# 公司营销部门年度工作个人总结5篇范文

来源：网络 作者：雪海孤独 更新时间：2024-01-05

*当工作进行到一定阶段或告一段落时，需要回过头来对所做的工作认真地分析研究一下，肯定成绩，找出问题，归纳出经验教训，提高认识，明确方向，以便进一步做好工作，并把这些用文字表述出来，就叫做工作总结。下面是由小编带来的有关营销年度工作个人总结5篇...*

当工作进行到一定阶段或告一段落时，需要回过头来对所做的工作认真地分析研究一下，肯定成绩，找出问题，归纳出经验教训，提高认识，明确方向，以便进一步做好工作，并把这些用文字表述出来，就叫做工作总结。下面是由小编带来的有关营销年度工作个人总结5篇，以方便大家借鉴学习。

**营销年度工作个人总结1**

回首\_\_年，有太多的美好的回忆，\_\_年本人来到\_\_工作，但是唯有\_\_年这一年的学习，让我深深的感受到了自己进步，但还是存在不少问题，在处理问题以及工作的方法上也有不足，但是我相信在领导的帮助与鼓励下，我一定会拥有更美好的明天。

一、销售工作总结、分析

在销售顾问岗位上，首先我要感谢一个人那就是我们销售部的\_\_经理，我要非常感谢他在工作上对我的帮助。虽然我在销售部门已经工作了一年多，但对销售经验以及工作信心非常缺乏，我的工作可以说是很难入手。\_\_年初，我都是在\_\_经理的带领下帮助下进行客户谈判、分析客户情况、在销售中遇到难谈下来的客户销售过程中遇到的问题我总想到他，所以基本上是\_\_月份本人的销售业绩及能力才有所提升。

二、职业心态的调整

销售员的一天应该从清晨睁开第一眼开始，每天早上我都会从自己定的欢快激进的闹铃声中醒来，然后以精神充沛、快乐的心态迎接一天的工作。如果我没有别人经验多，那么我和别人比耐心;如果我没有别人单子多，那么我和别人比服务。

重点客户的开展。我在这里想说一下：我要把b类的客户当成a类来接待，就这样我才比其他人多一个a类，多一个a类就多一个机会。回访，对客户做到每周至少二次的回访。我认为攻客户和制定目标是一样的，首先要集中精力去做一个客户，只有这样才能有收效，等重点客户认可了，我再将精力转移到第二重点客户上。

三、自己工作中的不足

在销售工作中也有急于成交的表现，不但影响了自己销售业务的开展，也打击了自己的自信心。我想在以后的工作中会摒弃这些不良的做法，并积极学习、尽快提高自己的销售技能。

\_\_年，我将一如既往地按照公司的要求，在去年的工作基础上更加努力，全面开展\_\_年度的工作。现制定工作划如下：

1、对于老客户，和固定客户，要经常保持联系，好稳定与客户关系。

2、因\_\_限购令的开始买车需摇号，所以要更加珍惜客户的资源。

3、要有好业绩就得加强业务学习，开拓视野，丰富知识，采取多样化形式的销售方式。

四、今年对自己有以下要求

1、每月应该尽努力完成销售目标。

2、一周一小结，每月一大结，看看有哪些工作上的失误，及时改正下次不要再犯。

3、要多了解客户的状态和需求，再做好准备工作才有可能不会丢失这个客户。

4、对客户不能再有爆燥的心态，一定要本着\_\_的服务理念爱您超您所想这样的态度去对待每位进店客户。

5、要不断加强业务方面的学习，多看书，上网查阅相关资料，与同行们交流，向他们学习更好的方式方法。

6、和公司其他员工要有良好的沟通，有团队意识，多交流，多探讨，才能不断增长业务技能。

7、为了今年的销售任务我要努力完成任务，为公司创造更多利润。

**营销年度工作个人总结2**

20\_\_年的工作可以提炼出三个关键词即探索、忙碌与遗憾。营销部成立至今，我们一直在学习，在摸索。在寻找符合酒店自身条件的营销模式。然而又由于整年我们接待了大量的会议，使得我们整年都很忙碌。由于人力不足，精力有限，我们在顾及会议接待的同时，没有做到真正的营销。这是我们遗憾的地方。转眼又到了年底，是该停下来总结一下了。现在将20\_\_年的工作总结如下

一、 营销部主要完成工作

1、 会议接待方面

营销部至成立之初，酒店领导就将会议接待的完成情况确立为考核营销部工作的重要指标，为此营销部力求重点突破，全力以赴以确保全年经营目标的完成。营销部克服了人员不足，工作量大，会议场地局限及相关设施设备老化等诸多困难，圆满完成年初制定的11万的经营目标。截止到11月30日，会议的总收入达到167469元(会议场租164100元、横幅及水牌1370元、其它1999元)12月会议收入参照11月估算，全年会议收入有望突破18万(在会议接待量上升的情况下，工商银行全年的会议量相较上年却有较大幅度的减少，共计消费1.5万左右)。这一成绩的取得除了营销部两位成员之间的精诚团结与密切合作之外，离不开酒店所有领导的正确领导与关心，更离不开其他部门同事的大力支持与帮助。20\_\_年围绕更好地吸引顾客，引导顾客消费，在征得酒店领导同意的情况下，营销部在会议接待的硬件配置方面做了如下努力

A、由于会议室的桌椅大部分已经破顺，加之原有的桌椅数量也无法满足大型会议的需求，为改变现状添置了80把新的会议椅、10条会议桌、18块新台布。

B、电器方面添置了一组无线话筒、一个投影仪、两个无线路由器

C、中公教育的培训会议期间，由于需要多个分组教室，我们将闲置的办公室(包括自己的办公室)及时清理出来，以保障会议的成功举行

2、 客户的开发与维护

A、客户开发：20\_\_年营销部新开发个人和商务公司协议客户30个，与13个协议到期客户续签了协议。重新签订了3家单位的资信协议。新签订5家网络订房公司艺龙网、移动12580、电信118114中国航信、亿客栈等(网络订房这一块，主要的客源还是来自三大巨头即携程、艺龙、同程。20\_\_年1至10月份，酒店通过订房网预订入住的各类房间总数为249间)。

B、 客户的维护：首先将原有的客户资料进行分类存档，对处于休眠状态的协议客户一一进行电话拜访。通过拜访了解到顾客不来消费的原因大概有以下几个方面的原因一是由于公司办公地点搬迁于是就近选择合作的酒店、二是公司更换了负责外联的负责人、三是主观觉得酒店设施设备过于陈旧而放弃合作、四是只为某一次合作的优惠价格而临时签订协议，之后并无继续合作的机会。

其次我们将积分兑房的面延伸到棋牌，使得长期在棋牌消费的宾客也能通过积分兑换的方式获得实惠。截止11月30日，客房棋牌发放积分卡240张，积分兑换的客房为129间。给宾客办理积分卡在吸引回头客，稳定客源方面取得一定的效果。

第三个方面就是在符合条件的宾客中，选取部分忠实客户发展成金卡客户。20\_\_年共计发放金卡17张(工行王俊、陈艾云、北科公司陈洪伟等)

3、 旅游市场的整体开发

一直以来，酒店与旅行社几乎不存在合作，今年营销部在这一方面可谓取得重大突破。四月份开始酒店陆续开始与中青旅、景湘国旅、湘西国旅合作。截止11月30日，酒店共接待旅行社用房383.5间(旅行社一直实行的16免1，全陪半价，所以旅行社实际使用酒店客房400间左右)，共计为酒店客房带来的收入为57929元(平均房价约为145元/间)

除旅行社外，20\_\_年营销部与普通商务公司间的合作也取得了一定的成绩。四月份起，陆续接待了诸如阳光人寿、采煤技术研讨、萧氏宗亲会、中公教育、舍得酒业等先后19批次的团队，共计使用酒店客房1034间。实现房费收入206655元(平均房价为199元/间)

20\_\_年1月至11月期间，通过营销部预订的各类宴席，团队用餐共计在餐饮消费的金额为286000余元(其中由会议所带来的餐饮收入为131484元)。全年必将超过30万。这一成绩为酒店整体经营目标的完成做出了相应的贡献

二、 营销部在工作中存在的不足

1、 在把握市场动向，应对市场变化方面的能力有所欠缺

营销部是负责对外处理公共关系和销售业务的职能部门，是酒店提高声誉，树立良好形象的一个重要窗口。它对经营决策，制定营销方案起到参谋和助手的作用。然而由于不善于扑捉市场动向，加之获取信息的渠道单一或者是对市场信息的关注度不够，所以在应对整个旅游市场的变化方面显得比较生涩。最突出的例子是失去20\_\_年长沙市政府采购会议定点单位的资格。主要就是由于没有关注到相关信息的发布而直接错失投标的机会。在此，我们要作深刻的检讨。另一个方面的不足表现在无法根据目标市场、季节的变化制定出相应的营销策略。

2、 与宾客间的互动不足

营销部在日常的工作中，除了会议接待的过程中有较少的与顾客

面对面交流的时间，其它几乎没有机会与宾客交流。或者说存在这样的机会我们在无意间就放过了。我们无法知道顾客需要什么，无法获得宾客在酒店消费的直观感受，甚至有投诉或建议宾客都有可能找不到表达的对象。这样就很难给宾客创造宾至如归，温馨如家的消费体验。这一方面恰恰被我们在日常工作中忽略掉了。

3、 新兴市场与新客户的开发力度不够

20\_\_年营销部虽然在旅行社团队与会议团队的接待量上相较以往有了长足的进步，但总体而言力度不够，还应该有较大的上升空间，旅行团的房费收入占全年房费收入的比例还不到1%，会议团队与旅行团共同的房费收入占酒店房费收入的比例也不到3.5%，全年开发新协议客户的数量更是屈指可数。在长沙酒店业竞争白热化的情况下，原有的目标消费群体几乎被瓜分殆尽，这种情况下就要求我们要不遗余力开发新的客户，寻找新兴的消费市场。很显然，营销部在这方面投入的精力是不够的。

三、 20\_\_年工作计划

1、 努力使散客的入住率上一个台阶

20\_\_年，营销部的主要工作之一将放在提高散客入住率上。我们拥有大多数酒店不具备的优势，那就是良好的区位优势与便利的交通条件。我们会利用所有可能的工具(网络、报刊、杂志及短消息的应用)加大对酒店的宣传力度。力争全年在散客的入住率上有较大提高。

2、 加强与各大旅行社间联系

20\_\_年营销部拟定在旅游黄金周到来之前，利用周末的休息时间，到省内几大著名的旅游城市(张家界、吉首、衡阳、岳阳、韶山等)进行走访，与地州市的各大旅行社之间建立起长期的合作关系，使得这些旅行社有意向将团队安排到我们酒店，以确保酒店客房的收入。

3、 加强主题、价格、渠道营销策略的应用

20\_\_年营销部会根据不同的节日、不同的季节制定相应的营销方案，综合运用价格、产品及渠道策略将酒店的客房，棋牌，餐饮组合销售。使酒店在竞争中始终处于主动的地位，以最大限度的吸引顾客，从而保障酒店经营目标的完成。

4、 加强部门间的沟通协作

建立良好的沟通机制是有效实施营销方案和完美服务顾客的保障。因此营销部会一如既往地积极主动地与各部门进行沟通协作，相互配合。以一个整体面对顾客，充分发挥酒店整体营销活力，创造最佳效益

5、 具体的目标明确

A、会议计划收入为13万，理想目标是完成15万。 B、会议团队、旅行团队的总收入力争达到45万。 C、由营销部带来的餐饮收入突破40万

新的一年，我们必将继续探索，继续学习，我们希望又会有忙碌而充实的一年，但是明年再回过头来总结的时候，我们希望不再留有遗憾。我们不奢望尽善尽美，但希望营销部在新的一年里，各项工作都有起色，有突破，有创新，最终当然要有不错的业绩。我始终坚信“天道酬勤”，有付出，就一定会有丰硕的成果等着大家

20\_\_，我们一起努力。

**营销年度工作个人总结3**

20\_年是保险市场竞争更加激烈的一年，同时也\_\_保险发展历重要的一年，\_\_营销区部以业务发展作为全年的工作主题，明确经营思路，把握经营重点，积极有效地开展工作，取得了较好的成绩。为了给今后工作提供有益的借鉴，现将今年工作情况总结如下：

一、从思想上坚定信心，明确方向

总经理室多次在各种会议中强调，今后的市场竞争日趋激烈，同业公司不断从各个方面和我们展开较量，在这种市场环境中，只有迎头赶上，积极发展才是硬道理。\_\_区部上下充分领会上级精神，认识到决不能被动地围着市公司的计划指标转，而是应该积极地开拓市场，这是两种不同的发展观念，也将取得截然不同的发展结果。我们利用各种时机，转变区部各方面人员的观念，变“要我发展”为“我要发展”。

对于销售一线的业务人员，我们反复强调，取得业绩占领市场才是根本，要看到\_\_保险市场取之不尽的资源，并意识到做一份保单就占有一块市场。只有树立起发展的新观念，不断占领市场份额，用服务和士气与同业竞争，营销团队才能在市场大潮中立于不败之地。正是攻克了思想上的堡垒，统一了发展观念，才为\_\_区部从根本上增强了凝聚力，区部呈现出积极主动，健康向上的精神面貌。

二、、针对团队主管强化目标意识，增强主管带动意识。

区部在年初制定了针对整个年度的工作方向，并将各项目标进行细化分解，与全体主管签订了全年目标责任状，做到目标明确，奖惩有据，增强了全体主管带领团队冲刺全年工作目标的信心;在一年的工作当中，区部还每个工作月都结合团队的年度目标，制定月工作目标，并且不断地通过月工作总结会、周主管经策会的绩效分析，用数据说话，追踪团队目标的达成情况。在每次经策会上，区部会公布各级主管的个人举绩和增员情况，激励各级主管“打铁还需自身硬”，身先士卒带动属员。正是这种阶段追踪与检查的工作方法，引领着团队主管始终认清方向，带领团队追逐全年工作目标。

三、提高团队素质，提高规模保费

区部从早会经营、出勤管理、系统培训、职场建设等多个方面，加强点滴培养，使各项工作有序开展，团队形成了规律性的工作习惯，团队素质不断提升，队伍稳定性不断增强。为了做好出勤管理，区部在年初修订了考勤管理办法，取消了兼职的说法，对所有人提出明确的考勤奖惩机制，要在全区部树立制度意识，明确“要工号就要上班工作”的硬道理，引导团队进一步端正风气，养成良好工作作风。好的制度放权给各部执行，加上有效的监督机制，使我区部出勤率始终在70%以上，有力地推动了各项工作的落实。

四、工作存在问题及解决方法

增员工作发展滞后，团队整体素质仍然偏低，特别是城区团队，急需补充高素质人才，开拓高端客户市场。新人出单率、转正率、留存率不高，大进大出的现象依然存在;部分主管责任心和工作能力跟不上市场发展的需要，整体水平有待提高;团队总体的活动量不足，人均产能、件均保费仍然偏低，与市场要求有差距。

继续紧跟市公司节拍，按照总经理室部署开展各项工作。抓好基础管理工作，确实提高业务人员的活动量、举绩率、出勤率及人均保费指标。做好销售支持，搭建销售平台，促进精英队伍成长。大力开展增员活动，特别是城区增员工作，要以区部层面运作，努力提高增员质量。建立完善的层级培训体系，抓好主管培训、新人培训、衔接教育及代资考培训等工作，提高各级人员水平。继续加强乡镇职场建设，实现现有乡镇网点的规模发展。

**营销年度工作个人总结4**

在上半年的工作中，营销部全体员工本着“提高服务质量，开拓销售渠道，增进最优效益”的宗旨，紧紧围绕经营目标任务，在人员不齐的情况下，齐心协力，勇于创新，不懈努力，取得了一定的成绩。现将半年来的工作总结如下：

一、继续开拓会议市场

营销部认真贯彻酒店领导关于重点保障\_\_系统接待的指导思想，同时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\_\_单位的联系，定期拜访，对会议的各项要求进行落实，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，上半年逐步开拓了一批新的商务会议客源，同时注意加强了与会展酒店、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。

二、稳定旅游团队市场

在过去的半年里，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，加大了与协议旅行社的回访和联络，提高了客房入住率，弥补了酒店在会议淡季的客房闲置，带来了一定的经济效益。同时，使酒店的知名度也随团队的大量入住而提升。

三、拓展协议单位市场

协议单位市场一直是酒店的一个销售弱点，近些年，\_\_酒店业市场的迅猛发展，可以说已经到了一个群雄逐鹿的局面，“僧多粥少”的现象更为严峻，为开发这一市场，销售人员通过登门拜访、传真等方式进行了宣传工作，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，销售人员定期对客户进行拜访，一方面加强联系，另一方面及时掌握客人反馈信息和客户的消费动态，争取更多的客房入住。

四、努力开展网络订房业务

网络订房现在已经成为各类型宾客公务出差、旅游、商务活动的选择入住宾馆的方式之一。为同网络订房中心实现资源共享、市场共拓，宾馆拟让利的方式，选择了几家网络订房中心，尝试性的进行合作，如\_\_等知名订房中心，力求在利用网络信息资源，开拓一条有利于酒店经营发展的营销渠道。

五、加强内部管理和培训工作

面对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。

六、存在的问题

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。信息的捕捉和处理能力有所欠缺，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。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，提高信息的处理能力，强化内部信息的沟通。宣传力度不够大，有待提高。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。

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，在确保完成酒店下达的目标任务的前提下，塑造营销部的新形象、新境界!

**营销年度工作个人总结5**

不知不觉中，20\_已接近尾声，加入\_\_x房地产发展有限公司公司已大半年时间，这短短的大半年学习工作中，我懂得了很多知识和经验。\_\_是房地产不平凡的一年，越是在这样艰难的市场环境下，越是能锻炼我们的业务能力，更让自己的人生经历了一份激动，一份喜悦，一份悲伤，最重要的是增加了一份人生的阅历。可以说从一个对房地产“一无所知”的门外人来说，这半年的时间里，收获额多，非常感谢公司的每一位领导和同仁的帮助和指导，现在已能独立完成本职工作，现将今年工作做以下几方面总结。

一、学习方面

学习，永无止境，这是我的人生中的第一份正式工作，以前学生时代做过一些兼职销售工作，以为看似和房地产有关，其实我对房产方面的知识不是很了解，甚至可以说是一无所知。来到这个项目的时候，对于新的环境，新的事物都比较陌生，在公司领导的帮助下，我很快了解到公司的性质及房地产市场，通过努力的学习明白了置业顾问的真正内涵以及职责，并且深深的喜欢上了这份工作，同时也意识到自己的选择是对的。

二、心态方面

刚进公司的时候，我们开始了半个月的系统培训，开始觉得有点无聊甚至枯燥。但一段时间之后，回头再来看这些内容真的有不一样的感触。感觉我们的真的是收获颇丰。心境也越来越平静，更加趋于成熟。在公司领导的耐心指导和帮助下，我渐渐懂得了心态决定一切的道理。想想工作在销售一线，感触最深的就是，保持一颗良好的心态很重要，因为我们每天面对形形色色的人和物，要学会控制好自己的情绪，要以一颗平稳的、宽容的、积极的心态去面对工作和生活。

三、专业知识和技巧

在培训专业知识和销售技巧的那段时间，由于初次接触这类知识，如建筑知识，所以觉的非常乏味，每天都会不停的背诵，相互演练，由于面对考核，我可是下足了功夫。终于功夫不负有心人，我从接电话接客户的措手不及到现在的得心应手，都充分证明了这些是何等的重要性。当时确实感觉到苦过累过，现在回过头来想一下，进步要克服最大的困难就是自己，虽然当时苦累，我们不照样坚持下来了吗?当然这份成长与公司领导的帮助关心是息息相关的，这样的工作氛围也是我进步的重要原因。在工作之余我还会去学习一些实时房地产专业知识和技巧，这样才能与时俱进，才不会被时代所淘汰。

四、细节决定成败

从接客户的第一个电话起，所有的称呼，电话礼仪都要做到位。来访客户，从一不起眼的动作到最基本的礼貌，无处不透露出公司的形象，都在于细节。看似简单的工作，其实更需要细心和耐心，在整个工作当中，不管是主管强调还是提供各类资料，总之让我们从生疏到熟练。在平时的工作当中，两位专案也给了我很多建议和帮助，及时的化解了一个个问题，从一切的措手不及到得心应手，都是一个一个脚印走出来的，这些进步的前提涵盖了我们的努力与心酸。有时缺乏耐心，对于一些问题较多或说话比较冲的客户往往会针锋相对。其实，对于这种客户可能采用迂回、或以柔克刚的方式更加有效，所以，今后要收敛脾气，增加耐心，使客户感觉更加贴心，才会有更多信任。对客户关切不够。有一些客户，需要销售人员的时时关切，否则，他们有问题可能不会找你询问，而是自己去找别人打听或自己瞎琢磨，这样，我们就会对他的成交丧失主动权。所以，以后我要加强与客户的联络，时时关切，通过询问引出他们心中的问题，再委婉解决，这样不但可以掌握先机，操控全局，而且还可以增加与客户之间的感情，增加客带的机率。

五、展望未来

20\_这一年是最有意义最有价值最有收获的一年，但不管有多精彩，他已是昨天它即将成为历史。未来在以后的日子中，我会在高素质的基础上更要加强自己的专业知识和专业技能，此外还要广泛的了解整个房地产市场的动态，走在市场的最前沿，。俗话说“客户是上帝”，接好来访和来电的客户是我义不容辞的义务，在客户心理树立良好的公司形象，这里的工作环境令我十分满意，领导的关爱以及工作条件的不断改善给了我工作的动力。同事之间的友情关怀以及协作互助给了我工作的舒畅感和踏实感。所以我也会全力以赴的做好本职工作，让自己有更多收获的同时也使自己变的更加强壮。总之，在这短短半年工作时间里，我虽然取得了一点成绩与进步，但离领导的要求尚有一定的差距。

六、计划

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，20\_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20\_年销售情况和市场变化，自己计划将工作重点放在中重点类客户群。

(二)、针对购买力不足的客户群中，寻找有实力客户，以扩大销售渠道。

(三)、为积极配合其他销售人员和工作人员，做好销售的宣传的造势。

(四)、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。

(五)、加强自己思想建设，增强全局意识、增强责任感、增强服务意识、增强团队意识。积极主动地把工作做到点上、落到实处。我将尽我最大的能力减轻领导的压力。

(六)制订学习计划。做房地产市场中介是需要根据市场不停的变化局面，不断调整经营思路的工作，学习对于业务人员来说至关重要，因为它直接关系到一个业务人员与时俱进的步伐和业务方面的生命力。我会适时的根据需要调整我的学习方向来补充新的能量。工业知识、营销知识、部门管理等相关厂房的知识都是我要掌握的内容，知己知彼，方能百战不殆(在这方面还希望公司给与我们业务人员支持)。

(七)、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。今后我将进一步加强学习、踏实工作，充分发挥个人所长，扬长补短，做一名合格的销售人员，能够在日益激烈的市场竞争中占有一席之地，为公司再创佳绩做出应有的贡献!

style=\"color:#FF0000\">公司营销部门年度工作个人总结5篇

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！