# 最新市场部经理年度工作计划 市场部工作计划表(5篇)

来源：网络 作者：琴心剑胆 更新时间：2024-08-27

*光阴的迅速，一眨眼就过去了，成绩已属于过去，新一轮的工作即将来临，写好计划才不会让我们努力的时候迷失方向哦。我们该怎么拟定计划呢？下面我帮大家找寻并整理了一些优秀的计划书范文，我们一起来了解一下吧。市场部经理年度工作计划 市场部工作计划表篇...*

光阴的迅速，一眨眼就过去了，成绩已属于过去，新一轮的工作即将来临，写好计划才不会让我们努力的时候迷失方向哦。我们该怎么拟定计划呢？下面我帮大家找寻并整理了一些优秀的计划书范文，我们一起来了解一下吧。

**市场部经理年度工作计划 市场部工作计划表篇一**

竞争激烈

自佳利建材城竣工以来，市场部忙于前期的招商，后期的市场宣传，取得实质性的成果，并建立了较为完善的市场招商程序，为我市场部开拓市场打下了坚实的基础。但由于本市场乃新型市场，存在诸多问题，使的佳利建材城在市场竞争地位中变得被动。

就佳利建材城现状，已初步具备了一定市场竞争优势，为了能够讯速有效的扩大我们市场份额，并获得长久的发展，我们将以公司的发展战略为核心，从市场的品牌形象、产品定位、市场推广，市场网络建设、等四个方面系统规划品牌推广策略。

1、品牌形象

为打造“佳利建材城大理第一市场”的品牌形象为目的，不同类型利用广告资源的包装策略。

2、产品定位

根据目前大理地区市场现状，随着产品的更新换代、新系列产品的推出和地区市场的情况变化，为提高与同类市场的竞争优势，扩大市场份额，在保证市场利润的同时，建议逐步调整商议市场产品批发系统，采用中、低价格策略，增强市场竞争力

3、市场推广

a.积极利用公司现有的所有资源。（地产客户及广告公司资源）b.在报刊、杂志或电视媒体上刊登广告和文章，扩大市场知名度，在市场宣传过成中制作广告衫和pop张贴广告广泛张贴宣传本市场，扩大市场品牌影响。

c.及时反映消费者的要求，反馈市场信息，更新市场产品信息，做到质量过关。 d.利用多种形式与本市场大型品牌商户开展促销活动，促进市场良性运作。

e.在一些周边及县份做一些墙体广告。

f.定期举办不同程度的主题活动，提高市场的销售量，形式可多种多样。

4、网络建设

销售渠道是企业的无形资产，国外的市场运作、网络的初步形成，网络建设仍将作为公司未来发展的重点工作，努力加强县份网络的建设，积极发展新市场源，使市场销售网络更稳定。进一步开发周边州市及县份市场，扩大市场范围。

1、明确工作内容

首先就必须真正赋予市场部战略规划、策略制定、市场调研、市场管理等基本的岗位职能，以市场商户及消费者需求为中心，根据不同的市场环境，对市场运作进行策划及指导。

2、通过全面的调查分析，发现市场机会点，并针对性地拿出市场提升对应方案；

3、搜集竞争市场产品和活动信息，捕获市场消费需求，结合行业发展趋势，提出新产品的对接思路；

4、指导市场做好终端标准化建设，推动市场健康稳定发展；

5、针对性地制定并组织实施促销活动方案，对市场促销、费用及政策使用情况进行核查与落实，发现情况及时予以上报处理。

6、在市场实践中搜集整理亮点案例，重点总结出方法和经验

1、严格实施“一切按文件管理，一切按程序操作，一切用数据说话，一次就把工作做好”战略，使市场部逐步成为执行型的团队。

2、市场折扣，价格、阶段性与商户商议统一协调。

3、进一步严格按照公司所规定的各项要求，开展本部门的各项工作管理，努力提高管理水平。

4、充分发挥本部门人员的工作积极性和主动能动性，强调其工作中的过程控制和最终效果。提高他们的工作责任性和工作质量。

5、一切从公司大局出发，强调市场体系一盘棋。积极做好协调公司系统各部门之间的联系与协调工作，从而提高市场销售系统整体战斗力，做好最优质的服务工作。

6、 配合集团公司的日常行政管理。做好后勤保障工作和日常服务性工作。创造更加良好的企业文化氛围和工作环境。

户外广告；

a;公司广告部；

位置；滇源路客运东站前30米处；总216平方，每平方以50元，共10800元 b;户外墙体广告；大约1-2万元。

c;县份客运站广告；11县份大约7-8万元。

dm类广告；

a;大理日报，2期；每期14000元共28000元

b;亚太广告；15期，每期4000元共60000元

c；邮政dm；2期，5000份每期2800元共5600元

广告类费用支出总和；194400元

a;开业典礼费用约2万-3万元

b；活动和礼品费用约8-10万元

费用支出总130000元，

广告类及活动类费用预算约350000元整！

六；市场部问题；

a;市场部及物业部门的交接，（经市场部开会讨论决定，物业管理部门由市场部统一管理调配。）

b；人员不足；（需逐步增加文员1名，物业管理员2名，水电工2名，保安员5名，保洁员2名）

c；办公用品的采购（办公桌2套，电脑2台保安监控室1台物业部一台）

每个公司的市场部发挥的功能都不一样。特别是现在刚成立如何能高起点、高效率需要集团公司资源、人力，财力各方面支持。 市场部由经理负责制，主要对方案提出看法和改进建议，对于需进一步修改完善的方案调配，统筹！而公司的态度和做法，决定了市场部实现共融和共荣。

因此我将会努力做到以下几点：

a、将负责市场调查、信息统计、市场分析工作。

b、市场推广策划、促销策划、广告语提炼和资料汇编。

c、宣传方案制定、广告宣传活动现场执行。

总结；冰冻三尺非一日之所寒，我们一定要在遵循客观事物发展规律的前提下做事情！只有这样才能保证市场的健康发展，也只有这样才能实现市场部的可持续性发展！

立足现在，必须把握重点工作，抓紧主要矛盾！明确工作思路！必须保证方向正确，必须在战略正确的前提下，灵活的掌握战术，加大执行力。

那么在此基础上，展望未来，我们充满信心，明年，市场部将迎来一个生机盎然的春天！

**市场部经理年度工作计划 市场部工作计划表篇二**

20xx年即将过去，取得了一点收获，临近年终，对市场部的工作做一下总结。目的在于吸取教训，提高业绩，我们有信心也有决心把××年的市场开发工作做的更好。

三原色市场部成立于20xx年12月初。由于公司除店面运营以外其他营销方式并没有形成可以参考的规章制度、营销策略、市场拓展方式和产品价格培训系统，市场部成立之初（第一周）主要以建立健全部门机制，熟悉公司产品价格体系为主。

团队建设方面；制定了详细的全国营销中心计划、销售人员绩效考核标准、销售薪资制度、年度工作计划、团队文化等，由于公司销售人员招聘在12月不是很理想，市场部销售团队组建遇到了很大的问题。目前市场部建制，经理1名，客户经理1名，网络推广1名，只完成了市场部团队建设计划的百分之二十。

市场拓展方面；市场部12月对鑫乐汇商区、雷捷家居广场、102国道、纳丹堡商区、步行街商区进行了逐户的陌生拜访。客户拜访数量500余次，其中有需求的客户50个。签约客户10个。其中102国道二次业务开发2个（片片鱼合同总额810元、东门饭店合同额140元），剩余8家为市场部业务开拓。12月市场部业绩总额20109元，刘春雨16020元，门宇坤4089元。

销售业绩方面并不理想。虽然存在102国道改造信息统计、客户确认、效果图设计、招标办协调和天气等一些客观因素，但是市场部主要问题有以下几点：

1产品知识和价格系统熟悉程度不够，××年度必须加强。

改进措施如下：部门内训对产品系统逐一进行分析并进行案例对正，同时定期申请总经办进行详细的产品及价格培训。

2客户经理工作强度不够，缺乏思考能力和目标及时间管理能力。

改进措施如下：××年元月开始市场部将不折不扣的执行既定安度市场营销计划，增加工作强度，要求市场部每一个员将业绩目标分解到每一天，每日工作计划表体现当日业绩目标，意向客户数量目标，需求客户数量目标和客户拜访数量目标，严格按照每日工作计划进行市场推进，当天未完成目标计划次日加倍，连续一周未完成目标计划的赞助50元成长基金。

3个人气质和素质有待提高。

改进措施如下：增加商务礼仪、沟通技巧的部门内训，并在培训后进行一对一的演练。由于冬季天气比较冷，无法统一着正装。在气温适宜的时候市场部全员要求穿皮鞋、西裤。（建议统一着装、佩戴工牌）。

在明年的工作计划中下面的几项工作作为主要的工作来做：

1）建立一支熟悉业务，高素质高效率而相对稳定的销售团队。

人才是企业最宝贵的资源，一切的销售业绩都起源于有一个好的销售人员，建立一支具有凝聚力，战斗力、高素质的销售团队是企业的根本。在明年的工作中组建一支和谐，高效率的销售团队作为一项主要的工作来抓。

2）健全部门建制，提高人员的素质、业务能力。

××年度，希望得到公司与人事部大力支持，尽快完成市场部销售人员招聘。培养销售人员发现问题，总结问题目的在于提高销售人员综合素质，在工作中能发现问题总结问题并能提出自己的看法和建议，业务能力提高到一个新的档次。

3）建立新的销售模式与渠道。

市场部将秉承以陌生拜访为主、网络营销为辅的销售模式，做好完善的计划。同时开拓新的销售渠道。根据公司下达的销售任务，把任务根据具体情况分解到各个客户经理身上，再分解到每月，每周，每日；并在完成销售任务的基础上提高销售业绩。我们将带领销售部全体人员竭尽全力完成目标。

4）顾全大局服从公司战略。

公司××年的发展是与整个公司的员工综合素质、公司的战略方针、和个人的努力是分不开的。提高执行力的标准，建立一支“亮剑”的销售团队与一个好的工作习惯是我们工作的关键。我们市场部在20xx年有信心，有决心为公司再创新的辉煌！

市场部20xx年年度业绩目标200万

1燕郊区域

年度：销售任务90万

季度：第一季度（1.1—3.30）销售任务10万

月度：1月3万2月3万3月6万

季度：第二季度（4.1—6.30）销售任务30万

月度：4月10万5月10万6月10万

北京三原国际有限公司

季度：第三季度（7.1—9.30）销售任务30万

月度：7月10万8月10万9月10万

季度：第四季度（10.1—12.30）销售任务20万

月度：10月10万11月6万12月4万

2通州区域

年度：销售任务110万

季度：第一季度销售任务10万

月度：1月3万2月3万3月6万

季度：第二季度销售任务40万

月度：4月10万5月15万6月15万

季度：第三季度销售任务40万

月度：7月13万8月14万9月13万

季度：第四季度销售任务20万

月度：10月10万11月6万12月4万

**市场部经理年度工作计划 市场部工作计划表篇三**

一、市场网络建设方面：

新开发了广东、广西、云南、湖北、湖南、北京、天津、江苏、安徽、辽宁、河南、山西、内蒙、浙江、新疆等省，完成了地区经理的招聘、考察工作，达到了网络布点的效果，为下半年的点面发展奠定了一定的基矗

通过公司的大力支持，关闭了太和市场，保证了销售价格的上升，释放了市场开拓费用，基本上遏制了低价冲货、窜货、为市场的进一步发展提供了保障，也给以前老业务员提供了一定的信心，市场在稳定发展。

上半年年公司销售费用除了一次武汉会议、武汉试点会议费用、出差费用外，公司对市场投入较少，但货款回收基本上实现了60天内90%以上。

20xx年全年计划销售70万盒，力争100万盒，需要对市场问题进行必要的分析，对进行更细致的划分，并进行必要的工作指导和要求。

**市场部经理年度工作计划 市场部工作计划表篇四**

一、项目现阶段发展状况

我公司所投资项目沈阳国际木材交易中心从筹备到建设发展至今已经历了近四个年头，公司现已投资额合计2个多亿，占地约550亩，管理服务团队50人左右，园区现建成标准展厅12座，综合办公商服楼3栋，建筑面积约为7万平，已招入商户130户，收取租金及诚意金共426万元，已达到入驻标准商户74户。

在公司董事会的引领下，公司董事费尽周折与市政领导和相关职能部门的积极斡旋，股东亲力亲为与木材经营商户公关沟通，公司各部门全体员工密切配合相互协作，现阶段需紧紧抓住市委市政府调整产业结构、优化区域经济、合理资源配置的大政方针，以市政府对为提升人居环境改善市容市貌，取替根治污染源头，以为保障人民生命财产安全，加强消防安全监督检查，整治关停隐患行业市场，以发展绿色可持续发展低碳经济，大力扶植低能耗、低污染、低排放企业为契机，把握时机充分准备，做好20xx年新一轮的招商工作。

1、明确部门内部人员工作范围。市场部作为公司运营的核心组成部分之一，被赋予制定园区规划、进行市场调研、撰写推广计划、监管市场秩序、铺位增长开发等基本的岗位职能，以市场商户需求为中心，时时关注并把握商户诉求信息，及时解决各类问题，根据市场发展环境，对市场运作进行策划、建议及指导。

2、贴近市场，准确收集市场信息。全面宣传贯彻公司政策，通过实战和培训，提升市场部人员的战斗力；在市场实践中搜集整理重要信息，总结出工作方法和经验，形成模式后及时对外推广学习。通过与全体员工共同体验服务行为，增加相关职能部门对市场部的支持理解，提升全体员工的服务意识。

3、进行多方面的市场调研，发现市场机会点并出具可行性方案；搜集竞争对手的信息，捕获市场的商户及消费者需求，结合行业发展趋势，提出合理规划方案。紧密维系客群关系，保证市场有序稳定发展；针对性地制定并组织实施招商活动方案，对市场会议活动、公关费用及政策实施结果进行核查与落实，及时回馈市场动态脉络走向信息。

4、与物业部密切配合，在第一时间解决商户提出的问题。市场部提升自身服务水平时，离不开物业部门的大力支持和配合，如果得不到市场一线员工的认可和有效执行，市场部将形同虚设，制度得不到实施应有，管理得不到遵守和执行，达不到服务商户，造福五洲的目的。

5、完善公司和协会网站，建立木材市场电子商务交易平台，使其成为我交易中心新的利润增长点；定期组织与市场商户联谊活动，强化已签约商户的对我公司的信心及忠诚度。参加或组织一些能有效提升市场品牌积累的木材行业展会、推介会、项目说明会等等。众所周知开发一名客户是维系已有客户费用成本的五倍，因此需要全体员工将商户视作企业兴旺发达的源泉。

1、“了解、创造、传递、获取和维系”客户价值，平衡协调发展市场，达到商户利益、市场壮大及社会和谐三赢状态。

2、今年目标使市场商户入驻率达到60%以上，同比去年投资收益率提高20%，经营的个别单一品类商户数量形成地区垄断状态，使市场从雏形初期过渡到平稳发展期。在公司大政方针的指引下，市场基础配套设施逐步完善，市场部最终目标力争在5年内，把沈阳国际木材交易中心打造成东北地区最具影响力的及木材木制品生产、加工、交易、仓储、物流等全方位的木材环保产业基地。

1、制定市场部人员组织架构，明确各职位岗位职责及具体工作范围。为了使市场部工作顺畅，能应对商户的大批涌进或人员的不定期流动所带来的岗位空缺因素，做好市场部人员储备计划工作。

2、在市场日常的园区秩序管理、商户诉求服务、客户来访接待工作的实践过程中，总结实际经验，形成固定模式推广应用，制定人员培训计划，配合定期不定期的人员专业化培训，包括接待礼仪、项目宣讲、园区介绍、政策解读、市场情况基本数据及货品种类价格掌握和物流信息的了解等等，提高服务团队的整体素质和业务专业水平，提升运营团队的整体服务意识。

3、市场部分为四层架构，以部长为整个运营团队人员的核心，统一垂直领导部门工作的开展，下达工作指令，分配工作任务，编制市场规划，撰写规章制度，提出发展方案等等。部长下设三个管理处，分为客户服务中心、业务拓展处、内务处三大职能部门，各管理处由部门经理负责对部门人员进行业务管理与指导，检查、监督部门员工岗位职责执行情况，部门经理下设主管和专员，由其负责完成公司的各项具体工作，解决商户提出的各类需求要求，及时发现问题及时汇报，反馈意见和处理结果。

“国家法律是社会道德的底线，公司制度是员工自律的底线”可见规范的公司管理制度在公司日常运营发展中的重要性。好的管理制度不单单要正确的规范员工的行为准则，惩治违规乱纪的捣乱分子，也应该是开发员工想象力，激发员工工作热情和潜力的.催化剂。市场部的各类管理制度保证符合市场发展的实际需求，兼顾市场业主利益和公司发展壮大的动态平衡的同时，更要做到“刚柔并进”威尔不过、绵尔不弱的平衡、和谐状态。

现阶段市场部需进一步完善几项制度和流程，如市场部管理制度、绩效考核制度、内务档案管理制度、员工岗位职责、商户签约及入驻流程、商户来访接待流程等等。经过集思广益反复推敲的制度流程一旦制定和出台后，有赖于本部门员工的遵守和执行，使其转化成固定模式产生效率价值。

1、信息收集与环境扫描。市场部在发展推进的过程中会拟定方略、实施计划、执行决策，这些方案的制定的依据就是公司所掌握的宏观发展趋势，如政府新政的出台、行业发展的动态、整体经济环境的变化等宏观信息和微观信息变量，如商户的诉求信息、同业竞争信息、行业商户组成结构、利润增减、业户经营习惯及生活习惯等等。信息的来源是多渠道、广视角的，通过市场部门建立的营销信息系统，对内整理来访客户资料、建立签约商户档案、分析预定数、对比销售额、计算收益率、评估预留铺位数、统计业主出货量等；对外利用政府资源、登陆行业网站、拜访签约业主、约谈来访客户、走访同类市场等手段方法，全面认识在瞬息万变的商业地产项目中不断产生的新的机会和威胁。市场部应把握机会规避风险，检测洞察动态营销环境，提出合理方案。

2、实施市场调研与预测需求。任何一个项目的运作都离不开进行周详的市场调研工作，且调研伴随着项目发展的开始和终止。在满足我公司现有资源得到充分利用的前提条件下，在可承受的范围内，通过实施营销调研，确认市场机会，明确商户真实需求，测量铺位租赁增长率，预测市场个品类潜在规模、成长空间、市场潜量、利润增减幅度，设定优惠政策时限度，调整市场租金价位，规划园区整体布局，增设新的服务项目，制定有效载体宣传方案，制定市场营销推广方案。现阶段我市场已成为沈阳地区木材行业类市场的旗帜，但也成为竞争的标靶，多家竞争敌手，密切关注我市场动向，收集我市场内部信息，制造负面舆论，兴建单品类经营市场，已经严重影响我市场正常推进发展。

1、创造商户价值并实现商户的满意度和忠诚度。公司现在面临着前所未有的竞争挑战，鸭绿江街市场的形成，严重威胁我时常的根本利益，想要胜出我公司必须将营销理念从产品、销售、政府扶植为导向转变为以创造顾客价值满意度忠诚度营销为导向。开发新的客户并培养客户忠诚度是市场部下一步工作的核心，提升市场对商户的服务质量的同时，协助商户获取利润最大化，并对商户的进出货情况进行统计，分析其盈利能力，划分市场重点客户；建立便捷客户诉求通道，使顾客的投诉抱怨更容易，及时解决商户的各类问题；

2、逐层分析商户市场。在此需要明确我市场现阶段入驻商户的组成结构，市场部的营销目标是比同业竞争对手更好的迎合和满足目标顾客的需求和欲望，做到宾至如归周到服务。为此，关注并研究商户的行为，为寻找市场发展的新机会、新趋势做准备。

3、木材交易市场管理。市场应从单一的物业管理型向服务经营管理型转变，商户反馈的修修补补物业的管理型已经不适应现今的市场业户需求，应调整成服务经营管理型。a为商户创建更多的交易时间、空间，组织各类的参展会、展销会、团购活动，建立电子商务交易平台，完善电话营销平台。b丰富市场商户业余活动生活，组织各类棋牌赛，体育休闲类活动，建立五洲文化发展室、阅览室、健身活动室、电影播放室及休闲广场（如去年宴请业户获得了极大的赞誉）。在市场成熟适当的时间段办理会员收取增值服务费。现价段我市场采取“货品宽进严出，漏斗式”的管理方式，即对业户出货严加管理，对市场业户行为逐级收口逐层规范，重点严惩消防隐患肇事者。

4、识别细分市场与选择目标市场。我市场以建筑板材方材小杆、装饰板材、家具原料板材方材、木工机械、防腐木材、为主体市场。a）现阶段根据我市场的实际入驻经营品类状况及相互依存关系，调整成以进口、国产板材和木工机械为市场支撑主体，继续扩充进口板材经营户数量并时刻关注木工机械商户动向，为其预留铺位，必须在年底时机成熟全部引入。b）建筑板材、方材游离的商户现暂时盘踞鸭绿江北街，规模、实力、人气、出货量庞大初占上风，个别大户独自圈地经营；且今年门市经营状况并不乐观，货走工地占据交易量的80%以上，“买门市”的经营户生意惨淡，为此采取“先扶植，再拉拢”的策略，即大力扶植本市场业户，想法拉拢他市场业户。c）规避成为“加工场的市场”

**市场部经理年度工作计划 市场部工作计划表篇五**

转眼间又要进入新的一年——20xx年了，新的一年是一个充满挑战、机遇与压力开始的一年，也是我非常重要的一年。出来工作已过4个年头，家庭、生活和工作压力驱使我要努力工作和认真学习。在此，我订立了20xx年新一年工作计划，以便使自己在新的一年里有更大的进步和成绩。

一、熟悉公司新的规章制度和业务开展工作。公司在不断改革，订立了新的规定，特别在诉讼业务方面安排了专业法律事务人员协助。作为公司一名老业务人员，必须以身作责，在遵守公司规定的同时全力开展业务员工作计划。

1、在第一季度，以诉讼业务开拓为主。

针对现有的老客户资源做诉讼业务开发，把可能有诉讼需求的客户全部开发一遍，有意向合作的客户安排法律事务专员见面洽谈。期间，至少促成两件诉讼业务，代理费用达8万元以上（每件4万元）。做诉讼业务开发的同时，不能丢掉该等客户交办的各类业务，与该等客户保持经常性联系，及时报告该等客户交办业务的进展情况。

2、在第二季度的时候，以商标、专利业务为主。

通过到专业市场、参加专业展销会、上网、电话、陌生人拜访等多种业务开发方式开发客户，加紧联络老客户感情，组成一个循环有业务作的客户群体。以至于达到4.8万元以上代理费（每月不低于1.2万元代理费）。

随着我对高端业务专业知识与综合能力的相对提高，对规模较大的企业符合了《中国驰名商标》或者《xx省著名商标》条件的客户，做一次有针对性的开发，有意向合作的客户可以安排业务经理见面洽谈，争取签订一件《xx省著名商标》，承办费用达20万元以上。做驰名商标与著名商标业务开发的同时，不能丢掉该等客户交办的各类业务，与该等客户保持经常性联系，及时报告该等交办业务的进展情况。

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