# 市场部年度工作总结及明年工作计划 市场部年度工作总结(汇总12篇)

来源：网络 作者：落梅无痕 更新时间：2024-05-25

*光阴的迅速，一眨眼就过去了，很快就要开展新的工作了，来为今后的学习制定一份计划。优秀的计划都具备一些什么特点呢？又该怎么写呢？以下是小编收集整理的工作计划书范文，仅供参考，希望能够帮助到大家。市场部年度工作总结及明年工作计划篇一xx年即将过...*

光阴的迅速，一眨眼就过去了，很快就要开展新的工作了，来为今后的学习制定一份计划。优秀的计划都具备一些什么特点呢？又该怎么写呢？以下是小编收集整理的工作计划书范文，仅供参考，希望能够帮助到大家。

**市场部年度工作总结及明年工作计划篇一**

xx年即将过去，取得了一点收获，临近年终，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xx年的市场开发工作做的更好。

xx市场部成立于20xx年xx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xx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x名，客户经理x名，网络推广x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xx月对xx商区、xx广场、xx国道、xx商区、步行街商区进行了逐户的陌生拜访。客户拜访数量xx余次，其中有需求的客户xx个。签约客户xx个。其中xx国道二次业务开发x个（片片鱼合同总额xx元、东门饭店合同额xx元），剩余x家为市场部业务开拓。xx月市场部业绩总额x元，x元，x元。

销售业绩方面并不理想。虽然存在x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，xx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：xx年x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xx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。

xx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。

**市场部年度工作总结及明年工作计划篇二**

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：

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、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。

(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。

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、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。

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。

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。

五、对学校发展建议

(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。

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

**市场部年度工作总结及明年工作计划篇三**

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。

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。

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。

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。

**市场部年度工作总结及明年工作计划篇四**

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，确定指标任务和工作重点，认清形势，坚定信心，锐意进取，狠抓落实，各项工作扎实推进，主要业务健康发展，完成了年初的既定目标。

截止12月份，(完成情况)

(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vip贵宾客户，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，扩大贷款范围，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，主动争取扩大贷款范围，带动对公储蓄业务和结算业务。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)客户维护活动形式多样化

以答谢客户为目的，结合不同客户的特征，采取不同的维护方法。比如，在代发工资方面，通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建议。

加强与客户之间的沟通与交流，主动巧妙地将各种有利的情报提供给客户，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意义的活动，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，为以后的工作奠定优良的基础，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，一是储蓄结构不合理，部分储蓄过于集中与大户，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，制约了信贷范围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。

(一)多渠道、多手段吸收储蓄

加大储蓄营销力度。进一步提高工作的主动性和主动性，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，减少客户转移储蓄的现象发生。

有针对地开展各类营销计划。结合本地市场情况，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储蓄和募集资金，争取城乡结合部集体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，选择最有利的营销方向，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，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，为储户提供标准化的服务;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，通过多种形式宣传我行的业务，提高我行的社会知名度。

**市场部年度工作总结及明年工作计划篇五**

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：

（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；（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。

（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。

**市场部年度工作总结及明年工作计划篇六**

20xx年上半年，市场部主要完成以下工作：

1、业务方面:制定公司的月度经营计划，并落实当月经营完成情

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

2、市场信息的收集：主要通过网络、媒体、客户反馈和公司内部

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

3、市场信息的作用：每月完成市场信息分析报告，由于信息的内

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

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

**市场部年度工作总结及明年工作计划篇七**

尊敬的公司领导：

市场部在公司领导的正确指挥、全面支持和关心下，主管副总的带领下，部室员工的共同努力下，各部门的全力配合下，本着一切为客户服务的宗旨，一切为生产一线服务的中心思想。部门员工从提高公司知名度和利益最大化出发，圆满完成20xx年2.8亿销售计划，在此我代表市场部全体员工，对一年的工作进行总结汇报。

1、销售总额情况

2、主营产品销售情况

3、各主营产品占总销售额的百分比

4、招投标情况

5、工程回款情况

以上数据结止为11月25日。

（一）招投标工作

公司98%以上的工程项目都需要参加投标，虽然公司的投标只是参与却不能拿到订单，但商务组员工对此也非常重视，无论从编排、制作、打印、装订到现场参与从来不出差错；只要是我公司生产的项目技术组员工根据图纸逐一对照设备厂报价，避免报错价格公司受到损失。

1、在年初商务组员工就将所能涉及到厂家资质进行整理，归类，以新换旧，以便随时应对不断变化的招投标工作。

2、参加国网及省电力公司投标，不管有没有中标机会，我们都认真对待，全心投入，不错过每一个细节，使其能达到最佳结果，并且每次都对投标报价进行对比分析，争取进入评标价范围内。为了赶时间且不耽误其他工作，全体员工都自觉主动加班，不计报酬，不埋怨。

3、为了配合销售部争取订单，参与伊敏煤矿投标四次，由于技术要求特殊，内容不清晰，图纸不熟悉技术员刘瑞宝想尽各种办法与对方进行技术交流，做技术方案、寻求合理报价细致认真，指导商务组制作标书，从各方面、各角度准备答疑资料。曾三次出差到伊敏煤矿参与投标现场，虽因价格等原因没有取得订单，但技术资料有预先准备，技术答疑得到了用户的认可与好评，这说明只要对工作有热心就能做好。

4、参加哈尔滨电业局的投标工作366次，共计制作标书近1170余本，哈局投标形式改变，前期积压了很多需要投标的工程集中在六七月份进行，这两个月平均每天有五六个项目参加投标，购买标书、编排制作装订标书、参与投标现场，出行不便，投标时间长，人员跑不开，有人不能公开露面等一系列问题摆在我们面前，为了不耽误工作给公司带来不良影响，我们每天下班前都会合理安排次日工作及行程，为了不延误下午的投标，市场部员工经常是不做完标书、不打完报价、不将标书封装好，中午就不去食堂吃饭，为了赶时间他们有几次都饿着肚子去投标。

5、为体现招投标工作的“公平、公证、公开”三公政策，瑞能招标公司将招标信息发布在《中国采购与招标网》上，这种方式需要提高公司信誉度，要求将公司三大证照及所涉及设备的检验报告进行公证，为保证公证书的真实可靠，商务内勤张旭搜集哈市市公证处及各区公证处，按家走访落实，进行多家对比，打报告争得领导同意，不断催促对方，在一周内就将公证书拿到了，省去了每次投标前的招标公司资质审核带来的人员和纸张的浪费。

（二）图纸复印、档案管理、公司文件学习、内部流程流转与接续工作：

所有下生产通知单的工程图纸都需复印存档并转入技术部做方案，由于公司复印机最大只能复印a3图，而很多工程图纸是a1、a0、a2大图纸，需要缩图拼接并复印2份，这样使复印图纸的工作量加大2-3倍，如此之大的工作量主要由商务内勤胡超羿负责，他细心认真从未出错，为工程正常流转起了良好开端。

生产通知单、工程联系单、发货通知单、出库单、销售合同、物资签收单、出厂资料交接单、合同回款资料等与工程项目相关资料的发放、存档都由商务组负责，他们都做到笔笔有终，事事可查。

（三）工程项目技术方案制定、合理安排供、产、运工作

1、完成2.9亿销售产值，工程项目技术方案的合理制定、供货的及时性、生产通知单下达及时准确性、设备运送及时到位各个环节缺一不可。要求从源头把关，没有中标意向、没有比价手续、没有供电设备厂的订货单坚决不下达生产通知单，避免给结算带来麻烦、给公司造成不必要损失。有技术变更时，一定与对方达成书面协议，避免设备验收时产生分歧。对此技术组员工每项工作都认真落实，从不怠慢，收集各项技术信息，全面准确地掌握工程进度，科学合理安排时间，保质保量完成工作任务，为保证公司生产良性循环、满足用户需求打下坚实基础。

2、由于生产系统人员流失大，元材料采购周期长，生产进度不能满足用户要求，各个工程的进度情况、元材料到厂情况、质检进度、仓储发货成了本部门技术组每天必做的工作。

3、质检部的出厂资料由于各种原因不能及时准备齐全，发放不及时，市场部主动承担与用户对接，接收质检部出厂资料，发放到各用户，由于出厂资料很多互感器卡及表卡，原件丢失不可补，大量的资料收发、登记也给商务内勤、结算员带来了不少工作量及压力，对此他们没有一人埋怨还是认真的做。

4、每个工程项目都落实到技术组个人，保证每个项目从生产通知单下达、技术方案沟通、生产环节的跟踪、成品发货、出厂后连排并柜、整改协调、现场追踪都有专人负责。

公司为了正规化、系统化管理，控制成本，增加erp系统，销售模块由市场部负责录入及管理，部门指派技术组关洪生负责，整体协调。他不但将本部门所负责的四个部份有序的搭接起来，第一个上线完成并能够正常运行，在此同时他不但能发现本部门模块的问题，还能发现其他部门模块存在的问题，及时与主导部门汇报解决，得到其他部门认可。

（五）工程项目回款及合同的履行工作

1、回款的及时性关系着公司生产经营正常运转，去年与设备厂签订合同时间长、手续繁琐、内部结转推托、不能按正常手续办理结款，只能走借款手续，拖欠发票给公司财务带来很大压力，对此我们吸取经验教训，要求技术员把住项目信息关，只要有投标结束，就转入结算员手中，结算员及时催促设备厂当月办理合同手续，今年基本按合同结款没有拖欠发票。

2、结算组根据工程发货进度积极办理回款事宜，总回款金额亿元，同比20xx年增长16%。结算组配员为2人，一年前后换四个人都因工作繁琐，经常在外面，而不能胜任，回款工作始终落在张静一个人身上，从准备各项回款手续、制作三家比价单、发具发票、申请运输服务费等无一笔差错；每月对账、做各种销售月报表从未耽误；同时还负责工厂厂房报竣工作，经常是哪有需要就到哪里。

（六）公司项目争取，应对不断变化的市场环境

今年国家大的型式变化，电业局的经营模式变化、竞争环境变化、人员组织结构变动频繁，致使我公司从台前转到了幕后，变成为供电设备厂服务，为了能够得到更多的市场信息和项目信息，我部门人员会千方百计，运用各种方法给领导提供可靠信息，争取到更多的工程。

（七）对销售部的支持服务工作

为了让销售部更快拿到订单，年初技术组就认真编制培训资料，销售人员到岗时，就开始组织技术培训。销售员下市场回来后与副总一起听取销售汇报，针对市场问题迅速反映，整理材料再次组织培训，并给予支持与指导。拿回技术图纸组织报价，技术方案合理细致认真。参与投标积极应对。

（八）公司管理制度、思想政治工作的学习

1、在销售额增长，业务繁忙时，我们从不忘管理制度和工作程序的重要性，每个月我们都会组织部门例会，认真学习管理制度，总结工作经验及不足，理顺部门间工作流程，制定下月工作目标，让我们的工作紧张而有序。

2、由于工作环境、人文环境、人员配置的变化，给工作带来了无形压力，为了稳定工作，抓员工的思想工作成了首要任务，做员工思想工作，稳定老员工，要他们学习其他专业知识，让老员工起带头作用，帮助新员工不断成熟，热爱本职工作，谁有困难大家帮，凝聚了团队精神。工作忙，但我们的思想稳定、工作程序不乱、工作计划有序。

3、公司倡导文明办公环境，人人有则，部门员工除每天例行打扫外，每周三、周五进行集中打扫。

4、积极挖掘员工潜在能力，创造能力，不断提高员工自身素质，加强处理问题解决问题的能力，为公司发展提供人力储备。

一年来的工作，虽然取得了很多成绩，也存在一些不足，主要表现在以下方面：

1、工作的计划性、协调性仍需加强，对市场的分析、预知性不够。

2、有创造性的工作思路还不是很多，个别工作做的还不够完善，这有待于在今后的工作中加以改进。

3、由于人员不足，对新市场开发预见力度不够，对销售部的培训及支持还有待提高。

4、对公司品牌、公司信誉、公司产品宣传不够。

5、外出时准备工作有时还不够到位，需加强他们的统筹管理能力。

6、对内沟通有时不畅通，需各部门对本部门员工工作给予支持和理解。

7、还要加强员工专业技术水平和思想道德素质两个方面的提升。

1、确保完成公司下达的年销售指标。

2、加强培训，提高本部门员工的技能素质、专业水平、道德水准、心理素质，做到有重点、有针对性，让市场部的每一位员工都成为懂技术、懂知识、会工作的专业性人才。

3、抓管理，抓制度，理顺工作程序，使机构设置、人员调配、市场开发与公司发展相适应。

4、加大回款力度，上半年完成以往公司陈欠工作，确保公司生产经营正常运行。

5、紧抓工程项目，技术方案准确，合理及时落实。

6、加强对销售部的培训，技术支持与服务工作，扶持销售部开拓市场，做好工程项目方案，做好成本核算、市场合理分析，多家对比，合理报价并准确。

7、做好公司产品、品牌、企业形象宣传工作。

8、从各方面抓市场信息、产品信息，为公司发展、领导决策提供有力依据。

市场部全体员工会继续努力，不断进步，接受新的任务与挑战，与公司同发展、共进步。

**市场部年度工作总结及明年工作计划篇八**

一年来，在公司领导的领导下，在各部门协同协作及共同努力下，市场部工作取得明显成效。现将一年来部门主要工作完成情况及所取得的成效汇报如下：

（一）20xx年课程迭代优化。完善设计8个班型。自7月起，历时2个多月，在满足现有学员学习的基础上，为进一步拓宽生源范围，重新定位并规划特色单品班型，直播冲刺、十一面授冲刺、重难点突破班、真题线索班、裸考过中级等产品。

（二）9大班型设计。10月下旬至今，通过前期用户画像与深层次需求分析，和市场竞品机构主体产品的.分析，初步规划设计9个预设班型，其中主推班型5个，包括协议班、优学班、vip班、定向班、飞鹰训练营。

（三）按照所需架构优化与设计。按照总部计划，对网校页面进行了初步架构搭建和设计，通过对产品与营销角度全面突出用户体验感观效果，分别设计首页、选课中心、学习中心、体验区、新闻中心、学习中心页面架构设计和布局小样，为总部提供参考依据与素材。

（一）市场调研。全年30+次竞品调研，不断优化产品内容与卖点。

（二）宣传物料。

（一）营销计划。

（二）物料支持。协作期间，策划落实校区招生海报、招生单页、项目看板、招生道具、随手礼等相关物料20余批次，约60余张海报，解决校区特定招生项目物料短缺、不及时等问题，一定程度上协助校区提高了工作效率和引流效果。

（三）改善环境。协助校区期间，9-10月间对校区开展内部环境与物料整改计划，对陈旧、过时的招生物料，坏损的电器设备分别进行了汇总，并提报相关改进方案，助推校区挖掘视觉感官效应，增强到访学员的体验感。

（四）活动策划。此间共举办各式活动6场，包括就业招聘会2场、校区直播、面授公开课3场、沙龙活动1场。

（五）宣传推广。11月-12月期间，与5家企业磋商资源置换和推广合作事项，并制定了初步推广合作计划，介于市场部工作重心调整，目前已暂停了该计划的落实。

（一）创新力不足

当下市场如火如荼，竞争激烈，各家竞品机构市场推广、招生引流方面奇招妙招层出不穷，但纵观市场全局，产品差异性并不大，多集中于一两个点进行放大重磅宣传。此方面，我们的创新性还比较欠缺，其一产品本身的专业创新性不够，更多还是跟着别人跑；其二，产品包装形式缺少独有特色。

（二）营销渠道拓展有待加强

市场部目前共计2人，部门整体运行良好，人员波动不大，仅3月离职1人，4月入职1人，工作积极性良好、氛围融洽。部门全年工作完成率约90%以上，全年绩效自评平均7-7.5分之间。

**市场部年度工作总结及明年工作计划篇九**

本人年工作总结如下：

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。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。

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。

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。

三、绩效考核方面

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。

四、存在的问题和困难

1、由于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。

**市场部年度工作总结及明年工作计划篇十**

xx年工作总结如下：

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。

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。

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。

**市场部年度工作总结及明年工作计划篇十一**

在繁忙的工作中不知不觉又迎来了新的一年，回顾这一年的工作历程，工作在公司各位领导的正确领导下和各位营销人员的共同努力下，取得了一定的成绩（虽然离公司领导指定的目标还相差很远）。一年的工作历程不仅见证了我个人的成长过程、也见证了公司的发展过程。

市场部是负责营销业务的职能部门，是公司提高声誉，树立良好形象的一个重要窗口。制定营销方案起到参谋和助手的作用，它对公司疏通营销渠道、开拓市场、提高经济效益起到了重要促进作用。做好用户的宣传和解释工作，对客户进行拜访，采取发放名片，电话拜访等多种形式宣传，让大家放心的用上清洁、方便、环保、节能的天然气能源。

已通气的区域、北山路北片牛奶厂xx北山粮站，油橄榄基地xx邮政超市；新开用户216户，收回旧户补交费142户，安装红外线烤火炉50余个，普遍反应良好。

1、详细记录好用户的资料，建立完善的用户档案。

2、树立市场观念。目前我们的用户群体尚有一定潜力可挖。今后，我们将采取灵活机智的营销策略，加大宣传力度，拓宽集团户渠道，提高整体效益。

3、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。

4、密切合作。主动协调与各部门做好配合工作，根据用户的要求，创造效益。

市场纵有千变万变，在充满挑战的20xx年，市场部勇于创新，迎难而上，勤勉工作，全身心投入公司的.经营发展中去。

**市场部年度工作总结及明年工作计划篇十二**

20xx年即将过去,取得了一点收获,临近年终,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17年的市场开发工作做的更好。

xx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0元),剩余8家为市场部业务开拓。12月市场部业绩总额20109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:17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。

17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。

3.建立新的销售模式与渠道。

市场部将秉承以陌生拜访为主、网络营销为辅的销售模式,做好完善的计划。同时开拓新的销售渠道。根据公司下达的销售任务,把任务根据具体情况分解到各个客户经理身上,再分解到每月,每周,每日;并在完成销售任务的基础上提高销售业绩。我们将带领销售部全体人员竭尽全力完成目标。

4.顾全大局服从公司战略。

公司17年的发展是与整个公司的员工综合素质、公司的战略方针、和个人的努力是分不开的。提高执行力的标准,建立一支“亮剑”的销售团队与一个好的工作习惯是我们工作的关键。我们市场部在20xx年有信心,有决心为公司再创新的辉煌!

市场部20xx年度业绩目标200万

1.燕郊区域

年度:销售任务90万

季度:第一季度(1.1-3.30月)销售任务10万

月度:1月3万2月3万3月6万

季度:第二季度(4.1-6.30月)销售任务30

月度:4月10万5月10万6月10万

北京xx国际有限公司

2.通州区域

年度:销售任务110万

季度:第一季度销售任务10万

季度:第二季度销售任务40万

季度:第三季度销售任务40万

季度:第四季度销售任务20万

以上就是我这一年工作的一个回顾和总结，有成绩也有教训，而只有不断的反思才能使这些成绩和教训转化为有益的工作和人生经验。而在接下来的工作中，只有一如既往的坚持好的(，义无反顾的摒弃不好的，我才能在这么好的一个历练平台上更快的成长起来，才能使自己的人生更加的多姿多彩!

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