# 最新市场经理述职报告(推荐)(6篇)

来源：网络 作者：月落乌啼 更新时间：2025-03-07

*最新市场经理述职报告(推荐)一(1)3年以上大型企业相关工作经验。负责市场渠道拓展、发展渠道优质合作伙伴，开发客户资源;(2)根据公司品牌战略目标和推广要求，制定相关的推广方案和工作计划，并组织落地执行;(3)负责与各大媒体、商家对接，建立...*

**最新市场经理述职报告(推荐)一**

(1)3年以上大型企业相关工作经验。负责市场渠道拓展、发展渠道优质合作伙伴，开发客户资源;

(2)根据公司品牌战略目标和推广要求，制定相关的推广方案和工作计划，并组织落地执行;

(3)负责与各大媒体、商家对接，建立和维护公司的品牌推广渠道;

(4)维护客户，跟踪结果，后期需求的深度挖掘。

(5)具有较强的市场策划和沟通能力，能够独立进行客户开拓，擅于抓住客户需求，有较强的客户服务意识;

岗位要求

(1)有较强的市场开发能力，有广泛的高质量资源，沟通、谈判及市场分析能力强，对市场拓展程序十分熟悉;

(2)有极强的敬业和团队协作精神，适应压力性工作;

(3)责任心强，具有敏锐的市场洞察力，丰富的项目策划、实施经验;擅于思考、上进心强并有很强的执行力，具备良好的团队合作精神。

(4)形象佳、出色的沟通能力、商务谈判能力。

**最新市场经理述职报告(推荐)二**

1、提高售后服务质量,提升客户满意程度

2、顾客所需我们所想品牌至上商誉是金

3、市场是海，企业是船，质量是帆，人是舵手

4、市场竞争不同情弱者，不创新突破只有出局

5、市场是海,企业是船,质量是帆,人是舵手

6、我们的策略是:以质量取胜

7、追求客户的满意是你我应有责任市场是企业的方向，质量是企业的生命

8、不绷紧质量的弦,弹不了市场的调

9、革去不良习惯提升服务质量

10、抱怨事件速处理，客户满意又欢喜

11、争取一个客户不容易,失去一个客户很简单

12、提高售后服务质量，提升客户满意程度

13、提高售后服务质量，提升客户满意程度

14、重视合同,确保质量:准时交付,严守承诺

15、品质第一顾客至上口号大全

16、顾客是企业发展的源泉

17、我把客户服务好，客户满意得回报

18、顾客是我们的上帝,品质是上帝的需求

19、重视合同,确保品质;准时交付,严守承诺

20、制造须靠低成本，竞争依赖高品质

21、不绷紧质量的弦，弹不出市场的调

22、市场竞争不同情弱者,不创新突破只有出局

23、以顾客为关注焦点，努力超越顾客期望

24、重视合同，确保质量，准时交付，严守承诺

25、我们的策略是以质量取胜帮派名称

26、顾客是我们的上帝，品质是上帝的要求

27、制造须靠低成本,竞争依赖高品质

28、市场是企业的方向,质量是企业的生命

29、争取一个客户不容易，失去一个客户很简单

30、产品的品牌就是品质的象征

31、客户想到的我们要做到,客户没有想到的我们也要做到

32、服务管理标准化质量创优靠大家

33、抱怨事件速处理,客户满意又欢喜

34、抱怨时件速处理，客户满意又欢喜

35、客户想到的我们要做到，客户没有想到的我们也要做到

**最新市场经理述职报告(推荐)三**

一.前言

在这个日益浮躁的社会，书籍受到人们的喜爱，在这个时代中，书业本该很红火，但却因网络的飞速发展，阅读方式的改变，实体书店存在已受到严重的挑战，实体书店的数量也在不断减少，但因为实体书店的减少，我也从中看到了商机，但诸多的实体书店倒闭的经历告诉我们传统书店已经不行了，所以我打算开的是一个新式复合型书店。

二.店铺介绍

我们的店铺名是“半日浮生”，这个名字取自“偷的浮生半日闲”，在现代的社会，无论是上班的工作人员还是学生，每日都因各种各样的事情而忙碌，所以我认为人们需要书店来平息自己的浮躁的内心。

书店的地点是在学校内，类型主要以集消费，享受，收藏爱好，学术交流为一体的新式复合型书店。

分析

(一)优势

1.价格便宜。首先因为学校支持同学创业，免去水电的费用，这使我们书店的成本比较低。还有我们一次进货多，在价格上比较便宜。还有二手书籍的价格也很便宜。

2.没有店面租金成本。这个主要需要感谢学校的政策。

3.产品种类多样化。在书店中我们会出售一些文化创意产品和文化交流享受产品。

4.销售方式多样化。我们将加入网上售书，做到集实体，网络为一体的书店。

(二)劣势

1. 管理经验少。管理者都是学生，从未管理过店面，所以我们缺乏一些管理的经验。

2. 缺乏人气。因为学校只有图书馆和校外有一个书报亭，所以同学们对我的书店不是很熟，所以我的书店缺乏足够的人气。

3. 地理位置差。学校将给我们的地段比较“偏僻”，它不是同学们每天的“必经之路”，就李嘉诚的“地段论”来说，这不是一个很好的地理选择。

(三)机会

1. 旧书市场对学校的师生来说相对空白，经过培养和规范的市场必成为读书市场的竞争领域。

2.许多学生的休闲观念发生改变，他们不在沉迷于网络，恋爱，不在满足于吃穿，他们更讲究精神层次的满足和个人能力的提升，这种观念的转变逐渐体现到寻找安静的读书场所中。

3.在学校附近没有一个正式的书店。学校的图书馆它只是一个提供阅读和查阅资料的地方，不是一个以营利为目的地产业，而校外的报亭更是没有书籍，所以无法和我们书店竞争。

4. 学校有将近两万的师生，他们大多数有着中国人共有的“书店情结”，所以说顾客群体可以保证。

(四)威胁

1.网络书店的冲击。现在是一个网络时代，电子商务无处不在，网络售书业务的迅速扩张是传统实体书店销售下滑的致命因素。网络书店以图书种类众多，快捷的购买方式，更加便宜的价格吸引着诸多顾客和不断挤压着实体书店的生存空间。

2.阅读方式改变。近年来随着数字化的发展，读者的阅读方式在明显的改变。从纸质阅读到电子阅读，再到移动阅读，这些改变无疑不是在给实体书店的生存增加了难度。

四.发展战略

前期

前期因为书店刚刚开始，管理者没有经验，书店没有人气，顾客对书店不了解。所以我们打算用1到1.5月的时间来积累书店的人气和管理者对管理书店的经验。而我们主要以书籍的价格优势，种类齐全，店面的装潢设计和一系列的宣传活动来吸引顾客。

中期

因为前期书店已经积累一些人气和管理的经营，所以我们在中期会继续保持前期的优势，并且把书店的风格向文化交流享受的方向发展。我们将会举行一些文化交流会，学术沙龙，学术报告，听名人讲座等活动来发展我们的书店，同时我们会在书店中推出文化创意产品和阅读时文化享受产品，这也将是我们书店主要运行的方案。

后期

在后期，我们将会继续以文化交流享受为店面的主要发展风格，同时创立一个读者爱好协会(注：如果时机成熟，我们在中期时候就会成立)，以保持协会内部成员爱好的同时，让协会内成员带动吸引更多的同学进入我们协会。协会将以书籍的类别分为不同的组，同学们可以在一起交流享受读书的乐趣。

五.货源渠道

我们书店的货物可以分为三种。

1.书籍

书籍又分为新书和旧书两种。新书我们可以从扬州的新书批发市场和从网上的阿里巴巴上购买;而旧书我们可以从扬州的花鸟市场和二手批发市场上购买，也可以和扬州二手书籍卖家直接联系。

2.报纸·杂志

关于报纸·杂志我们可以直接和报社合作，报社的报纸·杂志一般是卖不完的可以调换，所以我们不需要担心。

3.文化创意产品和文化享受产品

对于文化创意产品和文化享受产品我们可以从两个渠道来进货。第一：从阿里巴巴上直接批发进货，但这样物品的质量无法保证。第二：我们可以从扬州本地的小商品批发市场和美食城批发物品，但这样的价格比在阿里巴巴上会贵上一些。

六.销售策划

(一)自身改变

1.定位顾客群体

我们的书店主要面对的顾客是老师，学生。所以我们的书店内将以教材资料，教育书籍，工具书，考试参考书，小说，报纸，杂志等书籍和一些精致的文化创意产品，文化交流享受产品为主产品，以价格，服务，独特的装潢设计和浓厚的学术氛围为主要发展方向的一个新式运行方式。

2.大力拓展图书业务

我们书店将加入网络书店的步伐，让同学，老师可以在网络上就看到我书店内的书籍，方便同学们的购买，同时也增加就顾客的群体。

我们书店还将努力地和学校合作，争取拿下扬州各个学校的教科资料这笔生意。

(二)店面特色

1.古典氛围

我们的书店装潢将以白色为主，在四面墙上会挂上一些中国的山水画，并且会在店里放一些中国古典轻音乐(注：《高山流水》，《渔樵问答》)，同时在店中会放上一些小景盆栽和适当的时候点上一些檀香。总的说我们书店将会以古典氛围为主。

2.增加留言板

在店中将免费提供便利贴和将留下一块墙角，同学们可以在便利贴上写字后贴在墙角上，上面的话可以是对我们书店说，也可以使自己励志，还可以使对自己的意中人说，而且在墙上如果你留下自己的号码和别人的号码，那么将有可能被我抽中，帮你发送短信(注：每天十名)。这样在无形之中就为书店增加了大量的人气。

许多高校的校园中都有书店的存在，我个人认为书店除了可以给经营者带来经济收益外，还可以给校园带来文化气息，增加校园的文化氛围，增加同学们对书籍的热爱程度，引导同学们享受阅读，可以说在学校开书店绝对是一个双赢的局面。

**最新市场经理述职报告(推荐)四**

为了准确掌握社会库存，把握市场动态，了解市场真实需求，收集客户对市局卷烟投放的意见和建议，从而更好地培育全国性卷烟重点骨干品牌;同时总结今年“两节”期间县卷烟销售市场存在的利与弊，为今后的工作积累经验，从而优化卷烟销售市场，提高卷烟的销售水平，以及客户的盈利水平。山西偏关县营销部按照市局的要求，对辖区范围内各零售户的卷烟

结构、品牌、库存等展开了调查。

1、随着我国经济的不断增长，人民的生活水平也渐渐改善了，消费者对卷烟的需求档次也逐渐提高了，因此，呈现出一、二类烟大幅增加，三、四类烟增加10%以上，只有五类烟销量下降的现象。

2、为了培育全国性卷烟重点骨干品牌，市局对各个品牌卷烟的投放量的差异，同样也造成了上述现象的产生。

从社会库存看，偏关县社会库存主要集中在三、四类烟上，占了总库存的75%以上，造成这一结果的主要原因是客户对消费者对卷烟的需求档次了解不够。在“两节”期间，消费者与往年相比对卷烟的消费档次有了很大的提高，对于年轻消费者，大多数选择“芙蓉王”、“云烟(福)”、“云烟(紫)”作为节日用烟，而那些烟龄较大，以前消费四类烟的消费者也在节日期间提高了档次，因此造成了上述现象。

社会库存较大的五个品牌分别是“芙蓉王”、“云烟”、“红旗渠”、“红金龙”、“庐山”。其原因主要是平时这五个品牌的卷烟都是市场上畅销的品牌，而又加上正逢“两节”期间，客户对这几类卷烟的需求预测太大，造成了大量库存的产生。而库存最大的业态客户主要是食杂店，这主要是由于偏关县业态类型主要以食杂店为主。从销售数据可以看出：辖区老营、水泉一带的客户卷烟销售波动明显，客户由原来的中、小型客户大都数变成了大、中型客户。波幅明显，卷烟购进明显加大。

通过调查，客户对烟草公司的服务大都很满意，主要包括货源供应满意度、对“四员”服务满意度、投诉处理结果满意度及客户盈利情况。

根据市局要求，客户经理每月对辖区客户进行满意度调查，辖区零售户满意度综合评价为98.41%。其中客户感到最满意的是偏远客户送货服务周到，送货人员能及时把货源送到客户手中;感到最不满意的是部分偏远农村客户对电子结算不满意。

笔者认为，当前工作中，销量完成和培育品牌均有一定程度的差距。究其原因，主要是外出打工人数日渐增多和节前的需求两旺市场造成节后的惨淡经营。

面对这些现状，我们应借助“品牌效应”，加大对品牌的宣传力度，提高品牌知名度，让消费者进一步了解品牌的优点和亮点。

结合本辖区情况，笔者认为应该对本地政府拉动内需所采取的措施(如修建高速路、改造机场以及拟投资开工的大型工程项目等)和行业政策导向对销售卷烟的影响，并根据有关情况对今后的销售前景做出预测与分析。

**最新市场经理述职报告(推荐)五**

0xx年x月x日至11日，我们进行了一场关于市场上几个高级商务男装的调查探访。我们去了常州市的几个购物中心，欣赏了许多国内市场高级商务男装品牌。

这几个品牌分别是jevoni、vicutu、kaltendin、dikeni、lackboni、lampo、c31 rotc。

1. jevoni(杰凡尼)，源自意大利，它含有优雅简约的时尚元素，其高贵典雅的商务休闲风格和其极具高贵气息的典雅风格， jevoni的服装优雅简约又高贵典雅，因为商务休闲风格和专门针对亚洲人的裁剪工艺相结合，受到中国市场的欢迎。

进入 jevoni店铺给我的第一感觉就是它的气场很强大，无论是店内的装修还是衣服，每件衣服都很大气、经典，让人挑不出毛病。风格很高贵典雅，款式也很经典，每件衣服的领子、上下口袋、袋盖和袖子都各不相同，作出了出彩的变化。颜色以黑白灰为主，年龄应该是中老年的成熟男性较为适合。 让我印象最深的应该是它的面料特别的华丽舒服，后来经营业员介绍jevoni的衣服与众不同的是采用最重要品质的天然纤维，穿着杰凡尼的夹克会有异常舒适的感觉，从这方面让我更了解它价值的体现，它的价位在几千到万元不等。

总的来说\"jevoni\"服饰拥有新颖独特的设计款式、经典前卫的品牌风格、高贵时尚非一般享受的消费感觉以及其优良的工艺和品质上乘的面料特点。

2. vicutu(威克多)源自于北京，“vicutu”品牌是国内男装市场上举足轻重的品牌，它制作的时候从面料高温预缩、立体裁剪、一片领羊毛衬工艺、手工缝制、圆肩设计、立体定型、重量严格把关。风格就是严谨。

vicutu的西装让我很是喜欢，选材料到缝制更加注重人性化设计，每道工序都对西服的重量进行严格把控，所以很轻，很少有西服能做得如此完美，这是

它的一个很大的优势，也是价值的体现，个人觉得它的消费年龄层比 jevoni来的广，相对年轻些的男士也能穿着。工艺是它的最突出优点。

3. kaltendin(卡尔丹顿)始创于19xx年，也是源自于意大利，多年来坚持经营具有意大利设计风格的高级成衣业务，倾力塑造都市男士尊贵典雅、俊朗洒脱的出众仪表。

卡尔丹顿风格尊贵典雅，感觉它的设计很经典时尚，面料珍贵不凡，缝制精湛，价位也是在几千到万元不等，适合成熟男人穿着，必定是成功男士的较好选择之一。

kaltendin卡尔丹顿优胜的地方在于精练的款式设计手法、珍贵的面料、舒适合体的裁剪与精细的缝制。

4. dikeni(迪柯尼)的设计不注重奢华的处部修饰，而细心雕刻内涵的精致;不追求哗众取宠的视觉，而运用理性，舒适的元素使服装与人相辅相成，创造出经典与流行、特色与运动的和谐之美;他不认同于夸张的表现，而坚持源于沉淀的真正优雅。他的设计风格简约却不失特色，细节中体现品味。

迪柯尼的风格优雅简洁，像绅士一般。可以说是是意大利高级男装成衣中的优雅使者。

迪柯尼的衣服真让我们充分认识到一句话，叫做“细节决定于成败”，迪柯尼通过简洁流畅的线条、独特的设计、系列性的搭配、精致的质感等元素表达最新的变化趋势。dikeni的服装做工十分考究，从整体到对每一个小细节都做得尽善尽美，精心挑选的面料，加以立体的裁剪，迎合高品位男士的要求。

迪柯尼感觉不仅适合成功男性，也适合年轻的男性，不乏年轻的款式。在典雅风格中创造大胆新锐，很有生命力的感觉。

5. lackboni(莱克保尼)的每款产品都精选前沿的服饰面料，采用立体剪裁的方式，注重穿着者的个人感受。产品创意上吸收了国际流行元素，加之中国传统服饰文化，练造出莱克保尼的独特品牌文化。

在这几款男装品牌中，lackboni是我最喜欢的，给我印象最深，尽管我们没有找到它的专卖店，但是尽管只有那两款展示的服装，也把我深深的震撼了。那是两款帅气的风衣，一款是特别的上领宽下领小、左胸是竖斜的拉链口袋、右胸是贴的一块，非常帅气。另一款是很薄的西服领，很精练。让我惊讶的是我从未见过构造如此复杂的里料做工，它从后往前有三层里料，还都包了边。可见款式与做工的精细。

6. lampo(蓝豹)在设计风格上，将精神上对质的要求与穿着上的舒适性结合。简单的线条，在面料上以舒适为主，款色既充满动感却不乏雅致。单件的西服，设计注重修身剪裁以及精酌细节的搭配，体现出着装者在忙里工作状态下的松驰与干练中的圆润，既秉承了传统，也强调了现代人的自我主张。

一进入它的店铺就看到许多板板正正，光鲜亮丽的西装，多为蓝色还有深浅不一的灰调搭配米色版型出众，做工考究，线条的简洁与流畅，在装饰细节上体现了时尚目悦，还用围巾装饰搭配，颇有办公室骨干的感觉。

它的“意式风范”与“亚洲审美”精妙融合，赋予都市男性崭新灵感，演绎多元个性风貌。

7. c31 rotc来自英国london，在设计上古典、简约又不失年轻化，朴素、自然的面料，采用现代感的轮廓廓形与创意的工艺手法，男装打破传统风格的英国男装模式，追求舒适、自由、奢华的风格，在选材上采用国际一线品牌同步的最新高档面料，在设计上注重实用性和功能性，体现低调、利落、简约和大气的品牌文化内涵。

c31 rotc男装的风格特点是科研与文化、品味与时尚、传统与后现代的冲撞，整体风格较以前更加舒适、松弛、放开、不拘束，体现品位优雅内敛，不拘一格，极富艺术才华和懂得享受的绅士气质。

它的男装主要表现的是成熟男性内心狂野和桀骜不驯的个性，打造现代都市生活中的另类优雅。

进入店铺感觉这家的衣服种类是最多的，风格偏年轻而且多元化，更加的时尚。它利用属于工业、科技、航空、建筑的元素来表现男装的细节，怀旧气息与强烈的现代感共存。价位偏高，最便宜的也要六千多元。

这次出行，首先最大的收获就是接触到了以前从未接触过的高档商务男装，其次就是了解了一些品牌的文化、服装的风格、特色，从款式、颜色、工艺以及细节等了解了一些高级男装，丰富了自己的专业。

我认识到中国男装在品牌的时尚魅力上，与国际同行的差距仍是不争的事实。 意大利男装是中国男装品牌的偶像，在把握男装的时尚流行理念，突出品牌文化品味细节上，为中国品牌留下了榜样。我想我们做男装要本着“提倡个性，享受生活”的品牌着衣理念，从款式、质量、细节等各个方面认认真真做好，改变沉闷的后现代都市症候中的男性形象，从而感动男装世界的流行，推动男装消费市场的进步，我们如果敢成为个性品牌时装的拓荒者，一定会拥有中国时装市场的半壁江山!

**最新市场经理述职报告(推荐)六**

一、实习目的

毕业实习是市场营销专业学生在完成课程之后进行的综合实习，是贯彻理论联系实际的教育原则，实现院校培养目标不可缺少的教学模块，其目的是让学生学习了解市场营销的实际操作模式，熟悉一般的业务手段和方法;了解市场现状，应用所学理论知识，提出改进建议;在真实的工作环境下，认识自我，磨砺意志，锻炼心态，考虑就业方向的选择，

市场营销实习心得体会。实习生应端正态度，克服实习过程中出现的困难和挫折，真正做到理论与实际相结合。同时，实习是学生从学校到社会的一个良好的过渡。

二、实习内容

根据学院教务处的要求，我们市场营销专业采取集中实习和分散实习两种形式，分散实习学生自己联系实习单位，集中实习学生的实习单位由系里联系，集中实习的单位有专业教师指导。我选择的是自主实习也就是自己联系工作单位。从事的是与自己专业相关的工作，销售和市场推广。

刚接触这份工作的时候，是充满信心的，只是后来慢慢地发现一次次被现实打败。顶着市场营销专业大学生的光环，一开始瞧不起身边一些学历低的人。但销售人员是靠业绩吃饭的，当他们的业绩一路飙升而自己仍在原地的时候，才真的是羞愧难当。大学生带来的不是荣誉而是一种耻辱，所以我从此不再说自己是混过大学的人。也知道了外界对大学生的一些看法，每天只是恋爱、游戏、用父母的钱挥霍着自己的青春。所以时下流传一句话：高学历有能力的是打工一簇，低学历的都当老板去了。虽然有点夸张，却有一定的道理。学历高的人由于知识太多思维被禁锢，有时连基本常识都不懂。缺乏冒险精神和创新意识。

销售人员的职责就是把自己的产品卖给别人，把别人的钱财收为己用。每次都要自觉主动的联系客户，拉拢关系，然后推销自己的产品。也就是主动出击，广泛撒网，重点培养。在实习过程中有几件事让我感触极深。

第一件事是有次陪客户去吃饭，虽然说是饭局其实就是酒局。一群人在一起喝酒吹牛然后生意不知不觉就谈成了。那次是有一个所谓的女强人在场，她有自己的公司，而她老公只是一个普通的打工仔。人家常说一个成功的男人背后有一个默默支持的女人，而一个成功的女人背后有一个窝囊的男人和一群追逐的色狼。话说这女人酒量那是海量啊，陪酒技术是一流的，我以为她的业务就是从酒桌来的。

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！