# 市场供应等工作总结(优选5篇)

来源：网络 作者：紫陌红尘 更新时间：2025-06-01

*市场供应等工作总结1第1篇：商务局集贸市场卫生整治工作总结：为落实岳阳市集贸市场“五创”整治工作会议精神，按照市集贸市场“五创”整治工作领导小组的要求和部署，6—9月份，我区相关部门在区政府的具体指导下，我局牵头开展了集贸市场“五创”专项整...*

**市场供应等工作总结1**

第1篇：商务局集贸市场卫生整治工作总结：

为落实岳阳市集贸市场“五创”整治工作会议精神，按照市集贸市场“五创”整治工作领导小组的要求和部署，6—9月份，我区相关部门在区政府的具体指导下，我局牵头开展了集贸市场“五创”专项整治，现将有关情况汇报如下：

一、成立了完善的组织机构，制订了《岳阳楼区集贸市场“五创”专项整治方案》 6月初，成立了岳阳楼区集贸市场“五创”专项整治领导小组，由区人大副主任余岳良任组长，区商务局局长易正祥、工商局局长颜石湘任副组长，商务、工商、城管、爱卫、安监环保、公安、国税、地税、文体局分管副局长及各相关办事处主任等为成员。工作组制订了《岳阳楼区集贸市场“五创”专项整治方案》，方案中确定了指导思想，明确了工作目标，确定了具体的实施方法和步骤，明确了工作职责。

二、开展了调查摸底，明确工作任务

在区政府的指导下，我局对全区集贸市场组织开展了调查摸底工作，确定了十七家专业市场为“五创”整治工作重点，并对市场现有规模、经营情况、市场产权单位等情况进行了详细登记。各集贸市场依据总方案都拿出了有针对性的各市场的专项整改方案，并且落实到责任人。

三、加大宣传力度，逐个市场召开相关单位联席会议和现场工作会议，划分工作责任，提出市场整治意见和要求

由我局牵头，组织区集贸市场五创整治领导小组成员单位负责人、市场经营负责人、产权单位负责人召开了3次专项整治工作会议，针对城区17家集贸市场存在的突出问题，提出了整治要求，将集贸市场“五创”整治责任细分到各区直单位、办事处、居委会、市场管理单位。并确定了责任人和整治工作时间表，明确相关部门和街道办事处行政一把手为第一责任人，分管领导为直接责任人。

四、开展市场全面检查督促工作，稳步推进整治工作。

三个月来，区集贸市场“五创”专项整治领导小组组长、区人大副主任余岳良带领小组成员多次到各集贸市场实地督促整治工作，组织相关区直部门对城区17家集贸市场开展了3次大规模的集中整治行动，共统一门店标识38个，拆除马路市场2个，消除消防隐患4起，清除牛皮癣200多张，强撤乱挂乱放广告招牌15块，清除乱挂横幅20余条，向各集贸市场经营业主发放《创建文明市场倡议书》7000余份。并定期对专业市场逐个上门开展专项督查，当场召集区直部门负责人、所属街道办事处负责人、市场经营负责人、产权单位负责人等开现场工作会议，就市场检查中存在的出店经营、流动商贩、卫生保洁不到位、车辆乱停乱放、标牌乱挂乱放等问题，提出整治意见，要求当场整改。通过集中整治和专项督查，大部分集贸市场环境卫生有明显改善，经营秩序明显好转，消防设施基本健全。

五、严防死守，全力督查，确保集贸市场顺利迎检。

城市文明指数迎检时期，工作组将市场区分为两组，分别由商务局和工商局负责督查，商务局把责任市场的督促检查逐一分化到各股室，并明确了工作责任，加大了工作力度，做到天天有人在市场进行督查，及时解除疑难。通过工作组的齐心努力，集贸市场各项管理制度到了完善，市场环卫设施得到了改善，市场秩序井然，市场面目一新。

六、开展消防安全检查，确保集贸市场两节安全。

9月份，根据区集贸市场“五创”整治工作领导小组指示，区商务局联合工商局、消防大队等部门，对城区部分集贸市场进行了消防安全检查，进一步督促双节期间集贸市场的消防安全工作。

检查组一行先后到图书城、泰和市场、洞庭大厦、华圣市场、长城市场、巨基摩托车市场、中湘市场和大桥服装市场的消防安全情况进行了抽检。每到一处，检查组成员都认真查看单位消防安全责任制的落实情况，检验灭火器设施和消火栓设施是否配备、是否完整好用，疏散通道、安全出口是否畅通。在检查中，检查组发现华圣市场和巨基摩托车市场按照要求配置了消防设施，消防安全管理到位，人员分工明确，各项制度落实较好。但检查中也发现存在一些消防安全隐患。泰和市场、图书城市场的消防设施未保持完好有效，大桥市场的消防设施配置不符合标准、消防车通道不畅。根据检查结果，检查组要求各单位层层抓好落实，加强对消防控制室人员的消防培训，不定期地开展消防安全演练，提高工作人员的消防安全意识。对于检查中发现的问题，检查组责令当场整改，彻底消除火灾隐患，确保双节期间的消防安全。

**市场供应等工作总结2**

为认真贯彻“预防为主”的方针，更进一步搞好我镇免疫规划各项工作，使我镇免疫规划工作走向系统化，规范化，完整化，提高我镇儿童整体免疫水平，更好地预防和控制乃至最终消灭相应传染病的发生，保护儿童身体健康成长，本次年终工作督导检查从日至日本次共督导检查27个村， 8名工作人员参加，现将本次督导检查工作总结如下 ：

>一、 检查内容：

1、 新生儿上报情况； 2、 儿童接种信息登记薄登记情况、登记完整率； 3、 免疫规划知识掌握情况； 4、 疫苗出入库登记情况； 5、 村级免疫规划资料整理情况； 6、 报表与底册符合率； 7、 开展预防接种及接种信息情况； 8、 免疫针对性疾病监测报告情况； 9、 儿童建、卡建证情况； 10、 上门完成乙肝疫苗首针及时接种情况； xx、 安全注射情况； xx、 疫苗接种率;13、麻疹查漏补种和糖丸普服情况；xx、免疫规划专项整治情况。

>二、 检查结果：

大部分卫生室资料收集不齐全，个别村卫生室对本村 0-4 岁儿童基本情况还不是很了解，接种册登记不全；免疫程序掌握不清楚；疫苗、注射器出入库台账不会填写；平均建卡率 ，建证率 95%，卡痕阳性率 64%；卡介苗接种率为95%、脊灰疫苗接种率为90%、百白破疫苗接种率为87%、麻疹疫苗单苗接种率为95%；乙肝疫苗三针全程接种率为 92%，乙肝首针及时接种率为 84%。建卡率、建证率和“xx 苗”接种率较去年有较大提高。

麻疹查漏补种工作以每个村为接种点，共分29个接种点，实行责任分片包干制，明确任务，责任到人做到村不漏户，户不漏人。接种要严格按照接种规范程序为辖区儿童进行接种，至5月30日止，全镇对3063名8个月—6岁儿童进行接种对象摸牌登记，应种1935人次，共补种麻类疫苗共1717针次，其中（麻腮风疫苗xx08针次，麻风疫苗209针次，流出135人，83人缓种）圆满的完成了此次麻疹疫苗查漏补种工作的落实。

糖丸普服活动中我们积极争取村、幼儿园等有关部门的参与,争取各种方式提前做好应种对象的摸底登记工作,对发现未完成常规免疫接种的儿童及时登记并告知补种疫苗时间，无接种卡、接种证的补建卡、证。根据摸底情况掌握的人数，合理安排接种对象。在村卫生室张贴接种通知，注意事项，配备了急救药品，严格执行了体检-登记-接种-观察-健康教育等工作流程，对每一位接种对象上证、上卡，并上儿童预防接种信息管理系统。坚持“看服到口，咽下再走，吐了再补”的原则，无一例外带疫苗者，确保了接种安全及接种质量，活动结束后，我们对接种对象采取随机抽查的方式进行了快速的评估，接种率。本次查漏补种活动，辖区第一轮：常住人口应种1366人，实种1328人，流动补种17人；达到规定要求。第二轮目标内儿童应接种人群摸底数xx17 人，现将完成实接种人数 1397人，流动儿童补种21人，补充免疫接种率达98%。

儿童信息比对清查漏补种专项整治工作中为确保此次查漏补种工作的顺利开展，我院对27个村卫生室进行了督导，通过督导发现个别村卫生室没有及时填写信息采集卡、摸底进展缓慢或摸底统计存在问题，我院及时给予沟通和解决。另外，为确保疫苗的安全有效，在查漏补种期间，我院积极为辖区预防接种点做好疫苗的储备、领发登记、冷链运转等工作，在10月份查漏补种期间我院补种疫苗2443人份。由于此次查漏补种工作补种疫苗种类多，补种目标儿童范围大，补种时间短，工作任务重，数据统计较复杂，为此，我院在培训会议上对如何统计摸底和填写进行了详细安排，并要求各村卫生室一定要按时上报统计报表，现将各类疫苗补种情况汇总如下：

麻疹疫苗应种280人次，实种275针次，接种率为；脊灰疫苗应种578人次，实种554针次，接种率为；乙肝疫苗应种 292 人次，实种282针次，接种率为 %；乙脑疫苗应种 268 人次，实种257针次，接种率为 %；A群流脑疫苗应种 257 人次，实种248针次，接种率为 %；百白破疫苗应种 585 人次，实种577针次，接种率为 %；甲肝疫苗应种 135 人次，实种xx9针次，接种率为 %；A+C流脑疫苗应种 xx6 人次，实种xx1针次，接种率为 %。由于个别村卫生室摸底工作缓慢，数据统计不准确，和家长沟通欠缺，组织不利，或儿童家长不重视，不能在规定时间进行补种，造成补种率较低，多数村卫生室统计上报数据存在逻辑错误。另外，有的村卫生室为了节约纸张，用使用过的纸背面打印报表；有的单位用圆珠笔填写报表。由于我镇是城乡结合部，儿童流动性较大，加上儿童家长对预防接种的重要性认识不够，丢失预防接种证的现象较严重（主要是高年级的儿童以及流动儿童），给查漏补种工作造成困难。

>三、存在的问题：

1、个别村医村级报表与底册不相符；2、 个别村医新生儿上报不及时； 3、个别村医接种底册免疫规划资料整理不完整，不规范； 4、大部分村卫生室无疫苗出入库登记材料，免疫程序掌握不清楚； 5、接种证填写工作有待进一步规范和提高，要求疫苗的生产批号、生产日期、失效日期、接种医生、接种日期等每项都要规范填写； 6、 存在提前接种、漏种等现象

>四、 出现问题的原因：

1、 个别村医责任心不强，对免疫规划工作不重视；

2、 免疫规划资料不知道如何整理。

>针对以上存在问题，提出以下建议：

1、村卫生室要主动与辖区适龄儿童进行联系，做好相互沟通，对未补种的儿童再次督促，继续进行补种工作。

2、要大力开展儿童预防接种的宣传工作，提高儿童家长的意识，做好查漏补种工作；

3、因各村卫生室工作量大，人员少，应加强工作人员的培训，要求每个工作人员都能熟练掌握国家疫苗免疫程序，利于在集中进行查漏补种活动中开展工作；

4、虽然我院对村医进行过多次培训，但是由于我镇村医的素质不一，重视不够，造成摸底数据不准确，接种率较低。我院今后要进一步加强对村医的培训工作，提高村医的业务知识。

>五、 以后工作重点：

加强免疫规划工作人员的培训，提高村医业务技术水平，加强免疫规划工作督导，加强计划免疫监管采取有效措施开展加强免疫、疫苗复种和查漏补种工作，努力提高预防接种服务质量，提高接种率；采取多种方式开展计划免疫宣传，加大宣传力度，提高群众防病意识。

**市场供应等工作总结3**

时间一晃而过，弹指间，20xx年已过去。过去的一年在公司领导和其他部门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

（一）工作回顾

1、市场的布局：20xx年在去年2个地区市有业务的基础上，先后又开拓了济南、济宁、枣庄、聊城、德州、东营等市的业务，市场业务量的增大，为完成公司年初制定的奋斗目标奠定了基础。

2、合同的签订：全年完成签订的合同350份左右，其中检测合同267份，现状评价合同35份，预评价合同21份，控制效果评价17份，公共场所评价合同7份，通风系统评价合同2份等。

3、业务培训：年初针对市场发展情况，组织新老业务员的培训。特别是对新发展的8名区域经理，组织学习了《职业病防治法》有关内容。公司领导讲解了做好市场业务需要的注意事项，老业务员讲解了如何与企业沟通，怎样为企业服务的经验。提高了新加入业务经理的业务知识和做好市场的工作能力，为完成任务打下基础。

4、加大市场管理力度：定期不定期与市场工作人员电话联系了解市场情况，及时掌握市场人员动态，帮助解决市场人员遇到的难题。对签订的合同逐一进行编号登记，并填写《合同汇总表》，根据流程进行传递。并监督合同落实情况。对已完成的合同内容督促市场人员落实回款情况。

5、为提高公司的知名度，做好企业宣传工作。市场部今年先后在沂水，聊城，滨州，三个地市县服务大厅的《中介机构服务平台》进行了登记注册。为市场业务的开展提出了很大的帮助。

6、协同工作。积极配合检测部、评价部，做好各项工作。全年出车检测100多车次。安全行车里程10万多公里。顺利完成了各项保障任务。工作衔接顺畅有力。

7、合同的整理方面，完成合同登记350多份，为落实合同市场部和财务配合对完成合同检测评价的项目未到款项进行了催款。为了公司的长远发展和业务的连续性，对全年的合同进行了梳理，对企业名称、联系人、电话进行了登记造册，保持业务联系。

（二）、工作分析

1、20xx年度工作分析。全国经济形势不好市场竞争压力大的情况下，市场人员积极开展工作，克服各种困难。为公司的业务立下了不少功劳。

2、20xx年度的工作不足

（1）市场管理不到位，管理制度不完善未能形成一套完整的管理制度，对市场人员的把控力度不够。奖励机制，未能及时落实，影响了市场人员的积极性。

（2）市场人员业务水平虽然年初对市场人员进行了一次业务培训。业务培训没有常态化，使得市场人员未能真正掌握业务知识。在洽谈业务时，不能给企业以正确解释职业危害的重要性。

（3）签订合同不规范，在签订合同时未能严格按照合同内容认真填写。存在错字、漏项等问题，造成合同传递过程中和报告编制出现问题。

（4）服务不到位。市场人员认为签订合同就完事，对后期的跟踪服务不够。

（5）由于市场投入少，市场人员少，市场开拓力度不够，影响公司的效益。

（6）培养自己的业务人员少，兼职业务人员多。不利于公司的长远发展。

（7）报告编制慢，而且问题较多，对公司的信誉有一定的影响，进而对市场的发展产生负面的影响。

（8）由于签订合同不慎，无法履行合同，造成费用无法第一时间追回。

（三）20xx年工作计划

1、制定完善的市场管理制度，加大对市场人员的管控，加大对市场的投入，调动市场人员的积极性。

2、继续开拓市场，壮大市场队伍。巩固原有的市场，逐步开拓新的市场。20xx年达到全省每个地区争取都有专职的市场人员。开展业务遍布全省。重点培养一批自己公司的市场业务人员，提高他们的业务水平，增强服务意识完善奖励制度，调动市场人员的积极性。

3、多方位进行市场宣传，利用网络宣传等手段提高公司的知名度和信誉度，为企业服务好，确保业务的连续性，提高公司的效益。

4、负责完成公司领导下达的各项任务。

以上是我们市场部20xx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，不管工作中遇到任何困难我们都要不断积累经验，与各位同事一起共同努力，勤奋工作，刻苦学习，努力提高市场部自身业务素质，为公司的发展做出最大的贡献。

**市场供应等工作总结4**

转眼一年过去了，回顾过去，展望未来，博寿堂中医院市场部伴随着医院的发展也在茁壮成长，现将这一年市场部所做的工作做如下总结：

>一、关于市场部所做的工作

1、部门及制度建设：经过一年的市场洗礼，我院市场部目前为市场部经理x人，市场网络主管x人，健康专员x人，兼职业务专员x人，导诊x人；并形成了市场部的各项管理规章制度暂行草案《x医院市场营销绩效考核管理办法》、《导诊日报表》、《导诊就诊流程表》、《导诊职责》、《导诊考核表》、《导诊考核依据》，《专家讲座、义诊奖励方案》、《市场部制度》、《提成方案》、《市场部考核表》、《市场部考核依据》、《客服考核表》、《客服考核依据》、《市场部兼职人员管理制度》、《市场部管理制度》等十多项制度撰写和实施，对规范我院市场人员的行为起到良好的规范作用；

2、部门业绩：通过全员的共同努力发展我院会员x人，开展义诊、讲座等活动x场，其中包括雷锋日x义诊、去火车站举行x春风吹，情暖外来工的义诊、进社区志愿者服务为主妇送健康礼，关爱健康在行动，幸福明天共分享，并和滨海义工协会联手参加x启智中心义工活动，和《x时报》共同举办送健康进社区、《x》、小巷总理体检活动以及送健康进军营等等，并和开发区农行合作进行《x讲座》，及贵宾中医养生体验活动；和x共同举办百人大型讲座《x》，并在我院周边赞助太极拳队及x道健身操队，扩大我院的知名度和美誉度。

尤其在重阳节策划感恩尽孝活动，在我院企业文化建设中写下重重一笔尊老尽孝，并得到x电视台的新闻报导，20xx年工作重点转向送健康进校园，在泰达二幼、塘沽一幼、三幼、六幼及学前班、早教中心开展《小儿生理病理特点》的系列讲座，收到良好的社会效益和企业效益。联系居委会x家、企事业单位x家并均有持续良好的合作。

新闻媒体报导x次，其中《x时报》报导我院x篇，x电视台报导我院x次，x广播电台报导x次。

在网络推广中参与QQ群x个，参与策划x庆一周年PPT、市场部舞蹈《x》获表演奖，视频上传至优酷后，播放次数达x多次；搜搜百科上编制“于金”词条，浏览量达x多次；百度文库上传宣传x的文档x份，浏览量达x多次，被下载量达x多次。20xx年x月x日在百度文库创立“中医x”团队以来，团队排名由x多名已经上升到x名，由新手团、入门团、铜牌团、银牌团发展到金牌团。并对全院员工进行了百度知道应用的培训，吸纳x名员工加入到互联网推广工作。在x回答问题x多个，采纳率达到x%，级别升至八级。在互联网上积极地宣传了博寿堂医院。使用新浪微博宣传，粉丝已达x人，发送微博x多条。医院内网上发布各类报道、通知x篇。

>二、工作中存在的问题

1、关于部门及制度建设，市场17咳嗽迸浔覆蝗，目前缺策划主管和营销主管，网络推广主管随着x的加入，我院的网络推广工作得到了明显的改善，营销主管和策划主管一直在寻找中，现有合适人选，看医院是否给相应的岗位编制，关于市场专员也应有所扩展，每位主管下面应有x名得力专员，医院营销人才的寻找和培养是个大问题，如何寻找及培养以及找到后或培养好了怎样留住人才更是对我们市场部的极大考验。

2、关于在市场推广过程中和专家的默契配合，以及医疗项目的包装也是一大问题，就过去的一年市场部一直处于不断的努力学习和提高，加紧对我院专家的深刻认识，站在市场的角度发现各个专家身上的优势及其医疗项目的市场优势，希望在以后的医疗项目推出中可以参考市场部相关人员的意见建议，只有接了地气的项目在市场的推广过程中才有更好的社会和企业效益。

>三、20xx年市场部工作展望

总体来讲我院的市场部已经具备雏形，并可在我院的市场推广及品牌建设中发挥其积极作用，随着20xx年的到来，市场部应策划义诊及讲座活动应不少于x场，新增会员应达x人，市场部的人员配置应更加合理和完善，积极参与策划包装医疗项目（产品），并随着医保的正常开展，市场部工作重心应向开发高端客户转移。

**市场供应等工作总结5**

文案市场部××年度工作总结名称执行部门监督部门受控状态编号考证部门××年即将过去，市场部在公司领导的正确指挥下，各项业绩指标全面完成，并一举将我公司产品的市场占有率提高到××%，顺利进入行业三甲。为了继续保持目前的良好发展势头，同时也为了在今后的工作中减少失误，现将××年的工作成绩与不足总结如下。

>一、主要业绩指标及完成情况

市场部××年度主要业绩指标完成情况如下表所示。主要指标完成情况表指标名称市场占有率新产品贡献率重点产品贡献率销售额

>二、市场部主要工作

回顾××年度市场部主要工作包括以下几个方面。

1．市场调研工作本年度市场部在××月和××月共组织大型市场调研活动两次，总开支费用为××万元，取得了如下调研成果。

（1）通过对“××”新产品的市场定位的调研，明确了消费者购买人群、购买意愿、购买动机，为新产品上市工作提供了重要参考；

（2）通过对“××”产品的售后调研，了解了消费者对产品的期望和改进建议，为“××”产品的更新换代提供了数据支持。

2．市场推广活动

（1）市场部在本年度通过组织春季市场推介会和秋季新品发布会，在直接拉动销售××万元的基础上极大地促进了市场渠道的拓展。

（2）通过参加××展览会直接获得订单5张，销售额××万元，同时也宣传了企业。目标值××%××%××%××万元本年度实际达成值××%××%××%××万元同比上年度增长率××%××%××%××%

3．广告宣传活动

（1）市场部在省市电视台发布产品广告的总时数累计达到××小时，大大支援了销售活动，同时也促进了品牌价值的提升。

（2）市场部联合××艺术团举办专场演出3次，大大提升了公司的知名度。

4．市场部规范化管理的推进为了提升市场部的竞争能力，在本年度配合公司相关部门开展了市场部规范化管理运动，重新对市场部运作流程进行了规范，为明年工作效率的提升奠定了基础。

>三、工作中存在的主要问题

1．市场人员素质有待提高本年度市场部因业务拓展的需要共新招员工××名，因缺少企业文化及相关的岗位培训，致使违反服务规范，的事件屡有发生，已经对公司声誉造成了一定的影响。

2．市场拓展费用偏高虽然市场拓展工作取得了一些成绩，但同时市场拓展费用也创下了历史新高，同比我们的竞争对手，在销售费用率方面，我们已经落后了。

3．计划能力偏弱市场拓展计划在执行过程中屡次变动，致使一线市场人员不知所从，已经干扰了正常的市场推广活动。

>四、主要应对措施

1．加强内部市场人员的培训市场部计划在新的一年里重点加强对新进人员的培训，提升公司员工的整体素质。

2．加强预算管理强化市场部内部审核制度，并收回个办事处的自行开支审核权，统一由市场部进行开支审核，确保市场拓展费用的降低。

3．组织计划管理与执行方面的培训市场部拟通过组织计划管理与执行方面的培训，增强市场部管理人员的计划管理能力，同时强化基层市场人员的执行能力。

1、计划书要有明确目的

市场的开发需要“师出有明”，所谓的这个“明”就是要明确你此行市场开发的目的，只有这个目的明确了，你才能告诉你的你的团队和决策者你想做什么，你的目的是什么，意义何在，在这个前提下你才能取得决策者的支持，赢得团队的理解和配合，因而对于一个市场开发计划书来讲开篇之初明确市场开发的目的这是一个首要任务。

2、计划书要能清晰反映市场的特性

一个市场开发计划书在目的明确后找到这个市场的特性或者说特点，才能对市场的开发工作具有指导意义，这样的一个计划书才能让决策者对你所要开发的市场有一个大致的认识，也是你获取资源前提条件，因为不管对于一个新市场还是一个老市场来说，每一个市场都有各自的特点和区别，对于新市场来讲，由于过去没有了解，需要对市场进行重新的认识，而对于一个老市场而言，随着时间的变化各种情况在悄然无声的发生着变化，过去的经验可能成为后期的障碍，这就要对老市场进行再一次全新的审视和再次的了解，因而通过市场的调查掌握第一手的资料，对市场的全局有一个感性的认识和认知就是我们在市场开发前夕所要做的首要工作，一般情况下对与市场的对与市场特性的正确地认识，在进行市场调查时要从以下几个方面调查，首先是整体市场环境的调查，了解市场人口容量、文化程度、年龄结构、当地经济特色等大的指标，来确定我们的购买者。第二、是经济环境的调查，了解整体市场的消费能力和水平，为后期市场目标确定提供依据。第三、对人文环境的调查，了解消费者的消费动机、特点等相关指标，找到我们的消费者。最后、对零售渠道和零售业态的调查，了解主流市场在哪，确定我们市场后期进攻的方向。当然至于其它的市场情况的调查我们可以根据自身情况和产品特点去做调查内容的增减。通过这样的调查我们就会对市场有一个清楚地认识，通过分析找到所要开发市场的特性，找到后期工作的突破点和捷径。

3、计划书要客观反映市场情况找到市场的进入机会

市场竞争无处不在，在每一个市场不可能只有一个单品牌的孤立存在，我们会遇到不同的竞品，正是这个个不同品牌的同类产品构成了市场的价格体系和竞争的格局，同时也造就一个市场的氛围，作为对一个市场的开发而言，我们首先要正视这种格局和氛围的存在，从中了解和找到内在和本质的东西，解剖和找到出市场的空隙，其次，对于一个产品品类来讲由于其实用功能的不同，对于处于市场中的消费者而言就会存在购买习惯和场所的选择，再次，由于时间或者销售时机的存在，市场开发所采取的方式和方法就会不同，最后，由于各种复合因素的相互作用，市场开发存在不同的变数，但是通过找到这些不同就会找到市场的突破点、切入点和时机，成功的机会就会越大，因而对于一个市场开发计划书来讲真实反映了这些问题找到了这些点，也就向决策者指出了了市场开发的机会所在，让决策者看到了开发的希望，获取支持和实施的可能性就会加大。

4、计划书要明确竞争对手和找到竞争对手的优势与劣势分析

不是所有的竞品都是我们市场竞争的对手，只有和我们旗鼓相当、品类接近的竞品才是我们真正的对手，因而对于竞争对手的选择或者说找到竞争对手，就需要对市场的竞品进行斟酌和筛选，可能最终我们会找到一个或者两到三个对手，对于出现两个或三个竞争对手时这就需要再次聚焦对手从中找到一个对我们最具抗衡力竞品成为我们的对手，只有找到了竞争对手才能找到去要超越的目标，使市场的开发工作根据备针对性。在选定好竞争对手后，我们还需要做的工作就是对对手有一个清晰的认识，去对对对手进行全面的分析，了解对手的优势、劣势和我方可利用的机会和对手手给我们带来威胁，只有做到这两点才能让对手完全暴露在我们面前，市场计划书才能有的放矢，市场后期开发工作才能避实击虚。

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！