# 2024年市场部季度总结工作报告(5篇)

来源：网络 作者：蓝色心情 更新时间：2025-04-06

*市场部季度总结工作报告一一、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...*

**市场部季度总结工作报告一**

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。

**市场部季度总结工作报告二**

工作总结，以年终总结、半年总结和季度总结最为常见和多用。就其内容而言，工作总结就是把一个时间段的工作进行一次全面系统的总检查、总评价、总分析、总研究，并分析成绩的不足，从而得出引以为戒的经验。总结是应用写作的一种，是对已经做过的工作进行理性的思考。下面给大家分享关于市场部季度总结工作报告，方便大家学习。

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x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。

回顾过去，展望未来，博寿堂中医院市场部伴随着医院的发展也在茁壮成长，现将市场部所做的工作做如下总结：

一、关于市场部所做的工作

1、部门及制度建设：经过一年的市场洗礼，我院市场部目前为市场部经理1人，市场网络主管1人，健康专员2人，兼职业务专员4人，导诊4人;并构成了市场部的各项管理规章制度暂行草案《博寿堂中医院市场营销绩效考核管理办法》、《导诊日报表》、《导诊就诊流程表》、《导诊职责》、《导诊考核表》、《导诊考核依据》，《专家讲座、义诊奖励方案》、《市场部制度》、《提成方案》、《市场部考核表》、《市场部考核依据》、《客服考核表》、《客服考核依据》、《市场部兼职人员管理制度》、《市场部管理制度》等十多项制度撰写和实施，对规范我院市场人员的行为起到良好的规范作用;

2、部门业绩：透过全员的共同努力发展我院会员10581人，开展义诊、讲座等活动46场，其中包括雷锋日博寿堂义诊、去火车站举行滨海春风吹，情暖外来工的义诊、进社区志愿者服务为主妇送健康礼，关爱健康在行动，幸福明天共分享，并和滨海义工协会联手参加塘沽阳光家园启智中心义工活动，和《滨海时报》共同举办送健康进社区、《约会春天》、小巷总理体检活动以及送健康进军营等等，并和开发区农行合作进行《贵宾尊享农行养生讲座》，及贵宾中医养生体验活动;和渤海石油共同举办百人大型讲座《抵抗衰老，健康生活》，并在我院周边赞助太极拳队及福州道健身操队，扩大我院的知名度和美誉度。

尤其在重阳节策划感恩尽孝活动，在我院企业文化建设中写下重重一笔尊老尽孝，并得到滨海电视台的新闻报导，下半年工作重点转向送健康进校园，在泰达二幼、塘沽一幼、三幼、六幼及学前班、早教中心开展《小儿生理病理特点》的系列讲座，收到良好的社会效益和企业效益。联系居委会25家、企事业单位34家并均有持续良好的合作。

新闻媒体报导28次，其中《滨海时报》报导我院23篇，滨海电视台报导我院3次，滨海广播电台报导2次。

在网络推广中参与qq群40个，参与策划博寿堂院庆一周年ppt、市场部舞蹈《江南style》获最佳表演奖，视频上传至优酷后，播放次数达1500多次;搜搜百科上编制“于金”词条，浏览量达60多次;\_上传宣传博寿堂的文档11份，浏览量达200多次，被下载量达20多次。20\_年11月10日在\_创立“中医博寿堂”团队以来，团队排行由3000多名已经上升到410名，由新手团、入门团、铜牌团、银牌团发展到金牌团。并对全院员工进行了百度明白应用的培训，吸纳14名员工加入到互联网推广工作。在百度明白回答问题2400多个，采纳率到达29%，级别升至八级。在互联网上用心地宣传了博寿堂医院。使用微博宣传博寿堂，粉丝已达2780人，发送微博500多条。医院内网上发布各类报道、通知60篇。

二、工作中存在的问题

1、关于部门及制度建设，市场部人员配备不全，目前缺策划主管和营销主管，网络推广主管随着邓煜暹的加入，我院的网络推广工作得到了明显的改善，营销主管和策划主管一向在寻找中，现有适宜人选，看医院是否给相应的岗位编制，关于市场专员也应有所扩展，每位主管下方应有2—3名得力专员，医院营销人才的寻找和培养是个大问题，如何寻找及培养以及找到后或培养好了怎样留住人才更是对我们市场部的极大考验。

2、关于在市场推广过程中和专家的默契配合，以及医疗项目的包装也是一大问题，就过去的一年市场部一向处于不断的努力学习和提高，加紧对我院专家的深刻认识，站在市场的角度发现各个专家身上的优势及其医疗项目的市场优势，期望在以后的医疗项目推出中能够参考市场部相关人员的意见推荐，只有接了地气的项目在市场的推广过程中才有更好的社会和企业效益。

三、市场部工作展望

总体来讲我院的市场部已经具备雏形，并可在我院的市场推广及品牌建设中发挥其用心作用，随着20\_年的到来，市场部应策划义诊及讲座活动应不少于80场，新增会员应达20\_0人，市场部的人员配置应更加合理和完善，用心参与策划包装医疗项目(产品)，并随着医保的正常开展，市场部工作重心应向开发高端客户转移。

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。

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;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。

一阶段，我被分配到市场部参加工作。参与了各项对企业宣传相关联的工作，并全面的了解了公司的基本情况，在把握设计要素，实现宣传为目标的同时，掌握了计算机办公软件及设计软件的应用，并较好的熟悉和了解有关招投标项目的各项业务。主要是在领导和老员工的带领下，参与工作和学习，使我对企业宣传方面的工作有了更加深刻的认识;同时我也学到了许多社会知识，扩大了交际范围，在领导和同事的关怀下，很好的融入到了这个集体当中来，各方面都得到了很大的提高。

一、20\_年的工作总结

在以“为做好企业宣传”为目的的前提下，树立企业形象，打造企业品牌，与团队共同完成x品牌与产品的对外宣传工作。多次为国家举办的大型展会及公司召开的各项会议做好部分前期准备工作，开展对外与业务和产品相关的宣传、公关活动，及时准确掌握社会公众对公司的意见，并反馈到公司;轴承照片的后期处理、设计彩色宣传页及样本与宣传资料的制作与发放，通过利用视觉信息活动传递给外界对企业的评价，塑造企业形象，与同行业的竞争对手产生差别化;与质量保证部门合作制作出口免检产品申报材料;质量手册与环境手册的编制等，向广大客户在第一时间内宣传x品牌，并展示x产品的优势、展示瓦轴的实力。

20\_年招投标标书的印刷与制作，在新的探索的基础上，取得了明显的成效。铁路招投标标书在新的编制改版下，以及各个部门的相互配合，已获得国家铁道部的一致认可，为企业承揽了部分购销合同的同时，也为客户关系的建立打好了基础，以及合同执行中业务部门或项目组所需要提供的客户方资源的协调。

二、近期动态

信息是客户业务联系与决策的重要依据。为客户提供市场信息是否准确和及时，直接影响到公司的市场开发与拓展。为客户提供企业与企业产品的重大事项信息，认真的了解客户的需求，积极的参与配合销售员的工作。对企业的资质证明、生产能力、技术要求、供货业绩、质量保证等诸多方面的情况进行进一步“取证、更新”，组织和整理资信调查，以便给予客户提出的各种相关的问题给予及时答复带来便捷，使客户在对企业对外宣传的基础上更进一步的了解瓦轴。

三、20\_年工作目标

20\_年，在保证认真对待、重视现有工作的基础上，不断完善和充实自己，提高自身素质。与企业发展方针相吻合，充分利用现有的资源，更进一步加大对企业业务的宣传推广工作。在抓住要点的同时，力争在设计上有新的突破，为迎接企业20\_年建厂x周年的宣传工作做好充分准备。进一步巩固和提升x轴承市场的地位，以全面提高x轴承的产品占有率和市场占有率。

三、总结

回顾这段时间，在工作中收获不小，但也有很多不足之处，在今后的工作中，我会总结经验，克服不足，在工作上继续努力。

以上是我的述职报告，我会努力配合各个部门的工作，以全心的面貌、更高的热度来迎接挑战，请领导进行监督。

<

**市场部季度总结工作报告三**

回顾过去，展望未来，博寿堂中医院市场部伴随着医院的发展也在茁壮成长，现将市场部所做的工作做如下总结：

一、关于市场部所做的工作

1、部门及制度建设：经过一年的市场洗礼，我院市场部目前为市场部经理1人，市场网络主管1人，健康专员2人，兼职业务专员4人，导诊4人;并构成了市场部的各项管理规章制度暂行草案《博寿堂中医院市场营销绩效考核管理办法》、《导诊日报表》、《导诊就诊流程表》、《导诊职责》、《导诊考核表》、《导诊考核依据》，《专家讲座、义诊奖励方案》、《市场部制度》、《提成方案》、《市场部考核表》、《市场部考核依据》、《客服考核表》、《客服考核依据》、《市场部兼职人员管理制度》、《市场部管理制度》等十多项制度撰写和实施，对规范我院市场人员的行为起到良好的规范作用;

2、部门业绩：透过全员的共同努力发展我院会员10581人，开展义诊、讲座等活动46场，其中包括雷锋日博寿堂义诊、去火车站举行滨海春风吹，情暖外来工的义诊、进社区志愿者服务为主妇送健康礼，关爱健康在行动，幸福明天共分享，并和滨海义工协会联手参加塘沽阳光家园启智中心义工活动，和《滨海时报》共同举办送健康进社区、《约会春天》、小巷总理体检活动以及送健康进军营等等，并和开发区农行合作进行《贵宾尊享农行养生讲座》，及贵宾中医养生体验活动;和渤海石油共同举办百人大型讲座《抵抗衰老，健康生活》，并在我院周边赞助太极拳队及福州道健身操队，扩大我院的知名度和美誉度。

尤其在重阳节策划感恩尽孝活动，在我院企业文化建设中写下重重一笔尊老尽孝，并得到滨海电视台的新闻报导，下半年工作重点转向送健康进校园，在泰达二幼、塘沽一幼、三幼、六幼及学前班、早教中心开展《小儿生理病理特点》的系列讲座，收到良好的社会效益和企业效益。联系居委会25家、企事业单位34家并均有持续良好的合作。

新闻媒体报导28次，其中《滨海时报》报导我院23篇，滨海电视台报导我院3次，滨海广播电台报导2次。

在网络推广中参与qq群40个，参与策划博寿堂院庆一周年ppt、市场部舞蹈《江南style》获最佳表演奖，视频上传至优酷后，播放次数达1500多次;搜搜百科上编制“于金”词条，浏览量达60多次;\_上传宣传博寿堂的文档11份，浏览量达200多次，被下载量达20多次。20\_年11月10日在\_创立“中医博寿堂”团队以来，团队排行由3000多名已经上升到410名，由新手团、入门团、铜牌团、银牌团发展到金牌团。并对全院员工进行了百度明白应用的培训，吸纳14名员工加入到互联网推广工作。在百度明白回答问题2400多个，采纳率到达29%，级别升至八级。在互联网上用心地宣传了博寿堂医院。使用微博宣传博寿堂，粉丝已达2780人，发送微博500多条。医院内网上发布各类报道、通知60篇。

二、工作中存在的问题

1、关于部门及制度建设，市场部人员配备不全，目前缺策划主管和营销主管，网络推广主管随着邓煜暹的加入，我院的网络推广工作得到了明显的改善，营销主管和策划主管一向在寻找中，现有适宜人选，看医院是否给相应的岗位编制，关于市场专员也应有所扩展，每位主管下方应有2—3名得力专员，医院营销人才的寻找和培养是个大问题，如何寻找及培养以及找到后或培养好了怎样留住人才更是对我们市场部的极大考验。

2、关于在市场推广过程中和专家的默契配合，以及医疗项目的包装也是一大问题，就过去的一年市场部一向处于不断的努力学习和提高，加紧对我院专家的深刻认识，站在市场的角度发现各个专家身上的优势及其医疗项目的市场优势，期望在以后的医疗项目推出中能够参考市场部相关人员的意见推荐，只有接了地气的项目在市场的推广过程中才有更好的社会和企业效益。

三、市场部工作展望

总体来讲我院的市场部已经具备雏形，并可在我院的市场推广及品牌建设中发挥其用心作用，随着20\_年的到来，市场部应策划义诊及讲座活动应不少于80场，新增会员应达20\_0人，市场部的人员配置应更加合理和完善，用心参与策划包装医疗项目(产品)，并随着医保的正常开展，市场部工作重心应向开发高端客户转移。

**市场部季度总结工作报告四**

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;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。

**市场部季度总结工作报告五**

一阶段，我被分配到市场部参加工作。参与了各项对企业宣传相关联的工作，并全面的了解了公司的基本情况，在把握设计要素，实现宣传为目标的同时，掌握了计算机办公软件及设计软件的应用，并较好的熟悉和了解有关招投标项目的各项业务。主要是在领导和老员工的带领下，参与工作和学习，使我对企业宣传方面的工作有了更加深刻的认识;同时我也学到了许多社会知识，扩大了交际范围，在领导和同事的关怀下，很好的融入到了这个集体当中来，各方面都得到了很大的提高。

一、20\_年的工作总结

在以“为做好企业宣传”为目的的前提下，树立企业形象，打造企业品牌，与团队共同完成x品牌与产品的对外宣传工作。多次为国家举办的大型展会及公司召开的各项会议做好部分前期准备工作，开展对外与业务和产品相关的宣传、公关活动，及时准确掌握社会公众对公司的意见，并反馈到公司;轴承照片的后期处理、设计彩色宣传页及样本与宣传资料的制作与发放，通过利用视觉信息活动传递给外界对企业的评价，塑造企业形象，与同行业的竞争对手产生差别化;与质量保证部门合作制作出口免检产品申报材料;质量手册与环境手册的编制等，向广大客户在第一时间内宣传x品牌，并展示x产品的优势、展示瓦轴的实力。

20\_年招投标标书的印刷与制作，在新的探索的基础上，取得了明显的成效。铁路招投标标书在新的编制改版下，以及各个部门的相互配合，已获得国家铁道部的一致认可，为企业承揽了部分购销合同的同时，也为客户关系的建立打好了基础，以及合同执行中业务部门或项目组所需要提供的客户方资源的协调。

二、近期动态

信息是客户业务联系与决策的重要依据。为客户提供市场信息是否准确和及时，直接影响到公司的市场开发与拓展。为客户提供企业与企业产品的重大事项信息，认真的了解客户的需求，积极的参与配合销售员的工作。对企业的资质证明、生产能力、技术要求、供货业绩、质量保证等诸多方面的情况进行进一步“取证、更新”，组织和整理资信调查，以便给予客户提出的各种相关的问题给予及时答复带来便捷，使客户在对企业对外宣传的基础上更进一步的了解瓦轴。

三、20\_年工作目标

20\_年，在保证认真对待、重视现有工作的基础上，不断完善和充实自己，提高自身素质。与企业发展方针相吻合，充分利用现有的资源，更进一步加大对企业业务的宣传推广工作。在抓住要点的同时，力争在设计上有新的突破，为迎接企业20\_年建厂x周年的宣传工作做好充分准备。进一步巩固和提升x轴承市场的地位，以全面提高x轴承的产品占有率和市场占有率。

三、总结

回顾这段时间，在工作中收获不小，但也有很多不足之处，在今后的工作中，我会总结经验，克服不足，在工作上继续努力。

以上是我的述职报告，我会努力配合各个部门的工作，以全心的面貌、更高的热度来迎接挑战，请领导进行监督。

<

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！