# 2024年营销的年终总结报告(大全10篇)

来源：网络 作者：心如止水 更新时间：2024-05-18

*报告材料主要是向上级汇报工作,其表达方式以叙述、说明为主,在语言运用上要突出陈述性,把事情交代清楚,充分显示内容的真实和材料的客观。那么我们该如何写一篇较为完美的报告呢？下面是小编为大家整理的报告范文，仅供参考，大家一起来看看吧。营销的年终...*

报告材料主要是向上级汇报工作,其表达方式以叙述、说明为主,在语言运用上要突出陈述性,把事情交代清楚,充分显示内容的真实和材料的客观。那么我们该如何写一篇较为完美的报告呢？下面是小编为大家整理的报告范文，仅供参考，大家一起来看看吧。

**营销的年终总结报告篇一**

因互联网是在虚拟的空间上交谈与结识，关键问题是做到与客户互信互利，才会有生意做。必须留意以下几个方面：

a.公司的主营产品，如果公司以小规模发展速度，公司的人力、物力、财力实务不雄厚情况下，公司必须经营销售专一产品，方会尽快见到效果。面向的产品经营，战线拉得太长，从前线业务到工厂搜索与售后跟进需一个完整体系与多位专业人士及专业知识来操控。

买家总会货比三家，买家远是专业的。作为贸易公司最主要的优势是提供优质的服务，如这点做不到，是无法赢得客户信赖的。

报价并不是一个很简单的活动，它是企业与新客户沟通的切入口。要懂得本行业出口量和前景。本行业内各个企业报价的平均水平和报价趋势。及本公司的产品质量和在国内同类产品属于哪个水平面(高中低，自己的产品报价与市场行情差价，及如何以达到报价的正确性，让客户查到公司知道公司的主要经营产品及及产品优势与核心竞争力。

b.报价表

公司以一定的数量为基础，提供一份产品价格表(pricelist。

此报价表上的数据是企业发展策略的一部分。因为它决定了公司业务开拓的切入口。价格的定位也就将客户进行了定位。不同的价格就会培养不同素质的客户群，也就决定了公司的发展方向，产品/服务策略，发展速度和未来。所以小小的一份报价表，看似简单，实则要经过仔细和认真的推敲。

报价应报得恰如其分，不能过低，也不能过高;好东西不能贱卖，普通的产品不要报高。因为客户往往会从你的报价来判断你的诚实性，并同时判断你对产品的熟悉程度;如果一个非常简单普通的产品你报一个远离市场的价位，甚至几天都报不出来，这说明你的诚实性不够，你根本不懂这一行，自然而然客人不会对你再理会。

摸清客户动机及诚意再报价，以免成为报价工具，浪费时间。

外贸竞争异常急烈，以目前中国市场所见是供大于求，要想异军突起，特别注意服务和经常学习，避免出错。

这是网络开展客户最首要的因素，即你的公司实力如何，产品况争力怎样，公司服务怎样?信心和信誉是双向的。

解决方法：第三方认证(如付费会员;网站及产品的丰富程度;业务员准确快捷的服务。(良好的与客沟通技巧客户最想了解的是什么。）

1你是不是做这个产品多时了。

2你对产品了解多少。

3你这个人的人品如何。

4当然价格是否有竞争力是不可少的必要条件。

要做到以上4点你就必须做大量的资料搜索，收集，比较工作，在这个过程中要抓紧学习这类产品的专业知识。否则客户会对你不放心。只有你能把该类产品讲的很清楚，技术关键在那里，质量如何控制，价格的定位为什么是这样，原材料又是如何如何.。客户才会对你放心和信任。取得客户的信任--很重要啊!

客户关注的几个问题如沟通不好，决无下文。如产品的规格、技术参数、所达标准，价位，打算订购的数量，做什么品牌，该品牌在当地是否有影响力，和哪些企业有过生意往来，及做外贸时间长久等。

对客户的任何信息要及时响应并回复;对客户的回复不能简单的一问一答，要尽可能全面、周到，但切不可啰嗦。邮件中语言尽显专业性与针对性，否则失去继续交谈的机会。

一般来讲，从以下几个方面入手来赢得客户

1做好质量营销。

2树立“客户至上”服务意识。

3强化与客户的沟通。

4增加客户的经营价值。这就要求企业一方面通过改进产品、服务、人员和形象，提高产品的总价值;另一方面通过改善服务和促销网络系统，减少客户购买产品的时间、体力和精力的消耗，以降低货币和非货币成本。从而来影响客户的满意度和双方深入合作的可能性。

5建立良好的客情关系。

找客户的渠道，生意的产生是多样化的。

营销部年终总结范文

营销稽查与电力营销风险管理

市场营销管理中色彩营销

浅谈企业营销新利器-博客营销

浅谈家电营销新思维:水平营销

市场营销论文电力营销管理

企业市场营销市场营销论文

市场营销管理中色彩营销模式

电力市场营销改革竞争营销管理

绿色营销理念下的企业营销对策

**营销的年终总结报告篇二**

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。xx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

a、客户开发：xx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。xx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，使得长期在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。xx年共计发放金卡17张(工行王竣陈艾云、北科公司陈洪伟等)

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，xx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、、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)

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尝季节的变化制定出相应的营销策略。

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。

xx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，寻找新兴的消费市常很显然，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，，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。

**营销的年终总结报告篇三**

人生的脚步总是从偶然走出；之后的路越必然，便越感慨当初偶然的发生。

从11月11日加入天手食品，整两个月零3天，作为一个新人，写工作总结的时候，自然与别个不同；储存柜中的原始票据和成形的报表已是厚厚一摞，小具规模，内心涌起一阵暖流，它们无声无息，记载着两个月的成果，像是成长的年轮，有迹可查，却又无法道尽。

在xx年这两个月时间，基本以收集汇总为主，其中包括财务报表、销售分、总报表，销售排名，原材料进出存报表，材料消耗考核、工资报表等。

一直觉得自己不是一个具备快速适应能力的人，恐惧陌生。陌生的环境似乎总是个未知数，在度过了那段熟悉陌生环境的日子之后，蓦地感觉自己已逐渐融进了这个集体，重新开始分享工作带来的乐趣。虽然已经而立，期间的足迹也足以让我看淡世事、悲喜，但对于这样一个事实，依然掂起来沉甸甸。我把他看作付出换回的爱。

作为营销的一员，自然明白营销的真正内涵就是满足需求、创造价值，用饱满的热情善待每位员工和客人，让自己成为一道风景展示天手人的风貌。领导的点拔是让大家做到足够优秀，独挡一面。但我想，在这个快速流转的世界，没有什么不能代替，越来越多的替代品的悄然出现便是明证。看看柜中留存的那些材料，我想它会越来越厚。我们存在的理由就是使自己不断强大和不可替代，而它所替代的，是生命。

又一年结束了，这是我初来乍到的一年，就像逝去的日子一样，我的工作中有残缺和不足，但，我都认真度过了。对得起每一天，就算对得起自己的生命了，因为它是生命的替代，我们一辈子也就只在做这一个事儿。

生命就是每一个偶然的轨迹，而后重叠成必然，就看是快乐多一些，还是悲伤多一些。我会在工作中让自己变得快乐起来，把每一个快乐的成长瞬间带给身边每一个人。

新年的工作已经开始，我会虚心学习，谨慎工作，尽快加入到企业的大家庭中来。

**营销的年终总结报告篇四**

xx年的工作时间xx年3月-xx年1月，10个月的工作时间涉及的行业：投资担保40余家、食品30余家、婴儿用品40余家、汽配大世界、北环汽配车饰广场、陈砦花卉大世界、国际茶城、豫州电动车批发市场、国产汽车配件、名优汽配广场，投入时间最长的为投资担保(6月-12月)，合作的客户：亿诺担保、瑞远担保、369担保、商都妇产医院、一鸣出国教育、国际茶城、北环汽配车饰广场、陈砦花卉大世界，中原花木城、经济视点报、海瑞制药、云梦服饰、新成汽车贸易公司，但真正了解这些公司内部的和决策者的兴趣爱好，几乎没有，以往工作中有一种错误的观念，始终认为发展向导或发展多个向导是浪费时间和给自己签约时会造成麻烦，只知道公司名称和联系电话就开始和客户联系推荐自己的产品，所以和客户的关系一直也都不是特别理想。

xx年全年的工作计划完成的情况非常不乐观，主要由于自己一直想的比较多，行动的比较少，并一直以量为主导，在新客户开发和老客户关系维护上面欠缺的太多，一直在进行着简单销售，觉得自己做了这么多年的销售和团队带领，工作中也经常有学习的习惯，但实际提高的技能非常不明显。总结以前的工作有以下几点：

2、没找对人、没说对话，20xx年每次拜访客户先通过向导或外部了解客户的基本架构授权，好好想想设想拜见时客户给与好的回复，在心里自己鼓励自己，想好要说的\'话和想要了解的事。

3、心太急，没去见客户以前联想的太多，而提前基本很少去考虑客户真正的需求点和目标宣传是个什么样子，就去拜访客户，造成不能说服客户，反而自己自信心下降，所以在20xx年的途中避免发生盲目的追求和盲目的和客户谈判，一定要做好准备。

经过摧龙六式的培训之后，自己收获的东西非常多，回头看看自己以往的思考模式和销售模式觉得自己欠缺的东西还有很多，根据自己的以往的情况进行对照分析，自己的感悟如下：

摧龙六式的第一式客户分析：

第一步在客户分析和客户资料收集、客户资料分析判断上要改变以前的单一形式，比方说客户资料收集方面是做业务最基本、最基础的东西，其实以往的方式方法有很多种如上网、看报、114、12580、户外、电视、dm、行业周刊，这些最基本我都能做到并且自己在这方面做的还不错。

第二步通过人脉关系自己的朋友同事介绍客户资料这个问题还不大，但是通过老客户去转介绍的很少，因为总觉得自己对老客户的服务根本就不能让其满意，从做业务到现在只有5个老客户给我进行转介绍，所以这数字是非常可悲的，不管什么原因，自己没做到让客户满意那就是自己的原因，以后在这方面还得加大自己的人际关系力度，比如说：通过行业聚会，和朋友约会多了解，另外多学习一点人际关系相关的课程。

第三步最关键的一点内部资料审核是非常欠缺的，在这个上面自己只能给自己打10分，所以以后要全面地了解客户的个人资料包括爱好和兴趣、家庭情况、喜欢的运动和饮食习惯、行程，所有的一切都要一清二楚。

第四步收集完了资料后就应该对客户的组织结构进行分析，行业内部信息进行判断分析，包括从客户的级别、职能以及在采购中的角色将与采购相关的客户都挑出来，从中找到入手的线索，这是以后需要重点运用和练习的。

第五步内部资料审核通过这段时间的培训过后，了解到也就是说得到了他的资讯和信息过后自己首先要对客户的内部基本资料有所了解，包括他的营销状况、和客群定位、客户的实力这些是最起码知道的，这其中我认为是缺一不可，而以前这些我认为都没做到，所以以后要仔细观察和体验这方面的技能。

第六步判断销售机会，也是是关键的步骤之一，它就立刻决定了你的销售是否能进入下一个阶段，如果连销售机会都没有的话就不要进入下一步，免得将时间和资源花在不会产生签约的客户身上。经过公司的培训过后也意味到自己身上存在这很多的不足，我认为自己以后应该在如何发展人脉和人脉的维护以及发展向导上面加大自己的学习力度(和公司做的前两名和广告行业的精英学习)，现在这个社会不是单打独斗的个人了，个人再能干不如团队一起干轻松，所以团结协作尤为重要，改变要从现在、要从自己开始，所以我相信学习也是我现在的首要任务，为了更好的发展自己的人脉建设，这段时间也在从网上去研究一些如何发展人际关系(曾仕强的人际关系学)，现在认为良好的人脉关系需要具备：首先要做到打开自己真正去理解、包容和接受别人、真心的为对方着想、不撒谎、不欺骗、多参加社交活动。

**营销的年终总结报告篇五**

20xx年1月我有幸加入公司营销中心，在公司领导及同事的支持与帮助下，一年来我感受到了自己在工作中的进步，但同时也感慨自身工作中还存在很多的问题，工作方法也存在许多薄弱之处。现将20xx年的工作总结如下，望能够为自己查漏补缺，促使自己不断进步。

负责公司业务电话接听及信息记录，并做好信息传递工作。

接听客户咨询，配合销售人员向客户介绍本公司产品的相关资料信息；了解客户公司的相关资料及询样要求，为客户提供发样。

熟悉发样、发货的整个流程，并严格按照规定操作。

根据客户的付款方式跟进物流情况，本着经济、安全、高效的原则，联系物流及时发货，主动和客户、货运公司联系沟通，积极进行货物跟单，确保安全及时地到达客户处。

根据客户付款方式，及时跟进客户货款情况，控货、催款。

非月结客户，货到目的地后催促客户打款，货款到账之后通知货运公司送货。月结客户应及时了解客户欠款额，在规定月对账日期出具对账通知与客户核对月结货物账目及开票数据，并通知客户及时付款。

根据财务收款信息的记录及时分配客户到款更新了解客户欠款额，根据财务提供信息协助财务联系客户出具一些承兑说明。

按照客户付款详情，每月20号出具开票通知给财务室。开票通知需确认开票品种、单价及数量是否与订单内容相符。

因个别客户的特殊要求，例如：先票后款、先到款开票后订货等。根据具体情况开据所需发票，及时安排邮寄，确保客户不因发票原因而影响付款。

根据当月实际销售情况划分产品、客户、区域制定相应的报表。

按照规定根据当月工作日期确定生产期，在保证最低库存的情况下综合上月销售量及客户的需求做出相应的生产计划。仔细核对生产计划表，避免一些少下、漏下、多下，型号、包装错误发生。

定期电话拜访客户，及时了解客户的经营状况、库存状况及市场需求，并作好记录。按日常业务洽谈，对客户反馈的意见进行及时传递、处理，对客户进行销售政策的传达及业务信函的发送。

这1年的工作经历，让我意识到销售内勤岗位的重要性，同时也增强了我个人的交际能力，然在工作的过程中时有遇到与相关部门交接不到位的问题。

例如：货物在运送过程中，控货出错；生产计划包装规格错误；客户跟踪不及时及开票过程中因粗心大意导致开票种类、数据、单价等错误。

在遇到这些问题没能及时处理、上报，给公司带来了没必要的损失，我自己感到非常内疚。

在实践中检验所学知识，熟悉好当前的产品特性，对客户经常提出的一些问题的应答技巧。学习交谈技巧，熟悉客户并掌握客户情况。

协助同事处理一些日常事务，做在外销售人员的好助手，及时完成领导交派的任务。协助许刘处理发货、控货的问题，同物流公司加强联系。加强和财务的联系，做好信息费及时支付和开票事务。

用心，细心，耐心，虚心的做一名称职的销售内勤，与部门共同成长。

营销中心蒋海霞

20xx年12月29日星期四

**营销的年终总结报告篇六**

自1月份正式进入20xx年以来，在繁忙而充实的工作中，我们不知不觉地迎来了20xx的一年。转眼间，这家房地产集团已成为一个集体将近一年。在此期间，经历了我公司销售人员的专业培训，参与了项目的销售工作，加入了热情的销售团队，领略了先进、人性化的公司文化。回顾这段难忘的工作经历，为了在新的一年里更好地投入这项充满激情的工作，过去的一年总结如下：

**营销的年终总结报告篇七**

20xx年1月我有幸加入公司营销中心，在公司领导及同事的支持与帮助下，一年来我感受到了自己在工作中的进步，但同时也感慨自身工作中还存在很多的问题，工作方法也存在许多薄弱之处。现将20xx年的工作总结如下，望能够为自己查漏补缺，促使自己不断进步。

1、接听客户咨询、

负责公司业务电话接听及信息记录，并做好信息传递工作。

接听客户咨询，配合销售人员向客户介绍本公司产品的相关资料信息；了解客户公司的相关资料及询样要求，为客户提供发样。

2、发样、发货工作

熟悉发样、发货的整个流程，并严格按照规定操作。

根据客户的付款方式跟进物流情况，本着经济、安全、高效的原则，联系物流及时发货，主动和客户、货运公司联系沟通，积极进行货物跟单，确保安全及时地到达客户处。

3、货款的跟踪

根据客户付款方式，及时跟进客户货款情况，控货、催款。

非月结客户，货到目的地后催促客户打款，货款到账之后通知货运公司送货。月结客户应及时了解客户欠款额，在规定月对账日期出具对账通知与客户核对月结货物账目及开票数据，并通知客户及时付款。

4、分款、开票

根据财务收款信息的记录及时分配客户到款更新了解客户欠款额，根据财务提供信息协助财务联系客户出具一些承兑说明。

按照客户付款详情，每月20号出具开票通知给财务室。开票通知需确认开票品种、单价及数量是否与订单内容相符。

因个别客户的特殊要求，例如：先票后款、先到款开票后订货等。根据具体情况开据所需发票，及时安排邮寄，确保客户不因发票原因而影响付款。

5、相关报表及生产计划的制定

根据当月实际销售情况划分产品、客户、区域制定相应的报表。

按照规定根据当月工作日期确定生产期，在保证最低库存的情况下综合上月销售量及客户的需求做出相应的生产计划。仔细核对生产计划表，避免一些少下、漏下、多下，型号、包装错误发生。

6、客户跟踪情况

定期电话拜访客户，及时了解客户的经营状况、库存状况及市场需求，并作好记录。按日常业务洽谈，对客户反馈的意见进行及时传递、处理，对客户进行销售政策的传达及业务信函的发送。

这1年的工作经历，让我意识到销售内勤岗位的重要性，同时也增强了我个人的交际能力，然在工作的过程中时有遇到与相关部门交接不到位的问题。

例如：货物在运送过程中，控货出错；生产计划包装规格错误；客户跟踪不及时及开票过程中因粗心大意导致开票种类、数据、单价等错误。

在遇到这些问题没能及时处理、上报，给公司带来了没必要的损失，我自己感到非常内疚。

在实践中检验所学知识，熟悉好当前的产品特性，对客户经常提出的一些问题的应答技巧。学习交谈技巧，熟悉客户并掌握客户情况。

协助同事处理一些日常事务，做在外销售人员的好助手，及时完成领导交派的任务。协助许刘处理发货、控货的问题，同物流公司加强联系。加强和财务的联系，做好信息费及时支付和开票事务。

用心，细心，耐心，虚心的做一名称职的销售内勤，与部门共同成长。

营销中心 xx

20xx年12月29日 星期四

**营销的年终总结报告篇八**

转眼一年过去了，回顾过去，展望未来，xxx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：

2、部门业绩：透过全员的共同努力发展我院会员10581人，开展义诊、讲座等活动46场，其中包括雷锋日xxx义诊、去火车站举行xx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xx义工协会联手参加xxxx家园启智中心义工活动，和《xx时报》共同举办送健康进社区、《约会春天》、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《贵宾尊享农行养生讲座》，及贵宾中医养生体验活动；和xx石油共同举办百人大型讲座《抵抗衰老，健康生活》，并在我院周边赞助太极拳队及xx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xx电视台的新闻报导，下半年工作重点转向送健康进校园，在xx二幼、xx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25家、企事业单位34家并均有持续良好的合作。

在网络推广中参与qq群40个，参与策划xxx院庆一周年ppt、市场部舞蹈《江南style》获表演奖，视频上传至xx后，播放次数达1500多次；xx百科上编制“于金”词条，浏览量达60多次；xx文库上传宣传xxx的文档11份，浏览量达200多次，被下载量达20多次。20xx年11月10日在百度文库创立“中医xxx”团队以来，团队排行由3000多名已经上升到410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明白应用的培训，吸纳14名员工加入到互联网推广工作。在百度明白回答问题2400多个，采纳率到达29%，级别升至八级。在互联网上用心地宣传了xxx医院。使用xx微博宣传xxx，粉丝已达2780人，发送微博500多条。医院内网上发布各类报道、通知60篇。

1、关于部门及制度建设，市场咳嗽迸浔覆蝗壳叭辈呋鞴芎陀鞴埽缤乒阒鞴芩孀舩xx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向在寻找中，现有适宜人选，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，每位主管下方应有2-3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向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，期望在以后的医疗项目推出中能够参考市场部相关人员的意见推荐，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。

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用心作用，随着20xx年的到来，市场部应策划义诊及讲座活动应不少于80场，新增会员应达0人，市场部的人员配置应更加合理和完善，用心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。

**营销的年终总结报告篇九**

总结是指对某一阶段的工作、学习或思想中的经验或情况进行分析研究，做出带有规律性结论的书面材料，通过它可以全面地、系统地了解以往的学习和工作情况，让我们一起认真地写一份总结吧。总结怎么写才能发挥它的作用呢？下面是小编精心整理的营销员年终总结，仅供参考，欢迎大家阅读。

天气越来越冷了，xx年已接近尾声了。年终总结却不知如何下笔，因为有太多的故事，太多的感动，太多的酸甜苦辣，不知从哪件事情说起！

从xx八月份来公司已经两年多了，今年一整年都在做营销。自己的客群从十个到百个一个一个在增加，这些客户都是靠平常维护来的。我们平时所说的服务在于上班时间给客户服务，这上班这段时间服务好来场的客户，建立我们于客户之间的客情必须靠双手干出来。用劳动去给客户做事，客户印象最深刻，一次，两次，三次这个客户就认识你了，久而久之这个客户就会产生依赖性，来到新奇特洗车就会想到你，当然做项目也会想到你，你说你还会没有单做吗？给我印象很深的是开君越的车主。自从我们店的老接待走后，这个客户就很少来新奇特洗车。因为他对我们这里感到陌生了，感觉不到家的感觉，所以他最近都很少来。有一次他来打蜡，我就跑过去给他打漆面。他的漆面很粗糙，我又想做他生意。我就给他推荐了一瓶微晶护理剂。由于价格的原因他不干。他有这个想买的欲望，我就二话不说就帮他处理漆面了。心想干了再说，不做我也不吃亏。我就很认真的帮他漆面全车处理过去。当时夏天天气燥热我干的汗流夹背，客户都看在眼里。最后不是我在推销了而是客户想买。他就直接问我最低多少钱，我买了。这个客户买了这护理剂，他就认识我了。以后他来都是找我，经过几个月的服务这个客户保险，轮胎，spa等等都给我做了。这个客户的维护案例让我体会到服务的重要。我们店还有很多类似这样的，我相信只要我们维护好了这些老客户反而更好做生意。后期很多我通过电话短信回访的方式通知他们做项目，也捡了一些客户。

今年我们大多时间都在做品质活动。一场场活动下来，虽然很累，当我个人却获益匪浅。从美容的spa，到太阳膜，到保险，到轮胎，到最后的美容节，每场活动下来都提升了很多。从最简单的内室干洗，升级美容spa才知道原来汽车内室还可以这样洗。从不懂太阳膜到了解太阳膜，有几种品牌有什么功能等等。今年每场活动下来学会了全场营销。

xx年7月份我们轮胎节活动。我们金山店的轮胎量是全国新奇特排名第一，这场活动的前期工作，我们准备了很久。每天全场的接待，没有业绩指标，只有轮胎量指标。我们的目标是一致的，就是金山店的轮胎量要做到全国新奇特第一。不管美容，用品，机修还是喷漆，我们都在卖轮胎。轮胎卖到什么程度呢？就是客户进场我们每个接待都会去摸轮胎，摸轮胎安全线磨到什么程度，甚至我们金山店全体的人员都在关注客户车子的轮胎。整个金山店上下团结一心卖轮胎。接待跟客户聊天的话题都是以轮胎为话题，告诉他这个月轮胎节。第一步给他介绍我们新奇特的轮胎发展史，新奇特轮胎的品质以及施工品质，而且轮胎特价。几乎所有的客户都会来订几条放在我们这边。因为有品质的保证，客户就很好的接受我们的轮胎，我们店有的客户直接刷两万放前台买轮胎用。是什么原因让客户直接把卡放前台刷两万呢？因为我们新奇特的品牌，更关键的还是我们的施工让他放心。轮胎节活动让原来对轮胎一窍不通的我也至少认识了很多。比如说轮胎的品牌，尺寸规格等等。虽然价格全部背不出来，但对轮胎的基本常识都知道了，这就是我的成长。

9月份做保险活动，活动当天100单保单怎么做？其他同行也在做保险，怎么才能有新奇特的特色，九月份保险节我们才真正知道什么是新奇特车险。买保险无非是保证万一。不出事则好，万一出事找不到人去帮你解决，那你就头疼了。在新奇特买保险，你能享受到其他保险公司无法提供的服务。新奇特就是以服务品质来打造新奇特车险的品牌。新奇特保险的十大优势，让很多客户在我们这做了保险。因为我们给客户提供了快捷，方便，省心的服务。保险是我们汽车行业的纽带，做好了保险，我们新奇特将有做不完的生意。

感触最深的是我们自己家的活美容节。从不会讲烤瓷，这场美容节对我个人来说成长了不少，因为人都是被逼出来的。你接受了你就成长了否则你就倒下去。因为你扛不住那份压力。这场活动下来让我体会最深的就是客情。有的接待客情好的活动当天来场的客户你接都接不过来，不好的呢只能在那里远望，等待。等待就只有等死了。一场场活动下来，我们金山店之所以每场活动都能成功，是因为我们的团队，不管是做贴膜，轮胎，还是保险，我们金山的全体接待都是一条心的干。大家虽然也有组里的业绩，当为了整个店我们都毫无怨言。这活动也考验了我们金山团队的向心力。今年从店长身上学到的是知人善用，做好岗位的分工合作。我们店的邀约肯定是全新奇特最好的邀约团队。因为我们做邀约领了xx个客户到场这个任务后，我们大家都在拼命打电话做邀约。我的一个客户就因为我们打太多个电话影响到他的正常工作，结果活动过后我被骂的狗血淋头。我是该生气呢？当反过来想我还是得为我们默默在后面打电话的女孩子说声谢谢。听到她们的声音都有点沙哑我很是感动。

**营销的年终总结报告篇十**

尊敬的各位领导及全体同仁：

大家好！

我叫胥彦贵于xx年加入保险业,xx年12月加盟太平洋人寿保险股份有限公司定边营销服务部任行政经理至今,已有一年零八个月有余.定边县位于陕、甘、宁、蒙四省交界处，距离榆林332公里，距离省府西安720公里。北接内蒙古鄂托克前旗，西与宁夏自治区盐池县毗邻，南接甘肃省环县，自古就有“旱码头”之称，是东西南北商人必宿之地，所以从古到今商品流通较为发达。面积7096平方公里，下辖21个乡镇，人口27万，人均年收入2400元。

定边营销部在经过20个月的发展，从xx年12月份的在册人力21人（正常出勤9人）发展到现在的百人团队，从xx年年期缴总保费27万到xx年1至7月份实现期缴174万元，从之前1个业务室发展到目前8个业务室（即将晋升一个业务部）个险保费名列陕西省分公司县级营销部前茅。

定边营销服务部能有现在这样一个发展，是和陕西省分公司的企业文化“互信、专业、协作”分不开的；也是榆林中心支公司总经理室提出的“三年发展目标愿景”具体体现；是我部全体营销将士团结协作，互信互赢的结果。xx年是榆林中支提出三年发展的第一年，也是打基础的一年，在这一年定边的全体同仁饱尝了心酸与失落，也收获了喜悦与成功，内部业务人力亟待发展，外部同业公司的谣言诋毁，再加上开门红战役的悲壮收场，新增人力的脱落率过高，随即在xx年三月提出了3个经营措施：1：增员是主流，留人是关键。加强增员陪访技能培训和呼唤老兵归队，加强基本法的学习及宣导，从而使团队引进了一批优秀的业务人员，使团队的战斗力大大加强。2：提出了3---6月的收入“万元户”激励政策，达标者佩带大红花，并再次系统的加强分红险的销售技能培训。提出加大拜访量的口号“宁可白说、不可不说，宁可白做、不可不做”“1234再去一次”适时的调整了业务伙伴的心态问题。3。提出建立“和谐”团队文化，“一帮一一对红”建立层层陪访，层层辅导，荣辱与共，共同进退的互助文化。团队凝聚力和向心力空前高涨。

通过以上的措施执行，产生了较好的效果。一举使我部历史性的突破当月保费达13万元，紧接是“华彩人生”的销售使我部的件均保费当月突破了6000元大关，业务员的收入提高了，干劲更足了。

我们提出了“销售的最大敌人是我们胆量”，告诫业务员“不要拿我们的收入去衡量客户的购买能力”取得了华彩人生的全面胜利。由于公司领导大力支持和我部全体伙伴的不懈努力实现了业务的大逆转和人力的大突破。为xx年的发展奠定了夯实的基础，xx年是中国太平洋寿险榆林中心支公司三年业务发展上重要一年，也是榆林中支公司实现三年发展战略目标的中间年，是关键性的一年，是承上启下、继往开来的一年。如果说xx年是我们为实现三年发展目标打基础的一年，那么xx年就是我们实现三年发展目标的“支点”。

定边营销服务部在中心支公司总经理室的正确领导下，认真贯彻落实中支公司总经理室提出的各项要求，紧紧围绕公司下达的各项工作指标，以个险业务发展作为全年的工作主题，明确经营思路，把握经营重点，积极有效地开展工作，取得了较好的成绩。为了给今后工作提供有益的借鉴，现将我部xx年1--7月的工作情况和下半年的工作措施汇报如下：

1---7月份经营成果和工作总结截至7月31日，我部在全体业务同仁的共同努力下，共实现新单保费收入184万元，其中期交保费174万元，意外险总保费13万元银行保险1万元。我部至7月有营销代理人177人，持证人数110人其中业务主任8人,筹备主任8人.专务6人。团险销售人员1人,银行保险人员2人.续期保费任务46.03万元,累计实收47.47万元,达成率103.1%第13个月的保费继续率92.79%,25个月继续率83.45%.回顾xx年已走过的历程，凝聚着定边营销服务部全体同仁的不懈努力和顽强的拼搏精神，开门红战役旗开得胜,三四月份业务保持稳步发展,再到五六月的持续业务增长。同时在人力的增长方面保持月月有新人,从而使人力的同比增长达到450%.拉动了业务的快速增长.这些优异成绩的背后，完全取决于全体员工的必胜的信念和上级公司明智的业务发展思路和节奏。

我部针对不同阶段的工作重点，各阶段实际状况，积极调整思路，跟上公司发展的节奏，主要采取了以下具体工作措施：

（一）从思想上坚定信心，明确方向，充分认识市场形势，抓住机遇，直面挑战。总经理室多次在各种会议中强调，今后的市场竞争日趋激烈，同业公司不断从各个方面和我们展开较量，在这种市场环境中，只有迎头赶上，积极发展才是硬道理只有人力的不断攀升才能有业务的增长。我部上下充分领会上级精神，积极运用中支公司的各项政策开拓人力市场从本部人力发展到向两乡人力衍生.较为成功的组建白泥井业务室和即将组建的冯地坑业务室从而拉动了两乡业务较快的发展.我们利用各种时机，积极响应中支公司年初提出的团队晋升文化,倡导\"人人当主管\"以转变我部销售人员的观念，对于销售一线的业务人员，我们反复强调，取得业绩占领市场才是根本，增加收入提高技能才是我们的追求终极目标要看到寿险市场取之不尽的资源，并意识到做一份保单就占有一块市场。只有树立起发展的新观念，不断占领市场份额，用服务和士气与同业竞争，营销团队才能在市场大潮中立于不败之地。正是攻克了思想上的堡垒，统一了发展观念，才为我部从根本上增强了凝聚力，呈现出积极主动，健康向上的精神面貌。

（三）一手抓基础管理，提高团队素质，维护团队稳定；一手抓产品说明会，提高规模保费，保证目标达成。

1、认真分析团队实际，从基础工作入手强化各项工作的落实，保证团队素质的稳步提升，实现稳定发展。抓好基础工作，立足长远发展，是我部长期以来始终坚持的方向，从早会经营、出勤管理、系统培训、职场建设等多个方面，加强榜样培养，使各项工作有序开展，团队形成了规律性的工作习惯，团队素质不断提升，队伍稳定性不断增强。在早会经营方面，我部始终高度重视，要求组训和讲师下大力气保证每次早会的效果，并且使早会能整整成为业务伙伴学习的地方由于拥有坚实的团队管理经验和基础，此举不仅在团队得以顺利实施，而且受到大多数营销伙伴的欢迎。很多伙伴纷纷表示，天天早会使伙伴们的工作意识更浓了，心情也变的舒畅了,学到的知识更多了，延续了展业习惯的持续性。大家对天天早会的理解和支持，折射出长期以来基础管理的扎实和高度的执行力。

2、抓基础管理的同时，认真做好产品说明会的组织保障工作，开展形式多样的客户答谢会新产品发布会.回顾xx年我部的经营历程，从元月份以来产品说明会是一个突出特点，我们充分利用各种时机，坚持举办产品说明会，取得了显著的效果。现场为客户赠送礼物等形式的答谢会，取得了一定效果，积累了宝贵经验。为了给业务人员搭建好销售平台，确保每场说明会的质量与效果，我部无论是高端客户还是普通客户的产品说明会，每次都要进行认真细致的准备，从说明会的流程安排到奖品设置；每一个细节都要精心策划、充分准备；经常加班加点，展现出良好的团队协作氛围。产品说明会给业务伙伴提供一个很好的展业平台和约访借口，使我部利用鸿福年年如意安康等产品有效地提升了期交保费业务量。

3、加大企业宣传力度,利用一切可利用的契机提高企业知名度.大到利用公司建司周年庆典做户外宣传，5.12汶川地震列队广场募捐,小到业务员和公司看望出险客户及业务人员。让广大客户和业务员感受到公司的”关爱“与”和谐“建立企业良好得知名度和口碑，为我司做大做强奠定基础。

本文档由028GTXX.CN范文网提供，海量范文请访问 https://www.028gtxx.cn