# 市场部经理工作计划范文 市场部经理工作计划书

来源：网络 作者：独坐青楼 更新时间：2024-08-19

*时间就如同白驹过隙般的流逝，我们的工作与生活又进入新的阶段，为了今后更好的发展，写一份计划，为接下来的学习做准备吧！那么我们该如何写一篇较为完美的计划呢？这里给大家分享一些最新的计划书范文，方便大家学习。市场部经理工作计划范文一一、市场信息...*

时间就如同白驹过隙般的流逝，我们的工作与生活又进入新的阶段，为了今后更好的发展，写一份计划，为接下来的学习做准备吧！那么我们该如何写一篇较为完美的计划呢？这里给大家分享一些最新的计划书范文，方便大家学习。

**市场部经理工作计划范文一**

一、市场信息的搜集

物业行业市场信息次要经过收集、媒体中睁开搜集，次要是经过物业行业、房地产相干行业、房地产开辟等信息中汇集。渠道包含：当局构造、房产机构、金融机构、公报、物业行业新规;物业协会、构造集团发布材料;物业行业研讨机构供给的材料;告白代办署理、媒体和大众藏书楼、物业行业市场方面相干材料。

二、信息剖析以及鉴别

名目信息包含拟建、正在建工程名目，依照功用分类汇总，并对于各个名目信息的修建概略，开辟商，运用者等进一步伐查，以确认以及美满各项信息，作为营业拓展的一手材料。别的，名目信息需求包管其精确性以及时效性。

关于市场调研搜集到的曾经正在营业拓展中触及到的一切信息依照合作敌手、投资商、开辟商、业主、各地行业主管部分、物业行业政策等多少方面停止分类汇总，整合存档。

三、市场部信息库的树立

市场部该当树立本人的数据库，经过对于所搜集信息的公道分类以及零碎整合，市场调研搜集到的一切信息实时录进，将为此后的任务供给便当。今朝，物业市场各方面信息量绝对较少，并且没有很片面，将正在此后的任务中进一步美满。

四、存正在缺乏及改良办法

1)局部信息过错、过时，影响到营业过程，此后的市场调研任务中该当增强信息的精确性以及时效性。

2)市场调研力度不敷，需增强，拓展更多的调研渠道，投进更多的精神于调研任务，以取得更多、更片面的市场信息。

3)信息未能零碎整合，方便于查阅，需求树立美满的市场部信息库。

一、德律风发卖

1)开端挑选：经过德律风联络核实各名目信息，并跟进各名目担任人(开辟商)的联络体式格局。

2)明白需要：以收集及德律风两渠道进一步理解各种名目，明白客户能否需求物业效劳，如有动向物业公司则讯问该物业公司状况，再做下一步方案;若不动向物业公司则列为目的客户立刻停止跟踪。

二、发卖总结

合计161条名目信息，此中有联络的潜伏客户12个(7、7%)，未能联络的潜伏客户45个(29、0%)，此中进一步联系跟踪的名目有漕湖贸易广场、东创科技园、智海商务广场、新百润贸易广场、看亭中间贸易街等名目，因为根本以贸易名目为主，我公司贸易类功绩绝对较少，营业跟踪摄取较晚等缘由未能乐成。

三、存正在缺乏及改良办法

1)对于已经有信息的深化查询拜访才能无限，导致很多名目信息没法断定精确联络信息而没法进一步跟踪，此后要寻觅更多渠道以开掘各目的客户。

2)德律风发卖才能缺乏，导致营业拓展服从没有高，此后的任务中该当增强物业业余常识的进修和相同本领、商务才能的培育，从而进步发卖程度。

3)各项营业联系进程中，商务才能的缺少，使患上未能给指导供给响应的协助，正在此后的进修任务中增强业余才能的进修和职业才能的培育。

部分司理的培育下，关于招招标顺序、体式格局，物业办理标书的体例(写作本领)，招标本领等方面有了必定的看法，根本可以实现复杂标书的制造，对于招招标各流程也有了必定的理解，可以自立的到场到招招标任务中。进进公司以来，合计参与各种招招标近10次，4次中标，乐成的签订了条约。

存正在缺乏及改良办法：

标书制造还不克不及自力实现，关于商务标的制造，价钱测算禁绝，没法给出有合作力的报价，此后要进一步增强。

半年任务进修中理解到，要胜任公司市场拓展助理这一地位，需求把握如下业余常识：物业办理条例细则，物业行业相干法例、房地产根底常识、物业办理市场营销学、大众干系学和相同本领等。业余技艺：获得信息才能、标书制造、各种计划制造、营业流程、商务会谈等。

以上是自己半年来对于物业公司市场任务者该当具有才能的一个统计，根本都曾经开端落实进修，可是力度还需求增强，不克不及让这些常识成为监禁部分乃至公司的开展。同时但愿公司可以供给相干培训时机，置信进步员工团体本质的同时，公司也能失掉更进一步的进步!

只要摆正本人的地位，熟习本部分根本营业，才干尽快顺应新的任务岗亭，不纯熟的业余常识，就不克不及胜任这项任务，熟习业余常识是做好任务的条件。因为任务理论比拟少，缺少相干任务经历，任务中还存正在良多缺乏的地方，本人要盲目增强本身进修以及涵养，积极顺应这合作作。以是除本人要正在短期内恶补，还十分需求指导与共事的教诲与催促。

本人要自动融进个人，处置好各方面的人际干系，才干正在新的任务情况中坚持杰出的任务形态。立场决议统统，市场合作日益剧烈，市场机制会愈趋标准，每一个

公司、每一个人城市面对不时的变革，其实不中断会有新的应战摆正在本人眼前，本人以一种甚么样的立场往看待它，本人就会失掉一种甚么样的后果。耐烦过细地唱工作立场是对于本人一种答应，任务中养成杰出的任务立场才干博得总司理及共事们的承认。

必需要保持准绳落实各项规章轨制，仔细做到办理，才干实行好本人应尽的岗亭职责。岗亭职责是本人的任务请求，也是权衡本人任务好与坏的评分规范，本人正在处置营业任务以来，必需要一直以岗亭职责为权衡的规范，从任务中的一点一滴做起，严厉依照职责中的条目请求本人的行动。积极做到让指导称心，失掉指导的首肯以及信赖。使本人正在任务中的代价的到化展示。

要建立效劳认识，增强相同和谐的才能。积极进步本人对于任务的履行力，才干把分外的本职任务做好。任务中本人时辰提示本人，任务中只存正在高低级干系，不管是分内、份外任务都厚此薄彼，对于指导布置的各项任务不克不及有涓滴的草率与怠慢，正在承受义务时，一方面主动理解指导的企图及需求到达的规范、请求，力图正在请求的刻日内提早实现，另外一方面要主动思索并弥补美满。才干更好的帮忙其余共事的任务。

**市场部经理工作计划范文二**

以李先生精神为动力，以邓董理论和冯总重要思想为指针，全面贯彻公司的“务实”方针，以独家经销为龙头，以品质保证为基本依托，以开发商、设计院为突破口，以商业信誉为保障，进一步提高服务意识、质量意识、品牌意识，致力于推进天津建筑市场，推进我公司品牌的突破性进展，促进全市建筑质量的提高。

抓好培训——着眼司本，突出骨干，整体提高。

老和潜在客户——经常联系，节假日送一些祝福留下好印象方便以后开展工作。

开发新客户——不断从各种渠道快速挖掘，积极推广公司品牌形象。

周、月总结——每周一小结，每月一大结。

坚定信念。 静下心，快速、融入、学习、进步。先做自己该做的，后做自己想做的

加强理论学习。学习实践水泥基渗透结晶性能优势与施工要点，学习商业运作，认真贯彻公司“务实”的方针，熟悉本行业各公司，学习各地先进经验。利用网络媒体及手中的报刊杂志、业务专著，认真加强学习、 研究，及时掌握市场发展的动态和趋势，时刻站在学建筑领域的前沿阵地。

对于老客户，要保持关系。潜在客户，重点挖掘，舍得花精力。在拥有老客户的同时还要不断从各种渠道快速开发新客户，积极推广公司产品、建立良好的品牌形象。

找对人，说对话，办对事。善于分析，放开手脚，敢于表态！

做到严谨、务实、高效，不折腾。不要贪多，做精做透很重要，碰到一个强大的对手或者榜样的时候，我们应该做的是去弥补它而不是挑战它。

**市场部经理工作计划范文三**

在公司工作了很多年了，从一个小小的业务员走到现在公司销售经理的位置，付出了多少努力和汗水，也许只有我自己知道了。不过我可以说，我付出的努力是常人的几倍，我才在自己的工作岗位上取得了一定的成功。

这一年走过来，酸甜中夹杂着汗水，努力和付出就会有回报，对我来说，在过去的一年取得的成绩还是很不错的，我觉得自己做的还是很好的。

自己20xx年销售工作，在公司经营工作领导魏总的带领和帮助下，加之全组成员的鼎力协助，自己立足本职工作，恪尽职守，兢兢业业，任劳任怨，截止0xx年12月24日，0xx年完成销售额1300000元，起额完成全年销售任务的60%，货款回笼率为80%，销售单价比去年下降了10%，销售额和货款回笼率比去年同期下降了12%和16%。现将全年来从事销售工作的心得和感受总结如下：

作为一名销售经理，自己的岗位职责是：

1、千方百计完成区域销售任务并及时催回货款;

2、努力完成销售管理办法中的各项要求;

3、负责严格执行产品的出库手续;

4、积极广泛收集市场信息并及时整理上报领导;

5、严格遵守厂规厂纪及各项规章制度;

6、对工作具有较高的敬业精神和高度的主人翁责任感;

7、完成领导交办的其它工作。

岗位职责是职工的工作要求，也是衡量销售经理工作好坏的标准，自己始终以岗位职责为行动标准，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，在业务工作中，首先自己能从产品知识入手，在了解技术知识的同时认真分析市场信息并适时制定营销方案，其次自己经常同其它销售经理勤沟通、勤交流，分析市场情况、存在问题及应对方案，以求共同提高。在日常的事务工作中，自己能积极着手，在确保工作质量的前提下按时完成任务。

总之，通过实践证明作为销售经理技能和业绩至关重要，是检验销售经理工作得失的标准。今年由于举办奥运会四个月限产的影响，加之自己对市场的瞬息万变应对办法不多而导致业绩欠佳。

工作中自己时刻明白销售经理必须有明确的目地，一方面积极了解客户的意图及需要达到的标准、要求，力争及早准备，在客户要求的期限内供货，另一方面要积极和客户沟通及时了解客户还款能力，考虑并补充完善。

销售是一种长期循序渐进的工作，而产品缺陷普遍存在，所以销售经理应正确对待客户投诉，视客户投诉如产品销售同等重要甚至有过之而无不及，同时须慎重处理。自己在产品销售的过程中，严格按照公讣制定销售服务承诺执行，在接到客户投诉时，首先应认真做好客户投诉记录并口头做出承诺，其次应及时汇报领导及相关部门，在接到领导的指示后会同相关部门人员制订应对方案，同时应及时与客户沟通使客户对处理方案感到满意。

熟悉产品知识是搞好销售工作的前提。自己在销售的过程中同样注重产品知识的学习，对公司生产的涂料产品的用途、性能、参数基本能做到有问能答、必答，对相关部分产品基本能掌握用途、价格和施工要求。

涂料产品销售区域大、故市场潜力巨大。现就涂料销售的市场分析如下：

(一)、市场需求分析

涂料应用虽然市场潜力巨大，但北京区域多数涂料厂竞争己到白热化地步，再加之奥运会过后会有段因奥运抢建项目在新一年形成空白，再加上有些涂料销售己直接威胁到我们己占的市场份额，虽然我们有良好的信誉和优良品质，但在价格和销售手段上不占优势，销售任务的加30%，销售经理的日子并不好过;可是我们也要看到今年取得三合一认证，为明年打拼多了份保障，如果上三版市场，资金得到充分的支持，还是有希望取得好销售业绩的，关键是公司给销售经理更大更有力的支持和鼓舞。

(二)、竞争对手及价格分析

这几年通过自己对涂料市场的了解，涂料生产厂家有二类：一类进口和合资品牌如杜邦、上海开林、上海国际、海虹等，此类企业有较强实力，同时销售价格下调，有的销售价格同我公司基本相同，所以已形成规模销售;另一类是和我公司生产产品相等，此类企业销售价格较低。

总结一年来的工作，自己的工作仍存在很多问题和不足，在工作方法和技巧上有待于向其他销售经理和同行学习，0xx年自己计划在去年工作得失的基础上取长补短，重点做好以下几个方面的工作：

(一)、依据0xx年区域销售情况和市场变化，自己计划将工作重点放在钢构厂供货渠道上，一是主要做好原有的钢构厂供货工作，挑选几个用量较大且经济条件好的做为重点;二是发展好新的大客户，三是在某些区域采用代理的形式，让利给代理商以展开销售工作。

(二)、0xx年首先要积极追要往年的欠款，并想办法将欠款及时收回，及时向领导汇报，取得公司的支持。

(三)、0xx年自己计划更加积极搜集市场信息并及时联系，力争参加招标形成规模销售。

(四)、为积极配合代理销售，自己计划在确定产品品种后努力学习代理产品知识及性能、用途，以利代理产品迅速走入市场并形成销售。

(五)、自己在搞好业务的同时计划认真学习业务知识、技能及销售实战来完善自己的理论知识，力求不断提高自己的综合素质。

(六)、为确保完成全年销售任务，自己平时就积极搜集信息并及时汇总，力争在新区域开发市场，以扩大产品市场占有额。

(一)、0xx年销售管理办法应条款明确、言简意赅，明确业务员的区域、任务、费用、考核、奖励，对模凌两可的条款予以删除，年底对销售经理考核后按办法如数兑现。

(二)、0xx年应在公司、销售经理共同协商并感到满意的前提下认真修订规范统一的销售管理办法，使其适应范围广且因地制宜，每年根据市场变化只需调整出厂价格。

(三)、0xx年应在情况允许的前提下对销售经理松散管理,解除固定八小时工作制，采用定期汇报总结的形式，销售经理每周到公司1-2天办理事务，如出差应向领导汇报目的地及返回时间，在接领导通知后按时到公司，以便让销售经理有充足的时间进行销售策划。

(四)考虑销售经理实际情况合理让销售经理负担运费，小包装费，资金占用费，减免补偿因公司产品质量等原因销售经理产生的费用和损失。

(五)、由于区域市场萎缩、同行竞争激烈且价格下滑，0xx年领导应认真考察并综合市场行情销售经理的信息反馈，上下浮动并制定出合乎公司行情、市场行情的公司出厂价格，以激发销售经理的销售热情。

在过去的一年，我们公司的业绩因为全球金融危机的影响，没有出现很大的增长，不过暂时金融危机对我们公司的影响也不是很大，不过我们一定要警惕，金融危机下，没有哪一个公司是安全的，说不定今天好好的公司明天就倒闭了，所以我们一定要警惕，警惕金融危机对我们的影响。

在以后的岁月里，我的工作一定会越来越努力的，尽量不会出现任何的差错，这对我是必须要要求的，我对自己的要求是最严格的，一定要做到为公司的事业尽出自己的努力!

希望公司在新的一年能够继续发展下去，将公司的业绩提高上去，是公司的未来更加的美好!

**市场部经理工作计划范文四**

在这一年里，凭借前几年的蓄势，xx不但步入了高速发展的快车道，实现了更快的效益增长，而且成功地实现公司股票在xx证券交易所上市。从此，一个xx以崭新姿态展现在世人面前，一个更具朝气和活力的、以维护股东利益为己任的新xx诞生了。

公司上市后，管理水平必将大幅度提高，这不仅仅是市场竞争的外在要求，更是自身发展壮大的内在要求。对于市场部来说，全面提升管理水平，与公司同步发展，既是一种压力，又是一种动力。为了完成公司xx年合同额三十亿的总体经营管理目标，市场部特制订xx年工作计划如下。

1、建立直接领导关系。

市场部是负责公司信息网络建设与维护、信息收集处理工作的职能部门，接受营销副总经理的领导。市场部信息管理员与各区域市场开发助理之间是一种直接领导关系，即在信息网络建设、维护、信息处理、考核方面对市场开发助理直接进行指导和指挥，并承担信息网络工作的领导责任。

2、构架新型组织机构。

3、增加人员配置。

（1）信息管理员：市场部设专职信息管理员3名，分管不同区域，不再兼任其它工作。

（2）市场开发助理：浙江省六个办事处共设市场开发助理两名，其它各办事处所辖区域均设市场开发助理一名。

4、强化人员素质培训。

春节前完成对各区域的市场部信息管理员和市场开发助理的招聘和培训，使xx年新的管理制度实施过程中市场部在人员素质方面有充分的保障。认真选择和慎重录用市场开发助理，切勿滥竽充数。

5、加大人员考核力度。

在人员配置、资源保证、业绩考核等方面对信息网络建立和维护作出实施细则规定，从制度上对此项工作作出保证。建立市场信息管理员定期巡回分管区域指导信息管理工作的考核制度，并根据各区域实际情况和存在的问题，有针对性地加以分析和研究，以督促其在短期内按规定建立和健全信息管理的工作。

6、动态管理市场网络。

市场开发助理与信息管理员根据信息员提供的信息数量（以个为单位）、项目规模、信息达成率、发展下级信息员数量四项指标对信息网络成员进行定期的动态评估。在分析信息员/单位的分类的基础上，信息管理员和市场开发助理应结合信息员的背景资料进行细致地分析，确定其通过帮助后业绩增长的可能性。进一步加强信息的管理，在信息的完整性、及时性、有效性和保密性等方面做好比上一年更好。

7、加强市场调研。

以各区域信息成员/单位提供的信息量和公司在各区域的业务进展情况，将以专人对各区域钢结构业务的发展现状和潜在的发展趋势，进行充分的市场调研。通过调研获取第一手资料，为公司在各区域的机构设置各趋合理和公司在开拓新的市场方面作好参谋。

1、为进一步打响“xx”品牌，扩大xx的市场占有率，xx年乘公司上市的东风，初步考虑xx、xx、xx、xx、xx、xx、xx以及xx市举办品牌推广会和研讨会，以宣传和扩大xx的品牌，扩大信息网络，创造更大市场空间，从而为实现合同翻番奠定坚实的市场基础。

2、在重点或大型的工程项目竣工之际，邀请有关部门在现场举办新闻发布会，用竣工实例展示和宣传杭萧钢构品牌，展示xx在行业中技术、业绩占据一流水平的事实，树立建xx行业中上市公司的典范作用和领导地位，使宣传工作达到事半功倍的效果。

3、进一步做好广告、资料等方面的宣传工作。在各个施工现场制作和安装大型宣传条幅或广告牌，现场展示企业实力。及时制作企业新的业绩和宣传资料，补充到投标文件中的业绩介绍中和发放到商各人员手中，尽可能地提升品牌推广的深度和力度。

4、加强和外界接触人员的专业知识培训和素质教育工作，树立良好的企业员工形象和先进的企业文化，给每一位与xx人员接触的人都能够留下美好而深刻的印象，从而对xx及xx有更清晰和深层次的认识。

1、客人接待工作仍是市场部工作的重点之一。做好客人接待工作是业务接洽的必要的提前和基础。如何按照公司有关规定和商务部要求保质保量地做好客人接待工作是市场部必须进行认真研究和探讨的重要课题。表面上看起来接待工作比较简单，但实质上客户接待是一门十分深奥的学问。不去深入地研究和探讨就不能让该项工作做得完善。因此，市场部要在方法上、步骤上、细节上下一番功夫。为了既少花钱，又不影响接待效果，需要向各商务部领导和各办事处商务人员地了解客人的生活阅历、为人禀性、处事方式、兴趣爱好、饮食习惯、办事风格、企业价值取向、管理理念、产品特色、行业地位等等。

仔细研究分析和琢磨推敲日程的安排，让每一位客人在最短时间内对xx有全面的、清晰的、有一定深度的了解，对xx的产品表现出限度的认同感，对xx的管理模式和企业文化产生足够的兴趣。把长期地、坚持不懈地认真对待每一批客人和每一客人，使他们对xx的接待工作满意作为市场部每一个接待工作人员的准则。从而以此来提高项目跟踪的成功率和降低商务谈判的难度，达到提高企业经济效益的根本目的。

为此市场部xx年着重抓好以下几方面的工作：督促全体人员始终以热诚为原则，有礼有节地做好各方面客人的接待工作，确保接待效果一年好于一年。

2、在确保客户接待效果的提前下，将尽可能地节省接待费用，以降低公司的整体经营成本，提高公司利润水平。

3、继续做好来访客户的接待档案管理工作，将潜在顾客和合同顾客的档案分类保存，准确掌握项目进程，努力配合商务部门和办事处促成项目业务。

4、调整部门人员岗位，招聘高素质的人员充实接待力量。随着业务量的不断扩大，来访客户也日渐增多，市场部负责接待的人员明显不足。为了适应公司业务发展的需要，更好地做好接待工作，落实好人员招聘工作也是一件十分重要的事情。

1、严格执行C版质量管理体系文件和管理体系标准文件，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、进一步严格按照股份公司和营销系统所规定的各项要求，开展本部门的各项工作管理，努力提高管理水平。

3、充分发挥本部门各岗位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。严格按照相应的岗位职责实行考核制。

4、一切从公司大局出发，强调营销体系一盘棋。积极做好协调营销系统各部门之间的联系与协调工作，从而提高营销系统整体战斗力，为完成xx年的营销目标做好质的服务工作。

5、配合营销副总经理搞好营销系统的日常行政管理。主动为各部门做好后勤保障工作和日常服务性工作。为他们创造更加良好的企业文化氛围和工作环境。

**市场部经理工作计划范文五**

市场部直接对销售总经理负责，是企业的灵魂，其工作职能在生产、销售、服务中的作用十分重要，是销售环节核心的组成部分，作为市场部，重要的工作是协助总经理收集、制订、执行。衡量市场部工作的标准是：销售政策、推广计划是否科学、执行力度是否严谨。

1、市场部作用：直接对总经理负责，协助总经理进行市场策划、销售计划的制定和实施。督促销售部年度工作计划的进行事实。全面协调各部门工作职能。是企业的灵魂。

2、市场部工作标准：准确性及时性协调性规划力计划性执行力。

3、市场部工作职能：制定年度、季度销售计划、协助销售部执行。协调各部门特别是研发生产部的协调工作。组织销售部进行系列培训。监控销售成本、对销售区域人员指导性的增减、调控制定、督促、实施必要的销售推广。专卖店形象的管理、建设、导购、督导的培训。销售客户档案统计、归纳、整理。全面收集销售、市场信息，筛选整理形成方案上交相关部门。

1、制定20xx年销售工作计划：科学严谨的剖析现有市场状况和销售状况，扬长避短、寻求机会、制定20xx年市场部和销售部工作任务和工作计划。

2、实行精兵简政、优化销售组织架构：认真分析了解目前销售部组织架构、根据市场情况合理性、在市场精耕的前提下，精兵简政、调整局部人员、控制销售成本、挖掘人员潜力、激发工作热情、感受工作压力、努力作好各自市场销售工作。

3、严格实行培训、提升团队作战能力：集中培训、努力使所有员工充分掌握公司销售政策、产品知识、应用技术知识、营销理论知识，形成学习型团队、竞争型团队、创新型团队。

4、科学市场调研、督促协助市场销售：市场部的核心工作就是协助、指导销售部和各区域不断的提升品牌力、巩固销售力。因此，市场部只有不断的了解市场、拜访市场、调研竞品、分析原因、找出差距、并针对各区域实际情况汇报总经理、并给予各区域给予明确的指导销售思想、思路、方法。以上都以表格形式，各区域经理必须按月完成

5、协调部门职能、树立良好企业文化：行政人事部：行政人事部门的功能和职责就是直接对总经理负责、协调各部门工作、建立完整的人事档案，制定科学的人才竞争奖惩机制，考察各部人员工作情况，在市场部的建议和科学的数字、事件、和市场情况下，不断为企业储备人才，挖掘销售人员潜力，致力于销售的提高和市场的发展。

研发部生产部：

研发生产部门的职责是以市场需求为导向，通过市场需求，不断优化产品结构和产品功能、把握产品质量、严格推行ISO-20xx质量体系，向市场推出竞争力产品。因此，市场部每月都会给出市场信息、竞品信息、销售情况信息，使该部门能及时、客观、科学把握市场新动态、航标，在不断调整自身产品不足之处的同时，并为企业研发、生产适合客户和市场需求的好产品来赢得市场和客户。

销售部：

销售部是企业的先锋部队、是贴近市场的侦察兵、是企业发展的硬武器。他们的职责就是不断的开拓销售通路、寻求最适合企业发展的战略合作伙伴，不断的把企业的产品推向市场、同时向市场提供科学的前沿信息，而市场部在捕捉市场信息的前提下，结合企业实际情况，制定强有力的市场方案和销售策略，最有力的树立企业＂灵魂＂的作用。

财务部：

直接对总经理负责，如果说市场部是＂灵魂＂、销售部是＂先锋＂、是＂轰炸机＂，那财务部则是企业的＂大闸＂、是企业运作、健康发展的＂动脉＂，它的职责是制定企业科学年度预算、结算，把屋企业的赢利，及时的为总经理提供合理的生产成本预算、市场推广预算、销售成本预算、风险和利益的客观评估。作为市场部，在结合企业的实际情况、市场的实际情况、客户的实际情况、制定合理的推广方案和费用，上交总经理或与财务部进行沟通，使之切实可行，使企业发展利益的化。

市场留守、物流部：直接对销售部负责，他们的职责就是及时了解定单信息，并及时转交生产步，以最快的速度、最低的物流成本、安全的把产品送到目的地和客户的手中，为销售部作好质的服务。作为市场部，更应该建议、指导、督促、协助他们的工作。

6、把握市场机会、制定实施销售推广。

7、信息收集反馈、及时修正销售方案。

**市场部经理工作计划范文六**

时间如流水，眨眼间我们就告别了忙碌的xx，迎来了崭新的xx。在xx年的工作中，我们有付出也有收获。为了更好的开展下一年的工作，再接再厉，取得更好的成绩，特拟订xx工作计划。

市场部直接对销售总经理负责，是企业的灵魂，其工作职能在生产、销售、服务中的作用十分重要，是销售环节核心的组成部分，作为市场部，重要的工作是协助总经理收集、制订、执行。衡量市场部工作的标准是：销售政策、推广计划是否科学、执行力度是否严谨。

所以市场部的工作是至关重要的，我们必须严格的要求自己，在工作的同时不断的提高自己的业务水平，及时的给自己充电，学习各方面的知识。

科学严谨的剖析现有市场状况和销售状况，扬长避短、寻求机会、制定xx年市场部和销售部工作任务和工作计划。

认真分析了解目前销售部组织架构、根据市场情况合理性、在市场精耕的前提下，精兵简政。

集中培训、努力使所有员工充分掌握公司销售政策、产品知识、应用技术知识、营销理论知识，形成学习型团队、竞争型团队、创新型团队。

**市场部经理工作计划范文七**

在这将近一年的时间中我通过努力的工作，也有了一点收获，临近年终，我感觉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。

我是今年十月份到公司工作的，同时开始组建销售部，进入公司之后我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，现在对预付费储值卡市场有了一个深入的认识和了解。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，逐渐取得客户的信任。所以经过努力，也取得了几个成功的客户资源，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。

虽然之前一直在从事销售的相关工作，有一定的销售知识与经验，但比较优秀的成功的销售管理人才，还是有一定距离的。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，对销售人员的培训，指导力度不够，影响销售部的销售业绩。

在将近三个月的时间中，经过销售部全体员工共同的努力，讨论制定销售各环节话术，公司产品的核心竞争优势，公司宣传资料《至客户的一封信》，为各媒体广告出谋划策，提出“万事无忧德行天下”的核心语句，使我们公司的产品知名度在太原市场上渐渐被客户所认识。部门全体员工累计整理黄页资料五千余条，寄出公司宣传资料三千余封，不畏严寒，在税务大厅，高新区各个写字楼进行陌生拜访，为即将到来的疯狂销售旺季打好了基础做好了准备。团队建设方面，制定了详细的销售人员考核标准，与销售部运行制度，工作流程，团队文化等。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。

从销售部门销售业绩上看，我们的工作做的是不好的，可以说是销售做的十分的失败。

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、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，在被拒绝之后没有二次追踪是一个致命的失误。

2、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。

3、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。

现在太原消费卡市场品牌很多，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，功能上属于上等的产品。表面上各家公司之间竞争是激烈的，我公司的出现更是加剧了这一场竞争战。但冷静下来仔细分析，我公司的核心竞争力，例如发卡资金的监管，山西省境外商户的数量与质量，以及我公司雄厚的资金实力与优质的客户资源，都是其他公司无法比拟的。

在太原市场上，消费卡产品品牌众多，但以我公司雄厚的实力为平台，加以铺天盖地的宣传态势，以及员工锲而不舍的工作劲头，在明年的消费卡市场取得大比例的市场占有率已成定局，打造山西省业内的第一品牌指日可待。

市场是良好的，形势是严峻的。在太原消费卡市场可以用这一句话来概括，在技术发展飞快地今天，明年是大有作为的一年，假如在明年一年内没有把销售做好，没有抓住这个机遇，我们很可能失去这个蓬勃发展的机会。

市场部经理的工作计划3篇

xx年公司成立市场部，它是公司探索新管理模式的重大变革。但在经过一年之后，市场部成为鸡肋，嚼之无味，弃之可惜;市场部除了做了很多看起来似是而非的市场活动，隔靴搔痒的市场推广，就是增加了很多直接或间接的费用，而看起来对市场没什么帮助。但在公司领导高层的支持和我们不断地学习中，在后几个月的工作中也探索我们的生存和发展之路，在公司的各项市场活动中，公司资源整合过程中，不断进步。

1、明确工作内容

首先就必须让市场部从围绕营业部转、担当营业内勤的角色中快速转变过来，从事务型的办公室职能里解脱出来，真正赋予市场部战略规划、策略制定、市场调研、产品开发等基本的岗位职能，以消费者需求为中心，根据不同的市场环境，对市场运作进行策划及指导。

2、驻点营销

驻点市场的`推行既锻炼、提升市场部人员自身，又贴身服务了一线业务人员，市场部只有提供了这种贴身、顾问、教练式的全程跟踪服务，市场部才能彻底改变一线人员对其的片面看法。(此工作策略需建立在市场部有较宽松及多余的自由支配工作时间及较合理的人员配备条件下开展实施)

市场部驻点必须完成六方面的工作：

a、通过全面的调研，发现市场机会点，并针对性地拿出市场提升方案;

b、搜集竞争品牌产品和活动信息，捕获市场消费需求结合行业发展趋势，提出新产品的开发思路;

c、指导市场做好终端标准化建设，推动终端门店健康稳定发展;

d、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。

e、及时全面宣贯公司政策，提升一线人员的战斗力;制定不同时期的有针对性的员工激励方案，提升员工积极性，进一步为公司提升竞争力;

f、在市场实践中搜集整理亮点案例，重点总结出方法和经验，及时推荐给市场复制;3、与营业部强强联合，营运部相互配合促进提升，成立品牌推广小组市场部要在市场一线真正发挥作用，除了调整市场部定位及提升市场部自身服务水平外，还离不开一线部门的支持和配合。如果得不到市场一线的认可和有效执行，即使再好的方案，最终也只能是一纸空文。由市场部和营业部两部门的主管和骨干组成品牌小组，由市场部确定活动企划方案，再由品牌小组成员发表意见，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，由市场部负责调整;对于会议讨论通过的方案，由总经办最终确认执行，交营业部执行，由品牌小组负责跟踪执行进度和效果。而公司的态度和做法，决定了市场部能否与营业部实现共融和共荣。品牌小组计划主要执行工作：

①规范终端门店品牌形象

xx年4-5月份制定家家知连锁门店统一门店形象标准，包括门店陈列规范、音乐播放(不同季度及节日音乐)、家家知统一服务礼仪、家家知终端宣传品使用规范等终端门店统一形象，方便对家家知连锁品牌的统一性进行规范;

②门店稽核管理制度

由品牌小组成员及总经办成员组成门店督察小组，建立门店稽查制度，不定期对上述第一条中规范内容进行稽查，稽查结果算入门店店长及责任员工绩效考核中，帮助公司建立统一的终端形象和后期品牌形象的管理维护;

③品牌小组组成：

组长：市场部经理;副组长：营运部总监;顾问：副总经理;执行队长：营业部经理;组员：门店主管。

备注：各项规范制度由整个品牌小组共同协商制定，经总经办批准确定后长期执行，后期门店运营管理中，品牌小组中成员每次对门店进行巡店均为一次稽核过程，稽核内容如上，稽核过程中会根据各项稽核内容对门店店长及责任人进行现场评分(相应巡店表格及评分标准会附带于各项规范制度中)，最终由门店店长及责任人现场签字确认奖罚。

1、合理配置人员：

a市场信息管理员一名负责市场调查、信息统计、市场分析工作;协助相关品牌推广活动的执行。

b策划人员一名负责新产品推广策划、促销策划、广告语提炼和资料汇编;宣传方案制定等;。c设计师一名负责公司日常宣传品的设计、跟单、下发监督使用等。

d客服专员一名负责公司日常线上现下业务咨询、投诉接待、大宗业务客户资料管理等。目前，市场部前三项工作统一由刚入职不久的市场专员及市场经理负责执行，市场工作仅限于被动应付执行，未能很好的主动出击，完成市场部应该实现的领导部门的职责，且xx年间市场部间接性人员不足，市场部很多工作在一定程度上受限，xx年，希望在合理完善的人员配置上，完成市场部应该起到的策略规划作用。

2、充分发挥人员潜力，强调其工作中的过程控制和最终效果。

3、严格按照公司和营销部所规定的各项要求，开展本部门的的工作，努力提高管理水平使市场部逐步成为执行型的团队。

4、协调部门职能，主动为各分公司做好服务工作。

5、编制增加费用(增加编制2人)--3600元x2人x10个月(3-12月)=72000元

1、竞争激烈

近年来，公司同仁辛勤而有效的生产营运运作，奠定了扎实而迅速的生产营运管理经验，建立了有一定客户资源的终端连锁门店，为公司进一步开拓市场打下了坚实的基础。公司一直以来定位为终端社区档服务，产品销售及门店选址均较公司经营定位相吻合，但由于同行业某些品牌的大举发展及成功的市场营销手段，外加今年来公司经营成本(原料成本、人工成本、铺租水电费用上升等)日益增加，且增加较多，使家家知品牌在市场竞争中变的前进艰难。

2、整合资源

我公司立足深圳23年，为深圳区域烘焙行业中起步较早的饼家之一，一直以来，家家知以深圳本土传统品牌进行品牌经营，传统品牌优势以成功进驻深圳社区居民消费者心目中。公司也有较强的人才优势，在科研开发、销售公关、企业管理、财务及法律方面，集中了一批优秀人才，为公司的发展和市场的开拓提供了保证。市场部作为家家知后期发展部门，虽然在xx年中市场部工作成效未见显著，单经过一年的摸爬滚打，市场部工作开始由被动初触主动，对市场变化及市场变化应对较简易，后期活动开展中会相应占据主导地位。

3、市场调研

公司产品经过多年的市场运作，在切合自身定位的区域市场内，已具备了一定市场竞争优势，为了能够讯速有效的扩大我们产品的市场份额，并获得长久的发展，xx年我们将以公司的发展战略为核心，从产品的品牌形象、产品定位、市场网络建设、市场推广等四个方面系统规划品牌推广策略。

1、品牌形象

为了打造\"家家知-20年深圳品牌\"的深圳本土传统品牌形象，建议我们公司的所有系列产品统一使用该品牌。不同类型的系列产品采用不同的包装策略。(特殊市场除外)在所有产品包装上强化家家知-二十年深圳品牌，突出产品特点\"新鲜、美味、健康\";统一公司门店招牌及终端陈列形象，给消费者统一的品牌连锁的视觉效果;制定统一的广告宣传模板，在广告宣传上，严格审核，坚决杜绝错误、不符合公司要求的设计制品发出门店，不定时对门店宣传品进行相关巡店维护，xx年市场部设计师将承担起门店形象管理维护职责，定期对门店形象进行巡查，对终端门店形象全权负责(市场部审核、总经办复核)。

2、产品定位

根据目前市场现状，随着产品的更新换代、新系列产品的推出和销售区域的情况变化，为提高与同类产品的竞争优势，扩大市场份额，在保证利润的同时，建议逐步调整产品价格，采用中、低价格策略，增加产品竞争力;同时，进一步深化家家知品牌影响力及竞争力，xx年整年计划打造家家知品牌产品(拳头产品)，丰富拳头产品种类，整年全力对家家知拳头产品进行推广(产品促销、店员激励、平面宣传、网络推广)，最终打造属于家家知独有的品牌产品，提升品牌及产品竞争力。

结合对同行业竞争对手产品研发、上市、销售情况调研结果，主导本公司产品研发及发展方向，定期上市新品，淘汰原有销售较差产品，保证家家知产品销售竞争力。(具体产品调研方向见20xx年市场调研制度)

3、网络建设

销售渠道是企业的无形资产，多年的市场运作、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，努力加强网络渠道的建设，积极完善及更新网络渠道，使销售网络更趋稳定。进一步开发微信、微博的推广宣传渠道，丰富网络宣传活动内容，使网络推广更具广泛有效化，扩大市场竞争范围。针对xx年下半年开展的微博微信外包工作的开展，xx年上半年继续以外包形式对微博微信平台的管理运营，相对较专业的进行这两平台的宣传推广。

xx年团购渠道的经营也将是市场部工作的一大重点，针对xx年团购市场的萎缩及家家知团购经营情况，xx年团购推广坚持不间断多单(最少三单)团购在线(保证足够的团购通路)，做好门店团购接待服务的稽查，坚持对团购评论及时回复及解决，既可以保证团购的收入，又可以对家家知品牌在网络上宣传做好前期筹划。

xx年最后一季度家家知微博微信公众平台采取外包形式进行管理，但初期效果并不理想(主要原因：前期无较扎实粉丝基础;无系统的网络推广定位;前期与外包公司无较好的业务沟通)，xx年外包管理费用12000元/季度，xx年外包管理费用预计6-8万元。

4、客服接待

客户服务是公司联系客户的纽带。维护客户资源，防止客户流失，提供优质的产品后继服务。既要在客户中积极推广公司品牌经营的宗旨、服务、理念、产品，又要汲取协调客户的建议、需求、投诉等，使双方在合作中互利互惠、协调发展、和谐共赢，保证公司品牌对外的统一正式的服务，让公司在消费者指点中发展，是公司品牌得以壮大的有力的群众消费基础。

xx年，重点发展公司品牌文化，规范公司品牌经营，就必须重视消费者对公司品牌的建言及公众认知情况，专门的客服专员，重点记录消费者对公司品牌经营的建议、需求、投诉等内容，将消费者投诉内容在投诉当天传递给相关部门，相关部门于12小时内处理好相关投诉事件，并由客服专员于最迟36小时内回复给消费者，解决消费者投诉事件。

5、市场推广

xx年中市场推广工作基本为零，主要由于市场部对外部合作机会寻求太少，较少对外部进行走访及合作了解。xx年中，市场部将重点安排对外部市场的走访及了解，针对xx年外部市场推广合作较少的情况，1xx年市场部市场经理将安排外部调研及外部合作洽谈较为重点，争取签订长期推广合作以季度一家(共四家，含品牌推广、业务推广等)。

xx年市场推广项目工作中主要围绕新品发布、渠道招募、媒体传播、市场活动、整合营销、销售公关几大板块开展，其中，在xx年基础上增加渠道招募、媒体传播、整合营销、销售公关四大板块，计划将公司作为深圳传统品牌推将出去，将品牌内涵更大范围的传播出去，扩大家家知品牌影响力;且通过渠道招募、销售公关等手段帮助门店寻求更多的业务合作关系，帮助门店业绩提升。

**市场部经理工作计划范文八**

在20xx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办法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意识。

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，建立一个良好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。

**市场部经理工作计划范文九**

依据公司xx年年度总结集会，董事会提出并设定“五年三阶段”开展计划，告竣“打好三个根底，强化两项办理，完成一项目标”的“321”任务目的，xx年将是相当紧张的根底年，公司将正在金融凋谢以及本钱市场中力图正在美满中行进，正在妥当中开展。

同时，将P2P名目定位为公司主停业务，制定正在xx年完成500万发卖利润，按照今朝信贷部分供给的利润率，为告竣此利润目的，估计信贷目的为：信誉类2400万，典质类1000万。市场部分将尽力共同公司目的，订定响应任务目的及方案，并严厉依照此方案计划落实履行。因为市场部建立工夫短，部分营业职员缺乏，后期功绩告竣存正在必定坚苦，需求正在不时美满进程中从低到高逐渐积累晋升。

依据今朝职员情况，和市场部建立早期，设定此方案目的：

(一)部分职员架构美满，理财团队建立

美满部分职员设置装备摆设，算计20人摆布，部分司理1人(到岗)，培训督导1人(到岗)，企划推行专员2人(今朝1人)，招商专员1人(暂无)，理财专员12~15人(今朝3人)，团队长1~2人(暂无，依据理财功绩情况及办理才能，从理财专员中发生)。

1、拓宽雇用渠道，共同人事部分放松工夫雇用，若有需求，参与现场雇用会一次，3月分中旬以前，理财专员人数到达10人;

2、依据部分功绩情况，对于理财专员片面定岗，优越劣汰，正在四月中旬以前，断定部分职员数目，并正在4月尾以前，局部设置装备摆设实现。

(二)扩展“中盈”品牌影响力

1、网站建立：

客户投资平台零碎晋级，今朝在测试中，制定xx年5月1日正式上线，美满平台功用，丰厚界面内收留，由企划王勇飞担任，其实不活期调集相干职员反省平台功用;

2、制造公司宣扬画册：

今朝企划职员在计划中，公司放年假以前实现，并请求公司一切职员照顾局部回家过春节，应用春节访问亲人冤家进程中宣扬公司，进步公司出名度;

3、多制造软文宣扬：

应用公司大众平台及人员团体交际平台(微信、QQ、博文、微博、贴吧等)，进步品牌影响，详细操纵将制造PPT课件，并正在3月尾以前对于公司职员培训，由王程担任;

今朝有搜集相干材料，在甄选中，倡议电视告白持续保存，别的，团体倡议，公交站牌小型地区告白(冗长，重正在“中盈”品牌宣扬)，公交车外部告白，出租车或者私人车冗长告白宣扬语等(如：“中盈财产，您的理财首选”、“中盈财产，让您担心的投资平台”、“中盈财产，您最朴拙的财产管家”等)，详细告白投放计划，正在3月中旬实现，提交审批后，正在四月份以前，实现第一批的告白投放，后续依据需求，得当追加告白投放力度。详细担任职员由部分司理及企划职员配合商议实现;

主动拓展与国际金融机构、投资机构的互通协作，参与一些无形影响力的行业集会，实时把握政策划态，获得市场资本，以名目投资分享为协作点，强化\"中盈P2P\"品牌影响。

(三)融资目的告竣计划

1、理财专员营业展开

起首，培训理财专员，片面理解公司产物，承认公司产物，从来由市场动手展开营业，并请求理财专员设定团体目的，提出详细计划，并监视落实履行(现有职员，已经局部请求年假以前提交xx年营业拓展方案);

2、活期举行小型投资沙龙

暂定每个月1至2次，以谈话会或者交换会的方式，正在公司外部集会室举行，由理财专员或者公司人员，约请动向客户参与，并设定勾当的详细计划，详细由王程担任筹划并制造相干课件，制定从xx年3月份开端履行;

3、活期举行公益性理财推行勾当

正在营业拓展进程中，与赣州各年夜室第小区物业联络，正在小区外部举行一些小型公益性理财推行勾当，次要供给收费理财征询，得当装备注册小礼物，进步“中盈”出名度，发掘客户资本;

4、没有活期举行较年夜型集会营销勾当

依据市场开展情况及公司发标情况，以投标会或者财产论坛的方式，没有活期举行中型集会营销勾当，因勾当范围较年夜，需求作片面的勾当筹划前方可履行，详细勾当由市场部提出请求，王程担任筹划，审批后履行。暂定xx年举行2~3次此类勾当;

5、借助中国传统节沐日，举行客户报答集会，保护好老客户，并向客户转达政策和公司久远计划，以便发掘客户面前的客户资本;

(四)共同及撑持

1、公司外部活期举行一些户外拓展勾当，增强员工之间的相同，加强员工回属感以及团队凝集力，以便于留住能人，办理能人，使用能人。

2、得当工夫，答应员工照顾1~2名家眷到场公司举行的户外勾当，以便失掉家眷撑持，并引荐家眷的亲友老友到场公司的理财投资，培育忠实投资客户;

3、倡议信贷部分共同发标多样化，依据理财周期差别，设定差别年化收益率，设定局部短时间标，便于让新客户体验式投资，而较短期内实现体验，从体验晋级为正式投资客户;

4、倡议行政部分美满赏罚轨制，可得当设定一些非方案性赏罚轨制，针对于现行任务施展阐发，当令赐与得当赏罚。追求一些新的小型勾当或者游戏(比方乒乓球、台球竞赛、KTV等)，本钱低，耗时少，促进员工之间交换，晋升员工的任务士气，发明杰出调和的任务情况;

5、倡议公司高层办理职员，活期召开部分发动集会，让员工熟知公司现行情况，开展计划和公司目的告竣情况，晋升员工士气，加强任务履行力。

**市场部经理工作计划范文十**

1）建立和完善营销模式与策略，客户信息收集、整理与跟踪。

2）搜集行业信息，特别是竞争对手市场宣传方案、价格、发展方向、优势等情报的收集、整理和分析；

3）进行市场调研，掌握消费者购买心理和行为，为公司市场活动提供决策依据；

4）参与公司网站建设。

1）制订公司品牌战略、营销战略和产品企划策略；

2）制订公司短、中、长期目标；

3）做出销售预测，提出未来市场的分析、发展方向和规划；

广告方案设计与执行

1）设计、执行公司广告方案；

2）购买、发布具体广告位；

3）签订和管理广告合同；

4）跟踪监控广告发布效果；

5）制定下一月、季度、年的广告方案与预算

6）编制广告投放实况及预算执行情况的月报、季报和报告；

根据工作需要，市场部应设立的岗位有：市场总监一名(暂定），课程顾问2-3人（暂定）、综合文员一名（暂定）；各岗位的职责如下：

全面负责市场部门的业务及人员管理，其具体职责是：

1）全面计划、安排、管理市场部工作；

2）制定营销策略和营销计划,拟订并监督执行市场规划与预算；

3）协调部门内部与其他部门之间的合作关系；

4）指导、检查、控制本部门各项工作的实施；

5）制定广告策略和定年、季、月度广告费用计划；

6）完成校长交办的其他工作。

1）完成市场部制定的各项市场营销计划；

3）收集竞争对手的信息

4）负责与家长沟通完成招生工作

5）完成部门负责人交办的其他工作。

1）建立客户档案，做好电话接听与回访记录

2）客户资料的归档整理及更新；

3）对课程顾问的招生情况进行登记、统计、归纳、建档；

4）按月统计部门业绩统计报表；

5）有关本部门的文件整理归档工作；

6）到访客户接待与问题解答7）完成部门经理交办的其他工作。

【市场部经理工作计划范文 市场部经理工作计划书】相关推荐文章:

市场部经理个人简历范文

市场部经理求职简历模板

关于市场部经理的竞聘演讲稿

市场部经理年终工作总结

市场部经理安全生产目标责任书

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