# 最新医院市场部工作总结(实用13篇)

来源：网络 作者：心旷神怡 更新时间：2024-08-22

*总结不仅仅是总结成绩，更重要的是为了研究经验，发现做好工作的规律，也可以找出工作失误的教训。这些经验教训是非常宝贵的，对工作有很好的借鉴与指导作用，在今后工作中可以改进提高，趋利避害，避免失误。相信许多人会觉得总结很难写？这里给大家分享一些...*

总结不仅仅是总结成绩，更重要的是为了研究经验，发现做好工作的规律，也可以找出工作失误的教训。这些经验教训是非常宝贵的，对工作有很好的借鉴与指导作用，在今后工作中可以改进提高，趋利避害，避免失误。相信许多人会觉得总结很难写？这里给大家分享一些最新的总结书范文，方便大家学习。

**医院市场部工作总结篇一**

光阴如逝，弹指之间，20xx年已接近尾声。过去的一年在公司领导和同事们的悉心关怀和指导下，通过部门各位同事的大力配合和不懈努力。市场部在工作上取得了一定的成果，但存在一定的不足，回顾过去一年，现将工作总结如下：

过去一年我部门积极参加公司组织的定期和不定期的思想业务学习，本部门人员在公司演讲多次，通过学习和演讲，大大提高本部门人员的政治思想觉悟，同事增加业务水平，使得在工作中得心应手，顺利完成本部门的工作和领导交办的任务。

市场部主要的工作是马铃薯种薯、甘蔗种的采购调运和销售。全年部门全面完成公司年初确定的任务：

1、在货物的调运上，虽然马铃薯种薯是从北方调往广西，路途遥远，运输任务重，但在部门人员的细致的工作和公司其他部门的大力配合下，安全及时的完成了调运的任务，实现零事故。

2、销售上，主要是从两个方面入手一是积极参与政府采购，我们部门对每次政府采购招标都非常重视，积极分析招标的条件，分析对手。二是分析市场积极开拓市场，实现销售收入。

3、完善管理，做好数据管理，建立完整的销售档案。

1、处理问题经验方面有待提高。

2、有关数据处理不够及时对领导的\'意图领会不够到位。

今后一定不断学习积极向领导和同事们请教，努力提高业务水平。20xx年，万象更新也是自我挑战的一年，我们部门将努力改正过去一年工作上的不足，把新的一年工作做好，为公司发展尽心尽力，在今后的工作和学习中严格要求，高标准，积极完成公司下达的任务，主动向其他部门学习积极配合，争取在工作上取得更好的成绩。

**医院市场部工作总结篇二**

2、公司8月考勤情况：8月考勤整体情况分析如下，共8人请病事假，只有2人请事假2天（李xx2天），请假天数累计10天，10人打卡不规范（有未打卡情况），2人迟到（张xx、林xxx5分钟至60分钟）。

3、员工关怀：

（3）为8月份生日员工购买生日礼物，8月过生日人员计3人，费用支出为188元。

4、“一家亲”车辆管理：8月一共出车26次，行驶里程数为20xx公里，主要为抢修及取备件。

5、培训安排：联系专业培训人员，商谈培训方式及内容，计划在搬迁

新店后做两次主题培训，消防知识及灭火器使用、4s店商务礼仪。

6、油漆外包事宜：联系景冲汽车修理厂承接我司油漆工作，从8月11日起正式开工，大半月工作得到售后部门和客户的肯定，但合作协议还未没有签订，9月跟进签订。

7、物业公司更换：由于目前家清物业公司的工作情况差，整改力度也较差，完全达不到公司要求，与行政办公室商议决定搬迁至新店后更换家清物业公司，本月洽谈了另两家物业公司，鸿源慧康及警诚物业，两家均在承接4s店物业管理工作中有较多经验，经市场部考察（湖北鼎杰、武汉瑞狮、武汉康顺等），警诚物业在室内多家4s店工作情况较好，报价合理，作为合作意向单位，如各方面工作需要，下一阶段考虑合作。

8、8月各项工作检查情况：《巡场问题汇总》、《3dc回访抽查》、《满意评价卡填写情况反馈》、《过失单汇总》、《考勤情况汇总》情况附表，均在表后有情况备注说明。

1、8月销售部及售后部均未上交培训计划及培训记录，本月市场部跟进

售后前台礼仪培训，主讲为前台主管古长利，讲解较细致，但较为枯燥，参加培训的服务顾问均站着，需要改进，下月继续跟进培训工作。

2、8月人员流动较上两个月情况稍稳定，离职三人，入职一人，搬迁新

店后力求做好人员稳定方面的工作。

3、配合公司做好搬迁及协调工作，

4、公司领导交代的`其他工作，帮助售后做好活动宣传等工作，并做好各个部门的后勤保障工作，对新员工进行关怀，做好员工思想工作。

**医院市场部工作总结篇三**

针对于近期市场查货情况，目前客户端市场较为冷清，加上新上项目不多，年底大部分客户运作形势比较严峻，导致整个行业处一种无秩序状态，目前重点应该放在客户维护及应收货款这块。上周市场部针对于新客户开发力度这块还是有所欠缺，目前现有客户订单还是不够饱和，所以在年前应该打好一个基础，把客户规划这块真正的运作实现起来。能够保证公司平稳，持续，有序的进行。

本周计划重点：

年前收款列为重中之重:

1、对市场部人员工作重点安排分工，对业务员要求及目标重明确。每周安排部门工作例会。

2、对客户群细分，及分配到人，重点跟进及走访，列出目标客户及锁定对像，争取在年前锁定目标客户，年后再作重点开发。

3、对现有客户进行有效维护及跟进，保证项目平稳有序进行，及年前放假前把应收货款及时收回。

4、对市场策略作出相应的调整，重新布略及明确重点分工。

5、与公司内部紧密沟通，针对于客户服务不足之处加以改善及弥补，确保品质跟服务同步跟上。

**医院市场部工作总结篇四**

目前，市场部员工共112人，其中销售人员96人，管理人员4人，后勤人员12人。各人员初到公司时，行销经历参差不同，经过部门多次系统地培训和实际的历练后，各人员已完全熟悉了本岗位甚至相关岗位的运作的相关流程。

对销售人员，销售部按业务对象和业务层次进行了层级划分，共分为销售代表和地区经理两个层级，各层级之间分工协作，相互监督，既突出了的重点，又能及时防止市场随时出现的问题，体现出协作和互补的初衷。

这支营销队伍，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。你们是饲料行业市场精细化运作的生力军，是能够顺利启动市场并进行深度分销的人力资源保证，是能让公司逐步走向强大的资本。

我们起步虽晚，但我们要跑在前面!

我代表公司感谢你们!

1、新员工的逐步增加，随着公司市场活动和拉练的开展，使我们由陌生变为熟悉，熟悉之间转换为亲密无隙的战友，紧密协作，同甘共苦，伴随着公司的发展共同发展成长。

2、局部市场销售小团队的组建，使销售人员与主管之间在生活上彼此照应，中相互协作，配合默契，利用小团队的优势，有针对性的扶植新老客户，不断的开拓为公司开疆拓土。

3、由于大家来自五湖四海，初到公司的那种小思想，小意识还

是存在的，但是随着逐步的溶入团队，小思想，小意识也在逐渐消退，大家只有一个目标：尽我所能，让公司强大起来!

1、大家来自于不同的企业，固有的营销理念在个人的脑海中根深蒂固，行情疲软，做市场只体现了一个字：难!在这样的情况下，销售部在宋总的大力支持下，营销模式尝试改革，通过几次市场活动的拉动，出宝贵的经验，摸索出了一套集开发新客户，维护老客户，市场造势于一体的全新拓展思路，取得了另整个销售部甚至整个公司振奋的骄人战绩。

2、实证的出台——目标经销商的大力拜访——市场造势——邀请目标经销商参加活动——活动开展——开发出了目标经销商、维护了老客户、市场知名度提高、市场占有率提高、周边影响加大。

3、一系列的成功，离不开销售部全体员工的努力，不断改进新的营销模式，使竞争对手无法模仿，让我们在市场上所向披靡!

众人捧柴火焰高!

首先，销售部将出台《销售人员考核办法》，对不同级别的销售人员的重点和对象作出明确的规范;对每一项具体的内容也作出具体的要求。

其次，销售部将出台《销售部业务管理办法》，该办法在对销售部进行定位的基础上，进一步对订购、配货、促销、赠品发放以及业务开展的基本思路等作出细化标准。奖惩分明，销售部还将将出台《销售部奖惩条例》，争取在以后的中，做到“事事有标准，事事有保障。”

第三，形成了“问题，提高自己”的内部沟通机制。及时找出中存在的问题，并调整营销策略，尊重销售人员的意见，以市场需求为导向，大大地提高了效率。

制度是标准，执行力是保障!

力德大船已经起航，为了它的安全，力德人行动起来!

虽然以上看似不错，但所存在的问题也不得摆在桌面上，这是也是我的严重失职。

二、“3个无”的问题有待解决

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.无透明的过程

虽然销售部已运行了一套系统的管理制度和办法，每月也有布置和要求，但是，销售人员没有形成按时汇报的习惯，仅仅是局部人员口头汇报、间接转述，销售部不能进行全面、及时的统计、规划和协调，从而导致部分区域的、计划、制度的执行和结果大打折扣。

2.无互动的沟通

同舟共济，人人有责!市场供需失衡的压力，同业风气的阻障，客观环境的不便，均对我们的行销产生了负动力。如果我们不能以开放豁达的心态、宽容理解的风格、积极坦荡的胸怀面对客户和同事，我们就不能更好地前进。我们知道，其他厂家内部滋生并蔓延着相互拆台、推委责任、牵制消耗、煽风点火的不良风气，我们要警惕我们的队伍建设和自身进步，不要被不需在意的的人和事影响了我们的进步。

两军相遇勇者胜，智者相遇，人格胜。

4.无规划的开发

市场资源是有限的，是我们生存和发展的根本。对于目标市场，在经过调研、分析之后，并不是所有的区域都能够根据总体发展，需要有计划、按步骤地开发，哪个客户需要及时开发，哪个客户暂时不能启动，那些客户需要互补联动，并不是单凭想象就能达到效果的，客观经济规律是不可违背的，甚至具体的某个客户在什么时间应该采取什么样的策略，什么时间应该回访，应该采用面谈还是电话，都是需要考虑的问题。盲目地、无计划地、重复地拜访行为，都有可能导致客户资源的恶性反戈甚至产生负面影响。

三、6条建议仅供参考

1.重塑销售部的角色职能定位。

在做网络的\'同时，做销量，创造利润和区域品牌。通过完善终端网络来提升产品销量和团队美誉度。

2.坚定不移的用我们自己的方式来做市场

在确保产品在终端“买得到”的同时，也要确保“卖得动”，有计划、多层次地开展“面向客户型”推广，门市场部销售，赶集宣传，会议营销正在逐步形成我们营销中的固有模式。不能只保证渠道中有水，还要创造让水流出去的“出口”。

3.原则不能动，销售人员不能充当送货员

销售人员主动出击，培养客户订货计划，以客户需求为导向，按需供货。但是由于销售人员与客户沟通不够，或者沟通不到位，经常对新老客户采取货到付款，往往第二天只能等货，送货，收款，甚至还充当搬运，为提高效率;降低货款风险;希望大家在以后的中，在适当的时候坚持原则。

4、经销商产品流量流向的控制

很多销售人员往往注意的是经销商的买卖情况，究竟产品卖到哪去了，为什么卖不动不去追踪，不去思考，所以，今后的中，销售部会出相对的表格，来协助销售人员加强对经销商产品流量流向的控制，从而保障我们销售计划的准确度。

5、开发新客户的意识一定要上一个台阶

某些市场，随着老客户越来越多，销售人员明显感觉维护不过来，根本就没有开新客户的想法，一个市场，想到达到一个预期销量，网络的建立是重中之重，只要该市场网络还没理想化布局，就一定要有建立健全网络的思想，不断的开发新客户。

6、目标达成率的提高

这几个月，没有一个月能完成预定销售目标，首先是我的失职，以后在制定销售目标的时候，一定会和大家多沟通，但是，和大家沟通后，所定的销售目标一定要完成，否则，从销售代表到地区经理到销售经理，连带罚款。

“市场是最坏的教练，还没有等我们热身就已经开始竞赛，竞赛结果的好坏相当一部分因素在于我们的悟性和主观能动性。

同时，市场也是最好的教练，不需训练就能教会我们技能和发展的契机，关键的是市场参与者的眼光是否长远、品格是否经得起考验“。

我们已经经历了足够的市场磨练，我坚信通过我们共同的奋斗，架好“支点”撬动市场，打造“势能”以便放大行销惯性，进行整合形成“拳头”能量，希望有一天，销售部的努力定能成为吸引更多的经销商来经营我们的产品、更多的养殖户来使用我们的产品!我们一定能在目前疲软的行业里建功立业!

**医院市场部工作总结篇五**

20xx年，在公司领导的正确领导下，在全体员工的齐心协力下，按照年初确立的各项经济技术指标，公司采取有效措施，对内加强队伍建设，对外积极开拓市场，开源节流，用于创新，取得了不俗的成绩。

国际工程分公司作为新兴公司，勇于承诺，大胆实践，我坚信，企业将在将在“发展海外、做大海外”的承诺下，会在实践诺言的大道上越走越稳，越走越远，而我也愿意贡献自己的微薄之力。

时光飞逝，岁月如梭，转眼间，又到了一年的终点。20xx年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）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）加大贷款营销力度，扩大贷款规模，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贷款营销工作，积极争取扩大贷款规模，带动对公存款业务和结算业务。一是优良客户的贷款营销，针重点企业，加大授信额度，主动营销贷款。二是加大项目贷款的营销，三是加大了按揭贷款和个人消费贷款等低风险贷款的投放力度。通过扩大增量，把更多的贷款投向双优客户，从而带动存量的优化，实现贷款结构的有效调整。在贷款管理的基础工作中，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，严把贷款准入关，贷款发放坚持双优战略，对可贷可不贷的坚决不贷；其次，坚持贷款客户的分类管理，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）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。

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。

**医院市场部工作总结篇六**

光阴如逝，弹指之间，已接近尾声。过去的一年在公司领导和同事们的悉心关怀和指导下，通过部门各位同事的大力配合和不懈努力。市场部在工作上取得了一定的成果，但存在一定的不足，回顾过去一年，现将工作总结如下：

过去一年我部门积极参加公司组织的定期和不定期的思想业务学习，本部门人员在公司演讲多次，通过学习和演讲，大大提高本部门人员的政治思想觉悟，同事增加业务水平，使得在工作中得心应手，顺利完成本部门的工作和领导交办的任务。

市场部主要的工作是马铃薯种薯、甘蔗种的\'采购调运和销售。全年部门全面完成公司年初确定的任务：

1、在货物的调运上，虽然马铃薯种薯是从北方调往广西，路途遥远，运输任务重，但在部门人员的细致的工作和公司其他部门的大力配合下，安全及时的完成了调运的任务，实现零事故。

2、销售上，主要是从两个方面入手一是积极参与政府采购，我们部门对每次政府采购招标都非常重视，积极分析招标的条件，分析对手。二是分析市场积极开拓市场，实现销售收入。

3、完善管理，做好数据管理，建立完整的销售档案。

1、处理问题经验方面有待提高。

2、有关数据处理不够及时对领导的意图领会不够到位。

今后一定不断学习积极向领导和同事们请教，努力提高业务水平。，万象更新也是自我挑战的一年，我们部门将努力改正过去一年工作上的不足，把新的一年工作做好，为公司发展尽心尽力，在今后的工作和学习中严格要求，高标准，积极完成公司下达的任务，主动向其他部门学习积极配合，争取在工作上取得更好的成绩。

**医院市场部工作总结篇七**

回顾过去，特别xx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綦江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。

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，扩大分公司在綦江的影响力和知名度。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綦江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。

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。

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）。

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。

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。

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。

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xx年上半年工作总结回顾过去，特别xx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綦江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。

**医院市场部工作总结篇八**

市场部工作分成以下几类：

10月12号的“蛋蛋有现金、锤锤中大奖”，10月19日的“永天杯成麻争霸赛”，两场活动总结及改进办法已交至领导。

本月各部门物料制作需求多，厂方mot物料、店头活动物料、售后物料的制作基本满足各部门所需，只有售后的物料因排版、制作(与店头活动物料制作时间冲突)及广告公司选择上出现了拖延。改进办法：各部门交物料制作申请单，必须与市场部确认制作完成时间，避免因市场部手头工作繁多导致物料制作拖延。

本月两场活动，市场部暂时管理了网络后台，在发帖及推送上大幅度提升，以永天成麻争霸赛为例，太平洋、易车网、大渝网均在活动前3天内饱和推送(如太平洋20次推送)，保证了活动的曝光率。

9月份制定了市场部工作职责，10月份正好进行了第一步的试岗工作，如活动流程、月度核销、库房盘点、物料制作等均按照工作职责及时间规定按期完成。所有工作职责将在以后的时间里得以强化执行。

本月工作，我继续努力达成工作流程的通畅，保持与销售部、售后部的`沟通协调，共同营造良好的工作氛围。并在带领员工陈晨工作上，取得较大的进步，陈晨在工作中能够自发自动，按期完成既有工作，并在物料设计、活动流程设置中提出自己的想法。达成了本人希望的工作第一，兼顾和谐，我也希望与大家共同创造良好的工作氛围。

**医院市场部工作总结篇九**

1、物流物价、

物流物价问题一直是xx最为棘手的问题之一，主要是倒流造成的物价混乱严重影响市场的的正常运转。倒流主要分内部和外部倒流。

内部倒流、主要集中在城郊区域以南yd为主。

外部倒流、集中在一些堂饮和个别零售终端以倒流xx超爽为主（许家土菜馆、胖子酒店、欢唱ktv、xx酒店、乡村土菜馆、粗茶淡饭、随便吃点、宏达粮油、自由自在超市等）具体的倒流点数量尚待这几天普查之后才能出来。

2、费用兑现

特约费用的兑现不是很及时，第三季度的特约费用按道理是在10月初就应该发放完必但是第三季度的费用酒直到11月27号才开始兑现。造成终端老板颇有意见，并且相对冷的天气下费用酒的下去直接造成12月初的很大部分特约终端无法进货。

3、城关网点归属

城关直到现在没用一份完整的网络资料表，各二道网点归属不清不楚。业务员除了特约点之外二道名下没签约的网点都不清楚。造成个别二道抢点哄抬费用，无法判定其归属。没法针对其进行整改。

4、售点执行做的较差

城关只有零星的堆头陈列，大部分网点无陈列，无堆头。

5、签约问题

部分签约网点销量预估偏高，签约进度较慢。部分网点因签约不及时造成竞品去哄抬，费用增加（如，大灶头、小林鱼店等），部分点因二道抢点造成费用增加（如眼镜土菜馆）。因人为的签约信息的泄露造成不必要费用的增加（四菜一汤）。

6、终端库存偏少却动销缓慢

终端基本库存量不多，但很多终端不要进货库存，原因是天冷再者终端开始库存年货没地方堆放啤酒。即便个别终端愿意库存，二道铺货也是积极性不高。原本一天走10家网点可能成交7家。那么现在一天可能铺货10家成交仅1家。

7、回瓶不及时

部分客户反馈回瓶不及时，市场上很多7—8月份的瓶子还没及时回收上来。这几天有在陆续正回收部分瓶子。

8、爱酷产品新鲜度不好

xx城关爱酷销量不佳，造成部分终端、二道库存酒质不新鲜。目前滞留在市场上的爱酷还有7到9月份生产日期的。经销商仓库也有部分9月份日期的爱酷，直供也没有消化爱酷的网点，再不消化出去唯恐过期。（经销商仓库加二道以及市场上的起码还有1000件）

1、订货会量的沟通

xx订货会前几年的销量都没超过3.5万，因此最初吴总预计订货会的数量应该是在3—3.5万之间。在商讨之后吴总自己愿意出部分资金来配合这次的订货会，要求订货数量不得低于5万件。最后沟通量是5.1万件，因为很订货会来的很匆忙，原本是想借鉴永平模式采取二道联络组织大三道的形式直接将货开到三道，一部分货到二道那里。除去三道开的\'量限制部分二道的订货数量，做到真正数量上的合理性。由于经验不足最后还是没能控制好现场订货的那种气氛，订货数量还是超出了预计目标。

2、圣诞节物料布置

主要是沿河路和金山大道以及夜场。

3、订货会开展

预计订货数量是51000件—实际订货数量为61125件，南yd17575件，ys（d）18960件。yt（b）24590件。

4、订货会铺货跟踪（1号到18号）

1月目标量，铺货计划（件），实际完成（件），1—7日，8—14日，15—21日，22—28日，29—30日，合计，1—7日，8—14日，15—21日，22—28日，29—30日，合计xx，出库进度严重滞后，xx部分二道有做副食品以及过年年货的囤积，因此订货会之后的提货进度很慢，二道不愿库存或者是没仓库库存，刘伟过于关心二道利益不愿去做二道思想工作，铺货终端效果也不理想。

5、签约进度跟踪（截止到1月18号）

xx11点售点签约进度跟踪，计划签约网点数量，已签约数量，签约比例，城关堂饮，乡镇堂饮，非堂饮，合计，城关堂饮，乡镇堂饮，非堂饮，合计，城关堂饮，乡镇堂饮，非堂饮，合计。

6、春节物料布置（尚未布置完毕，摘录部分以布置网点）

7、评估材料的督促（电子版以按时提交，纸质版正在整理中）

1、铺货跟踪

2、竞品网点的瓦解（xx排档、鱼府鱼馆）

3、城关网点普查更新对应，完善其网络资料

4、督促经销商结算年返利以及城关三道返利（返利卡的回收）

5、协助涂总，吴总完善经销商内部管理

**医院市场部工作总结篇十**

转眼已经到了xx年7月份，根据自身的实际情况，我对自己xx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，市场部半年工作总结。

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\*\*\*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

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。

**医院市场部工作总结篇十一**

市场部工作总结

市场部工作总结（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：

一、关于市场部所做的工作

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。

二、工作中存在的问题

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。

三、20xx年市场部工作展望

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。

市场部工作总结（二）：

公司市场部经理个人工作总结

一、树立正确的领导管理心态，严格要求。

心让你们去带一个团队。

二、营造良好的团队工作气氛。

倒多数的正确认识与言论基础上，具有同一性、扶正性和对全体员工都有感染力和道德上的约束力，在具体实施的过程中我的方法是借力用力，借助群众的力量。

三、领导工作细致化。

在工作中，我尽量做到将每一个员工，每一个岗位的工作都细致化，透过工作程序、岗位职责、工作表格等形式让每一个员工都明白自我每一天上班该做些什么工作，工作中有哪些要求，让员工每一天的工作有目的性和针对性，做到条理清晰分明。

以上是我工作以来的总结，多谢。

市场部工作总结（三）：

市场部工作总结

时光一晃而过，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

（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、信息等等做阶段性宣传。透过以信息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，透过免费向商家带给我校宣传袋及宣传资料向消费者免费发放到达新的宣传阵势。

4、网站资料的更新和推广；（1）网站资料不断更新（确定每周进行网站资料的更新，并透过浏览其他网站借鉴别人的亮点来丰富我们的网站）（2）透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。（透过百度推广开始实施市场推广工作，并透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状况进行摸底调查。

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。

（二）工作分析：

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。

加强其他部门个性是人事部、咨询部沟通仍需加强，使宣传活动更有的放矢，更能帮忙增长业绩，也是我们市场部需要改善的方面。

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年度就应跟进及加强的方面。

二、费用投入的回顾和分析：

（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、信息三方面。

（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。（“三严三实”专题教育总结汇报）

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潜力，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。

三、市场团队的建设回顾及分析：

（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状况，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十分顺畅。

（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，必须程度上能够了解其在做什么？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。同时树立了他的职责心，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。

四、综述存在的主要问题：

（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年度我市场将用心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善，汇同财务部一齐，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年市场部必须会加强汇报制度的落实。

五、对学校发展推荐

（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

虽然刚进入学校时光不长，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，造成必须漏洞，推荐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，推荐在不影响正常工作的状况下，结合部门、员工状况组织适当活动，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我，时时了解市场最新动态，与客户进行有效沟通，因此我推荐将业务知识培训列为常态化。

六、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，与各位同事一齐共同努力，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。

市场部工作总结（四）：

回想一个月来，思考成熟很多，感慨万千，收获亦多。“忙的很充实并收获也很多，累但是很快乐。对我来讲这个月的工作是难忘、印记最深的一个月。工作地点、环境的转换，还有工作思想、方法等一系列的适应与调整，压力却带给了我前进的号角，累中也融进了收获的快乐。在公司领导的支持下，在同事之间的密切配合下，爱岗敬业，恪尽职守，我们都较好地完成了自我的本职工作和领导交下来的各项工作。我将自我一个月来的表现、细想和行动总结如下：

一、工作表现

每一天外出见客户时强化自身形象，提高自身素质，对自我坚持严格要求，不要因为自我一个人一片天地就懒惰，忘记工作，忘记自我的工作职责和工作任务。我们对工作要心中有度，有职责。对待客户必须要以诚相待，办事处的工作最大的规律就是“无规律”，因此，我要正确认识自身的工作和价值，正确处理工作中的苦与乐，得与失、坚持甘于奉献、诚实敬业，个性在业务锤炼过程中必须要有总结和反省，当日工作当日毕，业务讲效率，公司可能养闲人，但是不期望闲人是我。所以必须要努力，必须要学习，争取早日突破有成绩，经过这么长时光的学习和锻炼，我在工作上已经取得必须的进步。

二、工作态度

工作态度要严于律已，不断加强自我作风建设。到公司以来我对自身严格要求，始终把耐得平淡、舍得付出、默默无闻作为自我的准则。作风是公司一个形象问题，不能因为个人原因让客户说广源的作风有问题，把广源当成是自我的家，荣辱与共。在工作中要用自我的行动规范自我的一切言行。努力强化自我专业知识，做好各项客户服务工作。坚持跟踪的原则，对每个客户都要跟踪有结果，努力提高沟通水平。在这一个月里，虽然遇到不少的困难，但是只要用心想办法去解决，思想乐观，还是能够学到很多知识。

三、工作行程

这一个月来，我做了超多的工作，虽然暂时还没有取得成绩，但是我会一向努力，相信自我的成绩会好起来，由于公司对我们福建市场的重视，还特意派汽车协作办事处的工作，让我们在工作上，业务上自信了很多，汽车到目前为止跟我跑了四天业务，一路从莆田到福清到福州的路线走的，路线也是我一路计划好的，基本没有多绕路，跑了大概十九家公司，可能路线和地址都不是很熟悉，所以在计划当中还有部分客户没有拜访，但是效果很不错，到达预期效果，有三家既然与张经理撞车，有七家此刻是我的意向客户。我将继续努力跟踪和进行沟通，争取在下个月出成绩，对自我，对公司也是一种微妙的回报。此刻也有两家基本上在口头上答应下个月左右定货。此时我不能松懈，越是关键时刻越是决定得失的时候。所以货没有出去还不是笑的时候，也许只是才开始。

四、下一步工作计划和展望

下一步工作我将继续跟踪目前的意向客户，直到跟到有结果为止，要对有针对性厂家进行攻克，多去拜访，多沟通。然后根据资料联系新客户找到主事人，慢慢伸张，在自我能够把握局势的状况下进行扩张，稳步求进求发展。以上是我个人体会和设想，我将全身心的投入到市场工作中。

市场部工作总结（五）：

时光飞逝，岁月如梭，转眼间，又到了一年的终点。20xx年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、主要任务完成状况

截止11月份，（完成状况）

二、主要工作开展状况

（一）加强对有价值客户的重点分析，开拓营销策略

透过仔细梳理，按照贡献度对本行有价值的大客户进行排行，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，带给贵宾式服务；针对中端客户，带给个性服务；对低端客户，带给大众化便民服务”的营销策略。

（二）加大贷款营销力度，扩大贷款规模，不断优化信贷结构。

为增强长期发展潜力，我们从年初开始就十分重视加快贷款营销工作，用心争取扩大贷款规模，带动对公存款业务和结算业务。一是优良客户的贷款营销，针重点企业，加大授信额度，主动营销贷款。二是加大项目贷款的营销，三是加大了按揭贷款和个人消费贷款等低风险贷款的投放力度。透过扩大增量，把更多的贷款投向双优客户，从而带动存量的优化，实现贷款结构的有效调整。在贷款管理的基础工作中，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，严把贷款准入关，贷款发放坚持双优战略，对可贷可不贷的坚决不贷；其次，坚持贷款客户的分类管理，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，结合不一样客户的特征，采取不一样的维护方式。比如，在代发工资方面，透过与重点代发工资户开展联谊会、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，对重点代发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推荐。

加强与客户之间的沟通与交流，用心巧妙地将各种有利的情报带给给客户，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好处的活动，借此把握营销机会。

（四）善于反思和总结，积累经验

总结在必须程度上是工作前进的助推器。对每一次的工作进展状况及其完成状况都要做好总结，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，构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必须的成绩，但应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。

三、明年的工作目标和措施

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。

（一）多渠道、多手段吸收存款

加大存款营销力度。进一步提高工作的用心性和主动性，完善营销措施，扩大吸存渠道，不断跟踪了解同行水平，提高具有市场竞争力的营销支持，充分利用现有各类支付结算平台，提高服务水平，加强与客户的沟通联络，减少客户转移存款的现象发生。

有针对地开展各类营销计划。结合本地市场状况，制定实施细则，努力争取吸取上市公司和拟上市公司的一般性存款和募集资金，争取城乡结合部群众经济资金和拆迁资金的归集。

（二）提高信贷业务的收益水平

针对每个客户制定差别化营销方案，综合考量包括小企业业务、零售业业务的推动效力，综合分析收益来源，选取最有利的营销方向，重点拓展中小企业，生产型企业客户，与客户建立全面合作关系，努力成为主办银行，努力提好信贷业务的收益水平。

（三）加大创新力度

坚持品种创新和服务创新，多方位发展零售业务。一是开展规范化服务流程演练，提高服务水平，为储户带给标准化的服务；二是加大吸收理财资金力度，抓住理财资金主要靠努力的特点，针对周边的商户、村户和老客户，有效地吸收理财资金。三是加大宣传力度，透过多种形式宣传我行的业务，提高我行的社会知名度。

市场部工作总结（六）：

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。

顺利完成，市场部根据形象进度把每项计划分解到季度、月，每月统计完成状况，与县公司一齐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，绝对值排行全省第位，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月份根据市场竞争状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好处。

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，调整了原先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状况现场核查。对每周稽核状况进行通报，对不贴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状况最好地市之一，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一天对每个县区拆机、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。对欠费回收状况进行周通报、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，到达5月份的元。

为掌握资源状况，避免资源浪费，市场部安排支撑中心每月对各县区资源状况进行抽查、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善了管理方式，把出入库明细账与支撑中心每一天的经营日报装、拆机数量相对照，使物料管理构成闭环。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。透过这些措施的执行，有效控制了浪费现象。

三、绩效考核方面：改善绩效考核计算方法，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。在多次探讨未果的状况下，市场部根据公司领导要求和本公司实际状况，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，透过每一天逐户核查，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。

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。

下半年市场部拟从以下几方面进行改善和提高：

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，了解用户使用状况和需求。在发展较好的县区总结成功营销案例进行推广；帮忙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：透过了解市场竞争状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，发现不足并继续改善。

市场部工作总结（七）：

市场部个人小结

对销售的各个品牌重新进行划分重新定位，刚刚过去的一年里。确立相应的客户市场。加大空白市场的开发力度，开发新客户20余家，今年的系统操作下，预计明年的市场将会有大幅度的提升。发货旺季时，用心联系车辆、发货，尽可能的保证客户的需求，不使市场出现断货的现象。搞好农化服务，抓好试验田，及时跟踪，为公司产品在山东市场的销售奠定良好的基础。

要把握好此刻和将来。以下方面的思考上，没有辉煌的过去。这天我参加部门主任职位的竞争:

梅花香自苦寒来”道理。不断培养吃苦耐劳、默默无闻的敬业精神。公司组织的学习争做式优秀员工的活动中，深深懂得“宝剑锋从磨砺出。认真学习，体会精神的精髓。10月8日参加fst精神革新训练，进一步加深了爱岗敬业，用心主动的品质，养成能吃苦耐劳、团结奉献的良好品质。工作中踏踏实实，兢兢业业，一丝不苟，努力把工作做得最好。

平时爱读营销方面的书籍，拥有虚心好学、开拓进取的创新意识。热爱是最好的教师”热爱业务工作。也浏览了一些有关政治、经济方面的书籍。金大地工作后，系统学习了有关业务知识和各类公司精神，已经具备了一个业务人员所必需的业务知识。工作中，严格要求自我，勇于实践，用心开拓业务市场。还学到管理的知识，能够进行日常管理，各种数据报表的制作等。

xx年里，如果能够竞聘成功。会一如既往的尊敬领导，团结同志，踏实工作，锐意进取，做好以下的工作:

做细市场。消灭空白市场，继续加大市场开发力度。进一步开拓市场。构建一个立体市场销售网络。抓好大客户，抓好渠道建设，建好客户档案并随时跟踪回访。

做好团队组织的假设。结合实际工作的经验，加强学习型组织的建立。不断学习提高，充实完善自我，促进各业务人员素质的提高。和大家一道努力把业务部建成团结合作、亲密无间、所向披靡的团队。

出发时要做工作安排，制定详细的工作计划。平日的工作中。制定一个详细的工作计划。把任务分解到每个季度、每个月份、每一天，做成表格，不断进行激励自我前进。

加强服务意识。深入一线为客户搞好服务，搞好农化服务。与客户同吃同住，为客户开拓市场、帮忙客户送货。加强对本企业的宣传，提高的知名度和美誉度，宣传产品形象，起到终端拉动的作用。做好农化服务，抓住真正消费者—农民。

完善客户档案。xx年里，加强客户关系。会把大部分的时光留在客户那里，帮忙客户宣传、铺货。深入到每一个乡镇、自然村，解市场、把握市场，做好农化服务。还要加强对客户档案的管理。将客户分类，区别对待，和客户持续良好的联系。

锐意进取。发扬“艰苦创业、努力拼搏”精神，扎实工作。和以往好的作风、好的传统，埋头苦干，扎实工作，与客户打成一片。注重在实践中摸索经验、探索路子。

会尽职尽责勤奋工作，相信我不会辜负大家的期望。与公司荣辱与共，和同事们共同缔造金正大辉煌灿烂的明天。

还需要实践的检验，以上是下一步工作的想法。还需要领导和同志们关心帮忙支持。如果我竞争不成功，将一如继往好好工作，并努力查找克服自我的不足，争取更大的进步。

市场部工作总结（八）：

市场部个人工作总结范文

收获也很多，累但是很快乐。对我来讲这个月的工作是难忘、印记最深的一个月。工作地点、环境的转换，还有工作思想、方法等一系列的适应与调整，压力却带给了我前进的号角，累中也融进了收获的快乐。在公司领导的支持下，在同事之间的密切配合下，爱岗敬业，恪尽职守，我们都较好地完成了自我的本职工作和领导交下来的各项工作。我将自我一个月来的表现、细想和行动总结如下:

一、工作表现

每一天外出见客户时强化自身形象，提高自身素质，对自我坚持严格要求，不要因为自我一个人一片天地就懒惰，忘记工作，忘记自我的工作职责和工作任务。我们对工作要心中有度，有职责。对待客户必须要以诚相待，办事处的工作最大的规律就是“无规律”，因此，我要正确认识自身的工作和价值，正确处理工作中的苦与乐，得与失、坚持甘于奉献、诚实敬业，个性在业务锤炼过程中必须要有总结和反省，当日工作当日毕，业务讲效率，公司可能养闲人，但是不期望闲人是我。所以必须要努力，必须要学习，争取早日突破有成绩，经过这么长时光的学习和锻炼，我在工作上已经取得必须的进步。

二、工作态度

工作态度要严于律已，不断加强自我作风建设。到公司以来我对自身严格要求，始终把耐得平淡、舍得付出、默默无闻作为自我的准则。作风是公司一个形象问题，不能因为个人原因让客户说广源的作风有问题，把广源当成是自我的家，荣辱与共。在工作中要用自我的行动规范自我的一切言行。努力强化自我专业知识，做好各项客户服务工作。坚持跟踪的原则，对每个客户都要跟踪有结果，努力提高沟通水平。在这一个月里，虽然遇到不少的困难，但是只要用心想办法去解决，思想乐观，还是能够学到很多知识。

三、工作行程

这一个月来，我做了超多的工作，虽然暂时还没有取得成绩，但是我会一向努力，相信自我的成绩会好起来，由于公司对我们福建市场的重视，还特意派汽车协作办事处的工作，让我们在工作上，业务上自信了很多，汽车到目前为止跟我跑了四天业务，一路从莆田到福清到福州的路线走的，路线也是我一路计划好的，基本没有多绕路，跑了大概十九家公司，可能路线和地址都不是很熟悉，所以在计划当中还有部分客户没有拜访，但是效果很不错，到达预期效果，有三家既然与张经理撞车，有七家此刻是我的意向客户。我将继续努力跟踪和进行沟通，争取在下个月出成绩，对自我，对公司也是一种微妙的回报。此刻也有两家基本上在口头上答应下个月左右定货。此时我不能松懈，越是关键时刻越是决定得失的时候。所以货没有出去还不是笑的时候，也许只是才开始。

四、下一步工作计划和展望

下一步工作我将继续跟踪目前的意向客户，直到跟到有结果为止，要对有针对性厂家进行攻克，多去拜访，多沟通。然后根据资料联系新客户找到主事人，慢慢伸张，在自我能够把握局势的状况下进行扩张，稳步求进求发展。

以上是我个人体会和设想，我将全身心的投入到市场工作中。

市场部工作总结（九）：

市场部个人工作总结

本人自xxxx入职公司以来，在营销管理中心市场部担任高级市调专员职务，主要负责市场研究方向工作。具体工作包括撰写专业市场分析

报告

、竞品项目调研、市场动态监控、为营销策略调整带给

**医院市场部工作总结篇十二**

市场推广部成立至今已有一年半的时间。20xx年，市场部在中心、公司的正确领导下，以开发市场、组织观众、促进招展、壮大项目为目标，深入贯彻落实科学发展观，从公司的实际情况出发，积极配合公司各项目开展工作。经过市场部全体成员的一致努力，顺利完成了一年的工作。现将一年来的工作情况汇报如下：

1．观众数据和构成

20xx年口腔展到达总人数是25821人，到达人次为41352人。同比基本持平。核心观众中，55.8%为参观新公司。观众行业构成中，经销商占26.4%，医院占21.7%，诊所占43.9%,技工所占7.9%。实际到场的参观者中，有来自94个国家的1182名国外观众，占总数的14%。（注：以上统计一律以参观公司数为单位，并以录入云达数据库的资料为准）

2．关于预登记观众

20xx年，口腔展共有预登记观众4388名，其中1692人到场，到场率为39%。由于观众在网上预登记的时候有充裕的时间和平静的心情填写我们设计的调查问卷，所以在网上预登记观众中我们可以得到比较真实的关于观众层次、媒体阅读习惯、展会满意度等信息。因而我们非常注意预登记的推广。不但设置了预登记观众可以获得听课、会刊的优惠，还将原来可以获得两年免费听课证的的前十名预登记观众的名额提高到了88名，这样一来，观众预登记的热情提高很多。为了照顾口腔医师上网时间较少的习惯，我们还将于登记观众区分为网上预登记和非网上预登记，兼顾公平。我们把这些方法也推广到了其他展会，也取得了较好效果。

3．研讨会组织

20xx年口腔展同期举办研讨会80场，参会人数5014人，同比增加10%。专题研讨会涵盖了口腔医学的几乎所有专业。另外，还举办了“口腔医院院长高峰论坛”、“中小型口腔医院发展论坛”、“民营牙科诊所管理论坛”、“东盟牙科发展论坛”等几场高层次的大会。这些会议虽然能够满足多种层次人员的需要，但会后也有院长反映由于疲于参加各种会议，没有时间去参观展览会。研讨会的会场也存在较严重的噪音问题。这些经验教训为我们今后办会提供了很好的借鉴。在20xx年的口腔展，我们组织的专题研讨会总数控制在60场左右，大会不超过三场，减少量，注重质。精心策划研讨会内容，力求讲题更有吸引力、更实用。

4．关于观众调研

为了更好地开展工作，我们在展中、展后都组织了针对观众的调研。在展中，我们邀请了中大旅游学院的罗秋菊老师，对观众进行深度调研。而在展后一个多月，我们在不同行业中按一定比例抽调了500多名观众进行电话回访，甚至还对xx年未到场的老观众以及xx年未到场的预登记观众也进行了回访。这些观众分别对市场、参展商、展品、研讨会、展会服务等各方面提出了宝贵意见。这些调研结果对市场部和项目部日后开展工作都有较高的参考价值，同时也让观众感到，主办单位对他们的感觉非常在意。在以后的日子里，我们将更全面地进行观众调研，不但在展中、展后可以调研，在展前也可以通过各种形式进行调研，加强与观众的互动，更好的办好展会。

5．关于观众服务

通过吸取20xx年工作中的经验和教训，对公司三个项目的观众服务统一做出一些调整，如：签证邀请函的申请，实现了网上电子化。以前签证邀请函的申请都是靠人工一对一的处理，费时费力、出错率高。实现了电子化以后，这项服务成为观众自助服务，不但解放了公司人手，出错率也基本为零。另外，在项目部门的配合下，我们细分了展品，把展商展品收集上传，以后观众可以在展前、展中通过展品查询公司，这样可以帮助他们提前做好观展计划，提高观展效率。这项工作深入下去，将来还可以搞好商务配对服务。我们还不定期的向观众发送电子杂志，除了介绍展览会情况，还添加了问卷调查、广州的旅游购物信息等。电子杂志是高效、直接、环保的沟通方式，能够弥补传统直邮篇幅有限、不够及时、成本偏高等多种弊病，特别是对国外观众，他们更倾向于接收电子版的展会信息。但是目前受各种因素限制，我们所作的电子杂志还处于较原始的水平。建2议以后公司考虑在这方面加大投入。

1．观众数据和观众构成

20xx年分析测试仪器展观众总数为1630人，同比增长8%。增加的观众群体主要是经销商（60%）和第三方检测中心（80%），而企业质控、政府检测机关、医疗卫生机构等行业观众具有不同程度的下降。

2．通过电话营销获得的观众数量、电话营销的方法、预登记观众到场率

20xx年分析测试展现场观众中，共有928位为预登记观众，占现场观众总数的将近一半。预登记观众中，真正到场的观众人数是720人，预登记观众到场率为78%。这是因为在做电话营销的过程中注重资料准确性、追踪到人的结果。

20xx分析展的电话邀请工作持续了三个月，最多的时候有8名兼职学生同时开展电话邀请，一共拨打了24000条观众资料，均为云达资料库里的历年资料，绝大多数都存在着历史久远、行业不准确、联系方式不齐全、联系人不对口的特点，以至于在开展电话邀请时碰到比较大的困难，兼职学生都普遍抱怨比较难联系到资料里的具体人员或相关人员，通过电话询问或网上搜索也很难找到对应的信息。在与项目部门的积极沟通和密切配合下，我们调整了以往电话营销以传真资料为主的方式，在这批资料中挑出最重点的或比较完善的资料来进行拨打，另一方面，同时在网上开展新资料的搜索，采用的形式是6个学生进行电话营销并修改资料，2个学生搜索资料，两方面工作同时配合开展，结合推广预登记观众优惠方案，使电话营销取得了较好效果。目前在做音响展电话营销的时候，我们也在沿用并改进管理方法。

在电话营销的过程中，我们也发现，20xx年观众回头率按人名计算仅为10%左右，按单位计算仅为30%左右，观众流失率较高。

3．新的各行业资料的补充：搜索、到各行业展会收集。

与此同时，我们还与项目配合，不断补充新的各行各业资料。分析展的观众来源存在行业性广泛、针对性强的特点，除了网站搜索，我们还经常到3各种行业展会上去搜罗行业资料，项目负责人也经常通过合作单位拿回很多有用的资料，这对以后办好分析测试展览和专业会议打下良好基础。而我们部门也对数据库三万多条新老资料进行了重新整理、行业分类、信息更正，相信经历两三年规范管理，分析展的数据库准确性将逐步提高。 4.展后，对200名各行业观众进行了电话回访。

在八月份正式开展音响灯光乐器展工作以来，主要进度汇报如下：

1．新观众资料的补充

在整理了数据库一万多条无行业观众资料的基础上，补充了国内外经销商、工程商资料共2600条。

2．新开发媒体

在项目部的配合下，乐器展新开发专业媒体10家，音响灯光展新开发专业媒体3家。

3．电话营销

电话营销进行一个多月来，已联系观众18284人，发送资料9629份，收到回执1201份，平均回执率为10%。但电话营销的过程中发现，xx年现场观众资料质量较高，xx年以前的资料质量较低。目前正在千方百计改进工作方法。

在完成公司项目任务的同时，我们也参与了一部分中心项目工作。如“珠江生物医药论坛”、“传统中医药论坛”的观众组织、广告宣传等工作。从中积累了不少宝贵的经验。

20xx年下半年，我们与公司资讯部通力合作，在经过了长时间的对比分析后，更换了新的观众数据系统。以后公司的展商管理、专家管理仍然使用云达系统，而观众则使用昆仑亿发的系统，两者有机结合，在结合科学合理的门禁方案，我们可以进行各种更加细致的数据分析，还可以自行录入、查重、做观众分析报告，4还可以通过个性化的电子邮件、短信等与观众加强联系。以后我们组织观众将更有根据、更有目标。

1．口腔展：如何在三足鼎立局面中立于不败之地，寻求更高质量观众群体，组织有特色、多层次的研讨会、开拓适合华南展的国际化道路、为参展商和观众做好信息中介服务。

2．音响灯光乐器展：提高核心观众的比例，提供高质量细致的服务，把观众地域从广东扩展到全国，引导观众的参观目的从购买转变为采购，办好同期配套活动活跃气氛。

3．分析测试仪器展：细分市场，通过组织不同行业的活动来组织不同行业的观众，引导参展商展示最新技术和产品。

加强有效沟通，建设团结高效的团队，工作方法要与时俱进。

加强有效沟通，要求我们始终以公司利益最大化作为开展各项工作的最终目标。诚然，在公司各部门、各项目中，由于职责范围的不同，必定存在的意见和声音，这就需要进行沟通和协调，以公司的根本利益为出发点和归结点，实事求是，这样才能求同存异，集思广益，朝着公司利益最大化这个一致的目标前进。

建设团结高效的团队，要求在目标一致的基础上进行科学合理的分工，充分每一名员工的特长，调动其积极性。当团队内部出现了矛盾，就要个人利益服从部门利益，最终形成公司全体成员的合力，充分发挥团队精神。展览业是一个四两拨千斤的行业，一支几个人的队伍要为几万人服务。如果没有一支团结高效的队伍，同事之间互相猜疑，勾心斗角，或者做事拖拉，互相推委，在责任上斤斤5计较，只顾自扫门前雪，那我们团队就如同老牛拉车，肯定会被竞争对手甩在后面。

工作方法要与时俱进，要求每名同事在工作中，不要受经验主义和教条主义的影响，如果一到面临作决策的时候，就拿以前所作的种种来作参考，那我们将会固步自封并最终沦为井底之蛙。过去的成绩固然辉煌，但我们要面对的是未来的挑战。因此，一方面我们要客观对待过去的成绩，另一方面，要多学习其他人、其他展会的先进经验，不断提高做事情的方式方法。

**医院市场部工作总结篇十三**

前面啰嗦了这么久，对我xx年的工作总结如下(很多资料在半年总结里面有提到，可是在那里也罗列一下，毕竟是年总结)：

1、渠道部门的建立

我是和小柴一齐进的公司，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十分紧密的，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。那里公司领导对我们的帮忙是很大的，渠道政策的讨论会，大大小小的不知开了多少回，文档整理修改了不明白多少次。五月份渠道工作正式拉开维幕!

2、4006直线通平台上线

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。那就没有今日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日取得的成绩。

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。

3、市场工作

市场部的工作是我的职责，可是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，可是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，我们能够用小钱，百度关键词宣传我们一向在做，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向没有放松，客服部从八月份接手以来，每一天都在做，让我们的宣传在网上无处不在，有点困难，可是让我们想看到的人看到我们的宣传，看到我们的公司，我们一向在努力。

(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，都是经过网上征集来做的，相应的时间都比较长，可是效果还能够，这点最重要。制作厂商也是在众多厂商中挑选出来的。

(3)市场情景调查与了解

那里离不开直销部与渠道部的帮忙。对市场价位、竞争对手的情景进行调查与了解。对我们工作的开展和价位的制定起到了必须的帮忙作用。

(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，今日我们的博客取得的成绩，和他们的支持是分不开的。

看到此刻大家的博客点击过万，看到很多同事经过博客成交大单子，我们的付出最终有了回报。为刚的博客做的一向很好，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忙。加油吧!

4、其他市场工作

(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资料的相关整理及审核，在那里要感激技术部的理解，和技术部相关人员的配合一向是愉快的。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，可是毕竟不是专业的，很多还不是很成熟，那里感激老大的帮忙。

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