# 最新市场营销的工作计划 市场营销工作计划葡萄干(三篇)

来源：网络 作者：青灯古佛 更新时间：2025-04-19

*市场营销的工作计划 市场营销工作计划葡萄干一1、专业知识讲座(11月份)协会不仅是一个仅仅在活动中才能学到知识的平台，还是一个有着专业性质极高的交流平台。专业知识讲座能促进会员对专业知识技能的正确认识。作为一个专业性质的协会，本协会认为开展...*

**市场营销的工作计划 市场营销工作计划葡萄干一**

1、专业知识讲座(11月份)

协会不仅是一个仅仅在活动中才能学到知识的平台，还是一个有着专业性质极高的交流平台。专业知识讲座能促进会员对专业知识技能的正确认识。作为一个专业性质的协会，本协会认为开展一次好的专业知识讲座是必不可少的。

希望会员通过讲座后能对自己的专业有一个好的认识，为自己今后专业的学习提供好的方法和渠道为今后走入社会做好积极的准备。

2、市场调查 加强实践(11月份)

作为一个专业性质的协会开展一次与协会专业性质相关的活动是必不可少的。一次好的市场调查的活动既能利于会员对专业的实践的能力的提高，又能更好的发挥本协会的优势。

一次市场调查能更好地融合实践与理论的结合，也能让会员了解市场调查对一件产品上市是一件必不可少的事情。同时也是会员社交技能提高的一种好的方法。通过本次的活动希望会员之间的彼此认识和交流能更进一层。

3、协会转交 上学年活动总结表彰大会(12月份)

协会一年一次的换届是必不可少的，一个协会能培养出很多有能力的会员。这些会员也将是下一届协会的管理人，只有这样一届一届的延续下去协会才会有不断发展不断向更好的一级的方向。

既然有了换届，那么一次学年的活动总结与表彰大会是有必要实行的。每一次的活动都会有表现优秀的会员，那么协会就要来表彰他们为协会所付出的\'，来鼓励他们自己得到的。活动的总结能更好的吸收经验，为今后活动的开展做好铺垫。

1、协会野炊 加强会员之间的彼此认识(4月份)

一次户外的活动更能体现一个团体凝聚力，与会员之间的友谊与互帮。户外活动是大家都喜爱的活动，作为一次野炊活动能够参与的积极性事不可容说的。只有一次好的活动的开端才能为今后活动的开展做好起步，也能增加会员参加活动的积极性。这样一个协会的开展才会更顺利。

**市场营销的工作计划 市场营销工作计划葡萄干二**

1、市场分析，根据目前西北市场的需求量和和国务院出台的对本产业的扶持政策，客观、科学的制定出销售任务。暂订年任务：销售额500万元。

2、适时作出工作计划，制定出月计划和周计划，及每日的工作量。并定期与业务相关人员进行沟通，确保对目标客户的及时跟进。

3、注重绩效管理，对绩效计划、绩效执行、绩效评估进行全程的关注与跟踪。

4、目标市场定位，区分大客户与一般客户，分别对待，加强对大客户的沟通与合作，用相同的时间赢取的市场份额。

5、不断学习行业新知识，新产品，为客户带来实用的资讯，更好为客户服务，同时积极接触其他业界精英，搜集更多有用的信息，并可以和他们分享行业人脉和项目信息，达到多赢。

6、先友后单，与客户发展良好的友谊，处处为客户着想，把客户当成自己的好朋友，达到思想和情感上的交融。

7、对客户不能有隐瞒和欺骗，答应客户的承诺要及时兑现，讲诚信不仅是经商之本，也是为人之本。

8、努力保持和谐的同事关系，善待同事，确保同事之间在项目实施中各项职能的顺利执行。

1、制定出月计划和周计划、及每日的工作量。每天至少打18个电话，每周至少拜访10位客户，促使潜在客户从量变到质变。上午重点电话回访和预约客户，下午时间长可安排拜访客户。

2、见客户之前要多了解客户的详细状况和潜在需求，先了解决策人的个人爱好，准备一些有对方感兴趣的话题，并为客户提供针对性的解决方案。

3、从招标网或其他渠道多搜集些项目信息供公司投标参考，并为公司出谋划策，配合公司其他工作人员顺利进行项目运作。

4、做好每天的工作记录，以备遗忘重要事项，并标注重要未办理事项。

5、填写项目跟踪表，根据项目进度：前期设计、投标、深化设计、备货执行、并完成各阶段工作。

6、前期设计的项目重点跟进，至少一周回访一次客户，必要时进行预约拜访，其他阶段跟踪的项目至少二周回访一次。投标日期及项目进展重要日期需谨记，并及时跟进和回访。

7、前期设计阶段主动争取参与项目绘图和方案设计，以便熟悉和了解客户的详细需求。

8、投标过程中，提前两天整理好相应的投标文件，按照客户要求递交给客户，以防止有任何遗漏和错误。

9、投标结束，及时回访客户，询问投标结果。中标后主动与客户进行深入沟通，以便及时准备施工所需图纸（设备安装图等）和其他的协调工作。

10、争取早日与客户签订供货合同，并收取预付款，提前安排备货，以最快的供应时间响应客户的需求，争取早日回款。

11、货到现场，等工程安装完设备，申请技术部安排调试人员到现场调试。

12、提前准备验收文档，验收完成后及时收款，保证良好的资金周转率。

1、体育工程应以长远发展为目的，力求扎根甘肃，辐射西北。20xx—20xx年以建立完善的销售网络和样板工程为主，销售目标为500万元；

2、挤身一流的体育产业供应商；成为快速成长的成功品牌；

3、以公司自己的主打产品带动整个体育产业的销售和发展。

4、市场销售近期目标：在很短的时间内使营销业绩快速成长，争取短期内使自身产品成为行业内知名品牌，取代省内同水平产品的一部分市场。

5、致力于发展分销市场，考虑发展有广泛人脉的朋友一起开拓西北市场

6、无论精神，体力都要全力投入工作，使工作有高效率、高收益、高薪资发展；

如果我公司体育工程项目要快速增长，且还要取得竞争优势，的选择必然是——“目标集中”的总体竞争战略。随着西北经济的不断发展、城市化规模的不断扩大，体育工程市场的消费潜力很大，目标集中战略对我们来说是明智的竞争策略选择。围绕“目标集中”总体竞争战略我们可以采取的具体战术策略包括：市场集中策略、器材和工程项目分开策略、发展分销精英销售策略。为此，我们需要将西北市场做如下划分：

战略核心型市场———兰州，酒泉，白银

培育型市场—————嘉峪关，张掖，金昌，武威，天水，庆阳，平凉等

等待开发型市场————陕西，青海，宁夏，新疆

总的营销策略：全员营销和其他营销相给合的营销策略

1、目标市场：

遍地开花，中心城市和中小城市同时突破，重点发展行业样板工程，大力发展重点区域，迅速促进产品的销量及销售额的提高。

2、产品策略：

用整体的解决方案带动整体的销售：要求我们的产品能形成完整的解决方案并在各大小城市都有成功的案例，由此带动所有产品的销售。大小互动：器材的销售带动体育工程的销售，以工程项目促进健身器材的销售。

3、市场策略

实行器械与工程分开的原则，市场开拓坚持区域划分，责任到位的原则。

4、渠道策略：

（1）分销合作伙伴分为二类：一是直接客户，是我们的重点合作伙伴。二是有广泛人脉的朋友或精英，是我们的基础客户。

（2）渠道的建立模式：

a、采取逐步深入的方式，先交朋友，再做市场，进而促使正式签定协议，订购产品。做好维护与保养，期待引荐其他客户；

b、采取寻找直接决策人的办法，深入接触，争取订单；

c、在朋友之间沉入挖掘客户资源，必要时可以资源共享或双方合作促成订单

（3）市场上有推，拉的力量。要快速的增长，就要采用推动力量。拉需要长时间的培养。为此，我们将主要精力放在开拓重点工程项目上，另外安排销售人员主攻各行业市场和零星市场，力争完成几项样板工程，给每位销售人员树立信心。完成自己的营销定额。

5、人员策略：

营销团队的基本理念：

a、开放心胸；

b、战胜自我；

c、专业精神；

（1）业务团队的垂直联系，保持高效沟通，才能作出快速反应。团队建设扁平。

（2）内部人员的报告制度和销售奖励制度

（3）以专业的精神来销售产品。价值=价格+技术支持+服务+品牌。实际销售的是一个解决方案。

1、公司应好好利用动之美品牌，走品牌发展战略；

2、整合西北各地各种资源，建立完善的`销售网络；

3、培养一批好客户，建立良好的社会关系网；

4、建设一支好的营销团队；

5、选择一套适合办事处的市场运作模式；

6、抓住公司产品的特点，寻找公司的卖点。

7、公司在西北采用器械和工程分开的市场运作模式；器材做样板工程并带动工程项目的发展，工程做销售额并作为公司利润增长点；

8、采用电话访销和登门拜访相结合的方式拓展市场；

9、为了尽快进入市场和有利于公司的长期发展，应以甘肃为中心，逐步辐射西北其他各大城市

10、为了确保上述战术的实现，特别是为了加强渠道建设和管理，必须组建一支能征善战的营销队伍：确保营销队伍的相对稳定性和合理流动性，全年合格的营销人员不少于3人；务必做好招聘、培训工作；将试用表现良好的营销员分派到各区担任地区主管；

11、加强销售队伍的管理：实行三a管理制度；采用竞争和激励因子；定期召开销售会议；树立长期发展思想，使用和培养相结合。

12、销售业绩：公司下达的年销任务，根据市场具体情况进行分解。主要手段是：提高团队素质，加强团队管理，开展各项销售工作，制定奖罚制度及激励方案。

13、团队建设、团队管理、团队培训、

1、营销队伍：全年合格的营销人员不少于3人；

2、所有工作重心都向提高销售倾斜，要建立长期用人制度，并确保营销人员的各项后勤工作按时按量到位。

3、时时进行市场调研、市场动态分析及信息反馈做好企业与市场的调查分析工作。全力打造一个快速反应的机制。

4、协调好各环节的关系。全力以赴开拓市场。

5、为加强机构的敏捷、迅速化，本公司将大幅委让权限，使人员得以果断速决，但不得对任何外来人员泄露公司价格等机密，在与客户交流中，如遇价格难以定决定时，须请示公司领导；

6、为达到责任目的及确定责任体制，公司可以贯彻重奖重罚政策。

**市场营销的工作计划 市场营销工作计划葡萄干三**

市场营销专业是我校20xx年新开设的一门新专业，根据教务处教学工作安排意见及指导思想和基本思路，该专业的主要工作任务和工作重点应在如下几个方面：

不断优化市场营销专业课程体系和教学内容体系。按照现代大市场营销专业教育和教学体系的要求，根据应用型人才培养目标，改造、改组和重新设计现存的市场营销专业课程体系和教学内容体系，不断提升学生的专业能力和职业能力，为学生能够充分就业且具有良好发展前景奠定坚实的基础；因此，根据市场营销专业的课程设置和要求，本学期开设了《市场营销基础》、《市场营销策划》、《市场营销案例与实训》三门专业课程。《市场营销学》主要学习市场细分、价格、广告、销售渠道、销售组合等策划及营销者形象和推销技巧等内容，掌握销售策划和推销的基本理论和方法。《市场营销策划》主要学习市场细分策划、目标市场策划、目标市场定位策划、一般竞争战略策划、企业形象策划、顾客满意策划、产品整体概念和产品市场生命周期策划、品牌的产品组合策划、新产品开发上市的理论、价格策划、销售渠道策划、物流系统策划、知识营销策划及关系营销策划等内容，掌握营销策划的基本理论和方法。《市场营销案例与实训》在掌握了营销基础知识和行销策划知识的基础上，针对具体案例进行具体分析，并从分析中汲取经验，运用到实训和以后的工作中去。根据三门课程的具体特点和要求，科学合理的安排学时。

由于市场营销专业是学校的新设专业，所以专业教师缺乏，目前从事营销专业教学的老师都是文化课的转型教师，教师本身缺乏实际营销管理经验，对如何培养学生实践能力力不从心；因此，针对这种情况，对每位专业就是都提出了严格的要求：

1、每位专业教师每周至少通过网络或书籍学习相关知识不少于15小时。

2、每位专业教师每周至少听相关教师的不少于2节。

3、每周相关专业教师必须进行两次集中的讨论和研究。以便扎实的掌握教学内容，更好的`完成教学任务。

教学改革的重点是对教学方法及手段的改革和创新，教师在转变教学观念的基础上，如何根据市场营销专业的特点和社会需要探究出利于提高教学质量和效果的人才培养方法、手段和机制极为重要。市场营销专业教学过程中应注意以下方法配合和协调运用，以达到培养能力和提高素质的要求。综合服务部根据营销专业的特点和学生的实际情况，提出了在模块教学的基础上创新教学方法，并对专业教师提出要求：

专业教师必须结合营销专业的特点相互沟通、探讨、研究以确保模块教学在市场营销专业得以实行并推广。

1、要求专业教师结合专业课的实际情况，适当的运用现代教学手段配以模块教学的运用和推广。

2、结合专业特点和专业知识多开展活动，以提高学生的学习兴趣和实践能力。本学期决定开展以下活动：广告词撰写比赛、广告创意比赛、创建模拟公司比赛、实物推销比赛和校内实践推销等。

3、在以模块教的基础上，根据营销专业的特点在教学方法上推广和实施

①双向交流教学法；

②自学精讲教学法；

③营销案例教学法；

④模拟营销教学法；

⑤多媒体教学法；

⑥社会实践教学法。

经过20xx年的评估工作，各项教学管理基本能够达到制度化、规范化、科学化。

工作目标：

1、要求教师严格执行《教学管理制度》的各项规定；

2、做好各项教学文件的归档工作；

3、专业教师，每周听课2次，并与相关教师相互交流讲课经验保证授课质量，形成良好有序的教学运行机制；

4、至少召开一次教师座谈会和一次学生座谈会，以便及时准确的获得各种教学信息；

5、在学生中开展例行的教学状况问卷调查，尽量避免人为因素的干扰，以做到客观公正。

总之，通过加强教师的素质和管理水平建设，改进教师的教学方法，加强对学生学习兴趣的培养，在这学期一定可以完成教学任务，并且达到优化教学效果的目的。

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！