# 营销工作计划书(5篇)

来源：网络 作者：倾听心灵 更新时间：2024-10-17

*时间流逝得如此之快，我们的工作又迈入新的阶段，请一起努力，写一份计划吧。我们该怎么拟定计划呢？那么下面我就给大家讲一讲计划书怎么写才比较好，我们一起来看一看吧。营销工作计划书篇一认真贯彻学校提出的“成材先成人”德育首位思想，细化“铁纪柔情”...*

时间流逝得如此之快，我们的工作又迈入新的阶段，请一起努力，写一份计划吧。我们该怎么拟定计划呢？那么下面我就给大家讲一讲计划书怎么写才比较好，我们一起来看一看吧。

**营销工作计划书篇一**

认真贯彻学校提出的“成材先成人”德育首位思想，细化“铁纪柔情”的严格管理思路，落实“自主管理、自我教育”，坚持“严格、明理、激励、发展”管理理念。

针对初三（6）英才班的实际特点，班级以“自信、规范、民主、阳光、乐学”十字为班级文化建设核心，本学年加大力度，强化学习兴趣、方法的培养，共同营造最佳学习氛围，把会学、乐学落实到实处，全面提升本班各科成绩，把初三（6）班打造成历届英才班的顶峰。

二、工作目标与实施措施

（一）学风建设

1、第一个学月，总结初二下学期班级新课堂改革的成功与不足，充分认识到课堂改革的必要性，调动学生参与课堂的激情，让班级成员真正学会学习，乐于学习。

2、微调学习小组，确定新一届小组长，明确小组成员的选拔标准、职责，组内成立“一帮一”对子。

3、建立学习司，隶属学习部管理，分设动力司、方法司、小组考评司、帮扶司……细化学习部工作，尤其是学风建设、学科培优帮困、小组考评机制建设。

4、各科建立精英组，充分利用课余学习时间，多做题、做难题，直指中招试题，为进入高一宏志班打下坚实基础。

6、学习目标：

月考、期中、期末文化课总成绩垄断前10名，前20名要有15人，前30名要有20人，前50名要有35人，前80名要有50人。

中考目标：文化课成绩（语数外各120分、物理70分、化学50分、政治70分、历史50分共600分，试验15分、体育50分，体育、试验不计入总分）总分510分以上20人，总分450分以上35人。

（二）班级管理

1、换届选举新一届班委会，上一届班委会成员在第一学月的班会上做工作综述与竞聘演说，公开竞选，优化新一届班干部队伍。

连任条件：成绩在年级80名前、无重大违纪、人品过硬、有宽容、奉献精神，有一定领导能力优先、责任心强、敢管且服众。

先对原班委会成员进行民意测评，有80%的得票率确定连任，低于50%的得票率的原则上不再连任，得票率在51%—79%的班干部与其他竞聘者公开竞争来确定。如果没有合适人选可以暂时连任，期中过后进行公开招聘。

2、充分发挥班委会的自主管理的作用，团委与班长（副）共同搞好每次班会的策划、主持人选拔（最好不重复）培训、班会主题征集。班委会各部认真做好一日常规监督指导，每部每天要有一次监督指导与检查并在每天的班检上做出结论性的评判与指导。文艺部继续做好一日班歌、一周一歌、一月一party活动，军训期间的拉歌与歌咏比赛和音乐考试等。团委做好班级思想教育工作，及时处理班级成员中的思想、交往、心理问题，做好校团总支的常规检查，做好仪容仪表、言谈举止文明培养与监督，确定班级形象不受到任何沾污。

3、改选民主监督委员会，原则上设立4人，男2人、女2人，及时做好班干部工作监督与班级违纪现象的监控，同时做好对班主任、任课老师的沟通与交流，上举民意，对教师教学提出合理化建议。

4、加大班级违纪处理力度，对于七条禁令触犯者经过班主任教育不改者，送学校德育班接受德育再教育，如果德育班毕业后仍不改者，提请德育处给予校级处分直至劝退，原则上英才班违纪从严加重处罚。对于其他违纪现象依据班规班法和初二各部采用的处罚措施，原则上不体罚不听课不叫家长，从哪里跌倒从哪里加倍爬起来，例如：迟到现象，可以锻炼上下楼梯、上课说小话可以利用周末在教室锻炼说话等方式，午休说话可以不午休进行军姿锻炼。

5、加强班级成员选优透明性和公平性，对于表现优异的成员、优秀小组及时进行鼓励，加大嘉奖力度，资金来源：班费50%班主任50%之和。物质奖励、外出奖励、荣誉奖励并重。

7、班级管理目标：

a、流动红旗常驻六班

b、各项活动、比赛争一。

c、班级无恶略事件发生（含安全事故、丢失等）

d、人人有事做，事事有人做。人人想着做而且要做好，事事及时做而且做到极致。

**营销工作计划书篇二**

一、目标市场分析预测

1、区市场分析预测

近几年来随着社会的发展、人们的思想提高，旅游业的增加，使得经济发展迅速，目前酒店业在市内十分看好。从市场角度分析，现在中抵挡酒店市场日趋饱和，高酒店在两年内竞争不算激烈，可以从中采用各种应对措施稳定客源。

2、竞争对手分析

对于每个酒店来说，每个同档次的酒店都是自己的竞争对手，甚至某些不同档次的酒店也成为潜在竞争对手，但从目前情况看，在本市的竞争对手的不是在市区的酒店，而是附近的几家连锁酒店。连锁酒店都是依照总店的经营模式定位，而不会根据实地的实际情况定位。

3、本酒店竞争能力分析

本酒店的优势：

本酒店属于自创酒店使用自己的模式和定位，可根据人们的消费水平自行调价来提高住客率，不用按照连锁酒店的模式给予定价，可根据当地的实际情况(淡、旺季)随时推出活动，打造几间独特的婚房，从这方面就有一定的独占性和排他性。

4、销售模型制定

为使销售过程与销售小组活动的关系正常化，制定顾客发展模型，对顾客进行销售前研究，以收集并预测顾客愿望，分析其销售潜能;然后探索和分析其特定需求，进行个性化销售宣传，决定竞争者类型及范围;接下来制定满足目标顾客需求的明确的协议书，以得到顾客的认同;第四步是实施具体策略营销，尝试添加满足或超越顾客需求的增值产品或服务;第五步，随时追踪监控服务反馈信息，保证顾客满意化;最后是了解时尚趋势，精心研究客户未来需求以保持和扩大伙伴关系。

5、全年本酒店客源预测

全年稳定客源首先是关系户，协议客户，老客户，旅行社，维护新客户。

二、全年市场定位和目标确定。

全年酒店目标

全年我店的主要目标市场应确立为商务市场为主导(包括商务散客、商务会议、)，旅游市场为辅。商务市场的开发，我们必须着力拓展商务会议团队，不但只是附近地区的，而且要把触角发展到其他县、区，提高酒店的知名度和美誉度，把酒店打造成为本市知名商务品牌。保证顾客的忠诚度，为今后的竞争打下基础。

根据淡旺季不同月份、各黄金周制定不同的促销方案，做为各月份工作重点和目标。

**营销工作计划书篇三**

一、销售业绩

年计划销售金额\_\_\_\_万元。

根据年销任务，分解到每个季度，每个月。再根据市场情况制定完整可行的销售计划。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系统及个人，完成各个时段的销售任务。并在完成任务的基础上，提高销售业绩。主要手段是：提高团队素质，加强团队管理，根据行业客户需求制定各种专题销售活动，制定奖罚制度及激励方案(根据市场情况及各时间段的实际情况进行)此项工作不分淡旺季时时主抓。在销售旺季针对大中型企业实施力度较大的针对性活动，强势推进大客户广告投放。

dm刊物销售目标\_\_\_\_万。网站\_\_\_\_万。

dm刊物广告销售\_\_\_\_万，是按照每月\_\_万元的销售金额计算的。理事单位会费计划收取目标为\_\_\_\_万，其他版面合作销售为\_\_\_\_万元，目标客户为旅行社、彩铃装饰等版面认购。

第一季度：理事单位\_\_万。dm广告收入\_\_万，网站广告收入\_\_万。

第二季度：dm广告收入\_\_万。四五月广告主要来源于餐饮、酒店、旅游；六月主要来源于休闲、旅游；组织特色餐饮旅游活动。网站广告收入\_\_万。

第三季度：dm广告收入\_\_万。主要来源于饮料产品、休闲洗浴、旅游。组织特色暑期活动和避暑休闲活动，网站广告收入\_\_万。

第四季度：dm广告收入\_\_万。主要来源于餐饮和旅游广告。网站广告收入\_\_万。

网站的20万销售任务一部分来自与硬性广告，另外一部分是与商家的商业活动合作。

二、团队工作大致分为四个步骤进行：

1、对新招聘的员工进行量化考核管理，刺激、排查、清除部分能力较低的老员工。

具体执行办法：用一周的时间进行招聘和排查老员工。

2、配合部门发展需要鼓励员工与其他媒体进行沟通互换，扩大公司行业影响面。

由于我公司初步涉及餐饮行业的领域，资源积累还不足，鼓励员工与其他媒体之间沟通一时提高我们的资源数据库，二是让员工直接快速的进入工作正轨状态。

3、制定相关的团队管理制度及权责分明明晰和工作范围明晰，完善业务人员的工作报表。

对每月的任务进行分解，并严格按照工作任务进行分解做到环环相扣，权责分明，责任到人，工作细节分到不能再细分为止。坚持周工作例会，随访辅导，述职谈话，报表管理等工作；保持团队的稳定性，经常与其他各部门的人员进行沟通，针对市场调研、市场动态分析及信息反馈做的好的员工给予奖励制度，全力打造一个快速反应、自控能力强的团队。

三、其他外联活动

1、加强与客户公司中高层领导的沟通与往来，更好的传递公司的文化理念与企业文化。在需要我们公司领导拜访的时候，将会以书面的形式递交于公司相关领导，将会详细的说明拜访对方领导姓名职务，拜访预期要达到的目的，具体的时间地点等等。此项工作每个业务人员都必须要做。

2、在日常工作中要时时的了解竞争对手的情况，了解他们的媒体策划、近期主题活动、广告优惠政策等一系列问题，针对竞争对手的情况在适当必要的时候拿出我们的方案给予有力的还击，做到知己知必。

3、主动积极策划和联系行业客户各种活动需求，根据客户发展需要量身制定扩大其宣传，树立其形象的特刊、户外活动、行业评选活动等，做到全方位服务客户。

4、承接或联办各种行业活动，依靠行业内其他强势媒体，借助其广阔的资源优势，快速打造和树立我们的品牌形象。

以上是我部门在\_\_年执行的大致工作内容，希望得到领导的正确引导和帮助，我部门一定会在新的一年里以崭新的工作状态和面貌投入到新的工作中，努力学习，提高业绩。

**营销工作计划书篇四**

(一)细分目标市场，大力开展多层次立体化的营销推广活动。

\_\_部门负责的客户大体上可以分为四类，即现金管理客户、公司无贷户和电子银行客户客户。结合全月的发展目标，坚持以市场为导向，以客户为中心，以账户为基础，抓大不放小，采取“确保稳住大客户，努力转变小客户，积极拓展新客户”的策略，制定详营销计划，在全公司开展系列的媒体宣传、网点销售、大型产品推介会、重点客户上门推介、组织投标和集中营销活动等，形成持续的市场推广攻势。

巩固现金管理市场领先地位。继续分层次、深入推广现金管理服务，努力提高产品的客户价值。要通过抓重点客户扩大市场影响，增强现金管理的品牌效应。各行部要对辖区内重点客户、行业大户、集团客户进行调查，深入分析其经营特点、模式，设计切实的现金管理方案，主动进行营销。对现金管理存量客户挖掘深层次的需求，解决存在的问题，提高客户贡献度。今月争取新增现金管理客户185200户。

深入开发公司无贷户市场。中小企业无贷户，这也是我行的基础客户，并为资产业务、中间业务发展提供重要来源。20\_\_7月在去月开展中小企业“弘业结算”主题营销活动基础上，总结经验，深化营销，增强营销效果。要保持全公司的公司无贷户市场营销在量上增长，并注重改善质量;要优化结构，提高优质客户比重，降低筹资成本率，增加高附加值产品的销售。要重点抓好公司无贷户的开户营销，努力扩大市场占比。要加强对公司无贷户维护管理，深入分析其结算特点，进行全产品营销，扩大我行的结算市场份额。20\_\_月要努力实现新开对公结算账户358001户，结算账户净增长272430户。

做好系统大户的营销维护工作。针对全市还有部分镇区财政所未在我行开户的现状，通过调用各种资源进行营销，争取全面开花。并借势向各镇区其他政府分支机构展开营销攻势，争取更大的存款份额。同时对大中型企业、名牌企业、世界10强、纳税前8000名、进出口前7334强”等10多户重点客户挂牌认购工作，锁定他行目标客户，进行重点攻关。

(二)加强服务渠道管理，深入开展“结算优质服务月”活动。

客户资源是全公司至关重要的资源，对公客户是全公司的优质客户和潜力客户，要利用对公统一视图系统，在全面提供优质服务的基础上，进一步体现个性化、多样化的服务。

要建设好三个渠道：

一是要按照总行要求“二级分公司结算与现金管理部门至少配置3名客户经理;每个对公业务网点(含综合业务网点)应当根据业务发展情况至少配备1名客户经理，客户资源比较丰富的网点应适当增配，”构建起高素质的营销团队。

二是加强物理网点的建设。目前，由于对公结算业务方式品种多样，公司管理模式的差异，对公客户最常用的仍然是柜面服务渠道。我行要加强网点建设，在贵宾理财中心改造中要充分考虑对公客户的业务需要，满足客户的需求。各行部要制定详细的网点对公业务营销指南，对不同网点业态对公业务的服务内容、服务要求、服务行为规范、服务流程等进行指导。

三是要拓展电子银行业务渠道，扩大离柜业务占比。今月，电子银行业务在继续“跑马圈地”扩大市场占比的同时，还要“精耕细作”，拓展有层次的目标客户。各行部应充分重视与利用分公司下发的目标客户清单，有侧重、有针对地开展营销工作，要在优质客户市场上占据绝对优势。同时做好客户服务与深度营销工作。通过建立企业客户电子银行台账，并以此作为客户支持和服务的重要依据，及时为客户解决在使用我行电子银行产品过程中遇到的问题，并适时将电子银行新产品推荐给客户，提高“动户率”和客户使用率。

深入开展“结算优质服务月”活动。要树立以客户为中心的现代金融服务理念，梳理制度，整合流程，以目标客户需求为导向。加快产品创新，提高服务效率，及时处理问题，加强服务管理，提高客户满意度，构建以客户为中心的服务模式。全面提升\_\_部门服务质量，实现全公司又好又快地发展目标。

(三)加快产品创新步伐，加大新产品推广应用力度

结算与现金管理部作为产品部门，承担着产品创新、维护与管理的责任加强营销支持系统建设。做好总行全公司法人客户营销、单位企业级客户信息管理和单位银行结算账户管理三大核心系统的推广工作，为实施科学的营销管理提供技术手段。

完善结算产品创新机制。一是要实行产品经理制，各行配备产品经理。产品经理要成为收集、研发产品的主要承担者。二是建立信息反馈机制。各行部将客户需求汇总后报送分公司结算与现金管理部。分公司定期组织联系行、重点行召开产品创新业务研讨会，集中解决客户关心的问题。

提高财智账户品牌的市场认知度。今月要继续实施结算与现金管理品牌策略，以“财智账户”为核心，在统一品牌下扩大品牌内涵，提升品牌价值。要对新开发的结算与现金管理产品及时进行品牌设计，制定适当的品牌策略，纳入到统一品牌体系中。加强财智账户品牌的推广力度，做好品牌维护，保持品牌影响力。

发展第三方存管业务。抓住多银行第三方存管业务的机遇，扩大银证业务占比，发挥我行电子银行方便快捷的优势，加大新产品推广应用力度。各行部要加强对产品需求的采集和新产品推广应用的组织管理，明确职责，加强考核，形成触角广泛、反应灵敏的市场需求反馈网络和任务具体、激励有效的新产品推广机制，增强市场快速响应能力，真正使投放的新产品能够尽快占领市场、取得盈利。今月将推出本外币一体化资金池、单位客户短信通知、金融服务证书、全国自动清算系统等新产品。

(四)抓好客户经理和产品经理队伍建设，加紧培养\_\_部门人才

要加强人员管理，实施日常工作规范，制定行为准则，建立和完善工作日志制度、客户档案制度、走访客户制度以及信息反馈制度。

加强业务培训。今月分公司将继续组织各种结算和现金管理业务、电子银行业务培训和营销技能培训，尝试更加多样化的培训方式，通过深入基层培训，扩大受训人员范围，努力提高业务人员素质，以适应现代商业银行市场竞争需求。

(五)强化流程管理，提高风险控制水平

要以风险防控为主线，积极完善结算制度体系建设。在产品创新中，坚持制度先行。要定期通报结算案件的动向，制定切实的防范措施，坚决遏制结算案件发生。加强对结算中间业务收入的管理，加大对账户管理的力度。进一步加强监督力度，会计检查员、事后监督要要注重发挥日常业务检查监督的作用，及时发现、堵塞业务差错和漏洞，各网点对存在的问题要进行整改。

**营销工作计划书篇五**

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顺利执行。

二、销售工作具体量化任务

1.制定出月计划和周计划、及每日工作量。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、从招标网或其他的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的日期需谨记，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

1.定期组织同行举办沙龙会，增进彼此友谊，更好的交流。(会议内容见附件)

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。

2.对于老客户和固定客户，经常保持联系，在时间和条件允许时，送一些小礼物或宴请客户，当然宴请不是目的，重在沟通，可以增进彼此的感情，更好的交流。

3.利用下班时间和周末参加一些学习班，学习更多营销和管理知识，不断尝试理论和实践的结合，上网查本行业的最新资讯和产品，不断提高自己的能力。以上是我这一年的销售工作计划，工作中总会有各种各样的困难，我会向领导请示，向同事探讨，共同努力克服，争取为公司做出自己最大的贡献。

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