# 市场营销工作计划(六篇)

来源：网络 作者：紫陌红颜 更新时间：2024-06-21

*市场营销工作计划一我的会明细化，但在实施的过程中将带领所有的组员们一起行动。20\_\_年预计全年回款50万元以上，保持增长预计第一季度完成5万元回款，第二季度10万元回款，第三季度回款15万元，第四季度20万元，遵义市内终端服用客户预计扩增至...*

**市场营销工作计划一**

我的会明细化，但在实施的过程中将带领所有的组员们一起行动。20\_\_年预计全年回款50万元以上，保持增长预计第一季度完成5万元回款，第二季度10万元回款，第三季度回款15万元，第四季度20万元，遵义市内终端服用客户预计扩增至120个，并开发县级市场，

工作方向：

1对员工增进及管理

预计第二季度增进新员工两人，培养事业型员工。培养员工的士气，并尽可能利用公司的资源为他们提供培训及满足他们的诉求，为其自身的发展服务，熟悉他们的个性，采取相应的授权、管理服务的。用实际的制度来激励员工努力工作，鼓舞士气。

2实行奖罚分明制度管理体系

决因同行抵触造成的市场威胁，以大产品带动小产品进行粗销，

3销售

进一步将产品深度分销，由原来的个体客户销售转移到药房，在终端的走访中，针对信息的收集，寻找对产品需求量大的消费群。目前，我们的目标还需积聚在老年大学老干局这一块，我们还需要在产品质量上寻找相应的切入点。

目标市场：

将对任怀，南北，缓阳，局部市场进行开发，实行自然销售，特殊区域可视情况而定，是否增派销售人员。

销售队伍：

1人员定岗

遵义固定人数5人，终端4人，流通1人，准备从终端调派1人兼跑南北市场，而原负责流通的人员兼跑省内周边城市，开拓空白市场。

2人员体系内部协调运作

每日晨会进行前日的工作汇报，端人员将负责的区域业务工作表格化，流通人员将市场信息和竞品动态提供给终端人员，终端方面的供求信息和网络资料由流通人员安排解决，大家交换意见，进行信息沟通，为销售做好全方位的工作。

3关键岗位定义，技能及能力要求

终端人员销售面对直接消费者进行服务，要求在沟通技巧有所提高，要有实际的终端业务开发率，流通人员销售目标是为产品打开分销渠道，通过分销过程，最终到服用人群，流通人员要具备清醒的思维，长远的战略眼光，善于沟通、分析、认真看待问题的启发性和套路背后的逻辑性，打开每一个产品流通的环节，确保产品顺利分销。

4培训

给予全体员工进行定期的培训，在上进行实战的演习。

对于20\_\_年工作计划我心里已留底，我相信一切在于行动，把我们所有的计划和目标都付诸于行动，当我们年底再总结的时候一切会有不同的收获。

**市场营销工作计划二**

一、营销目标

1、本公司在20\_\_年度的销售额为250万，今年计划销售额比上一年的销售额提高10%～15%，尽可能在今年将销售额突破300万；

2、本公司有经理一人，业务主管两人，今年计划每个季度每个人的销售额为25万～30万，如果没有完成，扣除相应年终奖金。计划在种子销售量较大的乡镇一个季度的销售额不低于5万，种子销售量较小的乡镇一个季度的销售额保证在2万；

3、公司经营各类作物种子，主要包括水稻和油菜种子，以及少量的\'蔬菜种子。今年计划水稻种子的销售额为170万，油菜种子的销售额为110万，各类蔬菜种子的销售额为20万。所售的水稻和油菜种子为中档种子产品，各类蔬菜种子为国外进口的高档种子产品。计划三者的利润之比为5：4：1。

二、营销策略

1、产品策略

（1）、核心产品策略

今年公司计划凭借着中档水稻和油菜种子较高的性价比，赢得一个较大的市场份额，计划占领该地区相同产品市场份额的8%～10%。凭借着国外进口的各类蔬菜种子的优秀品质，赢得一个较好的市场口碑，计划占领该地区相同产品市场份额的4%～5%。

（2）、种子有形产品及附加产品经营策略

公司所有产品的包装桶装，并在包装桶外附加一小袋试样，小袋为透明的，方便种子购买者很好的观察种子的外观，而且种子用完后包装桶可用来提水等用途。公司产品商标的形状和颜色与同类公司的商标有较大差别，确保标新立异，与众不同，方便好认。公司提供最优质产品售后服务，定期派遣相关专家下乡教授农户种子正确的栽培和田间管理技术，若农户出现种子质量问题，百分之百解决农户的问题，弥补农户的损失。

2、价格策略

在该地区统一经销价的基础上，视具体情况给予不同的返利及市场支持，额度分别为3%～6%、7%～10%；尽量保证同地区统一零售价，硬性要求促销力度不能超过30%以上。市场监察人员要及时了解市场，避免恶意压价、降价等牟取利益的行为。

3、促销策略

在种子销售旺季进行促销、打折、降价的优惠活动，比如购买20亩田的种子用量就打8.5折优惠并赠送1亩田的种子用量，购买10亩田的种子用量就打8.5折等活动，通过这些优惠活动来刺激农户的购买欲望，从而提高公司种子的销售量。

4、广告策略

限于公司产品种类的特殊，所以限制了种子广告宣传的时间和地点。所以公司种子的产品广告主要采用平面广告，大多设立于农村的田间地头，它的主要受众是广大农户，并让我们的广告融入

农户的生活，且成为农户生活中的一部分。但无论如何加大广告的投入，这一投入不能超过年销售利润10%，不能影响公司的流动资金和下一年度的资金周转。

5、售后服务策略

建立完善的售后服务机构，为农户提供及时和一流的售后服务，让农户用得放心。公司的科学顾问在工作时间内热线随时开通，随时为农户解决遇到的一切问题。而且，科学顾问每三天下乡一次，亲自在田间为农户解决问题。

三、营销团队管理

1、人员规划

由于公司只是位于县城的分公司，故公司的人员配置并不齐全，拥有一名经理，两名业务主管，一名会计，一名科学顾问，一名仓库管理员以及一名货车司机。经理和业务主管负责销售，科学顾问负责解决农户在种子使用过程中的种种问题，会计负责公司财务，仓库管理员负责公司的货物管理，货车司机负责送货。 2、团队管理

公司的工作人员各司其职，同事之间相互帮助，与公司的发展共进退。但是，各自的工作必须按时按量的完成，否则依据未完成的工作的量扣除相应的年终奖金，以此来提高公司员工的工作积极性。当然，在年假期间，派送公司的相关的工作人员进行相关的专业的培训，从而提高公司工作人员的专业技能，更好的为公司服务。

四、费用预算

公司今年费用预算：经理月工资为4000，年工资为48000。业务主管月工资为3500，年工资为420\_。科学顾问月工资为3500，年工资为420\_。会计月工资为2500，年工资为30000。仓库管理员月工资为20\_\_，年工资为24000。货车司机月工资为2500，年工资为30000。工作人员年工资共计25.60万，一年的广告费用为20万，工作人员的培训费用为5万，差旅费用为5万，年终奖金为10万，其他杂费费用为10万，共计75.60万。

**市场营销工作计划三**

本人在20\_\_年年度，业绩不是太理想，当然这其中肯定有许多不足和需要改进、完善的地方。今年，我将一如既往地按照公司的要求，在去年的工作基础上，本着“多沟通、多协调、积极主动、创造性地开展工作”的指导思想，发扬创业精神，确立工作目标，全面开展20\_\_年度的工作。现制定工作划如下：

第一，对于老客户，和固定客户，要经常保持联系，在有时间有条件的情况下，送一些小礼物或宴请客户，好稳定与客户关系。

第二，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，推广新产品。

第三，要有好业绩就得加强业务学习，开拓视野，丰富知识，采取多样化形式，把学业务与交流技能相结合。

第四、今年对自己有以下要求：

1.每周要拜服4个以上的新客户，还要有1到2个潜在客户。

2.一周一小结，每月一大结，看看有哪些工作上的失误，及时改正下次不要再犯。

3.见客户之前要多了解客户的状态和需求，再做好准备工作才有可能与这个客户合作。

4.对自己严格要求，学习亮剑精神，工作扎实细致，要不断加强业务方面的学习，多看书及相关产品知识，上网查阅相关资料，与同行们交流，向他们学习更好的方式方法。

5.对所有客户的工作态度都要一样，加强产品质量和服务意识，为公司树立更好的形象，让客户相信我们的工作实力，才能更好的完成任务。

6.和公司其他员工要有良好的沟通，有团队意识，多交流，多探讨，才能不断增长业务技能。

7.为了今年的营销任务每月我要努力完成1万到2万元的任务额，为公司创造利润。

以上就是我这一年的工作计划，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。为公司做出自己的贡献

**市场营销工作计划四**

20\_\_年的到来，在即将过完的寒冬里我们已闻到春天的清香，于此同时，酒店给我们部门制定了新的工作计划，作为市场营销部的我们是负责对外处理公共关系和销售业务的职能部门，是酒店提高声誉，树立良好公众形象的一个重要窗口，它对总经理进行经营决策，制订营销方案起到参谋和助手的作用，它对酒店疏通营销渠道，开拓市场，提高经济效益和社会效益起到重要促进作用。

20\_\_年1月我们根据董事长给出的营销思路结合酒店现状做出以下酒店销售部工作计划：

一、 建立健全完善客史档案的建立

建立完善的客户档案，对宾客按签单重点客户，会议接待客户，有发展潜力的客户等进行分类建档，详细记录客户的所在单位，联系人姓名，地址，全年消费金额及给该单位的折扣等，建立与保持同政府机关团体，各企事业单位，商人知名人士，企业家等重要客户的业务联系，为了巩固老客户和发展新客户，除了日常定期和不定期对客户进行销售访问外，在年终岁末或重大节假日及客户的生日，通过电话、发送信息等平台为客户送去我们的祝福。今年计划在适当时期召开次大型客户答谢联络会，以加强与客户的感情交流，听取客户意见。

二、 开拓市场，争取客源

今年营销部将配合酒店完成与公司签订的经营计划目标，所以营销部将调动营销人员的积极性。营销代表实行工作日记志，每工作日必须完成拜访两户新客户，三户老客户，四个联络电话的二、三、四工作步骤，以月度营销任务完成情况及工作日记志综合考核营销代表。督促营销代表，通过各种方式争取团体和散客客户，稳定老客户，发展新客户，并在拜访中及时了解收集宾客意见及建议，反馈给有关部门及总经理室。

三、 热情接待，服务周到

接待团体、会议、客户，将会做到全程跟踪服务，“全天侯”服务，注意服务形象和仪表，热情周到，针对各类宾客进行特殊和有针对性服务，最大限度满足宾客的精神和物质需求。制作会务活动调查表，向客户征求意见，了解客户的需求，及时调整营销方案。

四、 做好市场调查及促销活动策划

每季度组织部门有关人员收集，了解旅游业，宾馆，酒店及其相应行业的信息，掌握其经营管理和接待服务动向，为酒店总经理室提供全面，真实，及时的信息，以便制定营销决策和灵活的推销方案。

五、 主动协调与酒店其他部门接好业务结合工作

密切与抚仙湖周边的酒店合作，根据宾客的需求，主动与酒店其他部门密切联系，互相配合，充分发挥酒店整体营销活力，创造最佳效益。加强与微信平台等单位的关系，充分利多种广告形式推荐酒店，宣传酒店，努力提高酒店知名度，争取这些公众单位对酒店工作的支持和合作。

**市场营销工作计划五**

前言

枫尚奥园自\_\_年04月份启动销售以来，进展还算顺利，虽然遇上全国政策性打压，本地市场低迷期，但因交通局团购优惠力度大，仍然做到了开门红。由于时间紧迫也给资金储备带来了很大的压力。由于目前施工进度加快，为了实现解决项目资金问题，下半年必须进行攻坚战。为了使整体项目形象在故城市场上赢得良好的回应，且避免\_\_年资金链条的不良衔接，在整体房地产市场形势依然严峻的局面下，要求我们提早制定出切实可行的的营销计划，在执行的的过程中紧密结合市场变化，并及时调整营销以及推广思路。基于此，将\_\_年下半年营销及广告推广计划制定出来，上报公司领导。内容如下：

一、计划时间安排：

\_\_年7月15日\_\_年2月15日，划分为紧急促销期、热销期、持销期三个大阶段。其中紧急促销期为8月15日至10月15日，热销期为11月15日至\_\_年2月10日，其他时间为持销期。

二、营销计划：

分为营销计划+营销管理+推广计划三个部分+保障

(一)销售计划

1、销售目标

\_\_下半年总体销售任务为5000万元，以下为根据此销售目标值制定的销售任务额表格。

2、销售任务完成时间

3、放盘计划结合\_\_年销售任务额，半年销售额为5000万元，需要在7个月内完成，故需要对房源销控做出调整，如下：

1)\_\_年10月底放出一期二批房源，以确保销售房源的充足性。

2)紧急促销期及持销期以消化一期首批剩余房源为主。

3)热销期主要以一期二批房源为主。

4)如销售状况良好再加放二期部分房源或按当时形势进行房源调整。

4、价格策略

改变目前的价格虚高而成交价不高的现况，适当调高二、三楼层价格，逐步收缩优惠幅度，从而使实际成交价提高，达成盈利目标。

价格调整计划：

节奏一：于\_\_年7月26日二、三楼层提高单价提高20元。

节奏二：于\_\_年2月26日整体房价提高50元。

优惠政策：

节奏一：于\_\_年7月26日由目前九折收缩为九二折。

节奏二：于\_\_年10月7日由九二折收缩为九五折。

节奏三：于\_\_年2月26日由九五折收缩为九七折。

5、销售策略

1)鉴于节后销售的难点为快速回款和持续性价格的递增。故销售部在原有销售策略的基础上，主要制定了系列组合式销售策略：利用推广间歇期，进行行销工作，对集中拆迁区，城中村集中区，以及青罕、坊庄等重点乡镇全面地毯式派单咨询的方式，集中对这些区域进行传播，提高对意向客户群体的重点宣传。

2)每个销售阶段选择广告推广媒体进行广告推广，加大项目市场认知度，吸引更广泛的客层，加大销售力度，奠定良性循环的基础。

3)通过不同销售阶段对市场情况的调研，时刻掌控市场情况，以根据市场变化随时调整销售思路。

(二)销售管理

1)准备工作

a、核对销控。与财务将销控核对清晰，做到时时更新，日日核对，防止销控出现问题。

b、核对价格。与财务核对销售价格，统一销售政策。

c、人员准备。各岗位人员明确到人，要求以业务为准，以服务为准。

d、广告发布资金准备。为了加快销售和增大销售力度，选择不同媒体发布广告，准备相应资金，落实发布。

e、确立项目各类别定位，明确商业业态分布，制定统一销售说辞，由开发商认可后，宣传推广。

f、广告发布计划制定，设计物料准备，项目向外宣介的各种设备及装修规格的落实。

g、项目现场销售中心装修设计及装修，物料购置。

2)销售流程制定(见附件)。

(三)推广计划

此次推广计划以市场行情为依托，结合项目情况在县城主流宣传媒介上进行项目推广及信息发布。选择适宜的媒体组合，主要分为两大部分：主流媒体+附和媒体，主流媒体以报纸、户外、字幕飞播为主，后以短信、车体、站牌为附和媒体，各种主题推广活动用以配合宣传，以烘托氛围，加大力度制造人气，并达成成交。形式选择、推广时间上根据销售计划做出相应调整，最终以突出阶段性主推产品特性选为重点，完成阶段性销售目标为目的。

1)报纸

作为常规房地产行业主打常规媒体，因有发放及时，覆盖面广，费用

较低，可大量投入。

2)户外

根据我项目情况，目前项目围挡户外产生的效果越来越明显，已有户外面积可以满足项目推广需求，为更好的推广项目，建议制作200块3m2m的写真kt板，由广告公司贴至每个城中村路口。

3)字幕飞播：

电视字幕飞播信息传播范围广，信息传递速度快。

(四)保障(需要公司配合支持的工作)

1)工程进展情况

项目工程进展的情况属于最为直观地项目情况体现，势必将直接影响项目于市场中口碑的树立以及影响销售工作的进程与发展，无论是已成交客户还是未成交客户，此项必然成为最为直接的关注焦点。

2)各种手续证件取得的速度

由于公司手续不具备，前期销售无论从价格还是从销售回款等多方面受到制约，因此取得相关手续成为项目健康度的重要环节，价格的提升也与此直接相关，在一定程度上对老客户口碑以及现场新接待客户造成了影响，为了项目顺畅推广必须保证此项工作的时效性。

3)财务收款的配合

确保每日均可进行收款工作，其中包括周、六日，法定假日，不再对定金和首付款的收取时间进行约定，在必要的情况下延长日收款时间，或保障下班后财务人员通讯畅通，随时可进行收款事宜。

4)信息工作的沟通

工程或政策等方面相关内容的变更及时与销售部门进行沟通，保障销售部对客户销讲说辞以及对外口径的一致性输出。

5)佣金的及时结付，保证销售队伍稳定。

6)及时召开分阶段研讨会，适时调整营销策略及修正阶段性问题。

**市场营销工作计划六**

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\_\_市场上，\_\_产品品牌众多，\_\_天星由于比较早的进入\_\_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们访问量太少。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们访问记录有\_\_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们量\_\_个。从上面的数字上看我们基本的访问客户们工作没有做好。

2)沟通不够深入。销售人员在与客户们沟通的过程中，不能把我们公司产品的情况十分清晰的传达给客户们，了解客户们的真正想法和意图;对客户们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们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。

一、市场分析

现在\_\_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。在价格上是卖得偏高的价位，在本年销售产品过程中，牵涉问题最多的就是产品的价格。有几个因为价格而丢单的客户们，面对小型的客户们，价格不是太别重要的问题，但面对采购数量比较多时，客户们对产品的价位时非常敏感的。在明年的销售工作中我认为产品的价格做一下适当的浮动，这样可以促进销售人员去销售。

在郑州区域，因为\_\_市场首先从郑州开始的，所以郑州市场时竞争非常激烈的市场。签于我们公司进入市场比较晚，产品的知名度与价格都没有什么优势，在郑州开拓市场压力很大，所以我们把主要的市场放在地区市上，那里的市场竞争相对的来说要比郑州小一点。外界因素减少了，加上我们的销售人员的灵活性，我相信我们做的比原来更好。

市场是良好的，形势是严峻的。在\_\_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市场做好，没有抓住这个机遇，我们很可能失去这个机会，永远没有机会在做这个市场。

二、下半年工作计划

在下半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，见客户们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，约好的客户们突然改变行程，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。

以上是我的一些不成熟的建议和看法，如有不妥之处敬请谅解。

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