# 202\_市场部年度工作总结范文(精选12篇)

来源：网络 作者：浅唱梦痕 更新时间：2025-03-12

*工作总结jobsummary/worksummary是最常见和通用的年终总结、半年总结和季度总结。从内容上讲，工作总结就是对一段时间内的工作进行全面系统的总体检查、总体评价、总体分析和总体研究，分析成果中存在的不足，总结经验教训。 以下是为...*

工作总结jobsummary/worksummary是最常见和通用的年终总结、半年总结和季度总结。从内容上讲，工作总结就是对一段时间内的工作进行全面系统的总体检查、总体评价、总体分析和总体研究，分析成果中存在的不足，总结经验教训。 以下是为大家整理的关于202\_市场部年度工作总结的文章12篇 ,欢迎品鉴！

**202\_市场部年度工作总结篇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62万，06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，\*\*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\*\*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\*\*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\*\*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\*\*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\*\*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。\*\*年度共计张贴宣POP300张，灯笼悬挂202\_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\*\*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\*\*年劲酒总销售量在12左右，同比有很大的增长，不过由于\*\*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。

**202\_市场部年度工作总结篇2**

　　一、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20x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个，加上没有记录的概括为个，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个。从上面的数字上看我们基本的访问客户工作没有做好。

　　沟通不够深入。销售人员在与客户沟通的过程中，不能把我们公司产品的情况十分清晰的传达给客户，了解客户的真正想法和意图;对客户提出的某项建议不能做出迅速的反应。在传达产品信息时不知道客户对我们的产品有几分了解或接受的什么程度，洛阳迅及汽车运输有限公司就是一个明显的例子。工作没有一个明确的目标和详细的计划。销售人员没有养成一个写工作总结和计划的习惯，销售工作处于放任自流的状态，从而引发销售工作没有一个统一的管理，工作时间没有合理的分配，工作局面混乱等各种不良的后果。

　　新业务的开拓不够，业务增长小，个别业务员的工作责任心和工作计划性不强，业务能力还有待提高。

　　三、市场分析

　　现在市场品牌很多，但主要也就是那几家公司，现在我们公司的产品从产品质量，功能上属于上等的产品。在价格上是卖得偏高的价位，在本年销售产品过程中，牵涉问题最多的就是产品的价格。有几个因为价格而丢单的客户，面对小型的客户，价格不是太别重要的问题，但面对采购数量比较多时，客户对产品的价位时非常敏感的。在明年的销售工作中我认为产品的价格做一下适当的浮动，这样可以促进销售人员去销售。在区域，我们公司进入市场比较晚，产品的知名度与价格都没有什么优势，在开拓市场压力很大，所以我们把主要的市场放在地区市上，那里的市场竞争相对的来说要比小一点。外界因素减少了，加上我们的销售人员的灵活性，我相信我们做的比原来更好。

　　市场是良好的，形势是严峻的。可以用这一句话来概括，在技术发展飞快地今天，明年是大有作为的一年，假如在明年一年内没有把市场做好，没有抓住这个机遇，我们很可能失去这个机会，永远没有机会在做这个市场。

　　四、20x年工作计划

　　在明年的工作规划中下面的几项工作作为主要的工作来做：

　　1、建立一支熟悉业务，而相对稳定的销售团队。

　　人才是企业最宝贵的资源，一切销售业绩都起源于有一个好的销售人员，建立一支具有凝聚力，合作精神的销售团队是企业的根本。在明年的工作中建立一个和谐，具有杀伤力的团队作为一项主要的工作来抓。

　　2、完善销售制度，建立一套明确系统的业务管理办法。

　　销售管理是企业的老大难问题，销售人员出差，见客户处于放任自流的状态。完善销售管理制度的目的是让销售人员在工作中发挥主观能动性，对工作有高度的责任心，提高销售人员的主人翁意识。

　　3、培养销售人员发现问题，总结问题，不断自我提高的习惯。

　　培养销售人员发现问题，总结问题目的在于提高销售人员综合素质，在工作中能发现问题总结问题并能提出自己的看法和建议，业务能力提高到一个新的档次。

　　4、在地区市建立销售，服务网点。(建议试行)

　　根据今年在出差过程中遇到的一系列的问题，约好的客户突然改变行程，毁约，车辆不在家的情况，使计划好的行程被打乱，不能顺利完成出差的目的。造成时间，资金上的浪费。

　　5、销售目标

　　今年的销售目标最基本的是做到月月有进帐的单子。根据公司下达的销售任务，把任务根据具体情况分解到每月，每周，每日;以每月，每周，每日的销售目标分解到各个销售人员身上，完成各个时间段的销售任务。并在完成销售任务的基础上提高销售业绩。

　　我认为公司明年的发展是与整个公司的员工综合素质，公司的指导方针，团队的建设是分不开的。提高执行力的标准，建立一个良好的销售团队和有一个好的工作模式与工作环境是工作的关键。

**202\_市场部年度工作总结篇3**

　　转眼已经到年末，根据自身的实际情景，我对自我今年这一年工作做出了评定和总结，提出了需要改善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：拟定一个属于自我的工作流程，每一天按照此流程来展开工作，这也就是被迫提高工作效率。经过一段时间的磨合，相信自我在工作方法上会有所改善，并且工作效率也会有所提升。

>　　二、业务情景

　　202\_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忙和鼓励。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我：所有出现的问题仅有自我解决，等到别人的仅有参考的意见和鼓励的话语，凡事全部需要自我才能解决，没有任何人来帮忙你完成它。这样自我的依靠性就不会那么强，所有的问题仅有自我去寻找解决方法。再苦再累，仅有你的业绩才能证明你的本事，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：此刻的公司仅有较强的个人本事是不行的，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，严格要求自我。店铺的管理者需要的是解决问题的方法，而不是我们帮忙他们解决问题。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，需要改善工作方法。

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

>　　五、解决方法

　　1、合理地安排自我的学习时间，没有异常重要的事情，不可打乱学习计划。

　　2、给自我制定工作流程，不断改善工作方法，学习优秀的人是如何有效地安排自我的工作时间，利用好五项管理。

　　3、在培训和会议之后学会总结和分析，分析出自我目前的工作问题，总结出自我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，实施的时候就比较简便。

　　以上就是我对202\_年全年的工作总结，在工作总结中分析出自我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忙。接下来我会认真完成明年的工作，为自我的目标而努力！

**202\_市场部年度工作总结篇4**

　　园林绿化行业的市场工作有其特殊性，这个特殊性体现在整个市场工作都以关系营销为主导，不仅仅是\_\_公司，国内的几乎所有大小型相关从业企业均无法摆脱关系营销的制约，难以架构出真正的能为公司所把握的市场营销体系，并由此打造出一只职业化的市场营销队伍，这也是我司在成立至今很长的一段时间内，多次构建市场部门而成效不大的原因。

　　而我们在\_\_年度末围绕公司总体架构改革完成的市场部架构体系改革，正是为了突破这个藩篱而做的一次大胆尝试。

　　\_\_年度的大部分时间里，我们只是围绕老的框架做了一些事情，在此不再赘言。我们重点要述及的，是公司从新的市场部筹建开始一直到如今付诸实施以来，仅只不到二个月的时间里，我们所做的一些工作：

　>　一、完成了新市场部以市场为导向的全新架构体系

　　(一)、专业化、模块化、分工协作、权责明确的总体架构

　　新市场部筹建的时候，我们即向公司提交备案了两份部门《会议纪要》，这两份文件基本确定了新市场部架构的总体框架，随后我们还将出台一份《遵义市三阁园林绿化工程有限公司销售管理办法》作为新市场部的基本指导和运作规范文件，该《办法》不仅仅只是从部门的角度来确定市场工作的内容，而是站在公司的高度来确定市场工作的原则、架构、分配和流程等问题，并能做到和各部门，特别是和财务部门的流畅对接。

　　(二)、职业化、流水化的业务和管理程序

　　新架构不强调一专多能，强调的是协作和专业，强调体现团队的力量。为此我们设置了两个基本岗位，即管理和业务岗位，并明确了各自的职责、关系和考评标准，在此基础上细化出两套工作流程：

　　1、业务工作流程：

　　客户拜访—→明确意向—→提交部门—→获取支撑—→客户跟踪

　　2、管理工作流程：

　　登记《客户管理》—→配置信息平台—→整合公司资源—→确保签单

　　以上两个流程明确了这样一个基本职责，即客户信息有没有价值是业务岗位的责任，而能不能确保签单却主要是管理岗位的职责。

　　(三)、均衡和尽可能科学的分配体系

　　该体系在围绕确保签单的前提下，按照公司、部门、员工之间各自应承担的责任和风险、以及付出的相应努力，尽可能科学地进行了权益分配，并以体现出按劳取酬、奖勤罚懒的分配原则。

　　概括来说，新架构的内容特点可以归纳为：一个办法，两条流水。

>　　二、围绕新架构体系开展的一系列营销工作

　　新架构将新市场部的工作从以关系营销为主，从等客户、等订单为主的被动营销改变为以专业营销为主的主动营销，而这样的营销是必须以极其艰苦的陌生拜访所积累的大量客户资源为基础的。

　　一个人可以经受多少次失败?可以遭受多少次白眼?需要怎么样的职业素质才可以不被伤及自尊?……

　　我们做了，短短的时间里，我们从政府部门入手，横扫了遵义市所辖的十四个地、州、市、区，经过筛选后登记上档的客户名录已有\_\_个，其中有明确意向的客户\_家，在谈合同金额超过\_\_万元，其中有\_\_万元是通过陌拜方式产生的，而已签合同金额有一万余元。

　>　三、挑战和机遇

　　在此期间，我们获得了公司领导层和各兄弟部门的大力支持，比如朱总就亲自为市场部制作完成了宣传册;原招投标小组利用休息时间主动参与了市场部门员工的培训;在市场部与客户的接洽过程中，公司设计部门在极短的时间内就拿出了超乎我部门想象的设计成果，使我们在竞争伊始就处于一个极其有利的态势之中;生产部、工程部的新任领导也多次在会上会下表态，会全力以赴地支持市场部门的工作;特别是，公司提出的以市场为导向的原则不仅仅是写在了各个部门的主要职责之首，而是从用人、用车等等方面使公司资源向市场部门进行倾斜，把对市场部的支持真正落实到了实处。

　　这样的支持力度大大超出了公司以往的任何时候，这充分说明了公司打造以市场为导向的公司结构的决心，同时，我们也充分感受到了来自公司支持所带来的巨大压力，市场部从一月一日正式成立并运作，不到半月的时间里，从总经理助理到部门负责人先后被就地免职，这也充分说明了新市场部所面临的前所未有的压力和超出一般概念的能力要求——这个部门已经不是一个可以靠“混”过日子的部门了。

　　如今的市场部形成了这样一个很奇怪的现象：我们并没有一个负责人或者说领军的人物，但是市场部的工作依然按照预期的设想在稳步地推进，市场部在短短的时间内所形成的内部竞争意识和团结协作的风气并没有受到丝毫影响，一支职业化的团队正在健康地成长之中。假以时日，我们必将会有一个全新的面貌出现在大家的面前、出现在行业的面前，正如粗茧化蝶，我们有信心相信，只要我们围绕科学的架构持之以恒地付出努力，我们终将迎来蜕变的一天。

　　在此我们也热切的期盼勇于挑战自我、不甘平庸、富于创造的人来加入我们的队伍，或者，您也可以对我们的整个架构或工作提出建设性的意见及建议，直接或者间接地帮助我们打造出一支经得起实践和时间考验的、真正职业化和市场化的营销部门。

**202\_市场部年度工作总结篇5**

　　本人自入职公司以来，在营销管理中心市场部担任高级市调专员职务，主要负责市场研究方向工作。具体工作包括撰写专业市场分析报告、竞品项目调研、市场动态监控、为营销策略调整提供相关建议等。在领导和同事的指导协助下，基本保质保量的按时完成了各级领导安排的各项工作。

　　市场部市场研究方向工作主要包括三大部分：例行性工作、临时性工作及专题性工作。例行性工作主要包括在售项目定期销售分析报告、四城市房地产销售市场月度宏观报告、北京市房地产市场月度宏观分析报告、市场动态监控等;临时性工作主要包括竞品项目调研、竞品项目调研报告、竞品项目卖点分析等;专题性工作主要包括撰写专题性研究报告、课题性研究报告等。

　　市场部作为营销管理中心结构调整及专业分工细化的新生部门，市场研究工作是新制定的主要工作职责之一，主要为公司整体营销策略及在售项目销售提供专业参考意见及决策支持。之前工作范围仅局限于项目调研及市调报告，后经本人建议领导认可改进并丰富了各种专业报告的表现形式及结构，丰富了内容涵盖面并相应提升了专业性及可读性，增加深化了报告种类。和领导及同事一起重新搭建了市场部工作架构，理顺了工作流程，并不断对报告模板进行改进提高，使之实现流程化、专业化，也使市场部市场研究工作逐渐步入正轨。

　　在履行例行工作及临时工作期间，也为领导及时提供了最新市场及竞品项目动态和决策参考内容。如在制定“首付分期”营销策略期间与项目部共同对率先实行首付分期的美利山项目进行专项调研，在全面详细了解美利山“首付分期”具体操作手法的基础上为领导提供了相关参考意见，最终促成了“首付分期”策略应用于在售项目，对拉动销售起到了明显提振作用。

　　在售项目竞品监控是市场部重要例行工作之一。根据对在售项目周边区域竞品项目的长期市场跟踪及调研，市场部依据同区域、同期入市、产品类型相同或相近的样本筛选原则，不断更新具有代表性的竞争楼盘样本进行卖点的客观分析对照。目的在于通过各个项目的优劣势对比分析，学习及借鉴竞争对手成功的卖点及营销策略并为我所用，并将优劣势卖点应用于销售说辞及推广策略改进工作中，对在售项目的销售起到实际促进作用。不但完成了本部门的研究工作职责，也对营销管理中心其他部门及销售部工作起到了配合和促进作用。

　　在完成本职工作同时，间暇期间也配合其他同事进行在售项目论坛维护工作，同样取得了一定成绩。

　　虽然市场部市场研究工作已步入正轨，但尚处于起步阶段，需要改进及提升的地方很多。本人工作还缺乏一定的积极主动性，沟通略显不足，对市场敏感度有待改进。报告的深入度和涵盖面有待提高。将在今后工作中虚心学习，不断改进提高，逐步推进市场研究工作，为营销决策及项目销售工作做出自己应有的贡献。

**202\_市场部年度工作总结篇6**

        202\_年即将过去，取得了一点收获，临近年终，对市场部的工作做一下总结。目的在于吸取教训，提高业绩，我们有信心也有决心把202\_年的市场开发工作做的更好。

　　>一、市场部年终总结

　　xx市场部成立于20xx年xx月初。由于公司除店面运营以外其他营销方式并没有形成可以参考的规章制度、营销策略、市场拓展方式和产品价格培训系统，市场部成立之初（第一周）主要以建立健全部门机制，熟悉公司产品价格体系为主。

　　团队建设方面；制定了详细的全国营销中心计划、销售人员绩效考核标准、销售薪资制度、年度工作计划、团队文化等，由于公司销售人员招聘在xx月不是很理想，市场部销售团队组建遇到了很大的问题。目前市场部建制，经理x名，客户经理x名，网络推广x名，只完成了市场部团队建设计划的百分之二十。

　　市场拓展方面；市场部xx月对xx商区、xx广场、xx国道、xx商区、步行街商区进行了逐户的陌生拜访。客户拜访数量xx余次，其中有需求的客户xx个。签约客户xx个。其中xx国道二次业务开发x个（片片鱼合同总额xx元、东门饭店合同额xx元），剩余x家为市场部业务开拓。xx月市场部业绩总额x元，x元，x元。

　　销售业绩方面并不理想。虽然存在x国道改造信息统计、客户确认、效果图设计、招标办协调和天气等一些客观因素，但是市场部主要问题有以下几点：

　　1、产品知识和价格系统熟悉程度不够，202\_年度必须加强。

　　改进措施如下：部门内训对产品系统逐一进行分析并进行案例对正，同时定期申请总经办进行详细的产品及价格培训。

　　2、客户经理工作强度不够，缺乏思考能力和目标及时间管理能力。

　　改进措施如下：202\_年x月开始市场部将不折不扣的执行既定安度市场营销计划，增加工作强度，要求市场部每一个员将业绩目标分解到每一天，每日工作计划表体现当日业绩目标，意向客户数量目标，需求客户数量目标和客户拜访数量目标，严格按照每日工作计划进行市场推进，当天未完成目标计划次日加倍，连续一周未完成目标计划的赞助xx元成长基金。

　　3、个人气质和素质有待提高。

　　改进措施如下：增加商务礼仪、沟通技巧的部门内训，并在培训后进行一对一的演练。由于冬季天气比较冷，无法统一着正装。在气温适宜的时候市场部全员要求穿皮鞋、西裤。（建议统一着装、佩戴工牌）。

　　>二、202\_年工作总体计划

　　在明年的工作计划中下面的几项工作作为主要的工作来做：

　　1、建立一支熟悉业务，高素质高效率而相对稳定的销售团队。

　　人才是企业最宝贵的资源，一切的销售业绩都起源于有一个好的销售人员，建立一支具有凝聚力，战斗力、高素质的销售团队是企业的根本。在明年的工作中组建一支和谐，高效率的销售团队作为一项主要的工作来抓。

　　2、健全部门建制，提高人员的素质、业务能力。

　　202\_年度，希望得到公司与人事部大力支持，尽快完成市场部销售人员招聘。培养销售人员发现问题，总结问题目的在于提高销售人员综合素质，在工作中能发现问题总结问题并能提出自己的看法和建议，业务能力提高到一个新的档次。

**202\_市场部年度工作总结篇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;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。

　　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。

　　我的汇报完毕，谢谢!

　　20xx市场部年度工作总结二

　　光阴如梭，时间飞逝，记得还正在写半年总结，想不到一晃，20xx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20xx年x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!

**202\_市场部年度工作总结篇8**

　　很对时候很多事情不是说过了就过了，时间往往带着他的选取性令我们不自觉地刻录和记下一些东西。回想20xx，依然还残留着往事的碎片和影子，一些自己的思想观点积累还存心头，现将一些自己的积淀记录如下：

>　　一、20xx年工作中的三大关键词：

　　1、主动提升自己的市场悟性;

　　对于市场部人员来说，如果没有市场悟性，就意味着行尸走肉，很难有大的期望，因为市场永远是变化的，仅靠以前在学校里学的那点理论知识是没办法拿出来混饭吃的，务必凭着自己的悟性不断地进步，才能努力去一个真正的市场部人。20xx年我充分利用多次走访市场、每次都参加销售会议的机会，主动与市场一线紧密接触，突破以前的长期呆在办公室，打打电话，写写文字，查阅相关网站，看看报纸等等透过这些渠道掌握市场信息的窠臼，努力主动地独立思考，不断地进行分析与总结，立志炼就专业的眼光，把对白酒市场刻意的观察变成一种职业的习惯。

　　2、保证足够的时间在工作上;

　　20xx年我利用正常上班的时间、部分加班的机会保证有足够的时间投入在学习上，学习工作潜力，努力思考追究一种别人无法代替、各地都能够运用的潜力，虽然此刻短时间内看不到个性明显效果，但是我相信投入肯定有回报。

　　3、健康平和的心态;

　　虽然我们处在市场部，学历等等比部分区域经理/业务人员高，投入时间为部分区域经理/业务人员的几倍，待遇却没有业务人员高，更没有其它所谓的一些东西，但是我心态很端正平和。即使是在投入了很多时间很多精力仍然不能让领导完全满意的状况下，都是告慰自己业务人员能够半个月就把业绩完成，但优秀的市场人员却不得不加班;优秀的业务员能够不长的一段时间内把业绩做到200%，但是没有一个市场人员优秀到能够到达xx0分满意的客观状况，尽管这样的状况经常发生，每次都是尽全力保证自己的心态平和。

　　回顾自己xx年，自己主要是跑了一些地方，进行了一些市场调研;参加多次销售会议和行业性会议，提出了一些观点，做了一些基础性事务性工作。对照自己的表现发现我个人还有很多不足，如在业务上，还没有到达精益求精的要求;工作有时操之过急，缺乏深入细致的工作作风，虽然xx年我一向在努力，但是发现自己还是没有什么能拿出来说的实在成绩，提出的一些推荐不够系统，没有给市场提出更多行之有效的办法……xx年将会透过努力会有效改观。

>　　二、对市场部的工作推荐：

　　建立起强势的市场部是我们每个人共同的梦想，因为一个强势的市场部门是建立高炉家强势品牌的基础。品牌的构成需要严密的规划加上高效的执行，而此两项特征在缺乏强势的市场部门时都是几乎不可能实现的。建立强势的市场部门也许是集团有效变革的开端，结合自己近四年来市场部的工作经历，个人觉得我们的市场部缺乏很好的生存条件：

　　1、缺乏足够的高层的支持：

　　虽然市场部承担着部分直线职能，但本质上仍然是一个幕僚组织。作为一个没有指挥权的参谋，却需要就很多事情做出相应指导，没有高层的支持是开展工作的难度可想而知。高层的支持至少就应包括三方面的资料，1、理念上的宣导，2、给予实际的权限，3、适当的“偏心”，尤其是在市场部在20xx年才成立，成立以来更是在一穷二白的基础上摸着石头过河，往往最容易发生错误，很容易引起厂部生产系统，区域经理乃至业务员等等的指责性抱怨。这种时候，高层需要谨慎分析，如果确实非战之罪时，可能还是要持续对市场部门的支持。

　　2、缺乏明确的可一贯性可执行市场策略：

　　没有明确的市场策略则市场部门根本无法生存，而没有策略的一贯性则市场部就无法建立威信。

　　3、对促销方案/营销计划缺乏检核监督权：

　　再好的计划没有好的执行也是失败，而要有好的执行，没有有效的检核和监督就会形同空谈。

　　另外在市场部内部存在下列现实问题，也很大程度上制约了市场部功能的化发挥：

　　1、团队绩效徘徊不前;

　　2、缺乏物质激励手段，团队士气低落。满意度较低;

　　3、工作气氛不对，尚未有效营造团队合作导向;

　　4、人员配备/功能设置不尽合理，基本上处于单兵作战的状态，团队没有整体合力。

　　结合自己看到的问题对20xx年市场部的推荐：

　　1、取得集团高层的支持和重视，能够让高层理解和明白市场部人员的努力;

　　2、对现有市场部组织架构设置与岗位职责进行细化明确;

　　3、对市场部现有人员进行优化及构成比例重组调整，在优化设计功能的基础上强化市场研究/市场策划/媒介研究的功能;另外市场部内部要努力营造和谐融洽的氛围，杜绝假大空、面前谄媚背后陷害等小人行为;

　　4、提高市场部的激励措施;

　　此刻市场部实行的工资制度，没有任何激励措施，不利于大家潜能的发挥。市场部的工作岗位介于销售后勤区域经理/特派业务员之间，大家出卖的是智力劳动，具有较高的创新价值，是在为企业开发潜在的市场，在提高并创造企业明天的销售额。因此，务必舍得对他们投资，并对他们具有创意价值的营销策划进行评估，给予合理的奖励措施，这样才能提高和激发他们的工作热情，否则会面临着流失或者消极怠工的危险。

　　5、适时推进项目组工作模式;

　　市场部的很多工作要求各个部门共同完成，因此推荐以专题项目组的方式进行推进。市场部内部各岗位的职责也仅仅是相对分工，不是各负其责，而是密切合作。实行项目组工作模式后可根据不同阶段的需要召集项目组成员，透过召开会议、讨论等方式共同完成专题项目，项目完成后，经总经理、市场部经理召集相关部门/人员讨论透过。

　　6、定期或不定期让市场部人员深入区域市场学习，体验一线操作实务;

　　只有了解了一线操作，把握了市场的动脉，策划方案才能得到一线人员的认可和执行。市场部人员要想使自己的策划具备很强的实操性，最终能被市场一线人员采纳并发挥效应，务必首先了解市场一线的操作实务，对市场操作的各个环节做到心中有数。

　　以上都是个人关于市场部的一些观点，可能有一些偏激，有一些片面，但是都是我自己的一些体会，自己的一些切身感受，20xx，旧的一切，都远远的后退去了。离开的20xx肯定是有一些东西是我们需要留下、典藏和铭刻的。20xx，迎着阳光、带着期望，我们再一次站在了时间的起点，在行走的征程中，肯定会有一些明流或者暗涌，将会再次影响我们，但是我们相信我们是一支有素质，有战斗力的团队，20xx肯定会取得新的成绩。

**202\_市场部年度工作总结篇9**

　　20\_年市场拓展部在公司及分支机构全体同仁关心和支持下，逐步理清思路，打开工作局面，积极上功能、开拓市场。探索一条符合湖北国储实际的市场拓展之路。

　　>一、主要工作

　　(一)逐步明确仓库未来发展定位。主要围绕四个分公司发展定位进行梳理。在现有业务中进行分类，把符合未来定位及高附加值的优质客户进行着重培养，不符合的逐步淘汰。

　　(二)是积极跑市场，联系新客户，尝试新领域。公司加紧与联想集团的志勤美集物流公司的洽谈，改造库房硬件设施，引进IT产业进场;保持和新疆天业上市公司的联系，打造化工原料物流配送中心。

　　(三)是加大宣传力度，多渠道开展业务宣传。积极开展申报湖北省重点物流仓库工作;加紧赶制宣传册，目前清样已经出来;联系专业公司着手广告片脚本编制;针对武钢业务，给武钢物流管理公司送去邀请函。

　　(四)是着眼市场，完善仓库功能。积极与郑交所联系，申报菜粕和菜油籽期货交割库的申报工作;针对今年国家棉花收储工作任务重的重要信息，积极开展棉花储备库的申报工作。

　　(五)加大合同管理力度，提高公司掌控能力。20\_年9月公司根据《合同管理办法》(以下简称办法)一年来的运行情况，结合公司合同管理实际进行了有针对性的修订。办法经总经理办公会讨论通过，于20\_年10月下发并试运行。同年11月要求各单位参照办法将20\_年度合同执行及无合同经营情况进行汇总上报。对发现的问题正在有针对性的加以整改。

>　　二、存在的不足

　　(一)各分支机构对国家局完善体制机制的顶层设计理解不够，对办公司的目的理解不一，所以在推动完善分支机构建设上参差不齐。

　　(二)由于思维惯性，业务员目前还只能限于本单位和现有业务领域，看市场的宽度和深度都不够。

　　(三)要从原来的经营人员转化为公司业务人员，形成一个业务团队还有较长的路要走，业务人员的素质和相关业务知识有待提高。

>　　三、20\_年工作计划

　　第一、加大跑市场力度。

　　市场是跑出来的，客户是引进来的。那么，怎么跑市场?一是领导重视。领导重视就是压力，压力转化为动力，可以增强业务人员主动跑市场的积极性，把跑市场变成一个常态性的工作，变被动为主动。领导重视就是支持，支持就能建立自信，树立必胜的信心。二是建立健全有效的奖惩制度。有效的奖励制度可以有效的提升员工对企业价值的认同，树立对企业的忠诚，以便在此基础上实现其人生价值。合理的惩罚制度可以规范其行为，提升责任心，激发反省能力，对不正确的价值和观念进行改正，提升自我能力。三是明确市场方向。跑市场不能盲目，要根据需求有目的性和针对性的寻找客户资源。要分析自身特点、客户需求、市场动态。增强分析市场、研究市场、把握市场的能力。

　　第二，明确主营业务，开办专业市场。

　　主营业务指企业为完成其经营目标而从事的日常活动中的主要活动，是企业收入的主要来源。首先，结合自身特点，明确主营业务。武汉分公司、襄阳分公司为城市仓库，具有较强的装卸能力和快速交通通道，适合大宗商品物流和城市快销品作业。孝感分公司具备棉花期货交割资质和多年棉花管理经验，适合以棉花期货交割和收储为主，发展化工产品和烟叶收储。

　　宜昌分公司在集装箱业务上积累了不少经验，可以把集装箱业务打造成主营业务，逐步优化收储种类。各物流部也要结合当前的主营业务，充分发挥成品油、烟叶和种子储备的管理优势，及专用线的特有资产优势，固化主营业务，拓展适合自身的特种业务。在明确主营业务同时，要打造一些有特色的专业市场，如棉花期货交割市场，集装箱业务市场，大型钢材交易市场，城市快销品市场，种子收储、加工市场，竹木交易、加工市场等等。

**202\_市场部年度工作总结篇10**

　　202\_年即将过去，取得了一点收获，临近年终，对市场部的工作做一下总结。目的在于吸取教训，提高业绩，我们有信心也有决心把202\_年的市场开发工作做的更好。

　　一、市场部年终总结

　　xx市场部成立于20xx年xx月初。由于公司除店面运营以外其他营销方式并没有形成可以参考的规章制度、营销策略、市场拓展方式和产品价格培训系统，市场部成立之初（第一周）主要以建立健全部门机制，熟悉公司产品价格体系为主。

　　团队建设方面；制定了详细的全国营销中心计划、销售人员绩效考核标准、销售薪资制度、年度工作计划、团队文化等，由于公司销售人员招聘在xx月不是很理想，市场部销售团队组建遇到了很大的问题。目前市场部建制，经理x名，客户经理x名，网络推广x名，只完成了市场部团队建设计划的百分之二十。

　　市场拓展方面；市场部xx月对xx商区、xx广场、xx国道、xx商区、步行街商区进行了逐户的陌生拜访。客户拜访数量xx余次，其中有需求的客户xx个。签约客户xx个。其中xx国道二次业务开发x个（片片鱼合同总额xx元、东门饭店合同额xx元），剩余x家为市场部业务开拓。xx月市场部业绩总额x元，x元，x元。

　　销售业绩方面并不理想。虽然存在x国道改造信息统计、客户确认、效果图设计、招标办协调和天气等一些客观因素，但是市场部主要问题有以下几点：

　　1、产品知识和价格系统熟悉程度不够，202\_年度必须加强。

　　改进措施如下：部门内训对产品系统逐一进行分析并进行案例对正，同时定期申请总经办进行详细的产品及价格培训。

　　2、客户经理工作强度不够，缺乏思考能力和目标及时间管理能力。

　　改进措施如下：202\_年x月开始市场部将不折不扣的执行既定安度市场营销计划，增加工作强度，要求市场部每一个员将业绩目标分解到每一天，每日工作计划表体现当日业绩目标，意向客户数量目标，需求客户数量目标和客户拜访数量目标，严格按照每日工作计划进行市场推进，当天未完成目标计划次日加倍，连续一周未完成目标计划的赞助xx元成长基金。

　　3、个人气质和素质有待提高。

　　改进措施如下：增加商务礼仪、沟通技巧的部门内训，并在培训后进行一对一的演练。由于冬季天气比较冷，无法统一着正装。在气温适宜的时候市场部全员要求穿皮鞋、西裤。（建议统一着装、佩戴工牌）。

　　二、202\_年工作总体计划

　　在明年的工作计划中下面的几项工作作为主要的工作来做：

　　1、建立一支熟悉业务，高素质高效率而相对稳定的销售团队。

　　人才是企业最宝贵的资源，一切的销售业绩都起源于有一个好的销售人员，建立一支具有凝聚力，战斗力、高素质的销售团队是企业的根本。在明年的工作中组建一支和谐，高效率的销售团队作为一项主要的工作来抓。

　　2、健全部门建制，提高人员的素质、业务能力。

　　202\_年度，希望得到公司与人事部大力支持，尽快完成市场部销售人员招聘。培养销售人员发现问题，总结问题目的在于提高销售人员综合素质，在工作中能发现问题总结问题并能提出自己的看法和建议，业务能力提高到一个新的档次。

**202\_市场部年度工作总结篇11**

　　收获也很多，累但是很快乐。对我来讲这个月的工作是难忘、印记最深的一个月。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己的本职工作和领导交下来的各项工作。我将自己一个月来的表现、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，对自己坚持严格要求，不要因为自己一个人一片天地就懒惰，忘记工作，忘记自己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，经过这么长时间的学习和锻炼，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，不断加强自己作风建设。到公司以来我对自身严格要求，始终把耐得平淡、舍得付出、默默无闻作为自己的准则。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，把广源当成是自己的家，荣辱与共。在工作中要用自己的行动规范自己的一切言行。努力强化自己专业知识，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。在这一个月里，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

　　这一个月来，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，相信自己的成绩会好起来，由于公司对我们福建市场的重视，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，一路从莆田到福清到福州的路线走的，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，争取在下个月出成绩，对自己，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个月左右定货。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，在自己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。

**202\_市场部年度工作总结篇12**

　　>一：东北区域与华南区域市场的现状

　　(一)辽宁省的一些情况

　　辽宁省的市场情况在上次报告中已经陈述过，因而不再提及重复的内容。以下是辽宁省总代理创下销售奇迹的一个剖析。自从辽宁省签订总代合同以后，销售业绩翻了几倍，创下辽宁省业绩的新高，针对这个情况，我与总代理共同去寻找造成业绩猛增的原因，并总结去一套成功的经验，向其它区域推广，让其它地区也能获得业绩较大的增长。带着这个想法我们分析了这个现象。总结出以下几点。

　　第一个原因：公司用对了政策，选对了合作者，也选对了市场。

　　第二个原因：该总代理操作市场的能力，和对我司的信心，积极推广，改变原来的批发价格，价格下调了一些。

　　第三个原因：当地是一个经济环境比较好，玩具业发达，市场潜力巨大。

　　第四个原因：我们走访了各个城市，做了一翻宣传，和市场服务。

　　第五个重要的原因：近两面个月进入了全年的销售旺季。

　　最后的结论是：这种高速增长的结果的后面包含了稳定的增长，和不稳定的增长，明年开年就会进入平稳的市场状态，不再参杂了过年这种消费高峰的原因素。业绩可能出现大幅下滑。不过预计明年的销售状况会比上年同期的销售业绩高出很多。只不过增长幅度没这么大。

　　(二)吉林省的一些情况

　　与吉林省签订总代合同后，业绩都出现了一定的攀升，从各方观察总代，该总代已经开始重视我们了，并在行动上开始有一些小的细节动作，预计明年我们的合作关系会进入更加紧密的状态。合作意愿会进一步变成的实际行动，并且业绩会步入稳定的增长时期;同时由于公司政策变动，引发了李洪日对公司的不满，并且停止进货以示不满。

　　(三)黑龙江省的市场情况

　　黑龙江省是一个面广，人口多，经济环境不差的省份，但上个月的销售业绩并不称得上理想，上个月是全年销售的一个月。销量应远不止这个数，应该还有更大的上升空间，我认为还没有找到合适的合作者，造成销量难以提升。

　　(四)海南省的市场情况

　　海南省地处于粤西地区尾的一个岛屿。是一个旅游城市，经济环境偏差，因而也制约了玩具行业的发展。整个玩具行业的还是处于中等偏弱的水平。虽然整个行业不繁荣，但我司的产品在此省的销量情况同此省的玩具行业还是不成比利，还应有较大的上升的空间。此省的销售状况差，主要原因是没有一个商家把我司产品作为一个重要的品牌去推广。拼图业还处于一个自由发展的状态。因而销量上不去。

　　目前，海南省的产品分销网络也不太理想。一共有四个批发商经销我司的产品，这些批发商的经营水平，经营规模，经营意识，都停留在个体户的层面上，经营我司产品的品种也不多，普遍是一些老品种，见不到新产的踪影，包括新的拼图和折碟。这些商家们的心态都把我们的产品当作一种补充品种。

　　海南省玩具批发行业当中实力较大的只有黄良鹂一个，规模是般一批发商的4到5倍左右，操作水平也比较高，分工专业而业精细。每个环节都有专人管理，对市场营销也有一定的认识，意识观念都比其他批发商超前。是一个实力不错的商家;经营我司的产品的状况，是摆放在二楼的一个专柜里。几乎所有的厂家都是这样的放置方式，担推广上不怎样出力。

　　(五)湛江市的市场情况

　　湛江市处于粤西尾的，周边有几个地级市，该市的货品流通渠道有两种方式，该市和地级市的一些大的零售商和大批发商都从广州调货，一些小的批发商和零售商都从湛江市取货。因此湛江批发市场只能辐射到一些小的批发商和零售商县镇辐射程度较高。现时当地有两位重要的商家在主撑着这块市场，另外有一些毛毛腿也有参与。现在所形成的分销网络非常科学合理。市场面积不大，但有定的消费能力，经常刺激业绩还有一定幅度的攀升。

　　(六)南宁的市场情况

　　南宁是广西的省会中心，由于广西省与广东省交界，所以南宁的作为广西省的行政中心，但产品辐射能力并不强，大都是供给本市和周边的几个城市的一些小批发商或零售商。因而南宁的批发行业并不是很发达，经济也是一个很重要的原因。以上的情况同柳州市的情况极为相似。目前还没有一些批发商真正出力做我们产品。就连一些小的批发商都没见经营，只有一些终端卖场才有商品出售。这个城市还没算启动起来。是一个销售业绩有待大幅提升的市场。或是有待开发的市场。

　　(七)桂林市的市场情况。

　　桂林是一个闻名中外的旅游城市，玩具批发市场比较分散，共有三个批发市场，一个是老的主流的批发市场，以批发当地特色的产品为主，如水晶木雕品等，是面向全国市场，兼杂有一些玩具的批发点;另外一个是相对小一点的批发商市场，主要是批发各种生活样品及玩具于一体，面向本市为主;另外还有一个新开的批发市场，市场定位不是专业性的批发商市场，有各种产品批发，是对本市批发市场的扩容。此城市没有多少商家经销我司的产品。在开拓市场期间，找到了一个一年后才跟我们合作的批发商，和一个犹豫不定的批发商。明年才能真正启动一片市场。

　>　二：本人区域市场及渠道存在的问题

　　a：各市场的销售网络都比较全面，但不是非常健康合理。

　　b;地级市经营品种普遍都不全，很多拼图上市很久了，也没见踪影，新品可以认为没有，折碟只有个别地区有出售，很多地方很是空洞。

　　c：地级市甚至广西海南省的这些省城批发商对我司及产品情况欠缺了解。其至不了解。

　　d;地级市的经销商都把我们的产品当作补充品来返卖极少一些商家当作重要项目来推广或销售。

　　e：消费者都不了解不知道我司产品的真正作用和内涵，还是传统的认识只是娱乐作用。

　　>三：\_\_年操作各区域市场的想法

　　(一)辽宁省

　　自从辽宁省施总代政策以来，业绩得到了提升，说明这项政策在本区域是用对了地方。合作者是对的，政策是对的，人没有大问题，政策没有问题。本省下一步工作就是继续实施现有的政策。继续做好市场服务工作，持续推广，持续宣传。持续配合好总代开发好地级市，\_\_年的本省工作重点也在地级市

　　(二)吉林省

　　李晓峰继续实施总代政策，其它分销商保持现状，吉林现在分销靠各个分销商。以后则主要靠李晓峰完成销量的提升。李晓峰已经渐渐重视与我司的合作，并在经销商的大会上和员工大会上宣传推广。接下来就是协助他完成品牌的推广工作。以达到销量提升的目的。

　　(三)哈尔滨

　　目前哈尔滨两位分销商都不是的合作者，一个态度有问题，一个实力有问题，我认为还应该续寻找新的合作者。但还没有找合适的总代人选之前，对现有的经销商做一些微调。具体的措施周天鸿享受一些优惠政策，政策向他倾斜一些，以激励他的积极性，且在沟通过程中给他一总感觉，厂家是倾向他的。未来可能总代理的人选。并引导部分客户到周天鸿处取货。给他宣宣传。观察一段时间看销售业绩有没有改观。如销售可观甚至可以把总代理的权力交给他，让他做当地的总代理分销商，下些同时，自动终止闫春杰的总代理合同，减少一些优惠措施。让他在价格上没比别人有优势。但保留他的销售权。只要不扰乱市场，就让他自由售卖。如果较长时间没有起色，只要不出现一些尖锐的矛盾，哈市暂时维持现状。另外我们在哈市继续寻找一些更有实力合作意愿更高的商家。

　　(四)海南省

　　我认为海南省存在一个较大的问题，就是所有的经销商都不太认识我们企业的情况。对我们的认识只停留在宣传单上，和业务员的介绍上，这种认识是空洞的，对我们公司欠缺一个全面整体的认识。没有给商家们足够的信心。认为是一个小企业。产品的净利又不是很高。如不能走量是不会投入精力去做的。所以到现在都没有商家重视我们的产品。在不了解我司的情况下给商家们溉输一些大格局的想法走总代，是不切合实际的，只会很被动。想让他花力气去做，他口头答应你行动上就是不出力。

　　针对经销商这种情况，第一要解决的问题就是认识问题，应该引导一实力的的客户来考察我们企业的现状。让他们在各方面都认同我们，树立信心，让他们认为跟我们紧密合作。会得到发展的机会的。会带来利益。然后在政策方面再调整。才能调动起他们的只极性。才有可能提升海南省的销量。

　　(五)广西省

　　我认为广西省的情况同海南省的情况大体相同，操作思路相似，南宁和柳州一样要实行地级总代理，同时要寻找一些合适的人选。

　　>四：终端市场及地级市场操作设想

　　一：对一些经济发达的省会城市及地级市，且玩具行来发达的城市，如商场还没有设专柜的城市，应该设法在商场建立专柜。前期可以拿几个城市做为试点城市，看情况以确定今后的这方面的操作。

　　二;对于地级市批发商的操作

　　各地区的地级分销网络比较多，做的人很多，但并不是健康，多数人都当作次要商品补充品对待，如果选一位有点实力又愿意配合我们的批发商来推广我司产品的话，效果会比大家都做，但没有一家愿意出力做的效果会更好。这就需要公司的一些支持了，如选一些理想的分销商扶持他，灯箱。横幅。甚至让进货方面比其他批发商优惠一些。经常沟通激励让他们在当地发挥主要的作用。

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！