# 公开承诺书-市场营销部

来源：网络 作者：紫陌红尘 更新时间：2025-06-21

*第一篇：公开承诺书-市场营销部市场营销部公开承诺书为进一步改进部门人员工作作风，增强服务意识，深化干部作风建设长效机制，市场营销部作出如下承诺：1、进一步规范业务操作流程，形成高效、严谨、规范、符合公司运行规律的业务操作办法，做到准确及时...*

**第一篇：公开承诺书-市场营销部**

市场营销部公开承诺书

为进一步改进部门人员工作作风，增强服务意识，深化干部作风建设长效机制，市场营销部作出如下承诺：

1、进一步规范业务操作流程，形成高效、严谨、规范、符合公司运行规律的业务操作办法，做到准确及时地反映销售动态，并积极与各客户进行沟通和回访，以了解客户需求，不断提升服务意识与服务质量。

2、深入现场，服务基层。市场营销部每天安排办公室人员去现场与相关人员沟通，以便实时掌握并了解产品的库存情况。如指导炼焦车间装运、掺配、堆放焦炭，协助化产车间及时发运煤焦油、粗苯，协助电厂倒运炉渣，协助成品车间装运、堆放尿素等，为基层人员做好服务工作。

3、加强作风建设，反对铺张浪费，不以各种名义向客户“吃、拿、卡、要”及用公款相互宴请，进行高消费娱乐活动。

欢迎大家对我部所作承诺进行监督，如发现我部人员不能履行承诺，或有不廉洁的行为，可来人、来函、电话等方式进行举报。

主要负责人：\*\*\*

市场营销部

2025年7月12日

**第二篇：渝水区供电公司市场营销部公开服务承诺书.**

渝水区供电公司市场营销部公开服务承诺书

一、主要职能：为用电客户提供服务

二、服务内容：服务党和国家工作大局，服务电力客户，服务发电企业，服务经济社会发展。

三、服务对象：供电辖区的优势产业、高科技、低碳经济等大项目、大企业；中小企业和非公有制经济；企业“二次创业”和升级改造；全民创业及所有用电客户。

四、服务承诺：

1、深入开展“创业服务年”活动，努力为重大产业项目建设、中小企业和创业对象的用电提供优质高效服务，推动公司系统优质服务工作再上新水平。

2、农村地区供电可靠率不低于99.7%,“居民客户端电压合格率不低于97%。

3、供电营业场所公开电价、收费标准和服务程序。

4、供电方案答复期限：居民客户不超过3个工作日，低压电力客户不超过７个工作日,高压单电源客户不超过15个工作日，高压双电源客户不超过30个工作日。

５、城乡居民客户向供电企业申请用电，受电装置检验合格并办理相关手续后，3个工作日内送电，非居民客户向供电企业申请用电，受电工程验收合格并办理相关手续后5个工作日内送电。

６、提供24小时电力故障报修服务，供电抢修人员到达现场的时间一般不超过： 城区范围45 分钟，农村地区90分钟，特殊边远地区2小时，电力服务热线“95598”24小时受理业务咨询、信息查询、服务投诉和电力故障报修。７、全面推行业扩报装新举措”工业平台创业型企业报装用电报装速度比《供电监管办法》规定缩减50%。

８、开展向创业型企业受电工程免费设计活动，为创业型企业中用电容量在315KV及以下的单电源客户，免费提供设计方案。

９、逐步建成多功能智能缴费平台，积极推广自助缴费终端和即时缴费系统，提供便捷多样的缴费手段。

10、推出大客户停电协商服务，推行“一次作业法”，减少重复停电，推行停电作业工时定额管理，推广状态检修、带电作业；优化故障抢修流程，提高抢修服务效率，减少停电时间；供电设施计划检修停电，提前7 天向社会公告。

11、密切跟踪渝水区工业项目、农业项目、能源交通项目、城市建设项目、社会事业项目等83项重点工程，全力保障省、市重大项目用电需求。

12、关注经济形势与产业结构调整情况，准确把握电力供需形势，超前开展电网规划建设，加快建设统一协调发展的坚强智能电网，全力提升电力供应保障与服务水平，积极配合赣西确保应对180万千瓦最高负荷不拉闸。

五、主要负责人姓名、公办电话、手机、从业格言：

负责人姓名：李小勤 办公电话：6663951 手机：\*\*\* 从业格言：业绩要努力创造 收入要按需分配

六、联络员姓名、联系电话： 姓名：胡永梅 电话：\*\*\*

**第三篇：市场营销部**

中国太平洋保险（集团）股份有限公司（以下简称“中国太平洋保险”）是在1991年5月13日成立的中国太平洋保险公司的基础上组建而成的保险集团公司，总部设在上海。

1991年，中国太平洋保险公司成立

1994年，中国太平洋保险（香港）有限公司成立

2025年，中国太平洋保险公司实施体制改革，中国太平洋保险（集团）股份有限公司成立，并控股设立中国太平洋财产保险股份有限公司和中国太平洋人寿保险股份有限公司

2025年，太平洋资产管理有限责任公司成立

2025年，中国太平洋保险A股上市（中国太保，SH601601）

2025年，控股长江养老保险股份有限公司

2025年，中国太平洋保险H股上市（中国太保，HK02601）

2025年，中国太保投资管理（香港）有限公司成立

经营概况

2025年上半年，中国太平洋保险实现保险业务收入人民币868.75亿元，市场占比10.8%；实现净利润人民币58.16亿元；产险综合成本率为91.1%；寿险新业务价值增长率同比达到18.3%。截至2025年上半年末，中国太平洋保险总资产规模超过人民币5,372亿元，净资产达到人民币798亿元，投资资产规模达到4,905.13亿元，偿付能力充足，各项指标均位居中国保险市场前列。

截止2025年末，中国太平洋保险旗下拥有产险、寿险、资产管理和养老保险等专业子公司，建立了覆盖全国的营销网络和多元化服务平台，拥有5,700多个分支机构，7.4万余名员工和30多万名产寿险营销员，为全国5,600万个人客户和330万机构客户提供全方位风险保障解决方案、投资理财和资产管理服务。中国太平洋保险全国客户服务电话95500涵盖了保险咨询、查询、理赔报案、服务预约、急难救助以及投诉受理等各项服务。

中国太平洋保险坚持“推动和实现可持续的价值增长”的经营理念，努力实现产险业务和寿险业务协调发展、保险业务和资产管理协调发展。寿险业务着力于聚焦营销聚焦期缴，持续提升一年新业务价值；产险业务将保持综合成本率行业领先，市场份额稳中有升；资产管理业务将强化资产负债管理，努力实现投资收益持续超越负债成本。

公司治理

中国太平洋保险严格遵守法律法规以及监管部门颁布的各项要求，结合公司实际情况，不断完善公司治理结构。本公司通过不断优化集团化管理的架构，充分整合内部资源，形成了较为完善、相互制衡、相互协调的公司治理体系。股东大会、董事会、监事会及高级管理层按照《公司章程》赋予的职责，依法独立运作，履行各自的权利、义务。

中国太平洋保险现任董事会由15名董事组成，其中执行董事2名，独立非执行董事5名，股东董事8名，具有年轻化、专业化和国际化的特点。董事会下设战略与投资决策委员会、审计委员会、提名薪酬委员会和风险管理委员会，为董事会决策提供有力支持。现任监事会由5名监事组成，其中股东代表监事3名，职工代表监事2名。

中国太平洋保险拥有具备丰富的国内和国际保险及相关行业经验的高级管理团队，为公司能够更好地适应快速变化的市场环境和实现更优异的经营业绩奠定了基础。

企业文化

中国太平洋保险以“做一家负责任的保险公司”为使命，以“诚信天下，稳健一生，追求卓越”为企业核心价值观，以“推动和实现可持续的价值增长”为经营理念，不断为客户、股东、员工、社会和利益相关者创造价值，为社会和谐做出贡献。

社会责任

作为一家“负责任的保险公司”，中国太平洋保险在积极追求可持续价值增长的同时，自觉履行作为一个企业公民的社会责任。致力于各类公益活动，履行企业公民的职责。公司自成立以来，积极开展关爱孤残、捐资助学、扶贫赈灾等公益活动：已建立60余所希望小学，总投资超过3,000万元；在特大洪涝灾害、非典、南方雪灾、5?12抗震救灾、云南地区干旱、青海玉树地震、舟曲泥石流期间踊跃捐款捐物，总额超过1亿元。

企业愿景

面向未来，中国太平洋保险推动实施“以客户需求为导向”的战略转型，努力建设“专注保险主业，价值持续增长，具有国际竞争力的一流保险金融服务集团”。

企业荣誉

2025

荣登美国《财富》世界500强企业，排名467位（主要根据营业收入排名）；

英国《金融时报》全球500强，排名289位（主要根据市值排名）；美国《福布斯》全球前500强企业，排名289位（按销售额、利润、资产和市值综合评定）。

2025

荣获上海证券交易所颁发的“2025董事会奖”，成为当获得该奖项的10所上市公司之一。

荣获香港上市公司商会与香港浸会大学评选的“2025香港公司管治卓越奖”。

荣登“2025第一财经?中国企业社会责任榜”，荣获“杰出企业奖”。

连续第四次在《21世纪经济报道》、《21世纪商业评论》组织的最佳企业公民评选中，获评中国最佳企业公民奖。

乐行天下“品牌活动在《21世纪经济报道》与Interbrand联合举办的”第六届中国最佳品牌建设案例“评选中被评为”中国最佳品牌建设案例“。

福布斯（中文版）中国品牌价值排行榜第10名；连续第6次入选世界品牌实验室中国品牌价值500强。

太平洋寿险荣获由《亚洲保险评论》评选的”2025亚洲最佳寿险公司“奖，成为中国大陆第一家获此奖项的寿险公司。

在《21世纪经济报道》发布的”亚洲保险业竞争力排名研究报告“中，太平洋寿险列亚洲寿险业综合竞争力第5名，国内综合竞争力第3名。

在《21世纪经济报道》发布的”亚洲保险业竞争力排名“中，太平洋产险位列亚洲非寿险业综合竞争力第3名，国内综合竞争力第2名，并被评为”2025年最佳稳健经营非寿险公司“。

太平洋产险连续第9次在中国最高服务质量监督机构——中国质量万里行促进会对保险行业服务质量明察暗访中保持了第一的成绩；并被确认为＂金融行业领先企业＂。

2025-2025

连续两次获中国证券报评选的”上市公司金牛奖综合百强“。

2025

荣获上海证券交易所颁发的”2025信息披露奖“，成为当获得该奖项的10所上市公司之一。

2025

获得中国上市公司最佳治理奖、中国上市公司最佳董事会奖，并获得财经风云榜最佳投资者关系上市公司奖。

在由金融时报社举办的”首届中国金融业呼叫中心行业评选“活动中，中国太平洋保险”客户服务中心95500\"被评为金融业最佳客户服务中心。

2025-2025

中国太平洋保险两次获得人民日报社网络中心（人民网）颁发的人民社会责任奖。

市场营销部部的工作主要的目标是树立品牌，扩大品牌知名度、提升美誉度，给消费者提供产品购买的理由和刺激，相比较而言，有一些“唯心”的性质。市场部主要工作是关系到产前、产中、产后和销售前、中、后，产品、价格、渠道和促销，生产者、中间商和消费者等全局性的工作，是战略层面的事情，相当于军队里的参谋部。市场部统揽全局，是针对全局进行工作的，从产品构想、组合，行业及竞争品牌研究、市场地位、市场周期、市场布局等。可能会在保证全局利益的情况下牺牲部分的个体的利益。

1、市场营销部经理

任职要求：

1、大学本科文凭及以上，市场营销或其他相关专业毕业，具备企业管理、市场营销、市场策划和广告宣传等专业知识

2、具备优秀的资源整合能力和市场敏感度。熟知国家对保险行业的相关政策法规，具备一定的经济法规，财务管理，统计等知识

3、了解本行业的市场动向，全面掌握市场营销，市场策划，市场推广等专业知识

4、具有良好的组织协调能力和独立解决问题的能力

5、具有良好的沟通技巧和团队建设能力，具有较强的公关能力，应变能力，谈判能力。

2、营销策划主管

任职要求：

1、营销、中文、传播等相关知识。本科及以上学历

2、了解保险行业市场策划执行的所有流程，对项目营销有经验有见解

3、有独立组织策划执行企业对外的大型活动经验

4、文笔好，思维敏捷，策划组织能力强，有较强的沟通能力，能准确的表达和创达工作意图，具备高度的责任心和团队协作精神，能承受较大的工作压力。

3、营销策划专员

任职要求：

1、专科学历以上，有市场营销等相关知识背景

2、善于思考，思路敏捷，性格活泼，有良好的沟通能力，面对客户能深入了解客户的需求

3、具备良好的行业，市场环境分析能力和较强的整合营销策划及提案能力、4、市场信息主管

任职要求：

1、本科学历以上，具有市场营销，信息资源管理等相关知识

2、具备良好的市场敏感性，逻辑思维能力和语言组织能力，还要具备较强的文字表达和报告分析能力

3、能建立、分析各类信息数据库，熟练运用统计学知识

4、熟练运用office办公软件与系统数据分析工具

5、工作认真负责，具备开拓和团队合作精神。

5、市场信息专员

任职要求：

1、大专及以上学历，市场营销，工商管理，统计学等相关知识

2、有较强的市场洞察力，良好的信息分析整合能力

3、责任心强，认真仔细负责，对工作有热诚，有上进心，职业规划明确

4、数据整合能力强，可独立撰写市场信息分析报告，并对市场规划提供可行性意见或建议。

面试基本要求：

1、着装方面。要穿的整洁大方，与自己身份、年龄、阅历相称，要有助于展示青春的朝气。

2、阅历方面。再次准备好自己的简历备查，取得的主要成绩、证书，自己的工作经历等等。

3、语言方面。回答提问不卑不亢，语言简练、主题突出。如薪酬、工作时间等该问的要问。

4、礼节方面。注意问好、谢谢、请关心、再见等礼貌用语，有时一些细节也是对你的考验。

5、岗位方面。对这个单位的基本情况提前要了解清楚，对岗位、工作流程等大致心中有数。

面试忌讳：

面试时，个别求职者由于某些不拘小节的不良习惯，破坏了自己的形象，使面试的效果大打折扣，导致求职失败。

（1）忌握手无力，靠近试者过近。中国人见面问候的方式是握手，面试时与主试者应恰如其分地轻轻一握，不要有气无力地被动握手，给对方一种精力不足，身体虚弱之感。落座后应与对方保持合适的距离，不能过分靠近对方，逼视对方。更不能以姓名称呼主试者，而应时时表现出你对他们的尊敬。

（2）忌坐立不安，举止失当。面试时决不能做小动作，如摇头晃脑、频频改变坐姿，更不能嚼口香糖、抽烟。主试者可能示意你抽烟，但最好谢绝他的好意。

主试者的“宽宏大量”是暴露应聘者弱点的最佳武器之一，在整个面试过程中，注意不要让自己的小毛病浮出水面。

（3）忌言语离题。有的求职者讲话不分场合，不看对象，让主试者听得莫名其妙。例如说些俗不可耐的笑话，谈及家庭和经济方面的问题，讲些涉及个人生活的小道消息，或任意对面试室的家具和装修评头论足。主试者可没有时间猜测你想真正表达的是什么。

（4）忌说得太急。言谈中迫不及待想得到这个工作，急着回答自己没听清或没有理解透彻的的问题，而不是有礼貌地请对方再说一遍或再说明；不加解释就自称掌握某种技术，何处培训、何时参加、何人教授一律避而不答，令人生疑。所谓“欲速则不达“。

（5）忌提问幼稚。在想考官提问时要考虑自己提的问题是否有价值或者主考官已经回答过或解释过。千万别提一些很幼稚的问题，如：“办公室有空调吗？”“你知道某某主任在哪里吗？”

（6）忌言语粗俗。粗俗的语言，毫不修饰语言习惯并不代表你男子汉的气概或不拘小节，反倒另人难堪、生厌。

（7）忌反应迟钝。聆听主考官讲话并非单纯用耳朵，还包括所有的器官；不仅用头脑，还得用心灵。如果对方说话时你双眼无神、反应迟钝，这组已让考官对你失去信心，不论你将来如何推销自己，一切都基本上是徒劳，败局已定。

（8）忌做鬼脸。顽童做鬼脸，人们往往觉得其天真可爱，而且在平时人们的表达中也经常用到。但是，在面试中，夸张的鬼脸会使主试者认为你过于造作、善于伪装、会演戏，另外，表达恶意的鬼脸更容易另对方觉得你是没有礼貌、无教养的。

（9）忌像个嫌疑犯一般。应但意识到面试是一种机会平等的面谈，不是\*\*机关审讯嫌疑犯。不要过多理会主试者的态度。一开始就与你谈笑风生的主试者几乎是没有的，多数人的表情是正儿八经的。但应聘者还是应该把自己解放出来，不要担当被审察的角色。这样才利于自己正常的发挥。

注意事项：

（1）要谦虚谨慎。面试和面谈的区别之一就是面试时对方往往是多数人，其中不乏专家、学者，求职者在回答一些比较有深度的问题时，切不可不懂装懂，不明白的地方就要虚心请教或坦白说不懂，这样才会给用人单位留下诚实的好印象。

（2）要机智应变。当求职者一人面对众多考官时，心理压力很大，面试的成败大多取决于求职者是否能机智果断，随机应变，能当场把自己的各种聪明才智发挥出来。首先，要注意分析面试类型，如果是主导式，你就应该把目标集中投向主考官，认真礼貌地回答问题；如果是答辩式，你则应把目光投向提问者，切不可只关注甲方而冷待乙方；如果是集体式面试，分配给每个求职者的时间很短，事先准备的材料可能用不 上，这时最好的方法是根据考官的提问在脑海里重新组合材料，言简意赅地作答，切忌长篇大论。其次要避免尴尬场面，在回答问题时常遇到这些情况：未听清问题便回答，听清了问题自己一时不能作答，回答时出现错误或不知怎么回答的问题时，可能使你处于尴尬的境地。避免尴尬的技巧是：对未听清的问题可以请求对方重复一遍或解释一下；一时回答不出可以请求

考官提下一个问题，等考虑成熟后再回答前一个问题；遇到偶然出现的错误也不必耿耿于怀而打乱后面问题的思路。

（3）要扬长避短。每个人都有自己的特长和不足，无论是在性格上还是在专业上都是这样。因此在面试时一定要注意扬我所长，避我所短。必要时可以婉转地说明自己的长处和不足，用其他方法加以弥补。例如有些考官会问你这样的问题：“你曾经犯过什么错误吗？”你这时候就可以选择这样回答：“以前我一直有一个粗心的毛病，有一次实习的时候，由于我的粗心把公司的一份材料弄丢了，害的老总狠狠地把我批评了一顿。后来我经常和公司里一个非常细心的女孩子合作，也从她那里学来了很多处理事情的好办法，一直到现在，我都没有因为粗心再犯什么错。”这样的回答，即可以说明你曾经犯过这样的错误，回答了招聘官提出的问题，也表明了那样的错误只是以前出现，现在已经改正了。

（4）显示潜能。面试的时间通常很短，求职者不可能把自己的全部才华都展示出来，因此要抓住一切时机，巧妙地显示潜能。例如，应聘会计职位时可以将正在参加计算机专业的业余学习情况”漫不经心’地讲出来，可使对方认为你不仅能熟练地掌握会计业务，而且具有发展会计业务的潜力；报考秘书工作时可以借主考官的提问，把自己的名字、地址、电话等简单资料写在准备好的纸上，顺手递上去，以显示自己写一手漂亮字体的能力等。显示潜能时要实事求是、简短、自然、巧妙，否则也会弄巧成拙。

**第四篇：市场营销部员工保证安全质量承诺书**

\*\*\*公司员工保证安全质量承诺

书

本人作为客户服务中心员工，自愿接受市场营销部及公司管理，并郑重承诺，在工作中严格履行以下职责和义务：

1.严格遵守公司安全生产制度，努力提高自我安全意识，不断提升业务技能，确实做到三不伤害。

2.严格遵守公司质量管控规范，确保产品质量并提醒他人共同遵守。

3.严格遵照产品安装工艺流程、严肃执行自检、互检及检验流程，严肃转序流程，确保本环节工作到位。

4.严格遵照质量检验规定，严肃执行质检流程，确保设备安装一次质量合格率达到100%。

5.自觉服从市场营销部及公司管理，努力承担工作任务，工作中做到不推诿，出现问题不回避，及时分析原因，制定措施并落实。

6.自觉遵照技术规范，正确使用仪器仪表，严格执行安全防护措施，确保人身、设备安全。

7.自觉服从指挥，积极参与生产，确保\*\*\*生产任务按期完成。

8.自觉开展好工作传、帮、带，自愿接受工作监督、检查和奖惩。

承诺人\*\*\*公司

客服中心市场营销部 负责人签字：负责人签字：

全体人员签字：公司领导签字：

**第五篇：市场营销部工作总结**

市场营销部工作总结

总结是对取得的成绩、存在的问题及得到的经验和教训等方面情况进行评价与描述的一种书面材料，它在我们的学习、工作中起到呈上启下的作用，因此我们要做好归纳，写好总结。你想知道总结怎么写吗？下面是小编精心整理的市场营销部工作总结，希望能够帮助到大家。

市场营销部工作总结 篇1

20xx年上半年，在酒店总办的正确领导下，市场营销部全体员工本着 “与时俱进，勇于创新，顽强拼搏，奋发向上。”的精神，“以完成经济任务指标为中心，追求经济效益最大化为第一，以提高服务质量、开拓创新销售渠道和经营模式为主题。”的宗旨，锐意改革，勇于创新，在人员不齐的情况下，齐心协力，为完成酒店下达的经济任务作出了不懈的努力，在经营管理、销售收入和市场开拓等方面均取得了一定的成绩，迈上了新的台阶。现将主要实际销售收入、主要完成工作、经验体会及下半年工作打算汇报如下：

一、 实际经营收入：

今年截止6月份，共接待各类型会议 批次，其中系统内会议 批次，较去年 批次 ;系统外会议 批次，较去年 批次 ，会议房费实际总收入 元，较去年 ，零客房费实际结帐总收入 元，较去年 元增长 ，旅游团队房费实际结帐总收入 元，较去年 元减少 ，餐饮实际总收入 元，较去年 ;会议室实际结帐总收入 元，较去年 ，实际结帐总收入 元，较去年 。

二、 主要完成工作：

1、会议接待市场：

首先销售部认真贯彻酒店领导关于重点维系好烟草系统内市场销售的指导思想，同时注重加大系统外会议的促销和开发，在每月初及时了解本月的会议信息，注重加强与烟草系统各处室的联系，定期拜访，对会议的各项要求进行一一落实，与相关部门进行及时沟通、协调，认真接待好每一次大中小型会议，精心细致地做好每次会议的接待工作，得到了领导的一致好评。在系统外会议市场的开发上，加大信息捕捉，量身度势，加大会议接待的宣传力度，尽管酒店有着自身硬件条件的约束，尚不具备接待大型的会议，但还是有针对性的着手加强了对中小型的会议市场的接待，半年来，我们逐步的开拓了一批新的商务会议客源，如：有色金属协会、武汉会议培训中心、顶立公司等会议，同时注意加强了与会展公司、会议代办机构和旅行社会议接待中心等的合作，充分利用他们的会议接待平台和业务销售，进行宣传自己，同时争取了一定的会议客源。

2、零客市场方面：

近些年，长沙酒店业市场的迅猛发展，令业内人士叹为观止，可以说已经到了一个群雄追鹿的局面，“粥多僧少”的现象更为严峻，在过去的半年来我们将改变酒店零客市场的份额放到了销售工作的重中之重，针对协议客户也加大了回访和接待服务质量。特别是对现有协议客户的维护和管理方面，通过对客户档案资料的整理后，每周销售人员定期对客户进行拜访，一方面加强联系，另一方面及时了解客人反馈信息，和客户的消费动态。

3、旅游团队市场：

团队市场一直是酒店的一个销售空白，为开发这一市场，在通过严谨细致的市场调查后，结合酒店的实际情况，制定了相应的接待价格政策和接待方案，并通过登门拜访、E-MAIL、信息平台、传真等方式进行了宣传工作，在4月份后，我馆旅游团队接待已经颇为成熟，且宾馆的知名度也已经提升，一定程度上弥补了会议淡季酒店的客房闲置，提高了客房入住率，同时带来了一定的经济效益。

4、为了拓宽销售宣传渠道

利用网站和信息平台，定期加强了与客户的沟通工作，一方面进行酒店的宣传，一方面及时进行信息祝福和问候，在宣传的同时拉近了客户之间的关系。

5、加强了与网络订房中心的合作

网络订房现在已经成为各类型宾客公务出差、旅游、商务活动的选择方式之一。为于网络订房中心实现资源共享、市场共拓，酒店拟以返点的方式，选择了10家左右的订房中心，进行合作，如阳光旅行网、扬帆订房中心、易家网、携程等等知名订房中心。

6、加强内部管理和培训工作。

面对上半年较为频繁的销售人员流动，我们有针对性地对新任人员加强了培训工作，使他们能最快的速度进入角色，同时也加强了内部员工的学习与交流，使团队的战斗力得到了一定的提升。

三、 工作中出现的问题及不足

1、销售队伍不稳定，由于种种原因销售人员紧缺，特别是有销售经验的人员，而且对销售人员的培训力度也亟待加强。

2、信息的捕捉和处理能力有所欠缺，具体表现在：

A、缺乏把握市场信息的能力，在信息高度发达的现代社会，信息一纵而过，有一些有效的信息在我们身边流过，但是我们没有抓住。

B、缺乏信息的交流，使很多有效的信息白白流失和工作的被动。在今后的工作中，应采取有效的措施，发挥信息的作用，加大信息的交流，加强信息的处理能力，加强内部的沟通交流。

3、宣传力度部够大，有待提高。

4、市场营销策划活动较少，特别是针对性的节假日、重大活动等期间的策划。

四、 下半年的工作计划和打算

古人云：“兵马未动，粮草先行。”今人云：“思路决定出路”。市场营销部将及时调整营销计划策略，勇于开拓创新，加强学习，团结奋进、敢挑担子，发挥营销的开源创收龙头作用，，加大商务、协议和零客市场的促销与开发，继续收集信息争取一定的会议客源，适量的开发一定的旅游团队市场，走可持续发展的路线现制定如下工作计划：

1、 继续做好系统内部会议的接待工作同时，加强会议促销，打造金叶的会议接待品牌。积极寻求组织省内外会务客源，重点放在一些企业经济类的商务会议、学术研讨、培训班会议和事业单位的会议。

2、 加强婚宴、喜宴、生日宴会等促销，增加高档旅行社指定用餐，增加团队自点餐和风味餐消费。

3、 加强商务促销和协议签订散客市场客源的开发，提高酒店的知名度，增加系统外散客的市场份额。这是我们酒店客房追求的另一个最主要的客源市场，要在有限的房数实现客房利润的最大化。在开拓散客市场，重点是周边市场，其次是省内其它县市，从战备方向上来讲最后的重点目标将移向省外，象广东、上海和北京等等来长沙出差人士群。

为此：

(1)、参加行业的连锁服务网,加强与各企事业单位的联系，稳定现有客户，大力开发新客户，本地市场客户要逐一登门拜访。

(2)、针对散客，客房、餐饮捆绑销售，客户在酒店住房，可同时在餐饮方面享受不同程度的优惠。

(3)、根据不同客人的需要，设计多种套餐(包价)，含客房、餐饮。

(4)、大力发展长住客户，特别是长包房的促销。

(5)、加强网络促销力度，拟以返点和积分奖励的形式来扩大网络订房中心的订房。

(6)、建立健全VIP客户接待程序，制订VIP客户申请表并制作酒店VIP卡。

4、合理并适量的开发旅游团队市场，作为酒店市场的一个补充市场，尽量做好调剂，在会议淡季加大团队销售，并定位于一些档次较高的团队市场开发。

5、加大内部和外部宣传和促销工作。通过人员促销、交易会促销、信函促销，通过旅行社宣传，电子邮件，其它媒体等等方式，来吸引更多客人的关注，并最终带来经济效益。

6、密切合作，主动协调 与酒店其他部门接好业务结合工作，密切合作，根据宾客的需求，主动与酒店其他部门密切联系，互相配合，充分发挥酒店整体营销活力，创造最佳效益。

7、进一步强化销售员工培训、提高员工素质、业务水平。同时为营造一个和谐、积极的工作团体，多组织一些有意义的部门活动，来提高团队的凝聚力。

市场纵有千变万化，销售独有一墨之规。百舸争游，非进必退。在充满挑战的下半年，营销部全体员工在酒店领导的正确领导下立志以前瞻的视野，超前的营销，勇于创新，迎难而上，勤勉工作，全身心投入酒店的经营发展中去，为酒店奉献自我，争取完成酒店下达的经济任务指标，创造营销部的新形象、新境界!

市场营销部工作总结 篇2

自己从XX年起开始从事销售工作，三年来在厂经营工作领导的带领和帮助下，加之全科职工的鼎力协助，自己立足本职工作，恪尽职守，兢兢业业，任劳任怨，截止XX年12月24日，XX年完成销售额134325元，完成全年销售任务的39％，货款回笼率为49％，销售单价比去年下降了15％，销售额和货款回笼率比去年同期下降了52％和36％。现将三年来从事销售工作的心得和感受总结如下：

一、 切实落实岗位职责，认真履行本职工作。

作为一名销售业务员，自己的岗位职责是：1、千方百计完成区域销售任务并及时催回货款；2、努力完成销售管理办法中的各项要求；3、负责严格执行产品的出库手续；4、积极广泛收集市场信息并及时整理上报领导；5、严格遵守厂规厂纪及各项规章制度；6、对工作具有较高的敬业精神和高度的主人翁责任感；7、完成领导交办的其它工作。

岗位职责是职工的工作要求，也是衡量职工工作好坏的标准，自己在从事业务工作以来，始终以岗位职责为行动标准，从工作中的一点一滴做起，严格按照职责中的条款要求自己的行为，几年来，在业务工作中，首先自己能从产品知识入手，在了解技术知识的同时认真分析市场信息并适时制定营销方案，其次自己经常同其他区域业务员勤沟通、勤交流，分析市场情况、存在问题及应对方案，以求共同提高。在日常的事务工作中，自己在接到领导安排的任务后，积极着手，在确保工作质量的前提下按时完成任务。

总之，通过几年的实践证明作为业务员业务技能和业绩至关重要，是检验业务员工作得失的标准。今年由于陕北系统内电网检查验收迫使工程停止及农电系统资金不到位，加之自己业务知识欠缺、业务技能不高、市场的瞬息万变而导致业绩欠佳。

二、 明确任务，主动积极，力求保质保量按时完成。

工作中自己时刻明白只存在上下级关系，无论是份内、份外工作都一视同仁，对领导安排的工作丝毫不能马虎、怠慢，在接受任务时，一方面积极了解领导意图及需要达到的标准、要求，力争在要求的期限内提前完成，另一方面要积极考虑并补充完善。例如：1、今年九月份，蒲城分厂由于承租人中止租赁协议并停产，厂内堆积硅石估计约80吨、重晶石20吨，而承租人已离开，出于安全方面的考虑，领导指示尽快运回分厂所存材料，接到任务后当天下午联系车辆并谈定运价，第二天便跟随车到蒲城分厂，按原计划三辆车分二次运输，在装车的过程中，由于估计重量不准，三辆车装车结束后，约剩10吨左右，自己及时汇报领导并征得同意后从当地雇用两辆三轮车以同等的运价将剩余材料于当日运回，这样既节约了时间，又降低了费用。2、今年八月下旬，到陕北出差，恰逢神东电力多种产业有限公司材料招标，此次招标涉及以后材料的采购，事关重大，自己了解详细情况后及时汇报领导并尽快寄来有关资料，自己深知，此次招投标对我厂及自己至关重要，而自己因未参加过正式的招投标会而感到无从下手，于是自己深思熟虑后便从材料采购单位的涉及招标的相关部门入手，搜集相关投标企业的详细情况及产品供货价格以为招标铺路，通过自己的不懈努力，在招标的过程中顺利通过资质审定、商务答辩和技术答辩，终于功夫不负有心人，最后我厂生产的YH5WS－17／50型氧化锌避雷器在此次招投标中中标，这样为产品以后的销售奠定了坚定的基础。

三、 正确对待客户投诉并及时、妥善解决。

销售是一种长期循序渐进的工作，而产品缺陷普遍存在，所以业务员应正确对待客户投诉，视客户投诉如产品销售同等重要甚至有过之而无不及，同时须慎重处理。自己在产品销售的过程中，严格按照厂制定销售服务承诺执行，在接到客户投诉时，首先应认真做好客户投诉记录并口头做出承诺，其次应及时汇报领导及相关部门，在接到领导的指示后会同相关部门人员制订应对方案，同时应及时与客户沟通使客户对处理方案感到满意。

四、 认真学习我厂产品及相关产品知识，依据客户需求

确定可代理的产品品种。

熟悉产品知识是搞好销售工作的前提。自己在销售的过程中同样注重产品知识的学习，对厂生产的产品的用途、性能、参数基本能做到有问能答、必答，对相关部分产品基本能掌握用途、安装。

依据厂总体安排代理产品，通过自己对陕北区域的了解，代理的品种分为二类：一是技术含量高、附加值大的产品，如35KV避雷器、35熔断器及限流式熔断器等，此类产品售后服务存在问题；二是10KV线路用铁附件、金具、包弓、横担等，此类产品用量大，但附加值低、生产厂家多导致销售难度较大。

五、 电气产品市场分析

陕北区域大、但电网建设相对落后，随着电网改造的深

入，生产厂家都将销售目标对向西部落后地区，同时导致市场不断被细化，竞争日益激烈。陕北区域电力单位多属农电系统，经过几年的农网改造建设，由于资金不到位仅完成改任务造的40％，故区域市场潜力巨大。现就陕北区域的市场分析如下：

（一）、市场需求分析

陕北区域虽然市场潜力巨大，但延安区域多数县局隶属省农电系统，材料采购由省招标局统一组织招标并配送，榆林供电局归省农电局管理，但材料采购归省招标局统一招标，其采购模式为由该局推荐生产厂家上报省招标局，由招标局确定入围厂家，更深一步讲，其采购决定权在省招标局，而我厂未在省招标局投标并中标，而榆林地区各县局隶属榆林供电局管理，故要在榆林供电局及各县局形成规模销售确有困难且须在省招标局狠下功夫。根据现在搜集的信息来看，榆林供电局是否继续电网改造取决于省农电局拨款，原因在于这几年的改造所需资金由省农电局担保以资产抵压贷款，依该局现状现已无力归还贷款利息，据该局内部有关人员分析，榆林地区的电网改造有可能停止。

（二）、竞争对手及价格分析

这几年通过自己对区域的了解，陕北区域的电气生产厂家有二类：一类是西瓷厂（分厂）、神电、交大、铜川荣鑫等，此类企业进入陕北市场较早且有较强实力，同时又是省招标局入围企业，其销售价格同我厂基本相同，所以已形成规模销售；另一类是河北保定市避雷器厂等，此类企业进入陕北市场晚但销售价格较低，YH5WS－17／50型避雷器销售价格仅为80元／支、PRW7－10／100销售价格为60元／支，此类企业基本占领了代销领域。

六、 XX年区域工作设想

总结一年来的工作，自己的工作仍存在很多问题和不足，在工作方法和技巧上有待于向其他业务员和同行学习，XX年自己计划在去年工作得失的基础上取长补短，重点做好以下几个方面的工作：

（一）、依据XX年区域销售情况和市场变化，自己计划将工作重点放在延安区域，一是主要做好各县局自购工作，挑选几个用量较大且经济条件好的县局如：延川电力局、延长电力局做为重点，同时延安供电局已改造结束三年之久，应做其所属的二县一区自购工作；二是做好延长油矿的电气材料采购，三是在延安区域采用代理的形式，让利给代理商以展开县局的销售工作。

（二）、针对榆林地区县局无权力采购的状况，计划对榆林供电局继续工作不能松懈，在及时得到确切消息后做到有的放矢，同进应及时向领导汇报该局情况以便做省招标局工作。同时计划在大柳塔寻找有实力、关系的代理商，主要做神华集团神东煤炭有限公司的工作，以扩大销售渠道。

（三）、对甘肃已形成销售的永登电力局、张掖电力局因XX年农网改造暂停基本无用量，XX年计划积极搜集市场信息并及时联系，力争参加招标形成规模销售。

（四）、为积极配合代理销售，自己计划在确定产品品种后努力学习代理产品知识及性能、用途，以利代理产品迅速走入市场并形成销售。

（五）、自己在搞好业务的同时计划认真学习业务知识、技能及销售实战来完善自己的理论知识，力求不断提高自己的综合素质，为企业的再发展奠定人力资源基础。

（六）、为确保完成全年销售任务，自己平时就积极搜集信息并及时汇总，力争在新区域开发市场，以扩大产品市场占有额。

七、 对销售管理办法的几点建议

（一）、XX年销售管理办法应条款明确、言简意赅，明确业务员的区域、任务、费用、考核、奖励，对模凌两可的条款予以删除，年底对业务员考核后按办法如数兑现。

（二）、XX年应在厂、业务员共同协商并感到满意的前提下认真修订规范统一的销售管理办法，使其适应范围广且因地制宜，每年根据市场变化只需调整出厂价格。

（三）、XX年应在情况允许的前提下对业务员松散管理，解除固定八小时工作制，采用定期汇报总结的形式，业务员可每周到厂1－2天办理其他事务，如出差应向领导汇报目的地及返回时间，在接领导通知后按时到厂，以便让业务员有充足的时间进行销售策划。

（四）、由于区域市场萎缩、同行竞争激烈且价格下滑，XX年领导应认真考察并综合市场行情及业务员的信息反馈，制定出合乎厂情、市场行情的出厂价格，以激发业务员的销售热情。

市场营销部工作总结 篇3

说起销售，每个做销售的人都有自己的心得体会，下面我谈谈自己这几年做销售的一些感悟。

一、耐心

在得知a公司有扩建项目后，我去拜访a公司关键人时他告诉我以前一直使用s公司的产品，合作的也很愉快，并且很明确的告诉我不会再考虑其他公司的产品了。

该客户的扩建工程共分三期，目前是一期工程。我按照计划每三周左右打电话给该关键人，最开始电话里我并不和他聊产品，而是问候他。比如：工作忙不忙啊、顺不顺利啊、保重身体之类的。从最开始的两三分钟到后来甚至半个多小时的朋友似的聊天。半年后的某一天突然接到他给我打电话来说他们公司用的s公司产品出了问题，由于s公司的人员变动不能及时给他们解决问题，问我公司能不能帮他们解决一下，我立即答应了他，马上安排技术人员前去。问题解决后他非常感激我。在该公司的二期扩建项目中选用了我公司的产品。从第一次拜访到最终和该公司合作共花了十六个多月，第三期工程现在还未启动。

后来他告诉我说：现在和他打交道的厂家很多，打电话全是听他说他公司是多么多么的不错，产品是如何如何的好，每次接到这些电话都很烦。而你打电话来则让我感觉轻松些，有时你的一声问候让我很受感动。现在工作都很忙并且压力很大，工作中难免会遇到一些麻烦，偶尔能收到一声问候让人感到很舒心。以前一直和s公司合作挺愉快，所以开始并不想冒险和其他公司合作，即使价格便宜些。后来慢慢接触你后觉得你这个人挺可靠，愿意交你这个朋友，通过对上次那个小问题的接触，我觉得你公司的服务也还是挺不错的，所以最后决定把这次机会给你。

做销售的人都知道，有些销售像马拉松，将产品销售到有些公司需要一年、两年甚至更久，我们需要的是慢慢的和客户接触，耐心地获得客户信任。

二、细心

在与b公司技术负责人切磋完毕后，该负责人叫我再去物质部的z，在商务方面是由z在负责(技术都差不多的情况下选择谁是z说了算)。了解了一些关于z的事情后然后去找z，他所在的是个大办公室，有很多人，当我找到z给他介绍完后，他对我“打官呛”：“好的，知道了，留份资料需要时给你打电话吧!”说完就做他自己的了，找他留个电话，他说他到时给我打电话。当时我想他没有明确的赶我出去，我先呆一会儿看看有没有其他的机会。过了一会儿我发现他在word表格中累计时用计算器，这时我主动过去对他说：可以直接用word里的工具进行直接求和和平均，快速并且准确。他说“怎么用你教教我”。我就一步一步地教他，他用后非常高兴的说：“原来用这个东西这么方便，以前不知道有这么方便害得我一直用计算器，麻烦死了。”我还教了他一些其他技巧，他非常高兴，慢慢地他对我有了好感，主动和我聊起来。最后走时他留给我了他的电话和手机……(与其合作是自然是的事了)

在销售中遇到被人拒绝是常事，但被人拒绝后再找什么机会接近对方，有时是需要细心的观察才可以发现的。

三、信心

做销售不是一帆风顺的，就像在大海航行的水手遇到风浪一样总是难免的。当初，我被安排到一个新的市场去的时候曾连续七个月没有签单。

刚开始我对自己充满信心，但连续四个月都没有“开张”时我便坚持不住了，很想放弃。这块市场的需求量很大，就这样放弃的话我又觉得不甘心。如果放弃只能用一个词来形容我：无能!何况公司并没有责怪我，领导还经常关心我、问候我，没给我任何压力。不行，我必须做出成绩来，不能让公司失望，也不能让自己失望…… 做销售的人都必需要有信心，但如果只有信心，我想再多的信心也会被失败耗光的……

四、关键人先找上面

得知d公司近期有需求。了解到j是技术专工，w是他的主任，采购主要用他们两人负责，但本次我公司所涉及的设备通常情况下是由j说了算。我去d公司找到了j并和其建立关系，并间接性的问他是否需要找一下w，j说你去和他打个招呼就可以了，这个项目主要是他在负责，并告诉我说价格只要适中就行。我按照他所说的做了。将这次参与竞争的单位一贯的报价进行了仔细分析然后报了一个中间价，满怀信心的等待结果。而结果却让我大失所望。最后被s公司以最低价拿下来了。后来了解到，w在看到技术都差不多的情况下选择了最低价。而这个重要的“反常”(通常情况下是选择中间价)的决定是j所不能左右的。

这次失败的教训告诉我：关键人得先从上面找起。

两年的房地产销售经历让我体会到不一样的人生，特别是在万科的案场，严格、严谨的管理下的洗礼也造就了我稳重踏实的工作作风。回首过去一步步的脚印，我总结的销售心得有以下几点：

1、“坚持到底就是胜利”

坚持不懈，不轻易放弃就能一步步走向成功，虽然不知道几时能成功，但能肯定的是我们正离目标越来越近。有了顽强的精神，于是事半功倍。持续的工作，难免会令人疲倦，放松一下是人之常情，在最困难的时候，再坚持一下也就过去了;同样在销售中客人提出各种各样的异议，放弃对客户解释的机会，客户就流失了;而再坚持一下、说服一下也就成交了。往往希望就在于多打一个电话，多一次沟通。同时坚持不懈的学习房地产专业相关知识，让自己过硬的专业素养从心地打动客户。

2、学会聆听，把握时机。

我认为一个好的销售人员应该是个好听众，通过聆听来了解客户的各方面信息，不能以貌取人，不应当轻易以自己的经验来判断客户“一看客户感觉这客户不会买房”“这客户太刁，没诚意”，导致一些客户流失，应该通过客户的言行举止来判断他们潜在的想法，从而掌握客户真实信息，把握买房者的心理，在适当时机，一针见血的，点中要害，直至成交。

3、对工作保持长久的热情和积极性。

辛勤的工作造就优秀的员工，我深信着这一点。因此自从我进入易居公司的那一刻起，我就一直保持着认真的工作态度和积极向上的进取心，无论做任何细小的事情都努力做到最好，推销自己的产品首先必须要先充分的熟悉自己的产品，喜爱自己的产品，保持热情，热诚的对待客户;脚踏实地的跟进客户，使不可能变成可能、使可能变成现实，点点滴滴的积累造就了我优秀的业绩。同时维护好所积累的老客户的关系，他们都对我认真的工作和热情的态度都抱以充分的肯定，又为我带来了更多的潜在客户，致使我的工作成绩能更上一层楼。这是我在销售工作中获得的最大的收获和财富，也是我最值得骄傲的。

4、保持良好的心态。

每个人都有过状态不好的时候，积极、乐观的销售员会将此归结为个人能力、经验的不完善，把此时作为必经的磨练的过程，他们乐意不断向好的方向改进和发展，而消极、悲观的销售员则怪罪于机遇和时运，总是抱怨、等待与放弃!

龟兔赛跑的寓言，不断地出现在现实生活当中，兔子倾向于机会导向，乌龟总是坚持核心竞争力。现实生活中，也像龟兔赛跑的结局一样，不断积累核心竞争力的人，最终会赢过追逐机会的人。人生有时候像爬山，当你年轻力壮的时候，总是像兔子一样活蹦乱跳，一有机会就想跳槽、抄捷径;一遇挫折就想放弃，想休息。人生是需要积累的，有经验的人，像是乌龟一般，懂得匀速徐行的道理，我坚信只要方向正确，方法正确，一步一个脚印，每个脚步都结结实实地踏在前进的道路上，反而可以早点抵达终点。如果领先靠的是机会，运气总有用尽的一天。

一直以来我坚持着做好自己能做好的事，一步一个脚印踏踏实实的坚定的向着我的目标前行。

对于外贸来说,b2b是一个大势所趋, 毕竟并不是所有的人都能碰到一个能让你参加广交会,参加法兰克福展的老板或公司的. 那么, 使用/利用b2b就将是你工作中一个很重要的部分.

如何使用b2b, 怎么更好地利用b2b, 每个人都有着自己独特的经验与所得. 因此,待开此贴, 希望各位福友们写出你的经验心得,让大家一起分享你的成功的欢乐!

主题要于b2b的使用相关,具体内容不限,但最好能有具体的操作过程或感想等. 要求实实在在的话语, 切记空话谈空谈.

此外,对于回复者,本论坛将给予相应的福步币奖励! 欢迎大家积极投稿!

以下是我第一周的体会

发布selling leads是很机械的 一度发到头晕眼花边发还得边搜索网站上有关公司产品的buying leads 希望在第一时间和客户联系上(但是好多buying leads的时间都是xx年xx年甚至还有xx年的 也没办法通过网站的email给客人信息对方很可能长时间不登陆查询不

辛苦两天没任何动静心里很急尤其mic审核通过的时间又长于是俺就写了一封email给他们客服部没想到马上就通过了是不是开了个后门呢其间我注册ecplaza的时候一直收不到系统的信件 我也发了email去询问很快就解决了

然后还有点空闲时间就在搜索引擎上搜索潜在客户还是用产品+importer的方法找到了一些国外网站 对准它的contact us也不管是manufacturer还是importer都发enquiry过去了 今天看到这里的帖子才知道还可以用产品+distributor,buyer之类的

还有件很重要的事情是要经常去更新你的产品信息和repost你的selling leads 否则都跑到后面去了 要争取排在前面增加自己的可见度

最后祝各位好运找到大客户嘿嘿

纯粹是展示, 但不要小看这个展示的作用, 有一些美加地区和中东的客户经常上去看, 有一些询盘, 有成交的机会. 没有欧洲的客户出现. 该网站的工作人员曾联系我, 是否做收费会员, 不贵, 几百块钱. 后来考虑, 增加的功能也不多, 就没有做. 看来, 其实可以做一下收费. 性价比很高的.

ec21: 感觉来自韩国的询盘较多. 历史算长, 考虑到他们有buying leads, 做过18\'000一年的收费会员, 服务可以. 但 发现buying leads 要么是很久之前的, 要么太少. 但通过用他的客户群发邮件发产品推荐, 有很多有价值的反馈, 有成交记录. 说明他们的客户的数据库有价值. 没有统计18\'000是否赚回来了.

made-in-china: 做的是免费的, 他们没有人来问我是否做收费的. 效果也可以, 有有价值的反馈.

ali, 我们做过它的诚信通会员, 可以找到一些外资办事处或出口公司的求购信息, 有用, 但太浪费我们的时间, 穷于应付. 中国制造商的资格太贵了, 要6万, 我们没有信心上, 所以没做. 不过, 每次在google 上搜, 都可以发现中国制造商的询盘, 郁闷的是看不到联络信息. 上fob来问有ali英文会员, 都没回复.

其它因为时间限制, 就没有尝试.现在,作打火机和烟灰缸,以及促销小礼品的生意! 和上面的一样,才换了新公司.第一周就在各种网站上发广告.我在tradekey 上发的,据说会有欧洲的客户来看,才发了几天,还没有看到效果!indiatrade 我也有发的.我们是阿里的会员,中英文都有.也有来讯盘的!作外贸不满一年,在福步学了不少,呵呵!响应一下楼主的号召，现在大家分享一下我第一次使用b2b的心得。

如何得知b2b：那是二年前的事情了，刚从校门出来，在一家家具厂做业务。对b2b什么的贸易平台全然是不懂，然而有一天，一个电话打进了办公室，说是ecplaza的，来自韩国，从那时才了解到有这个一个平台。

一听韩国心里就热乎，不懂也不了解，然后就聊着，说要来我们公司，那也没有关系，要来就来吧，到时自会有老板来与他谈，我也可以顺便看看韩国人(那时真的以为是一个韩国人打电话过来的，不要笑我啊：))地址和自己的名字也告诉他了，就这样挂了电话。 在房地产行业工作也已经半年多了，在销售方面还有待提高。虽然自己的水平有限，但还是想把自己的一些东西写出来，即从中发现得到提高，也可以从中找到自己需要学习的地方，完善自己的销售水平。

经历了上次开盘，从前期的续水到后期的成功销售，整个的销售过程都开始熟悉了。在接待客户当中，自己的销售能力有所提高，慢慢的对于销售这个概念有所认识。从自己那些已经购房的客户中，在对他们进行销售的过程里，我也体会到了许多销售心得。在这里拿出来给大家看看，也许我还不是做的很好，但是希望拿出来跟大家分享一下。

第一、 最基本的就是在接待当中，始终要保持热情。

第二、 做好客户的登记，及进行回访跟踪。做好销售的前期工作，有于后期的销售工作，方便展开。

第三、 经常性约客户过来看看房，了解我们楼盘的动态。加强客户的购买信心，做好沟通工作，并针对客户的一些要求，为客户做好几种方案，便于客户考虑及开盘的销售，使客户的选择性大一些，避免在集中在同一个户型。这样也方便了自己的销售。

第四、 提高自己的业务水平，加强房地产相关知识及最新的动态。在面对客户的时候就能游刃有余，树立自己的专业性，同时也让客户更加的想信自己。从而促进销售。

第五、 多从客户的角度想问题，这样自己就可以针对性的进行化解，为客户提供最适合他的房子，解决他的疑虑，让客户可以放心的购房。

第六、 学会运用销售技巧，营造一种购买的欲望及氛围，适当的逼客户尽快下定。

第七、 无论做什么如果没有一个良好的心态，那肯定是做不好的。在工作中我觉得态度决定一切，当个人的需要受挫时，态度最能反映出你的价值观念。积极、乐观者将此归结为个人能力、经验的不完善，他们乐意不断向好的方向改进和发展，而消极、悲观者则怪罪于机遇、环境的不公，总是抱怨、等待与放弃!什么样的态度决定什么样的生活.

第八、 找出并认清自己的目标，不断坚定自己勇往直前、坚持到底的信心，这个永远是最重要的。龟兔赛跑的寓言，不断地出现在现实生活当中，兔子倾向于机会导向，乌龟总是坚持核心竞争力。现实生活中，也像龟兔赛跑的结局一样，不断积累核心竞争力的人，最终会赢过追逐机会的人。人生有时候像爬山，当你年轻力壮的时候，总是像兔子一样活蹦乱跳，一有机会就想跳槽、抄捷径;一遇挫折就想放弃，想休息。人生是需要积累的，有经验的人，像是乌龟一般，懂得匀速徐行的道理，我坚信只要方向正确，方法正确，一步一个脚印，每个脚步都结结实实地踏在前进的道路上，反而可以早点抵达终点。如果领先靠的是机会，运气总有用尽的一天。

对工作保持长久的热情和积极性，更需要有“不待扬鞭自奋蹄”的精神。所以这半年来我一直坚持做好自己能做好的事，一直做积累，一步一个脚印坚定的向着我的目标前行。

市场营销部工作总结 篇4

回顾20xx年，工作上，我主要负责配合领导完成北京区域项目信息备案、营销策划方案的编制、资格预审文件编制以及项目投标流程的跟进等工作。

参与了近十个项目的投标工作，其中包括上海瑞虹新城、中国工艺美术馆、通州东方厂安置房、广发银行（北京）等项目，成功中标通州东方厂安置房项目，完成了北京区域的外埠企业资质和投标人员的更新情况，保证了投标工作的顺利进行。目前正在积极了解练习投标文件技术部分的编制方法以及二级建造师证书的考取，争取尽快提升自身能力。

收获之处：

通过多个项目的投标工作，基本熟练掌握投标电子工具的使用以及对比招标文件要求整理投标资料，制定投标资信部分的编制要点，了解了项目投标的基本工作及流程。

不足之处：

1、对自身要求欠缺，工作效率有待提高，合理安排工作时间，改善工作效率等不良问题，并严格遵守公司各项规章制度。

2、工作中缺乏主动性，在接下来的工作中会制定明确的工作目标和计划，更专注于工作本身安排。

3、对公司相关业务流程还不够熟悉，经常会不知所措，在接下来的工作中会尽快熟悉业务流程，并且认真贯彻执行公司制定的相关规定和实施细则，尽快提高自身业务水平。

以上是我的工作总结情况，在这一年里让我从新的认识了自己，找到了自身的价值，当然在工作中还有许多不足之处，敬请领导以及各位同事提出宝贵意见。我会新一年的工作中，再接再厉更上一层楼，争取为公司也为自己交出一份满意的答卷。

市场营销部工作总结 篇5

转眼间又到了年终总结的时刻，回首20xx，现将本我所做工作进行总结，汇报如下：

一、上半年按照领导安排，与xx一块负责5d影院日常播放及设备维护工作。

仅在安装设备期间，出于大局意识、安全意识等，寸步不离安装人员，从腊月十一一口气加班到正月十七，中间没歇一天。大年二十九，为了修好电路，打着手电陪着电工加班干到晚上11点，后来电路终于修好了。虽然累，但累的心安理得，觉得心中坦荡，觉得对得起自己的工资，对得起领导的关怀。

设备维护期间做到了小故障能自主解决的从来都是及时自主解决，解决不了的也都及时上报了领导说明了情况，做到了尽力而为、问心无愧！回想起来，那时每天来上班都怀着一种紧张而复杂的心情去工作，每天在5d最先考虑的就是安全第一，总要考虑椅子是否安全、螺丝是否松动、室内气味刺鼻程度等事，为此总要每天打扫完影院就及时检查一遍螺丝，播放过程中还要时不时的跑进俩厅看现场效果，看有没有小孩从椅子上摔倒、有没有游客不适等症状、看有没有出现设备不正常如音响不响、喷水不喷等一些观影瑕疵，为此那时又每两天设备加一次水、每15天空压机放一次水、每半月液压杆打一次黄油。每天又要有充分的心理准备去面对各种突发事件，如因观影不适而令游客现场呕吐的事发生也不是一次两次了，每次都要及时清扫垃圾只为让后续的观影群众心情舒畅满意而归。那时也经常遇到游客纠纷的情况，也都出于园区的高度，忍气吞声，给于了最心平气和的解释，不是为别的，只是想，只要大环境好了，个人的苦和累，也就不值一提了。

二、下半年，调入市场营销部，积极服从领导安排，完成工作如下：

1、协助主管领导做好了经营部仓库管理工作，保证了出库、入库有记录，物品去处有处可查。

2、对游客服务中心所展卖书籍、纪念品等及时供给，保证了游客前来购买时候供货通畅

3、与xx、郑州金辉旅行社、南北游网等多家网络售票平台签订了代售票协议，扩展了我园网络售票的渠道。

4、按经营部部门领导指示，抢先注册许慎文化园微博账号，并在不到3个月的时间内，发送许慎文化园园区相关微博212条，发展有效粉丝274名，附加插图170余张，为宣传许慎文化园尽了一份绵薄之力。

5、《许慎学堂》开播后，通过登门拜访、电话沟通等多种方式，与经营部同事联系教育机构、培训机构等几十家，把《许慎学堂》开播以及全市中小学生免费游园的讯息，第一时间向外界宣传出去。

6、服从经营部领导安排，做好了摊点值班工作。保证了小木屋的正常营业，并对小木屋进行及时进货，保证供给。

7、依旧保持了一个老员工应有的工作态度，在专职讲解员抽不开身的时候，出于大局意识，多次自动补位，及时有效地完成了领导所安排的一些讲解接待工作，接待中对待游客一如既往态度诚恳，无一次因态度不好、服务不周而被游客投诉的事件。

8、全年来团结同事、服从领导，积极响应了园区安排的各项活动，凡是从园区高度出发的活动，都积极响应了，并严格落实了园区规定的各项纪律，全年上班期间无一次迟到、早退、旷工等记录。

市场营销部工作总结 篇6

20xx年1月-6月，回想在这几个月我学习了很多的关于活动策划及酒店宣传方面的东西，取得了一定的进步，在此对20xx年上半年的工作总结节下半年计划工作作如下总结：

在上半年分别作了：酒店的情人节宣传、前厅的养身茶、三八妇女节、及客房部的环保消费，健康有礼，三国小商品等宣传。在此期间没有抓住酒店设计的要领，但是在黄总，苏经理及酒店的集团美工的耐心帮助下，我找到了设计要领，并且在其后来几个月得到了逐步的提高。

在设计期间我和文员林俊平同时讨论了另一种宣传方式，利用酒店现有的视频工具，制作出了视频动画宣传方式，大大改善了以往的图片滚动播放宣传单一的方式，使其宣传更为生动有趣。

但是，在宣传方面，除了以上进步的外，我们在宣传上还应该进一步提升自己的技能和宣传文字的功底，比如：在宣传是不要用直白的语言说活动。而因该为其包装。父亲节的这次活动征集就是一个很好的例子。在征集方面不能写的太直白，文字方面应该更加温馨动人心悬。所以这次改为“感恩父亲节，祝福大征集”这类似的语句。

对于酒店的常规宣传，如，餐饮部的新菜，也不能像去年单调的放图，而是要找出精品菜和菜的特点和亮点来吸引顾客，并找出当季的养生方式来顺应现在的养生潮流，以达到客人未尝就已经期待的目的。

对于酒店其他的常规宣传，我将逐步和各个部门沟通，改变以前的意境式设计，而采用现在流行的高档的简介酒店式设计，争取今年的餐饮，客房，棋牌等宣传达到或相近与国际设计水平。提升酒店的整体档次。

市场营销部工作总结 篇7

20xx年，市场营销部认真贯彻上级有关安全管理规定，坚持“安全第一，预防为主、综合治理”的方针，进一步提高安全生产管理水平，全面强化安全管理，严格落实各级人员安全管理责任制。在全体职工的共同努力下，使我部安全生产局面一直保持良好的状态，现将20xx年上半年安全工作情况总结如下：

一、20xx年安全工作情况：

1、两票情况

20xx年1月份至6月份（止6月30日），10KV电力线路第一种工作票执行6份，合格率100％。

2、两措完成情况

反措项目完成了新增隔离开关；新增分支令克；更换电杆。

安措项目完成了表箱防腐、拉线防护等。

3、10KV线路运行情况

市场营销部针对影响线路正常运行的树障问题，开展了10KV线路通道专项治理行动，共清理树障563余处，违章构筑物5处。今年“五一”期间，所有线路运行正常；专项治理行动取得了良好效果。

4、设备被盗情况

20xx年市场营销部会同有关部门加大了线路保护力度，设备、线路被盗现象明显下降，取得了明显的效果。

5、春季安全大检查及落实情况。

20xx年的春季安全大检查，市场营销部市场营销部从宣传发动到制定计划，按照公司的要求严格落实。结合安全知识、安全措施、自查范围、检查方法，实施步骤等措施，对所属13个供电所进行了认真细致的检查，发现问题及时整改、在今年的春季安全大检查自查中，共发现6项问题，目前除树线矛盾、三线搭挂部分末整改到位，其他已全部整改到位。

6、防汛、防火

根据公司《防汛预案》及部门《防汛应急预案》，在汛期来临前，我部开展了防汛专项检查整改活动，对水库、沿河线路及特殊地段进行了认真的检查，对不能满足防汛要求的一些杆基、配变台架、拉线等进行了加固处理，同时又对供电所的抢险物资进行了补充。

在防火方面，部门及各所、班组均设一名兼职消防员，所有消防设备、器材建档立卡，由消防员负责保管与检查。我们还按照《危险源辨识》，对各所室内电气进行检查，消除电气火灾隐患，确保人员财产安全。

7、现场标准化作业指导卡

20xx年上半年，我们认真贯彻落实《国家电网公司现场标准化作业管理规定》，大力推行现场标准化作业。按照安全可靠、简明实用、可操作性强的原则，修订完善了现场标准化作业指导卡，在使用指导卡过程中，我们指定专人对指导卡填写的关键作业步骤、危险点及安全措施进行了把关，确保关键作业步骤、危险点及安全措施与作业条件、环境间的关联，保证关键作业步骤的完备性和安全措施正确性，并不定时跟随作业人员到现场观察执行情况，对在执行过程中存在的问题进行统计、汇总。现场标准化作业指导卡的使用，在很大程度上杜绝了作业过程中操作人员的随意性，规范了作业过程，起到了防止各类事故发生的目的。

8、安全性评价开展情况

在20xx年安全性评价的基础上，今年我们组织人员深入到供电所、班组以及生产现场，采取查阅资料和现场检查相结合的方式，严格对照国网公司《县供电企业安全性评价标准》（试行）的要求对《标准》中第2大项生产设备中2.5项整个大项及第3大项生产设备中劳动安全、作业环境和第4大项安全生产管理中涉及的有关项目进行了查评。目前对评价出的问题正在逐步整改中。

9、开展了以下安全活动

我们按照上级和公司要求，通过多种形式，认真开展了安全生产月活动、安全生产隐患排查治理专项行动、“百日安全活动”、 “安全周”活动、“安全性评价”活动、开展了春季安全大检查活动。在开展上述活动中，营销部统一组织、精心安排，使各类活动开展的有声有色；通过以上活动的开展，使营销部全体员工的安全意识得到全面加强，有力的促进了安全生产局面的良好健康发展。

10、进行了以下保电活动

“五一”、“京宝焦化”“南七线”保电，“高、中考”保电。

11、设备安全运行管理

在设备的安全经济运行上，我们主要采取了以下措施：一是加大对线路设备的检修维护力度，认真进行月度设备运行分析，及时对设备进行维护、维修。各类缺陷严格按照消缺时限、程序执行，消缺率达到98％以上；二是技术改造和设备升级。对部分线路增设或更换了新型的真空开关；对部分台区进行了增容，并选用更为节能的S11型变压器。三是做好负荷监测、及时调整变压器负载，特别加强对城区配变的负载调整工作。四是加强备品备件的管理。要求各供电所帐卡物相符，出入库手续齐全。并且要保证备品备件数量的充足，以满足维修、抢修的用料需要。通过以上措施，有效地提高了配电线路和设备的性能，确保安全运行、可靠供电。

二、20xx年上半年安全工作中存在的主要问题和不足

1、各供电所安全基础管理水平不平衡，相互之间存在差距。

2、安全性评价工作整改不到位。

3、个别供电所执行标准化作业中还有差距，具体表现在：指导卡内容填写的不具体与工作票的要求不对应，不符和现场实际，已执行的项目不确认，未按要求与工作票同时整理同时保管。

三、20xx年下半年安全工作打算

以 “国家一流县级供电企业”为中心，进一步完善安全管理基础，加大安全检查力度，坚持“安全第一，预防为主、综合治理”的`方针，努力做好安全生产管理工作，确保公司安全生产局面健康良好发展。

1、严格按照公司安全生产工作重点开展工作。认真贯彻和落实上级有关安全生产的文件和指示精神，严格执行各项规章制度，强化各级人员安全责任制的落实。

2、继续抓好安全基础管理工作，深化供电营业所安全管理和标准化工作。严抓“小型作业、事故抢修、用户报修”等安全生产的薄弱环节，加大检查考核力度，规范作业者的行为。

3、持续深入开展安全性评价工作，做到查评有记录、整改有措施、分析有总结。在安全性评价工作中必须坚持“贵在真实、重在整改”的原则，各级人员一定要加强责任心，对查评出来的重大问题立即整改，一般问题制定整改计划，认真的整改，堵住事故的源头，消除事故隐患。扎实有效地开展好安全性评价工作，为安全生产打下坚实的基础。

4、继续深入开展 “创建无违章个人和无违章供电所”活动。要进一步贯彻落实上级《关于加强安全生产工作的有关规定》和《关于开展创建无违章供电所活动的通知》要求，建立无违章供电所月考核机制。部室要有对无违章供电所的考核，供电所要有对无违章个人的考核，年终进行汇总评选出无违章供电所和违章个人。通过认真的开展创建无违章个人和无违章供电所”活动，达到遏止习惯性违章的发生，确保各项作业的人身安全。

5、落实安全培训计划，加大各岗位的培训工作力度。按照公司安全培训计划，结合部门安全工作实际，加强对供电所所长、员工的安全培训力度；加强对农电工的安全培训；进一步提高人员安全生产技能和思想认识。

安全生产管理是一项长期性的工作，认真做好安全监督工作，严格执行安全规章制度，持续深入开展反习惯性违章活动。采取多种形式，加大人员安全培训力度，提高人员安全意识。我们一定要发扬“严、细、实”的工作作风，以科学的态度，务实的精神，不断学习先进的管理经验，吸取以往的事故教训，做到从日常工作抓起，从小事抓起，从一点一滴抓起，进一步做好标准化作业工作，脚踏实地做好安全工作，确保安全生产局面一直保持良好状态。

市场营销部

二0xx年七月七日

市场营销部工作总结 篇8

自参加工作以来，我虚心向同事请教，从熟悉人员、熟悉商户、熟悉业务知识做起，从一点一滴做起，使自己能够很快被员工和商户接受并认可，从而很快进入角色，担负起自己的责任，配合部门经理做好经营管理工作。现就自己工作简单小结

一、工作总结：

一搞好电信市场调查与分析

我在市场部从事市场调查与策划工作。我深知随着电信市场环境不断变化、信息通信技术发展突飞猛进、市场需求瞬息万变，必须通过开展形式多样的电信市场调查，广泛收集社会经济、消费者需求、市场变化、竞争对手、企业发展及国内外电信发展状况等各方面信息和数据，逐步建立和完善电信市场调查与分析信息系统，使电信市场调查与分析制度化、规范化、连续化。在科学的理论指导下，运用各种定性和定量分析方法，对电信发展的历史、现状和趋势进行深入细致的分析，参与公司市场营销的策划和评估，提示电信发展的内在规律，及时地发现问题和找出问题的症结，并提出切实可行的对策和措施，为企业更好地搞好市场经营工作，占领市场、实现集约化经营服务。

二制定正确、有效的市场营销策略 营销策略要灵活多变，不断创新;坚持整合营销，走出过分依赖价格杠杆的误区，树立大营销的观念;建立健全企业市场营销机制，充分调动广大市场营销人员的积极性和创造性;切实转变营销观念，真正树立“以市场为导向”、“以顾客为中心”的现代营销观念;实施品牌经营战略，不断提高企业形象;根据市场环境的变化和信息技术发展的状况，不断开发新业务，寻找新的业务经济增长点。

三强化产品创新与完善

在产品策划中注重业务模式、交费、包装、宣传、促销、渠道、市场推广活动、业务流程等一系列方面，各项策划做到周密、严谨、具有可操作性，进行过程控制，进行量化和检查成效，并及时总结提出改进意见，将各项策划做实。

四通过参与市场营销的策划和评估工作，我认识到了营销策划工作的重要性，并积累了一定的市场经验，提高了市场分析能力，同时结合市场成功开展了一系列的业务市场策划活动。

二、以后的工作计划：

一经营工作方面

要以创新的电信营销理念为指导，抓住商业客户群体的特性来开展各类市场营销活动，同时要加强对电信产品和目标商业客户进行充分调查和分析，并在此基础上进行目标市场细分、组合电信产品和服务。最终为客户提供更多、更新和更好的产品和服务，最大限度的满足客户需求，推动各项新业务的发展，促进公司业务收入的增加，进一步提升客户的满足度和忠诚度。在具体工作中要在明确工作目的性的前提下，提高工作效率，达到事半功倍的效果。

二提升服务理念与服务水平

未来的市场竞争将是产品和服务的双重比拼，只有良好的服务才能留住客户，在今后的工作中首先要多从客户的角度来看待电信服务及电信产品，制定电信产品的服务提升策划方案，通过有计划、有步骤的工作来完善电信自身服务水平，提高企业核心竞争力。

同时在工作中应发挥灵活性、主动性、客观性，在大营销的形势下做到解释的一致性和服务的一致性。通过提升服务理念与服务水平更好的服务于客户，不断增强企业竞争力，并促进公司新产品、新业务的推广，实现业务收入的增加，真正达到共赢的目标。

二自身素质方面

在以往的工作中，我在提高自身素质方面虽然做了很大努力，但还是远远不够的。在今后的工作中，要虚心学习，结合自身实际多学习、多钻研。加强专业知识的学习，使自己精通业务知识，成为行家里手、业务内行;同时还要学习先进的经营管理经验，提高自身的思想、组织能力、协调能力和判断力，力求能够理论结合实际，适应时代的要求，不断提高自身素质，使自己成为一个努力的、学习型的管理者。

一：对公市场方面：通过固有资源吸引了一定的储蓄，参加了分行举办的几次知识培训，平常注意向领导学习和客户谈判的方式;在配合同事完成调查报告的过程中了解其写作要点和方法;也在出差时向有经验的同事学习如何对客户进行贷前实地考察。虽然对公这个领域对我来说稍显复杂，但是我在慢慢的接触中也有了一定的了解和熟悉。在对公方面对自己满意的地方是学习理解新鲜事物较快，和客户的交流上顺畅，通常能给客户留下良好的第一印象。不足的地方则是缺乏持续对专业上的学习和研究，维护客户缺乏经验。接下来我计划加紧时间多阅读有效的书籍和案例、和对公市场部门的同事和领导多外出实地学习，通过实例积累对公的整套系统的经验，随时关注利用身边资源、注意积累优质客户，以及学习如何有效的维护客户。

二：零售业务方面：零售业务方面是我比较感兴趣的一个领域，同时也是我重点发展的方向之一。在学习零售的主营业务的同时，紧密跟随领导的理念积极开阔营销思路。首先从自己擅长同时也是喜爱的活动策划入手，负责聚宝堂美术馆的活动相关事宜，在领导的支持、同事的帮助下聚宝堂美术馆揭幕活动和吕石双人联展活动成功的落幕。近期活动效果显现开始逐步的走向赢利模式也给了我很大的鼓励，增加了我的热情和冲劲。其次随时注意补充新鲜思路，积极关注扩张和与银行主营业务相关的多种其他平台，希望能最大程度的扩展银行功能、丰富品种，针对支行的客户特色来制定更多的需求点，通过各种不同形式的周边活动来促进主营业务量的增长，如最近在筹备中的先锋书店合作事宜和李啸书法欣赏讲座。在零售方面对自己满意的地方是有开拓业务的热情，并且在促销活动方面有一定的经验，时常有思路和灵感。不足的地方则是在和合作方谈判的过程中缺乏经验，有时立场不够坚定，有时技巧不够成熟，但是随着在对领导谈判方式的观察学习中我也有所提高，相信这个不足可以在不久的将来改进完善。下半年的计划是跟进各种活动的点、线、面的交叉执行，稳打稳扎的做好每一次活动，总结和核算好每次的成本和收益，利用网络扩大支行的宣传影响，定好目标步步为营。

三：办公室工作方面：办公室工作也是我非常乐意从事的部分。一来由于本性喜欢整理流程达到事务井井有条的目的，做事比较细心，也有一定的生活经验，比较适合做这部分的工作;二来现在办公室的工作分成了几块零碎部分落实到几个人身上，而这几个岗位上的人都满负荷工作，办公室工作的分心造成他们的负担。同一个任务有时候几人交叉劳动，有时候一个事情因为几人负责最后反倒变成无人负责的情况。目前我已经接手了部分办公室的事务，希望接下来能逐渐全方位的接替，做好内勤的支持和协调工作，让外勤的同事能更专心外勤，也为领导分担一些琐碎的责任。办公室的工作虽然琐碎，但是在我的理解里面，一个好的从事办公室工作的人对于一个集体就像是润滑油对于一台机器一样，在行政上、生活上提供支持，让机器运转的更顺畅，让集体相处更融洽、工作效率更高更事半功倍。

总体来说，这五个月是充满了付出和收获的。虽然目前我在各方面的专业能力都不够完善，但是天道酬勤，工作总是能给予努力者最真诚的回馈。今天的我已经不再是五个月前的我。而在接下来的日子里，不管是意气飞扬时分，抑或是沮丧失意之刻，都要当做是跟自己比赛，能战胜自己，终究才能等到一个落实的梦想，相信年底的我，也不仅仅是今天的样子。

市场营销部工作总结 篇9

20××年，是公司市场营销部发展最快的一年，特别是下半年公司为我部门配备的数位新的同事到位后，我部门外联及内务所配备的在职人员已达10人，每个岗位上都有了中坚的人员在岗。一年来，我部在公司领导班子的正确领导下，认真贯彻执行公司有关规定和决策，坚持加强自身业务素质提升、部门内务管理规范化、积极拓展各项外联工作的服务宗旨，全力配合公司导向决策以及不断寻找摸索一条适合我公司各阶段的营销战略。

回顾20××年，因为营销部门之前没有规范的统计制度，而本人到岗就职才一个月，加上在部门前期成绩无法有效提取准确的运营数据，无法统计出的工作成绩，但就职一段时间后，我们的体会和做法是：

一、大力规范部门运营操作，积极为公司整体运营管理树立一个模范表率。

1、明确工作职责，规范机构设置。

由于市场营销部服务岗点面广、线长、点多，管理难度大。我们围绕不断提高服务质量及拓展外联业务的出发点，市场营销部组建了两个职能小组（外联、内务），部属队员实行因人而异，合理安排较合适工作岗位，职责落实到个人，着力为完成公司下达的各项任务指标而努力。

其中外联业务小组直接对部门经理负责，主要工作有外联业务的拓展、按部门下达的各项工作任务指标来不断地走访维护客户群关系、不断地发展新客户、凭过硬的业务知识再通过与客户相互间导向沟通来吸引更多的客人到我店消费、收集不同渠道的信息咨讯、客户意见建议反馈等分类统计分析后将准确可靠的数据及时反馈部门及公司，考虑到目前到位人员的业务熟悉程度不高以及独立工作能力的欠缺等因素，我们采取一带一的方式来相互帮教促成进步。小组成员主要由戴彩云、吴贤杰、姚春兰、梁金花、农艺伶组成；

内务接洽小组直接对部门经理负责，主要工作为团队预订接待的安排、接待过程中与公司其他各部门的协通、服务细节上的量化标准化、客人意见及建议的反馈信息收集，处理一般的客人投放、公司房态的监控以及为客人提供全面的咨询工作等。小组成员由黄恩珍、李志莲、安世玲组成。

部门经理负责认真贯彻执行公司有关规定和决策，全面负责部门的有效运作，准确地分析市场动态以制定适合公司各阶段合理的整体营销战略、不断为部门所属员工提高业务技能提供合理培训，打造一个积极而高效的前线营销队伍，确保完成公司领导下达的每一项工作任务和指标。

2、争创优秀部门，树立公司模范部门标榜。

考虑到公司许多部门目前的工作未上轨道，我们除不断完善部门规程、标榜良好的礼仪仪表、积极的工作态度，对宾客体现细致的人性化服务来为公司其他部门作出表率外，现还要求部门所属员工在不影响本职工作的情况下必须积极配合其他部门工作。如其他部门需要协助的情况下，营销部争作其的第一考虑求助对象，包括营销部同事主动地要求到其他部门到岗值班，带动其他一线部门的积极性的灵动性，如要求营销部所属员工每日在前台客人流量集中时段会主动到前台协助其工作，以身体力行的标榜行动来带动前台工作人员的积极性和对客沟通的技巧等。

二、目前仍然存在问题

1、缺乏灵变思想，发觉错误后及时纠正的意识不足。

20××年由于我部门思想灵变不足，在战略营销上错误的盲目套用以住经验，在缺乏准确的市场信息导向下所制定的营销策略以及所开展的营销工作都未能与公司战略思想接轨，致使营销部不能及时与顺利地配合公司完成既定目标。

2、部门员工前期的主动服务意识不强，自主开拓创新意识更是不够，严重影响了市场营销部的高效运作，各人的能力也未能得以发挥，没能完成公司下达的工作任务。

3、业务技能不熟练

因为目前我部门的所属员工入职之前大都没有接触过营销工作，营销技巧和心理素质方面都缺少正规的培训引导，所以在开展工作过程中出现了做了而不达成效的现象，不能有效的引导客户消费。

解决方法：目前已通过一系列的职责细分、培训工作的逐步到位，外联及内务方面的以一帮一、以一带一方式来逐步消除上述存在的问题。

三、20××年的工作要点

1、20××，公司下达的指标任务为1500万。我部门除积极在各方面继续完善规范部门制度有保持良性运作外，部门各岗位员工都必须按公司及部门给予的任务指标去圆满完成各自本职工作。

2、营销战略上的形态转变

20××年，我们制定的营销大略为撒网式复合营销其表现为：

a：我们外联业务员在5月份以前以“最佳养生矿温泉”的主打特色，不再锁定某一区域，而是在泛珠三角地区所有旅行社都走访一遍，上门派发我们的宣传资料，告知性地与之产生合作关系；

b：线路串点方式上的改变，不再局限于阳江阳西地区，而是以开阳高速、西部沿海高速、阳茂高速等三条轴心线作引子，与所有沿线价值景区（点）发展良好的合作关系，共同推出多条以阳西咸水矿温泉为目的地游的线路配合各合作客户进行推广。

c：高度重视阳江地接的市场，与阳江每一家门市旅行社深度合作，各方面予以其优惠来大力抢夺阳江地接市场占有份额。

d、在每月轮流在不同地区推出一项优惠活动，联办商家进行各种形式的促销活动，以此不断地提高公司的知名度。

e、制定合适的激励机制，鼓励全员营销，通过公司上下所有员工的关系营销，以拓开公司的收益渠道。

3、市场定位与宣传攻略：

a、20××年公司整体设施配备已较为完善，建议公司正式定位为四星标准的温泉旅游度假区，引入四星级的管理体制。

b、宣传攻略方面不硬性强求在媒介载体上大幅度宣传，而是灵变的多渠道去寻找价格合适、针对性较强且合作拓度宽的载体来帮助公司进行宣传包装。风格与主题围绕“养生”、“动感”、“自然”以及“独家私密”为主。这需要后期宣传策划部的大力支持，方案经与公司领导及宣传策划部商议后附表请示总经办。

20××年1月3日

市场营销部工作总结 篇10

一年的工作就要结束了，这是一个很好的一年，在这一年里，我们酒店的工作和业绩都较去年同期增幅很大，所以在新的一年里，我们一定要努力创新，继续在今年的基础上，加大努力，争创更好的业绩！通过对酒店全年工作进行回顾，现进行工作总结如下：

一、以质量为前提，抓好客房工作。

为保证酒店基本产品“客房”质量的优质和稳定，客房部根据酒店要求，设立了长包及散客班组的晨会制度，对当日的工作进行布置，对每个员工的仪表仪容不整进行规范，从而使全体员工在思想上能够保持一致，保证了各项工作能够落实到位。在班组的周例会中对上周工作进行总结，对下周的工作进行布置并形成文字，同时将酒店相关文件的内容纳入其中，充分体现了“严、细、实”的工作作风。

除部门设立专职安全保卫分管负责人外，将安全知识培训开成系统在全年展开，体现不同层次、内容。从酒店相应的防范措施、突发事件的处理办法到各项电器的检查要求等等，从点滴入手。明确各区域的安全负责人，以文字形式上墙，强调“谁主管、谁负责”“群策群力”的工作原则。对于住店客人、会客人员、过往人员进行仔细观察、认真核对，做到无疏漏。

二、以效益为目标，抓好销售工作。

营销部原来分解指标因人而定，缺少科学依据。酒店下达的经营指标却难如期完成。针对出现的缺少市场调研、合理定位、渠道划分种.种问题，总经理班子在调整了部门经理后，研究通过了“销售方案”。其中在原有协议公司、网络订房、上门散客仅三条自然销售渠道的基础上，拓展增加了会展、团队、同行、会员卡等渠道，设渠道主管专人负责，并按各渠道客源应占酒店总客源的比例，相应地按比例分解指标。这样，一是划分渠道科学，二为分解指标合理，三能激励大家的工作责任心和促销的主动性，四可逐步再次减员增效，五则明显促进了销售业绩的提升。

根据本酒店市场定位为商务型特色酒店，以接待协议公司商务客人和上门散客为主，以网络订房、会展团队等为辅的营销策略，总经理班子参照同行酒店“房提”的一些成功经验，制定了对营销部前台接待人员按高出协议公司价售房后予以一定比例提成的奖励。这一房提奖励政策，极大地调动了前台接待员促销热情和服务态度。

三、以改革为动力，抓好餐饮工作。

在一定的费用和毛利率标准下，若超额完成或未完成营收指标，则按完成或未完成的比例扣除工资总额的相应比例名额。这种绩效挂钩的做法，一方面给餐厅厨房的管理者、服务员、厨师等人员以无形的压力，思想工作欠缺或管理不得法等还会带来一些负面的影响；另一方面，却使大家变压力为动力，促进餐厅、厨房为多创效益而自觉主动地做好经营促销工作。如餐厅增开夏季夜市、增加早餐品种等等。

餐厅除了分配政策作了改革，用人、用工机制也较灵活。管理者能上能下，员工能进能出，依据工作表现竞聘上岗等等，这些皆利于酒店及部门岗位的政令畅通，令行禁止。当然，主要管理者若素质欠佳或管理不力，也自然会产生一些逆反后果。但总体看来，餐厅将表现和能力较优秀的主管安排到负责岗位，将认真工作的员工提为领班，将不称职的主管、领班及员工予以劝退等，多多少少推动了餐厅各项工作的开展，为力争完成营收指标提供了管理机制等方面的保证。

新的一年我们一定要有新的气象，我们不能坐吃山空，我们一定要开拓创新，将我们的酒店做大做强，没有，只有更好。以同行类优秀酒店为参考，努力追赶，实现我们酒店业绩的提升！

市场营销部工作总结 篇11

20xx年第一季度忙碌的工作已经过去，现根据部门第一季度的工作情况将部门工作做如下总结：

一、营业收入与业绩完成情况：

1、从收入情况来看，截止2月28日止，酒店客房收入完成4,588,142.10元，较20xx年预算少了856,178.90元，较去年同期减少了601,443.29元；餐饮收入完成12,xx3,274.18元，较20xx年预算减少了6,182,039.82元，较去年同期减少4,451,583.47元；酒店总收入完成17,385,064.xx元，完成预算68.93%较去年同期减少5,047,832.46元。

2、从客源结构来看，截止3月18日：

上门散客售房（1084）间晚，较去年同期减少（2350）间晚

政府客户售房（301）间晚，较去年同期减少（504.5）间晚

公司客户售房（5249）间晚，较去年同期增加（1226.5）间晚

网络订房售房（20xx）间晚，较去年同期增加（1063.5）间晚

长包房售房（393）间晚，较去年同期减少（324）间晚

会议团队售房（1523）间晚，较去年同期增加（xx27）间晚

酒店整体售房（11001）间晚，较去年同期增加（522.5）间晚

3、销售业绩完成情况

截止至3月18日，市场营销部共计完成销售业绩9,548,260元，占酒店整体销售业绩的58.25%，其中完成客房销售业绩4,924,200元，占客房销售总业绩的69.61%，餐饮完成销售业绩4,624,060元，占餐饮销售总业绩的51.94%。

二、3月后期预计活动情况

1、3月22日张家界驻京联络处活动

2、3月26日、31日礼莱医药活动

3、3月27-28日交通部国际合作司活动

4、3月28日湖南京广高铁旅游展销会活动

5、3月29日茅台集团活动

6、3月30日湖南新华保险活动

7、3月19日至31日酒店已接洽预订客房平均出租率35.79%，达成收入101.68万元；根据近3日当日接洽预订增长率，预计可达到实际出租率48%-53%，达成收入xx0万-150万元。

三、20xx年第二季度工作方向

1、不断加强对酒店商务散客市场的开发，以此来提高酒店商务客源出租率。

2、加强与各政府机构、企事业单位的联系，定期拜访，加强联系。

3、加强各大旅行社的联系及拜访工作，促进节假日期间及会议活动期间团队订房量的提升，以接洽高品质外宾团为主，填补系列团接洽空缺。

4、加强国内、国外各大网络订房中心的日常沟通及宣传活动，增加合作范围，广泛参与活动，按照市场实际情况利用价格杠杆提升订房量，保证酒店整体出租率稳定。

5、扩宽婚宴市场，接洽更多其他类型宴会活动，充分利用场地优势，提升会议餐饮的销售。

6、加强与会议公司合作，借助第三发平台广泛拓展会议市场，同时着重在医药、银行两大领域进行重点会议开发。

7、增加对销售人员酒店管理制度学习的监督与管理，丰富培训内容，根据销售人员需求及差异进行小范围培训。

8、增加酒店宣传力度，针对酒店活动进行重点宣传，提升酒店知名度及影响力。

通过分析第一季度市场变化，市场营销部将根据酒店市场情况随时调整营销策略，勇于开拓创新，加强学习，团结奋进，发挥营销的开源创收龙头作用，加大会议、网络订房的促销与开发，增加各类聚拢人气活动，不断收集信息，争取会议客源，拓宽商务散客市场及旅游散客市场，为酒店稳定发展打下坚实基础，同时深挖部委市场的合作机遇，规避政策影响，保持合作关系。

后期工作展望：

1、加强会议活动的接待工作，增加会议促销模式，充分发挥我酒店会议场地优势，提升会场使用率，使会议整体收益得以提升。

2、配合餐饮部进行“美食节”推广，聚拢人气，增强酒店对外宣传，扩展知名度，吸引更多新客户。

3、合理并适量的开发旅游团队市场，引入系列团队，提前接洽对节假日期间旅游团队，弥补节假日酒店出租率的不足。

4、加强与各企事业单位的联系，稳定现有客户，大力开发新客户，安排销售人员进行逐一登门拜访。

5、加大与网络订房中心合作，增加合作伙伴及合作内容，并根据出租率情况随时调整房价及优惠房型，广泛吸引商务散客及旅游散客入住酒店，抢占市场份额。

6、加大内外宣传和促销工作。充分利用关系营销原则，以个性服务和感情服务与宾客建立稳定、便利的联系。根据客源结构特点，通过有效的顾客组织化战略，把顾客纳入内部系统，使酒店与顾客紧密结合。比如建设“VIP卡俱乐部”等，也可以通过免费举办各种形式与客户的联谊活动，并使之成为酒店的忠实顾客。围绕重大节日开展一定的营销工作，开创营销工作的新局面。

7、主动协调与酒店其他部门搞好业务结合工作，密切合作，根据宾客的需求，主动与酒店其他部门密切联系，互相配合，充分发挥酒店整体营销活力，创造最佳效益。

8、制定严谨的应收挂账流程及审核制度，并严格执行应收单位限额并及时催收账款，执行应收周报表、月总结制度，使得酒店应收回款呈良好状态。

9、针对“五一”短途旅游市场开展促销活动，提起对团队及网络订房中心进行促销，同时与北京、湖南两地旅行社及旅游预订网站进行合作，洽谈合作独立旅游线路。

组织联谊活动，邀请部委、商务公司办公室人员到酒店参加活动。增加销售人员与部委、商务公司主要联系人的感情，为后期更好的合作打下基础。活动形式准备以冷餐会形式或桌餐形式举办。

（2）5月12日母亲节

提前15日进行母亲节活动宣传，推出母亲节客房优惠活动及餐饮优惠套餐。暂时拟定客房优惠活动为房间升级，入住赠送康乃馨，母子（女）同时入住酒店，额外赠送精美礼品一份（待确认）；餐饮通过团购方式进行套餐推广，建议中餐与西餐同时推出相同价位的团购产品，给予客人更多选择机会，增加销售范围。

三、20xx年第二季度工作方向

1、不断加强对酒店商务散客市场的开发，以此来提高酒店商务客源出租率。

2、加强与各政府机构、企事业单位的联系，定期拜访，加强联系。

3、加强各大旅行社的联系及拜访工作，促进节假日期间及会议活动期间团队订房量的提升，以接洽高品质外宾团为主，填补系列团接洽空缺。

4、加强国内、国外各大网络订房中心的日常沟通及宣传活动，增加合作范围，广泛参与活动，按照市场实际情况利用价格杠杆提升订房量，保证酒店整体出租率稳定。

5、扩宽婚宴市场，接洽更多其他类型宴会活动，充分利用场地优势，提升会议餐饮的销售。

6、加强与会议公司合作，借助第三发平台广泛拓展会议市场，同时着重在医药、银行两大领域进行重点会议开发。

7、增加对销售人员酒店管理制度学习的监督与管理，丰富培训内容，根据销售人员需求及差异进行小范围培训。

8、增加酒店宣传力度，针对酒店活动进行重点宣传，提升酒店知名度及影响力。

通过分析第一季度市场变化，市场营销部将根据酒店市场情况随时调整营销策略，勇于开拓创新，加强学习，团结奋进，发挥营销的开源创收龙头作用，加大会议、网络订房的促销与开发，增加各类聚拢人气活动，不断收集信息，争取会议客源，拓宽商务散客市场及旅游散客市场，为酒店稳定发展打下坚实基础，同时深挖部委市场的合作机遇，规避政策影响，保持合作关系。

后期工作展望：

1、加强会议活动的接待工作，增加会议促销模式，充分发挥我酒店会议场地优势，提升会场使用率，使会议整体收益得以提升。

2、配合餐饮部进行“美食节”推广，聚拢人气，增强酒店对外宣传，扩展知名度，吸引更多新客户。

3、合理并适量的开发旅游团队市场，引入系列团队，提前接洽对节假日期间旅游团队，弥补节假日酒店出租率的不足。

4、加强与各企事业单位的联系，稳定现有客户，大力开发新客户，安排销售人员进行逐一登门拜访。

5、加大与网络订房中心合作，增加合作伙伴及合作内容，并根据出租率情况随时调整房价及优惠房型，广泛吸引商务散客及旅游散客入住酒店，抢占市场份额。

6、加大内外宣传和促销工作。充分利用关系营销原则，以个性服务和感情服务与宾客建立稳定、便利的联系。根据客源结构特点，通过有效的顾客组织化战略，把顾客纳入内部系统，使酒店与顾客紧密结合。比如建设“VIP卡俱乐部”等，也可以通过免费举办各种形式与客户的联谊活动，并使之成为酒店的忠实顾客。围绕重大节日开展一定的营销工作，开创营销工作的新局面。

7、主动协调与酒店其他部门搞好业务结合工作，密切合作，根据宾客的需求，主动与酒店其他部门密切联系，互相配合，充分发挥酒店整体营销活力，创造最佳效益。

8、制定严谨的应收挂账流程及审核制度，并严格执行应收单位限额并及时催收账款，执行应收周报表、月总结制度，使得酒店应收回款呈良好状态。

9、针对“五一”短途旅游市场开展促销活动，提起对团队及网络订房中心进行促销，同时与北京、湖南两地旅行社及旅游预订网站进行合作，洽谈合作独立旅游线路。

组织联谊活动，邀请部委、商务公司办公室人员到酒店参加活动。增加销售人员与部委、商务公司主要联系人的感情，为后期更好的合作打下基础。活动形式准备以冷餐会形式或桌餐形式举办。

（2）5月12日母亲节

提前15日进行母亲节活动宣传，推出母亲节客房优惠活动及餐饮优惠套餐。暂时拟定客房优惠活动为房间升级，入住赠送康乃馨，母子（女）同时入住酒店，额外赠送精美礼品一份（待确认）；餐饮通过团购方式进行套餐推广，建议中餐与西餐同时推出相同价位的团购产品，给予客人更多选择机会，增加销售范围。

6、加大内外宣传和促销工作。充分利用关系营销原则，以个性服务和感情服务与宾客建立稳定、便利的联系。根据客源结构特点，通过有效的顾客组织化战略，把顾客纳入内部系统，使酒店与顾客紧密结合。比如建设“VIP卡俱乐部”等，也可以通过免费举办各种形式与客户的联谊活动，并使之成为酒店的忠实顾客。围绕重大节日开展一定的营销工作，开创营销工作的新局面。

7、主动协调与酒店其他部门搞好业务结合工作，密切合作，根据宾客的需求，主动与酒店其他部门密切联系，互相配合，充分发挥酒店整体营销活力，创造最佳效益。

8、制定严谨的应收挂账流程及审核制度，并严格执行应收单位限额并及时催收账款，执行应收周报表、月总结制度，使得酒店应收回款呈良好状态。

9、针对“五一”短途旅游市场开展促销活动，提起对团队及网络订房中心进行促销，同时与北京、湖南两地旅行社及旅游预订网站进行合作，洽谈合作独立旅游线路。

组织联谊活动，邀请部委、商务公司办公室人员到酒店参加活动。增加销售人员与部委、商务公司主要联系人的感情，为后期更好的合作打下基础。活动形式准备以冷餐会形式或桌餐形式举办。

（2）5月12日母亲节

提前15日进行母亲节活动宣传，推出母亲节客房优惠活动及餐饮优惠套餐。暂时拟定客房优惠活动为房间升级，入住赠送康乃馨，母子（女）同时入住酒店，额外赠送精美礼品一份（待确认）；餐饮通过团购方式进行套餐推广，建议中餐与西餐同时推出相同价位的团购产品，给予客人更多选择机会，增加销售范围。

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！