# 市场部年终工作总结方案

来源：网络 作者：烟雨迷离 更新时间：2025-03-25

*市场部年终工作总结方案（精选19篇）市场部年终工作总结方案 篇1 过去的已经过去。每一年都是一个新的起点，一个新的开始。在今年的工作中，以“勤于业务，专于专业”为中心，我和我组成员要做到充分利用业余时间，无论是在专业知识方面，还是在营销策略...*

市场部年终工作总结方案（精选19篇）

市场部年终工作总结方案 篇1

过去的已经过去。每一年都是一个新的起点，一个新的开始。在今年的工作中，以“勤于业务，专于专业”为中心，我和我组成员要做到充分利用业余时间，无论是在专业知识方面，还是在营销策略方面，采取多样化形式，多找书籍，多看，多学。开拓视野，丰富知识。

让大家把学到的理论与客户交流相结合，多用在实践上，用不一样的方式方法，让每个人找到适合自我的工作方式，然后相辅相成，让团队的力量在业绩的体现中发挥作用。为团队的合作和发展补充新鲜的血液和能量。同时在必须要提高自我的本事、素质、业绩的过程中。以“带出优秀的团队”为己任，要站在前年、去年所取得的经验基础之上。创今年业绩的同时，让每个人的本事、素质都有提升，都要锻炼出自我独立、较强的业务工作本事。将来无论是做什么，都能做到让领导放心、满意。

走进这个竞争激烈的社会，我们每个人都要学会如何生存?不论做什么，都要拥有健康、乐观、进取向上的工作态度最主要。学做人，学做事。学会用自我的头脑去做事，学会用自我的智慧去解决问题。既然选择了这个职业，这份工作，那就要尽心尽力地做好。这也是对自我的一个职责。

经过这一年的工作，我感同身受。我看到了公司所发生的变化。也感觉到了公司必然要向前发展的一种决心。我相信：“公司的战略是清晰的，定位是准确的，决策是正确的”所以，在今后的工作中，我会带领市场一部全体员工随着公司的发展适时的调整自我，及时正确的找到自我的主角和位置。为公司在蓬勃发展的过程中尽我们个人的微薄之力。

回首过去，我们热情洋溢;展望未来，我们斗志昂扬。新的一年，新的祝福，新的期待：今日，市场一部因为在此工作而骄傲;明天，市场一部会让公司因为我们的工作而自豪!

市场部年终工作总结方案 篇2

时间一晃而过，弹指间，20\_\_年已接近尾声，过去的一年在领导和同事们的悉心关怀和指导下，市场部开展了一系列工作，积累了一些宝贵的经验从中也取得了一点收获，也认识到了市场部在工作中的一些不足。现将一年来的工作总结如下：

一、市场工作回顾及分析

(一)工作回顾

1、地推工作; 今年市场部的地推宣传,

2、广告宣传;本年度主要在报媒、短信等等做阶段性宣传。通过以短信息的形式向市民发免费宣传信息，提升我校知名度，增加市民认知度。)

3、推广合作;本年度与北市区周边 家商铺进行合作，通过免费向商家提供我校宣传袋及宣传资料向消费者免费发放达到新的宣传阵势。

4、网站内容的更新和推广;(1)网站内容不断更新(确定每周进行网站内容的更新，并通过浏览其他网站借鉴别人的亮点来丰富我们的网站)(2)通过可凭借的网络渠道进行宣传推广，争取达成低投入，高反馈的效果。(通过百度推广开始实施市场推广工作，并通过其他网站进行宣传推广)。

5、宣传资料的修改、编写和收集工作;在校领导的带领下完成对考试攻略的修改和编写并已印制发放，并对新的宣传单页进行研发修改。同时也对市场销售及印刷厂的练习簿情况进行摸底调查。

6、协同工作;积极配合各部门做好各项工作，与人事部、教学部、教研中心、咨询部、一对一等部门工作衔接顺畅，并未出现大问题;

7、企业内部培训;企业文化、咨询流程、招生方法、电话销售技巧几方面制作成PPT对校区员工进行培训。

(二)工作分析：

1、20\_\_年度工作分析：市场部较好的完成了会大部分宣传工作、合作推广工作及协同工作，一年来持续在总、分校周边学校、社区进行地推，在各大媒体、网络进行宣传。

2、20\_\_年度工作不足点：市场部的主体工作基本分四部分：市场调研、品牌宣传、营销策划、企业文化活动。20\_\_年度的工作重点基本在品牌宣传和企业文化活动，由于学校各部门成立不久，这两项工作为重中之重的原因，而另一方面也有我们市场部工作不到位、与其他部门协调不及时的方面。如不及时的做市场调研工作，了解相关行业发展、了解消费者需求转变，那么品牌宣传就没有良好前提，这是我们不足之处。

加强其他部门特别是人事部、咨询部沟通仍需加强，使宣传活动更有的放矢，更能帮助增长业绩，也是我们市场部需要改进的方面。

懈怠了企业文化建设和团队凝聚力活动策划工作，这也是我们20\_\_年度应该跟进及加强的方面。

二、费用投入的回顾和分析

(一)费用回顾：1、市场部主体费用主要是以下四方面：一、印刷品制作费。20\_\_年度的主体费用分布较为平均。而印刷品费用呈上升趋势，兼职工资按任务完成量进行发放呈下降趋势，广告宣传投入了信息报和春晚、短信三方面。

(二)费用分析：

1、正面因素：整个学校市场费用呈下降趋势，在基本保障印刷质量、宣传效果、兼职应用的前提下，基本争取到昆明行情最低价格。(“三严三实”专题教育总结汇报)

2、负面因素：市场是销售的前战，如果把整个销售工作比作一场战争的话，那么市场就像空军和炮兵，用飞机炸药对目标进行轰炸，再派攻坚部队进行点对点进攻，这也就是咨询签订客户的过程。如果没有很好的前期宣传、活动策划，仅依靠咨询人员的个人能力，业绩很难有质的飞跃。当然，前提是费用合理、销售强势、团队合作密切、市场营销对路。

三、市场团队的建设回顾及分析

(一)团队建设业绩回顾：1、整个市场部门共两人，一是市场主管，一是市场人员，未能满足工作需要。2、虽然部门工作人员较少，但每个人的作用是不可或缺的。3、团队的执行力有所增强，虽然市场人员有更换情况，但由于选人和日常管理过程中把控严格，所以每个市场人员工作的衔接非常顺畅。

(二)团队建设分析：

1、正面因素分析：主管的主要职责是把控整个部门所负责工作的进程，市场营销宣传活动的策划组织、执行与总结及所有文案工作。人员少易协调，能及时了解下属动态。在日常管理中采取工作日报管理形式，一定程度上可以了解其在做什么?做得怎样?在每月汇报中，与其沟通工作中的进步与不足，从制度要求和心理印象上让市场人员感觉到学校、部门管理的严肃性，因此执行力随之增强。管理要求其学会提问题、解决问题，从而让市场人员遇到问题时首先联想解决问题的办法。同时树立了他的责任心，遇到问题找借口、找理由的现象降低，逐步树立了“解决问题是职责”的职业操守。

2、负面因素分析：在管理当中存在过于严格的地方，致使下属感觉压力较大，由于管理严格，过多束缚其个性发展，从而造成稳定性较差。发现上述问题后及时调整思路。

四、综述存在的主要问题

(一)业务知识不熟需加强学习。市场部专兼职人员存在对业务只是不熟悉，造成外出宣传无法与客户表述清楚，导致客户群流失，在20\_\_年度我市场将积极组织各类业务学习及培训。

(二)市场费用数据仍需完善。市场的各项费用虽然明确，却没有对各类费用进行部门内的汇总，在下一年度中将会重点改进，汇同财务部一起，制作出市场费用月度明细表，能更有效的了解市场花费与效果!

(三)汇报意识弱需加强。由于汇报不及时造成很多事情延误，在20\_\_年市场部一定会加强汇报制度的落实。

五、对学校发展建议

(一) 加强中层员工的培训

中层是一个学校的基石，目前我们的中层团队稳定，虽然水平层次不齐或者说整体有限，更需要领导和相关部门组织的培训和有效的学习机制，搭建有效的沟通平台，从而得到整体提升和磨合。

(二) 加强各部门人员职责细化

虽然刚进入学校时间不长，我们发现各部门人员职责未能明确，造成部分工作衔接不到位，造成一定漏洞，建议制定出各部门各岗位人员职责。

(三) 加强团队建设工作

由于学校正一步步走向正规，人员越来越多，建议在不影响正常工作的情况下，结合部门、员工情况组织适当活动，利于加强各部门间的协助和团队凝聚力!

(四)加强业务知识培训

由于市场部与咨询部主要是以收集数据、洽谈等两大方面进行工作，这就需要我们不断充实自己，时时了解市场最新动态，与客户进行有效沟通，因此我建议将业务知识培训列为常态化。

六、20\_\_年工作计划

1、继续开展地推工作

2、全力开展异业合作

3、多方位进行市场宣传

4、负责的完成上级领导下达的各项任务

以上是我们市场部2020\_\_年度工作总结，俗话说：“点点滴滴，造就不凡”，在以后的工作中，不管工作枯燥的还是多彩多姿的，我们都要不断积累经验，与各位同事一起共同努力，勤奋的工作，刻苦的学习，努力提高市场部自身业务素质，为学校的发展做出最大的贡献。

市场部年终工作总结方案 篇3

一：市场背景分析

石门市场位于湖南省西北部，面积3979公里，下辖有20个乡镇，人口62万，XX年度在公司领导下和企划部的细心指导下和市场部共同努力，圆满完成公司下达椰岛鹿龟酒40万的销售任务，同比增长33%实际消化96%，终端有货率由原不的85%上升至现在的95%，同比增长10%。

二：市场具体操作

1：分销渠道的建立及总结

石门市场部共设分销商4个，其中主成区二个，主要负责城区所有终端销售及空白点开发以及新老客户的维护，保证物流配送的及时性和快捷。在此对现在的4个分销商做简单的分析。

a：分销商皮老二批发部从事酒类批发已有10多年现有较为好的经济基础，现还在代理骄扬清爽啤酒，城区网终65%终端由他供货，在酒类批发和终端把控为面有一定的经验，XX年度椰岛鹿龟酒的销售额为10万，对本市场完成公司下达的任务起到了非常大的作用，也是本市场部是有份量的二批商。

b：鸿运批发部XX年芳销售额2万元，主要供货终端部分a类酒店虽销售量不大，但解决了a类终端进店难的问题，减轻了经销商的投入成本。

c：九口堰批发部和文凤玲批发部负责所有乡镇终端宣传，货物配送新老客户维护及空白点的开发。本年度两个分销商共计销售椰岛鹿龟酒8万多元。

渠道的合理性是XX年度椰岛鹿龟酒销售任力完成的基础，完善的渠道建设真正起到了承上启下的作用，同时使得经销商的资金快速回笼，减轻了经销商的销售压力。

三：经销商的状态分析。

石门经销商代理椰岛鹿龟酒已有5个年头了，虽他对椰岛这个品牌非常认可，也很支持我部的各项工作，在这5年中市场销售商年年递增走势平稳，但增长非常缓慢，影响增长速度的主体原因有：经济基础差，思想保守，依赖性强，终端网络少，配送跟不上至今还在用三轮自行车送货，终端配货得不到保障，就这些问题迟迟不能改善使得市场部人员工作强度无形加大工作效率低，多半时间都花费在帮经销商配送和收款上面，不过今年可能有所改观，现经商于4月代理了杜康酒，可能会买车在配送方面会有改善。

四：人员状态

石门市场部两人组成，部长负责椰岛鹿龟酒的全面工作和金思力药店终端维护工作，业务员负责金思力校推工作，本部业务员工作踏实，有责任感。虽然在有些重要的事情上把控还不够，但经过近8个月的工作实践有很大进步。

五：终端工作

a：终端宣传方面我部的宗旨是有货终端要有100%宣传和深动化陈列，无货终端也要有灯笼悬挂和pop和张贴，同时对未进货的终端当面与客户一对一的沟通和交流，促使门店进快进货。XX年度共计张贴宣pop300张，灯笼悬挂XX个，kt板张贴200个。

b：酒店终端和社区活动，在公司的整体企划下和市场部的需求，为了促进酒店销售打击竞品XX年度在酒店搞赠饮酒动20多场，健康吉祥日活动60场，社区品尝活动8场，能过活动有效的为良性快速成长垫定了很好的基础，拉动了酒店终端销售量，也和酒店终端建立了稳固的客情关系，活动也使得我们与消费者有了面对面的沟通机会，以他们更加了解椰岛这个产品，提升了椰岛在他们心目中的品牌形象。

六：竞品情况

本市场竞品有中国劲酒，宁夏红，999鹿龟酒，中国强劲酒，不过主要竞争对手是中国劲酒，在XX年劲酒总销售量在12左右，同比有很大的增长，不过由于XX年度劲酒涨价，对其影响很大。刚有所动销就开始涨价终端大部分不能接受。劲酒对椰岛影响不是很大。

七：市场成功分析

1：渠道的合理建立，有效的副射所有终端，配送得到了保障。空白点的开发和新老客户的得到了维护。

2：赠饮活动和健康吉祥日活动的开展，有效的提升了产品形象并促进了销售有很好的效果。

3：终端客情基础很好使得工作开展起来更加顺利。

4：价格体系的稳定使得市场非常良性。

市场存在的不足

1：春节礼品市场同比有所下降，问题主要出在本市场超市垄断经营，进店费，促销费，店庆费层层加价，造成了产品利润低，销售价远远高于成本价，以至于经销商对礼品市场信心不足，因而造成了礼品市场相当疲软难以突破。

2：乡镇开发和宣传远远不够，虽乡镇已全面开发但由于本市场乡镇路线较长，下乡镇成本较高椰岛利润不高二批发积极性不高很下乡镇很少以至于空白点还很多。

市场部年终工作总结方案 篇4

20\_\_年即将到来，回首20\_\_作出以下汇报;

20\_\_年原有经销商142家，今年现有经销商168家，增加了26(其中有的是原有经销商自行拆开区域，由分销商直接面对公司签署合同升为一级代理的)家。

按照合同义务履行并完成的经销商户有46家，其中获得返点的有18家，50万以内的有92家，其中20万(当然还有7家是后期新开的店面)的有62家。新厂原木门的的订单数量，样板、实际生产出的数量暂时没有统计出来。下面说一下我个人认为公司市场营销可更进的地方;

1、企业推广、产品推广、工作做的少，行业网站上的少‘。公司的网站急待更新。建议;设企业网站维护及后台管理专员一名，了解公司的情况，及时作出更新，此更新包括;公司的产品、获得的殊荣以及与公司相连的行业新闻等企业相关动态。现在的互联网比较发达，消费者更喜欢从网上先行了解，打开咱们的网站没有太大吸引人眼球的地方。很多老的资料没有得到更新。

2、节日促销活动没有人负责策划(TATA木门的订单量50%是源于促销打折等一系列的活动促成，当然这一点咱们承德的经销商做的也很不错，但卖的基本上都是梦天木门，据说他卖的梦天20\_\_年销量有一千几百万。)建议;公司增设一个企划部，专业策划经公司相关活动。此部门至少要有4个成员，2人一组，每组人针对一个活动出具一种不同的方案，包括店面开业、节日促销等，此部门由销售总监直接管理。这样每年的订单量肯定会在现有的基础上增加不少，具体数据我需要对经销商有进一步的了解。关于具体实施先可以选择一个经销商那里做示范，具体费用让经销商买单(公司统一收费提点再支付给策划人)。如能取得好的效果经销商自然支持，后面就可如法炮制。

3、迅速扩大市场份额;在目前这个竟争比较激烈的木门行业里，假如不及早做好准备，将基础打的更扎实，往后就会做的更加的艰辛。我认为首先应迅速占领还未开发的城市及二、三线城市，市场占有率越大，基础就更坚实，企业也就会更稳固。目前公司只注重市级代理，其它尤其在市级范围内的都不开发，(实际上像;润成创展、华鹤、梦天、TATA、3D、等一些品牌都是区分开来做的)咱们公司后开发的;海城、翁牛特旗三线城市也都做的不错。有的市级代理商卖的并不好，(从年终销售统计来看就知道)，更值得担心的是有的市级代理还没有发展分销商，一旦他们自己放弃，整个市场等于空白暂停，(有分销商自己控制的，放弃销售我们公司产品而改换经营其它品牌的，也会将分销商带走)我建议;给经销商一个指标;签订合同一年内开一个店面，2年内在自己代理地增设1个店面或开发一个分销商，以此类推。但必须上报公司，由公司记录归档。如若不然公司来开发，但首先征求地方经销商的意见，经销商不做的或没有精力开发的，公司直设其他经销商户。

由于公司人性化的管理没有对那些没有完成任务的经销商户进行约束或是替换。这当然也有部分矛盾的存在，因为即使完全强硬制裁也不合理。有的经销商就曾这样和我说过;将货发到我们手里不闻不问就象没妈的孩子，遇到问题不知该向工厂里谁倾诉，(当然有基础的认识各部门主管的经销商户就另当别论了)更谈不上从工厂寻求解决的方式。我们需要从根来解决实际问题，同时开始逐步的对经销商户做出调整。

4、近日，著名经济学家谢国忠接受第一财经电视的专访。对于整个20\_\_年整个房市一定要泡沫破裂的问题，谢国忠表示，中国房价平均会降价50%，中国的房价降低可能会分三年跌，中国在20\_\_年能调整完事就算是不错的。中国主要是一手房市场，所以开发商这边是泡沫爆破的主要的地方。他用一个字概况了20\_\_年中国房地产：“垮”。

由此可见20\_\_年中国楼市调空进入深水期，但是保障房建设创下历史新高，一线楼市继续冷清，二、三线城市反而受的影响不是太大，(经过统计;全国有661个城市其中;直辖市4个，地级市283个，县级市374个，目前我们现有经销商户168家，占全国城市的25.4%，加上有的经销商户设有2到3个店面，充其量占28%这样。而在这28%中只有36.5%履行了合同完成了销售业绩。由此证明我们的市场实际上是很空虚的。)所以我感觉二、三线城市的开拓迫在眉睫也是至关重要的。

那么为了迎合这些地区的开拓和部分消费群体，我们需要在木门方面：

作出调整;

试想;目前公司的实木复合平板门的出厂价在1350元一套，公司打出全国统一零售价我1950元，算上运输、送货、上楼、安装、辅料，要是有磕碰美容的话，基本上就不挣钱。(大部分经销商做工程也只能是望而却步)其实低端的消费群体也不可忽视，根据房产新闻的说法，看明年情形，低端产品反而畅销，当然我们不以它为主导，为的是带动品牌效应，让更多的人知道卡尔凯旋，也可由此带动中高端消费群体。

我建议;让我们的产品更加适应市场，考虑到公司不生产低价位的产品，咱么可以找一家代加工的厂家，比如;只生产4款门，材质颜色限定2种，将其出厂价每套控制在600元-700元之间，(要是说今年的木门行业是冬天的话，那么到明年回味现在的话应该说是;这个冬天不算冷。今年已经有部分木门厂家关门，明年将会更严重，所以要找这样的供应商还是不难。)给到经销商手里900元左右，这样既给工厂增加了部分额外利润，同时也带动部分地区的消费及低端市场的运作。再者建材下乡的政策，也会在近几年内实行，假如按以上方案实施并进行有效的控制，公司的市场份额将得到更大的扩张。目前市场上比较畅销的原木门有;冠牛、青岛一木、彬圣。每套门的市场售价在18002500元，我们的复合门到经销商手里每套售价在2100这样，才有利润维持，我真的感觉到经销商的不易了。根据市场调查;做的好的经销商手里基本上都握有2个甚至2个以上品牌(含公司产品)做为经销商是选择品牌的同时，更注重由此所产生的利益，大部分做的好的经销商户多半是拿咱们的品牌做陪衬，卖的其它品牌的反而还多一些。

所以当下市场部应早做准备，将不合格的经销商户逐步替换，(让经营我司产品的经销商有种荣誉感，要让他们感觉得之不易，领导说明年北京、上海、广州三地巡展，是个品牌推广、扩展市场的好契机)选择或是支持有能力的经销商户经营我司产品。当下我们面临的这种情况是;没有经营能力或是经营意向的占据着市场，有能力的进不来。目前很多后起的品牌已占领部分三线市场，我们却专注于产品的开发和生产。我觉得要想企业持续良性发展，增加终端销售网络，扩大市场占有率是势在必行!

市场部年终工作总结方案 篇5

对销售的各个品牌重新进行划分重新定位，刚刚过去的一年里。确立相应的客户市场。加大空白市场的开发力度，开发新客户20余家，今年的系统操作下，预计明年的市场将会有大幅度的提升。发货旺季时，积极联系车辆、发货，尽可能的保证客户的需求，不使市场出现断货的现象。搞好农化服务，抓好试验田，及时跟踪，为公司产品在山东市场的销售奠定良好的基础。

要把握好现在和将来。以下方面的考虑上，没有辉煌的过去。今天我参加部门主任职位的竞争:

梅花香自苦寒来 道理。不断培养吃苦耐劳、默默无闻的敬业精神。公司组织的学习争做式优秀员工的活动中，深深懂得 宝剑锋从磨砺出。认真学习，体会精神的精髓。10月8日参加fst精神革新训练，进一步加深了爱岗敬业，积极主动的品质，养成能吃苦耐劳、团结奉献的良好品质。工作中踏踏实实，兢兢业业，一丝不苟，努力把工作做得最好。

平时爱读营销方面的书籍，拥有虚心好学、开拓进取的创新意识。热爱是最好的教师 热爱业务工作。也浏览了一些有关政治、经济方面的书籍。金大地工作后，系统学习了有关业务知识和各类公司精神，已经具备了一个业务人员所必需的业务知识。工作中，严格要求自己，勇于实践，积极开拓业务市场。还学到管理的知识，能够进行日常管理，各种数据报表的制作等。

XX年里，如果能够竞聘成功。会一如既往的尊敬领导，团结同志，踏实工作，锐意进取，做好以下的工作:

做细市场。消灭空白市场，继续加大市场开发力度。进一步开拓市场。构建一个立体市场销售网络。抓好大客户，抓好渠道建设，建好客户档案并随时跟踪回访。

做好团队组织的假设。结合实际工作的经验，加强学习型组织的建立。不断学习提高，充实完善自己，促进各业务人员素质的提高。和大家一道努力把业务部建成团结合作、亲密无间、所向披靡的团队。

出发时要做工作安排，制定详细的工作计划。平日的工作中。制定一个详细的工作计划。把任务分解到每个季度、每个月份、每一天，做成表格，不断进行激励自我前进。

加强服务意识。深入一线为客户搞好服务，搞好农化服务。与客户同吃同住，为客户开拓市场、帮助客户送货。加强对本企业的宣传，提高的知名度和美誉度，宣传产品形象，起到终端拉动的作用。做好农化服务，抓住真正消费者 农民。

完善客户档案。XX年里，加强客户关系。会把大部分的时间留在客户那里，帮助客户宣传、铺货。深入到每一个乡镇、自然村，解市场、把握市场，做好农化服务。还要加强对客户档案的管理。将客户分类，区别对待，和客户保持良好的联系。

锐意进取。发扬 艰苦创业、努力拼搏 精神，扎实工作。和以往好的作风、好的传统，埋头苦干，扎实工作，与客户打成一片。注重在实践中摸索经验、探索路子。

会尽职尽责勤奋工作，相信我不会辜负大家的希望。与公司荣辱与共，和同事们共同缔造金正大辉煌灿烂的明天。

还需要实践的检验，以上是下一步工作的想法。还需要领导和同志们关心帮助支持。如果我竞争不成功，将一如继往好好工作，并努力查找克服自己的不足，争取更大的进步。

市场部年终工作总结方案 篇6

时间一晃而过，弹指间，2024年已接近尾声，过去的一年在领导和同事们的悉心关怀和指导下，市场部开展了一系列工作，积累了一些宝贵的经验从中也取得了一点收获，也认识到了市场部在工作中的一些不足。现将一年来的工作总结如下：

一、市场工作回顾及分析

(一)工作回顾

1、地推工作; 今年市场部的地推宣传,

2、广告宣传;本年度主要在报媒、短信等等做阶段性宣传。通过以短信息的形式向市民发免费宣传信息，提升我校知名度，增加市民认知度。)

3、推广合作;本年度与北市区周边家商铺进行合作，通过免费向商家提供我校宣传袋及宣传资料向消费者免费发放达到新的宣传阵势。

4.网站内容的更新和推广;(1)网站内容不断更新(确定每周进行网站内容的更新，并通过浏览其他网站借鉴别人的亮点来丰富我们的网站)(2)通过可凭借的网络渠道进行宣传推广，争取达成低投入，高反馈的效果。(通过百度推广开始实施市场推广工作，并通过其他网站进行宣传推广)。

5、宣传资料的修改、编写和收集工作;在校领导的带领下完成对考试攻略的修改和编写并已印制发放，并对新的宣传单页进行研发修改。同时也对市场销售及印刷厂的练习簿情况进行摸底调查。

6、协同工作;积极配合各部门做好各项工作，与人事部、教学部、教研中心、咨询部、一对一等部门工作衔接顺畅，并未出现大问题;

7、企业内部培训;企业文化、咨询流程、招生方法、电话销售技巧几方面制作成PPT对校区员工进行培训。

(二)工作分析：

1、2024年度工作分析：市场部较好的完成了会大部分宣传工作、合作推广工作及协同工作，一年来持续在总、分校周边学校、社区进行地推，在各大媒体、网络进行宣传。

2、2024年度工作不足点：市场部的主体工作基本分四部分：市场调研、品牌宣传、营销策划、企业文化活动。2024年度的工作重点基本在品牌宣传和企业文化活动，由于学校各部门成立不久，这两项工作为重中之重的原因，而另一方面也有我们市场部工作不到位、与其他部门协调不及时的方面。如不及时的做市场调研工作，了解相关行业发展、了解消费者需求转变，那么品牌宣传就没有良好前提，这是我们不足之处。

加强其他部门特别是人事部、咨询部沟通仍需加强，使宣传活动更有的放矢，更能帮助增长业绩，也是我们市场部需要改进的方面。懈怠了企业文化建设和团队凝聚力活动策划工作，这也是我们2024年度应该跟进及加强的方面。

二、费用投入的回顾和分析：

(一)费用回顾：1、市场部主体费用主要是以下四方面：一、印刷品制作费。2024年度的主体费用分布较为平均。而印刷品费用呈上升趋势，兼职工资按任务完成量进行发放呈下降趋势，广告宣传投入了信息报和春晚、短信三方面。

(二)费用分析：

1、正面因素：整个学校市场费用呈下降趋势，在基本保障印刷质量、宣传效果、兼职应用的前提下，基本争取到昆明行情最低价格。

2、负面因素：市场是销售的前战，如果把整个销售工作比作一场战争的话，那么市场就像空军和炮兵，用飞机炸药对目标进行轰炸，再派攻坚部队进行点对点进攻，这也就是咨询签订客户的过程。如果没有很好的前期宣传、活动策划，仅依靠咨询人员的个人能力，业绩很难有质的飞跃。当然，前提是费用合理、销售强势、团队合作密切、市场营销对路。

三、市场团队的建设回顾及分析：

(一)团队建设业绩回顾：

1、整个市场部门共两人，一是市场主管，一是市场人员，未能满足工作需要。2、虽然部门工作人员较少，但每个人的作用是不可或缺的。3、团队的执行力有所增强，虽然市场人员有更换情况，但由于选人和日常管理过程中把控严格，所以每个市场人员工作的衔接非常顺畅。

(二)团队建设分析：

1、正面因素分析：主管的主要职责是把控整个部门所负责工作的进程，市场营销宣传活动的策划组织、执行与总结及所有文案工作。人员少易协调，能及时了解下属动态。在日常管理中采取工作日报管理形式，一定程度上可以了解其在做什么?做得怎样?在每月汇报中，与其沟通工作中的进步与不足，从制度要求和心理印象上让市场人员感觉到学校、部门管理的严肃性，因此执行力随之增强。管理要求其学会提问题、解决问题，从而让市场人员遇到问题时首先联想解决问题的办法。同时树立了他的责任心，遇到问题找借口、找理由的现象降低，逐步树立了“解决问题是职责”的职业操守。

2、负面因素分析：在管理当中存在过于严格的地方，致使下属感觉压力较大，由于管理严格，过多束缚其个性发展，从而造成稳定性较差。发现上述问题后及时调整思路。

四、综述存在的主要问题：

(一)业务知识不熟需加强学习。市场部专兼职人员存在对业务只是不熟悉，造成外出宣传无法与客户表述清楚，导致客户群流失，在2024年度我市场将积极组织各类业务学习及培训。

(二)市场费用数据仍需完善。市场的各项费用虽然明确，却没有对各类费用进行部门内的汇总，在下一年度中将会重点改进，汇同财务部一起，制作出市场费用月度明细表，能更有效的了解市场花费与效果!

(三)汇报意识弱需加强。由于汇报不及时造成很多事情延误，在2024年市场部一定会加强汇报制度的落实。

五、对学校发展建议

(一) 加强中层员工的培训

中层是一个学校的基石，目前我们的中层团队稳定，虽然水平层次不齐或者说整体有限，更需要领导和相关部门组织的培训和有效的学习机制，搭建有效的沟通平台，从而得到整体提升和磨合。

(二) 加强各部门人员职责细化

虽然刚进入学校时间不长，我们发现各部门人员职责未能明确，造成部分工作衔接不到位，造成一定漏洞，建议制定出各部门各岗位人员职责。

(三) 加强团队建设工作

由于学校正一步步走向正规，人员越来越多，建议在不影响正常工作的情况下，结合部门、员工情况组织适当活动，利于加强各部门间的协助和团队凝聚力!

(四)加强业务知识培训

由于市场部与咨询部主要是以收集数据、洽谈等两大方面进行工作，这就需要我们不断充实自己，时时了解市场最新动态，与客户进行有效沟通，因此我建议将业务知识培训列为常态化。

六、2024年工作计划

1、继续开展地推工作

2、全力开展异业合作

3、多方位进行市场宣传

4、负责的完成上级领导下达的各项任务

以上是我们市场部202019年度工作总结，俗话说：“点点滴滴，造就不凡”，在以后的工作中，不管工作枯燥的还是多彩多姿的，我们都要不断积累经验，与各位同事一起共同努力，勤奋的工作，刻苦的学习，努力提高市场部自身业务素质，为学校的发展做出最大的贡献。

我的汇报完毕，谢谢!

市场部年终工作总结方案 篇7

20年，在上市公司这块新搭建的平台上，在“创业内第一品牌，建一流上市公司”目标的引领下，市场开发部依托公司技术优势，不断创新，敢于争先，不甘人后，开发市场，适应市场，引导市场，产品市场占有率不断提高，产品业绩不断攀升，部门的各项工作质量和效率有了大幅度的提高，促进了公司品牌影响力的快速提升，有力地推动了公司持续快速发展。经过部门全体人员一年来的拼搏努力，我们较好地完成了公司下达的市场开发任务，取得了较好的成绩。下面就市场开发部全年工作总结如下：

一、认真总结营销工作经验

市场是龙头，这是所有市场化生存的企业共性，我们时刻清醒地意识到开拓市场的重要性，要把市场这个龙头抬好，必须在观念理念上、体制机制上不断创新。为此，我们按照国内市场、出口成套市场、海外市场、工程总包等四个方面，进行电除尘市场布局，全方位大力度开拓市场。

一是加强信息跟踪，完善信息管理。信息管理是市场开发部的一项非常重要职能，市场工作离不开信息，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。我们首先采用的是网上查询，每天都上网查看，不遗漏任何一条有价值的信息，并进行了科学的分析，时刻掌握市场的动态，为公司在项目安排上提供了一定的基础资料。其次是与社会各界建立友好的信息网，除政府的主管部门外，还发动员工的同学，朋友，亲属等，从不同的角度和部门获取方方面面的信息，拓展市场的占有或参与面，对全年目标的实现和完成，起到了很大的作用。

二是加强合同管理，确保合同执行。合同的管理是提高企业经营管理水平，推进企业技术创新和管理创新不可缺少的一部分。要想做好合同管理工作就必须懂得合同法及相关的专业法和其它法律。根据公司的安排本部门负责合同的签订及合同执行过程的跟踪工作。我们在签订每一份较大合同时，都要汇同有关部门共同评审，充分了解顾客的需求，合理安排资源，在双方的权力和义务上不放过任何一个异点，拿出基本可行的合同草本请公司领导决策。在合同的执行中，经常同项目部的总监联系，发现问题及时纠正。同时也建立了比较科学的合同台帐，已完合同及时归档。全年直接签订合同项，合同金额超过万元。

二、努力培养建设营销团队

市场开发部从满足工作需要和提高公司综合市场竞争力出发，把提高部门人员综合素质、创新能力，提高工作效率等当成是重要的任务来抓。针对工作特点，我们采取相应对策，有计划的组织员工进行相关知识的培训，尽量做到一人多能，全方位的培养复合性人才。秉承着公司军事化管理的宗旨，为保证每日站班会的效率，我们专门设立了军事化推进小组，把工作任务和目标逐级分解，细化分工，制定出详细的工作责任和具体措施，落实责任。通过每天早上短短15分种的出操训练和站班会，员工的向心力、团队意识得到潜移默化的培植，员工的精神状态得到潜移默化的提升，取得显著效果。

三、大力加强技术力量建设

我们始终坚持技术营销，从技术入手、从方案入手，按照技术和产品要与项目工况匹配，技术和产品要与用户的技术要求相匹配的理念，加强与客户交流，进行技术和需求引导，引导用户正确选择观和判断标准，在技术和方案上本着为用户负责，提高性价比原则，利用我们自身除尘产品技术性强和机电一体化成套的特点，依托公司产品多样性和技术优势，做到人无我有，人有我优的差异化经营，使龙净环保品牌在市场竞争中独树一帜。进一步加强技术和市场的紧密结合，快速地把市场的竞争压力和需求变化第一时间传递给技术环节，从而提高了电除尘器的赢利能力，提升了竞争力。

四、健全完善售后服务机制

顾客就是上帝，对顾客需求的识别和分析，也是开发工作很重要的一部分。我们的承诺、我们的工作是否能得到顾客的认可，直接影响到公司的信誉及能力的表现。市场开发部秉持“您满意就是我们的追求”的服务理念，积极与顾客联系，采取不同的方式方法，及时准确的了解顾客的心理和对产品的要求，立足高水平的专业技术服务能力，及时、高效、热情地满足用户需求，不断建立发展和维护客户关系，不断巩固和强化用户忠诚度，在不失双方利益的前提下，尽最大努力满足顾客的要求。全面地配合领导走访重点顾客家，走访其它顾客家，拿回顾客书面意见份，在不同阶段以不同形式争求顾客意见余家次。以精湛的技术，真诚的服务，为用户提供一个细致周到高效的个性化星级服务。

五、存在不足和下步打算

通过近一年的工作我们认为市场开发工作还存在着以下不足：如，识别顾客需求存在片面性和随机性;信息收集还存在单一性和盲目性;缺乏激励的保守性等等。我们将在今后的工作中认真加以改正。

市场部年终工作总结方案 篇8

或者选择沉默的离开，为什么这么说，作为一个这么大的4S店，销售团队，没有一个超过半年的销售顾问，更加没有超过一年的老员工了，这很让我无法理解，我不知道这是不是所有4S店的通病。其实我感觉我们我们公司已经进入了一个恶性循环了，为什么这么说，在上周，老板因为站岗的问题，把所有销售顾问叫到办公室开会，聊目前的问题和办法，这一次的会议我觉得开的算是很成功的，因为大家讲出了自己的内心想法，有的说工作压力大，有的认为工资太低，然后薪资方案不合理，而我直接把整个恶性循环给老板说了一下，当然毕竟我才来一个多月，其实也只能提出问题，并不能提出很好的解决问题，所以本来我是不想说的，但是也只能说出口……

在我来一个月多一点时间里，我们销售部门已经走了五个人，其中三个销售顾问，有自己的原因的，也有公司的原因的，但总体是还是因为待遇问题，现在我们公司已经进入了一个恶性循环，再不跳出来，就非常危险了，因为销量的下降员工流失的非常严重，没有超过半年的，这样严重影响了员工的整体素质，导致我这样才上班1个月的新员工，没有接受过全部系统培训就必须面对客户进行实战了，我的第一个客户买的F0,结果因为我业务不熟的问题，导致客户心情不好，但是还好她对我的服务还是认可和理解的，但是如果碰到不是那么大度的顾客，是不是我就会以一个投诉的记录开始以后得工作呢，不敢想象。本来我以为问题不会这么多，但是还是发生了，新员工比例的增多，肯定会导致整天服务水平的下降，服务都跟不上了，何谈销量，没有销量公司赚不到钱，利润下降，用什么给员工发工资，然后销售顾问工资不高，积极性严重不足，不仅对于自己的进步不好，而且很容易影响新来的员工，会让新来员工看不到希望，最近来的新员工没有能上班时间超过五天的。

这样真就进入了恶性循环了，只会让公司业绩越来越差，其实这样的话不该我一个才来一个月的员工说出口，但是作为一个迪粉，我觉得我有义务把一些问题说出来，本来现在不是最好的时候，没有解决方案的提出问题其实效果并不一定会好……

然后我们自己内部开了一个会议，把每个人碰到的问题或者建议都提了出来，而且对自己以后的工作也提出了更高的要求，经理问了我们是先要薪资还是先提销量，这个问题其实很好回答，肯定是销量，没有销量一切都无从谈起，不光我们自己要努力，而且公司也需要提供给我们更好的政策，这样才能够度过这段黎明前的黑暗。

最近这几天，感觉还是比刚来的时候强了很多，分了组，但是因为公司对于有些薪资方案的调整一直没有出来(举个例子，置换每个销售顾问每个月的任务是一台，三个月考核一次，如果一台置换没有那就三个月扣900，但是公司一个季度全部置换任务才2~3台，也就意味着6个销售顾问，有5个肯定完不成，明显完不成，又要扣大家的钱，这点大家意见很大)，所以大家都在观望，我也理解公司，毕竟一个薪资方案的调整需要一段的时间，我自己当过老板，所以我很清楚这一点，我也只能通过自己的情绪去引导大家，不过确实关系融洽了一些，但是真正要改变，还需要看公司是不是考虑到员工的想法。说了那么多问题的，说点成绩吧，我们衡阳目前已经有20多台秦了，在加入一台唐和一些准唐车主以后，我们本来这个衡阳秦车友会，正式改名衡阳新能源车友会，从慢慢的几个人变成24人的大队伍，可能还有一些新能源的车主还没有联系到，通过群里面的沟通，大家对新能源车的问题都可以及时沟通，互相帮忙，这点我觉得是这个群最大的意义，而且通过这个群，分享我们这种短途用电，长途用油的驾驶理念给更多的想成为新能源车主们，帮助他们打消对于新能源汽车的顾虑，车辆问题肯定有，但是只要能解决，瑕不掩瑜……断断续续啰嗦了这么多，8月马上就要结束了，其实7月份来上班的时候我就已经做好了面对目前比亚迪燃油车销量不高的准备，但是随着之后宋燃油版的上市，我还是非常的充满信心，虽然现在比亚迪新能源汽车确实不错，但是如果传统车市场跟不上来，就会变成一个瘸子，无疑会拖累比亚迪进步的脚步。

市场部年终工作总结方案 篇9

光阴如梭，时间飞逝，记得还正在写半年总结，想不到一晃，20xx年的工作即将成为历史。回望走过的每一秒每一分、每一天、每一个星期、每一个月，太多的感慨、太多的感触在里面。我是20xx年x月份正式加入公司(以前的名称是 )到今天整整十个月时间。说长也不长，说短也不短，在这十个月时间里，有太多的事情让我不能忘记，有太多的感动让我铭记在心

这份工作不是我踏入社会大学的第一份工作，我是一个天生不安分的人，从北到南走过了好多城市，也走过了好几家公司，换了好几份工作。能走进公司，天生就是缘份，我和公司是有缘的。不过更重要的是公司的氛围、公司里的每个人、包括公司的领导给我留下了不一样的感觉，让我最终选择来这个刚刚起步及久的公司。第一次走进公司(公司是5月份搬到软件园来的，以前在X大厦)，给我的感觉是公司好小，感觉有点拥挤。在和肖总的几次沟通中，感觉很受益。和这个公司的领导人沟通一直很愉快，也是他自身的感召力让我对公司充满信心，最终选择加入公司。这是一个温馨的大家庭、这里的人都很好相处、没有尔虞我诈，没有人际斗争。这里的氛围我喜欢!

一、工作总结

前面啰嗦了这么久，对我xx年的工作总结如下(很多内容在半

年总结里面有提到，不过在这里也罗列一下，毕竟是年总结)：

1、渠道部门的建立

我是和一起进的公司，她是负责公司渠道工作，我是负责市场工作，营销和市场这两个部门是非常紧密的，你中有我，我中有你吧。一个部门的建立，不是一朝一夕的，是要经过很多的细心准备。市场是走在销售的前沿，为销售工作做好前期准备工作。渠道部门的建立经过了一个较长的过程，过程是复杂艰辛的，文档的整理就不下十几份。招商计划书ppt、招商计划书文档、产品包装文档、代理商协议、代理商最终客户合作协议、渠道政策等等。这里公司领导对我们的帮助是很大的，渠道政策的讨论会，大大小小的不知开了多少回，文档整理修改了不知道多少次。五月份渠道工作正式拉开维幕!

2、4006直线通平台上线

4006直线通管理平台是我们公司4006产品与竞争对手的一个大的区别点，我们的管理平台在业界堪称一流。这离不开我们技术部的辛勤工作。技术研讨会开了一次又一次，多少个日日夜夜，大家加班加点赶进度。技术是公司的灵魂，没有一个过硬的技术体系，没有一个过硬的技术团队，没有一个为公司发展尽心尽力，不辞辛苦工作的技术带头人。那就没有今天在国内市场上堪称一流的4006管理平台。也就没有我们销售部今天取得的成绩。

呵呵，当然平台的上线每个人都付出了汗水，我的付出只是微

不足道的一小部分。管理平台的上线，更离不开公司的大力支持。

3、市场工作

市场部的工作是我的职责，不过我相对做的事情比较杂。

(1) 市场宣传及广告投放

市场宣传及广告做的最多的是我们的线上宣传，为推广也想了很多的方法，为广告投放也绞尽脑汁，报纸夹带、门户网站广告、车身广告、电梯广告、软文宣传、统计站点广告、招商网站等等想了很多，也准备了很多，不过做为我们一个发展型的公司，不能和更多的大型公司攀比，拿钱砸市场，那是不可能。每一分钱都要花在刀刃上，老大是开明的，大钱投不起，我们可以用小钱，百度关键词宣传我们一直在做，没有放弃，当然互联网的发展，中国人离不开百度，百度给我们带来了很不错的效果，也促进了我们销售部的工作进展。

论坛与博客的工作也一直没有放松，客服部从八月份接手以来，每天都在做，让我们的宣传在网上无处不在，有点困难，不过让我们想看到的人看到我们的宣传，看到我们的公司，我们一直在努力。

(2)物料制作

物料制作有两批，我们的平面广告设计人员没有，都是通过网上征集来做的，相应的时间都比较长，不过效果还可以，这点最重要。制作厂商也是在众多厂商中挑选出来的。

(3)市场情况调查与了解

这里离不开直销部与渠道部的帮助。对市场价位、竞争对手的情况进行调查与了解。对我们工作的开展和价位的制定起到了一定的帮助作用。

(4)博客宣传

客服部、直销部、渠道部三个部门都有在网上注册开通博客，博客培训必不可少。博客的建设及宣传推广工作，公司领导及技术部同仁给了很大的支持，今天我们的博客取得的成绩，和他们的支持是分不开的。

看到现在大家的博客点击过万，看到很多同事通过博客成交大单子，我们的付出终于有了回报。为刚的博客做的一直很好，是我们大家学习的榜样。博客宣传相信在接下来会有一个更大的进展，为我们营销部的工作带来更多的帮助。加油吧!

4、其他市场工作

(1)网站工作与技术部合作

搜号网、oa、crm、4006产品网站、官方网站、个人博客、促销活动页面等

网站工作，主要是配合技术部对网站内容的相关整理及审核，在这里要感谢技术部的理解，和技术部相关人员的配合一直是愉快的。网站的一些小的修改及意见。

(2)公司相关制度整理的参与

参与制定了 公司员工手册 、 公司服务体系 、 优秀员工评选及评选标准 等相关制度制定的工作，不过毕竟不是专业的，很多还不是很成熟，这里感谢老大的帮助。

辽宁省的市场情况在上次报告中已经陈述过，因而不再提及重复的内容。以下是辽宁省总代理创下销售奇迹的一个剖析。自从辽宁省签订总代合同以后，销售业绩翻了几倍，创下辽宁省业绩的新高，针对这个情况，我与总代理共同去寻找造成业绩猛增的原因，并总结去一套成功的经验，向其它区域推广，让其它地区也能获得业绩较大的增长。带着这个想法我们分析了这个现象。总结出以下几点。

第一个原因：公司用对了政策，选对了合作者，也选对了市场。

第二个原因：该总代理操作市场的能力，和对我司的信心，积极推广，改变原来的批发价格，价格下调了一些。

第三个原因：当地是一个经济环境比较好，玩具业发达，市场潜力巨大。 第四个原因：我们走访了各个城市，做了一翻宣传，和市场服务。

第五个重要的原因：近两面个月进入了全年的销售旺季。

最后的结论是：这种高速增长的结果的后面包含了稳定的增长，和不稳定的增长，明年开年就会进入平稳的市场状态，不再参杂了过年这种消费高峰的原因

素。业绩可能出现大幅下滑。不过预计明年的销售状况会比上年同期的销售业绩高出很多。只不过增长幅度没这么大。

(二)吉林省的一些情况

与吉林省签订总代合同后，业绩都出现了一定的攀升，从各方观察总代，该总代已经开始重视我们了，并在行动上开始有一些小的细节动作，预计明年我们的合作关系会进入更加紧密的状态。合作意愿会进一步变成更多的实际行动，并且业绩会步入稳定的增长时期;同时由于公司政策变动，引发了李洪日对公司的不满，并且停止进货以示不满。原建生，各方面都没有大的变化。

(三)黑龙江省的市场情况

黑龙江省是一个面广，人口多，经济环境不差的省份，但上个月的销售业绩并不称得上理想，上个月是全年销售最好的一个月。销量应远不止这个数，应该还有更大的上升空间，我认为还没有找到合适的合作者，造成销量难以提升。

(四)海南省的市场情况

海南省地处于粤西地区尾的一个岛屿。是一个旅游城市，经济环境偏差，因而也制约了玩具行业的发展。整个玩具行业的还是处于中等偏弱的水平。虽然整个行业不繁荣，但我司的产品在此省的销量情况同此省的玩具行业还是不成比利，还应有较大的上升的空间。此省的销售状况差，主要原因是没有一个商家把我司产品作为一个重要的品牌去推广。拼图业还处于一个自由发展的状态。因而销量上不去。

目前，海南省的产品分销网络也不太理想。一共有四个批发商经销我司的产品，这些批发商的经营水平，经营规模，经营意识，都停留在个体户的层面上，经营我司产品的品种也不多，普遍是一些老品种，见不到新产的踪影，包括新的拼图和折碟。这些商家们的心态都把我们的产品当作一种补充品种。

海南省玩具批发行业当中实力较大的只有黄良鹂一个，规模是般一批发商的4到5倍左右，操作水平也比较高，分工专业而业精细。每个环节都有专人管理，对市场营销也有一定的认识，意识观念都比其他批发商超前。是一个实力不错的商家;经营我司的产品的状况，是摆放在二楼的一个专柜里。几乎所有的厂家都是这样的放置方式，担推广上不怎样出力。

(五)湛江市的市场情况

湛江市处于粤西尾的，周边有几个地级市，该市的货品流通渠道有两种方式，该市和地级市的一些大的零售商和大批发商都从广州调货，一些小的批发商和零售商都从湛江市取货。因此湛江批发市场只能辐射到一些小的批发商和零售商县镇辐射程度较高。现时当地有两位重要的商家在主撑着这块市场，另外有一些毛毛腿也有参与。现在所形成的分销网络非常科学合理。市场面积不大，但有定的消费能力，经常刺激业绩还有一定幅度的攀升。

(六)南宁的市场情况

南宁是广西的省会中心，由于广西与广东省交界，所以南宁的作为广西的行政中心，但产品辐射能力并不强，大都是供给本市和周边的几个城市的一些小批发商或零售商。因而南宁的批发行业并不是很发达，经济也是一个很重要

的原因。以上的情况同柳州市的情况极为相似。目前还没有一些批发商真正出力做我们产品。就连一些小的批发商都没见经营，只有一些终端卖场才有商品出售。这个城市还没算启动起来。是一个销售业绩有待大幅提升的市场。或是有待开发的市场。

(七)桂林市的市场情况。

桂林是一个闻名中外的旅游城市，玩具批发市场比较分散，共有三个批发市场，一个是老的主流的批发市场，以批发当地特色的产品为主，如水晶木雕品等，是面向全国市场，兼杂有一些玩具的批发点;另外一个是相对小一点的批发商市场，主要是批发各种生活样品及玩具于一体，面向本市为主;另外还有一个新开的批发市场，市场定位不是专业性的批发商市场，有各种产品批发，是对本市批发市场的扩容。此城市没有多少商家经销我司的产品。在开拓市场期间，找到了一个一年后才跟我们合作的批发商，和一个犹豫不定的批发商。明年才能真正启动一片市场。

二、本人区域市场及渠道存在的问题

a：各市场的销售网络都比较全面，但不是非常健康合理。

b;地级市经营品种普遍都不全，很多拼图上市很久了，也没见踪影，新品可以认为没有，折碟只有个别地区有出售，很多地方很是空洞。

c：地级市甚至广西海南省的这些省城批发商对我司及产品情况欠缺了解。其至不了解。

d;地级市的经销商都把我们的产品当作补充品来返卖，，极少一些商家当作重要项目来推广或销售。

e：消费者都不了解不知道我司产品的真正作用和内涵，还是传统的认识只是娱乐作用。

市场部年终工作总结方案 篇10

一、组织领导

为加强内部市场化运作的实施管理，矿成立内部市场化运作领导小组。矿长任组长，经营副矿长任副组长，其他矿领导及企管、财资、供管、机电等相关部室和单位负责人为领导小组成员。领导小组下设办公室，办公室设在企管部考核核算组，某某同志兼任办公室主任。

二、内部市场化运作基本原则

(一)坚持“内部市场管理、实行价格结算”的原则。

(二)坚持“内部有偿服务”的原则。

(三)坚持“矿对基层简单化，区队管理主动化”的原则。

(四)坚持“该管的强化、不该管的转化、可管可不管的弱化”的原则。

(五)坚持“模拟市场化管理”的原则。

三、内部市场化实施范围

内部市场化的实施范围是全矿现有采掘单位。内部市场化是企业改革和实施科学化管理的重要内容之一，为积极稳妥地推进，我矿将按步骤实施，循序渐进地推行。首先在全矿采掘单位实施，待条件成熟后，再推广至井下辅助及地面单位。

四、内部市场化实施方式

采掘内部市场化的实施方式是以采掘单位在采掘产品(产量或进尺，下同)生产过程中投入的全部活劳动消耗和物化劳动消耗(不含设备、电力，下同)为基数测定内部市场价格(以下简称收购价格)，矿以该价格对采掘产品实施收购的方式。

五、内部市场化操作方法

一采掘工作面的责任范围

1、采煤面

⑴工作面搬家准备、刷面、进料、过老峒、过断层、过变薄带及正常回采。

⑵支护材料(单体支柱、铰接顶梁、铁鞋、定型材料等)、安全设施的安装、拆除和回收上井。

⑶采区运输系统溜子的使用、维修、回收以及改运输系统等工作。

⑷安全、质量标准化和煤炭质量管理等工作。

⑸区域范围内的其它工作。

2、掘进工作面

⑴工作面搬家准备及掘进工作。

⑵工作面从开窝至迎头的卧底、修护。

⑶安全设施的安装、拆除及掘进工作面防除尘。

⑷掘进运输系统的安装、使用、维修、回收，改运输系统等工作。

⑸安全、质量标准化和煤炭质量管理等工作。

⑹区域范围内的其它工作。

二采掘产品收购价格的构成

采掘产品收购价格的构成项目是该采掘工作面区域范围内的全部活劳动消耗和物化劳动消耗。

1、工资：定额工资(包括区域范围内皮带运输司机)打料、打设备、下设备和设备维护等计件工资。

2、材料费：火工品、塘材、铁鞋、双楔梁、油脂、配件费、杂品费及修护材料费。

3、设备配件费：区域范围内所占用设备的配件费。

4、综采设备配件费。

三收购单价及结算办法

1、收购单价(见附表)

⑴工资单价

工资单价月初由财资部按集团公司、矿统一劳动定额为基础，并根据采掘工作面的实际情况，确定当月定额产量(进尺)、定员人数;以矿核定的岗位工资标准(辅助工资、贡献工资由矿按在册人数及实际出勤率核定总额承包给单位)与月度定额产量(进尺)综合确定。

⑵材料单价

材料单价月初由供管科按各种耗材总额与定额产量(进尺)综合确定。

⑶单体、铰接梁租赁费：实行单价外补(即不与收购单价挂钩浮动，实行按月承包给单位，生产天数不足一月的，按实际天数折算)。

⑷综采设备配件及其它设备配件费：月初由机电工区按当月设

备配件定额综合确定。

⑸收购单价：由内部市场化运作办公室根据上述各部门测定的单项价格进行汇制定，并在月初及时下达各单位执行。

⑹单价具体测算方法见下表(略)

六、有关规定

(一)实行收购制后要确保作业定额的可靠性、准确性和严肃性。收购价确定后，原则上不得随意修改，确因地质条件变化影响而使生产条件发生重大变化时，经矿内部市场化领导小组现场会审确认，方可修正。

(二)实行收购制后，部分大型耐耗材料如轨道、水管、电缆等可暂不进入收购价计价范围，但对各单位应单独析出考核，办理相关移交手续，待工作面收作后，按帐交接，若有缺失短少的按成本价由相关责任单位偿付。单体和铰接顶梁由供应科根据工作面自然条件核定需量,按需供给,超计划使用其租赁费由使用单位承担。

(三)采掘工作面范围内的小型零星工程由生产部、企管部、财资部等部门联合会审，以予决算形式承包给单位。

(四)实行采掘收购制后，按 矿管理简单化，基层管理主动化 的原则，矿按相关规定考核三项指标，即：工程质量、煤质、安全。其它方面的管理放权给基层单位自主管理。但放权实行区队自主管理后，上级主管部门，现场检查的各类罚款全额由责任单位承担。

(五)各单位的分配要在财资部的指导下进行，并要结合单位实际，坚持向劳模、工人技师倾斜;坚持向苦、脏、累、险岗位倾斜，向技术岗位(工种)倾斜，向重要岗位及完成任务好的岗位(工种)倾斜的原则，兼顾效益与公平，积极稳妥地做好本单位的二次分配方案，保证采掘收购制的顺利推行。

(六)采掘单位职责范围内的工作，需要外单位帮工及辅助单位提供有偿服务的，其费用由接受服务的单位支付，收入归矿。接受服务的单位支付费用的标准为：凡有劳动定额的其费用按定额计算，没有定额的按实际出勤工数计算;遇有较大机械故障，需机电工区等部门处理的，按一次1000元计算。

(七)供管科、机电工区在次月的6 日前分别将采掘各单位上月度实际消耗的材料费、设备租赁费、综采设备配件费等报送矿内部市场运作办公室考核。

(八)为了保证采掘区队职工收入的稳定，各单位在工资分配时要严格按应得工资交易额控制使用，并留有余地，采取以丰补欠的办法调节因条件变化造成职工收入的上下波动。当月工资结余时可留存矿财资部;当月工资赊欠时，可先用结余工资弥补，然后向矿借款，经矿长或经营副矿长同意后，财资部工资定额组办理借款手续，待单位工资有结余时及时归还借款。

(九)其它未尽事宜按《庞庄煤矿采掘单位岗位工资全计件

办法》及相关工资管理规定执行。

(十)本办法从20--年九月一日起执行。

市场部年终工作总结方案 篇11

一年的尾声开始想念很多东西。想念毕业那刻与室友们相拥而别的瞬间；想念收获第一份正式工作时候的激动；想起收拾行李那刻的表情以及沿途关于未来的设想；一年的尾声也想要感谢很多人。感谢那些曾指导过我的领导和前辈们，是他们的无私和包容使我能快速融入这个集体；感谢中国市场部的每一个人，虽然没有太多的接触和表情，但是我己经把有关你们的记忆放在心中。

时间不经意间从指尖滑过。从进入兆吉鞋业有限公司到现在，己将近两个月的时间，而我也开始了一段新的工作学习历程。刚跨出社会的我，从来不关注时尚的我，连明星如果不是太抢眼都会被浊淆的我，在选择这里的同时，需要学习很多东西。关于时尚、关于美学、关于色彩、关于四季、关于设计等等。

两个月的时间不算长。短暂却印象深刻的军训，公司规章制度和企业文化的培训，来中国市场部第一天前辈们的循循善导，都好像是昨天才刚刚上演似的。两个月的时间，也足以让我们融入兆吉这个集体，并对它产生难以割舍的感情。它的历史、它的文化、它的核心价值以及它的规章制度等等。许多话语还在耳边萦绕。对质量的执着追求，“真”、“善”、“美”的核心价值观以及关于“杯奶头牛”的故事等。在这里的生活，少了几分奔波，多了份安逸，我们在宿舍、食堂和工作的地方穿梭，过着忙碌却也充实的工作。

两个月的时间，己经让我开始喜欢这里，工作也慢慢地步上轨道。从刚开始的全然陌生，到现在能通过模仿与整合或是自己偶然间蒙发的感动给每一双鞋子做注脚。

刚到这里的时候，每天浏览过往一些时尚类杂志，并试着把那些美的词句记录下来，思考他们为每件衣服或是鞋子写文案的角度。总有些文字会让我感动，或是引发我体内的某种欲望。这时候会发现自己有诸多不足。不太出色的文字，对时尚圈子的全然陌生，跟生活在那个层次的消费者的距离以及和关于设计和美学的种种。

为了能尽快适应工作，我努力去查寻各种资料，网上的、杂志上的，或是在购买来的书上的。拖学广告学的朋友介绍了几本广告学的书，也借机会了解了李欣频、许瞬英这两位中国台湾文案作者。

这个月，开始尝试着写关于20xx汤普、b b春夏流行趋势，以及主要鞋款的文案。这对我来说，是一个比较艰难的过程，而在这之前，我一直希望陈小姐能把我派去设计、开发组学习一些时日，了解鞋子的特性和以及材质的运用等。我反复看这些需要写的鞋子，并尽量把某些特征记下来，然后去一些时尚网站寻找一些类似鞋款的相关介绍，并翻开以往看时尚杂志所做的笔记，实在是没办法，会下楼去看每双鞋子，虽然还是不会给那个独特的地方取一个好听的名字，但是幸运的时候会碰到一些业务部的人，这让我收获不少。

不管结果如何，过程终究是享受的，但是多日的努力终于得到收获后，那种心境是无法用言语来表达的，就要这份工作所带给我的感动。在学到东西之余，也体验到工作带给我的乐趣。

在这差不多两个月的时间里，我主要负责如下工作：

1、公司对内、对外的一些文字内容的撰写。如：汤普30周年庆祝致会员的感谢信、公司对外新年贺卡和新年促销短信等等。

2、根据商场要求，提供统一的商场包装宣传文字，或是企业产品的文案撰写。如：20xx春夏汤普流行趋势、b b春夏流行趋势、dm宣传册文案、春夏新款主要鞋款文案、金基百纳商场文案、女友资讯文案和婚鞋文案撰写等。

从进公司到现在，通过自己的点点滴滴的学习与积累，还有领导与前辈们的帮助，了解了各部门的作业流程，自己的工作也开始步上轨道。但是离公司要求的和我所追求的一个好的文案者还有一段很长的距离。当然，也有些不足的地方。比如：写的文案并不能打动我自己、存储知识过少，偶尔会觉得脑袋真空、不够细心以及与部门同事之间交流甚少等。20xx年是充满希望与挑战的一年，我会继续以一个学习者的姿态，去完成所交付我的每一项任务，并努力改正这些不足之处。

为了使以后工作更加高效、完美，我将努力做到以下几点：

1、端正态度，积极主动，努力学习，虚心请教并听取各方面意见；

2、继续用心去看每一份时尚杂志并做认真做好笔记；

3、收集与公司产品相关的讯息，争取对公司品牌进行全方位的了解。

4、以学习者的姿态，争取高效完成交付给我的各项作务。

5、加强对时尚、商场等与工作相关的知识的了解。

市场部年终工作总结方案 篇12

时间过的真快，一转眼又是一年。利用今天下午的机会和大家总结下20xx年工作中各种问题，回顾我们一起在这一年的工作，我们经过在这艰难的20xx年稳步挺过，首先，感谢各位在这过去一年里面的辛苦工作和积极与市场部这边的配合，也感谢朴总对市场部工作的大力支持，可以说没有大力支持网络推广与各种开发客户的模式，我们20xx年必定会走的很艰难。市场这边也不会做到今天这个不算好的成绩。

20xx年我们从做销售转向做市场，我们不仅是卖的我们的产品，我们更好站远战高的角度来纵横观望我们的电声市场，坚持与客户为导向，也就是坚持以市场为导向，市场需要什么，我们做什么，市场如何变化我们也灵活及时如何变化，博林公司在市场中的优势与机会直接决定我们业务部的销售额。下面我总结下20xx年市场部的主要工作

1.坚持公司的企业精神，与各部门做到速度 差异化 服务三大理念。目前广东东莞深圳这边主要集中的加工制造业，大部分企业做的都是外单，由于国外客户对时间观念抓的非常紧，交货期刻不容缓，很多企业在年底，出口旺季的时候都是谁有能力先抢占商机谁的机会越大，

但是随着订单的加大与各个供应商生产能力的限制导致我们这边交货期还是经常会出现差错，这个问题将是明年工作中需要解决的一个重大问题。在说差异化，根据市场产品的创新和差异化的产品，在非常规产品中客户急需的心切更重，我们通过整合手上供应链的渠道，为客户专业提供差异化的产品解决方案，在这个情况下单价应该不是什么问题成交希望更大。另外服务，以客户为导向更加决定我们客户长久合作的基础，

2.从销售中升级做市场。这也是我们业务部主要工作出色表现之一，坚持网络推广，当今眼球经济，网路推广为获得更多客户的了解与合作提供了强大宽广的平台，我们新开发客户中大部分是通过网络与实际的考核，我们明年的工作中网络推广将继续做宽做广做到行内数一数二，2.公司20xx年逐步完善市场部，工程部，采购部，品质部和仓库等部门，市场部的建立完善，目的是为了让我们的产品在市场推广上有的放矢，从宣传、策划、市场调研，创新模式的总结与推广，都进行了全面的包装，我们有好的产品，同时也要有专业的宣传和推广，当下已经不再是 酒香不怕巷子深 的年代，产品专业的推广，活动策划，品牌策划至关重要。因此需要我们的市场部、企划部充分发挥部门职能，做好战略规划，做好市场调研，做好促销，广告，做好方法和模式的总结，服务好我们的客户。20xx年从我们的销售整体情况来看电磁式蜂鸣器是我们做的重点，也是我们公司最有优势的产品，别的产品如喇叭 咪头等做的量销售额还是不够，在20xx年中新产品的开发与新市场的开拓将是我们市场部工作的重中之。3. 完善了必要的市场助宣资料，如企业宣传片，企业手册，创新专业的广告。20xx年，公司专业制作了新产品的宣传资料，保证了在新产品上市的之前，宣传资料就到位，

4.积极参展通过展会现场的效果与各目标潜在客户沟通传递资料传递信息。一个目标客户知道博林电子做蜂鸣器的，可能没什么消息，但是100个潜在客户了解到博林公司做蜂鸣器，应该至少有几个客户再之后的需求中会联系到我司。5.完全公司产品的各种认证与客户要求，REACH ROHS 无卤素资料 3a等认证。

3.明年工作中需要坚持20xx年的工作经验并积极改善

1.启动蓝海战略，形成完善一个完整的经营模式(供应链系统 市场系统 售后服务系统 人力资源系统)争取完善并防止各个环节出现问题。要求各项工作都做的扎扎实实，最起码要做到客户的认可，只有这样才能真正达到可持续发展的目的

2.规范管理体系，积极实现绩效考核，提高管理效率，节省管理成本，根本上从个业务处努力提高业绩，利用公司和市场部的平台，独立并最大化开发成交客户，不单单是靠市场部这边的客户资源，每天8小时上班时间除了之前客户的跟进，应该有空去了解客户市场，了解客户需求，我们不需要天天出门拜访，我们通过网络方式联系到再跟进，我们的网络推广应该是销售部销售工程师集体的资源。

3.加强市场销售推广等方面的培训。

昨天的成功昨天的不足今天且不说，今天的艰辛让明年

成功更有把握!明天的市场将属于有准备的我们!聚天下英豪，铸阳光伟业!充分发挥我们的团队精神，为20xx博林和芢福努力吧!实现更多的企业价值与个人价值，最后祝大家身体健康!财源广进!阖家欢乐!万事如意!谢谢!

市场部年终工作总结方案 篇13

X年即将过去，在这将近一年的时间中我通过努力的工作，也有了一点收获，临近年终，我感觉有必要对自己的工作做一下总结。目的在于吸取教训，提高自己，以至于把工作做的更好，自己有信心也有决心把明年的工作做的更好。下面我对一年的工作进行简要的总结。

我是今年x月份到公司工作的，x月份开始组建市场部，在没有负责市场部工作以前，我是没有\_\_\_\_\_\_\_销售经验的，仅凭对销售工作的热情，而缺乏\_\_\_\_\_\_\_行业销售经验和行业知识。为了迅速融入到这个行业中来，到公司之后，一切从零开始，一边学习产品知识，一边摸索市场，遇到销售和产品方面的难点和问题，我经常请教\_\_\_\_\_经理和北京总公司几位领导和其他有经验的同事，一起寻求解决问题的方案和对一些比较难缠的客户研究针对性策略，取得了良好的效果。

通过不断的学习产品知识，收取同行业之间的信息和积累市场经验，现在对\_\_\_\_\_\_\_市场有了一个大概的认识和了解。现在我逐渐可以清晰、流利的应对客户所提到的各种问题，准确的把握客户的需要，良好的与客户沟通，因此逐渐取得了客户的信任。所以经过大半年的努力，也取得了几个成功客户案例，一些优质客户也逐渐积累到了一定程度，对市场的认识也有一个比较透明的掌握。在不断的学习产品知识和积累经验的同时，自己的能力，业务水平都比以前有了一个较大幅度的提高，针对市场的一些变化和同行业之间的竞争，现在可以拿出一个比较完整的方案应付一些突发事件。对于一个项目可以全程的操作下来。

一、存在的缺点：

对于\_\_\_\_\_\_\_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，对于一些大的问题不能快速拿出一个很好的解决问题的方法。在与客户的沟通过程中，过分的依赖和相信客户，以至于引起一连串的不良反应。本职的工作做得不好，感觉自己还停留在一个销售人员的位置上，对市场销售人员的培训，指导力度不够，影响市场部的销售业绩。二.部门工作总结在将近一年的时间中，经过市场部全体员工共同的努力，使我们公司的产品知名度在河南市场上渐渐被客户所认识，良好的售后服务加上优良的产品品质获得了客户的一致好评，也取得了宝贵的销售经验和一些成功的客户案例。这是我认为我们做的比较好的方面，但在其他方面在工作中我们做法还是存在很大的问题。下面是公司20\_\_年总的销售情况：

\_\_x、\_\_x、\_\_x

从上面的销售业绩上看，我们的工作做的是不好的，可以说是销售做的十分的失败。在河南市场上，\_\_\_\_\_\_\_产品品牌众多，\_\_\_\_\_\_天星由于比较早的进入河南市场，\_\_\_\_\_\_\_产品价格混乱，这对于我们开展市场造成很大的压力。

二、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，主要表现在

1) 销售工作最基本的客户访问量太少。市场部是今年x月中旬开始工作的，在开始工作倒现在有记载的客户访问记录有\_\_\_\_\_\_\_个，加上没有记录的概括为\_\_\_\_\_\_\_个，八个月\_\_\_\_\_\_\_天的时间，总体计算三个销售人员一天拜访的客户量\_\_\_\_\_\_\_个。从上面的数字上看我们基本的访问客户工作没有做好。

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;对客户提出的某项建议不能做出迅速的反应。在传达产品信息时不知道客户对我们的产品有几分了解或接受的什么程度，洛阳迅及汽车运输有限公司就是一个明显的例子。

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写工作总结和计划的习惯，销售工作处于放任自流的状态，从而引发销售工作没有一个统一的管理，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) 新业务的开拓不够，业务增长小，个别业务员的工作责任心和工作计划性不强，业务能力还有待提高。

三、市场分析

现在河南\_\_\_\_\_\_\_市场品牌很多，但主要也就是那几家公司，现在我们公司的产品从产品质量，功能上属于上等的产品。在价格上是卖得偏高的价位，在本年销售产品过程中，牵涉问题最多的就是产品的价格。有几个因为价格而丢单的客户，面对小型的客户，价格不是太别重要的问题，但面对采购数量比较多时，客户对产品的价位时非常敏感的。在明年的销售工作中我认为产品的价格做一下适当的浮动，这样可以促进销售人员去销售在郑州区域，因为\_\_\_\_\_\_\_市场首先从郑州开始的，所以郑州市场时竞争非常激烈的市场。签于我们公司进入市场比较晚，产品的知名度与价格都没有什么优势，在郑州开拓市场压力很大，所以我们把主要的市场放在地区市上，那里的市场竞争相对的来说要比郑州小一点。外界因素减少了，加上我们的销售人员的灵活性，我相信我们做的比原来更好。市场是良好的，形势是严峻的。在河南\_\_\_\_\_\_\_市场可以用这一句话来概括，在技术发展飞快地今天，明年是大有作为的一年，假如在明年一年内没有把市场做好，没有抓住这个机遇，我们很可能失去这个机会，永远没有机会在做这个市场。

四、明年工作计划

在明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，服务网点。(建议试行)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。以上是我的一些不成熟的建议和看法，如有不妥之处敬请谅解

市场部年终工作总结方案 篇14

收获也很多，累但是很快乐。对我来讲这个月的工作是难忘、印记最深的一个月。工作地点、环境的转换，还有工作思想、方法等一系列的适应与调整，压力却带给了我前进的号角，累中也融进了收获的快乐。在公司领导的支持下，在同事之间的密切配合下，爱岗敬业，恪尽职守，我们都较好地完成了自己的本职工作和领导交下来的各项工作。我将自己一个月来的表现、细想和行动总结如下:

一、工作表现

每天外出见客户时强化自身形象，提高自身素质，对自己坚持严格要求， 不要因为自己一个人一片天地就懒惰，忘记工作，忘记自己的工作职责和工作任务。我们对工作要心中有度，有责任。对待客户一定要以诚相待，办事处的工作最大的规律就是 无规律 ，因此，我要正确认识自身的工作和价值，正确处理工作中的苦与乐，得与失、坚持甘于奉献、诚实敬业，特别在业务锤炼过程中一定要有总结和反省，当日工作当日毕，业务讲效率，公司可能养闲人，但是不希望闲人是我。所以一定要努力，一定要学习，争取早日突破有成绩，经过这么长时间的学习和锻炼，我在工作上已经取得一定的进步。

二、工作态度

工作态度要严于律已，不断加强自己作风建设。到公司以来我对自身严格要求，始终把耐得平淡、舍得付出、默默无闻作为自己的准则。作风是公司一个形象问题，不能因为个人原因让客户说广源的作风有问题，把广源当成是自己的家，荣辱与共。在工作中要用自己的行动规范自己的一切言行。努力强化自己专业知识，做好各项客户服务工作。坚持跟踪的原则，对每个客户都要跟踪有结果，努力提高沟通水平。在这一个月里，虽然遇到不少的困难，但是只要积极想办法去解决，思想乐观，还是可以学到很多知识。

三、工作行程

这一个月来，我做了大量的工作，虽然暂时还没有取得成绩，但是我会一直努力，相信自己的成绩会好起来，由于公司对我们福建市场的重视，还特意派汽车协作办事处的工作，让我们在工作上，业务上自信了很多，汽车到目前为止跟我跑了四天业务，一路从莆田到福清到福州的路线走的，路线也是我一路计划好的，基本没有多绕路，跑了大概十九家公司，可能路线和地址都不是很熟悉，所以在计划当中还有部分客户没有拜访，但是效果很不错，达到预期效果，有三家既然与张经理撞车，有七家现在是我的意向客户。 我将继续努力跟踪和进行沟通，争取在下个月出成绩，对自己，对公司也是一种微妙的回报。现在也有两家基本上在口头上答应下个月左右定货。此时我不能松懈，越是关键时刻越是决定得失的时候。所以货没有出去还不是笑的时候，也许只是才开始。

四、下一步工作计划和展望

下一步工作我将继续跟踪目前的意向客户，直到跟到有结果为止，要对有针对性厂家进行攻克，多去拜访，多沟通。然后根据资料联系新客户找到主事人，慢慢伸张，在自己能够把握局势的情况下进行扩张，稳步求进求发展。

以上是我个人体会和设想，我将全身心的投入到市场工作中。

市场部年终工作总结方案 篇15

20\_ 年已接近尾声，现将这一年来的工作情况，简要汇报和总结一下。 一、经过前期努力学习除氟、反渗透设备等公司相关业务知识，在熟悉业务知识的同时，在阎总的帮助下成功签定了以下订单： 1) 中交一航局第二工程公司的 200t/天苦咸水淡化设备+灌装线设备， 合同总额在 72 万， 截止到目前为止，回款已达到：680700 元 2)参加阜阳颍泉投标：在自身的努力和公司的配合下，在参与阜阳颍泉的投标中，制定价格合理、标书制作较完美，最终颍泉我方中标。中标后在与阜阳大洋谈合作问题时 提出了自己合理化的建议。与阜阳合作的合同金额为 49 万，现已全部回款.3)部分潜在客户正在跟踪。。。。。。 二、招、投标 1、在本部门的努力下，我部门在 10 月前连续进行了多个投标，同时提出了关于投标的合理化建议，投标包括：阜阳颍东、颍泉、界首、临泉、蚌埠、西安等 6 个标段，由 于各种原因，有些标段虽未能中标，但在投标中得到了竞争对手价格，可以分析竞争对手， 在制作招标文件时也学习到不少经验， 同时也让我部门人员熟悉了招投标流程， 锻炼了我部门人员对招投标的业务能力。 2、在 10月后的投标中，其中曹县倪集乡、大集、郓城、鄄城中标，临清、阳谷、东昌 府、莘县、安徽利辛县东中标，未中标原因分析： 1)有部份是因为证件原因：没有卫生许可证2)有部份是没有提前到水利局领导工作做到位 3)有部份是因为未分析好竞争对手的真实情况 4)有部分是投标文件欠缺在以后的投标工作中，我部门将针对以上失败情况进行更改和调整，吸取以上失败 经验，更好的完成未来的投标工作。 三、存在的问题 个人：由于我个人工作能力有限在工作中个人能力上还有待提高， 个人：由于我个人工作能力有限，在工作中个人能力上还有待提高，带领团队和个 工作能力有限，人处理问题的方式及方法中的不足之处还很多，需要多学习和提升。 人处理问题的方式及方法中的不足之处还很多，需要多学习和提升。 还很多公司：各部门衔接还是觉得比较混乱。 公司：各部门衔接还是觉得比较混乱。 四、市场部 20\_ 年想法及建议：1、全国各地开发有实力的代理商代步进行业务推广;

2、拜访水质较差的区域水利局进行推广; 3、尽量多参加企业项目的招投标，因企业项目回款相对较好，站在公司的角度， 利于公司资金周转;4、加入中国采购与招标网会员，会员费：4000 元/年，我们能更快地知道全国各地的招 标信息。

以上意见及建议，仅做参考，我也是站在我的角度，说出我真实的想法。作为公司 的一员，我希望公司能顺利发展，辉煌腾达。

市场部年终工作总结方案 篇16

在繁忙的工作中不知不觉接手辽宁市场已经一年了，回

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！