# 最新营销工作总结与计划PPT 营销公司工作总结与计划(实用13篇)

来源：网络 作者：夜色温柔 更新时间：2024-12-02

*制定计划前，要分析研究工作现状，充分了解下一步工作是在什么基础上进行的，是依据什么来制定这个计划的。因此，我们应该充分认识到计划的作用，并在日常生活中加以应用。下面是小编整理的个人今后的计划范文，欢迎阅读分享，希望对大家有所帮助。营销工作总...*

制定计划前，要分析研究工作现状，充分了解下一步工作是在什么基础上进行的，是依据什么来制定这个计划的。因此，我们应该充分认识到计划的作用，并在日常生活中加以应用。下面是小编整理的个人今后的计划范文，欢迎阅读分享，希望对大家有所帮助。

**营销工作总结与计划PPT篇一**

光阴似箭，岁月如梭。伴随着新年钟声的临近，我们依依惜别了紧张，忙碌的xx年，满怀热情和期待的迎来了光明灿烂，充满希望和激情的xx年。

一转眼，来到xx安全门分公司也快半年了，回顾这一年来的工作，心里颇有几分感触，在过去的这5个多月来，首先我要提到x总和欧经理，首先感谢曾总给予我们这样一个发展的平台和用心培养;感谢欧经理给予工作上的鼓励和督促，在二位领导的引领下，我们这个团队学到了很多业务谈判知识和商谈技巧，并顺利的为下一步公司业务发展迈出了第一步。

其次感谢这个业务团队，感谢同事们在工作上相互鼓励和配合，他们所有人都有值得我学习的地方，我从他们身上学到不少知识，让自己更加成熟。5个月里不断与公司业务模式进行磨合，我为自己能成为xx公司的一名销售人员深感荣幸和自豪。我也更加认识到了，一个销售人员的知识面，社交能力和商务谈判技巧决定了销售人员的销售能力。

这半年以来，我先后到过河南、贵州两个省出差。不同的区域、不同的销售情况，经过这两个省的差旅工作、我发现xx安全门的市场不太乐观，尤其是近段时间、就好比贵州，5月份之前的销售额都是排名第一的，而后、10月份的销售额还不到1万，这是多么大的差别啊、作为一个区域经理、我的责任很大。但相对于其他省、贵州还是很有潜力的、xx的影响力大，之所以会出现这样销售额这么大差别、存在一些客观因素，其根本原因有以下几点：

1、质检方面，质量保证。

在我们业务员销售过程中，对经销商打保票，保证产品质量。把产品吹的天花乱坠，客户动心了，下几套样板。样板回去后、客户信心满满的打开包装，看到的却是门板凹凸不平、甚至油漆掉色等等，这样公司就只赚那几个样板的的利润，而没有回头单。就做死了一个客户，做死客户容易、开发客户难啊。

但毕竟这类问题还是比较少，公司这么大、客户这么多，质检抓质量方面，难免会有漏网之鱼，而这些漏网之鱼就\"咬\"死了业务员好不容易开发的一个客户，久而久之，小问题变成大问题。

我觉得质量和生产应该分成2个部门，而不是质检听生产厂长的。产品不合格，质检部门说不许出货就不许出货。2个部门互相牵扯，这些漏网之鱼会大大减少。

2、售后服务。

在外面出差以来，其他门公司客户反映相同的问题，就是经销商反映或反馈某某产品什么什么问题，却得不到满意的答复。经销商肯定是碰到了自己解决不定的事情才会为得不到好的解决而愁眉苦脸的。离公司这么远，公司的人电话里跟经销商解决问题又解决不了的话，只能把门给退回来，而退回厂家，经销商又嫌麻烦，而且经销商给客户的交货期又不能按时。这样经销商就对我们xx有点心寒。

我觉得公司售后服务这一块应该重视起来，有时候经销商个人解决不了的时候，公司可以出钱给他维修，或者在货款不超过长期定金时可以先给客户发门，不影响经销商装门的日期，总之，舍小家为大家，以大局为重。把售后服务做到位。

3、新颖的产品。

公司要发展，就要有创新。目前公司产品的定位，以及针对的市场，是国内中高档市场。在许多建材市场里的中高档产品，其中不乏大品牌，高质量、另类的产品，也就是说xx安全门在中高档市场的位置很尴尬，xx也是大品牌，可说实话在当地很多小品牌都很出名，门市场竞争激烈，我安全门的确有很多不如一些小厂家的门。

xx安全门公司成立也一年多了，各方面条件也成熟了，公司应大胆的创新，敢于挑战和研究更高更深的技术。开发市场上没有的产品，占领国内安全门的市场，乃至垄断。

企业要发展，就要有创新。xx公司在众位领导的带领下走到这一步已经很不容易，但创新是永无止境的，下面本人不才，为公司提几点意见、希望能对公司有点帮助。

1、出台一套系统的业务管理制度和办法

首先、出台\"管人\"的《营销部业务人员考核办法》，对业务人员的工作重点和对象作出明确的规范;对每一项具体的工作内容也作出具体的要求。

其次、出台\"管事\"的《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地对出差、开发客户、下单、优惠、市场规划业务开展的基本思路作出细化，做到\"事事有要求，事事有标准\"。

第三，形成\"总结问题，提高自己\"的日、周两会机制。每天早晚到部门集中简单分布工作，每周六下午召开例会，及时找出工作中存在的问题，并调整销售策略，尊重业务人员的意见，以市场需求为导向，大大提高工作效率。

2、确保一系列品种在重点客户的区域的占有率

目前，销售部所畅销的市场有广西、江西、湖南、贵州等。我们因按照其客户带来的利润和对公司的忠诚度，制定相应的销售政策;如促销、返利等。而公司生产部也应做好大量库存，确保经销商能随时买到公司产品，而杜绝因时间拖延影响客户的交货期所造成的损失。

3、产品要有创新、思路跟着市场走。

公司应根据市场的情况来规划产品，企业只有不断的创新、才有不断的销路，xx钢木门做到了钢木门行业领先品牌，钢木门发展的时候、市场上门业少，而且在不断的创新下、走到今天这一步。我们安全门也应该大胆的去创新。不是我们跟着市场的步伐走，而是市场跟着我们的产品走。

新的一年快到了，在两位领导的带领下、我对明年的工作从以下几个方面开展。

一、产品知识方面：要加强熟悉安全门的生产工艺和材料特点，规格型号(包括钢板和产品等)，生产周期，付货时间，了解安全门的安装方法，保养及维修知识;了解本行业竞争产品的有关情况。

二、客户需求方面：了解安全门经销商(包括潜在客户)消费心理、消费层次、及对生产产品的基本要求。

三、

市场知识方面：了解安全门市场的动向和变化，经销商的销售情况，进行不同区域的市场分析。

四、专业知识方面：进一步了解安全门有关的其他方面的工艺技术知识，方便能更好的和不同的客户达成共识和业务范畴的交流。了解不同安全门厂家在新的一年里的设计思维，以便跟着市场创新的步伐走。

公司营销工作总结范文二

xx年在不经意间已从身边滑过，回首这一年，步步脚印!我于xx年xx月份进入xx 公司，在职期间，我非常感谢公司领导及各位同事的支持与帮助。在公司领导和各位同事的支持与帮助下，我很快融入了我们这个集体当中，成为这大家庭的一员，在工作模式和工作方式上有了重大的突破和改变，在任职期间，我严格要求自己，做好自己的本职工作。现将xx年的工作总结如下。

一、内勤日常工作

作为xx 公司的销售内勤，我深知岗位的重要性，也能增强我个人的交际能力。销售部内勤是一个承上启下、沟通内外、协调左右、联系八方的重要枢纽。工作主要从以下几个方面开展：

1、日常业务衔接、客户服务、处理客户抱怨、客户咨询电话的接听及电话记录。

2、对客户进行销售政策的传达及业务信函的发送。

3、销售会议的安排、记录及跟踪结果。

4、做好本部门的档案管理工作，建立客户信息档案(涉及用户基本情况，使用 品种、数量、价位、结算方式)。

5、各种促销活动情况了解，统计费用报销等协助办理。

6、建立销售分类台帐(反映出销售收入价格、运杂费、货款回收额度、应收货 款额度)。

7、建立销售费用台帐(反映出部门内部费用及每个业务人员的费用、差旅费、运杂费、包干或定额包干费用的提取数额)。

8、各种报表的统计、汇总、报告的打印转发。

9、销售经理差旅费的初审与上报签批。

10、对所经手的各类涉及我厂商业秘密的销售资料、数据应妥善保管，不得丢失 或向外泄密。

11、同类产品竞争品牌资料的分析与建档，销售相关宣传资料的领用、登记、分发。

12、各月份客户回款额排查、跟踪、跟进。

二、存在的缺点及计划

对于太阳能市场了解的还不够深入，对产品的技术问题掌握的过度薄弱，不能十分清晰的向客户解释，对于一些大的问题不能快速拿出一个很好的解决问题的方法。在与客户的沟通过程中，过分的依赖和相信客户，以至于引起一连串的不良反应。本职的工作做得不好，指导力度不够，影响市场部的销售业绩。xx 年的到来，在做好本职工作的基础之上，对上述存在的问题，我个人也要尽自己所能，多掌握一些技术上面的知识，尽量做到应对自如，从容得体。不断增强自己的辨别能力，在更好的与客户沟通的基础之上，能的为公司利益着想。

三、部门组织上面的一些小建议

在明年的工作规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，而相对稳定的销售团队。

人才是企业最宝贵的资源，一切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，合作精神的销售团队是企业的根本。在明年的工作中建立一个和谐，具有杀伤力的团队作为一项主要的工作来抓。

2、完善销售制度，建立一套明确系统的业务管理办法。

销售管理是企业的老大难问题，销售人员出差，见客户处于放任自流的状态。完善销售管理制度的目的是让销售人员在工作中发挥主观能动性，对工作有高度的责任心，提高销售人员的主人翁意识。

3、培养销售人员发现问题，总结问题，不断自我提高的习惯。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。

4、销售目标

今年的销售目标最基本的是做到月月有进帐的单子。根据公司下达的销售任务，把任务根据具体情况分解到每月、每周、每日。以每月、每周、每日的销售目标分解到各个销售人员身上，完成各个时间段的销售任务;并在完成销售任 务的基础上提高销售业绩。

我认为公司明年的发展是与整个公司的员工综合素质，公司的指导方针，团队的建设是分不开的。提高执行力的标准，建立一个良好的销售团队和有一个好的工作模式与工作环境是工作的关键。

四、总结

20xx年即将过去，在这一年的时间中销售部通过努力的工作，也取得了一点收获，临近年终，对销售部的工作做一下总结。目的在于吸取教训，提高销量，以至于把工作做的更好，以至于有信心也有决心把明年的工作做的更好。下面我对一年来的工作进行简要的总结。

在20xx年当中，坚决贯彻xx厂家的政策。学习、制定销售各环节话术，公司产品的核心竞争优势，和市场部共同策划宣传公司的形象、品牌的形象，在各媒体广告里如;广播电台、报刊杂志、等，使我们公司的知名度在太原市场上渐渐被客户所认识。部门全体员工累计发短信三万余条，团队建设方面;制定了详细的销售人员考核标准、销售部运行制度、工作流程、团队文化等。这是我认为我们做的比较好的方面，但在其他方面工作中我们做的还有很大的差距。

从销量上看，我们的工作做的是不好的，销售业绩的确很不理想。

客观上的一些因素虽然存在，在工作中其他的一些做法也有很大的问题，目前发现销售部有待解决有主要问题有以下几点：

1.销售人员工作的积极性不高，缺乏主动性，懒散，也就是常说的要性不强。

2.对客户关系维护很差。

销售顾问最基本的客户留资率、基盘客户、回访量太少。一个月的时间里，总共八个销售顾问一天拜访的客户量20余个，手中的意向客户平均只有七八个。从数字上看销售顾问的基盘客户是非常少的，每次搞活动邀约客户、很不理想。导致有些活动无法进行。

3.沟通不够深入。

销售人员在与客户沟通的过程中，不能把我们公司产品的情况十分清晰的传达给客户，了解客户的真正想法和意图;对客户提出的一些问题和要求不能做出迅速的反应和正确的处理。在和客户沟通时不知道客户对我们的产品有几分了解或接受到什么程度，在被拒绝之后没有二次追踪是一个致命的失误。

4.工作没有一个明确的目标和详细的计划。

销售人员没有养成一个工作总结和计划的习惯，销售工作处于放任自流的状态，工作时间没有合理的分配，工作局面混乱等各种不良的后果。

5.销售人员的素质形象、业务知识不高。

个别业务员的自身素质低下、顽固不化恶习很多、工作责任心和工作计划性不强，业务能力和形象、素质还有待提高。(长久下去会影响公司的形象、和声誉)

一.市场分析

市场是良好的，形势是严峻的。通过今年自主品牌汽车的销量下滑，厂家一定会调整应对的策略。明年是大有作为的一年，我们一定要内强素质，外塑形象。用铁的纪律，打造铁的团队，打一场漂亮的伏击战。假如在明年一年内没有把销售做好，我们很可能会失去这个发展的机会。

二.20xx年工作计划

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。只有通过高素质高效率的销售人员不但能提高车的销量，而且能把保险、上户、装潢等附加值上一个新的台阶。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)完善销售制度，建立一套明确系统的管理办法。

销售管理是企业的老大难问题，销售人员的出勤、见客户时处于放任自流的状态。完善销售管理制度的目的是让销售人员在工作中发挥主观能动性，对工作有高度的责任心，提高销售人员的主人翁意识。强化销售人员的执行力，从而提高工作效率。

3)提高人员的素质、业务能力。

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。

4)建立新的销售模式与渠道。

把握好制定好 保险 与 装潢 的销售模式，做好完善的计划。同时开拓新的销售渠道，利用好公司现有资源做好店内销售与电话销售、邀约销售、车展销售等之间的配合。

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销售顾问身上，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。

5)顾全大局 服从公司战略。

今后，在做出每一项决定前，应先更多的考虑公司领导的看法和决策，遵守领导对各项业务的处理决断。工作中出现分歧时，要静下心来互相协商解决，只要能经常总结经验教训、发挥特长、改正缺点，自觉把自己置于公司和客户的监督之下，勤奋工作，以身作则。我相信，就一定能有一个更高、更新的发展，我认为公司明年的发展是与整个公司的员工综合素质、公司的战略方针、厂家的政策扶持、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。我们销售部在20xx年有信心，有决心为公司再创新的辉煌!

**营销工作总结与计划PPT篇二**

20xx年上半年，酒店营销部在全体员工共同努力，大家心往一处想，劲往一处使，积极拓展业务，宣传走访，公关营销闯出了一方新天地，酒店生意越做越红火，各项经济指标均超同期，实现时间过半，任务过半，为圆满完成全年营销目标打下坚实的基础。现将上半年工作情况作如下总结：

首先在经营收入方面：

上半年共完成营收元,其中客房完成营收元，占计划的%，平均出租率%，平均房价元；另外，餐饮完成营收收入元，占计划的%;5月份客房任务超额完成，与去年同期相比，有所提高；但是较四月份的营收下降幅度也是比较大的；另外，在5月份餐饮收入也超额完成计划目标，主要是体现在宴会包桌收入的提高方面，占据了当月餐饮营收的很大比例；从以上经营收入汇总来年，与去年相比，今年同期都有所提高，尤其是客房收入方面，虽然较去年相比提高不大，但是在客源结构方面，散客所占的比重得到了很大的提高，也是符合酒店的市场定位的；另外，餐饮方面，此月份在营收方面虽然超额完成任务，但是在内部客源方面散客消费是呈下降趋势的，如何提高此类客源的消费应是下期工作的重点。

一、建立酒店营销公关通讯联络网

今年重点工作之一建立完善的客户档案，对宾客按签单重点客户，会议接待客户，有发展潜力的客户等进行分类建档，详细记录客户的所在单位，联系人姓名，地址，全年消费金额及给该单位的折扣等，建立与保持同政府机关团体，各企事业单位，商人知名人士，企业家等重要客户的业务联系，为了巩固老客户和发展新客户，除了日常定期和不定期对客户进行销售访问外，在年终岁末或重大节假日及客户的生日，通过电话、发送信息等平台为客户送去我们的祝福。今年计划在适当时期召开1-2次大型客户答谢联络会，以加强与客户的感情交流，听取客户意见。

二、开拓创新，建立灵活的激励营销机制。开拓市场，争取客源今年营销部将配合酒店整体新的营销体制，重新制订完善2024年市场营销部销售任务计划及业绩考核管理实施细则，提高营销代表的工资待遇，激发、调动营销人员的积极性。营销代表实行工作日记志，每工作日必须完成拜访两户新客户，三户老客户，四个联络电话的二、三、四工作步骤，以月度营销任务完成情况及工作日记志综合考核营销代表。督促营销代表，通过各种方式争取团体和散客客户，稳定老客户，发展新客户，并在拜访中及时了解收集宾客意见及建议，反馈给有关部门及总经理室。强调团队精神，将部门经理及营销代表的工薪发放与整个部门总任务相结合，强调互相合作，互相帮助，营造一个和谐、积极的工作团体。

三、热情接待，服务周到

接待团体、会议、vip客户，要做到全程跟踪服务，“全天侯”服务，注意服务形象和仪表，热情周到，针对各类宾客进行特殊和有针对性服务，最大限度满足宾客的精神和物质需求。制作会务活动调查表，向客户征求意见，了解客户的需求，及时调整营销方案。

决策和灵活的推销方案。

五、密切合作，主动协调与酒店其他部门接好业务结合工作，密切配合，根据宾客的需求，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。加强与有关宣传新闻媒介等单位的关系，充分利多种广告形式推荐酒店，宣传酒店，努力提高酒店知名度，争取这些公众单位对酒店工作的支持和合作。

20xx年，营销部将在酒店领导的正确领导下，努力完成全年销售任务，开拓创新，团结拼搏，创造营销部的新形象、新境界。

将本文的word文档下载到电脑，方便收藏和打印

推荐度：

点击下载文档

搜索文档

**营销工作总结与计划PPT篇三**

一、营销部主要完成工作

1、接待方面

a、客户开发：在第二季度营销部新开发个人和商务公司协议客户20个，与8个协议到期客户续签了协议。新签订2家网络订房协议(网络订房这一块，主要的客源还是来自三大巨头即携程、艺龙、12580网。2024年4至6月份，酒店通过订房网预订入住的各类房间总数为 间)。

b、客户的维护：首先将原有的客户资料进行分类存档，对处于休眠状态的 协议客户一一进行电话拜访。通过拜访了解到顾客不来消费的原因大概有以下几个方面的原因一是由于公司办公地点搬迁于是就近选择合作的酒店、二是公司更换了负责外联的负责人、三是部分客户因酒店饭菜口味质量二暂时放弃、四是只为某一次合作的优惠价格而临时签订协议，之后并无继续合作的机会。

3、旅游市场的整体开发

一直以来，酒店与旅行社几乎不存在合作，今年营销部在这一方面可谓取得重大突破。四月份开始酒店陆续开始与山西商务国旅、壶口之旅、临汾国旅。截止6月30日，酒店共接待旅行社用房383.5间(旅行社一直实行的16免1，全陪半价，所以旅行社实际使用酒店客房400间左右)，共计为酒店客房带来的收入为57929元(平均房价约为145元/间)

除旅行社外，2024年营销部与普通商务公司间的合作也取得了一定的成绩。四月份起，陆续接待了诸如阳光人寿、采煤技术研讨、萧氏宗亲会、中公教育、舍得酒业等先后19批次的团队，共计使用酒店客房1034间。实现房费收入206655元(平均房价为199元/间)

二、营销部在工作中存在的不足

1、在把握市场动向，应对市场变化方面的能力有所欠缺

营销部是负责对外处理公共关系和销售业务的职能部门，是酒店提高声誉，树立良好形象的一个重要窗口。它对经营决策，制定营销方案起到参谋和助手的作用。然而由于不善于扑捉市场动向，加之获取信息的渠道单一或者是对市场信息的关注度不够，所以在应对整个旅游市场的变化方面显得比较生涩。最突出的例子是失去2024年长沙市政府采购会议定点单位的资格。主要就是由于没有关注到相关信息的发布而直接错失投标的机会。在此，我们要作深刻的检讨。另一个方面的不足表现在无法根据目标市场、季节的变化制定出相应的营销策略。

**营销工作总结与计划PPT篇四**

即将过去，在这短短两个月的工作中，在公司领导的关照与同事们的帮助下，也有了一点收获;是我职场人生的一个转折点，临近年终，有必要对自己的工作做一下总结。吸取经验、提高自己，有信心也有决心把明年的工作做的更好。我于10月20日进入天一公司这个大家庭，在没有加入天一公司工作前，我是没有led产品销售经验的，仅凭对销售工作的热情，而缺乏led行业销售经验和行业知识。为了迅速融入到这个行业中来，到公司之后，一切从零开始，一边学习产品知识，一边摸索市场，遇到销售与产品方面的难点和问题，便请教蒋总和张经理以及其他经验丰富的同事，以期快速掌握产品及销售方面的知识与技巧。通过不断的学习产品知识，吸收学习行业的信息和市场经验，逐渐对led市场有了一个初步的认识和了解。自身还存在的缺点：

对于led市场了解的还是不够深入，对产品的各项参数掌握的还没能烂熟于心，不能十分清晰的向客户解释，对于一些大的问题不能快速拿出一个很好的解决问题的方法。在与客户的沟通过程中，专业知识十分匮乏，不能及时地给客户专业指导与帮助。这些大大影响了销售工作的质量与效率。

这两个月的销售工作总体上是不满意的，可以说是销售工作做的十分自我失望。led产品价格混乱，这对于开展市场造成很大的压力。客观上的一些因素虽然存在，但工作中自身其他的一些做法也有很大的问题，主要表现在销售工作最基本的客户访问量太少。13年11月初开始进行市场销售走访工作，两个月的时间，总计出差约20多天，走访3个区域市场，拜访约80个客户数，但有效(潜在)客户只有10个左右。从上面的数字上看，无论从出差天数还是基本的访问客户工作都没有做的很好。另外，在与客户沟通的过程中，不能把我们公司产品的情况十分清晰的传达给客户，了解客户的真正想法和意图;对客户提出的某些建议和疑问不能做出迅速的反应。在传达产品信息时不能很清楚地知道客户对我们的产品有多少了解和接受的程度。在今后的工作中一定加强学习并多请教领导和同事。

二、市场分析

现在led灯具市场品牌很多，市场混乱且杂，根据led未来发展趋势并结合公司目前发展现状，市场的开拓主要还是要依靠经销商的推广与项目工程商的使用。现在我们公司的产品从产品质量定位上属于中上等的产品。在价格上也是卖得偏高的价位，在销售产品过程中，牵涉问题最多的就是产品的价格。目前就有几个因为价格而犹豫不决的潜在客户。面对市政工程的客户，价格也许不是特别重要的问题，但面对采购数量比较多但又零散时，客户对产品的价位还是非常敏感的。在灯具零售及批发市场，我们公司进入的比较晚，产品的知名度与价格都没有什么优势，开拓市场压力很大，所以期待公司尽快定位产品、市场，以明确的方向开拓销售渠道。

led未来市场是良好的，但目前形势是严峻的。在技术发展飞快地今天以及国家对led产业未来发展的规划，现阶段是关键时刻，假如不能在最短时间内把市场做好，没有抓住这个机遇，很可能失去一些机会，再次进入市场将会是艰难的。以上是我的一些不成熟的建议和看法，如有不妥之处敬请谅解。

三、工作计划

20的工作规划(重点销售工作规化)

3：目标区域市场定位与规划，及时掌握区域市场内的行业状况、产品架构等，反馈信息给公司领导做决策，正确布局区域内产品销售市场。(目前定位合肥、徐州、连云港三点主要目标市场，而后以点扩面，带动并辐射周边区域市场)

4：与客户发展良好的友谊，处处为客户着想，把客户做成自己的挚友，加深思想和情感上的交流。不能有恶意隐瞒和欺骗，答应客户的承诺要及时兑现，讲诚信不仅是经商之本，也是为人之本。

5：不断学习并加强行业知识，为客户带来实用的资讯，以便更好地为客户服务;并多结识与led行业相关的各行业的优秀产品提供商，以备工程商及经销商需要时能及时作好项目配合与帮助，培养及增强客户忠诚度与依赖度。

四、近期项目

1：徐州奥彩照明工程公司(户外亮化为主)

桥洞照明(隧道灯)项目跟踪，效果图已经提交，等待客户审核确认;

2：徐州汉晶科技照明中心(户外亮化工程及led产品零售、批发)

楼体亮化项目：洗墙灯等共16栋楼体需要亮化，由于在我们没有进入前，客户已经订好了春节前的产品合同，但争取客户后期订单采用我们的产品，以达到初期合作目的。(客户计划春节前后来我司访问考察)

3：连云港梦想亮化工程有限公司(户外亮化照明工程类企业)

户外亮化照明及产品展厅，该客户在连云港地区亮化工程项目上还是比较有规模和实力的，经过拜访与多次沟通，原则上有合作意向，对于亮化项目及产品展厅再行详细商谈沟通。(客户计划春节后来我司进行考察)

4：徐州布嘉泽广告有限公司(户外广告及亮化为主)

护栏管及投光灯等户外亮化产品，反应价格偏高(客户要求使用低档低价产品)。及时跟踪沟通，期待寻找其他合作空间。

有压力才有动力，有目标才有方向。作为销售人员要有长远的目标，清晰的思路，明确的方向，在未来的工作中，不管遇到任何挫折与阻碍，都要以乐观、积极地心态去面对和解决。

在今后的销售工作中，将以专业的思想意识、专业的态度、专业的技能、专业的行为习惯，将自己的工作能力和公司的实际环境相互融合，扎实进取，努力工作，为公司和自己都取得好的成绩，实现双赢。

销售，年终总结怎么写?

又是一年春草梦，不觉又闻鼓角声。随着“硝烟弥漫”的元旦和春节的临近，销售人员又该紧锣密鼓地忙活起来了。

岁末年终，对于销售人员来讲，是一个承上启下的“关口”。在这个“节骨眼”上，销售人员不仅要赶在春节前想方设法去冲销量，以平衡淡季带来的“亏缺”，或争取在年底打一场漂亮的“翻身仗”，而且，销售人员还必须要考虑另外一个至关重要的事情，那就是要做年终收尾工作的销售总结。

年终总结的撰写很重要，它能为你一年的销售工作划上一个或完整或完美的句号，同时，还能帮你展望未来，让企业和领导由此看到你所负责销售区域的巨大潜力与广阔前景，从而能够给你更多的指导或更大力度的支持。

那么，如何来撰写年终总结，以更好地回顾过去，提升自己呢?

销售总结的内容，应该包括如下块面：

第一、年度销售任务总体完成情况：此部分要列出本年度公司下达的销售任务、实际销量、达成率、上年度同期销量、同比增长率等等。

这部分最能够直观地看出自己一年的销售状况，体现了自己一年的辛勤成果，因此，需要浓墨重彩地予以重点描述。

当然，我们也可以更细一些，将各个市场的销售达成状况，做一横向比较分析，也可以按照20:80法则，对市场进行分类管理，方便我们找到下一年度的销售增长点及需要重点扶持、提升或优化整合的市场。

这一模块，主要是做一个整体销售情况的展示或汇报，从宏观层面总结年度销售达成状况，并要“突出”在过去的一年里所取得的成绩和进步，它能够增强我们做市场的豪情和自信心。当然，也要找出自己存在的一些大面上的不足或失误，以督促自己在未来能够更好地去改正或完善。

第二、以营销4p为基础，总结分析影响销售目标达成的一些主客观因素1、产品：销售目标的达成与否，最直接的就是各产品在市场上的表现，我们可以先从各产品在市场上的反应、销售达成及产品结构，尤其是各产品与上一年度相比的增减状况，来分析达成的原因或未达成的原因。(附：年度分品种销量达成表)

如果企业推广的有新产品，我们也可以分析新品表现，尤其是对于竞品、经销商及市场增长带来的影响，包括新品是否具有差异化，卖点是否鲜明等。

2、价格：企业的产品价格在市场上有没有竞争力，产品的性价比是否高，都在一定程度上决定着区域市场的成败。我们可以从产品价格制定策略，比如低定价的渗透策略，高定价的撇脂策略，价格跟随策略等的作用，以及价格梯次设计的合理性，渠道及顾客对于本品及竞品价格政策的接受程度等等，以此来检核价格的表现力。

以下是主销产品及对标竞品价格体系分析表，通过此表格，再结合swot分析法，可以得出我们的价格优势、劣势，存在的机会和面临的威胁，进而找到目标达成与否的价格层面的原因。

3、渠道：渠道是产品销售的“跳板”，渠道的结构、质量及精细化操作的程度，决定了产品能否快速到达消费者，并实现“从商品到货币这惊险的一跳”。

首先，我们要总结分析渠道结构对销售的影响。

渠道结构包括：

渠道的长度：指渠道环节的多少，比如零层渠道(直销)、一层渠道、二层渠道等;我们要检核是否根据不同的区域，采取了不同的渠道长度。比如，成熟市场我们可以采取短渠道，非成熟尤其是地广人稀的区域，要采取长渠道。

渠道宽度：指合作渠道的数量：独家分销、选择分销、密集分销。新市场可以采取独家分销，快速成长的市场要采取选择分销，根据地市场可以采取密集分销，我们是这样做的吗?渠道广度：是指渠道类型多寡：一种渠道还是多种渠道?可以分析一下，在市场上，是否将所有能够销售产品的渠道，都给开发出来了?渠道存在不存在较为单一的情况?渠道深度：是指对渠道操作的精细度：包括深度协销、深度分销等。深度协销，是以经销商为主导，厂家协助;深度分销，是以厂家为主导，经销商做配合。

3、渠道：渠道是产品销售的“跳板”，渠道的结构、质量及精细化操作的程度，决定了产品能否快速到达消费者，并实现“从商品到货币这惊险的一跳”。

首先，我们要总结分析渠道结构对销售的影响。

渠道结构包括：

渠道的长度：指渠道环节的多少，比如零层渠道(直销)、一层渠道、二层渠道等;我们要检核是否根据不同的区域，采取了不同的渠道长度。比如，成熟市场我们可以采取短渠道，非成熟尤其是地广人稀的区域，要采取长渠道。

分析当前渠道结构，我们要看它是否充分地结合了行业、企业、市场及客户状况，包括竞品采取了什么渠道模式，深度协销或分销这些渠道精细化方式对销售的影响。总结这些，其实主要是找出它们的利与弊，以与时俱进，扬长避短。

其次，我们从渠道商的选择方面，比如，渠道重心是否下移，渠道客户是否有强烈的合作意愿和经销激情，是否具有服务意识，是否具有大进大出的物流、库管能力，是否具有分销能力，是否对不合格的劣质客户进行了汰换、优化，有没有开发新的渠道客户，来总结分析渠道与市场的匹配度。

再次，从渠道商的管控上，我们可以分析公司有没有制定和强化市场游戏规则，增加“犯错”成本?是否严格管控市场秩序，尤其是价格秩序，是否快速妥善处理跨区窜货、乱价等恶性冲突等，分析总结销售人员对渠道的控制能力及其对销售产生的重大影响。

另外，我们也可以从渠道覆盖率状况来进行销售总结分析。产品再好，如果在渠道尤其是终端看不到，都只能是“养在深闺人未识”，要想实现最大化的销售，就一定要审视当前的渠道覆盖率状况。我们可以从分管的各市场覆盖率提高还是降低来分析它对市场销售的影响。

附：各市场覆盖率分析表

4、促销：促销拉动销售，促销效果的好坏，决定了一个市场的投入产出比。以下表格是本品及竞品所采取的有针对性的促销活动及其效果分析，目的是找出差距，为制定下一年度的促销安排提供参考依据。

附：市场促销分析表

除此之外，我们还要从：促销是否选择了合适的时间、地点、是否选择了准确的目标对象、活动力度是否足够、赠品是否具有吸引力、目标顾客是否乐于参与、是否提前进行了告知、是否提供了价格外的价值、活动执行过程是否高效、预算执行与目标达成是否达到预期等，来进行全面分析总结促销执行的状况。

5、销售预算执行情况。市场是需要投入的，一分投入一分回报。因此，总结了产品、价格、渠道、促销之后，我们还要总结、分析销售预算的执行情况。比如，公司是否按计划对市场进行投入了?费用是超了，还是节余了?在哪些方面的投入，取得了较好的效果?哪些投入，业绩提升不明显，下一年度需要改进?最后，销售目标是否完成，费用率是多少，与年初预算相比，是高了还是低了，来年的销售预算有何建议。

6、组织建设。组织是销售的保障。在总结里，我们也可以谈一谈在组织建设方面，我们所做的一些工作或取得的一些成绩，比如，在公司的指导下，制定了区域管理制度，招聘和培训了新的员工，帮助下属成为骨干，凝聚了大家的士气等等。一位销售主管在总结中这样写道：“在过去的一年，我们围绕‘让公司满意、客户满意’两大准则，打造教导型服务团队，从改善终端入手，开展现场管理与走动管理??”提纲挈领地总结了他在团队建设方面的一些做法。当然，如果是业务员，我们也可以写如何帮助经销商打造团队，如何对经销商的员工进行传帮带，如何制定经销商员工管理手册等等，让主管领导看到我们工作的高度，以及一些创新性的做法，从而为自己能够升任更高的职位做些积累或铺垫。

除了以上六个方面之外，如果不是上交考评的年终总结，我们还可以对自己其他方面的目标达成情况，来做一个全面梳理。比如，职涯目标：晋升的目标是否达到?收入目标：是否实现了自己想要的报酬;进修目标：有没有参加外部的一些培训班或研修班等??对这些目标进行总结的目的，是给自己来年一个更大的驱动力，激发自己的热情，信心满怀地迎接新的挑战。

第三，归纳存在的问题及不足

其实，在第二块里，我们已经对影响销售任务达成的一些不利的方面进行了总结和分析，在这里，我们只不过要形成一个纲领性的归纳，以期公司能够重视或改善。

1、公司存在的一些问题和不足。比如，产品质量不稳定、老化严重、新品推出不及时、价格缺乏竞争力、企划力弱、促销形式单一、产供销不协调，促销审批太慢、财务不能及时对账及结算返利等。

2、市场存在的一些问题。比如，“夹生”市场，以往遗留问题未解决，经销商墨守陈规、小富即安、“坐商”观念严重，分销客户设置不合理，竞品投入力度较大等等。

3、给出问题解决的方向或改善的措施建议。这里有两点要注意，一是“多提建议，少提意见”，意见是光抱怨，却没思路，建议是，不仅指出问题，还给出解决的方向或方法。二是多出选择题，少出问答题。意思是可以给出几个让领导去选择的解决方式，不要问领导这些问题怎么处理。

第四，充满希望，寄予未来

既总结了成绩或成果，又分析了问题和不足，接下来应该是表决心的时候了。

因为除了做销售总结之外，销售人员还要做具体的年度销售计划，所以，在这里，可以简要地讲一讲自己未来的大致思路或做法等一些方向性的东西。

比如，一个业务员写到：“在新的一年，我会管好自己的腿：勤于拜访客户;管好自己的嘴：不吃客户的饭;管好自己的手：勤理货，做好终端陈列与生动化建设;管好自己的脑：凡事多总结，勤思考，爱学习??”从而让领导看到一个很有干劲的销售人员的形象。

当然，我们也可以写一些迎合上级的“好听”话，诸如：在公司的大力支持下，在某某总监或经理的指导下，我们区域将齐心协力、励精图治，坚决完成公司交给我们的销售任务，为公司辉煌灿烂的明天而努力奋斗等等，表心迹，扬斗志，让人看了热血沸腾。

年终总结，是销售人员对过去一年成绩的展现，也是对即将到来的一年做未来展望。它通过总结分析影响销售达成的一些关键要素，尤其是深层次挖掘一些未达标的核心原因，能够有助于下一年度销售目标的更好达成。对此，销售人员要从思想上予以足够的重视，一份规范而有文采的销售总结，对销售人员新年度的职务、岗位、销售区域等，都有可能产生很大的影响。

最后，为了做好年终总结，销售人员还需要通过一些图表工具，比如销售曲线图、扇形图、柱形图等，来直观了解一些销售数据变化状况及内在的规律，并要注重平时对各种销售数据的收集和整理工作，只有这些基础工作做好了，我们做年终总结报告时，才会省心省力，才会顺风顺水。

**营销工作总结与计划PPT篇五**

市场是良好的，形势是严峻的。通过今年自主品牌的销量下滑，厂家一定会调整应对的策略。明年是大有作为的一年，我们一定要内强素质，外塑形象。用铁的纪律，打造铁的团队，打一场漂亮的伏击战。假如在明年一年内没有把销售做好，我们很可能会失去这个发展的机会。

**营销工作总结与计划PPT篇六**

过去的xx年可算是我工作上另一个转折点，更是一个新的开始。特别是自今年6月份接手营销策划工作，不知不觉，已有半年。回忆这一年的工作经历，有艰辛、有成长、有收获、更有前景。这一年既包含了太多的艰辛与不易，也取得了不错的工作业绩。成绩的取得离不开本人的勤奋努力，更与领导和同事们给与我的支持和帮助密不可分。现将今年工作总结汇报如下，请公司领导和同仁审议。

1.完成销售业绩；

3.完成媒体推广的执行（户外、报纸、杂志、电台、公交车、网络等）；

4.完成公司领导交代临时工作（法排首期开盘总结、原xx余房组价、节庆布置等）；

5.协助领导完成xx排屋开盘准备工作；

6.协助领导完成排屋客户交流会的组织落实；

7.协助领导完成样板房展示的媒体交流会；

8.协助领导完成样板房通道的布置展示。

这一年，伴随着公司的不断壮大，我也不断得到成长。回首自己的成长经历，感悟颇多。

（一）勤奋学习是做好工作的基础。人可以不会不懂，但不能恐惧和无奈，越是不会越要笨鸟先飞，更加勤奋努力的学习。特别是我今年6月份接手营销策划工作后，由一知半解到现在对销售流程有一定的了解，背后其实下了不少功夫，也用了不少时间，当然也少不了同事之间的帮助。接触营销策划工作之后，才清楚明白到，工作量虽不大，却要学的是无比的多，销售知识永远是个无底深渊，但正因如此，我乐此不疲，越来越喜欢这份工作。我想作为一个置业顾问，不仅要精通卖房业务，对周边的一些知识也必须详细了解，这样才能更好的为客户服务，让客户感觉我们无论是从企业品牌、社区环境、物业质量以及员工素质各方面都比其它楼盘有优势，坚定客户购买的信心。针对这个问题，我在日常销售工作中，充分发挥善于思考的优点，通过对同事的观察学习以及对经验的归纳，总结出许多新的销售技巧和客户维护方式，并在随后的工作中通过实践加以修改和完善。事实证明，知识和创意永远是无穷无尽的。

（二）热情服务是做好工作的关键。作为置业顾问这个职业和客户打交道，光有勤奋是不够的，必须还要有热情的服务态度，笑迎八方客，凝聚万家财，服务于客户，使他们能够体会到我们绿城周到热情的服务态度，我自己对这一点有着深深的体会和感受。我想相对于不同收入群体的购房心态及个人气质各方面肯定也有所不同，因此对于不同客户的销售方式也必须有相应的变化。比如面对不同文化水平和不同购房心态的客户，我们都应该有相对的谈判技巧和语气口吻来接待，让其买得开心，日后还想再买。在实践工作我还发现，一个真正成功的销售员除了必须有能够感染客户的个性外，更应该具备能够随时适应不同消费者心态的应变能力，同时牢记，专业、礼貌、主动服务、给予客户比他想象的更多，并坚持公司利益至上的职业操守。所以，为了做好销售工作，我急待提高自身修养，无论从个人气质和专业能力方面都要把自己打造成一个合格的置业顾问。

（三）敬业爱岗是做好工作的前提。只有敬业爱岗，忠于职守，尽职尽责，一丝不苟，虚心学习业务知识，培养严谨的品格，全力以赴，才能在平凡的岗位上做出不平凡的成绩，才能获得价值的提升。这一年，我经历了无数次收获与失落，过程充满酸甜苦辣，行业文化使我体会良多，为人处事都让我不断成长与成熟，让我随时都保持一颗感恩的心去面对人和事。我喜欢超越对手挑战自己，这个行业很适合我，我在工作中享受与狼共舞的生存状态，这是一条不断超越，适者生存的道路，是靠知识智慧立世的生存状态，我找到了适合自己的人生道路，我热爱这份工作。更重要的是我发现了自己的不足，不断完善自己，不断前进，坚持不懈，满腔热情的工作。热忱是工作的灵魂，热忱是战胜所有困难的力量，从工作的每一个环节，找到热忱，找到坚韧，也就找到了自信。

（四）感恩忠诚是做好工作的根本。这一年里，我在这家公司获得的实在太多了，说也说不完，要多谢的不单只是一两个人，更不是一句“谢谢”就能简单了事。我要感谢主管，当我刚进入营销策划部时，自身有着太多的缺陷和不足，是她包容和教导我，很多次的利用下班时间跟我谈心沟通，改正了我很多积重难返的毛病。同时在工作中适时的给我压力和激励，让我时而如履薄冰，时而又充满信心，从不敢轻易有所松懈，逐渐成长为一名合格的置业顾问。让我更幸运的是我们拥有一个成熟和谐的销售团队，同事之间既有竞争更有帮助，每次分歧总能在沟通中消除，每次难题也常常在集思广益中化解。正因为有这样一群同事，我才能在销售部门迅速提升自己。俗话说，近朱者赤近墨者黑，因为有这样浓厚的企业氛围和团队精神，才给了我成长所需的养份。忠诚对我的工作来讲，首先，我的感受是我们对公司是否付出了全部的精力和智慧，对待每天的工作是否完全满意。我深信每位老板都希望自己的员工保持忠诚，每一位员工也希望有各个完善的老板。自从绿城那天起，我就记住了“今天工作不努力，明天努力找工作”作为自己的座右铭。

2xx年，既是新的一年，又是我一个全新的开始。对于即将到来的一年，对生活，对工作，我有着太多的希望和梦想。我打算在新的一年里，重点做好以下几项工作：

一是做好销售服务工作。在工作中，我要认真细心地为客户着想，通过自身良好品质的展现和坦诚、礼貌、周到、用心的服务，赢得市场和客户的信任，在潜在客户和老客户的心中树立良好的个人形象和公司形象，从而提高企业知名度和企业房产产品以及自己的信誉，为公司房产产品现在及未来的营销成功奠定良好的基础，也为自己未来的发展积攒了广泛的客户资源。

二是做好营销策划工作。积极培养市场意识，经常调查市场，及时了解到有关房产销售的各种信息，以及竞争对手及同类项目的发展动向。尤其是在与客户或准客户的频繁接触中，了解市场的最新资料，把握市场行情和发展变化趋势，认真听取客户对房地产产品的议论评价和一些合理化的改进意见或者建议，从而为制定正确的房产开发计划和市场营销策略服务。

三是认真学习企业文化。积极参加企业文化的学习和培训工作，深刻了解企业文化的内容，理解企业文化建设的重要性，进一步提高自己的敬业奉献精神，更好地服务客户推动各项业务的发展。

四是提升自身综合素质。我将进一步加强学习，了解房产开发的整个流程，从产品研发到工程管理，再到营销策划等各个方面我都要有所认识。这样，在销售过程中，才能把客户提出的问题很好地反馈给上级领导，以便改进产品，提高居住品质。

五是完成领导交代的临时工作。

总之，在这充满希望的新一年里，我将全力服务公司，热爱岗位，勤奋工作，继续学习，用使命般的激情面对客户，用认真严谨的态度面对我的职业，为客户制造感动，为公司创造利润！

**营销工作总结与计划PPT篇七**

20xx年即将过去，在这一年的时间中销售部通过努力的工作，也取得了一点收获，临近年终，对销售部的工作做一下总结。目的在于吸取教训，提高销量，以至于把工作做的更好，以至于有信心也有决心把明年的工作做的更好。下面我对一年来的工作进行简要的总结。

在20xx中，坚决贯彻xx厂家的政策。学习、制定销售各环节话术，公司产品的核心竞争优势，和市场部共同策划宣传公司的形象、品牌的形象，在各媒体广告里如；广播电台、报刊杂志等，使我们公司的知名度在太原市场上渐渐被客户所认识。部门全体员工累计发短信三万余条，团队建设方面；制定了详细的销售人员考核标准、销售部运行制度、工作流程、团队文化等。这是我认为我们做的比较好的方面，但在其他方面工作中我们做的还有很大的差距。

从销量上看，我们的工作做的是不好的，销售业绩的确很不理想。

客观上的一些因素虽然存在，在工作中其他的一些做法也有很大的问题，目前发现销售部有待解决有主要问题有以下几点：

1、销售人员工作的积极性不高，缺乏主动性，懒散，也就是常说的要性不强。

2、对客户关系维护很差

销售顾问最基本的客户留资率、基盘客户、回访量太少。一个月的时间里，总共八个销售顾问一天拜访的客户量20余个，手中的意向客户平均只有七八个。从数字上看销售顾问的基盘客户是非常少的，每次搞活动邀约客户、很不理想。导致有些活动无法进行。

3、沟通不够深入

销售人员在与客户沟通的过程中，不能把我们公司产品的情况十分清晰的传达给客户，了解客户的真正想法和意图；对客户提出的一些问题和要求不能做出迅速的反应和正确的处理。在和客户沟通时不知道客户对我们的产品有几分了解或接受到什么程度，在被拒绝之后没有二次追踪是一个致命的失误。

4、工作没有一个明确的目标和详细的计划

销售人员没有养成一个工作总结和计划的习惯，销售工作处于放任自流的状态，工作时间没有合理的分配，工作局面混乱等各种不良的后果。

5、销售人员的素质形象、业务知识不高

个别业务员的自身素质低下、顽固不化恶习很多、工作责任心和工作计划性不强，业务能力和形象、素质还有待提高。

**营销工作总结与计划PPT篇八**

经过一个月的网络营销调整，11月份的网络营销工作相比10月分取得明显进步：

网站流量：由10月份的365个/天，提升到11月份的650个/天，提升近80%。网站总对话：有10月分的13.4个/天，提升到11月份的27.9个/天，提升近108%。

网站对话量：由10月份的6.9个/天，提升到11月份的10.5个/天，提升近52%。

我们能在11月取得很大进步原因，主要是我们在以下三个方面对网络营销进行了优化：

第一、优化了百度竞价账户。通过对百度账户营销历史数据的分析，我们于10月份对整个百度竞价账户进行了全面的调整。详细内容如下：

1.通过分析，将原账户中的一些价格高、对话少的词进行了清除，比如“丰胸”。

2.对原来的关键词进行了重新分组，将原来放在一起的关键词分为高价词和低价词，并建立了对高价词的监控机制，提高关键字的竞价效率。

3.优化了关键字的创意和描述，是的竞价的关键词的点击率得到提升，简介降低了竞价的成本。

4.将原来缺失的项目竞价词添加到百度账户，比如“瘦小腿”、“美白嫩肤”等。

第二、优化了网站内容。更新了一批网站的内容，提升了网站用户体验，提升了用户的对话意愿。从数据中可以看出，我们在流量只用80%的提升的情况下，网站的总对话却得到了108%的提升，由此可见网站对用户的吸引力也在逐步的增加。

第三、对第三方网络资源的开发和利用。11月份，我们为机构新增加了900多个外部链接，其中包含几个非常高质量的外部链接，如“北方新闻网”、“知音网”、“京报网”、“河北电视台”、“大旗网”等，网站的一些长尾词的权重得到了明显提升。

从11月份的营业业绩来看，我们网络营销效果有待进一步提高，我们分析认为，11月分网络营销业绩没有取得突破的主要原因如下：

第一、网站的内容缺乏说服力，项目包装不到位，导致高质量用户对网站的信赖感不够，普遍消费能力较低。

第二、网站的整体视觉过于大众化，导致网站产品溢价过低，很难吸引高消费用户。

第三、网络营销的整体投入远小于同行，导致我们无法购买一些需要花大资金购买的核心关键词，整体用户消费无法上去。

第四、网络营销手段还过于单一，没有做到多角度、多层次的立体营销，用户对企业的认识过于片面和单调，无法形成有效订单，特别用户会很谨慎选择的大型项目。

综上所述：我们虽然在11月份的网络营销上还存在诸多的问题，但是我们毕竟在网络营销的整体效果上取得了很大的进步。在接下来的时间，我们全力在最短的时间内解决这些突出的问题，尽快实现的盈利。

**营销工作总结与计划PPT篇九**

所谓“工欲善其事，必先利其器。”很多工作也是这样，要再接下来更好的提高工作成绩。就必须对于之前的工作客观总结经验经验教训，同时要对之后的工作有一个良好的工作计划。这样才能不断的提升自己的工作水平。

一、销售部成员组成

目前，销售部共有业务人员x人，他们进公司的时间最短的也有x个月，经过公司多次系统地培训后，他们已基本熟悉了制冷机组的技术性能、构造以及代理制销售业务运作的相关流程。对这x名业务人员，我们按业务对象和重点进行了任务区分，在业务人员比较少的情况下，使每名业务员既当终端客户的业务员又当代理商主管，既突出了业务工作的重点，又防止了市场出现空白和漏洞。与此同时，销售部长在统抓全面销售的情况下，不定时的对各个分点进行实地检查督导，与代理商当面沟通，探讨分季节段的制冷机组销售工作，使销售部的工作稳步发展。

二、建立了一套系统的业务管理制度和办法

我们在总结去年工作的基础上，再加上近半年来的摸索，我们已经初步地建立了一套适合于代理商销售队伍及业务开展的管理办法，各项办法正在试运行之中。首先制定了“管人”的《销售部业务人员考核办法》，对业务人员的考勤办法及每天的工作重点和建立的客户对象作出了明确的规范;对每一项具体的工作内容也作出了具体的要求。其次，出台了“管事”的《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，进一步地对接到发货通知后的发货准备、发货流程、机组安装及机组安装后的运行情况等业务开展的基本思路作出了细化，做到了“事事有要求，事事有标准。”第三制定并规范了代理销售合同。在原有代理销售合同的基础上，我们又请集团法律顾问对代理销售合同进行了再规范，在与代理商签定合同时基本没出现因合同制定而发生的迟签和不签现象。第四形成了“总结问题，提高自己”的业务办公会制度。业务人员每次出差回来后首先到销售部集中报到，由销售部长主持如开业务办公会，及时找出工作中存在的问题，并调整营销策略，尊重业务人员的意见，以市场需求为导向，大大地提高了工作效率。

三、统一思想，端正态度

从销售部成立之初，我们便站在以寻找战略伙伴的角度，和公司一道谋求制冷机组快速推进市场的方法。坚持短期效益和长远计划相结合的方向，一方面尽快寻找具有良好影响力和推广力的代理商，一方面大量的作基础性工作，深入渔港，了解掌握各地渔业的基本情况和渔民的观念、效益和保鲜需求，扩大渔民对产品的认知度，为以后全面推进市场作好铺垫。并试图以现有的价格体系磨合市场，保证公司的利益，由始至今我们一直坚持，对产品充满信心，并不计成本地努力。

五、工作中不断总结并大力推广产品销售中好的作法和经验

目前，由于全国渔业受到国际原油价格上涨的严重影响，以及渔业资源的减少、捕渔成本高、风险大，多数渔船主选择近海作业，有少数渔船主甚至停船作业，只有少数渔船主将作业区域外移，这样直接给我们公司的产品销售造成一定的影响，同时，由于少数渔船主的作业区域外移，给我们的产品推广提供了平台，另一方面，停港靠岸的渔船因出海次数少，致使用冰量少，降低了渔船主的投资欲望，但从总体来看，随着产品推广的进一步深入，渔船尾气制冷机组的市场前景非常广阔。

(一)在重点渔港的现场演示工作取得良好效果

三月份，在渔船上坞前期，我们为使渔民能对制冷机组由一个全面的了解，在公司王总的带队下，我们组织技术骨干，业务人员到福建、两广、海南、浙江等南方几个大的渔市进行现场交流和机组的制冷效果演示，取得了较好的效果，基本达到了使渔民对我公司产品有全新的认识的目的，排除了之前在渔民心中对这种新产品技术上的疑惑，船老大们对我们的制冷方式和经济效益分析基本赞同，由于没有亲身使用过该产品，没有对产品提出过多的问题，许多想购买的船长邀请我们对他们的渔船进行了测量。同时，我们也同福建船检部门和个别渔业公司建立了合作意向，同福建代理商签定了两台机组的购买合同，使代理商代理我公司产品的信心更加巩固。

(二)电视广告的大力宣传确保了产品占领市场的时机

**营销工作总结与计划PPT篇十**

从10月份开始公司调整我到营销部，负责网络营销工作。踏入新的工作岗位后，近三个月的时间里我在营销部领导及部门的老员工的引导和帮助下熟悉了公司业务，使我在工作能力上提高，方向明确。从而，对我的发展打下了良好的基础。对于工作，每个人都有不同的认识和感受，我也一样。对我而言，我通常会从两个角度去把握自己的思想脉络。

首先是心态，借用美国西点军校的名言“态度决定一切”。有了正确的态度，才能运用正确的方法，找到正确的方向，进而取得正确的结果。具体而言，我对工作的态度就是选择自己喜爱的，然后为自己的所爱尽自己最大的努力。我一直认为工作不该是一个任务或者负担，应该是一种乐趣，是一种享受，而只有你对它产生兴趣，彻底的爱上它，你才能充分的体会到其中的快乐。我相信我会在对这一业务的努力探索和发现中找到我工作的乐趣，也才能毫无保留的为它尽我最大的力量。可以说，懂得享受工作，你才懂得如何成功，期间来不得半点勉强。

决定了它能够在沙漠的环境里生存，而基本能力，包括适应度、坚忍度、天性的警觉等，决定了它能在沙漠的环境里生存多久。具体到人，专业能力决定了你适合于某种工作，基本能力，包括自信力，协作能力，承担责任的能力，冒险精神，以及发展潜力等，将直接决定工作的生命力。我想一个在工作上成功的人，必须是两种能力能够很好地协调发展和运作的人。

在从事网络营销的三个月里，通过百度、阿里巴巴、中国食品机械设备网、企业黄页、生意通等平台进行了公司形象和产品的宣传推广，通过各种专业的供求平台主动寻找客户源，并在网上铺设公司的产品信息，提高搜索引擎的曝光率。但是有些产品参数表达不清，客户询价时报价时间过长，客户跟进不够都影响了交易成功。。在从网上查到客户信息后电话沟通，经常会碰到各种情况，比如客户讲，我现在很忙，不需要，然后匆忙的挂掉电话;有客户讲目前没有需求，现在还没有用到;也有客户讲，好的，今后有机会我会考虑的，今天先这样吧;我会给领导来提这个事情，有消息再联系您。我想在电话交流的时候能分辨客户的真实想法，也是一段经验积累的过程。

作为一名网络营销人员，前期任务是一个学习积累的过程，不断的学习产品知识，与客户沟通协调的能力，这样才能厚积薄发。网络营销，毫无疑问网络就是我们和其他厂家角逐的战场，我们除了有过硬的产品外，还要有专业的营销能力，作为网络营销人员必须要在工作中不断完善，新的一年意味着新的起点新的机遇新的挑战，一定努力打开一个工作新局面。

网络营销作为一种新时代的营销模式，正以其成本低、信息量大、传播范围广、速度快、无时间地域限制、形象生动、可双向交流、反馈迅速等特点显示出传统营销无法比拟的优越性。没做网销之前，认为网络销售应该是一种很简单的销售渠道，随着对网络销售的认知，我才发现网销技巧并不比传统销售方案来得简单。在网络营销中，要想脱颖而出，除了传统的网销方式外还要开发创意的推广方案。这段时间网销中自己学到了不少经验知识，在以后的工作中要加强对产品的深入学习，为更好的与客户沟通打好基础。

20xx年：

一、做好本职工作，拓展网销渠道。

二、善于沟通交流，加强团队协作。

三、学习网销技巧，了解产品知识。

20xx年机遇与挑战并存，我会加倍的努力学习专业知识，掌握更多的业务技能，保持积极的心态去迎接挑战。20xx年我将在原有推广基础上，进一步尝试其他的推广方法，从而进一步提高网络营销的工作效率和效益，进一步提高自身的经验水平，同时进一步提升华誉品牌和实现一名华誉员工的自身价值。

**营销工作总结与计划PPT篇十一**

为了实现明年的计划目标，结合公司和市场实际情况，确定明年几项工作重点：

1、扩大销售队伍，加强业务培训。

人才的引进和培养是最根本的，也是最核心的，人才是第一生产力。企业无人则止，加大人才的引进大量补充公司的新鲜血液。铁打的营盘流水的兵，所以在留着合理的人才上下功夫。在选好人，用好人，用对人。加强和公司办公室人沟通，多选拔和引进优秀销售人员，利用自己的关系，整合一部分业务人员，利用业务员转介绍的策略，多争取业务人员，加大招聘工作的力度，前期完善公司的人员配置和销售队伍的建立。另外市场上去招一些成熟的技术和业务人员。自己计划将工作重点放在榜样的树立和新榜样的培养上，一是主要做好几个榜样树立典型。因为榜样的力量是无穷的。

人是有可塑性的，并且人是有惰性的。对销售队伍的知识培训，专业知识、销售知识的培训始终不能放松。培训对业务队伍的建立和巩固是很重要的一种手段。定期开展培训，对业务员的心态塑造是很大的好处。并且根据业务人员的发展，选拔引进培养大区经理。业务人员的积极性才会更高。

2、销售渠道完善，销售渠道下沉。

为确保完成全年销售任务，自己平时就积极搜集信息并及时汇总，力争在新区域开发市场，以扩大产品市场占有额。合理有效的分解目标。

xxxxxx三省，市场是公司的核心竞争区，在这三省要完善销售队伍和销售渠道。一方面的人员的配置，另一方面是客户资源的整合，客户员工化的重点区域。要在这里树立公司的榜样，并且建立样板市场。加以克隆复杂。其他省市以一部现有业务人员为主，重点寻找合作伙伴和一些大的代理商。走批发路线的公司在销售政策上适当放宽。

如果业务人员自己开拓市场，公司前期从业务上去扶持，时间上一个月重点培养，后期以技术上进行扶持利用三个月的时间进行维护。

3、产品调整，产品更新。

产品是企业的生命线，不是我们想买什么，而是客户想买什么。我们买的的客户想买的。找到客户的需求，才是根本。所以产品调整要与市场很好的结合起来。另外，要考虑产品的利润，无利润的产品，它就无生存空间。对客户来讲，也是一样。客户不是买产品，而是买利润，是买的产品得来的利润。追求产品最大利润的合理分配原则，是唯一不变的法则。企业不是福利院，所以为企业创造价值最大化，就是管理的最基本要求。从发展才是硬道理到赚钱才是硬道理的转变。

**营销工作总结与计划PPT篇十二**

在这一年的时间中销售部通过努力的工作，也取得了一点收获，临近年终，对销售部的工作做一下总结。目的在于吸取教训，提高销量，以至于把工作做的更好，以至于有信心也有决心把明年的工作做的更好。下面我对一年来的工作进行简的的总结。在20xxxx年当中，我们相比20xxxx年销售量大幅增长，货款回笼率很高，基本没有坏账死账，客户异议很少，顾客对我们产品的评价很好，这是我认为我们做的比较好的方面，但在其他方面工作中我们做的还有很大的差距。

客观上的一些因素虽然存在，在工作中其他的一些做法也有很大的问题，目前发现销售部有待解决有主要问题有以下几点：

1、销售人员工作的积极性不高，缺乏主动性，懒散，也就是常说的主动性不强，没有自动自发的去开发客户，只在那里守株待兔。

2、对客户关系维护很差，终端用户很少。从数据上看销售，我们现有稳定大客户和终端客户是非常少的，由于在销售时销售人员没有及时跟进，导致有些客户只打一个电话就再没有联系过。或者有些客户只合作了一次就结束了。

3、沟通不够深入。销售人员在与客户沟通的过程中，不能把我们公司产品的情况十分清晰的传达给客户，了解客户的真正想法和意图；对客户提出的一些问题和要求不能做出迅速的反应和正确的处理。在和客户沟通时不知道客户对我们的产品有几分了解或接受到什么程度，在被拒绝之后没有二次追踪是一个致命的失误。

4、工作没有一个明确的目标和详细的计划。

销售人员没有养成一个工作总结和计划的习惯，销售工作处于放任自流的状态，工作时间没有合理的分配，工作局面混乱等各种不良的后果。5.销售人员的素质形象、业务知识不高。

个别业务员的自身素质低下、顽固不化恶习很多、工作责任心和工作计划性不强，业务能力和形象、素质还有待提高。

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。只有通过高素质高效率的销售人员才能能提高产品的销量。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，让20xx年的销售量在20xx年基础上增加至少50%。

2）完善销售制度，建立一套明确系统的管理办法。

销售管理是企业的老大难问题，销售人员的薪酬制度、奖惩制度，绩效考核等，完善销售管理制度的目的是让销售人员在工作中发挥主观能动性，对工作有高度的责任心，提高销售人员的主人翁意识。强化销售人员的执行力，从而提高工作效率。

3）提高人员的素质、业务能力。

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。

4）建立新的销售模式与渠道。

把握好制定好产品的销售模式，做好完善的计划。同时开拓新的销售渠道，利用好公司现有资源，做好上门拜访销售与电话销售、网络销售等之间的配合。大力开发终端客户数量，增加市场占有率，扩大公司及产品知名度。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销售人员身上，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。我将带领销售部全体人员竭尽全力完成目标。

5）顾全大局服从公司战略。

我认为公司明年的发展是与整个公司的员工综合素质、公司的战略方针、个人的努力是分不开的。提高执行力的标准，建立一支有战斗力的销售团队与一个好的工作习惯是我们工作的关键。我们销售部在201xx年有信心，有决心为公司再创新的辉煌！

**营销工作总结与计划PPT篇十三**

20xx年，营销部的主要工作之一将放在提高散客入住率上。我们拥有大多数酒店不具备的优势，那就是良好的区位优势与便利的交通条件。我们会利用所有可能的工具（网络、报刊、杂志及短消息的应用）加大对酒店的宣传力度。力争全年在散客的入住率上有较大提高。

2、加强与各大旅行社间联系

20xx年营销部拟定在旅游黄金周到来之前，利用周末的休息时间，到省内几大著名的旅游城市（张家界、吉首、衡阳、岳阳、韶山等）进行走访，与地州市的各大旅行社之间建立起长期的合作关系，使得这些旅行社有意向将团队安排到我们酒店，以确保酒店客房的收入。

3、加强主题、价格、渠道营销策略的应用

20xx年营销部会根据不同的节日、不同的季节制定相应的营销方案，综合运用价格、产品及渠道策略将酒店的客房，棋牌，餐饮组合销售。使酒店在竞争中始终处于主动的地位，以最大限度的吸引顾客，从而保障酒店经营目标的完成。

4、加强部门间的沟通协作

5、具体的目标明确

a、会议计划收入为13万，理想目标是完成15万。

b、会议团队、旅行团队的总收入力争达到45万。

c、由营销部带来的餐饮收入突破40万

新的一年，我们必将继续探索，继续学习，我们希望又会有忙碌而充实的一年，但是明年再回过头来总结的时候，我们希望不再留有遗憾。我们不奢望尽善尽美，但希望营销部在新的一年里，各项工作都有起色，有突破，有创新，最终当然要有不错的业绩。我始终坚信“天道酬勤”，有付出，就一定会有丰硕的成果等着大家。

20xx，我们一起努力。

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