# 2024年 市 场 一 部 业 务 大 纲

来源：网络 作者：轻吟低唱 更新时间：2024-09-21

*第一篇：2024年 市 场 一 部 业 务 大 纲2024年 市 场 一 部 业 务 大 纲（初稿）为完成集团公司2024年集团各部门、子公司年度工作计划中，恒瑞装备科技有限公司年销售额达到8000万，生产救生舱200台，避难硐室100台...*

**第一篇：2024年 市 场 一 部 业 务 大 纲**

2024年 市 场 一 部 业 务 大 纲（初稿）

为完成集团公司2024年集团各部门、子公司年度工作计划中，恒瑞装备科技有限公司年销售额达到8000万，生产救生舱200台，避难硐室100台的目标。市场一部结合实际情况制定2024年度业务实施大纲，内容如下：

一、目标实施时间与节点：

1）、本业务大纲执行时间自2024年5月1日起至2024年12月31止。共计：8个月份；35个周；175个工作日，除去法定节假日实际工作日为163天。

2）、其中五、六月份计划为人员到位及相关业务知识培训期。培训内容、时间、授课人等见附件一《市场一部业务培训计划》。

3）、七、八月份为业务人员市场开拓；信息收集；市场营销办法的检验、应用、反馈期。重点是目标客户信息大量的收集与整理，也是业务人员自我适应、自我调整的关键时期。

4）、九月份为为业务人员市场开拓；信息收集；市场营销办法的调整、应用、反馈期，重点是就一些重要客户促成。

5）、十月~十二月三十一日止为本年度销售工作重中之重的节点，担负本年度目标任务的冲刺或冲高，以及个人业务水平的历练提升等；担负下一年度市场目标客户的信息收集、储备，及重点难点问题的突破和筛选之重任。

二、实施依据：

坚决树立完成集团公司2024年度工作计划中既定目标之决心；本着带一

支队伍、锻炼一支队伍、成就所有队员的决心。紧紧依托修改完善的《 市场营销构想》（附件二）。紧密结合、互相推动与促进，实现工厂、营销无缝即时对接。为实现2024开局之年销售零突破而努力！

三、人员及分工：

（一）、人员招聘：

通过每年毕业季，到煤与非煤学校招生形式，让更多的煤与非煤学

校毕业生关注我们。达到让这些企业的未来后备力量知道和了解我们企

业。或可招聘更多专业人才加入公司未来高速发展的队伍中来。特别是

2024届高校生即将毕业，利用这个机会展开相关招聘活动，力求在7、8

月份之前做好这些招聘到岗新员工的相关培训，在9月初煤炭销售旺季和

瓦斯突发季节之前、派出我们的销售队伍到达相关销售区域，争取

2024年度开局之年销售零突破！

通过应聘资料收集，着重关注煤与非煤企业所在地毕业生源信息，发动其在自己所在家乡地区或者同学亲属群中，通过有偿的方式委托特

定的人为自己收集信息，了解有关客户和市场、地区的情报资料等等，委托相关人员定期或者不定期提供一些关于产品、销售的信息。

招聘录用煤与非煤企业所在地优秀毕业生源，加入公司并从事该地

区我司产品销售活动。力求招聘数量与质量的管控，招聘作用与广告效

应的最佳结合。

（二）、市场一部人员职责：

1、市场部业务精英：

1）、关注各地、各级工矿行业会议、设备机械展会。及时分析会议、展会可能带来的商机和市场。并向总经理、部门经理汇报或提示，并加入对会议及展会的各方信息收集、汇总。

2）、全面掌握各种季节时令、国内外法定节假日，收集汇总关键客户、人员的纪念庆和生日。提前对业务部人员以短信或邮件等方式做

出提醒，以便为人情公关做好基础。

3）、4）

2、经理助理：

1）、关注各地、各级工矿行业会议、设备机械展会。及时分析会议、展会可能带来的商机和市场。并向总经理、部门经理汇报或提示，并加入对会议及展会的各方信息收集、汇总。

2）、全面掌握各种季节时令、国内外法定节假日，收集汇总关键客户、人员的纪念庆和生日。提前对业务部人员以短信或邮件等方式做

出提醒，以便为人情公关做好基础。

3）、财务

4）、资料

3、市场部经理：

1）、关注各地、各级工矿行业会议、设备机械展会。及时分析会议、展会可能带来的商机和市场。并向总经理、部门经理汇报或提示，并加入对会议及展会的各方信息收集、汇总。

2）、全面掌握各种季节时令、国内外法定节假日，收集汇总关键客户、人员的纪念庆和生日。提前对业务部人员以短信或邮件等方式做

出提醒，以便为人情公关做好基础。

3）、4）

（三）、目标分解：

1、从客户层面方面进行分解：

1)、重点大客户及大中型企业客户：

2）、个体煤与非煤矿山客户

3）、通过其他途径及业务相关人员介绍的客户：

2、从内部人员层面分解：

1)、业务精英：

2）、经理助理：

3）、业务经理：

四、业务培训计划：

（一）、以调动应届毕业生在艰苦条件下的工作积极性，培训与养成其

工作经验和工作素养为主体的业务培训。优质有效地业务培训

也是公司给予员工的另一种福利。

业务部人员培训计划见（附件一）。

（二）、充分利用2024年度除去法定节假日，实际163天的工作时间，在除去五月份

五、完成目标办法：

（一）、不断进行有效地专业知识公关办法的训练、养成。

对业务人员的教育训练，优良习惯的养成培训，是希望增强业务人员的产

品专业知识与销售技巧，逐步提高其业务素质和技能。训练与养成是一种

长期的工作，不是一下就可达成与具备的。建立循序渐进的培训计划，有

利于培养人才，提高业务整体水平。

（二）、设定合理且具激励性的奖金制度。

专业的业务人员应具备不以领取固定薪资为满足的心理，应具有通过达成更多业绩而领到更多薪资的心态。因此、奖金制度的规划与确立就变成了一件重要的工作方式。建立符合公平、合理、有效并具激励性的奖金制度才具攻无不摧执行性。

（三）、塑造良好的组织气候。

一个良好部门、公司或集团的组织气候，会使业务人员甘心与努力创造业绩，并做长久打算，不会随时准备跳槽，特别是对我司这种专业要求较强、工作环境较艰苦的行业，人员的稳定至关重要。

良好地组织气候，必须至上而下，以身作则，包括各种制度、办法、赏罚、升迁、人才晋用等。让基层业务人员看到个人发展的空间，甚至比较高的收入具有诱惑力。

（四）、试行责任利润中心制度。

现代的企业管理资料显示：营业组织中已有越来越多的企业，采用了自主经营的利润中心制度，即以该区域营业单位为一个独立单位，必须对自己的营收、成本及利润负完全责任，并且超额盈余时，则可拨出一定百分比供该单位人员分享。

（五）、合理分配业务区域及业绩额。

针对业务人员家乡、大学所在地、及个人偏好等分配业务区域，并根据前期相关市场调研及数据分析，依据公司对市场一部全年计划目标。为每个业务人员包括业务经理制定一个循序渐进、跃身可及的业绩标准。

（六）、企划内部的充分配合。

行销企划、广告企划、及财务企划人员的全力配合，未完成既定目标的各工种岗位的通力合作至关重要。

市场一部

王清松

2024年5月28日

**第二篇：市场业务工作计划**

市场业务工作计划合集九篇

光阴迅速，一眨眼就过去了，我们的工作同时也在不断更新迭代中，做好计划可是让你提高工作效率的方法喔！想学习拟定计划却不知道该请教谁？以下是小编整理的市场业务工作计划9篇，仅供参考，大家一起来看看吧。

市场业务工作计划 篇1

房地产行业一直是带动国家经济发展的重要行业之一，尤其是最近几年，我国房地产事业取得了巨大的发展，不过也产生了很多的泡沫，导致全球金融危机到来之后我们国家的房地产行业出现了巨大的危机。为了应付这次危机，我们相处了很多的办法，但是都是治标不治本，所以我们一定要相处一个号的办法和计划来。以下就是本人的工作计划：

一个好的房地产营销方案必须有一个好的计划书，以在整体上把握整个营销活动。市场营销计划更注重产品与市场的关系，是指导和协调市场营销努力的主要工具、房地产公司要想提高市场营销效能，必须学会如何制订和执行正确的市场营销计划。

房地产营销计划的内容

在房地产市场营销中，制订出一份优秀的营销计划十分重要。一般来说，市场营销计划包括：

1、计划概要：对拟议的计划给予扼要的综述，以便管理部分快速浏览。

2、市场营销现状：提供有关市场，产品、竞争、配销渠道和宏观环境等方面的背景资料。

3、机会与问题分析：综合主要的机会与挑战、优劣势、以及计划必须涉及的产品所面临的问题。

4、目标：确定计划在销售量、市场占有率和盈利等领域所完成的目标。

5、市场营销策略：提供用于完成计划目标的主要市场营销方法。

6、行动方案：本方案回答将要做什么?谁去做?什么时候做?费用多少?

7、预计盈亏报表：综述计划预计的开支本文来源：

8、控制：讲述计划将如何监控。

一、计划概要

计划书一开头便应对本计划的主要目标和建议作一扼要的概述，计划概要可让高级主管很快掌握计划的核心内容，内容目录应附在计划概要之后。

二、市场营销现状

计划的这个部分负责提供与市场、产品、竞争、配销和宏观环境有关的背景资料。

1、市场情势

应提供关于所服务的市场的资料，市场的规模与增长取决于过去几年的总额，并按市场细分地区细分来分别列出，而且还应列出有关顾客需求、观念和购买行为的趋势。

2、产品情势

应列出过去几年来产品线中各主要产品的销售量、价格、差益额和纯利润的资料。

3、竞争情势

主要应辨明主要的竞争者并就他们的规模、目标、市场占有率、产品质量、市场营销策略以及任何有助于了解其意图和行为的其他特征等方面加以阐述。

4、宏观环境情势

应阐明影响房地产未来的重要的宏观环境趋势，即人口的、经济的、技术的、政治法律的、社会文化的趋向。

三、机会与问题分析

应以描述市场营销现状资料为基础，找出主要的机会与挑战、优势与劣势和整个营销期间内公司在此方案中面临的问题等。

经理应找出公司所面临的主要机会与挑战指的是外部可能左右企业未来的因素。写出这些因素是为了要建议一些可采取的行动，应把机会和挑战分出轻重急缓，以便使其中之重要者能受到特别的关注。

只要按照上面的销售计划来工作，即使不能够回到前几年销售高峰的时候，也会回到一个不错的境界，因为我们是根据我们最实际的情况来工作的，这样我们的销售工作才会做到最好。相信我们的国家经济一定会很快的恢复过来，而我们的房地产市场一定会恢复繁荣!

在此我订立了工作计划，以便自己在新的一年里又更大的进步和成绩。

一：熟悉公司的规章制度和工程管理的开展，熟悉自己工作岗位的业务流程。

二：增强责任感、增强服务意识、增强团队意识。积极主动地把工作做到点上、落到实处。我将尽我最大的能力减轻领导的压力。明确自己的工作职责，遇到问题时要及时的去分析问题，解决问题，服从上级的安排。

三：公司在不断的改革，订立了新的规定，作为公司的一员，必须以身作则，遵守公司的规定。

如何开展工作：

1.以寻找目标市场的商业网站、行业协会网站、商会网站及产品专业网站为方向，了解并联系目标市场知名度高销售网络庞大的进口商。

2.基于目前手头联系的较多的客户，打算先从其着手，了解的途径主要按照上述说明的方向。通过谷歌和百度等网络搜索引擎找到相关网站网址。

3.准确知道其他国家一些大采购商的联系方式后，接下来就是如何将他们开发成为我们的客户了。

4.认真对待收到的每封询盘，及时处理并跟进客户。必要时做好相应笔记。在一些免费的b2b平台上，发布产品信息，推广我们的产品。同时在与客户沟通的过程中，挖掘他们国家同行业进口的信息。至于能收获多少，看沟通方式和客户的意愿等因素了。

5.对已经下单的客户，制作客户维护跟进表，详细记录跟进信息，了解产品使用反馈信息，掌握变动。

6.对意向客户，多多保持联系，有计划有区别的发送邮件，并电话联系。

7.对意向不明确的客户，按照开发信模板，每两天发一封邮件。

8.每周五做好工作总结

以上是我针对20xx年的工作计划和发展方向，我会更加努力、认真负责的去对待本岗位的工作，希望通过自己的努力和他人的协助能够成功的达成计划并突破，取得更好的成绩并提高自己。

一、工作要求

1.市场分析，根据市场容量和个人能力，客观、科学的制定出销售任务。暂订年任务：销售额100万元。

2.适时作出工作计划，制定出月计划和周计划。并定期与业务相关人员会议沟通，确保各专业负责人及时跟进。

3.注重绩效管理，对绩效计划、绩效执行、绩效评估进行全程的关注与跟踪。

4.目标市场定位，区分大客户与一般客户，分别对待，加强对大客户的沟通与合作，用相同的时间赢取最大的市场份额。

5.不断学习行业新知识，新产品，为客户带来实用的资讯，更好为客户服务。并结识弱电各行业各档次的优秀产品提供商，以备工程商需要时能及时作好项目配合，并可以和同行分享行业人脉和项目信息，达到多赢。

6.先友后单，与客户发展良好的友谊，处处为客户着想，把客户当成自己的好朋友，达到思想和情感上的交融。

7.对客户不能有隐瞒和欺骗，答应客户的承诺要及时兑现，讲诚信不仅是经商之本，也是为人之本。

8.努力保持\*\*\*的同事关系，善待同事，确保各部门在项目实施中各项职能的顺利执行。

二、销售工作具体量化任务

1.制定出月工作计划和周工作计划、及每日的工作量。每天至少打30个电话，每周至少拜访20位客户，促使潜在客户从量变到质变。上午重点电话回访和预约客户，下午时间长可安排拜访客户。考虑XX市地广人多，交通涌堵，预约时最好选择客户在相同或接近的地点。

2.见客户之前要多了解客户的主营业务和潜在需求，最好先了解决策人的个人爱好，准备一些有对方感兴趣的话题，并为客户提供针对性的解决方案。

3、从招标网或其他渠道多搜集些项目信息供工程商投标参考，并为工程商出谋划策，配合工程商技术和商务上的项目运作。

4、做好每天的工作记录，以备遗忘重要事项，并标注重要未办理事项。

5.填写项目跟踪表，根据项目进度：前期设计、投标、深化设计、备货执行、验收等跟进，并完成各阶段工作。

6、前期设计的项目重点跟进，至少一周回访一次客户，必要时配合工程商做业主的工作，其他阶段跟踪的项目至少二周回访一次。工程商投标日期及项目进展重要日期需谨记，并及时跟进和回访。

7、前期设计阶段主动争取参与项目绘图和方案设计，为工程商解决本专业的设计工作。

8.投标过程中，提前两天整理好相应的商务文件，快递或送到工程商手上，以防止有任何遗漏和错误。

9.投标结束，及时回访客户，询问投标结果。中标后主动要求深化设计，帮工程商承担全部或部份设计工作，准备施工所需图纸(设备安装图及管线图)。

10.争取早日与工程商签订供货合同，并收取预付款，提前安排备货，以最快的供应时间响应工程商的需求，争取早日回款。

11.货到现场，等工程安装完设备，申请技术部安排调试人员到现场调试。

12.提前准备验收文档，验收完成后及时收款，保证良好的资金周转率。

三、销售与生活兼顾，快乐地工作

定期组织同行举办沙龙会，增进彼此友谊，更好的交流。客户、同行间虽然存在竞争，可也需要同行间互相学习和交流，本人也曾参加过类似的聚会，也询问过客户，都很愿意参加这样的聚会，所以本人认为不存在矛盾，而且同行间除了工作还可以享受生活，让沙龙成为生活的一部份，让工作在更快乐的环境下进行。

市场业务工作计划 篇2

我到xxx公司主要负责电脑市场开发和业务方面的工作一年来，我已经完全的融入到了这个集体里。在一年里虽然存在着这样或者那样的问题，我们都尽量的解决了，在下一年里要从以下几方面入手：

首先要降低成本，应该采取的主要措施有：进一步拓宽进货渠道，寻找多个供货商，进行价格、质量比较，选择质量好价格低的供货商供货；勤俭节约，节省开支、避免浪费，工程方案设计要合理；内部消耗降低，日常费用开支、水、电、日常办公耗材尤其是纸张、车辆开支要节俭等问题。

其次也是最重要的部分——培养意识，服务意识的加强、竞争意识的树立、市场创造意识的培养。我们是以服务为主的公司，可以借助服务去赢得市场，赢得用户的信任。同事之间，企业之间时时刻刻竞争都存在，自己业务水平不提高会被公司淘汰，企业不发展将会被社会淘汰。近几年，耗材市场竞争比较激烈，今年形势将更加严峻。

业务水平和员工素质的提高至关重要，关系到整个企业的发展与命运。业务水平的高低影响到办事的工作效率；员工素质的高低直接影响到企业的社会地位和社会形象。只有具有一支高素质、技术水平过硬的队伍的企业才会有进步、有发展。

加大宣传力度也是市场开发一种重要手段和措施。

一、销售部获得利润的途径和措施

销售部利润主要来源有：计算机销售；电脑耗材；打印机耗材；打字复印；计算机网校等和计算机产业相关的业务。今年主要目标：家庭用户市场的开发、办公耗材市场的抢占。针对家庭用户加大宣传力度，办公耗材市场用价格去竞争、薄利多销。建立完善的销售档案，定期进行售后跟踪，抢占办公耗材市场，争取获得更大的利润。这里也需要我们做大量的工作，送货一定及时、售后服务一定要好，让客户信任我们、让客户真真切切的享受到上帝般的待遇。

能够完成的利润指标，xxx万元，纯利润xxx万元。其中：打字复印xxx万元，网校xxx万元，计算机xxx万元，电脑耗材及配件xxx万元，其他：xxx万元，人员工资xxx万元。

二、客户服务部获得的利润途径和措施

客服部利润主要来源：七喜电脑维修站；打印机维修；计算机维修；电脑会员制。XX年我们被授权为七喜电脑授权维修站；实创润邦打印机连锁维修站，所以说今年主要目标是客户服务部的统一化、规范化、标准化，实现自给自足，为来年服务市场打下坚实的基础。

能够完成的利润指标，利润xxx万元。

三、工程部获得的利润途径和措施

工程部利润主要来源：计算机网络工程；无线网络工程。由于本地网络实施基本建成，无线网络一旦推广开来可以带来更多的利润点，便于计算机网络工程的顺利开展，还能为其他部门创造出一个切入点，便于开展相应的业务工作。今年主要目标也是利润的增长点——无线网，和一部分的上网费预计利润在xxx万元；单机多用户系统、集团电话、售饭系统这部分的利润xxx万元；多功能电子教室、多媒体会议室xxx万元；其余网络工程部分xxx万元；新业务部分xxx万元；电脑部分xxx万元，人员工资xxx—xxx万元，能够完成的利润指标，利润xxx万元。

在追求利润完成的同时必须保证工程质量，建立完善的工程验收制度，由客户服务部监督、验收，这样可以激励工程部提高工程质量，从而更好的树立公司形象。

四、在管理上下大力度、严格执行公司的各项规章制度、在工作效率、服务意识上上一个层次，树立公司在社会上的形象。

对那些不遵守公司规章制度、懒散的员工决不手软，损坏公司形象的一定严肃处理。

五、要建立一个比较完善、健全的管理运行体系。

1、从方案的设计、施工、验收、到工程的培训这一流程必须严格、坚决地贯彻执行，客户服务部要坚持不验收合格不进行维修的原则。

2、尽量创造出一些固定收入群体，如计算机维修会员制、和比较完备的设备维修收费制度，把一些比较有实力、有经济基础的企事业单位、委办x变成我们长期客户。

市场业务工作计划 篇3

即将过去的20xx年，我的感受颇多。回顾这一年的工作历程作为某某迪的一名员工我深深感到某某之蓬勃发展的热气和某某人之拼搏的精神。作为企业的一个窗口，自己的一言一行也同时代表了一个企业的形象。所以更要提高自身的素质，高标准的要求自己。在高素质的基础上更要加强自己的专业知识和专业技能。

在上级领导的带领和各部门的大力配合下，20xx年的销售额与去年相比取得了较好的成绩，在此我感谢各部门的大力配合与上级领导的支持!

某某年工作总结：

从开厂以来截止某某年12月31日，东南亚区域共有3个国家(某某、某某、某某)共某某个客人有合作往来，总销售额约某某：

：客户共某某个(某某年新客户个，之前的老客户某某年未返单的共个)，总销售额约某某rmb;

：客户共某某个(某某年新客户某某个，之前的老客户某某年未返单的共某某个)，总销售额约某某;

：客户共某某个(某某年新客户某某个，之前的老客户某某年未返单的共某某个)，总销售额约某某.00rmb。

按以上数据，东南亚区域国家，某某市场较为稳定，且返单率较高(未返单的老客户多为无客人联系方式，使得我们无法主动与客人联系取得信息)，但市场单价竞争激烈，利润空间较小。某某和某某市场的返单率也较高，但订单订货量少，品种繁杂。不过也有个别现有客户较为理想，但还需不断与更多理想的新客户保持联系，以取得合作机会，提高销售额。

忙碌的某某年，由于个人工作经验不足等原因，工作中出现了不少大问题。

4月份，由于灯杯电镀厂的电镀材料问题，导致我司4-5月份出货给客人部分的直插筒灯灯杯有大量严重变色的异常情况发生;10月份，又因环电镀厂问题，导致客人投诉铁皮环易生锈的问题。但因公司及时查出导致产品出现各种质量异常的根本原因，及时向客人解释，重新将出现质量异常的产品赔偿给客人，并向客人承诺我们在今后会努力完善工作，以确保产品的质量不再出现更多的问题，从而使得老客户没有放弃与我们合作的关系。但第一次和我们合作的某某客人，由于我们出货给客人所有产品的灯杯全部严重变色，终造成了客人无法正常销售，虽然之后我们有全部赔偿新的灯杯给客人，但客户最终还是对我们的产品质量失去信赖，同时也使客人打消了与我们长期合作的念头，使得我们失去了一个理想的大客户。

10月份，某某客人，由于客人支付货款不及时，且多次沟通都无法取得好的结果，使我们对客人失去了信誉，从而不得不安排其客人订单暂停生产，同时造成其客户订单的产品库存，资金不能正常运作，给公司带来了严重损失。此问题至今还在紧密与客人沟通，直到问题得到解决为止。

对于某某年发生的种种异常问题，使我认识到了自己各方面的不足，也使我从中深深吸取了教训，获得了宝贵的工作经验。在今后的工作中我将努力学习，以取得更多的工作经验，使得犯错的机率逐渐降低。

20xx年工作计划及个人要求

1.对于老客户、固定客户和潜在客户，定期保持联系和沟通，稳定与客户关系，以取得更好的销售成绩;

2.在拥有老客户的同时还要不断发掘更多高质量的新客户;

3.发掘东南亚区域目前还没有合作关系往来的国家的新客户，使我们的产品销售得更为广泛;

4.加强多方面知识学习，开拓视野，丰富知识，采取多样化形式，以提高业务水平，把销售工作与交流技能结合;

5.熟悉公司产品，以便更好的向客人介绍;

6.试着改变自己不好的处事方法以及不爱与别人沟通等问题。

有关建议：

1.建公司销售员议公司生产的所有产品能拟定产品详细资料，一方面可对灯具的所有详细资料进行记载，以完善资料，另一方面可方便销售人员在向客人介绍产品时更清楚和肯定地向客人介绍产品的各种的性能、材质、优势等，使得客人更加相信我们的专业水平和实力.

市场业务工作计划 篇4

今年上半年共销售LL：227336盒，比去年同期销售的140085盒增加87251盒，为同期的1.62倍;其中20xx年x-x月份销售190936盒，比去年同期销售的115615盒增加75321盒，为同期的1.65倍。

20xx年x-x月新市场销售116000盒，老市场115736盒。下半年工作计划：

1、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

2、市场控制：

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。

3、费用与货款回收：

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。

市场业务工作计划 篇5

市场业务员工作计划书

20xx年已经到来，这一年的时间里我经过努力工作提升自己，也有了一点收获，临近年终，现在就对一年的工作做一个总结。目的就是吸取经验教训，提高自己，争取把工作完成的更好，自己很有决心完成好明年的工作任务。下面我简单总结一下这一年的工作。

我是今年三月份来公司的，四月份建立了市场部，在还没有负责市场部的工作之前，我是没有\*\*\*\*\*\*\*销售经验的，仅仅凭借对销售工作的热情，而缺乏\*\*\*\*\*\*\*行业销售经验和行业知识。为了尽快适应融入到这个环境，到公司之后，一切从零开始，一边学习研究产品知识，一边摸索市场，遇到产品销售上的难题，我经常请教\*\*\*\*\*经理和北京总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，取得了良好的效果。

通过不断的学习产品知识，收取同行业之间的信息和积累市场经验，现在对\*\*\*\*\*\*\*市场有了一个大概的认识和了解。现在我逐渐可以清晰、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，因此逐渐取得了客户的信任。所以经过大半年的努力，也取得了几个成功客户案例，一些优质客户也逐渐积累到了一定程度，对市场的认识也有一个比较透明的掌握。在不断的学习产品知识和积累经验的同时，自己的能力，业务水平都比以前有了一个较大幅度的提高，针对市场的一些变化和同行业之间的竞争，现在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。

一、存在的缺点：

对于\*\*\*\*\*\*\*市场了解的还不够深入，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，过分的依赖和相信客户，以至于引起一连串的不良反应。本职的工作做得不好，感觉自己还停留在一个销售人员的位置上，对市场销售人员的培训，指导力度不够，影响市场部的销售业绩。

二、部门工作总结

在将近一年的时间中，经过市场部全体员工共同的努力，使我们公司的产品知名度在河南市场上渐渐被客户所认识，良好的售后服务加上优良的产品品质获得了客户的一致好评，也取得了宝贵的销售经验和一些成功的客户案例。这是我认为我们做的比较好的方面，但在其他方面在工作中我们做法还是存在很大的问题。

下面是公司20xx年总的销售情况：

\*\*\*\*\*\*\* \*\*\*\*\*\*\* \*\*\*\*\*\*\* \*\*\*\*\*\*\*

\*\*\*\*\*\*\* \*\*\*\*\*\*\* \*\*\*\*\*\*\* \*\*\*\*\*\*\*

\*\*\*\*\*\*\* \*\*\*\*\*\*\* \*\*\*\*\*\*\* \*\*\*\*\*\*\*

\*\*\*\*\*\*\* \*\*\*\*\*\*\* \*\*\*\*\*\*\* \*\*\*\*\*\*\*

\*\*\*\*\*\*\* \*\*\*\*\*\*\* \*\*\*\*\*\*\* \*\*\*\*\*\*\*

\*\*\*\*\*\*\* \*\*\*\*\*\*\* \*\*\*\*\*\*\* \*\*\*\*\*\*\*

从上面的销售业绩上看，我们的工作做的是不好的，可以说是销售做的十分的失败。在河南市场上，\*\*\*\*\*\*\*产品品牌众多，\*\*\*\*\*\*天星由于比较早的进入河南市场，\*\*\*\*\*\*\*产品价格混乱，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，主要表现在：

1)销售工作最基本的客户访问量太少。市场部是今年四月中旬开始工作的，在开始工作倒现在有记载的客户访

问记录有\*\*\*\*\*\*\*个，加上没有记录的概括为\*\*\*\*\*\*\*个，八个月\*\*\*\*\*\*\*天的时间，总体计算三个销售人员一天拜访的客户量\*\*\*\*\*\*\*个。从上面的数字上看我们基本的访问客户工作没有做好。

2)沟通不够深入。销售人员在与客户沟通的过程中，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对我们的产品有几分了解或接受的什么程度，洛阳迅及汽车运输有限公司就是一个明显的例子。

3)工作没有一个明确的目标和详细的计划。销售人员没有养成一个写工作总结和计划的习惯，销售工作处于放任自流的状态，从而引发销售工作没有一个统一的管理，工作时间没有合理的分配，工作局面混乱等各种不良的后果。

4)新业务的开拓不够，业务增长小，个别业务员的工作责任心和工作计划性不强，业务能力还有待提高。

三、市场分析

一、想办法制订每日工作流程表没有工作目标和每天时间安排的人，总是很悠闲，而有了明确的目标，对自己每天时间安排得比较满的人，是没有空闲时间的，每一点时间都会过得很有意义很有价值。所以，制订每天的工作流程表是很重要的的。对于身为业务员的我们来说，就显得更加重要了。

1、对家装业务员来说，工作表要把第二天要办的事、要见的人放在第一位，比方说和某客户约好第二天见面或量房，一定要按照时间来制定好自己的工作计划，要事事都考全面。最好在约定地点附近开展业务。

2、工作表要学会预留出一段时间，不能把时间计算得很紧张。应该留出半个小时的空隙，一则防止路上有意外，二则提前到场等待客户，给客户体现出尊敬感。

3、工作表要随身携带，随时查看，必要时及时的修改自己的计划。你不可能每天都按照工作一丝不变地去工作，但至少工作表能够让你抓住主要的工作。

二、一天时间安排

1、早会培训学习(8：00—8：40)我们建议每个公司都举行早会培训，把业务员和设计师集中在一起，如果部门较大，也可以单开业务部门的早会。做到人人参与。早会时间不能开得过长，半个小时到40分钟就行，内容可以循环推进。2、设计跟进(8：40—9：00)

业务员参加完早会培训以后，要与设计师进行单独沟通，业务员可以将客户的新消息、新要求、新想法向设计师汇报，同时也要督促设计师的工作，以免设计师因自己的工作繁忙而耽误你的客户，与设计师沟通做到更好地协调与客户之间的关系

3、打电话(电话拜访、电话跟进)(9：00—9：20)

与设计师沟通以后，业务员要对客户进行电话拜访或电话跟进，一般来说，到了九点以后，客户也过了上班初的忙碌期了，打电话正是好时候。业务员最好在公司里打电话，如果有客户需要量房，也好及时与设计部取得联系，客户有新想法也可直接与设计师进行沟通。业务员要养成每天跟进客户的习惯。

4、到小区展开行动(9：30—17：00)

这一段时间主要用于联系新客户，培育自己的客户资源。当然也要根据实际情况，如果小区交房，就要提前去小区，早会可以不开，电话可以不打。晚上回公司的时间也可早可晚，如果小区客户下班后较多，就可以晚回去

5、回公司打电话(17：00—18：00)

如果业务员搜集到了很多的客户电话号码，我建议下午早回公司，在公司给客户打业务电话，这一段时间打电话的效果最理想。

6、晚上要进行客户分析;s u!

业务员晚上下班后，要养成对自己白天所联系的客户进行分析的习惯，可以结合公司推出的《客户分析表》，只有对客户进行准确分析定位，才能找到与客户进行更好沟通的技巧和突破点。

7、晚上要列出当天名单(客户、人际关系)希望你每天都能在自己的名单上增加新的人员，将客户信息和新结将近朋友的信息，每天增长的名单，就是你业绩持续增长的法门。

综上就是我的工作计划，由于有计划，所以我的工作才能更加清晰条理的做好。在以后的工作中，我将继续认真的按照这个计划执行自己的工作。

凡事预则立，不预则废。必须做好下一阶段的规划，才能更从容地发展。xx年必须毫不动摇地坚持县第九次党 代 会提出的“一体两翼”发展战略和我乡打造“四个岭坡”的总体目标，作为岭坡乡人 民 政 府乡长，我必须更加主动作为，更加勤奋工作，努力将各项规划转化为美好现实。

xx年要重点抓好以下工作：

（一）依托产业发展，强化“三农”经济。

要积极引导好、保护好农民的种粮积极性，积极动员群众进行单改双，杜绝空季抛荒；要加大土地流转推进力度，努力培养种粮大户；要大力推广超级杂交稻，全力普及双季稻，力争全乡早稻种植面积要达到水田面积的80%以上。要发挥岭坡优势，优化产业结构，鼓励特色种植，进一步扩大冬枣、油茶、药材等经济作物的种植规模。要继续抓好潮水冬枣基地、椒坪枣茶专业合作社，金鹅中草药种植及兴旺鸽业的建设和服务工作，努力培植农业龙头企业，带动村民致富。要引导发展特色养殖，力争形成“一村一品”的格局。要积极向上争取项目和资金，着力搞好农村水利设施建设，争取完成村主干道的道路硬化工作。要在人力、物力、财力上加大力度，加快新农村建设。

（二）立足项目建设，促进社会发展。

要加快岭坡小城镇建设步伐，加大投资力度，着力完善水、电、路等基础设施建设。力争用三年时间打造占地60余亩的农贸市场，以市场建设为依托，带旺乡域经济发展，积极打造宜居城镇。创新招商策略，大力宣传水口部队营房的优势。加大招商引资力度，力争引进1至2个矿产品、竹木器、农产品加工以及服装等项目。要大力发展民营经济，积极引导有资金、有技术的外出务工人员回乡创业，对返乡创业人士在政策上给予支持。要进一步优化经济发展环境，主动服务，积极为企业排忧解难，确保其合法权益不受侵害。要优化整合我乡旅游景点，继续加大宣传力度，进一步扩大我乡的知名度，引进企业，积极开发岭坡的旅游资源，努力打造岭坡特色旅游品牌。年底完成岭坡完小整体搬迁、建设九年一贯制学校、新建主体教学楼、教师宿舍楼、中心幼儿园、校安工程等项目建设项目建成后，将极大改善我乡的教育教学条件。实施好s314沿线的六个村的千亿吨粮食产能田项目建设，这将极大促进我乡的粮食生产工作。

（三）严抓综治维稳，确保一方平安。

稳定是各项社会事业发展的基础，维护社会稳定责任重大。要带领群众学法、懂法、守法，依法打击邪恶势力，依法保护自己合法权益；要引导群众遵纪守法、尊老爱幼，讲道理、讲诚信、讲良心，树立一方的正义、正气和正确的舆论导向。要加大矛盾排查，立足“防”，全面落实各项政策，确保不因工作原因影响社会稳定。立足“查”，多渠道搜集信息，掌握工作主动权，防患于未然。突出“解”，对矛盾纠纷及时处理，做到小事不出村，大事不出乡，尽量解决在萌芽状态。要加大打击力度。对地痞地霸及黑恶势力不包庇，不手软，配合公安司法机关严厉打击。

（四）落实奖扶政策，提升计生水平。

要严格执行计划生育“三查四术”制度，落实好计划生育奖励扶助政策。要加快步伐，完善三级网络，实行以村为主的工作模式确实提高计生工作服务水平。要严格按照政策，严格依法行政，加大社会抚养费征收力度。要进一步通过利益导向，贯彻落实独生子女优待政策，奖励扶助制度，深入开展关爱女孩活动，转变群众生育观念，真正使计生国策深入人心，使被动落实计生节育服务措施转变为群众的自觉行动。开展好计生模拟调查及调查讲评大会，切实摸清本乡计生底子，并在调查和讲评中进一步提高乡村干部计生工作水平。

（五）推进科教文卫，倡导文明新风。

要加强教育基础设施投入，提高教育教学质量，做好特困生、留守儿童的帮扶工作。加强思想道德建设，努力提高全民素质。组织指导群众文化活动，结合科技、文艺、卫生“三下乡”活动，积极开展科技服务、送戏下村活动，活跃群众文化生活。做好乡文化站对外开放工作。以农家书屋、龙狮腰鼓队为基础，继续发掘传统文化，打造岭坡文化品牌，倡导文明乡风。加强广播电视站工作，不断提高广播电视站工作人员的素质，确保乡村电视网络信号的畅通。注重环境卫生整治工作，通过宣传、评比、示范点等有效手段促进全乡环境卫生工作上新台阶。

（六）搞好政务公开，实施阳光行政。

加强领导，落实责任。政府及各站所、各村委会要把政务、村务公开工作作为一项重要工作来抓，成立“一把手”挂帅的政务（村务）公开工作领导小组和监督小组，主要领导亲自抓，分管领导具体抓，并落实人员专门抓，形成了一级抓一级、层层抓落实的组织领导机制，加强对政务村务公开工作的领导，做到领导工作到位、责任落实到人。确立 “党委统一领导，政府主抓，人大监督实施，党政办负责组织协调”的工作机制，进一步明确职责，落实责任，保证政务村务公开工作的顺利进行。继续实行“村帐乡代管”，进一步规范村级财务管理，进一步深入推行“4+2”工作法，搞好村务公开，实现村级民主管理。

（七）积极关注民生，扶助弱势群体。

以解决农村低保、看病难、读书难、饮水难、住房难、行路难等问题为突破口，扎实推进新农村建设工作。解决重点优抚对象、五保户、孤寡老人、单亲家庭困难户、残疾人困难户的生活、居住问题，使他们过上安稳的生活。敬老院在现有基础上，进一步规范管理，使五保老人真正做到“老有所养、老有所依、老有所学，老有所乐，老有所为”。加大农合和新农保工作的推进力度。广泛宣传农合及新农保的政策和实惠，发动村民积极参保，做到农合和新农保在全乡的全面覆盖。

（八）加强队伍建设，优化服务效能。

以建设服务型机关为目标，提高机关效能为环节，深入反腐倡廉为内容，进一步加强机关作风建设，大力营造透明的政务环境、优良的服务环境、高效的办事环境，不断提升服务群众、服务企业、服务发展的水平。进一步在乡村干部和广大党员中深入开展学习型创先争优和干部大走访活动，进一步强化干部为民意识，提高理论水平，增强服务能力，促进清正廉洁。打造一支“精干、务实、高效、清廉、勤政、为民”的乡村干部队伍，在广大人民群众中树立起党政机关和干部队伍的良好形象。

（九）加强走访监督，做好蹲点工作。

根据党委、政府的安排，xx年我在城前村蹲点，我将深入走访村民、加强对村干部的督促，主要做好几件事：一是建好城前村村委会村部，确保在今年4月份竣工；二是建好城前村八组的桥，争取在8月份竣工；三是硬化八组、十组1.2公里的水泥路，争取在10月份竣工；另外要做好村里的计生、粮食生产、综治维稳、综合环境卫生治理等工作。

市场业务工作计划 篇6

一、目前的医疗药品市场情况

目前，天下都正在进行着医疗药品行业的整改阶段，但只是一个刚刚开始的阶段，所以现在还处在一个没有特定的规章制度之下，市场过于凌乱。我们要在整改以前把现有的企业规模做大做强，才能立足于行业的大潮之中。

现在，各地区的医疗药品公司以及零售企业较多，但我们应该有一个明确的成长方向。现在是各医疗药品公司对待新产品上，不是炎热中。而对待市场上卖的开的品种却卖的很好。但是在有一个特点就是要么做医院的品种买的好，要么就是在同类品种上价格极低，这样才能稳定市场、抓住市场上的大部分市场份额。

现在，医疗药品行业的弊端就在于市场上同类以及同品种药品价格比力混乱，各地区没有一个统一的销售价格，同样是炎虎宁各地区的以及个生产厂家的销售价格上却是不一致的，这就极大的冲击了相邻区域的销售事情。使一些本来是忠诚的客户对公司掉去了决定信念，认同感以及依赖性。

以前各地区之间穿插，各自做各自的业务，业务员对相连的区域销售情况不是很了解，势必会对自己或者他人的销售区域造成冲击。在药品的销售价格方面，在同等比例条件下，利润以及销货数量是成正比的，也就是说销量以及利润是息息相关。

二、20xx年岁情计划

总结这一年，可以说是自己的学习阶段，是x以及x给了我这个机会，我在单位大家都当我是一个小老弟，给予了我相当大的厚爱，在这搭道一声谢谢。

自从做业务以来负责x以及x地区，可以说x以及x把这两个非常好的`销售区域给了我，对我有相当大的期望，可是对于我来说却是一个相当大的考验。在这过程中我学会了很多很多。包括以及客户之间的言谈举止，自己的口才得到了锻炼，自己的胆量得到了很大的提升。

可以说自己在这一年中，自己对自己都不是很满意，首先没能给公司创造很大的利润，其次是没能让自己的客户对自己很信服，有一些客户没能维护的很好，还有就是对市场了解不透，没能及时掌握市场信息。这些都是我要在20xx年的事情中首先要革新的。

20xx年，新的开端，既然把xx五个大的销售区域交到我的手上也可以看出x以及x下了很大的决心，因为这些地区都是我们的按照地，为我们公司的成长打下了坚实的基础。

三、对下一年岁情的设法

1、对于老客户，以及固定客户，要时常保持联系，在有时间有条件的情况下，送一些小礼物或者宴宴客户，好稳定与客户瓜葛。

2、在拥有老客户的同时还要不停从各种媒体获得更多客户信息，包括货站的基本信息。

3、要有好业绩就得增强业务学习，开拓视野，丰富知识，采取多样化形式，把学业务与交流技术向结合。

四、各地区的综合情况

1、xx地区商业公司较多，都是一些较大的具备潜在力量的可在开发型客户资源，现有商业公司属于一类客户，较大的个人属于二类客户，个人诊所属于三累客户。这几类客户中商业公司仍需要x的大力帮助。帮我维护好这些客户资源在一点儿点的转接过来。

2、xx地区现有的客户中除几家商业外，还有一些个人，在个人做药中，各地区都没有开发出大量的做药个人，这些小客户其实能给我们创造相当大的利润。我应该时常的在当地的货站，药店等周边找寻新的客户资源，争夺把各地区的客户资源都超过百名以上。

3、xx地区距离沈阳较进，物价相对来说较低，只有时常的以及老客户沟通，才知道现有的商品牌价。这样才能一直的拉拢老客户。在新客户的开发上，要从有优势的品种谈起，比如x，还有就是x方面。还有就是当地的商业公司一定要看紧，看牢。

4、地区，一直不是很了解，但是从侧面了解到x地区是最难做的一个地区，但是这也是一个足够大的挑战。商业是很多，可是做成的却很少。这是一个极大的遗憾。在这一年中一定要多对这些商业动手才能为自己的区域多添加新鲜的血液。

5、x属于x区域，此区域有一些品种要及其的注意，因为是属于x的品种，但是我会尽的能力去开发新的客户资源，虽说这个地区欠好跑，但是我也一定要拿下。没有翻不过去的墙，走不过去的莰。

结合以上的设法，底下是我今年对自己的要求：

1、每月要增加至少15个以上的新客户，还要有5到10个潜在客户。

2、每月一个总结，看看自己有哪一些事情上的掉误，及时改正下次不要再犯。并及时以及内部工作人员沟通，得到单位的最新情况以及政策上的支持。

3、见客户以前要多了解客户的状况以及需求，再做好准备事情才可能不会丢掉这个客户。

4、对所有客户的都要有一个很好的事情态度，但是对有一些客户提出的无理要求上，决不克不及在低三下气。要为公司树立良好的形企业形象。

5、客户遇到疑难题目，不克不及充耳不闻一定要尽一力帮助他们解决。要先做人再做事，让客户相信我们的事情实力，才能更好的完成使命。

6、要对公司以及自己有足够的决定信念。拥有健康、乐观、积极向上的事情态度，这样才能更好的完成整年使命。

7、与其他地区业务以及内部工作人员进行交流，有团队意识，这样才能更好的了解最新的产品情况以及他们方式方法。才能不停增长业务技术。

市场业务工作计划 篇7

一、对销售工作的认识

1、市场分析，根据市场容量和个人能力，客观、科学的制定出销售任务。暂订年任务：销售额100万元。

2、适时作出工作计划，制定出月计划和周计划。并定期与业务相关人员会议沟通，确保各专业负责人及时跟进。

3、注重绩效管理，对绩效计划、绩效执行、绩效评估进行全程的关注与跟踪。

4、目标市场定位，区分大客户与一般客户，分别对待，加强对大客户的沟通与合作，用相同的时间赢取最大的市场份额。

5、不断学习行业新知识，新产品，为客户带来实用的资讯，更好为客户服务。并结识弱电各行业各档次的优秀产品提供商，以备工程商需要时能及时作好项目配合，并可以和同行分享行业人脉和项目信息，达到多赢。

6、先友后单，与客户发展良好的友谊，处处为客户着想，把客户当成自己的好朋友，达到思想和情感上的交融。

7、对客户不能有隐瞒和欺骗，答应客户的承诺要及时兑现，讲诚信不仅是经商之本，也是为人之本。

8、努力保持和谐的同事关系，善待同事，确保各部门在项目实施中各项职能的顺利执行。

二、销售工作具体量化任务

1、制定出月工作计划和周工作计划、及每日的工作量。每天至少打30个电话，每周至少拜访20位客户，促使潜在客户

户从量变到质变。上午重点电话回访和预约客户，下午时间长可安排拜访客户。考虑北京市地广人多，交通涌堵，预约时最好选择客户在相同或接近的地点。

2、见客户之前要多了解客户的主营业务和潜在需求，最好先了解决策人的个人爱好，准备一些有对方感兴趣的话题，并为客户提供针对性的解决方案。

3、从招标网或其他渠道多搜集些项目信息供工程商投标参考，并为工程商出谋划策，配合工程商技术和商务上的项目运作。

市场业务工作计划 篇8

在明年的工作规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，而相对稳定的销售团队。

人才是企业最宝贵的资源，一切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，合作精神的销售团队是企业的根本。在明年的工作中建立一个和谐，具有杀伤力的团队作为一项主要的工作来抓。

2)完善销售制度，建立一套明确系统的业务管理措施。

销售管理是企业的老大难问题，销售人员出差，见客户处于放任自流的状态。完善销售管理制度的目的是让销售人员在工作中发挥主观能动性，对工作有高度的责任心，提高销售人员的主人翁认识。

3)培养销售人员发现问题，总结问题，不断自我提高的习惯。

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。

4)在地区市建立销售，服务网点。

根据今年在出差过程中遇到的一系列的问题，约好的客户突然改变行程，毁约，车辆不在家的情况，使计划好的行程被打乱，不能顺利完成出差的目的。造成时间，资金上的浪费。

5)销售目标

今年的销售目标最基本的是做到月月有进帐的单子。根据公司下达的销售任务，把任务根据具体情况分解到每月，每周，每日;以每月，每周，每日的销售目标分解到各个销售人员身上，完成各个时间段的销售任务。并在完成销售任务的基础上提高销售业绩。我认为公司明年的发展是与整个公司的员工综合素质，公司的指导方针，团队的建设是分不开的。提高执行力的标准，建立一个优良的销售团队和有一个好的工作模式与工作环境是工作的关键。

以上是我对20xx年销售工作计划的一些不成熟的建议和看法，如有不妥之处敬请谅解。

市场业务工作计划 篇9

在此新春佳节已宣告接近尾声，我\*\*公司迎来20xx年，本部团队本着“既看出力，又看业绩”等客观综合评价考核的业务推广及执行理念，也充分认识到作为刚刚进入国内行业自身存在的不足。

20xx年是特殊又关键的一年，本着内销的逐步展开，使得我部各项工作开展，在一定程度上也同样面临着各类客户认可接受的严峻挑战。

为更好、更有效配合我公司各环节、各部门，在新一创造出更辉煌更骄人的成绩，结合实际存在的问题缺陷，熟思后，我准备做出实施如下计划。

一、业务开展工作流程：

1、信息收集与统计分析

2、客户类型定位：主动联系下单型、非主动联系下单型、综合比较型

3、信息反馈

4、信息分类：A类-资金到位、选择风力发电产品、3个月内采购

B类-选择风力发电产品、资金到位、6个月内采购

C类-有采购计划或感兴趣、6个月以上的客户

二、产品开展

主推后羿产品同时根据国内市场反馈、及时与公司沟通改进提高产品。垂直轴风力发电机(后羿风机\*\*4K \*\* eddyGT \*8600)客户开展对象：移动基站、农业灌溉、盐场、边防连队、哨所、航标灯、森林瞭望烽火台、湖泊渔民、电视差转换台、气象站、岛屿等

风光互补系统(风光互补路灯-后 BW庭径风光互补路灯 三亚风光互补路灯(HOT))客户开展对象：城市开发区、市政工程、主题公园、旅游景点等

新能源烘烤房项目方案

客户开展对象：农副产品产地、烟叶产地、茶叶产地等

三、网络推广

考虑到目前状况20xx主要是从以下几方面进行推广开展

1、关键词 搜索

2、网站的完善及与各个相关网站的友情链接

3、相关网站的学术及工程案例的发布(国外的项目为主)

4、微博的宣传(郑婷婷的建议)

四、客户资源管理及实施概要

1、进行信息的收集与统计分析，包括同行业同类竞争者产品的相关详细资料搜集。

2、积极了解当前各行业各种竞争环境，包括经济环境以及公共环境，并不失时机地明了、掌握本行业及相关制约行业的发展规律和前景，通过自己独到的市场眼光和敏锐的商业嗅觉，洞悉其中万变的发展轨迹和发展势头。争取以尽可能高的命中率，即成功率，迅速抓住身边各种稍纵即逝的业务订单和相关信息。

3、时刻注意跟进和完善客户的信息更新，建立客户的拜访，以及回访记录。

4、根据客户的资金信用状况，经营规模，人员素质，及其自身内部运作管理能力，对客户进行等级划分，在根据公司政策、市场具体情况等因素前提下，决定近期内我们该要下大力气的目标客户。

5、同客户所在的公司或单位相关部门，保持良好的通讯联系，建立数据库，对相关信息进行时段性跟踪分析，尽最大努力提高新老客户的回头率，乘势打造我们UGE的新型全方位服务模式，和服务品牌。

五、、业务团队的组织与带领、及行动计划的制定

1、业务团队的相关业务工作开展，可根据市场活跃的程度，及需求强度，考虑采取区域划分专人负责制的办法进行管理，好处有几点，如下：

(1)专人专区负责，业务人员对地理物情等各种环境不陌生，有利于增强自信心，便于业务工作的有效开展。

(2)服务专区内，新老客户对外派的业务人员，无论从心里还是从视觉印象上都比较容易接受，可在一定程度上增强我方人员在客户心中的可信任感。提高外访、洽谈的成功率。

(3)俗话说“金杯银杯，不如老百姓口碑”，在如今科技和通讯等各种传播技术手段都相对发达的商品经济市场，对于各种技术和资金都尚欠成熟雄厚的中小企业，要想获得更丰更高的订单增量，其中潜在客户的市场开拓，实在缺少不了70%~80%新老顾客的言语推荐、及经验传授。而且采取这种方式具有颇强的“连带效应”。

(4)有利于员工的能力、业绩等各项考核指标的量化跟踪，且从业务员自身职业规划等长远的角度来说，也具有相当重要而深远的意义。(各种具体落实方案，此暂不赘述)

2、做为业务团队的业务员，身负完成公司业绩指标的艰巨任务，本部对各个既定划分区域的业务员自身的业务技能和自我管理能力要求都相当高。不过我们会考虑实时给予一些相对强度的控制、沟通、协调和督导。

3、在激烈的市场竞争中，更需要要求外线工作人员保持极其高频率和足够数量的联络次数，及拜访次数。以期用行业内相对稳定的成交额和连续的专业客户服务，令竞争对手于短期内极难打破和摧毁我们建立起来并拥有的区域客户群和局部市场。

4、完成公司广告业务目标任务，及时反馈近期市场和客户信息，配合其它部门统筹开展工作。

5、引领本部团队，主动开展各种实践经验，感悟，心得的全面相互学习，从一定程度上增强我们团队人员的业务技能，以及自身素质。并对相关外务运行成本费用等，采取一系列切实可行，行之有效的指导和控制措施进行管理和监督。

六、近期内战略性行动方案计划

(一)基本职能的介绍与陈述

1、策划、并组织有关的各种市场活动，管理、参与跟进有关的项目咨询，与相关的媒体保持良好的工作联系。

2、建立数据库，进行跟踪分析，争取为公司提供真实可靠，既精确又有价值的市场信息。不失时机地洞察相关行业发展趋势。

3、获得并千方百计争取保持公司方面要求的最低业务总利润。

4、建立完善，科学切实可行的业务长远管理制度。在公司总经理的领导下积极开展各项工作，并积极争取为公司业务方面的管理提供专业的、可靠的、最新的参考依据。

5、制定月度、季度等时间段的工作目标，以及撰写相关的季度工作总结。并负责本部门员工的工作分工，考勤，培训，带领业务部人员团结协作，有计划，有效率地组织和开展工作，完成公司规定的业绩指标。

6、鼓励和引领本部门人员，积极开展各种学习，交流活动，介绍新思想，推广新经验提高整体业务人员的综合素质。

7、完成公司领导临时分派的其他工作。

七、制定月度、季度等的工作计划

(1)在3月份工作开展第一期，以市场的铺垫以及对市场进行热身推动为主，充分利用现有各种资源，尽最大努力和最大限度开拓市场。

(2)而在5-6月份，由于经过3月4月各种宣传计划的大量进行，5-6月份将是重点信息跟踪公关的最佳时期。

**第三篇：场外市场业务**

场外市场业务

1.2.3.4.5.6.场外市场业务包括什么？ 场外市场业务怎么办理？ 什么是场外市场业务？ 场外市场业务认识 场外市场业务办理条件 场外市场业务办理过程中有任何问题可以联系汉唐咨询。

1.场外市场业务包括什么？

场外市场业务定义：场外市场业务是指在交易所外由证券买卖双方当面议价成交的市场它没有固定的场所其交易主要利用电话进行交易的证券以不在交易所上市的证券为主在某些情况下也对在证券交易所上市的证券进行场外交易。近年来国外一些场外交易市场发生很大变化它们大量采用先进的电子化交易技术使市场覆盖面更加广阔市场效率有很大提高。

2.场外市场业务怎么办理？

场外市场业务办理包括：一个多层次的资本市场包括主板市场、二板市场、场外交易市场、地方市场。在这些市场之间存在着明显的职能的分工、功能的区分存在着对接贯通与递进或递退的关系。这些市场互相结合、互相联系,因此形成了一个有机的、统一的多层次的资本市场体系。2024年3月5日温家宝总理在十一届全国人大三次会议上所作的政府工作报告中明确指出“积极扩大直接融资。完善多层次资本市场体系扩大股权和债券融资规模更好地满足多样化投融资需求。”至2024年5月新三板六大关键制度基本成型。

4．场外市场业务认识

我国资本市场单一主要就是沪深证券交易所。能够在沪深交易所挂牌上市的企业大多数是大型或者超大型企业。在沪深交易所挂牌交易的公司中90%的公司注册资本超过4亿元。主板市场的准入标准极高。中小企业大多数难以符合沪深交易所的上市标准。中小企业在我国经济建设中起着十分重要的作用有着不可替代的地位。中小企业能够较好地增加就业、加快小城镇建设、推动新农村建设、增加广大居民收入有利于转变经济结构。但是,中小企业经营压力很大市场竞争性强在资金、技术、管理、市场准入、信息获取等方面都存在着较大的困难尤其是融资难已经成为制约中小企业发展的普遍问题。

5.场外市场业务办理条件

处于法律边缘的股权拍卖市场、产权交易中心。股权拍卖市场最早起源于法人（或自然人）为抵偿债务而被迫将其持有的法人股（或自然人股）进行公开拍卖而形成，其拍卖行为并不取决于企业法人（或自然人）的意愿。但是现在操作中股权拍卖已经超越了抵

**第四篇：白酒市场营销策划大纲**

白酒市场营销策划大纲

前言

今年初秋一到，乌市白酒市场就开始热闹了起来。那么到底谁能在乌市市场中能分得一杯汤水，谁又能在乌市市场充分显示自己与众不同的魅力，那得看各家企业的各种市场营销方案是否贴近消费者，是否符合整个消费系统的规律，如果有了这两条，那么今年的市场至少你可以分得丰收的一小杯，天山剑来了，带着一种勇气和魄力来到这个西北边上的大城市，它又将是扮演一个什么样的角色进入这个市场呢？这就是策划的关键，本案旨在解决以下问题：

1、营销队伍的基础建设；

2、乌市营销网络的设计；

3、乌市市场的营销导入；

4、乌市市场的广告策略；

5、乌市工作排期执行。

一、营销队伍的基础建设

建立一支强硬的，有战斗力的营销队伍非常重要，这是赢得销售市场的基础。但天山剑目前还谈不上营销队伍基础，还是属于一张白纸。为此，建立一个有一定素质的营销队伍是非常有必要的，我们对营销队伍的按排，将走以下几步：

第一、于本月x日起对现招的营销人员进行营销基础培训，培训的主要课程有：

1、营销理念和白酒市场终端开发的要求；

2、终端开拓的基本步骤

3、营销网络的基本构架

4、服务营销的心理观念

5、白酒营销的基本技巧

培训的主要办法采用互动、倒置的反逆向培训方式进行实践性培训，时间需要一个星期，市场模拟一个星期。

第二、定于本月x日开始进行队伍分工及市场自我完善：

1、实际操作过程，完成月工作计划，周执行计划和自我心得完善，和市场的基本操作。

2、完成服务与沟通的软性实践，进行全面与终端商的沟通实践，与兄弟片区的总结交流，完成心理的沟通总结分析。

3、市场排期表制作的基本技能操作。

第三，营销队伍的区域划分，完成营销队伍的组织合成。

二、乌市营销网络的设计

营销网络是营销队伍在市场中运作的战场，网络建立的科学与否，是企业走向成功的关键，为此，我们对营销网络进行初步设计。

营销网络的分类：

a、基础零售终端分为a、b、c三类

基础酒店终端分为a、b、c三类

b、基础酒店的市场网络方案基本属于市场基础层消费，而乌市的特点是基础零售终端由于区域的不一样，其投入的方式也不同。

首先，我们从c类终端即零售小店和小超市开始抓起，而这类终端还要分为abc三类，a类是属于人气旺、销量大的终端，b类是属于有一定量的终端，c类是属于店小生意轻，一天的营业额没有超过100元以上的终端。

尔后我们把区域也分为（转载自本网http://，请保留此标记。）abc三类战区，我们的基本思路是a类战区是指偏远的，网络渗透性差的区域，但又是白酒主消费区域，如头屯河区、东山区、乌鲁木齐县，因为这些区域，假如我们启用诓钓差异法营销方案，容易进入市场终端。b类战区如水磨沟区、新市区，由于靠近城市边缘，业主对诓钓差异法容易接受，上货快。c类是天山区、沙区，这两个区域是城市的中心区，是高价位消费的集散地，天山剑酒要攻克这个区域有许多难度，只能慢慢啃，我们为什么把区域划得如此之细，关键是要打好这第一场硬仗。

现在我们的初步区域网络划分为：第一战区头屯河区、东山区、乌鲁木齐县三个地方为第一攻克区，人员配备8名，在二十天内完成六百家的网络配货任务；

第二战区是水磨沟区和天山区，在第一个时间内配备2人，摸清市场情况，完成意向市场调查，并开展逐步铺货工作。等第一战区完成第一阶段工作后，抽调6名人员，集中攻克第二战区，后续在15天内完成400家的铺货。

第三战区为天山区、沙区，在第一时间内配备2个人员，在20天内完成市场终端和初步铺货工作。进入第三阶段后再配入6名业务能力极强的能手，进行大面积的攻克，达到第三阶段完成该战区600家的铺货量，最终合计完成XX家的终端铺货任务。

酒店终端市场在零售终端完成1500家后，组织十个人的酒店开发队伍，开始主攻c类酒店终端，主打产品为248ml天山剑窖，铺货策略运用双品牌弹空方案（方案另案提供）。主要广告传播突破点为五条乌市美食街。每一条街上的所有酒店安排不少于四个促销小姐。同时其它人员分到各个片区进行铺货，需要注意的是酒店绝对不能和其它终端合在一起或一个人同时管辖二个不同类型的终端，以便造成业务人员占市场价格的孔子，乱打价格战。

这些任务的完成，要依靠以下几个营销策略：

1、指标量化，现阶段铺货期不能讲总任务，而要按天任务、三天任务、一周任务、十天任务、十五天任务、二十天任务、二十五天任务，和三十天任务来量化。这样，不但在第一时间发生问题，可以极时补救，不伤筋骨。业务员完成的任务也比较轻松，为后续的营销任务完成带来保证。

2、其量化指标为：第一阶段每天三件（双品牌计为6件），主要方向向各大小区零售店、小超市铺设，再次是向各散住区铺设，最后铺向商业区。并进行难易四分法，对各自的片区实行分类，达到最速率有效攻克。

第二阶段，即四个星期后每天增加到5件，主要向办公区域和小酒店铺设；第三阶段任务5件，但主要集中打攻坚战，向中心区域铺设；对第二步酒店的铺设从第二阶段开始，并与零售分开，采用与零售进行工作竞争，但不能渗入零售的策略。当然，酒店先铺设c类，也可铺设一部分b类，但不能铺设a类，这是策略，必须遵守游戏规则。

3、终端数据录入，业务员在进入铺货期中，必须完成与业主的合同签订，业务登记和回公司数据录入，并结清款项，绝对不能拖到第二天，拖一天要做出相应的处罚，终端数据录入后等第二次回款时，进入业务员网络积分累积，累计越多，工资基数越大，一般以5元为一个终端，每个终端必须完成不少于三次以上的回款行为，假如三个月内无发生两次以上进货行为，或销售额不足保证点，该终端基础工资将取消，一切以电脑系统数据为准，达到100家终端以上之后通过网络数据实际回款总额，给予提成。对同一门牌、同一电话号码、同一地址和同一个店出现二个人名的情况将予以取消，并给与罚款。

4、终端数据录入员必须每天清理数据库一次，一周向营销老总递交情况报告。

5、计算业务员工资有3条规定：

（1）铺货终端数；

（2）铺货量基本底线。

（3）铺货回款标准频次。

6、要求主推品牌为两件：一件为特曲，一件为老窖，老窖要求去掉包装，改为牛皮纸古典包装。

三、营销导入过程

营销导入要采用各种不同的方式进行导入，本次营销导入将采用差异法营销导入法进行工作：

差异营销导入法的方案为：在进行铺货时，采用钓鱼的形式进行，铺货必须形成合同协议形式，一件酒的价格必须当场收回，但合同规定，当该酒在7—10天内售完后，再进第二件时，可以把第一件酒的70%的货款予以退回，作为公司对终端的支持和酬谢。这种方式的优点是有小便宜可沾，一般c类终端业主都会接受，并有合同为准，其信任度大提高。由于完成首次购买，大量酒品库压在业主终端，迫使他们进行积极销售。本活动不适用a类和b类终端。

当进入到第二次购买时，我们开始进行大规模的差异促销活动，这种促销是通过酒中探宝，来提起消费者的购买欲望，达到完成二次购买的热潮，迫使业主动进第三批货。完成第三次购买与我们设计投递的五封qq信件也有密切关系，把五封qq信设计成有促销行为的方案，达到（转载自本网http://，请保留此标记。）消费者自动上门购买的目的。

我们认为运用这三种方式是完全能够解决市场导入XX家终端的目标。

特别提醒的一点：由于此种铺货方式有一定的风险，后续要是广告传播跟不上，会造成市场价格体系的大混乱，甚至会就此而把产品做死。假若做不到互相对应，请放弃这种形式。

四、天山剑酒的广告策略

天山剑酒的广告策略分为以下步骤：

1、五封信策略：在招聘中，我们为什么要招收一批宣传员，就是用在这个方面。我们将策划创意出五封不同风格的、极有煽动性的qq家书，主要讲述“天山剑”酒的动人由来和让人心动的购买契机，一步一步把消费者的胃口吊起来，让消费者无法忘记这种叫“天山剑”的酒，直到看完第五封信时，让人非得去尝试一口不可，为期为20至30天，发行每期不少于5万份。

2、立花策略：由于现在贴pop一般工商局会干涉，但立花没人能管。我们印制一大批立花，打上天山剑的广告语和天山剑品牌，布置到各个终端和部分家庭，进行气势宣传，与众不同，肯定会带来不一样的收获。用胶带把天山剑大盒包装箱合六为一摆设在各个零售终端外面，以作宣传，这样既与众不同，工商局也不会管。

3、大门口放置一些小展板，进行宣传，展板上只要有“天山剑酒已到”字样均可。

4、制作一部15秒的广告片，待促销活动完成后制作，主题为“义气男儿—天山剑”。

5、促销的“启事”广告，详细内容在后续的促销策划案中。要求以酒店终端为主要目标，以小超市为辅助进行宣传。

6、终端小礼品，要赶制一批送给客户的小礼品，价值在5元钱左右，要求形象活泼，有收藏价值。

7、一个连续的平面报纸广告，主要是推动高档酒的销售

尾语

一切策划，不可能百分之一百到位，但只要能够完成其80%以上，我们的市场将大有起色。当然，执行中肯定会有许多磨擦，愿我们互相理解，互相支持，只有一个目标，把市场做大，把蛋糕做大，这才是真理。

您可以访问本网（）查看更多与本文《白酒市场营销策划大纲》相关的文章。

**第五篇：市场营销员考证大纲**

课程大纲

职业名称：营销员（国家职业资格五级）

职业定义：从事市场调研、市场分析、营销策划、市场开拓、直接销售、客户管理等营销活动的人员。

招生对象：营销从业人员或对市场营销感兴趣的人士。

一、职业背景介绍

我国市场营销人才缺口巨大：随着我国市场经济的发展，企业的生存与发展越来越倚重市场营销体系和营销策略，企业营销运作水平的高低取决于营销队伍素质的高低，社会上虽有规模巨大的营销大军，但真正受过系统训练的合格的营销人员比例却很小，优秀营销人才的匮乏成了制约企业发展的第一瓶颈，营销人才从数量和质量上都产生了巨大缺口。

市场营销是需求排名第一的行业：营销是决定企业生存和发展的最重要、最基本的职能之一；是未来十年需求排名第一的职业；是升职潜力最大的职业；是薪资弹性最大的职业，营销岗位的薪资明显高于其他行业，并且随着营销技能水平的提高而节节攀升。

二、培训及证书介绍

本培训的主要目的：

1、帮助营销从业人员及对营销感兴趣的人员系统地学习营销理论知识和业务技能，提高职业能力；

2、为希望取得营销员职业资格证书的人员提供系统的、规范的培训和考试辅导。

报名参加本培训的人员，经参加“劳动和社会保障部远程职业培训网营销远程职业培训”组织的考试并合格者，可获得由劳动和社会保障部中国就业培训技术指导中心颁发的营销员职业培训合格证书（简称CETTIC职业培训合格证书）。

CETTIC职业培训制度是劳动和社会保障部根据国家职业教育法设立的，由劳动和社会保障部中国就业培训技术指导中心组织开展。CETTIC职业培训证书可以作为学员从业的凭证，也可作为申请职业资格证书的鉴定时，接受过相关职业资格鉴定培训的证明。

CETTIC证书序列号为统一编码，其有效性可通过中国就业培训技术指导中心的管理网站“中国职业培训与技能鉴定服务网”查询，通过点击“证书查询”栏目链接进入该管理网站查询

三、教学大纲（参照《营销员国家职业标准》设置,详见附注2）

四、学习时间、内容、学习流程及培训费用

学习时间：网站为参加营销员学习的每个学员提供的学习时间最长可达720小时，学员可在6个月限期内灵活安排使用（折合每天平均达4小时），在考试前一个半月内，如学习时间用完，学生可提出申请，如经审核该学生学习记录良好，可为其免费赠送学习时间至职业资格鉴定考试次日。

学习内容：

营销员课程：

知识点习题学习：囊括527个知识点，不低于80学时

多媒体课件学习：54个多媒体课件，不低于165学时

自我测试：学习期内不限

离线学习辅导：学习期内不限

总学时：不低于245学时

注：1学时=45分钟

其中：鉴定辅导在鉴定前举行，具体日期安排见通知。

学习流程：参加网络学习→参加营销职业培训考试（CETTIC考试）→通过者获得CETIIC证书→符合职业资格鉴定条件者报名参加鉴定→通过者获得营销师职业资格证书。

培训费用：培训费为780元（含CETTIC考试及证书费，不含教材和职业资格鉴定费）。如学员未通过培训合格考试（即CETTIC考试），经本人申请，可免费一次参加下一轮次的考试，如果想继续学习，学习费可优惠为每人每月100元（不限小时数）；如第二次考试仍未通过，再申请参加考试则每人另收考试费150元，如果想继续学习，学习费仍为每人每月100元。

五、考试大纲及考试安排

职业培训考试采取了和职业资格鉴定同样的标准，分为理论知识考试和业务技能考试。理论知识考试和业务技能考试均采用闭卷笔试。理论知识考试和专业能力考核均实行百分制，成绩皆达60分及以上者为合格，其中，理论知识考试分为基础知识部分和专业知识部分。理论知识考试时间为90分钟，专业技能考试时间为120分钟。考试时间见通知。

营销员理论知识考试的各模块分值比例：

模块 ： 基础知识 市场分析 营销策划 产品销售 客户管理 团队建设

分值比例： 25% 10% 25% 25% 15% 0

题型：单选题60道，每道1分，共60分；多选题40道，每道1分，共40分。

营销员业务技能考试的各模块分值比例：

模块 ： 市场分析 营销策划 产品销售 客户管理 团队建设

分值比例： 20% 20% 40% 20% 0

题型：情景模拟题2道，每道20分，共40分；案例分析题3道，每道20分，共60分。

附注2：教学大纲（见网站招生简章）

附注3：营销员职业资格证书申请标准（具备以下条件之一者）

1、连续从事本职业工作1年以上。

2、具有中等职业学校本专业（职业）或相关专业毕业证书。

3、经本职业营销员正规培训达规定标准学时数，并取得结业证书。

附注4：职业资格证书介绍

1、证书权威性：职业资格证书制度是一种特殊形式的国家考试制度，按照国家制定的职业技能标准或任职资格条件，由政府认定的考核鉴定机构，对劳动者的技能水平或职业资格进行客观公正、科学规范的评价和鉴定，对合格者授予相应的国家职业资格证书，主管权威机构为国家劳动和社会保障部。

2、证书用途：职业资格证书是表明劳动者具有从事某一职业所必备的学识和技能的证明。它是劳动者求职、任职、开业的资格凭证，是用人单位招聘、录用劳动者的主要依据，也是境外就业、对外劳务合作人员办理技能水平公证的有效证件。各省市根据当地的不同情况，颁布了各自的配套政策，比如河南将职业资格证书与工资挂钩，深圳与办理户口挂钩等。

培训师介绍

鲍孙毅： 人文经济专家 曾就职于中信集团、美国力伯特公司、大唐软件技术有限责任公司、北京甘同风险管理咨询公司。

创编《易联心智认知与修养系统》

从1991年—2024年从事对心智的研究和实践活动。其间在北师大举办系列讲座：初入社会、融入环境、自我营销与突破，入流与入圈等。对外企开办《职场心态调节与改良》修养课程。

与对外经贸大学国际经济伦理研究中心合作，开发适合中国本土企业的企业伦理建设。

现就职于北京甘同风险管理咨询公司，负责“企业中高层经理的心智道场”。

曾给奥美广告、嘉利公关、长城保险等公司的中高管进行培训。

培训擅长点：擅长在实际问题的探讨中，扩心智，转心识。

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