# 市场部职员最新年终工作总结7篇

来源：网络 作者：逝水流年 更新时间：2024-03-22

*市场部职员最新年终工作总结(7篇)不知不觉，在春去秋来间，一年的时间又将要结束了，新年的钟声快要敲响，你做好这一年的工作总结了吗？市场部年终工作总结要怎么做呢？下面是小编为大家整理的关于市场部职员最新年终工作总结，希望对您有所帮助!市场部职...*

市场部职员最新年终工作总结(7篇)

不知不觉，在春去秋来间，一年的时间又将要结束了，新年的钟声快要敲响，你做好这一年的工作总结了吗？市场部年终工作总结要怎么做呢？下面是小编为大家整理的关于市场部职员最新年终工作总结，希望对您有所帮助!

**市场部职员最新年终工作总结（精选篇1）**

回想一年来，思考成熟很多，感慨万千，收获亦多。“忙的很充实并收获也很多，累但是很快乐。对我来讲这是难忘、印记最深的一年。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我的本职工作和领导交下来的各项工作。我将自我一年来的表现、细想和行动总结如下：

一、工作表现

每一天外出见客户时强化自身形象，提高自身素质，对自我坚持严格要求，不要因为自我一个人一片天地就懒惰，忘记工作，忘记自我的工作职责和工作任务。我们对工作要心中有度，有职责。对待客户必须要以诚相待，办事处的工作的规律就是“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，个性在业务锤炼过程中必须要有总结和反省，当日工作当日毕，业务讲效率，公司可能养闲人，但是不期望闲人是我。所以必须要努力，必须要学习，争取早日突破有成绩，经过这么长时光的学习和锻炼，我在工作上已经取得必须的进步。

二、工作态度

工作态度要严于律已，不断加强自我作风建设。到公司以来我对自身严格要求，始终把耐得平淡、舍得付出、默默无闻作为自我的准则。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，把广源当成是自我的家，荣辱与共。

在工作中要用自我的行动规范自我的一切言行。努力强化自我专业知识，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。

在这一年里，虽然遇到不少的困难，但是只要用心想办法去解决，思想乐观，还是能够学到很多知识。

三、工作行程

这一年来，我做了超多的工作，虽然暂时还没有取得成绩，但是我会一向努力，相信自我的成绩会好起来。由于公司对我们的重视，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\_\_到\_\_到\_\_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，到达预期效果，有三家既然与张经理撞车，有七家此刻是我的意向客户。我将继续努力跟踪和进行沟通，争取在下个月出成绩，对自我，对公司也是一种微妙的回报。此刻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，在自我能够把握局势的状况下进行扩张，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。

**市场部职员最新年终工作总结（精选篇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

1、工作回顾

1）地推工作：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，提升我公司的知名度，增加市民认知度。

3）推广合作：本年度与周边商铺进行合作，通过免费向商家提供我公司的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。

5）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。

6）企业内部培训：企业文化、咨询流程、电话销售技巧几方面制作成PPT对员工进行培训。

2、工作分析：

1）20\_\_年度工作分析：市场部较好的完成了大部分宣传工作、合作推广工作及协同工作，一年来持续在周边商铺、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，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、咨询部的沟通，使宣传活动有的放矢，更能帮助增长业绩，也是我们市场部需要改进的方面。

二、市场团队的建设回顾及分析

1、团队建设业绩回顾：

1）虽然部门工作人员较少，但每个人的作用是不可或缺的。

2）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。

2、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。

三、综述存在的主要问题

1、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，导致致客户群流失，在20\_\_年度，市场部将积极组织各类业务学习及培训。

2、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！

3、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。

四、对公司发展建议

1、加强中层员工的培训。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。

2、加强各部门人员职责细化。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。

3、加强团队建设工作。公司一步步壮大，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！

4、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。

五、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20\_\_年年度工作总结，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，为公司的发展做出的贡献。

**市场部职员最新年终工作总结（精选篇3）**

光阴如梭，时间飞逝，记得还正在写半年总结，想不到一晃，20\_\_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20\_\_年x月份正式加入公司(以前的名称是“赛博尔网络”)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soho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!

现将我\_\_年的工作总结如下：

1、渠道部门的建立

我是和小柴一起进的公司，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。

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、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。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的帮助。

**市场部职员最新年终工作总结（精选篇4）**

20\_\_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\_\_万元，总排名全省跃居第3位，宽带业务增加\_\_\_\_户，普通电话添增\_\_户，取得了良好的业绩，现将20\_\_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。

五、20\_\_年市场部从以下几方面进行改进和提高：

1、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。

2、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。

3、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。

4、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。

**市场部职员最新年终工作总结（精选篇5）**

现就本人所管理的片区杭州市场及大区后勤从20\_\_年年初至今工作进展情况，所存在问题，及下一步工作开展向公司做以汇报20\_\_最新市场部个人工作总结20\_\_最新市场部个人工作总结。

一、杭州市场部经营情况

20\_\_年初至今，在公司效益经营方针指导下，我部根据片区网点实际经营情况，对片区亏损网点进行调整，撤场等大力度处理，已经裁撤了八家网点，在撤场同时，又有效开发了五家网点。新开网点遵循了公司效益，谨慎、详细调整，准确判断和预估的指导要求，力争把经营风险在前期控制在最低，因此新开店基本都略有赢利。现杭州市场实际经营网点为46家，销售额从5月份以前的35万左右递增到现在的月产出55万左右，递增率为57%左右，市场的实际经营效益也在逐步改善和提高。

二、杭州市场部管理现状

片区管理分工明确，各片区业务能针对片区经营情况对工作主次分明，有条不紊地开展，在回款、客情维护、促销员管理、促销活动开展等基本能执行到位，业务开展有分工，有协作。我本人除了加强网络管理，把工作重点放在信息收集和新网点开发上。

三、大区后勤管理情况

1、仓库

经过一段时间的消化和调整，大区仓库包场淘汰品牌所沉淀的库存，公司主动淘汰品牌所形成库存。品牌质量不稳定所形成的库存。在公司协调下，兄弟市场上海，台州的帮助下，大区内部嘉兴。湖州共同努力下，已经消化了前期沉淀的大部分库存和即期品。仓库库存额由年初的将近200万控制在120万左右。

2、品牌梳理

经过调整和消化，开始逐渐形成适合本区域销售的品牌架构

3、司机、财务等其它后勤人员基本尽职尽责，各司其职，完成本职工作和公司交办的事项。

四、存在问题及分析

1、大客户大包袱，20\_\_年12月份包场的连锁超市禹倡供销经营至今，平均投入产出比60%多，费用占整个市场40%多，成了市场效益经营的大包袱。

原因有以下几个方面：a、金融危机有一点点b、禹倡有一家店周边菜场搬迁造成下滑c、迪彩、大宝、牙博士等在该系统畅销的单品不能持续有效跟进d、品牌调整导致部分顾客流失e促销员心态和积极性。整改措施，由于我们签的是两年的包场合同，已经进行了有效沟通，客户已答应第二年合作不受原合同约束，可以重新谈，今年的合作因为是门店承包制，利润和费用已分配下去，因此费用调整空间没有。

3、多品牌调整负担重，给货源管理和市场销售工作带来很大工作量和压力，由于品牌引进和淘汰频繁，造成品牌顾客忠诚度降低及促销工作积极性受到影响，因此建议公司，梳理形成稳定的品牌架构、制定品牌淘汰和引入的`机制。

**市场部职员最新年终工作总结（精选篇6）**

工业品市场部要对年终总结予以足够的重视——这不仅仅仅是因为工业品市场部需要将工作业绩提交给公司检视和评价，更重要的是：这是工业品市场部回顾和检讨自己工作得失、用心与公司决策层沟通市场发展方向和策略的一次重大机会。

通常，市场部的工作总结要包括如下5大要点：

一、概述：上年度工作状况回顾

1、目标完成状况：比较年初设定目标和岗位职责描述，来说明部门工作完成状况。

2、取得成绩：提出工作亮点，在过去一年的工作中所取得的突破性项目进展。

3、面临挑战：提出工作难点，并说明目前的进展和需要哪些协调和帮忙。

二、详述：主要项目成果简报

全面回顾过去一年的工作项目，将取得的成果分门别类进行汇报，能够用数字说话、

用实例说话，避免空洞的文字性描述。

1、企划：主要从①市场营销计划、方案和策略;②产品线规划、产品整体完善、新产品上市策划;③市场调研、销售和渠道数据分析;④企业和产品资质的完善与升级等四个方面来进行总结。

2、设计：主要从VI系统完善的角度，对公司宣传册、样本册、产品包装、出厂文件、说明书、展品和礼品设计与制作、企业网站与内刊维护与运营、市场物料管理等做出量化的总结。

3、公关：主要侧重一年里所策划、组织、参加的公关和会务活动的总结，阐明这些公关活动对提升公司在业界品牌影响力所发挥的作用。

4、媒介：对工业品市场部来讲，主要可分为平面媒体和网络媒体两个方面来总结：

(1)平面媒体：总结合作期刊杂志概况及发布平面广告、组织专题采访和发表专题文章的状况。

(2)网络营销：提交公司主要关键词在主要搜索引擎的排行数据;报告网络营销系统的建设和维护状况;统计发布新闻通讯、公司和产品简介等信息的状况。

5、客户：主要从

①客户关系管理系统的建设与维护;

②销售人员培训与支持;

③渠道系统建设与完善三个方面来进行总结。

6、其他。

三、评价：知得失，明方向

1、主要突破和可获得的经验：回顾上一个工作年度，无论从部门管理到具体业务的运作，都会有新的体验和收获，认真总结，慷慨分享。

2、主要不足和可改善的思路：工业品市场部的工作种类繁多、部门交叉合作频繁、费时费力，难免有不足。“知错能改，善莫大焉”——如能用心发现不足，寻求领导和同事帮忙，将能不断迈上新台阶。

四、展望：新年度工作思路和方向

1、部门目标：总结过去是认识自己现状的过程，我们对工业品市场部的认知就是远景蓝图，结合企业资源状况，做出发展规划，部门在下一年的目标就已经跃然纸上了。

2、业务提升与改善：紧盯远期发展规划，对下一年需要做出突破和取得重要进展的业务重点阐述，并提出解决思路和发展方案。

3、部门成长与员工培训：部门的成长离不开员工素质的不断提升，配合未来市场部工作开展需要，提出员工发展规划。

五、预算：主要市场活动与项目预算

市场部是“花钱”的部门几乎已是众所周知——花钱是表象，“为什么花钱?怎样花钱?”才是工业品市场部体现其专业性的关键。

**市场部职员最新年终工作总结（精选篇7）**

近一年来，在创收方面，市场部的成绩可以说是乏善可陈。但市场部总体工作应该说是在计划中稳步推进并逐步开始显现。在第三季度，公司与叙永“南门院子”的代理谈判已经基本结束，协议正在草签之中，在第四季度本项目有望进场。在宜宾分公司同事的协助下，公司与宜宾某商业地产项目的融资和代理服务协议也已经进入实质性谈判阶段。在龙马潭区胡市镇的一个开发项目也已达成初步合作意向，目前此项目正处于报建和规划初设阶段。此外，与陕西宁强的“羌州新城”和贵州六盘水的“壹号国际”等项目仍在持续跟进之中。

目前，公司市场部面临的压力是巨大的。主要体现在如下三个方面：

一、市场认知度不够。

三江房产在泸州二手房市场享有极高的市场占有率和美誉度。但在一手市场，我们还是一个新兵蛋子，由于没有可供证明的代理经历，因此，开发企业对我们的操盘能力持怀疑的态度。

二、市场竞争日趋白热化。

从20\_\_年前后，泸州的房地产代理行业开始逐步发展以来，泸州本土聚集了数十家大大小小的房地产代理公司和营销策划公司，甚至还有没有公司的“个体户”。代理佣金不断透明化、操作过程也日益公开化，这对于我们这种新起步的代理公司来说无疑是具有相当大的市场压力，压缩我们在一手市场的生存空间。

三、资源整合度不够。

这里我所说的资源整合包括两个方面的内容，一个是公司外部的外部资源整合。我们目前对有可能给公司代理业务带来帮助的一些外部资源：如银行、住建规划部门、各类投融资公司等的相关人员公关力度还不够，还没达成良好的合作框架。另一个方面就是我们内部资源的整合不够。也许大家身边也有从事开发和建筑的朋友，也了解到一些项目在寻找代理或者合作的信息，但由于整合不够，这些都没有形成真正的效益。

针对这种状况，在第四季度以及后来的工作中，公司市场部提出了如下的改正和发展方向：

一、充分利用和珍惜好现已基本谈好的合作项目，在项目代理成效和公司代理形象上下功夫，做好代理工作的方方面面，逐步在市场上形成三江独有的“代理模式”：资源整合良好、市场预估准确、代理绩效优异、团队执行得力。简单点说就是让开发商通过我们的工作多找钱，让更多的开发企业认可并接受我们的代理服务。把三江在一手市场上的形象搞得如二手市场一样“高大威猛”。

二、加大外部资源整合，尤其是加大我们在泸州及宜\_\_边县区和乡镇的工作力度，力争走出一条“从农村包围城市，最后武装夺取\_\_”的道路。

三、通过公司内训整合公司内部资源。这项工作目前正在筹备之中。如果我们每一个门店都能有那么一两个了解房地产开发流程和代理模式的员工，今后我们在了解到相关项目信息的时候，我们是不是都可以先进行一些前期的接洽和引导呢？这不仅是大家对公司市场部工作的支持，也是大家多搞票儿的一个合理途径。因此还希望今后大家在接到相关培训或者座谈通知的时候，踊跃报名参加。

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！