# 市场部工作总结通用大全

来源：网络 作者：梦里花落 更新时间：2025-04-20

*市场部工作总结通用大全【5篇】市场部工作总结怎么写?总结是指社会团体、企业单位和个人对某一阶段的学习、工作或其完成情况加以回顾和分析，得出教训和一些规律性认识的一种书面材料，它能够使头脑更加清醒，目标更加明确，下面是小编整理的市场部工作总结...*

市场部工作总结通用大全【5篇】

市场部工作总结怎么写?总结是指社会团体、企业单位和个人对某一阶段的学习、工作或其完成情况加以回顾和分析，得出教训和一些规律性认识的一种书面材料，它能够使头脑更加清醒，目标更加明确，下面是小编整理的市场部工作总结，仅供参考，大家一起来看看吧。

**市场部工作总结通用大全篇1**

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择性令我们不自觉地刻录和记下一些东西。回想20\_\_，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、20\_\_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，很难有大的希望，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，必须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。20\_\_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，突破曾经的长期呆在办公室，打打电话，写写文字，查阅相关网站，看看报纸等等通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;

20\_\_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，学习工作能力，努力思考追究一种别人无法取代、各地都可以运用的能力，虽然现在短时间内看不到特别明显效果，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\'情况下，都是告慰自己业务人员可以半个月就把业绩完成，但优秀的市场人员却不得不加班;优秀的业务员可以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可以达到\_\_0分满意的客观情况，尽管这样的情况经常发生，每次都是尽全力保证自己的心态平和。

回顾自己\_\_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，还没有达到精益求精的要求;工作有时操之过急，缺乏深入细致的工作作风，虽然\_\_年我一直在努力，但是发现自己还是没有什么能拿出来说的实在成绩，提出的一些建议不够系统，没有给市场提出更多行之有效的办法……\_\_年将会通过努力会有效改观。

二、对市场部的工作建议：

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。品牌的形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。高层的支持至少应该包括三方面的内容，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20\_\_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，可能还是要保持对市场部门的支持。

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最大化发挥：

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20\_\_年市场部的建议：

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;

现在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，必须舍得对他们投资，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，因此建议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，通过召开会议、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/人员讨论通过。

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,必须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，20\_\_，旧的一切，都远远的后退去了。离开的20\_\_肯定是有一些东西是我们需要留下、典藏和铭刻的。20\_\_，迎着阳光、带着希望，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，20\_\_肯定会取得新的成绩。

**市场部工作总结通用大全篇2**

一、切实落实岗位职责，认真履行本职工作

作为一名销售业务员，自己的岗位职责是：

1、千方百计完成区域销售任务并及时催回货款;

2、努力完成销售管理办法中的各项要求;

3、负责严格执行产品的出库手续;

4、积极广泛收集市场信息并及时整理上报领导;

5、严格遵守厂规厂纪及各项规章制度;

6、对工作具有较高的敬业精神和高度的主人翁责任感;

7、完成领导交办的其它工作。

岗位职责是职工的工作要求，也是衡量职工工作好坏的标准，自己在从事业务工作以来，始终以岗位职责为行动标准，从工作中的一点一滴做起，严格按照职责中的条款要求自己的行为，几年来，在业务工作中，首先自己能从产品知识入手，在了解技术知识的同时认真分析市场信息并适时制定营销方案，其次自己经常同其他区域业务员勤沟通、勤交流，分析市场情况、存在问题及应对方案，以求共同提高。在日常的事务工作中，自己在接到领导安排的任务后，积极着手，在确保工作质量的前提下按时完成任务。

总之，通过几年的实践证明作为业务员业务技能和业绩至关重要，是检验业务员工作得失的标准。今年由于\_\_系统内电网检查验收迫使工程停止及农电系统资金不到位，加之自己业务知识欠缺、业务技能不高、市场的瞬息万变而导致业绩欠佳。

二、明确任务，主动积极，力求保质保量按时完成

工作中自己时刻明白只存在上下级关系，无论是份内、份外工作都一视同仁，对领导安排的工作丝毫不能马虎、怠慢，在接受任务时，一方面积极了解领导意图及需要达到的标准、要求，力争在要求的期限内提前完成，另一方面要积极考虑并补充完善。

例如：

1、今年九月份，\_\_分厂由于承租人中止租赁协议并停产，厂内堆积硅石估计约80吨、重晶石20吨，而承租人已离开，出于安全方面的考虑，领导指示尽快运回分厂所存材料，接到任务后当天下午联系车辆并谈定运价，第二天便跟随车到\_\_分厂，按原计划三辆车分二次运输，在装车的过程中，由于估计重量不准，三辆车装车结束后，约剩10吨左右，自己及时汇报领导并征得同意后从当地雇用两辆三轮车以同等的运价将剩余材料于当日运回，这样既节约了时间，又降低了费用。

2、今年八月下旬，到\_\_出差，恰逢神东电力多种产业有限公司材料招标，此次招标涉及以后材料的采购，事关重大，自己了解详细情况后及时汇报领导并尽快寄来有关资料，自己深知，此次招投标对我厂及自己至关重要，而自己因未参加过正式的招投标会而感到无从下手，于是自己深思熟虑后便从材料采购单位的涉及招标的相关部门入手，搜集相关投标企业的详细情况及产品供货价格以为招标铺路，通过自己的不懈努力，在招标的过程中顺利通过资质审定、商务答辩和技术答辩，终于功夫不负有心人，最后我厂生产的YH5WS-17/50型氧化锌避雷器在此次招投标中中标，这样为产品以后的销售奠定了坚定的基础。

三、正确对待客户投诉并及时、妥善解决

销售是一种长期循序渐进的工作，而产品缺陷普遍存在，所以业务员应正确对待客户投诉，视客户投诉如产品销售同等重要甚至有过之而无不及，同时须慎重处理。自己在产品销售的过程中，严格按照厂制定销售服务承诺执行，在接到客户投诉时，首先应认真做好客户投诉记录并口头做出承诺，其次应及时汇报领导及相关部门，在接到领导的指示后会同相关部门人员制订应对方案，同时应及时与客户沟通使客户对处理方案感到满意。

四、认真学习我厂产品及相关产品知识，依据客户需求确定可代理的产品品种

熟悉产品知识是搞好销售工作的前提。自己在销售的过程中同样注重产品知识的学习，对厂生产的产品的用途、性能、参数基本能做到有问能答、必答，对相关部分产品基本能掌握用途、安装。

依据厂总体安排代理产品，通过自己对\_\_区域的了解，代理的品种分为二类：一是技术含量高、附加值大的产品，如35KV避雷器、35熔断器及限流式熔断器等，此类产品售后服务存在问题;二是10KV线路用铁附件、金具、包弓、横担等，此类产品用量大，但附加值低、生产厂家多导致销售难度较大。

五、电气产品市场分析

\_\_区域大、但电网建设相对落后，随着电网改造的深入，生产厂家都将销售目标对向西部落后地区，同时导致市场不断被细化，竞争日益激烈。\_\_区域电力单位多属农电系统，经过几年的农网改造建设，由于资金不到位仅完成改任务造的40%，故区域市场潜力巨大。现就\_\_区域的市场分析如下：

(一)市场需求分析

\_\_区域虽然市场潜力巨大，但\_\_区域多数县局隶属省农电系统，材料采购由省招标局统一组织招标并配送，\_\_供电局归省农电局管理，但材料采购归省招标局统一招标，其采购模式为由该局推荐生产厂家上报省招标局，由招标局确定入围厂家，更深一步讲，其采购决定权在省招标局。

而我厂未在省招标局投标并中标，而\_\_地区各县局隶属\_\_供电局管理，故要在\_\_供电局及各县局形成规模销售确有困难且须在省招标局狠下功夫。根据现在搜集的信息来看，\_\_供电局是否继续电网改造取决于省农电局拨款，原因在于这几年的改造所需资金由省农电局担保以资产抵压贷款，依该局现状现已无力归还贷款利息，据该局内部有关人员分析，\_\_地区的电网改造有可能停止。

(二)竞争对手及价格分析

这几年通过自己对区域的了解，\_\_区域的电气生产厂家有二类：一类是x瓷厂(分厂)、x电、交大、\_\_等，此类企业进入\_\_市场较早且有较强实力，同时又是省招标局入围企业，其销售价格同我厂基本相同，所以已形成规模销售;另一类是河北保定市避雷器厂等，此类企业进入\_\_市场晚但销售价格较低，YH5WS-17/50型避雷器销售价格仅为80元/支、PRW7-10/100销售价格为60元/支，此类企业基本占领了代销领域。

六、20\_\_年区域工作设想

总结一年来的工作，自己的工作仍存在很多问题和不足，在工作方法和技巧上有待于向其他业务员和同行学习，20\_\_年自己计划在去年工作得失的基础上取长补短，重点做好以下几个方面的工作：

(一)依据\_\_年区域销售情况和市场变化，自己计划将工作重点放在\_\_区域，一是主要做好各县局自购工作，挑选几个用量较大且经济条件好的县局如：延川电力局、延长电力局做为重点，同时\_\_供电局已改造结束三年之久，应做其所属的二县一区自购工作;二是做好延长油矿的电气材料采购，三是在\_\_区域采用代理的形式，让利给代理商以展开县局的销售工作。

(二)针对\_\_地区县局无权力采购的状况，计划对\_\_供电局继续工作不能松懈，在及时得到确切消息后做到有的放矢，同进应及时向领导汇报该局情况以便做省招标局工作。同时计划在大柳塔寻找有实力、关系的代理商，主要做神华集团神东煤炭有限公司的工作，以扩大销售渠道。

(三)对\_\_已形成销售的永登电力局、\_\_电力局因\_\_年农网改造暂停基本无用量，20\_\_年计划积极搜集市场信息并及时联系，力争参加招标形成规模销售。

(四)为积极配合代理销售，自己计划在确定产品品种后努力学习代理产品知识及性能、用途，以利代理产品迅速走入市场并形成销售。

(五)自己在搞好业务的同时计划认真学习业务知识、技能及销售实战来完善自己的理论知识，力求不断提高自己的综合素质，为企业的再发展奠定人力资源基础。

(六)为确保完成全年销售任务，自己平时就积极搜集信息并及时汇总，力争在新区域开发市场，以扩大产品市场占有额。

**市场部工作总结通用大全篇3**

一、区内市场方面：调查、了解区内各委、办、局的信息化建设现状，了解客户需求，对已经建立局域网等设施的单位了解其应用情况，听取客户意见，建立了部分客户档案。进行了以下项目的推进工作：财政局办公系统改版升级、公安局监控指挥中心、公安局视频会议系统、工商局办公软件系统、计委办公软件系统、环保局多媒体会议室工程、参加了市公安局对区公安局二级网络工程的验收工作。

二、区外市场：整合信息中心已有产品和资源信息，进行了以下工程项目的推进工作：山西怀仁县网站和办公平台工程、路达公司物流管理系统、镇网络工程及网站、办公自动化系统、交通部通信中心网络工程及办公自动化系统、大丰油科公司北京办事处网络工程、锡盟电信网络改造工程;⒉与联想电子政务事业部联系合作事宜。

三、其它方面：编写了以下方案和材料：《镇罗营数字乡镇工程方案》、《镇罗营数字乡镇工程科委上报项目书》、《区数字乡镇工程方案》、《区数字乡镇工程项目建议书》、《东发高科技工业园区管理信息系统方案》、《东发高科技园工业园区—科委上报项目书》、《区信息创新服务体系方案》、帮助多媒体网络实验室调试视频会议系统。

四、市场部任务完成情况：目前市场部完成合同额万，与任务要求相差较大，主要原因是：

⒈工作能力和方法的不足，本部门现有的两名员工都是非市场专业的，以前也未专门从事过市场业务，在市场营销经验和技巧方面存在不足，还需要不断的学习总结和积累;

⒉“非典”的客观因素非典期间区外市场推进工作基本停滞，区内市场工程项目的推进工作也存在较大的阻力;⒊我们的产品和技术力量和存在一定的不足，我们信息中心经过多年发展的在产品上已经有了一定的积累，但是我们的产品缺少市场包装，不易推广。前一段时间吴总曾指示我进行解决方案的整理工作，由于我没有完全理解好，没能达到要求，下周我将拿出新整理的解决方案。也希望今后能得到技术部门的配合。

在市场开发活动中我们也遇到了一些这样的情况，有些项目是我们的技术力量无法的实现的，这就要求我们要不断的加强我们自身的技术力量建设，跟上发展的需要;⒋我们的服务质量还需要改善，我们以前对工程质量和售后服务重视不够，导致一些老客户对我们意见较大，不再愿意与我们合作，比如环保局多媒体会议室和办公楼扩建的布线工程，就因为我们从前施工质量不好而遭到用户拒绝。

以上是我对上半年工作的一些想法，当然，市场部任务没能完成主要责任在我，主要是由于我市场工作能力的不足和努力不够造成的。通过上半年的工作我们取得了一些经验教训，为我们做好今后的市场部工作积累了经验，同时上半年的工作也为下半年的市场工作进行了铺垫，打下了一定的基础。

**市场部工作总结通用大全篇4**

年底，新年悄然来临。回顾过去一年的工作，我感慨万千。20\_\_年，在部门领导的正确领导和关怀下，我从一名普通员工成长为一名熟练的推销员。在过去一年的工作中，有起有落，有味。既有可喜之处，也有值得改进之处。在这个岗位上，我最大的收获就是挑战自己，积累丰富的社会经验，为将来更进一步更稳定的工作做好准备。现在我将过去一年的工作和经验总结如下：

一、满怀热情地努力工作

打开我的工作日记，它记录了我在市场部的成长过程。20\_\_年\_\_月\_\_日到达营销业务部的\'第一天，我接到了陈经理的第一个指示：\_\_路高层楼和\_\_路东\_\_村有人联系并加压，迅速了解情况并联系甲方，当时我刚学会开车，我对路况也不熟悉。当我去那个地方时，我担心甲方已经完成了工作。我决定坐出租车。到达现场后，首先到现场外围和地下室检查现场施工情况。发现一次水和二次水尚未施工。在努力寻找并联系甲方办公室后，艰难的谈判过程开始了。我多次与甲方沟通，宣传公司的政策和供水规定。经过几次考验和磨难，我终于以谦逊顽强的工作态度感动和说服了对方，成功地完成了任务，从此开始了我的事业。

经验：正直、坚强、勤奋、不懒惰、厚脸皮、吃苦。

坚持20字的语言，在领导的指导下，联系了\_\_恒业地产、\_\_省工商行政管理局、\_\_上城、\_\_第八村民小组等加压项目。

二、对供水工程地毯式检查高度负责

最初，为了尽快掌握我管辖的工程改造，我每天早出晚归。我花了将近一个月的时间旅行了大约3000公里，收集了120份人口普查信息。我第一次完成了辖区的基本普查，为以后的工作打下了基础。为了避免遗漏项目，使故障排除信息一目了然，我绘制了CAD工程故障排除动态图和电子表格信息表。开放空间、基础、施工和盖帽的表格数据使我能够更好地了解该地区项目，并有秩序地工作。辖区内有82个项目。其中，11项合同已签订，23项已上报安装，48项未上报安装(21项已封顶，18项在建，9项未在建)。

经验：熟悉供水法规，掌握安装程序，提高业务技能。

只有熟悉供水法规，才能做好供水项目的宣传工作。只有掌握报告和安装程序，我们才能做好用户服务。只有提高业务技能，我们才能做好咨询和销售工作。经过严格调查和大力宣传，辖区内独立举报和安装钉子的用户数量有所增加，如\_\_房地产、\_\_集团、\_\_房地产等，辖区内难度较大。我相信有志者事竟成!

三、真诚、开放地拜访用户，并考虑拓展服务。

我的另一个职责是倾听并记录客户的意见或建议，总结并及时反馈信息，做好信息传递和反馈。今年是我们重组的第一年。我们的身份已从一名员工变为另一名员工。这种身份置换给我们在对外工作中带来了机遇和困难。如何与用户建立长期友好合作关系，增强用户对我们的信任?这就要求我们扩大服务范围，改变高高在上的态度，保持危机意识和竞争意识。以用户事务为己任，锐意进取，努力协调解决用户从装报到供水过程中遇到的难题，真正以服务带动营销，努力提升和打造公司品牌。

四、新年决心：

纠正不足，改进

**市场部工作总结通用大全篇5**

一、20\_\_年上半年经济运行状况

20\_\_年16月份继续重视规范经营工作，加强内管监督，在此基础上，紧紧围绕卷烟销售终端规范化建设、低档烟销售、提升省外一二类烟销售比例、提升预测准确率、提升订单满足率、提升客户满意度等各个方面做好文章，进一步加强省外重点品牌的培育，优化卷烟零售终端业态，注重安全经营，努力建设标准化市场部，按照人员岗位责任努力开展各项工作，从而实现经济的稳步持续增长。

20\_\_年上半年，\_\_市场部完成卷烟销量5605.56箱，完成半年度销售任务的97.49%，实现销售毛利3874.59万元，完成半年度毛利指标的108.84%，其中低档烟销量759.73箱，年成半年度指标的 118.71%，省外一二类烟完成销量843.26箱，省外一二类烟比重达35.91%，比去年增长2.75%，各项半年度工作指标全部顺利完成。优化品牌结构，单箱销售额从去年同期4.5万元/箱上升到4.69万元/箱;半年平均销售预测准确率保持在90%以上，1至6月份，总体订单满足率达到85%以上。

二、20\_\_年上半年开展的主要工作

20\_\_年实现行业十一五规划目标的关键之年，根据全市烟草工作会议精神，\_\_市场部以建设打造效率高、服务优、成本低的卷烟销售网络为目标，一方面加强卷烟销售网络规范化建设，一方面努力提升团队执行效率，确保网建工作的可持续推进。按照人人有职责、事事有程序、干事有标准、过程有痕迹、绩效有考核、改进有保障管理思路，开展市场部各项工作。

(一)加强和深化规范化零售终端建设。

通过提升终端形象建设，提高零售客户的自我管理能力和经营能力，积极宣传终端形象对于卷烟经营的影响以及重要性，零售卷烟终端业态的好坏，对消费者的购物心里、品牌的市场效应都有很大的影响，通过对零售客户加强培训和指导，促使零售客户的盈利能力有所提升，通过零售客户的宣传，使卷烟消费者对当前的烟草行业的现状有所理解。\_\_市场部在去年规范化零售终端上建设的基础上，今年的终端建设工作紧紧围绕零售客户业态提升、环境布置设置、卷烟陈列、明码标价等几个方面进行展开，进一步强化管理和维护，结合营销服务指导、类别设置、合理定量等工作进行展开，确保卷烟零售终端规范化建设朝着健康、有序、合理的方向前进，提升零售终端的综合竞争力。

1、在做好每条营销线路示范街的基础上，逐步实现规范化零售终端建设向农村地区的延伸。一方面，继续提升去年规范化零售终端示范街的品位，真正体现示范街的示范作用和效应，以卷烟终端形象的提升凸显零售客户利益、消费者利益，对示范街进一步加强管理，在卷烟出样、卷烟陈列、明码标价、订单制作、沟通协作、品牌推广等重点工作中，示范街零售户大部分都做到了积极配合，使得六条营销线路示范街面貌和形象得到进一步深化;在此基础上，\_\_市场部将规范化零售终端建设从示范街的做法延伸到广大农村片区，根据卷烟零售户在硬件、设施等方面的具体情况，使总体卷烟陈列情况和明码标价落实到每一家零售户，虽然存在比较大的难度，但是也取得了很好的效果。

2、提升卷烟终端形象，为卷烟工业企业提供相对公平的竞争环境。本年度以来，在一些老品牌相继退出终端市场的`同时，公司也相继引入了一些省外重点新品牌，软蓝黄鹤楼、经典100红塔山、紫云烟、硬阳光娇子、金醇和黄山、长白山(神韵)、新精品白沙等卷烟先后在\_\_市场落地，这些品牌要有好的发展空间，就必须为之提供较好的陈列条件以达到宣传促销的目的，\_\_市场部将提升零售终端形象作为为卷烟工业企业服务的有效平台，通过有效的品牌标识和宣传手段、陈列管理等措施，提升重点企业、重点品牌的市场竞争能力，促使重点省外一二类烟在本地市场的市场占有率稳步提升。

3、统一商品陈列方法，统一明码标价要求以及硬核标价签盒的使用。在进行规范化零售终端建设的具体工作中，充分注重卷烟商品陈列。对柜台较大的客户，根据条件视同两包平铺或者三包堆叠的方法，而对于硬件设置一般或者较差的零售客户则采取单包出样的办法，出样要求和客户类别规定出样数量相符合，陈列顺序上，要求有一定的规律，一般采取按价格排序。明码标价的使用做到每一品牌规格均能一烟一签、一一对应，价格标签规范、整洁、清晰、内容完整。对于原来部分使用软套标价签盒的客户，根据客户要求以及柜台的实际情况，予以更换并收回软套，以达到统一、美观、规范的陈列效果和标价效果。

4、零售终端规范化建设以零售客户积分制管理紧密结合。今年上半年，公司推出了《零售客户积分制管理办法》，\_\_市场部将积分制管理与零售终端业态的提升相结合，以提升零售客户对提升终端业态的配合度，每月将零售客户的积分情况向零售客户进行通报，指出在卷烟陈列、明码标价、业态维护上的得分和失分情况，协助零售客户做好分析，促进零售客户对积分制管理的认识。

(二) 加强品牌培育，优化品牌结构，努力提升省外一二类烟销售比例和低档烟销量。

今年作为品牌整合的重要一年，一些国家重点品牌先后上市进行销售，公司的品牌培育重点也进行了转变。市场部以营销工具箱中要求培育的品牌为基础，展开各类品牌的上柜和增量工作。由于在文化水平、经营能力、品牌推广和经济实力等方面的不同，客户并不了解烟草行业品牌发展形势，也不可能完全准确把握市场对品牌的实际需求，同时，客户怕购进新品牌卷烟不能及时销售而产生积压，一些客户对品牌培育，尤其是新品牌促销持有一定的谨慎和消极态度。因此，客户经理通过客户拜访等多种形式，加大行业改革与发展形势，尤其是品牌发展战略的宣传，让客户充分认清行业及品牌发展形势，增强品牌培育的信心。根据每个客户实际，制订不同的服务计划，帮助客户提高品牌培育和推广能力，提高客户品牌培育的积极性。

在培育品牌的过程中，对经典100红塔山、紫云烟、软蓝黄鹤楼等省外一二类烟的上柜和推广投入了大量的工作，随着银红新安江、软牡丹、红梅(虹)等常规卷烟逐步退出市场，市场卷烟需求结构也发生了很大的变化，一些价位上出现了一定的供需矛盾，针对这个情况，各客户经理在走访中加强对省外货源较为充足货源的宣传，特别是在中档烟价位上，经过培训，经典100红塔山、紫云烟等规格取得了成功，在本地市场站稳了脚跟。

在低档烟销售商，市场部每月将计划达到到每个客户经理，针对客户经理培育进度下达指标，采取一月扣一月环环相扣的办法，努力确保低档烟销售进度保持在较高的起点上。

至六月份，省外一二类烟销售完成公司计划的 %,低档烟销售完成市场部计划的 %，较好地完成了公司下达的销售任务。提升一二类烟销售比例和低档烟销量也是下半年的重要任务。

(三) 推进两率一度工作。

1、稳定订单满足率。订单满足率是一个最为基础，也最具决定性的市场运行指标，各客户经理充分重视，主要是做好以下几个方面：一是进行烟草行业特殊性的宣传。部分客户在货源问题上往往将我们的烟草制品与其它商品进行对比，认为只要有需求就应相应增加货源供应。实际上以需定产也是真正符合市场化模式，是我们行业目前正在努力的方向，但这模式的实现显然还需要一个过程。我们要做的就是要让户理解这一过程实现的长期性。要逐步引导客户理解目前行业的计划调控与纯粹市场化模式还存在一定矛盾，现阶段还是应承认专卖体制下商品进入市场的特殊性;二是进行行业发展方向的介绍，特别是工业方面阶段性背景宣传，要使客户理解部分品牌不稳定性的原因，取得客户对行业的支持及工作的理解;三是针对每一客户，引导其进行一个实际需求的把握。什么是你需要的，多少是适和你的，要对其量体裁衣，避免因几次需求没有得到满足后，客户进行报复性的报货，以致一味扩大需求数;四是我们也应充当起一个管理者的角色。应使客户报货的规范合理化程度与其等级评定建立起联系。应使客户理解到尊重事实，规范到位的报货行为实际上是对我们一线市场人员工作的支持，使其觉得其自身的配合将是对我们服务的一种回报。

2、提升预测准确率。预测准确率是建立在订单满足率之上的一个指标，今年的预测准确率的预测方法比较去年有一定的变化，营销系统的预测模块更有科学性，以前因为订单满足率指标每个月都存在比较大的浮动，使得客户的要货数量与实际供应量之间无法确定一个合适的比例，也使得预测准确率打了很大的折扣，今年上半年，预测准确率也有较大的提升。其次，充分考虑各项因素对的影响，包括季节性因、经济增长因素、流动性人口变化情况、品牌整合情况以及消费变化趋势、零售户库存情况、销售趋势，另外，要求客户经理在操作过程中认真仔细，认真按照工作日程进行市场调研，分析销售数据，比对各个月份之间的律动情况，掌握销售规律。

3、提升客户满意度。科学、合理、公正的对我们的卷烟零售客户实施准确的类别评定，以便实施差异化服务，是客户满意的基础和前提，在上半年的客户类别评定过程中，为提升客户满意度，主要围绕以下几方面开展：一是让客户充分了解分类的标准和测评指标。

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！