# 2024年市场部员工述职报告(三篇)

来源：网络 作者：前尘往事 更新时间：2024-06-09

*在当下社会，接触并使用报告的人越来越多，不同的报告内容同样也是不同的。优秀的报告都具备一些什么特点呢？又该怎么写呢？这里我整理了一些优秀的报告范文，希望对大家有所帮助，下面我们就来了解一下吧。市场部员工述职报告篇一由于我们公司成立时间并不太...*

在当下社会，接触并使用报告的人越来越多，不同的报告内容同样也是不同的。优秀的报告都具备一些什么特点呢？又该怎么写呢？这里我整理了一些优秀的报告范文，希望对大家有所帮助，下面我们就来了解一下吧。

**市场部员工述职报告篇一**

由于我们公司成立时间并不太久，市场部之前一直在做老社区服务工作，今年开始刚涉及新社区的推广工作，对于新社区由于没有经验，对社区了解的也不多，基础工作相对较薄弱，只能边干边摸索，逐步总结经验，使工作走向正规。在这一年的新社区工作中，我觉得市场部的内部基础是关键，为此在年初刚开始开展工作时，我们首先抓好市场部的内部基础工作，具体工作如下：

1、建立部门内部的工作管理制度，如《市场部管理规范》《市场部工作管理分工》，使市场部工作和个人工作行为均在制度的管控范围之内，做到有法可依，有章可循。使员工熟知部内内部的管理制度，使之在工作中能进一步确定自己的职责，在制度范围内程度的发挥自己的能力。

2、规范流程。采取合理、实用的流程，规范和制约整个宣传推广工作，如：前期小区调研、调研报告分析、小区资源整合、制定推广方案、小区资源卖场招商、资源投放、交房现场活动参与及实施，流程环环相扣，逐步形成一套完整的管理制度，使整个市场部工作流程统一化，系统化。

3、强化培训，工作重点以老社区为主到现在以新社区推广为主的工作方向的转变，使工作人员的工作方向及工作目标也随之转变。年初的凯旋新城活动、领秀城电梯广告及宣传栏的投放，员工从中学到了很多新社区推广办法，并总结了一些实际经验，为后期的新员工培训打下了良好基础。但对于我公司市场部来说，员工年龄偏低，社会经验较少，前期更少有涉及宣传推广工作，小区推广对于他们来说，又是一个新兴的宣传模式，所以加强内部培训是我们的重点工作，今后还需边干边练，培养出一部分骨干人才。

4、协调关系，加强沟通。为了能获取更多的小区资源及相关信息，需要跟相关主管部门及关系单位搞好关系，市场部需要做好前期小区内部协调工作，卖场内部招商工作及活动开展后的现场协调工作。我们不仅自己主动去做社区工作，更要跟与社区生活密切相关的其他公司沟通协调，包括大明商户、小区开发商、物业公司、小区业主、装饰公司、卖场以外其他品牌，全方位的了解工作信息，各方面渗透，从而为小区推广工作打下良好基础。

二、各项指标情况

20xx年我们市场部各项指标情况总结如下：

1、社区服务方面：第一季度，主要推广服务15个小区，计服务居民400余户，其中散户维修方面，1月份共登记电话预约维修服务散户460余户，市场部前期所有人员参与维修服务，利用1个月时间，春节之前全部维修完毕，客户满意度98%。所服务的小区汇总如下表。

2、新小区推广：全年共计推广新社区13个，分别以宣传栏广告、电梯广告、业主内部联谊活动、现场展位活动、发放单页手册等各种形式，大力宣传我公司，吸引了大量客户，也积累了一批潜在客户。在活动中，我们联系了各个品牌与我公司合作开展品牌活动，涉及商家共计13家。汇总在附表中。

3、小区调研：20xx年初，我们市场部员工进行调研的小区涉及鲁能领秀城、鑫源国际、中齐未来城、万豪国际、万达广场等30余个小区。010年年末，同志们又顶着严寒，调研济南市各区，包括章丘、济阳等100多个小区。

4、其余活动：除社区服务、小区调研外，我们市场部还进行了大量卖场促销活动及dm宣传品发放。全年共计发放dm手册3万册，dm单页10万张。为公司宣传做出了重要贡献。

三、其余主要工作

除上述基础性工作及指标性工作外，日常中我还进行了如下工作：

1、抓管理。市场部的管理工作直接涉及到市场部的工作效率，包括员工管理和业务管理。在对员工的管理上，一是抓制度建设，建立健全各项规章制度，做到有章可循、有法可依;二是做好员工的思想工作，提高员工积极性、责任心和责任感;在业务管理上，主要是规范工作流程和监督检查，使小区推广工作流程合理和实用，同时加强对各个环节的监督检查，从而提高整个市场部工作效率。

2、抓服务。服务主要是针对在小区推广活动中对内部业户、小区业主的，是市场部工作的重中之重。在对客户服务上我们力争做到主动、迅速、合理、简捷、周到，做到活动讲解简洁明了，熟知卖场活动，耐心讲解装修选材方面的知识，通过我们的积极主动的工作态度，使市场推广工作有条不乱的进行，拉近业主与卖场之间的距离，更促进业务的发展，使公司满意，客户也满意。

3、抓培训。为了提高市场人员的工作能力、效率及更好的完成各项工作指标，必须强化岗位培训。我们市场部主要的

培训内容包括：小区信息收集，发现小区可利用资源，资源整合，综合分析小区质量，分析业主质量，与卖场商户沟

通协调能力，活动现场气氛制造;与业主沟通能力及相关应变能力方面，公司主要采取集中培训和个别培训相结合，

理论培训和实际操作相结合，每次培训都有测试，员工的每次测试成绩都和业绩挂钩，月末、年终将进行综合评价，

以此来激励员工的工作积极性。

4、抓小区推广质量。一年来，我们通过前期摸排搜集小区信息，筛选有质量的小区做推广宣传活动。首先把收集的小

区信息进行分析整理，核查信息属实及业主人群分析到位，做到准确无误;然后，根据掌握小区资源制定推广方案，

即控制成本费用，又能让卖场形象及影响力化。

四、存在的问题和不足

综上即为市场部20xx年全年工作的主要内容，当然工作中也不乏一些缺点和不足，经过认真分析，我认为我们的工作中出现的问题主要有如下几个方面：

1、思想意识保守，工作不够大胆和创新，工作虽然到职，但没到位，工作力度不大，工作不够细，组织、协调和沟通不够。对小区的推广方式太局限，推广宣传方式过于模式化，不灵活、没什么特色。

2、市场部的基础工作有一定的差距，如：制度落实、人员配备、服务质量及小区信息量小区信息准确度等都不够。对各种制度、规定贯彻和执行的不利、不严、不细、不彻底，如：奖惩办法等。

3、缺少业绩考核，小区推广活动实施前未制定工作业绩指标，使得工作不效率，员工吃大锅饭，工作能力突出者与能力欠缺者同等对待，造成优秀员工未得到肯定，能力较差者工作效率低，这是我作为部门经理的一个主要责任。

4、团队管理效率不高，相关人员工作安排欠细致，工作没有及时落位到每个人。

5、部分工作未及时落位，想法好不代表做到位，光有想法没有实施及及时落实都等于零。

五、今后的打算

在20xx年工作总结与分析的基础上，我确定了明年的工作思想及工作重点，总共有6大点，分别如下：

1、加强相关工作知识学习，认真贯彻执行公司的各项指标及相关政策，加强自我能力的提升及自我工作评估，做好每次活动的总结工作。在部门工作中，合理安排工作，强化管理，使每个人工作落到实处，工作结束总结个人工作，避免出现大锅饭现象，有奖有罚，奖惩合理。

2、加大管理力度，加强制度管理和思想工作，提高部门员工的思想觉悟、工作责任心和责任感;加强团队管理，合理安排每个员工的工作量及工作指标，提高工作效率，加强监督及核查工作，使小区信息及相关信息准确无误。

3、认真贯彻小区推广工作流程，自小区信息收集——信息核实——资源整合——综合评定——方案制定——业绩制定——资源共享(招商商户)——实施方案——绩效考核，环环相扣，做到开好头，结好尾。使得整个小区推广计划下来有据可依，严格把关相关数据，有数据可依，用业绩说话。

4、突破瓶颈，开拓创新。不要只停留在现有的小区宣传形式上，多方面学习厂商及卖场活动，寻求新颖有效地小区推广模式，开拓思路结合实际，使得小区推广更有效地开展。

5、宣传推广工作不能畏首畏尾，提高市场分析能力，分析到位，定位好目标群体客户，多跟高总、商户及厂家沟通，制定周全而详细的推广方案，在控制宣传成本的同时加大宣传力度，使小区推广工作能目标化，更多的进行市场终端拦截，让更多的消费者了解大明、认知大明、购物大明。

**市场部员工述职报告篇二**

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、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，通过免费向商家提供我校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)网站内容不断更新(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。(通过百度推广开始实施市场推广工作，并通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情况进行摸底调查。

6、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;

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。

加强其他部门特别是人事部、咨询部沟通仍需加强，使宣传活动更有的放矢，更能帮助增长业绩，也是我们市场部需要改进的方面。

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年度应该跟进及加强的方面。

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、短信三方面。

(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

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\*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能力，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情况，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非常顺畅。

(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，一定程度上可以了解其在做什么?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。同时树立了他的责任心，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\*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年度我市场将积极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进，汇同财务部一起，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年市场部一定会加强汇报制度的落实。

五、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2020xx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，与各位同事一起共同努力，勤奋的工作，刻苦的学习，努力提高市场部自身业务素质，为学校的发展做出的贡献。

**市场部员工述职报告篇三**

一、基础性工作

由于我们公司成立时间并不太久，市场部之前一直在做老社区服务工作，今年开始刚涉及新社区的推广工作，对于新社区由于没有经验，对社区了解的也不多，基础工作相对较薄弱，只能边干边摸索，逐步总结经验，使工作走向正规。在这一年的新社区工作中，我觉得市场部的内部基础是关键，为此在年初刚开始开展工作时，我们首先抓好市场部的内部基础工作，具体工作如下：

1、建立部门内部的工作管理制度，如《市场部管理规范》《市场部工作管理分工》，使市场部工作和个人工作行为均在制度的管控范围之内，做到有法可依，有章可循。使员工熟知部内内部的管理制度，使之在工作中能进一步确定自己的职责，在制度范围内程度的发挥自己的能力。

2、规范流程。采取合理、实用的流程，规范和制约整个宣传推广工作，如：前期小区调研、调研报告分析、小区资源整合、制定推广方案、小区资源卖场招商、资源投放、交房现场活动参与及实施，流程环环相扣，逐步形成一套完整的管理制度，使整个市场部工作流程统一化，系统化。

3、强化培训，工作重点以老社区为主到现在以新社区推广为主的工作方向的转变，使工作人员的工作方向及工作目标也随之转变。年初的凯旋新城活动、领秀城电梯广告及宣传栏的投放，员工从中学到了很多新社区推广办法，并总结了一些实际经验，为后期的新员工培训打下了良好基础。但对于我公司市场部来说，员工年龄偏低，社会经验较少，前期更少有涉及宣传推广工作，小区推广对于他们来说，又是一个新兴的宣传模式，所以加强内部培训是我们的重点工作，今后还需边干边练，培养出一部分骨干人才。

4、协调关系，加强沟通。为了能获取更多的小区资源及相关信息，需要跟相关主管部门及关系单位搞好关系，市场部需要做好前期小区内部协调工作，卖场内部招商工作及活动开展后的现场协调工作。我们不仅自己主动去做社区工作，更要跟与社区生活密切相关的其他公司沟通协调，包括大明商户、小区开发商、物业公司、小区业主、装饰公司、卖场以外其他品牌，全方位的了解工作信息，各方面渗透，从而为小区推广工作打下良好基础。

二、各项指标情况

20xx年我们市场部各项指标情况总结如下：

1、社区服务方面：第一季度，主要推广服务15个小区，计服务居民400余户，其中散户维修方面，1月份共登记电话预约维修服务散户460余户，市场部前期所有人员参与维修服务，利用1个月时间，春节之前全部维修完毕，客户满意度98%。所服务的小区汇总如下表。

2、新小区推广：全年共计推广新社区13个，分别以宣传栏广告、电梯广告、业主内部联谊活动、现场展位活动、发放单页手册等各种形式，大力宣传我公司，吸引了大量客户，也积累了一批潜在客户。在活动中，我们联系了各个品牌与我公司合作开展品牌活动，涉及商家共计13家。汇总在附表中。

3、小区调研：20xx年初，我们市场部员工进行调研的小区涉及鲁能领秀城、鑫源国际、中齐未来城、万豪国际、万达广场等30余个小区。010年年末，同志们又顶着严寒，调研济南市各区，包括章丘、济阳等100多个小区。

4、其余活动：除社区服务、小区调研外，我们市场部还进行了大量卖场促销活动及dm宣传品发放。全年共计发放dm手册3万册，dm单页10万张。为公司宣传做出了重要贡献。

三、其余主要工作

除上述基础性工作及指标性工作外，日常中我还进行了如下工作：

1、抓管理。市场部的管理工作直接涉及到市场部的工作效率，包括员工管理和业务管理。在对员工的管理上，一是抓制度建设，建立健全各项规章制度，做到有章可循、有法可依;二是做好员工的思想工作，提高员工积极性、责任心和责任感;在业务管理上，主要是规范工作流程和监督检查，使小区推广工作流程合理和实用，同时加强对各个环节的监督检查，从而提高整个市场部工作效率。

2、抓服务。服务主要是针对在小区推广活动中对内部业户、小区业主的，是市场部工作的重中之重。在对客户服务上我们力争做到主动、迅速、合理、简捷、周到，做到活动讲解简洁明了，熟知卖场活动，耐心讲解装修选材方面的知识，通过我们的积极主动的工作态度，使市场推广工作有条不乱的进行，拉近业主与卖场之间的距离，更促进业务的发展，使公司满意，客户也满意。

3、抓培训。为了提高市场人员的工作能力、效率及更好的完成各项工作指标，必须强化岗位培训。我们市场部主要的

培训内容包括：小区信息收集，发现小区可利用资源，资源整合，综合分析小区质量，分析业主质量，与卖场商户沟

通协调能力，活动现场气氛制造;与业主沟通能力及相关应变能力方面，公司主要采取集中培训和个别培训相结合，

理论培训和实际操作相结合，每次培训都有测试，员工的每次测试成绩都和业绩挂钩，月末、年终将进行综合评价，

以此来激励员工的工作积极性。

4、抓小区推广质量。一年来，我们通过前期摸排搜集小区信息，筛选有质量的小区做推广宣传活动。首先把收集的小

区信息进行分析整理，核查信息属实及业主人群分析到位，做到准确无误;然后，根据掌握小区资源制定推广方案，

即控制成本费用，又能让卖场形象及影响力化。

四、存在的问题和不足

综上即为市场部20xx年全年工作的主要内容，当然工作中也不乏一些缺点和不足，经过认真分析，我认为我们的工作中出现的问题主要有如下几个方面：

1、思想意识保守，工作不够大胆和创新，工作虽然到职，但没到位，工作力度不大，工作不够细，组织、协调和沟通不够。对小区的推广方式太局限，推广宣传方式过于模式化，不灵活、没什么特色。

2、市场部的基础工作有一定的差距，如：制度落实、人员配备、服务质量及小区信息量小区信息准确度等都不够。对各种制度、规定贯彻和执行的不利、不严、不细、不彻底，如：奖惩办法等。

3、缺少业绩考核，小区推广活动实施前未制定工作业绩指标，使得工作不效率，员工吃大锅饭，工作能力突出者与能力欠缺者同等对待，造成优秀员工未得到肯定，能力较差者工作效率低，这是我作为部门经理的一个主要责任。

4、团队管理效率不高，相关人员工作安排欠细致，工作没有及时落位到每个人。

5、部分工作未及时落位，想法好不代表做到位，光有想法没有实施及及时落实都等于零。

五、今后的打算

在20xx年工作总结与分析的基础上，我确定了明年的工作思想及工作重点，总共有6大点，分别如下：

1、加强相关工作知识学习，认真贯彻执行公司的各项指标及相关政策，加强自我能力的提升及自我工作评估，做好每次活动的总结工作。在部门工作中，合理安排工作，强化管理，使每个人工作落到实处，工作结束总结个人工作，避免出现大锅饭现象，有奖有罚，奖惩合理。

2、加大管理力度，加强制度管理和思想工作，提高部门员工的思想觉悟、工作责任心和责任感;加强团队管理，合理安排每个员工的工作量及工作指标，提高工作效率，加强监督及核查工作，使小区信息及相关信息准确无误。

3、认真贯彻小区推广工作流程，自小区信息收集——信息核实——资源整合——综合评定——方案制定——业绩制定——资源共享(招商商户)——实施方案——绩效考核，环环相扣，做到开好头，结好尾。使得整个小区推广计划下来有据可依，严格把关相关数据，有数据可依，用业绩说话。

4、突破瓶颈，开拓创新。不要只停留在现有的小区宣传形式上，多方面学习厂商及卖场活动，寻求新颖有效地小区推广模式，开拓思路结合实际，使得小区推广更有效地开展。

5、宣传推广工作不能畏首畏尾，提高市场分析能力，分析到位，定位好目标群体客户，多跟高总、商户及厂家沟通，制定周全而详细的推广方案，在控制宣传成本的同时加大宣传力度，使小区推广工作能目标化，更多的进行市场终端拦截，让更多的消费者了解大明、认知大明、购物大明。

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