# 2024年营销部工作总结和计划 计划营销部工作总结(优质8篇)

作者：落日余晖 更新时间：2024-03-28

*时间流逝得如此之快，前方等待着我们的是新的机遇和挑战，是时候开始写计划了。计划书写有哪些要求呢？我们怎样才能写好一篇计划呢？以下我给大家整理了一些优质的计划书范文，希望对大家能够有所帮助。营销部工作总结和计划篇一我认为公司明年的发展是与整个*

时间流逝得如此之快，前方等待着我们的是新的机遇和挑战，是时候开始写计划了。计划书写有哪些要求呢？我们怎样才能写好一篇计划呢？以下我给大家整理了一些优质的计划书范文，希望对大家能够有所帮助。

**营销部工作总结和计划篇一**

我认为公司明年的发展是与整个公司的员工综合素质、公司的战略方针、厂家的政策扶持、和个人的努力是分不开的。提高执行力的标准，建立一支“亮剑”的销售团队与一个好的工作习惯是我们工作的关键。我们销售部在20xx年有信心，有决心为公司再创新的辉煌！

**营销部工作总结和计划篇二**

1、从\_年、\_年销量情况来看，每年销量较好的月份为1月、10月、11月、12月。每年销量最低点为2月，8月，但是在\_年8月份销量反而是上升趋势，原因是8月份公司销售政策有了大幅度的改变，销售顾问激情较高，所以出现反常情况。而每年的5月、6月、7月份销量平稳，没有明显的上升和下降趋势，上升最明显的月份为3-4月，11-12月，所以每年要抓住这几个月份冲量，在销量较低的月份打好基本功，做好宣传，收集信息，培训员工基础知识和竞品知识。

2、从表1看出，天荣作为整个公司的主战场，\_年天荣销量占总公司销量49%，北环市场占35%，二网及市场占\_%。\_年实销量419台，进车量368台，比例为1:1.1，20pc年应提升至1:1.5.

3、 20pc年要提高二网及市场销量，预计至少达到总销量的30%，并且优化库存，坚守先进先出的原则。

二、 各车型销量

1、 从表中可以看出，优优是我们的主打车型，占总销量的63%，

其中优优基本型、特惠1型、标准1型三个车型销量最大，各占优优车型的24%，18%，19%。优胜二代占总销量的25%。在20pc年低价位车辆占据比例较大，也是冲量车型。 2、 优优柴油、优劲、优雅这些车型销量不大，应该作为我们的利润车型。

三、各人员销量

老员工中销量最高的是\_x，也是销量最平稳的一个，在新员工中，刘聪销量较平稳，高出辉销量直线上升。其它销售顾问销量时高时低，说明产品和竞品知识还不牢固，销售技巧有待提高。

四、客户抱怨及投诉

1、在全年销售过程中客户抱怨共计14次，投诉1次。其中3位客户抱怨合格证给予不及时，1位客户抱怨惠民补贴给予太晚，2位客户抱怨竞品车和二手车置换返利未及时给予，1位客户抱怨钥匙没有随车，1位客户抱怨我公司给客户安装的铝圈不是原厂铝圈，1位客户投诉合格证耽误时间太长。

2、在这些抱怨中，由于信息员及时与销售部沟通配合，最终关闭抱怨，没有考核。但是1位客户梅庆坤投诉合格证不及时，导致最终考核公司14000元，这也许是因为我们各部门沟通不及时所造成，给公司造成了很大的损失，在以后的工作过程中我们一定避免此类事情再次发生。

3、在以后工作过程中，首先要考虑事情发生的严重性，因为厂家客服部门是一个很严格的部门，并且考核严重，所以我们要引以为戒，加强各部门沟通，杜绝抱怨和考核。

五、客户满意度

1、由于我公司客服部门还不太完善，在回访客户过程中，客户对销售顾问的服务都很满意，但是有客户抱怨合格证给予不及时，其中有一位客户投诉销售顾问态度不好，造成客户抱怨，我已经向客户沟通了此件事情，也找此销售顾问了解了情况，确实存在销售顾问态度不是太端正的问题，没有和客户沟通好，我希望以后客服加强监督，销售顾问端正态度，提高客户满意度。

六、部门之间沟通问题

1、由于每个人的岗位职责不明确，导致部门之间沟通存在一定的障碍，遇到问题推卸责任，信息传达不到位，忽略时间观念，造成工作无法正常的进行。

2、每个人有时候要身兼多职，无法做到每项工作细致、认真。

3、每次例会解决不了实质性问题。

4、缺乏制度约束，导致人员不好管理，工作无法向前推进。

以上是我20pc年的工作总结，展望20pc，回望20pc，望金泽所有同事在新的一年里有不一样的收获!

**营销部工作总结和计划篇三**

物业科第一季度安全工作，在公司领导的正确领导下，认真贯彻落实“安全第一、预防为主、综合治理”的方针，紧紧围绕公司领导指定的安全生产目标，坚持以人为本，修订和完善安全管理规章制度，以防火防盗等安全事故，认真开展安全检查、反事故和查隐患整改，在全体员工的共同努力下，安全工作取得了显著成效。

一、人员管理

1、加强自身安全责任意识，紧紧围绕“安全责任、重在落实”的主题。从自身安全做起，切实通过以身作则可视、可感、可悟的良好个人安全行为，使员工感知到安全生产的重要性，感受到领导做好安全的示范性，感悟到自身做好安全的必要性。牢固树立有感领导思想意识，深刻领会有感领导本质内涵，自觉体现有感领导示范行为。加强学习，不断增强员工安全生产工作的责任感，认真履行好职工本岗位的安全职责，坚持安全生产从自身做起，从细节做起。

2、围绕安全做好员工教育和宣传工作。传达贯彻公司安全生产形势，强调树立安全责任意识和“安全第一”的思想和理念，利用周日、例会以各种形式对职工进行安全教育，及时将公司下发的各类安全学习文件传达到每一个人。

二、公寓管理

1、物业科第一季度安全工作在全体员工的努力下，以宿舍违规线路、电器查处和宿舍防火、防盗及租赁场所的管理为中心，经过三个月的努力，期间没有发生任何安全责任事故，为职工们的工作、生活和学习创造了安全、舒适的环境。

2、对严重违规行为，尤其是对宿舍酗酒、酒后闹事、破坏公共设施等人员物业科对其采取的是发现一起，严肃处理一起的强硬管理，决不姑息，前期在对几起严重违规行为的处理结果进行通报后，宿舍楼不文明的行为几乎被杜绝，先后涌现了很多文明宿舍和优秀舍长，逐渐形成了温馨、文明、整洁的.职工公寓。

4、为创建和谐型企业，营造良好的生活环境，依照国家关于部分刀具实行管制的相关规定，物业科、人资科、保卫科请示公司领导后联合对公寓楼各宿舍管制刀具进行了清查收缴。

三、租赁场所的管理

2、强化夜间安全巡检制度，物业科、保卫科两科室实行领导24小时值班制，物业科巡检员及保卫科巡逻队每日有针对性的对重点部位及每日检查重点进行巡检，管理员每天对各宿舍进行检查和不定期巡查，尤其是对医务室、网吧、小餐厅、超市的食品安全、商品价格、饮食卫生、营业时间等情况，按照与外来经营户签订了安全责任书的相关内容检查，严防酗酒、打架、闹事等各类破坏公司内部稳定的事件发生，同时每天对宿舍内使用违规电器、喝酒、赌博等违规情况进行检查，不留死角、不留盲区、及时对各类违规行为进行处理。

3、认真组织开展隐患排查，安全月期间组织县卫生监督、工商等单位对各租赁场所针对食品卫生、价格、进货渠道、消防安全等进行检查。

4、每天对各租赁场所进行检查，尤其是超市商品价格、网吧上网人员登记、餐厅卫生及营业时间进行了专项检查。

四、第二季度工作计划

1、认真贯彻公司及相关职能部门的安全学习、安全活动，及时将安全指示精神传达到每个人。

2、不断完善各项管理制度，提高对住宿场所的管理水平，将人性化管理和制度化管理有效的结合到一起。

3、加强对各租赁场所的巡检，建立职工意见反馈机制，有效杜绝侵害职工利益的现象，如：食品卫生安全、药品安全等。

4、安全深入管理，拓展安全工作范围。切实加强对外包单位安全工作的监督与管理，深入外包单位的日常管理，督促检查规章制度的执行，落实隐患整改，按照签订责任书所签订的内容，严格落实外包单位责任，真正做到安全事故的预防。

5、对承包人的安全教育和管理工作实行责任追究制，对因管理不力、管理不严或违反规定的责任人严格按照租赁场所管理办法处理，问题严重的要采取停业或取消承包资格的必要手段。

6、做好安全工作检查记录，完善台帐，不断完善安全检查制度，加大安全监管力度，确保安全检查一个不漏，发现问题及时处理、上报。

物业科

年月日

**营销部工作总结和计划篇四**

20xx年即将过去，在这一年的时间中销售部通过努力的工作，也取得了一点收获，临近年终，对销售部的工作做一下总结。目的在于吸取教训，提高销量，以至于把工作做的更好，以至于有信心也有决心把明年的工作做的更好。下面我对一年来的工作进行简要的总结。

在20xx年当中，坚决贯彻xx厂家的政策。学习、制定销售各环节话术，公司产品的核心竞争优势，和市场部共同策划宣传公司的形象、品牌的形象，在各媒体广告里如;广播电台、报刊杂志、等，使我们公司的知名度在太原市场上渐渐被客户所认识。部门全体员工累计发短信三万余条，团队建设方面;制定了详细的销售人员考核标准、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，但在其他方面工作中我们做的还有很大的差距。

从销量上看，我们的工作做的是不好的，销售业绩的确很不理想。

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，目前发现销售部有待解决有主要问题有以下几点：

1.销售人员工作的积极性不高，

缺乏主动性，懒散，也就是常说的要性不强 。

2.对客户关系维护很差。

销售顾问最基本的客户留资率、基盘客户、回访量太少。一个月的时间里，总共八个销售顾问一天拜访的客户量20余个，手中的意向客户平均只有七八个。从数字上看销售顾问的基盘客户是非常少的，每次搞活动邀约客户、很不理想。导致有些活动无法进行。

3. 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;对客户提出的一些问题和要求不能做出迅速的反应和正确的处理。在和客户沟通时不知道客户对我们的产品有几分了解或接受到什么程度，在被拒绝之后没有二次追踪是一个致命的失误。

4.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工作总结和计划的习惯，销售工作处于放任自流的状态，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。

5.销售人员的素质形象、业务知识不高。

个别业务员的自身素质低下、顽固不化恶习很多、工作责任心和工作计划性不强，业务能力和形象、素质还有待提高。(长久下去会影响公司的形象、和声誉)

**营销部工作总结和计划篇五**

营销策划大赛已接近尾声，现归纳宣传部不足如下：

a前期宣传--

1、活动主题、口号酝酿阶段，精力投入不足，参与积极性不高，没有令人眼前一亮的点子。

2、宣传单、海报定稿时间拉得过长，导致时间过于紧迫。

3、报名期间值班人员突发情况较多，请假比较频繁。

b产品发布会--宣传部主要负责相关产品信息和商家名称的书写。

1、做事效率比较低，导致发布会商家已经到了可是店名还未写好。

2、所有人都挤在办公会，其实可以派比较空闲的人到小广场协助搭建舞台。

c实战阶段--

1、宣传物品购买后没有派上用场，浪费资金。

2、天气考虑不周，导致装饰物无法重复利用。

3、采购的彩灯为插电型，如果用可装电池的彩灯会更安全。

4、在做宣传方面的物品（喷绘、消费券等）时，只注重宣传物的完成，而忽略了事先谈好宣传费用的大小细节，导致末尾计算费用之时出现空白，给组织造成了极大不便，在此做出检讨。

5、在接收下沙送到的宣传物品时，由于经验不足，忽视了强调时间，造成了接收匆忙，让学长学姐也为此而辛苦奔波，在此诚挚道歉。

6、相关规则描述不清，比如小龙的功能、消费券的使用解释不详细。

d整个过程中存在的问题--

1、人员安排不妥当，导致在用人之时出现人力短缺，以至于临时安排人员协助，给工作造成不便。或者完成同一任务的工作人员过多，导致现场秩序比较混乱，不利于工作的开展。

2、新闻稿、拍照等上交不及时，错过了最具新闻价值的阶段。

3、没有加强和其他部门的交流合作，任务交接不默契。

4、物资看管不力，物品丢失情况比较严重。

f颁奖晚会--

1、拍照安排不力。

2、与其他部长助理沟通过少，导致前期准备物资时采购出现错误。

3、份内事情询问不清，物品准备、采买、打印、盖章环节滞后。

4、现场物资统计时没有及时告知相关人员奖品变化的事情，导致礼品派发出现脱节。

对晚会整体的看法：

1、颁奖晚会时候与工作人员、参赛人员、评委老师沟通不充分，导致工作人员工作不默契，参赛人员提前退场，评委老师在提问环节不知道提问什么问题。使得现场整体感觉混乱。

2、现场座位安排不合理，人员过于分散，上台领奖时候太乱。

3、准备领奖离座的时机不对，老师讲话时一群人离座，显得非常不礼貌。

4、ppt播放和主持人进度不一致。

5、主持人准备不够充分，同时临场的一些变动无法及时反馈给相关人员，常出现主持词更改了但主持人还不清楚的状况。

6、现场算分，办公室压力过大，且时间过于仓促。

对整场营销策划大赛的看法：

1、参赛选手出售商品种类太过单一，竞争性太大。

2、电力设备跟不上活动进度。

3、进存表、销售表填写规定不统一，工作人员计算利润的压力过大。

4、整体上各个部门间的沟通不够充分，常常出现工作上的脱节。

**营销部工作总结和计划篇六**

我认为公司明年的发展是与整个公司的员工综合素质、公司的战略方针、厂家的政策扶持、和个人的努力是分不开的。提高执行力的标准，建立一支“亮剑”的销售团队与一个好的工作习惯是我们工作的关键。我们销售部在20\_\_年有信心，有决心为公司再创新的辉煌！

一、营销部的工作重点

根据年初的工作认真的落实每一项，20xx年营销部的工作重点放在商务散客和会议的营销上，由于酒店所处的地理位置所限，散客的入住率偏低，全年的营销部散客入住率为，我们加大商务客人的营销力度，拜访重要公司签署商务协议，同时根据季节的不同制定不同的营销方案，有针对性的走访，比如旅游旺季，我们把地接较好旅行社认真的回访与，12月份至1月份大部分摩托车会议召开，我们及时的与经销商联系。为旺季的酒店整体营销量做好铺垫。平时在整理顾客档案时，分类定期的回访，同时不断的开发新顾客，截止年底共签署协议454份。

20xx年9月份我到酒店担任营销部经理，20xx年10份酒店正式挂牌三星，这对营销部提供对外宣传筹码，同时也把我们酒店整体水平提高一个档次，有利于酒店的营销工作。

随着网络的高速发展，网络的宣传不仅仅提高了酒店的知名度，而且通过网络公司提高酒店整体的入住率。截止年底共与54家网络订房公司签定了网络合作协议。我们对重要的网络公司提高佣金比例，利用其宣传能够让客人通过网络详细了解商大酒店。

同时在这一年里我们接待了多家摩托车公司等三十多个大中小型会议，对于每个会议的接待，所有部门都能够认真的配合营销部，圆满完成会议的接待工作，客人对我们的工作给予了肯定。在这里由衷的感谢各个部门的领导及员工对我们营销部工作的支持。

二、对内管理

酒店拥有自己的网站，由营销部负责网站的维护和网页内容的更新，通过网络进行宣传扩大影响力，并及时准确的把酒店的动态、新闻发布出去，让的人了解酒店，同时我们提出新的酒店网站建设方案，这为今后酒店网站的发展奠定了基础。

三、不足之处

对外营销需加强，现在我们散客相对比较少。对会议信息得不到及时的了解在接待工作中有时不够仔细，在一些细节上不太注意，考虑的问题也不够全面。有时由于沟通的不及时信息掌握的不够准确。影响了酒店整体的营销与接待，在今后的工作要认真细致，尽量避免，能够做到及时的沟通，从而减少工作失误。

在今后的工作中。要更加努力地工作。通过网络订房的客人不容忽视，争取今年网络的入住率有一个新的提高！

**营销部工作总结和计划篇七**

20xx年的工作可以提炼出三个关键词即探索、忙碌与遗憾。营销部成立至今，我们一直在学习，在摸索。在寻找符合酒店自身条件的营销模式。然而又由于整年我们接待了大量的会议，使得我们整年都很忙碌。由于人力不足，精力有限，我们在顾及会议接待的同时，没有做到真正的营销。这是我们遗憾的地方。转眼又到了年底，是该停下来总结一下了。现在将20xx年的工作总结如下：

1、会议接待方面

营销部至成立之初，酒店领导就将会议接待的完成情况确立为考核营销部工作的重要指标，为此营销部力求重点突破，全力以赴以确保全年经营目标的完成。营销部克服了人员不足，工作量大，会议场地局限及相关设施设备老化等诸多困难，圆满完成年初制定的11万的经营目标。截止到11月30日，会议的总收入达到167469元(会议场租164100元、横幅及水牌1370元、其它1999元)12月会议收入参照11月估算，全年会议收入有望突破18万(在会议接待量上升的情况下，工商银行全年的会议量相较上年却有较大幅度的减少，共计消费1.5万左右)。这一成绩的取得除了营销部两位成员之间的精诚团结与密切合作之外，离不开酒店所有领导的正确领导与关心，更离不开其他部门同事的大力支持与帮助。20xx年围绕更好地吸引顾客，引导顾客消费，在征得酒店领导同意的情况下，营销部在会议接待的硬件配置方面做了如下努力：

a、由于会议室的桌椅大部分已经破顺，加之原有的桌椅数量也无法满足大型会议的需求，为改变现状添置了80把新的会议椅、10条会议桌、18块新台布。

b、电器方面添置了一组无线话筒、一个投影仪、两个无线路由器

2、客户的开发与维护

a、客户开发：20xx年营销部新开发个人和商务公司协议客户30个，与13个协议到期客户续签了协议。重新签订了3家单位的资信协议。新签订5家网络订房公司艺龙网、移动12580、电信118114中国航信、亿客栈等(网络订房这一块，主要的客源还是来自三大巨头即携程、艺龙、同程。20xx年1至10月份，酒店通过订房网预订入住的各类房间总数为249间)。

b、客户的维护：首先将原有的客户资料进行分类存档，对处于休眠状态的协议客户一一进行电话拜访。通过拜访了解到顾客不来消费的原因大概有以下几个方面的原因一是由于公司办公地点搬迁于是就近选择合作的酒店、二是公司更换了负责外联的负责人、三是主观觉得酒店设施设备过于陈旧而放弃合作、四是只为某一次合作的优惠价格而临时签订协议，之后并无继续合作的机会。

其次我们将积分兑房的面延伸到棋牌，使得长期在棋牌消费的宾客也能通过积分兑换的方式获得实惠。截止11月30日，客房棋牌发放积分卡240张，积分兑换的客房为129间。给宾客办理积分卡在吸引回头客，稳定客源方面取得一定的效果。

第三个方面就是在符合条件的宾客中，选取部分忠实客户发展成金卡客户。20xx年共计发放金卡17张(工行王俊、陈艾云、北科公司陈洪伟等)

3、旅游市场的整体开发

一直以来，酒店与旅行社几乎不存在合作，今年营销部在这一方面可谓取得重大突破。四月份开始酒店陆续开始与中青旅、景湘国旅、湘西国旅合作。截止11月30日，酒店共接待旅行社用房383.5间(旅行社一直实行的16免1，全陪半价，所以旅行社实际使用酒店客房400间左右)，共计为酒店客房带来的收入为57929元(平均房价约为145元/间)

除旅行社外，20xx年营销部与普通商务公司间的合作也取得了一定的成绩。四月份起，陆续接待了诸如阳光人寿、采煤技术研讨、萧氏宗亲会、中公教育、舍得酒业等先后19批次的团队，共计使用酒店客房1034间。实现房费收入206655元(平均房价为199元/间)

1、在把握市场动向，应对市场变化方面的能力有所欠缺

营销部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，树立良好形象的一个重要窗口。它对经营决策，制定营销方案起到参谋和助手的作用。然而由于不善于扑捉市场动向，加之获取信息的渠道单一或者是对市场信息的关注度不够，所以在应对整个旅游市场的变化方面显得比较生涩 。最突出的例子是失去20xx年长沙市政府采购会议定点单位的资格。主要就是由于没有关注到相关信息的发布而直接错失投标的机会。在此，我们要作深刻的检讨。另一个方面的不足表现在无法根据目标市场、季节的变化制定出相应的营销策略。

2、与宾客间的互动不足

营销部在日常的工作中，除了会议接待的过程中有较少的与顾客面对面交流的时间，其它几乎没有机会与宾客交流。或者说存在这样的机会我们在无意间就放过了。我们无法知道顾客需要什么，无法获得宾客在酒店消费的直观感受，甚至有投诉或建议宾客都有可能找不到表达的对象。这样就很难给宾客创造宾至如归，温馨如家的消费体验。这一方面恰恰被我们在日常工作中忽略掉了。

3、新兴市场与新客户的开发力度不够

20xx年营销部虽然在旅行社团队与会议团队的接待量上相较以往有了长足的进步，但总体而言力度不够，还应该有较大的上升空间，旅行团的房费收入占全年房费收入的比例还不到1%，会议团队与旅行团共同的房费收入占酒店房费收入的比例也不到3.5%，全年开发新协议客户的数量更是屈指可数。在长沙酒店业竞争白热化的情况下，原有的目标消费群体几乎被瓜分殆尽，这种情况下就要求我们要不遗余力开发新的客户，寻找新兴的消费市场。很显然，营销部在这方面投入的精力是不够的。

1、努力使散客的入住率上一个台阶

20xx年，营销部的主要工作之一将放在提高散客入住率上。我们拥有大多数酒店不具备的优势，那就是良好的区位优势与便利的交通条件。我们会利用所有可能的工具(网络、报刊、杂志及短消息的应用)加大对酒店的宣传力度。力争全年在散客的入住率上有较大提高。

2、加强与各大旅行社间联系

20xx年营销部拟定在旅游黄金周到来之前，利用周末的休息时间，到省内几大著名的旅游城市(张家界、吉首、衡阳、岳阳、韶山等)进行走访，与地州市的各大旅行社之间建立起长期的合作关系，使得这些旅行社有意向将团队安排到我们酒店，以确保酒店客房的收入。

3、加强主题、价格、渠道营销策略的应用

20xx年营销部会根据不同的节日、不同的季节制定相应的营销方案，综合运用价格、产品及渠道策略将酒店的客房，棋牌，餐饮组合销售。使酒店在竞争中始终处于主动的地位，以最大限度的吸引顾客，从而保障酒店经营目标的完成。

4、加强部门间的沟通协作

5、具体的目标明确

a、会议计划收入为13万，理想目标是完成15万。

b、会议团队、旅行团队的总收入力争达到45万。

c、由营销部带来的餐饮收入突破40万

新的一年，我们必将继续探索，继续学习，我们希望又会有忙碌而充实的一年，但是明年再回过头来总结的时候，我们希望不再留有遗憾。我们不奢望尽善尽美，但希望营销部在新的一年里，各项工作都有起色，有突破，有创新，最终当然要有不错的业绩。我始终坚信“天道酬勤”，有付出，就一定会有丰硕的成果等着大家。

20xx，我们一起努力。

**营销部工作总结和计划篇八**

不知不觉中，20xx已接近尾声，加入房地产发展有限公司公司已大半年时间，这短短的大半年学习工作中，我懂得了很多知识和经验。20xx是房地产不平凡的一年，越是在这样艰难的市场环境下，越是能锻炼我们的业务能力，更让自己的人生经历了一份激动，一份喜悦，一份悲伤，最重要的是增加了一份人生的阅历。可以说从一个对房地产“一无所知”的门外人来说，这半年的时间里，收获额多，非常感谢公司的每一位领导和同仁的帮助和指导，现在已能独立完成本职工作，现将今年工作做以下几方面总结。

一、学习方面：

学习，永无止境，这是我的人生中的第一份正式工作，以前学生时代做过一些兼职销售工作，以为看似和房地产有关，其实我对房产方面的知识不是很了解，甚至可以说是一无所知。来到这个项目的时候，对于新的环境，新的事物都比较陌生，在公司领导的帮助下，我很快了解到公司的性质及房地产市场，通过努力的学习明白了置业顾问的真正以及职责，并且深深的喜欢上了这份工作，同时也意识到自己的选择是对的。

二、心态方面：

刚进公司的时候，我们开始了半个月的系统培训，开始觉得有点无聊甚至枯燥。但一段时间之后，回头再来看这些内容真的有不一样的感触。感觉我们的真的是收获颇丰。心境也越来越平静，更加趋于成熟。在公司领导的耐心指导和帮助下，我渐渐懂得了心态决定一切的道理。想想工作在销售一线，感触最深的就是，保持一颗良好的心态很重要，因为我们每天面对形形色色的人和物，要学会控制好自己的情绪，要以一颗平稳的、宽容的、积极的心态去面对工作和生活。

三、专业知识和技巧：

在培训专业知识和销售技巧的那段时间，由于初次接触这类知识，如建筑知识，所以觉的非常乏味，每天都会不停的背诵，相互演练，由于面对考核，我可是下足了功夫。终于功夫不负有心人，我从接电话接客户的措手不及到现在的得心应手，都充分证明了这些是何等的重要性。当时确实感觉到苦过累过，现在回过头来想一下，进步要克服最大的困难就是自己，虽然当时苦累，我们不照样坚持下来了吗？当然这份成长与公司领导的帮助关心是息息相关的，这样的工作氛围也是我进步的重要原因。在工作之余我还会去学习一些实时房地产专业知识和技巧，这样才能与时俱进，才不会被时代所淘汰。

四、细节决定成败：

从接客户的第一个电话起，所有的称呼，电话礼仪都要做到位。来访客户，从一不起眼的动作到最基本的礼貌，无处不透露出公司的形象，都在于细节。看似简单的工作，其实更需要要细心和耐心，在整个工作当中，不管是主管强调还是提供各类资料，总之让我们从生疏到熟练。在平时的工作当中，两位专案也给了我很多建议和帮助，及时的化解了一个个问题，从一切的措手不及到得心应手，都是一个一个脚印走出来的，这些进步的前提涵盖了我们的努力与心酸。有时缺乏耐心，对于一些问题较多或说话比较冲的客户往往会针锋相对。其实，对于这种客户可能采用迂回、或以柔克刚的方式更加有效，所以，今后要收敛脾气，增加耐心，使客户感觉更加贴心，才会有更多信任。对客户关切不够。有一些客户，需要销售人员的时时关切，否则，他们有问题可能不会找你询问，而是自己去找别人打听或自己瞎琢磨，这样，我们就会对他的成交丧失主动权。所以，以后我要加强与客户的联络，时时关切，通过询问引出他们心中的问题，再委婉解决，这样不但可以掌握先机，操控全局，而且还可以增加与客户之间的感情，增加客带的机率。

五、展望未来：

20xx这一年是最有意义最有价值最有收获的一年，但不管有多精彩，他已是昨天它即将成为历史。未来在以后的日子中，我会在高素质的基础上更要加强自己的专业知识和专业技能，此外还要广泛的了解整个房地产市场的动态，走在市场的最前沿，俗话说“客户是上帝”，接好来访和来电的客户是我义不容辞的义务，在客户心理树立良好的公司形象，这里的工作环境令我十分满意，领导的关爱以及工作条件的不断改善给了我工作的动力。同事之间的友情关怀以及协作互助给了我工作的舒畅感和踏实感。所以我也会全力以赴的做好本职工作，让自己有更多收获的同时也使自己变的更加强壮。总之，在这短短半年工作时间里，我虽然取得了一点成绩与进步，但离领导的要求尚有一定的差距。

六、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业务员和同行学习，20xx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20xx年销售情况和市场变化，自己计划将工作重点放在中重点类客户群。

（二）针对购买力不足的客户群中，寻找有实力客户，以扩大销售渠道。

（三）为积极配合其他销售人员和工作人员，做好销售的宣传的造势。

（四）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，为企业的再发展奠定人力资源基础。

（五）加强自己思想建设，增强全局意识、增强责任感、增强服务意识、增强团队意识。积极主动地把工作做到点上、落到实处。我将尽我最大的能力减轻领导的压力。

（六）制订学习计划。做房地产市场中介是需要根据市场不停的变化局面，不断调整经营思路的工作，学习对于业务人员来说至关重要，因为它直接关系到一个业务人员与时俱进的步伐和业务方面的生命力。我会适时的根据需要调整我的学习方向来补充新的能量。工业知识、营销知识、部门管理等相关厂房的知识都是我要掌握的内容，知己知彼，方能百战不殆（在这方面还希望公司给与我们业务人员支持）。

（七）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。今后我将进一步加强学习、踏实工作，充分发挥个人所长，扬长补短，做一名合格的销售人员，能够在日益激烈的市场竞争中占有一席之地，为公司再创佳绩做出应有的贡献！

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