# 市场部总结报告

来源：网友投稿 作者：紫竹清香 更新时间：2024-06-28

*报告是一种公文格式，专指陈述调查本身或由调查得出的结论，反映工作中的基本情况、取得的经验教训、存在的问题以及今后工作设想等。本站今天为大家精心准备了市场部总结报告，希望对大家有所帮助!　　市场部总结报告　　时至岁末，新的一年正悄悄走近，回顾...*

报告是一种公文格式，专指陈述调查本身或由调查得出的结论，反映工作中的基本情况、取得的经验教训、存在的问题以及今后工作设想等。本站今天为大家精心准备了市场部总结报告，希望对大家有所帮助![\_TAG\_h2]　　市场部总结报告

　　时至岁末，新的一年正悄悄走近，回顾过去一年的工作，感慨万千。20XX年在部门领导的正确领导、关怀下，我由一名普通员工成长成一名熟练的业务员。近一年来的工作中，酸甜苦辣，五味俱全，既有可喜的一面，更有值得改善的一面。在这个岗位上我最大的收获是挑战了自我，为今后工作能走的更远、更稳积累了丰富的社会经验。现将一年里的工作、心得总结如下：

>　　一、满腔热情努力工作

　　翻开我的工作日记，里面密密麻麻记录了我在市场部的成长历程。20XX年X月X到市场业务部的第一天我接到了陈经理第一道指令：XX路与XX路东XX村两栋高层有人联系加压，速查明情景与甲方取得联系。当时我刚学会开车，加上路况不熟，怕走到地方甲方已下班，我决定座出租车去。到现场后先去工地外围、地下室查看现场施工情景，发现一次水和二次水均未施工，费劲周折找到甲方办公室并取得联系后，开始了艰难的谈判过程。应对态度蛮横，不配合工作的甲方，我多次与其进行沟通交流，宣传本公司政策、供水条例。经过几番软磨硬泡，斗智斗勇，最终以不卑不亢、顽强的工作态度，感动说服了对方，圆满地完成了任务，也从此开始了我的业务生涯。

　　心得体会：理要直，气要壮，嘴要勤，腿莫懒，脸皮要厚，恶气要受。

　　秉着20字语，在领导的指导下我又联系了如XX亨业房地产、XX省工商管理局、XX上城、XX第八村民组等加压工程。

　>　二、高度负责地毯式排查给水工程

　　最初，为了能尽快掌握辖区工程再建情景，我每日早出晚归，用了近一个月的时间，行程约3000公里，普查信息120项，在第一时间里完成了辖区基础普查，为以后的工作打下了基础。排查工地时为了做到不漏项，令排查信息一目了然，我绘制了cad工程排查动态图、电子表格信息表。空地、基础、正建、封顶这些表格资料使我做到片区工程心中有数，工作起来有头有序。现辖区工程共82项。其中已签合同11项，已报装23项，未报装48项（已封顶21项、正施工18项，未施工9项）。

　　心得体会：熟知供水条例，掌握报装程序，提高业务技能。

　　仅有熟知供水条例，才能做好供水工程宣传工作，仅有掌握报装程序，才能做好用户服务工作，仅有提高业务技能，才能做好咨询销售工作，经过严格排查，大力宣传，辖区钉子用户自主报装增多，如XX置业、XX房地产、XX集团、XX置业等。辖区内不乏有更难啃的骨头，相信，有志者事竟成！

>　　三、诚心、公心访用户，换位思考延伸服务。

　　负责倾听、记录客户意见或提议，总结并及时反馈信息，做好信息传递及反馈工作是我的另一工作职责。今年是我们改制的第一年，我们的身份发生了变化，从职工变成了员工。这次身份置换给我们带来了机遇，同时对外工作也带来了必须难度。怎样才能和用户建立长期友好的合作关系，增强用户对我们的信任度呢？这就需要我们延伸服务，改变事不关己高高挂起的态度，脑子里要时时充满危机意识，竞争意识。把用户的事情当成是自我的事情来办，进取、尽力协调解决他们从报装到通水过程中遇见的疑难问题，真正做到以服务带动营销，努力提升打造公司品牌。

　>　四、新年计划：改正不足，锐意进取。

　　加压设备知识面较窄，是我的不足，直接影响了工作质量。今后，空闲时候要多充电学习，了解用户微妙心理，选择恰当的时机和用户交流。加强职责心，不放松自我，努力做到辖区工程不跑不漏，进取维护公司利益。一年来，在工作上我虽然取得了小成绩，但与领导的要求还有必须的距离。20XX年的工作已将成为历史，感激领导对我的帮忙，20XX年对我来说机遇与挑战同在，今后的工作中我要在思考与反思考，改善与再改善中成长，以崭新的面貌迎接新年的到来！

**市场部总结报告**

　　本人自...x入职公司以来，在营销管理中心市场部担任高级市调专员职务，主要负责市场研究方向工作。具体工作包括撰写专业市场分析报告、竞品项目调研、市场动态监控、为营销策略调整带给相关推荐等。在领导和同事的指导协助下，基本保质保量的按时完成了各级领导安排的各项工作。

　　市场部市场研究方向工作主要包括三大部分:例行性工作、临时性工作及专题性工作。例行性工作主要包括在售项目定期销售分析报告(周报、月报)、四城市房地产销售市场月度宏观报告、北京市房地产市场月度宏观分析报告、市场动态监控等;临时性工作主要包括竞品项目调研、竞品项目调研报告、竞品项目卖点分析等;专题性工作主要包括撰写专题性研究报告、课题性研究报告等。

　　市场部作为营销管理中心结构调整及专业分工细化的新生部门，市场研究工作是新制定的主要工作职责之一，主要为公司整体营销策略及在售项目销售带给专业参考意见及决策支持。之前工作范围仅局限于项目调研及市调报告，后经本人推荐领导认可改善并丰富了各种专业报告的表现形式及结构，丰富了资料涵盖面并相应提升了专业性及可读性，增加深化了报告种类。和领导及同事一齐重新搭建了市场部工作架构，理顺了工作流程，并不断对报告模板进行改善提高，使之实现流程化、专业化，也使市场部市场研究工作逐渐步入正轨。

　　在履行例行工作及临时工作期间，也为领导及时带给了最新市场及竞品项目动态和决策参考资料。如在制定“首付分期”营销策略期间与项目部共同对率先实行首付分期的美利山项目进行专项调研，在全面详细了解美利山“首付分期”具体操作手法的基础上为领导带给了相关参考意见，最终促成了“首付分期”策略应用于在售项目，对拉动销售起到了明显提振作用。

　　在售项目竞品监控是市场部重要例行工作之一。根据对在售项目周边区域竞品项目的长期市场跟踪及调研，市场部依据同区域、同期入市、产品类型相同或相近的样本筛选原则，不断更新具有代表性的竞争楼盘样本进行卖点的客观分析对照。目的在于透过各个项目的优劣势比较分析，学习及借鉴竞争对手成功的卖点及营销策略并为我所用，并将优劣势卖点应用于销售说辞及推广策略改善工作中，对在售项目的销售起到实际促进作用。不但完成了本部门的研究工作职责，也对营销管理中心其他部门及销售部工作起到了配合和促进作用。

　　在完成本职工作同时，间暇期间也配合其他同事进行在售项目论坛维护工作，同样取得了必须成绩。

　　虽然市场部市场研究工作已步入正轨，但尚处于起步阶段，需要改善及提升的地方很多。本人工作还缺乏必须的用心主动性，沟通略显不足，对市场敏感度有待改善。报告的深入度和涵盖面有待提高。将在今后工作中虚心学习，不断改善提高，逐步推进市场研究工作，为营销决策及项目销售工作做出自我应有的贡献。

**市场部总结报告**

>　　一、业务发展方面

　　制定业务收入计划和发展计划并采取措施指导、督促各县区完成。今年上半年，市场部根据公司领导要求，在省公司下达的全年收入计划基础上，制定了全市收入计划，并分解到各县区。根据县区市场发展潜力不一样，分解了各项业务发展量计划。为确保业务收入和发展量计划顺利完成，市场部根据形象进度把每项计划分解到季度、月，每月统计完成情景，与县公司一齐讨论完成较好的经验以及未完成计划的原因，发现问题和困难，与县公司共同解决。

　　市场部还采取各种措施，向县区公司推广新业务、新产品。1月份以会代训，召集各县区营销、营业骨干针对产品资费进行培训及讨论，并归纳出现存问题，从而找出适合本地的资费套餐。3月份根据市场竞争情景向省公司申请了包月资费套餐，在全市组织推广。5月份组织各县区管理人员、主管人员、维护人员，参加省公司培训，学习业务理论、营销策划，对业务推广有很好的指导意义。

>　　二、基础管理方面

　　落实了营业账款稽核、退费和拆机明细核查、虚假用户拆机、清理长期欠费、客户资料整理、资源整理、装维材料和终端管理等一系列基础管理工作，有效的避免了业务收入和成本的流失。

　>　三、绩效考核方面

　　改善绩效考核计算方法，从多方面入手促进保存量、激增量，提高业务收入。自省公司绩效考核办法草稿下发，市场部开始与上级市场部沟通如何进行续费率和流失率两项考核指标的计算。在多次探讨未果的情景下，市场部根据公司领导要求和本公司实际情景，制定了考核用户拆机、双停、单停、零费用用户续费等一系列考核方法。引导县区公司对上述用户高度重视，经过每一天逐户核查，基本上堵住了客户流失的漏洞，对长期零费用用户的激活也起到了很好的效果。既节省了资源，又提高了收入，另一方面节省了业务发展费用。

　　>四、存在的问题和困难

　　1、由于集中精力理顺基础资料管理，在营销策划、业务宣传、市场调研、人员培训等方面比较薄弱，造成对县区公司业务发展支持不够。

　　2、由于省公司系统准备升级，我公司很多报表需求无法满足，计算绩效考核指标、分析经营数据给市公司和县区支撑部门带来很大工作量。

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