# 市场部周工作总结模板5篇

来源：piedai.com 作者：撇呆范文网 更新时间：2024-04-20

*通过工作总结，我们能够发现工作中的优势，充分发挥，工作总结是一个自我提升的机会，下面是职场范文网小编为您分享的市场部周工作总结模板5篇，感谢您的参阅。市场部周工作总结篇1时光飞逝，岁月如梭，转眼间，又到了一年的终点。我们有过太多的辛酸经历，*

通过工作总结，我们能够发现工作中的优势，充分发挥，工作总结是一个自我提升的机会，下面是职场范文网小编为您分享的市场部周工作总结模板5篇，感谢您的参阅。

市场部周工作总结篇1

时光飞逝，岁月如梭，转眼间，又到了一年的终点。我们有过太多的辛酸经历，也收货了无尽的成绩和喜悦。在总行的正确领导与大力支持下，在分行的科学指导下，以及本支行的全力拼搏下，我们严格贯彻总行年度工作会议精神吗，确定目标任务和工作重点，认清形势，坚定信心，锐意进取，狠抓落实，各项工作稳步推进，主要业务健康发展，完成了年初的既定目标。

一、主要工作开展情况

（一）加强对有价值客户的重点分析，开拓营销策略

通过仔细梳理，按照贡献度对本行有价值的大客户进行排名，并定时深入了解各层次客户的个人爱好，采取“锁定高端客户，提供贵宾式服务；针对中端客户，提供特别服务；对低端客户，提供大众化便民服务”的营销策略。

（二）加大营销力度，扩大规模，不断优化信贷结构。

为增强长期发展潜力，我们从年初开始就非常重视加快营销工作，积极争取扩大规模，带动对公存款业务和结算业务。一是优良客户的营销，针重点企业，加大授信额度，主动营销。二是加大项目的营销，三是加大了按揭和个人消费等低风险的投放力度。通过扩大增量，把更多的投向双优客户，从而带动存量的优化，实现结构的有效调整。在管理的基础工作中，支行以严格实施预警预报制度为核心，全面提高信贷资产管理水平。首先，严把准入关，发放坚持双优战略，对可贷可不贷的.坚决不贷；其次，坚持客户的分类管理，实行主动退出，逐步压缩一般客户，主动淘汰劣质客户。三是严格实施信贷管理的预警预报制度，使这项工作成为信贷管理最有力的工具和每个客户经理的日常工作，加大对此项工作的考核与奖惩。

（三）客户维护活动形式多样化

以答谢客户为目的，结合不同客户的特征，采取不同的维护方式。比如，在工资方面，通过与重点工资户开展联谊会、座谈会、回访等形式，一方面了解客户的实际需求，一方面向客户介绍我行的服务渠道和理财产品，对重点户每月至少访问一次，了解其对于我行的服务是否满意，对我行的金融产品或者服务是否有新的建议。

加强与客户之间的沟通与交流，积极巧妙地将各种有利的情报提供给客户，包括最新的行业信息和政府信息等，增强客户对本行的了解。邀请客户参加多种形式有意义的活动，借此把握营销机会。

（四）善于反思和总结，积累经验

总结在一定程度上是工作前进的助推器。对每一次的工作进展情况及其完成情况都要做好总结，积累经验，为以后的工作奠定良好的基础，也便于及时发现问题，弥补不足。只有不断的总结才能把有益的东西积累起来，融会贯通，形成一种强大的工作手段和营销体系。

这一年，我们市场部的工作取得了一定的成绩，但面对复杂多变的宏观经济形势和激烈竞争的金融形势，我们还存在许多不足，一是存款结构不合理，部分存款过于集中与大户，容易产生大起大落，纯负债客户资源比较匮乏。二是信贷投放较慢，手续过于复杂，制约了信贷规模的进一步扩张和效益的有利提升。这些都是我们今后要加以克服和解决的。

二、工作目标和措施

在下一年里，我们还要继续认真贯彻落实总行年度精神，坚持发展第一要务，加强风险管控，不断提升自身水平，努力提高市场份额，确保完成各项业务发展目标。

市场部周工作总结篇2

20xx年在公司领导及各部门指导支持下，根据公司“一个核心，三个着力点”总经营方略的总体指导思想，按照年初确定的工作目标和工作重点，认真扎实落实执行，各项工作稳步推进。梳理20xx年工作实际情况，对重点工作进行回顾和总结，具体情况汇报如下：

一、20xx年主要工作及成效

对照20xx年工作计划，重点清理和盘点。

“传统文化学习、践行”、“市场营销工作”、“连锁店面服务”、“广告宣传”、“网络维护（网站、微信）”、“执行力度提升工作”及“财务管理工作”进展顺利、取得较好成效；“网络维护”中，微信公众平台设计建立因个人理解目标有偏差造成进度迟缓；其他各项工作都能实现积极推进，基本达到预定效果；“市场营销、广告宣传”中企业形象宣传效果明显，有效增强了企业的知名度美誉度，扩大了企业文化宣传感染力。

（一）、企业文化学习、践行

1、积极参与企业文化学习，综合素质有提高。

积极参加文化办组织的各项学习与实践，以《弟子规》和稻盛哲学为行为准则，牢记蓝白家训“每日自省：行有不得，反求诸己；常思利他：帮助别人，成就自己”，时刻警醒自己“付出不亚于任何人的努力”，持之以恒、认真参加“日行一善”、“三省吾身”等一系列活动，找准定位、端正心态，树立正确的人生观、价值观，自身思想境界有所提高。

2、通过践行传统文化，收获了很好的效果。

加强有效沟通、提高协作效率。在工作交流中以公司整体利益为上，尊重领导和同事，积极与其他部门协调沟通，与同事之间氛围更加和谐和温馨，工作中收到了事半功倍的效果。

幸福感、归属感增加。公司对员工福利、劳动条件、人性关怀、文化娱乐活动等方面进行了优化改善，让我深刻的感受到了公司领导的关爱，通过不断的学习与感悟，提高了工作的活力与动力。

（二）、执行力度提升

认真研读公司各项制度文件并照章办事，按期完成月度重点工作计划；按照iso9001体系要求对涉及到本部门体系文件提出建议；按时完成月度重点工作计划。

分四个阶段提升自身执行力：

一是制定工作计划、制定可行的工作措施阶段阶段，制定计划，明确工作目标，明确工作的方向性；根据计划和目标，逐项分解和制定措施、标准和时限，列出工作执行清单，保证计划和目标的实现。

二是，加强信息沟通阶段，全面正确积极领会公司和领导的决策、部署，勤请示、勤汇报；广泛借用和整合资源，赢得支持，及时反馈信息，工作质量、工作效率都有较大的提升。

三是，工作质量精细化提升阶段，加大各项工作的质量自查力度，找工作方法，调整工作方式，根据工作目标反复分析整改以达工作目标为准，从原来的稀里糊涂、小错不断到少出错不出错，工作质量得到大幅度提升，养成了严谨的良好工作习惯。

四是、大局观意识提升学习阶段，通过不断的学习和领悟，明确了工作导向，能较好地处理个人与团队的关系，思想认识明显提高。

（三）、市场营销工作

1、落实促销方案。

认真完成市场部职责工作，对于各店面的宣传布置和促销政策的执行，进行监督指导，保证促销政策的全面落实；快餐分公司新店促销活动，通过促销活动有效的提高营业额，聚集人气，促进开业期间的销售火爆场面；在dm单上印制代金券地毯式派发，扩大了宣传覆盖面，加强吸引力，提升潜在客源挖掘。

公司成立xx周年庆典活动，组织所有经销网点，向顾客赠送豆浆，20xx年赠送数量39212袋，20xx年豆浆赠送数量47484袋，同期增长17%。通过公司庆典活动获得此项数据可说明，20xx年顾客群稳中有升，有效提升了企业知名度、美誉度。

孝亲敬老半价及七折优惠活动，活动截止12月3日共让利优惠22.96万元；活动期间店门前排起了长龙，排队的顾客对蓝白称赞不决，本活动大幅度提升了企业美誉度，增强企业与顾客的粘度，为挖掘潜力顾客拉动销售起到了良好作用。

元旦新春送福活动，赠品“福”字背面印制蓝白信息简介、招聘信息，扩大了人力招聘渠道。有效提升企业知名度、美誉度。

2、市场调查

20xx年上半年、下半年分别组织蓝白顾客满意度市场调查，对顾客就餐频率、产品质量评价、产品的出品速度、卫生情况、消费偏爱产品、产品价格、就餐环境等进行分析，详细的评估了蓝白在快餐行业竞争中优势和劣势，为分公司经营提供了有价值的分析数据，促进了营运管理提升改善；联合广告策划公司对烟台地区食品类的精、简装产品包装形式、设计版面、规格、价格等进行详细调查；结合调查情况出具蓝白食品包装提升方案，为蓝白食品类产品及包装的提升工作提供了有价值的分析数据，促进了食品类经营项目的业务拓展。

3、食品类产品包装提升

结合市调，对蓝白食品类汤圆、面食、粽子、糕点单体和礼盒的包装形式、版面设计进行了全面升级；整体包装版面设计结合产品特性以色彩、辅助图形区分产品类别，强化了蓝白品牌信息，版面设计时尚简约，富有蓝白独有的文化特色风格，形成了统一规范的视觉效果，加深了消费者对蓝白产品的印象，进一步强化和提升蓝白食品的品牌形象。

（四）、广告宣传

超额完成了20xx年广告发布计划。20xx年节令食品、品牌及企业形象宣传计划60次，实际完成74次，超额完成计划123%。并确保及时在各媒体上进行宣传。这些广告宣传充分的展示了企业的爱心公益事业，向社会传递正能量，增强蓝白品牌的知名度、美誉度，促进公司产品的销售。

（五）、网络维护

1、pc端网络管理

公司官网信息更新与维护。做到按照制度要求全年及时更新网站信息54条；主页面增加宣传飘窗，为节令食品销售、企业重大事件等宣传开通了一条更直接的宣传渠道；优化核心关键词搜索引擎排名至前五位，提高了网站推广精确度；良好的向消费者展示了蓝白企业形象，及时向社会大众传递蓝白信息。网站域名管理。根据工作情况变化，重新编辑《公司网站管理制度》，在制度中增加域名密码双层交叉管理，增强了公司网站及域名的安全性。

网络媒体巡查。以图文并茂的形式建立《网络媒体“蓝白”关键词信息搜索档案》，明确了巡查网站名称、板块、网址、搜索方式，规范了巡查范围、频次、时间等，对整个网络媒体实行无缝式监控，及时有效的巡查蓝白相关信息并迅速处理维护；20xx年全年跟踪质检部回复处理顾客投诉信息、下沉删除网络信息15条，良好的维护了公司企业形象。

2、微信公众平台建立及管理

20xx年市场部克服了专业技能不足等问题，对微信公众平台的功能性及使用维护情况进行调查，总结分析其他商家的成功案例，根据蓝白营运需求完成了“蓝白官方微信公众平台”的建立设计工作，扩大公司宣传渠道。

蓝白微信公众平台主要以企业规模、形象宣传、活动信息推广为主，自定义导航菜单分别设定为：蓝白文化、蓝白美食、蓝白优惠三个主菜单，根据宣传需要可细分导航类别；蓝白微信公众账号运营后，通过采取线上、线下等宣传推广措施有效的增加了账号关注量，并及时完成信息更新工作，有效的向消费者展示了企业品牌、文化、产品、优惠活动等信息，提升了企业品牌影响力。

（六）、连锁店面服务

1、宣传品的更新与维护。较及时的`为快餐店设计制作宣传品、店需品，并对宣传品使用与维护的执行情况进行了监督指导。

提升店面装饰品申购流程，提高工作效率，降低采购及人工成本；店内装饰品由实体店采购改为各店自行网络采购，市场部每季度对实体店、网店装饰品品牌、材质、价格等进行评审后，建立《店内装饰品网络采购档案》（含购买链接、价格、装饰品图片等）经领导审批后转店面执行。原工作流程由店面上报→市场部统一采购→店面到公司领取，人力物力浪费较大且效率不高；网购因无房租等费用，同品牌、型号的装饰品网购价格更低，而且可以直接邮寄到店，减少了统计、领取等工作环节，有效的提升了工作效率并降低成本。增加外展广告帐篷；外展产品不再暴露在阳光雨露下，可更好的保证食品安全质量，增强节令食品外展的醒目性、美观度、统一视觉规范效果，促进节令食品销售。

规范连锁店面宣传品制作使用标准；结合6s管理的理念，将连锁店面宣传品整理整顿，清除不必要宣传品，将必要的宣传品进行统一整顿；将宣传品尺寸大小、摆放位置、放置内容及使用维护标准进行统一规范，整体重点放在门面或顾客流量较大的位置，统一宣传版面设计，塑造了清爽的就餐环境同时提高了宣传品使用的有效性。

2、节能降耗。积极响应公司节能降耗号召，通过6s管理体系的运用，完成节能降耗任务；其中，新店开业宣传品布置节能降耗显著较大，每店可节省700元以上，其中店内“每月之星”等宣传品更换展示方式，由店堂展示改为办公室展示，节省费用130元；前厅、后厨减少不必要标识牌9个，节省费用198元；各类宣传品在保证效果前提下改尺寸、换材质，平均节省费用160元；装饰品实体店采购改为网购，平均节省200元以上，每店共节省约700元。店内小海报，广告公司制作改为利用市场部彩色打印封膜的形式，费用由5.1元/张降至0.7元/张，按全年每月至少制作两次每次30张计算，年节省费用约3168元。

（七）财务控制

20xx年，市场部克服人员少，资源不足的困难，按期完成了广告宣传品定价评审工作；对宣传品的材质、品牌、价格、型号等进行评审，通过比质量、比价格、现场考察等方式选取最优商家为蓝白广告宣传品供应商；第四季度在原有的供应商基础上，又增加了2家参考供应商，对现供应商的报价进行对比评审，共发现了3项报价不合理问题，经过与现供应商多次协商，要求他们在保证质量的前提下，价格下调，且保证同行业的价格最低；因及时的纠正了宣传品的报价问题，使本季度宣传品价格降了低近五分之一，有效的在源头控制宣传成本。

建立市场部财务账簿，对各项广告费实行明细化管理，每月初及时与财务核对账目，月清月毕，广告费按时结算入账，未出现广告费积压造成成本核算不准等情况；明细账簿建立后，各部门可按宣传品使用明细，分析广告宣传费高等原因及时整改，有效的辅助各店控制宣传成本。

二、存在的主要问题及整改措施

20xx年市场部基本完成了年度计划和目标，取得了一定成绩。这得益于各位领导的支持和关注，得益于各部门的积极合作，得益于各位同事的帮助。但也仍然存在一些突出问题，主要表现在市场营销意识、重点工作滞后两个方面，影响了工作效率和效果。

（一）市场意识差，营销工作抓不住重点

只限忙于具体工作、忽视市场动态。

一是，不善于关注市场、研究对手，对市场行情的变化反应不敏感、未能及时有效的提出建设性意见；

二是，促销活动的形式和创新不足，力度不足，吸引力不够；对活动期前后各店经营情况关注不足，未能积极的采取应对措施；

三是，产品的促销宣传没有紧跟竞争对手，市调工作欠缺。

整改措施：努力学习市场营销知识，提高营销意识，多站在顾客的角度考虑问题，认真研究并落实顾客的需求，及时对营销方案、促销方式、宣传推广等进行改进；加强市场危机意识，与专业调查伙伴交流学习积累工作经验，加大、加深市场调查力度，为公司经营拓展提供有力依据。

（二）重点工作滞后

工作应急不应重，市场部工作较为庞杂，由于人员不足所以不能合理关注重点工作，眉毛胡子一把抓，结果造成有的重点工作滞后，比如一季度节日促销活动未按时执行。

整改措施：努力学习业务知识，提高专业能力，坚持工作计划排期，科学梳理与整合工作安排，保证工作的顺利完成。

市场部周工作总结篇3

时间一晃而过，弹指间，20xx年已接近尾声，过去的一年在领导和同事们的悉心关怀和指导下，市场部开展了一系列工作，积累了一些宝贵的经验从中也取得了一点收获，也认识到了市场部在工作中的一些不足。现将一年来的工作总结如下：

一、市场工作回顾及分析

1、工作回顾

1）地推工作：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，提升我公司的知名度，增加市民认知度。

3）推广合作：本年度与周边商铺进行合作，通过免费向商家提供我公司的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。

5）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。

6）企业内部培训：企业文化、咨询流程、电话销售技巧几方面制作成ppt对员工进行培训。

2、工作分析：

1）20xx年度工作分析：市场部较好的完成了大部分宣传工作、合作推广工作及协同工作，一年来持续在周边商铺、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，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、咨询部的沟通，使宣传活动有的放矢，更能帮助增长业绩，也是我们市场部需要改进的方面。

二、市场团队的建设回顾及分析

1、团队建设业绩回顾：

1）虽然部门工作人员较少，但每个人的作用是不可或缺的。

2）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。

2、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，过多束缚其个性发展，从而造成稳定性较差。发现上述问题后及时调整思路。

三、综述存在的主要问题

1、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，导致致客户群流失，在20xx年度，市场部将积极组织各类业务学习及培训。

2、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！

3、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。

四、对公司发展建议

1、加强中层员工的培训

目前我们的中层团队稳定，虽然水平层次不齐或者说整体有限，更需要领导和相关部门组织的培训和有效的学习机制，搭建有效的沟通平台，从而得到整体提升和磨合。

2、加强各部门人员职责细化

我们发现各部门人员职责未能明确，造成部分工作衔接不到位，造成一定漏洞，建议制定出各部门各岗位人员职责。

3、加强团队建设工作

公司一步步壮大，人员越来越多，建议在不影响正常工作的情况下，结合部门、员工情况组织适当活动，利于加强各部门间的协助和团队凝聚力！

4、加强业务知识培训

由于市场部与咨询部主要是以收集数据、洽谈等两大方面进行工作，这就需要我们不断充实自己，时时了解市场最新动态，与客户进行有效沟通，因此我建议将业务知识培训列为常态化。

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20xx年年度工作总结，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，为公司的发展做出最大的贡献。

市场部周工作总结篇4

今年是公司销量较高的一年，各项工作均得到了前所未有的长进，这是全体员工和各级领导团结拼搏，全身心的投入，付出的心血和汗水的结果，更重要的是拥有一支求真务实，锐意进取，着力开拓的销售团队，对公司的高速发展作出了一定的贡献。

回顾市场部上半年的工作，大家的工作积极性是高的，工作也是尽心尽责的，在瑞尔这个大家庭里展示自己的风采。 在这里有必要对市场部上半年的工作做简单回顾并对市场部下半年工作开展提几点看法。目的在于吸取教训，提高自己，把工作做得更出色。

一、销售情况总概：

公司上半年销售总额为767290元。其中1月份79440元，2月份30900元，3月份91500元，4月份161200元，5月份236700元，6月份167550元，基本完成年初既定目标。在此我谨代表公司及个人感谢市场部各位同仁的大力协作。

二、具体履行职责：

1、启动、建设并巩固全面销售所必需的体系

xx带来的移动营销模式只需在手机搜索引擎上输入产品或公司关键词后，就会搜索出相关公司信息，用户可利用24小时的在线客服系统，直接与商家联系，促成成交机会。首创国内全新营销模式——wap+web的完美结合。我们现所拥有的这些渠道资源，为提高产品的市场普及率、占有率，打造品牌，提供了扎实的营销网络保证。

2、培养并建立一支熟悉业务运作流程、相对稳定的销售团队

目前，市场部在公司的总体规划下，共有业务人员48人，管理人员8人。公司对新员工均有5天的岗前培训，同时不定期的对员工进行相关培训。经过多次系统地培训和实际工作的历练后，市场部人员已完全熟悉了本岗位甚至其他岗位的业务运作的相关流程。

对业务人员，市场部按业务对象和业务层次进行了层级划分，共分为见习代表、商务代表、商务主管、商务经理四个层级，各层级之间分工协作，突出了业务工作的重点，体现了工作中协作和互补。

这支销售队伍，工作虽然繁琐和辛苦，却有着坚定的为公司尽职尽责和为客户贴心服务的思想和行为。如市场三部的商务代表辛利杰，6月7日入职，仅用一月不到时间便接单5.4万，成绩斐然，公司特予以提前转正以示嘉奖；三部商务代表邹冲，入职公司四天就签单3.5万，成绩同样令人称赞。他们起步虽晚，但却跑在前面!

3、建立系统的业务管理制度和办法

在总结上半年工作的基础上，我们已经初步地建立了适合于销售队伍及业务规划的管理办法。市场部对不同级别的业务人员的工作重点和对象作出明确的规范，对每一项具体的工作内容也作出具体的要求。新员工先从收集资料作为工作的起点，熟悉基本销售流程，各部门根据具体情况实行“一对一”帮扶政策。

形成了“总结问题，提高自己”的内部沟通机制，及时找出工作中存在的问题。

三、自我反省：

问题是突破口，问题是起跑线，问题是下一次胜仗的基础和壁垒。

1、市场制度尚不完善

虽然市场部已运行了一些管理制度和办法，每月工作也有布置和要求，但是，没有形成及时汇报的机制和习惯。

2、沟通不顺

市场部是作为整体进行规划的，销售人员、后勤人员、主管领导的互动沟通是内在的要求和发展的保障。市场部需及时、全面、顺畅地了解各部门的状况，知情不报、片面汇报的行为都会不利于公司发展的。

3、端正心态

目前公司有员工工作激情不足，没有完全融入到工作的氛围中；在工作中主动性欠缺，过于相信他人；对新客户开发显得不够重视，使客户开发进展相对缓慢。如果我们不能以开放豁达的心态、、积极坦荡的胸怀面对客户和同事，就不能更好地前进。新同事有时会受到老员工的教唆而产生退缩心理，在这里，希望各部门能够提升自身建设，不要被一些不必要的人和事影响我们的进步。

四、下半年工作规划：

1、初定销售总额：整体销售总额为200万。

无锡市场： 7、8、9月份，即70天冲刺，初步冲刺目标为100万，市场部人均收入5000以上。这一季度为我司的誓师之战，事关南通市场能否顺利开拓。目前公司正处用人之际，市场部将优化人员配置，力求将人才灌输至南通市场，为公司的发展壮大奠定夯实的基础。在此望市场部各位同仁忠诚合作，永不言退，相信我们是最好的团队。

南通市场： 9月份为市场开拓期，10月份整合期，直接进入销售正规模式。暂定销售总额90万，保九争十，积极打造百万团队。

2、人才培训计划

无锡市场目前配置为4个团队，4个经理，3个主管，总体人数48人。在此基础上，公司将在南通将销售团队发展为3个团队，3个经理，4个主管，总体人数30人；同时将培训出2个销售总监，无锡、南通各1人。另外根据市场需要，会销将由以往的每月4场扩充至8场，每两个部门即可开办会销。

下半年公司将在省内开设两家分公司，我们将把制度逐步完善，市场部只要相信公司、相信产品、相信自己，就一定能把销售团队打造成一支狼之队，成就你我的精彩人生。

3、客户开发

加大新客户开发力度，集中精力在网上查找企业相关信息，整理汇总后逐一联系，只要有一线希望的，及时跟踪。

4、员工培训

完善新员工的培训工作，让员工充分的信任公司，相信在公司能够取得长足的发展，积极培养销售精英，为9月份分公司的成立输送优秀人才。

5、销售理念的重要性

销售理念简单讲就是对产品有明确定位,在选定消费者的情况下,制定切实可行的方案.达到公司、个人、用户三方的共赢局面。5月8日至7月8日的“50天目标冲刺”给员工提供跳跃的平台；会销、新闻发布会更是体现公司、员工价值的最前线战场，通过各种方式中小企业通过移动互联网获得商机，达到互赢。公司一直秉承“快乐、激情、创新、诚信”的理念，独特的理念加上合理的销售方法一定会使公司的发展蒸蒸日上。

6、积极开展娱乐活动

开展有益员工身心的娱乐活动，如组织员工外出旅游等，让员工在快乐的氛围中加倍努力工作，为公司创造更辉煌的业绩。

一言以敝之，三句话：成绩是客观的，问题是存在的，总体上市场部是在向前稳定发展的。20xx年下半年我所负责的市场部压力仍然较大，在严峻的形势下，若只是守住原有客户，那任务将远远难以完成，所以新客户开发是工作的重中之重。希望在公司各位的携手努力下，瑞尔能够在年前有一个质的飞跃。

市场部周工作总结篇5

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。

本文档由撇呆范文网网友分享上传，更多范文请访问 撇呆文档网 https://piedai.com