# 关于企业营销部年度工作计划怎么写

来源：网络 作者：红尘浅笑 更新时间：2025-06-02

*关于企业营销部年度工作计划怎么写一随着中国发展的深入，国内服务型企业经营发展模式将与世界先进管理模式接轨。针对国内企业服务意识，管理经验的薄弱，拓展意识不强，至今没有真正的行业品牌和行业标准，更没有形成行业垄断的“寡头”，谁都有可能成为行业...*

**关于企业营销部年度工作计划怎么写一**

随着中国发展的深入，国内服务型企业经营发展模式将与世界先进管理模式接轨。针对国内企业服务意识，管理经验的薄弱，拓展意识不强，至今没有真正的行业品牌和行业标准，更没有形成行业垄断的“寡头”，谁都有可能成为行业规范的制定者。面对这样的特殊市场，谁先寻找到最佳的市场定位，并做到策略制胜，谁就会赢得商机，获取成功。

1.针对上述情况，本策划书的目的就是寻找最佳市场定位，并在此基础上制订发展战略、管理建议及模式要点，从而实现企业健康的平稳发展。

2.经营项目及市场定位

经营项目：本投资管理集团将以——娱乐及餐饮管理，饮品及食品代理销售，

经济型酒店连锁经营管理，文化传播策划等多元化相关联项目为主的经营方针，从而为

今后的发展打下坚实的基础。

市场定位：本投资管理集团将以江苏省为主要发展平台，通过立足长三角经济圈，利用

现有地域，信息，人才资源优势，强强联合，资源互补，实现共赢。适时推出相应类型的产品及服务，从而满足不同类型的宾客需求。进一步拓展品牌效应，从而发展成为国内知名的投资管理集团。

3.营造服务意识

一切精致的服务都源于对人和人的理解，优质的服务就是如何亲切的对待每一个人。及时了解客人的需要，迅速准确的提供到位，融入个性化服务理念，使宾客获得物质和心理的满足。

推广星级服务理念，包括：标准化，制度化，精细化，情感化，品牌化;从而赢得市场竞争。深入体会——人，永远是服务活动的主体和中心，需要他人的自觉关心。

4.资本运营规划

企业的发展壮大离不开资本的投入，有效合理的利用无形和有形的资本存量，采用合理的方式，才能实现资本的最大程度增值。

a有效的市场融资。

b通过品牌效应吸引具有良好资质的合作伙伴，输出品牌及人才资源。

c合资，收购有价值的资产进行整合管理。

d合理控制资产负债率。

e与相关知名企业合作进行合理扩张。

5.标准化管理的建立

标准化如今已跨越国界，日趋国际化，实现标准化管理会获得人，财，物和时间上的节约，从而获得最佳的社会效益和经济效益。标注化管理的建立分为软件标准化和硬件标准化，标准化和个性化的高度融合才能有高水准的服务。

包括：服务标准，培训标准，出品标准，财务标准，工程标准，安全标准，设施标准，营销策划标准，组织架构标准，处理投诉标准等。根据企业经营要求建立相应的实施标准与程序，使全体员工充分认知自身的职责，从而为宾客提供高水准的服务。

6.行政架构的建立

高级行政人员：集团公司董事长，集团公司执行董事，集团公司总经理，集团公司副总经理。

中级管理人员：财务执行总监，人力资源总监，公关销售总监，工程规划总监，项目拓展总监，各连锁店总经理。

基层管理人员：各分部门经理，主管，领班，咨客，文员。

基层工作人员：各部门员工，实习生。

**关于企业营销部年度工作计划怎么写二**

一、湖南省房地产企业市场营销策划现状

20世纪90年代以来，商品房从热销到滞销再到理性化销售，房地产市场竞争加剧。湖南省房地产经营者在这种大气候的影响下，必须抛弃“生产观点”，树立“用户观点”，围绕用户的要求作市场营销策划。目前湖南省经济发达的中心城市长沙、株洲、湘潭的房地产企业形成了市场营销策划的初步理念，着手了楼盘的营销策划工作。长沙升阳公司根据“e.c”时代概念的要求，策划了省内外享有盛名的“巴黎香榭”，打造了21世纪长沙新地标。湖南省梦泽园房地产开发公司为了满足工薪阶层住房的需求，整体策划了滨湖园林生态社区、国家级康居工程智能化示范小区“梦泽园”，它“以家门口有个美丽的湖”为特色，使大批工薪族俱欢颜。营销策划经理张恒志组织一班人以傲视群雄的气魄策划了湖南ceo官邸社区——荷塘月色·世博城，在长沙高档别墅中举起了一面引人注目的旗帜，满足了越来越多的成功人士的住房需求。株洲市城市建设综合开发公司，为了城市人闹中取静，把株洲市贺家土鹅颈洲策划为业主首选的天鹅花园、把“土鹅”变成“天鹅”，使其四面环水，风景幽雅，情调别致，静中有景。湘潭市的房地产开发商提出了“温馨的住宅，深情的策划”的顺口溜，对商品房进行市场营销策划时，以科学性、合理性、创造性、预见性为宗旨，突出“以人为本”，注重环境功能和质量水平，创造优美、舒适、卫生、安全的居住环境，同时还结合城市的历史文化特征和居住者心理，着力策划具有地方特色和文化内涵的楼盘。长株潭三市尤其是长沙市的房地产开发商在房地产市场营销策划上已有一定的建树，是湖南省房地产市场营销策划的领头雁，在不断引领全省房地产企业营销策划工作。他们还不断学习省外先进经验，经常派相关的专业技术人员到广州、深圳、上海、温州、武汉等地实地学习考察。同时也把知名的市场营销策划专家、学者请来指导市场营销策划工作，先后特邀特请被媒体号称为房地产业“女掌柜”的谢家瑾司长，中国房地产业协会副理事长兼秘书长顾云昌教授，中国人民大学教授、博土生导师兼任多家地方政府及多家超级机构经济顾问叶卫平先生，《房地产世界》杂志主编、上海房地产策划专家许仰东先生前来畅谈营销策划、指点迷津。通过采取“走出去、请进来”的方法迅速提高房地产市场营销策划的技能。

湖南省长株潭以外地市的房地产企业的市场营销策划处于虚而不实、朦朦胧胧的状态，他们所做的营销策划是局部的、单项目的、浅显的、无意识的，往往是单纯的价格策划、广告策划，并且分析市场结构和行为——选择市场机会——制定营销战略——部署营销战术——实施和监控营销操作的水平停留在低级状态。

二、湖南省房地产企业市场营销策划存在的问题

1、市场营销策划观念较淡薄

多年来，全国各城市房地产年脱销率一直在30%-40%间徘徊，现实的压力使广大房地产企业认识到：房地产业竞争很激烈，粗放型的经营已经不行了。1995年后，国内不少房地产企业尤其是从事地产代理的企业，纷纷投入人力和物力进行房地产营销策划问题的研究，全国大中城市相继展开了房地产市场营销大战，尔后房地产市场营销策划大战在全国拉开，市场营销策划观念融入到企业的经营方针中。但由于湖南省房地产业的发展没有受一波一折的冲击，一直保持平稳发展趋势，房地产企业间的竞争并不激烈，投资的风险小，因而缺乏危机感、紧迫感，市场营销策划的观念较淡薄，甚至连一些企业领导脑海里还没有形成市场营销策划的概念。

2、市场营销策划没有长远打算

目前，湖南省的房地产企业开发楼盘存在严重的“跟风现象”，一遇到市场上好的卖点，就不顾实际一哄而上，结果开发无个性，策划无创意，楼盘被套。短期行为很普遍，急功近利，缺乏可持续发展的基础和后劲，小区规划只重效益，忽视生态、环境、人文、历史等因素，目前的规划对今后小区的改进和管理带来的负面影响抛于脑后。在取得短期收效的同时，埋下导致市场混乱的种子，这种营销策划无视长期发展，严重影响了与之相协调的长期规划的实现。

3、对市场营销策划缺乏理性思考

湖南省许多开发商信奉“兵贵神速”，匆忙作某种营销决策，然而这种仓促的决策不乏短见和过于迷信他人，热情追捧流行概念，盲目炒作市场热点。疯狂的“欧陆风情”后，又是“绿色概念”、“错层概念”、“生态概念”、“智能概念”，没有深刻地体会市场的涵义，没有将市场营销策划渗透到市场调整和工程立项中去，致使商品房没有自身的特色，销售前景黯淡，资金积淀呆滞，形成恶性循环。

4、缺乏合理的市场营销策划体系

湖南省房地产企业尽管在探索组建自己的营销策划体系，但人、财、物的保证未完全到位，营销策划机构的设置不合理，机构行政化，或将营销机构归口于经营科，还缺乏营销策划人员，对营销策划方案实施情况的诊断、评价流于形式。对营销策划中出现的重大问题表现得束手无策，调查预测、市场分析、策略制定、行动方案出台、营销费用控制、营销管理等工作还不成体系，营销策划能力低下。

5、市场营销策划不够科学规范

湖南省有的开发商囿于自身的短见，至今轻视营销策划，策划缺乏科学性与系统性。有的开发商营销行为不规范，既不做深入细致的市场调研，也没有独到新颖的营销思路，以为营销策划就是简单的房地产推销，这其中有操作上的浅薄，更有心态上的鄙陋，这对营销策划科学化、规范化很不利。

三、湖南省房地产企业市场营销策划的对策

1、强化市场营销策划意识

湖南省房地产企业要形成市场营销策划的全新理念，强化市场营销策划意识，对市场营销策划概念、作用要有一个全面的认识。21世纪的最大的竞争是观念的竞争，观念的落后是最大的落后，尤其是企业领导应是观念追潮的促进派，要大胆改革，敢于实践，创新市场营销策划的方法。随着房地产市场的发展和完善，市场营销策划将成为市场营销的至高境界，对市场营销的各项工作有机地、整体地安排、部署、协调、衔接，做到市场营销策划工作周密合理，从而有效地盘活市场，确保产品畅销。因此，湖南省房地产企业应在市场营销策划工作上多分析与研究，从肤浅粗陋的认识中解脱出来。

2、确立全面系统的市场营销策划思想

房地产企业应抓好前期策划，即就是项目选择和投资决策，项目选得好，市场就会有需求，后期销售就水到渠成，如果前期投资决策失误，后期再采取广告、让利、促销等措施，也无济于事。尤其在市场不景气时，开发商应注重市场调整和前期策划工作。在业外人士看来，开盘前无非是一些无关大节的琐碎之事，其实开盘成功是实现良好的销售业绩的重要基础，开盘前的整合营销策划是一种运用整合行为的过程，通过营销方式、手段的系统化结合，根据市场进行动态修正，实现楼盘价值的全程营销效果。此阶段应完成的策划工作是发掘项目的最佳卖点，打造个性化产品，做好定价前的市场调查研究，选择好定价方法，进行科学合理地定价，策划好广告，做好开盘的时间选择。一般来说房地产项目开盘后一段时间形成一个销售高峰，在高峰过后，销售业绩将会明显下降，此时要注意加强盘后滚动的营销策划工作，调查消费者对品牌的认识与接受程度，发掘新的细分市场与目标客户，调整营销策略，进行尾盘处理与售后策划。湖南省大部分房地产企业缺乏全面系统的营销策划思想，对整体营销策划知之不多，凭感觉搞策划，这样的策划不符合房地产全程策划的客观要求。一个完善的商品房营销策划包括前期阶段、销售阶段、售后阶段的全面策划，只有整合起来策划，方可使房地产市场营销策划充分发挥作用，否则，营销链不能搭接起来反而被中断。因此，湖南省的房地产企业往后应该树立全面系统的营销策划思想，展开全程营销策划、整体营销策划工作。

3、加强时市场营销策划的理性思考

开发商经过多年的探索，已开始用理性的眼光看待市场营销的价值，但仍有许多企业还未从根本上认识房地产营销的合理内涵，在房地产开发实践中未能最大限度地发挥营销策划的作用。营销策划是一种贯穿市场意识、连接产前市场与产后市场的一种行为方式，营销策划不是一本洋洋洒洒或字字珠玑的策划方案文本，而是结合所在楼盘，总结出一种如何把楼盘市场推广的行为方式。开发商分析楼盘与市场的对接问题，是为了适应市场发展需要，做好楼盘的市场推广。营销策划是一种主动创造效益的行为方法，是一条基于市场需求之上的“纲”，贯穿房地产定位、开发、销售、物业管理等工作环节，它采用市场调研、销售技巧等工作来开拓、扩大市场。营销策划是一种运用整合效应的行为过程，是房地产开发过程中的一种内化行为，是塑造品牌形象的行为手段。营销策划是物业构筑品牌的基础，楼盘品牌的创立，不是营销策划方案的简单虚拟，而是在营销每一环节中追求品牌意识的体现。因此，湖南省一些房地产企业“匆忙决策”、“盲目开发”、“追捧时髦流行概念”的做法，实质上是对房地产市场营销策划缺乏理性的思考，对市场营销策划的理解还停留在表面上、现象上，对于市场营销策划是贯穿市场意识，有效连接产前产后市场，运用整合效应谋划营销方略，更高程度上塑造企业品牌，主动适应市场、创造效益的概念还很浅薄。针对如此情况，湖南省房地产企业应进一步加深对市场营销策划的理解，从整体上把握住市场营销策划的概念与作用，走出适合企业自身情况的营销策划之路，用审视的目光、科学的理念、严谨的态度来对楼盘进行周密的营销策划，使楼盘给企业带来效益。

4、建立有效的市场营销策划体系

市场营销策划是一个系统工程，它牵涉到企业、消费者、社会三者之间关系的处理及利益的分配，包括机会与问题分析、目标确定、策略制定、行动方案设计、营销费用预算等多环节的配套整合，对市场营销要控制、衔接、调整与处理，需组建一定的组织机构，配备一定的专业人员，加强市场调查、预测与研究，进行市场营销战略的可行性设计，开展市场细分、产品定位、产品开发、产品定价、销售渠道选择及促销等的营销活动。房地产市场营销策划牵涉的面广，包含的内容多，环节很复杂，需要建立市场营销策划体系，以保证市场营销的有效实施。湖南省房地产企业应根据市场营销策划的要求，结合市场与企业实际情况，不断完善市场营销策划体系。首先，建立由知识比较全面、营销技巧老到的人员组成营销策划机构，使市场营销策划工作有专门的机构来管理，也有专门的人员来具体运作。其次，制定合理的物业营销计划，使各项营销工作事先得到周密的安排与部署，在时间进度上相衔接，在实施行动上能协调，在效果控制、检查，评价上有具体措施，使市场营销策划体系进一步完善。

5、从长计议做好市场营销策划工作

“短期行为”、“急功近利”是企业生产经营行为不理性的代名词，忽视可持续发展的要求开展的市场营销策划实质上无视了长期发展，这样的企业在市场经济的大风大浪中经不起考验。“盲目跟风”的实质是缺乏自己的经营主张，由于市场信息有时滞性、隐蔽性，信息时常出现失真现象，捕风捉影式的开发，潜伏的危险较大。不结合市场行情、楼盘具体要求，一哄而上搞开发，看起来是抢夺市场，追求效益，实质上不能塑造企业的经营特色，投资也获不到理想的回报，企业也无法实现稳定的效益。从历史营销的角度来看，开发商的利益包括目前利益与长远发展两个方面，目前利益一般来说比较直截了当，引人注目;而长远发展要用远见的目光来审视，否则被认为“不现实”、“无刺激”，因而易被忽视。其实长远发展应是经营者追求的目标，只有长远发展，才可经久不衰。只追求目前利益，经营上就会因缺乏长远打算而打乱仗，产生短视最后导致“好景不长”，可以说把暂时的经济效益指标当成唯一的追求，开发商在营销策划过程中就易丧失品德，毁灭的日子也就不会太久了。当然，目前利益是长远发展的现实需要，没有目前利益要求长远发展也是不可想象的，而长远发展应该是开发商一贯追求的目标，不图长远发展也令人不可理喻。因此，追求目前利益的同时要考虑长远发展，考虑长远发展的时候不可避开目前利益，但当目前利益与长远发展两者不可兼得时应优先考虑长远发展。湖南省房地产企业应冷静地检查自身的经营方针，树立科学的效益观，在市场营销策划时权衡好目前利益与长远发展的关系，避免“短期行为”、“急功近利”、“盲目开发”等毛病的产生，从长计议地搞好房地产市场营销策划工作，促进企业的可持续发展。

6、确保市场营销策划科学规范

据消费者协会的统计表明，近几年物业投拆的个案最多，投拆的内容大体为：发展商挪用工程款，迟迟不交楼，管理系统不完善，宣传内容与事实不符，物业管理收费高且不合理等，引起这些纠纷的原因是湖南省很多开发商不深入细致的市场调研就上项目，急躁冒进，这是市场营销策划不科学、不规范、不理智的表现。随着我国房地产市场走向成熟，市场营销策划将朝着规范化、科学化发展。就这一发展趋势来说，开发企业最需要的是房地产营销策划人才和优秀的营销人员，湖南省房地产企业应加强市场营销队伍管理，提高队伍素质，建立健全有关营销队伍管理的各项规章制度，找好营销主管，遵循营销人员思想、行为的客观规律，发挥他们的积极性、创造性，注重营销人员素质与业务的培训。注重营销策划工作各项内容的衔接、协调，使营销策划科学化、规范化。加强房地产市场的调查与分析，把握市场机会，规避市场风险，制定营销目标、设计策略与行动方案并及时进行实施后的追踪检查，以便发现策划科学与否。

**关于企业营销部年度工作计划怎么写三**

俗话说：纸上得来终觉浅，欲知此事需躬行。虽然我们学习有关市场营销专业的基础理论知识已经两年多了，但是我们还不怎么了解一个企业是怎样进行营销工作，怎样进行生产的。通过学校组织我们到茂名铁路运输公司，茂名石化物质供应中心，众和化塑集团有限公司等三家企业进行实地考察，参观，听取企业工作人员讲课，学习讨论，我不仅开拓了我的视野，而且还认识了市场营销专业知识在实际工作中的作用。

本次实习的时间是：20xx年x月x日到20xx年x月x日。

本次实习的过程是这样的：20xx年x月x日，学校组织我们到茂名铁路运输公司进行了参观和学习。20xx年x月x日，学校组织我们到茂名石化物质供应中心进行了实地考察和听取该公司的李主任讲课。20xx年x月x日，学校组织我们到众和化塑集团有限公司进行了参观和学习讨论。

通过本次的实习，我了解了铁路运输公司的运输系统及操作和日常工作和管理的情况；了解了茂名石化的原材料是怎样供应，怎样采购，怎样储存和管理；了解了该公司的生产原材料的化学装置，生产原材料的运作和制成成品——塑料编织袋的生产流水线。通过这次的实地见习，我还了解到了各种营销手段是怎样被运用到企业的生产经营当中和各企业的营销管理特色。

这次的实习虽然只有短短的三天时间，可是，我已经收获良多。以下几点是我这次实习的心得体会。

（一）深刻了解茂石化

虽然来到茂名读书已经有三年多了，可是对于茂石化的了解说起来真的很少。平时，只是听别人说茂石化很厉害，有了茂石化才有了茂名，自己并没有主动积极地去了解茂石化。但是，听了茂名石化物质供应中心李主任的详细讲解之后，我对于茂名和茂石化终于有了一个全面而又深刻的了解。听了李主任的课之后，我不仅对于茂石化的起源历史有了深刻的了解，而且对于茂石化生产的产品、产品的特点、产品的用途都有了一定的了解。听了李主任的课之后，我对于石油在一个国家的重要性又有了深刻了解。这次的见习，给了一个让我深刻了解茂石化的机会。我也充分地利用了这次机会，好好地学习了茂石化的历史和生产过程。

（二）深刻认识到机械化在生产中的作用和管理

我平时都是生活在学校的象牙塔里面，很少有机会出去见习，就算寒暑假出去兼职工作，也是在劳动密集型的工厂里面做些手工活。在没有去见习之前，我对于生产机械化这一词真的没有什么概念。虽然通过教材的学习也知道现在的社会已经很发达了，很多的生产已经进入机械化生产，苦力已经渐渐退出生产环节了。可是，没有亲眼看到，亲身经历，我不能深刻体会到机械化在生产中的作用。来到茂名铁路运输公司，看到来来往往的火车在运输着各种各样的产品，可是，却看不到有很多很多的工人在现场指挥操作。

一走进他们的信息楼，看到有几个工作人员在一个很大的电子屏幕面前进行着各种各样的操作，我才明白到他们的这些运作是靠系统指挥操作的，已经进入半自动化了，所以并不需要很多的工人在现场进行指挥。而在现场的工作人员也不是去指挥工作的，而是通过系统了解到下面的机械出现了故障，下去维修的。再来到众和化塑集团有限公司，一个做编织袋的厂，年产3千万吨，我以为会有很多很多的工人在车间工作。

可是，一来到车间，我知道我原先的想法是错的了。倘若大的车间，一排排机械有序的排放着，高速运转地工作着，只是有一两个工人在工作。看着这些高速运转的机器，我终于明白到3千万吨的产能是怎么来的了。现在的生产已经是机械化地生产，再也不是传统的人力劳动了。机械化的生产，解放了劳动生产力，大大地提高了产出，降低了生产成本，保证了产品的质量，为企业的竞争提供了很好地保障。

（三）熟悉自己的产品和竞争对手

在见习的过程中，听了三家企业的主任，厂长的课之后，我发现了他们都有一个共性：就是非常熟悉自己企业的产品，尤其是产品的特性，用途，优越性和不足。不仅如此，他们还非常了解他们的竞争对手，如竞争对手的产品特性，竞争对手的产出量，竞争对手采取了那些营销策略等。各位主任和厂长的经验之谈，很好地印证了老师教导的内容。在学营销基础理论知识的时候，老师教导我们在销售自己产品的时候，我们要非常熟悉产品的特性才能把产品很好地销售出去；在销售产品的时候，我们要宣传产品的优越性从而吸引顾客的眼球；在制定营销策略的时候，我们还要关注竞争对手的营销策略。我想理论与实践就是这样相结合的吧。这也是我们常说的：知己知彼，百战不殆。

（四）质量保证贯彻到实际生产中

在学习理论知识的时候，我们都知道也经常强调产品要保证质量才能销售出去，才能提高消费者满意度，可是，我们并不了解在生产过程中到底要怎样才能保证质量。在这次是实习过程中，我学习到众和化塑集团有限公司是这样做的。首先，引进先进的生产设备从而保证质量。众和化塑集团有限公司的生产设备都是非常先进的，这为他们的产品质量提供了保障。其次，建立质量方针政策，在车间的墙上挂上牌子，牌子的内容是这样的——公司质量方针：质量为本，市场导向，持续改进，用户满意；公司质量方针：目标产品合格率gt；=98%，顾客满意率gt；=95%，员工培训率100%，客户投诉和抱怨处理率100%。这样做，让每一个员工时时刻刻都记住公司对产品质量的要求，把产品质量要求深化到员工的言行中。最后，派专人负责检测产品的质量。在参观车间的时候，我们发现他们会派一两个员工专门负责检测产品的质量，并且定时检测产品的质量，从而保证产品的质量和合格率。

（五）根据实际情况制定科学的营销策略

在接近三年的学习中，我们学习了很多关于市场营销专业的理论知识，书本上也有许许多多的营销策略，如产品营销策略，价格营销策略，分销渠道营销策略，促销营销策略等。可是，在实际的营销工作中并不是一定都用书上所讲的营销策略的。我有此感受，是源自于众和化塑集团有限公司销售部的聂经理所讲述的其亲身经历。该公司在刚开始销售k胶的时候，由于营销策略使用不恰当，导致销售不顺畅，积压库存产品。当聂经理上任之后，他不是采用我们书上所说的全部营销策略，而是根据市场的实际情况，重新选择经销商和加强对经销商的管理的策略，从而使得产品畅销出去。在聂经理销售n—甲基二乙酸脓的时候，也是根据市场竞争对手的实际情况，采用与竞争对手联合的营销策略，从而使得该产品的销售额增长了2倍，而不是完全照搬书本上所说的用4p策略或者别的。从聂经理的亲身经历，我深刻明白到营销策略理论知识与实际的营销工作是有很大差别的。在运用理论知识的时候，我们要根据实际情况做适当的修改，而不是全搬全抄。只有根据市场的实际情况，才能制定出科学的营销策略，从而才能达到企业的营销目标。

（六）实际营销工作中的产品定价

在我们学习企业定价的时候，老师告诉我们，企业产品定价受3c因素影响。可是，在实际产品定价的过程中，影响产品定价的因素何止3c。通过这次的见习，我了解到，一个产品的定价，要受到很多方面的影响。如产品的成本，成本高，定价高，这是毋庸置疑的；产品的供求关系，供过于求，定价低，供不应求，定价高，这个我们也是知道的；销售策略，如果是新产品，打入新市场，为了吸引顾客，一般都会采用低价格，而不是我们所学的撇脂定价法；销售量的大小，通常为了鼓励经销商多进些货，企业通常采用量多则价格优惠的定价策略；货款结算方式也会影响到产品的定价，通常企业采用的是现金结算就相对优惠，如果是赊销则要定相对高价的策略；产品的运输方式也会影响到产品的定价，如果经销商是自运的话，企业则会给与优惠价格，但是如果是企业帮忙运输的话，不仅产品的价格会高些，企业还要收取一定的运输费用。实际营销过程中的定价程序也远远要比我们所学的定价程序要复杂的多麻烦的多。

（七）营销人员的素质要求

通过这次的实地参观，听报告的实习，使我重新认识到要做一名出色的营销人员还必须具备以下素质。首先，要具备4种深刻的意识：市场意识，效率意识，服务意识，创新意识。只有具备上面四种意识，才能洞察市场，提高效率，完善服务，不断创新。其次，要具备3种理念：树立市场第一的理念，树立随行就市的理念，树立服务至上的理念。只有树立正确的理念，才能支配正确的行为，才能把事情做正确。没事市场就没有所谓的产品，所以要树立市场第一的理念。只有懂得随时变通，根据市场的实际情况来改变营销策略，才能在竞争激烈的市场中永远占有一席之地。现在的竞争已经不再是产品的竞争，很多时候已经变成了服务的竞争，有服务的理念，才会把顾客摆在第一位，只有以顾客为中心了，才能提高顾客的满意度。

以上的几点是我在这次见习中的感受。这次的见习给我带来了很多的认识和启发。这次短暂而又充实的认知实习，我认为对我了解实际营销工作起到了一个桥梁的作用，过渡的作用。我将会更加努力学习，注意市场营销理论知识和实际营销工作的结合，为我将来从实营销工作奠定经验基础。

**关于企业营销部年度工作计划怎么写四**

1、对食品安全多一点关心，为有限的生命多一份责任。

2、整合资源、创造机会、开拓市场、实现共赢。

3、神话是编造的，奇迹是创造的。

4、善于走自己的路，才可望能走别人没走过的路。

5、有单独的方法，无单纯的问题。

6、懂得感恩的人，才会创下人世间的温馨传奇。

7、这天比昨日做得好，明天比这天做得更好。

8、业绩靠士气，人才靠培育？增员不顺利，问题在自我。

9、确保食品药品安全，促进社会和谐稳定。

10、个人执行力决定个人成败企业执行力决定企业兴衰。

11、弘扬历史文化，建设京九名城。

12、只有创新才有突破，只有突破才能强国。

13、和合一年，精诚双赢。

14、采理想的价位，购优质的产品。

15、专业倾注，标榜精优品质。

16、精英华彩，智盈未来。

17、用我们的努力，让沟通无限。

18、你失业、我帮助，你困难、我帮扶，你需要、我援助 开发就业岗位 促进社区服务。

19、科学决策，理性分析，人性管理，品质至上。

20、诚信、协作、创新、发展。

21、没有高不可攀的大山，没有停滞不前的××人。

22、让母亲重温年轻的梦——伊桑化妆品广告。

23、专注专业，尽善尽美。

24、坚持以人为本，加强安全科学发展，共建富美和谐新枣矿！

25、通过提升企业地位与品牌形象，使员工具有高度的企业荣誉感和自豪感，赢得员工尊敬。

26、以人为本，登高望远。

27、印出你的精彩世界！金鼎彩印。

28、金为财首，鼎为物极。

29、金鼎印刷一相逢，便胜却人间无数。

30、金壶墨汁，鼎足印刷熊猫一生的愿望，就想找金鼎印刷一张彩色照。

31、不远千万里，有他一瞬间。

32、鹏程千里，无所不至！

33、出入八方，鹏程千里。

34、千硕，给你一个破茧成蝶的过程。

35、学千硕礼仪，创无限硕果。

36、睡得香，更健康——皇府床垫。

37、耀眼的记录，舒心的服务。

38、服务大众，华拓集团。

39、上乘至尚，诚人之美。

40、管理规范化，经营国际化，员工职业化。

41、把他人的恩情铭记心头，用自己的行动回报社会。

42、大爱无边，垒起民心。

43、建幸福美满，筑长久心安。

44、质立根本，信筑未来。

45、筑就品质，赢取未来。

46、创意是金钱，策划显业绩，思考才致富。业绩攀新，追求卓越。

47、钢无第一，铁无第二，x钢一出，谁与争锋！

48、一丝不苟抓质量，精工细作为客户。

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！