# 大力拓展业务工作总结(通用16篇)

来源：网络 作者：水墨画意 更新时间：2025-04-10

*大力拓展业务工作总结120xx年即将过去，回顾一年来的工作，市场部在公司的统一部署下，在营业部领导的正确领导下，在本部员工的共同努力下，今年我们在经纪业务的宣传、客户经理队伍建设、营销渠道建设，内部管理、制度体系的完、投资者教育等各个方面，...*

**大力拓展业务工作总结1**

20xx年即将过去，回顾一年来的工作，市场部在公司的统一部署下，在营业部领导的正确领导下，在本部员工的共同努力下，今年我们在经纪业务的宣传、客户经理队伍建设、营销渠道建设，内部管理、制度体系的完、投资者教育等各个方面，均取得了长足的进步，经过一年的市场开发，市场拓展部新开发客户 户，新增资产 万元，实现交易 亿元，为营业部增加收入 万元，实现了我们的预期目标，并为明年开拓其他旗县市场积累了经验，奠定了基础。

20xx年主要工作：

>一、经纪业务营销工作：

发展新客户，做大市场规模是20xx年营业部的首要工作，市场营销工作是营业部实现持续盈利、提高对外竞争力、加快发展的重要保证。年初营业部改变经营模式、创新思维、抓住机遇成立了市场拓展部，主动走出去做营销，全面推进市场培育、市场拓展工作，确保今后营业部能做大做强。我部今年主要做了以下几方面工作。

1、市场宣传：为了使更多的投资者认识证券市场，了解多种理财方式，从而加入到证券投资队伍当中来，我们在市场宣传方面做了较大的工作。

（1）投资理财报告会：为了加大市场拓展力度，扩大市场占有率。按照年初计划，市场部从2月中旬起在乌兰察布市周边旗县市以“巡回投资理财报告会”的形式进行宣传，范围涵盖包括集宁在内十个旗县市，先后在丰镇、凉城、卓资山、化德、后期、兴和、商都、四子王旗等地组织了共12场的投资理财报告会。每次报告会前，我们都积极准备，精心编写报告会内容，与当城管、工商、税务、联通公司、移动公司、银行等多家部门积极沟通、联系，同时也得到了当地政府有关单位的大力支持。在周边旗县的宣传活动中我们选择了当地各个主要街道和比较大的银行网点、较集中的住宅小区、移动、联通营业网点张贴海报、发放宣传单，横幅悬挂。此外，我们还通过当地电视台播放广告及时通知报告会的地点和时间，由于我们准备充分，每场报告会都获得了圆满的成功，报告会现场大量客户踊跃预约开户。投资报告会的成功举办为周边市场客户树立了正确投资理念，得到当地群众的认可，也宣传了我们公司的企业形象，并为今后营销工作的持续发展奠定了良好的基础。

（2）投资者教育工作：今年是我国证券市场震荡加剧的一年，在弱势格局中，我们不仅注重培养投资者的理财意识和技能，更重要的是能让投资者充分了解股市，认清风险，恢复市场信心，树立正确的投资理念，稳定投资者情绪。在日常宣传教育工作方面拓展部下了较大的功夫。一方面我们努力培养客户经理的专业知识、沟通技巧和对投资者心理因素的分析能力，通过银行网点开展宣传教育工作，确保每一位与我们交流过的客户都能对证券投资理财留有深刻的印象，从而使之成为日后开发的潜在客户；另一方面拓展部也积极采取人性化方式，为新增客户提供多种服务项目，如制作《新股民投资教育手册》、《炒股入门术语99条》、《同花顺软件快捷键一览表》、《开放式基金一览表》等常用手册，并通过邮寄的方式送到投资者手中，切实让客户足不出户就能感受到我部多方位无微不至的服务理念。对于一些特殊客户我们还提供上门服务，为他们进行“一对一”的理财培训，并赠送专家理财讲座教程。通过这些工作的开展，投资者对我们的服务态度表示了肯定和赞扬，对营业部也产生了坚实的信任和依赖。这位我们目前稳定存量客户，开发新增客户起到了积极的促进作用。

2、营销活动：

（1）“农行—恒泰百日营销活动”：根据今年年初营业部制定的营销目标计划，市场部积极行动，多方联系，与多家大型企事业单位达成了营销协议，其中，最具代表性的是“农行—恒泰百日营销活动”。在三个月近百天的活动中，在我部与农业银行大力宣传三方存管业务的背景下，营业部每日的开户量稳步提高，托管资产持续增多，而且在良好示范效应下，其他银行的三方存管业务也呈现上升的趋势。这为我们今年市场营销工作开创了良好的局面。

（2）“长城—恒泰联名卡优惠活动”：今年7月初，公司总部与中国银行协作，联合推出了“长城—恒泰联名卡”优惠活动。在当前低迷的行情下，本次活动为我部提升开户量，提高市场占有率创造了良好的时机。因此，我部积极研究制定针对活动的有效方案，通过制作大量宣传海报和宣传折页来强化宣传力度；通过和旗县各大中国银行网点、行政企事业单位和工矿企业开展投资理财报告会来扩大营销范围。为了提高工作效率我部统筹安排、分头行动，以有限的人员发挥最大的力量。经过我们的不懈努力，联名卡开户业绩虽没达到预期目标任务，但也取得了显著的成绩，截止到本年底，联名卡累计开户数量达到380户。在区内各家营业部中表现突出。

（3）基金、信托理财产品营销活动：今年是公司不断发展壮大的一年，经纪业务及各项理财业务不断创新。三季度以来公司先后推出了“新世纪优选成长型基金”和“中泰—恒泰信托理财产品计划”，为了扩大营业部非一般性经纪业务规模，让投资者了解更多的投资理财产品，市场部在宣传工作方面下了很大的功夫。其中要求客户经理通过银行网点积极推广，尽可能地让客户了解专项理财服务理念；另一方面我部努力寻求一些有购买意愿和购买力的专项投资者，进行一对一的理财教育。但由于活动开展期间受行情低迷影响，投资者信心不足，基金、信托理财产品的销售情况没有取得预期的效果。

3、营销渠道建设：

（1）银行网点渠道建设：为了借助银行业网点的社会影响力优势，扩大公司业务辐射面，弥补公司延展局限性，我部加强了与各大银行网点的的合作。在与乌兰察布市中国银行、农业银行、建设银行、工商银行四家银行建立了长期良好的第三方存管业务基础的同时，我部又积极和该四大银行沟通联系，建立了客户经理银行驻点机制，通过走出去的营销模式来延伸扩大业务拓展量。根据各银行网点区域分布情况，目前，我们选择了四家银行的20个网点来开展业务，并已委派客户经理进驻。同时，为了让客户经理能高效、快捷的为投资者服务，我部还为每一名客户经理所在网点配备了电脑，并安装了互联网宽带，我们还根据本营业部实际情况设计、制作了精美的折页、海报、易拉宝等宣传品，在日常营销工作中起到了很好的宣传作用，为客户经理的各项营销业务开展提供了极大的帮助。

（2）人力资源渠道建设：我们清楚的认识到，业务拓展光靠单一的营销模式或渠道营销是很难做大做强的。因此，我部充分利用每位员工和客户经理身边的人力资源优势，通过感染、影响、转介绍等方式深入到各大行政企事业单位当中。只要宣传到位，以点带面，逐步扩展，才能不断开发出新增客户。

>二、经纪人团队建设工作：

根据证券业近几年的不断发展，业内竞争的持续加剧，建立属于自己的经纪人团队显得尤为迫切。今年初，我部紧跟行业发展态势，从客户经理招聘、培训、管理等方面入手建立起了一整套制度体系并不断的进行完善。

1、客户经理招聘：

为了建立营销队伍加快团队发展，今年，我部多次与乌兰察布市人才交流中心、各大中专院校就业办联系，共参加了四次大型招聘会，五次小型招聘会，累计收到近两百分应聘简历，根据公司经纪人招聘章程和我部“客户经理招聘制度”的严格规定，每次招聘结束后，我部都对前来应聘的求职者进行初步的面试，对符合要求的人员培训后进行二次笔试，对不符合要求的一律不予考虑。切实做到择优录取，宁缺勿滥。营业部本年累计招聘客户经理42人，目前在岗人数为16人。另外，我部还与乌兰察布市日报、三元广告等多家媒体组织联系，发布长期有效的招聘广告来吸引更多的客户经理加入到我们的队伍当中来。今后，客户经理招聘工作是拓展部的一项重点和长期工作，把好招聘工作这道关口，吸纳优秀群体扩充队伍是建设和维护经纪人团队的基础。日后，我们的招聘目标和条件还要不断更新改变，以适应当前证券经纪业务的\'快速发展。

2、客户经理培训：

客户经理培训是经纪人团队建设的核心部分和主要工作，培训的好坏，质量的高低将直接影响日后营销业务的开展，对团队管理的完善和进步起着至关重要的作用。因此在培训方面拓展部做了大量而细致的工作。

（1）新入职客户经理培训：本年拓展部对新招聘的客户经理进行了共四次的培训，每季度分别开展一次，每次培训涉及的内容包括《入司培训》《证券市场概述》《股票基础知识》《证券交易规则》《证券风险控制》《开放式基金概述》《证券业务办理流程》《证券投资分析》《证券营销技巧》《营销礼仪》等十大知识点。通过系统性培训，新入职客户经理基本能够了解证券市场、股票、基金、债券等其他金融产品，能够熟练地办理日常业务，在为投资者进行业务宣传的同时也能够有效的控制风险点。同时，我们还建立起培训考核机制，对培训后没有通过考核的客户经理同样不得任用。

（2）团队长培训：在经纪人团队建设的发展和完善中，我部建立起了以市场部为领导为主，以团队长管理为辅的至上而下的管理体系。团队长素质的高低，领导力强弱将直接影响客户经理团队的壮大。因此，团队长培训显得尤为重要，在日常业务培训的基础上，我们还临行为每个细分团队的领队进行专项的管理培训，培训主要涉及《企业人员管理》《客户心里因素分析》《团队协作能力》《目标市场细分》等相关内容。通过我们的精心培训，团队长具备了一定的领导能力，能有效的带动本团队独立开展业务，同时，给我部的日常管理工作减轻了一部分负担。

（3）客户经理再培训：在平时的营销工作中，总有一些客户经理对以往专业知识的遗留，对新业务知识掌握的欠缺。为了不让此类客户经理影响整个团队的营销业绩和团队建设，我部成立了“爱心培训班”。以全员参与帮扶的方式对落后的客户经理进行再培训。使之尽快与其他客户经理看齐，找回自信与激情，共同进步，共同发展。

（4）专项考试培训：证券从业资格考试和经纪人专项资格考试是我部今年培训工作的重中之重。根据证券业协会和总公司有关文件的规定，20xx年底如果在职客户经理无法取得证券从业资格证或证券经纪人从业资格证的，公司将采取解聘与该客户经理委托代理协议关系的措施，这直接会影响到经纪人团队建设和发展的大事。因此，我部非常重视此次考试培训工作。从九月到十二月近百天的时间里，我部分别详细制定了两次培训计划，采取以市场部经理带头，部门员工集体参与，强化学习、认真辅导、落实责任、坚持不懈的精神来激励客户经理，让他们感受到学习的紧迫性和重要性。争取在自己的勤奋努力下取得良好的成绩。

（5）营销技能培训：今年9月8日至9月11日期间，公司培训中心组织开展了“客户经理营销技能强化培训”活动。本次培训我市场拓派出两名优秀客户经理前去参加。培训形式新颖特别，注重自我展示，是一次有质量有水平，涉及面广泛，互动性强的综合性培训大赛。此次培训目的在于加强区内外经纪人团队的沟通与协作，充分交流，取长补短，进一步提高客户经理营销技能水平，坚定从业信心，提升客户经理队伍的素质和竞争实力。培训结束后，我市场部要求该两名客户经理就本次培训所学到的经验、技能做了书面文字的总结，并在晨会和周例会上与全体客户经理进行了经验的交流和分享。

3、客户经理管理：

（1）晨会周例会制度：无规矩不成方圆，尤其是领导一个团队，制度管理显得尤为重要。因此，年初我部就制定了“客户经理晨会制度”。目的是为了加强营业部与客户经理间的沟通和交流，了解客户经理日常工作进展与不足，培养客户经理间凝聚力、协作力和关爱力。通过每日晨会的开展，客户经理已经能根据自身所学的专业知识分析证券市场走势，分析宏观经济发展，对本职工作有了较为深刻的理解，并在长期的参与中形成了自觉良好的工作态度和工作激情。除了坚持做好每日晨会外、我们还建立了周例会制度，在每周五下午专门开展与客户经理的交流工作，主要是对一周内工作的总结和下周的工作计划安排；对业绩好或者进步较快的客户经理给予鼓励和奖励；同时要求优秀客户经理总结自身营销心得并与其他客户经理分享营销经验，最终达到取长补短，共同进步的目的。

（2）日常管理：在工作之余，我们非常重视客户经理生活、思想等方面的变化，并采用人性化的理念对他们进行管理。平时，市场部经常组织客户经理开展座谈会，通过开放性的手法来深入了解发现他们眼下所需的帮助和亟待解决的困难，同时也反馈我们自身管理上的不足和亟待改善的地方。

>三、市场部内部管理工作：

市场部员工在部门经理的正确领导下，同心协力、各司其职、加强沟通、分工协作，有秩序有步骤的开展营销工作。对工作中存在的问题和困难能及时地沟通解决；能主动参加公司开展的各种形式会议，认真学习文件内容，积极听取会议精神，把握工作方向，顺利开展日常工作。

1、部门建立与制度的完善：

（1）部门的建立：随着证券行业的不断发展和创新，证券经纪业务特别是营销战略的推广加大了券商间日趋激励的竞争。为此，公司紧跟业内发展态势，迅速组建了恒泰证券的营销团队。集宁拓展部自今年正式成立以来，在总公司的全力支持和配合下取得了全面良好的发展。目前，我部正式员工充沛，客户经理人数适中，制度进一步完善。工作有条不紊的进行。但由于拓展部刚刚组建，很多方面还不健全，规模效益没有体现，但随着我部工作的逐步扩大，领导和员工的共同努力，相信日后的营销工作一定蒸蒸日上。

（2）制度的完善：一个部门的建立和运行需要制度的配套支持，自市场部正式成立以来，我部始终致力于制度的建立和完备。经过一年来员工的不懈努力，我部在制度方面做了以下重要工作。

A、建立《客户经理招聘面试制度》，目的：规范客户经理招聘体系，严格把关，吸纳优秀人才加入到经纪人团队中来；B、建立《客户经理培训制度》，目的：培养具有专业技能，优质服务，良好职业道德等综合能力强的客户经理队伍；

C、建立《客户经理晨会周例会制度》，目的：强化客户经理间彼此的交流与沟通，提高团队的凝聚力和协作力；

D、建立《客户经理管理制度》，目的：规范客户经理行为，防范经纪业务风险，保护投资者利益，维护公司形象；

E、建立《客户经理考勤制度》，目的：加强客户经理团队的组织纪律性，保证正常的工作秩序，提高工作效率；

F、建立《客户经理档案资料制度》，目的：实行客户经理个人资料的单独存管，保证信息的独立性和保密性。

2、员工学习与管理：

（1）中层营销主管培训：随着中国证券业的不断发展，券商之间的竞争日趋激烈，如何能有效提高专业化营销能力是证券公司经纪业务成功发展的核心。为此，今年八月初，公司筹备开展了“20xx年营业部中层营销主管培训”工作。市场部组织两名员工参加了本次培训活动。此次学习的目的在于培养一批有专业管理水平的领导人员，能为目前刚刚起步的经纪人团队注入新鲜的血液。经过培训，我们研究总结了一套由招聘、培训和管理为一体的经纪人团队建设体系，同时，也建立起了横向的区内外营业部交流机制。这对今后营业部营销拓展工作奠定了良好的制度基础。

（2）内部学习与管理：为了加强内部职工的专业技能水平、提高自身职业道德和风险控制能力。我部以自学、座谈会或参加视频会议的方式先后认真学习了有关公司下发的各项文件精神。

A、《证券公司监督管理条例》和《证券公司风险处置条例》学习：为加强对证券公司的监督管理，规范真全公司的行为，防范证券公司的风险，保护客户的合法权益和社会公共利益。市场部组织部门员工认真学习会议内容并要求每为员工都要做到知法守法、依法办事、有序管理、自我约束，能有效控制和化解证券公司风险。

B、《经纪业务风险控制》学习：为了维护证券市场正常秩序，保护广大投资者的合法权益，控制营业部经纪业务风险。我部职工详细学习了关于《经纪业务风险控制》通知，特别对严禁营业部非现场开户及客户经理行为规范等内容做了重点掌握和学习。

C、《恒泰证券营销系统入门手册》学习：在日常的营销统计中，数据的整理和录入是一项复杂而又细致的工作。为了培养员工能熟练操作各种办公软件和专业营销系统软件，我部专门组织开展《恒泰证券营销系统入门手册》的强化学习，目的是让员工在统计工作中达到方便快捷，准确无误，高效专业的操作水平。

D、《证券公司日常网络安全培训》学习：由于日常业务的增多，文件资料的不断累积，保护公司及个人信息的安全成为平时工作中又一项重点工作。在参加公司信息部组织的《证券公司日常网络安全培训》中，我们提升的不仅是网络操作技能，更重要的是改善了每位员工的安全防范意识和严谨的工作态度。

（3）统计工作：统计向来是市场部的一项重点工作。数据的完整性与精确性将直接影响我部整年的营销业绩。因此，我们确保每日、每周、每月、每季、的统计包括开户量，托管资产、联名卡业务、预约开户、客户经理考勤等数据准确无误，对日常营销费用包括宣传费、劳务费、差旅费等进行有效控制，保证营销利润大于费用支出。另外，认真及时做好日常文字的总结和上报工作，加强营业部与公司总部的联系与沟通。明年的工作设想

为了完成下一年度的总体工作目标，市场部特制订20xx年工作计划如下：

>一、继续加强客户经理队伍建设，做好客户经理培训和考核工作

（一）目前客户经理队伍人数较少尚不能满足日益发展的经纪业务营销工作，针对这种状况，市场拓展部拟在20xx年加大客户经理招聘工作力度。为了招聘到合格的客户经理和引进营业部营销团队发展所需的各类人才，逐步建立起营业部客户经理队伍的人才库并通过有序的人才竞争和流动，最终成长为专业化、职业化的客户经理团队，在20xx年准备通过广告招聘、人才市场招聘以及校园招聘的方式招聘50人充实到客户经理队伍中。

1、通过广告招聘：选择广告媒体有广播、电视、报纸、网络等。可以采用和媒体建立长期合作关系的方式进行，以降低成本，加强效果。

2、进入校园招聘：对于应届生的招聘可以在校园内进行，拟于20xx年3月—4月期间在集宁师专、乌兰察布职业学院举办，通过在校园内张贴招聘海报、举办专场招聘会以及学校就业部门推荐等方式相结合，以求达到最好效果。

3、在人才市场举办招聘会：招聘时间定在5月—6月期间，此时正是市内各类大中专院校应届生毕业求职高峰期间，在这个期间招聘能够吸引数量众多、素质更高的人才加盟我部客户经理团队。招聘活动提前准备背景墙、易拉宝、公司形象宣传画册、营业部宣传资料和宣传折页、登记表等。

4、市场拓展部在做以上工作的同时还要对本市人才市场做充分调研，学习和研究更多、更好的招聘方法和渠道。在客户经理招聘工作中本着“宁缺毋滥”的原则，不盲目追求数量，一定要保证新入职人员的素质。

5、为了保证所招聘人员符合岗位要求，依据《客户经理照片面试工作制度》做好面试工作。参加面试人员由市场拓展部对应聘材料进行筛选，选出目标面试者。成立营业部主要负责人为组长、市场拓展部人员为组员的“面试小组”。面试工作在与招聘工作同时开展，20xx年2月做好面试题库的编撰工作。

（二）继续做好客户经理培训工作。客户经理培训工作直接影响到经纪业务营销工作的开展和客户经理的成长、提高。客户经理的培训准备分阶段、分层次进行。

第一阶段：20xx年3月

培训层次：日常改进培训

培训对象：所有客户经理

培训内容：管理制度、业务知识

第二阶段：20xx年5月

培训层次：入职培训

培训对象：新入职客户经理

培训内容：公司理念与管理制度、证券基础知识、证券法律法规、证券市场风险防范、社交礼仪、职业道德教育

第三阶段：20xx年6月

培训层次：晋阶培训

培训对象：营销组长（团队长）

培训内容：团队管理、领导能力、考核管理、工作计划与安排

第四阶段：20xx年7月

培训层次：能力提升培训

培训对象：工作热情较高，具备较大潜力但缺乏工作经验，工作绩效较差的客户经理

培训内容：证券基础知识、业务技能、营销技巧、时间管理、成功经验

（三）做好客户经理团队长的选拔工作。通过考核和日常考察从客户经理队伍中选拔出一些具有较强的沟通、协调和团队管理能力，具有较强的营销和渠道拓展能力，富有开拓创新和吃苦耐劳的精神，具有较强的执行能力和服务意识，性格开朗，具有良好的口头表达能力的客户经理作为团队长，协助市场拓展部管理和考核其他客户经理，客户经理团队长的任免以季度为调整周期，采用市场拓展部经理提名后经客户经理民主差额选举的办法产生。

（四）继续做好客户经理队伍的考核和管理工作。不断加强对客户经理的日常管理和指导，定期不定期在各营销网点巡查，负责晨会与周例会的工作，对客户经理的营销工作开展情况进行实时的指导、检查经常与他们进行沟通，掌握他们的思想动态。市场拓展部对客户经理每月业绩完成情况、出勤情况、日常行为规范情况进行绩效考核，根据考核情况制定薪酬。把激励机制和考核管理高度结合起来，充分调动客户经理的主动性和积极性，客户经理在工作和生活中遇到困难时，市场拓展部要给与帮助，妥善解决问题；对工作业绩不理想的客户经理多关心、主动了解情况，及时提出建议并给与充分的支持，关心他们的学习和成长。

>二、继续做好营销渠道建设，加强经纪业务营销竞争力

1、保持与乌兰察布市内各家银行的良好合作关系。为了建立更加融洽的合作关系，需要与集宁区乃至乌兰察布市内旗县市各家银行网点主任、经理加强联系，经常拜访各单位，从而利于更好的开展工作。加快20xx年客户经理的招聘、培训进程，成熟一批，进驻一批，持续不断地将客户经理派驻进银行网点，提高集宁营业部经纪业务营销的竞争力。

2、在进驻银行网点的同时避免坐等客户上门的模式，要走出去，引进来，积极走访各大企事业单位、厂矿、机关使更广大的潜在客户认识市场、了解恒泰、认可集宁营业部从而把我们的服务向更规范的地区辐射。

3、加强集宁周边旗县市营销网络建设是市场拓展部20xx年重点工作。通过20xx年一年来的市场调研发现：凉城县与察右后旗可作为重点周边市场来发展营销工作。凉城县人口众多，西距呼和浩特100公里，北距集宁90公里，与卓资县接壤，多来由于大力发展旅游业以及20xx年岱海电厂的建成，该地区综合经济实力不断提升，居民收入稳步增高。岱海电厂职工文化程度以及收入较高，具有大量潜在投资者。察右后旗交通方便，境内有两条铁路通过，当地有乌兰水泥厂以及多个矿场，水泥厂职工收入较高并且开采矿产的私营企业主较多，都具备一定的投资能力可能成为潜在客户。凉城县目前有建设银行与农业银行两家银行可以做第三方存管业务，察右后旗只有农业银行可以做第三方存管业务。通过以上银行网点开展证券营销可以拉近我们和客户的距离，降低营销成本，提高客户对我们的信任度。具体措施是：

首先，采取在当地银行职工中招募兼职客户距离或者在当地招募专职客户经理进驻银行的方式办理业务。以上两旗县的市场培育工作需要得到当地银行支持，20xx年要加强与当地银行以及其他单位领导的联系，争取得到他们的支持，结合第三方存管业务的开展对银行的员工进行业务宣传，并对银行员工进行重点开发，为尽快开展营销工作打下良好的基础。

其次，拟定于20xx年3月轮流在两个旗县开展宣传活动，选派营业部骨干讲师，结合市场认真准备讲课材料，当地机关事业单位举办投资讲座，深入到岱海电厂以及其他大型企业举办专场报告会；

第三，过在这两个市场营销工作的开展进而辐射到临近旗县如卓资、化德、察右中旗、商都等市场，可以达到通过培育重点市场从而带动全市营销工作发展的良好局面，同时，继续深入挖掘集宁地区的客户资源。

>三、积极组织各类营销活动，吸引客户维护客户

1、举办投资者理财报告会，具体实施为：

20xx年2月举办春季巡回理财报告会

20xx年6月举办夏季巡回理财报告会

20xx年10月举办秋季巡回理财报告会

20xx年12月举办冬季巡回理财报告会

根据市场发展情况，及时举办专题报告会，为广大投资者理清思路，提供建议。主动深入各单位，为他们举办小型的专场报告会。

2、为有效激发全员的营销热情，形成内部良性、有序的竞争机制，推动营销工作深入开展，准备在20xx年每季度开展一次营销竞赛活动。通过竞赛活动，评比出先进的营销团队，优秀的客户经理，激发他们“不服输、争第一”的工作态度。

3、为了增强集宁营业部竞争力、提高恒泰证券知名度，吸引广大投资者在我部开户，推出“免费开户，赠送礼品”活动。礼品多样化，可以根据存入资产多少发放不同档次的礼品。

>四、继续做好市场调研和业务宣传工作

20xx年市场拓展部准备寻找乌兰察布市内将一些有潜力的单位、小区作为营销拓展对象，通过对这些单位职工、小区居民进行面谈访问、问卷调查等形式开展市场调研分析，了解广大投资者的需求，在营销工作中以客户需求为导向，制定针对性强的宣传手段和营销措施，做到有的放矢达到较好的工作效果。

针对目前各家银行网点对摆放易拉宝、张贴宣传海报有所限制的情况，20xx年准备定制一些精美的展业夹进行宣传推介。

>五、做好数据统计和报送工作

20xx年继续做好开户数、托管资产等数据的统计和分析工作，做好客户经理薪酬、市场拓展营销费用的预算工作、做好周报、月报、季报的报送工作。

**大力拓展业务工作总结2**

市场拓展部自3月份成立以来，在联社党委的正确领导和全体同仁的关心支持下，以拓展优质基础客户群体为宗旨，以深入了解常德市场为目标，紧紧围绕各项任务，积极开展工作，现将半年度工作汇报如下：

>一、任务完成情况

截止20\_年6月末，贷款营销1061万元，完成半年度任务的53%；存款营销772万元，完成半年度任务的64%；新增个人存款客户80户，已完成全年任务；新业务方面：办理ETC27户，完成半年度任务的68%；手机银行32户，完成半年度任务的40%；便民卡9户，完成半年度任务的11%。

>二、开展的主要工作

1，深入市场调查，了解经济环境

通过产品推介、上门走访和调查问卷等形式，多渠道开展市场拓展，上半年共走访商户500余户，以武陵镇信用社和营业部为中心，主要辐射三大市场：江南城区的桥南市场、财富广场、以及毗邻三桥的兴隆装饰城，涉及的主要市场包括桥南市场、桥南家电城、水产市场、茶叶市场、兴隆装饰城等10多个，收集客户调查问卷130余份。通过深入市场，对桥南分布的11家银行的存、贷款业务进行了调查对比。一是由于农信社没有理财产品和多元化支付手段等金融服务，商户的福祥卡主要用做资金中转，资金归集以农行、建行和工行为主，其他商业银行，譬如兴业银行、长沙银行等又以丰富的理财产品、优惠的支付服务和专业的区域化市场人员抢占剩余客户；二是通过上户了解发现，桥南市场内大部分商户主要以短期小额资金周转为主，该类客户通过互刷信用卡来达到资金周转的目的，部分客户（资金需求在50万左右）倾向于选择广发银行的生意人卡、长沙银行的小微贷和中国银行的个人网络循环贷款，以上三种贷款均无需抵押，办理周期短，手续简便，但要求以按揭方式偿还或利率偏高，尽管如此，仍受到商户的广泛青睐。

2，积极开展市场营销，发展新客户。

通过上门一对一宣传、服务，先后对桥南市场、财富广场、兴隆装饰城、龙腾物流园等地进行营销，通过深入各大市场内部，挨家挨户上门，以口头宣传、发放宣传折页等方式寻找新客户，特别是桥南市场及其周边商户，许多客户对便民卡从零了解到接受，上门服务得到了较好的反响。经统计，上半年共拜访商户500余户，其中有贷款意向的客户26户，开发成功的新客户16户，营销贷款1061万元，便民卡15张；营销存款万元，新增个人存款客户80户，对公存款客户1户；营销ETC27台，手机银行32户。

通过主动联系社会团体，扩大联社影响力，创造营销机会。我部获悉常德市微善风爱心联盟工作后，主动上门洽谈，寻求合作机会。并于6月28日上午，代表鼎城信用联社发放爱心书包，参与“微善风助学爱心见面会”。与会中发放鼎城联社业务宣传单800余份，在慈善企业家中宣传并树立了良好的企业形象。

3，加大宣传力度，多渠道开展业务宣传

①联合路演。利用开业、油菜花节等契机，与电子银行部、福尔公司合作，在武陵镇、西洞庭、灌溪、十美堂等信用社及龙腾物流园共开展联合路演7次，发放宣传单1000余份，大大增强了客户对农信社产品的认知度。

②借力宣传。与福尔公司进行业务捆绑，对他们的营销人员进行简单的便民卡、ETC业务培训，借助他们人手多、经验足、市场熟的优势，在营销POS机时同时宣传我们的贷款、ETC业务，资源共享提高业务拓展效率。

>三、市场营销面临的困难

1、新金融机构引进桥南市场，竞争压力日益增大。

信用社在市场上仍为资金融出方，江南城区市场竞争对手众多且市场占有率不高，特别是便民卡业务，因同类产品众多，且宣传力度不够，许多商户甚至从未听说过便民卡这项业务。虽说便民卡在同类产品中具有使用时间长，放款灵活，利率低等优点，但因需提供抵押，且办理周期较长，仍为一些商户所拒绝。今年，桥南市场新进金融机构有交通银行、兴业银行、华融湘江银行等5家银行，截止20\_年上半年，鼎城区共有11家金融机构，交叉服务的区域增大，同业竞争更趋激烈，在这种市场环境中，鼎城联社面临的压力也越来越大，产品和服务缺乏创新，不具备脱颖而出的实力，不以客户为导向实行主动营销，则无法应对愈加激烈的同业竞争，在市场中取得一席之地。

2、互联网金融对传统业务的冲击力度日益增强

互联网金融是普惠的金融服务，对象是中小客户和个体消费者，农信社首当其冲，将面临着客户资源的严重流失。在桥南市场商户群中，80、90年代的商户已经普遍利用互联网金融服务，来支持自身的资金运作。譬如互联网金融推出的理财产品或货币基金如余额宝、现金宝等具有收益率高、流动性强等特点深得投资者的偏爱；由于农信社互联网金融支付业务类型单一，使得农村信用社的中间业务边缘化。

3、金融环境对银行从业人员的要求日益增高

随着市场环境的变化，银行服务也应随之转型，由原来的等客户上门转变为主动上门服务，由原来被动的处理客户业务请求变为主动创新服务吸引客户上门，比如提供差异化服务，关注高端客户，为高端客户提供额外的增值服务，为低端客户提供高效的常规服务;为方便客户的习惯以及业务的灵活性，尽可能提供“一站式”的服务。针对不同客户群提供差异化的服务和销售，比如：客户、金卡客户，这就要求银行从业人员具有更高的专业素养，提供人性化、专业化、主动式的高效服务，为不同需求层次的客户提供多样化的选择，提高客户满意度。作为信用社员工来说，还需提高危机意识，加强培训。

>四、下半年工作安排

1、加大市场营销力度。继续通过跑市场、订货会、路演等形式寻找客户，不放弃小客户，重点营销大客户。积极找寻企业、政府等大型单位展开合作，密切关注市政基础设施建设项目、民生工程，第一时间了解相关信息，做好攻坚及对接服务工作。下半年营销目标为:存款新增2300万元，贷款营销4000万元，发行便民卡190张,新开ETC73户，手机银行170户。

2、了解客户实际需求，创造客户价值链。我们要针对不同的大客户需求群体，以大客户需求为导向，通过对大客户需求的分析，有计划、有策略的制定营销方案，快捷便利的满足客户的欲求。并以这些方案为引导，创造客户价值链，所谓的客户价值链，就是将客户的价值发展到最大化，起到“双赢”目的。在金融产品同质化现象日趋严重和银行间竞争日益激烈的今天，大客户营销对企业发展尤为重要。在下阶段，我们将通过查询省信贷系统、信贷资料等手段筛选出一批曾与我们建立信贷关系但目前已终止关系的大客户，了解其借款时间、次数、利率等，通过向客户经理或客户本人调研，对终止信贷关系的原因进行调查，了解我们的产品、服务存在的问题并对症下药。

3、狠抓对公存款，为资金组织工作打开局面。通过上门拜访等方式，了解公司客户的生产或发展状况，对客户的资金需求和信用状况进行评估，了解客户的真实需要、对农信社服务的整体评价、意见和建议等，针对性地向客户推介信贷产品，将客户贷款与开立基本户挂钩，做好对公存款公关和以贷引存工作，积极为客户提供代收代发服务，促进存款增长。

**大力拓展业务工作总结3**

领导、同事们，大家新年好！感谢大家对总公司的一贯支持与配合，恭被大家新年新禧。

分司选址设立后，业务初期的工作安排，采用电话拜访，发寄快件，登门拜访三种营销开拓方式，交加共行产生一定的市场效应，基本上在三个月内业务资料，会发布全省一千多家在大中小设计院，且对应人均为设计院主管领导（院长、总工、主任类）

初期市场信息也比较多，这项技术相对讲很大部份设计院较感兴趣，从设计角度看认为设计出图简单，看一定的优势，在市场上有一定的推广积极性同一时间，信息会较多，给我们造成一种感觉，市场潜力巨大，一时间都有忙不过来的感觉。

对待报价的问题，现在轻钢分展相对成熟，且随处可见，视觉冲击力较强，在客户感觉中比较通俗，造价低信息较多，

初期信息会多但一般都难成功：分析原因有主要四点：

一、是自己有点急功近利，价格偏高，造成资源浪费，投资无效，损失较大，数量小的项目又不很重视。

二、是对市场把握不准，不够了解、不专业，其实好多设计院根本是懒出图，对推产品了解不透彻，价位不清楚，造成业主对产品不够了解，最终丢失信息。

三、可见项目少，客户心且中无实物，看不到资料以上的东西就是不放心，甚至担心自己的工程会成为试验品，

四、关于前期的工作经验，分公司新的工作思路如下：

1、尽量找到各地已有的拱形屋顶工程，争取每个项目都熟悉了解，即便是其它公司所做项目，力争加强客户甲方的认知度。

2、新来的工程项目信息

**大力拓展业务工作总结4**

寒意渐浓，岁末将近。XX年是公司喜庆的一年，中秋晚会、20周年庆典，使我们整个“海澜”都沉浸在欢乐的海洋中。我们“xxxx”也借着公司的喜气频传捷报！我拓展三部在公司整体战略部署下在陈总的英明指导下克服种种困难努力去完成公司下达的任务。

针对拓展三部在XX年的工作总结如下：

拓展三部成立至今有两年有余，在去年管辖的江西，广东两省上又增加了海南省，今年新开的店有8家。全部集中在江西省，其中地级市3家分别为：南昌三店、景德镇二店和鹰潭店。县城5家分别是武宁店、永修店、于都店、瑞金店、分宜店。

另外我部门还出现了一批有店无人加盟的情况如：上饶步行街、新余交通路、瑞昌赤务路…..

在一年的摸爬滚打，兄弟部门虚心指教下，虽竭尽全力但仍未完成公司下达任务，问题是多方面的。针对目前存在的问题和在XX年的工作计划向公司作个汇报

>一、XX年工作中存在的问题：

由于部门中一批老拓展员离职补进来的年青拓展员，其社会经验和工作能力尚有很大的不足，对海澜之家理念的理解还不是很透，在人交际中缺少谈判的诱导性和说服力。

有些当地潜在加盟商没有很好的挖掘和把握，特别是有些既想加盟

又不敢的加盟的没有及时说服和把握.

针对以上问题，10我本人作为三部的主管领导，将仍然严格贯彻陈总部门月度例会的精神。每月将召集全体拓展员通过例会的方式进行沟通，不断地探索和发现问题，及时解决发展中出现的新问题，边学习边实践来尽快提高部门人员的整体水平。同时，向各管理区的拓展员明确提出任务以任务制来约束和激进各区拓展工作。还将采取用老拓展员来带新拓展员的办法，是新手尽快上路，让他们少走弯路。寻找目标店址，要严格按照公司“黄金地段，钻石店铺”去把关目标店铺。另外还将要求拓展员不断寻求、挖掘当地加盟商加盟。

>二、XX年的工作展望：

1.江西省在经过两年的努力下，已经有8个地级市开设了海澜之家，XX年争取把剩下的赣州、萍乡、吉安3个地级市全部拿下。另外在九江，新余，等城市积极开拓二店。另外也将充分利用海澜之家在江西省现有影响力使更多的当地加盟商来加盟，借助当地加盟商迅速发展。

2.广东和海南两省开拓的难度较大点，一是由于海澜之家的品牌效应在两地仍然未全部突现.二，两省的前卫穿着使我们的服饰在款式上还不够吸引他们。

3.广东的自产品牌很多，竞争很激烈。但是我相信随着公司品牌影响力不断发展，设计款式不断改进在广东这样的经济强省会有好的发展形势。

路是人走出来的，我相信在陈总的英明领导下，在我拓展三部自身不断吸取教训和努力下，XX年江西、广东、海澜三省一定会有更好的发展，为海澜之家的发展尽绵薄之力。

**大力拓展业务工作总结5**

市场拓展需要通过市场调查分析确定市场需求，根据市场需求进行产品定位和市场定位在明确了产品市场和产品销售对象后,制定详细市场推广策划方案。

1消费者分析：直接客户：大多数在13-18岁之间，他们这个年龄段的学生很有主见。间接客户：多为三十五到四十五岁之间的人群，很看重教育。一般情况下，他们为孩子选择一个地方辅导就很少有再换辅导班的可能。

2市场定位：

主要靠引导间接消费者来精品小班：由于精品小班学费价格比较低。所以我们针对的消费人群是普通大众人群。

一对一针对的消费人群：白领、通俗点儿就是有钱人。托管班针对的人群：大款。

3宣传方式：一点对点直线营销

与学生用品店合作

将我们的资料：如，宣传单页、海报等摆放在其店内。学生用品店主要客户就是学生是我们的直接客户，当他们购买东西的时候同时就能关注到、了解到我们公司的服务。与图书馆合作

将公司的资料印制成书籍或者杂志，免费提供给商家，这样也是给商家买一赠一这种促销提供了产品，让顾客有让利的感觉。（如：学习宝典）与美容会所合作

他们的会员有一部分人正是我们的间接对象，想要保持身材或者皮肤的女性他们对会所的信任度一般都比较高，经济能力强，易于接受信观念，对会所的推荐更容易接受。当然：与他们合作务必是以一对一的教育方式出现。面对面直接销售

这个是最有难度的.一种宣传方式，容易遭冷水，但却是最锻炼人的一种宣传方式之一。市场拓展人员在直接客户经常出入的场所如青少年活动中心发送公司资料，介绍服务，争取让其来公司免费试听，而且我们还有学生用品相送！社区宣传

与社区居委会合作让其辅导公司宣传，并给与一定利益。宣传有社区公告板海报、社区信息亭等4媒体广泛营销电梯海报营销车身车内广告

网络营销：搜索引擎排名、百度知道宣传、blog宣传、自己的空间啊、主页、电子杂志等。杂志、报纸宣传行业合作网吧桌面广告5活动营销

总部：组织全市性或者全国性的青少年文艺或者知识水平竞赛，选拔出有才艺的青少年，提高少年知名度，通过其才艺展示来提高我们的知名度和家长的认可度。

各分校内部定期举办竞赛活动：一等奖可以免费再选一门课程或者免费再学一个月等等。目的：激励学员或者家长的信心！

拓展事业部作为真心公司新成立的一个部门，主要从事调味品的生产与推广工作。而我作为本部门的企划推广专员，也在自己的职责范围内开展了一系列的工作。

具体总结如下：

1、前期酱油产品上市合作广告策划公司的寻找，竞争对手市场情况的一个初步信息的掌握;

2、酱油产品上市前期市场调查，主要走访了六安、安庆、淮北、阜阳等市场，了解安徽市场酱油的`市场现状及发展前景，掌握了酱油市场消费的基本情况，为以后真心酱油的市场开拓做好准备;

3、酱油前期广告策划宣传公司的选择及媒介推广方案的初步制定，包括导购员手册、前期推广活动方案、产品手册、活动物料清单、渠道推广方案、上市中奖方案等各种初步方案的制定;

4、协助五行广告公司开展市场调查及各阶段工作的对接与协调工作，包括产品定位、广告语、宣传策略、包装文案、品牌手册、黑豆功效手册、包装箱等一些列设计调整工作;

5、产品上市所需各种原辅料的制作采购并物流发送工作，包括了包装箱、瓶贴、品牌手册、宣传海报、促销物料等;

6、协助进行产品上市征订会的相关组织、布置、招待工作，并进行相关开盖有奖促销政策的讲解;

7、与合肥分公司及区域经理随时进行市场反馈情况的对接，了解市场一线业务人员对我公司产品及销售政策的真实信息，以供总监参考;

8、配合市场、技术人员开展其他需要配合的工作。

20xx年我在真心公司的前期工作主要以围绕酱油上市为中心而展开的，更多的是在产品前期规划及包装设计方面的配合工作，还涉及到采购物流等方面的内容，总体而言，xx年的工作内容是多而杂乱，而随着20xx年产品上市，并市场销售工作逐渐步入正轨之后，我的工作重点也应该随之转移到市场销售方面。

具体计划如下：

1、随时跟踪产品市场销售情况，了解各经销商在对我司产品销售过程中所遇到的各种问题，及时上报公司并配合业务人员拿出相应的解决措施;

2、对经销商市场支持政策执行情况进行定期检查，发现问题及时上报并提出各种处罚或改进意见供总监参考;

3、重点跟踪开盖有奖促销方案的执行情况，保证奖卡操作的可操作性与拉动市场销量的有效性;公司推广专员工作总结

4、定期针对不同市及区域经理所反映的各种市场问题，制定各种能够适应市场销售情况的促销政策，开展不同方式的促销活动，以减少即期拉动销售;

5、配合不同的促销模式，进行各种促销物品的设计与采购;

6、其他需要技术、市场人员配合的工作。

**大力拓展业务工作总结6**

20xx年，xx信用社的市场拓展工作在上级联社的正确领导下，继续理清市场理念，根据客户的需要制定营销战略，搞好个性化服务，加快产品创新，创造信合品牌，真正形成有信合特色的产品和服务，使客户确实得到增值服务;发挥整体营销功能，增强市场开发的强度和深度，取得了较好的成绩，中国大学网范文之工作总结:银行市场拓展工作总结。现交一年来的工作总结如下：

>1.大力推进与中国人寿保险公司合作，进一步开展保险的代理工作。

今年以来，xx信用社把代理保险作为中间业务收入的重要工作来抓，组建代理机构，整合资源，完善考核激励机制，加强优质服务，取得较好的效果。为积极拓展保险代理业务，我社加强了内外部两大方面的合作，努力发挥资源价值，增强整体合力，力促保险代理业务快速发展。一是加强内部合作。横向加强信贷管理部门、营业网点的协作，纵向加强区联社、信用社、网点之间的协调，及时反馈保险代理业务进展情况，研究制订解决困难和问题的措施;对全社客户保险情况进行摸底调查，制定客户保险监测表，对客户的投保情况和信用社代理情况按季监测;实行相关业务与代理保险业务“双营销”，营业网点在做好柜台服务和上门公关的同时，正确适当地宣传推介保险产品，积极引导客户的购保需求。同时加强了与保险公司的合作。邀请保险公司的业务经理到我社网点开展保险代理业务辅导;与保险公司联合举办“揽保吸储”竞赛活动及相关联谊活动，密切银保关系，促进了保险代理业务收入的增长。至200x年末，我社共完成人寿险万元，财产险万元，圆满地完成了上级联社的任务。

>2.积极开发系统客户，组织基本账户，为我社组织资金工作开创了新的.局面。

在组织资金上，我社针对目前增存难的严峻形势，在年初就召开理、监事会和全体职工大会，向全体员工明确了“三个增存切入点”一是抓自然、流动客户，以营销和服务来增强吸纳力;二是抓他行存量资金，以提高竞争意识来增强抢夺力;三是抓市场空白点，以敏锐的目光发现新的资源和抢抓他行撤并网点留下的市场空间，来提高增存的辐射力。通过加强宣传工作、开展窗口竞赛、加大揽存考核力度等一系列的工作措施，为加速存款增长奠定了扎实基础。同时我社在组织资金工作中，领导带头，把工作时间延伸到8小时以外，充分认识组织资金工作中“关系”这一因素，以工作处感情，以感情处“关系”，使业余时间成为全社员工发展客户，组织资金的第二职业。通过全社员工的共同努力，全年共揽存4000多万元，新开单位户头56户，合计金额2800多万元。

其中：

社部公存柜：长沙辉煌建筑装饰工程公司210万元湖南旭升不锈钢制品有限公司100万元

七里庙分社:长沙企通电子印章推广服务公司300万元，计算机厂物业管理公司96万元

桥头分社:天心区欣开建筑设备租赁经营部108万元望宁机械厂85万元

芙蓉分社:东方电控设备有限公司120万元

>3.积极开拓进取，及时推出了新的金融产品。

为了适应新的经济形势，我社新开办了银行兑汇票和票据贴现，为开户单位又提供了一个新的融资渠道，解决了一些信誉好的企业对资金的需求，为信用社创造了效益。同时探索性的开发了代理手机销售业务，加大了代发单位工资的力度，至200x年末，我社共代发工资700万元，办理银行兑汇票3笔，合计金额330万元，为信用社开展新业务开创了一新天地。

>4.积极培养高素质的客户经理队伍。

长期竞争和发展的实践表明，信用社自身人才队伍的拓新精神与业务创新能力，高科技应用等能否坚实有力，决定着信用社竞争是否能取胜。因此，在我社今年的市场拓展过程中，注重培养其相关性人才，着力组建了一支精明能干的客户经理队伍，通过有计划的培训教育，形成专业性的公关队伍，用其所长，专司其职，引导他们把公关的触角延伸到城市的各行各业。对辖内各社区的发展规化、投资计划、资金流向、消费动态等信息及时进行反馈和研究，努力提高攻关回报率，为我社的发展作出了一定的贡献。

我们坚信，有上级联社的正确领导，有全体员工的共同努力，有社会各界的大力支持，我们将以昂扬的志气，拼搏的锐气，树立信心，促进业务稳定发展，力促信用社的市场拓展工作再上新台阶!

**大力拓展业务工作总结7**

市场拓展部全年信息采集量达到xx家以上，其中包含李津津和李晓莹两人，拜访及回访量xx家，其中，有过多次沟通并进入到意向客户只有xx家企业，最终促成合作x家。20xx年对我个人而言，收获最大的不是签了多少客户，而是在成单过程中所得到的经验和21年所带给我的意向客户，这些将是我部门在下一年的工作中最大的财富！

2）报纸，每周固定对xx、xx招聘、xx等几版招聘报纸进行信息的录入，然后发给xx，利用公司的短信平台进行群发，其效果一般，偶尔会接到电话，x月中旬以后，由于本部门人手不足暂时停止。

3）劳动局和招聘会，各劳动局所发布的信息方式基本相同，大屏幕循环滚动播出或指定信息栏，采取的方式全部拍照，拿回来后做筛选和整理，通过每月的采集，信息变动不大。招聘会，每周固定周六参加，先采集信息，同样以拍照的方式，然后现场发名片，发名片的过程中对于不忙的或是我认为比较好的企业尽量达到沟通，对于有意向的做好记录另约时间，最后等到招聘会快要结束时，基本企业也不忙了，在跟其中部分企业聊聊。劳动局和招聘会信息量非常大，经过筛选后生产型企业不足1/3，但有一点联系方式都是准确无误的。

4）走访，一般周一到周五除有固定客户安排和电话拜访以外，其他时间安排走访，多数需要公司车配合来做，划分区域，制定计划，足一进行，其主要目地：在采集信息的同时，对各区域内的企业做到心中有数。这样一来在平时对信息的分析、判断和筛选上，将起到很大作用。这一项工作也是22年我部门的一个重点。

2、业务开拓。大致以电话拜访和实际走访两种形式进行。初次拜访主要了解对方是否有业务需求，若有意向明确服务内容，确认或跟进部门负责人及联系方式。再做下步计划。若没有意向则列为日后回访对象。在拓展过程中，以往遇到最多的就是拒绝，而今年最多的现象视乎不是拒绝，而是没有业务需要，这个时候需调整好自己的心态，给自己充电，为来年备战。存在不足及改进措施：

a）对已有信息深入调查和分析能力有限，致使不少企业信息停留，无法进一步跟踪。今后要寻找更多的渠道以发掘各目标客户。

b）电话拜访及谈判能力不足，致使业务拓展效率不高。今后的工作继续加强对专业知识的学习及沟通技巧，商务能力的培养，从而提高业务水平。

c）在各项业务接洽的过程中，未能给领导提供相应的信息。在今后的学习工作中加强专业能力的学习以及职业能力的培养。把握市场动态，及时对市场变化提出建设性的意见。

**大力拓展业务工作总结8**

年市场拓展部工作总结范文

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。年月公司根据《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，于年月下发并试运行。同年月要求各单位参照办法将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、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。第三，物流供应链策划

物流供应链可以理解为一条有机的物流链条，从产品或服务市场需求开始，到满足需求为止的时间范围内所从事的经济活动中所有涉及到的物流活动的部分所形成的链条。物流供应链被许多企业视为生命线。物流供应链管理在控制成本、降低库存、分散风险方面的作用已经得到越来越多的企业家的认同和重视。供应链物流大致分为三部分，采购，生产，市场营销。我们通常所说的物流往往局限于仓储和运输，实际上只包括在生产部分中。目前我们公司从事的物流就是生产部分的物流。这就需要我们为客户策划他的物流供应链，结合我们自身优势向采购和市场营销环节延伸。

第四，完善物流功能

要以生产物流环节为中心，积极向供应链上下游两端延伸和扩展。这种扩张需要具备和完善一些功能，如城市快销品大部分都是丙类物资，而我们的仓库大部分为丁类，需要进行升级改造;积极申请菜粕和油菜籽的期货交割库;申报棉花储备仓库。通过增加仓库功能，不断完善供应链节点，打造核心竞争力。

第五、运用现代物流信息技术实施供应链协同管理

物流信息化是现代物流的重要标志。目前，我们的物流信息程度还非常低。一项完整的现代物流活动，需要供应链上多个节点企业协同配合才能完成。实施供应链协同管理，就是针对供应链上各节点企业的合作进行管理，从而提高供应链的整体竞争能力。我们要与各节点企业建立利益共享与风险分担机制;与节点企业开展广泛深入的合作，各分公司要先行搭建基于技术的信息共享平台，实现及时相互沟通。

年市场拓展部工作总结

年即将过去，回顾一年来的工作，市场部在公司的统一部署下，在营业部领导的正确领导下，在本部员工的共同努力下，今年我们在经纪业务的宣传、客户经理队伍建设、营销渠道建设，内部管理、制度体系的完、投资者教育等各个方面，均取得了长足的进步，经过一年的市场开发，市场拓展部新开发客户 户，新增资产 万元，实现交易 亿元，为营业部增加收入 万元，实现了我们的预期目标，并为明年开拓其他旗县市场积累了经验，奠定了基础。

年主要工作

一、经纪业务营销工作：

发展新客户，做大市场规模是年营业部的首要工作，市场营销工作是营业部实现持续盈利、提高对外竞争力、加快发展的重要保证。年初营业部改变经营模式、创新思维、抓住机遇成立了市场拓展部，主动走出去做营销，全面推进市场培育、市场拓展工作，确保今后营业部能做大做强。我部今年主要做了以下几方面工作。、市场宣传：为了使更多的投资者认识证券市场，了解多种理财方式，从而加入到证券投资队伍当中来，我们在市场宣传方面做了较大的工作。

投资理财报告会：为了加大市场拓展力度，扩大市场占有率。按照年初计划，市场部从月中旬起在乌兰察布市周边旗县市以“巡回投资理财报告会”的形式进行宣传，范围涵盖包括集宁在内十个旗县市，先后在丰镇、凉城、卓资山、化德、后期、兴和、商都、四子王旗等地组织了共场的投资理财报告会。每次报告会前，我们都积极准备，精心编写报告会内容，与当城管、工商、税务、联通公司、移动公司、银行等多家部门积极沟通、联系，同时也得到了当地政府有关单位的大力支持。在周边旗县的宣传活动中我们选择了当地各个主要街道和比较大的银行网点、较集中的住宅小区、移动、联通营业

网点张贴海报、发放宣传单，横幅悬挂。此外，我们还通过当地电视台播放广告及时通知报告会的地点和时间，由于我们准备充分，每场报告会都获得了圆满的成功，报告会现场大量客户踊跃预约开户。投资报告会的成功举办为周边市场客户树立了正确投资理念，得到当地群众的认可，也宣传了我们公司的企业形象，并为今后营销工作的持续发展奠定了良好的基础。

投资者教育工作：今年是我国证券市场震荡加剧的一年，在弱势格局中，我们不仅注重培养投资者的理财意识和技能，更重要的是能让投资者充分了解股市，认清风险，恢复市场信心，树立正确的投资理念，稳定投资者情绪。在日常宣传教育工作方面拓展部下了较大的功夫。一方面我们努力培养客户经理的专业知识、沟通技巧和对投资者心理因素的分析能力，通过银行网点开展宣传教育工作，确保每一位与我们交流过的客户都能对证券投资理财留有深刻的印象，从而使之成为日后开发的潜在客户；另一方面拓展部也积极采取人性化方式，为新增客户提供多种服务项目，如制作《新股民投资教育手册》、《炒股入门术语条》、《同花顺软件快捷键一览表》、《开放式基金一览表》等常用手册，并通过邮寄的方式送到投资者手中，切实让客户足不出户就能感受到我部多方位无微不至的服务理念。对于一些特殊客户我们还提供上门服务，为他们进行“一对一”的理财培训，并赠送专家理财讲座教程。通过这些工作的开展，投资者对我们的服务态度表示了肯定和赞扬，对营业部也产生了坚实的信任和依赖。这位我们目前稳定存量客户，开发新增客户起到了积极的促进作用。、营销活动：

“农行—恒泰百日营销活动”：根据今年年初营业部制定的营销目标计划，市场部积极行动，多方联系，与多家大型企事业单位达成了营销协议，其中，最具代表性的是“农行—恒泰百日营销活动”。在三个月近百天的活动中，在我部与农业银行大力宣传三方存管业务的背景下，营业部每日的开户量稳步提高，托管资产持续增多，而且在良好示范效应下，其他银行的三方存管业务也呈现上升的趋势。这

为我们今年市场营销工作开创了良好的局面。

“长城—恒泰联名卡优惠活动”： 今年月初，公司总部与中国银行协作，联合推出了“长城——恒泰联名卡”优惠活动。在当前低迷的行情下，本次活动为我部提升开户量，提高市场占有率创造了良好的时机。因此，我部积极研究制定针对活动的有效方案，通过制作大量宣传海报和宣传折页来强化宣传力度；通过和旗县各大中国银行网点、行政企事业单位和工矿企业开展投资理财报告会来扩大营销范围。为了提高工作效率我部统筹安排、分头行动，以有限的人员发挥最大的力量。经过我们的不懈努力，联名卡开户业绩虽没达到预期目标任务，但也取得了显著的成绩，截止到本年底，联名卡累计开户数量达到户。在区内各家营业部中表现突出。

基金、信托理财产品营销活动：今年是公司不断发展壮大的一年，经纪业务及各项理财业务不断创新。三季度以来公司先后推出了“新世纪优选成长型基金”和“中泰—恒泰信托理财产品计划”，为了扩大营业部非一般性经纪业务规模，让投资者了解更多的投资理财产品，市场部在宣传工作方面下了很大的功夫。其中要求客户经理通过银行网点积极推广，尽可能地让客户了解专项理财服务理念；另一方面我部努力寻求一些有购买意愿和购买力的专项投资者，进行一对一的理财教育。但由于活动开展期间受行情低迷影响，投资者信心不足，基金、信托理财产品的销售情况没有取得预期的效果。、营销渠道建设：

银行网点渠道建设：为了借助银行业网点的社会影响力优势，扩大公司业务辐射面，弥补公司延展局限性，我部加强了与各大银行网点的的合作。在与乌兰察布市中国银行、农业银行、建设银行、工商银行四家银行建立了长期良好的第三方存管业务基础的同时，我部又积极和该四大银行沟通联系，建立了客户经理银行驻点机制，通过走出去的营销模式来延伸扩大业务拓展量。根据各银行网点区域分布情况，目前，我们选择了四家银行的个网点来开展业务，并已委派客户经理进驻。同时，为了让客户经理能高效、快捷的为投资者

服务，我部还为每一名客户经理所在网点配备了电脑，并安装了互联网宽带，我们还根据本营业部实际情况设计、制作了精美的折页、海报、易拉宝等宣传品，在日常营销工作中起到了很好的宣传作用，为客户经理的各项营销业务开展提供了极大的帮助。

人力资源渠道建设：我们清楚的认识到，业务拓展光靠单一的营销模式或渠道营销是很难做大做强的。因此，我部充分利用每位员工和客户经理身边的人力资源优势，通过感染、影响、转介绍等方式深入到各大行政企事业单位当中。只要宣传到位，以点带面，逐步扩展，才能不断开发出新增客户。

二、经纪人团队建设工作：

根据证券业近几年的不断发展，业内竞争的持续加剧，建立属于自己的经纪人团队显得尤为迫切。今年初，我部紧跟行业发展态势，从客户经理招聘、培训、管理等方面入手建立起了一整套制度体系并不断的进行完善。、客户经理招聘：

为了建立营销队伍加快团队发展，今年，我部多次与乌兰察布市人才交流中心、各大中专院校就业办联系，共参加了四次大型招聘会，五次小型招聘会，累计收到近两百分应聘简历，根据公司经纪人招聘章程和我部“客户经理招聘制度”的严格规定，每次招聘结束后，我部都对前来应聘的求职者进行初步的面试，对符合要求的人员培训后进行二次笔试，对不符合要求的一律不予考虑。切实做到择优录取，宁缺勿滥。营业部本年累计招聘客户经理人，目前在岗人数为人。另外，我部还与乌兰察布市日报、三元广告等多家媒体组织联系，发布长期有效的招聘广告来吸引更多的客户经理加入到我们的队伍当中来。今后，客户经理招聘工作是拓展部的一项重点和长期工作，把好招聘工作这道关口，吸纳优秀群体扩充队伍是建设和维护经纪人团队的基础。日后，我们的招聘目标和条件还要不断更新改变，以适应当前证券经纪业务的快速发展。、客户经理培训：

客户经理培训是经纪人团队建设的核心部分和主要工作，培训的好坏，质量的高低将直接影响日后营销业务的开展，对团队管理的完善和进步起着至关重要的作用。因此在培训方面拓展部做了大量而细致的工作。

新入职客户经理培训：本年拓展部对新招聘的客户经理进行了共四次的培训，每季度分别开展一次，每次培训涉及的内容包括《入司培训》《证券市场概述》《股票基础知识》《证券交易规则》《证券风险控制》《开放式基金概述》《证券业务办理流程》《证券投资分析》《证券营销技巧》《营销礼仪》等十大知识点。通过系统性培训，新入职客户经理基本能够了解证券市场、股票、基金、债券等其他金融产品，能够熟练地办理日常业务，在为投资者进行业务宣传的同时也能够有效的控制风险点。同时，我们还建立起培训考核机制，对培训后没有通过考核的客户经理同样不得任用。

团队长培训：在经纪人团队建设的发展和完善中，我部建立起了以市场部为领导为主，以团队长管理为辅的至上而下的管理体系。团队长素质的高低，领导力强弱将直接影响客户经理团队的壮大。因此，团队长培训显得尤为重要，在日常业务培训的基础上，我们还临行为每个细分团队的领队进行专项的管理培训，培训主要涉及《企业人员管理》《客户心里因素分析》《团队协作能力》《目标市场细分》等相关内容。通过我们的精心培训，团队长具备了一定的领导能力，能有效的带动本团队独立开展业务，同时，给我部的日常管理工作减轻了一部分负担。

客户经理再培训：在平时的营销工作中，总有一些客户经理对以往专业知识的遗留，对新业务知识掌握的欠缺。为了不让此类客户经理影响整个团队的营销业绩和团队建设，我部成立了“爱心培训班”。以全员参与帮扶的方式对落后的客户经理进行再培训。使之尽快与其他客户经理看齐，找回自信与激情，共同进步，共同发展。

专项考试培训：证券从业资格考试和经纪人专项资格考试是我部今年培训工作的重中之重。根据证券业协会和总公司有关文件篇3：公司市场拓展部工作总结

公司市场拓展部工作总结

**大力拓展业务工作总结9**

如何拓展私人银行业务

李秀光

私人银行业务是指金融机构面向社会富裕人士提供的以财富管理为核心的专业化一揽子高层次金融服务。大力开拓私人银行业务，有利于提升银行多元化盈利能力，推动中间业务发展，加强金融创新，提供公私联动营销水平，进一步提升金融品牌形象。那么银行如何才能更好地抓住私人银行业务发展机会，不断提高财富管理能力呢？

一、全力打造高素质的私人银行客服团队。培养一支高素质的客户经理队伍和顾问咨询团队，是发展私人银行业务的关键。私人银行的客户一般都是大企业家、中小企业主、社交名流等，所以在和这类客户沟通的时候不仅要有基本的沟通技巧，还要迎合这类客户的喜好和他们多交流一些他们感兴趣的话题，这样能够更多地得到客户对其个人及该银行的认可，所以要求客户经理要有扎实的专业知识，对我国宏观经济解读能力要强，而且能够对我国的不同行业发展有了解并能有一定的分析和预测。私人银行业务不同于一般的高端理财、贵宾服务,它的服务对象是富豪和超级富豪,业务涵盖非常广泛,涉及到投资、保险、金融、会计、税务及房地产等专业知识。从而要求从业人员为知识面广、业务能力强、实践经验丰富、敢于竞争、开拓性强、懂技术、会管理、善营销的复合型人才,要掌握相关的业务理论知识及业务操作技能。为此，我行要从现有的金融理财师（客户经理）及相关业务团队中甄选出优秀人才进行再教育、再培训，通过实战积累经验，提高为客户服务的专业技能和技巧，迅速建立起一支优秀的私人银行客户经理队伍和咨询顾问团队。同时，建立完善的奖惩机制、制定良好的职业发展规划以及提供持续的学习和培训机会，努力提升团队的凝聚力和竞争力。

二、开展有效市场营销，拼抢高资产净值客户资源。首先，可以采取市场细分的营销策略。市场细分是根据潜在客户不同的需求特征，将整体市场划分成若干个客户群的过程。通过市场细分，银行能够向目标子市场提供独特的服务产品及其相关的营销组合，从而使客户需求得到更为有效的满足，并维持顾客的忠诚度。通过市场细分，发掘并拼抢优质客户资源，降低获取成本，提高维持率，延长客户生命周期，建立差异化竞争优势，实现更多收益。目前来看，中国的私人银行客户是创富者，并且现在仍然在创富阶段，这就造成了私人银行的客户中相当大一部分既是自然人又是法人，是公私一体的，这一点在许多中小企业主中体现得最为明显。其次，通过多元渠道获取客户来源。我行可以开拓高端客户的主要渠道包括：内部员工的推荐；老客户的推荐，通过服务好原有的老客户，带动其社交圈中的高端客户选择该银行的服务；行内其他部门的推荐，即由网点、中小企业贷款中心、投资银行业务部门等其他业务部门的推荐，为此加强公私联动、交叉销售，已经是未来中资私人银行的一个发展方向。最后，在客户拓展方面，应该将重点放在挖掘已有客户的价值方面，而不必过于强调短期实现客户规模的迅速扩张。通过制定不同于零售业务的考核目标，致力于对已有客户的精耕细作，从客户终身价值的角度确定战略性的服务规划，以累进的方式稳步实现盈利。加强与具备高端客户资源的第三方机构合作，如高档汽车4S店等建立合作伙伴关系；通过召开研讨会、主题沙龙等方式的营销活动，开拓新的客户资源等。

三、转变经营模式，强化私人银行品牌形象，深化客户关系。私人银行业务与商业银行传统的零售业务相比，具有以高资产净值客户为服务对象，业务以专业化、综合化的服务为内容，服务具有个性化、私密性、尊享性的特征。努力实现从传统个人银行业务大批量、标准化、以产品销售为导向的营销服务模式，向以深化客户关系为导向的个性化营销服务模式转变。从某一种程度而言，私人银行的客户经理，一定是客户的非常好的合作伙伴，是客户信任的朋友；客户经理既是资深专业人士，具备管理财富的各种技能，又是一个有品位的人，有人格魅力，是客户欣赏的人。在发展私人银行的过程中，应强化私人银行业务模块与其他零售业务、资金营运、投资银行、公司金融、资产托管等业务模块之间的经营协同，实现行内各类资源共享和优势互补及交叉销售，在打造私人银行业务模块多元化财富管理产品和服务结构的同时，推进其他业务模块的发展，同时逐渐理顺与私人银行业务的利益相关者之间的关系。在开展私人银行业务之初，就必须树立交叉销售的理念，将私人银行服务的价值定位于为客户寻找最好的服务和资产配置，以提升客户的整体业绩作为考核私人银行顾问绩效的首要指标，打造卓越的私人银行业务品牌，不断强化私人银行品牌形象，提高客户忠诚度。

私人银行业务的开展，将进一步促进建行与高端客户建立深入、稳固、持久的关系，兑现“以心相交、成其久远”的品牌承诺。

二〇一二年十一月二十三日

**大力拓展业务工作总结10**

出差人:xxx

出差时光:8月16—8月27日出差事由:细化市场

本次为期12天的出差最主要的任务就是细化东海和赣榆市场，目前东海和赣榆的总签约客户为12家(包括这次签约的两家)有6家集中在东海的北部，且店面分布比较集中，赣榆的4家也在一条线上方，整体看来连云港11家店的“质量”比较好，对于下半年的跑量还是比较有信心的。

这次出差最大的意外收获就应是:灌云和灌南的7家客户基本上已经确定下来，东海那里也传来“喜讯”，所以，今年下半年连云港市场不出意外的话会突破20家，前景就应是“一片光明”。

其次，在这次出差的时候墩尚的客户反应:顾客来买了一条单品床单又退了回来原因:大面积的跳纱，对于产品质检这一块，推荐生产部这块还需加强一些，毕竟此刻我们在苏北那里才刚刚起步，正在打品牌的时候，质量这块必须得把握好，必须得在下半年把绣阳的\'品牌打出去。

下月5号东海有两家客户搞促销活动，关于宣传的事宜在电视台打广告的事情由于费用太高暂搁一边，我已经和客户解释过原因，他们也表示理解。等九月份促销活动开始的时候，一些意向客户就会陆陆续续联系到老客户店里参观，到9月底之前要把能拿下的意向客户基本拿下，重点放在东海和赣榆具体的实施在9月5号开始，在这之前我已经着手联系这些意向客户了。

总之，期望我们在外面开发市场，家里的货品尤其是质量这一块必须得把关好，我们很有信心把苏北市场做大做强，期望公司能做我们的坚强后盾!

**大力拓展业务工作总结11**

20xx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xx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xx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xx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x钢业务，给x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。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，下发并试运行。同年要求各单位参照办法将20xx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、20xx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。xx分公司、xx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。xx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。xx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。

拓展事业部作为真心公司新成立的一个部门，主要从事调味品的生产与推广工作。而我作为本部门的企划推广专员，也在自己的职责范围内开展了一系列的工作。

具体总结如下：

1、前期酱油产品上市合作广告策划公司的寻找，竞争对手市场情况的一个初步信息的掌握;

2、酱油产品上市前期市场调查，主要走访了六安、安庆、淮北、阜阳等市场，了解安徽市场酱油的`市场现状及发展前景，掌握了酱油市场消费的基本情况，为以后真心酱油的市场开拓做好准备;

3、酱油前期广告策划宣传公司的选择及媒介推广方案的初步制定，包括导购员手册、前期推广活动方案、产品手册、活动物料清单、渠道推广方案、上市中奖方案等各种初步方案的制定;

4、协助五行广告公司开展市场调查及各阶段工作的对接与协调工作，包括产品定位、广告语、宣传策略、包装文案、品牌手册、黑豆功效手册、包装箱等一些列设计调整工作;

5、产品上市所需各种原辅料的制作采购并物流发送工作，包括了包装箱、瓶贴、品牌手册、宣传海报、促销物料等;

6、协助进行产品上市征订会的相关组织、布置、招待工作，并进行相关开盖有奖促销政策的讲解;

7、与合肥分公司及区域经理随时进行市场反馈情况的对接，了解市场一线业务人员对我公司产品及销售政策的真实信息，以供总监参考;

8、配合市场、技术人员开展其他需要配合的工作。

20xx年我在真心公司的前期工作主要以围绕酱油上市为中心而展开的，更多的是在产品前期规划及包装设计方面的配合工作，还涉及到采购物流等方面的内容，总体而言，xx年的工作内容是多而杂乱，而随着20xx年产品上市，并市场销售工作逐渐步入正轨之后，我的工作重点也应该随之转移到市场销售方面。

具体计划如下：

1、随时跟踪产品市场销售情况，了解各经销商在对我司产品销售过程中所遇到的各种问题，及时上报公司并配合业务人员拿出相应的解决措施;

2、对经销商市场支持政策执行情况进行定期检查，发现问题及时上报并提出各种处罚或改进意见供总监参考;

3、重点跟踪开盖有奖促销方案的执行情况，保证奖卡操作的可操作性与拉动市场销量的有效性;公司推广专员工作总结

4、定期针对不同市及区域经理所反映的各种市场问题，制定各种能够适应市场销售情况的促销政策，开展不同方式的促销活动，以减少即期拉动销售;

5、配合不同的促销模式，进行各种促销物品的设计与采购;

6、其他需要技术、市场人员配合的工作。

<h2 style=\"t

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！