# 最新市场部半年工作总结(模板10篇)

来源：网络 作者：紫云飞舞 更新时间：2024-05-18

*总结是在一段时间内对学习和工作生活等表现加以总结和概括的一种书面材料，它可以促使我们思考，我想我们需要写一份总结了吧。相信许多人会觉得总结很难写？下面是小编为大家带来的总结书优秀范文，希望大家可以喜欢。市场部半年工作总结篇一20xx年上半年...*

总结是在一段时间内对学习和工作生活等表现加以总结和概括的一种书面材料，它可以促使我们思考，我想我们需要写一份总结了吧。相信许多人会觉得总结很难写？下面是小编为大家带来的总结书优秀范文，希望大家可以喜欢。

**市场部半年工作总结篇一**

20xx年上半年，市场部主要完成以下工作：

1、 业务方面:制定公司的月度经营计划，并落实当月经营完成情

况；编制整理月度市场信息报告，对公司的主要原材料及各种产品的市场信息进行分析，并提出相应的经营措施。

2、 市场信息的收集：主要通过网络、媒体、客户反馈和公司内部

各部门进行收集和定制网络资讯。同时与国内的知名资讯公司进行交流，以增加市场信息的来源。

3、 市场信息的作用：每月完成市场信息分析报告，由于信息的内

容涉及较为广泛，对公司原材料及产品的未来市场走势做出相应的预测，为公司降低采购成本和提高了公司产品利润起到一定的指导作用。同时也为公司领导调整经营策略起了一定作用，如对2、3号机的原料价格及产品的价格进行预判，并做好毛利的测算工作，以指导2、3号的品种及生产计划。

4、 存在的不足：市场调研力度不够，需加强。拓展更多的调研渠道，投入更多的精力于调研，以获得更多、更全面的市场信息。

**市场部半年工作总结篇二**

20xx年上半年是我国宏观经济复苏，证券市场逐步回暖的阶段，市场拓展部抓住这个大好机遇，在公司各级领导的正确领导下，在营业部领导的大力支持下，在市场拓展部全体员工的积极努力下，各项工作有序开展，稳步推进。过去的半年里，我们在证券经纪营销、投资者教育、经纪人团队建设、内部管理等各方面均取得了新的进步。现将具体工作总结如下：

今年以来，证券市场如火如荼，市场的发展，为我们的经纪业务营销工作创造了良好的条件。我们积极把握时机，全面推进市场培育、市场宣传、市场拓展工作，取得了显著的成效。

1、积极开拓投资新领域，着力提高市场占有率

市场拓展部按照年初制定的工作计划，千方百计做好证券经纪营销工作。半年来，在我部全体员工的共同努力下，我们已经对乌兰察布市内11个旗县市进行了广泛的宣传与营销。同时与本市农行13个营业网点，工行6个营业网点、中行9个营业网点和建行5个营业网点建立起了长期稳定的合作关系，为我部大力发展周边旗县客户，服务广大投资者构建了广泛的服务网络与营销平台。特别是与中行开展的联名卡营销活动，与农行开展的“第三方存管”合作活动更是取得了良好的效果，也为今后双方各项业务的快速发展奠定了良好的环境。截止到6月30日，市场拓展部开发客户共计1050户，新增有效户278户，新增托管资产1270万元。一份耕耘一份收获，在我们努力的工作下终于取得了可喜的成绩。

2、坚持创新思路，不断扩大营销渠道

地区营销工作的方法与模式。上半年以来，我们成功开展了小区营销活动，通过悬挂横幅，布置展台，为小区居民现场讲解开户流程、投资技巧，利用节假日业余时间深入居民小区为广大投资者提供优质高效的服务环境，提高广大群众的`投资理财意识，普及证券金融知识。经过坚持不懈的努力，小区营销取得了良好的效果。另外，客户经理也在千方百计地寻找营销瓶颈的突破口，发动亲朋好友，发挥资深人脉资源优势，主动走进各大企事业单位中开展证券业务宣传，通过他们的努力，有更多的投资者逐步了解证券市场并加入到投资者队伍当中。

通过我们的市场调研，发现在银行员工及客户队伍当中，有着大批的基民，而且被深度套牢，苦于没有正确的投资理念和理财知识而在苦苦等待，为此，市场拓展部主动加强对这一特殊群体的营销宣传，鼓励他们改变投资观念，积极主动地参与到证券市场当中来。

客户服务是营业部的立足之本，加大对投资者的培训和教育力度，坚持办好每一期投资理财报告，逐步培养一支成熟理性的投资者队伍一直是市场拓展部营销工作的重点之一。我部也在上半年的工作中做了大量而有效的投资者教育活动。

1、切实推进投资者教育工作，不断提升服务质量

随着行情的不断转暖，新入市投资者在日益增多，一般来说，他们风险意识相对薄弱，很多人几乎没有任何投资常识，投资盲目冲动的现象较为突出。为了加大投资者教育力度，化解投资风险，在我们积极组织和精心准备下，今年上半年已经在乌兰察布市内周边旗县开展了25场形式多样的投资理财报告会和证券知识讲座，为当地投资者普及证券市场基础知识，主动揭示证券市场风险，引导他们树立正确投资理念，通过此举，增强了广大投资者在证券市场长期投资的信心。通过办理第三方存管业务的机会，我们还精心编制相关内容，主动为卓资县工行、兴和县农行、兴和县地税局的广大干部职工举办了多场知识讲座，讲解证券市场发展前景，第三方存管业务办理流程和常见问题解决方案等。

此外，市场拓展部在5月中旬还特邀研发中心著名证券分析师王

飞老师前来我市在集宁区、丰镇市和察右后旗成功举办了三场大型投资策略报告会。王老师通过风趣幽默、深入浅出的讲述为大家解读政策走向、评说市场热点，每场报告会都受到了广大投资者的欢迎，取得了圆满的成功。这次活动不仅为广大投资者准确把握市场机会，树立正确投资心态起到了积极的作用，也为进一步开拓市场、挖掘潜在客户奠定了坚实的基础。

2、联手大众媒体，开辟投资者教育新窗口

营业部经过深入研究、细致调查后主动和乌兰察布广播电台联系，决定与他们联袂打造一档金融证券类节目。市场拓展部很快制定出了一套详尽的栏目策划方案，栏目名称为《今日证券》，确定在乌兰察布市广播电台调频台播出，收听范围覆盖了包括乌兰察布市在内的内蒙古中西部广大地区。该栏目以普及证券知识、加强风险教育、帮助投资者树立正确的投资理念、稳定投资者情绪、增强投资者对市场长远发展的信心、提高投资者素质为宗旨。该栏目在周一至周五的上午9：15—9：30和下午3：20—3：50两个时间段播出，上午的内容以当日财经要闻为主，下午的内容以盘面分析和市场热点评析为主，下午还有有15分钟时间的直播连线时段，由电台导播转接听众的电话或者短信，营业部咨询人员现场解答。栏目的创办中既提高了员工的口头表达和随机应变能力又锻炼了营业部的咨询队伍，起到了一举多得的积极作用。春风化雨，润物无声。我们坚信“今日证券”栏目的开播，将为增强集宁营业部竞争力、提高恒泰证券知名度提供了一扇重要的宣传窗口，也为我们办好股民学校、开好巡回投资理财报告会普及金融证券知识，坚持对先进投资理念的传播以及营业部的长期发展提供有力的平台。

在积极和乌兰察布市广播电台合作的同时，我们还努力与各家单位联合举办各种社会活动。与乌兰察布市委宣传部、市广电局、中国电信、中国农业银行、平安保险公司、乌兰察布交警支队共同协办了乌兰察布市广播电台主办的庆“广播电台十周年”大型文艺活动，营业部全体员工还受邀参加这场隆中热烈的晚会，在晚会现场我们打出了“恒泰证券，您身边的理财顾问”的标语，通过这次活动进一步提高了“恒泰证券”的品牌知名度，为今后的营销工作创造了良好的氛围。

经过近几年的不断发展，业内竞争持续加剧，建立一支优秀、过硬的经纪人队伍显得尤为迫切，今年以来，我们紧跟行业发展趋势，从客户经理招聘、培训、管理等方面做了大量细致的工作。

1、狠抓经纪人招聘工作，不断扩充营销队伍力量

根据今年营销业务的需要，我部在招聘工作上狠下功夫，先后参加了乌兰察布市人才交流中心、集宁师专、乌兰察布市职业技术学校、乌盟工商贸学校举办的10次大小专场招聘会，通过我们对证券行业的前瞻分析和证券经纪人职业生涯规划讲座，吸引了众多热爱营销的有志之士加入到我们的队伍当中来。上半年，我们先后从各大高校、人才交流中心、各类媒体广告、互联网络等多种渠道收到近100多份的应聘简历，我们本着宁缺毋滥、优胜劣汰的用人原则，经过严格的筛选、面试、资格考试、能力考核、道德评价等环节等多个环节，最终又有5名合格的客户经理加入到了我们的营销队伍当中，为我部的经纪人团队注入了新鲜的血液。截至目前，我部已有9名合格的营销人员。

2、加大培训工作力度， 打造高素质、专业化的营销团队营销人员的培训工作一直是经纪人团队建设的核心部分和重要环节，这项工作不光是打造高素质人才队伍增强经纪业务竞争力的需要，更是和树立正确的营销理念加强经纪业务风险防范工作的需要。有鉴于此，我们在培训的各个方面下功夫、花力气，狠抓营销人员的培训工作。

在经纪人考试前期，我们精心制作大量的培训课件，指定专人负责考生的培训工作，每日下午针对考试大纲，进行教材的详解和答疑。培训内容涉及有证券市场概述、各类投资品种细分，证券市场法律法规、市场营销、交易规则解读、投资技术分析、经纪人职业道德规范和风险防范学习。经过三个半月67个课时坚持不懈的培训，上半年在两次经纪人资格考试中我们取得了可喜的成绩，共9名客户经理取得了经纪人资格证书。我们也相信有付出就有收获的真理。

在日常营销工作中，我们非常重视提高营销人员业务能力提升。

因此业务培训是至关重要的。我们对新入职的客户经理进行了日常业务强化培训工作，培训内容也与工作实际紧密结合，涉及有经纪业务办理流程、各类交易方式的操作、网上交易常见问题解答、手机证券的安装、营销技巧、营销话术演练、商务礼仪视频讲解等多个课程。另外，针对今年证券市场不断规范的体制和推出创新品种，我部还积极组织所有客户经理集中学习了《证券经纪人管理暂行规定》、新股发行改革措施及申购流程、创业板推出规定和细则解读等多项法律法规内容。让我部的客户经理能够在不断快速发展的证券市场面前充分掌握一切新的规则和知识，进而为客户更好的提供优质的服务。

打造一支高素质、专业化的团队需要一套科学有效、完善健全内部管理体制，鉴于目前不断壮大的营销人员队伍，我们在团队建设方面有了进一步的加强。在原有的晨会制度、周例会制度、日常管理制度外，我们还新增设了几项管理内容来巩固和优化现在的团队建设。“以老带新”模式是为新入职客户经理短期内无法独立开展业务而专门设立的工作方法，通过一对一的“传帮带”，新老员工的差距快速缩小，并能很快独立开展日常营销工作；“客户经理园地”是为了让全体营销人员时刻认清部门各项管理制度、了解最新市场动态、反馈工作意见、进行经验交流而开设的新工作模式，在为客户经理专设的会议室里张贴制度要求、悬挂风险警示标语、布置经验交流平台。让我部的经纪人每天都能感受到整个团队在严格管理的同时以人为本的企业文化氛围。

我们还利用与中国电信乌兰察布分公司联合开展的3g手机炒股业务推广活动的实际，邀请中国电信的优秀营销人员来我部为客户经理讲解营销技巧和成功营销经验，利用外部的营销模式来开阔视野、拓展思路。

1、明确岗位职责，提高工作效率

为了更好的管理市场拓展部，我们切实加强内部管理，今年年初制定了《市场拓展部岗位职责制度》，明确岗位设置及岗位职责，制定了科学、高效的分工协作机制，严格按照公司各项规章制度和操作规程办理业务，既保障了日常工作健康有序发展，也杜绝了拖沓推诿的工作作风。

2、完善内控制度，重视风险防范

一个部门的建立和运行需要制度的配套支持，更需要不断的创新和完善以适应变化的环境。经过我们半年来的不懈努力，市场拓展部在健全和完善各项内控和管理制度做了很多工作。

今年4月13日中国证监会颁布了《证券经纪人管理暂行规定》，为了符合规定的要求，我们通过整合原有的《客户经理招聘面试制度》、《客户经理培训制度》、《客户经理例会制度》、《客户经理考勤考核制度》、《客户经理管理制度》、《客户经理考核办法》等各项内控与管理制度，重新制定出了涵盖证券经纪人的任职条件管理、工作职责和禁止行为、招聘面试管理、培训管理、考勤管理、例会、周例会管理、档案信息管理、开发客户认定与归属、薪酬、考核和定级管理等多个方面包括11章内容的《恒泰证券股份有限公司集宁光明街证券营业部证券经纪人综合管理办法》。《办法》的制定为加强营销团队管理与建设、规范日常营销行为、提高营销人员的综合素质、增强工作积极性、提升竞争力、有效防范合规风险等诸多方面都提供了有力的制度保障。

2、严谨细致，做好报表统计与报送工作

营销数据的统计、分析和报送工作是与公司和各个职能部门沟通的桥梁，是一项工作量大而繁琐的事情，容不得任何的疏忽和差错，市场部也积极配合公司做好日常各项报送工作，特别是每周、每月的营销数据、工作总结，薪酬提成报表，各种活动材料总结都做到及时、精确、确保万无一失。

总的来说，我们在取得成绩的同时也看到了和先进兄弟营业部的差距，我们将在巩固现有工作成绩的同时，下半年继续加大经纪业务营销的工作力度，进一步加强经纪业务营销的宣传，加深与各大银行的合作关系，积极主动地深入到周边旗县市场做好营销工作。

下半年加大客户经理招聘工作力度。通过人才交流会、校园招聘、网络媒体等多种渠道参加不少于10次的招聘会，招收合格的客户经理和引进营业部营销团队发展所需的各类人才，逐步建立起营业部客户经理队伍的人才库并通过有序的人才竞争和流动，最终成长为专业化、高素质的证券营销团队。

（二）继续做好客户经理培训工作。客户经理培训工作直接影响到经纪业务营销工作的开展和客户经理的成长、提高。客户经理的培训准备分阶段、分层次进行。市场部计划每月对客户经理进行不少于一次的综合培训，培训内容根据客户经理日常最为欠缺方面入手，另外加强公司理念与管理制度、证券基础知识、证券法律法规、证券市场风险防范、市场新规新政的学习。

（三）做好客户经理团队长的选拔工作。通过考核和日常考察从客户经理队伍中选拔出一些具有较强的沟通、协调和团队管理能力，具有较强的营销和渠道拓展能力，富有开拓创新和吃苦耐劳的精神，具有较强的执行能力和服务意识，性格开朗，具有良好的口头表达能力的客户经理作为团队长，协助市场拓展部管理和考核其他客户经理，客户经理团队长的任免以季度为调整周期，采用市场拓展部经理提名后经客户经理民主差额选举的办法产生。

（四）继续做好客户经理队伍的考核和管理工作。不断加强对客户经理的日常管理和指导，定期不定期在各营销网点巡查，负责晨会与周例会的工作，对客户经理的营销工作开展情况进行实时的指导、经常与他们进行沟通，事实掌握他们的思想动态。市场拓展部对营销人员每月业绩完成情况、出勤情况、日常行为规范情况进行绩效考核，根据考核情况制定薪酬。把激励机制和考核管理高度结合起来，充分调动客户经理的主动性和积极性，客户经理在工作和生活中遇到困难时，市场拓展部要给与帮助，妥善解决问题；对工作业绩不理想的客户经理多关心、主动了解情况，及时提出建议并给与充分的支持，关心他们的学习和成长。

家银行网点主任、经理加强联系，经常拜访各单位，从而利于更好的开展工作。加快下半年客户经理的培训考核工作进程，成熟一批，进驻一批，持续不断地将营销人员派驻进银行网点，提高集宁营业部经纪业务营销的竞争力。

首先，逐步加大客户经理开展旗县业务能力。其次，在联系确定宣讲单位的前提下，轮流对各大旗县开展宣传活动，选派营业部骨干讲师，结合市场认真准备讲课材料，给当地机关事业单位举办投资讲座。

1、根据市场发展情况，及时举办专题报告会，为广大投资者理清思路，提供建议。主动深入各单位，为他们举办小型的专场报告会。

2、为有效激发全员的营销热情，形成内部良性、有序的竞争机制，推动营销工作深入开展，坚持在每季度开展一次营销竞赛活动。通过竞赛活动，评比出先进的营销团队，优秀的客户经理，激发他们“不服输、争第一”的工作态度。

下半年市场拓展部继续寻找乌兰察布市内一些有潜力的单位、局面小区作为营销拓展对象，通过对这些单位职工、小区居民进行面谈访问、问卷调查等形式开展市场调研分析，了解广大投资者的需求，在营销工作中 以客户需求为导向，制定针对性强的宣传手段和营销措施，做到有的放矢达到较好的工作效果。

20xx年继续做好开户数、托管资产等数据的统计和分析工作，做好客户经理薪酬、市场拓展营销费用的预算工作、做好周报、月报、季报的报送工作。

**市场部半年工作总结篇三**

（一）规范化零售终端建设深入推进。

xx年年，公司进行了规范化零售终端建设，在卷烟陈列形象、明码标价和明码实价、店面环境整治、促进零售户规范经营等上面展开大量的工作。20xx年的终端建设工作是在xx年取得良好成效的基础上，进行深化和推广。

1、店容店貌进一步美化，卷烟陈列更加规范。继续提升规范化终端建设水平。规范化零售终端建设，作为我们余杭烟草的创新工作，市场部全体同志在思想上高度重视，以高度的责任感和使命感参与这项工作。加强和零售客户的沟通联系，争取使零售户理解并支持标准化零售终端建设的开展，在前期宣传的基础上，加快对经营环境的整改，共整改零售户300余家，示范街效应逐步扩大到各条营销线路，并得到零售户的好评。

2、明码标价实现客户从被动使用到主动使用的过程。随着明码标价工作的进一步展开，从示范街的对明码标价的应用到普及推广，逐步为广大零售户和消费者所接受，标价签陈列是否到位，成为零售客户能否稳定和提升经营业绩的重要手段。在辖区内，一些原来不愿意配合明码标价的客户，在明码标价逐步普及的大环境下，感受到自身经营受到威胁，经历了从拒绝陈列到主动要求的过程，标价签陈列规范度进一步提高，一烟一签、一一对应工作开展顺利。在使用小型明码标价签以后，缓解了标价签缺少、遗失、破旧的现象，终端维护的工作效率有所提高。

3、vi形象标识系统的推广。随着规范化零售终端建设的深入，公司计划在余杭市场部推广vi形象标识系统，在前期临平市场部、塘栖市场部取得经验的基础上，经过让零售客户观看《终端之门》专题片，该项工作普遍得到了零售客户的拥护，目前已经确定31家零售户为第一批vi形象标识客户，门面尺寸的量取、vi标识门头和vi标识柜台制作等相关工作已经在紧锣密鼓的开展。vi形象标识系统的推广应用，为进一步提升规范化终端建设水平、提升卷烟销售网络竞争力、提升卷烟零售客户盈利等各个方面提供了良好的契机。

（二）推进工商协同，加强品牌培育。

1、充分挖掘市场潜力。一是配合规范化零售终端建设，结合《卷烟陈列标准》促进零售客户对省外一二类烟和低档烟销售的重视，一二类烟和低档烟销售有一个快捷、便利的环境，二是加强库存监测工作，通过对客户前期、同期的低档烟销售对比，了解市场销售走势以及消费者需求状况，把握消费特征，合理安排货源供应与供应定量，确保省外一二类烟和低档烟的可持续增长，为推进建立二十多个重点骨干品牌和十多个视同骨干品牌的销售结构打好坚实基础。

2、强化市场销售管理。以《零售客户积分制考核》加强零售客户对销售低档烟的积极性。在零售客户积分制考核中，增加省外一二类烟与低档烟分值比例，促使零售客户转变销售结构，利用客户分类中的定量，提高零售客户销售省外一二类烟和低档烟的积极性，引导市场消费积极向重点骨干品牌转移。

3、加强重点品牌销售进度管理。结合分公司二级考核和市场部三级考核，将重点品牌销售进度作为一项重要经济运行考核指标，按月下达重点品牌培育任务，从上柜率和销量两个方面进行当月培育品牌的考核工作，促使客户经理在日常市场走访中加强对重点品牌的培育，进一步了解市场需求和消费趋势，通过客户经理对客户的沟通和交流，掌握区域市场销售特征与零售客户销售需求，为公司合理下达销售指标提供依据。

4、重点品牌培育效果良好。根据“两个跨越”和建立“大企业、大市场、大品牌”的战略要求，公司在今年上半年引进了较多的省外重点品牌，余杭市场部在培育好经典100红塔山、紫云烟、黄鹤楼系列、贵烟、白沙系列等重点省外品牌的同时，对本年度上市的泰山（望岳）、黄山（1993）、金圣（祥和）、全硬阳光娇子等新品牌做好市场培育工作，关注零售客户动销情况和库存情况，在对新品牌培育过程中出现的问题做好汇总和分析。随着品牌整合节奏的加快，市场部的品牌培育工作也紧紧围绕“重点骨干”品牌进行展开，到目前为止，经典100红塔山、云烟（紫）等全国大品牌已经成长为主销品牌。在省内品牌上，针对新安江（全软）改版为大红鹰（软蓝）的情况，加大市场宣传力度，依靠新安江（全软）打下的市场基础，通过发放宣传单页、市场走访告知等工作，使新安江（全软）顺利实现向大红鹰（软蓝）的过度，目前大红鹰软蓝已经基本上达到了品牌整合前的销售量，实现成功过度。

（三）配合推进地区营销、配送一体化运作。

20xx年11月份开始，杭州地区实行卷烟营销、卷烟配送一体化运行，余杭市场部在充分重视的基础上，从9月底开始就展开了预备工作，针对地区营销配送一体化运行与原来运行方式的不同，展开了一系列的营销线路和配送线路的组合，按照《营销一体化方案》对客户类别做了相关的方案调整，顺利实现了到卷烟营销、物流的一体化运行。

1、整合配送线路与营销线路。因为订货线路与营销线路的关联性极强，在经过市场调查和听取送货员、客户经理、卷烟零售户多方意见的基础上，对营销一组、二组、三组、四组的零售户进行了重新分片，将原有六条配送线路整合到三条，一方面便于订货工作的顺利开展，另外一方面也便于客户经理和送货员的市场走访和送货线路顺畅，并对各组上下午分别订货的情况做了相关调整。在调整之前，加强对零售客户的宣传工作，发放《告全市烟草零售客户书》，对每个零售客户的订货时间、送货时间向零售客户通知到位，通过送货员和客户经理之间的配合，对客户经理新辖客户、送货员新送货客户提前熟悉，确保了地区营销配送一体化的顺利进行和开展。

2、新的客户分类办法以及限量。地区营销配送一体化实行的同时，按照地区营销一体化运行方案的要求，将原来七类客户分类的方法扩展到46个小类。因为新的客户分类办法没有将积分制管理的因素考虑在内，原来的客户配合度因素被忽略，营销一体化运行以后，在货源的供应上与原来有一定的差别，其中一些客户能够得到的有效货源比原来更多，同时也有一批客户得到的货源相对比原来少。导致了一部分客户的不满情绪，在这样的情况下，一方面由客户经理向零售客户展开了解释工作，另一方面，积极向上级部门建议继续开展积分制管理，同时，积分制管理工作仍旧按原计划进行。

（四）提高服务品质，提升客户满意度。

1、信息沟通。除客户经理市场走访、配送员配合发放各类宣传资料等当面沟通之外，加强“百事通”音讯信息发布平台的使用，确保信息交流及时到位，拓宽沟通内容，增强沟通深度。对卷烟经营信息、卷烟新品牌推介、卷烟价格调整、卷烟到货、断货信息、卷烟退市信息、临时性通知等各类重要的内容保证和零售客户沟通到位，加强卷烟防盗、防调包、防霉等安全、储存方面知识的宣传，做到信息宣传无盲点。

2、经营指导和盈利指导。围绕规范化零售终端建设，夯实卷烟销售网络基础，通过有效的经营指导，提升卷烟零售客户盈利能力和对市场的分析能力。一是加强《客户服务记事本》的使用，使客户服务记事本中的各项相关内容得到零售客户的重视，对卷烟要货计划、当月培育品牌等重要内容进行互动。针对零售客户在经营中出现的问题和遭遇的难题，例如今年下半年以来，长嘴利群系列、以及三元四元档卷烟紧缺的问题，客户经理从现实的角度出发，根据当前的货源情况以及零售户所在片区的销售特点，鼓励零售客户，拓展经营思路，扩大陈列宽度，以达到缓解主销卷烟货源压力、提升辅助品牌市场占有率的目的。同时注重对零售客户的个性化服务，针对零售户的个性、商圈类型、消费特征等不同情况，有针对性地对客户开展指导，努力帮助零售客户提升经营能力。结合《客户经营指导手册》的应用，每月对库存监测客户做出相关的经营分析，对于客户在经营中的优点、缺点、机会、不足等在“经营指导书”中进行指出，分析客户每月的盈利情况，为客户更好地提升经营业绩献计献策。

3、客户培训。市场部组织零售客户参加终端建设维护、品牌培育的专题培训，以此来提高零售客。

**市场部半年工作总结篇四**

20xx年三季度，\*\*村镇银行继续本着“立足某地，服务三农及小微企业”的经营理念，践行村镇银行的社会责任，以丰富的金融产品普惠三农，以积极探索的态度创新担保方式助力小微企业发展，以深化内部改革优化流程的勤勉之心提升服务，促进当地经济的繁荣，为“诚信社会，诚信经济”金融生态环境的建设贡献一份力量。

一、基本情况

（一）机构人员、机构网点情况

截止20xx年三季度末，我行人员总数41人，其中高管3人。一个营业网点，下设六个部室：营业部、风险控制部、综合办公室、综合业务部、审计部、计划财务部，机构所在地为某地尼尔基镇纳文东大街16号。

（二）资产负债情况

余额10318.14万元，较年初增加473.01万元，增幅4.80%，其中对公存款3022.75万元，储蓄存款7295.39万元，向中央银行借款15000.00万元，较年初增加2500.00万元，同业存放18000.00万元，较年初增加3000.00万元；所有者权益6417.53万元，较年初增加995.77万元，增幅18.37%。

（三）经营效益情况

20xx年三季度末，各项收入3846.47万元，较去年同期增加947.77万元，其中利息收入3831.02万元，占总收入的99.60%，比去年同期增加收入934.16万元，各项支出2685.07万元，较去年同期增加814.91万元，其中各项利息支出1011.49万元，较去年同期增加262.02万元，增幅34.96%，占比37.67%，营业费用931.25万元，较去年同期增加241.60万元，增幅35.03%，占比34.68%。提取贷款损失560万元，较去年增加281.26万元。预提营业税金及附加121.19万元，预提所得税165.64万元。三季度我行实现净利润995.77万元。

（四）各项经营指标完成情况

截止20xx年三季度末，我行资本利润率21.16%，人均净利润24.29万元。资产利润率2.84%，杠杆率12.75%，资本充足率18.08%，剔除支农再贷款及同业存放所发放的农户贷款及小微企业贷款后，我行存贷比为85.42%，流动性比例56.33%。不良贷款余额671.85万元，贷款不良率1.61%。

贷款损失准备余额1,700.00万元，贷款拨备率4.07%，拨备覆盖率253.03%。

（五）利润实现即分配和税金缴纳情况

截止20xx年三季度末，我行实现净利润995.77万元，预计缴纳所得税165.64万元。

（六）费用支出情况

截止20xx年三季度末，我行营业费用931.25万元，较去年同期增加241.60万元，增幅35.03%，占比34.68%。其中，职工薪酬占比较高，为64.33%，较去年增加159.37万元，增幅36.25%。

二、三季度主要工作措施

（一）择优支持和加强维护并举，大力支持小微企业，活跃地方经济。

\*\*村镇银行始终以客户为中心，以为客户创造价值为导向，努力探索小企业商业运营模式，强化核心竞争力，为小微企业提供可持续发展的金融服务模式。对于某地地区小微企业，我行坚持区别对待、有保有压、择优扶持、严控风险的原则，实施差异化的信贷策略，审慎发展新客户，坚决退出劣质客户，积极维护好现有优质客户，为优质客户提供更换贷款品种、合理增加贷款额度，促使农业产业化经营业务理性发展。

1.完善机制建设

我行按银监会“六项机制”“四单原则”要求，采取公开、公正、公平的方式，对小微企业信贷业务实行激励管理，将客户数、业务量、资产质量、授信收益等作为考核客户经理业绩的主要指标，按营销贡献大小兑现客户经理薪酬，并以此作为小微企业金融服务从业人员评级、评先、晋级、晋职的首选标准。同时，完善尽职贷前调查、贷后检查和问责、免责制度，最大限度调动小微企业金融服务从业人员的工作积极性，对不当操守和失职行为给予必要约束，有效制止奖惩不对称现象。

2.实施外向牵动

一是细分小微企业行业，建立“一业一策”的营销模式，解决小微企业融资难题；二是整合外部资源，借助包括政府相关部门、行业协会、各类商会及其它市场有效资源在内的力量构筑小微企业贷款营销的社会联网体系，弥补营销渠道单一、银企信息不对称的缺陷。

3.创新管理技术

是简化服务程序，逐步实现小微企业贷款业务向流程化、标准化方向运作。

4.创新服务项目

针对行业特点发掘有利于小微企业可持续性发展的新型潜力服务项目。一是对涉农小微企业采取“企业+基地+合作社+农户”的服务模式，实现企业增效、农民增收、银企双赢新农村建设进程加快等多重社会效益；二是继续与担保公司开展业务合作，切实解决小微企业贷款担保难的实际问题；三是深挖传统的保证、抵押、质押等担保方式潜能，推出新的贷款担保品种，有效解决小微企业融资难的困境。

5.搞好信息协调

充分发挥“上传下达”作用，多方获取各种政策信息，确保信贷政策落实到位；积极与地方政府及相关部门沟通，共同构筑小微企业金融服务的社会联网体系，尽可能争取到有利于小微企业金融服务工作创新的相关政策；深入开展调查研究，了解小微企业生产经营及融资需求情况，收集并反馈客户的意见建议，为各级领导决策提供可靠依据，确保小微企业金融服务工作有的放矢的开展。

**市场部半年工作总结篇五**

1、做好调研，充分了解市场情况。

通过在公司几年工作的积累，我认识到要想在一个地方拓展业务、设立公司，必须对当地市场有一个全面的了解。这样我在被公司调往调兵山公司工作后，我下了很大的功夫对当地燃气情况进行了细致的了解。通过调研，我发现目前东北地区燃气市场非常混乱，竞争也异常的激烈，不但有一些老牌大型燃气公司，也有一些集团公司新近转型到新能源行业队伍中，更是充斥着房地产、供暖和土建等小老板，可谓“全民皆燃气”，竞争的激烈程度是我始料未及的，我公司想要在这样的市场环境下“分一杯羹”绝非易事。

2、分析自身优势，找准工作切入点。

在对整个东北燃气市场进行详细的了解后，我又对本公司的优势进行了分析，首先，我公司属于民营企业，虽比不上中石油、中石化等大型国有企业实力雄厚，但是我们的决策机制相当完善，在对事情的决策上，不像大型国企那样需要很长一个过程;其次，我们公司虽说名气没有那些大型的国有企业那么响亮，但是我公司也属于正规的燃气企业，在外也有一定的知名度，不像当地这些房地产、土建和供暖公司老板那么业余，对于一些中小城市来说我们公司是一个不错的选择;第三，我们公司的业务面很广，项目的合作方式灵活多样，一些大型国企和当地企业不能完成的，我公司可以独立或分项承包，这样可以和那些个人、小老板找到不少合作机会。

二、开展工作，认真完成各项工作任务

1、工作中，我始终秉承着一种“想要了解市场，就必须深入市场”的思想，在201\*年调入市场一线工作岗位后，我通过实地调查和细致了解后，在领导和同事的帮助下，完成了实地调研项目18个，编写项目报告7篇、项目建议书15篇，不但让我对整个燃气市场有了更深的认识，而且也给公司今后的发展提供了第一手宝贵的资料。

2、市场开发工作离不开信息，及时准确的获取有价值的信息是市场开发工作的根本保证。我经常网上查询，查看网上信息，争取不遗漏任何一条有价值的信息，时刻掌握燃气市场的动态，为公司在投资决策上提供了一定的基础资料。

3、201\*年我全程参与了辽宁恒泰利民节能减排有限公司的收购工作，从初期的公司市场调查，到各种审计，最后到顺利接收，虽然是刚刚接触这些工作，但是我在其中也起到了一定作用，更重要的是这样的一次经历将对我今后的工作产生重要的影响。

4、在对现有工作的深入了解和调研后，我编写了辽宁恒泰利民节能减排有限公司、松原广燃燃气有限公司的相关体系文件，让我对母站、子站的具体运行规则、管理方式等增强了了解。

5、工作中，注重发挥自身优势，积极配合公司领导和相关部门完成相应工作。如参与康平项目时，我发挥了以前在办公室工作时的特长，编制招商合同并顺利与政府部门签订，确保公司项目顺利进行，并完成康平项目前期注册工作。

6、在孙吴项目中，我吸取以前的经验，“少说、多记、少问、多听”，注意收集对公司有利的信息，并及时汇总编写项目报告向股东汇报;在领导和同事的共同努力下，历经两个多月的调研、协商、可研、尽职调查、谈判，孙吴项目最终顺利签约。

三、加强学习，注重提升个人素质

一直以来我主要从事管理工作及行政、人事工作，在201\*年开始接触市场开发、区域经营工作。对于新从事的岗位，这一年我积极的从基础学习，了解公司运营模式，了解市场开发工作流程，摸索有效的工作模式，在公司领导的支持下在同事的帮助下，我取得了长足的进步。

我将实践工作做为了解市场开发和提高个人素质的学习机会，从实践中去学习理论知识，再将学到的理论知识，应用到实践中来。不断改进学习方法，讲求学习效果，“在工作中学习，在学习中工作”。

通过一年的工作实践，我现在不仅能有效的从事管理工作，更可进行市场的相关业务，同时我也有信心做好区域公司的经营管理工作，我正在努力将自己向多方面人才发展自己，将自己打造成适合公司未来平台的人才而努力。

**市场部半年工作总结篇六**

转眼已经到了20\_\_年7月份，根据自身的实际情况，我对自己2024年上半年工作做出了评定和总结，提出了需要改进的地方以及解决方法。

一、岗位职责

作为公司市场部督导这一职位，我在工作上有很多不到位的地方，没有使用好公司下发的考核标准。做事总是想到哪做到哪儿，工作没有合理的计划和总结，没有正确的工作方法。工作起来比较麻木，总是急于解决问题，做不到冷静的思考问题，没有合理的解决问题根本策略和方法。

解决方法：拟定一个属于自己的工作流程，每天按照此流程来展开工作(对每一项事情的了解和问题的处理都设有时间的限制)，这也就是被迫提高工作效率。经过一段时间的磨合，相信自己在工作方法上会有所改进，并且工作效率也会有所提升。

二、业务情况

2024年在公司业务方面，得到了小部分的成果，但其中也有很多是鉴于公司同事们的帮助和鼓励。我们的军团军规中有这么一句，当你进入一家讲究实效的公司，请用你的业绩说话。

在工作中总会提醒自己：所有出现的问题只有自己解决，等到别人的只有参考的意见和鼓励的话语，凡事全部需要自己才能解决，没有任何人来帮助你完成它。这样自己的依赖性就不会那么强，所有的问题只有自己去寻找解决方法。再苦再累，只有你的业绩才能证明你的能力，其它所有的只是空谈。

三、团队协作

上半年工作中总结出：现在的公司只有较强的个人能力是不行的，拥有公司的团队协作精神才是最为重要的。再强的个人永远比不上一支优秀的团队。目前团队的建设将成为下半年度的工作计划。在团队中我总是教导我的管理者，必须做到以身作则，严格要求自己。店铺的管理者需要的是解决问题的方法，而不是我们帮助他们解决问题。对于如何培养员工：只要员工犯的不是原则性问题，我们基本以引导和教导为主。员工不是被骂成才，她们同样也需要赞美和鼓励的话语，多给信心。

四、存在问题

1.自我学习力不够，总是需要鞭策;

2.工作还有潜力没有全部发挥，需要改进工作方法;

3.对于平时的培训及会议记录是有，但只是流于形式，没有最后的总结，采用和实施。

五、解决方法

1.合理地安排自己的学习时间，没有特别重要的事情，不可打乱学习计划;

3.在培训和会议之后学会总结和分析，分析出自己目前的工作问题，总结出自己如何更好的执行和布置工作。在实施之前做好充足的准备，将计划详细，实施的时候就比较轻松。

以上就是我对2024年上半年的工作总结，在工作总结中分析出自己工作中存在的各种问题，对下半年的工作计划和目标有很大的帮助。接下来我会认真执行下半年的工作，为自己的目标而努力!

**市场部半年工作总结篇七**

电信公司市场部20xx年上半年工作总结回顾过去，特别20xx年至今，市场部营销中心、客情中心、营业厅等各方面工作在去年成立后良好开端的基础上，按照分公司和上级公司的部署要求，继续稳定老用户，快速发展、挖潜新用户、拓展大客户上取得了一定成绩。为实现分公司全年目标以及在xx的品牌和整体形象上，市场部全体员工坚持“改革、发展、稳定”的大局，尽心尽力工作，并发扬艰苦创业精神，在分公司领导下，在激烈的市场竞争中开拓前进。

一、主要工作

1、拓展市场分公司还处于创业阶段，本部门把稳定现有用户，不断拓展市场，发展住宅、商业用户以及应对电信公司的拆反工作摆在首位。

加强宣传工作采取多种形式宣传网通各项业务，扩大分公司在xx的影响力和知名度。上半年举行户外宣传活动共计四次，参加人数150人次。

积极发展大客户加强与本地各部门之间的沟通和协调。除去年公安局、交通局、古南镇等数家大客户单位转网外，今年上半年还有旅游局、县编办、县信访办等单位以及在xx县有较大知名度的酒楼、娱乐场所集体转网，目前正在联系洽谈的还有国土房管局、交管所等单位。

2、营销工作把营销工作作为分公司提高经济效益的主渠道，摆在本部门的突出位置。下设的营销中心、客服中心、营业厅按规范化、制度化的要求处理好各项业务工作。上半年固定电话应收入1083780.5万元；宽带应收入268098.15万元。对欠费的一般用户与大客户单位进行了追缴工作（此项工作由客服中心主要负责），并取得了一定成效。

3、客情工作作为巩固市场的关键性工作今年3月新成立的客服中心按照要求，建立了详细的网通客户资料档案，并分片区、定人员，点对点进行客户回访。客情人员主动为用户擦洗、清洁话机，以此提高服务质量，改善服务态度，这项工作得到了用户的认可。上半年，营销中心共回访网通居民用户约4000户（次），大客户约90户（次）。

搞好热线服务，及时答复、处理客户的各种咨询与意见。上半年接听服务电话约2300次，并配合有关部门妥善解释和处理，避免和减轻了负面影响。如：今年月，我公司在南坪的光缆被撞断，造成古南城区大面积电话信号中断，给我公司造成了一定负面影响。此事故发生后，服务热线逐一通知大客户，并对打进的用户热线作好解释工作，为我公司挽回了声誉。

4、自身建设把本部门的思想建设和业务建设作为基础性工作。加强内部管理，严格执行各项规章制度；组织部门员工学习业务知识、强化培训、洗脑，以此提高业务水平，培养成为合格的网通员工队伍。

二、存在的不足 本部门在上半年取得一定成绩的同时，也有许多不足之处。如：

1、针对电信的拆反工作，我们没有较强的市场敏锐性以及完善的应对措施。

2、市场开拓尽管受诸因素制约，难度较大，但我们有时还是停留在原始的营销方式中，没有多位思考营销手段。

3、员工的业务素质，认识和处理问题的能力不强，有待进一步增强。

三、下半年工作计划

1、首先增强市场竞争意识，坚持每周一次的业务培训，增强团队精神，用优良的服务质量、服务态度稳定和巩固来之不易的市场成果。

2、市场部为实现分公司下半年任务（固定电话3300户、宽带700户），将在8、9、10月大力拓展固定电话20xx户（每月分别为680户），宽带540户（每月540户），以上任务指标市场部将不折不扣的落实到每个员工及每项工作中去，以实现和超额完成公司的总体目标而努力奋斗。

**市场部半年工作总结篇八**

转眼20xx年已经过了一大半了，根据自身的实际情况，我对自己20xx年上半年工作做出了评定和总结，提出了需要改进的地方以及解决方法。

作为公司市场部督导这一职位，我在工作上有很多不到位的地方，没有使用好公司下发的考核标准。做事总是想到哪做到哪儿，工作没有合理的计划和总结，没有正确的工作方法。工作起来比较麻木，总是急于解决问题，做不到冷静的思考问题，没有合理的解决问题根本策略和方法。

解决方法：拟定一个属于自己的工作流程，每天按照此流程来展开工作（对每一项事情的了解和问题的处理都设有时间的限制），这也就是被迫提高工作效率。经过一段时间的磨合，相信自己在工作方法上会有所改进，并且工作效率也会有所提升。

20xx年在公司业务方面，得到了小部分的成果，但其中也有很多是鉴于公司同事们的帮助和鼓励。我们的军团军规中有这么一句，当你进入一家讲究实效的公司，请用你的业绩说话。

在工作中总会提醒自己：所有出现的问题只有自己解决，等到别人的只有参考的意见和鼓励的话语，凡事全部需要自己才能解决，没有任何人来帮助你完成它。这样自己的依赖性就不会那么强，所有的问题只有自己去寻找解决方法。再苦再累，只有你的业绩才能证明你的能力，其它所有的只是空谈。

上半年工作中总结出：现在的公司只有较强的个人能力是不行的，拥有公司的团队协作精神才是最为重要的。再强的个人永远比不上一支优秀的团队。目前团队的建设将成为下半年度的工作计划。在团队中我总是教导我的管理者，必须做到以身作则，严格要求自己。店铺的管理者需要的是解决问题的方法，而不是我们帮助他们解决问题。对于如何培养员工：只要员工犯的不是原则性问题，我们基本以引导和教导为主。员工不是被骂成才，她们同样也需要赞美和鼓励的话语，多给信心。

1、自我学习力不够，总是需要鞭策

2、工作还有潜力没有全部发挥，需要改进工作方法

3、对于平时的培训及会议记录是有，但只是流于形式，没有最后的总结，采用和实施

1、合理地安排自己的学习时间，没有特别重要的事情，不可打乱学习计划。

2、给自己制定工作流程，不断改进工作方法，学习优秀的人是如何有效地安排自己的工作时间，利用好五项管理。

3、在培训和会议之后学会总结和分析，分析出自己目前的工作问题，总结出自己如何更好的执行和布置工作。在实施之前做好充足的准备，将计划详细，实施的时候就比较轻松。

以上就是我对20xx年上半年的工作总结，在工作总结中分析出自己工作中存在的各种问题，对下半年的工作计划和目标有很大的帮助。接下来我会认真执行下半年的工作，为自己的目标而努力！

**市场部半年工作总结篇九**

1、业务方面：制定公司的\'月度经营计划，并落实当月经营完成情况；编制整理月度市场信息报告，对公司的主要原材料及各种产品的市场信息进行分析，并提出相应的经营措施。

2、市场信息的收集：主要通过网络、媒体、客户反馈和公司内部

各部门进行收集和定制网络资讯。同时与国内的知名资讯公司进行交流，以增加市场信息的来源。

3、市场信息的作用：每月完成市场信息分析报告，由于信息的内容涉及较为广泛，对公司原材料及产品的未来市场走势做出相应的预测，为公司降低采购成本和提高了公司产品利润起到一定的指导作用。同时也为公司领导调整经营策略起了一定作用，如对2、3号机的原料价格及产品的价格进行预判，并做好毛利的测算工作，以指导2、3号的品种及生产计划。

4、存在的不足：市场调研力度不够，需加强。拓展更多的调研渠道，投入更多的精力于调研，以获得更多、更全面的市场信息。

市场部

20xx年7月8

**市场部半年工作总结篇十**

20xx年上半年的各项工作在xx年进行改革攻坚、提升的基础之上，以地区营销、配送一体化为契机，加强卷烟服务营销，充实服务内容，强化工商协同，大力推进“两个跨越”，规范零售终端，夯实网络基础，注重经营安全，实现和谐发展；同时，加强对浙烟“精实”文化和杭烟“品·质”文化的理解，加强自身素质提升，不断提升基层部门的执行力和创新力，逐步向全面发展、创新发展、可续发展的目标前进。

（一）规范化零售终端建设深入推进。

xx年年，公司进行了规范化零售终端建设，在卷烟陈列形象、明码标价和明码实价、店面环境整治、促进零售户规范经营等上面展开大量的工作。2024年的终端建设工作是在xx年取得良好成效的基础上，进行深化和推广。

1、店容店貌进一步美化，卷烟陈列更加规范。继续提升规范化终端建设水平。规范化零售终端建设，作为我们余杭烟草的创新工作，市场部全体同志在思想上高度重视，以高度的责任感和使命感参与这项工作。加强和零售客户的沟通联系，争取使零售户理解并支持标准化零售终端建设的开展，在前期宣传的基础上，加快对经营环境的整改，共整改零售户300余家，示范街效应逐步扩大到各条营销线路，并得到零售户的好评。

2、明码标价实现客户从被动使用到主动使用的过程。随着明码标价工作的进一步展开，从示范街的对明码标价的应用到普及推广，逐步为广大零售户和消费者所接受，标价签陈列是否到位，成为零售客户能否稳定和提升经营业绩的重要手段。在辖区内，一些原来不愿意配合明码标价的客户，在明码标价逐步普及的大环境下，感受到自身经营受到威胁，经历了从拒绝陈列到主动要求的过程，标价签陈列规范度进一步提高，一烟一签、一一对应工作开展顺利。在使用小型明码标价签以后，缓解了标价签缺少、遗失、破旧的现象，终端维护的工作效率有所提高。

3、vi形象标识系统的推广。随着规范化零售终端建设的深入，公司计划在余杭市场部推广vi形象标识系统，在前期临平市场部、塘栖市场部取得经验的基础上，经过让零售客户观看《终端之门》专题片，该项工作普遍得到了零售客户的拥护，目前已经确定31家零售户为第一批vi形象标识客户，门面尺寸的量取、vi标识门头和vi标识柜台制作等相关工作已经在紧锣密鼓的开展。vi形象标识系统的推广应用，为进一步提升规范化终端建设水平、提升卷烟销售网络竞争力、提升卷烟零售客户盈利等各个方面提供了良好的契机。

（二）推进工商协同，加强品牌培育。

1、充分挖掘市场潜力。一是配合规范化零售终端建设，结合《卷烟陈列标准》促进零售客户对省外一二类烟和低档烟销售的重视，一二类烟和低档烟销售有一个快捷、便利的环境，二是加强库存监测工作，通过对客户前期、同期的低档烟销售对比，了解市场销售走势以及消费者需求状况，把握消费特征，合理安排货源供应与供应定量，确保省外一二类烟和低档烟的可持续增长，为推进建立二十多个重点骨干品牌和十多个视同骨干品牌的销售结构打好坚实基础。

2、强化市场销售管理。以《零售客户积分制考核》加强零售客户对销售低档烟的积极性。在零售客户积分制考核中，增加省外一二类烟与低档烟分值比例，促使零售客户转变销售结构，利用客户分类中的定量，提高零售客户销售省外一二类烟和低档烟的积极性，引导市场消费积极向重点骨干品牌转移。

3、加强重点品牌销售进度管理。结合分公司二级考核和市场部三级考核，将重点品牌销售进度作为一项重要经济运行考核指标，按月下达重点品牌培育任务，从上柜率和销量两个方面进行当月培育品牌的考核工作，促使客户经理在日常市场走访中加强对重点品牌的培育，进一步了解市场需求和消费趋势，通过客户经理对客户的沟通和交流，掌握区域市场销售特征与零售客户销售需求，为公司合理下达销售指标提供依据。

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