# 2024年销售市场部工作总结三篇

来源：网络 作者：落花人独立 更新时间：2024-06-24

*市场（market）是各方参与交换的多种系统，机构，程序，法律强化和基础设施之一。尽管各方可以通过易货交换货物和服务，但大多数市场依赖卖方提供货物或服务（包括劳力）来换取买方的钱。可以说，市场是商品和服务价格建立的过程。本站站今天为大家精心...*

市场（market）是各方参与交换的多种系统，机构，程序，法律强化和基础设施之一。尽管各方可以通过易货交换货物和服务，但大多数市场依赖卖方提供货物或服务（包括劳力）来换取买方的钱。可以说，市场是商品和服务价格建立的过程。本站站今天为大家精心准备了2024年销售市场部工作总结三篇，希望对大家有所帮助![\_TAG\_h2]　　2024年销售市场部工作总结一篇

　　20--年，在公司各级领导的亲切关怀和正确领导下，在公司各部门的积极支持和配合下，市场部完成了20--年度的工作，在此我们总结20--年的不足，谋求20--年得的更大发展。

>　　一、20--工作概述

　　3月份协助公司进行保定市人大和政策会议用酒的宣传工作。在特定人群进行公司高端白酒形象树立工作。

　　4月份在新一代C区进行和睦邻里节的社区推广活动。对特定小区的准目标客户进行产品的推广和宣传工作。制定白酒淡季的广宣工作方案。

　　5月份对保定市的户外媒体进行系统摸排，梳理保定市媒体资源，重点对保定市三面翻广告进行布局。

　　6月份根据白酒淡季市场的市场情况，开展针对店内、店外的广宣植入，使消费者时时刻刻可以看到我公司产品形象。

　　7月份进行纯粮浓香祁州陈酿爱心送考的公益性推广活动。提示公司品牌形象。

　　8月份重点对保定是的主要路口街边店进行店招制作，共制作5个店招但因为保定市城市规划此工作于10月份暂停。

　　9月协助保办策划筹办八月十五促销活动。活动期间对活动的进行和发现的问题进行及时的纠正。制定白酒旺季的广宣和市场部工作计划。

　　10月在白酒销售的缓冲期着力进行，终端店的广宣陈列基础性的广宣宣传工作。在基础消费者心目中树立祁州品牌形象。建立单店的广宣标准和考核办法。协助公司销售公司进行订货会的筹划安排。进行易县市场的外围广宣市调。

　　11月着力进行品牌的真的性推广培养潜在消费者，为即将到来的旺季做准备。协助公司进行小区域品鉴会安排。进行20--年台历的制作。

　　12月协助保办进行春节流通、餐饮、商超春节促销政策的市调、制定执行方案确定赠品的筹备。

>　　二、成绩和问题

　　市场部20--年的工作重点是市场终端的广宣，着重对销售终端进行广宣布置，在3月至11月共制作KT板提示牌1500张，为特点店制作符合其特点的广宣品50家，对促销活动制作临时场地广宣品70张。

　　在工作执行过程中也有许多的问题需要改善

　　1工作的执行不成系统，缺乏检核和回访。

　　2整个的工作缺乏大规模的公益性的品牌提升活动。

>　　三、建议

　　建立系统的广宣检核和集中构建周期表，使广宣突出集中。

　　在品牌运作方面加强公益性活动的投入进行高起点大品牌运作。

　　在人员构成上建议公司进一步引进专业的策划人员。对公司的发展进行系统的规划。

　　市场部在20--年将继续对销售进行扶植协助公司取得更加辉煌的业绩。

**2024年销售市场部工作总结二篇**

　　转眼一年过去了，回顾过去，展望未来，博寿堂中医院市场部伴随着医院的发展也在茁壮成长，现将这一年市场部所做的工作做如下总结：

>　　一、关于市场部所做的工作

　　1、部门及制度建设：经过一年的市场洗礼，我院市场部目前为市场部经理\_人，市场网络主管\_人，健康专员\_人，兼职业务专员\_人，导诊\_人;并形成了市场部的各项管理规章制度暂行草案《\_医院市场营销绩效考核管理办法》、《导诊日报表》、《导诊就诊流程表》、《导诊职责》、《导诊考核表》、《导诊考核依据》，《专家讲座、义诊奖励方案》、《市场部制度》、《提成方案》、《市场部考核表》、《市场部考核依据》、《客服考核表》、《客服考核依据》、《市场部兼职人员管理制度》、《市场部管理制度》等十多项制度撰写和实施，对规范我院市场人员的行为起到良好的规范作用;

　　2、部门业绩：通过全员的共同努力发展我院会员\_人，开展义诊、讲座等活动\_场，其中包括雷锋日\_义诊、去火车站举行\_春风吹，情暖外来工的义诊、进社区志愿者服务为主妇送健康礼，关爱健康在行动，幸福明天共分享，并和滨海义工协会联手参加\_启智中心义工活动，和《\_时报》共同举办送健康进社区、《\_》、小巷总理体检活动以及送健康进军营等等，并和开发区农行合作进行《\_讲座》，及贵宾中医养生体验活动;和\_共同举办百人大型讲座《\_》，并在我院周边赞助太极拳队及\_道健身操队，扩大我院的知名度和美誉度。

　　尤其在重阳节策划感恩尽孝活动，在我院企业文化建设中写下重重一笔尊老尽孝，并得到\_电视台的新闻报导，2024年工作重点转向送健康进校园，在泰达二幼、塘沽一幼、三幼、六幼及学前班、早教中心开展《小儿生理病理特点》的系列讲座，收到良好的社会效益和企业效益。联系居委会\_家、企事业单位\_家并均有持续良好的合作。

　　新闻媒体报导\_次，其中《\_时报》报导我院\_篇，\_电视台报导我院\_次，\_广播电台报导\_次。

　　在网络推广中参与QQ群\_个，参与策划\_庆一周年PPT、市场部舞蹈《\_》获表演奖，视频上传至优酷后，播放次数达\_多次;搜搜百科上编制“于金”词条，浏览量达\_多次;百度文库上传宣传\_的文档\_份，浏览量达\_多次，被下载量达\_多次。20\_年\_月\_日在百度文库创立“中医\_”团队以来，团队排名由\_多名已经上升到\_名，由新手团、入门团、铜牌团、银牌团发展到金牌团。并对全院员工进行了百度知道应用的培训，吸纳\_名员工加入到互联网推广工作。在\_回答问题\_多个，采纳率达到\_%，级别升至八级。在互联网上积极地宣传了博寿堂医院。使用新浪微博宣传\_，粉丝已达\_人，发送微博\_多条。医院内网上发布各类报道、通知\_篇。

>　　二、工作中存在的问题

　　1、关于部门及制度建设，市场部人员配备不全，目前缺策划主管和营销主管，网络推广主管随着\_的加入，我院的网络推广工作得到了明显的改善，营销主管和策划主管一直在寻找中，现有合适人选，看医院是否给相应的岗位编制，关于市场专员也应有所扩展，每位主管下面应有\_名得力专员，医院营销人才的寻找和培养是个大问题，如何寻找及培养以及找到后或培养好了怎样留住人才更是对我们市场部的极大考验。

　　2、关于在市场推广过程中和专家的默契配合，以及医疗项目的包装也是一大问题，就过去的一年市场部一直处于不断的努力学习和提高，加紧对我院专家的深刻认识，站在市场的角度发现各个专家身上的优势及其医疗项目的市场优势，希望在以后的医疗项目推出中可以参考市场部相关人员的意见建议，只有接了地气的项目在市场的推广过程中才有更好的社会和企业效益。

>　　三、20\_年市场部工作展望

　　总体来讲我院的市场部已经具备雏形，并可在我院的市场推广及品牌建设中发挥其积极作用，随着2024年的到来，市场部应策划义诊及讲座活动应不少于\_场，新增会员应达\_人，市场部的人员配置应更加合理和完善，积极参与策划包装医疗项目(产品)，并随着医保的正常开展，市场部工作重心应向开发高端客户转移。

**2024年销售市场部工作总结三篇**

　　今年上半年，市场部主要完成以下工作：

>　　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同，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，每月统计完成情况，与县公司一起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。

　　截止6月份，全市共完成业务收入万元，绝对值排名全省第位，完成形象进度的％。宽带终端新增户，宽带专线新增户，有人值守公话新增户，普通电话新增户。

　　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况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。

　　从元月份开始，市场部按照内控流程要求，调整了原来对县区公司进行周稽核的制度，改为日稽核、周稽核、月稽核并行，每月尽量安排对县公司一级稽核情况现场核查。对每周稽核情况进行通报，对不符合要求的做法通报批评，每月月底一、二、三级稽核员共同对全区现金流实收应收进行稽核，起到了很好的效果。我公司现金流差额连续半年在全省属于情况最好地市之一，没有因现金流差额影响考核收入。

　　为确保不因支撑系统错误操作影响收入，市场部安排支撑中心每天对每个县区拆机、退费明细都进行核查，严格封堵每个漏洞。

　　为清理长期欠费、控制当期欠费，市场部根据公司领导要求制定了当期欠费回收量不低于98％的考核目标。对欠费回收情况进行周通报、月通报。在与县区公司的共同努力下，到5月份系统内本年新增长期欠费清理完毕，当月调帐数首次低于省公司要求的最低限额，从连续5个月调帐超过万元，达到5月份的元。

　　为掌握资源情况，避免资源浪费，市场部安排支撑中心每月对各县区资源情况进行抽查、通报，6月份又进行了现场检查。

　　今年市场部接手物料管理以来，在网络部的大力支持下改进了管理方式，把出入库明细账与支撑中心每天的经营日报装、拆机数量相对照，使物料管理形成闭环。为实现终端回收、重复利用，要求县区公司对宽带、话吧、有人值守公话新装机用户都收取押金。鼓励县区公司在发展新用户时引导用户使用回收的终端。对终端故障在保修期内的用户更换回收终端，严格杜绝以旧换新。通过这些措施的执行，有效控制了浪费现象。

>　　三、绩效考核方面

　　改进绩效考核计算方法，从多方面入手促进保存量、激增量，提高业务收入。

>　　四、存在的问题和困难

　　1、由于上半年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。

>　　五、下半年市场部拟从以下几方面进行改进和提高

　　一、加强市场调研：定期到县区进行现场办公，与营销、营业、装维、管理人员进行座谈。深入市场，了解用户使用情况和需求。在发展较好的县区总结成功营销案例进行推广；帮助发展较差的县区查找不足、解决困难。

　　二、加强营销策划和业务宣传：通过了解市场竞争情况制定灵活有效的营销措施，对每阶段重点发展业务制定切实可行的宣传和营销步骤，及时反馈和分析营销结果，适时调整营销思路，改变目前业务发展的低效状态。

　　三、加强人员培训：定期进行营销、营业、装维、管理人员培训，将营销思路、管理方法、业务资讯直接灌输到一线员工，提高骨干员工的传帮带作用，切实提高员工素质和工作效率。

　　四、继续加强基础管理工作：继续加强欠费管理、营业稽核、资源。管理、装维材料和终端管理。组织市场部主管定期到县区公司调研，与负责人进行沟通，发现不足并继续改进。

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