# 市场部年度工作总结计划

来源：网络 作者：梦回唐朝 更新时间：2024-11-05

*市场部年度工作总结计划（精选17篇）市场部年度工作总结计划 篇1 一：市场背景分析 石门市场位于湖南省西北部，面积3979公里，下辖有20个乡镇，人口62万，XX年度在公司领导下和企划部的细心指导下和市场部共同努力，圆满完成公司下达椰岛鹿龟...*

市场部年度工作总结计划（精选17篇）

市场部年度工作总结计划 篇1

一：市场背景分析

石门市场位于湖南省西北部，面积3979公里，下辖有20个乡镇，人口62万，XX年度在公司领导下和企划部的细心指导下和市场部共同努力，圆满完成公司下达椰岛鹿龟酒40万的销售任务，同比增长33%实际消化96%，终端有货率由原不的85%上升至现在的95%，同比增长10%。

二：市场具体操作

1：分销渠道的建立及总结

石门市场部共设分销商4个，其中主成区二个，主要负责城区所有终端销售及空白点开发以及新老客户的维护，保证物流配送的及时性和快捷。在此对现在的4个分销商做简单的分析。

a：分销商皮老二批发部从事酒类批发已有10多年现有较为好的经济基础，现还在代理骄扬清爽啤酒，城区网终65%终端由他供货，在酒类批发和终端把控为面有一定的经验，XX年度椰岛鹿龟酒的销售额为10万，对本市场完成公司下达的任务起到了非常大的作用，也是本市场部是有份量的二批商。

b：鸿运批发部XX年芳销售额2万元，主要供货终端部分a类酒店虽销售量不大，但解决了a类终端进店难的问题，减轻了经销商的投入成本。

c：九口堰批发部和文凤玲批发部负责所有乡镇终端宣传，货物配送新老客户维护及空白点的开发。本年度两个分销商共计销售椰岛鹿龟酒8万多元。

渠道的合理性是XX年度椰岛鹿龟酒销售任力完成的基础，完善的渠道建设真正起到了承上启下的作用，同时使得经销商的资金快速回笼，减轻了经销商的销售压力。

三：经销商的状态分析。

石门经销商代理椰岛鹿龟酒已有5个年头了，虽他对椰岛这个品牌非常认可，也很支持我部的各项工作，在这5年中市场销售商年年递增走势平稳，但增长非常缓慢，影响增长速度的主体原因有：经济基础差，思想保守，依赖性强，终端网络少，配送跟不上至今还在用三轮自行车送货，终端配货得不到保障，就这些问题迟迟不能改善使得市场部人员工作强度无形加大工作效率低，多半时间都花费在帮经销商配送和收款上面，不过今年可能有所改观，现经商于4月代理了杜康酒，可能会买车在配送方面会有改善。

四：人员状态

石门市场部两人组成，部长负责椰岛鹿龟酒的全面工作和金思力药店终端维护工作，业务员负责金思力校推工作，本部业务员工作踏实，有责任感。虽然在有些重要的事情上把控还不够，但经过近8个月的工作实践有很大进步。

五：终端工作

a：终端宣传方面我部的宗旨是有货终端要有100%宣传和深动化陈列，无货终端也要有灯笼悬挂和pop和张贴，同时对未进货的终端当面与客户一对一的沟通和交流，促使门店进快进货。XX年度共计张贴宣pop300张，灯笼悬挂XX个，kt板张贴200个。

b：酒店终端和社区活动，在公司的整体企划下和市场部的需求，为了促进酒店销售打击竞品XX年度在酒店搞赠饮酒动20多场，健康吉祥日活动60场，社区品尝活动8场，能过活动有效的为良性快速成长垫定了很好的基础，拉动了酒店终端销售量，也和酒店终端建立了稳固的客情关系，活动也使得我们与消费者有了面对面的沟通机会，以他们更加了解椰岛这个产品，提升了椰岛在他们心目中的品牌形象。

六：竞品情况

本市场竞品有中国劲酒，宁夏红，999鹿龟酒，中国强劲酒，不过主要竞争对手是中国劲酒，在XX年劲酒总销售量在12左右，同比有很大的增长，不过由于XX年度劲酒涨价，对其影响很大。刚有所动销就开始涨价终端大部分不能接受。劲酒对椰岛影响不是很大。

七：市场成功分析

1：渠道的合理建立，有效的副射所有终端，配送得到了保障。空白点的开发和新老客户的得到了维护。

2：赠饮活动和健康吉祥日活动的开展，有效的提升了产品形象并促进了销售有很好的效果。

3：终端客情基础很好使得工作开展起来更加顺利。

4：价格体系的稳定使得市场非常良性。

市场存在的不足

1：春节礼品市场同比有所下降，问题主要出在本市场超市垄断经营，进店费，促销费，店庆费层层加价，造成了产品利润低，销售价远远高于成本价，以至于经销商对礼品市场信心不足，因而造成了礼品市场相当疲软难以突破。

2：乡镇开发和宣传远远不够，虽乡镇已全面开发但由于本市场乡镇路线较长，下乡镇成本较高椰岛利润不高二批发积极性不高很下乡镇很少以至于空白点还很多。

市场部年度工作总结计划 篇2

时间一晃而过，弹指间，20xx年已接近尾声，过去的一年在领导和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、地推工作; 今年市场部的地推宣传，

2、广告宣传;本年度主要在报媒、短信等等做阶段性宣传。通过以短信息的形式向市民发免费宣传信息，提升我校知名度，增加市民认知度。)

3、推广合作;本年度与北市区周边 家商铺进行合作，通过免费向商家提供我校宣传袋及宣传资料向消费者免费发放达到新的宣传阵势。

4、网站内容的更新和推广;(1)网站内容不断更新(确定每周进行网站内容的更新，并通过浏览其他网站借鉴别人的亮点来丰富我们的网站)(2)通过可凭借的网络渠道进行宣传推广，争取达成低投入，高反馈的效果。(通过百度推广开始实施市场推广工作，并通过其他网站进行宣传推广)。

5、宣传资料的修改、编写和收集工作;在校领导的带领下完成对考试攻略的修改和编写并已印制发放，并对新的宣传单页进行研发修改。同时也对市场销售及印刷厂的练习簿情况进行摸底调查。

6、协同工作;积极配合各部门做好各项工作，与人事部、教学部、教研中心、咨询部、一对一等部门工作衔接顺畅，并未出现大问题;

7、企业内部培训;企业文化、咨询流程、招生方法、电话销售技巧几方面制作成PPT对校区员工进行培训。

(二)工作分析：

1、20xx年度工作分析：市场部较好的完成了会大部分宣传工作、合作推广工作及协同工作，一年来持续在总、分校周边学校、社区进行地推，在各大媒体、网络进行宣传。

2、20xx年度工作不足点：市场部的主体工作基本分四部分：市场调研、品牌宣传、营销策划、企业文化活动。20xx年度的工作重点基本在品牌宣传和企业文化活动，由于学校各部门成立不久，这两项工作为重中之重的原因，而另一方面也有我们市场部工作不到位、与其他部门协调不及时的方面。如不及时的做市场调研工作，了解相关行业发展、了解消费者需求转变，那么品牌宣传就没有良好前提，这是我们不足之处。

加强其他部门特别是人事部、咨询部沟通仍需加强，使宣传活动更有的放矢，更能帮助增长业绩，也是我们市场部需要改进的方面。

懈怠了企业文化建设和团队凝聚力活动策划工作，这也是我们20xx年度应该跟进及加强的方面。

二、费用投入的回顾和分析

(一)费用回顾：1、市场部主体费用主要是以下四方面：一、印刷品制作费。20xx年度的主体费用分布较为平均。而印刷品费用呈上升趋势，兼职工资按任务完成量进行发放呈下降趋势，广告宣传投入了信息报和春晚、短信三方面。

(二)费用分析：

1、正面因素：整个学校市场费用呈下降趋势，在基本保障印刷质量、宣传效果、兼职应用的前提下，基本争取到昆明行情最低价格。( 三严三实 专题教育总结汇报)

2、负面因素：市场是销售的前战，如果把整个销售工作比作一场战争的话，那么市场就像空军和炮兵，用飞机炸药对目标进行轰炸，再派攻坚部队进行点对点进攻，这也就是咨询签订客户的过程。如果没有很好的前期宣传、活动策划，仅依靠咨询人员的个人能力，业绩很难有质的飞跃。当然，前提是费用合理、销售强势、团队合作密切、市场营销对路。

三、市场团队的建设回顾及分析

(一)团队建设业绩回顾：1、整个市场部门共两人，一是市场主管，一是市场人员，未能满足工作需要。2、虽然部门工作人员较少，但每个人的作用是不可或缺的。3、团队的执行力有所增强，虽然市场人员有更换情况，但由于选人和日常管理过程中把控严格，所以每个市场人员工作的衔接非常顺畅。

(二)团队建设分析：

1、正面因素分析：主管的主要职责是把控整个部门所负责工作的进程，市场营销宣传活动的策划组织、执行与总结及所有文案工作。人员少易协调，能及时了解下属动态。在日常管理中采取工作日报管理形式，一定程度上可以了解其在做什么?做得怎样?在每月汇报中，与其沟通工作中的进步与不足，从制度要求和心理印象上让市场人员感觉到学校、部门管理的严肃性，因此执行力随之增强。管理要求其学会提问题、解决问题，从而让市场人员遇到问题时首先联想解决问题的办法。同时树立了他的责任心，遇到问题找借口、找理由的现象降低，逐步树立了 解决问题是职责 的职业操守。

2、负面因素分析：在管理当中存在过于严格的地方，致使下属感觉压力较大，由于管理严格，过多束缚其个性发展，从而造成稳定性较差。发现上述问题后及时调整思路。

四、综述存在的主要问题

(一)业务知识不熟需加强学习。市场部专兼职人员存在对业务只是不熟悉，造成外出宣传无法与客户表述清楚，导致客户群流失，在20xx年度我市场将积极组织各类业务学习及培训。

(二)市场费用数据仍需完善。市场的各项费用虽然明确，却没有对各类费用进行部门内的汇总，在下一年度中将会重点改进，汇同财务部一起，制作出市场费用月度明细表，能更有效的了解市场花费与效果!

(三)汇报意识弱需加强。由于汇报不及时造成很多事情延误，在20xx年市场部一定会加强汇报制度的落实。

五、对学校发展建议

(一) 加强中层员工的培训

中层是一个学校的基石，目前我们的中层团队稳定，虽然水平层次不齐或者说整体有限，更需要领导和相关部门组织的培训和有效的学习机制，搭建有效的沟通平台，从而得到整体提升和磨合。

(二) 加强各部门人员职责细化

虽然刚进入学校时间不长，我们发现各部门人员职责未能明确，造成部分工作衔接不到位，造成一定漏洞，建议制定出各部门各岗位人员职责。

(三) 加强团队建设工作

由于学校正一步步走向正规，人员越来越多，建议在不影响正常工作的情况下，结合部门、员工情况组织适当活动，利于加强各部门间的协助和团队凝聚力!

(四)加强业务知识培训

由于市场部与咨询部主要是以收集数据、洽谈等两大方面进行工作，这就需要我们不断充实自己，时时了解市场最新动态，与客户进行有效沟通，因此我建议将业务知识培训列为常态化。

六、20xx年工作计划

1、继续开展地推工作

2、全力开展异业合作

3、多方位进行市场宣传

4、负责的完成上级领导下达的各项任务

以上是我们市场部2020xx年度工作总结，俗话说： 点点滴滴，造就不凡 ，在以后的工作中，不管工作枯燥的还是多彩多姿的，我们都要不断积累经验，与各位同事一起共同努力，勤奋的工作，刻苦的学习，努力提高市场部自身业务素质，为学校的发展做出最大的贡献。

市场部年度工作总结计划 篇3

时光飞逝，岁月如梭，转眼间，又到了一年的终点。201x年我们有过太多的辛酸经历，也收货了无尽的成绩和喜悦。在总行的正确领导与大力支持下，在分行的科学指导下，以及本支行的全力拼搏下，我们严格贯彻总行年度工作会议精神吗，确定指标任务和工作重点，认清形势，坚定信心，锐意进取，狠抓落实，各项工作扎实推进，主要业务健康发展，完成了年初的既定目标。

一、主要任务完成情况

截止12月份，(完成情况)

二、主要工作开展情况

(一)加强对有价值客户的重点分析，开拓营销策略 通过仔细梳理，按照贡献度对本行有价值的大客户进行排名，并定时深入了解各层次客户的个人爱好，采取 锁定VIP贵宾客户，提供贵宾式服务;针对中端客户，提供特别服务;对低端客户，提供大众化便民服务 的营销策略。

(二)加大贷款营销力度，扩大贷款范围，不断优化信贷结构。

为增强长期发展潜力，我们从年初开始就非常重视加快贷款营销工作，主动争取扩大贷款范围，带动对公储蓄业务和结算业务。一是优良客户的贷款营销，针重点企业，加大授信额度，主动营销贷款。二是加大项目贷款的营销，三是加大了按揭贷款和个人消费贷款等低风险贷款的投放力度。通过扩大增量，把更多的贷款投向双优客户，从而带动存量的优化，实现贷款结构的有效调整。在贷款管理的基础工作中，支行以严格实施预警预报制度为核心，全面提高信贷资产管理水平。首先，严把贷款准入关，贷款发放坚持双优战略，对可贷可不贷的坚决不贷;其次，坚持贷款客户的分类管理，实行主动退出，逐步压缩一般客户，主动淘汰劣质客户。三是严格实施信贷管理的预警预报制度，使这项工作成为信贷管理最有力的工具和每个客户经理的日常工作，加大对此项工作的考核与奖惩。

(三)客户维护活动形式多样化

以答谢客户为目的，结合不同客户的特征，采取不同的维护方法。比如，在代发工资方面，通过与重点代发工资户开展联谊会、座谈会、回访等形式，一方面了解客户的实际需求，一方面向客户介绍我行的服务渠道和理财产品，对重点代发户每月至少访问一次，了解其对于我行的服务是否满意，对我行的金融产品或者服务是否有新的建议。

加强与客户之间的沟通与交流，主动巧妙地将各种有利的情报提供给客户，包括最新的行业信息和政府信息等，增强客户对本行的了解。邀请客户参加多种形式有意义的活动，借此把握营销机会。

(四)善于反思和总结，积累经验

总结在一定程度上是工作前进的助推器。对每一次的工作进展情况及其完成情况都要做好总结，积累经验，为以后的工作奠定优良的基础，也便于及时发现问题，弥补不足。只有不断的总结才能把有益的东西积累起来，融会贯通，形成一种强大的工作手段和营销体系。

这一年，我们市场部的工作取得了一定的成绩，但面对复杂多变的宏观经济形势和激烈竞争的金融形势，我们还存在许多不足，一是储蓄结构不合理，部分储蓄过于集中与大户，容易产生大起大落，纯负债客户资源比较匮乏。二是信贷投放较慢，手续过于复杂，制约了信贷范围的进一步扩张和效益的有利提升。这些都是我们今后要加以克服和解决的。

三、明年的工作目标和措施

在下一年里，我们还要继续认真贯彻落实总行年度精神，坚持发展第一要务，加强风险管控，不断提升自身水平，努力提高市场份额，确保完成各项业务发展目标。

(一) 多渠道、多手段吸收储蓄

加大储蓄营销力度。进一步提高工作的主动性和主动性，完善营销措施，扩大吸存渠道，不断跟踪了解同行水平， 提高具有市场竞争力的营销支持，充分利用现有各类支付结算平台，提高服务水平，加强与客户的沟通联络，减少客户转移储蓄的现象发生。

有针对地开展各类营销计划。结合本地市场情况，制定实施细则，努力争取吸取上市公司和拟上市公司的一般性储蓄和募集资金，争取城乡结合部集体经济资金和拆迁资金的归集。

(二) 提高信贷业务的收益水平

针对每个客户制定差别化营销方案，综合考量包括小企业业务、零售业业务的推动效力，综合分析收益来源，选择最有利的营销方向，重点拓展中小企业，生产型企业客户，与客户建立全面合作关系，努力成为主办银行，努力提好信贷业务的收益水平。

(三)加大创新力度

坚持品种创新和服务创新，多方位发展零售业务。一是开展规范化服务流程演练，提高服务水平，为储户提供标准化的服务;二是加大吸收理财资金力度，抓住理财资金主要靠努力的特点，针对周边的商户、村户和老客户，有效地吸收理财资金。三是加大宣传力度，通过多种形式宣传我行的业务，提高我行的社会知名度。

市场部年度工作总结计划 篇4

转眼间，xx年来到尾声，进入到各项工作的收官阶段，经过一年忙碌而紧张的工作，我们市场部的工作整体完成俩人xx年的

1.立足市场，抓住机遇抢占市场。我们从整体的经营战略上考虑，在新设的市场业务区内安排3名业务员从事整体开拓工作，所辖业务范围包括锦州，葫芦岛，盘锦，阜新，朝阳，赤峰六个地级市，地域广，线路长。加之我们是新入住的品牌产品，在区域的市场份额非常低，为了抢占市场，打压竞争对手，区域的兄弟们时刻保持清晰头脑，理顺工作思路，积极寻找市场的突破口。

在开拓市场的过程中，大家切实发扬了雅致的 四千精神 ，对区域建设项目进行了全面摸底，掌握第一手资料，不论走东西500公里，还是走南北300公里;不论是tg项目，还是重点项目，哪里有契机，哪里就有辽西雅致业务员的身影;哪里有竞争，哪里就有辽西雅致人必胜的壮言。同时，大家还利用各种途径和方法，广泛搜集客户信息，广交客户朋友，理性沟通，睿智谈单，灵活运用了 先交朋友，再谈业务。

做一笔业务，交一个朋友 的谈单及客服理念，让客户从使用的效果上和心理上认可并接受我们的产品，为使雅致的红旗早日插遍辽西大地打下了坚实基础。一份辛劳，一份收获，截止目前，锦州区域完成产值380万元，市场占有率超过50%。

2.跟进监管监理，执行规定，保证工作的规律性，计划性。抓好管理，是提高业务质量的重要保证，也是最大限度提高工作效率，降低业务风险的主要措施。业务管理工作永远离不开销售，也离不开公司为业务战略和管理目标而制定各种制度。为了有效提高管理效果，我区努力把业务的过程管理和公司的制度结合起来，通过管理来激发大家的工作热情，规范大家的业务行为。

主要做到：

(1)抓业务员心态和思想的管理。区域的业务员来自不同的地方，也有不同的背景，基础和习惯，平时在工作和生活中有不同的要求和欲望。加之在外围工作，战线长，困难多，每天难以集中，根据这些特点，我努力提高每周为数不多的会议质量，把公司的要求和文化与大家的想法和行为来进行对照，共同探讨和学习，营造一个宽松和谐的氛围，让大家有一个家的温馨感，从而使大家在和谐融洽中接受管理，在相互帮助中调整思想和心态，始终保持着一种旺盛的工作斗志。

(2)抓五单管理。为了降低业务风险，我区把五单管理作为一个重要的管理指标来抓，并按照公司的要求，努力改进在五单签订上存在的一些问题，提高管理质量和回笼率。上半年，我区合同回笼率81%，验收单回笼率76%，结算单回笼率83%。

(3)抓回款管理。上半年，我区回款率32%，没有完成预期目标。但在回款的要求和措施上我们没有放松，一直在努力提高合同执行力。

(4) 抓市场资源管理。根据辽西的特点，我们把客户资源和市场信息进行疏理和整合，并有针对性地进行跟踪和回访，从而提高工作效率和客户对雅致的信任度。(5)抓日常工作管理。在日常管理中我们按照公司的要求，严格执行请销假制度，报销制度，会议制度等，积极改进存在的问题，努力把日常管理工作统一到公司的要求上来。

3.加强学习，提升素质。学习是业务工作永恒主题，只有通过对公司业务知识和公司文化的不断学习和理解，才可以提高我们开拓能力，跟踪能力，谈单能力及业务的把控能力。我们一是通过公司组织的培训加强了业务技能和业务知识的学习。二是加强了对公司的各项管理制度的学习。三是加强对金融危机下市场知识的学习。四是同事之间互相学习，共同提高。

明年工作计划：

明年，我们新市场将面临新的挑战，面临许多的难题需要进一步的突破，在xx年的工作当中，我们将从以下几点进一步加强各项工作：

1、继续加大市场的开拓力度，不但提供市场占有率，做到有单签单，无单抢单。树立去之可战，战之必胜的信心。力争市场占有率提高到60%以上。总产值力争达到800万。

2、加大回款力度。下半年我区必须坚持两手抓，即一手抓签单，一手抓回款。在回款工作中，我们坚决按照合同执行，及时解决回款中遇到的各种问题，力争老款回款率95%，新款回款率90%。

3、强化业务管理指标的提升。力争实现合同回笼率95%，验收单回笼率98%，结算单回笼率90%。报表，台账详细规范。

4、继续加强学习。我们在不但自我学习，自我提高的同时，将不断虚心向他人学习。对新人的培养将有针对性的进行帮助，使其尽快成为一名独当一面的业务能手。

5、进一步加强日常管理工作，严格落实公司的各项管理制度，严格控制费用，严肃工作纪律。

6、做好客户维护工作，让客户的朋友关系贯穿业务的始终。

市场部年度工作总结计划 篇5

时至岁末，新的一年正悄悄走近，回顾过去一年的工作，感慨万千。20xx年在部门领导的正确领导、关怀下，我由一名普通员工成长成一名熟练的业务员。近一年来的工作中，酸甜苦辣，五味俱全，既有可喜的一面，更有值得改进的一面。在这个岗位上我最大的收获是挑战了自己，为今后工作能走的更远、更稳积累了丰富的社会经验。现将一年里的工作、心得总结如下：

一、满腔热情努力工作

翻开我的工作日记，里面密密麻麻记录了我在市场部的成长历程。20xx年\*月\*到市场业务部的第一天我接到了陈经理第一道指令：路与路东xx村两栋高层有人联系加压，速查明情况与甲方取得联系。当时我刚学会开车，加上路况不熟，怕走到地方甲方已下班，我决定座出租车去。到现场后先去工地外围、地下室查看现场施工情况，发现一次水和二次水均未施工，费劲周折找到甲方办公室并取得联系后，开始了艰难的谈判过程。面对态度蛮横，不配合工作的甲方，我多次与其进行沟通交流，宣传本公司政策、供水条例。经过几番软磨硬泡，斗智斗勇，最终以不卑不亢、顽强的工作态度，感动说服了对方，圆满地完成了任务，也从此开始了我的业务生涯。

心得体会：理要直，气要壮，嘴要勤，腿莫懒，脸皮要厚，恶气要受。

秉着20字语，在领导的指导下我又联系了如亨业房地产、xx省工商管理局、上城、第八村民组等加压工程。

二、高度负责地毯式排查给水工程

最初，为了能尽快掌握辖区工程再建情况，我每日早出晚归，用了近一个月的时间，行程约3000公里，普查信息120项，在第一时间里完成了辖区基础普查，为以后的工作打下了基础。排查工地时为了做到不漏项，令排查信息一目了然，我绘制了cad工程排查动态图、电子表格信息表。空地、基础、正建、封顶这些表格内容使我做到片区工程心中有数，工作起来有头有序。现辖区工程共82项。其中已签合同11项，已报装23项，未报装48项(已封顶21项、正施工18项，未施工9项)。

心得体会：熟知供水条例，掌握报装程序，提高业务技能。

只有熟知供水条例，才能做好供水工程宣传工作，只有掌握报装程序，才能做好用户服务工作，只有提高业务技能，才能做好咨询销售工作，通过严格排查，大力宣传，辖区钉子用户自主报装增多，如置业、xx房地产、xx集团、置业等。辖区内不乏有更难啃的骨头，相信，有志者事竟成!

三、诚心、公心访用户，换位思考延伸服务。

负责倾听、记录客户意见或建议，总结并及时反馈信息，做好信息传递及反馈工作是我的另一工作职责。今年是我们改制的第一年，我们的身份发生了变化，从职工变成了员工。这次身份置换给我们带来了机遇，同时对外工作也带来了一定难度。怎样才能和用户建立长期友好的合作关系，增强用户对我们的信任度呢?这就需要我们延伸服务，改变事不关己高高挂起的态度，脑子里要时时充满危机意识，竞争意识。把用户的事情当成是自己的事情来办，积极、尽力协调解决他们从报装到通水过程中遇见的疑难问题，真正做到以服务带动营销，努力提升打造公司品牌。

四、新年计划：改正不足，锐意进取。

加压设备知识面较窄，是我的不足，直接影响了工作质量。今后，空闲时候要多充电学习，了解用户微妙心理，选择恰当的时机和用户交流。加强责任心，不放松自己，努力做到辖区工程不跑不漏，积极维护公司利益。一年来，在工作上我虽然取得了小成绩，但与领导的要求还有一定的距离。20xx年的工作已将成为历史，感谢领导对我的帮助，20xx年对我来说机遇与挑战同在，今后的工作中我要在思考与反思考，改进与再改进中成长，以崭新的面貌迎接新年的到来!

市场部年度工作总结计划 篇6

今年上半年，市场部主要完成以下工作：

一、 业务发展方面：制定业务收入计划和发展计划并采取措施指导、督促各县区完成。

今年上半年，市场部根据公司领导要求，在省公司下达的全年收入计划基础上，制定了全市收入计划，并分解到各县区。根据县区市场发展潜力不同，分解了各项业务发展量计划。为确保业务收入和发展量计划

顺利完成，市场部根据形象进度把每项计划分解到季度、月，每月统计完成情况，与县公司一起讨论完成较好的经验以及未完成计划的原因，发现问题和困难，与县公司共同解决。

截止6月份，全市共完成业务收入 万元，绝对值排名全省第 位，完成形象进度的 %。宽带终端新增 户，宽带专线新增 户，有人值守公话新增 户，普通电话新增 户。

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最好地市之一，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。

今年市场部接手物料管理以来，在网络部的大力支持下改进了管理方式，把出入库明细账与支撑中心每天的经营日报装、拆机数量相对照，使物料管理形成闭环。为实现终端回收、重复利用，要求县区公司对宽带、话吧、有人值守公话新装机用户都收取押金。鼓励县区公司在发展新用户时引导用户使用回收的终端。对终端故障在保修期内的用户更换回收终端，严格杜绝以旧换新。通过这些措施的执行，有效控制了浪费现象。

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。

下半年市场部拟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。

市场部年度工作总结计划 篇7

时间一晃而过，弹指间，20xx年已接近尾声，过去的一年在领导和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、地推工作：市场部的地推宣传。

2、广告宣传：本年度主要在报媒、短信等等做阶段性宣传。通过以短信息的形式向市民发免费宣传信息，提升我校知名度，增加市民认知度。

3、推广合作：本年度与北市区周边家商铺进行合作，通过免费向商家提供我校宣传袋及宣传资料向消费者免费发放达到新的宣传阵势。

4、网站内容的更新和推广：

(1)网站内容不断更新(确定每周进行网站内容的更新，并通过浏览其他网站借鉴别人的亮点来丰富我们的网站)

(2)通过可凭借的网络渠道进行宣传推广，争取达成低投入，高反馈的效果。(通过百度推广开始实施市场推广工作，并通过其他网站进行宣传推广)

5、宣传资料的修改、编写和收集工作：在校领导的带领下完成对考试攻略的修改和编写并已印制发放，并对新的宣传单页进行研发修改。同时也对市场销售及印刷厂的练习簿情况进行摸底调查。

6、协同工作：积极配合各部门做好各项工作，与人事部、教学部、教研中心、咨询部、一对一等部门工作衔接顺畅，并未出现大问题。

7、企业内部培训：企业文化、咨询流程、招生方法、电话销售技巧几方面制作成PPT对校区员工进行培训。

(二)工作分析：

1、20xx年度工作分析：市场部较好的完成了会大部分宣传工作、合作推广工作及协同工作，一年来持续在总、分校周边学校、社区进行地推，在各大媒体、网络进行宣传。

2、20xx年度工作不足点：市场部的主体工作基本分四部分：市场调研、品牌宣传、营销策划、企业文化活动。20xx年度的工作重点基本在品牌宣传和企业文化活动，由于学校各部门成立不久，这两项工作为重中之重的原因，而另一方面也有我们市场部工作不到位、与其他部门协调不及时的方面。如不及时的做市场调研工作，了解相关行业发展、了解消费者需求转变，那么品牌宣传就没有良好前提，这是我们不足之处。加强其他部门特别是人事部、咨询部沟通仍需加强，使宣传活动更有的放矢，更能帮助增长业绩，也是我们市场部需要改进的方面。

二、费用投入的回顾和分析

(一)费用回顾：

市场部主体费用主要是以下四方面：印刷品制作费。20xx年度的主体费用分布较为平均。而印刷品费用呈上升趋势，兼职工资按任务完成量进行发放呈下降趋势，广告宣传投入了信息报和春晚、短信三方面。

(二)费用分析：

正面因素：整个学校市场费用呈下降趋势，在基本保障印刷质量、宣传效果、兼职应用的前提下，基本争取到昆明行情。(“三严三实”专题教育总结汇报)

负面因素：市场是销售的前战，如果把整个销售工作比作一场战争的话，那么市场就像空军和炮兵，用飞机炸药对目标进行轰炸，再派攻坚部队进行点对点进攻，这也就是咨询签订客户的过程。如果没有很好的前期宣传、活动策划，仅依靠咨询人员的个人能力，业绩很难有质的飞跃。当然，前提是费用合理、销售强势、团队合作密切、市场营销对路。

三、市场团队的建设回顾及分析

(一)团队建设业绩回顾：

1、整个市场部门共两人，一是市场主管，一是市场人员，未能满足工作需要。

2、虽然部门工作人员较少，但每个人的作用是不可或缺的。

3、团队的执行力有所增强，虽然市场人员有更换情况，但由于选人和日常管理过程中把控严格，所以每个市场人员工作的衔接非常顺畅。

(二)团队建设分析：

1、正面因素分析：主管的主要职责是把控整个部门所负责工作的进程，市场营销宣传活动的策划组织、执行与总结及所有文案工作。人员少易协调，能及时了解下属动态。在日常管理中采取工作日报管理形式，一定程度上可以了解其在做什么?做得怎样?在每月汇报中，与其沟通工作中的进步与不足，从制度要求和心理印象上让市场人员感觉到学校、部门管理的严肃性，因此执行力随之增强。管理要求其学会提问题、解决问题，从而让市场人员遇到问题时首先联想解决问题的办法。同时树立了他的责任心，遇到问题找借口、找理由的现象降低，逐步树立了“解决问题是职责”的职业操守。

2、负面因素分析：在管理当中存在过于严格的地方，致使下属感觉压力较大，由于管理严格，过多束缚其个性发展，从而造成稳定性较差。发现上述问题后及时调整思路。

四、综述存在的主要问题

(一)业务知识不熟需加强学习。市场部专兼职人员存在对业务只是不熟悉，造成外出宣传无法与客户表述清楚，导致致客户群流失，在20xx年度我市场将积极组织各类业务学习及培训。

(二)市场费用数据仍需完善。市场的各项费用虽然明确，却没有对各类费用进行部门内的汇总，在下一年度中将会重点改进，汇同财务部一起，制作出市场费用月度明细表，能更有效的了解市场花费与效果!

(三)汇报意识弱需加强。由于汇报不及时造成很多事情延误，在20xx年市场部一定会加强汇报制度的落实。

五、对学校发展建议

(一)加强中层员工的培训中层是一个学校的基石，目前我们的中层团队稳定，虽然水平层次不齐或者说整体有限，更需要领导和相关部门组织的培训和有效的学习机制，搭建有效的沟通平台，从而得到整体提升和磨合。

(二)加强各部门人员职责细化虽然刚进入学校时间不长，我们发现各部门人员职责未能明确，造成部分工作衔接不到位，造成一定漏洞，建议制定出各部门各岗位人员职责。

(三)加强团队建设工作由于学校正一步步走向正规，人员越来越多，建议在不影响正常工作的情况下，结合部门、员工情况组织适当活动，利于加强各部门间的协助和团队凝聚力!

(四)加强业务知识培训由于市场部与咨询部主要是以收集数据、洽谈等两大方面进行工作，这就需要我们不断充实自己，时时了解市场最新动态，与客户进行有效沟通，因此我建议将业务知识培训列为常态化。

六、20xx年工作计划

1、继续开展地推工作。

2、全力开展异业合作。

3、多方位进行市场宣传。

4、负责的完成上级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，不管工作枯燥的还是多彩多姿的，我们都要不断积累经验，与各位同事一起共同努力，勤奋的工作，刻苦的学习，努力提高市场部自身业务素质，为学校的发展做出的贡献。

市场部年度工作总结计划 篇8

过去的已经过去。每一年都是一个新的起点，一个新的开始。在今年的工作中，以“勤于业务，专于专业”为中心，我和我组成员要做到充分利用业余时间，无论是在专业知识方面，还是在营销策略方面，采取多样化形式，多找书籍，多看，多学。开拓视野，丰富知识。

让大家把学到的理论与客户交流相结合，多用在实践上，用不一样的方式方法，让每个人找到适合自我的工作方式，然后相辅相成，让团队的力量在业绩的体现中发挥作用。为团队的合作和发展补充新鲜的血液和能量。同时在必须要提高自我的本事、素质、业绩的过程中。以“带出优秀的团队”为己任，要站在前年、去年所取得的经验基础之上。创今年业绩的同时，让每个人的本事、素质都有提升，都要锻炼出自我独立、较强的业务工作本事。将来无论是做什么，都能做到让领导放心、满意。

走进这个竞争激烈的社会，我们每个人都要学会如何生存?不论做什么，都要拥有健康、乐观、进取向上的工作态度最主要。学做人，学做事。学会用自我的头脑去做事，学会用自我的智慧去解决问题。既然选择了这个职业，这份工作，那就要尽心尽力地做好。这也是对自我的一个职责。

经过这一年的工作，我感同身受。我看到了公司所发生的变化。也感觉到了公司必然要向前发展的一种决心。我相信：“公司的战略是清晰的，定位是准确的，决策是正确的”所以，在今后的工作中，我会带领市场一部全体员工随着公司的发展适时的调整自我，及时正确的找到自我的主角和位置。为公司在蓬勃发展的过程中尽我们个人的微薄之力。

回首过去，我们热情洋溢;展望未来，我们斗志昂扬。新的一年，新的祝福，新的期待：今日，市场一部因为在此工作而骄傲;明天，市场一部会让公司因为我们的工作而自豪!

市场部年度工作总结计划 篇9

转眼已经到年末，根据自身的实际情况，我对自己XX年这一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 时至岁末，新的一年正悄悄走近，回顾过去一年的工作，感慨万千。20xx年在部门领导的正确领导、关怀下，我由一名普通员工成长成一名熟练的业务员。近一年来的工作中，酸甜苦辣，五味俱全，既有可喜的一面，更有值得改进的一面。在这个岗位上我最大的收获是挑战了自己，为今后工作能走的更远、更稳积累了丰富的社会经验。现将一年里的工作、心得总结如下：

一、满腔热情努力工作

翻开我的工作日记，里面密密麻麻记录了我在市场部的成长历程。20xx年X月X到市场业务部的第一天我接到了陈经理第一道指令：路与路东XX村两栋高层有人联系加压，速查明情况与甲方取得联系。当时我刚学会开车，加上路况不熟，怕走到地方甲方已下班，我决定座出租车去。到现场后先去工地外围、地下室查看现场施工情况，发现一次水和二次水均未施工，费劲周折找到甲方办公室并取得联系后，开始了艰难的谈判过程。面对态度蛮横，不配合工作的甲方，我多次与其进行沟通交流，宣传本公司政策、供水条例。经过几番软磨硬泡，斗智斗勇，最终以不卑不亢、顽强的工作态度，感动说服了对方，圆满地完成了任务，也从此开始了我的业务生涯。

心得体会：理要直，气要壮，嘴要勤，腿莫懒，脸皮要厚，恶气要受。

秉着20字语，在领导的指导下我又联系了如亨业房地产、XX省工商管理局、上城、第八村民组等加压工程。

二、高度负责地毯式排查给水工程

最初，为了能尽快掌握辖区工程再建情况，我每日早出晚归，用了近一个月的时间，行程约3000公里，普查信息120项，在第一时间里完成了辖区基础普查，为以后的工作打下了基础。排查工地时为了做到不漏项，令排查信息一目了然，我绘制了cad工程排查动态图、电子表格信息表。空地、基础、正建、封顶这些表格内容使我做到片区工程心中有数，工作起来有头有序。现辖区工程共82项。其中已签合同11项，已报装23项，未报装48项(已封顶21项、正施工18项，未施工9项)。

心得体会：熟知供水条例，掌握报装程序，提高业务技能。

只有熟知供水条例，才能做好供水工程宣传工作，只有掌握报装程序，才能做好用户服务工作，只有提高业务技能，才能做好咨询销售工作，通过严格排查，大力宣传，辖区钉子用户自主报装增多，如置业、XX房地产、XX集团、置业等。辖区内不乏有更难啃的骨头，相信，有志者事竟成!

三、诚心、公心访用户，换位思考延伸服务。

负责倾听、记录客户意见或建议，总结并及时反馈信息，做好信息传递及反馈工作是我的另一工作职责。今年是我们改制的第一年，我们的身份发生了变化，从职工变成了员工。这次身份置换给我们带来了机遇，同时对外工作也带来了一定难度。怎样才能和用户建立长期友好的合作关系，增强用户对我们的信任度呢?这就需要我们延伸服务，改变事不关己高高挂起的态度，脑子里要时时充满危机意识，竞争意识。把用户的事情当成是自己的事情来办，积极、尽力协调解决他们从报装到通水过程中遇见的疑难问题，真正做到以服务带动营销，努力提升打造公司品牌。

四、新年计划：改正不足，锐意进取。

加压设备知识面较窄，是我的不足，直接影响了工作质量。今后，空闲时候要多充电学习，了解用户微妙心理，选择恰当的时机和用户交流。加强责任心，不放松自己，努力做到辖区工程不跑不漏，积极维护公司利益。一年来，在工作上我虽然取得了小成绩，但与领导的要求还有一定的距离。20xx年的工作已将成为历史，感谢领导对我的帮助，20xx年对我来说机遇与挑战同在，今后的工作中我要在思考与反思考，改进与再改进中成长，以崭新的面貌迎接新年的到来!

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

XX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

在年度工作中，我总结出了如下几点：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。

以上就是我对XX年全年的工作总结，在工作总结中分析出自己工作中存在的各种问题，对明年的工作计划和目标有很大的帮助。接下来我会认真完成明年的工作，为自己的目标而努力!

市场部年度工作总结计划 篇10

20xx年，xx市场部在局(公司)的正确领导下，在公司各科室和兄弟市场部的帮助支持下，以邓小平理论、 三个代表 等重要思想为指导，以 国家利益至上，消费者利益至上 的行业共同价值观为出发点和落脚点，以 作风建设年 和 服务创新年 活动的开展为契机，认真履行党的xx大提出的 科学的发展观 ，努力做好 深化改革、创新发展、突出服务、规范管理、和谐稳定 五篇文章，进一步提高认识，增强自觉性，提高主动性，外树形象内强素质，积极探索，勇于创新，夯实卷烟销售网络，深化订单供货流程，市场控制力进一步加强，各项工作取得了圆满的成功。

一、20xx年经济指标运行状况

20xx年经济指标运行状况:20xx年1 11月份，xx市场部完成卷烟销量9716。84箱，完成年度销售任务的92。45%，实现销售毛利5514。市场部年度工作总结。12万元，完成年度毛利指标的95。32%，其中低档烟销量1346。5箱，完成年度指标的94。49%，预计可以顺利完成全年工作指标，单箱销售额从去年同期2。1万元/箱上升到2。32万元/箱;销售预测准确率一直保持在95%以上，订单满足率从一、二月份的70%左右上升到目前的平均90%以上。从经济指标的运行情况来看，20xx年各项经济指标和管理指标都取得了突出的成绩，这些成绩的取得，来自于市场部广大干部职工的共同努力，呈现了可持续发展的良好态势，为明年进一步开展卷烟销售和客户服务工作打下了坚实的基础。市场部年度工作总结。

二、20xx年开展的重要工作。

20xx年是行业改革攻坚和深化订单供货的关键之年，xx市场部在深化订单供货工作的基础上、建设标准化零售终端，提升网络经营水平;加强品牌培育，推进工商协同;加强服务营销，提升客户满意度;加强市场控制和市场分析，提升需求预测准确率;加强文化企业建设，建设品牌营销团队。诸多因素的共同推进，为实现经济的稳步增长和社会效益的进一步提升打下了坚实的基础。

(一)推进 按客户订单组织货源 工作向纵深发展。

1、完善需求预测体系。一是我们的客户经理做好自己管辖区域的卷烟销售趋势、特点、消费状况等作一个系统市场分析。在分析的过程不能简单从一些历史销售数据进行对比分析，还应进行一些深层次的调查研究，进行一个系统的市场分析报告;二是通过客户经理加强与卷烟零售的交流与沟通。一般情况下，在沟通过程中需要详细了解卷烟零售户一些具体品牌的销售(特别是主销品牌和主要培育品牌的销售)，卷烟库存和销售结构等情况;三是重点关注市场情况的变化，比如是重要节假日、人口流动、经济发展、消费水平等对卷烟市场的影响;还有，我们在做客户预订单的时候应该充分考虑到消费者的习惯、口味、层次等因素。在客户经理进行综合分析预测的基础上，市场经理根据汇总的数据，结合卷烟供应计划做适度调整，把握预测总量。立体化的预测角度和多角度的预测方法使得平均预测准确率保持在90%以上。

2、加强零售客户库存监测和零售客户库存管理。目前在零售客户之间，对卷烟的库存管理也存在较大的差距，一些有一定规模的超市、商场、烟酒商店对卷烟库存管理比较重视，也做得较好，而绝大多数的食杂店基本上没有卷烟库存管理的意识，随意性，盲目性较大。针对这些情况，客户经理进行卷烟库存管理的重要性的宣传，提高零售客户进行库存管理的意识，通过服务记事本的利用，结合电话短信等方式及时告知库存状况，避免客户有意囤积卷烟，提升资金的利用率。并在不同地区、根据不同经营环境确定5%比例的监测客户，月末对客户库存量进行清点和了解，达到以点盖面地了解当前社会库存量的作用。

3、梯次化品牌培育体系。品牌梯次化管理模式最主要的特征就是在于公平性，就是对同一品类结构上的品牌实行无差别管理模式，并跟公司品牌培育方向紧密结合，为不同的品牌提供公平的品牌竞争环境。在品牌培育力度、上柜考核力度、终端陈列、信息反馈等管理手段上一视同仁，利用品牌的区域化销售优势对周边所产生产生辐射影响，打破区域市场限制，提升品牌的知名度与覆盖率。这是梯次化管理提倡市场化的表现。随着对 大市场、大企业、大品牌 战略方针的深入执行，在稳定省内卷烟销量的基础上，省外卷烟在我区市场占有率稳步上升，红金龙、黄山、黄果树、红旗渠、云烟等品牌上升势头明显。到11月份，累计销售省外烟5667。04箱，对比去年同期增长24。13%。

4、加强终端信息的搜集、分析和利用。客户经理加强对终端客户数据的搜集，努力完善营销系统客户档案各项资料，力保做到资料真实完整，对客户业态、电话号码、客户具体经营地址和住址、经营能力、工作配合度、上柜宽度、柜台图片等重要信息进行逐项了解，并提取相关图片和文字资料，提高客户信息的可利用性，以便于为客户分类、卷烟供量的合理程度提供有效的参考依据。

5、探索加强订单供货考核评价体系。每月市场部二级考核小组对各营销线路进行考核，采用数据考核和走访考核相结合的方式，紧紧围绕销售增长率、预测准确率、订单满足率、客户满意度等关键指标展开进行市场部二级考核，在考核中重点强化客户经理细化工作流程的方面，突出对管理要求的精细化，对在市场经营指导、信息沟通情况、政策宣传解读、客户关系维护、终端运行状况等进行综合评价，并将考核结果与绩效相挂钩。以考核和评价体系的逐步完善，提升客户经理工作的主动性和积极性。

(二)展开标准化零售终端建设。

标准化卷烟零售终端建设，可以起到进一步规范市场，提高零售客户经营能力，提升零售终端业态，搭建强有力品牌培育平台的综合效果，形成客户与品牌、客户与市场、市场与品牌之间良性互动关系。xx市场部标准化零售终端建设从 示范街 工作着手，在提升集镇示范街的基础上，实现向农村示范街工作的延伸。制定服务公约框架，并与 卷烟零售许可证 一齐全面上墙，鼓励零售客户进行小投资柜台改造，客户经理协助零售户进行店容店貌的美化，柜台布置、卷烟陈列科学美观，品类结构分明，扩大品牌销售宽度。终端业态的改善，为一些原来被漠视的新品牌带来了推广的契机，为省内外重点新品牌提供了充分展示的机会。标准化零售终端建设主要是通过客户业态的改善、明码标价、提升零售客户建设三个方面来进行提升。

1、促进客户业态的提升。在六条营销售线路的示范街进行柜台改造，采取新做与改装相结合的方式，通过客户经理与零售客户的有效沟通，对辖区示范街的84家柜台进行了改造，制定终端陈列的标准，根据店面的经营环境、经营水平、经营面积等因素，对卷烟柜台的设置、定位作出参考性指导意见，增强经营环境的美观性和整洁性，提升品牌展示效果，改善卷烟终端形象，提高卷烟经营业绩。

2、做好明码标价。全面展开 一烟一标，烟标对应 工作，努力实现从明码标价向明码实价的切实转变。对卷烟出样出现断货现象留出标价空空位，新产品上架及时补充标价签，明码标价的效果体现主要依靠落实的保持情况。由于客户各自的卷烟销售习惯不同，对明码标价的认识程度不同，出现的持续效果也就不近相同。为了体现卷烟明码标价长期的、稳定的、最佳的效果，客户经理需要落实后期明码标价的维护工作。公司在采取 硬盒塑料标价签套 以后，市场部各客户经理对示范街的明码标价进行了全部重新维护，发放三联硬盒标价签盒851只，单联标价签盒1582只，从而获得了更好的陈列效果，稳定了零售卷烟市场价格。

3、提升零售客户素质。本年度为提升零售客户对国家卷烟销售政策的掌握，缓解卷烟供需矛盾，增加零售客户品牌培育、店面维护、自我分析的能力，市场部对各类客户分时段、分类别地进行了四次客户培训，主要就目前 稍紧平衡 的货源供应政策、卷烟生产的宏观性等方面进行了讲解，对零售客户具体在经营中应该注意的问题，例如月度要货计划、订单的制作、如何进行月度销售对比、如何进行卷烟陈列和改善经营形象、如何建立自己忠诚的顾客群体等方面做了详细的指导，这些措施是提升零售客户素质、提升终端自我管理能力的有效手段，零售客户经营能力的提升是我们进一步提升订单供货工作的必要支持。

(三)规范化经营，精细化管理。

1、做好每季度客户分类工作。进一步挖掘客户潜力，按照经营业态、经营规模、市场类型、守法情况四个维度，对客户进行分类，进行差异化服务，本着科学合理，公平公正的理念，全面提升基础管理工作。在对客户类别调整上，为消除类别变动引起的客户异议，客户经理在类别调整前与客户做好沟通，对于类别调高的客户进行及时提醒和督促，使客户了解新类别的来之不易，从而促使客户对新类别的珍惜;对于类别下调的客户，告之下调的原因、客户在当前经营中存在的问题以及需要进一步努力的方向，使客户对类别的恢复产生期待的效果。

2、合理定量。根据客户分类，对各类别采取不同的供量，一方面避免过量供应造成低价倾销，另一方面根据市场需求状况正确把握投放节奏，针对存在的结构性供需要矛盾采取多种办法予以弥补，最大限度地利用货源资源，满足不同销售业态的卷烟销售需求，有效实现了 限制大户、发展中户、扶持小户 网络建设客户管理目标，有效限制批发、窜货行为和降价竞销行为，极大促进了零售指导价的进一步执行到位，比较有效地保证了卷烟市场正常的流通秩序。

3、专销结合加强市场监管。客户经理对市场中出现的小户代订、大户发展二级网络等不规范经营情况以 管销联系单 的方式向专卖部门进行通报，对在市场走访中发现的销售私烟、假烟，例如本年度在、闲林等地出现的铁盒利群等，第一时间向专卖所进行沟通，便于专卖部门及时进行查处，净化经营环境;每月对零售客户的销售数据进行对比，对销售异动比较大的客户做好重点监督管理，并进行市场了解，作出异动变化分析报表，全面掌握市场规范经营情况，增强市场控制力。

(四)突出服务，创新管理模式。

1、多种形式的客户经营指导和沟通途径。除市场走访当面沟通之外，市场部积极配合公司开拓多种沟通途径，以 客户服务记事本 为痕迹管理重点，以营销工具箱为分析总结工具，以 客户直通车 为政策宣传手段、以短信信息发布弥补信息空挡。确保信息交流及时到位，经营指导实用有效。多种沟通工具与信息工具的综合利用，对客户进行全方位的经营指导，提升客户对卷烟政策的了解和对按客户订单组织货源工作的支持。

2、建立终端特约信息员制度。烟草努力开展终端信息渠道建设，就月份召开了特约信息员初选会议，每条营销线路按地理位置分布、客户类别、经营业态等情况确定2到3名零售客户作为终端信息员。在此基础上，11月初，烟草在xx市场部召开片区零售户信息员第一期培训会议，公司副经理唐颖洲代表公司与零售户信息员进行了沟通，就实行零售户特约信息员制度的目的意义、对零售户信息员的要求、如何开展具体工作等方面的问题和零售户信息员进行了交流，对于具体工作开展中存在的难点问题进行了分析和探讨。零售户特约信息员制度的实施，深化了网络建设、强化了网络功能、提升了客户关系，为全面推进标准化网络建设带来了新的推动因素。信息渠道的下沉，利于形成零售客户、客户经理、市场部、业务科等多角度、全方位的市场分析体系。

3、建立市场经理随访机制。结合市场部二级考核，市场经理每月定期或不定期随同客户经理走访市场，比较全面地掌握市场部各营销线路在品牌培育、市场管理、信息沟通、客户服务等各个方面的工作力度，对于公司布置的阶段性工作的落实情况，并根据各营销线路工作的推进程度作出比较，指出客户经理在在工作中存在的问题，鼓励创新性的工作方法和市场管理手段，在相互对比中强化管理过程、提高服务质量、提升队伍素质，保持各营销线路工作的整体推进。

(五)企业文化建设和团队合作。

1、以会代训的日常培训和自学制度。每周二确定为市场部周工作例会日，市场经理、客户经理、配送员和各后台岗位就当前工作中存在的难点热点问题进行探讨，各岗位之间增进相互了解，增加契合力。还可以就公司下发的文件、理论和方针进行学习，通告阶段性工作要求，确定当前阶段的工作重点和工作方式，推动阶段性工作及时快速地执行。

2、应知应会考试。根据省市公司对应知应会考核内容的要求，市场部组织客户经理利用业余时间和工作闲暇时间进行统筹学习，边学习边探讨，一方面要求不影响日常工作，另一方面要熟悉掌握考试有关内容，并对相关内容进行理解和记忆。应知应会考试取得了比较好的成绩，六位客户经理考核成绩全部达到良好以上。

3、加强信息工作。针对公司对信息工作的要求，市场部确定三名客户经理为信息员，并要求各客户经理注重市场信息收集，对每月库存监测情况、订单供货情况进行分析，并形成文字材料上报公司，形成稳定有序的信息分析体系。今年以来各类通讯、简讯、探讨类文章累计投稿量达到93篇，省公司oa网站录用12篇，分公司oa网站录用24篇，取得了较为突出的成绩。

(六)重视客户满意度工作。

客户满意度工作是贯穿本年度的重头戏之一，市场部围绕货源分配公平性透明性、卷烟质量、皱烟无喷码卷烟的调换、明码标价、投诉渠道、投诉处理等几个主要问题进行展开满意度的沟通工作。其中货源问题一直是客户满意度最大的影响因素，第三季度的客户满意度调查虽然比前几个月有所好转，但是也还存在一些问题，针对问题的存在，市场部根据客户满意度自查情况，为以前存在投诉和走访当中有过不满意情绪的客户专门进行了一次交流会议，在尊重客户的基础上尽可能地取得客户的理解，并提出要做好以下几个结合:卷烟零售户普查与客户满意度提升相结合;品牌培育工作与客户满意度提升相结合;以提升客我关系为基础促进客户满意度的提高;以提升服务品质促进客户满意度的提高。

(七)安全管理，可续发展。

认真学习国家局李克明副局长 20xx年下半年电视电话安全工作会议上的讲话 ，精心组织学习，理解安全生产对企业可持续发展的重要意义，对各岗位针对岗位工作的具体情况开展安全教育，对送货流程、车辆使用、防盗防火等形成一系列的日常检查和管理制度，确保生命财产安全。

1、送货安全。配送工作的安全管理也主要包括两个部分。一是卷烟的装卸过程要符合规定，防止托盘掉落压人、卷烟人为摔损等情况的发生;二是卷烟送货过程中，做到人车不分离，现金不过夜，对于发放的卷烟促销品等做好书面台帐，并要求有客户签字痕迹。

2、消防安全和财产安全。做到放火、防盗设备有专人负责，定期进行自查自检。对灭火器、仓库设备、营业大厅办公设备、110联网报警系统进行经常性的检查，对存在安全隐患的设备进行保养和更换，特别是对容易被忽视的安全死角和隐蔽的安全隐患进行着重检查。

3、车辆安全。根据公司 车辆管理制度修订稿 文件要求，严格限制非公务用车，车辆例行用车要有出车台帐，保持车容整洁、车况良好，并规定了事故、报修处理流程，提高自我保护意识，对客户经理自用车辆，也要遵守交通安全法律法规，确保车辆和人身安全。

4、完善值班制度。一是健全门卫值班，对进出单位的外来人员进行登记;夜间110联网报警系统开启时间、关闭时间都一一做好登记。二是员工的夜间值班制度，要求值班人员每天对仓库周围、门锁、营业大厅进行检查，确保各类电器、设备的安全使用。

三、存在的问题以及意见和建议

(一)当前工作中存在的主要问题

1、终端布局方面。农村无证客户分布还是较为普遍，特别在五常、闲林一带无证户存在较多，同时已对部分有证客户的经营造成了一定负面影响，在客户座谈会上这一问题已成为客户反应的焦点问题;

2、明码标价及明码实价方面。目前总体在客户经理指导方面客户配合度还是较高的，但大部分客户只停留在被动的工作配合下，客户对终端业态维护的重要性在认识上还不是较高，特别是农村市场客户日常维护工作自觉性不高，还是需通过客户经理指导监督下才能完成。硬件配套设施方面，还有一部分客户没有像样的卷烟陈列柜台，同时客户反应塑套在使用过程中存在较多不便(更换卷烟困难、容易造成卷烟破损)，塑盒使用方面由于前期发放没有一定规则可寻，可能在已发放客户的使用上存在一定问题(非示范街客户的使用、所有陈列卷烟的套盒等)，下一步将严格按下发塑盒使用文件进行下发使用;明码实价，目前辖区市场能完全按指导价进行零售的客户还是较少的，主要问题可能是在客户分类的合理性、货源供应定量上存在一此薄弱环节，下一步将此两环节进行重点突破。

3、两率一度方面。订单满足率方面，目前工作开展中还是较为机械的通过人工沟通指导的方式进行，在货源供应与客户需求有较大差距的现状下将会造成客户经理走访工作较大的牵制，下一步工作还是需通过多方面的信息沟通手段(百事通、手机信息平台)进行工作效率的提升;需求预测准确率方面，由于对年底货源供应量估计不足，造成需求预测准确率不高。客户满意度方面，当前最大影响因素就是货源供应，虽然近期通过客户经理的努力沟通，以博得客户的理解，但该项工作治标不治本，而且使客户经理工作量大增。

(二)想法和建议

1、零售终端建设从乡镇基础建设逐步迈向农村。

具体工作方向:农村无证户的疏理工作;明码标价的全面落实;明码实价市场监督机制的研究产生;示范街及示范点客户的范围延伸;农村信息员的全面建设及动员工作。

2、信息互通工作的全面深化。

具体工作方向:市场经理随访机制落实及随访频率、走访面的加强加大;信息员工作职责落实及沟通平台的建立。

3、示范街方面，突出 标准化 ，制定终端陈列标准，柜台要具有统一标识。

4、明码标价向明码实价进行深化，明码实价工作要与客户类别、卷烟限量等奖惩措施相结合，通过建立零售客户自律体系，稳定卷烟价格。

5、客户满意度方面，公司应当加强客户细节关怀，对客户生日、具体困难、突发性事件等提供具体帮助，在服务职责范围以外的措施来体现服务增殖作用，客户满意度的提升过程就是一个笼络人心的过程。

6、经营指导方面，市场部可以推出 客户经营诊断书 制度。针对不同客户在经营过程存在的优劣、机会、威胁等进行客户经营发展方案的设计，从而通过个性的经营指导最终提升客户赢利。

四、今冬明春过渡工作和明年的打算

(一)今冬明春过渡工作

1、加强第四季度客户满意度工作。针对第三季度客户满意度调查中存在的问题，进行查漏补缺。第四季度12月份的货源供应状况不容乐观，这就增加我们客户满意度工作的难度，但是还是要知难而上，确保客户满意度的保持和提升。

2、继续重视安全问题，确保全年无责任事故。贯彻落实 安全第一、预防为主、综合治理 方针，全面落实安全责任，强化基础管理，突出重点整治、提升管理水平，有效预防各类重特大事故和减少各类事故的发生，努力实现安全过冬。

3、继续做好标准化零售终端建设。维护好前期标准化零售终端建设的成果，对当前零售终端中存在的问题做好分析总结，特别是应该扩大零售终端示范街的示范效应。

(二)20xx年市场部工作计划

1、根据公司要求，以规范经营为前提，坚持科学发展的理念，进一步推动行业改革中各项制度和措施的顺利执行。提升客户服务水平，加大品牌培育力度，继续提升二率一度工作，提升管理市场、控制市场的能力。进一步做好标准化零售终端的建设工作，对公司下达的阶段性工作予以快速、优质地执行。

2、明年计划经济指标以及预测目标

卷烟销量:10500 11150箱

上半年低档烟销量:620 650箱

市场部年度工作总结计划 篇11

20x年，余杭市场部在局(公司)的正确领导下，在公司各科室和兄弟市场部的帮助支持下，以“国家利益至上，消费者利益至上”的行业共同价值观为出发点和落脚点，以“作风建设年”和“服务创新年”活动的开展为契机，认真履行党的xx大提出的“科学的发展观”，努力做好“深化改革、创新发展、突出服务、规范管理、和谐稳定”五篇文章，进一步提高认识，增强自觉性，提高主动性，外树形象内强素质，积极探索，勇于创新，夯实卷烟销售网络，深化订单供货流程，市场控制力进一步加强，各项工作取得了圆满的成功。

一、20x年经济指标运行状况

20x年经济指标运行状况：20x年1—11月份，余杭市场部完成卷烟销量9716。84箱，完成年度销售任务的92。45%，实现销售毛利5514。12万元，完成年度毛利指标的95。32%，其中低档烟销量1346。5箱，完成年度指标的94。49%，预计可以顺利完成全年工作指标，单箱销售额从去年同期2。1万元/箱上升到2。32万元/箱;销售预测准确率一直保持在95%以上，订单满足率从一、二月份的70%左右上升到目前的平均90%以上。从经济指标的运行情况来看，20\_\_年各项经济指标和管理指标都取得了突出的成绩，这些成绩的取得，来自于市场部广大干部职工的共同努力，呈现了可持续发展的良好态势，为明年进一步开展卷烟销售和客户服务工作打下了坚实的基础。

二、20x年开展的重要工作。

20x年是行业改革攻坚和深化订单供货的关键之年，余杭市场部在深化订单供货工作的基础上、建设标准化零售终端，提升网络经营水平;加强品牌培育，推进工商协同;加强服务营销，提升客户满意度;加强市场控制和市场分析，提升需求预测准确率;加强文化企业建设，建设品牌营销团队。诸多因素的共同推进，为实现经济的稳步增长和社会效益的进一步提升打下了坚实的基础。

(一)推进“按客户订单组织货源”工作向纵深发展。

1、完善需求预测体系。一是我们的客户经理做好自己管辖区域的卷烟销售趋势、特点、消费状况等作一个系统市场分析。在分析的过程不能简单从一些历史销售数据进行对比分析，还应进行一些深层次的调查研究，进行一个系统的市场分析报告;二是通过客户经理加强与卷烟零售的交流与沟通。一般情况下，在沟通过程中需要详细了解卷烟零售户一些具体品牌的销售(特别是主销品牌和主要培育品牌的销售)，卷烟库存和销售结构等情况;三是重点关注市场情况的变化，比如是重要节假日、人口流动、经济发展、消费水平等对卷烟市场的影响;还有，我们在做客户预订单的时候应该充分考虑到消费者的习惯、口味、层次等因素。在客户经理进行综合分析预测的基础上，市场经理根据汇总的数据，结合卷烟供应计划做适度调整，把握预测总量。立体化的预测角度和多角度的预测方法使得平均预测准确率保持在90%以上。

2、加强零售客户库存监测和零售客户库存管理。目前在零售客户之间，对卷烟的库存管理也存在较大的差距，一些有一定规模的超市、商场、烟酒商店对卷烟库存管理比较重视，也做得较好，而绝大多数的食杂店基本上没有卷烟库存管理的意识，随意性，盲目性较大。针对这些情况，客户经理进行卷烟库存管理的重要性的宣传，提高零售客户进行库存管理的意识，通过服务记事本的利用，结合电话短信等方式及时告知库存状况，避免客户有意囤积卷烟，提升资金的利用率。并在不同地区、根据不同经营环境确定5%比例的监测客户，月末对客户库存量进行清点和了解，达到以点盖面地了解当前社会库存量的作用。

3、梯次化品牌培育体系。品牌梯次化管理模式最主要的特征就是在于公平性，就是对同一品类结构上的品牌实行无差别管理模式，并跟公司品牌培育方向紧密结合，为不同的品牌提供公平的品牌竞争环境。在品牌培育力度、上柜考核力度、终端陈列、信息反馈等管理手段上一视同仁，利用品牌的区域化销售优势对周边所产生产生辐射影响，打破区域市场限制，提升品牌的知名度与覆盖率。这是梯次化管理提倡市场化的表现。随着对“大市场、大企业、大品牌”战略方针的深入执行，在稳定省内卷烟销量的基础上，省外卷烟在我区市场占有率稳步上升，红金龙、黄山、黄果树、红旗渠、云烟等品牌上升势头明显。到11月份，累计销售省外烟5667。04箱，对比去年同期增长24。13%。

4、加强终端信息的搜集、分析和利用。客户经理加强对终端客户数据的搜集，努力完善营销系统客户档案各项资料，力保做到资料真实完整，对客户业态、电话号码、客户具体经营地址和住址、经营能力、工作配合度、上柜宽度、柜台图片等重要信息进行逐项了解，并提取相关图片和文字资料，提高客户信息的可利用性，以便于为客户分类、卷烟供量的合理程度提供有效的参考依据。

5、探索加强订单供货考核评价体系。每月市场部二级考核小组对各营销线路进行考核，采用数据考核和走访考核相结合的方式，紧紧围绕销售增长率、预测准确率、订单满足率、客户满意度等关键指标展开进行市场部二级考核，在考核中重点强化客户经理细化工作流程的方面，突出对管理要求的精细化，对在市场经营指导、信息沟通情况、政策宣传解读、客户关系维护、终端运行状况等进行综合评价，并将考核结果与绩效相挂钩。以考核和评价体系的逐步完善，提升客户经理工作的主动性和积极性。

(二)展开标准化零售终端建设。

标准化卷烟零售终端建设，可以起到进一步规范市场，提高零售客户经营能力，提升零售终端业态，搭建强有力品牌培育平台的综合效果，形成客户与品牌、客户与市场、市场与品牌之间良性互动关系。余杭市场部标准化零售终端建设从“示范街”工作着手，在提升余杭集镇示范街的基础上，实现向农村示范街工作的延伸。制定服务公约框架，并与“卷烟零售许可证”一齐全面上墙，鼓励零售客户进行小投资柜台改造，客户经理协助零售户进行店容店貌的美化，柜台布置、卷烟陈列科学美观，品类结构分明，扩大品牌销售宽度。终端业态的改善，为一些原来被漠视的新品牌带来了推广的契机，为省内外重点新品牌提供了充分展示的机会。标准化零售终端建设主要是通过客户业态的改善、明码标价、提升零售客户建设三个方面来进行提升。

1、促进客户业态的提升。在六条营销售线路的示范街进行柜台改造，采取新做与改装相结合的方式，通过客户经理与零售客户的有效沟通，对辖区示范街的84家柜台进行了改造，制定终端陈列的标准，根据店面的经营环境、经营水平、经营面积等因素，对卷烟柜台的设置、定位作出参考性指导意见，增强经营环境的美观性和整洁性，提升品牌展示效果，改善卷烟终端形象，提高卷烟经营业绩。

2、做好明码标价。全面展开“一烟一标，烟标对应”工作，努力实现从明码标价向明码实价的切实转变。对卷烟出样出现断货现象留出标价空空位，新产品上架及时补充标价签，明码标价的效果体现主要依靠落实的保持情况。由于客户各自的卷烟销售习惯不同，对明码标价的认识程度不同，出现的持续效果也就不近相同。为了体现卷烟明码标价长期的、稳定的、的效果，客户经理需要落实后期明码标价的维护工作。公司在采取“硬盒塑料标价签套”以后，市场部各客户经理对示范街的明码标价进行了全部重新维护，发放三联硬盒标价签盒851只，单联标价签盒1582只，从而获得了更好的陈列效果，稳定了零售卷烟市场价格。

3、提升零售客户素质。本年度为提升零售客户对国家卷烟销售政策的掌握，缓解卷烟供需矛盾，增加零售客户品牌培育、店面维护、自我分析的能力，市场部对各类客户分时段、分类别地进行了四次客户培训，主要就目前“稍紧平衡”的货源供应政策、卷烟生产的宏观性等方面进行了讲解，对零售客户具体在经营中应该注意的问题，例如月度要货计划、订单的制作、如何进行月度销售对比、如何进行卷烟陈列和改善经营形象、如何建立自己忠诚的顾客群体等方面做了详细的指导，这些措施是提升零售客户素质、提升终端自我管理能力的有效手段，零售客户经营能力的提升是我们进一步提升订单供货工作的必要支持。

(三)规范化经营，精细化管理。

1、做好每季度客户分类工作。进一步挖掘客户潜力，按照经营业态、经营规模、市场类型、守法情况四个维度，对客户进行分类，进行差异化服务，本着科学合理，公平公正的理念，全面提升基础管理工作。在对客户类别调整上，为消除类别变动引起的客户异议，客户经理在类别调整前与客户做好沟通，对于类别调高的客户进行及时提醒和督促，使客户了解新类别的来之不易，从而促使客户对新类别的珍惜;对于类别下调的客户，告之下调的原因、客户在当前经营中存在的问题以及需要进一步努力的方向，使客户对类别的恢复产生期待的效果。

2、合理定量。根据客户分类，对各类别采取不同的供量，一方面避免过量供应造成低价倾销，另一方面根据市场需求状况正确把握投放节奏，针对存在的结构性供需要矛盾采取多种办法予以弥补，限度地利用货源资源，满足不同销售业态的卷烟销售需求，有效实现了“限制大户、发展中户、扶持小户”网络建设客户管理目标，有效限制批发、窜货行为和降价竞销行为，极大促进了零售指导价的进一步执行到位，比较有效地保证了卷烟市场正常的流通秩序。

3、专销结合加强市场监管。客户经理对市场中出现的小户代订、大户发展二级网络等不规范经营情况以“管销联系单”的方式向专卖部门进行通报，对在市场走访中发现的销售私烟、假烟，例如本年度在余杭、闲林等地出现的铁盒利群等，第一时间向专卖所进行沟通，便于专卖部门及时进行查处，净化经营环境;每月对零售客户的销售数据进行对比，对销售异动比较大的客户做好重点监督管理，并进行市场了解，作出异动变化分析报表，全面掌握市场规范经营情况，增强市场控制力。

(四)突出服务，创新管理模式。

1、多种形式的客户经营指导和沟通途径。除市场走访当面沟通之外，市场部积极配合公司开拓多种沟通途径，以《客户服务记事本》为痕迹管理重点，以营销工具箱为分析总结工具，以《客户直通车》为政策宣传手段、以短信信息发布弥补信息空挡。确保信息交流及时到位，经营指导实用有效。多种沟通工具与信息工具的综合利用，对客户进行全方位的经营指导，提升客户对卷烟政策的了解和对按客户订单组织货源工作的支持。

2、建立终端特约信息员制度。余杭烟草努力开展终端信息渠道建设，就月份召开了特约信息员初选会议，每条营销线路按地理位置分布、客户类别、经营业态等情况确定2到3名零售客户作为终端信息员。在此基础上，11月初，余杭烟草在余杭市场部召开余杭片区零售户信息员第一期培训会议，公司副经理唐颖洲代表公司与零售户信息员进行了沟通，就实行零售户特约信息员制度的目的意义、对零售户信息员的要求、如何开展具体工作等方面的问题和零售户信息员进行了交流，对于具体工作开展中存在的难点问题进行了分析和探讨。零售户特约信息员制度的实施，深化了网络建设、强化了网络功能、提升了客户关系，为全面推进标准化网络建设带来了新的推动因素。信息渠道的下沉，利于形成零售客户、客户经理、市场部、业务科等多角度、全方位的市场分析体系。

3、建立市场经理随访机制。结合市场部二级考核，市场经理每月定期或不定期随同客户经理走访市场，比较全面地掌握市场部各营销线路在品牌培育、市场管理、信息沟通、客户服务等各个方面的工作力度，对于公司布置的阶段性工作的落实情况，并根据各营销线路工作的推进程度作出比较，指出客户经理在在工作中存在的问题，鼓励创新性的工作方法和市场管理手段，在相互对比中强化管理过程、提高服务质量、提升队伍素质，保持各营销线路工作的整体推进。

(五)企业文化建设和团队合作。

1、以会代训的日常培训和自学制度。每周二确定为市场部周工作例会日，市场经理、客户经理、配送员和各后台岗位就当前工作中存在的难点热点问题进行探讨，各岗位之间增进相互了解，增加契合力。还可以就公司下发的文件、理论和方针进行学习，通告阶段性工作要求，确定当前阶段的工作重点和工作方式，推动阶段性工作及时快速地执行。

2、应知应会考试。根据省市公司对应知应会考核内容的要求，市场部组织客户经理利用业余时间和工作闲暇时间进行统筹学习，边学习边探讨，一方面要求不影响日常工作，另一方面要熟悉掌握考试有关内容，并对相关内容进行理解和记忆。余杭应知应会考试取得了比较好的成绩，六位客户经理考核成绩全部达到良好以上。

3、加强信息工作。针对公司对信息工作的要求，市场部确定三名客户经理为信息员，并要求各客户经理注重市场信息收集，对每月库存监测情况、订单供货情况进行分析，并形成文字材料上报公司，形成稳定有序的信息分析体系。今年以来各类通讯、简讯、探讨类文章累计投稿量达到93篇，省公司OA网站录用12篇，分公司OA网站录用24篇，取得了较为突出的成绩。

(六)重视客户满意度工作。

客户满意度工作是贯穿本年度的重头戏之一，市场部围绕货源分配公平性透明性、卷烟质量、皱烟无喷码卷烟的调换、明码标价、投诉渠道、投诉处理等几个主要问题进行展开满意度的沟通工作。其中货源问题一直是客户满意度的影响因素，第三季度的客户满

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！