# 2024年市场部年度总结汇报(二十二篇)

来源：网络 作者：水墨画意 更新时间：2024-06-24

*总结是把一定阶段内的有关情况分析研究，做出有指导性的经验方法以及结论的书面材料，它可以使我们更有效率，不妨坐下来好好写写总结吧。总结怎么写才能发挥它最大的作用呢？以下我给大家整理了一些优质的总结范文，希望对大家能够有所帮助。市场部年度总结汇...*

总结是把一定阶段内的有关情况分析研究，做出有指导性的经验方法以及结论的书面材料，它可以使我们更有效率，不妨坐下来好好写写总结吧。总结怎么写才能发挥它最大的作用呢？以下我给大家整理了一些优质的总结范文，希望对大家能够有所帮助。

**市场部年度总结汇报篇一**

1、 业务方面:制定公司的月度经营计划，并落实当月经营完成情

况;编制整理月度市场信息报告，对公司的主要原材料及各种产品的市场信息进行分析，并提出相应的经营措施。

2、 市场信息的收集：主要通过网络、媒体、客户反馈和公司内部

各部门进行收集和定制网络资讯。同时与国内的知名资讯公司进行交流，以增加市场信息的来源。

3、 市场信息的作用：每月完成市场信息分析报告，由于信息的内

容涉及较为广泛，对公司原材料及产品的未来市场走势做出相应的预测，为公司降低采购成本和提高了公司产品利润起到一定的指导作用。同时也为公司领导调整经营策略起了一定作用，如对2、3号机的原料价格及产品的价格进行预判，并做好毛利的测算工作，以指导2、3号的品种及生产计划。

4、 存在的不足：市场调研力度不够，需加强。拓展更多的调研渠道，投入更多的精力于调研，以获得更多、更全面的市场信息。

**市场部年度总结汇报篇二**

××年上半年已经结束，我也已经来公司四个多月了，回顾这四个多月，我觉得有必要从以下几个方面做以总结：

一、上半年工作回顾：

(一)所作的工作

三月份：

1.制作了两篇分别针对新患者和老非会员的营销信函;

2.协助××经理创作;

4月份的援助和赠书广告文案;

3.学习糖尿病基础病理知识：主要学习书目有基地的《糖尿病康复指南》、《糖尿病300问》、中国古籍出版社的《糖尿病、高血压防治全书》等;

4.营销理论学习方面，研读了一些经典的营销书籍，如周景勤北京大学出版社的《营销策划》、迈克尔.r.所罗门《消费者行为学》等。

四月份：

1.八周年总结会中自己的工作主要有：

(1)撰写了5篇发言稿;

(2)部分撰写了总结会的大会纪要;

2.制作了第一版的非会员调研的调研问卷;

3.在××经理的指导下尝试创作4月份的广告文案;

4.研读了科特勒《市场营销学》一书;

5.协助××经理进行机构册子大纲的编制及初步组稿。

五月份：

1.协助××经理打造机构册子，主要工作有前期的文字内容的撰写、中期的文字梳理及后期校对工作;

2.协助××经理编制第一版的产品册子大纲，并进行相关文字稿的撰写、组稿工作;

3.按照×总的要求，在××经理的指导下，制作了第二版的非会员调研的调研问卷;

4.与××经理协商制定八周年专题碟片脚本大纲，并经行初步的文字组稿。

六月份：

1.按照×总的要求，在××经理的指导下编撰产品册子第二修改版的大纲，并与××经理分工完成册子文字稿的撰写、梳理及校对工作。

2.在与××经理探讨后，完成第二个版本的八周年专题碟片的脚本文字稿;

(二)工作绩效的自我评估

回顾总结这四个月所作的工作，可以用一句话来进行绩效方面的自我评估，那就是：付出了很大的智力劳动，但最终的成为可以用来量化的成果却少的可怜。而导致这一结果的原因是多方面的，这个我会在接下来的教训总结中加以反思。

二、工作总结

(一)值得分享的工作经验及心得

思想上

1、在不断的自我发现中，我更加的自信了，以前稍显内向的性格开始变得活跃起来，对生活，对未来充满了希望。在此，我要特别感谢6月份的那次拓展。

2、对于“林欲静而风不止，子欲孝而亲不待”的含义有了更加深刻的理解，深刻地认识到了父母的艰辛和亲情的温暖。如果说这半年来，我确实成长了的话，那么这一方面的转变应该算是一个很重要的方面。感谢公司的家人文化，感谢公司温暖和谐的工作氛围，正是因为有了这些，我才在这一方面有了更快的成长。

3、认识到了“不耻下问”、“三人行必有我师”的学习精神的重要性，我深深的懂得我只是一个才来社会的“毛头小子”，要学的东西太多太多，而公司的每一个人不论管理人员还是销售人员，都是我的前辈，都有我可以学习的地方。比如，从×总的身上我学到了很多做人、处世的道理，从×总的身上我看到了中国传统文化的博大精神，而他精彩演绎也使我有了一种狠补国学的冲动，×总的在经营和营销上的高瞻远瞩、运筹帷幄及其超强的信息分析和处理能力是我梦寐以求的智慧风采，×副总高超的演讲技巧和对团队强大的掌控力使我艳羡不已，×经理和×经理对于工作的务实和一丝不苟的精神是我要努力学习的，同时像××大姐、××、××等家人这种富有朝气，嬉笑人生的乐观生活态度也给我留下了深刻印象。

技能上：

1.文字功底有了进一步的提高，这是在公司领导如×总、××经理的鼓励和指导下，我勤加练习的一个结果。

2.以营销学的视角分析问题、解决问题的能力有所提高。这主要是公司培训和我的日常涉猎的一个结果。

3.工作上，人际沟通能力有所提高。

经验上：

1.将读书视为一种工作的常态。我认为在不影响正常工作的前提下，每天坚持读书是非常必要的。学习能力的强弱和学习上的自觉性直接决定着一个团队的生命力的强弱。而打造学习型团队，公司的培训当然必不可少，但给员工营造一个浓厚的学习氛围也同样不可或缺。

2.将交流作为工作的必须。四个多月的工作经历告诉我，没有进行前期充分的沟通，是导致工作效率低下的一个主要原因，所以为了提高工作效率充分的组织沟通是保障。

三、需要改正和改进的不足和教训

回顾这半年，在工作上我做过的事还是比较多的，但做成的却并不多，如调研问卷的制作(前后共有了5个版本)、营销信函的写作(两封信函每份共3个版本)、协助曹经理编著两本册子(版本应该不下5个)、光碟脚本的制作(还未出炉已经改过3次)，同样付出了艰辛的智力劳动但为什么最终没有出结果呢，当然除过一些不可避免的客观原因外，我认为我的原因主要有以下几个方面：

1、思维常常太过于活跃，而这种活跃往往是盲目的，导致很多时候把文案的写作想象成了可以天马行空的东西，缺少了营销方面的考虑，这是文案工作者很不成熟、不专业的表现，必须该之。

2、缺少务实精神，老是凭直觉做出判断，导致很多时候自己的东西带有强烈的个人色彩，而不被认可。在身经百战、阅历丰富的基础上，有时候直觉是有效的，但对于一个初入行的人来说，凭直觉行事绝对是一件危险的事，以后必须审慎从之。

3、缺少把工作做精致的耐心。这其实是责任心的一种修炼。在前半年的工作中，我不得不承认在一种很可怕的自满心理，当一篇文案得到××经理的赞扬甚或是通过后，我都会产生一种很不该有的自满心理，老是认为自己其实还是很优秀的。“满招损，谦受益”的警言，看来还得常驻于心。

四、下半年的计划

(一)思想上

在思想上我觉得，我仍在热情的接纳、勇敢的面对、果敢的决断等情绪心智上还表现的不尽令人满意，所以在下半年的工作中，我觉得应该从以下几个方面加以改进：

1.积极参加公司组织的娱乐活动，呈现多面的自己，给大家带来的快乐的同时更好的融入这个集体;

2.多于一线的家人进行交流，与他们建立友谊，以实现方便工作、丰富生活的目的;

3.培养自己勇于接受新挑战的胆气和勇气，以使自己更快的成长。

(二)工作上及技能上

1.通过报纸、网络、杂志、书籍等渠道，多了解一些竞品信息，及时跟踪掌握我国糖尿病保健品市场的新动向，为以后更深入的介入公司的市场营销工作打下基础;

2.读一些广告文案大家的作品，并在深入领会其精髓的基础上，进行一些模仿，以求为我所用;

3.涉猎一些经典国学典籍(如儒家经典)和中医药经典如《黄帝内经》，以拓展自己的知识储备、开阔自己的视野，使自己在以后的文案创作上能做到厚积薄发。

五、对公司及部门的建议

(一)对公司的建议：

1.减少一些不必要的仪式或程序性的设置、安排，以切实提高工作效率。如我在和一些销售人员的沟通中，发现他们经常抱怨公司的销售会议开的次数太多，导致他们每天都要把很多的时间用来“应付”这些大会小会，而没有时间来真正考虑他们的销售问题。当然，对于销售来说及时的总结是必要的，但会太多了未免会流于形式，反而会影响到工作效率;

2.个人觉得有必要对各部门、各位家人在公司的规章、制度、工作流程方面进行培训，使各个部门、岗位各司其责、各尽其力，减少不必要的纠纷，切实提高工作效率、融洽工作氛围。

(二)对本部门的建议

1.探索制定一些能够明确责任、提高效率的部门制度、章程或文件，以切实提高部门的整体工作效率;

2.探索一些方法，以争取使部门的整个工作氛围更加的轻松、活泼一些，因为这样的环境是创意工作者所必须的。

以上就是我这四个多月工作的一个回顾和总结，有成绩也有教训，而只有不断的反思才能使这些成绩和教训转化为有益的工作和人生经验。而在接下来的工作中，只有一如既往的坚持好的(如爱学习、爱思考、“不创新毋宁死”的精神等)，义无反顾的摒弃不好的(如不务实、少耐心、有点小自满等)，我才能在这么好的一个历练平台上更快的成长起来，才能使自己的人生更加的多姿多彩!

六、希望得到的工作待遇

1.环境上：有一个相对安静和自由的工作环境，使自己能够顺畅的思考，以保质保量完成工作。

2.薪资上：付出和回报成正比。

3.绩效评估上：不奢望自己的成果都能被认同，但希望自己的付出能被人理解。

4.团队：希望团队的每一位家人都能更快的成长，争取不要因一个人的问题而拖整个部门的后腿。

**市场部年度总结汇报篇三**

一年的尾声开始想念很多东西。想念毕业那刻与室友们相拥而别的瞬间;想念收获第一份正式工作时候的激动;想起收拾行李那刻的表情以及沿途关于未来的设想;一年的尾声也想要感谢很多人。感谢那些曾指导过我的领导和前辈们，是他们的无私和包容使我能快速融入这个集体;感谢中国市场部的每一个人，虽然没有太多的接触和表情，但是我己经把有关你们的记忆放在心中。

时间不经意间从指尖滑过。从进入兆吉鞋业有限公司到现在，己将近两个月的时间，而我也开始了一段新的工作学习历程。刚跨出社会的我，从来不关注时尚的我，连明星如果不是太抢眼都会被浊淆的我，在选择这里的同时，需要学习很多东西。关于时尚、关于美学、关于色彩、关于四季、关于设计等等。

两个月的时间不算长。短暂却印象深刻的军训，公司规章制度和企业文化的培训，来中国市场部第一天前辈们的循循善导，都好像是昨天才刚刚上演似的。两个月的时间，也足以让我们融入兆吉这个集体，并对它产生难以割舍的感情。它的历史、它的文化、它的核心价值以及它的规章制度等等。许多话语还在耳边萦绕。对质量的执着追求，“真”、“善”、“美”的核心价值观以及关于“杯奶头牛”的故事等。在这里的生活，少了几分奔波，多了份安逸，我们在宿舍、食堂和工作的地方穿梭，过着忙碌却也充实的工作。

两个月的时间，己经让我开始喜欢这里，工作也慢慢地步上轨道。从刚开始的全然陌生，到现在能通过模仿与整合或是自己偶然间蒙发的感动 给每一双鞋子做注脚。

刚到这里的时候，每天浏览过往一些时尚类杂志，并试着把那些美的词句记录下来，思考他们为每件衣服或是鞋子写文案的角度。总有些文字会让我感动，或是引发我体内的某种欲望。这时候会发现自己有诸多不足。不太出色的文字，对时尚圈子的全然陌生，跟生活在那个层次的消费者的距离以及和关于设计和美学的种种。

为了能尽快适应工作，我努力去查寻各种资料，网上的、杂志上的，或是在购买来的书上的。拖学广告学的朋友介绍了几本广告学的书，也借机会了解了李欣频、许瞬英这两位中国台湾文案作者。

这个月，开始尝试着写关于20xx汤普、b&b春夏流行趋势，以及主要鞋款的文案。这对我来说，是一个比较艰难的过程，而在这之前，我一直希望陈小姐能把我派去设计、开发组学习一些时日，了解鞋子的特性和以及材质的运用等。我反复看这些需要写的鞋子，并尽量把某些特征记下来，然后去一些时尚网站寻找一些类似鞋款的相关介绍，并翻开以往看时尚杂志所做的笔记，实在是没办法，会下楼去看每双鞋子，虽然还是不会给那个独特的地方取一个好听的名字，但是幸运的时候会碰到一些业务部的人，这让我收获不少。

不管结果如何，过程终究是享受的，但是多日的努力终于得到收获后，那种心境是无法用言语来表达的，就要这份工作所带给我的感动。在学到东西之余，也体验到工作带给我的乐趣。

1、公司对内、对外的一些文字内容的撰写。如:汤普30周年庆祝致会员的感谢信、公司对外新年贺卡和新年促销短信等等。

2、根据商场要求，提供统一的商场包装宣传文字，或是企业产品的文案撰写。如:20xx春夏汤普流行趋势、b&b春夏流行趋势、dm宣传册文案、春夏新款主要鞋款文案、金基百纳商场文案、女友资讯文案和婚鞋文案撰写等。

从进公司到现在，通过自己的点点滴滴的学习与积累，还有领导与前辈们的帮助，了解了各部门的作业流程，自己的工作也开始步上轨道。但是离公司要求的和我所追求的一个好的文案者还有一段很长的距离。当然，也有些不足的地方。比如:写的文案并不能打动我自己、存储知识过少，偶尔会觉得脑袋真空、不够细心以及与部门同事之间交流甚少等。20xx年是充满希望与挑战的一年，我会继续以一个学习者的姿态，去完成所交付我的每一项任务，并努力改正这些不足之处。

为了使以后工作更加高效、完美，我将努力做到以下几点:

1、端正态度，积极主动，努力学习，虚心请教并听取各方面意见;

2、继续用心去看每一份时尚杂志并做认真做好笔记;

3、收集与公司产品相关的讯息，争取对公司品牌进行全方位的了解。

4、以学习者的姿态，争取高效完成交付给我的各项作务。

5、加强对时尚、商场等与工作相关的知识的了解。

**市场部年度总结汇报篇四**

时光飞逝，不知不觉20\_\_年已经离我远去。在过去的一年中，由于受市场大环境的影响，各行业效益不景气，很多企业采取了减员增效的方式，而这一现象对于我市场拓展部来讲，面临有史以来压力最大的一年，身为部门负责人，感受颇多。

回首这一年的工作有付出，也有回报，在此我要感谢我的直属领导，在他不断的打压和对我工作上的指点，使我得到了成长。同时，我还要感谢各部门同事，谢谢你们的协助和配合，20\_\_年取得了一定的成绩。对于\_\_年的工作总结如下：

一、市场拓展工作

市场拓展部全年信息采集量达到\_\_家以上，其中包含李津津和李晓莹两人，拜访及回访量\_\_家，其中，有过多次沟通并进入到意向客户只有\_\_家企业，最终促成合作\_家。20\_\_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!

1、市场信息的搜集。收集信息主要通过网络，报纸，劳动局，各大型招聘会和出去走访来获取。针对以上渠道做以分析：

1)网络，每天固定对几大招聘网站进行浏览，目的是能够及时掌握各企业的招聘动态。这种工作方式起到了一定的效果，例如，\_\_寒假工的招聘，事实上并没有通知我们，但是我们可以及时发现。不好的一面也有，通过网上所查找的企业信息，在之后的开拓中有一部分是联系不上的。

2)报纸，每周固定对\_\_、\_\_招聘、\_\_等几版招聘报纸进行信息的录入，然后发给\_\_，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，\_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。

二、现场管理工作

目前主要负责公司车辆的调配，\_\_公司的请假，排休，法人章的保管，以及日常工作的安排和执行公司的各项规章制度。

由于平时外出做业务，在公司的时间不是很多，办公室的主要管理由部长负责，我来协助。作为一名基层管理者必须要坚持原则，落实各项规章制度，认真做到管理才能履行好自己应尽的岗位职责。当然在过去的管理中，自身还存在很多不足，例如：车辆的调配，\_经理提出公司所有人需给业务让路，另外，当初车就是市场部申请的，所以不允许市场部导致让车闲着。在以后的工作中时刻提醒自己，不能把私人感情带到工作中，无论是分内还是分外工作都一视同仁，努力提高自己对工作的执行力。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。

三、20\_\_年工作计划

1)薪资调查表，结合到每天的工作当中，重点需要了解薪资结构，然后分行业进行录入，到年底自然形成了。

2)国企信息，年前已对\_\_国企信息进行查找并制成名单，年后带车跑，具体计划需要根据企业地址进行划分。

3)带车走访，根据\_\_企业分布情况划分区域，按周制定计划。

4)季节性用工(包含假期工)，主要着手电子类和食品类企业。

20\_\_年市场拓展部终极目标：签单\_家企业。

具体计划还需要结合公司大的方向来制定，最后，希望总经理在20\_\_年能够经常来\_\_，我们的团队需要您!

**市场部年度总结汇报篇五**

尊敬的各位领导、同志们：

这一阶段，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、近两年的工作总结。

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zwz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zwz品牌，并展示zwz产品的优势、展示瓦轴的实力。

\_\_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、\_\_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\_\_年建厂\_\_周年的宣传工作做好充分准备。进一步巩固和提升zwz轴承市场的地位，以全面提高\_\_轴承的产品占有率和市场占有率。

四、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。

**市场部年度总结汇报篇六**

我于年进入市场部，并被任命市场部主管，和公司一起度过了一年的岁月，现在我将这期间的工作做个年终总结。

我市场部主要是以电话业务为主、网络为辅助开展工作。前期就是通过我们打出去的每一个电话，来寻找意向客户。为建立信任的关系，与每个客户进行交流、沟通。让其从心底感觉到我们无论何时都是在为他们服务，是以帮助他们为主，本着“我们能做到的就一定去做，我们能协调的尽量去做”的原则来开展工作。这样，在业务工作基本完成的情况下，不仅满足他们的需求，得到我们应得的利益。而且通过我们的产品，我们的服务赢得他们的信任。取得下次合作的机会。就像春节前后，我部门员工将工作衔接的非常好，丝毫不受外界因素的干扰，就能做到处在某个特殊阶段就能做好这一阶段的事情，不管是客户追踪还是服务，依然能够坚持用心、用品质去做。20\_\_年的工作及任务已经确定。所有的计划都已经落实，严格按照计划之内的事情去做这是必然的。相信即便是在以后的过程中遇到问题，我们也会选择用最快的速度和最好的方式来解决。

在懵懂中走过来。我自己也是深感压力重重，无所适从。但是我遇到了好的领导和一个属于我的团队。他们的帮助和包容是我个人现阶段成长的重要因素。也是我在参加工作的这段时间里对于做人和做事的理解中收获最多的一年。

过去的已经过去。每一年都是一个新的起点，一个新的开始。在今年的工作中，以“勤于业务，专于专业”为中心，我和我组成员要做到充分利用业余时间，无论是在专业知识方面，还是在营销策略方面，采取多样化形式，多找书籍，多看，多学。开拓视野，丰富知识。让大家把学到的理论与客户交流相结合，多用在实践上，用不同的方式方法，让每个人找到适合自己的工作方式，然后相辅相成，让团队的力量在业绩的体现中发挥最大作用。为团队的合作和发展补充新鲜的血液和能量。同时在必须要提高自己的能力、素质、业绩的过程中。以“带出优秀的团队”为己任，要站在前年、去年所取得的经验基础之上。创今年业绩的同时，让每个人的能力、素质都有提升，都要锻炼出自己独立、较强的业务工作能力。将来无论是做什么，都能做到让领导放心、满意。

走进这个竞争激烈的社会，我们每个人都要学会如何生存?不论做什么，都要拥有健康、乐观、积极向上的工作态度最主要。学做人，学做事。学会用自己的头脑去做事，学会用自己的智慧去解决问题。既然选择了这个职业，这份工作，那就要尽心尽力地做好。这也是对自己的一个责任。

通过这一年的工作，我感同身受。我看到了公司所发生的变化。也感觉到了公司必然要向前发展的一种决心。我相信：“公司的战略是清晰的，定位是准确的，决策是正确的”因此，在今后的工作中，我会带领市场一部全体员工随着公司的发展适时的调整自己，及时正确的找到自己的角色和位置。为公司在蓬勃发展的过程中尽我们个人的微薄之力。

回首过去，我们热情洋溢;展望未来，我们斗志昂扬。新的一年，新的祝福，新的期待：今天，市场一部因为在此工作而骄傲;明天，市场一部会让公司因为我们的工作而自豪。

**市场部年度总结汇报篇七**

20xx年对于整个公司的发展至关重要，对我个人而言，这一年充满着挑战，机遇与压力并存，在这一年里我学习了很多、成长了很多，不但使自己的业务水平走上一个新台阶，同时在应变能力和处事方法上也有很大进步，现就将我个人在20xx年中的收获和体会进行总结，敬请领导批评指正。

一、做好前期调查，做到有备无患

1、做好调研，充分了解市场情况。

通过在公司几年工作的积累，我认识到要想在一个地方拓展业务、设立公司，必须对当地市场有一个全面的了解。这样我在被公司调往调兵山公司工作后，我下了很大的功夫对当地燃气情况进行了细致的了解。通过调研，我发现目前东北地区燃气市场非常混乱，竞争也异常的激烈，不但有一些老牌大型燃气公司，也有一些集团公司新近转型到新能源行业队伍中，更是充斥着房地产、供暖和土建等小老板，可谓“全民皆燃气”，竞争的激烈程度是我始料未及的，我公司想要在这样的市场环境下“分一杯羹”绝非易事。

2、分析自身优势，找准工作切入点。

在对整个东北燃气市场进行详细的了解后，我又对本公司的优势进行了分析，首先，我公司属于民营企业，虽比不上中石油、中石化等大型国有企业实力雄厚，但是我们的决策机制相当完善，在对事情的决策上，不像大型国企那样需要很长一个过程;其次，我们公司虽说名气没有那些大型的国有企业那么响亮，但是我公司也属于正规的燃气企业，在外也有一定的知名度，不像当地这些房地产、土建和供暖公司老板那么业余，对于一些中小城市来说我们公司是一个不错的选择;第三，我们公司的业务面很广，项目的合作方式灵活多样，一些大型国企和当地企业不能完成的，我公司可以独立或分项承包，这样可以和那些个人、小老板找到不少合作机会。

二、开展工作，认真完成各项工作任务

1、工作中，我始终秉承着一种“想要了解市场，就必须深入市场”的思想，在20xx年调入市场一线工作岗位后，我通过实地调查和细致了解后，在领导和同事的帮助下，完成了实地调研项目18个，编写项目报告7篇、项目建议书15篇，不但让我对整个燃气市场有了更深的认识，而且也给公司今后的发展提供了第一手宝贵的资料。

2、市场开发工作离不开信息，及时准确的获取有价值的信息是市场开发工作的根本保证。我经常网上查询，查看网上信息，争取不遗漏任何一条有价值的信息，时刻掌握燃气市场的动态，为公司在投资决策上提供了一定的基础资料。

3、20xx年我全程参与了xx有限公司的收购工作，从初期的公司市场调查，到各种审计，最后到顺利接收，虽然是刚刚接触这些工作，但是我在其中也起到了一定作用，更重要的是这样的一次经历将对我今后的工作产生重要的影响。

4、在对现有工作的深入了解和调研后，我编写了xx有限公司、xx有限公司的相关体系文件，让我对母站、子站的具体运行规则、管理方式等增强了了解。

5、工作中，注重发挥自身优势，积极配合公司领导和相关部门完成相应工作。如参与康平项目时，我发挥了以前在办公室工作时的特长，编制招商合同并顺利与政府部门签订，确保公司项目顺利进行，并完成康平项目前期注册工作。

6、在xx项目中，我吸取以前的经验，“少说、多记、少问、多听”，注意收集对公司有利的信息，并及时汇总编写项目报告向股东汇报;在领导和同事的共同努力下，历经两个多月的调研、协商、可研、尽职调查、谈判，xx项目最终顺利签约。

三、加强学习，注重提升个人素质

一直以来我主要从事管理工作及行政、人事工作，在20xx年开始接触市场开发、区域经营工作。对于新从事的岗位，这一年我积极的从基础学习，了解公司运营模式，了解市场开发工作流程，摸索有效的工作模式，在公司领导的支持下在同事的帮助下，我取得了长足的进步。

我将实践工作做为了解市场开发和提高个人素质的学习机会，从实践中去学习理论知识，再将学到的理论知识，应用到实践中来。不断改进学习方法，讲求学习效果，“在工作中学习，在学习中工作”。

通过一年的工作实践，我现在不仅能有效的从事管理工作，更可进行市场的相关业务，同时我也有信心做好区域公司的经营管理工作，我正在努力将自己向多方面人才发展自己，将自己打造成适合公司未来平台的人才而努力。

四、工作收获分享

通过近几年的工作学习，通过业务实践，通过取得的工作成绩，我在20xx年有一定的工作收获，主要有六个方面。

(一)有效分析业务信息，对市场业务敏感

在刚刚到一线工作后，对相关业务信息十分敏感，总想尽快做出成绩，不辜负公司领导对自己的期望，一旦听到相关燃气信息，我就马上去做调查，总觉得这些项目都能够大有作为，可是连着跑了几趟才知道，大部分道听途说来的信息都不够准确，不但自己的信心受到打击，还浪费了公司的资源，这也让我更明白了业务工作的不容易。工作一段时间后，我学会了对收集到的信息进行合理的筛选，自己先通过网络进行信息整理，再与公司同事进行交流，把收集到的信息进行一次次的筛选，最后将那些合理的、可信的信息在进行汇总和上报，这样不但节省公司的资源，也让我在信息筛选过程中增长经验，为今后的工作打下坚实的基础。

(二)信息收集渠道灵活广泛，信息收集准确

在调研过程中，我注意为公司节省成本，在实地调查前，先了解清楚相关部门情况，应该到哪个部门了解什么情况，避免出现“重复跑路、跑重复路”的情况。不仅要到政府部门了解详细的地区规划及建设情况，还在打车过程中，多于当地出租车司机进行沟通，从侧面了解市场信息及当地民众对燃气行业的看法，同时，在当地与居民住户了解情况，与工业、餐饮业用户沟通，了解信息，保证了信息了解途径全面和信息准确。

(三)虚心学习，能听取不同意见

在工作中，我始终注意工作的积累，遇到不懂的事多听、多想、多问，少发表意见、多与领导同事学习，注意每个成功的项目中，哪些步骤是重点，哪些环节是关键，多听取别人的意见，使自己少走弯路，避免在其他同志身上发生的问题在自己身上再次发生，为自己今后的工作理清思路。

(四)注重发现不足，注重细节

因为从事行政、人事工作的缘故，使我有注重查找不足，关注细节的工作习惯。在每个项目中，我所负责的工作不尽一样，在每个项目完成后，我都会提前思考自己在工作中应注意那些问题，应关注的工作细节，并详细分析。工作后我会对项目过程中发生的问题，以及工作细节进行回顾与分析，争取在以后的工作中避免发生类似的错误。

(五)熟悉项目流程，能够串联团队通力合作

通过一年的工作，使我感受到想要成功完成一个项目的签约，并不像我当初想想的那么简单，其中涉及到项目分工要明确，流程要清晰，每个人在整个项目的过程中都扮演着不同的角色，只有大家通力合作，齐心协力才能够成功的完成一个项目。在我所完成的项目工作中，我不论扮演什么工作角色，都能够积极的去考虑其他团队成员所负责的工作任务是否能够与我有交集，我应当如何去配合他们的工作，因为如此的思考，我能够很好的去串联项目中其他成员的工作，达到配合默契的目的。这也是我们市场部所独有的工作方式及工作优势。

(六)能够揣摩谈判对象思维，提高谈判水平

在参与谈判项目前，我总能想清楚先与对方谈什么，怎么谈，如何把公司的损失降到最低，怎么把公司的利润化，虽然不一定领导会采取自己的意见，但是我也总能够给领导提供不同的思路，为顺利谈判保驾护航。

五、工作中的不足

通过工作，我也客观认识到自己在工作中的不足。

(一)过于关注细节，思维高度有待提高

因为自己多年从事管理工作，因此工作习惯于关注工作的细节，习惯做事情关注具体问题。通过20xx年的工作，我发现了自己的这个问题，这在做为具体工作执行者时必须具备的能力，而做为区域经营管理以及对市场项目宏观考虑时，我的思维高度不够，这在20xx年工作中收到了领导的指正。因此做为希望能够跟随公司共同发展的我，在未来，我将努力提高自己的格局，提高自我的思维高度，从一个全局者去看待项目，从一个主要管理者角度去管理区域公司，这是我未来需要改进的重点问题。

(二)能够在团队主动提出自己的想法

做为市场部新人，我在项目讨论中，我有学习和聆听的习惯，但是有时不能积极的发表自己对项目的思路与对问题的观点，这在我们这个提倡沟通积极分享的市场部中，还是存在不足的，主要问题来自于我认为自己是新人，怕发表的意见与观点过于肤浅所致，但通过公司组织的管理人员培训及下半年的市场部工作，我在不断的改变自己的这种行为习惯，从开始的沉默到后来的参与我希望我能够逐步成长为市场部最为积极的业务骨干。因此在未来的市场部工作中，我要更为主动的提出自己想法，加强团队协作与互助，把自己在团队中的优势更有效地发挥，达到市场部成员协作1+1+1=111的放大效应。

20xx年，对于我来说注定是个不平凡的一年，注定是变化的一年，注定是让我成长提高的一年!这一年我的工作性质发生的飞跃性转变，从后勤直接转战至市场，从办公室走到项目一线，使我达到了自我的蜕变与自我实现的目的，在这里就我工作的转变我再次感谢公司领导对我的信任与工作的委任，使我有了长足进步。

这一年也是我收获的一年，从一个初出茅庐的懵懂少年，逐渐成长为现如今公司的业务骨干，这巨大的收获，离不开公司领导的关心和身边同事的帮助。在新的一年里，我将继续努力，增强自身业务素质，以积极、主动、自信、充满激情的心态去工作。我愿意为了实现大地燃气的企业目标、企业远景而奋斗终身!

**市场部年度总结汇报篇八**

周初，在自己的博客上开办了\"教学进行时\"的栏目。这一栏目的开辟，旨在使我本人关注每一节的课堂教学，使每一节课都能在自己预想和设计下展开，同时对每一节课的实施进行课后反思，达到完善提高。

本周主要在课堂上关注了以下几方面问题：

1、学生听课情绪的管理

原来上课，大多数情况下没有让学生履行上下课礼仪，上课和下课的观念没有引起全体同学的注意。这样就会使学生在课堂上不能有效地把注意力聚集到课堂上来，没有精神上的准备，学生往往各行其是，注意发散。在上周的考试质量分析会上，有些老师介绍了他们的经验，其中就提到了上课时学生起立向老师问好时，观察学生的精神状态，发现精神状态不佳者，给学生适当的情绪调整。因此，把这条经验拿来，用在自己的课堂上，也觉十分有效。我发现，在上课时，通过让同学们起立叫\"老师好\"，真的可以发现学生不佳的情绪，进而通过老师适当的要求和鼓劲，会使课堂有一个良好的开端。

由此看来，在上下课上时，老师和学生之间行礼和互致问候是长期以来，我国师生之间上课的必要过程，之所以从历史上传承下来，肯定有它的实际意义。另外，对课堂进行适当的导语引入，对学生的听课起着精神引领和意志统一作用。

2、提高学生学习的自觉性

为了给同学们留下充足的作业时间，上课时老师总是尽量做到精讲精练，每节课一般能留出20分钟左右的时间，让同学们做课堂作业。但有些学生缺乏学习动力和时间观念，以至于到下课一个字没写，还有一些同学也是在应付老师、打发时间，作业有一搭无一搭。针对这种情况，我在课堂上强调了课堂时间和课下时间的关系。课堂上按要求做好每一分钟，课下可以尽情的享受室外的快乐时光。对几个不自觉的学生，课堂上我要做到眼到、心到、嘴到，给他们及时提醒，或者给他们定时定量的把任务布置得尽量具体。从实施效果看，学生在这方面有所改观。

3、自主学习

学生在做作业时总喜欢商量，自主学习的习惯没有建立起来，等考试的时候，学生就失去了其他同学的帮助，没有了支撑，就缺乏了主见，失去了判断能力，考试成绩可想而知。上周在这方面进行了关注和引导，取得了一些成效，但还很不理想。

4、合作学习

这学期一开始，班主任为了突出自主管理和小组合作，进行了座位和小组的重新编排。全班分了十二个小组，成绩好、差搭配，有利于小组竞争。这几天讲课，我也强调小组的管理和合作。在遇到问题之前，同桌和小组的同学先合作探讨，目的起到兵教兵作用。以后在这方面多动脑筋，建立小组竞争机制，使小组合作更加有效。

**市场部年度总结汇报篇九**

时光一晃而过，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、信息等等做阶段性宣传。透过以信息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，透过免费向商家带给我校宣传袋及宣传资料向消费者免费发放到达新的宣传阵势。

4、网站资料的更新和推广;(1)网站资料不断更新(确定每周进行网站资料的更新，并透过浏览其他网站借鉴别人的亮点来丰富我们的网站)(2)透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。(透过百度推广开始实施市场推广工作，并透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状况进行摸底调查。

6、协同工作;用心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。

加强其他部门个性是人事部、咨询部沟通仍需加强，使宣传活动更有的放矢，更能帮忙增长业绩，也是我们市场部需要改善的方面。

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年度就应跟进及加强的方面。

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、信息三方面。

(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最低价格。(“三严三实”专题教育总结汇报)

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潜力，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状况，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十分顺畅。

(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，必须程度上能够了解其在做什么?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。同时树立了他的职责心，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年度我市场将用心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善，汇同财务部一齐，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年市场部必须会加强汇报制度的落实。

五、对学校发展推荐

(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

虽然刚进入学校时光不长，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，造成必须漏洞，推荐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，推荐在不影响正常工作的状况下，结合部门、员工状况组织适当活动，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我，时时了解市场最新动态，与客户进行有效沟通，因此我推荐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，与各位同事一齐共同努力，勤奋的工作，刻苦的学习，努力提高市场部自身业务素质，为学校的发展做出最大的贡献。

**市场部年度总结汇报篇十**

时间一晃而过，弹指间，20--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

1、工作回顾

1)地推工作：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，提升我公司的知名度，增加市民认知度。

3)推广合作：本年度与周边商铺进行合作，通过免费向商家提供我公司的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。

5)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。

6)企业内部培训：企业文化、咨询流程、电话销售技巧几方面制作成ppt对员工进行培训。

2、工作分析：

1)20--年度工作分析：市场部较好的完成了大部分宣传工作、合作推广工作及协同工作，一年来持续在周边商铺、社区进行地推，在各大媒体、网络进行宣传。

2)20--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。20--年度的工作重点基本在品牌宣传和企业文化活动，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、咨询部的沟通，使宣传活动有的放矢，更能帮助增长业绩，也是我们市场部需要改进的方面。

**市场部年度总结汇报篇十一**

一、树立正确的领导管理心态，严格要求。

作为一名领导者，对每一个员工都应该做到公平、公正、客观。能够听取下属员工不同的意见，工作中的分歧不能掺杂个人感情。对下属员工的严格要求，在我看来，并不是对他们苛刻，而是在真正的帮助他们，逼迫他们进步，能适应社会残酷的竞争，我在给机修班开会时说过：每一个行业都逃不过市场经济发展的潜规则，高速发展期(目前混凝土行业就是这个阶段)，市场饱和期、优胜劣汰期。在不久的将来，混凝土行业就会进入市场饱和期和优胜劣汰期，那时就会有部分企业被市场淘汰，行业从业人员就会超过市场需求，岗位竞争会越来越激烈，如果没有过硬的工作作风和技术，就会被市场所淘汰。而我们都是男人，男人最基本的要求是应该有种家庭责任感，要有能力养活妻子，抚养孩子，照顾父母，这些能力需要我们有较强的社会竞争力，社会竞争力要靠我们积极的心态，努力工作，不断的学习，不断的进步，跟上社会发展的步伐。我们也更应该抓住现在行业的高速发展期这个机遇，通过不断的努力进步把自己提升到一个更高的层次，我不希望你们在我手下干了三年或者五年后还是一个机修，希望你们都能有独挡一面的能力，如果你们现在都不能严格要求自己，自己范围的事都做不好，怎么能进步，又会有哪一家企业、有哪一个老板会放心让你们去带一个团队。

二、营造良好的团队工作气氛。

在我的工作中，我积极主张这样一个理念：积极的人象太阳，照到哪里哪里亮;消极的人象月亮，初一十五不一样。在团队管理中，我会通过各种途径树立一个积极的榜样，让每个员工都有一把衡量自己的标尺，都有一个努力的方向。在这次的员工评级制度中，我极力主张过往不究，不追究员工以往的得失，减轻员工的心理压力，以免给员工造成破罐子破摔的心理，努力能帮助每一个员工进步。纪律上我积极主张“先专政后”，一个团队必须要有铁的纪律，一切行动听指挥，步调一致才能获得胜利。凡是违反纪律的一定要受到纪律处分，而且领导一定要考试，大网站收集坚守自己的原则，一旦有一次你没有遵守你自己的原则，那么你将变成一个没有原则的人。在你处理违纪的过程中，必然会有少数员工对于处理不满意，那么领导在这个时候应该马上进行疏导工作，这就是“法”和“情”的关系，法律不外乎人情，我们先讲法律在讲人情，这是领导的工作原则。领导在工作中，对员工在工作的得失、态度，该肯定的就肯定，并给予适当的表扬和奖励;该否定的就否定，并给予适当的批评和教育，在整个团队形成一种能够扶持正气、伸张正义、制止错误思想、阻止不道德现象的集体舆论。这种集体舆论不是领导的单向灌输，而是建立在整个团队占压倒多数的正确认识与言论基础上，具有同一性、扶正性和对全体员工都有感染力和道德上的约束力，在具体实施的过程中我的方法是借力用力，借助集体的力量。

三、领导工作细致化。

在工作中，我尽量做到将每一个员工，每一个岗位的工作都细致化，通过工作程序、岗位职责、工作表格等形式让每一个员工都知道自己每天上班该做些什么工作，工作中有哪些要求，让员工每天的工作有目的性和针对性，做到条理清晰分明。

以上是我工作以来的总结，谢谢。

**市场部年度总结汇报篇十二**

时光飞逝，岁月如梭，转眼间，又到了一年的终点。20xx年我们有过太多的辛酸经历，也收货了无尽的成绩和喜悦。在总行的正确领导与大力支持下，在分行的科学指导下，以及本支行的全力拼搏下，我们严格贯彻总行年度工作会议精神吗，确定目标任务和工作重点，认清形势，坚定信心，锐意进取，狠抓落实，各项工作稳步推进，主要业务健康发展，完成了年初的既定目标。

一、主要任务完成情况

截止11月份，(完成情况)

二、主要工作开展情况

(一)加强对有价值客户的重点分析，开拓营销策略

通过仔细梳理，按照贡献度对本行有价值的大客户进行排名，并定时深入了解各层次客户的个人爱好，采取“锁定高端客户，提供贵宾式服务;针对中端客户，提供特别服务;对低端客户，提供大众化便民服务”的营销策略。

(二)加大贷款营销力度，扩大贷款规模，不断优化信贷结构。

为增强长期发展潜力，我们从年初开始就非常重视加快贷款营销工作，积极争取扩大贷款规模，带动对公存款业务和结算业务。一是优良客户的贷款营销，针重点企业，加大授信额度，主动营销贷款。二是加大项目贷款的营销，三是加大了按揭贷款和个人消费贷款等低风险贷款的投放力度。通过扩大增量，把更多的贷款投向双优客户，从而带动存量的优化，实现贷款结构的有效调整。在贷款管理的基础工作中，支行以严格实施预警预报制度为核心，全面提高信贷资产管理水平。首先，严把贷款准入关，贷款发放坚持双优战略，对可贷可不贷的坚决不贷;其次，坚持贷款客户的分类管理，实行主动退出，逐步压缩一般客户，主动淘汰劣质客户。三是严格实施信贷管理的预警预报制度，使这项工作成为信贷管理最有力的工具和每个客户经理的日常工作，加大对此项工作的考核与奖惩。

(三)客户维护活动形式多样化

以答谢客户为目的，结合不同客户的特征，采取不同的维护方式。比如，在代发工资方面，通过与重点代发工资户开展联谊会、座谈会、回访等形式，一方面了解客户的实际需求，一方面向客户介绍我行的服务渠道和理财产品，对重点代发户每月至少访问一次，了解其对于我行的服务是否满意，对我行的金融产品或者服务是否有新的建议。

加强与客户之间的沟通与交流，积极巧妙地将各种有利的情报提供给客户，包括最新的行业信息和政府信息等，增强客户对本行的了解。邀请客户参加多种形式有意义的活动，借此把握营销机会。

(四)善于反思和总结，积累经验

总结在一定程度上是工作前进的助推器。对每一次的工作进展情况及其完成情况都要做好总结，积累经验，为以后的工作奠定良好的基础，也便于及时发现问题，弥补不足。只有不断的总结才能把有益的东西积累起来，融会贯通，形成一种强大的工作手段和营销体系。

这一年，我们市场部的工作取得了一定的成绩，但面对复杂多变的宏观经济形势和激烈竞争的金融形势，我们还存在许多不足，一是存款结构不合理，部分存款过于集中与大户，容易产生大起大落，纯负债客户资源比较匮乏。二是信贷投放较慢，手续过于复杂，制约了信贷规模的进一步扩张和效益的有利提升。这些都是我们今后要加以克服和解决的。

三、明年的工作目标和措施

在下一年里，我们还要继续认真贯彻落实总行年度精神，坚持发展第一要务，加强风险管控，不断提升自身水平，努力提高市场份额，确保完成各项业务发展目标。

(一) 多渠道、多手段吸收存款

加大存款营销力度。进一步提高工作的积极性和主动性，完善营销措施，扩大吸存渠道，不断跟踪了解同行水平， 提高具有市场竞争力的营销支持，充分利用现有各类支付结算平台，提高服务水平，加强与客户的沟通联络，减少客户转移存款的现象发生。

有针对地开展各类营销计划。结合本地市场情况，制定实施细则，努力争取吸取上市公司和拟上市公司的一般性存款和募集资金，争取城乡结合部集体经济资金和拆迁资金的归集。

(二) 提高信贷业务的收益水平

针对每个客户制定差别化营销方案，综合考量包括小企业业务、零售业业务的推动效力，综合分析收益来源，选择最有利的营销方向，重点拓展中小企业，生产型企业客户，与客户建立全面合作关系，努力成为主办银行，努力提好信贷业务的收益水平。

(三)加大创新力度

坚持品种创新和服务创新，多方位发展零售业务。一是开展规范化服务流程演练，提高服务水平，为储户提供标准化的服务;二是加大吸收理财资金力度，抓住理财资金主要靠努力的特点，针对周边的商户、村户和老客户，有效地吸收理财资金。三是加大宣传力度，通过多种形式宣传我行的业务，提高我行的社会知名度。

**市场部年度总结汇报篇十三**

一、营销体系信息网络的营建工作

有效地开发、维护和运转信息网络，对公司的超常规发展无疑是一项十分重要而又紧迫的工作。而这项工作的实施者——市场部是中心枢纽，起着联结公司决策层领导、商务部领导、现实的和潜在的业主、每一个驻外办事处人员以及信息网络成员的特殊作用。为此：

1、部门多次召开会议就如何完成公司的年度目标进行认真的讨论，充分挖掘每一个人对杭萧钢构工作的饱满热情和主观能动性，最大程度的发挥他们的聪明才智。并对部门内人员工作内容作了更加明确的分工。

2、努力提高信息管理工作的团队协作精神，明确公司整体协调一致的工作要求。杭萧钢构事业必须靠全体人员共同努力，高度服从指挥，整体协调一致，才能保持可持续的增长和健康的发展。所以，把教育本部门人员加强与办事处的沟通和协调，与其它部门人员的协作作为一项日常工作来抓，同时敦促办事处不但要做好业主的销售前的服务工作，还要增强为企业内部其它部门提供工作允许范围信息或工作便利的服务意识。

3、根据年初确定的目标，组织市场部相关人员督导和协助各办事处加强市场信息网络工作。对各办事处的具体工作实施信息网络的考核制度，制定考核方案，规定具体的量化标准。

4、组织实施营销系统内市场开发助理和销售工程师的培训工作，使他们在短期的十天左右个人综合素质得至显著的提高，为他们今后服务于杭萧钢构，奉献于杭萧钢构奠定了坚实的基矗

上半年发展信息网络成员212人。上报有价值信息共274条。

上半年策划正式培训2次，共65人次。其中马孝平、周红萍、陈勉志等人经培训后已前往各地办事处担任领导工作。

二、杭萧钢构品牌推广工作

品牌是企业的整体实力的综合反应，每一个成功的企业都有一个响亮的品牌。杭萧钢构的品牌效应在今年上半年的业务接洽起着十分关键的作用。这主要得益于公司高层决策领导始终如一的高度重视和多年来持之以恒的高投入的品牌推广工作。由于品牌影响力的不断增强，业主接受杭萧钢构产品的概率大提高，市场开发助理宣传自身企业和钢结构业绩的投入也会逐步减少。作为公司品牌推广的职能和主导部门，市场部充分利用各种行业协会、展览会及各种媒体进行了长期的、大量的、细致的、有效的品牌推广工作。并经过，为安徽杭萧钢结构有限公司在南京、合肥两个省会城市周密地组织和精心地策划了有中国建筑钢结构委员会主要领导和省建设厅领导参加的大型推广会，取得了预期的效果。事先策划好的股份公司在福建省会福州举办的品牌推广会因“非典”影响而推迟至下半年。

三、业主与合作单位客户接待工作

客户接待工作是一项纷繁复杂而又十分重要的工作。它既是众多现实和潜在的客户了解杭萧钢构的重要窗口，又是公司展示自己外在形象和综合实力的平台。对公司业务的接洽起至关重要的润滑剂作用，有时甚至直接决定着业务的成败。在布置客户接待工作中，首先是对该项工作从思想上十分重视，能以热情和真诚为原则来对待每一个客户。其次，以毫无怨言地奉献自己的休息时间和毫无保留地付出自己的辛勤努力为必要前提，并善始善终，一如既往，持之以恒。再次，能发扬单总提出的一元钱精神，力所能及地降低接待成本，杜绝接待中的一切浪费，并把节省成本当作自己工作的一个方向和目标。但这不是说无限度地减少接待费用，以牺牲接待效果为代价。在尽量节省开支和保证接待效果上，把握好一个度。一方面与相关的各大餐饮、宾馆、娱乐等企业签订了协议，获得了最大程度的优惠。另一方面我们对每一环节和步骤都加以推敲和权衡，厉行节约。使这项工作既能领导和商务部、办事处人员充分的肯定，又能得到客户良好的评价。

上半年接待客户99批次，共401人。

四、日常行政工作和内部管理工作

1、杭州的营销和技术系统的日常行政工作已形成市场部的工作职能之一。部门人员为此付出相当多的时间和精力。但经过努力后，不但使日常管理开支大大减少，而且使这项繁杂烦碎的工作做得更加井井有条和严谨周密，得到了绝大多数领导和员工的一致好评。

2、费用的管理：

市场部承担着营销系统乃至杭州总部各部门费用的审核、报销工作。我们能够严格按照公司制定的各项制度来控制各项费用开支。同时制定了营销系统办公用品的购买、申领制度。做好杭州总部的财务管理工作。

3、办事处人员的辞退和招聘：

年初为了完善办事处的管理，本部门会同商务部和投标办制定了办事处管理细则，每月进行考核。对不能胜任本职工作的人员进行淘汰，截止6月底，共清退人员12名。同时广纳人才，配合人力资源部和营销系统其他部门开展招聘工作。上半年共招聘26名各类人才充实到营销系统各部门、办事处任职。

4、建立健全营销系统和本部门管理制度：

为了使营销系统管理水平适应公司快速发展需要，上半年市场部建立和完善了多项工作制度、标准、作业指导书等。其中有《来客参观生产基地制度》(配有《来访客户参观生产基地线路图》)、《前台值班制度》、《信息网络管理细则及考核办法》对日常管理工作的正规化都来起到了显著作用。特别是iso9000管理体系第三层次文件的编制，包括《市场部工作职责》、《市场部人员工作职责》、《客户接待工作规定》。使营销系统和市场部的管理工作逐步趋向规范化、标准化、系统化和科学化。

**市场部年度总结汇报篇十四**

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、为营销策略调整带给相关推荐等。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(周报、月报)、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带给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，后经本人推荐领导认可改善并丰富了各种专业报告的表现形式及结构，丰富了资料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。和领导及同事一齐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善提高，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，也为领导及时带给了最新市场及竞品项目动态和决策参考资料。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带给了相关参考意见，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。目的在于透过各个项目的优劣势比较分析，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善工作中，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，同样取得了必须成绩。

虽然市场部市场研究工作已步入正轨，但尚处于起步阶段，需要改善及提升的地方很多。本人工作还缺乏必须的用心主动性，沟通略显不足，对市场敏感度有待改善。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，不断改善提高，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。

**市场部年度总结汇报篇十五**

每逢年底，“总结过去，规划未来”对国人来讲，已经成了比“春晚”还“春晚”，比“饺子”还“饺子”的保留项目。本文以工业品市场部为例给大家作一个简单的剖析~

工业品市场部要对年终总结予以足够的重视——这不仅仅仅是因为工业品市场部需要将工作业绩提交给公司检视和评价，更重要的是：这是工业品市场部回顾和检讨自己工作得失、用心与公司决策层沟通市场发展方向和策略的一次重大机会。

通常，市场部的工作总结要包括如下5大要点：

一、概述：上年度工作状况回顾

1、目标完成状况：比较年初设定目标和岗位职责描述，来说明部门工作完成状况。

2、取得最大成绩：提出工作亮点，在过去一年的工作中所取得的突破性项目进展。

3、面临最大挑战：提出工作难点，并说明目前的进展和需要哪些协调和帮忙。

二、详述：主要项目成果简报

全面回顾过去一年的工作项目，将取得的成果分门别类进行汇报，最好能够用数字说话、

用实例说话，避免空洞的文字性描述。

1、企划：主要从①市场营销计划、方案和策略;②产品线规划、产品整体完善、新产品上市策划;③市场调研、销售和渠道数据分析;④企业和产品资质的完善与升级等四个方面来进行总结。

2、设计：主要从vi系统完善的角度，对公司宣传册、样本册、产品包装、出厂文件、说明书、展品和礼品设计与制作、企业网站与内刊维护与运营、市场物料管理等做出量化的总结。

3、公关：主要侧重一年里所策划、组织、参加的公关和会务活动的总结，阐明这些公关活动对提升公司在业界品牌影响力所发挥的作用。

4、媒介：对工业品市场部来讲，主要可分为平面媒体和网络媒体两个方面来总结：

(1)平面媒体：总结合作期刊杂志概况及发布平面广告、组织专题采访和发表专题文章的状况。

(2)网络营销：提交公司主要关键词在主要搜索引擎的排行数据;报告网络营销系统的建设和维护状况;统计发布新闻通讯、公司和产品简介等信息的状况。

5、客户：主要从①客户关系管理系统的建设与维护;②销售人员培训与支持;③渠道系统建设与完善三个方面来进行总结。

6、其他。

三、评价：知得失，明方向

1、主要突破和可获得的经验：回顾上一个工作年度，无论从部门管理到具体业务的运作，都会有新的体验和收获，认真总结，慷慨分享。

2、主要不足和可改善的思路：工业品市场部的工作种类繁多、部门交叉合作频繁、费时费力，难免有不足。“知错能改，善莫大焉”——如能用心发现不足，寻求领导和同事帮忙，将能不断迈上新台阶。

四、展望：新年度工作思路和方向

1、部门目标：总结过去是认识自我现状的过程，我们对工业品市场部的认知就是远景蓝图，结合企业资源状况，做出发展规划，部门在下一年的目标就已经跃然纸上了。

2、业务提升与改善：紧盯远期发展规划，对下一年需要做出突破和取得重要进展的业务重点阐述，并提出解决思路和发展方案。

3、部门成长与员工培训：部门的成长离不开员工素质的不断提升，配合未来市场部工作开展需要，提出员工发展规划。

五、预算：主要市场活动与项目预算

市场部是“花钱”的部门几乎已是众所周知——花钱是表象，“为什么花钱?怎样花钱?”才是工业品市场部体现其专业性的关键。

**市场部年度总结汇报篇十六**

20xx年6月以来，在xx公司的正确领导下，作为营销业务四部一名销售团队经理，我立足自身岗位实际，带领全体销售人员，认真努力工作，积极服务客户，完成了工作任务，取得良好的成绩，获得上级领导和客户的满意。有关个人工作情况总结如下：

一、个人基本情况和工作履历

我叫，男，1992年6月2日出生，x年x月毕业于xx学院专业，大学本科文化。20xx年6月参加工作，先后在xx公司岗、渠道业务一部中介展业岗工作，后来担任营销业务二部和营销业务四部个代营销团队经理岗、销售团队经理。

二、认真学习，提高业务水平和工作技能

自参加人保财险工作以来，我意识到保险业不断发展和业务创新对保险员工提出了更高的要求，必须认真学习，提高自己的业务水平和工作技能，才能适应工作的需要。为此，我积极参加上级组织的相关业务培训，认真学习保险业务操作流程、相关制度、资本市场知识、保险产品知识以及如何与客户沟通交流的技巧等等，做到在与客户的沟通中，当客户问起保险产品和其他有关问题时，能够快速、正确地答复客户的提问，给客户提供建议和处理方法，用自己的专业知识构架起与客户沟通的桥梁，促进保险业务发展，为单位创造良好经济效益。

三、认真工作，努力服务好客户

我现在主要负责安徽省阜阳市开发区“长城、菲亚特、帝豪、全球鹰、奔腾、江淮和钰龙名车行”等6家4s店的保险业务。我带领全体销售人员认真工作，努力服务好客户，促进保险业务发展，提高单位经济效益。一是始终坚持以客户为中心，严格履行“公开承诺”、“首问负责”、“微笑服务”，增强服务意识，创新服务方式，改进服务作风，满足客户多元化需求，提高客户的满意度。二是彻底更新观念，自觉规范行为，认真落实支公司各项服务措施，苦练基本功，加快业务办理的速度，避免失误，把握质量，维护好客户关系。三是针对不同客户的特点，细致入微，努力做好服务工作，要赢得客户由衷的赞许，为支公司争取更多的忠诚客户，持续推进保险业务发展。

四、辛勤工作，创造良好经营业绩

我不怕困难，辛勤工作，为支公司创造良好经营业绩，其中20xx.06-20xx.06为xx万元，20xx.06到20xx.06为xx万元，20xx.07至今每个月实现业务收入x万元，以实际行动为支公司的发展作出了自己应有的努力和贡献。

在过去的几年中，我虽然完成了任务，取得良好成绩，但不能以此为满足。今后，我要更加努力学习，提高自己的领导能力和业务能力，创新工作方法与服务形式，争取创造优良业绩，促进支公司健康持续发展。

**市场部年度总结汇报篇十七**

1、转诊类市场人员

①、市场人员提前将要转诊的患者情况告知市场部主管，通知市场内勤以及医院导医人员，进行转诊断患者的初步信息统计。

②、病人来医院时候，由我院导医人员进行转诊患者的确认，并确认患者姓名、疾病、主治医生等情况，形成书面材料。

③、病人出院后，由市场部内勤配合医院财务人员进行该患者医疗费用的统计，并计算业务员个人提成等。

④、提成以及劳务费，按照医院统一规定发放。

2、活动类等市场人员的业绩确认过程，同上。

活动类提成按照医疗消费总费用的6%进行，由具体开展活动的联系人、执行人、以及健康讲师等按照一定比例分配。

六、院外协作人员的劳务费等具体支付办法

1、支付比例：按照医疗总费用的20%;

2、支付时间：原则上每月一次，月底支付;

3、支付方式：原则上以直接打到对方的银行卡上为主要方式;

4、支付时间、支付方式有特殊要求的，另商议执行。原则上，以及时的准确的送达给对方为基本要求，以维护医院的信用。

5、在医院举办优惠活动期间，如果转诊患者在医院享受了不同程度的医疗优惠服务后，那么相关劳务费、业务员提成比例则根据实际情况来定。

6、如发现市场部工作人员不及时、不准确的支付相关劳务费者，除追究相关责任以外，一律解聘。

7、这里所指的劳务费用是指针对于转诊业务的一些必须的费用支出。协作人员主要指大小诊所，药店的工作人员。

七、市场部工作规定

1、市场部人员根据自己的工作性质，自己书面计划安排自己的工作，一周至少一次，并交给市场部主管审批。

2、市场人员工作进展情况，至少一周书面汇报一次，并交给市场部主管审查。

3、无书面工作计划、无书面工作汇报者，按照当周旷工处理。

4、转诊类工作人员、活动类工作人员，原则上以在外面开展相关工作为主，每天早上九点后即可离开医院按照计划开展自己的相关工作。不得无故在办公室逗留。必要的工作交流除外。

5、市场开发人员应注意自身的形象，工作时间不得影响、干扰其他科室人员的正常工作。低调做人，认真做事。

6、针对业绩突出的市场人员，可以给予特别的自由工作时间。除此外，任何人不能享受特殊待遇。

7、业绩考核是市场人员最主要的考核。想尽一切办法提高个人业绩，提高市场部的业绩。没有业绩的人，业绩不好的人，一律按照不能胜任市场工作对待、处理。

8、市场人员应不断的加强自身的学习，不断的提高自己的业务能力。要清楚的认识到，业务能力的提高，除了理论水平的学习外，更多的是在实践中进行锻炼、进步。不说空话，大话，要培养自己良好的个人形象。

9、适当的时候，市场部内部可以开展多种方式的业务交流，业务培训等活动。

10、市场部所有工作人员有接受市场部主管工作安排、工作检查等责任。

**市场部年度总结汇报篇十八**

一 、本年度

20xx年即将过去，在这段时间中通过一年的工作，发现有很多不足，也有了一点点收获，临近，有必要对自己的工作做一下总结。目的在于吸取教训，提高自己，以至于在来年里把工作做的更好，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。

从今年的工作及销售额来看，没有实现自己理想的目标，上半年从百度排名的情况来看，有两点比较明显，一是原有的信息因为修改电话号码导致排名前三页的信息几乎全部掉下来!没有曝光率所以没有寻盘，另外是对信息发布这块，凭借着自己以前对b2b及b2c的摸索，效果不理想!很多信息根据大家的常规思维发布，并没有得到收录，更谈不上排名，这是没有客源是最主要的原因。10月份通过b2b的总结及摸索对信息的发布有所改善，从百度排名的关键词逐渐上升，以保证寻盘!

在没有本行业的销售基础上仅凭对销售工作的热情和坚持，缺乏行业销售经验和行业知识。还没有完全融入到这个行业中来，对产品没有深入的了解!在说服客户这一块还是相当的不完善，没有占到主动，对同行业之间的信息和市场经验的积累没有一个大概的认识和了解。要达到可以清晰、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，良好的与客户沟通取得了客户的信任。同时摸索市场，遇到销售和产品方面的难点和问题，要经常请教张总等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，对一些优质客户逐渐积累，掌握市场一个大概的认识和了解。从而取得进步。在不断的学习产品知识和积累经验的同时，从而提高自己的业务水平，针对市场的一些变化和同行业之间的竞争，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。

二、20xx年存在的缺点：

从销售业绩上看，我们的客户工作没有做好，可以说是销售做的十分的失败。20xx年只完成了200多万，对产品价格及优势把握的很混乱，拿捏不准，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：

1.对于信息发布了解的还不够深入，主要表现在销售工作最基本的客户访问量太少。

2.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，沟通不够深入，过分的依赖工程部。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产品设计上的缺陷不能做到专业的角度分析问题，造成很多工作的浪费。时间过了很久才提出来全面更正。

三、主动分析市场获取信息：

如今市场鱼龙混杂，靠单价赢利模式已经很明显行不通，转变成了批量优势了，价格和渠道都透明化，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，功能上属于中等。在信息时代市场透明的形式下，我们要把握先机做抓住市场最新动态，主动找到客户先人一步的提供服务，争取更多的市场主动权，让更多客户了解、认可我们。价格上我们是属于偏高的价位。在拓展西北区域上因为地域问题，产品的知名度与价格都没有什么优势，经济相对工业城市压力很大的情况下推广市场，希望通过价格相应的调整来支持新市场的开发，我相信我们的业绩做的会比原来更好。

四、20xx年：

在明年的工作规划中争取把自己的业绩提升到500万，以下几项工作作为主要的工作来做：

一是解决信息发布问题!根据13年对信息发布的总结与学习，找到百度排名的技巧，提高信息发布的质量，20xx年做到每个产品系列排名前3页的曝光词达到50以上，换取更多的寻盘，解决客源的问题!

二是在改善信息发布的基础上再补上产品知识，在说服客户这一块占到主动，对同行业之间的信息和市场有一个大概的认识和了解。达到可以清晰、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，良好的与客户沟通取得了客户的信任。

三是主动出击获取市场信息，把工作由被动变得主动，掌握市场最新动态，快人一步的建立好客情，在客户有需求的时候及时提供相应的服务，得到客户长期的信任。

**市场部年度总结汇报篇十九**

这一阶段，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。

近两年的工作总结

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zwz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zwz品牌，并展示zwz产品的优势、展示瓦轴的实力。

\_\_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。

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。

11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15年建厂70周年的宣传工作做好充分准备。进一步巩固和提升zwz轴承市场的地位，以全面提高zwz轴承的产品占有率和市场占有率。

总结

回顾这段时间间，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。

**市场部年度总结汇报篇二十**

进入证券已有两个多月了，这段时间自身在各个方面都有所提高，主要体现在：

1、对证券行业有了初步了解

进入公司以来，从熟悉这个行业到通过资格考试，对证券这个行业有了初步的了解，而驻点银行，通过渠道营销，对证券业务又有了较深的理解，工作中能解决各种基本问题。

2、业务开拓能力的提高

在业务营销过程中，与客户的交谈和遇到的不同问题，提高了自己的沟通能力和应变能力;而对客户不定期的回访，为其提供全方位、多角度的服务，使安信服务真正的深入人心。

3、工作的责任心和事业心加强了

对自己经手的每一笔业务，都认真对待，尽量避免给客户和公司带来不必要的麻烦，办事效率力求最快、最好。

在业务营销中，同样也发现了一些问题和自己的不足：

1、证券知识还须加深了解，需不断学习。

2、在与客户关系维护中，沟通方式还要逐步加强。

3、专业分析能力及营销能力还须进一步增强。

进入营销这个行业，业绩是衡量一个人的价值所在，前两个月的业绩表现不佳，我重新整理了思路，在余下仅有的两个月里，我要这样做：

1、发传单

进入安信证券我经常发传单，虽然发了很多，效果不是很好，但觉得还是可行，大量的传单会提高公司的知名度，下一步还想适量发些，坚持终会有效果的。

2、有效利用银行资源

在银行驻点已有近两个月了，业绩十分不理想。招商银行很好的服务有口皆碑，许多客户慕名而来，如能利用好这一资源紧紧抓住几个潜在客户效果是很好的，但招商银行和招商证券很好的合作关系和相互间有回扣的合作方式使我一直在寻找突破点，虽然很有压力，但目前与他们处好关系也是唯一的办法。驻点客户经理的素质直接影响着公司的形象，所以我一直在努力的去做。

3、充分利用关系网络

拉动朋友或朋友介绍也是一种很有效的办法。通过朋友介绍朋友，让想炒股的客户选择我们安信来开户，另外，对于已在其它券商开通三方存管业务的客户，向客户介绍我公司的服务理念及竞争优势，努力将客户争取过来。

现在市场波动很大，观望的人占多数，同行间竞争也万分激烈，为此，我必须要不断的学习，丰富自己的专业知识，为客户提供全方位的服务，要想尽一切办法，尽自己最大努力来做。

**市场部年度总结汇报篇二十一**

一、目前市场部现状分析

我认为，市场部工作应该是分析市场、研究市场、总结市场规律，具体进行市场开发工作。对市场工作则主要进行工作业绩的考核。医院市场部在某种程度上等同于企业的销售部。而作为营销人员应该具备什么样的基本素质呢?形象要端正，市场意思强，沟通能力、应变能力强，能够吃苦，有比较好的团队合作精神等。而从事医疗营销的市场人员，个人基本要求更高。

医院市场部目前做了哪些工作呢?发传单、挂户外牌、以及进行车套广告的维护等。挂多少牌?做多少车套广告?以及内容如何组织，设计等?更大程度上应该是策划人员的宣传工作。而执行这些工作，更多的是要求体力活(很多单位是将类似工作直接交给广告公司来完成的)。本院的具体挂户外牌等工作，交给几个身手敏捷的人，应该可以搞定。

市场部是否能够正常运转?能开展有效的市场开发工作?决定于医院制定的市场思路、市场开发人员基本的素质高低和市场部管理水平等。如果说策划工作要求的是有创意，求新，侧重于文字表达能力、平面设计能力等方面，是点对面的宣传工作;那么市场工作则基本上是根据市场开发工作的需要，侧重于公关能力、沟通能力等方面，是进行点对点的宣传工作;工作本身更多的要

求市场人员较高的个人素质，以及较好的工作主动性、自觉性等方面。如果市场人员总是等着别人来安排其工作，同时其又不能很好的与人沟通，那么这样的市场人员原本就不合格。

一般单位用人，是因为“岗位”而选择“人”、用“人”;而我们现在的市场部工作是因“人”而设置“岗位”。如此，市场部工作怎么开展?市场部的业绩考核如何进行?

二、本院市场部的工作职能描述

1、调查市场、分析市场、总结市场规律，制定市场开发工作方向。

①、通过适当方式深入市场调查，分析、总结市场规律;

②、及时收集本医院病人信息，进行客观统计分析，找准市场方向。

上述工作，一是为了更好的明确市场工作方向，二是检验市场工作的业绩。当然，对医院策划部来说，也有必要进行市场分析工作。

2、适当的时候，进行医院全员营销培训，逐步提高医院整体营销水平。

医疗服务营销，不同于有形产品的营销。产品营销，可能是与生产者关系不大的工作;而医疗服务过程是病人来医院后的具体医疗行为，涉及到医疗服务的各环节，联系到提供医疗服务的所有医务人员。如何让病人来医院接受比较满意的医疗服务，自然就涉及到相关医务人

员的营销观念，以及具体的营销行为。

提高我医院医务人员的营销意思、营销水平，进行医院内部的营销培训工作、营销工作，有时候更重要。

3、客服工作。

规范医疗服务，根据医院实际情况进行一定程度的客服工作，提高医院现有客户的满意度，忠诚度，促进医院的良好口碑，从而促进医院的经济效益。客户服务工作也是销售工作配套的惯例。

这同时也是全体医务人员共同的工作。

三、明确工作职能，有计划的有效率的进行市场开发工作

1、通过举办系列活动进行市场开发

①、策划、组织、举办各种活动：如大学生青春期健康讲座活动(女大学生人流总是比较多)，针对农村市场的大型免费体检活动，以及其他各种公益活动等;

策划、组织、举办各种公益活动，对市场人员要求的素质更多。工作本身涉及到市场人员对相关政府职能部的公关能力，以及有效举行活动的执行能力，活

动效果的分析、统计能力。

年后计划在湛江各高校，以及各级各类职业技术学院，有计划、有目的开展青春期健康讲座活动。为此，市场部还需要配备一名健康讲座人员。活动能成功

进行，既是医院形象、医院品牌的进一步推广，也可以直接促进医院经济效益。

年后计划针对湛江农村市场，做进一步的市

场开发活动。主要以乡镇、甚至有代表性的村为单位，组织一定规模的免费体检活动，或者专题讲座活动，进而

发现病人，从而直接带来医院的经济效益。

适时组织、安排周边社区相关工作。

②、活动类人员要求：大专以上文化程度，医学类、市场营销类相关专业毕业，25岁以上，性别不限，沟通能力强，工作态度端正，团队意思强，从事市场开

发工作一年以上，有医药、医疗器械，医疗市场开发工作经验优先。

待遇：底薪1000+提成

工作计划：市场部安排2人专门负责此项工作的实施。

工作考核：按照计划开展活动的次数，以及开展活动的效果。

2、转诊类业务工作

①、工作性质

一方面是针对大的医疗机构的转诊业务，主要是大的医疗机构的收费高而病人相对承受不起的病人。这一块操作的可能性不大，因为我医院的收费也不低。

另一方面主要是针对小的诊所，门诊机构，大小药店等进行转诊业务工作。我院以前的转诊活动不大成功，我们更多的应该从自身找原因。什么样的人合适做转诊市场的开发?转诊患者的接待程序以及个性化的服务要求等等?以及我们对转诊医务人员的劳务报酬及时合理支付等问题。如果把转诊开发行为仅仅当成是下个通知给对方，以为通知到了就行了，其效

果就自然不理想。至少，开展转诊业务工作要强调两点：市场人员良好的沟通能力，以及对转诊病人提供个性化的服务能力。为了取得客户的信任，有些客户还要有计划的多次拜访。

**市场部年度总结汇报篇二十二**

本人20\_\_年工作总结如下：

一、业务发展方面

制定业务收入计划和发展计划并采取措施指导、督促各县区完成。今年上半年，市场部根据公司领导要求，在省公司下达的全年收入计划基础上，制定了全市收入计划，并分解到各县区。根据县区市场发展潜力不一样，分解了各项业务发展量计划。为确保业务收入和发展量计划顺利完成，市场部根据形象进度把每项计划分解到季度、月，每月统计完成情景，与县公司一齐讨论完成较好的经验以及未完成计划的原因，发现问题和困难，与县公司共同解决。

市场部还采取各种措施，向县区公司推广新业务、新产品。1月份以会代训，召集各县区营销、营业骨干针对产品资费进行培训及讨论，并归纳出现存问题，从而找出适合本地的资费套餐。3月份根据市场竞争情景向省公司申请了包月资费套餐，在全市组织推广。5月份组织各县区管理人员、主管人员、维护人员，参加省公司培训，学习业务理论、营销策划，对业务推广有很好的指导意义。

二、基础管理方面

落实了营业账款稽核、退费和拆机明细核查、虚假用户拆机、清理长期欠费、客户资料整理、资源整理、装维材料和终端管理等一系列基础管理工作，有效的避免了业务收入和成本的流失。

三、绩效考核方面

改善绩效考核计算方法，从多方面入手促进保存量、激增量，提高业务收入。自省公司绩效考核办法草稿下发，市场部开始与上级市场部沟通如何进行续费率和流失率两项考核指标的计算。在多次探讨未果的情景下，市场部根据公司领导要求和本公司实际情景，制定了考核用户拆机、双停、单停、零费用用户续费等一系列考核方法。引导县区公司对上述用户高度重视，经过每一天逐户核查，基本上堵住了客户流失的漏洞，对长期零费用用户的激活也起到了很好的效果。既节省了资源，又提高了收入，另一方面节省了业务发展费用。

四、存在的问题和困难

1、由于集中精力理顺基础资料管理，在营销策划、业务宣传、市场调研、人员培训等方面比较薄弱，造成对县区公司业务发展支持不够。

2、由于省公司系统准备升级，我公司很多报表需求无法满足，计算绩效考核指标、分析经营数据给市公司和县区支撑部门带来很大工作量。

本文档由站牛网zhann.net收集整理，更多优质范文文档请移步zhann.net站内查找