# 计划营销部工作总结5篇

来源：网络 作者：落花人独立 更新时间：2024-02-23

*千万不能把工作总结当成任务来完成，这是没有价值的，写好工作总结才能得到更大的提升和发展，把工作中的经验及时记录下来，以下是小编精心为您推荐的计划营销部工作总结5篇，供大家参考。计划营销部工作总结篇120xx年的工作可以提炼出三个关键词即探索...*

千万不能把工作总结当成任务来完成，这是没有价值的，写好工作总结才能得到更大的提升和发展，把工作中的经验及时记录下来，以下是小编精心为您推荐的计划营销部工作总结5篇，供大家参考。

计划营销部工作总结篇1

20xx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20xx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。20xx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、20xx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。20xx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。20xx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，20xx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、206655元（平均房价为199元/间）

20xx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20xx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

20xx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、下一年工作计划

1、努力使散客的入住率上一个台阶

20xx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

20xx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

20xx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。

20xx，我们一起努力。

计划营销部工作总结篇2

在这一年里，凭借前几年的蓄势，杭萧钢构不但步入了高速发展的快车道，实现了更快的效益增长，而且成功地实现公司股票在上海证券交易所上市。从此，一个杭萧钢构以崭新姿态展现在世人面前，一个更具朝气和活力的、以维护股东利益为己任的新杭萧诞生了。

公司上市后，管理水平必将大幅度提高，这不仅仅是市场竞争的外在要求，更是自身发展壮大的内在要求。对于市场部来说，全面提升管理水平，与公司同步发展，既是一种压力，又是一种动力。为了完成公司20xx年合同额三十亿的总体经营管理目标，市场部特制订20xx年工作计划如下。

一、信息网络管理

1、建立直接领导关系

市场部是负责公司信息网络建设与维护、信息收集处理工作的职能部门，接受营销副总经理的领导。市场部信息管理员与各区域市场开发助理之间是一种直接领导关系，即在信息网络建设、维护、信息处理、考核方面对市场开发助理直接进行指导和指挥，并承担信息网络工作的领导责任。

2、构架新型组织机构

3、增加人员配置：

（1）信息管理员：市场部设专职信息管理员3名，分管不同区域，不再兼任其它工作。

（2）市场开发助理：浙江省六个办事处共设市场开发助理两名，其它各办事处所辖区域均设市场开发助理一名。

4、强化人员素质培训

春节前完成对各区域的市场部信息管理员和市场开发助理的招聘和培训，使20xx年新的管理制度实施过程当中市场部在人员素质方面有充分的保障。认真选择和慎重录用市场开发助理，切勿滥竽充数。

5、加大人员考核力度

在人员配置、资源保证、业绩考核等方面对信息网络建立和维护作出实施细则规定，从制度上对此项工作作出保证。建立市场信息管理员定期巡回分管区域指导信息管理工作的考核制度，并根据各区域实际情况和存在的问题，有针对性地加以分析和研究，以督促其在短期内按规定建立和健全信息管理的工作。

6、动态管理市场网络

市场开发助理与信息管理员根据信息员提供的信息数量（以个为单位）、项目规模、信息达成率、发展下级信息员数量四项指标对信息网络成员进行定期的动态评估。在分析信息员/单位的分类的基础上，信息管理员和市场开发助理应结合信息员的背景资料进行细致地分析，确定其通过帮助后业绩增长的可能性。进一步加强信息的管理，在信息的完整性、及时性、有效性和保密性等方面做好比上一年更好。（详见市场开发助理管理制度）

7、加强市场调研，以各区域信息成员/单位提供的信息量和公司在各区域的业务进展情况，将以专人对各区域钢结构业务的发展现状和潜在的发展趋势，进行充分的市场调研。通过调研获取第一手资料，为公司在各区域的机构设置各趋合理和公司在开拓新的市场方面作好参谋。

二、品牌推广

1、为进一步打响“杭萧钢构”品牌，扩大杭萧钢构的市场占有率，20xx年乘公司上市的东风，初步考虑四川省省会成都、陕西省省会西安、新疆维吾尔自治区首府乌鲁木齐、辽宁省会沈阳、吉林省的长春、广东省会广州、广西壮族自治区首府南宁以及上海市举办品牌推广会和研讨会，以宣传和扩大杭萧钢构的品牌，扩大信息网络，创造更大市场空间，从而为实现合同翻番奠定坚实的市场基础。

2、在重点或大型的工程项目竣工之际，邀请有关部门在现场举办新闻发布会，用竣工实例展示和宣传杭萧钢构品牌，展示杭萧钢构在行业中技术、业绩占据一流水平的事实，树立建筑钢结构行业中上市公司的典范作用和领导地位，使宣传工作达到事半功倍的效果。

3、进一步做好广告、资料等方面的宣传工作。在各个施工现场制作和安装大型宣传条幅或广告牌，现场展示企业实力；及时制作企业新的业绩和宣传资料，补充到投标文件中的业绩介绍中和发放到商各人员手中，尽可能地提升品牌推广的深度和力度。

4、加强和外界接触人员的专业知识培训和素质教育工作，树立良好的企业员工形象和先进的企业文化内涵，给每一位与杭萧钢构人员接触的人都能够留下美好而深刻的印象，从而对杭萧钢构及钢结构有更清晰和深层次的认识。

三、客户接待

客人接待工作仍是市场部工作的重点之一。做好客人接待工作是业务接洽的必要的提前和基础。如何按照公司有关规定和商务部要求保质保量地做好客人接待工作是市场部必须进行认真研究和探讨的重要课题。表面上看起来接待工作比较简单，但实质上客户接待是一门十分深奥的学问。不去深入地研究和探讨就不能让该项工作做得完善。因此，市场部要在方法上、步骤上、细节上下一番功夫。为了既少花钱，又不影响接待效果，需要向各商务部领导和各办事处商务人员更多地了解客人的生活阅历、为人禀性、处事方式、兴趣爱好、饮食习惯、办事风格、企业价值取向、管理理念、产品特色、行业地位等等。仔细研究分析和琢磨推敲日程的安排，让每一位客人在最短时间内对杭萧钢构有全面的、清晰的、有一定深度的了解，对杭萧钢构的产品表现出最大限度的认同感，对杭萧钢构的管理模式和企业文化产生足够的兴趣。把长期地、坚持不懈地认真对待每一批客人和每一客人，使他们对杭萧钢构的接待工作满意作为市场部每一个接待工作人员的准则。从而以此来提高项目跟踪的成功率和降低商务谈判的难度，达到提高企业经济效益的根本目的。

计划营销部工作总结篇3

针对营销部的工作职能，我们制订了市场营销部九月工作思路，现在向大家作一个汇报：

一、建立酒店营销公关通讯联络网

9月重点工作之一建立完善的客户档案，对宾客按签单重点客户，会议接待客户，有发展潜力的客户等进行分类建档，详细记录客户的所在单位，联系人姓名，地址，全年消费金额及给该单位的折扣等，建立与保持同政府机关团体，各企事业单位，商人知名人士，企业家等重要客户的业务联系，为了巩固老客户和发展新客户，除了日常定期和不定期对客户进行销售访问外，在年终岁末或重大节假日及客户的生日，通过电话、发送信息等平台为客户送去我们的祝福。9月计划在适当时期召开次大型客户答谢联络会，以加强与客户的感情交流，听取客户意见。

二、开拓创新，建立灵活的激励营销机制。开拓市场，争取客源

9月营销部将配合酒店整体新的营销体制，重新制订完善××年市场营销部销售任务计划及业绩考核管理实施细则，提高营销代表的工资待遇，激发、调动营销人员的积极性。营销代表实行工作日记制，每工作日必须完成拜访两户新客户，三户老客户，四个联络电话的二、三、四工作步骤.

以月度营销任务完成情况及工作日记志综合考核营销代表。督促营销代表，通过各种方式争取团体和散客客户，稳定老客户，发展新客户，并在拜访中及时了解收集宾客意见及建议，反馈给有关部门及总经理室。强调团队精神，将部门经理及营销代表的工薪发放与整个部门总任务相结合，强调互相合作，互相帮助，营造一个和谐、积极的工作团体。

三、热情接待，服务周到

接待团体、会议、客户，要做到全程跟踪服务，\"全天侯\"服务，注意服务形象和仪表，热情周到，针对各类宾客进行特殊和有针对性服务，最大限度满足宾客的精神和物质需求。制作会务活动调查表，向客户征求意见，了解客户的需求，及时调整营销方案。

四、做好市场调查及促销活动策划

经常组织部门有关人员收集，了解旅游业，宾馆，酒店及其相应行业的信息，掌握其经营管理和接待服务动向，为酒店总经理室提供全面，真实，及时的信息，以便制定营销决策和灵活的推销方案。

五、密切合作，主动协调

与酒店其他部门接好业务结合工作，密切配合，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。加强与有关宣传新闻媒介等单位的关系，充分利多种广告形式推荐酒店，宣传酒店，努力提高酒店知名度，争取这些公众单位对酒店工作的支持和合作。

九月，营销部将在酒店领导的正确领导下，努力完成销售任务，开拓创新，团结拼搏，创造营销部的新形象、新境界。

计划营销部工作总结篇4

我认为公司明年的发展是与整个公司的员工综合素质、公司的战略方针、厂家的政策扶持、和个人的努力是分不开的。提高执行力的标准，建立一支“亮剑”的销售团队与一个好的工作习惯是我们工作的关键。我们销售部在20xx年有信心，有决心为公司再创新的辉煌！

一、市场分析

市场是良好的，形势是严峻的。通过今年自主品牌的销量下滑，厂家一定会调整应对的策略。明年是大有作为的一年，我们一定要内强素质，外塑形象。用铁的纪律，打造铁的团队，打一场漂亮的伏击战。假如在明年一年内没有把销售做好，我们很可能会失去这个发展的机会。

二、20xx年工作计划

在明年的工作计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，高素质高效率而相对稳定的销售团队

人才是企业最宝贵的资源，一切的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，战斗力、高素质的销售团队是企业的根本。只有通过高素质高效率的销售人员不但能提高车的销量，而且能把、上户、装潢等附加值上一个新的台阶。在明年的工作中组建一支和谐，高效率的销售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管理

销售管理是企业的老大难问题，销售人员的出勤、见客户时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。强化销售人员的执行力，从而提高工作效率。

3。提高人员的素质、业务能力

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。建立新的销售模式与渠道

把握好制定好保险与装潢的销售模式，做好完善的计划。同时开拓新的销售渠道，利用好公司现有资源做好店内销售与电话销售、邀约销售、车展销售等之间的配合。

根据公司下达的销售任务，把任务根据具体情况分解到各个销售顾问身上，再分解到每月，每周，每日；并在完成销售任务的基础上提高销售业绩。我们将带领销售部全体人员竭尽全力完成目标。

5。顾全大局服从公司战略

今后，在做出每一项前，应先更多的考虑公司领导的看法和决策，遵守领导对各项业务的处理决断。工作中出现分歧时，要静下心来互相协商解决，只要能经常总结教训、发挥特长、改正缺点，自觉把自己置于公司和客户的监督之下，勤奋工作，以身作则。我相信，就一定能有一个更高、更新的发展，

三、再接再厉，迎接新的挑战

回首一年来，我们销售部全体业务人员吃苦耐劳，积极进取，团结协作取得了良好的销售业绩。成绩属于过去，展望未来，摆在销售部面前的路更长，困难更大，任务更艰巨。我们销售部全体业务人员一致表示，一定要在20xx年发挥工作的积极性、主动性、创造性，履行好自己的，全力以赴做好

20xx的销售工作，要深入了解电子行业动态，要进一步开拓和巩固国内市场，为公司创造更高的销售业绩。

计划营销部工作总结篇5

过去的20\_年可算是我工作上另一个转折点，更是一个新的开始。特别是接手营销策划工作，不知不觉，已有一年。回忆这一年的工作经历，有艰辛、有成长、有收获、更有前景。这一年既包含了太多的艰辛与不易，也取得了不错的工作业绩。成绩的取得离不开本人的勤奋努力，更与领导和同事们给与我的支持和帮助密不可分。现将今年工作总结如下。

一、工作业绩完成情况

完成营销业绩;完成营销物料的设计与制作;完成媒体推广的执行;完成公司领导交代临时工作;协助领导完成\_排屋开盘准备工作;协助领导完成排屋客户交流会的组织落实;协助领导完成样板房展示的媒体交流会;协助领导完成样板房通道的布置展示。

二、勤奋学习是做好工作的基??

接触营销策划工作之后，才清楚明白到，工作量虽不大，却要学的是无比的多，营销知识永远是个无底深渊，但正因如此，我乐此不疲，越来越喜欢这份工作。我想作为一个置业顾问，不仅要精通卖房业务，对周边的一些知识也必须详细了解，这样才能更好的为客户服务，让客户感觉我们无论是从企业品牌、社区环境、物业质量以及员工素质各方面都比其它楼盘有优势，坚定客户购买的信心。针对这个问题，我在日常营销工作中，充分发挥善于思考的优点，通过对同事的观察学习以及对经验的归纳，总结出许多新的营销技巧和客户维护方式，并在随后的工作中通过实践加以修改和完善。事实证明，知识和创意永远是无穷无尽的。

三、明年工作计划

做好营销服务工作。在工作中，我要认真细心地为客户着想，通过自身良好品质的展现和坦诚、礼貌、周到、用心的服务，赢得市场和客户的信任，在潜在客户和老客户的心中树立良好的个人形象和公司形象，从而提高企业知名度和企业房产产品以及自己的信誉，为公司房产产品现在及未来的营销成功奠定良好的基础，也为自己未来的发展积攒了广泛的客户资源。

做好营销策划工作。积极培养市场意识，经常调查市场，及时了解到有关房产营销的各种信息，以及竞争对手及同类项目的发展动向。尤其是在与客户或准客户的频繁接触中，了解市场的最新资料，把握市场行情和发展变化趋势，认真听取客户对房地产产品的议论评价和一些合理化的改进意见或者建议，从而为制定正确的房产开发计划和市场营销策略服务。

认真学习企业文化。积极参加企业文化的学习和培训工作，深刻了解企业文化的内容，理解企业文化建设的重要性，进一步提高自己的敬业奉献精神，更好地服务客户推动各项业务的发展。提升自身综合素质。我将进一步加强学习，了解房产开发的整个流程，从产品研发到工程管理，再到营销策划等各个方面我都要有所认识。这样，在营销过程中，才能把客户提出的问题很好地反馈给上级领导，以便改进产品，提高居住品质。完成领导交代的临时工作。

总之，在这充满希望的新一年里，我将全力服务公司，热爱岗位，勤奋工作，继续学习，用使命般的激情面对客户，用认真严谨的态度面对我的职业，为客户制造感动，为公司创造利润!

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！