# 2024年市场部个人年度工作总结报告(通用13篇)

来源：网络 作者：星月相依 更新时间：2024-02-22

*随着社会不断地进步，报告使用的频率越来越高，报告具有语言陈述性的特点。报告对于我们的帮助很大，所以我们要好好写一篇报告。下面我就给大家讲一讲优秀的报告文章怎么写，我们一起来了解一下吧。市场部个人年度工作总结报告篇一转眼一年过去了，回顾过去，...*

随着社会不断地进步，报告使用的频率越来越高，报告具有语言陈述性的特点。报告对于我们的帮助很大，所以我们要好好写一篇报告。下面我就给大家讲一讲优秀的报告文章怎么写，我们一起来了解一下吧。

**市场部个人年度工作总结报告篇一**

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：

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，其中包括雷锋日博寿堂义诊、去火车站举行滨海春风吹，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塘沽阳光家园启智中心义工活动，和《滨海时报》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;和渤海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福州道健身操队，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，并得到滨海电视台的新闻报导，下半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，参与策划博寿堂院庆一周年ppt、市场部舞蹈《江南style》获最佳表演奖，视频上传至优酷后，播放次数达1500多次;搜搜百科上编制“于金”词条，浏览量达60多次;百度文库上传宣传博寿堂的文档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“中医博寿堂”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博寿堂医院。使用新浪微博宣传博寿堂，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，网络推广主管随着邓煜暹的加入，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20000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。

**市场部个人年度工作总结报告篇二**

时间过得很快。对于前一阶段的工作，我们有很多的感慨，现在特将这一段时间的`工作情况做如下的总结。

市场部主要完成以下工作：

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xx万元，绝对值排名全省第xx位，完成形象进度的xx%。宽带终端新增xx户，宽带专线新增xx户，有人值守公话新增xx户，普通电话新增用户。

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。

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。

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5xx个月调帐超过xx万元，达到5月份的xx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。

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。

自3月份省公司绩效考核办法草稿下发，市场部开始与上级市场部沟通如何进行续费率和流失率两项考核指标的计算。在多次探讨未果的情况下，市场部根据公司领导要求和本公司实际情况，制定了考核用户拆机、双停、单停、零费用用户续费等一系列考核方法。引导县区公司对上述用户高度重视，通过每天逐户核查，基本上堵住了客户流失的漏洞，对长期零费用用户的激活也起到了很好的效果。既节省了资源，又提高了收入，另一方面节省了业务发展费用。

1、xx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、xx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。

以上就是我工作情况的总结。如有不当之处，还请大家批评指正。谢谢大家!

**市场部个人年度工作总结报告篇三**

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：

1、地推工作;今年市场部的地推宣传

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，提升我校知名度，增加市民认知度。

3、推广合作;本年度与北市区周边家商铺进行合作，通过免费向商家提供我校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)网站内容不断更新(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。(通过百度推广开始实施市场推广工作，并通过其他网站进行宣传推广)。

5、宣传资料的修改、编写和收集工作;在校领导的.带领下完成对考试攻略的修改和编写并已印制发放，并对新的宣传单页进行研发修改。同时也对市场销售及印刷厂的练习簿情况进行摸底调查。

7、企业内部培训;企业文化、咨询流程、招生方法、电话销售技巧几方面制作成ppt对校区员工进行培训。

1、20xx年度工作分析：市场部较好的完成了会大部分宣传工作、合作推广工作及协同工作，一年来持续在总、分校周边学校、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，由于学校各部门成立不久，这两项工作为重中之重的原因，而另一方面也有我们市场部工作不到位、与其他部门协调不及时的方面。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、咨询部沟通仍需加强，使宣传活动更有的放矢，更能帮助增长业绩，也是我们市场部需要改进的方面。懈怠了企业文化建设和团队凝聚力活动策划工作，这也是我们20xx年度应该跟进及加强的方面。

(一)费用回顾：1、市场部主体费用主要是以下四方面：一、印刷品制作费。20xx年度的主体费用分布较为平均。而印刷品费用呈上升趋势，兼职工资按任务完成量进行发放呈下降趋势，广告宣传投入了信息报和春晚、短信三方面。

(二)费用分析：

1、正面因素：整个学校市场费用呈下降趋势，在基本保障印刷质量、宣传效果、兼职应用的前提下，基本争取到昆明行情最低价格。

2、负面因素：市场是销售的前战，如果把整个销售工作比作一场战争的话，那么市场就像空军和炮兵，用飞机炸药对目标进行轰炸，再派攻坚部队进行点对点进攻，这也就是咨询签订客户的过程。如果没有很好的前期宣传、活动策划，仅依靠咨询人员的个人能力，业绩很难有质的飞跃。当然，前提是费用合理、销售强势、团队合作密切、市场营销对路。

(一)团队建设业绩回顾：

1、整个市场部门共两人，一是市场主管，一是市场人员，未能满足工作需要。

2、虽然部门工作人员较少，但每个人的作用是不可或缺的。3、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。

(二)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。

(一)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，导致客户群流失，在20xx年度我市场将积极组织各类业务学习及培训。

(二)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!

(三)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。

(一)加强中层员工的培训

中层是一个学校的基石，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。

(二)加强各部门人员职责细化

虽然刚进入学校时间不长，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。

(三)加强团队建设工作

由于学校正一步步走向正规，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!

(四)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。

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，为学校的发展做出最大的贡献。

我的汇报完毕，谢谢!

**市场部个人年度工作总结报告篇四**

20xx年即将过去，取得了一点收获，临近，对市场部的工作做一下总结。目的在于吸取教训，提高业绩，我们有信心也有决心把13年的市场开发工作做的更好。

三原色市场部成立于20xx年12月初。由于公司除店面运营以外其他营销方式并没有形成可以参考的规章制度、营销策略、市场拓展方式和产品价格培训系统，市场部成立之初(第一周)主要以建立健全部门机制，熟悉公司产品价格体系为主。

团队建设方面;制定了详细的全国营销中心计划、销售人员绩效考核标准、销售薪资制度、年度工作计划、团队文化等，由于公司销售人员招聘在12月不是很理想，市场部销售团队组建遇到了很大的问题。目前市场部建制，经理1名，客户经理1名，网络推广1名，只完成了市场部团队建设计划的百分之二十。

市场拓展方面;市场部12月对鑫乐汇商区、雷捷家居广场、102国道、纳丹堡商区、步行街商区进行了逐户的陌生拜访。客户拜访数量500余次，其中有需求的客户50个。签约客户10个。其中102国道二次业务开发2个(片片鱼合同总额810元、东门饭店合同额140元)，剩余8家为市场部业务开拓。12月市场部业绩总额x元，刘春雨16020元，门宇坤4089元。

销售业绩方面并不理想。虽然存在102国道改造信息统计、客户确认、效果图设计、招标办协调和天气等一些客观因素，但是市场部主要问题有以下几点：

1.产品知识和价格系统熟悉程度不够，13年度必须加强。

改进措施如下：部门内训对产品系统逐一进行分析并进行案例对正，同时定期申请总经办进行详细的产品及价格培训。

2.客户经理工作强度不够，缺乏思考能力和目标及时间管理能力。

改进措施如下：13年元月开始市场部将不折不扣的执行既定安度市场营销计划，增加工作强度，要求市场部每一个员将业绩目标分解到每一天，每日工作计划表体现当日业绩目标，意向客户数量目标，需求客户数量目标和客户拜访数量目标，严格按照每日工作计划进行市场推进，当天未完成目标计划次日加倍，连续一周未完成目标计划的赞助50元成长基金。

3. 个人气质和素质有待提高。

改进措施如下：增加商务礼仪、沟通技巧的部门内训，并在培训后进行一对一的演练。由于冬季天气比较冷，无法统一着正装。在气温适宜的时候市场部全员要求穿皮鞋、西裤。(建议统一着装、佩戴工牌)。

在明年的工作计划中下面的\'几项工作作为主要的工作来做：

1)建立一支熟悉业务，高素质高效率而相对稳定的销售团队。

人才是企业最宝贵的资源，一切的销售业绩都起源于有一个好的销售人员，建立一支具有凝聚力，战斗力、高素质的销售团队是企业的根本。在明年的工作中组建一支和谐，高效率的销售团队作为一项主要的工作来抓。

2)健全部门建制，提高人员的素质、业务能力。

13年度，希望得到公司与人事部大力支持，尽快完成市场部销售人员招聘。培养销售人员发现问题，总结问题目的在于提高销售人员综合素质，在工作中能发现问题总结问题并能提出自己的看法和建议，业务能力提高到一个新的档次。

**市场部个人年度工作总结报告篇五**

时间过的真快，转眼之间本年度已经接近尾声，我是6月30来到白象春华求是学校，承蒙领导不嫌弃我是一个初出茅庐什么都不懂的混小子，并接纳了我在单位工作，这是我走出“幼稚圆”的第一份工作，当然也少不了我在这里工作的头衔——市场专员，大专我学的是机电一体化专业，对于单位给我安排的市场营销工作，刚开始我对于这份来之不易的工作真是有心拿的起，无心做的好，因为我没有接触过市场营销这一块专业，我都不知道做一些什么，做起来就相当吃力。在我不解与困惑的同时，仅凭对市场工作的热情，单位的领导对我的成长倍感厚望，曾很多次找我谈心，提供我在工作精神上结实的信心和动力，伏案沉思这半年，我做一下简单的总结。

归纳以下几点：

3.工作于实际相符合，调研市场前景，并做好相应的市场计划;

7.对于市场活动，如讲座、校外设点宣传，能很好的做好市场活动的策划，并执行;

20xx年6月30日，白象春华求是学校市场部门成立了，在将近半年时间内，逐步开展市场工作，从什么都没有的市场部，渐渐的在单位中成长，做到“市场工作先调查，其次汇报，接着计划，再执行，最后是总结提炼，”现在所需的资料都可以拿出，迎接总部考核。

在单位业绩上可以知道我们市场部门是做的不好的，因为今年的招生业绩基本是和去年持平，对于当地的一些小型电脑培训机构来说，地理环境优势、学校师资都在我们之下，对手只有在项目学费上往下调，这给我们的市场带来一定的冲击。我们稳站当地市场那是一个必然性。

下面我对我们部门的工作做一下归纳

1.部门建设：部门刚刚启动，市场体系还不是很完整，可是开展市场工作人员严重不足;

2.部门人员培训：经过大半年的打磨，并参加总部安排的有关市场业务规范及市场运作规范的培训已经有很多次，已基本上掌握了市场招生工作，但业务技能及专业精神方面仍需加强。由于部门人员少、任务重，故专业技能培训不够。

5.部门创新性：新业务的开拓不够，业务增长小，业务能力还有待提高;

6.整顿单位内部市场品牌资料，迎接总部考核;

7.以上工作得到了单位同事的大力支持与携手帮忙才能完成目标，为此我对他们表示由衷的感谢。

“运筹于帷幄之中，决胜在千里之外”。新年度市场营销工作规划我觉得要强调谋事在先，但是我们还要明白年度市场工作规划并不是营销计划，只是基于年度分析总结的策略性工作思路，具体详细计划还需要分解到季度或月度来制定，只有这样才具有现实意义。

**市场部个人年度工作总结报告篇六**

我是和小柴一起进的公司，她是负责公司渠道工作，我是负责市场工作，营销和市场这两个部门是非常紧密的，你中有我，我中有你吧。一个部门的建立，不是一朝一夕的，是要经过很多的细心准备。市场是走在销售的前沿，为销售工作做好前期准备工作。渠道部门的建立经过了一个较长的过程，过程是复杂艰辛的，文档的整理就不下十几份。招商计划书ppt、招商计划书文档、产品包装文档、代理商协议、代理商最终客户合作协议、渠道政策等等。这里公司领导对我们的帮助是很大的，渠道政策的讨论会，大大小小的不知开了多少回，文档整理修改了不知道多少次。五月份渠道工作正式拉开维幕!

4006直线通管理平台是我们公司4006产品与竞争对手的一个大的区别点，我们的管理平台在业界堪称一流。这离不开我们技术部的辛勤工作。技术研讨会开了一次又一次，多少个日日夜夜，大家加班加点赶进度。技术是公司的灵魂，没有一个过硬的技术体系，没有一个过硬的技术团队，没有一个为公司发展尽心尽力，不辞辛苦工作的技术带头人。那就没有今天在国内市场上堪称一流的4006管理平台。也就没有我们销售部今天取得的成绩。

呵呵，当然平台的上线每个人都付出了汗水，我的付出只是微不足道的一小部分。管理平台的上线，更离不开公司的大力支持。

市场部的工作是我的职责，不过我相对做的事情比较杂。

(1)市场宣传及广告投放

市场宣传及广告做的最多的是我们的线上宣传，为推广也想了很多的方法，为广告投放也绞尽脑汁，报纸夹带、门户网站广告、车身广告、电梯广告、软文宣传、统计站点广告、招商网站等等想了很多，也准备了很多，不过做为我们一个发展型的公司，不能和更多的大型公司攀比，拿钱砸市场，那是不可能。每一分钱都要花在刀刃上，老大是开明的，大钱投不起，我们可以用小钱，百度关键词宣传我们一直在做，没有放弃，当然互联网的发展，中国人离不开百度，百度给我们带来了很不错的效果，也促进了我们销售部的工作进展。

论坛与博客的工作也一直没有放松，客服部从八月份接手以来，每天都在做，让我们的宣传在网上无处不在，有点困难，不过让我们想看到的人看到我们的宣传，看到我们的公司，我们一直在努力。

(2)物料制作

物料制作有两批，我们的平面广告设计人员没有，都是通过网上征集来做的，相应的时间都比较长，不过效果还可以，这点最重要。制作厂商也是在众多厂商中挑选出来的。

(3)市场情况调查与了解

这里离不开直销部与渠道部的帮助。对市场价位、竞争对手的情况进行调查与了解。对我们工作的开展和价位的制定起到了一定的帮助作用。

(4)博客宣传

客服部、直销部、渠道部三个部门都有在网上注册开通博客，博客培训必不可少。博客的建设及宣传推广工作，公司领导及技术部同仁给了很大的支持，今天我们的博客取得的成绩，和他们的支持是分不开的。

看到现在大家的博客点击过万，看到很多同事通过博客成交大单子，我们的付出终于有了回报。为刚的博客做的一直很好，是我们大家学习的榜样。博客宣传相信在接下来会有一个更大的进展，为我们营销部的工作带来更多的帮助。加油吧!

(1)网站工作与技术部合作

搜号网、oa、crm、4006产品网站、官方网站、个人博客、促销活动页面等

网站工作，主要是配合技术部对网站内容的相关整理及审核，在这里要感谢技术部的理解，和技术部相关人员的配合一直是愉快的。网站的一些小的修改及意见。

(2)公司相关制度整理的参与

参与制定了公司员工手册、公司服务体系、优秀员工评选及评选标准等相关制度制定的工作，不过毕竟不是专业的，很多还不是很成熟，这里感谢老大的帮助。

**市场部个人年度工作总结报告篇七**

转眼已经到年末，根据自身的实际情况，我对自己20xx年这一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1/17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。

在年度工作中，我总结出了如下几点：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2/17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年全年的工作总结，在工作总结中分析出自己工作中存在的各种问题，对明年的工作计划和目标有很大的帮助。接下来我会认真完成明年的工作，为自己的目标而努力!

**市场部个人年度工作总结报告篇八**

20xx年，余杭市场部在局（公司）的正确领导下，在公司各科室和兄弟市场部的帮助支持下，以邓小平理论、“三个代表”重要思想为指导，以“国家利益至上，消费者利益至上”的行业共同价值观为出发点和落脚点，以“作风建设年”和“服务创新年”活动的开展为契机，认真履行党的十九大提出的“科学的发展观”，努力做好“深化改革、创新发展、突出服务、规范管理、和谐稳定”五篇文章，进一步提高认识，增强自觉性，提高主动性，外树形象内强素质，积极探索，勇于创新，夯实卷烟销售网络，深化订单供货流程，市场控制力进一步加强，各项工作取得了圆满的成功。

20xx年经济指标运行状况：20xx年1—11月份，余杭市场部完成卷烟销量9716.84箱，完成年度销售任务的92.45%，实现销售毛利5514.12万元，完成年度毛利指标的95.32%，其中低档烟销量1346.5箱，完成年度指标的94.49%，预计可以顺利完成全年工作指标，单箱销售额从去年同期2.1万元/箱上升到2.32万元/箱；销售预测准确率一直保持在95%以上，订单满足率从一、二月份的70%左右上升到目前的平均90%以上。从经济指标的运行情况来看，20xx年各项经济指标和管理指标都取得了突出的成绩，这些成绩的取得，来自于市场部广大干部职工的共同努力，呈现了可持续发展的良好态势，为明年进一步开展卷烟销售和客户服务工作打下了坚实的基础。

20xx年是行业改革攻坚和深化订单供货的关键之年，余杭市场部在深化订单供货工作的基础上、建设标准化零售终端，提升网络经营水平；加强品牌培育，推进工商协同；加强服务营销，提升客户满意度；加强市场控制和市场分析，提升需求预测准确率；加强文化企业建设，建设品牌营销团队。诸多因素的共同推进，为实现经济的稳步增长和社会效益的进一步提升打下了坚实的基础。

（一）推进“按客户订单组织货源”工作向纵深发展。

1、完善需求预测体系。

还有，我们在做客户预订单的时候应该充分考虑到消费者的习惯、口味、层次等因素。在客户经理进行综合分析预测的基础上，市场经理根据汇总的数据，结合卷烟供应计划做适度调整，把握预测总量。立体化的预测角度和多角度的预测方法使得平均预测准确率保持在90%以上。

2、加强零售客户库存监测和零售客户库存管理。

目前在零售客户之间，对卷烟的库存管理也存在较大的差距，一些有一定规模的超市、商场、烟酒商店对卷烟库存管理比较重视，也做得较好，而绝大多数的食杂店基本上没有卷烟库存管理的意识，随意性，盲目性较大。针对这些情况，客户经理进行卷烟库存管理的重要性的宣传，提高零售客户进行库存管理的意识，通过服务记事本的利用，结合电话短信等方式及时告知库存状况，避免客户有意囤积卷烟，提升资金的利用率。并在不同地区、根据不同经营环境确定5%比例的监测客户，月末对客户库存量进行清点和了解，达到以点盖面地了解当前社会库存量的作用。

3、梯次化品牌培育体系。

品牌梯次化管理模式最主要的特征就是在于公平性，就是对同一品类结构上的品牌实行无差别管理模式，并跟公司品牌培育方向紧密结合，为不同的品牌提供公平的品牌竞争环境。在品牌培育力度、上柜考核力度、终端陈列、信息反馈等管理手段上一视同仁，利用品牌的区域化销售优势对周边所产生产生辐射影响，打破区域市场限制，提升品牌的知名度与覆盖率。这是梯次化管理提倡市场化的表现。随着对“大市场、大企业、大品牌”战略方针的深入执行，在稳定省内卷烟销量的基础上，省外卷烟在我区市场占有率稳步上升，红金龙、黄山、黄果树、红旗渠、云烟等品牌上升势头明显。到11月份，累计销售省外烟5667.04箱，对比去年同期增长24.13%。

4、加强终端信息的搜集、分析和利用。

客户经理加强对终端客户数据的搜集，努力完善营销系统客户档案各项资料，力保做到资料真实完整，对客户业态、电话号码、客户具体经营地址和住址、经营能力、工作配合度、上柜宽度、柜台图片等重要信息进行逐项了解，并提取相关图片和文字资料，提高客户信息的可利用性，以便于为客户分类、卷烟供量的合理程度提供有效的参考依据。

5、探索加强订单供货考核评价体系。

每月市场部二级考核小组对各营销线路进行考核，采用数据考核和走访考核相结合的方式，紧紧围绕销售增长率、预测准确率、订单满足率、客户满意度等关键指标展开进行市场部二级考核，在考核中重点强化客户经理细化工作流程的方面，突出对管理要求的精细化，对在市场经营指导、信息沟通情况、政策宣传解读、客户关系维护、终端运行状况等进行综合评价，并将考核结果与绩效相挂钩。以考核和评价体系的逐步完善，提升客户经理工作的主动性和积极性。

（二）展开标准化零售终端建设。

标准化卷烟零售终端建设，可以起到进一步规范市场，提高零售客户经营能力，提升零售终端业态，搭建强有力品牌培育平台的综合效果，形成客户与品牌、客户与市场、市场与品牌之间良性互动关系。余杭市场部标准化零售终端建设从“示范街”工作着手，在提升余杭集镇示范街的基础上，实现向农村示范街工作的延伸。制定服务公约框架，并与“卷烟零售许可证”一齐全面上墙，鼓励零售客户进行小投资柜台改造，客户经理协助零售户进行店容店貌的美化，柜台布置、卷烟陈列科学美观，品类结构分明，扩大品牌销售宽度。终端业态的改善，为一些原来被漠视的新品牌带来了推广的契机，为省内外重点新品牌提供了充分展示的机会。标准化零售终端建设主要是通过客户业态的改善、明码标价、提升零售客户建设三个方面来进行提升。

1、促进客户业态的提升。

在六条营销售线路的示范街进行柜台改造，采取新做与改装相结合的方式，通过客户经理与零售客户的有效沟通，对辖区示范街的84家柜台进行了改造，制定终端陈列的标准，根据店面的经营环境、经营水平、经营面积等因素，对卷烟柜台的设置、定位作出参考性指导意见，增强经营环境的美观性和整洁性，提升品牌展示效果，改善卷烟终端形象，提高卷烟经营业绩。

2、做好明码标价。

全面展开“一烟一标，烟标对应”工作，努力实现从明码标价向明码实价的切实转变。对卷烟出样出现断货现象留出标价空空位，新产品上架及时补充标价签，明码标价的效果体现主要依靠落实的保持情况。由于客户各自的卷烟销售习惯不同，对明码标价的认识程度不同，出现的持续效果也就不近相同。为了体现卷烟明码标价长期的、稳定的、的效果，客户经理需要落实后期明码标价的维护工作。公司在采取“硬盒塑料标价签套”以后，市场部各客户经理对示范街的明码标价进行了全部重新维护，发放三联硬盒标价签盒851只，单联标价签盒1582只，从而获得了更好的陈列效果，稳定了零售卷烟市场价格。

3、提升零售客户素质。

本年度为提升零售客户对国家卷烟销售政策的掌握，缓解卷烟供需矛盾，增加零售客户品牌培育、店面维护、自我分析的能力，市场部对各类客户分时段、分类别地进行了四次客户培训，主要就目前“稍紧平衡”的货源供应政策、卷烟生产的宏观性等方面进行了讲解，对零售客户具体在经营中应该注意的问题，例如月度要货计划、订单的制作、如何进行月度销售对比、如何进行卷烟陈列和改善经营形象、如何建立自己忠诚的顾客群体等方面做了详细的指导，这些措施是提升零售客户素质、提升终端自我管理能力的有效手段，零售客户经营能力的提升是我们进一步提升订单供货工作的必要支持。

（三）规范化经营，精细化管理。

1、做好每季度客户分类工作。

进一步挖掘客户潜力，按照经营业态、经营规模、市场类型、守法情况四个维度，对客户进行分类，进行差异化服务，本着科学合理，公平公正的理念，全面提升基础管理工作。在对客户类别调整上，为消除类别变动引起的客户异议，客户经理在类别调整前与客户做好沟通，对于类别调高的客户进行及时提醒和督促，使客户了解新类别的来之不易，从而促使客户对新类别的珍惜；对于类别下调的客户，告之下调的原因、客户在当前经营中存在的问题以及需要进一步努力的方向，使客户对类别的恢复产生期待的效果。

2、合理定量。

根据客户分类，对各类别采取不同的供量，一方面避免过量供应造成低价倾销，另一方面根据市场需求状况正确把握投放节奏，针对存在的结构性供需要矛盾采取多种办法予以弥补，限度地利用货源资源，满足不同销售业态的卷烟销售需求，有效实现了“限制大户、发展中户、扶持小户”网络建设客户管理目标，有效限制批发、窜货行为和降价竞销行为，极大促进了零售指导价的进一步执行到位，比较有效地保证了卷烟市场正常的流通秩序。

3、专销结合加强市场监管。

客户经理对市场中出现的小户代订、大户发展二级网络等不规范经营情况以“管销联系单”的方式向专卖部门进行通报，对在市场走访中发现的销售私烟、假烟，例如本年度在余杭、闲林等地出现的铁盒利群等，第一时间向专卖所进行沟通，便于专卖部门及时进行查处，净化经营环境；每月对零售客户的销售数据进行对比，对销售异动比较大的客户做好重点监督管理，并进行市场了解，作出异动变化分析报表，全面掌握市场规范经营情况，增强市场控制力。

（四）突出服务，创新管理模式。

1、多种形式的客户经营指导和沟通途径。

除市场走访当面沟通之外，市场部积极配合公司开拓多种沟通途径，以《客户服务记事本》为痕迹管理重点，以营销工具箱为分析总结工具，以《客户直通车》为政策宣传手段、以短信信息发布弥补信息空挡。确保信息交流及时到位，经营指导实用有效。多种沟通工具与信息工具的综合利用，对客户进行全方位的经营指导，提升客户对卷烟政策的了解和对按客户订单组织货源工作的支持。

2、建立终端特约信息员制度。

余杭烟草努力开展终端信息渠道建设，就月份召开了特约信息员初选会议，每条营销线路按地理位置分布、客户类别、经营业态等情况确定2到3名零售客户作为终端信息员。在此基础上，11月初，余杭烟草在余杭市场部召开余杭片区零售户信息员第一期培训会议，公司副经理唐颖洲代表公司与零售户信息员进行了沟通，就实行零售户特约信息员制度的目的意义、对零售户信息员的要求、如何开展具体工作等方面的问题和零售户信息员进行了交流，对于具体工作开展中存在的难点问题进行了分析和探讨。零售户特约信息员制度的实施，深化了网络建设、强化了网络功能、提升了客户关系，为全面推进标准化网络建设带来了新的推动因素。信息渠道的下沉，利于形成零售客户、客户经理、市场部、业务科等多角度、全方位的市场分析体系。

3、建立市场经理随访机制。

结合市场部二级考核，市场经理每月定期或不定期随同客户经理走访市场，比较全面地掌握市场部各营销线路在品牌培育、市场管理、信息沟通、客户服务等各个方面的工作力度，对于公司布置的阶段性工作的落实情况，并根据各营销线路工作的推进程度作出比较，指出客户经理在在工作中存在的问题，鼓励创新性的工作方法和市场管理手段，在相互对比中强化管理过程、提高服务质量、提升队伍素质，保持各营销线路工作的整体推进。

（五）企业文化建设和团队合作。

1、以会代训的日常培训和自学制度。

每周二确定为市场部周工作例会日，市场经理、客户经理、配送员和各后台岗位就当前工作中存在的难点热点问题进行探讨，各岗位之间增进相互了解，增加契合力。还可以就公司下发的文件、理论和方针进行学习，通告阶段性工作要求，确定当前阶段的工作重点和工作方式，推动阶段性工作及时快速地执行。

2、应知应会考试。

根据省市公司对应知应会考核内容的要求，市场部组织客户经理利用业余时间和工作闲暇时间进行统筹学习，边学习边探讨，一方面要求不影响日常工作，另一方面要熟悉掌握考试有关内容，并对相关内容进行理解和记忆。余杭应知应会考试取得了比较好的成绩，六位客户经理考核成绩全部达到良好以上。

3、加强信息工作。

针对公司对信息工作的要求，市场部确定三名客户经理为信息员，并要求各客户经理注重市场信息收集，对每月库存监测情况、订单供货情况进行分析，并形成文字材料上报公司，形成稳定有序的信息分析体系。今年以来各类通讯、简讯、探讨类文章累计投稿量达到93篇，省公司oa网站录用12篇，分公司oa网站录用24篇，取得了较为突出的成绩。

（六）重视客户满意度工作。

客户满意度工作是贯穿本年度的重头戏之一，市场部围绕货源分配公平性透明性、卷烟质量、皱烟无喷码卷烟的调换、明码标价、投诉渠道、投诉处理等几个主要问题进行展开满意度的沟通工作。其中货源问题一直是客户满意度的影响因素，第三季度的客户满意度调查虽然比前几个月有所好转，但是也还存在一些问题，针对问题的存在，市场部根据客户满意度自查情况，为以前存在投诉和走访当中有过不满意情绪的`客户专门进行了一次交流会议，在尊重客户的基础上尽可能地取得客户的理解，并提出要做好以下几个结合：卷烟零售户普查与客户满意度提升相结合；品牌培育工作与客户满意度提升相结合；以提升客我关系为基础促进客户满意度的提高；以提升服务品质促进客户满意度的提高。

（七）安全管理，可续发展。

认真学习国家局李克明副局长《20xx年下半年电视电话安全工作会议上的讲话》，精心组织学习，理解安全生产对企业可持续发展的重要意义，对各岗位针对岗位工作的具体情况开展安全教育，对送货流程、车辆使用、防盗防火等形成一系列的日常检查和管理制度，确保生命财产安全。

1、送货安全。

配送工作的安全管理也主要包括两个部分。

一是卷烟的装卸过程要符合规定，防止托盘掉落压人、卷烟人为摔损等情况的发生；

二是卷烟送货过程中，做到人车不分离，现金不过夜，对于发放的卷烟促销品等做好书面台帐，并要求有客户签字痕迹。

2、消防安全和财产安全。

做到放火、防盗设备有专人负责，定期进行自查自检。对灭火器、仓库设备、营业大厅办公设备、110联网报警系统进行经常性的检查，对存在安全隐患的设备进行保养和更换，特别是对容易被忽视的安全死角和隐蔽的安全隐患进行着重检查。

3、车辆安全。

根据公司《车辆管理制度修订稿》文件要求，严格限制非公务用车，车辆例行用车要有出车台帐，保持车容整洁、车况良好，并规定了事故、报修处理流程，提高自我保护意识，对客户经理自用车辆，也要遵守交通安全法律法规，确保车辆和人身安全。

4、完善值班制度。

一是健全门卫值班，对进出单位的外来人员进行登记；夜间110联网报警系统开启时间、关闭时间都一一做好登记。

二是员工的夜间值班制度，要求值班人员每天对仓库周围、门锁、营业大厅进行检查，确保各类电器、设备的安全使用。

（一）当前工作中存在的主要问题

1、终端布局方面。

2、明码标价及明码实价方面。

目前总体在客户经理指导方面客户配合度还是较高的，但大部分客户只停留在被动的工作配合下，客户对终端业态维护的重要性在认识上还不是较高，特别是农村市场客户日常维护工作自觉性不高，还是需通过客户经理指导监督下才能完成。硬件配套设施方面，还有一部分客户没有像样的卷烟陈列柜台，同时客户反应塑套在使用过程中存在较多不便（更换卷烟困难、容易造成卷烟破损），塑盒使用方面由于前期发放没有一定规则可寻，可能在已发放客户的使用上存在一定问题（非示范街客户的使用、所有陈列卷烟的套盒等），下一步将严格按下发塑盒使用文件进行下发使用；明码实价，目前辖区市场能完全按指导价进行零售的客户还是较少的，主要问题可能是在客户分类的合理性、货源供应定量上存在一此薄弱环节，下一步将此两环节进行重点突破。

3、两率一度方面。

订单满足率方面，目前工作开展中还是较为机械的通过人工沟通指导的方式进行，在货源供应与客户需求有较大差距的现状下将会造成客户经理走访工作较大的牵制，下一步工作还是需通过多方面的信息沟通手段（百事通、手机信息平台）进行工作效率的提升；需求预测准确率方面，由于对年底货源供应量估计不足，造成需求预测准确率不高。客户满意度方面，当前影响因素就是货源供应，虽然近期通过客户经理的努力沟通，以博得客户的理解，但该项工作治标不治本，而且使客户经理工作量大增。

（二）想法和建议

1、零售终端建设从乡镇基础建设逐步迈向农村。

具体工作方向：农村无证户的疏理工作；明码标价的全面落实；明码实价市场监督机制的研究产生；示范街及示范点客户的范围延伸；农村信息员的全面建设及动员工作。

2、信息互通工作的全面深化。

具体工作方向：市场经理随访机制落实及随访频率、走访面的加强加大；信息员工作职责落实及沟通平台的建立。

3、示范街方面，突出“标准化”，制定终端陈列标准，柜台要具有统一标识。

4、明码标价向明码实价进行深化，明码实价工作要与客户类别、卷烟限量等奖惩措施相结合，通过建立零售客户自律体系，稳定卷烟价格。

5、客户满意度方面，公司应当加强客户细节关怀，对客户生日、具体困难、突发性事件等提供具体帮助，在服务职责范围以外的措施来体现服务增殖作用，客户满意度的提升过程就是一个笼络人心的过程。

6、经营指导方面，市场部可以推出“客户经营诊断书”制度。针对不同客户在经营过程存在的优劣、机会、威胁等进行客户经营发展方案的设计，从而通过个性的经营指导最终提升客户赢利。

（一）今冬明春过渡工作

1、加强第四季度客户满意度工作。

针对第三季度客户满意度调查中存在的问题，进行查漏补缺。第四季度12月份的货源供应状况不容乐观，这就增加我们客户满意度工作的难度，但是还是要知难而上，确保客户满意度的保持和提升。

2、继续重视安全问题，确保全年无责任事故。

贯彻落实“安全第一、预防为主、综合治理”方针，全面落实安全责任，强化基础管理，突出重点整治、提升管理水平，有效预防各类重特大事故和减少各类事故的发生，努力实现安全过冬。

3、继续做好标准化零售终端建设。

维护好前期标准化零售终端建设的成果，对当前零售终端中存在的问题做好分析总结，特别是应该扩大零售终端示范街的示范效应。

（二）20xx年市场部工作计划

1、根据公司要求，以规范经营为前提，坚持科学发展的理念，进一步推动行业改革中各项制度和措施的顺利执行。提升客户服务水平，加大品牌培育力度，继续提升二率一度工作，提升管理市场、控制市场的能力。进一步做好标准化零售终端的建设工作，对公司下达的阶段性工作予以快速、优质地执行。

2、明年计划经济指标以及预测目标：

卷烟销量：10500—11150箱。

上半年低档烟销量：620—650箱。

**市场部个人年度工作总结报告篇九**

时间一晃而过，弹指间，xx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)工作回顾

1、地推工作;今年市场部的地推宣传,

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，提升我校知名度，增加市民认知度。)

3、推广合作;本年度与北市区周边家商铺进行合作，通过免费向商家提供我校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;网站内容不断更新(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)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。

(通过百度推广开始实施市场推广工作，并通过其他网站进行宣传推广)。

5、宣传资料的修改、编写和收集工作;在校领导的带领下完成对考试攻略的修改和编写并已印制发放，并对新的宣传单页进行研发修改。同时也对市场销售及印刷厂的练习簿情况进行摸底调查。

7、企业内部培训;企业文化、咨询流程、招生方法、xxx技巧几方面制作成对校区员工进行培训。

(二)工作分析：

xxx、xx年度工作分析：市场部较好的完成了会大部分宣传工作、合作推广工作及协同工作，一年来持续在总、分校周边学校、社区进行地推，在各大媒体、网络进行宣传。

xxx、xx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。xx年度的工作重点基本在品牌宣传和企业文化活动，由于学校各部门成立不久，这两项工作为重中之重的原因，而另一方面也有我们市场部工作不到位、与其他部门协调不及时的方面。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、咨询部沟通仍需加强，使宣传活动更有的放矢，更能帮助增长业绩，也是我们市场部需要改进的方面。

懈怠了企业文化建设和团队凝聚力活动策划工作，这也是我们xx年度应该跟进及加强的方面。

(一)费用回顾：

1、市场部主体费用主要是以下四方面：

一、印刷品制作费。

xx年度的主体费用分布较为平均。而印刷品费用呈上升趋势，兼职工资按任务完成量进行发放呈下降趋势，广告宣传投入了信息报和春晚、短信三方面。

(二)费用分析：

1、正面因素：整个学校市场费用呈下降趋势，在基本保障印刷质量、宣传效果、兼职应用的前提下，基本争取到xxx行情最低价格。

2、负面因素：市场是销售的前战，如果把整个销售工作比作一场战争的话，那么市场就像空军和炮兵，用飞机xxx对目标进行轰炸，再派攻坚进行点对点进攻，这也就是咨询签订客户的过程。如果没有很好的前期宣传、活动策划，仅依靠咨询人员的个人能力，业绩很难有质的飞跃。当然，前提是费用合理、销售强势、团队合作密切、市场营销对路。

(一)团队建设业绩回顾：

1、整个市场部门共两人，一是市场主管，一是市场人员，未能满足工作需要。

2、虽然部门工作人员较少，但每个人的作用是不可或缺的。

3、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。

(二)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xxx、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。

(一))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，导致客户群流失，在xx年度我市场将积极xxx各类业务学习及培训。

(二)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!

(三)汇报意识弱需加强。

由于汇报不及时造成很多事情延误，在xx年市场部一定会加强汇报制度的落实。

(一)加强中层员工的培训

中层是一个学校的基石，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xxx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。

(二)加强各部门人员职责细化

虽然刚进入学校时间不长，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。

(三)加强团队建设工作

由于学校正一步步走向正规，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xxx适当活动，利于加强各部门间的协助和团队凝聚力!

(四)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（范本），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。

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

**市场部个人年度工作总结报告篇十**

转眼已经到年末，根据自身的实际情景，我对自我今年这一年工作做出了评定和总结，提出了需要改善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：拟定一个属于自我的工作流程，每一天按照此流程来展开工作，这也就是被迫提高工作效率。经过一段时间的磨合，相信自我在工作方法上会有所改善，并且工作效率也会有所提升。

xx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忙和鼓励。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我：所有出现的问题仅有自我解决，等到别人的仅有参考的意见和鼓励的话语，凡事全部需要自我才能解决，没有任何人来帮忙你完成它。这样自我的依靠性就不会那么强，所有的问题仅有自我去寻找解决方法。再苦再累，仅有你的业绩才能证明你的本事，其它所有的只是空谈。

在年度工作中，我总结出了如下几点：此刻的公司仅有较强的个人本事是不行的，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，严格要求自我。店铺的管理者需要的是解决问题的方法，而不是我们帮忙他们解决问题。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，需要改善工作方法。

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

1、合理地安排自我的学习时间，没有异常重要的事情，不可打乱学习计划。

2、给自我制定工作流程，不断改善工作方法，学习优秀的人是如何有效地安排自我的工作时间，利用好五项管理。

3、在培训和会议之后学会总结和分析，分析出自我目前的工作问题，总结出自我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，实施的时候就比较简便。

以上就是我对xx年全年的工作总结，在工作总结中分析出自我工作中存在的各种问题，对明年的工作计划和目标有很大的帮忙。接下来我会认真完成明年的工作，为自我的目标而努力！

**市场部个人年度工作总结报告篇十一**

去年的春天，我怀揣着一颗上进求学、突破自己的初心，走进了我们公司。一晃，我已经在这个销售岗位上奋斗了一年有余了，这段时间想来不长也不短，但它却偏偏改变了我，也让我看到了一个更加值得期待的未来。

当初在求职时面试官问了我这样一个问题，她问我，“你觉得自己在这份工作上最大的优势是什么？”我当时想了好一会，我说，“我觉得我最大的优势是我很开朗，也很容易和他人交朋友。”之后回去我一直很懊悔自己说了这样没有水平的话，明明有很多优势可以说，我却没有表现出来。当时我以为自己没有希望了，后来听到公司录用我的那一刻，我非常欣喜，也怀着一颗感恩之心想把这份工作做得更好了。直到今天，我才明白作为一名销售人员，好的性格是非常重要的，我也理解了自己那一句话在面试中的重要性。

这一年走来，谁没有经历风雨呢？作为一名销售人员，遇到失败是经常会有的事情，遇到难关就更不用说了。我们的业绩和自己的个人能力是挂钩的，而我们的工资也是和个人业绩挂钩的，今年的前几个月我的业绩一直不好，同事们宽慰我说我刚开始做，起初业绩不好也正常。但我自己是非常着急的，因为我们销售人员的底薪非常低，最重要的就是靠提成。我明明各项技能已经配备了，为什么业绩还是提不上去了，我当时很不解。随着自己不断的反思，我发现自己没有注意这一个词，也就是我们常常说的“真诚”。我在工作中不断保持良好的服务态度，沟通态度，也极其容易和客户打成一片，但客户却不买我的账。我忽然反省过来，是不是我平时和客户们交流时自己表现得过于松懈，过于轻松导致体现出了一些不真诚的因素。

之后我也在自己工作中做出了改变，我也认识到和客户交流是一项很有技巧的事情，我好的性格，容易和客户容易共识是我的一项优点，这是可以继续保持下去的。但我应该更加注意分寸，这也是我们每个销售人员应该注意的事情，我们市场部也有很多的人都在这个问题上犯过错误。比如和客户熟络起来了就极其容易犯一些说错话的错误，这是一个需要我们重视的问题。我也在自己的\'工作上进行了一些小的修改，比如交谈的时候可以开玩笑的时候就开玩笑，该正经的时候也应该正经起来。这样会给人带来一种稳重感，踏实感，真诚感。这会获得客户的信任，我们之间的合作也就能顺利下去了。我改正了自己之后有了很大的进步，自己的业绩也上升了起来，领导也对我颇有表扬，我会带着这一份鼓励继续探索下去，为自己的工作做一些突破，也在不断的探寻中找到更多的办法提升自己！

**市场部个人年度工作总结报告篇十二**

一年的尾声开始想念很多东西。想念毕业那刻与室友们相拥而别的瞬间；想念收获第一份正式工作时候的激动；想起收拾行李那刻的表情以及沿途关于未来的设想；一年的尾声也想要感谢很多人。感谢那些曾指导过我的领导和前辈们，是他们的无私和包容使我能快速融入这个集体；感谢中国市场部的每一个人，虽然没有太多的接触和表情，但是我己经把有关你们的记忆放在心中。

时间不经意间从指尖滑过。从进入兆吉鞋业有限公司到现在，己将近两个月的时间，而我也开始了一段新的工作学习历程。刚跨出社会的我，从来不关注时尚的我，连明星如果不是太抢眼都会被浊淆的我，在选择这里的同时，需要学习很多东西。关于时尚、关于美学、关于色彩、关于四季、关于设计等等。

两个月的时间不算长。短暂却印象深刻的

军训

，公司

规章制度

和企业文化的培训，来中国市场部第一天前辈们的循循善导，都好像是昨天才刚刚上演似的。两个月的时间，也足以让我们融入兆吉这个集体，并对它产生难以割舍的感情。它的历史、它的文化、它的核心价值以及它的规章制度等等。许多话语还在耳边萦绕。对质量的执着追求，“真”、“善”、“美”的核心价值观以及关于“杯奶头牛”的故事等。在这里的生活，少了几分奔波，多了份安逸，我们在宿舍、食堂和工作的地方穿梭，过着忙碌却也充实的工作。

两个月的时间，己经让我开始喜欢这里，工作也慢慢地步上轨道。从刚开始的全然陌生，到现在能通过模仿与整合或是自己偶然间蒙发的感动给每一双鞋子做注脚。

刚到这里的时候，每天浏览过往一些时尚类杂志，并试着把那些美的词句记录下来，思考他们为每件衣服或是鞋子写文案的角度。总有些文字会让我感动，或是引发我体内的某种欲望。这时候会发现自己有诸多不足。不太出色的文字，对时尚圈子的全然陌生，跟生活在那个层次的消费者的距离以及和关于设计和美学的种种。

为了能尽快适应工作，我努力去查寻各种资料，网上的、杂志上的，或是在购买来的书上的。拖学广告学的朋友介绍了几本广告学的书，也借机会了解了李欣频、许瞬英这两位中国台湾文案作者。

这个月，开始尝试着写关于20xx汤普、b&b春夏流行趋势，以及主要鞋款的文案。这对我来说，是一个比较艰难的过程，而在这之前，我一直希望陈小姐能把我派去设计、开发组学习一些时日，了解鞋子的特性和以及材质的运用等。我反复看这些需要写的鞋子，并尽量把某些特征记下来，然后去一些时尚网站寻找一些类似鞋款的相关介绍，并翻开以往看时尚杂志所做的笔记，实在是没办法，会下楼去看每双鞋子，虽然还是不会给那个独特的地方取一个好听的名字，但是幸运的时候会碰到一些业务部的人，这让我收获不少。

不管结果如何，过程终究是享受的，但是多日的努力终于得到收获后，那种心境是无法用言语来表达的，就要这份工作所带给我的感动。在学到东西之余，也体验到工作带给我的乐趣。

在这差不多两个月的时间里，我主要负责如下工作：

1、公司对内、对外的一些文字内容的撰写。如：汤普30周年庆祝致会员的

感谢信

、公司对外新年贺卡和新年促销短信等等。

2、根据商场要求，提供统一的商场包装宣传文字，或是企业产品的文案撰写。如：20xx春夏汤普流行趋势、b&b春夏流行趋势、dm宣传册文案、春夏新款主要鞋款文案、金基百纳商场文案、女友资讯文案和婚鞋文案撰写等。

从进公司到现在，通过自己的点点滴滴的学习与积累，还有领导与前辈们的帮助，了解了各部门的作业流程，自己的工作也开始步上轨道。但是离公司要求的和我所追求的一个好的文案者还有一段很长的距离。当然，也有些不足的地方。比如：写的文案并不能打动我自己、存储知识过少，偶尔会觉得脑袋真空、不够细心以及与部门同事之间交流甚少等。20xx年是充满希望与挑战的一年，我会继续以一个学习者的姿态，去完成所交付我的每一项任务，并努力改正这些不足之处。

为了使以后工作更加高效、完美，我将努力做到以下几点：

1、端正态度，积极主动，努力学习，虚心请教并听取各方面意见；

2、继续用心去看每一份时尚杂志并做认真做好笔记；

3、收集与公司产品相关的讯息，争取对公司品牌进行全方位的了解。

4、以学习者的姿态，争取高效完成交付给我的各项作务。

5、加强对时尚、商场等与工作相关的知识的了解。

20xx年，余杭市场部在局（公司）的正确领导下，在公司各科室和兄弟市场部的帮助支持下，以邓小平理论、“三个代表”等重要思想为指导，以“国家利益至上，消费者利益至上”的行业共同价值观为出发点和落脚点，以“作风建设年”和“服务创新年”活动的开展为契机，认真履行党的xx大提出的“科学的发展观”，努力做好“深化改革、创新发展、突出服务、规范管理、和谐稳定”五篇文章，进一步提高认识，增强自觉性，提高主动性，外树形象内强素质，积极探索，勇于创新，夯实卷烟销售网络，深化订单供货流程，市场控制力进一步加强，各项工作取得了圆满的成功。

一、20xx年经济指标运行状况

20xx年经济指标运行状况：20xx年1—11月份，余杭市场部完成卷烟销量9716。84箱，完成年度销售任务的92。45%，实现销售毛利5514。12万元，完成年度毛利指标的95。32%，其中低档烟销量1346。5箱，完成年度指标的94。49%，预计可以顺利完成全年工作指标，单箱销售额从去年同期2。1万元/箱上升到2。32万元/箱；销售预测准确率一直保持在95%以上，订单满足率从一、二月份的70%左右上升到目前的平均90%以上。从经济指标的运行情况来看，20xx年各项经济指标和管理指标都取得了突出的成绩，这些成绩的取得，来自于市场部广大干部职工的共同努力，呈现了可持续发展的良好态势，为明年进一步开展卷烟销售和客户服务工作打下了坚实的基础。

二、20xx年开展的重要工作。

20xx年是行业改革攻坚和深化订单供货的关键之年，余杭市场部在深化订单供货工作的基础上、建设标准化零售终端，提升网络经营水平；加强品牌培育，推进工商协同；加强服务营销，提升客户满意度；加强市场控制和市场分析，提升需求预测准确率；加强文化企业建设，建设品牌营销团队。诸多因素的共同推进，为实现经济的稳步增长和社会效益的进一步提升打下了坚实的基础。

（一）推进“按客户订单组织货源”工作向纵深发展。

1、完善需求预测体系。一是我们的客户经理做好自己管辖区域的卷烟销售趋势、特点、消费状况等作一个系统市场分析。在分析的过程不能简单从一些历史销售数据进行对比分析，还应进行一些深层次的调查研究，进行一个系统的市场分析报告；二是通过客户经理加强与卷烟零售的交流与沟通。一般情况下，在沟通过程中需要详细了解卷烟零售户一些具体品牌的销售（特别是主销品牌和主要培育品牌的销售），卷烟库存和销售结构等情况；三是重点关注市场情况的变化，比如是重要节假日、人口流动、经济发展、消费水平等对卷烟市场的影响；还有，我们在做客户预订单的时候应该充分考虑到消费者的习惯、口味、层次等因素。在客户经理进行综合分析预测的基础上，市场经理根据汇总的数据，结合卷烟供应计划做适度调整，把握预测总量。立体化的预测角度和多角度的预测方法使得平均预测准确率保持在90%以上。

2、加强零售客户库存监测和零售客户库存管理。目前在零售客户之间，对卷烟的库存管理也存在较大的差距，一些有一定规模的超市、商场、烟酒商店对卷烟库存管理比较重视，也做得较好，而绝大多数的食杂店基本上没有卷烟库存管理的意识，随意性，盲目性较大。针对这些情况，客户经理进行卷烟库存管理的重要性的宣传，提高零售客户进行库存管理的意识，通过服务记事本的利用，结合电话短信等方式及时告知库存状况，避免客户有意囤积卷烟，提升资金的利用率。并在不同地区、根据不同经营环境确定5%比例的监测客户，月末对客户库存量进行清点和了解，达到以点盖面地了解当前社会库存量的作用。

3、梯次化品牌培育体系。品牌梯次化管理模式最主要的特征就是在于公平性，就是对同一品类结构上的品牌实行无差别管理模式，并跟公司品牌培育方向紧密结合，为不同的品牌提供公平的品牌竞争环境。在品牌培育力度、上柜考核力度、终端陈列、信息反馈等管理手段上一视同仁，利用品牌的区域化销售优势对周边所产生产生辐射影响，打破区域市场限制，提升品牌的知名度与覆盖率。这是梯次化管理提倡市场化的表现。随着对“大市场、大企业、大品牌”战略方针的深入执行，在稳定省内卷烟销量的基础上，省外卷烟在我区市场占有率稳步上升，红金龙、黄山、黄果树、红旗渠、云烟等品牌上升势头明显。到11月份，累计销售省外烟5667。04箱，对比去年同期增长24。13%。

4、加强终端信息的搜集、分析和利用。客户经理加强对终端客户数据的搜集，努力完善营销系统客户档案各项资料，力保做到资料真实完整，对客户业态、电话号码、客户具体经营地址和住址、经营能力、工作配合度、上柜宽度、柜台图片等重要信息进行逐项了解，并提取相关图片和文字资料，提高客户信息的可利用性，以便于为客户分类、卷烟供量的合理程度提供有效的参考依据。

5、探索加强订单供货考核评价体系。每月市场部二级考核小组对各营销线路进行考核，采用数据考核和走访考核相结合的方式，紧紧围绕销售增长率、预测准确率、订单满足率、客户满意度等关键指标展开进行市场部二级考核，在考核中重点强化客户经理细化工作流程的方面，突出对管理要求的精细化，对在市场经营指导、信息沟通情况、政策宣传解读、客户关系维护、终端运行状况等进行综合评价，并将考核结果与绩效相挂钩。以考核和评价体系的逐步完善，提升客户经理工作的主动性和积极性。

（二）展开标准化零售终端建设。

标准化卷烟零售终端建设，可以起到进一步规范市场，提高零售客户经营能力，提升零售终端业态，搭建强有力品牌培育平台的综合效果，形成客户与品牌、客户与市场、市场与品牌之间良性互动关系。余杭市场部标准化零售终端建设从“示范街”工作着手，在提升余杭集镇示范街的基础上，实现向农村示范街工作的延伸。制定服务公约框架，并与“卷烟零售许可证”一齐全面上墙，鼓励零售客户进行小投资柜台改造，客户经理协助零售户进行店容店貌的美化，柜台布置、卷烟陈列科学美观，品类结构分明，扩大品牌销售宽度。终端业态的改善，为一些原来被漠视的新品牌带来了推广的契机，为省内外重点新品牌提供了充分展示的机会。标准化零售终端建设主要是通过客户业态的改善、明码标价、提升零售客户建设三个方面来进行提升。

1、促进客户业态的提升。在六条营销售线路的示范街进行柜台改造，采取新做与改装相结合的方式，通过客户经理与零售客户的有效沟通，对辖区示范街的84家柜台进行了改造，制定终端陈列的标准，根据店面的经营环境、经营水平、经营面积等因素，对卷烟柜台的设置、定位作出参考性指导意见，增强经营环境的美观性和整洁性，提升品牌展示效果，改善卷烟终端形象，提高卷烟经营业绩。

2、做好明码标价。全面展开“一烟一标，烟标对应”工作，努力实现从明码标价向明码实价的切实转变。对卷烟出样出现断货现象留出标价空空位，新产品上架及时补充标价签，明码标价的效果体现主要依靠落实的保持情况。由于客户各自的卷烟销售习惯不同，对明码标价的认识程度不同，出现的持续效果也就不近相同。为了体现卷烟明码标价长期的、稳定的、的效果，客户经理需要落实后期明码标价的维护工作。公司在采取“硬盒塑料标价签套”以后，市场部各客户经理对示范街的明码标价进行了全部重新维护，发放三联硬盒标价签盒851只，单联标价签盒1582只，从而获得了更好的陈列效果，稳定了零售卷烟市场价格。

3、提升零售客户素质。本年度为提升零售客户对国家卷烟销售政策的掌握，缓解卷烟供需矛盾，增加零售客户品牌培育、店面维护、自我分析的能力，市场部对各类客户分时段、分类别地进行了四次客户培训，主要就目前“稍紧平衡”的货源供应政策、卷烟生产的宏观性等方面进行了讲解，对零售客户具体在经营中应该注意的问题，例如月度要货计划、订单的制作、如何进行月度销售对比、如何进行卷烟陈列和改善经营形象、如何建立自己忠诚的顾客群体等方面做了详细的指导，这些措施是提升零售客户素质、提升终端自我管理能力的有效手段，零售客户经营能力的提升是我们进一步提升订单供货工作的必要支持。

（三）规范化经营，精细化管理。

1、做好每季度客户分类工作。进一步挖掘客户潜力，按照经营业态、经营规模、市场类型、守法情况四个维度，对客户进行分类，进行差异化服务，本着科学合理，公平公正的理念，全面提升基础管理工作。在对客户类别调整上，为消除类别变动引起的客户异议，客户经理在类别调整前与客户做好沟通，对于类别调高的客户进行及时提醒和督促，使客户了解新类别的来之不易，从而促使客户对新类别的珍惜；对于类别下调的客户，告之下调的原因、客户在当前经营中存在的问题以及需要进一步努力的方向，使客户对类别的恢复产生期待的效果。

2、合理定量。根据客户分类，对各类别采取不同的供量，一方面避免过量供应造成低价倾销，另一方面根据市场需求状况正确把握投放节奏，针对存在的结构性供需要矛盾采取多种办法予以弥补，限度地利用货源资源，满足不同销售业态的卷烟销售需求，有效实现了“限制大户、发展中户、扶持小户”网络建设客户管理目标，有效限制批发、窜货行为和降价竞销行为，极大促进了零售指导价的进一步执行到位，比较有效地保证了卷烟市场正常的流通秩序。

3、专销结合加强市场监管。客户经理对市场中出现的小户代订、大户发展二级网络等不规范经营情况以“管销联系单”的方式向专卖部门进行通报，对在市场走访中发现的销售私烟、假烟，例如本年度在余杭、闲林等地出现的铁盒利群等，第一时间向专卖所进行沟通，便于专卖部门及时进行查处，净化经营环境；每月对零售客户的销售数据进行对比，对销售异动比较大的客户做好重点监督管理，并进行市场了解，作出异动变化分析报表，全面掌握市场规范经营情况，增强市场控制力。

（四）突出服务，创新管理模式。

1、多种形式的客户经营指导和沟通途径。除市场走访当面沟通之外，市场部积极配合公司开拓多种沟通途径，以《客户服务记事本》为痕迹管理重点，以营销工具箱为分析总结工具，以《客户直通车》为政策宣传手段、以短信信息发布弥补信息空挡。确保信息交流及时到位，经营指导实用有效。多种沟通工具与信息工具的综合利用，对客户进行全方位的经营指导，提升客户对卷烟政策的了解和对按客户订单组织货源工作的支持。

2、建立终端特约信息员制度。余杭烟草努力开展终端信息渠道建设，就月份召开了特约信息员初选会议，每条营销线路按地理位置分布、客户类别、经营业态等情况确定2到3名零售客户作为终端信息员。在此基础上，11月初，余杭烟草在余杭市场部召开余杭片区零售户信息员第一期培训会议，公司副经理唐颖洲代表公司与零售户信息员进行了沟通，就实行零售户特约信息员制度的目的意义、对零售户信息员的要求、如何开展具体工作等方面的问题和零售户信息员进行了交流，对于具体工作开展中存在的难点问题进行了分析和探讨。零售户特约信息员制度的实施，深化了网络建设、强化了网络功能、提升了客户关系，为全面推进标准化网络建设带来了新的推动因素。信息渠道的下沉，利于形成零售客户、客户经理、市场部、业务科等多角度、全方位的市场分析体系。

3、建立市场经理随访机制。结合市场部二级考核，市场经理每月定期或不定期随同客户经理走访市场，比较全面地掌握市场部各营销线路在品牌培育、市场管理、信息沟通、客户服务等各个方面的工作力度，对于公司布置的阶段性工作的落实情况，并根据各营销线路工作的推进程度作出比较，指出客户经理在在工作中存在的问题，鼓励创新性的工作方法和市场管理手段，在相互对比中强化管理过程、提高服务质量、提升队伍素质，保持各营销线路工作的整体推进。

（五）企业文化建设和团队合作。

1、以会代训的日常培训和自学制度。每周二确定为市场部周工作例会日，市场经理、客户经理、配送员和各后台岗位就当前工作中存在的难点热点问题进行探讨，各岗位之间增进相互了解，增加契合力。还可以就公司下发的文件、理论和方针进行学习，通告阶段性工作要求，确定当前阶段的工作重点和工作方式，推动阶段性工作及时快速地执行。

2、应知应会考试。根据省市公司对应知应会考核内容的要求，市场部组织客户经理利用业余时间和工作闲暇时间进行统筹学习，边学习边探讨，一方面要求不影响日常工作，另一方面要熟悉掌握考试有关内容，并对相关内容进行理解和记忆。余杭应知应会考试取得了比较好的成绩，六位客户经理考核成绩全部达到良好以上。

3、加强信息工作。针对公司对信息工作的要求，市场部确定三名客户经理为信息员，并要求各客户经理注重市场信息收集，对每月库存监测情况、订单供货情况进行分析，并形成文字材料上报公司，形成稳定有序的信息分析体系。今年以来各类通讯、简讯、探讨类文章累计投稿量达到93篇，省公司oa网站录用12篇，分公司oa网站录用24篇，取得了较为突出的成绩。

（六）重视客户满意度工作。

客户满意度工作是贯穿本年度的重头戏之一，市场部围绕货源分配公平性透明性、卷烟质量、皱烟无喷码卷烟的调换、明码标价、投诉渠道、投诉处理等几个主要问题进行展开满意度的沟通工作。其中货源问题一直是客户满意度的影响因素，第三季度的客户满意度调查虽然比前几个月有所好转，但是也还存在一些问题，针对问题的存在，市场部根据客户满意度自查情况，为以前存在投诉和走访当中有过不满意情绪的客户专门进行了一次交流会议，在尊重客户的基础上尽可能地取得客户的理解，并提出要做好以下几个结合：卷烟零售户普查与客户满意度提升相结合；品牌培育工作与客户满意度提升相结合；以提升客我关系为基础促进客户满意度的提高；以提升服务品质促进客户满意度的提高。

（七）安全管理，可续发展。

认真学习国家局李克明副局长《20xx年下半年电视电话安全工作会议上的讲话》，精心组织学习，理解安全生产对企业可持续发展的重要意义，对各岗位针对岗位工作的具体情况开展安全教育，对送货流程、车辆使用、防盗防火等形成一系列的日常检查和管理制度，确保生命财产安全。

1、送货安全。配送工作的安全管理也主要包括两个部分。一是卷烟的装卸过程要符合规定，防止托盘掉落压人、卷烟人为摔损等情况的发生；二是卷烟送货过程中，做到人车不分离，现金不过夜，对于发放的卷烟促销品等做好书面台帐，并要求有客户签字痕迹。

2、消防安全和财产安全。做到放火、防盗设备有专人负责，定期进行自查自检。对灭火器、仓库设备、营业大厅办公设备、110联网报警系统进行经常性的检查，对存在安全隐患的设备进行保养和更换，特别是对容易被忽视的安全死角和隐蔽的安全隐患进行着重检查。

3、车辆安全。根据公司《车辆管理制度修订稿》文件要求，严格限制非公务用车，车辆例行用车要有出车台帐，保持车容整洁、车况良好，并规定了事故、报修处理流程，提高自我保护意识，对客户经理自用车辆，也要遵守交通安全法律法规，确保车辆和人身安全。

4、完善值班制度。一是健全门卫值班，对进出单位的外来人员进行登记；夜间110联网报警系统开启时间、关闭时间都一一做好登记。二是员工的夜间值班制度，要求值班人员每天对仓库周围、门锁、营业大厅进行检查，确保各类电器、设备的安全使用。

三、存在的问题以及意见和建议

（一）当前工作中存在的主要问题

2、明码标价及明码实价方面。目前总体在客户经理指导方面客户配合度还是较高的，但大部分客户只停留在被动的工作配合下，客户对终端业态维护的重要性在认识上还不是较高，特别是农村市场客户日常维护工作自觉性不高，还是需通过客户经理指导监督下才能完成。硬件配套设施方面，还有一部分客户没有像样的卷烟陈列柜台，同时客户反应塑套在使用过程中存在较多不便（更换卷烟困难、容易造成卷烟破损），塑盒使用方面由于前期发放没有一定规则可寻，可能在已发放客户的使用上存在一定问题（非示范街客户的使用、所有陈列卷烟的套盒等），下一步将严格按下发塑盒使用文件进行下发使用；明码实价，目前辖区市场能完全按指导价进行零售的客户还是较少的，主要问题可能是在客户分类的合理性、货源供应定量上存在一此薄弱环节，下一步将此两环节进行重点突破。

3、两率一度方面。订单满足率方面，目前工作开展中还是较为机械的通过人工沟通指导的方式进行，在货源供应与客户需求有较大差距的现状下将会造成客户经理走访工作较大的牵制，下一步工作还是需通过多方面的信息沟通手段（百事通、手机信息平台）进行工作效率的提升；需求预测准确率方面，由于对年底货源供应量估计不足，造成需求预测准确率不高。客户满意度方面，当前影响因素就是货源供应，虽然近期通过客户经理的努力沟通，以博得客户的理解，但该项工作治标不治本，而且使客户经理工作量大增。

（二）想法和建议

1、零售终端建设从乡镇基础建设逐步迈向农村。

具体工作方向：农村无证户的疏理工作；明码标价的全面落实；明码实价市场监督机制的研究产生；示范街及示范点客户的范围延伸；农村信息员的全面建设及动员工作。

2、信息互通工作的全面深化。

具体工作方向：市场经理随访机制落实及随访频率、走访面的加强加大；信息员工作职责落实及沟通平台的建立。

3、示范街方面，突出“标准化”，制定终端陈列标准，柜台要具有统一标识。

4、明码标价向明码实价进行深化，明码实价工作要与客户类别、卷烟限量等奖惩措施相结合，通过建立零售客户自律体系，稳定卷烟价格。

5、客户满意度方面，公司应当加强客户细节关怀，对客户生日、具体困难、突发性事件等提供具体帮助，在服务职责范围以外的措施来体现服务增殖作用，客户满意度的提升过程就是一个笼络人心的过程。

6、经营指导方面，市场部可以推出“客户经营诊断书”制度。针对不同客户在经营过程存在的优劣、机会、威胁等进行客户经营发展方案的设计，从而通过个性的经营指导最终提升客户赢利。

四、今冬明春过渡工作和明年的打算

（一）今冬明春过渡工作

1、加强第四季度客户满意度工作。针对第三季度客户满意度调查中存在的问题，进行查漏补缺。第四季度12月份的货源供应状况不容乐观，这就增加我们客户满意度工作的难度，但是还是要知难而上，确保客户满意度的保持和提升。

2、继续重视安全问题，确保全年无责任事故。贯彻落实“安全第一、预防为主、综合治理”方针，全面落实安全责任，强化基础管理，突出重点整治、提升管理水平，有效预防各类重特大事故和减少各类事故的发生，努力实现安全过冬。

3、继续做好标准化零售终端建设。维护好前期标准化零售终端建设的成果，对当前零售终端中存在的问题做好分析总结，特别是应该扩大零售终端示范街的示范效应。

（二）20xx年市场部

工作计划

1、根据公司要求，以规范经营为前提，坚持科学发展的理念，进一步推动行业改革中各项制度和措施的顺利执行。提升客户服务水平，加大品牌培育力度，继续提升二率一度工作，提升管理市场、控制市场的能力。进一步做好标准化零售终端的建设工作，对公司下达的阶段性工作予以快速、优质地执行。

2、明年计划经济指标以及预测目标

卷烟销量：10500—11150箱

上半年低档烟销量：620—650箱

**市场部个人年度工作总结报告篇十三**

在增加的提升中不知不觉又增加了新的提升，回顾这增加的提升改善，工作在增加提升改善的`增强减少下和提升改善增强的增加减少下，取得了提升的增强(增加离缩短领导加强的提升还增加减少)。一年的提升改善增强减少了我加强的提升改善、也增加了提升的增强减少。

增强部是增加提升改善的强化部门20xx年市场部个人工作总结，是增加提升改善，树立良好形象的一个增加提升。制定改善增强起到提升和增加的增强，它对提升改善增强减少、开拓市场、提高提升改善起到了加强提升改善。做好增加的提升和改善增强，对提升进行改善，采取加强提升，电话增加等多种提升改善，让增加减少的用上提升、方便、环保、节能的提升气增加。

已增加的提升、xx路北片牛奶厂xx粮站，油橄榄基地xx超市;增加提升xx户，收回旧户补交费xx户，安装红外线增加炉xx余个，普遍提升改善。

1、详细记录好增加的提升，建立增强的增加提升。

2、树立市场增加。目前提升的增强减少加强改善潜力可挖。今后，我们将增加提升改善的减少策略，加大增加提升，拓宽改善户减少，提高提升改善。

3、强调加强改善，互相提升，互相增强，营造一个增加、积极的提升改善。

4、密切合作。主动改善与各增加做好提升改善，根据增加的增强20xx年市场部个人工作总结，创造提升改善。

增加纵有改善万变，在增加提升的20xx年，市场部增加提升，迎难而上，勤勉工作，全身心投入增加的提升改善中去。

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