# 每日走访市场工作总结(必备21篇)

来源：网络 作者：雾花翩跹 更新时间：2025-05-18

*每日走访市场工作总结1为了确保本次客户走访活动不流于形式，杜绝弄虚作假行为，我行设计制定了客户走访工作底稿(分农户及小微企业两大类)，要求各单位高度重视客户走访工作，合理安排工作时间，组织信贷人员深入走访辖内客户，有序推进客户走访活动，要求...*

**每日走访市场工作总结1**

为了确保本次客户走访活动不流于形式，杜绝弄虚作假行为，我行设计制定了客户走访工作底稿(分农户及小微企业两大类)，要求各单位高度重视客户走访工作，合理安排工作时间，组织信贷人员深入走访辖内客户，有序推进客户走访活动，要求走访一户填写一户的走访工作底稿，农户走访工作底稿须经农户签字，小微企业走访工作底稿须加盖企业公章。客户走访活动结束后，各单位将工作底稿按农户和小微企业分类收集，装订成册后，报总行公司业务部审核汇总。

本次客户走访时间安排在6月份至9月份，正是一年中最为炎热的时候，我行信贷人员战高温，斗酷暑，在炎火烈日下奔走在农村金融服务的第一线，用辛勤和汗水确保了客户走访工作的顺利推进。至9月末，我行共走访客户户，其中农户户，小微企业户，圆满完成了省联社下达的走访任务。

**每日走访市场工作总结2**

本人自去年年底受聘于公司市场营销部以来，在领导的正确领导下，积极展开了市场调查、中心开业及中心推广一系列工作。转眼间，20xx年即将过去。回首这一年来的工作，尽管市场营销部为公司的贡献微薄，但总算迈出了发展的第一步。在公司工作一年来，完成了一些工作，积累了一些宝贵的经验从中取得了一些收获，也清楚的认识到了自己在工作中的一些不足，以下是自己对一年来工作方面的总结。

一、市场调研

1、市场信息的收集

2、信息分析和甄别

项目信息包括拟建、在建工程项目，按照功能分类汇总，并对各个项目信息的建筑概况，开发商，使用者等进一步调查，以确认和完善各项信息，作为业务拓展的一手资料。此外，项目信息需要保证其准确性和时效性。

对于市场调研收集到的已经在业务拓展中涉及到的所有信息按照竞争对手、投资商、开发商、业主、各地行业主管部门、物业行业政策等几方面进行分类汇总，整合存档。

3、市场部信息库的建立

市场部应当建立自己的数据库，通过对所收集信息的合理分类和系统整合，

市场调研收集到的所有信息及时录入，将为今后的工作提供便利。目前，医疗市场各方面信息量相对较少，而且不很全面，将在今后的工作中进一步完善。存在不足及改进措施：

1)部分信息错误、过期，影响到推广进程，今后的市场调研工作中应该加强信息的准确性和时效性。

2)市场调研力度不够，需加强，拓展更多的调研渠道，投入更多的精力于调研工作，以获得更多、更全面的市场信息。

3)信息未能系统整合，不便于查阅，需要建立完善的市场部信息库。

二、中心开业

开业活动今年也做了不少了，开业活动花费费用高且效果不是特别好。我认为不如把开业活动的费用放在宣传或者推广上。存在不足及改进措施：

开业活动尽量取消，或者以专家讲座的形式出现。多情媒体，尽量尽可能的在短时间内带来患者。

三、中心推广

1、软文：软文形式相对于其他宣传方式在于把需要宣传的内容以一种具有阅读性的方式进行传播。相对容易取得良好的效果。不过由于线下软文的载体只存在于报纸杂志等形式刊登，所以价格和宣传次数受限制。所以在未来宣传的选择上尽量减少大城市或快节奏生活城市选择该种宣传方式，而在小城市或刊登费用低廉的地区可以采用这种方式。

2、滚动字幕：飞播广告是今年在多个中小型城市中采用的宣传手段，飞播宣传价格低廉，宣传面积广泛，且因为通过各地方有线电视台播放，所以在当地具有一定收视的强制性，取得一定的效果。不过由于将来越来越严格的全国的广播电视管理和限制，未来这种宣传手段可能随着管制的严格而渐渐取消。

3、广播广告：广播宣传在本年度中进行几次宣传，都没有取得良好的效果。广播内容和专题采访节目没有取得很好的效果。不过广播的优势在于成本相对较低、目标受众年龄层贴合公司设备受众年龄层，且该人群具有稳定的收听习惯。接下来的宣传可以由固定的广播和专题讲座改为请科室专家做客广播台的医疗类节目，可以针对该人群进行特定的宣传和解答。

4、报纸新闻：报纸新闻宣传有的可信度和极低的费用两种特点，经常用在开业活动中进行一些采访和拍摄。后期除非有很好的新闻点或者培训会等活动，否则不太有机会再找到记者进行新闻性质的宣传。由于该种宣传方式非常高的可信度，制造适当的新闻点会给设备带来比较好的宣传效果

5、培训会和礼品：作为主办方的培训会需要邀请专家到场进行培训，对未来的转诊具有非常好的作用，不过缺点是花费的费用比较高。而且见效比较慢。如果作为其他会议的赞助商，被允许进行一段时间的演讲或者有一个展位则可以具有比较不错的性价比和一定的宣传效果，风险性较小。

6、社区活动：社区活动是未来宣传活动的重点方向。社区活动直接使医生面对患者，通过直接的沟通进行一对一的宣传活动。而且费用低廉、同时带来最直接的收益效果。

7、视频广告：视频广告受众面非常大，虽然有非常好的宣传效果，但由于价格过高所以不能在大城市进行宣传。未来电视视频广告的宣传方向是拍摄时间较长的宣传视频，在小城市中进行有针对性的宣传。存在不足及改进措施：

今年一年我们也用了好多方式推广，软文、社区及广播的效果还是不错的，今后我们会把软文及社区作为宣传的重中之重。

四、个人总结

只有摆正自己的位置，熟悉本部门基本业务，才能尽快适应新的工作岗位，没有熟练的专业知识，就不能胜任这项工作，熟悉专业知识是做好工作的前提。由于工作实践比较少，缺乏相关工作经验，工作中还存在很多不足之处，自己要自觉加强自身学习和修养，努力适应这分工作。所以除了自己要在短时间内恶补，还非常需要领导与同事的教导与督促。

自己要主动融入集体，处理好各方面的人际关系，才能在新的工作环境中保持良好的工作状态。态度决定一切，市场竞争日趋激烈，市场机制会愈趋规范，每个公司、每个人都会面临不断的变化，并不断会有新的挑战摆在自己面前，自己以一种什么样的态度去对待它，自己就会得到一种什么样的结果。耐心细致地做工作态度是对自己一种承诺，工作中养成良好的工作态度才能赢得总经理及同事们的认可。

必须要坚持原则落实各项规章制度，认真做到管理，才能履行好自己应尽的岗位职责。岗位职责是自己的工作要求，也是衡量自己工作好与坏的评分标准，自己在从事业务工作以来，必须要始终以岗位职责为衡量的标准，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。努力做到让领导满意，得到领导的首肯和信任。使自己在工作中的价值的到化展现。

要树立服务意识，加强沟通协调的能力。努力提高自己对工作的执行力，才能把分内的本职工作做好。工作中自己时刻提醒自己，工作中只存在上下级关系，无论是份内、份外工作都一视同仁，对领导安排的各项工作不能有丝毫的马虎与怠慢，在接受任务时，一方面积极了解领导的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。才能更好的协助其他同事的工作。

**每日走访市场工作总结3**

>一、工作具体情况

我是一名业务人员，针对公司的产品我的工作职责就是寻找到产品的意向客户，通过自己跟客户的沟通，能够达成客户和工作产品相关的合作意向，能够更好的将公司的产品推广出去。

我每天大部分时间都是在外面，前期是研究公司产品的整个方面，包括功能、优势等，在市场上做好市场调研，用具体的数字来分析公司产品的适用人群和受用的范围。我跑过很多的地方，也进行过市场调查，将公司的产品的受用人群的范围找到了之后我开始针对那些人群一个个上门拜访和沟通。

我一天大概可以面见xx个意向客户，通过自己对公司产品的了解，说服客户能够尝试和使用我们公司的产品，并且保证后续的一系列的售后服务。每次说服了一个意向客户的时候，我都非常的开心，因为这是自己努力得到的结果。

>二、收获和不足

在这份业务员的工作中，我学习到了很多。我学会了如何与人相处，如何能够让陌生人在短时间内能够信任我，可以坐下来认真的听我介绍我的产品。这些都是我做这份工作以来学习到的。除了这些，我的直观改变就是我变得自信了，在任何时候我都可以抬头挺胸的跟别人说话，也结实了很多不同圈子的人，这些都是我的“财富”，在我之后的工作上可以给我提供很多的帮助。业务员跑市场是很辛苦，但是却更能锻炼一个人。最起码的就是锻炼我的身体素质，我觉得我做这份工作以来，身体变得强壮不少，也不怎么生病了，脸色也变得好起来。

当然也有做的不好的地方，自己在工作的期间心态没有很好，自己的心情容易受客户的影响，这点自己在之后的工作上要不断的改进，我很喜欢这份工作，也会更加努力的完成好自己手中的工作，让更多的客户使用到我们公司的产品，提高自己的工作能力，到达自己的职业目标。

**每日走访市场工作总结4**

根据省联社的统一部署，为提升金融服务质量，更好地服务于广大客户，我行于20xx年6月份至9月份组织开展了“四抓四促”竞赛客户走访活动。为切实开展好“四抓四促”竞赛客户走访活动，我行认真筹划，精心部署，分工合作，上下联动，既注重客户走访效率，又注重走访实际效果，在规定的时间里圆满完成了客户走访任务。现将我行“四抓四促”竞赛客户走访活动开展情况报告如下：

>一、围绕目标，分工协作

省联社关于“四抓四促”竞赛活动的通知下达后，我行及时组织相关部室进行了学习，按照省联社“四抓四促”竞赛活动中关于走访辖内客户的要求，我行活动期间需走访农户10000户、小微企业1000户以上，如果农户或小微企业走访户数不足，农户与小微企业之间可按5：1的比例进行互换。围绕这一目标，我行明确公司业务部作为客户走访工作的责任部门，具体负责指导全行客户走访活动的开展，对客户走访任务进行了分解，将走访任务下达到各支行和营业部，并以总行文件的形式对有关要求进行了明确。此外，按照省联社的要求，我行领导班子成员也进行了分工，全员参与客户走访工作，每个领导班子成员至少走访农户50户、小微企业20户。总行领导的身体力行与率先垂范，对于我行客户走访活动的顺利开展起到了积极的推动作用。

>二、明确要求，做实走访

为了确保本次客户走访活动不流于形式，杜绝弄虚作假行为，我行设计制定了客户走访工作底稿(分农户及小微企业两大类)，要求各单位高度重视客户走访工作，合理安排工作时间，组织信贷人员深入走访辖内客户，有序推进客户走访活动，要求走访一户填写一户的走访工作底稿，农户走访工作底稿须经农户签字，小微企业走访工作底稿须加盖企业公章。客户走访活动结束后，各单位将工作底稿按农户和小微企业分类收集，装订成册后，报总行公司业务部审核汇总。

本次客户走访时间安排在6月份至9月份，正是一年中最为炎热的时候，我行信贷人员战高温，斗酷暑，在炎火烈日下奔走在农村金融服务的第一线，用辛勤和汗水确保了客户走访工作的顺利推进。至9月末，我行共走访客户户，其中农户户，小微企业户，圆满完成了省联社下达的走访任务。

>三、注重实效，加大投放

在走访过程中，我行更加注重走访所能取得的实际效果，努力加强与客户的交流和沟通，不仅走访有信贷关系的客户，而且还走访尚未发生信贷关系的客户，与客户进行面对面的交流，了解这些客户的生产经营、资金需求等情况，实地考察企业的生产运作过程，在巩固和壮大现有客户的基础上，为今后拓展和培育潜在客户奠定了良好的基础。根据走访时掌握的实际情况，我行对现有客户以及部分潜在的客户中符合贷款条件的客户，及时给予了信贷支持，解决其生产经营过程中的融资困难。截止8月末，我行各项贷款余额亿元，比6月初客户走访活动开始时新增信贷投放亿元，其中小微企业贷款余额为亿元，比6月初新增信贷投放亿元，新增信贷户数户。

**每日走访市场工作总结5**

市场部工作总结

20xx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20xx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。

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。

下半年市场部从以下几方面进行改进和提高：

一、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。

二、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。

三、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。

四、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。

市场采购上半年工作总结一

上半年即将告一段落，在公司领导的指导下，在各领导及各同事的共同努力下，我们认真完成了公司的各项工作任务，并取得了一定的成绩，总结如下：

一、完成工作方面：

1、完善采购制度，降低成本：根据材料采购计划，按时、按需对公司主要产品及辅材进行申购。在请购材料的同时，并把材料的价格信息及时提供给相关技术部门，为产品设计选材提供

图纸和成本估价。提高采购员的自身知识及业务水平，保证货比三家，质优价廉的购买到材料，减少工程成本，提高采购效率，提高企业利润。

为降低成本，通过寻找多方供方，做到询价、比价、议价，从中选择物美价廉的供方

2、与各供应商建设立并保持良好的关系，下半年进一步加强对供应商的管理，对每家来访的供应商进行分析了解，确保每一个合适的供应商的资料不流失，同时也利于采购对供应商信息的掌握，从而进一步扩大市场信息空间。建立合格供应商名录，对供应商进行评价和分板，合格者才具备供商资格。

3、工作中团结同事，能正确处理好与领导同事之间的关系，保持良好的沟通，充分发挥岗位职责，认真完成各项工作任务，协助相关部门的工作需要，能按照技术部的要求及时与各供应商进行沟通协调，尽努力按照我司的标准供应产品。

4、上半年的工程订单所需设备均可按时交货，未能及时到货设备也及时向上级反映，并做出相应的处理。供应商供货时也要求其提供必要的资料。

二、采购工作的几点体会：

1、公开透明的按采购制度程序办事，在采购前、采购中、采购后的各个环节都主动按受财务及其他部门的监督，有问题将会在第一时间反馈给上级领导。

2、围绕控制成本、采购性价比的产品等方面进行开展工作，采购员在充分了解市场信息的基础上进行询价、比价，注重沟通技巧和谈判策略。

3、加强对供应商的管理协调，合作过程中，采购员必须公正严明，最终为公司选择且具有战略伙伴的供应商。

4、逐步加强对设备及材料的价格信息管理，提高部门采购员的工责任感觉，下半年采购部将特别注重采购人员的工作分配，保证采购设备及材料信息的有效追踪。在专业知道得到提高的同时，业务素质及责任感非常重要，做一个有责任感的采购员，把好公司的进口关。

三、采购工作上的小要求：

对各部门的请购问题上，希望请购部门给采购部一定的采购时间，请购材料时做好请购计划，尽量避免当天请购要求当天要货，或是第二天马上要货。为此将打乱采购员的工作计划，急需的物料有可能会造成价格方面或运费偏高，不利于控制成本。请各部门做好请购物料的计划。

四、工作上的缺点和不足：

1、关于凤岗深联设备新装s11-250kva临时变压器工程，由于采购及施工过程中没有及时发现并提供相关的证书和报告，导致在工程验收通电时，出现了低压计量柜不符合标准的问题，给公司造成了极坏的影响，和很大的损失。此类低级错误是完全可以避免的，但是由于采购部的疏忽，给公司带来不必要的影响与麻烦，公司作出任何的处罚都愿意承担。通过这次的教训，今后的采购部工作要求更加完善，在设备进厂前，各种相关资料必须全部到位，后续并要求供应商设备如有任何的变更必须把资料补全。并了解市场的变化，要求各采购对设备要充分了解，避免此类问题再次发生。

2、供应商体系没有完善，对重要的材料/设备没有建立健全的资料库。工作的计划性不强，没有充分了解市场的行情，有关于东莞市变压器方面的变化情况没有掌握到位。部门与部门之间的沟通也未能达到理想的效果。

以上都是采购部现所存在的问题，自身所清楚的问题，我们会一一的克服，有什么做得不对或不到位的，也希望领导及各部门同事多提出你们宝贵的意见和建议，你们都是我们身边的良师益友，有你们支持，我们才可以进步得更快。

市场专项整治工作总结

为了严厉打击农村食品市场各类违法违规行为，切实解决和消除当前农村食品市场存在的突出问题和风险隐患，着力规范农村食品市场秩序，夯实农村地区食品安全监管基础，提升农村食品安全水平提高镇区食品安全保障水平，切实维护广大农民群众饮食安全，按照x县食品安全委员会办公室《关于印发x县农村食品市场四打击四规范专项整治行动工作方案的通知》食安办发〔20xx〕号文件精神，我所立即开展工作，着手制定工作方案和工作计划，深入市场和各村开展了农村食品市场四打击四规范专项整治行动，现将工作开展情况汇报如下：

一、强化责任，精心安排部署

在收到县食安办开展农村食品安全专项整治的通知后，按照镇领导的重要批示，我所积极行动，认真组织召开专题会议，学习领会文件精神。一是制定了《xx镇农村食品市场四打击四规范专项整治行动工作方案》，明确责任分工，细化工作任务，采取强有力的工作措施，扎实深入地组织开展好专项整治行动。对辖区开展农村食品安全专项整顿治理行动进行了全面细致的安排部署。二是成立了永宁镇农村食品市场四打击四规范专项整治行动工作领导小组，由政府副镇长任组长，食药监所副所长任副组长，食药监所专干、和各村食药安全联络员、协管员、信息员为成员的领导小组。

二、宣传发动，营造整治氛围

专项整治工作总结报告为全面加大食品安全法律法规和相关政策的宣传力度，使农村食品市场四打击四规范专项整治行动家喻户晓、人人皆知，形成严厉打击农村市场假劣食品，切实保障农村食品安全的高压态势。积极组织各村驻村干部和各村食品安全协管员、食品安全信息员、食品安全联络员对辖区群众进行食品安全法律法规和相关政策的宣传。提高群众的防范意识和识别能力，程度地杜绝假冒伪劣、有毒有害食品在农村市场流通、倾销。

三、突出重点，深入市场整治

我所执法人员深入对镇区的农贸市场、超市、食品流通单位、餐饮服务单位、食品生产小作坊等进行集中检查。一是全面清理农村食品批发、零售者的经营主体资格，重点对无生产厂家、无生产日期、无保质期、无食品生产许可、无食品标签的”五无”食品违法行为和无证无照、无合法来源、违规滥用食品添加剂等生产经营行为进行了仔细检查，二是严格落实食品经营主体责任。监督食品批发商、零售商严把进货关，督促其切实做到不进、不存、不销假。全面规范农村食品市场。三是对工作人员健康证、环境卫生、各种记录、购销票据等进行检查。

四、专项整治，监管卓有成效

通过本次四打击四规范专项整治活动，进一步加强了我镇食品监督执法管理机制，促进了食品流通单位、餐饮服务单位和食品生产小作坊质量安全管理水平的提升，从业主体质量安全意识和诚信意识增强，食品儿童食品和校园及周边食品问题得到有效遏制，食品质量安全得到有力保障。

**每日走访市场工作总结6**

目的在于吸取教训，提高销量，以至于把工作做的更好，以至于有信心也有决心把明年的工作做的更好。下面我对一年来的工作进行简要的总结。

在\*\*\*\*年当中，坚决贯彻xx厂家的政策。学习、制定销售各环节话术，公司产品的核心竞争优势，和市场部共同策划宣传公司的形象、品牌的形象，在各媒体广告里如；广播电台、报刊杂志、、、、等，使我们公司的知名度在太原市场上渐渐被客户所认识。

部门全体员工累计发短信三万余条，团队建设方面；制定了详细的销售人员考核标准、销售部运行制度、工作流程、团队文化等。这是我认为我们做的比较好的方面，但在其他方面工作中我们做的还有很大的差距。

从销量上看，我们的工作做的是不好的，销售业绩的确很不理想。客观上的一些因素虽然存在，在工作中其他的一些做法也有很大的问题，目前发现销售部有待解决有主要问题有以下几点：1.销售人员工作的积极性不高，缺乏主动性，懒散，也就是常说的要性不强。

2.对客户关系维护很差。销售顾问最基本的客户留资率、基盘客户、回访量太少。

一个月的时间里，总共八个销售顾问一天拜访的客户量20余个，手中的意向客户平均只有七八个。从数字上看销售顾问的基盘客户是非常少的，每次搞活动邀约客户、很不理想。

导致有些活动无法进行。3.沟通不够深入。

销售人员。

**每日走访市场工作总结7**

20xx年对于整个公司的发展至关重要，对我个人而言，这一年充满着挑战，机遇与压力并存，在这一年里我学习了很多、成长了很多，不但使自己的业务水平走上一个新台阶，同时在应变能力和处事方法上也有很大进步，现就将我个人在20xx年中的收获和体会进行总结，敬请领导批评指正。

一、做好前期调查，做到有备无患

1、做好调研，充分了解市场情况。

通过在公司几年工作的积累，我认识到要想在一个地方拓展业务、设立公司，必须对当地市场有一个全面的了解。这样我在被公司调往调兵山公司工作后，我下了很大的功夫对当地燃气情况进行了细致的了解。通过调研，我发现目前东北地区燃气市场非常混乱，竞争也异常的激烈，不但有一些老牌大型燃气公司，也有一些集团公司新近转型到新能源行业队伍中，更是充斥着房地产、供暖和土建等小老板，可谓“全民皆燃气”，竞争的激烈程度是我始料未及的，我公司想要在这样的市场环境下“分一杯羹”绝非易事。

2、分析自身优势，找准工作切入点。

在对整个东北燃气市场进行详细的了解后，我又对本公司的优势进行了分析，首先，我公司属于民营企业，虽比不上中石油、中石化等大型国有企业实力雄厚，但是我们的决策机制相当完善，在对事情的决策上，不像大型国企那样需要很长一个过程;其次，我们公司虽说名气没有那些大型的国有企业那么响亮，但是我公司也属于正规的燃气企业，在外也有一定的知名度，不像当地这些房地产、土建和供暖公司老板那么业余，对于一些中小城市来说我们公司是一个不错的选择;第三，我们公司的业务面很广，项目的合作方式灵活多样，一些大型国企和当地企业不能完成的，我公司可以独立或分项承包，这样可以和那些个人、小老板找到不少合作机会。

二、开展工作，认真完成各项工作任务

1、工作中，我始终秉承着一种“想要了解市场，就必须深入市场”的思想，在20xx年调入市场一线工作岗位后，我通过实地调查和细致了解后，在领导和同事的帮助下，完成了实地调研项目18个，编写项目报告7篇、项目建议书15篇，不但让我对整个燃气市场有了更深的认识，而且也给公司今后的发展提供了第一手宝贵的资料。

3、20xx年我全程参与了辽宁恒泰利民节能减排有限公司的收购工作，从初期的公司市场调查，到各种审计，最后到顺利接收，虽然是刚刚接触这些工作，但是我在其中也起到了一定作用，更重要的是这样的一次经历将对我今后的工作产生重要的影响。

4、在对现有工作的深入了解和调研后，我编写了辽宁恒泰利民节能减排有限公司、松原广燃燃气有限公司的相关体系文件，让我对母站、子站的具体运行规则、管理方式等增强了了解。

5、工作中，注重发挥自身优势，积极配合公司领导和相关部门完成相应工作。如参与康平项目时，我发挥了以前在办公室工作时的特长，编制招商合同并顺利与政府部门签订，确保公司项目顺利进行，并完成康平项目前期注册工作。

6、在孙吴项目中，我吸取以前的经验，“少说、多记、少问、多听”，注意收集对公司有利的信息，并及时汇总编写项目报告向股东汇报;在领导和同事的共同努力下，历经两个多月的调研、协商、可研、尽职调查、谈判，孙吴项目最终顺利签约。

三、加强学习，注重提升个人素质

一直以来我主要从事管理工作及行政、人事工作，在20xx年开始接触市场开发、区域经营工作。对于新从事的岗位，这一年我积极的从基础学习，了解公司运营模式，了解市场开发工作流程，摸索有效的工作模式，在公司领导的支持下在同事的帮助下，我取得了长足的进步。

我将实践工作做为了解市场开发和提高个人素质的学习机会，从实践中去学习理论知识，再将学到的理论知识，应用到实践中来。不断改进学习方法，讲求学习效果，“在工作中学习，在学习中工作”。

通过一年的工作实践，我现在不仅能有效的从事管理工作，更可进行市场的相关业务，同时我也有信心做好区域公司的经营管理工作，我正在努力将自己向多方面人才发展自己，将自己打造成适合公司未来平台的人才而努力。

四、工作收获分享

通过近几年的工作学习，通过业务实践，通过取得的工作成绩，我在20xx年有一定的工作收获，主要有六个方面。

(一)有效分析业务信息，对市场业务敏感

**每日走访市场工作总结8**

进入公司快半年时间，由最初的坐在办公室看文件，到现在东奔西走，我开始正式融入这份工作，也慢慢喜欢这份工作。现将过去的五个月作以下总结。

1、2月份刚进入公司，主要是对公司日常运作以及本职工作的一个了解阶段，通过查阅公司的各类文件和同事聊天了解公司情况和工作职责。作为市场督导，首先要了解自己的货品，哪些畅销，哪些滞销都要清楚，同时还要具备一定的专业知识，演讲技巧。再者，要保持积极，持之以恒的工作心态。

2、3、4月份出差本省、四川，重庆等地，在这这段时间我第一次接触实体店铺。在这过程中，也发现很多问题，包括货品，专柜形象，人员管理等方面都出现不同程度的漏洞，这也是我以后工作必须注重的，也深知市场督导作为公司与代理商的纽带，必须有专业的知识，良好的沟通能力、管理能力和十足的热情和责任心才能把工作做好。

3、5月份主要是订货会的相关事情，由前期的准备阶段到订货会结束，提升最快的是对货品的陈列方面。通过市场部其他同事的指导，我对货品的陈列有了很大的进步，也分清三个品牌不同的陈列风格。但目前掌握的还是一些基本的陈列方法和局部的陈列方法，对整个卖场的陈列，和突显品牌风格的陈列方法还没能掌握。陈列没有固定的方法，需要不断去尝试不断去学习，特别是一些国际品牌的陈列更值得我去学习。

4、6月份出差武汉，主要针对店员进行培训和协助销售。6月份的出差可以说是对我前期知识积累的一次检验。在武汉驻店期间，对员工培训了基础知识和服务礼仪，基本可以流畅地讲完课程，但这过程中发现自己对皮料的了解还不够透彻，包括皮料的种类和皮料的护理方法。在驻店期间除了培训，大部分时间都是做销售，一方面可以让我更了解货品，了解陈列；另一方面增加销售经验和卖场管理经验。对于我来说，这些经历对日后工作将会有很大的帮助，特别是做培训的时候，有相关的卖场经验会更容易让销售顾问去接受我的一些见解。

对我来说，皮具行业了解尚浅，要学习的还有很多。正因为这样，我必须以十足的热情和努力，不断提升自己。

下半年工作计划

下半年的工作继续围绕着提升专业知识开展，同时加强对整个行业的了解。现将下半年工作做以下计划：

1、继续加强自己的专业知识，熟悉新货品的销售情况。继续加强对培训资料的熟悉程度，加强普通话的锻炼。

2、了解所有竞争品牌，包括其品牌文化，产品风格，产品价位以及销售情况。

3、争取下半年能够出差不同区域，了解全国市场情况。

4、争取年底有自己管理的区域，把之前积累的经验拿到实际管理中去，提高自己的管理水平，提高区域销售业绩，为公司创造效益。

通过近期对我所负责卖场的了解，发现多数区域人员对于销售工作仅仅停留在单一的送货――售后――回款的工作方面。工作非常被动，不能主动的找出问题、优化环节，缺少了最重要的客户掌控、渠道掌控和终端拉动。部分销售人员对于自己的工作职责含糊不清，只做了最表面的基本工作。根据一些实际情况，我冒昧阐述一下市场督导岗位的工作职能。

督导工作不能仅仅局限于促销员管理方面，一方面督导要提高自身的素养，包括对于销售技巧和手段的认识，处理促销员在销售工作中出现的难题；另一方面提升自身的管理能力与协调能力，善于处理促销员与门店负责人、促销员与其他公司促销员、促销员与店员之间的种种或大或小的矛盾。

我作为一个市场督导人员，下面谈一谈本人的工作体会及经验总结：

（1）帮助销售

市场督导应该连同培训师一起，对于无促销员渠道的店面，进行简单有效的销售技能培训。要让经销商和终端门店负责人认识到，我们不仅仅是机器上了柜，同样我们一直关注、关心他们的整体销售。对于销售技能方面，我们给他们进行帮助培训，让他们对我们公司的形象、人员素质留下好印象，并让其感受到我们是实事求是地在帮助他们。同样，他们的感激心理能帮助整体的销量提高。对于合作方面，这些都是保持良性发展的必要条件。

（2）惯性推销

在帮助销售的同时，认真教会门店店员关于金立机型的独特卖点和销售技巧。通过这样的培训，店员如果能够按照教授的方法卖出机器，肯定在内心有一定的成就感和满足感。这样，在再一次向客人推荐金立的机型时，在信心上都会有一定的提高。通过多次的成功，很容易就会形成：某些店员专会推荐金立的机型，而且成功率非常高；以后有客人上门，都会主动的推荐金立的机型。这就是成功的惯性推销，这对于我们金立手机在终端门店冲量是很有效果的。

（3）灵活促销

促销，无论在哪一行，都是一个客观存在、无法回避的常见主题。受天时、地利及人脉的限制和影响，其资源和方法往往有很多种，这就需要我们头脑机敏地巧用资源、广开思路、目标专一、灵活促销。也就是根据不同情况，在不同场合，用不同方法对待不同的顾客，达成销售。

从分析顾客心理的角度，往往能挖出更多顾客的消费潜能。顾客能走进卖场，不外乎两种情况：

第一，确实是来买手机的。这个时候，往往要采取先势夺人，以最直接和最有效的方式来吸引顾客的注意，从而达成向他推荐手机的目的。

这里的“灵活促销”，体现在促销员及督导员如何通过对顾客的第一眼观察并迅速准确地对观察信息作出相对准确的判断，或者根据顾客的信息反馈迅速通过口头语言消除他的一些心理障碍，清除他的一些心理干扰，拉近顾客与手机柜台的距离，进一步打开顾客信与不信的心扉。综上简述，就是“巧观顾客，当机立断”。

第二，可能是来买手机的。这里，又可分为两种，一种是想买，但没带钱的；另一种是带了钱，但不一定当下就买的。这里的“灵活促销”，体现在与顾客良好的互动过程中。构建与顾客和谐无障碍的沟通聊天平台，打开顾客情感的心扉，通过情感互动的方式，了解顾客的真实需求以及客观困难，促进这位顾客这一次或者下一次前来消费。简述之，即“情感互动，和谐营销”。

转眼已经到了xx年7月份，根据自身的实际情况，我对自己xx年上半年工作做出了评定和总结，提出了需要改进的地方以及解决方法。

一、岗位职责

作为公司市场部督导这一职位，我在工作上有很多不到位的地方，没有使用好公司下发的考核标准。做事总是想到哪做到哪儿，工作没有合理的计划和总结，没有正确的工作方法。工作起来比较麻木，总是急于解决问题，做不到冷静的思考问题，没有合理的解决问题根本策略和方法。

解决方法：拟定一个属于自己的工作流程，每天按照此流程来展开工作（对每一项事情的了解和问题的处理都设有时间的限制），这也就是被迫提高工作效率。经过一段时间的磨合，相信自己在工作方法上会有所改进，并且工作效率也会有所提升。

二、业务情况

20xx年在公司业务方面，得到了小部分的成果，但其中也有很多是鉴于公司同事们的帮助和鼓励。我们的军团军规中有这么一句，当你进入一家讲究实效的公司，请用你的业绩说话。

在工作中总会提醒自己：所有出现的问题只有自己解决，等到别人的只有参考的意见和鼓励的话语，凡事全部需要自己才能解决，没有任何人来帮助你完成它。这样自己的依赖性就不会那么强，所有的问题只有自己去寻找解决方法。再苦再累，只有你的业绩才能证明你的能力，其它所有的只是空谈。

三、团队协作

上半年工作中总结出：现在的公司只有较强的个人能力是不行的，拥有公司的团队协作精神才是最为重要的。再强的个人永远比不上一支优秀的团队。目前团队的建设将成为下半年度的工作计划。在团队中我总是教导我的管理者，必须做到以身作则，严格要求自己。店铺的管理者需要的是解决问题的方法，而不是我们帮助他们解决问题。对于如何培养员工：只要员工犯的不是原则性问题，我们基本以引导和教导为主。员工不是被骂成才，她们同样也需要赞美和鼓励的话语，多给信心。

四、存在问题

1、自我学习力不够，总是需要鞭策

2、工作还有潜力没有全部发挥，需要改进工作方法

3、对于平时的培训及会议记录是有，但只是流于形式，没有最后的总结，采用和实施

五、解决方法

1、合理地安排自己的学习时间，没有特别重要的事情，不可打乱学习计划

2、给自己制定工作流程，不断改进工作方法，学习优秀的人是如何有效地安排自己的工作时间，利用好五项管理

3、在培训和会议之后学会总结和分析，分析出自己目前的工作问题，总结出自己如何更好的执行和布置工作。在实施之前做好充足的准备，将计划详细，实施的时候就比较轻松。

**每日走访市场工作总结9**

并对部门内人员工作内容作了更加明确的分工。 2、努力提高信息管理工作的团队协作精神，明确公司整体协调一致的工作要求。

杭萧钢构事业必须靠全体人员共同努力，高度服从指挥，整体协调一致，才能保持可持续的增长和健康的发展。所以，把教育本部门人员加强与办事处的沟通和协调，与其它部门人员的协作作为一项日常工作来抓，同时敦促办事处不但要做好业主的销售前的服务工作，还要增强为企业内部其它部门提供工作允许范围信息或工作便利的服务意识。

上半年策划正式培训2次，共65人次。其中马孝平、周红萍、陈勉志等人经培训后已前往各地办事处担任领导工作。

二、杭萧钢构品牌推广工作 品牌是企业的整体实力的综合反应，每一个成功的企业都有一个响亮的品牌。杭萧钢构的品牌效应在今年上半年的业务接洽起着十分关键的作用。

这主要得益于公司高层决策领导始终如一的高度重视和多年来持之以恒的高投入的品牌推广工作。由于品牌影响力的不断增强，业主接受杭萧钢构产品的概率大提高，市场开发助理宣传自身企业和钢结构业绩的投入也会逐步减少。

作为公司品牌推广的职能和主导部门，市场部充分利用各种行业协会、展览会及各种媒体进行了长期的、大量的、细致的、有效的品牌推广工作。并经过，为安徽杭萧钢结构有限公司在南京、合肥两个省会城市周密地组织和精心地策划了有中国建筑钢结构委员会主要领导和省建设厅领导参加的大型推广会，取得了预期的效果。

事先策划好的股份公司在福建省会福州举办的品牌推广会因“非典”影响而推迟至下半年。 三、业主与合作单位客户接待工作 客户接待工作是一项纷繁复杂而又十分重要的工作。

它既是众多现实和潜在的客户了解杭萧钢构的重要窗口，又是公司展示自己外在形象和综合实力的平台。对公司业务的接洽起至关重要的润滑剂作用，有时甚至直接决定着业务的成败。

在布置客户接待工作中，首先是对该项工作从思想上十分重视，能以热情和真诚为原则来对待每一个客户。其次，以毫无怨言地奉献自己的休息时间和毫无保留地付出自己的辛勤努力为必要前提，并善始善终，一如既往，持之以恒。

再次，能发扬单总提出的一元钱精神，力所能及地降低接待成本，杜绝接待中的一切浪费，并把节省成本当作自己工作的一个方向和目标。但这不是说无限度地减少接待费用，以牺牲接待效果为代价。

在尽量节省开支和保证接待效果上，把握好一个度。一方面与相关的各大餐饮、宾馆、娱乐等企业签订了协议，获得了最大程度的优惠。

另一方面我们对每一环节和步骤都加以推敲和权衡，厉行节约。使这项工作既能领导和商务部、办事处人员充分的肯定，又能得到客户良好的评价。

上半年接待客户99批次，共401人。 四、日常行政工作和内部管理工作 1、杭州的营销和技术系统的日常行政工作已形成市场部的工作职能之一。

部门人员为此付出相当多的时间和精力。但经过努力后，不但使日常管理开支大大减少，而且使这项繁杂烦碎的工作做得更加井井有条和严谨周密，得到了绝大多数领导和员工的一致好评。

2、费用的管理： 市场部承担着营销系统乃至杭州总部各部门费用的审核、报销工作。我们能够严格按照公司制定的各项制度来控制各项费用开支。

同时制定了营销系统办公用品的购买、申领制度。做好杭州总部的财务管理工作。

3、办事处人员的辞退和招聘： 年初为了完善办事处的管理，本部门会同商务部和投标办制定了办事处管理细则，每月进行考核。对不能胜任本职工作的人员进行淘汰，截止6月底，共清退人员12名。

同时广纳人才，配合人力资源部和营销系统其他部门开展招聘工作。上半年共招聘26名各类人才充实到营销系统各部门、办事处任职。

**每日走访市场工作总结10**

所以，客户经理的现场走访工作在整个卷烟销售工作中起着十分重要的作用，而客户经理能否有效通过现场走访，来提高卷烟销售业绩和零售客户的满意度，就必须要提高客户经理在现场走访工作的执行力。

一、准备工作是提高执行力的基础。 执行能力的高低并不是一朝一夕的事。

就像客户经理走访市场这项实际工作来说，走访前的准备工作必须做充分。 首先、要确定第二天要拜访哪条线路及拜访几位客户，如果有上次拜访无人的客户就要特别加标示。

其次、对第二天走访内容要牢记在心，不要到了客户店里只是几句客套话，而把公司要传达的信息没有完全传达到客户处。第三、走访时应带的必备工具（如：笔、记录本、留言小纸条、空白标签等等）。

第四、要对客户平时订购的卷烟要特别了解，是否积压或畅销要心里有数。这样在走访中出现客户对货源的抱怨我们客户经理在第一时间就能沉着应对。

只有自己有准备了，在走访中才能将各种工作进行有效执行。 二、细致沟通是提高执行力的保障。

有了准备的走访是我们工作的前提，在走访中如何切实有效沟通做好工作或者达到客户与公司双赢目的，这就要客户经理在工作还要具备对症下药的功夫。比如：资金不充足的家庭小店，经营能力较小，流动资金不足导致进货有顾虑，担心一次进多了难卖，或是要等到烟卖完了，而第二个订货日还没到。

对于这部分客户我们要通过重点走访，对客户进行详细宣传，并对其经营的环境和月销量进行分析，组织合理的货源数量，减少客户的担忧心理。同时，在一些农村集镇上，卷烟销售低价竞争现象较多，对上述低价销售情况，作为我们客户经理首先就要做好明码标价工作，告知客户以零售为主，让客户自觉提高对卷烟利润的珍惜程度。

对经常性降价销售客户或扰乱卷烟市场要采取缩减计划，维护正常的卷烟经营秩序。所以，走访工作中和客户的沟通有了针对性，提高执行力才会有保障。

三、及时总结是提高执行力的最佳途径。 客户经理走访后的总结工作是必不可少的。

总结就是对已做工作的认识，而落实是执行力的体现。总结出还没落实的工作就要把他记录下来以下次走访来解决，目前实行的客户抱怨库也是一种很好的体现。

客户经理把自己不能解决的问题摆上来让大家出谋划策，是一种团队的力量，来通过交流与学习，以更好地提高自己在现场走访的执行能力。【字号：大中小 | 颜色：浅深红| 打印】。

**每日走访市场工作总结11**

1、情况回顾

年终总结这是总结的开头部分，叫前言或小引，用来交代总结的缘由，或对总结的内容、范围、目的作限定，对所做的工作或过程作扼要的概述、评估。这部分文字篇幅不宜过长，只作概括说明，不展开分析、评议。

2、经验体会

这部分是总结的主体，在第一部分概述情况之后展开分述。有的用小标题分别阐明成绩与问题、做法与体会或者成绩与缺点。如果不是这样，就无法让人抓住要领。专题性的总结，也可以提炼出几条经验，以起到醒目、明了。运用这种方法要注意各部分之间的关系。各部分既有相对的独立性，又有密切的内在联系，使之形成合力，共同说明基本经验。

3、今后打算

这是总结的结尾部分。它是在上一部分总结出经验教训之后，根据已经取得的成绩和新形势、新任务的要求，提出今后的设法、打算，成为新一年制订计划的依据。内容包括应如何发扬成绩，克服存在问题及明确今后的努力方向。也可以展望未来，得出新的奋斗目标。

**每日走访市场工作总结12**

为了加大供电优质服务宣传力度，树立良好的公司形象，按照农电工作部开展“金牌服务大走访活动”的要求。根据《石家庄农电金牌服务大走访活动实施方案》的具体工作内容，藁城市供电公司开展了金牌服务大走访活动，现将本次活动情况总结如下：

>一、制定出了本次活动的详细实施方案。

成立了藁城市供电公司金牌服务大走访活动实施领导小组。

>二、组织了上街宣传活动，分别在藁城市人民广场、各供电所所在的乡镇开展宣传。

共出动职工300人次，宣传我公司有关用电政策和公司优质服务工作开展情况，发放安全用电、科学用电常识等宣传材料10000余份，现场解答客户用电方面有关问题220人次。每个供电所成立了服务小分队，深入到社区、农村、幼儿园、敬老院、孤寡老人家中提供用电服务。得到了村委会及广大群众的一致好评。

>三、开展了入户走访活动，发放征求意见卡A卡50份，征求意见卡B卡600份、征求意见卡C卡3000份。

在走访过程中，我们正确对待客户评价，虚心接受客户批评和建议，认真填写调查内容，热心解答用户问题。通过对意见卡进行汇总整理，客户对我们的服务工作给予了高度评价，对我公司服务人员的服务技能、廉洁自律方面的评价满意率100%，对我公司服务总体评价满意率100%。

>四、充分发挥95598热线的功能。

利用95598热线对今年新投运的容量在500KVA及以上的客户进行了电话回访，大家一致认为我公司办理新装、增容业务的手续简便、快捷，服务过程顺畅，供电方案技术性好、合理。

>五、召开了“大客户座谈会和重要客户代表座谈会及行风监督员座谈会，共邀请客户代表及行风监督员45人参加座谈。

>六、客户反映的问题汇总。

1、南孟组附近村反映春灌期间，供电电压低。

2、停电信息公布形式要多样化。

>七、整改措施。

1、随着南孟站的投运，10KV分路供电半径变小，电压质量会增强；

2、停电信息公告除了在藁城报、电视台、95598热线公告外，还可通过定制短信了解停电信息。通过本次开展金牌服务大走访活动，展现出了我公司良好服务形象，增强了企业与客户的沟通，通过听取客户意见，

了解了客户需求，在工作上取得了客户支持与理解，为使公司优质服务工作再上一个新的台阶及20××年民主评议行风目标实现奠定了良好的基础。

**每日走访市场工作总结13**

在此大环境下，作为华南楼市代表的广州楼市也展现出相应的特点，包括：市场完成了从供不应求到供大于求的转换，土地拍卖市场遇冷，一、二手楼市双双“量缩价跌”，行业面临洗牌，等等。

一、宏观调控政策风云变幻，密集出台，上半年“稳健、从紧”，下半年“积极、适度宽松”，但是金融危机大环境下楼市调整的格局已经形成，观望气氛无法打破，一、二手行业双双陷入困境。

不过，由于楼市调整的大格局已经形成，再加上金融危机之下市民“现金为王”的理财观念，频频出台的政策始终无法彻底打破预期已经改变的置业者的观望情绪，因此并不能够令广州楼市的成交从低谷中走出来。在此情况下，包括大开发商在内的大多数开发商一方面难以获得资本市场和商业银行的融资、信贷支持，另一方面新房的销售情况又不理想，腹背受敌，只好用降价这个最原始有效的方式加大楼款回笼力度，缓解资金紧张的困局与一手开发企业的窘境一样，广州的二手中介行业在经历了过去几年的高速扩张之后，面对突然降温的市场也不得不收缩阵线、开源节流。为了应对市场变化，一些品牌大中介纷纷开展与一手开发商的“一二手联动”代理合作，力争多渠道度过经营难关。

二、土地出让市场低迷，年度土地出让指标两度调低仍无法完成，“底价出让”、“流拍”成为常态，中小开发商趁机抄底拿地，取代大开发商成为土地出让市场的主角。“地王”表情尴尬，纷纷难产。

在地价回落的同时，包括员村绢麻厂地块在内的“地王”表情尴尬。以员村绢麻厂地块为例，缴纳土地出让金的大限早已在7月份过期，由于开发商没有履行合约，按照正常手续该地块将会被收回，但是至今无论是国土部门还是地产商都三缄其口，不得而知。在xx年年产生的多个“地王”中，尽管对外宣称的理由各不一样，但是基本上都选择了“拖”字诀，动工的是极少数。开发商们对“地王”的冷处理，资金链紧张导致开发困难是一个原因，而现时不少“地王”所在的板块“面粉比面包贵”也是现实。

不过尽管如此，广州在10年出让的地块加上之前两年开发商拿下的地块，仍然足以满足未来两三年的市场供应需求，郊区地块的大量出让还有可能在局部市场形成比较突出的供大于求。高价地与低价地同台共舞将大大考验房地产企业的开发智慧。

三、新建商品住宅交易登记面积大幅减少，成交均价从xx年第四季度的万元高位回落至9000多元/平方米；市场供求格局转变，明显供大于求，消化率仅为。

总体来看，20xx年广州市区的一手楼价依然比较坚挺，老城区、珠江新城等繁华区域的商品楼盘成交均价普遍保持在万元以上，但是花都区等远郊地区的楼盘价格回调比较明显，从去年高峰期的5000-6000元/平方米左右回到3000-4000元/平方米左右，与xx年、xx年的水平相当。

四、存量住宅交易登记面积同比大幅减少，回到xx年之前的水平；二手楼价从高位振荡下跌，但是整体水平仍然高于xx年年；自住刚性需求成为楼市的主导力量。

五、展望20xx年，在复杂的宏观经济大环境以及供大于求的行业环境下，广州楼价仍有小幅下调空间，“紧贴经济脉搏，低位盘整等待回暖时机”将会是09楼市的典型概括。

**每日走访市场工作总结14**

回首20xx年的销售历程，我经历许多没有接触的事物和事情；见识了很多从未见识过新鲜；似乎从一开始，新年带来的一切都是新发展、新要求，摆在我的眼前，昂首只能选择前进。

总体观察，这一年对我取得长足进步；不论与客户的谈判，还是销售经验与新客户的接洽工作，都在不断进步中。

1、非洲片区：

单分开南非市场，我们非洲市场仍不理想；目前销售区域仍是集中在埃及和突尼斯，建立贸易关系的有3家，20xx年有销售来往的只有两家，其中一家埃及大客户因为付款方式无法达成一致而取消大约30万美元的订单；但是埃及另一客户的贸易额由去年的一万多美金增大到近7万美金；突尼斯客户的贸易额也由去年的六千多增到一万美金；随着我司产品在市场的布局成熟与质量的提高，坚信能在北非市场有更大份额；

2、南非片区：

目前南非市场客户共计5家，由代理XXX公司负责管理销售区域，我司监督；目前主要区域在约翰内斯堡，然后在德班和开普敦各有一客户；现行主导销售产品是制动分泵；销售额由去年的不到8万美金，增加到今年的18万余美金；初步预计20xx年销售额达到28万美金，并向30万发出挑战；

3、中东市场：

20xx年有贸易来往的中东客户（阿联酋、伊朗、以色列）共计11个客户；20xx年公司产品销售额5万余美元，外协产品销售额12万余美元，在业绩上都高于去年的产值；随着伊朗市场的不断拓展，我司起亚PRIDE总泵和分泵将以主打产品进入该市场，同时争取通过明年的展会或者拜访，扩充日本车系列产品在中东迪拜以及周边国家的市场份额；

4、东欧地区：

目前俄罗斯市场仍是空白，由于国家政策以及关税、运费等问题，对于我们来说，如何进一步努力的降低产品成本来提高价格竞争力是进军俄国市场的首要问题；出现一点危机的市场是立陶宛，由于价格问题，我们在和一个大客户出货时候产生了分歧，若能在20xx年顺利解决价格问题，销售份额将有保持或者提升；东欧市场较好的是波兰市场，目前虽然只有两个客户，但是20xx年的销售额有望达到18万美元（卡玛斯外协为主）；东欧市场另一福田是土耳其市场，虽然20xx年跟我司贸易的客户不如以往那么多，但是市场前景较好，尤其是大客户的锁定以及小客户的推动，有望我司产品在该地区取得更大发展；

5、西欧地区：

意大利和德国市场在20xx年发展稳定，希望通过新厂房的规模和展会、拜访等品牌推广，赢取更多的客户和更大的市场份额；英国市场目前只有一个客户，但是由于助力器和硅油离合器水泵问题，今年贸易额不仅一般而且助力器的退货给我造成较大损失；此外经过20xx年对西欧市场的了解，发现该市场要求质量高，价格要适中，在西班牙、法国新车较多，即使开发新产品，市场的持续能力也不高；基于此，我个人认为西欧地区市场策略，如何锁定关键大客户成了首要任务，比如说意大利的LPR，如果我们的产品能够达到他们的性能要求，就应当全力配合客户，从长远利益角度考虑，率先占领市场份额，然后推动价格的提升；

6、现行和客户的联系过程是：

前期谈判工作（邮件交流、核对询价单和报价、价格的确认和所寄样品的确认、产品标识、付款方式的商定、订单的生产）下单前的待办工作（包装内盒、外箱唛头、内盒不干胶内容）生产中的联络（交货期的反愧与生产部的协调工作）发货前的联络（船公司的联络与船期的安排、物流的管理）发货后的联络（货款的回笼问题、单据的邮寄或者银行交单）再次联络（新订单的谈判）；

7、对于客户所寄和给的新样品，我认为我司应该首先对其进行筛选，不能是汽车配件的样品我们就接受，如果数量、市尝利润不是很理想，就立即放弃，过多精力的分散，其结果必定是得不偿失；

8、20xx年的关注使我对公司的品牌推广提出一些个人见解；

理想中我的品牌战略：

首先，我司是专业生产汽车制动泵类配件，制动泵是我们的最强的一项，因此在制动泵方面，尽量使用自己的品牌；其次，一些大型经销商会坚持用他们自己的品牌结合我们的产品打入市场，但是我方仍应想方设法将”XX”品牌进入产品中；再者，品牌的打响是靠稳定的质量在市场的推广而建立的，就好比国内大多数消费者认识的优质品牌仍以国外品牌为主导，人们知道喝饮料首选什么、什么牌子，买运动鞋看的更多是什么牌子，手机要买那个牌子，电器产品还是这个牌子的质量更好些，就连买本土轿车都得先看看厂商的国际合作伙伴是日本的还是欧美的，由于那些名牌的质量优越，人们就会潜意识的相互之间宣传；另外，我们公司如今外协采购外销的规模在逐渐增大，针对外协产品我们应该杜绝用自己的品牌而影响自己”XX”品牌专业制造制动汽车配件的形象，我们考虑的是长远的战略眼光；最后，对企业的不断宣传可以提高品牌的知名度以及品牌的长远效益。

随着公司规模的不断壮大、市场格局的深化稳定和产品技术含量的节节提升，如何有效拓展世界各地的市场份额应是我们的首要问题；如今我们在美国设立分公司，紧接着我们有在伊朗成立分公司的想法，其一切都是为了赢取更多的市场份额和对当地以及周边市场的有效管理；我们也不能忘记CRM（客户关系管理）的推动，有效地管理好每个区域的客户与我们之间的友好和长期合作的关系炙手可热，我们要掌握产品优势的主动权去获取市场而非等客户来找我们！

**每日走访市场工作总结15**

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。对我来讲这一年的工作是难忘、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xx市场的重视，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xx到xx到xx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，争取在下一年出成绩，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一年左右定货。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。

**每日走访市场工作总结16**

回首过去的5个月，心中感慨良多。总公司各级领导给了很多机会，加上自己的努力，做了很多事情，虽然感觉充实，但也失去颇多。对于我而言，这是充满机遇和挑战的日子，市场有所回暖，但是苦于产品供需矛盾，对很多忠实用户不得不说对不起，解释再解释，延期再延期，退货直到失去客户。下面就就职的险峰销售中部市场副总经理的工作情况总结如下。

>1.销售中部市场任务完成情况

20xx年1-5月新订小产品38台，累计发运小产品42台，新订大产品4台。回款约202\_万左右；累计出差超过120天。

客户反映较多的情况

对我们生产制造型企业，质量和服务就是我们的生命，如这两方面不能做好，企业的发展壮大就会面临较大的困难。

质量状况：质量不稳定，修、退、换货较多。大机床在多次维修后不能尽快彻底解决问题，导致太多的后续麻烦。

交货不及时和不能交货。

售后服务不能准确及时解决问题。

继续发扬销售工作需具有的责任心、有奉献精神和能吃苦精神。可以说，强烈的责任感和责任心是做好销售工作的第一要求，也是我们作为销售应该具备的最基本素质。对于我们销售工作来说经常要到生产车间里，根据客户要求和谈合同时的情况了解产品的制作情况，了解生产过程、生产进度，便于自己工作更好的开展。

处理好跟客户、代理公司及我公司相关协作单位的关系。

学会做人，处理好关系，做好事情。没有永久的朋友和敌人，只有永久的利益，从本质上来讲，跟客户和外部协作单位的关系也是如此。正是由于合作能够给双方带来各自需要的利益，才会产生双方的合作关系。作为商人，追求的最直接的东西就是利益，没有钱可以赚的话，你对他再好也没有用。如果有钱赚的话，其他方面要求可以适当降低。认清了这一点，在处理与相关主体的时候，就可以以拿捏好分寸，嬉笑怒骂，收放自如。

>2.后续工作计划

回顾过去，取得了一些微不足道的成绩，但是这些成绩的取得无不包含着领导的不懈关怀和同事的鼎力协助。同时我也深刻地认识到自己在工作中也还有很多不足之处，需要在下一阶段的工作中进一步的学习和改进。

1)进一步加强向领导、向同事、向客户学习的力度，不断完善自己。学无止境，作为销售，要时刻保持着一颗虚心向前的心。

2)加强产品知识、生产工艺、加工过程知识上的学习。这是目前我们销售欠缺的，也是非常重要的知识。

3)继续配合公司及销售领导，做好做大中部市场的销售工作，特别要抓紧手中重点项目的跟进服务。

总之，我要从自身的实际情况出发，发挥自身优势，有针对性的采取各种措施弥补自身存在的不足，不断完善自己各方面的能力，抓住我们险峰阔步发展的大好机遇，努力工作，积极进取，与部门同事团队作战，通力合作，尽我自己最大的努力做好本职工作，为我们公司业务目标的完成和飞速发展作出自己应有的贡献。

**每日走访市场工作总结17**

20xx年即将过去，市场营销部以全面把控市场动态，明晰市场区域划分，降低各项费用成本，追求利润化为工作指导思想，紧跟公司发展的步伐，齐心协力务实进取，对外积极拓展市场，内部狠抓部门建设，在公司领导的正确领导、兄弟部门的有力支持和本部门全体员工的共同努力下，基本完成了年度各项工作，现就市场营销部当年各项工作总结如下：

一、20xx年度主要工作指标

1、实际完成签约项目xx个，平均单笔合同价款xxxx万元，合同总价款xxxx万元。

2、20xx年总目标任务为xx万元，实际完成xxxx万元，完成率为xx%。

二、工作中取得的收获

1、整合资源提高工作效率。20xx年，为了更好的开展各项工作，公司决定将以前各自为战的三个部门，即市场部、技术部和工程部组合成一个有机的整体，统一指挥统一行动，三个部门实施合并后有效的提高了工作效率，显著降低了运营成本，很大程度的发挥了各个部门的工作职能，起到了合力打拳的功效。

2、完善了部门的合同管理制度、报销制度、提成申报制度、日常管理制度等规章的规范，尽力解决了原先杂乱无章的管理办法，做到了部门管理的忙而不乱，有章可循。

3、随着公司建设项目和经营的快速发展，部门业务量的不断加大，根据工作开展需要，全年内淘汰了不能适应工作岗位的员工，吸纳了新鲜血液的注入，部门始终保持着一股向上的正能量，积极健康的工作氛围让部门中的每一个人都将心思放在了工作当中。

三、工作中存在的不足

1、客观上讲，公司的业务主体对象大多为各地政府部门，因为对方资金来源多属于政府预算拨款，资金审批程序繁琐，从而给我们造成了回款周期长、难度大的问题，导致了公司的资金回笼有些偏慢，也对后期项目的执行造成一定的滞后影响。

2、从项目实施情况看，技术上把控不严、购进原料瑕疵、施工作业不规范且拖拖踏踏、现场监管不力、工程返工率居高不下、重复性维修等事例屡屡发生，这些不但大大的增加了项目执行的成本费用，削弱了公司利润，造成经济损失，而且使三阳品牌的社会形象确实受到了不小的影响，为后期延续项目的签约以及老客户的维护平添了很多困难。

3、从个人主观意识上讲，突出的问题还是出在自身，主要有：①工作主动性较差，领导指到哪里就走到哪里，拨一下动一下，没有一个自己动脑筋想办法解决问题的习惯，工作的主观能动性明显缺乏，单兵作战能力亟待培养。

xx②危机感意识较差，不少员工似乎尚不清楚这个行业的竞争有多激烈，没有把自己真正当成公司的主人，没有为公司的利益着想，没有为公司的发展出谋划策，既不居安又不思危，奋斗感很是缺失。

③意识淡薄，品牌意识薄弱，后期服务跟不上，使得用户对公司的影响一落千丈，副作用很大，让业务人员无法从中再次挖掘到新的项目，造成这种局面的原因就是我们的员工责任心不够，服务意识不强。

④畏难情绪比较严重。市场营销工作本来就是一项挑战与困难并存的职业，不付出一定的努力肯定难有所获。而在困难面前，我们的办法显然不多，付出显然不够，一旦工作中遇到棘手的问题，“怕”字当头，畏难情绪表现的比较突出。

4、从管理计划层面上讲，主要存在的问题有：

①员工队伍中普遍存在着懒散的现象，没有做到人尽其能，人力资源有待进一步优化，管理上必须要上一个台阶。

②部门领导人情化管理现象突出，总是顾忌手下员工生活不易而不忍心下重手对违规人员作出处罚，使得长久下来好多不正确的工作现象似乎都正常了，这些显然都是因为部门管理偏软所致。

③工作中的指导性不是很明确。全年当中部门领导更替频繁，每个管理人员所采用的工作方法各自成章，缺乏系统性和连贯性，这也就导致了在不同阶段部门工作的指导性变得混乱而模糊，从而造成了员工们的工作方向感较差，多数人没有一个完整的个人发展规划。

④缺乏业务培训计划。我们的技术设计在具体施工中走样，施工人员对于技术参数理解不透，直接反映出了我们在培训方面的滞后和不足。

四、相关的几点建议

1、严格按照合同规定追缴回款，一个项目一个项目地紧密跟踪，在规定的时间内做到按时回款，不能拖拉，防止我们趴在账面上的回款数额越来越大。

2、注意产品质量，建立工程档案，从采购源头做起，杜绝“三无”产品，严格与供货单位签订质量协议，同时对每一项工程项目在做好做全文字档案的基础上，还要建立图像电子档案，为项目的后期维护及其他项目的参考做好可查阅的资料准备，达到科学掌控所施工项目的目的。

3、切实加强销售队伍建设和人员培训，遵循能者上、庸者下的科学化用人模式。一是要求所有市场营销部职员具有良好的职业形象;二是要求职员具有足够的行业知识和产品知识;三是要求所有职员具有良好的语言表达能力和沟通能力，也就是能与客户进行各方面良好沟通的能力;四是提高团队工作整体执行力和创造力，通过理论与实际操作相结合，全面提升全体人员的工作积极性和主观能动性，把市场营销部建设成一个有活力、有执行力和战斗力的团队。利用空余时间多做专题培训，让员工们了解产品的具体情况，掌握相关产品的新知识新动向，练好基本功，为今后的工作打好基础。让每个人感受到自己就是这个集体不可或缺的一份子，从内心热爱这个公司。

4、积极开拓新市场，维护老客户，树立完整的三阳品牌形象，从现在单一的路灯发展到多方向多途径的营销渠道，大家群策群力，拧成一股绳、合成一股力，为实现20xx年的经济目标共同奋斗。

上述内容为市场营销部20xx年工作总结，所列问题将是市场营销部以后在工作中需要完善和改进的重点。今后，我们将严格加强管理，加大营销力度，高标准严要求，在公司领导的正确指导下不断改进，不断提高，努力完成各项工作任务，团结一心向着20xx年的奋斗目标勇敢冲刺!

**每日走访市场工作总结18**

分析与管理的重要。

没有范文。以下供参考，主要写一下主要的工作内容，如何努力工作，取得的成绩，最后提出一些合理化的建议或者新的努力方向。

工作总结就是让上级知道你有什么贡献，体现你的工作价值所在。所以应该写好几点：1、你对岗位和工作上的认识2、具体你做了什么事3、你如何用心工作，哪些事情是你动脑子去解决的。

就算没什么，也要写一些有难度的问题，你如何通过努力解决了4、以后工作中你还需提高哪些能力或充实哪些知识5、上级喜欢主动工作的人。你分内的事情都要有所准备，即事前准备工作以下供你参考：总结，就是把一个时间段的情况进行一次全面系统的总评价、总分析，分析成绩、不足、经验等。

总结是应用写作的一种，是对已经做过的工作进行理性的思考。总结的基本要求1.总结必须有情况的概述和叙述，有的比较简单，有的比较详细。

2.成绩和缺点。这是总结的主要内容。

总结的目的就是要肯定成绩，找出缺点。成绩有哪些，有多大，表现在哪些方面，是怎样取得的；缺点有多少，表现在哪些方面，是怎样产生的，都应写清楚。

3.经验和教训。为了便于今后工作，必须对以前的工作经验和教训进行分析、研究、概括，并形成理论知识。

总结的注意事项： 1.一定要实事求是，成绩基本不夸大，缺点基本不缩小。这是分析、得出教训的基础。

2.条理要清楚。语句通顺，容易理解。

3.要详略适宜。有重要的，有次要的，写作时要突出重点。

总结中的问题要有主次、详略之分。总结的基本格式： 1、标题 2、正文 开头：概述情况，总体评价；提纲挈领，总括全文。

主体：分析成绩缺憾，总结经验教训。 结尾：分析问题，明确方向。

3、落款 署名与日期。

**每日走访市场工作总结19**

20xx年，人力资源市场工作在局党组的正确领导下，围绕职能创新工作方式，加强与市人才协调沟通，进一步开发人才、服务人才、支持人才，以建设“学习型、创新型、服务型、效能型”机构为工作目标，规范相关规章制度管理，推动软硬件建设，加大工作力度，全面完成了工作任务。现将主要工作完成情况小结如下：

通过对档案管理知识的学习，进一步提高档案管理人员业务素质水平，树立服务、安全意识，发挥固有优势，消除漏洞、弥补不足提高档案管理水平。针对人员少业务量大，管理业务面广的情况，在去年档案分类分柜管理的基础上，进一步规范档案管理流程，完成了档案室由四楼到三楼的搬迁工作，进行了重新整理规划，从便于管理便于使用入手，将托管档案进行了重新归类，具体划分为高校毕业生、人事代理、灵活就业三大类，将灵活就业人员、下岗失业人员、按40号文参保人员、企业参保人员统一归到灵活就人员一大类。并对人员和工作业务进行了定岗定位，形成流水作业，强化互相监督制约机制，杜绝管理及业务上的真空。通过一系列的规范管理使档案管理工作又上新台阶。截止现在人力资源市场共计管理各类档案14887份。其中高校毕业生档案7137份，灵活就业人员档案7226份，人事代理人员档案524份。

>1、窗口建设

股室人员在总结工作经验的基础上再接再励，积极参加政治业务学习，端正服务态度，提升队伍素质和服务水平，努力营造良好的工作氛围，为广大求职人员和用人单位提供了热情、周到、优质、快捷的服务，同时，结合人力资源市场的工作内容和年度目标任务，补充修订和完善了人力资源市场各个岗位的工作流程和工作规范，确保每项工作做到了程序化，规范化，真正把以制度管人，用制度管事落到了实处，全年工作效率有了很大的提高，业务诚信度更加深入人心，为区域经济发展提供了必要的人才保障。

>2、高校毕业生工作

今年高校毕业生报到注册工作从7月底全面展开，我们先后分二次从XX市人力资源市场接收高校毕业生档案699份，积极为应届高校毕业生出具档案接收证明，审核签订三方就业协议，出具以档案为依据的相关证明，共计为171名大学生办理了档案接收转移手续，为14名人员出具了相关证明，接待档案查询530多人次，接待毕业生咨询1100人次左右。9月份按照XX市人力资源和社会保障局《关于开展20xx年高校毕业生就业服务月活动的通知》（沧人社字〔20xx〕412号）文件精神积极开展就业服务月活动工作，结合20xx届离校未就业高校毕业生实名信息数据核实通知精神，自9月初至11月对我县20xx年届319名离校未就业高校毕业生实名数据信息进行登记核实。通过查询户籍，电话回访核实、下乡实地调查摸底，确实弄清了今年离校高校毕业生目前实际就业未就业情况。

>3、人事代理业务

今年在做好原有高校毕业生转正定级人事代理工作的同时进一步拓展人事代理工作范围和服务对象。又将公安交警大队、中医院和县医院近几年聘用人员人事工作纳入人事代理工作范围。招聘人员全部纳入人事代理，对其人事关系和人事档案实行集中管理、统一服务。目前共计办理人事代理524份。下一步根据单位申请和工作安排逐步扩大聘用人员人事代理工作范围，更好地服务于机关事业单位以及人事代理人员。

>4、灵活就业、养老保险转移接续工作

今年共计办理灵活就业退休档案372份，接收213名退役军人养老保险转移。10月份从养老保险所共计接收养老保险转移档案916份，经过近半个月的档案整理，目前做到了人员与档案一清二楚并按档案管理要求，便于管理与使用的原则，对档案重新进行了分类编号归档。为加快人事代理工作步伐，规范完善人事代理工作制度、操作规程，不断扩大服务范围，简化办理手续，重点发挥现代化办公优势，减少人事代理服务中手写的成分，将一些重要文本材料，如高校毕业生转正定级审批表、工资定级表、调档函、流动人员行政介绍信、工资关系介绍信等均采用电脑打印，降低人为因素对档案材料带来的不利影响，进一步提高人事代理档案管理的规范化水平。

**每日走访市场工作总结20**

谈论这个话题，首先应该把楼市的走势放在我们国家的宏观经济发展和全球经济发展大环境下来看。国内方面，从xx年国家开始实行紧缩的货币政策以来，目前国家仍在不断上调存款准备金率，从金融方面来对房地产市场进行调控，10年雪灾、地震、股市的持续走低和连续的通货膨胀以及企业盈利水平降低对楼市也产生了一系列负面影响。雪灾、地震属于不可抗拒的自然界突发因素，对市场的影响是有限的，真正对楼市和股市产生巨大影响的是国家的宏观调控政策，尤其是货币政策。国际方面，美国次贷危机扩大并蔓延、10年全球经济衰退和股市暴跌。今年以来，全球经济下滑已经波及国内经济，使得今后国内经济增长预期存在一定程度的不明确；此外，目前紧缩的货币政策，也使得全国包括深圳房地产开发经营与交易的资金来源出现一定困难。经过这一轮的市场波动，目前房地产市场出现浓厚的观望气氛。

按国家\_公布的全国70个大中城市商品住房销售价格调查统计，20xx年1月、2月、3月、4月、5月同比涨幅为、、、、，环比分别下降、、、、。价格环比数据说明全国楼市正处于一个缓慢下降通道。

上半年深圳房地产市场观望气氛同样十分浓厚，房价持续下降，市场持续处于调整状态，并呈现以下特点：

一、深圳新建商品房销售规模继续下降，市场交易持续低迷。深圳市国土资源和房产管理局9日发布的《20xx年上半年深圳房地产市场发展形势分析报告》显示，今年上半年，深圳市完成商品住宅投资142．84亿元，比去年同期增加4．34％；商品住宅竣工面积为1950．89万平方米，同比增加5．15％；商品住宅新开工面积303．89万平方米，同比减少7．76％；商品住宅空置面积65．37万平方米，同比增加84．5％；商品住宅销售面积为154．25万平方米，同比减少54．02％。商品住宅销售面积大幅下降而竣工面积却仍在增加，下半年市场供给压力仍然很大。

二、新建商品住宅价格持续回落。深圳市6月份商品住宅销售均价为11159元／平方米，比去年最高点下降36%。

三、二手住房交易持续冷淡。今年上半年，二手住宅交易面积万平方米，

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！