# 市场推广的年终工作总结

来源：网络 作者：春暖花香 更新时间：2025-03-26

*市场推广的年终工作总结（精选3篇）市场推广的年终工作总结 篇1 自从20\_\_年开始做市场推广以来，我发现了我在工作中存在的问题。概括起来就是：有闯劲，但是对细节关注不足。 在市场推广中，我是一个有闯劲的人。在寻找客户方面，我不害怕打陌生电话...*

市场推广的年终工作总结（精选3篇）

市场推广的年终工作总结 篇1

自从20\_\_年开始做市场推广以来，我发现了我在工作中存在的问题。概括起来就是：有闯劲，但是对细节关注不足。

在市场推广中，我是一个有闯劲的人。在寻找客户方面，我不害怕打陌生电话，想找的人也基本能够找到，对于开拓市场有激情。

但是，市场推广是针线活，在我走访客户的时候，我就发现我对细节的关注度非常不够，这需要在后期的工作中加强。

对细节的关注度不够，主要表现在几个方面。

第一、对业务的琢磨程度。公司的每块业务，我基本都了解，但是却沉淀不下去，不关注业务的细节。

第二、对企业的情况关注度不够。推广业务并不是简单的向客户介绍产品，而是要跟客户进行深入互动。比如对接的客户在什么部门、该部门负责什么业务、客户自己本身是做什么的，部门的预算是什么情况。当然，这些问题在关系还没有到位的时候，有些时候问会觉得冒犯。但实际上没有关系，虽然我们会问到一些比较深层的问题，客户如果觉得跟你关系还不错的话，自然会跟你透露，如果觉得不方便透露，也自然会拒绝你。因此，在这方面不要有什么心理负担，只要不是涉及个人隐私，关于公司的隐私问题，该问就问。

第三、对“人”关注不够。虽然，我们推业务，是公司对公司的行为，但是打交道的背后还是人，事情的成与不成，关键还是在于跟我们打交道的人。所以，在打交道的过程中，不要仅仅就事论事，要多花一点心思琢磨“人”有什么需求。在工作方面，除了常规的合作项目以外，我们还能够帮助客户做些什么，尤其是对一些临时需求，要更加重视。因为执行好合同范围内的工作是本分，但是能够提供一些临时需求则是在卖人情了。

第四，不关注大量信息。我是一个容易进入自我世界的人，容易忽略外界很多的信息，我容易针对某一个具体问题思考很深入，但是却不怎么关注不同的信息来源。对某个问题非常专注是工程师的思维，但是如果做市场推广，就应该关注多方面的信息，然后利用大脑进行信息筛选，这就是市场推广的关键所在。

最后，我想强调一点，所有好的人际关系都是互相麻烦出来的，对于客户来讲，如果有什么需要客户帮忙的事情，可以尽管向客户提出来，被客户拒绝没有关系，因为拒绝多了以后，他也会不好意思拒绝你了，以后提出的要求可能会更加容易满足。

市场推广的年终工作总结 篇2

20\_\_年，市场部以奥运营销和产品营销为工作重心，在总经理室的领导和各部门的支持下，有条不紊地完成了年度工作目标。

一、产品营销

20\_\_年上半年，劲极底板正式上市，公司以狂飚王、狂飚皓、劲极底板为整体，进行底板体系的整体推广。市场部充分运用《乒乓世界》、全乒乒网等乒乓强势媒体，采取试打分析、硬广告和网络口碑式传播等形式进行底板的宣传。结合乒乓球业余赛，通过终端海报、单页等形式对红双喜底板进行整体推介。业余市场的推广工作与专业队底板的推广工作相结合，红双喜底板20\_\_年销售有了很大的增长，使底板从“单品美誉度”向“整体美誉度”方向得到提高。

20\_\_年，市场部与研究所一起，策划开发50毫升、500毫升、98毫升水溶性胶水及强化剂，并通过杂志、网络和业余赛事进行宣传推广。

20\_\_年下半年，围绕奥运会和水溶性胶水的应用，进行产品总体策划设计。开发08新概念系列成品球拍，新工艺和新材料的乒乓球包装，“老酒新装”的08032底板、适应水溶性胶水的新底板和套胶，使之成为为20\_\_年的新增长点。

二、奥运及赛事营销

20\_\_年是奥运营销的第二年，在完善包装奥运宣传的基础上，加强了终端奥运推广力度。开发了新型中岛道具;在终端投放了运动员奥运海报、球台海报与X画面、产品光盘等多种形式的广告宣传品;进一步补充完善终端店铺的形象宣传。

覆盖北京、上海、广州、大连、济南、淄博、兰州、武汉、重庆、长沙、沈阳、临沂等地的17家户外广告更换更新了奥运宣传。

同时完善网站奥运宣传，策划进行了以奥运为主题的新红双喜网站建设。

通过20\_\_年的工作，基本上将“红双喜连续为三届奥运提供器材”以及“红双喜为北京奥运会提供乒乓器材”的概念进行普及推广

20\_\_增加了乒乓球和羽毛球馆的奥运推广，新建10家场馆，其中2家乒乓馆，3家羽毛球馆，另有5家乒乓羽毛球中心。在这些场馆进行了奥运宣传的调整以及羽毛球夏煊泽的推广。

20\_\_以为软性媒体的形式投放了中央电视台《国球长红》、《走进科学》等电视媒体，并充分运用《乒乓世界》等重要媒体进行奥运宣传。

20\_\_年以品牌联合的形式策划了10多项业余赛或其他活动，包括“与奥运同行新民晚报红双喜杯”乒乓球赛、沈阳平安保险奥运活动、全国少儿迎奥运等多种形式的奥运活动。推进上海红双喜乒乓球业余俱乐部的建设，并组织了上海、北京和天津等地的乒乓球业余迎奥运赛，包括与联想和佳得乐合作举办的赛事等。乒乓和羽毛球馆也举办了多项乒乓或羽毛球赛事。这些赛事为扩大红双喜在业余爱好者中的影响力、增加品牌亲和力、推广产品发挥了重要的作用。

三、国际营销与品牌管理

20\_\_年，红双喜乒乓器材继续被评为中国名牌产品，红双喜举重器材首次被评为中国名牌产品。同时被继续评定为上海市著名商标和上海市名牌产品。

20\_\_年根据国际市场拓展需要，在伊朗、中国台湾进行的国际商标注册获得成功，不断加强红双喜商标在国际市场上的保护力度。

对新开发的奥运球台、羽毛球光控给球器等产品新技术及时申请了专利保护。

国际营销方面，市场部继续在广交会、ISPO等展会策划上为国际部提供支持，继续发挥与德国代理、英国的代理的推广衔接作用。环球资源平台的应用取得了突破，通过该平台的交易额达到24万美金(主要为举重器材)，为国际营销建立了新的营销方式。

总体上，市场部完成了20\_\_年的工作任务，但也暴露出许多不足的地方：

1)产品开发后宣传推广的手段单薄。目前产品宣传主体还是依靠明星或者专业队伍的影响力，在坚持“明星造势”、“专业带动市场”营销策略的同时，对消费者的购买需求和心理研究不透，造成宣传品形式、媒体推广形式的单一。

2)国际营销能力薄弱，无论是国际市场产品需求的分析，还是品牌推广，缺少主动研究，手段单调。

3)终端的奥运元素缺少亮点，原计划终端进行三级分类，并根据分类进行广告物品的投放，这一模式还不够清晰。

20\_\_奥运年的主要思路

20\_\_年，随着李宁与红双喜的合作，为红双喜的发展带来新的契机，市场部将参与红双喜发展战略规划的制订，探讨并实施终端渠道运作和推广的新模式;.进一步加强对分公司、控股公司以及供应商的品牌授权管理，完善商标许可管理流程。

20\_\_奥运年，市场部将以奥运作为主题工作，运用广播电视、车身、网络、平面等多种媒体的组合，结合媒体和活动，对应奥运前、奥运月、奥运后三个阶段，采取相对应的营销策略，宣传重心转变为“红双喜为北京奥运会提供三个项目比赛器材”的概念传播。

20\_\_年，乒乓产品将以“水溶性胶水”为中心，加速配套底板和套胶的产品开发和后期推广，使红双喜在新乒乓时代保持行业第一的地位。

一、奥运营销

1)提高创意能力、精心制订媒体投放策略，强化红双喜北京20\_\_年奥运会器材供应商的概念，突出红双喜“三个项目进入奥运会”。作好杂志报刊、网络、车身和电视广播媒体的投放。

2)策划赛事等活动，奥运前期进行预热，充分运用李宁大篷车计划和新闻会客厅等奥运营销点进行红双喜品牌的推广。

3)针对传统终端与李宁零售两种不同终端，分别制订实施有效的红双喜奥运宣传，增加亮点。

二、产品营销

1)以“科技创新”为理念，对奥运赛事产品进行重点宣传推广;以奥运为主题的市场产品在20\_\_年基本完成了产品开发工作(前端)，20\_\_年重点是加强产品推广(后端)。

2)继续加强以“水溶性胶水”为主题的产品开发和推广，为奥运会后乒乓行业的调整抢得先机，巩固红双喜乒乓领导品牌的地位。加强天极7、新狂飚新天极的推广，点加强复合底板的策划与开发。满足国家队和省市专业队产品需求的同时，加强业余市场需求产品的开发。提高推广手段的多样化，运用渠道、业余赛事、网络等资源。打好组合拳。

3)加强信息收集和分析的能力，建立良好的情报系统。特别是对乒乓消费现状和乒乓潜在消费人群进行调查分析，进行消费细分研究，为红双喜未来的战略发展提供决策情报。

三、渠道与终端推广

随着红双喜与李宁的合作，李宁零售渠道对红双喜开放。20\_\_年将加强在两类渠道模式中产品营销和推广的力度。

1)加强终端特别是零售渠道的培训力度，通过培训资料的策划和培训体系的建立，强化终端营销能力。

2)规范乒乓房和羽毛球馆的运做，在作好形象宣传的同时，充分运用场馆资源，加大产品推广的力度

3)整合经销商和乒乓羽毛球馆资源，以奥运为主题，举办地区性地赛事活动，形成红双喜、经销商和消费者之间的互动。

做好上述三项工作，市场部将采取以下措施作为保证。

第一是增加广告物料(海报、样本、单页、促销品等)的种类和投放量，根据产品营销和奥运营销的要求，对应终端、赛事等多渠道的需要，投放广告物料。广告物料的策划设计集中在第一季度分两次完成。

第二是进一步规范工作流程和工作方式，建立市场运作的资料库。在知识共享的平台上，提高工作效率。

20\_\_年市场推广部年终总结及20\_\_年工作计划三

斗转星移。历史货轮即将驶入20\_\_年。回目走过的一年，部门承载了许多，有过大喜过望，有过悬而未决，但总归都是值得载入史册的。在继承我院的优良的口碑营销推广的基础上，又开拓了以网络营销为主的崭新的推广方式。现将一年的市场推广工作总结下：

第一传统的口碑营销方式在我部门的普遍的应用。因为我国是关系社会，一件产品信息往往通过亲戚朋友间的交流迅速传播开来。学员到我部门报到的当天我们都会询问他是哪个渠道知道我院的小语种培训。相当一部分人是通过父母，或朋友的推荐。在我们和学员的交流沟通时，也会选择代表性的人进行适当的口碑营销，比如俄语初级班大多数的学员的父母都是在雅宝路工作，所以我们会尽量选择这样的学员进行口碑的营销。

第二正确的市场的定位，让我们市场推广以及宣传方面少走弯路，做到有限资源的最大利用率。首先要确立目标人群，在我们部门学习都是那个年龄段，学习目的是什么。经过调研的确认俄语基础班的学员有许多90后的学员，日语脱产班的学员学习都是以出国为目的。

1.经过了初步的定位以后，就要在网络上进行营销。由于我们的资源有限，所以我们采用了大家喜闻乐见的营销方式，qq在我国的使用量是最大的聊天工具，为了能对学员的情况有更深入的了解，在各个班级都建立qq群，使我和学员们有一个沟通与交流的平台，更能有效地开展工作。同时通过这种线上交流方式，拉近与学员们的距离。增加彼此间的信任感。例如你发传单，很多人有抵触情绪，认为小广告不可信，但qq聊天工具上大家熟识后，他们还会为你尽心宣传。

2.通过博客的方式宣传，博客已不可思议的速度笼络人心，从名人到草根，从学界泰斗到新锐人物。这也是最精打细算的市场推广方式，通过博客的点击量，扩大我部门的知名度和影响力。至今为止人气最高的博客是新浪博客，所以我相继在新浪建立的博客，把学院的简介放在最明确的为止，吸引观众的眼球。通过访问名人的博客，留言，评论，以及访问其他人的博客来增加点击量和人气。

针对阿拉伯语的特殊性，学习阿拉伯语有很多穆斯林人士，所以我在最大的阿语人论坛建立了博客。主要是宣传和营销学院为主。

3贴吧百度贴吧是最大的中文社区，但广告贴基本上是禁止的所以要是这对于市场推广来说是个妨碍，只能跟帖在日语论坛韩语论坛等小语种论坛中。坚持每天上午查看论坛中新的动向以及有没有回帖，耐心细致回答他们的问题。

再有就是在本院的论坛当中发帖，以居士和谁主沉浮的名字发帖，主要是以小语种知识的普及为主的帖子，让浏览帖子的人产生兴趣，对学习有所帮助。

4另外，在立足于日新月异的网络营销方式基础上，传统的市场推广的方式我们也是不离不弃，大力的推广

首先就是发传单，发传单地主要是有目的性和目标人群，比如在寒假和暑假即将临近之时我们就把传单派发到各所高校尤其是地缘接近的院校，比如青年政治学院北京理工等多选择贴在食堂宿舍出入人群频繁且集中地方。日语能力考试传单，我们就放在能力考试当天，在学员们考前和考试结束后的一段时间。

5最后是关于公关营销，通常我部门是采取的是讲座的方式，我们的讲座都是采取公开的多媒体的教学方式，从听众的兴趣以及当下的热点问题出发，令听众在一次讲座中让老师授予的更多，听众获取信息最大化。比如日语的宋刚老师日本的人际关系与间文化和李书成老师的钓鱼岛事件及中日关系都是听众们关心关注的话题。

轉眼又年底了，我們要回去過去，展望未來。以下是小編整理的20\_\_年市場推廣部年終總結及20\_\_年工作計劃範文，歡迎閱讀參考!

市场推广的年终工作总结 篇3

我于05年三月三日应聘在西北通信公司##分公司工作。在这一年的工作中我得到领导的亲切关怀和同事们的无私帮助，使我深深的热爱着这个团结、战斗和有生气的集体，更珍惜和热衷于我所从事的这份工作。

西北通信##分公司是一个崭新的公司，新生的事物是有着强大生命力的，是蓬勃向上的，是发展的，是有着美好前程的。然而生命是孕育在风雨的艰辛中，发展则要在市场的竞争中去奋斗，而美好的前程则要有敬业的精神，在公司领导的正确指引下发扬吃苦耐劳的团队精神去拼搏去开拓。才有余秋那丰盈的收获。

我珍惜这份工作，也热爱这份工作。上班后当我的知自己被安排到市场部工作后，便立即去新华书店买来了市场营销、经济应用文写作、计算机知识等书籍，我要面对新的环境，面对市场，努力充实自己。学无止境知识就是力量。我白天上班工作晚上回家看书学习，为了支持我的工作我姐还专为我买了一台电脑，我非常的感激家人对我的关心和支持。7月份公司派我去咸阳邮校学习，时间虽短，但我却非常感激领导对我的培养和重视，使我受益匪浅，我很珍惜这次学习机会，非常认真的听完了每一节课，并做了笔记。

市场部的工作多样化且非常灵活面对千家万户，我的仪表言谈都直接关系到公司的形象，公司要发展开拓市场是关键，要开拓市场就要掌握第一手资料，这就需要我去深入调查，如##区有多少家房地产开发商，市区重要街道有多少社区，大概有多少户居民等等。找到了用户了解用户的需求，切实的从用户出发制订营销方案，寻找市场切入点，做好公司业务的拓展。负责客户市场的开发及跟踪服务;市场信息的收集、反馈;协助网运建设部做好客户接入及ONU机房选址工作;履行项目经理的职责，协助网运建设部监督、检查客户接入工作的实施进度、工程质量以维护客户利益不受损害。

从三月至六月二十日我做增量用户，与锦园、华建、鑫新、东城、惠海、地王、久麟、大华、海德、开明、金泰、兴达、万嘉、福园、东建、昌海、金山、远航、宏福、清华、创业、恒基房地产公司进行接触洽谈，并与金山、远航、宏福、万嘉、海德签订了业务合作协议。

六月二十日开始我的工作目标转变为在网用户。我走访了兴汉商场、花城酒店、豪门酒店、长青酒店、烟草公司、市八中、体校、体育局、工商局、一职高、财政局、技术监督局、审计局、技校、新纪元酒店、塞百格电子商城、天台酒店、市政协、检察院、公交公司、科技局、江河机房管理站、中医院、中心医院等单位并与一职高、技校、塞百格电子商城签订了业务合作协议。做到了扰乱大客户市场抓住中小客户市场。针对电信对我们已签约用户的干扰及互联互通问题及时向公司领导反馈，采取各种措施避免了客户的流失。适时做好了大客户的回访、走访工作。

经过一年的的学习锻炼，我已基本掌握了公司的业务，并能熟练的与客户进行洽谈，克服了刚进公司时的胆怯。市场工作让我学到了很多东西，磨练了我的意志，坚定了我的信念。我从一个刚走出学校的学生到能做好本职工作的员工，领导给了我很多帮助，同事也给了我很多促进。我的工作方法还有待改进，在与对我们业务较精通的客户洽谈时感到我的业务知识还差的很远。我的业绩不够显著，没能给公司创造效益，感到内疚。总的来说我对工作是积极努力的，也有着与同事合作的团队精神，个人业务也算熟练，有一定吃苦精神，但我的业务学习还远远不够，以后还要多多加强。

20x年是公司在##市起步的一年，随着大家的共同努力公司顺利完成了全年的任务，让我看到自己的辛苦有了结果，也让我对以后的工作有了信心。我相信公司的明天一定是灿烂辉煌的。在明年的工作中我将加倍努力，为公司创造更多的效益，争取更多的用户。

20\_\_年市场推广部年终总结及20\_\_年工作计划优秀的人之所以优秀是有原因的，可能他们是自律超人，也可能常常努力到深夜，但是结果都是相似的，总是从人群中脱颖而出。常言道，性格决定命运，而一个人的生活习惯又会对性格产生影响，所以想要成为一个优秀的女性，每天要坚持4个好习惯，除了多学习，你还了解哪一个?

1.不会化妆没关系，但要坚持涂防晒

许多女生嫌弃化妆麻烦，喜欢素颜出门，没关系，但要记得坚持涂防晒霜。太阳光中含有紫外线，照射在皮肤上，会使脂肪氧化，生成自由基，加速皮肤衰老。所以女生想要延缓衰老，永葆青春，就得坚持涂防晒霜。

2.没有上进心可以，但不能不学习

年轻女生常常被前辈们贴上了“不求上进”的标签，心态“佛系”，有也行，没有也行，似乎看淡了红尘。其实这也没什么不好，好好享受生活也是人生的一大乐趣。

但是无论何时何地，对于自己的人生还是要上心，不能停止学习。现在生活变化快，如果没有一颗“活到老，学到老”的决心，那么很容易被社会淘汰。

3.生活可以平淡，但要细心记录

或许我们的生活不够精彩，只是舞台剧中的小配角，但是也别忘记，用笔头记下平淡生活中的精彩瞬间。特别是灵光乍现的奇妙想法，要抓住它，展开它，也许就是一个很棒的创意，所以不管是什么，记录并深耕它，说不定就成了一次商机，或者是一个滋养你的爱好，最不济，也是多年后再翻起来时，与那年自己的一次对话。

4.不要强行合群

不要委屈自己，强行融入群体，在这个世界上，没有什么比天天听着三观不合的人，在自己面前叨叨，还要烦躁的事情了。

想要变得优秀是很多女生的梦想，但是优秀的女人不会告诉你，每天只需要做好这4点，你也可以成为其中一员，走向人生巅峰。

了解文章：20\_\_年市场推广部年终总结及20\_\_年工作计划

转眼又年底了，我们要回去过去，展望未来。以下是小编整理的20\_\_年市场推广部年终总结及20\_\_年工作计划范文，欢迎阅读参考!

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！