# 202\_市场部年终总结报告

来源：网络 作者：雾凇晨曦 更新时间：2024-05-28

*202\_市场部年终总结报告（通用14篇）202\_市场部年终总结报告 篇1 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...*

202\_市场部年终总结报告（通用14篇）

202\_市场部年终总结报告 篇1

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。

2、市场开发工作离不开信息，及时准确的获取有价值的信息是市场开发工作的根本保证。我经常网上查询，查看网上信息，争取不遗漏任何一条有价值的信息，时刻掌握燃气市场的动态，为公司在投资决策上提供了一定的基础资料。

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

在刚刚到一线工作后，对相关业务信息十分敏感，总想尽快做出成绩，不辜负公司领导对自己的期望，一旦听到相关燃气信息，我就马上去做调查，总觉得这些项目都能够大有作为，可是连着跑了几趟才知道，大部分道听途说来的信息都不够准确，不但自己的信心受到打击，还浪费了公司的资源，这也让我更明白了业务工作的不容易。工作一段时间后，我学会了对收集到的信息进行合理的筛选，自己先通过网络进行信息整理，再与公司同事进行交流，把收集到的信息进行一次次的筛选，最后将那些合理的、可信的信息在进行汇总和上报，这样不但节省公司的资源，也让我在信息筛选过程中增长经验，为今后的工作打下坚实的基础。

(二)信息收集渠道灵活广泛，信息收集准确

在调研过程中，我注意为公司节省成本，在实地调查前，先了解清楚相关部门情况，应该到哪个部门了解什么情况，避免出现“重复跑路、跑重复路”的情况。不仅要到政府部门了解详细的地区规划及建设情况，还在打车过程中，多于当地出租车司机进行沟通，从侧面了解市场信息及当地民众对燃气行业的看法，同时，在当地与居民住户了解情况，与工业、餐饮业用户沟通，了解信息，保证了信息了解途径全面和信息准确。

(三)虚心学习，能听取不同意见

在工作中，我始终注意工作的积累，遇到不懂的事多听、多想、多问，少发表意见、多与领导同事学习，注意每个成功的项目中，哪些步骤是重点，哪些环节是关键，多听取别人的意见，使自己少走弯路，避免在其他同志身上发生的问题在自己身上再次发生，为自己今后的工作理清思路。

(四)注重发现不足，注重细节

因为从事行政、人事工作的缘故，使我有注重查找不足，关注细节的工作习惯。在每个项目中，我所负责的工作不尽一样，在每个项目完成后，我都会提前思考自己在工作中应注意那些问题，应关注的工作细节，并详细分析。工作后我会对项目过程中发生的问题，以及工作细节进行回顾与分析，争取在以后的工作中避免发生类似的错误。

(五)熟悉项目流程，能够串联团队通力合作

通过一年的工作，使我感受到想要成功完成一个项目的签约，并不像我当初想想的那么简单，其中涉及到项目分工要明确，流程要清晰，每个人在整个项目的过程中都扮演着不同的角色，只有大家通力合作，齐心协力才能够成功的完成一个项目。在我所完成的项目工作中，我不论扮演什么工作角色，都能够积极的去考虑其他团队成员所负责的工作任务是否能够与我有交集，我应当如何去配合他们的工作，因为如此的思考，我能够很好的去串联项目中其他成员的工作，达到配合默契的目的。这也是我们市场部所独有的工作方式及工作优势。

(六)能够揣摩谈判对象思维，提高谈判水平

在参与谈判项目前，我总能想清楚先与对方谈什么，怎么谈，如何把公司的损失降到最低，怎么把公司的利润最大化，虽然不一定领导会采取自己的意见，但是我也总能够给领导提供不同的思路，为顺利谈判保驾护航。

五、工作中的不足

通过工作，我也客观认识到自己在工作中的不足。

(一)过于关注细节，思维高度有待提高

因为自己多年从事管理工作，因此工作习惯于关注工作的细节，习惯做事情关注具体问题。通过20xx年的工作，我发现了自己的这个问题，这在做为具体工作执行者时必须具备的能力，而做为区域经营管理以及对市场项目宏观考虑时，我的思维高度不够，这在20xx年工作中收到了领导的指正。因此做为希望能够跟随公司共同发展的我，在未来，我将努力提高自己的格局，提高自我的思维高度，从一个全局者去看待项目，从一个主要管理者角度去管理区域公司，这是我未来需要改进的重点问题。

(二)能够在团队主动提出自己的想法

做为市场部新人，我在项目讨论中，我有学习和聆听的习惯，但是有时不能积极的发表自己对项目的思路与对问题的观点，这在我们这个提倡沟通积极分享的市场部中，还是存在不足的，主要问题来自于我认为自己是新人，怕发表的意见与观点过于肤浅所致，但通过公司组织的管理人员培训及下半年的市场部工作，我在不断的改变自己的这种行为习惯，从开始的沉默到后来的参与我希望我能够逐步成长为市场部最为积极的业务骨干。因此在未来的市场部工作中，我要更为主动的提出自己想法，加强团队协作与互助，把自己在团队中的优势更有效地发挥，达到市场部成员协作1+1+1=111的放大效应。

20xx年，对于我来说注定是个不平凡的一年，注定是变化的一年，注定是让我成长提高的一年!这一年我的工作性质发生的飞跃性转变，从后勤直接转战至市场，从办公室走到项目一线，使我达到了自我的蜕变与自我实现的目的，在这里就我工作的转变我再次感谢公司领导对我的信任与工作的委任，使我有了长足进步。

这一年也是我收获最大的一年，从一个初出茅庐的懵懂少年，逐渐成长为现如今公司的业务骨干，这巨大的收获，离不开公司领导的关心和身边同事的帮助。在新的一年里，我将继续努力，增强自身业务素质，以积极、主动、自信、充满激情的心态去工作。我愿意为了实现大地燃气的企业目标、企业远景而奋斗终身!

以上就是我一年以来的工作总结，如有不足之处，望公司领导和身边同事予以批评指正。

202\_市场部年终总结报告 篇2

今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，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一样，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，每月统计完成状况，与县公司一齐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。

市场部还采取各种措施，向县区公司推广新业务、新产品。-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。-月份根据市场竞争状况向省公司申请了包月资费套餐，在全市组织推广。-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好处。

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-月份开始，市场部按照内控流程要求，调整了原先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状况现场核查。对每周稽核状况进行通报，对不贴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一年在全省属于状况最好地市之一，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一天对每个县区拆机、退费明细都进行核查，严格封堵每个漏洞。

三、绩效考核方面

改善绩效考核计算方法，从多方面入手促进保存量、激增量，提高业务收入。

四、存在的问题和困难

1、由于今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。

明年市场部拟从以下几方面进行改善和提高：

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，了解用户使用状况和需求。在发展较好的县区总结成功营销案例进行推广;帮忙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

透过了解市场竞争状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、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，发现不足并继续改善。

202\_市场部年终总结报告 篇3

想不到一晃，20--年的工作即将成为历史。回望走过的每一秒每一分、每一天、每一个星期、每一个月，太多的感慨、太多的感触在里面。我是20--年3月份正式加入公司(以前的名称是“赛博尔网络”)到今天整整十个月时间。说长也不长，说短也不短，在这十个月时间里，有太多的事情让我不能忘记，有太多的感动让我铭记在心。。。。。。

这份工作不是我踏入社会大学的第一份工作，我是一个天生不安分的人，从北到南走过了好多城市，也走过了好几家公司，换了好几份工作。能走进公司，天生就是缘份，我和公司是有缘的。不过更重要的是公司的氛围、公司里的每个人、包括公司的领导给我留下了不一样的感觉，让我最终选择来这个刚刚起步及久的公司。第一次走进公司(公司是5月份搬到软件园来的，以前在soho大厦)，给我的感觉是公司好小，感觉有点拥挤。在和肖总的几次沟通中，感觉很受益。和这个公司的领导人沟通一直很愉快，也是他自身的感召力让我对公司充满信心，最终选择加入公司。这是一个温馨的大家庭、这里的人都很好相处、没有尔虞我诈，没有人际斗争。这里的氛围我喜欢!

一、工作总结

前面啰嗦了这么久，对我10年的工作总结如下(很多内容在半年总结里面有提到，不过在这里也罗列一下，毕竟是年总结)：

1、渠道部门的建立

我是和小柴一起进的公司，她是负责公司渠道工作，我是负责市场工作，营销和市场这两个部门是非常紧密的，你中有我，我中有你吧。一个部门的建立，不是一朝一夕的，是要经过很多的细心准备。市场是走在销售的前沿，为销售工作做好前期准备工作。渠道部门的建立经过了一个较长的过程，过程是复杂艰辛的，文档的整理就不下十几份。招商计划书ppt、招商计划书文档、产品包装文档、代理商协议、代理商最终客户合作协议、渠道政策等等。这里公司领导对我们的帮助是很大的，渠道政策的讨论会，大大小小的不知开了多少回，文档整理修改了不知道多少次。五月份渠道工作正式拉开维幕!

2、4006直线通平台上线

4006直线通管理平台是我们公司4006产品与竞争对手的一个大的区别点，我们的管理平台在业界堪称一流。这离不开我们技术部的辛勤工作。技术研讨会开了一次又一次，多少个日日夜夜，大家加班加点赶进度。技术是公司的灵魂，没有一个过硬的技术体系，没有一个过硬的技术团队，没有一个为公司发展尽心尽力，不辞辛苦工作的技术带头人。那就没有今天在国内市场上堪称一流的4006管理平台。也就没有我们销售部今天取得的成绩。

呵呵，当然平台的上线每个人都付出了汗水，我的付出只是微不足道的一小部分。管理平台的上线，更离不开公司的大力支持。

3、市场工作

市场部的工作是我的职责，不过我相对做的事情比较杂。

(1)市场宣传及广告投放

市场宣传及广告做的最多的是我们的线上宣传，为推广也想了很多的方法，为广告投放也绞尽脑汁，报纸夹带、门户网站广告、车身广告、电梯广告、软文宣传、统计站点广告、招商网站等等想了很多，也准备了很多，不过做为我们一个发展型的公司，不能和更多的大型公司攀比，拿钱砸市场，那是不可能。每一分钱都要花在刀刃上，老大是开明的，大钱投不起，我们可以用小钱，百度关键词宣传我们一直在做，没有放弃，当然互联网的发展，中国人离不开百度，百度给我们带来了很不错的效果，也促进了我们销售部的工作进展。

论坛与博客的工作也一直没有放松，客服部从八月份接手以来，每天都在做，让我们的宣传在网上无处不在，有点困难，不过让我们想看到的人看到我们的宣传，看到我们的公司，我们一直在努力。

(2)物料制作

物料制作有两批，我们的平面广告设计人员没有，都是通过网上征集来做的，相应的时间都比较长，不过效果还可以，这点最重要。制作厂商也是在众多厂商中挑选出来的。

(3)市场情况调查与了解

这里离不开直销部与渠道部的帮助。对市场价位、竞争对手的情况进行调查与了解。对我们工作的开展和价位的制定起到了一定的帮助作用。

(4)博客宣传

客服部、直销部、渠道部三个部门都有在网上注册开通博客，博客培训必不可少。博客的建设及宣传推广工作，公司领导及技术部同仁给了很大的支持，今天我们的博客取得的成绩，和他们的支持是分不开的。

看到现在大家的博客点击过万，看到很多同事通过博客成交大单子，我们的付出终于有了回报。为刚的博客做的一直很好，是我们大家学习的榜样。博客宣传相信在接下来会有一个更大的进展，为我们营销部的工作带来更多的帮助。加油吧!

4、其他市场工作

(1)网站工作与技术部合作

搜号网、oa、crm、4006产品网站、个人博客、促销活动页面等

网站工作，主要是配合技术部对网站内容的相关整理及审核，在这里要感谢技术部的理解，

和技术部相关人员的配合一直是愉快的。网站的一些小的修改及意见。

(2)公司相关制度整理的参与

参与制定了 公司员工手册 、 公司服务体系 、 优秀员工评选及评选标准 等相关制度制定的工作，不过毕竟不是专业的，很多还不是很成熟，这里感谢老大的帮助。

202\_市场部年终总结报告 篇4

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!

202\_市场部年终总结报告 篇5

这篇市场部年度工作计划范文是我们精心挑选的，但愿对你有参考作用。

在这一年里，凭借前几年的蓄势，杭萧钢构不但步入了高速发展的快车道，实现了更快的效益增长，而且成功地实现公司股票在上海证券交易所上市。从此，一个杭萧钢构以崭新姿态展现在世人面前，一个更具朝气和活力的、以维护股东利益为己任的新杭萧诞生了。

公司上市后，管理水平必将大幅度提高，这不仅仅是市场竞争的外在要求，更是自身发展壮大的内在要求。对于市场部来说，全面提升管理水平，与公司同步发展，既是一种压力，又是一种动力。为了完成公司20\_\_年合同额三十亿的总体经营管理目标。

一、 信息网络管理

1. 建立直接领导关系

市场部是负责公司信息网络建设与维护、信息收集处理工作的职能部门，接受营销副总经理的领导。市场部信息管理员与各区域市场开发助理之间是一种直接领导关系，即在信息网络建设、维护、信息处理、考核方面对市场开发助理直接进行指导和指挥，并承担信息网络工作的领导责任。

2. 构架新型组织机构

3. 增加人员配置：

(1) 信息管理员：市场部设专职信息管理员3名，分管不同区域，不再兼任其它工作。

(2) 市场开发助理：浙江省六个办事处共设市场开发助理两名,其它各办事处所辖区域均设市场开发助理一名。

4. 强化人员素质培训

春节前完成对各区域的市场部信息管理员和市场开发助理的招聘和培训，使20\_\_年新的管理制度实施过程中市场部在人员素质方面有充分的保障。认真选择和慎重录用市场开发助理，切勿滥竽充数。

5. 加大人员考核力度

在人员配置、资源保证、业绩考核等方面对信息网络建立和维护作出实施细则规定，从制度上对此项工作作出保证。建立市场信息管理员定期巡回分管区域指导信息管理工作的考核制度，并根据各区域实际情况和存在的问题，有针对性地加以分析和研究，以督促其在短期内按规定建立和健全信息管理的工作。

6. 动态管理市场网络

市场开发助理与信息管理员根据信息员提供的信息数量(以个为单位)、项目规模、信息达成率、发展下级信息员数量四项指标对信息网络成员进行定期的动态评估。在分析信息员/单位的分类的基础上，信息管理员和市场开发助理应结合信息员的背景资料进行细致地分析，然后确定其通过帮助后业绩增长的可能性。进一步加强信息的管理，在信息的完整性、及时性、有效性和保密性等方面做好比上一年更好。(详见市场开发助理管理制度)

7.加强市场调研，以各区域信息成员/单位提供的信息量和公司在各区域的业务进展情况，将以专人对各区域钢结构业务的发展现状和潜在的发展趋势，进行充分的市场调研。通过调研获取第一手资料，为公司在各区域的机构设置各趋合理和公司在开拓新的市场方面作好参谋。

二、 品牌推广

1、为进一步打响“杭萧钢构”品牌，扩大杭萧钢构的市场占有率，然后20\_\_年乘公司上市的东风，初步考虑四川省省会成都、陕西省省会西安、新疆维吾尔自治区首府乌鲁木齐、辽宁省会沈阳、吉林省的长春、广东省会广州、广西壮族自治区首府南宁以及上海市举办品牌推广会和研讨会，以宣传和扩大杭萧钢构的品牌，扩大信息网络，创造更大市场空间，从而为实现合同翻番奠定坚实的市场基础。

2、在重点或大型的工程项目竣工之际，邀请有关部门在现场举办新闻发布会，用竣工实例展示和宣传杭萧钢构品牌，展示杭萧钢构在行业中技术、业绩占据一流水平的事实，树立建筑钢结构行业中上市公司的典范作用和领导地位，使宣传工作达到事半功倍的效果。

3、进一步做好广告、资料等方面的宣传工作。在各个施工现场制作和安装大型宣传条幅或广告牌，现场展示企业实力;及时制作企业新的业绩和宣传资料，然后补充到投标文件中的业绩介绍中和发放到商各人员手中，尽可能地提升品牌推广的深度和力度。

4、加强和外界接触人员的专业知识培训和素质教育工作，树立良好的企业员工形象和先进的企业文化内涵，给每一位与杭萧钢构人员接触的人都能够留下美好而深刻的印象，从而对杭萧钢构及钢结构有更清晰和深层次的认识。

三、 客户接待

客户接待工作仍是市场部工作的重点之一。做好客户接待工作是业务接洽的必要的提前和基础。如何按照公司有关规定和商务部要求保质保量地做好客户接待工作是市场部必须进行认真研究和探讨的重要课题。表面上看起来接待工作比较简单，但实质上客户接待是一门十分深奥的学问。不去深入地研究和探讨就不能让该项工作做得完善。因此，市场部要在方法上、步骤上、细节上下一番功夫。为了既少花钱，又不影响接待效果，需要向各商务部领导和各办事处商务人员更多地了解客户的生活阅历、为人禀性、处事方式、兴趣爱好、饮食习惯、办事风格、企业价值取向、管理理念、产品特色、行业地位等等。仔细研究分析和琢磨推敲日程的安排，让每一位客户在最短时间内对杭萧钢构有全面的、清晰的、有一定深度的了解，对杭萧钢构的产品表现出最大限度的认同感，对杭萧钢构的管理模式和企业文化产生足够的兴趣。把长期地、坚持不懈地认真对待每一批客户和每一客户，然后使他们对杭萧钢构的接待工作满意作为市场部每一个接待工作人员的准则。从而以此来提高项目跟踪的成功率和降低商务谈判的难度，达到提高企业经济效益的根本目的。为此市场部20\_\_年着重抓好以下几方面的工作：

1、 督促全体人员始终以热诚为原则，有礼有节地做好各方面客户的接待工作，确保接待效果一年好于一年。

2、 在确保客户接待效果的提前下，将尽可能地节省接待费用，然后以降低公司的整体经营成本，提高公司利润水平。

3、 继续做好来访客户的接待档案管理工作，将潜在顾客和合同顾客的档案分类保存，准确掌握项目进程，努力配合商务部门和办事处促成项目业务。

4、调整部门人员岗位，招聘高素质的人员充实接待力量。随着业务量的不断扩大，来访客户也日渐增多，市场部负责接待的人员明显不足。为了适应公司业务发展的需要，然后更好地做好接待工作，落实好人员招聘工作也是一件十分重要的事情。

四、 内部管理

1、严格执行C版质量管理体系文件和管理体系标准文件，然后严格实施“一切按文件管理，一切按程序操作，一切用数据说话，一次就把工作做好”战略，使市场部逐步成为执行型的团队。

2、 进一步严格按照股份公司和营销系统所规定的各项要求，然后开展本部门的各项工作管理，努力提高管理水平。

3、充分发挥本部门各岗位人员的工作积极性和主动能动性，强调其工作中的过程控制和最终效果。提高他们的工作责任性和工作质量。严格按照相应的岗位职责实行考核制。

4、一切从公司大局出发，强调营销体系一盘棋。积极做好协调营销系统各部门之间的联系与协调工作，从而提高营销系统整体战斗力，为完成20\_\_年的营销目标做好最优质的服务工作。

5、 配合营销副总经理搞好营销系统的日常行政管理。主动为各部门做好后勤保障工作和日常服务性工作。为他们创造更加良好的企业文化氛围和工作环境。

202\_市场部年终总结报告 篇6

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

202\_市场部年终总结报告 篇7

一、市场工作回顾及分析：

(一)工作职责概述：

1、自20xx年6月底进入柏恒食品公司以来以来，市场部成立已有6个月。市场部主要职责为：面负责公司品牌宣传与维护、营销活动策划与组织、市场调研工作和辅助相关部门做好企业文化建设工作。20xx年全年着重开展品牌推广工作，加大推广渠道的发展，完善原有的推广渠道(如网站、微博等)。

2、20xx年度工作要点列表

(二)工作分析：

1、20xx年度工作分析：

举办了系列促销活动。从主体策划，宣传品文稿、设计、制作到位，人员安排分工，现场调控等各个环节把控活动，各项活动基本圆满完成。前期在品牌推广方面，由于没有很系统的了解门店周边社区市场环境，及网络推广方面缺乏统筹计划，在品牌推广方面未有成效，20xx年工作中，在年初做好全年的品牌推广计划，依照计划进度进行品牌规划推广，结合网络对家家知品牌进行全面推广。

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、营销活动策划、企业文化梳理宣传。20xx年度的工作重点基本在营销活动策划执行和部门辅助工作上，一方面有部门刚刚成立，对公司部分业务不太熟悉，前期处于行业熟悉与摸索阶段，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，那么营销策划工作就没有良好前提，这是我们不足之处。

同其他部门特别是一线盈利部门运营部、精通公司产品生产的生产部沟通仍需加强，了解消费者及门店需求，熟悉公司产品制作过程及特点，使宣传活动更

有的放矢，更能帮助销售增长业绩，也是我们市场部需要改进的方面。

忽视企业文化建设和团队凝聚力活动策划工作，这也是我们20xx年度重点跟进和加强的工作方向。20xx年，重点深化家家知品牌文化宣传，解析家家知二十年品牌，悉数家家知二十年大事记，组织一系列以深化家家知二十年品牌为主题的品牌活动，宣导家家知品牌，让深圳消费者更加熟悉家家知品牌，从而更加认可家家知品牌。

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;

二、活动组织费用;

三、广告宣传费;

四、公司、门店内部美陈部分。

20xx年度的主体费用分布较为平均。而印刷品费用呈下降趋势，活动费用每次根据活动大小不同而存在差别，广告宣传因以门店、项目宣传为主，大项费用投入主要在中秋月饼宣传及门店活动宣传两项，生日蛋糕图册制作属每年度过顶支出费用。

(二)费用分析：

1、正面因素：

整个公司市场费用呈直线下降趋势，在基本保障印刷质量、活动效果的前提下，尽量减少物料制作，对制作数量也进行严格把控预计，坚持多家供应商选择，基本拿到了相应地区同等物料要求的最低价格。

在和供应商合作过程中，做到信用与要求并进，前期询价、打样沟通严密，尽量减少出现偏差、过程把控严密，保障印刷质量和交货时间，后期付款及时，使得供应商虽然供货价格低，但结款及时，从而与其建立良好的合作关系，在确保物料制作质量的同时也提供了相应物料制作建议，尽可能的压低制作成本。

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，这也就是销售拿下客户的过程。如果没有很好的前期宣传、活动策划，仅依靠销售人员的个人能力，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、产品质量保证。

3、20xx年市场费用把控不足之处：

由于设计岗位频繁更换，设计师及市场部对设计制品把控不严，造成一下物料偏色及其他制作问题，相应会损害公司终端形象及费用浪费。针对此类不足，20xx年严格把控设计制品，在设计源文件中严格标准主色调颜色系数、制作要求等，收货时严谨查验，杜绝设计制品浪费及颜色偏色现象，减少费用浪费。

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，一是设计人员，满足工作需要。

2、虽然部门工作人员较少，但日常负责工作较多，其中设计工作尤为繁琐(就本人接手市场部以来，设计除未加班以外，其他工作时间均饱和)我部门员工工作的最大特性就是工作的不可替代性，所以员工稳定性尤为重要，设计人员在这7个月内共更换三名，就目前来看每个设计工作时间在2 3个月，原定设计在安排好设计工作外，安排固定时间对门店进行巡查，对终端门店陈列形象及物料使用，但由于现在设计工作安排问题，未能完成上述事项，20xx年对设计工作进行整理，会承担起门店形象陈列工作。

(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，设计主要负责宣传品设计工作。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?在每月月做月度测评，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设计人员感觉到公司、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 逼迫 设计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 的职业态度。

2、负面因素分析：

由于本人刚开始对食品行业的不了解，在一定范围上局限的对市场工作的开展，造成一些市场工作开展的不顺利和未能准确的定位门店市场;在后期工作中，通过和相关部门(特别是运营部)的密切沟通和对食品行业的不断摸索深入，开始慢慢的了解一些，在后期工作中也能适应市场需要，制定出相关符合行业特点和解决公司问题的方案并跟进执行。

因公司体制及岗位设计本身问题，我们所选用设计为毕业一年的大学生，所以经验不足，致使管理者要加大对其辅导和管控的专注度;而设计本身具有天马行空的特质，而我们的设计工作范围较单一、设计面相对较窄，个人发展空间有限，所以在下属个人发展方面存在很大问题，设计刚刚运作三个月，也许这个问题并不明显，但长期发展中这个问题必然会显现出来。

四、内部管理运作的回顾及分析：

(一)存在的负面因素分析：

1、我接触食品行业时间较短，对于食品行业营销策划不敢轻易做决策，从而养成了简单执行营运部要求的工作习惯;且疏于同其沟通交流，也没有制定长期营销策划战略。

2、财务部、生产部虽有主动沟通，营销类活动也基本顺利完成，但效果并不理想，虽有各种原因，但追寻本部门自身原因：部门协作性仍需加强，根据下年度工作安排，会同人事部组织员工活动(20xx年系列活动之一，增强企业内部凝聚里。);主动同营运部沟通商讨营销策划工作;继续加强同各部门的沟通，完成公司运营的整体工作的协作，做真正有助于销售的企划工作。

202\_市场部年终总结报告 篇8

一 、本年度工作总结

xx年即将过去，在这将近一年的时间中我通过努力的工作，也有了一点收获，临近年终，我感觉有必要对自己的工作做一下总结。目的在于吸取教训，提高自己，以至于把工作做的更好，自己有信心也有决心把明年的工作做的更好。下面我对一年的工作进行简要的总结。

我是今年三月份到公司工作的，四月份开始组建市场部，在没有负责市场部工作以前，我是没有销售经验的，仅凭对销售工作的热情，而缺乏行业销售经验和行业知识。为了迅速融入到这个行业中来，到公司之后，一切从零开始，一边学习产品知识，一边摸索市场，遇到销售和产品方面的难点和问题，我经常请教经理和北京总公司几位领导和其他有经验的同事，一起寻求解决问题的方案和对一些比较难缠的客户研究针对性策略，取得了良好的效果。

通过不断的学习产品知识，收取同行业之间的信息和积累市场经验，现在对xx市场有了一个大概的认识和了解。现在我逐渐可以清晰、流利的应对客户所提到的各种问题，准确的把握客户的需要，良好的与客户沟通，因此逐渐取得了客户的信任。所以经过大半年的努力，也取得了几个成功客户案例，一些优质客户也逐渐积累到了一定程度，对市场的认识也有一个比较透明的掌握。在不断的学习产品知识和积累经验的同时，自己的能力，业务水平都比以前有了一个较大幅度的提高，针对市场的一些变化和同行业之间的竞争，现在可以拿出一个比较完整的方案应付一些突发事件。对于一个项目可以全程的操作下来。

存在的缺点：

对于xx市场了解的还不够深入，对产品的技术问题掌握的过度薄弱，不能十分清晰的向客户解释，对于一些大的问题不能快速拿出一个很好的解决问题的方法。在与客户的沟通过程中，过分的依赖和相信客户，以至于引起一连串的不良反应。本职的工作做得不好，感觉自己还停留在一个销售人员的位置上，对市场销售人员的培训，指导力度不够，影响市场部的销售业绩。

二.部门工作总结

在将近一年的时间中，经过市场部全体员工共同的努力，使我们公司的产品知名度在河南市场上渐渐被客户所认识，良好的售后服务加上优良的产品品质获得了客户的一致好评，也取得了宝贵的销售经验和一些成功的客户案例。这是我认为我们做的比较好的方面，但在其他方面在工作中我们做法还是存在很大的问题。

下面是公司xx年总的销售情况：

从上面的销售业绩上看，我们的工作做的是不好的，可以说是销售做的十分的失败。产品价格混乱，这对于我们开展市场造成很大的压力。

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，主要表现在销售工作最基本的客户访问量太少。市场部是今年四月中旬开始工作的，在开始工作倒现在有记载的客户访问记录有xx个，加上没有记录的概括为xx个，八个月天的时间，总体计算三个销售人员一天拜访的客户量xx个。从上面的数字上看我们基本的访问客户工作没有做好。

202\_市场部年终总结报告 篇9

首先感谢公司的各位领导在即将过去的一年里、给予了市场部的大力支持和帮助。一年来，在公司领导的带领下及各部门的配合与帮助下，市场部的各项工作能够顺利进行，部门的建设进一步完善，人员素质和业务水平也有了进一步提高。截止20xx年11月30日止，市场完成销售额3520万元，实现开票3636万元(预计到20xx年12月底可实现开票金额为4200万元)，货款到期回笼率为90%以上。当然，因20xx年经济不景气，导致国产汽车销量一路下降，公司的销售受到了很大的影响，未能完成年初公司制定的销售任务，但在20xx年中，市场新项目开发10多个，其中有好几款产品能在明年初即能进行小批试装，这将为完成我们明年的销售任务打下坚实的基础，我们有信心完成20xx年度销售任务。

20xx年是公司实施绩效目标管理的一年，在这一年里，市场部始终围绕着 总经理工作目标 中的指标来努力开展各项工作，为了尽可能的完成公司下达的各项任务，业务人员抓住一切可能提高销售的机会，通过了部门全体人员的努力，部份产品提升了供货比例，特别是T11油门、A21主控盒和J6零产品，T11油门我司供货比例应为30%，实际供货比例为100%(约多销售35000只油门)，A21主控盒从最初的30%供货份额提升到50%的份额，J6主控盒每月零售约200只，即增加了公司产值，也消耗了成品的库存。当然，有收获也有曲折，必须要从过去的失败案例当中学会总结，从总结中寻找成功方法 。现将我们工作做的不足之处和工作方法总结如下，以期服务今后更好地发展。

一、本部门的年度行动目标没有细化，基础工作没能做好，主要表现在以下几个方面：

1. 销售工作，除了有一个具有竞争力的产品外，还要靠人脉，讲关系。人脉、关系是一个长期积累的过程，要做到有计划、有选择的科学拜访客户来建立一定的关系。对于业务人员来说，没有一个统筹的客户拜访作业计划，可能就不知道应该何时拜访或无目的地拜访导致达到不好的效果。需制定年度拜访客户计划，规定何时需要拜访客户、何人等作业标准来指导业务人平时的工作。

2、 物流数据账目不准确。

需要熟悉客户的入库、开票、结算等流程，对于物流账目必须每月核对一次，发现异常立即处理。

二、提高反映速度，认真对待并落实每一个客户需求计划。

客户的要求越来越高，在产品的交期-质量和服务方面尤为突出，竞争也越来越激励，谁能从N个竞争对手中脱颖而出，得到客户的认可，谁就是最后的胜者，从上一年来看，我们整体的反映速度不够，特别是在新品开发方面，经常由于产品的开发进度拖延造成客户抱怨，从而影响了公司的声誉及拖延了产品上市的进度。对于我们在去年的工作中，更多的只是关注别的部门答应我们的 结果 ，没能很好的关注过程，也没能有效的参与过程，所以往往都是种种原因、因没能得到及时的处理而耽误了产品开发的整个进度，造成客户抱怨。作为业务人员，必须对自已下达的每一个计划进行跟踪与落实，只有及时了解相关信息，保持与客户间的紧密联系，才能提高反映速度，减少客户抱怨。

三、 明确业务人员的岗位职责，明确任务，做好监督与考核工作。

20xx年未能完成公司我销售目标除了外界因素影响外、与本部门未能将以个人为单位制定有效的目标有着很大的关系，有了明确的目标才有前进方向。

作为销售业务员，自己的岗位职责是：1、敬畏客户，爱公司，爱岗位;2、千方百计完成区域销售任务并及时催回货款;3、做到经常拜访客户，积极广泛收集市场信息并及时整理上报领导;4、对工作具有较高的敬业精神和高度的主人翁责任感;5、完成领导交办的其它工作。

明确了业务人员的工作要求，还要给各业务人员制定切实有效的年奋斗任务，对于每个人的工作任务做到经常检查，月月考核，做到奖罚分明。

新的一年意味着新的起点新的机遇新的挑战 、 决心再接再厉，更上一层楼 ，同时还望各位领导、各位同仁给我们提些宝贵的建议!

202\_市场部年终总结报告 篇10

时间一晃而过，弹指间，年已结束。在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;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);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。

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、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、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。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，这也是我们应该跟进及加强的方面。

二、费用投入的回顾和分析

1、市场部主体费用主要是印刷品制作费。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。

2、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;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。

以上是我们市场部年年度工作总结，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。

202\_市场部年终总结报告 篇11

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。

2、市场开发工作离不开信息，及时准确的获取有价值的信息是市场开发工作的根本保证。我经常网上查询，查看网上信息，争取不遗漏任何一条有价值的信息，时刻掌握燃气市场的动态，为公司在投资决策上提供了一定的基础资料。

3、20xx年我全程参与了xx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xx有限公司、xx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xx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，xx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

在刚刚到一线工作后，对相关业务信息十分敏感，总想尽快做出成绩，不辜负公司领导对自己的期望，一旦听到相关燃气信息，我就马上去做调查，总觉得这些项目都能够大有作为，可是连着跑了几趟才知道，大部分道听途说来的信息都不够准确，不但自己的信心受到打击，还浪费了公司的资源，这也让我更明白了业务工作的不容易。工作一段时间后，我学会了对收集到的信息进行合理的筛选，自己先通过网络进行信息整理，再与公司同事进行交流，把收集到的信息进行一次次的筛选，最后将那些合理的、可信的信息在进行汇总和上报，这样不但节省公司的资源，也让我在信息筛选过程中增长经验，为今后的工作打下坚实的基础。

(二)信息收集渠道灵活广泛，信息收集准确

在调研过程中，我注意为公司节省成本，在实地调查前，先了解清楚相关部门情况，应该到哪个部门了解什么情况，避免出现 重复跑路、跑重复路 的情况。不仅要到政府部门了解详细的地区规划及建设情况，还在打车过程中，多于当地出租车司机进行沟通，从侧面了解市场信息及当地民众对燃气行业的看法，同时，在当地与居民住户了解情况，与工业、餐饮业用户沟通，了解信息，保证了信息了解途径全面和信息准确。

(三)虚心学习，能听取不同意见

在工作中，我始终注意工作的积累，遇到不懂的事多听、多想、多问，少发表意见、多与领导同事学习，注意每个成功的项目中，哪些步骤是重点，哪些环节是关键，多听取别人的意见，使自己少走弯路，避免在其他同志身上发生的问题在自己身上再次发生，为自己今后的工作理清思路。

(四)注重发现不足，注重细节

因为从事行政、人事工作的缘故，使我有注重查找不足，关注细节的工作习惯。在每个项目中，我所负责的工作不尽一样，在每个项目完成后，我都会提前思考自己在工作中应注意那些问题，应关注的工作细节，并详细分析。工作后我会对项目过程中发生的问题，以及工作细节进行回顾与分析，争取在以后的工作中避免发生类似的错误。

(五)熟悉项目流程，能够串联团队通力合作

通过一年的工作，使我感受到想要成功完成一个项目的签约，并不像我当初想想的那么简单，其中涉及到项目分工要明确，流程要清晰，每个人在整个项目的过程中都扮演着不同的角色，只有大家通力合作，齐心协力才能够成功的完成一个项目。在我所完成的项目工作中，我不论扮演什么工作角色，都能够积极的去考虑其他团队成员所负责的工作任务是否能够与我有交集，我应当如何去配合他们的工作，因为如此的思考，我能够很好的去串联项目中其他成员的工作，达到配合默契的目的。这也是我们市场部所独有的工作方式及工作优势。

(六)能够揣摩谈判对象思维，提高谈判水平

在参与谈判项目前，我总能想清楚先与对方谈什么，怎么谈，如何把公司的损失降到最低，怎么把公司的利润化，虽然不一定领导会采取自己的意见，但是我也总能够给领导提供不同的思路，为顺利谈判保驾护航。

五、工作中的不足

通过工作，我也客观认识到自己在工作中的不足。

(一)过于关注细节，思维高度有待提高

因为自己多年从事管理工作，因此工作习惯于关注工作的细节，习惯做事情关注具体问题。通过20xx年的工作，我发现了自己的这个问题，

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！