详细了解美利山“首付分期”具体操作手法的基础上为领导提供了相关参考意见，最终促成了“首付分期”策略应用于在售项目，对拉动销售起到了明显提振作用。

　　在售项目竞品监控是市场部重要例行工作之一。根据对在售项目周边区域竞品项目的长期市场跟踪及调研，市场部依据同区域、同期入市、产品类型相同或相近的样本筛选原则，不断更新具有代表性的竞争楼盘样本进行卖点的客观分析对照。目的在于通过各个项目的优劣势对比分析，学习及借鉴竞争对手成功的卖点及营销策略并为我所用，并将优劣势卖点应用于销售说辞及推广策略改进工作中，对在售项目的销售起到实际促进作用。不但完成了本部门的研究工作职责，也对营销管理中心其他部门及销售部工作起到了配合和促进作用。

　　在完成本职工作同时，间暇期间也配合其他同事进行在售项目论坛维护工作，同样取得了一定成绩。qq超拽分组

　　虽然市场部市场研究工作已步入正轨，但尚处于起步阶段，需要改进及提升的地方很多。本人工作还缺乏一定的积极主动性，沟通略显不足，对市场敏感度有待改进。报告的深入度和涵盖面有待提高。将在今后工作中虚心学习，不断改进提高，逐步推进市场研究工作，为营销决策及项目销售工作做出自己应有的贡献。

**市场部半年工作总结7**

　　很对时候很多事情不是说过了就过了，时间往往带着他的选择性令我们不自觉地刻录和记下一些东西。回想20xx，依然还残留着往事的碎片和影子，一些自己的思想观点积累还存心头，现将一些自己的积淀记录如下：

　　>一、20xx年工作中的三大关键词：

　　1、主动提升自己的市场悟性;

　　对于市场咳嗽崩此担如果没有市场悟性，就意味着行尸走肉，很难有大的希望，因为市场永远是变化的，仅靠以前在学校里学的那点理论知识是冒旆拿出来混饭吃的，必须凭着自己的悟性不断地进步，才能努力去一个真正的市场部人。20xx年我充分利用多次走访市场、每次都参加销售会议的机会，主动与市场一线紧密接触，突破曾经的长期呆在办公室，打打电话，写写文字，查阅相关网站，看看报纸等等通过这些渠道掌握市场信息的窠臼，努力主动地独立思考，不断地进行分析与总结，立志炼就专业的眼光，把对白酒市场刻意的观察变成一种职业的习惯。

　　2、保证足够的时间在工作上;

　　20xx年我利用正常上班的时间、部分加班的机会保证有足够的时间投入在学习上，学习工作能力，努力思考追究一种别人无法取代、各地都可以运用的能力，虽然现在短时间内看不到特别明显效果，但是我相信投入肯定有回报。

　　3、健康平和的心态;

　　虽然我们处在市场部，学历等等比部分区域经理/业务人员高，投入时间为部分区域经理/业务人员的几倍，待遇却没有业务人员高，更没有其它所谓的一些东西，但是我心态很端正平和。即使是在投入了很多时间很多精力仍然不能让领导完全满意的情况下，都是告慰自己业务人员可以半个月就把业绩完成，但优秀的市场人员却不得不加班;优秀的业务员可以不长的一段时间内把业绩做到200%，但是没有一个市场人员优秀到可以达到XX0分满意的客观情况，尽管这样的情况经常发生，每次都是尽全力保证自己的心态平和。

　　回顾自己XX年，自己主要是跑了一些地方，进行了一些市场调研;参加多次销售会议和行业性会议，提出了一些观点，做了一些基础性事务性工作。对照自己的表现发现我个人还有很多不足，如在业务上，还没有达到精益求精的要求;工作有时操之过急，缺乏深入细致的工作作风，虽然XX年我一直在努力，但是发现自己还是没有什么能拿出来说的实在成绩，提出的一些建议不够系统，没有给市场提出更多行之有效的办法……XX年将会通过努力会有效改观。

　　>二、对市场部的工作建议：

　　建立起强势的市场部是我们每个人共同的梦想，因为一个强势的市场部门是建立高炉家强势品牌的基础。品牌的形成需要严密的规划加上高效的执行，而此两项特征在缺乏强势的市场部门时都是几乎不可能实现的。建立强势的市场部门也许是集团有效变革的开端，结合自己近四年来市场部的工作经历，个人觉得我们的市场部缺乏很好的生存条件：

　　1、缺乏足够的高层的支持：

　　虽然市场部承担着部分直线职能，但本质上仍然是一个幕僚组织。作为一个没有指挥权的参谋，却需要就很多事情做出相应指导，没有高层的支持是开展工作的难度可想而知。高层的支持至少应该包括三方面的内容，1、理念上的宣导，2、给予实际的权限，3、适当的“偏心”，尤其是在市场部在20xx年才成立，成立以来更是在一穷二白的基础上摸着石头过河，往往最容易发生错误，很容易引起厂部生产系统，区域经理乃至业务员等等的指责性抱怨。这种时候，高层需要谨慎分析，如果确实非战之罪时，可能还是要保持对市场部门的支持。

　　2、缺乏明确的可一贯性可执行市场策略：

　　没有明确的市场策略则市场部门根本无法生存，而没有策略的一贯性则市场部就无法建立威信。

　　3、对促销方案/营销计划缺乏检核监督权：

　　再好的计划没有好的执行也是失败，而要有好的执行，没有有效的检核和监督就会形同空谈。

　　另外在市场部内部存在下列现实问题，也很大程度上制约了市场部功能的最大化发挥：

　　1、团队绩效徘徊不前;

　　2、缺乏物质激励手段，团队士气低落。满意度较低;

　　3、工作气氛不对，尚未有效营造团队合作导向;

　　4、人员配备/功能设置不尽合理，基本上处于单兵作战的状态，团队没有整体合力。

　　结合自己看到的问题对20xx年市场部的建议：

　　1、取得集团高层的支持和重视，能够让高层理解和明白市场部人员的努力;

　　2、对现有市场部组织架构设置与岗位职责进行细化明确;

　　3、对市场部现有人员进行优化及构成比例重组调整，在优化设计功能的基础上强化市场研究/市场策划/媒介研究的功能;另外市场部内部要努力营造和谐融洽的氛围，杜绝假大空、面前谄媚背后陷害等小人行为;

　　4、提高市场部的激励措施;

　　现在市场部实行的工资制度，没有任何激励措施，不利于大家潜能的发挥。市场部的工作岗位介于销售后勤区域经理/特派业务员之间，大家出卖的是智力劳动，具有较高的创新价值，是在为企业开发潜在的市场，在提高并创造企业明天的销售额。因此，必须舍得对他们投资，并对他们具有创意价值的营销策划进行评估，给予合理的奖励措施，这样才能提高和激发他们的工作热情，否则会面临着流失或者消极怠工的危险。

　　5、适时推进项目组工作模式;

　　市场部的很多工作要求各个部门共同完成，因此建议以专题项目组的方式进行推进。市场部内部各岗位的职责也仅仅是相对分工，不是各负其责，而是密切合作。实行项目组工作模式后可根据不同阶段的需要召集项目组成员，通过召开会议、讨论等方式共同完成专题项目，项目完成后，经总经理、市场部经理召集相关部门/人员讨论通过。

　　6、定期或不定期让市场部人员深入区域市场学习,体验一线操作实务;

　　只有了解了一线操作,把握了市场的动脉,策划方案才能得到一线人员的认可和执行。市场部人员要想使自己的策划具备很强的实操性,最终能被市场一线人员采纳并发挥效应,必须首先了解市场一线的操作实务,对市场操作的各个环节做到心中有数。

　　以上都是个人关于市场部的一些观点，可能有一些偏激，有一些片面，但是都是我自己的一些体会，自己的一些切身感受，20xx，旧的一切，都远远的后退去了。离开的20xx肯定是有一些东西是我们需要留下、典藏和铭刻的。20xx，迎着阳光、带着希望，我们再一次站在了时间的起点，在行走的征程中，肯定会有一些明流或者暗涌，将会再次影响我们，但是我们相信我们是一支有素质，有战斗力的团队，20xx肯定会取得新的成绩。

**市场部半年工作总结8**

　　今年是公司销量较高的一年，各项工作均得到了前所未有的长进，这是全体员工和各级领导团结拼搏，全身心的投入，付出的心血和汗水的结果，更重要的是拥有一支求真务实，锐意进取，着力开拓的销售团队，对公司的高速发展作出了一定的贡献。

　　回顾市场部上半年的工作，大家的工作积极性是高的，工作也是尽心尽责的，在瑞尔这个大家庭里展示自己的风采。 在这里有必要对市场部上半年的工作做简单回顾并对市场部下半年工作开展提几点看法。目的在于吸取教训，提高自己，把工作做得更出色。

　　>一、销售情况总概：

　　公司上半年销售总额为767290元。其中1月份79440元，2月份30900元，3月份91500元，4月份161200元，5月份236700元，6月份167550元，基本完成年初既定目标。在此我谨代表公司及个人感谢市场部各位同仁的大力协作。

　　>二、具体履行职责：

　　1、启动、建设并巩固全面销售所必需的体系

　　xx带来的移动营销模式只需在手机搜索引擎上输入产品或公司关键词后，就会搜索出相关公司信息，用户可利用24小时的在线客服系统，直接与商家联系，促成成交机会。首创国内全新营销模式——wap+web的完美结合。我们现所拥有的这些渠道资源，为提高产品的市场普及率、占有率，打造品牌，提供了扎实的营销网络保证。

　　2、培养并建立一支熟悉业务运作流程、相对稳定的销售团队

　　目前，市场部在公司的总体规划下，共有业务人员48人，管理人员8人。公司对新员工均有5天的岗前培训，同时不定期的对员工进行相关培训。经过多次系统地培训和实际工作的历练后，市场部人员已完全熟悉了本岗位甚至其他岗位的业务运作的相关流程。

　　对业务人员，市场部按业务对象和业务层次进行了层级划分，共分为见习代表、商务代表、商务主管、商务经理四个层级，各层级之间分工协作，突出了业务工作的重点，体现了工作中协作和互补。

　　这支销售队伍，工作虽然繁琐和辛苦，却有着坚定的为公司尽职尽责和为客户贴心服务的思想和行为。如市场三部的商务代表辛利杰，6月7日入职，仅用一月不到时间便接单5.4万，成绩斐然，公司特予以提前转正以示嘉奖；三部商务代表邹冲，入职公司四天就签单3.5万，成绩同样令人称赞。他们起步虽晚，但却跑在前面!

　　3、建立系统的业务管理制度和办法

　　在总结上半年工作的基础上，我们已经初步地建立了适合于销售队伍及业务规划的管理办法。市场部对不同级别的业务人员的工作重点和对象作出明确的规范，对每一项具体的工作内容也作出具体的要求。新员工先从收集资料作为工作的起点，熟悉基本销售流程，各部门根据具体情况实行“一对一”帮扶政策。

　　形成了“总结问题，提高自己”的内部沟通机制，及时找出工作中存在的问题。

　　>三、自我反省：

　　问题是突破口，问题是起跑线，问题是下一次胜仗的基础和壁垒。

　　1、市场制度尚不完善

　　虽然市场部已运行了一些管理制度和办法，每月工作也有布置和要求，但是，没有形成及时汇报的机制和习惯。

　　2、沟通不顺

　　市场部是作为整体进行规划的，销售人员、后勤人员、主管领导的互动沟通是内在的要求和发展的保障。市场部需及时、全面、顺畅地了解各部门的状况，知情不报、片面汇报的行为都会不利于公司发展的。

　　3、端正心态

　　目前公司有员工工作激情不足，没有完全融入到工作的氛围中；在工作中主动性欠缺，过于相信他人；对新客户开发显得不够重视，使客户开发进展相对缓慢。如果我们不能以开放豁达的心态、、积极坦荡的胸怀面对客户和同事，就不能更好地前进。新同事有时会受到老员工的教唆而产生退缩心理，在这里，希望各部门能够提升自身建设，不要被一些不必要的人和事影响我们的进步。

　　>四、下半年工作规划：

　　1、初定销售总额：整体销售总额为200万。

　　无锡市场： 7、8、9月份，即70天冲刺，初步冲刺目标为100万，市场部人均收入5000以上。这一季度为我司的誓师之战，事关南通市场能否顺利开拓。目前公司正处用人之际，市场部将优化人员配置，力求将人才灌输至南通市场，为公司的发展壮大奠定夯实的基础。在此望市场部各位同仁忠诚合作，永不言退，相信我们是最好的团队。

　　南通市场： 9月份为市场开拓期，10月份整合期，直接进入销售正规模式。暂定销售总额90万，保九争十，积极打造百万团队。

　　2、人才培训计划

　　无锡市场目前配置为4个团队，4个经理，3个主管，总体人数48人。在此基础上，公司将在南通将销售团队发展为3个团队，3个经理，4个主管，总体人数30人；同时将培训出2个销售总监，无锡、南通各1人。另外根据市场需要，会销将由以往的每月4场扩充至8场，每两个部门即可开办会销。

　　下半年公司将在省内开设两家分公司，我们将把制度逐步完善，市场部只要相信公司、相信产品、相信自己，就一定能把销售团队打造成一支狼之队，成就你我的精彩人生。

　　3、客户开发

　　加大新客户开发力度，集中精力在网上查找企业相关信息，整理汇总后逐一联系，只要有一线希望的，及时跟踪。

　　4、员工培训

　　完善新员工的培训工作，让员工充分的信任公司，相信在公司能够取得长足的发展，积极培养销售精英，为9月份分公司的成立输送优秀人才。

　　5、销售理念的重要性

　　销售理念简单讲就是对产品有明确定位,在选定消费者的情况下,制定切实可行的方案.达到公司、个人、用户三方的共赢局面。5月8日至7月8日的“50天目标冲刺”给员工提供跳跃的平台；会销、新闻发布会更是体现公司、员工价值的最前线战场，通过各种方式中小企业通过移动互联网获得商机，达到互赢。公司一直秉承“快乐、激情、创新、诚信”的理念，独特的理念加上合理的销售方法一定会使公司的发展蒸蒸日上。

　　6、积极开展娱乐活动

　　开展有益员工身心的娱乐活动，如组织员工外出旅游等，让员工在快乐的氛围中加倍努力工作，为公司创造更辉煌的业绩。

　　一言以敝之，三句话：成绩是客观的，问题是存在的，总体上市场部是在向前稳定发展的。20xx年下半年我所负责的市场部压力仍然较大，在严峻的形势下，若只是守住原有客户，那任务将远远难以完成，所以新客户开发是工作的重中之重。希望在公司各位的携手努力下，瑞尔能够在年前有一个质的飞跃。

**市场部半年工作总结9**

　　20xx年上半年是我国宏观经济复苏，证券市场逐步回暖的阶段，市场拓展部抓住这个大好机遇，在公司各级领导的正确领导下，在营业部领导的大力支持下，在市场拓展部全体员工的积极努力下，各项工作有序开展，稳步推进。过去的半年里，我们在证券经纪营销、投资者教育、经纪人团队建设、内部管理等各方面均取得了新的进步。现将具体工作总结如下：

　　>一、 经纪业务营销工作方面：

　　今年以来，证券市场如火如荼，市场的发展，为我们的经纪业务营销工作创造了良好的条件。我们积极把握时机，全面推进市场培育、市场宣传、市场拓展工作，取得了显著的成效。

　　1、积极开拓投资新领域，着力提高市场占有率

　　市场拓展部按照年初制定的工作计划，千方百计做好证券经纪营销工作。半年来，在我部全体员工的共同努力下，我们已经对乌兰察布市内11个旗县市进行了广泛的宣传与营销。同时与本市农行13个营业网点，工行6个营业网点、中行9个营业网点和建行5个营业网点建立起了长期稳定的合作关系，为我部大力发展周边旗县客户，服务广大投资者构建了广泛的服务网络与营销平台。特别是与中行开展的联名卡营销活动，与农行开展的“第三方存管”合作活动更是取得了良好的效果，也为今后双方各项业务的快速发展奠定了良好的环境。截止到6月30日，市场拓展部开发客户共计1050户，新增有效户278户，新增托管资产1270万元。一份耕耘一份收获，在我们努力的工作下终于取得了可喜的成绩。

　　2、坚持创新思路，不断扩大营销渠道

　　在不断加大与银行合作的同时，我部还积极寻求有效提高营销业绩的新渠道。为此，市场拓展部全体齐心协力、集思广益，坚持不懈地学习优秀券商营销经验和成功营销模式，因地制宜，制定出适合本

　　地区营销工作的方法与模式。上半年以来，我们成功开展了小区营销活动，通过悬挂横幅，布置展台，为小区居民现场讲解开户流程、投资技巧，利用节假日业余时间深入居民小区为广大投资者提供优质高效的服务环境，提高广大群众的投资理财意识，普及证券金融知识。经过坚持不懈的努力，小区营销取得了良好的效果。另外，客户经理也在千方百计地寻找营销瓶颈的突破口，发动亲朋好友，发挥资深人脉资源优势，主动走进各大企事业单位中开展证券业务宣传，通过他们的努力，有更多的投资者逐步了解证券市场并加入到投资者队伍当中。

　　通过我们的市场调研，发现在银行员工及客户队伍当中，有着大批的基民，而且被深度套牢，苦于没有正确的投资理念和理财知识而在苦苦等待，为此，市场拓展部主动加强对这一特殊群体的营销宣传，鼓励他们改变投资观念，积极主动地参与到证券市场当中来。

　　>二、投资者教育工作方面：

　　客户服务是营业部的立足之本，加大对投资者的培训和教育力度，坚持办好每一期投资理财报告，逐步培养一支成熟理性的投资者队伍一直是市场拓展部营销工作的重点之一。我部也在上半年的工作中做了大量而有效的投资者教育活动。

　　1、切实推进投资者教育工作，不断提升服务质量

　　随着行情的不断转暖，新入市投资者在日益增多，一般来说，他们风险意识相对薄弱，很多人几乎没有任何投资常识，投资盲目冲动的现象较为突出。为了加大投资者教育力度，化解投资风险，在我们积极组织和精心准备下，今年上半年已经在乌兰察布市内周边旗县开展了25场形式多样的投资理财报告会和证券知识讲座，为当地投资者普及证券市场基础知识，主动揭示证券市场风险，引导他们树立正确投资理念，通过此举，增强了广大投资者在证券市场长期投资的信心。通过办理第三方存管业务的机会，我们还精心编制相关内容，主动为卓资县工行、兴和县农行、兴和县地税局的广大干部职工举办了多场知识讲座，讲解证券市场发展前景，第三方存管业务办理流程和常见问题解决方案等。

　　此外，市场拓展部在5月中旬还特邀研发中心著名证券分析师王

　　飞老师前来我市在集宁区、丰镇市和察右后旗成功举办了三场大型投资策略报告会。王老师通过风趣幽默、深入浅出的讲述为大家解读政策走向、评说市场热点，每场报告会都受到了广大投资者的欢迎，取得了圆满的成功。这次活动不仅为广大投资者准确把握市场机会，树立正确投资心态起到了积极的作用，也为进一步开拓市场、挖掘潜在客户奠定了坚实的基础。

　　2、联手大众媒体，开辟投资者教育新窗口

　　营业部经过深入研究、细致调查后主动和乌兰察布广播电台联系，决定与他们联袂打造一档金融证券类节目。市场拓展部很快制定出了一套详尽的栏目策划方案，栏目名称为《今日证券》，确定在乌兰察布市广播电台调频台播出，收听范围覆盖了包括乌兰察布市在内的内蒙古中西部广大地区。该栏目以普及证券知识、加强风险教育、帮助投资者树立正确的投资理念、稳定投资者情绪、增强投资者对市场长远发展的信心、提高投资者素质为宗旨。该栏目在周一至周五的上午9：15—9：30和下午3：20—3：50两个时间段播出，上午的内容以当日财经要闻为主，下午的内容以盘面分析和市场热点评析为主，下午还有有15分钟时间的直播连线时段，由电台导播转接听众的电话或者短信，营业部咨询人员现场解答。栏目的创办中既提高了员工的口头表达和随机应变能力又锻炼了营业部的咨询队伍，起到了一举多得的积极作用。春风化雨，润物无声。我们坚信“今日证券”栏目的开播，将为增强集宁营业部竞争力、提高恒泰证券知名度提供了一扇重要的宣传窗口，也为我们办好股民学校、开好巡回投资理财报告会普及金融证券知识，坚持对先进投资理念的传播以及营业部的长期发展提供有力的平台。

　　在积极和乌兰察布市广播电台合作的同时，我们还努力与各家单位联合举办各种社会活动。与乌兰察布市委宣传部、市广电局、中国电信、中国农业银行、平安保险公司、乌兰察布交警支队共同协办了乌兰察布市广播电台主办的庆“广播电台十周年”大型文艺活动，营业部全体员工还受邀参加这场隆中热烈的晚会，在晚会现场我们打出了“恒泰证券，您身边的理财顾问”的标语，通过这次活动进一步提高了“恒泰证券”的品牌知名度，为今后的营销工作创造了良好的氛围。

　　>三、经纪人团队建设方面：

　　经过近几年的不断发展，业内竞争持续加剧，建立一支优秀、过硬的经纪人队伍显得尤为迫切，今年以来，我们紧跟行业发展趋势，从客户经理招聘、培训、管理等方面做了大量细致的工作。

　　1、狠抓经纪人招聘工作，不断扩充营销队伍力量

　　根据今年营销业务的需要，我部在招聘工作上狠下功夫，先后参加了乌兰察布市人才交流中心、集宁师专、乌兰察布市职业技术学校、乌盟工商贸学校举办的10次大小专场招聘会，通过我们对证券行业的前瞻分析和证券经纪人职业生涯规划讲座，吸引了众多热爱营销的有志之士加入到我们的队伍当中来。上半年，我们先后从各大高校、人才交流中心、各类媒体广告、互联网络等多种渠道收到近100多份的应聘简历，我们本着宁缺毋滥、优胜劣汰的用人原则，经过严格的筛选、面试、资格考试、能力考核、道德评价等环节等多个环节，最终又有5名合格的客户经理加入到了我们的营销队伍当中，为我部的经纪人团队注入了新鲜的血液。截至目前，我部已有9名合格的营销人员。

　　2、加大培训工作力度， 打造高素质、专业化的营销团队营销人员的培训工作一直是经纪人团队建设的核心部分和重要环节，这项工作不光是打造高素质人才队伍增强经纪业务竞争力的需要，更是和树立正确的营销理念加强经纪业务风险防范工作的需要。有鉴于此，我们在培训的各个方面下功夫、花力气，狠抓营销人员的培训工作。

　　在经纪人考试前期，我们精心制作大量的培训课件，指定专人负责考生的培训工作，每日下午针对考试大纲，进行教材的详解和答疑。培训内容涉及有证券市场概述、各类投资品种细分，证券市场法律法规、市场营销、交易规则解读、投资技术分析、经纪人职业道德规范和风险防范学习。经过三个半月67个课时坚持不懈的培训，上半年在两次经纪人资格考试中我们取得了可喜的成绩，共9名客户经理取得了经纪人资格证书。我们也相信有付出就有收获的真理。

　　在日常营销工作中，我们非常重视提高营销人员业务能力提升。

　　因此业务培训是至关重要的。我们对新入职的客户经理进行了日常业务强化培训工作，培训内容也与工作实际紧密结合，涉及有经纪业务办理流程、各类交易方式的操作、网上交易常见问题解答、手机证券的安装、营销技巧、营销话术演练、商务礼仪视频讲解等多个课程。另外，针对今年证券市场不断规范的体制和推出创新品种，我部还积极组织所有客户经理集中学习了《证券经纪人管理暂行规定》、新股发行改革措施及申购流程、创业板推出规定和细则解读等多项法律法规内容。让我部的客户经理能够在不断快速发展的证券市场面前充分掌握一切新的规则和知识，进而为客户更好的提供优质的服务。

　　打造一支高素质、专业化的团队需要一套科学有效、完善健全内部管理体制，鉴于目前不断壮大的营销人员队伍，我们在团队建设方面有了进一步的加强。在原有的晨会制度、周例会制度、日常管理制度外，我们还新增设了几项管理内容来巩固和优化现在的团队建设。“以老带新”模式是为新入职客户经理短期内无法独立开展业务而专门设立的工作方法，通过一对一的“传帮带”，新老员工的差距快速缩小，并能很快独立开展日常营销工作；“客户经理园地”是为了让全体营销人员时刻认清部门各项管理制度、了解最新市场动态、反馈工作意见、进行经验交流而开设的新工作模式，在为客户经理专设的会议室里张贴制度要求、悬挂风险警示标语、布置经验交流平台。让我部的经纪人每天都能感受到整个团队在严格管理的同时以人为本的企业文化氛围。

　　我们还利用与中国电信乌兰察布分公司联合开展的3G手机炒股业务推广活动的实际，邀请中国电信的优秀营销人员来我部为客户经理讲解营销技巧和成功营销经验，利用外部的营销模式来开阔视野、拓展思路。

　　>四、内部管理方面

　　1、明确岗位职责，提高工作效率

　　为了更好的管理市场拓展部，我们切实加强内部管理，今年年初制定了《市场拓展部岗位职责制度》，明确岗位设置及岗位职责，制定了科学、高效的分工协作机制，严格按照公司各项规章制度和操作规程办理业务，既保障了日常工作健康有序发展，也杜绝了拖沓推诿的工作作风。

　　2、完善内控制度，重视风险防范

　　一个部门的建立和运行需要制度的配套支持，更需要不断的创新和完善以适应变化的环境。经过我们半年来的不懈努力，市场拓展部在健全和完善各项内控和管理制度做了很多工作。

　　今年4月13日中国证监会颁布了《证券经纪人管理暂行规定》，为了符合规定的要求，我们通过整合原有的《客户经理招聘面试制度》、《客户经理培训制度》、《客户经理例会制度》、《客户经理考勤考核制度》、《客户经理管理制度》、《客户经理考核办法》等各项内控与管理制度，重新制定出了涵盖证券经纪人的任职条件管理、工作职责和禁止行为、招聘面试管理、培训管理、考勤管理、例会、周例会管理、档案信息管理、开发客户认定与归属、薪酬、考核和定级管理等多个方面包括11章内容的《恒泰证券股份有限公司集宁光明街证券营业部证券经纪人综合管理办法》。《办法》的制定为加强营销团队管理与建设、规范日常营销行为、提高营销人员的综合素质、增强工作积极性、提升竞争力、有效防范合规风险等诸多方面都提供了有力的制度保障。

　　2、严谨细致，做好报表统计与报送工作

　　营销数据的统计、分析和报送工作是与公司和各个职能部门沟通的桥梁，是一项工作量大而繁琐的事情，容不得任何的疏忽和差错，市场部也积极配合公司做好日常各项报送工作，特别是每周、每月的营销数据、工作总结，薪酬提成报表，各种活动材料总结都做到及时、精确、确保万无一失。

　　总的来说，我们在取得成绩的同时也看到了和先进兄弟营业部的差距，我们将在巩固现有工作成绩的同时，下半年继续加大经纪业务营销的工作力度，进一步加强经纪业务营销的宣传，加深与各大银行的合作关系，积极主动地深入到周边旗县市场做好营销工作。

　　>下半年工作计划

　　>一、继续加强客户经理队伍建设，做好客户经理培训和考核工作

　　（一）目前客户经理队伍虽然有所壮大，但依然不能满足日益发展的\'经纪业务营销工作，针对这种状况，市场拓展部拟在20xx年

　　下半年加大客户经理招聘工作力度。通过人才交流会、校园招聘、网络媒体等多种渠道参加不少于10次的招聘会，招收合格的客户经理和引进营业部营销团队发展所需的各类人才，逐步建立起营业部客户经理队伍的人才库并通过有序的人才竞争和流动，最终成长为专业化、高素质的证券营销团队。

　　（二）继续做好客户经理培训工作。客户经理培训工作直接影响到经纪业务营销工作的开展和客户经理的成长、提高。客户经理的培训准备分阶段、分层次进行。市场部计划每月对客户经理进行不少于一次的综合培训，培训内容根据客户经理日常最为欠缺方面入手，另外加强公司理念与管理制度、证券基础知识、证券法律法规、证券市场风险防范、市场新规新政的学习。

　　（三）做好客户经理团队长的选拔工作。通过考核和日常考察从客户经理队伍中选拔出一些具有较强的沟通、协调和团队管理能力，具有较强的营销和渠道拓展能力，富有开拓创新和吃苦耐劳的精神，具有较强的执行能力和服务意识，性格开朗，具有良好的口头表达能力的客户经理作为团队长，协助市场拓展部管理和考核其他客户经理，客户经理团队长的任免以季度为调整周期，采用市场拓展部经理提名后经客户经理民主差额选举的办法产生。

　　（四）继续做好客户经理队伍的考核和管理工作。不断加强对客户经理的日常管理和指导，定期不定期在各营销网点巡查，负责晨会与周例会的工作，对客户经理的营销工作开展情况进行实时的指导、经常与他们进行沟通，事实掌握他们的思想动态。市场拓展部对营销人员每月业绩完成情况、出勤情况、日常行为规范情况进行绩效考核，根据考核情况制定薪酬。把激励机制和考核管理高度结合起来，充分调动客户经理的主动性和积极性，客户经理在工作和生活中遇到困难时，市场拓展部要给与帮助，妥善解决问题；对工作业绩不理想的客户经理多关心、主动了解情况，及时提出建议并给与充分的支持，关心他们的学习和成长。

　　>二、继续做好营销渠道建设，加强经纪业务营销持续竞争力

　　保持与乌兰察布市内各家银行的良好合作关系。为了进一步建立更加融洽的合作关系，我部将继续与集宁区和乌兰察布市内旗县市各

　　家银行网点主任、经理加强联系，经常拜访各单位，从而利于更好的开展工作。加快下半年客户经理的培训考核工作进程，成熟一批，进驻一批，持续不断地将营销人员派驻进银行网点，提高集宁营业部经纪业务营销的竞争力。

　　首先，逐步加大客户经理开展旗县业务能力。其次，在联系确定宣讲单位的前提下，轮流对各大旗县开展宣传活动，选派营业部骨干讲师，结合市场认真准备讲课材料，给当地机关事业单位举办投资讲座。

　　>三、积极组织各类营销活动，吸引客户维护客户

　　1、根据市场发展情况，及时举办专题报告会，为广大投资者理清思路，提供建议。主动深入各单位，为他们举办小型的专场报告会。

　　2、为有效激发全员的营销热情，形成内部良性、有序的竞争机制，推动营销工作深入开展，坚持在每季度开展一次营销竞赛活动。通过竞赛活动，评比出先进的营销团队，优秀的客户经理，激发他们“不服输、争第一”的工作态度。

　　>四、继续做好市场调研和业务宣传工作

　　下半年市场拓展部继续寻找乌兰察布市内一些有潜力的单位、局面小区作为营销拓展对象，通过对这些单位职工、小区居民进行面谈访问、问卷调查等形式开展市场调研分析，了解广大投资者的需求，在营销工作中 以客户需求为导向，制定针对性强的宣传手段和营销措施，做到有的放矢达到较好的工作效果。

　　>五、做好数据统计和报送工作

　　20xx年继续做好开户数、托管资产等数据的统计和分析工作，做好客户经理薪酬、市场拓展营销费用的预算工作、做好周报、月报、季报的报送工作。

**市场部半年工作总结10**

　　20xx年1月病友服务部人员岗位进行了调整，在科主任带领下全科人员团结协作各项工作取得了长足进步，为了继续保持目前的良好发展势头，同时也为了在今后的工作中减少失误，现将上半年的工作总结如下：

>　　一、主要工作完成情况

　　1、病源储备圆满完成。为顺利完成白万贫困白内障工作，自3月8日开始，病友服务部成立两个筛查组深入中站、马村、修武、沁阳、高新区40个乡镇（办事处）、228个行政村开展筛查工作，截止5月21日共筛查6437人次，20xx人符合手术条件，发放宣传单5330份，提前4个月完成了病源储备任务，为医院节省了近4万元的经费。

　　2、市场拓展明显提高。在做好筛查工作的同时，病友服务部人员利用筛查工作需要深入每个乡村的机会，主动与每一位村医进行沟通、交流，介绍医院特色和优势诊疗项目，让他们知晓医院，了解医院，扩大医院知名度，愿意和我们建立初步的合作关系。半年来共走访了581个村的662名基层医生，截至5月底，这些医生共为医院介绍病源292人次，与去年同期相比增加87 人次，增长率为42%，为医院社会效益和经济效益的进一步提高做出了自己的努力。

　　3、农合工作再结硕果。通过病友服务部全体人员的努力，今

　　年上半年医院新农合住院患者达到242人次，相较去年同期的185人次，增加了57人次，增长率达到31%，明显高于年初制定的增长率20%的目标。在各项指标控制方面：补偿比32.92%，自付费用比9.38%，药品自费率13.72%，人均次费用3229.68元，较20xx年降低0.6%，均控制在合理范围，符合上级的要求，在市新农合上半年工作总结会上受到领导的好评。

>　　二、主要工作回顾

　　病友服务部岗位调整后，科主任带领病友服务部全体人员紧扣我院“内抓管理、外树形象、促进发展”的工作方针，以“一切以病人为中心，一切以医院为重心”为工作理念，以“计划在前，无私奉献，工作为先，心牵医院”为工作要求，以饱满的工作热情和强烈的责任感、使命感，努力完成工作既定目标。为实现医院愿景，打造强势五官医院献上我们一片赤诚之心。

　　1、未雨绸缪、计划在前。在筛查工作开展前，科主任结合眼科对整个活动进行了科学探讨和反复商榷，制定了白内障流调计划书，行程安排时间表，对人员进行了合理的分工，责任到人，任务到人。要求在筛查过程中，积极协调市县残联，踏实工作，不放过任何细节，对患者热情周到，符合条件的患者要进行详尽的信息登记，建立病历档案，将与白内障和五官方面相关的科普知识、日常医学常识以及医疗保健等宣传贯穿活动始终，既能让患者重见光明，又能使其对医院得到全面的了解和认识。

　　2、心怀质朴、无私奉献。筛查开始后，面对人员少、任务重的情况，病友服务部全体工作人员不讲任何条件以极大的工作热情投入的工作中去，虽然每个小组只有5位工作人员，但他们经过详细分工，把每项工作处理的井井有条，3位同志负责筛查，其他2人每天深入到筛查点周围每个村子去拜访当地的村医，在宣传医院同时与其建立合作关系。

　　贯穿整个筛查过程，每位组员从最初的充满激情工作，到后期的疲惫不堪严格要求自己工作，其中的过程已经成为他们永远的财富。有时筛查病源人数不足，大家虽然努力工作，但效果不明显，为此科主任组织筛查组人员深入讨论、集思广益、商讨解决方案，通过与县区残联负责人多次沟通协商，把一天一个筛查点改成一天两个筛查点，工作量提高了一倍。即便这样大家还不满意，在马村陈峰主动与村医联络，得到了村医的支持，利用中午休息的时间又多设了一个筛查点。在中站王世强利用杨立斌每天到村子里拜访村医机会，用医院救护车上的喇叭在村子内一遍一遍的喊着五官医院来村里免费检查眼睛的消息。因为是救护车，所以每到一处总是遇到各种各样的误解，为此王世强总是不厌其烦的一遍一遍的解释，通过他的努力，筛查组每到一处筛查点，来检查的人数明显增多，在方便病人的同时又有效解决了病源不足的问题。对于这些分外工作，用王世强的话说就是：既然来一次，就彻底查一次，争取让村里每一个有眼病的人都来检查检查，村里头交通又不方便，错过这一次很多人可能永远也不会到医院再检查了，那就把他们彻底耽误了，咱多喊两声就能让他们得到

　　方便，而且筛查的病人也多了，两全其美的事为啥不干。这短短一句话不难让我们看到王世强那颗质朴的心，也代表筛查组每一个成员的心声。虽然大家的工作量增加了，辛苦了，但老百姓得到了实惠，我们的心感到格外的踏实。

　　3、不计条件、工作为先。在沁阳筛查时不仅时间短，还需要拜访300多个村的村医，为此王世强和杨立斌两人每天拿着地图一遍一遍的研究，为的就是合理安排路线争取多跑两个村子，尽可能的在沁阳筛查的时间内把300多个村跑完。每天两人把筛查的组员送到筛查点后，就开始按照计划路线逐个走访，最高时两人能够一天走访20个村，高强度的工作让杨立斌每次离开诊所后一句话不愿多说，王世强回到医院后多次吐酸水，但第二天他们依然会准时来到医院毫无怨言的开始一天的工作。

　　沁阳的筛查组如此拼命，科主任亲自率领的马村、修武筛查组表现更是出色，短短半个月的时间跑遍了马村所有的村庄，走访了全部的村卫生所。为了加快筛查进度，主动联系村医，到他们的诊所里开展筛查活动，有时一天就要到三个点开展筛查。在高密度筛查的同时，陈峰挤出时间多次组织村医到医院召开座谈会，参观医院装修后的新风貌，让村医们为今后的合作提出意见和建议，收集第一手信息。在修武筛查的20多天，同志们同心同德，加班加点，早出晚归，每天工作10小时以上，在有限的时间内完成了修武90%的村医走访工作，并取得了良好的经济效果。

　　但筛查点的条件有限，根本就没有地方让人休息，但是大家乐观的精神客服了这一困难，象棋、扑克牌就成了大家午饭后战胜瞌睡的有力武器。但中午的透支，到了晚上就显现出来了，两组筛查人员经常是晚饭后看着电视就睡着了，而时间还不到晚上八点。在马村、修武筛查时，陈峰既要担当司机把大家安全的带到筛查点去，又要逐村的走访村医，一个人干两个人的工作，压力不可谓不大，但他依然不讲任何条件，兢兢业业的工作着，每次回到医院后他经常是坐在沙发上就睡着了，很多次都是晚上的寒风将他叫醒，看看时间已是晚上11点多，这时的陈峰才疲惫看看时间准备回家，妻子、女儿对他既心疼又无奈，只因他选择了这项工作。刘贝是男子中最年轻的一个，不但每天联络筛查地点，还要安排好全组人员的伙食，高强度的工作累的他头晕恶心，但他坚持到了最后，他是一个出色的小组长。

　　4、大公无私、心牵医院。5月1日是赵婷婷一生中最重要的日子，这一天她是最美的新娘，别人结婚后都要考虑去哪里度蜜月，美美的享受一下人生中最美的时光，而她却在结婚后的第4天出现在了修武的筛查点上。5月8日，杨立斌体验到了初为人父的兴奋，但他把着快乐的心情埋藏在了心底，在安臵好孩子和家人后，他又开始了他每天奔波于乡村卫生所之间的工作。4月13日，王世强接到了老家打来的电话，老母亲的病情又重了，想让他回家看看，他嘴上说尽快回家一趟，可行程却一拖再拖，直到5月21日筛查结束了他才抽出两天时间回了一趟家。

**市场部半年工作总结11**

　　>一、区内市场方面：

　　调查、了解区内各委、办、局的信息化建设现状，了解客户需求，对已经建立局域网等设施的单位了解其应用情况，听取客户意见，建立了部分客户档案。进行了以下项目的推进工作：财政局办公系统改版升级、公安局监控指挥中心、公安局视频会议系统、工商局办公软件系统、计委办公软件系统、环保局多媒体会议室工程、参加了市公安局对区公安局二级网络工程的验收工作。

　　>二、区外市场：

　　整合信息中心已有产品和资源信息，进行了以下工程项目的推进工作：山西怀仁县网站和办公平台工程、路达公司物流管理系统、镇网络工程及网站、办公自动化系统、交通部通信中心网络工程及办公自动化系统、大丰油科公司北京办事处网络工程、锡盟电信网络改造工程；⒉与联想电子政务事业部联系合作事宜。

　　>三、其它方面：

　　编写了以下方案和材料：《镇罗营数字乡镇工程方案》、《镇罗营数字乡镇工程科委上报项目书》、《区数字乡镇工程方案》、《区数字乡镇工程项目建议书》、《东发高科技工业园区管理信息系统方案》、《东发高科技园工业园区—科委上报项目书》、《区信息创新服务体系方案》、帮助多媒体网络实验室调试视频会议系统。

　　>四、市场部任务完成情况：

　　目前市场部完成合同额万，与任务要求相差较大，主要原因是：

　　⒈工作能力和方法的不足，本部门现有的两名员工都是非市场专业的，以前也未专门从事过市场业务，在市场营销经验和技巧方面存在不足，还需要不断的学习总结和积累；

　　⒉“非典”的客观因素非典期间区外市场推进工作基本停滞，区内市场工程项目的推进工作也存在较大的阻力；

　　⒊我们的产品和技术力量和存在一定的不足，我们信息中心经过多年发展的在产品上已经有了一定的积累，但是我们的产品缺少市场包装，不易推广。前一段时间吴总曾指示我进行解决方案的整理工作，由于我没有完全理解好，没能达到要求，下周我将拿出新整理的解决方案。也希望今后能得到技术部门的配合。在市场开发活动中我们也遇到了一些这样的情况，有些项目是我们的技术力量无法的实现的，这就要求我们要不断的加强我们自身的技术力量建设，跟上发展的需要；

　　⒋我们的服务质量还需要改善，我们以前对工程质量和售后服务重视不够，导致一些老客户对我们意见较大，不再愿意与我们合作，比如环保局多媒体会议室和办公楼扩建的布线工程，就因为我们从前施工质量不好而遭到用户拒绝。

　　以上是我对上半年工作的一些想法，当然，市场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努力不够造成的。通过上半年的工作我们取得了一些经验教训，为我们做好今后的市场部工作积累了经验，同时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，完成全年的任务指标，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，我们要做好目前正在洽谈中的项目工作，同时积极寻找新的项目，认真分析市场，规划市场发展，加强学习，提高自身市场营销能力。

**市场部半年工作总结12**

　　20xx年上半年，市场部主要完成以下工作：

　　1、 业务方面:制定公司的月度经营计划，并落实当月经营完成情

　　况；编制整理月度市场信息报告，对公司的主要原材料及各种产品的市场信息进行分析，并提出相应的经营措施。

　　2、 市场信息的收集：主要通过网络、媒体、客户反馈和公司内部

　　各部门进行收集和定制网络资讯。同时与国内的知名资讯公司进行交流，以增加市场信息的来源。

　　3、 市场信息的作用：每月完成市场信息分析报告，由于信息的内

　　容涉及较为广泛，对公司原材料及产品的未来市场走势做出相应的预测，为公司降低采购成本和提高了公司产品利润起到一定的指导作用。同时也为公司领导调整经营策略起了一定作用，如对2、3号机的原料价格及产品的价格进行预判，并做好毛利的测算工作，以指导2、3号的品种及生产计划。

　　4、 存在的不足：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，以获得更多、更全面的市场信息。

**市场部半年工作总结13**

　　尊敬的公司领导：

　　市场部在公司领导的正确指挥、全面支持和关心下，主管副总的带领下，部室员工的共同努力下，各部门的全力配合下，本着一切为客户服务的宗旨，一切为生产一线服务的中心思想。部门员工从提高公司知名度和利益最大化出发，圆满完成20xx年2.8亿销售计划，在此我代表市场部全体员工，对一年的工作进行总结汇报。

　　>一、 总体销售目标完成情况

　　1、销售总额情况

　　2、主营产品销售情况

　　3、 各主营产品占总销售额的百分比

　　4、 招投标情况

　　5、 工程回款情况

　　以上数据结止为11月25日。

　　>二、 市场部的主要工作

　　（一） 招投标工作

　　公司98%以上的工程项目都需要参加投标，虽然公司的投标只是参与却不能拿到订单，但商务组员工对此也非常重视，无论从编排、制作、打印、装订到现场参与从来不出差错；只要是我公司生产的项目技术组员工根据图纸逐一对照设备厂报价，避免报错价格公司受到损失。

　　1、在年初商务组员工就将所能涉及到厂家资质进行整理，归类，以新换旧，以便随时应对不断变化的招投标工作。

　　2、参加国网及省电力公司投标，不管有没有中标机会，我们都认真对待，全心投入，不错过每一个细节，使其能达到最佳结果，并且每次都对投标报价进行对比分析，争取进入评标价范围内。为了赶时间且不耽误其他工作，全体员工都自觉主动加班，不计报酬，不埋怨。

　　3、为了配合销售部争取订单，参与伊敏煤矿投标四次，由于技术要求特殊，内容不清晰，图纸不熟悉技术员刘瑞宝想尽各种办法与对方进行技术交流，做技术方案、寻求合理报价细致认真，指导商务组制作标书，从各方面、各角度准备答疑资料。曾三次出差到伊敏煤矿参与投标现场，虽因价格等原因没有取得订单，但技术资料有预先准备，技术答疑得到了用户的认可与好评，这说明只要对工作有热心就能做好。

　　4、参加哈尔滨电业局的投标工作 366次，共计制作标书近1170余本，哈局投标形式改变，前期积压了很多需要投标的工程集中在六七月份进行，这两个月平均每天有五六个项目参加投标，购买标书、编排制作装订标书、参与投标现场，出行不便，投标时间长，人员跑不开，有人不能公开露面等一系列问题摆在我们面前，为了不耽误工作给公司带来不良影响，我们每天下班前都会合理安排次日工作及行程，为了不延误下午的投标，市场部员工经常是不做完标书、不打完报价、不将标书封装好，中午就不去食堂吃饭，为了赶时间他们有几次都饿着肚子去投标。

　　5、为体现招投标工作的“公平、公证、公开”三公政策，瑞能招标公司将招标信息发布在《中国采购与招标网》上，这种方式需要提高公司信誉度，要求将公司三大证照及所涉及设备的检验报告进行公证，为保证公证书的真实可靠，商务内勤张旭搜集哈市市公证处及各区公证处，按家走访落实，进行多家对比，打报告争得领导同意，不断催促对方，在一周内就将公证书拿到了，省去了每次投标前的招标公司资质审核带来的人员和纸张的浪费。

　　（二）图纸复印、档案管理、公司文件学习、内部流程流转与接续工作：

　　所有下生产通知单的工程图纸都需复印存档并转入技术部做方案，由于公司复印机最大只能复印A3图，而很多工程图纸是A1、A0、A2大图纸，需要缩图拼接并复印2份，这样使复印图纸的工作量加大2-3倍，如此之大的工作量主要由商务内勤胡超羿负责，他细心认真从未出错，为工程正常流转起了良好开端。

　　生产通知单、工程联系单、发货通知单、出库单、销售合同、物资签收单、出厂资料交接单、合同回款资料等与工程项目相关资料的发放、存档都由商务组负责，他们都做到笔笔有终，事事可查。

　　（三）工程项目技术方案制定、合理安排供、产、运工作

　　1、完成2.9亿销售产值，工程项目技术方案的合理制定、供货的及时性、生产通知单下达及时准确性、设备运送及时到位各个环节缺一不可。要求从源头把关，没有中标意向、没有比价手续、没有供电设备厂的订货单坚决不下达生产通知单，避免给结算带来麻烦、给公司造成不必要损失。有技术变更时，一定与对方达成书面协议，避免设备验收时产生分歧。对此技术组员工每项工作都认真落实，从不怠慢，收集各项技术信息，全面准确地掌握工程进度，科学合理安排时间，保质保量完成工作任务，为保证公司生产良性循环、满足用户需求打下坚实基础。

　　2、由于生产系统人员流失大，元材料采购周期长，生产进度不能满足用户要求，各个工程的进度情况、元材料到厂情况、质检进度、仓储发货成了本部门技术组每天必做的工作。

　　3、质检部的出厂资料由于各种原因不能及时准备齐全，发放不及时，市场部主动承担与用户对接，接收质检部出厂资料，发放到各用户，由于出厂资料很多互感器卡及表卡，原件丢失不可补，大量的资料收发、登记也给商务内勤、结算员带来了不少工作量及压力，对此他们没有一人埋怨还是认真的做。

　　4、每个工程项目都落实到技术组个人，保证每个项目从生产通知单下达、技术方案沟通、生产环节的跟踪、成品发货、出厂后连排并柜、整改协调、现场追踪都有专人负责。

　　5、在生产过程中，采购部的带卡互感器迟迟得不到落实，生产不

　　能按时交货，对此我们为了保证正常发货先向供电设备厂借，由于量大，又通过设备厂其他人员介绍，去表所沟通，现在基本解决此问题。 （四）ERP工作的开展

　　公司为了正规化、系统化管理，控制成本，增加ERP系统，销售模块由市场部负责录入及管理，部门指派技术组关洪生负责，整体协调。他不但将本部门所负责的四个部份有序的搭接起来，第一个上线完成并能够正常运行，在此同时他不但能发现本部门模块的问题，还能发现其他部门模块存在的问题，及时与主导部门汇报解决，得到其他部门认可。

　　（五）工程项目回款及合同的履行工作

　　1、回款的及时性关系着公司生产经营正常运转，去年与设备厂签订合同时间长、手续繁琐、内部结转推托、不能按正常手续办理结款，只能走借款手续，拖欠发票给公司财务带来很大压力，对此我们吸取经验教训，要求技术员把住项目信息关，只要有投标结束，就转入结算员手中，结算员及时催促设备厂当月办理合同手续，今年基本按合同结款没有拖欠发票。

　　2、结算组根据工程发货进度积极办理回款事宜，总回款金额亿元，同比20xx年增长16%。结算组配员为2人，一年前后换四个人都因工作繁琐，经常在外面，而不能胜任，回款工作始终落在张静一个人身上，从准备各项回款手续、制作三家比价单、发具发票、申请运输服务费等无一笔差错；每月对账、做各种销售月报表从未耽误；同时还负责工厂厂房报竣工作，经常是哪有需要就到哪里。

　　（六）公司项目争取，应对不断变化的市场环境

　　今年国家大的型式变化，电业局的经营模式变化、竞争环境变化、人员组织结构变动频繁，致使我公司从台前转到了幕后，变成为供电设备厂服务，为了能够得到更多的市场信息和项目信息，我部门人员会千方百计，运用各种方法给领导提供可靠信息，争取到更多的工程。

　　（七）对销售部的支持服务工作

　　为了让销售部更快拿到订单，年初技术组就认真编制培训资料，销售人员到岗时，就开始组织技术培训。销售员下市场回来后与副总一起听取销售汇报，针对市场问题迅速反映，整理材料再次组织培训，并给予支持与指导。拿回技术图纸组织报价，技术方案合理细致认真。参与投标积极应对。

　　（八）公司管理制度、思想政治工作的学习

　　1、在销售额增长，业务繁忙时，我们从不忘管理制度和工作程序的重要性，每个月我们都会组织部门例会，认真学习管理制度，总结工作经验及不足，理顺部门间工作流程，制定下月工作目标，让我们的工作紧张而有序。

　　2、由于工作环境、人文环境、人员配置的变化，给工作带来了无形压力，为了稳定工作，抓员工的思想工作成了首要任务，做员工思想工作，稳定老员工，要他们学习其他专业知识，让老员工起带头作用，帮助新员工不断成熟，热爱本职工作，谁有困难大家帮，凝聚了团队精神。工作忙，但我们的思想稳定、工作程序不乱、工作计划有序。

　　3、公司倡导文明办公环境，人人有则，部门员工除每天例行打扫外，每周三、周五进行集中打扫。

　　4、积极挖掘员工潜在能力，创造能力，不断提高员工自身素质，加强处理问题解决问题的能力，为公司发展提供人力储备。

　　>三、 工作中的不足

　　一年来的工作，虽然取得了很多成绩，也存在一些不足，主要表现在以下方面：

　　1、 工作的计划性、协调性仍需加强，对市场的分析、预知性不够。

　　2、 有创造性的工作思路还不是很多，个别工作做的还不够完善，这有待于在今后的工作中加以改进。

　　3、 由于人员不足，对新市场开发预见力度不够，对销售部的培训及支持还有待提高。

　　4、 对公司品牌、公司信誉、公司产品宣传不够。

　　5、 外出时准备工作有时还不够到位，需加强他们的统筹管理能力。

　　6、 对内沟通有时不畅通，需各部门对本部门员工工作给予支持和理解。

　　7、 还要加强员工专业技术水平和思想道德素质两个方面的提升。

　　>四、 明年的工作目标

　　1、 确保完成公司下达的年销售指标。

　　2、加强培训，提高本部门员工的技能素质、专业水平、道德水准、心理素质，做到有重点、有针对性，让市场部的每一位员工都成为懂技术、懂知识、会工作的专业性人才。

　　3、抓管理，抓制度，理顺工作程序，使机构设置、人员调配、市场开发与公司发展相适应。

　　4、 加大回款力度，上半年完成以往公司陈欠工作，确保公司生产经营正常运行。

　　5、紧抓工程项目，技术方案准确，合理及时落实。

　　6、 加强对销售部的培训，技术支持与服务工作，扶持销售部开拓市场，做好工程项目方案，做好成本核算、市场合理分析，多家对比，合理报价并准确。

　　7、做好公司产品、品牌、企业形象宣传工作。

　　8、从各方面抓市场信息、产品信息，为公司发展、领导决策提供有力依据。

　　市场部全体员工会继续努力，不断进步，接受新的任务与挑战，与公司同发展、共进步。

**市场部半年工作总结14**

　　转眼间来到市场部快半年了，在这半年中从各方面严格要求自己，时刻要有一种危机感。深深了解与市场共存共亡的重要性，如果不尽心尽力地做好本职的工作，在激烈的市场竞争中，所有员工都将可能遭到失业的命运，必须改变观望的态度以更为积极主动的精神参与市场管理的工作。在创建全中国文明城市活动中，我以个人的工作成绩，得到了上级领导的信任和支持，并以最大的热情投入到工作中去。由于北站市场环境复杂，管理繁烦琐，工作有相当的难度，但是在领导的正确引导下以及同事的密切配合、大力协调、共同努力和家属的理解体谅下，使工作取得了较好的成绩，没有受到客观因素的影响。今年由于工作需要我由三交易区调到一交易区担任组长职务，具体工作范围是主管西一栋、西厅皮件、南墙展示台。现将我在这半年中的工作情况总结一.对市场工作，提前思考，对任何工作做到要有计划。

　　本职业务，及早思考，早作打算。2.分析预测在前。对一些常规性的工作，要分析与以往不同的特点，预测会带来什么问题，从而及早提出解决的办法。

　　3.计划准备在前。早作计划，确定基本方案，最好要有两三套路子，以便在讨论研究中予以取舍，如果临时抱佛脚，不仅难有质量，处于消极应付局面，而且会影响工作计划的贯彻落实。二.和市场全体人员一道，分工明确，责任清晰，精诚团结，密切配合，将各项工作落实到位。

　　具体措施是：

　　规范市场管理、加强消防设施及其消防通道管理，由于市场经常出现乱堆乱放、出摊占道、严重堵塞了消防通道并影响了正常的经营活动，我已很抓了这项工作。保证消防通道随时畅通。及时杜绝消防隐患以免造成生命财产损失。

　　2.督促市场经营户按时缴纳摊位费，不能拖欠。现已基本没有拖欠现象发生，如在市场管理中与经营户发生争执，必须顾全大局以整体利益出发，避免工作态度的解单粗暴，要进行说服作好思想工作并妥善解决问题。

　　3.倡导经营户合法经营。对及个别经营户打扑克、下象棋的现象给予制止，禁止小商小贩进入市场，以免影响正常的经营秩序，必须严格遵守作息时间，工作期间不能串岗聊天以及从事与工作无关的事，认真负责的搞好市场管理工作。三.认真负责的完成了上半年上级领导下达的各项管理任务。以上是我在上半年的工作情况，在工作中还有许多不足之处，敬请领导提出宝贵的意见。我会在以后的工作中再接再励更上一层楼。争取在下半年给上级领导交一份满意的工作业绩。

**市场部半年工作总结15**

　　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。

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！