# 最新营销的年终总结(模板8篇)

来源：网络 作者：梦回唐朝 更新时间：2024-05-18

*总结的选材不能求全贪多、主次不分，要根据实际情况和总结的目的，把那些既能显示本单位、本地区特点，又有一定普遍性的材料作为重点选用，写得详细、具体。总结怎么写才能发挥它最大的作用呢？下面是我给大家整理的总结范文，欢迎大家阅读分享借鉴，希望对大...*

总结的选材不能求全贪多、主次不分，要根据实际情况和总结的目的，把那些既能显示本单位、本地区特点，又有一定普遍性的材料作为重点选用，写得详细、具体。总结怎么写才能发挥它最大的作用呢？下面是我给大家整理的总结范文，欢迎大家阅读分享借鉴，希望对大家能够有所帮助。

**营销的年终总结篇一**

马上就要过去。新的挑战又在眼前，回顾在这一年工作中，有太多的感慨和感动。在领导的关怀，同事们的友爱和帮助下，这一年的工作感觉格外顺利，也因为这些，我一直用感恩的心，兢兢业业的工作，没有丝毫懈怠，各方面都取得了一些成绩，但也存在不足，具体汇报如下：

今年是公司的服务提升年，首先，加强了业务知识的学习，要求自己必须拥有熟悉的业务知识。同时，服务态度和服务技巧也及其重要。燕经理组织多次服务意识和营销技巧的各项培训。严格要求自己，对顾客必须服务周到、主动介绍商品、坚持多说一句话、做好营销工作。从服务细节、语言技巧、打动顾客的心理、多销售一块棒棒糖、一杯豆浆、一瓶水、一个面包等各种商品，积少成多，增加效益。在日常的工作中，不管在超市哪个岗位工作，我始终坚持做什么事情，做了就一定把它做好做细。对工作充满热情，用积极的工作态度，影响周围的人。我也坚持和同事们互帮互助，共同努力把各项工作做细，积极主动发挥自己的优势，做一个合格的员工。

不足方面：通过张总提出的“五不自”深刻反思找出自己的不足之处有很多，工作考虑不够全面，卫生清理、过期商品、盘点工作、陈列摆放商品，仓库商品摆放、搭配商品、进货接货等各项工作做不到位，细节工作还欠缺。对安全工作有时粗心大意。遇事有时情绪化，不能及时调整好心态。遇到问题想得不够全面、不够冷静。遇到难处理的问题，也想过逃避，想过放弃。不能够主动找领导沟通，处理问题还需要多学会灵活变通，需加强语言表达能力。领导安排的工作任务，害怕自己做不好，对自己没有自信，不会鼓励自己，执行力欠佳。管理方面缺乏经验，发现问题有时处理不及时，有时存在老好人思想、得过且过思想。工作缺少计划性、主动意识欠缺，不能给领导出谋划策、无创新能力。

在今后工作中尽上自己最大的能力把以上不足一一整改，完善自我、稳步提升，向着目标努力。

在这期间我也多了一层身份，燕经理说让我带班的时候，说实话我心里有些害怕，担心自己做不好，毕竟自己能力有限啊！燕经理和刘副经理把多年的工作经验传授与我，我也主动多学、多问、多请教、多沟通、多观察、多努力、很快进入了工作角色。从管理上能合理安排人员，各项工作井然有序了，没有辜负领导对我的信任。

在工作中，必须按照公司的各项规章制度，执行到位，服从指挥，不管是在超市哪个岗位工作做细，积极学习业务，严格要求自己，认真改正自己的不足，工作计划如下：

在日常的工作中，要具备一定的服务意识，时刻牢记着为公司创造价值，把工作经验，与同事们分享，齐头并进，所话说“活到老，学到老”加强业务的学习，学习业务服务技巧，坚持“多说一句话”营销，争取把工作做的跟家完美。

**营销的年终总结篇二**

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

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

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

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

b.报价表

公司以一定的数量为基础，提供一份产品价格表(pricelist。

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

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

摸清客户动机及诚意再报价，以免成为报价工具，浪费时间。

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

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

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

1你是不是做这个产品多时了。

2你对产品了解多少。

3你这个人的人品如何。

4当然价格是否有竞争力是不可少的必要条件。

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

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

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

一般来讲，从以下几个方面入手来赢得客户

1做好质量营销。

2树立“客户至上”服务意识。

3强化与客户的沟通。

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

5建立良好的客情关系。

找客户的渠道，生意的产生是多样化的。

**营销的年终总结篇三**

回顾20xx年，我们营销部全体员工共同努力，同心协力，积极拓展业务，宣传走访，也走出了一片新天地，为酒店各项经济指标的完成打下了坚实的基础。营销部经过了这一年的磨合与发展，已经逐步的成熟了自己的营销工作，拓展了自己的市场，提高了酒店的知名度，争取做到最大限度为酒店创造经济效益。根据我们20xx年拟定的工作计划，一年期间，我们并没有完全一步步落实，但从以下几个方面做足了工作：

通过建立灵活的激励销售机制，我们实行工作日志。将每一个工作日志整理成月日志，对酒店有发展潜力的客户进行分类建档，详细记录好客户的档案；建立与保持政府机关单位团体、企事业单位等重要客户的业务联系。除了日常不定期对客户进行拜访外，在年终岁末或重大节假日及生日时，通过打电话、发短信、送贺卡等方式，为客户送去我们的祝福，以加强与客户的感情交流，听取客户意见。

餐饮市场一个引领顾客消费的市场，而营销则是引导客人消费的中坚队伍。做好市场调查及促销活动策略，经常组织部门人员收集、了解酒店及其相应的行业信息，掌握其经营管理和接待服务动向，为酒店提供全面、真实、及时的信息，以便知道营销决策和灵活的推销方案。我们采取灵活机智的营销策略，加大推销力度，拓宽销售渠道，将经济效益推至最高。在团队稳定的基础上，加大散客的开发力度，在散客市场有一个较大的突破。

今年来说，营销人员相对稳定，营销技巧也是驾轻就熟；但我们任然坚持不断强化各营销人员营销技巧和个人素质，努力塑造良好营销形象，打造优良的营销队伍，为酒店的良好形象加分。在强调营销人员个人素质的同时，我们也加强我们的团队文化建设，强调团队精神，互相合作，互相帮助，营造一个和谐、积极的工作团体。

在加强小团体合作的同时，我们主动协调与各部门做好业务结合工作，注重大团队的配合。根据顾客的要求，主动与酒店其他部门密切联系，互相配合，充分发挥酒店整体营销活力，创造最佳效益。市场纵有千变万化，在充满挑战的20xx年，营销部全体员工在酒店领导的正确指导下，在营销团队的艰辛努力和酒店其他部门的密切配合下，为酒店奉献自我，已经完成酒店下达的各项经济任务指标，创造营销部的新形象、新境界。

20xx年，虽然困难重重，但我们立志以前瞻的视野、超前的营销，勇于创新，迎难而上，勤勉工作，全身心地投入酒店的经营发展中去。我们的营销团队将与酒店的各部门员工一起，为打造酒店新的美好明天而共同努力奋斗！

**营销的年终总结篇四**

为了使“创业服务年”活动有序推进，省电力公司全面动员，精心部署，围绕“服务创业、富民兴赣”主题，以促进“坚强智能电网新发展、供电服务品质大提升”为着力点，制订了《江西省电力公司“创业服务年”活动重要措施》。公司营销部围绕“创业服务年”的总体要求，结合电力行业自身工作特点，将日常营销工作与“创业服务年”相结合，编制了《“塑文化、强队伍、铸品质”供电服务提升工程实施方案》等配套制度，提出了策应全省“创业服务年”活动、深化市场开拓工作等五个方面20条意见与措施，作为指导公司系统各单位深化“创业服务年”的重要文件。

同时，公司营销部还制订了《“供电服务提升工程”活动绩效考核细则》，明确了“创业服务年”各项工作的具体标准，细化了工作要求， 从成立组织机构、制定活动方案和计划、宣传发动、具体实施情况、实施效果等方面对基层供电公司进行评价打分，并将评价结果纳入各单位全年绩效考核。

（一）保障重要客户的供用电安全。进一步完善重要客户停电应急机制，最大限度地减少因重要客户停电造成的不利影响和损失，保障重要客户的正常供电。此外，开展客户安全用电服务，组织对高危及重要客户供用电安全排查治理。深入开展用电安全隐患排查与治理整改工作，督促客户完善自备应急电源配置完成安全隐患整改落实工作， 1—3季度份，共开展对475户高危及重要客户的隐患排查，发现安全隐患并下达整改通知书268条，提高了客户侧的用电安全状况。

（二）积极做好抗洪救灾工作，力保灾区用电。xx年6月—7月，持续的暴雨天气袭击了赣鄱大地，抚州、鹰潭等地区发生严重洪涝灾害，电力设施受损严重。省电力公司第一时间启动防汛应急预案，成立了防汛应急指挥部，协调指挥公司系统防汛应急处置工作。营销部作为应急办成员部门，全力参与抗洪救灾过程中的各项工作。

为尽快恢复因灾受损的电力设施，营销部协助政府开展供电设施的应急处置，保障重要用户供电和临时安置点的群众生活用电，有序地组织抚州、鹰潭等受灾地区供电部门抢修应急队伍和装备投入抗洪抢险工作。同时调集了南昌、赣东北、赣西、赣州等供电公司发电车及员工驰援重灾区抢修电力设施，据统计，此次抗洪救灾中，公司系统共投入抢修人员55374人次、发电车28辆、抢修车辆5228台次。

在加快抢修受灾电力设施、恢复供电的同时，营销部还积极做好水灾过后的安全用电宣传。通过江西卫视宣传播放、发放宣传单、95598短信平台等形式宣传灾后安全用电常识，仅抚州地区就发放了3万份安全用电宣传单到灾民手中，列出了水灾过后安全用电要注意的相关事项，提醒受灾地区的广大群众主动做好防范措施，确保家庭用电安全。

（三）全力做好各项保供电工作。今年省内各项重大活动频繁，公司积极做好中博会、高考、招商引资活动、经贸洽谈、省运会、鄱阳湖国际生态文化节等各项保供电工作。截至目前，累计调用应急发电车78台次，有力保证了重大活动的顺利召开。9月26—28日，备受瞩目的第五届中部投资贸易博览会在南昌成功举办，这是江西今年的一大盛事。为确保会议期间供电万无一失，省公司总经理秦红三亲赴保电现场督导保电的各项工作，南昌供电公司专门敷设电缆4300余米，为秋水广场“特制”8台低压柜，出动9辆发电车，安排了4架配备发电机的高架灯，派三组人员进行线路盯防，电缆故障测试车来回巡视线路。完成红谷滩7条重点保电线路以及所属各变电站设备的巡视检查；出动100余人，采取一人一基杆日夜蹲守，巡线人员来回巡视的方式，对长达28。8公里的2条110千伏重点保电线路进行全程“盯控”。对南昌国际展览中心、72家宾馆所辖配电间进行逐一排查，检查用电设备的运行状况，消除安全隐患。

同时，公司加强局部电网电力有序供应工作，及时分析重要断面“卡脖子”、火电机组运行变化对电力供需平衡的影响，指导督促供电公司做好各种局部电网有序用电应急预案，保障居民生活用电和电气化铁路等重要客户安全供电，最大限度减少供需变化给社会和客户带来的不利影响。

（一）开通绿色通道，主动服务重大项目。保持供电绿色通道畅通，对重大基础设施建设工程用电报装实行优先服务、优先办理、优先送电。紧密配合当前基础设施建设、民生工程、生态建设、重大招商引资项目等重点工程，建立重大项目和重点工程“一对一”联络与服务制度，定期了解进展动向，定期跟踪项目建设进度及相关情况，主动上门服务，促进了西气东送、石吉高速、峰福电气化铁路等一批重大项目顺利实施和早日供电。九江公司实施共产党员挂点服务大客户活动，制作了《服务重点项目情况一览表》，将所有的13个大项目与公司分管领导和客户代表队相对应，定期召开项目协调会，全过程跟踪项目进度。抚州公司将所属全资子公司文昌供电公司迁入金巢工业园区，为该市创业对象最密集和重点项目最集中的园区客户提供“零距离”的贴心服务。九江共青公司开展了“三跟踪，三服务”（跟踪在谈项目，做好咨询服务工作；跟踪新入驻企业，做好协调服务工作；跟踪重点企业，做好综合服务工作）活动，优先完成创业园内30多家落户企业的配套工程建设任务。

（二）提高工作效率，高效服务创业型企业。进一步优化业扩报装流程，实行全过程监督，要求对创业型企业的用电报装主要环节的完成速度比电监会相关规定进一步缩减，努力打造报装用电“创业速度”。 5月28日，组织召开了客户受电工程“三指定”自查自纠工作电视电话会议，督促各基层单位不断规范服务行为，提高服务效能，对客户业扩工程，公司明确提出“三不指定”（不指定设计单位、施工单位、设备供货单位）。7月，公司营销部组织了四个督导组，分赴全省9个地市，检查各供电公司客户受电工程“三不指定”工作落实情况，通过对用电报装工作的逐步规范化管理，进一步保障客户工程的自主选择权。

（三）加大投诉举报管理力度，构建和谐供用电氛围。

营销部密切关注客户满意率情况，紧紧抓住监测点和群众反映的热点、难点问题，有针对性地查找薄弱环节和分析不足，采取有效措施主动改进工作。针对监测点反映的问题，研究制定有效措施，举一反三，组织在全系统内开展整改，进一步提升服务工作，提高社会满意度。员工服务意识进一步增强，纪律作风进一步改进，创业环境进一步优化，增进了与社会各界和广大客户的沟通和理解，监测满意率得到稳定提升，7至10月连续四个月保持公共服务类第一名。

（四）大力自查自纠，深入明察暗访。围绕基层单位创业服务年活动各项工作的开展落实情况、工作作风建设情况、优质服务工作情况，深入组织对各市、县供电公司的明察暗访，重点抽查员工工作纪律、落实首问负责制情况，检查营业窗口、95598热线和抢修人员的工作，及时发现问题，督促基层单位抓实抓细行风和优质服务工作，形成监督检查常态化。今年以来，分4批次对8家地市公司开展了“创业服务年”明察暗访督察工作，涉及所属基层单位、县区公司达42个，其中暗访营业窗口31个，模拟故障报修16次，明查创业服务年活动组织开展、95598服务热线和业扩工作情况40余次，与此同时，系统各级基层单位也组织了明察暗访自查活动。

（五）推进智能电网建设，服务低碳经济发展。为适应国家大力开发清洁能源新形势的需要，保障清洁能源和低碳产业发展，公司将建设统一坚强智能电网与新能源发展紧密结合，按照国家电网公司部署，不断推进坚强智能电网建设，积极服务低碳经济发展。

电动汽车充电设施建设是新能源汽车推广实施的重要配套环节。为了落实国家节能减排政策，大力培育、支持电动汽车这一低碳产业，公司充分发挥电网技术管理优势，积极主动介入，先后与全省11个设区市签订电动汽车充电设施建设战略合作框架协议，为电动汽车应用提供技术服务支撑，共同推进节能与新能源汽车示范推广应用。并配合南昌市作为全国“十城千辆”试点城市及宜春打造“亚洲锂都”的战略，以南昌和宜春为重点率先进行电动汽车充电站建设。7月9日，江西省首座电动汽车充电站在宜春市已竣工投运，南昌电动汽车充电站也正在建设中，省内主要旅游风景区正在优先装设电动汽车充电桩，公司还购置了4台纯电动流动服务车和电力工程车，分别投放到南昌市和宜春市。今年年底，公司将建成充电站3座，充电桩500根。 供电优质服务工作永无止境，省电力公司营销部将按照省委省政府的统一部署，围绕广大客户关注的切身问题，进一步优化创业环境，为江西经济进位赶超、跨越发展、绿色崛起作出积极贡献。

**营销的年终总结篇五**

20xx年我们公司在北京、上海等展览会和惠聪、发现资源等专业杂志推广后，我公司的xx牌产品已有一定的知名度，国内外的客户对我们的产品都有了一定的认识和了解。xx年度老板给销售部定下xx万元的销售额，我们销售部完成了全年累计销售总额xx万元，产销率95%，货款回收率98%。

产品销售部肩负的是公司全部产品的销售，责任之重大、任务之艰巨，可想而知。建立一支能征善战的高素质的销售队伍对完成公司年度销售任务至关重要。工欲善其事，必先利其器，本着提高销售人员综合业务素质这一目标，销售部全体人员必须开展职业技能培训，使销售业务知识得以进一步提高。今年公司添用了网络版速达3000财务管理软件，销售和财务管理可以清晰的及时性反映出来。

我们销售人员是在xx市—xx科技有限公司的培训下学习成长的，所学习的专业知识和公司内部信息都是保密的，大家必须持有职业道德。老板是率领销售部的最高领导者，希望加强对我们员工的监督、批评和专业指导，让我们销售人员学习的专业知识，提升技术职能和自我增值。xx年我学习了iso内部审核培训和会计专业知识培训，并获得了国家认可的证书。这一年来我们利用学习到的管理知识、方法在我们公司生产管理中充分实践，其显示效果是满意的。

麦克风线材销售是我公司产品销售部工作的重点，销售形势的好坏将直接影响公司经济效益的高低。一年来，产品销售部坚持巩固老市尝培育新市尝发展市场空间、挖掘潜在市场，利用我公司的品牌著名度带动产品销售，建成了以本地为主体，辐射全省乃之全国的销售网络格局。

随着电子产品行业之间日趋严酷的市场竞争局面，信息在市场营销过程中所起的作用越来越重要，信息就是效益。销售部密切关注市场动态，把握商机，向信息要效益，并把市场调研和信息的收集、分析、整理工作制度化、规范化、经常化。产品销售部通过市场调查、业务洽谈、报刊杂志、行业协会以及计算机网络等方式与途径建立了稳定可靠的信息渠道，密切关注行业发展趋势；建立客户档案、厂家档案，努力作好基础信息的收集；要根据市场情况积极派驻业务人员对国内各销售市场动态跟踪把握。

回首一年来，我们销售部全体业务人员吃苦耐劳，积极进取，团结协作取得了良好的销售业绩。成绩属于过去，展望未来，摆在销售部面前的路更长，困难更大，任务更艰巨。我们销售部全体业务人员一致表示，一定要在2—x年发挥工作的积极性、主动性、创造性，履行好自己的岗位职责，全力以赴做好xx年度的销售工作，要深入了解电子行业动态，要进一步开拓和巩固国内市场，为公司创造更高的销售业绩。

福牛迎春，祝我们xx科技有限公司在20xx年的销售业绩更上一层楼，走在电子行业的尖端，向我们的理想靠拢。

**营销的年终总结篇六**

营销工作的年终总结会到底要起到什么目的？不少企业依然不变得是“老三样”总结表彰会、奖金发放表、大型酒会。结合最近参加的奥克斯家用空调与商用空调的年终总结会，我想提出总部进行年终总结会准备的六个方向及目的。

我不主张简单意义上回款的排行榜，因为每个市场的基础及竞争环境各不相同。我是主张企业在进行年终总结会前应该将统一的要求发给各市场分部，要求各市场分部要在统一的一种标准情况下进行工作绩效的评估。我们经常会在一些企业的年会中看到一些慷慨激昂的总结与演讲，而实际没有什么具体内容，所以年终总结一定要防止成为“演讲大师”的舞台。奥克斯提出的“三讲”“讲依据、讲对比、讲承诺”，我认为很好。总结就是要善于用数据、用案例、用现象来进行客观的总结与比较。我经常讲年会要少用形容词，多用“数词”与“动词”。

所以年会一定要搞排行榜，但这个排行榜不要把销售收入作为唯一指标，而应把市场描述、竞争对手表现、渠道现状、终端争夺、队伍建设、传播维护等指标结合起来。一方面增加年会总结中的会议效率，同时对客观评价各市场表现是一种推动作用。

目前国内mba教育十分风行，而实际实施中恰恰失去了mba教育的真谛。mba教育讲究的是案例教学，而我们一些学院里的教授们要么以时间太紧作为托词；要么就拿一些舶来的案例打发、打发了事。其实年会中最值得总结与汇总的就是一年一年中，用大量人力、物力、财力所发生的一些业务行为种植的企业推而广之的经验与模式。因为如果每个市场都在交学费，那么企业可能就会在不断交学费中失去发展的可能。在参加奥克斯的年会中，我看到将案例讲解已经形成文字作为年终总结要求的一部分。同时奥克斯还有一种十分独特的“纸上谈兵”方式，每个销售经理将自己来年的营销计划通过电脑或白板一步一步分解给分组讨论的其他片区同事听，并不断接受领导及其他同事的提问与质疑。一方面是的大家认识到每个市场的发展变化是与每一位销售经理相关的事，同时通过了解其他市场的各种情况，使得企业中对各市场情况熟悉的人员也逐步多了起来，为企业的适时调整提供了很好的候选基础。

作为一个销售经理，最好的学习与提高方式就是要在同事的案例讲解中反思自己市场的问题，通过对发生案例的讨论与讲解，可以使企业其他人员在遇到相同或相似问题是多一些解决办法。

现在一些企业在开展年会时，也会请一些讲师进行一些理论及实战方面的培训，因为在打造学习型组织的今天，似乎不进行这些方面的组织就与时代发展不相吻合。但是目前在一些企业中也出现了培训盲目的现象，培训似乎只成为组织者体现业绩的一种表达方式。

许多营销人员经常感慨营销工作不仅在透支体力，同时也在透支知识储备。所以利用年会进行知识、态度与技能等方面的培训十分必要。但关键是组织者要了解参加人员实际的培训需求，不要一罗列就是营销知识、管理知识、广告传播知识、渠道知识，似乎不搞全一些就显不出组织者的水平。其实这是一个误区，所以进行讲座与分班培训相结合，将讲解与讨论相结合，将理论与案例相结合，将远期与近期目标相结合的方式很有必要。年会内容很多，找准最迫切需要解决的问题与提高的能力才能够起到最佳的培训效果。

一个年度结束了，作为总部总是希望利用这个时间进行市场的一些调整。因为在广大营销人员心中，年终不进行政策、人员调整似乎都不是很正常。因此诸多营销人员参加年会的心情也十分微妙。一个年会的召开，对总部而言最大的收获无异就是发现一些营销新人。因为对于一个营销团队而言，只有不断的新人涌现才是企业得以发展壮大的关键。

所以要将发现新人、鼓励新人涌现作为一个主要的年会内容之一。在奥克斯的年会中，我发现用很多机会提供给新人进行展示与发挥，例如演讲赛、辩论赛，甚至是作为配角在这些活动中的积极参与。例如在奥克斯要求每个人在演讲中可以由观众提出问题与质疑，但提问的观众需在演讲人回答问题后进行点评并提出自己的观点，从而使得台上台下有了很好的互动氛围。“相马不如赛马”，在面对不断加盟的新员工，年会无疑是提供了一个很好的展示平台。

如果一个年会就是歌功颂德、天下太平，其实会对出现的问题产生一定的迷惑性。一个组织的健康发展很重要的一个标志就是能够不断的发现问题、解决问题。回避问题必然会对组织造成更为深刻的伤害。

奥克斯鼓励员工“讲实话、讲真话、讲原话”，鼓励在年会上充分的暴露问题，让大家真正就问题谈问题，从而避免似乎一谈其它人员及团队问题就理解成为人身攻击。一个营销组织在运行过程会出现许多问题，所以要将年会的一些部分开成“民主生活会”，不能让一些人员因为回款业绩不错而形成“一俊遮百丑”的局面。一些问题现在不提出来、现在不解决，今后一定会成为业绩急剧下滑的主要因素，大量的营销案例印证了这一点。

如果一定要给年会工作的内容确定一个比例，我认为应该是总结与展望“三七开”，尤其是在今年业绩并不是十分理想的企业。

一年到头回到总部，作为总部与每个人员最关心的就是明年怎么样？自己明年会到哪个市场？明年政策会有哪些调整？明年企业会在哪些资源上有所投入？企业在整体战略布局上有些什么新的动作？其实你会发现在大家嘻嘻哈哈中最关心的就是未来。因为今年他业绩不错，那他就更关心明年的情况；即使今年的业绩不太好，他也在关心明年是否可能会有一些转机。因此年会要将营销一线人员的“精、气、神”充分调动起来。

“冲锋号”的工具很多，例如在奥克斯每年会有近千人的誓师大会，整个广场震耳欲聋的誓言让不少营销人员整整激动一个年度，因为在这样一个氛围中他感到了企业的力量、团队的力量。另外一些集体竞技项目的展开，也能够增加合作人员的配合与感受，同时对树立集体荣誉感也十分又帮助。所以在年会中增加一些励志的内容也应成为年会涉及的一个主要内容。

总之，年会不要开成一个酒会、赌会、红包会，而应开成学习会、教育会、交流会、励志会，一年聚一次不容易，年会就是“手机”正常使用的“充电电池”。

营销部年终总结范文

营销稽查与电力营销风险管理

市场营销管理中色彩营销

浅谈企业营销新利器-博客营销

浅谈家电营销新思维:水平营销

市场营销论文电力营销管理

企业市场营销市场营销论文

市场营销管理中色彩营销模式

电力市场营销改革竞争营销管理

绿色营销理念下的企业营销对策

**营销的年终总结篇七**

xx年度是公司开拓进取的一年，是公司创新改革的一年，我作为地产的销售人员在公司领导的带领和关怀下，经过几个月的艰苦努力，克服了重重困难，虽然取得了一些成绩，也依然存在些许问题，下面就我个人这一年的工作情况进行汇报。

刚到公司时，对房地产销售方面的知识时间长了不是很滚瓜乱熟，对于新环境、新事物比较陌生。在公司领导的帮助下，很快对公司的性质及其房地产市场有了更深的了解。作为销售部中的一员，我深深觉到自己身肩重任。作为企业的门面，企业的窗口，自己的一言一行也同时代表了一个企业的形象。所以平时本人重点注意提高自身的素质，高标准的要求自己。在高素质的基础上更要加强自己的专业知识和专业技能。

此外，在做好本职工作的同时，还要广泛了解整个太原乃至全国的房地产市场的动态，走在市场的前沿。经过这段时间的磨练，力争尽快成为一名合格的销售人员。

针对已经快要过去的xx年的销售工作，从公司销售部门以及个人两个方面进行总结：

本人所处地产的营销部销售人员比较年青，工作上虽然充满干劲、有激情和一定的亲和力，但在经验上存在不足，尤其在处理突发事件和一些新问题上我觉得存在着较大的欠缺。通过前期的项目运作，作为我们销售人员从能力和对项目的理解上都有了很大的提高，今后我将会通过参加公司组织的销售人员的培训和内部的人员的调整会更进一步地来努力提升自己。

销售中总结里一下几点销售小经验：

1、不做作，真诚对待每一个客户。

2、始终微笑服务于每个客户。

3、珍惜每次的接待机会，把每个客户都当成自己的准客户。

4、要尊重领导，要乐于与同事合作，要有团队协作精神。

5、把公司当成自己家。

客户心里在想什么？他们有着怎样的需求？他们对你的产品及你个人有哪些看法，这些都是我在xx年作为销售人员所需要考虑的问题，不仅要在沟通之前对客户的这些心理进行分析，而且在每一次沟通结束之后我也尽量对这些问题展开后续分析，我觉得只有这样才能在接下来的沟通活动中更准确地把握客户的内心需求，从而达到令双方都满意的沟通效果。在每一次与客户进行沟通之后，我觉得自己进行各方面审查的目的就是为了能在今后的沟通过程中取长补短，继续发挥自己的优势，不断使自己的销售技能得到改善。对此，我深有感触，比如，在销售过程中，我觉得把我客户心理动态是决定销售质量的一个至关重要的因素，销售工作实际上也是要特别讲究技巧的一门学问，一下就我在销售过程中遇到的一种销售情况作为一个例子展开说明：

某日，销售处。

客户：\"这个户型的十楼的一平方多少钱呀？\"

我：\"这个户型现在是元一平方。\"

客户：\"太贵了！能不能便宜一点？\"

我：\"没办法的，这个户型你看它的朝向以及所处整个楼盘的位置，就知道这个价格绝对是物超所值，而且，再加上现在是节日，这已经是最优惠的实在价格了，不能便宜了。\"

客户：\"那我还是再看看吧。\"

我觉得这样回答是错误的。在遇到客户直接问价格的时候，第一反应应该是确认客户了解这个产品之后才可以谈价格、直接问价的就是价格导向的客户在回答价格以后，客户必然的逻辑回答就是太贵了。这样，销售人员没有任何解释的空间，客户也不给销售人员机会来解释产品的技术或独到的领先之处。根据我的工作经验，我觉得应该回答如下：

我：\"您真是好眼力，您看中这个户型是独一无二的，而且这套房子在整个楼盘中的位置可以说是最好的，不过，价格可不便宜，挺贵的！\"

此时，要暂停，将沉默留给客户。客户会急于要追问\"到底多少钱呀？\"

我：\"要不说您眼力好呢，这个户型，xx元一平。\"

此时，客户的回答一定是这样的两种。

a客户：\"是不便宜。那么为什么这么贵呢？\"

b客户：\"您这xx元就叫贵了？真是开玩笑，这不算贵。\"

对于第二种，我已经赢得了这个客户，而对于第一种的回答正好给我一个解释产品性能的机会，顺理成章。

稍微总结一下要点，我发现：客户直接问价后的答复要知难而上，先说贵，等客户继续问贵是多少的时候，再回答具体的价格。

同时，在具体工作中，我必须检讨自己，我有时缺乏耐心，对于一些问题较多或说话比较冲的客户往往会针锋相对。其实，对于这种客户可能采用迂回、或以柔克刚的方式更加有效，所以，今后要收敛脾气，增加耐心，使客户感觉更加贴心，才会有更多信任。对客户关切不够。有一些客户，需要销售人员的时时关切，否则，他们有问题可能不会找你询问，而是自己去找别人打听或自己瞎琢磨，这样，我们就会对他的成交丧失主动权。所以，以后我要加强与客户的联络，时时关切，通过询问引出他们心中的问题，再委婉解决，这样不但可以掌握先机，操控全局，而且还可以增加与客户之间的感情，增加客带的机率。

在通过像这样一系列的总结之后，我就会了解到自己先前在沟通中的哪些表现不够好，哪些表现比较出色。了解这些是不断改进自己的基础，我相信只要我愿意不断改进不足，并且有着成功的必胜信念，那就一定会在今后的沟通活动中做得更好。

\"人生能有几回博，在今后的日子里，我们要化思想为行动，用自己的勤劳与智慧描绘未来的蓝图。\"\"新的一年，新的形式、新的要求、新的方案，全新的开始，全新的一年，全新的未来。xx年过去了，新的一年即将到来，我们决心在新的一年里再创新成绩，再上新台阶，为公司的发展、振兴做出更大贡献。

转眼一年又过去了，对于本人来说，又积累了一年的经验。在这短暂的一年中，由于领导，各位同事以及其他部门的协助，圆满地完成了自己的本职工作，使本人在组织协调能力等方面有了更深层次的认识与提高。总结过去，展望未来，现将xx年工作简要总结如下：

综合营销部是在适应公司快速发展的过程中诞生的，它包含了之前的市场部、编辑部、推广部、车源采编等部门。综合营销部相对于线上业务和寄卖中心来说，是一个比较繁杂的部门。主要的工作包括：

(1)市场：市场的主要工作是地面的推广，是目前宣传最直接的部门;(2)编辑：主要是网站内容的更新，保证网站新闻的及时性;(3)推广：采用各种推广方式进行推广，常规性线上线下媒体、合作方活动联系筹备洽谈、关键词的统筹，网站数据的分析等等;(4)车源采编：主要是为业务部门提供车源信息，是一个基础而又重要的部分。

xx年网站的总ip为582793，平均每月48566，网站的主要关键词排名都是比较靠前的，但是有些重要的关键词排名还是比较靠后的;xx年12月份，已经完成了对新版网站的改版，功能性和体验性都有所提高，但是推广的力度还需加大;1万张车贴贴出去，但是也有少数投诉的，这说明我们工作不够完善。另外我们还采用了一些创新的方式：比如团购和自驾游。团购给我们带来了800多潜在客户，自驾游也活动了广泛的好评。但是我们的工作也有一定的问题，推广方式的局限性，文章的原创性，车源的可利用性都需要提高，同时工作效率、工作态度都需要改善，创新性思维有待提高。

中央电视台有一句名言：相信品牌的力量。的确，品牌是一种力量，正如中央电视台对这句话的诠释：品牌的力量，让我们前行，让我们起飞，让我们辉煌，成就我们的梦想。明年还要继续加大对品牌的推广，在继续推广品牌的同时，综合营销部在新的一年里，还将有重大的改变和调整：(1)推广将向拓展思路，抓住用户，灵活运用客户资源推广品牌方向转变;(2)如何实现实现自驾游客户和线上资源客户的相互转换;(3)如何对现有资源和媒介资源的整合，实现资源的相互共享相互利用;(4)财富徽商俱乐部车友会要进一步发展壮大，要将这个车友会打造成一个让车友有成就感和归属感的车友会。

回首xx，展望xx

在恪守以往取得的成绩和好的工作方法外，争取在xx年能改善去年的不足，使工作再上一个新的台阶。不管如何，我们的工作都离不开领导的悉心关怀和指导及各位同仁的大力支持和配合。对过去取得的成绩，将不骄不躁，脚踏实地一步一个脚印走下去，对过去的不足，将不懈的努力争取做到最好。我们将会用行动来证明我们的努力，我们更加清楚获取不是靠辉煌的方式，而是靠不断的努力。xx年，是全新的一年，也是自我挑战的一年，我们将努力改正过去一年工作中的不足，把新一年的工作做得更好。为了公司的发展壮大，让我们携手合作，创造出辉煌的明天!

**营销的年终总结篇八**

刚到公司时，我是做小区渠道开发的，虽然这是一个需要跑腿求人的苦差事，但比起客户开发来，还是相对容易些，算起来我一共开发了三个社区网点，遗憾的是这些网点没能给公司带来预期效益，说句心里话，我个人认为这些网点本身不错，地利人和都有，只是天时不好。

随着公司发展的调整，下半年我在公司领导的建议下到梅园做社区客户开发，作为一个小小的负责人，一开始我还兴致勃勃，带着xx年的思维，认为和以前在银行一样，凭我的“专业素质和口才”几乎是马到成功。可小区第一周股评会的筹办就给了我蒙头一棒，我们在小区菜市场门口摆摊发宣传材料，居然无人问津，傍晚下班人多我们守在小区入口发材料，路人一听是证券的，大部分都摇头摆手。那时我才开始明白——如今已经不再是xx.

随着大盘的一路下跌，工作越来越困难，信心一天天丧失，情绪一天天低落下去，有段时间在外面发材料，发现人们只要一听是证券，就像躲瘟疫一样，老股民们告诉我，现在他们谁也不信了，死套就死套了，干脆不动了，更不想了解了，免得闹心伤神。

个别新股民们直接惊讶“你们还在卖股票啊?听说都赔死了，你们还想再让别人赔啊?”简直其气死人。对于股市，大家心底第一念头就是排斥和否定。客户要么不给交流的机会，要么你说什么他都反对。

还记得xx年，我逢人就告诉他我是某某证券的，人家一听都很尊敬我，主动和我套近乎，聊过之后，都是别人主动给我联系方式，主动索要名片。那时的自己谈股论金，意气风发，俨然一副专家模样。对于自己的证券工作，有说不完的自信和自豪感，客户们都叫我为老师。

当如今，面对大盘，面对危机，面对大小非。作为一个需要开发客户的业务员，我不能直接告诉客户“大盘不行了，你赶紧空仓吧，等危机过后，大小非解决了再参与。”这样说只能吓跑客户。每次，我都只能说“现在是熊市，但也有机会，大盘跌幅很深了，估计快要反弹了吧，应该不会像以前那样跌了吧?”后来大盘的一路暴跌让我正是因为这样一句话失信于好多准客户。但我又能说什么呢?不说话人家认为你什么都不懂，说实话吓跑人，说瞎话失信于人，老是说糊涂话人家说你忽悠人。

在小区干了不少工作，但都不值一提了，因为没有带来业绩，所以没有什么总结的价值，我现在只能对客户说“手头宽裕就稍微做点，手头紧就暂时别参与了，今年大衰退，明年大萧条，谨慎操作，注意给自己“留好过冬的粮食”。

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