# 最新市场部工作总结报告(优质11篇)

来源：网络 作者：雨后彩虹 更新时间：2024-08-29

*报告，汉语词语，公文的一种格式，是指对上级有所陈请或汇报时所作的口头或书面的陈述。怎样写报告才更能起到其作用呢？报告应该怎么制定呢？这里我整理了一些优秀的报告范文，希望对大家有所帮助，下面我们就来了解一下吧。市场部工作总结报告篇一现在已经是...*

报告，汉语词语，公文的一种格式，是指对上级有所陈请或汇报时所作的口头或书面的陈述。怎样写报告才更能起到其作用呢？报告应该怎么制定呢？这里我整理了一些优秀的报告范文，希望对大家有所帮助，下面我们就来了解一下吧。

**市场部工作总结报告篇一**

现在已经是20—已经过去，来公司有一段时间了，从最初的懵懵懂懂的新人到现在游刃有余的老员工，这个蜕变让我对自己有了不同的看法。也是这次成长，让我变成了自己更加喜欢的自己。正是由于自己一步一步的成长，才让这段时光变得与众不同，十分深刻。我想我会在今后再想起时，仍会笑意十分。

作为一名，对每一个员工都就应做到公平、公正、客观。能够听取下属员工不一样的意见，工作中的分歧不能掺杂个人感情。对下属员工的严格要求，在我看来，并不是对他们苛刻，而是在真正的帮忙他们，逼迫他们进步，能适应社会残酷的竞争，我在给机修班开会时说过：每一个行业都逃但是市场经济发展的潜规则，高速发展期，市场饱和期、优胜劣汰期。在不久的将来，混凝土行业就会进入市场饱和期和优胜劣汰期，那时就会有部分企业被市场淘汰，行业从业人员就会超过市场需求，岗位竞争会越来越激烈，如果没有过硬的工作作风和技术，就会被市场所淘汰。

在我的工作中，我用心主张这样一个理念：用心的人象太阳，照到哪里哪里亮。在团队管理中，我会透过各种途径树立一个用心的榜样，让每个员工都有一把衡量自我的标尺，都有一个努力的方向。在这次的员工评级制度中，我极力主张过往不究，不追究员工以往的得失，减轻员工的心理压力，以免给员工造成破罐子破摔的心理，努力能帮忙每一个员工进步。凡是违反纪律的必须要受到纪律处分，而且领导必须要考试，大网站收集坚守自我的原则，一旦有一次你没有遵守你自我的原则，那么你将变成一个没有原则的人。在你处理违纪的过程中，必然会有少数员工对于处理不满意，那么领导在这个时候就应立刻进行疏导工作，这就是“法”和“情”的关系，法律不外乎人情，我们先讲法律在讲人情，这是领导的工作原则。领导在工作中，对员工在工作的得失、态度，该肯定的就肯定，并给予适当的表扬和奖励；该否定的就否定，并给予适当的批评和教育，在整个团队构成一种能够扶持正气、伸张正义、制止错误思想、阻止不道德现象的群众舆论。这种群众舆论不是领导的单向灌输，而是建立在整个团队占压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。

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。

**市场部工作总结报告篇二**

回想这一年以来来，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，累可是很欢乐。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欢乐。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20xx年的工作表现、细想和行动总结如下：

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”，所以，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，异常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，可是不期望闲人是我。所以必须要努力，必须要学习，争取早日突破有成绩，经过这么长时间的学习和锻炼，我在工作上已经取得必须的提高。

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，可是只要进取想办法去解决，思想乐观，还是能够学到很多知识。

这一年以来，我做了很多的工作，虽然暂时还没有取得成绩，可是我会一向努力，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，可是效果很不错，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。

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情景下进行扩张，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。

**市场部工作总结报告篇三**

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万元，绝对值排名全省第位，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月份根据市场竞争情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意义。

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。我公司现金流差额连续半年在全省属于情况最好地市之一，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5个月调帐超过万元，达到5月份的元。

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。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。通过这些措施的执行，有效控制了浪费现象。

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、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进和提高：

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，了解用户使用情况和需求。在发展较好的县区总结成功营销案例进行推广；帮助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：通过了解市场竞争情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，发现不足并继续改进。

**市场部工作总结报告篇四**

（一）存在的问题

市场部于20xx年3月正式成立，从20xx年上半年的总体工作情况分析，市场部目前存在的主要问题有三个方面：

1、部门人力资源不足的问题：

2、部门发展方向问题

由于公司缺乏整体、长期的发展战略指导和清晰发展定位、公司系列产品的市场推广和销售也没有一个长期的发展战略，导致公司在市场推广、产品推广、品牌发展的管理工作上无从下手，陷入了“建立战略就让人感到空洞，具体做事因缺乏依据，容易受到指责、并且不容易得到支持”。另外，由于市场部在国内各行业、公司的定位差异，职能差异很大，其受到公司总体发展战略、管理结构变动的影响很大，加之通常不同的管理层的管理理念和要求也不一样，所以完全依靠市场部自身去制定其发展方向并不现实。

3、部门成立时间太短问题和其他相关问题

市场部是今年3月正式成立的。由于空调公司过去没有市场部，因此公司很多人对市场部、市场工作究竟是什么并不了解，虽然市场部在开展很多工作的时候也得到了很多兄弟部门的帮助，但总体来看，还是经常让人感觉自己在单打独斗，孤立无援。另外，市场部是宏观性工作，其具体工作的时效性很强，很多工作不仅需要强有力投入和技巧，还需要公司强有力的行政执行力和执行力配合要求，但由于管理模式等原因，市场部的很多工作得不到应有的支持力度和执行力配合，因此目前只能是被动缩小工作范围，以确保工作效果。

（二）如何改进

积极配合公司各项改革、积极开展本部门日常工作，努力确保部门工作的效率和质量。

（一）设计院

构建设计院专场会操作模式，制订设计院专场会战略和执行方案，并开展具体工作。

1、组织开展设计院专场会，截止6月30日，共完成3场：

（1）4月河南郑州，煤化工类设计院专场会的各项准备工作，参与并主持会议串词；

（2）5月四川成都，化八院专场会的各项准备工作，参并主持会议串词；

（3）6月山东济南，工矿类设计院专场会的各项准备工作，参并主持会议串词。

2、设计院拜访和接待

（2）5月到西南电力设计院拜访设计师，提供对方需要产品样本，了解相关信息，探

讨相关合作意向等；

（3）参与6月7日集团关于四川省化工设计院的会议和接待工作；

3、完成提交《设计院跟进总方案》，并完成包括跟进申请表、费用标准、评审会机制、总结格式等5个附件。

（二）宣传品制作及广告设计

各种宣传品的设计制作。包括组织公司新产品新样本的设计制作，旧样本全新内容的修改制作，英文样本的设计制作、宣传礼品及其他广告投放类的宣传品的设计制作。

1、整理相关资料信息，设计制作“溴化锂吸收式热泵”的样本资料；

2、整理相关资料信息，修改制作“直燃型溴化锂吸收式冷热水机组”的样本资料；

3、整理资料，设计制作“水地源螺杆机组”和“真空中央热水机组”英文样本资料；

4、完成溴化锂吸收式热泵英文样本的内容修订、设计；

5、广交会用宣传资料的设计制作；

6、完成别墅用产品的广告资料设计（展板+dm单）；

7、搜集整理资料，联系设计制作格鲁吉亚客户参观访问所需要的公司英文简介视频；

8、设计制作订制皮面笔记本礼品等。

（三）媒体、广告投放、行业会议、展会等

1、协助处理关于集团联系四川日报采访绿色能源中心（分布式能源）相关事宜；

2、协调争取到20xx第十二届中国氯碱论坛宁波会议中会刊里的免费广告位1个；

3、以广告宣传资料形式在20xx中国橡胶年会中开展宣传工作；

4、3月在杭州参加中国石油石化科技装备采购与管理研讨会，拜访部分参会代表；

5、组织参展20xx广交会，收集各采购商及代理商名片、发放相关产品英文资料等；

6、联系并争取到多晶硅行业《光伏咨询》杂志的免费广告版面，完成广告页面设计。

（四）公司网站

1、网站的完善和修改、删除无关联友情链接信息，加入公司领导简介的图片和文字；

2、建立网站首页“网谈通”网上在线信息交流软件的日常值守制度；

3、网站日常管理。

（五）其他

1、协助技术部完成“阿克苏诺贝尔报价需求说明”的翻译（英译中）；

2、协助营销部完成各种临时提供的业务类英文资料的翻译；

3、参加公司相关培训。

（一）继续保持与各合作平面媒体之间的联系；

（二）考虑下半年更换平面广告的内容设计，进一步增进公司品牌美感，使其更贴近市场；

（二）顺利开展7月内蒙古呼和浩特工业设计院专场会；

（三）设计院跟进方案调整，具体措施讨论及试行，继续推进设计院工作；

（四）完善样本的中英文对照的全部资料，为服务海外客户做基础资料准备；

（五）策划并组织完成公司简介视频的资料搜集、制作；

（六）组织建立设计院数据库，为明年进一步开展设计院工作做准备；

（七）设计制作公司信封等宣传品和现有宣传品改进；

（八）领导交付的其他工作。

（一）人力资源：

招聘1名有经验的高级人力资源总监，建立总人数在3-4人、具有独立工作职能的人力行政部，建立长期（3-5年）和短期（今年）的人力资源计划，并具体实行，增强公司人力资源储备、加强人力资源管理。

人力资源管理，不仅仅是引进人才和员工培训，也是公司对外形象的一个重要标识，能不能吸引到人才的一个重要因素之一。另外，人力资源工作所包括的：解决各类劳资纠纷、招聘解聘、人员调动、培训、人力成本核算、同行薪酬体系调查、现有人力资源评估和调整、更有序和更规范的薪酬体系的建立和不断修改等，这些每一样都是影响到公司每位员工具体利益、影响其真实想法、工作意愿、积极性等的关键内容。

（二）公司战略改革

根据公司发展状况，尤其是具体业务发展状况，适时向董事会提出新的总体发展计划，明确一些比较大的改革意见、首先能够得到董事会的同意或者是经过修改后同意。

其次进行人力资源整理和梳理，在人力资源总监拿出基本的改革计划之后，经主要领导层的探讨和修改后，开始有步骤的实施内部改革。在明确公司内部发展计划和方向之后，将适时开始一个部门一个部门的进行人力资源、工作目标和价值的综合评估，然后适度解聘、招聘、调配人员，重新明确各岗位的权力、职责、薪酬体系、职业发展规划和重要性强调。这个步骤将彻底解决人心不齐，价值观不统一的问题。

第三，控制影响。结合以上两项的进行，结合现有的部门划分，由核心改革团队，提前有选择性的与管理人员、核心岗位、核心业务人员进行一对一沟通。为避免公司改革对具体业务的影响，应提前对核心业务相关的关键岗位和人员有明确安排和告知，使公司得以始终保持正常运行状态。

（三）将设计院跟进工作作为公司核心工作重点

公司20xx年在设计院工作上花了很多气力，也收到一定的效果，看到一定的希望。因此，开展设计院跟进工作特别有必要。

建立公司领导给予较高重视，积极组织讨论相关执行细节，管理方式及操作流程，并尽早开始实行。

（四）想方设法，抓住大客户部成立时机

如能争取到“希望系”内部比较大的项目，那可以将其项目作为公司未来中短期重点业务来抓，并以此成立大客户部，除配备专门的管理人员外，对每个项目配备驻点工程师和项目经理（初期依靠内部管理人员兼职，主要负责与项目方日常的具体沟通）等，既可以保证项目服务质量，增强希望系内部对空调公司的信心，而且还可以让集团对我们更有信心。另外，这些项目工程还可以作为宣传样板，对内、对外宣传也都是很好的样板题材。

市场部

20xx年xx月xx日

**市场部工作总结报告篇五**

1、完成世界阅读日相关活动方案的文稿，并已开始前期海报设计、张贴。

2、完成了5月14号关于“大学生村官调查问卷”的文稿工作；

4、与零点调查共同针对大唐村完善项目的调查大纲和调查数据分析。

6、完成了关于“各地出版局、全国各地村委会联系方式以及农家书屋管理员的资料收集工作”

7、修改和完善创业领军人才的申报工作；

8、正在开始准备关于国家科技部关于国家科技计划现代服务业领域20xx年度备选项目的申报工作，初步计划申请1000万的资助。

1、完成钱敏杰村官片的拍摄工作；

2、跟进与天津宝坻区、卫星数字书屋等业务联系与合作；

3、跟进《中国农业信息网》《大学生村官报》《村讯》、村促会等业务合作；

4、完成关于马庄湿地公园方案、胜阳村方案（初稿、；

5、周五前完成公司展厅的布置、设置和装饰工作；

6、准备好苏州创博会及深圳文博会的相关配合工作。

7、与零点调查共同针对大唐村完善项目的调查大纲和调查数据分析。

9、撰写和完善科技部项目申报、创业领军人才的申报工作；

10、跟进相关风投及政府部门、合作伙伴的业务联系及协调工作。

11、协助公司相关部门，开展巴城运动会及企业文化培训的工作。

**市场部工作总结报告篇六**

依据公司发展方向及发展目标，市场拓展部20xx年工作按计划基本完成，成效未能达到预期目标。下面就20xx年工作进行总结，为完成20xx年的工作计划做好准备。

1、（1月份）完成了公司与政府采购中心签定《北京市市级行政事业单位20xx—20xx年度物业服务定点政府采购项目框架协议》，成功成为了北京市政府采购定点供应商信息名录的工作，为今后参加物业市场招投标打下了基础。

2、（2月份）配合北工大项目完成了20xx年度北京工业大学第三、第四教学楼投标工作并成功中标。参加了北京工业大学学生公寓的投标。

3、（3月份）完成了公司在丰台、海淀区财政局采购信息平台备案工作，增加了获取更多物管项目的信息渠道，便于参与两个区的物管项目投标。

4、完成了城隆物业项目的前期调研，为《城隆物业改制调整方案》，擎宇物业与原城隆物业与5月30日前完成相关项目、人员的交接工作，提供了基础资料。

5、（3月份）与水发公司合作完成了水务局党校项目的调研工作，并顺利签定了服务合同。

6、完成了美华物业在管项目的调研工作，掌握了美华物业在管项目的基本情况。为下步工作的开展奠定了基础。

7、（6月份）完成了对海森公司的评估；对海森公司在管王府井太原店保洁项目进行了调研；形成了完整的报告，为与海森公司进行合作参加王府井西安奥特莱斯保洁项目投标做好了准备工作。

8、（7月份）借助集团公司平台，在集团领导和公司领导班子支持下与集团水发公司签定了合作成立擎宇水发分公司的《合作协议》，并编制了水发分公司的各项《管理细则》。8月-10月水发分公司注册工作已完成并正式成立。为拓展在市水务局系统投标物管项目打好了基础。

9、积极支持公司灵岫花园工作，5月至7月通多种渠道为灵岫花园招揽客源，上半年已成功组织了约90余人次到灵岫花园进行活动。为灵岫花园业务开展做出了一定贡献。

10、与水务局党校续签了《服务合同》。

市场信息、市场调研及相关业务单位关系的维悉是市场拓展工作的基础，今年本部门也做了大量工作。

1、信息搜集：

（1）通过各种信息平台搜集业务信息并做好记录，对有价值信息部门内部组织分析会，可行信息上报公司，经公司批准后进行实施。

（2）通过社会资源搜集信息，与行业主管部门保持良好渠道，长期维系稳定的关系。以获取有价值的物管信息，便于市场拓展工作发展。

2、建立保持战略合作：

长期与相关业务单位建立保持战略合作关系，实现资源共享。拓展各种渠道积累信息提前跟踪项目，为20xx年开拓市场打基础。如以下单位：

北京京南住房开发有限责任公司、北京顺达物业管理有限责任公司、北京军明永信物业服务评估监理有限公司、北京华汇房地产、民政局、财政局、残联、农行、长城公司、河北新联合、远大集团、农商行、合信招投标公司、南站管委会、利泽投资、北控等。

2、市场调研：

国家自然科学基金委员会、中国残疾人联合会办公楼、国瑞地产写字楼、黄村一街回迁项目、榆垡保障房项目、小汤山度假村项目、昌平中陆航星科技项目、太阳宫地区写字楼租售的调研等。

4、市场投标：

参加了市政路桥控股西城区太平街35号综合楼经营管理权的投标、中国儿童艺术剧院物业服务采购项目的投标、昌平清河分监局办公楼投标，虽未中标但积累了项目投标经验。

1、水利医院物管项目部分业务的投标。

2、王府井西安奥特莱斯保洁项目投标成功。

3、通过信息平台搜集信息到市场参加物管项目投标。

4、跟踪控股与北控合作的养老项目进展，寻求合作机会。

5、继续与行业主管部门保持良好渠道，长期维系稳定的关系。以获取有价值的物管信息，便于市场拓展工作发展。

6、与友好单位长期保持战略合作关系，实现资源共享。拓展各种渠道积累信息跟踪、冾谈项目。

7、开扩思路探索在公司经营业务许可范围内，加大增加新的营利项目模式的研讨。

总之，xx年市场拓展部的工作基本完成。通过一年的工作，部门全员体会到了市场竟争的激烈和无奈，找到了不足。现阶段市场拓展部积累的社会资源还不够，信息渠道单一，所得到和掌握的有价值信息馈乏。也了积累经验，工作就是积累、总结、进步、发展。我们会不断学习提高自身能力，努力工作。相信借助集团的平台，在公司正确领导下，市场拓展部17年的工作会有更好的发展和进步。

**市场部工作总结报告篇七**

忙碌的时候，总是感觉时间过得特别快，转眼又是一年过去，对于市场教务部来说，这是一个有意义、有价值、有收获的一年；在全体同事的共同努力下，在校领导和各部门、各校区的全面关心及支持下，坚持优化服务、拓展业务范围、增加宣传渠道和信息功能，通过扎扎实实的努力，我们取得了一定的成果，但也存在诸多不足之处。

下面我就本部门在20xx年开展的各项工作进行总结汇报。

市场教务部内部收入主要通过微信、活动、会议、平面设计、视频编排、培训、服务支持等工作获得，截止11月，共计收入：165000余元。

（一）建立互联网新型渠道和模式开展企业文化宣传工作及营销活动。

长期以来，我们的活动推广宣传是以单页、短信、报纸等为主要传播媒体，而随着学校规模的壮大，市场环境的发展，现代广告媒体的出现，越发突现出了传统宣传方式的局限性。为了顺应市场发展，减少宣传成本，提高宣传的有效性和长期性，我们在20xx年重点对线上宣传工作进行了学习和开展。

1、网站的建设

网络宣传现在已成为了主流媒体，为学生和家长提供全方位的公共信息资源，全力打造与完善对外宣传的窗口和发布信息的主要平台，整合各类信息资源，通过与校领导及各相关部门沟通后，于前半年，将我校网站进行了全面改版，增加了多个功能模块，使之与实际工作结合更加紧密。

在网站改版期间，我们充分参考了同行业优秀网站的优缺点，和专业技术人员深入沟通，并结合各部员工提供的意见与建议，从视觉美观度、功能实用性和客户分类需求点等方面入手，进行搭建，并于5月底完成，开始试用阶段。在试用期间，结合现行的课程顾问薪酬体系及日常客户服务项目，在网站信息资源共享的基础上设计了一套客户信息管理软件，以方便各项客户数据的统计与核算，即提高了工作效率，也提供了全面、准确的数据标准。

网站及软件的基本框架和基础数据已全部完成，我们将在20xx年对其进行更加深入的细节调整。

截止12月，网站历史浏览次数为1652次，每月平均浏览270次以上。

2、微信工作的开展

自20xx年底我校建立微信公众平台以来，共产生粉丝20xx余人，发布各类信息250余条，现在的平台已基本趋于成熟化，能够快速准确的为家长提供各方面的专业信息。通过一年的学习与应用，我们将微信公众平台的信息发布工作进行了规范化的调整，主要从信息的发布时间和发布形式两方面入手。

首先，我们根据家长、粉丝的特点及需求，将信息内容分为了四大类别：

（1）、学习技巧类的英语馆、数学馆、山月秘籍等模块；

（2）、家庭教育类的亲子馆、智慧父母模块；

（3）、山月时事类的山月事故、山月广播模块；

（4）、活动广告类的山月推荐、山月喜讯等模块；这样可以让家长、粉丝更加直观、清晰的找到符合自己需求的信息内容，也更显我们的内容专业性和丰富性。其次，为保证信息的质量，增加粉丝的有效阅读性，避免为粉丝造成骚扰，我们将每天一次的信息推送调整为每周两次，于周一和周五各发一次。

微信公众平台的成功与否，主要还是看粉丝的关注量和推广力度，关于微信公众平台的推广工作，我们是从以下几点开展的：

（1）、通过活动吸引粉丝加关注，并送礼品，这一方式是粉丝的主要来源；

（2）、将微信公众平台号和二维码大量印制在学校的宣传品和广告页上，并在各类群及朋友圈中转发公众平台内容。

通过这些工作，我校公众平台上已有相对稳定的粉丝20xx余人，全年取消关注的粉丝低于50人。

（二）依托各种创新活动来吸引客户、创造价值、推广品牌、提升美誉度。

活动一直以来是我们和家长深入沟通，加强关联，提升满意度，促进报名宣传的重要手段之一，而活动的创新性、趣味性、教育性、赢利性等都是吸引家长的关键；我部门在今年的活动策划安排上既设计开发了新的活动，又在传统的旧活动基础上加入了一些小创新，更加提升了活动的效果及影响力。

20xx年由我部具体策划实施的活动有以下几类：

1、社会公益活动每年我校都会为贫困生或贫困地区提供各种公益支持及捐助，今年我们与长治市城区团委联合为城区贫困环卫工人家庭的子女开展了一项自愿服务项目——小荷课堂，为这些贫困家庭的孩子们提供为期一年的免费课外辅导班的学习机会；在80余位的申请人中，挑选出了符合条件的24个孩子享受该免费课程。除贫困资助活动外，我们今年同样开展了中、高考期间的公益爱心送水活动。

通过参加由政府组织、民间组织的公益活动，不仅可以树立良好的社会形象，增加山月的美誉度，更能促进与社会各行业的关系稳固，方便我们各项工作的开展。

2、节日主题活动

“感恩母亲节，温馨五月花”这一活动就是借着母亲节这个特殊的节日，不仅是让孩子体会母亲养育自己的辛劳，加深感情；学会关心、关爱、关注母亲；回报亲情，把对父母的爱付诸行动；而且还促进了亲子之间的良好沟通，得到了家长们的一致好评，进一步提高了我校的品牌美誉度。

通过此类主题活动，我们还收集到了近800条有效意向客户信息，近1000人关注了我校的公众平台，为我们之后的课程推广工作提供了一定的帮助。

3、家庭亲子活动

亲子关系和家庭教育是现在年轻家长们特别关心、重视的内容，我们除了为家长提供这方面的专业课程讲座外，还于今年推出了父母、孩子共同参与的“山月首届亲子风筝节”和“山月亲子植树活动”，让孩子们亲近自然，感受生活，同时培养和爸爸、妈妈的配合默契度，体验亲人间更浓的情意。活动同样取得了家长的认可及肯定，并同时将我们的公众平台推广出去。

4、优惠让利活动

此类型的活动是我们每年、每学期都会开展的一项工作，各种形式的优惠也是层出不穷，今年，我们的优惠也在形式上做了小小的调整，通过参考近两年非常火爆的网购中出现的“好评返现”活动，我们也将过去的报名送代金券调整为“报名直接返现金”，这样的优惠让利更具吸引力和诱惑力，也让家长看到了实实在在的“让利”，通过该活动报名的新生为130余人，活动效果明显。

5、英语风采大赛

该项是我们每年都要进行的一项常规活动，主要是体现学生的英语学习效果，对其进行一个综合测评，今年的比赛从形式上与往年没有太大的区别，只是在宣传推广方式上加入了网络推广，今年参加市决赛的选手共185人，比去年的68人增加了近3倍，参加省决赛的人数17人，比去年多出7人；单从这次大赛看，关注度和参与度还是不理想，但相比去年大赛的情况，我们还是有所好转，相信明年，通过我们大家的努力，大赛会有更大的改善。

（三）加大时尚元素，提高宣传品的实用趣味性和视觉观赏性，降低消耗成本。

1、平面广告宣传

每学期招生期间消耗最大的就是我们的课程广告宣传页，为了减少宣传彩页的丢弃量，降低宣传彩页印刷成本，我们在宣传彩页的设计方面进行了大的调整，进行了学习创新。今年的彩页设计均以趣味性和实用性为主，提高接受者拿回去详细阅读的几率，我们设计了手工纸模和简易年历；为了降低印刷成本，我们将课程进行单独“名片”式的设计，不受校区、时间限制，可长期用效使用，减少了每学期的设计印刷成本。

2、视频编排学习

今年由于线上宣传渠道的开通，视频的宣传功能逐步被各部门重视起来，从内部会议的推广到外部产品的宣传，大家都开始使用视频，为了更好的达到宣传效果，让视频更具观赏性，我们自行购买了相关书籍，并下载网络视频进行学习，为各部门制作精美礼品8部，得到非常高的满意度。

1、会议支持服务工作

今年依然参与了多项学校内部活动及会议服务工作，凭借大家以往经验与实践，今年整体工作效率较高，组织工作井井有条，现场氛围严而不板、活而不跃，反映良好。

2、工服定制工作

为统一我校整体形象，今年我们重新定制了一批款式、颜色一致的工服套装，从选样到量体裁衣、到发放工服、再到最后的工服财务明细表，每一个环节都井然有序，财务清晰明了。

3、礼品选购工作

今年的各类礼品选购时，考虑到数量、成本和样式等环节，我们一部分进行了网上采购，这样既节约了外出采购的时间，又可以降低成本，还能方便多品种选择，不足之处就是退换不便，且不适用于数量少的礼品。

4、培训工作

20xx年的培训工作主要在后半年的论坛当中，内容也是围绕今年开展的线上营销主题进行，每次的培训也是对我个人的一个学习成长的机会，整体培训下来，各校区和各部门都给出了较高的满意度。

1、网站的推广力度不够。建设好网站后也需要加强网站的推广，制定详细的推广计划，增加浏览点击量。

2、网站内容及页面更新缓慢，无计划。未来将安排专人对网站的美工及资料完善情况进行跟进，并邀请网络技术人员对我们进行培训指导。

3、微信内容的聚焦与细化，进一步提高微信各项功能使用与学习，真正将微信做为主流宣传媒体进行利用开发。

4、全年活动的安排计划及实施方案要提前做好，并制定好每项活动的目标任务，做到活动有效果，有效益产生。

5、在宣传品和宣传视频方面要加强学习，分清主次，做好规划，保证每件宣传品都能即时到位使用，并保证创意性，把握潮流走向。

综上所述，20xx年的工作已顺利完成，就我部门整体情况相比较来说有提高和得到改善的方面，也有被忽略缺失的地方。望一望即将来临的20xx，我们充满了期待，我们有信心使未来的工作蒸蒸日上，再创佳纪，并且顺利完成明年全部工作计划。

**市场部工作总结报告篇八**

（一）存在的问题

市场部于20xx年3月正式成立，从20xx年上半年的总体工作情况分析，市场部目前存在的主要问题有三个方面：

1、部门人力资源不足的问题：

2、部门发展方向问题

由于公司缺乏整体、长期的发展战略指导和清晰发展定位、公司系列产品的市场推广和销售也没有一个长期的发展战略，导致公司在市场推广、产品推广、品牌发展的管理工作上无从下手，陷入了“建立战略就让人感到空洞，具体做事因缺乏依据，容易受到指责、并且不容易得到支持”。另外，由于市场部在国内各行业、公司的定位差异，职能差异很大，其受到公司总体发展战略、管理结构变动的影响很大，加之通常不同的管理层的管理理念和要求也不一样，所以完全依靠市场部自身去制定其发展方向并不现实。

3、部门成立时间太短问题和其他相关问题

市场部是今年3月正式成立的。由于空调公司过去没有市场部，因此公司很多人对市场部、市场工作究竟是什么并不了解，虽然市场部在开展很多工作的时候也得到了很多兄弟部门的帮助，但总体来看，还是经常让人感觉自己在单打独斗，孤立无援。另外，市场部是宏观性工作，其具体工作的时效性很强，很多工作不仅需要强有力投入和技巧，还需要公司强有力的行政执行力和执行力配合要求，但由于管理模式等原因，市场部的很多工作得不到应有的支持力度和执行力配合，因此目前只能是被动缩小工作范围，以确保工作效果。

（二）如何改进

积极配合公司各项改革、积极开展本部门日常工作，努力确保部门工作的效率和质量。

（一）设计院

构建设计院专场会操作模式，制订设计院专场会战略和执行方案，并开展具体工作。

1、组织开展设计院专场会，截止6月30日，共完成3场：

（1）4月河南郑州，煤化工类设计院专场会的各项准备工作，参与并主持会议串词；

（2）5月四川成都，化八院专场会的各项准备工作，参并主持会议串词；

（3）6月山东济南，工矿类设计院专场会的各项准备工作，参并主持会议串词。

2、设计院拜访和接待

（3）参与6月7日集团关于四川省化工设计院的会议和接待工作；

3、完成提交《设计院跟进总方案》，并完成包括跟进申请表、费用标准、评审会机制、总结格式等5个附件。

（二）宣传品制作及广告设计

各种宣传品的设计制作。包括组织公司新产品新样本的设计制作，旧样本全新内容的修改制作，英文样本的设计制作、宣传礼品及其他广告投放类的宣传品的设计制作。

1、整理相关资料信息，设计制作“溴化锂吸收式热泵”的样本资料；

2、整理相关资料信息，修改制作“直燃型溴化锂吸收式冷热水机组”的样本资料；

3、整理资料，设计制作“水地源螺杆机组”和“真空中央热水机组”英文样本资料；

4、完成溴化锂吸收式热泵英文样本的内容修订、设计；

5、广交会用宣传资料的设计制作；

6、完成别墅用产品的广告资料设计（展板+dm单）；

7、搜集整理资料，联系设计制作格鲁吉亚客户参观访问所需要的公司英文简介视频；

8、设计制作订制皮面笔记本礼品等。

（三）媒体、广告投放、行业会议、展会等

1、协助处理关于集团联系四川日报采访绿色能源中心（分布式能源）相关事宜；

2、协调争取到第十二届中国氯碱论坛宁波会议中会刊里的免费广告位1个；

3、以广告宣传资料形式在中国橡胶年会中开展宣传工作；

4、3月在杭州参加中国石油石化科技装备采购与管理研讨会，拜访部分参会代表；

5、组织参展广交会，收集各采购商及代理商名片、发放相关产品英文资料等；

6、联系并争取到多晶硅行业《光伏咨询》杂志的免费广告版面，完成广告页面设计。

（四）公司网站

1、网站的完善和修改、删除无关联友情链接信息，加入公司领导简介的图片和文字；

2、建立网站首页“网谈通”网上在线信息交流软件的日常值守制度；

3、网站日常管理。

（五）其他

1、协助技术部完成“阿克苏诺贝尔报价需求说明”的翻译（英译中）；

2、协助营销部完成各种临时提供的业务类英文资料的翻译；

3、参加公司相关培训。

（一）继续保持与各合作平面媒体之间的联系；

（二）考虑下半年更换平面广告的内容设计，进一步增进公司品牌美感，使其更贴近市场；

（二）顺利开展7月内蒙古呼和浩特工业设计院专场会；

（三）设计院跟进方案调整，具体措施讨论及试行，继续推进设计院工作；

（四）完善样本的中英文对照的全部资料，为服务海外客户做基础资料准备；

（五）策划并组织完成公司简介视频的资料搜集、制作；

（六）组织建立设计院数据库，为明年进一步开展设计院工作做准备；

（七）设计制作公司信封等宣传品和现有宣传品改进；

（八）领导交付的其他工作。

（一）人力资源：

招聘1名有经验的高级人力资源总监，建立总人数在3-4人、具有独立工作职能的人力行政部，建立长期（3-5年）和短期（今年）的人力资源计划，并具体实行，增强公司人力资源储备、加强人力资源管理。

人力资源管理，不仅仅是引进人才和员工培训，也是公司对外形象的一个重要标识，能不能吸引到人才的一个重要因素之一。另外，人力资源工作所包括的：解决各类劳资纠纷、招聘解聘、人员调动、培训、人力成本核算、同行薪酬体系调查、现有人力资源评估和调整、更有序和更规范的薪酬体系的建立和不断修改等，这些每一样都是影响到公司每位员工具体利益、影响其真实想法、工作意愿、积极性等的关键内容。

（二）公司战略改革

根据公司发展状况，尤其是具体业务发展状况，适时向董事会提出新的总体发展计划，明确一些比较大的改革意见、首先能够得到董事会的同意或者是经过修改后同意。

其次进行人力资源整理和梳理，在人力资源总监拿出基本的改革计划之后，经主要领导层的探讨和修改后，开始有步骤的实施内部改革。在明确公司内部发展计划和方向之后，将适时开始一个部门一个部门的进行人力资源、工作目标和价值的综合评估，然后适度解聘、招聘、调配人员，重新明确各岗位的权力、职责、薪酬体系、职业发展规划和重要性强调。这个步骤将彻底解决人心不齐，价值观不统一的问题。

第三控制影响。结合以上两项的进行，结合现有的部门划分，由核心改革团队，提前有选择性的与管理人员、核心岗位、核心业务人员进行一对一沟通。为避免公司改革对具体业务的影响，应提前对核心业务相关的关键岗位和人员有明确安排和告知，使公司得以始终保持正常运行状态。

（三）将设计院跟进工作作为公司核心工作重点

公司20xx年在设计院工作上花了很多气力，也收到一定的效果，看到一定的希望。因此，开展设计院跟进工作特别有必要。

建立公司领导给予较高重视，积极组织讨论相关执行细节，管理方式及操作流程，并尽早开始实行。

（四）想方设法，抓住大客户部成立时机

如能争取到“希望系”内部比较大的项目，那可以将其项目作为公司未来中短期重点业务来抓，并以此成立大客户部，除配备专门的管理人员外，对每个项目配备驻点工程师和项目经理（初期依靠内部管理人员兼职，主要负责与项目方日常的具体沟通）等，既可以保证项目服务质量，增强希望系内部对空调公司的信心，而且还可以让集团对我们更有信心。另外，这些项目工程还可以作为宣传样板，对内、对外宣传也都是很好的样板题材。

**市场部工作总结报告篇九**

伴随年底的即将钟声响起，20xx年很快就要过去，我们跟随张总于今年的8月16号来到吉永达装饰公司，在短短的几个月中，从对装饰行业的不了解，到现在初步了解，通过各位同事的支持和帮助，我学到了很多的专业知识，相关的业务能力也得到了有效的提升。在到吉永达装饰公司工作的这段时间里，我的工作内容一直围绕着相对于比较薄弱的业务部开始展开的，小区的现场宣传，外围的广告，和业务人员现场的洽谈，虽然这些工作一直在进行，但是由于对各个方面的不精通，专业知识的欠缺，工作进行的比较混乱，没有合理的计划，安排，造成了业务进展的缓慢，不管是业务人员的培训，还是业务进展的方向，都没有合理的跟进，以及定期的统计，回访，等等，还没有做到系统化，流程化，业务轨道化。

在新的一年里我就市场部具体工作内容作出以下规划：

1、业务员团队，就业务员针对家装市场的影响进行分析，完善业务人员数量，质量，从基本的专业知识，业务话术，综合素养进行深入系统的培训，从而带动公司家装业务量的上升。

2、广告效应，针对开盘小区做出相应的广告投放方案，使其公司在密云市场的品牌效应逐步提升，从而树立密云家装市场中吉永达装饰公司的品牌形象和威望。

3、组织活动，在各大节假日期间，组织相关的宣传，促销活动，我自身在组织活动方面比较欠缺相关的经验，我会在自己不完善的方面努力学习，加强对相关的专业知识的了解，努力做到活动的成功，发挥出活动的作用。

4、数据的整理，这个环节是今年最大的弱点，也是明年最需要完善的内容之一，只有认真的做好有效数据的整理，分析，才能对市场行情，动态，做出应对的方案，以及更好地去改变公司的战略，战策！数据分析要保持真实，快速，有效，从进店量直接反映出市场部工作内容的变化，机智应对业务上遇到的具体问题！

对于以上我市场部明年的工作内容规划，我有信心完成！希望在各位同事的共同努力下，我们会越来越好，谢谢大家！

**市场部工作总结报告篇十**

时间一晃而过，转眼间又将跨过一个年度之坎，回首这一年，虽没有很的业绩，但也算经历了一段不平凡的考验和磨砺，我是今年九月底来到公司的，虽在公司工作时间不长，但是也有一定收获，临近年终，我感觉有必要对自己的工作做一下总结，目的在于吸取教训，提高自己，以至于把工作做到更，自己也有信心，有决心把明年的工作做的更，下面对我的工作进行总结：

我是今年九月底到本公司工作的，之前从事的是工装工作，因为对家装的热爱使我选择了xx，在没有来xx工作以前，我是没有家装装修经验的，仅凭对家装的热爱，而缺乏家装装修设计施工经验和行业知识，为了迅速融入到这个行业中来，到了公司以后，一切从零开始，一边学习沟通技巧，一边去工地现场看施工，遇到沟通上的问题，我经常请教史主管和其他经验丰富的同事，在同事的帮助下，取得了良的效果，也使我感到受益匪浅，这三个月来，业绩虽不出色，但是这段时间我学习了解到了如何更的与团队相处、合作并进，学到了如何开展业务，也相应的进行了实践，也对xx的化、使命有了深刻的共鸣，对家装行业有了初步的认识。

通过不断地学习产品知识，收取同行业之间的信息和积累市场经验，现在对家装市场有了一个初步的认识和了解，虽然我的成绩远不如其他同事那么卓越，但我有信心，有决心做，现在我逐渐可以清晰、流利的应对客户所提到的问题，准确的把握客户的信息，良的与客户沟通，因此取得了一些客户的信任，这对以后成为设计师打下了扎实的基础。

这三个月虽有进步，但是也有不足的地方需改进，对于家装市场了解的还不够深入，对公司产品的技术问题掌握过度薄弱，不能十分清晰的向客户解释工艺要求，业务上，电话营销的技巧还不是很到位，针对市场上的工艺，做法，xx本公司的工艺、产品了解还远远不够，这些还需要继续学习。

总结下来，在公司工作的这段时间，接触到了许多事物，产生了许多新问题，也学习到了许多新知识，新经验，使自己在思想认识和工作能力上有了新的提高和进一步的完善，在日常的工作中，我时刻要求自己从实际出发，坚持高标准、严要求，力求做到业务素质和道德素质双提高。

展望新的工作年度，希望能够再接再厉，同时也需要加强锻炼自身的设计水平，在以后的工作中与同事多沟通、多探讨，进一步提高自己专业知识技能，积极吸收新的观念与设计理念，不断完善自己，当然在工作当中也存在着不足，争取早日改正以往的缺点，总结经验，吸取精华，分析失败原因和工作当中的不足，为明年的工作做准备！

新的一年意味着新的起点，新的机遇，新的挑战！我将不断总结与反省，不断鞭策自己并充实能量，提高自身设计水平与业务水平，以适应时代和企业的发展，与各位共同进步，与公司共同成长！

转眼间，一年的时间又悄然离去，回首过去，展望未来，20xx年即将到来，以下是我明年的工作计划：

目标：加强家装设计专业的学习与研究，了解本行业市场信息，从而顺利实现从市场部向设计部过度。

设计师是我一直的梦想，成为精英设计师更是以后的奋斗目标，作为实习设计师，能否成为合格的家装设计师，首先要有扎实的专业知识以及良的业务水平，专业知识主要是靠平时的积累，包括施工工艺，材料等，知己知彼百战不殆，只有扎实的专业功底，对于设计师来说才能更加得心应手。

的业务水平同时也是一个合格设计师必备的基本功，一个的设计师不光设计能力要，更重要的是要有出色的沟通能力，所以在没有转成设计师之前，还需在市场部锻炼。

具体表现在以下几个方面：

1、俗话说，“三人行，必有我师焉”在空余时间，与同行之间进行沟通，从而更的了解沟通技巧以及获得更多的客户信息。

2、通过对设计师、工长、监理的沟通与学习，已达到对材料、施工工艺等专业知识的深入了解。

3、一个成功者的成功不在于8小时之内在干什么，而在于8小时之外的时间在做什么，通过空余的时间不断学习，不断充电，这样才能使自己永远立于不败之地。

2%的引导+98%的个人努力=合格的设计师在学习工作中，遇到不懂的地方及时去请教设计师，过硬的绘图功底是靠炼出来的，而不是看出来的，所以在空余时间要努力画图，扎实基本功。

营销学里讲过这样一段话，思路决定一个的出路，心志决定一个人的动态行为可以看出一个为人处事的风格，勤奋能给一个人带来财富。

20xx年的号角已经吹响，对于市场部的我们来说一定要知道，市场部人员的任务永远是“只有逗号，没有句号”如何获得更多的、更有效的客户，如何在市场饱和的情况下争取到更多的准客户，这些问题对于我们每一个业务员都是一个考验，面对如火如荼的市场，面对竞争激烈的对手，我希望，大家可以而自信的向同行说“我们在路上”

**市场部工作总结报告篇十一**

这一年里，凭借前几年的蓄势，xx公司不但步入了高速发展的快车道，实现了更快的效益增长，而且成功地实现公司股票在xx证券交易所上市。从此，一个xx公司以崭新姿态展现在世人面前，一个更具朝气和活力的、以维护股东利益为己任的xx公司诞生了。

公司上市后，管理水平必将大幅度提高，这不仅仅是市场竞争的外在要求，更是自身发展壮大的内在要求。对于市场部来说，全面提升管理水平，与公司同步发展，既是一种压力，又是一种动力。为了完成公司xx年合同额x亿的总体经营管理目标，市场部特制订20xx年工作计划如下。

市场部是负责公司信息网络建设与维护、信息收集处理工作的职能部门，接受营销副总经理的领导。市场部信息管理员与各区域市场开发助理之间是一种直接领导关系，即在信息网络建设、维护、信息处理、考核方面对市场开发助理直接进行指导和指挥，并承担信息网络工作的\'领导责任。

(1)信息管理员：市场部设专职信息管理员3名，分管不同区域，不再兼任其它工作。

(2)市场开发助理：xx省六个办事处共设市场开发助理两名,其它各办事处所辖区域均设市场开发助理一名。

春节前完成对各区域的市场部信息管理员和市场开发助理的招聘和培训，使20xx年新的管理制度实施过程中市场部在人员素质方面有充分的保障。认真选择和慎重录用市场开发助理，切勿滥竽充数。

在人员配置、资源保证、业绩考核等方面对信息网络建立和维护作出实施细则规定，从制度上对此项工作作出保证。建立市场信息管理员定期巡回分管区域指导信息管理工作的考核制度，并根据各区域实际情况和存在的问题，有针对性地加以分析和研究，以督促其在短期内按规定建立和健全信息管理的工作。

市场开发助理与信息管理员根据信息员提供的信息数量(以个为单位)、项目规模、信息达成率、发展下级信息员数量四项指标对信息网络成员进行定期的动态评估。在分析信息员/单位的分类的基础上，信息管理员和市场开发助理应结合信息员的背景资料进行细致地分析，确定其通过帮助后业绩增长的可能性。进一步加强信息的管理，在信息的完整性、及时性、有效性和保密性等方面做好比上一年更好。(详见市场开发助理管理制度)

以各区域信息成员/单位提供的信息量和公司在各区域的业务进展情况，将以专人对各区域钢结构业务的发展现状和潜在的发展趋势，进行充分的市场调研。通过调研获取第一手资料，为公司在各区域的机构设置各趋合理和公司在开拓新的市场方面作好参谋。

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