# 最新市场营销部工作总结上半年(模板9篇)

来源：网络 作者：九曲桥畔 更新时间：2024-07-11

*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。那关于总结格式是怎样的呢？而个人总结又该怎么写呢？以下是小编收集整理的工作总结书范文，仅供参考...*

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。那关于总结格式是怎样的呢？而个人总结又该怎么写呢？以下是小编收集整理的工作总结书范文，仅供参考，希望能够帮助到大家。

**市场营销部工作总结上半年篇一**

20xx年上半年，在各级领导的关怀指导下，在局领导的正确领导下，我局市场营销部工作认真贯彻省公司工作会议精神，紧紧围绕我局年初确定的工作思路，狠抓供电所建设，狠抓效益提高，市场营销部半年工作总结。认真分析企业改革面临的新形势、新任务，研究新思路，制定新举措，营造经营新局面，全面完成了各项经营任务。

一、各项经营指标完成情况：

1、售电量：售电量完成6602.88万kwh，完成年计划10880万kwh的60.69%；较去年同期的4393.37万kwh增长50.29%。

2、平均售电单价：平均售电单价完成585.59元/，较年计划的625.6元/减少40.01元/；较去年同期594.70元/减少9.11元/，工作总结《市场营销部半年工作总结》。

3、综合线损：综合线损完成5.96%，较年计划6%下降0.04个百分点，较去年同期的5.99%下降0.03个百分点。

4、电费回收上解：电费回收率100%，上解率100%，无陈欠电费。

二、工作回顾：

20xx年上半年，我局市场营销工作在面临系统改革的形势下得以全面完成，企业效益中心得到很好的保证和体现，是全面职工的汗水的结晶，是全体职工团结奋斗、勇于创新、战胜重重困难换来的。综观上半年经营工作，我们主要开展了以下几方面的工作：

(一)加强企业管理，努力实现管理创新。

1、加强大规范化供电所创建力度。去年，我们完成了六个供电所的规范化创建。今年，为了使供电所的管理工作再上一个台阶，我局申报六里峁供电所为规范化供电所示范所创建单位。

2、重点抓好制度完善工作。修定出台了《营业工作考核细则》、《供电所农民工管理办法》等规章制度，对于理顺管理关系、工作标准、明确分工、落实责任起到积极的作用。

3、参加标准化计量检定所及标准化呼叫中心的创建，现创建工作基本结束，等待验收。

入，确保了企业经济效益。

5、严格电价政策、努力实现增供扩销。继续加大增供扩销工作力度，紧紧抓住支柱产业发展机遇和重点项目建设机遇，实现与用户、三产的三赢目标。

6、努力建造优质服务的常态运行机制，以往优质服务以活动为形式而开展的。今年，我局将把优质服务工作重点放在建立优质服务常态运行机制、培育优质服务高素质队伍上来，依法经营、依法管电，培育开放有序的电力市场。同时，加大政策法规的宣传力度，形式多样、内容丰富。

7、对境内七家伴生气发电企业的手续进行了完善，并对计量装置进行轮校、更换。

总之，上半年，各项经营工作都得到圆满完成，倾注了各级领导和广大职工的心血和汗水。下半年我们将一如既往的干好工作，力争圆满完成全年工作目标任务。

**市场营销部工作总结上半年篇二**

这份工作不是我踏入社会大学的第一份工作，我是一个天生不安分的人，从北到南走过了好多城市，也走过了好几家公司，换了好几份工作。能走进公司，天生就是缘份，我和公司是有缘的。不过更重要的是公司的氛围、公司里的每个人、包括公司的领导给我留下了不一样的感觉，让我最终选择来这个刚刚起步及久的公司。第一次走进公司(公司是5月份搬到软件园来的，以前在soho大厦)，给我的感觉是公司好小，感觉有点拥挤。在和肖总的几次沟通中，感觉很受益。和这个公司的领导人沟通一直很愉快，也是他自身的感召力让我对公司充满信心，最终选择加入公司。这是一个温馨的大家庭、这里的人都很好相处、没有尔虞我诈，没有人际斗争。这里的氛围我喜欢!

前面啰嗦了这么久，对我2024年的工作总结如下(很多内容在半年总结里面有提到，不过在这里也罗列一下，毕竟是年总结)：

我是和小柴一起进的公司，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非常紧密的，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。这里公司领导对我们的帮助是很大的，渠道政策的讨论会，大大小小的不知开了多少回，文档整理修改了不知道多少次。五月份渠道工作正式拉开维幕!

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。那就没有今天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天取得的成绩。

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。

市场部的工作是我的职责，不过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，不过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，我们可以用小钱，百度关键词宣传我们一直在做，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直没有放松，客服部从八月份接手以来，每天都在做，让我们的宣传在网上无处不在，有点困难，不过让我们想看到的人看到我们的宣传，看到我们的公司，我们一直在努力。

(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，都是通过网上征集来做的，相应的时间都比较长，不过效果还可以，这点最重要。制作厂商也是在众多厂商中挑选出来的。

(3)市场情况调查与了解

这里离不开直销部与渠道部的帮助。对市场价位、竞争对手的情况进行调查与了解。对我们工作的开展和价位的制定起到了一定的帮助作用。

(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，今天我们的博客取得的成绩，和他们的支持是分不开的。

看到现在大家的博客点击过万，看到很多同事通过博客成交大单子，我们的付出终于有了回报。为刚的博客做的一直很好，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助。加油吧!

(1)网站工作与技术部合作

搜号网、oa、crm、4006产品网站、官方的网站、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内容的相关整理及审核，在这里要感谢技术部的理解，和技术部相关人员的配合一直是愉快的。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，不过毕竟不是专业的，很多还不是很成熟，这里感谢老大的帮助。

进入证券已有两个多月了，这段时间自身在各个方面都有所提高，主要体现在：

进入公司以来，从熟悉这个行业到通过资格考试，对证券这个行业有了初步的了解，而驻点银行，通过渠道营销，对证券业务又有了较深的理解，工作中能解决各种基本问题。

在业务营销过程中，与客户的交谈和遇到的不同问题，提高了自己的沟通能力和应变能力;而对客户不定期的回访，为其提供全方位、多角度的服务，使安信服务真正的深入人心。

对自己经手的每一笔业务，都认真对待，尽量避免给客户和公司带来不必要的麻烦，办事效率力求最快、最好。

在业务营销中，同样也发现了一些问题和自己的不足：

1、证券知识还须加深了解，需不断学习。

2、在与客户关系维护中，沟通方式还要逐步加强。

3、专业分析能力及营销能力还须进一步增强。

进入营销这个行业，业绩是衡量一个人的价值所在，前两个月的业绩表现不佳，我重新整理了思路，在余下仅有的两个月里，我要这样做：

进入安信证券我经常发传单，虽然发了很多，效果不是很好，但觉得还是可行，大量的传单会提高公司的知名度，下一步还想适量发些，坚持终会有效果的。

在银行驻点已有近两个月了，业绩十分不理想。招商银行很好的服务有口皆碑，许多客户慕名而来，如能利用好这一资源紧紧抓住几个潜在客户效果是很好的，但招商银行和招商证券很好的合作关系和相互间有回扣的合作方式使我一直在寻找突破点，虽然很有压力，但目前与他们处好关系也是唯一的办法。驻点客户经理的素质直接影响着公司的形象，所以我一直在努力的去做。

拉动朋友或朋友介绍也是一种很有效的办法。通过朋友介绍朋友，让想炒股的客户选择我们安信来开户，另外，对于已在其它券商开通三方存管业务的客户，向客户介绍我公司的服务理念及竞争优势，努力将客户争取过来。

现在市场波动很大，观望的人占多数，同行间竞争也万分激烈，为此，我必须要不断的学习，丰富自己的专业知识，为客户提供全方位的服务，要想尽一切办法，尽自己最大努力来做。

**市场营销部工作总结上半年篇三**

，也清楚的认识到了自己在工作中的一些不足，以下是自己对一年来工作方面的总结。

一、市场调研

1、市场信息的收集

医疗行业市场信息主要通过网络、媒体中展开收集，主要是通过医疗行业、医疗相关行业、医院口碑等信息中搜集。渠道包括：政府机关、医疗机构、金融机构、公报、物业行业新规;物业协会、机关团体公布资料;物业行业研究机构提供的资料;广告代理、媒体以及公共图书馆、物业行业市场方面相关资料。

2、信息分析和甄别

项目信息包括拟建、在建工程项目，按照功能分类汇总，并对各个项目信息的建筑概况，开发商，使用者等进一步调查，以确认和完善各项信息，作为业务拓展的一手资料。此外，项目信息需要保证其准确性和时效性。

对于市场调研收集到的已经在业务拓展中涉及到的所有信息按照竞争对手、投资商、开发商、业主、各地行业主管部门、物业行业政策等几方面进行分类汇总，整合存档。

3、市场部信息库的建立

市场部应当建立自己的数据库，通过对所收集信息的合理分类和系统整合，

市场调研收集到的所有信息及时录入，将为今后的工作提供便利。目前，医疗市场各方面信息量相对较少，而且不很全面，将在今后的工作中进一步完善。存在不足及改进措施：

1)部分信息错误、过期，影响到推广进程，今后的市场调研工作中应该加强信息的准确性和时效性。

2)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工作，以获得更多、更全面的市场信息。

3)信息未能系统整合，不便于查阅，需要建立完善的市场部信息库。

二、中心开业

开业活动今年也做了不少了，开业活动花费费用高且效果不是特别好。我认为不如把开业活动的费用放在宣传或者推广上。存在不足及改进措施：

开业活动尽量取消，或者以专家讲座的形式出现。多情媒体，尽量尽可能的在短时间内带来患者。

三、中心推广

1、软文：今年沈阳202医院曾两次将软文刊登在辽沈晚报上，取得了1比2.5以上的回报率。软文形式相对于其他宣传方式在于把需要宣传的内容以一种具有阅读性的方式进行传播。相对容易取得良好的效果。不过由于线下软文的载体只存在于报纸杂志等形式刊登，所以价格和宣传次数受限制。所以在未来宣传的选择上尽量减少大城市或快节奏生活城市选择该种宣传方式，而在小城市或刊登费用低廉的地区可以采用这种方式。

2、滚动字幕：飞播广告是今年在多个中小型城市中采用的宣传手段，飞播宣传价格低廉，宣传面积广泛，且因为通过各地方有线电视台播放，所以在当地具有一定收视的强制性，取得一定的效果。不过由于将来越来越严格的全国的广播电视管理和限制，未来这种宣传手段可能随着管制的严格而渐渐取消。

3、广播广告：广播宣传在本年度中进行几次宣传，都没有取得良好的效果。广播内容和专题采访节目没有取得很好的效果。不过广播的优势在于成本相对较低、目标受众年龄层贴合公司设备受众年龄层，且该人群具有稳定的收听习惯。接下来的宣传可以由固定的广播和专题讲座改为请科室专家做客广播台的医疗类节目，可以针对该人群进行特定的宣传和解答。

5、培训会和礼品：作为主办方的培训会需要邀请专家到场进行培训，对未来的转诊具有非常好的作用，不过缺点是花费的费用比较高。而且见效比较慢。如果作为其他会议的赞助商，被允许进行一段时间的演讲或者有一个展位则可以具有比较不错的性价比和一定的宣传效果，风险性较小。

6、社区活动：社区活动是未来宣传活动的重点方向。社区活动直接使医生面对患者，通过直接的沟通进行一对一的宣传活动。而且费用低廉、同时带来最直接的收益效果。

7、视频广告：视频广告受众面非常大，虽然有非常好的宣传效果，但由于价格过高所以不能在大城市进行宣传。未来电视视频广告的宣传方向是拍摄时间较长的宣传视频，在小城市中进行有针对性的宣传。存在不足及改进措施：

今年一年我们也用了好多方式推广，软文、社区及广播的效果还是不错的，今后我们会把软文及社区作为宣传的重中之重。

四、个人总结

只有摆正自己的位置，熟悉本部门基本业务，才能尽快适应新的工作岗位，没有熟练的专业知识，就不能胜任这项工作，熟悉专业知识是做好工作的前提。由于工作实践比较少，缺乏相关工作经验，工作中还存在很多不足之处，自己要自觉加强自身学习和修养，努力适应这分工作。所以除了自己要在短时间内恶补，还非常需要领导与同事的教导与督促。

自己要主动融入集体，处理好各方面的人际关系，才能在新的工作环境中保持良好的工作状态。态度决定一切，市场竞争日趋激烈，市场机制会愈趋规范，每个公司、每个人都会面临不断的变化，并不断会有新的挑战摆在自己面前，自己以一种什么样的态度去对待它，自己就会得到一种什么样的结果。耐心细致地做工作态度是对自己一种承诺，工作中养成良好的工作态度才能赢得总经理及同事们的认可。

**市场营销部工作总结上半年篇四**

xx年即将过去了，转眼间又将跨过一个年度之坎，回首这一年，内心感触太多，虽然在这一年中自己相当的失败，但也算经历了一段不平凡的考验和磨砺。相当感谢公司给我这个成长的平台，让我在工作中不断的学习、不断的进步，让我学会如何做人、处事。回首这一年，我走过人生很重要的一个阶段，使我懂得了很多，谢谢主任给予了我很多的支持与关爱，在这我向主任及各位同事表示最衷心的感谢，.对于过往的一年.更多的是总结和反省.自己失利的地方太多了.下面是我对于一年工作的市场分析和工作总结及个人总结.

市场分析

我负责的是湖北市场,在湖北将近两年.在这边主要负责的是xx地区、随州地区及天门市.实际上的客户只有两个,应城市和汉川市.应城相对做的比较好.主要是以批发为主,汉川批发兼零售.

市场竞争状况;金牛在当地老百姓可以说是家喻户晓的知名品牌.经销商在卖货这块不需要费任何口舌.这是他唯一的优势.而劣势可分为二点,其一:市场泛滥.串货.其二;价格透明.经销商利润低.同样,联塑在湖北市场做的比较早.相对根基比较好.但是他也和金牛存在一样的问题.然而经销商永远是以追求利润为前提.在这前提下.我们公司的策略和营销理念对于经销商就是最大的一个优势;一个地方设独家经销商.价格是由我们操控的.这是他们没法比拟的.

市场特点及市场竞争状况;金牛在湖北省占有比较大的一个份额,但是因为他的弊端,他们价格定位也比较高.所以的老百姓都追求物美价廉.对于这些,经销商更多的是无奈,但他们追求的是利益.像现在很多二线品牌.在质量能够保证.价格相对金牛有优势的情况下，逐步的像我们这种品牌可实际操作可能性相当大.现在市面上见到很多20的热水管价格定位10块钱左右的品牌慢慢的逐步的在展开.这相对我们来说也是个趋势,而我们公司有我们独特操作理念.公司对经销商的类似广告支持、保证市场不泛滥.价格操控等.这都我们能够给经销商做到实处的.我们找的合作经销商也尤为重要.像找主要以零售家装这块为主.当然具备兼批发能力的那是最好.以中等客户为主.这就包含了两点，第一;开发时,中等客户开发时间相对会比较快点，各方面提出的条件相对大户没那么苛刻.我们要以快速开发市场为前提.当然也要保证其质量.第二;现在我们人员相对还不是很完善.后期维护工作相对不会那么沉重.

以上就是我对湖北市场的个人分析,当然其中有很多了解不足，希望其他同事能给予更多、更好的分析和指导.

以下是我对于一年的工作总结及个人总结.

首先.阐述自己的心态问题.新的一年，新的开始,刚到公司上班时候，内心更多的是以激情澎湃的迎接新的一年开始,自己现在可以说是空想.自己要如何做好、如何的规划自己的一年，然而到湖北市场后，就工作中遇到点小挫折、小坎坷,就自我信心不足,知难而退.遇事总是怕.担心.觉得自己做不好久而久之.自己的信心逐步退化.记忆颇深的是,在孝昌市在一家经销商那谈了七、八次之后,还是没达成合作.因为总总的原因,推迟、也是时机不是最好.确定他不是我所要找的意向客户.直至最后就连那仅存的一点信心都给折腾完了.尤其是到了后半年.心更是不定.整天自己都不知道在想什么.哪怕是外界给我一点小小的影响.就能动摇我的意志.往往就会想到自己为什么会这么龌屈.做事的时候自然就不上心.对于工作只是报着得过且过的的心态,还总自己我安慰。反正自己已经这样了。无非就这样.对业绩.荣誉.甚至自尊都已经麻木了.对于这一块,主任时刻提醒我。自己想起的时候会提醒自己.自己调整一次,过不了几天又回到了原点。甚至连刚开始都不如,慢慢的就演变成自己天天的自己我抱怨.在这一块充分提箱了自己的心智还不够成熟,这是自己需要解决的最大的一个问题.也许这也是自己必须经过了历练的一个过程.

再则;做事的态度,做任何事多以那种无所谓的,什么都不在乎.做事不够积极.记忆最深刻的一点是,开发的一个乡镇客户,第一天去的时候，因为老板不在家,和老板娘大概的谈了下我们产品的一些优势和特点.她感觉还可以.到了晚上.老板回来了,给我打电话,在电话里预约第二天早上7点半见面，结果因为冬天太冷,冬季的六点半天未亮.而坐车到那镇上需要一个小时.自己没那决心,没去负约.后来第二天又月明天.结果我还去.至此.我自己都不好意思在去和他谈.后来是因为到了月底，在业绩和主任的强迫下，下了决心,又和老板预约.结果合作了。从这件事上,让我自己看到了自己的做事态度.没恒心,做事不够认真,更谈不上积极.这就是个很鲜明的例子,以后我会时刻提醒自己,用认真积极的态度不放过任何机会，这牵扯到信誉和态度.更是为人处事最基本的态度.

其次.和客户谈判时的一些问题，在和新客户谈判时.尤其是在开发县级客户,在当地了解到了生意做的比较好的一些比较大的客户.心想,第一;他们每天那么忙,第二;每天像类似于我们这样的业务员又有多少?一进去他就把我一扫而出,心里由心而升的就会产生畏惧、恐慌心理.在进去之前总要做好久的心理准备.但在真正面对客户时.紧张.自己都想快点离开.脑海里一片空白.等到自己出来之后.自己回忆下当时谈话过程都会觉得很空洞.没任何的逻辑.更谈不上严紧性.话题聊天到哪就是哪.缺乏镇定.往往气势上就被他们压下去了。很难把心态放平,把他们当做正常的中等客户一般对待.在这块上.由衷的可以看出自我信心不足.老客户这一块.在和老客户谈到一些比较敏感的问题时.立场不够坚定.以至于客户老是试探我的底线.对于一些尖锐性的问题.甚至无言以对.相互对峙许久之后.只能自己委婉的说。我给领导请示.明天我在过来之类的自己敷衍过去.给自己留台阶下。久而久之.让自己养成了一个不良的习惯。遇到了一点小挫折、小困难就知难而退,这是我不足的重重之处.在老客户的维护这一块.对老客户所提出的问题。喜欢拖拖拉拉,处理不及时.明显感觉到很吃力.这归根于平时和客户沟通的不够.不了解他们内心真正的想法.这点在应城曾文剑就严重暴露出来了.尤其是他提出的一些尖锐的问题，我更多的是想着如何去逃避.缺乏一个业务员迎刃而上的精神.慢慢的就变了了畏惧.恐慌心理.在维护老客户这块,我做的是相当失败.我要努力学会做到,不管客户的大还是小.和善还是尖锐.都要用沉着、镇定的心态去对待.

再次.自己的目标不明确.公司后面的标语:\"目标明确,行动迅速.\"在这点.自己的做的太失败了。对于过去的一年。每次出差都是盲目性的,自己想好要到了哪个地方去,要实实在在的在那个地方找到属于自己的合作伙伴,经过一段时间后，遇到点不顺,就自我意识的就当初刚过来时的那想法给放下了.没一个主核心.到市场感觉到哪个地方都行.对一个地方呆了几天。没找到意向客户.自己内心就已经放弃了。会给自己找诸多的借口.会告诉自己.这里不行.接着马上转转到另一个地方.平时工作懒散.由于我们是以开发县级客户为主,比如说;自己会自我安慰的告诉自己，县级客户早上一般他们都是9点后才开门,自己可以晚点起来,上午他们一般生意比较忙,去了他们没时间,为自己的懒惰找诸多的借口,下午早早就收工,会为自己找借口,今天去了这么多家了,明天在去.回去房间看看电视.反正有几个谈的还可以的自我定义为意想客户的.喜欢拖拖拉拉.比如说;今天谈的感觉比较好的客户,约好了明天在过去拜访他.可能第二天去拜访了几家新客户或去了家意向比较深的客户那,内心就会对自己说，不要紧,之前约好那家以后在去,对工作不积极.整天沉沉迷迷的过。就算有意向客户也不能积极的跟进。对自己的懒总会找诸多借口.从而逃避责任.自我安慰。甚至还觉得自己做的很多.

执行力,对公司、主任下达的任务从未实在的完成过。对于公司刚定的任务.刚下市场时脑海里想着任务。例如;十二月份搞活动,主任给我拟定好了应城可以搞活动做到十万,给我逐个发划分到了个个乡镇，但自己去真正实施的时候,遇到态度不好的,自己想到的就是既然他不想做就算了，脑子了对主任交待的任务一下自己在脑海里变的荡然无存,到最后就以种种的借口来搪塞主任，同样,在市场上遇到点挫折、困难就自我内心的把任务给放下了.那刚市场时的满腔热情俨然烟消云散了.自己缺乏恒心,集体荣誉感,别的办事处天天谈论业绩时,我更多的装作没听到或是一听而过，内心的逃避，想到的是不是我一个人的错，从来没想过我也是这个集体中的一员,时时只想到.自己都已经做成这个样子了，集体更是跟我没关系。在办事处开会时.承诺的.在公司时牢记在心里.到了市场一段时间后,随着自己的心态和遇到的一些小坎坷就一变而空.心里只会想,自己的事都没做好更何谈团队荣誉感.全被自己的自私自利给占据.这点我要做出重点检讨.以后多检讨.多反省.只有集体荣誉感强了,才能督促自己.不能拖团队后腿.紧紧跟上团队步伐.

以上对自己的缺点和不足,我要以一个年轻人应有的状态来面对新的一年.时刻提醒自己,如果自己自甘堕落,那就没人能帮的了，做事要脚踏实地,用积极向上的心态面对,做人要用以诚相待.这这为准则.把自己把自己从肤浅的成熟转为真正意义上的成熟.我相信我会有个很大的进展.

**市场营销部工作总结上半年篇五**

众所周知，销售部对于任何一家饲料企业来说，都是核心部门，公司其他的部门的都是围绕销售部来展开，因此，作为一名销售经理，责任重于泰山。下面，我就自20xx年4月8日至今，我出任某某饲料公司销售经理以来的开始述职。

作为销售部经理，首先要明确职责，以下是我对销售部经理这个职务的理解：

职责阐述：

1.依据公司管理制度，制订销售部管理细则，全面计划和安排本部门。

2.管辖本部门内与其他部门之间的合作关系。

3.主持制定销售策略及政策，协助业务执行人员顺利拓展客户并进行客户管理。

4.主持制定完善的销售管理制度，严格奖惩措施。

5.评定部门内人员的资信及业绩表现，并负责内部人员调配。

6.货款回收管理。

7.促销计划执行管理。

8.审定并组建销售分部。

9.制定销售费用预算，并进行费用使用管理。

10.制定部门员工培训计划、培养销售管理人员，为公司储备人才。

11.对部门过程、效率及业绩进行支持、服务、监控、评估、激励，并不断改进和提升。

近段时期，销售部在经历了一个人员小波动后，在宋总的正确指导下，撤某某大区，某某区，集中人员，有针对性对某某市场开展了市场网络建设、优势产品推广、活动拉动市场等一系列，取得了可喜的成绩。现将三个月来，我对销售部阶段所取的成绩、所存在的问题，作一简单的，并对销售部下一步的开展提几点看法。

以下是一组数据销量增长率：3:4104.7

4:534.81

5:67

新客户增长率：3：4125

4：566.7

5：640

这两组数据表明：成绩是客观，问题是肯定存在的，总体上，销售部是朝预定目标稳步前进的。

那么，以下对这几个月的做一个小结。

一.培养并建立了一支熟悉市场运作流程而且相对稳定的行销团队。

目前，销售部员工共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!

二、团队凝聚力的增强，团队作战能力的提高

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!

三：敢于摸索，大胆尝试，不断改进新的营销模式，并且程序化。

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!

四、有法可依、有法必依、执法必严、违法必究，随着进程的不断深入，我们已经初步地建立了一套适合于公司行销队伍及销售规划的管理办法，各项办法正在试运行之中，我们会不断更新，逐步完善。

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，门店销售，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!

**市场营销部工作总结上半年篇六**

现在已经是20xx，20xx年已经过去，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。

当初抱着一股血热进入了公司，进入了公司之后才发现工作和我想象中有一些出入。我当初以为这个岗位是一个纯技术岗位，其实这个岗位更多的是销售。这让我不免有些失望，原本想要提升自己的能力和技术，没想到却不是按这样的计划发展。于是我便根据情况进行了计划的更改。

其实技术和销售结合在一起才会更好的发展，现在许多的东西都离不开营销，如果想要提升自己的能力，懂营销是必不可少的。来到公司之后，就这样误打误撞，让我变得更加完整。在不断锻炼自己的技术的同时，提高自己的营销技巧，学习大家营销的方式。这成为了我今后学习的方向。我也深刻的认识到，这个社会，懂得销售能够给自己带来的财富不止眼前，还有着更遥远的未来。只有将自己打磨到一定程度，自己的技术才会得到更好的展示和运用。这都基于一个能够实现运用技术的场地，而这个场地基于我们的.销售之上，没有客户提供机会，你的技术又能运用于哪呢?因此，我认识到这个问题之后，把营销技巧放在地位。

学习的这段时间里，我重新的又认识自己一次。原本以为自己有了技巧便可以无忧无虑，没想到这个社会要比我想象中艰难，许多的事情都是需要自己争取的，别人不会给你千里迢迢亲自送上门。你想要坐着收取利益，这是永远都不可能的事情。一个人眼光的短浅，给后期人生带来的是截然不同的画面和景象，只有自己想明白了这个市场到底需要什么时，你能够赋予这个市场什么，这时你才会有得到实现抱负的机会，否则就是一场空谈，毫无价值。

我能够进入公司，并且在这个职位上坚定不移的发展，首先是感谢公司给予我的这个平台，其次是自己足够好学和努力，给自己创造了机会，在此也要感谢自己。公司作为一个发展的基础，能够让我有不断的突破和无尽的发展，这是自己求之不得的，我相信在今后的工作中我会更加的努力，向着自己的目标不断地发展，绝不停下脚步，止步不前!

这些时间给予了我太多的鼓励，也让我有了很大的成长，我希望自己在今后的工作中越来越努力，不辜负公司对我的期望，也不浪这个难得的机会。我会踏踏实实走好每一步，为公司创造价值，让我的价值也得到体现!

**市场营销部工作总结上半年篇七**

进入安信证券已有两个多月了，这段时间自身在各个方面都有所提高，主要体现在：

1、对证券行业有了初步了解

进入公司以来，从熟悉这个行业到通过资格考试，对证券这个行业有了初步的了解，而驻点银行，通过渠道营销，对证券业务又有了较深的理解，工作中能解决各种基本问题。

2、业务开拓能力的提高

在业务营销过程中，与客户的交谈和遇到的不同问题，提高了自己的沟通能力和应变能力;而对客户不定期的回访，为其提供全方位、多角度的服务，使安信服务真正的深入人心。

3、工作的责任心和事业心加强了

对自己经手的每一笔业务，都认真对待，尽量避免给客户和公司带来不必要的麻烦，办事效率力求最快、。

在业务营销中，同样也发现了一些问题和自己的不足：

1、证券知识还须加深了解，需不断学习。

2、在与客户关系维护中，沟通方式还要逐步加强。

3、专业分析能力及营销能力还须进一步增强。

进入营销这个行业，业绩是衡量一个人的价值所在，前两个月的业绩表现不佳，我重新整理了思路，在余下仅有的两个月里，我要这样做：

1、发传单

进入安信证券我经常发传单，虽然发了很多，效果不是很好，但觉得还是可行，大量的传单会提高公司的知名度，下一步还想适量发些，坚持终会有效果的。

2、有效利用银行资源

在银行驻点已有近两个月了，业绩十分不理想。招商银行很好的服务有口皆碑，许多客户慕名而来，如能利用好这一资源紧紧抓住几个潜在客户效果是很好的，但招商银行和招商证券很好的合作关系和相互间有回扣的合作方式使我一直在寻找突破点，虽然很有压力，但目前与他们处好关系也是的办法。驻点客户经理的素质直接影响着公司的形象，所以我一直在努力的去做。

3、充分利用关系网络

拉动朋友或朋友介绍也是一种很有效的办法。通过朋友介绍朋友，让想炒股的客户选择我们安信来开户，另外，对于已在其它券商开通三方存管业务的客户，向客户介绍我公司的服务理念及竞争优势，努力将客户争取过来。

现在市场波动很大，观望的人占多数，同行间竞争也万分激烈，为此，我必须要不断的学习，丰富自己的专业知识，为客户提供全方位的服务，要想尽一切办法，尽自己努力来做。

**市场营销部工作总结上半年篇八**

xx年即将过去了，转眼间又将跨过一个年度之坎，回首这一年，内心感触太多，虽然在这一年中自己相当的失败，但也算经历了一段不平凡的考验和磨砺。相当感谢公司给我这个成长的平台，让我在工作中不断的学习、不断的进步，让我学会如何做人、处事。回首这一年，我走过人生很重要的一个阶段，使我懂得了很多，谢谢主任给予了我很多的支持与关爱，在这我向主任及各位同事表示最衷心的感谢，.对于过往的一年.更多的是总结和反省.自己失利的地方太多了.下面是我对于一年工作的市场分析和工作总结及个人总结.

市场分析

我负责的是湖北市场,在湖北将近两年.在这边主要负责的是xx地区、随州地区及天门市.实际上的客户只有两个,应城市和汉川市.应城相对做的比较好.主要是以批发为主,汉川批发兼零售.

市场竞争状况;金牛在当地老百姓可以说是家喻户晓的知名品牌.经销商在卖货这块不需要费任何口舌.这是他唯一的优势.而劣势可分为二点,其一:市场泛滥.串货.其二;价格透明.经销商利润低.同样,联塑在湖北市场做的比较早.相对根基比较好.但是他也和金牛存在一样的问题.然而经销商永远是以追求利润为前提.在这前提下.我们公司的策略和营销理念对于经销商就是最大的一个优势;一个地方设独家经销商.价格是由我们操控的.这是他们没法比拟的.

市场特点及市场竞争状况;金牛在湖北省占有比较大的一个份额,但是因为他的弊端,他们价格定位也比较高.所以的老百姓都追求物美价廉.对于这些,经销商更多的是无奈,但他们追求的是利益.像现在很多二线品牌.在质量能够保证.价格相对金牛有优势的情况下，逐步的像我们这种品牌可实际操作可能性相当大.现在市面上见到很多20的热水管价格定位10块钱左右的品牌慢慢的逐步的在展开.这相对我们来说也是个趋势,而我们公司有我们独特操作理念.公司对经销商的类似广告支持、保证市场不泛滥.价格操控等.这都我们能够给经销商做到实处的.我们找的合作经销商也尤为重要.像找主要以零售家装这块为主.当然具备兼批发能力的那是最好.以中等客户为主.这就包含了两点，第一;开发时,中等客户开发时间相对会比较快点，各方面提出的条件相对大户没那么苛刻.我们要以快速开发市场为前提.当然也要保证其质量.第二;现在我们人员相对还不是很完善.后期维护工作相对不会那么沉重.

以上就是我对湖北市场的个人分析,当然其中有很多了解不足，希望其他同事能给予更多、更好的分析和指导.

以下是我对于一年的工作总结及个人总结.

首先.阐述自己的心态问题.新的一年，新的开始,刚到公司上班时候，内心更多的是以激情澎湃的迎接新的一年开始,自己现在可以说是空想.自己要如何做好、如何的规划自己的一年，然而到湖北市场后，就工作中遇到点小挫折、小坎坷,就自我信心不足,知难而退.遇事总是怕.担心.觉得自己做不好久而久之.自己的信心逐步退化.记忆颇深的是,在孝昌市在一家经销商那谈了七、八次之后,还是没达成合作.因为总总的原因,推迟、也是时机不是最好.确定他不是我所要找的意向客户.直至最后就连那仅存的一点信心都给折腾完了.尤其是到了后半年.心更是不定.整天自己都不知道在想什么.哪怕是外界给我一点小小的影响.就能动摇我的意志.往往就会想到自己为什么会这么龌屈.做事的时候自然就不上心.对于工作只是报着得过且过的的心态,还总自己我安慰。反正自己已经这样了。无非就这样.对业绩.荣誉.甚至自尊都已经麻木了.对于这一块,主任时刻提醒我。自己想起的时候会提醒自己.自己调整一次,过不了几天又回到了原点。甚至连刚开始都不如,慢慢的就演变成自己天天的自己我抱怨.在这一块充分提箱了自己的心智还不够成熟,这是自己需要解决的最大的一个问题.也许这也是自己必须经过了历练的一个过程.

再则;做事的态度,做任何事多以那种无所谓的,什么都不在乎.做事不够积极.记忆最深刻的一点是,开发的一个乡镇客户,第一天去的时候，因为老板不在家,和老板娘大概的谈了下我们产品的一些优势和特点.她感觉还可以.到了晚上.老板回来了,给我打电话,在电话里预约第二天早上7点半见面，结果因为冬天太冷,冬季的六点半天未亮.而坐车到那镇上需要一个小时.自己没那决心,没去负约.后来第二天又月明天.结果我还去.至此.我自己都不好意思在去和他谈.后来是因为到了月底，在业绩和主任的强迫下，下了决心,又和老板预约.结果合作了。从这件事上,让我自己看到了自己的做事态度.没恒心,做事不够认真,更谈不上积极.这就是个很鲜明的例子,以后我会时刻提醒自己,用认真积极的态度不放过任何机会，这牵扯到信誉和态度.更是为人处事最基本的态度.

其次.和客户谈判时的一些问题，在和新客户谈判时.尤其是在开发县级客户,在当地了解到了生意做的比较好的一些比较大的客户.心想,第一;他们每天那么忙,第二;每天像类似于我们这样的业务员又有多少?一进去他就把我一扫而出,心里由心而升的就会产生畏惧、恐慌心理.在进去之前总要做好久的心理准备.但在真正面对客户时.紧张.自己都想快点离开.脑海里一片空白.等到自己出来之后.自己回忆下当时谈话过程都会觉得很空洞.没任何的逻辑.更谈不上严紧性.话题聊天到哪就是哪.缺乏镇定.往往气势上就被他们压下去了。很难把心态放平,把他们当做正常的中等客户一般对待.在这块上.由衷的可以看出自我信心不足.老客户这一块.在和老客户谈到一些比较敏感的问题时.立场不够坚定.以至于客户老是试探我的底线.对于一些尖锐性的问题.甚至无言以对.相互对峙许久之后.只能自己委婉的说。我给领导请示.明天我在过来之类的自己敷衍过去.给自己留台阶下。久而久之.让自己养成了一个不良的习惯。遇到了一点小挫折、小困难就知难而退,这是我不足的重重之处.在老客户的维护这一块.对老客户所提出的问题。喜欢拖拖拉拉,处理不及时.明显感觉到很吃力.这归根于平时和客户沟通的不够.不了解他们内心真正的想法.这点在应城曾文剑就严重暴露出来了.尤其是他提出的一些尖锐的问题，我更多的是想着如何去逃避.缺乏一个业务员迎刃而上的精神.慢慢的就变了了畏惧.恐慌心理.在维护老客户这块,我做的是相当失败.我要努力学会做到,不管客户的大还是小.和善还是尖锐.都要用沉着、镇定的心态去对待.

再次.自己的目标不明确.公司后面的标语:\"目标明确,行动迅速.\"在这点.自己的做的太失败了。对于过去的一年。每次出差都是盲目性的,自己想好要到了哪个地方去,要实实在在的在那个地方找到属于自己的合作伙伴,经过一段时间后，遇到点不顺,就自我意识的就当初刚过来时的那想法给放下了.没一个主核心.到市场感觉到哪个地方都行.对一个地方呆了几天。没找到意向客户.自己内心就已经放弃了。会给自己找诸多的借口.会告诉自己.这里不行.接着马上转转到另一个地方.平时工作懒散.由于我们是以开发县级客户为主,比如说;自己会自我安慰的告诉自己，县级客户早上一般他们都是9点后才开门,自己可以晚点起来,上午他们一般生意比较忙,去了他们没时间,为自己的懒惰找诸多的借口,下午早早就收工,会为自己找借口,今天去了这么多家了,明天在去.回去房间看看电视.反正有几个谈的还可以的自我定义为意想客户的.喜欢拖拖拉拉.比如说;今天谈的感觉比较好的客户,约好了明天在过去拜访他.可能第二天去拜访了几家新客户或去了家意向比较深的客户那,内心就会对自己说，不要紧,之前约好那家以后在去,对工作不积极.整天沉沉迷迷的过。就算有意向客户也不能积极的跟进。对自己的懒总会找诸多借口.从而逃避责任.自我安慰。甚至还觉得自己做的很多.

执行力,对公司、主任下达的任务从未实在的完成过。对于公司刚定的任务.刚下市场时脑海里想着任务。例如;十二月份搞活动,主任给我拟定好了应城可以搞活动做到十万,给我逐个发划分到了个个乡镇，但自己去真正实施的时候,遇到态度不好的,自己想到的就是既然他不想做就算了，脑子了对主任交待的任务一下自己在脑海里变的荡然无存,到最后就以种种的借口来搪塞主任，同样,在市场上遇到点挫折、困难就自我内心的把任务给放下了.那刚市场时的满腔热情俨然烟消云散了.自己缺乏恒心,集体荣誉感,别的办事处天天谈论业绩时,我更多的装作没听到或是一听而过，内心的逃避，想到的是不是我一个人的错，从来没想过我也是这个集体中的一员,时时只想到.自己都已经做成这个样子了，集体更是跟我没关系。在办事处开会时.承诺的.在公司时牢记在心里.到了市场一段时间后,随着自己的心态和遇到的一些小坎坷就一变而空.心里只会想,自己的事都没做好更何谈团队荣誉感.全被自己的自私自利给占据.这点我要做出重点检讨.以后多检讨.多反省.只有集体荣誉感强了,才能督促自己.不能拖团队后腿.紧紧跟上团队步伐.

以上对自己的缺点和不足,我要以一个年轻人应有的状态来面对新的一年.时刻提醒自己,如果自己自甘堕落,那就没人能帮的了，做事要脚踏实地,用积极向上的心态面对,做人要用以诚相待.这这为准则.把自己把自己从肤浅的成熟转为真正意义上的成熟.我相信我xx会有个很大的进展.

**市场营销部工作总结上半年篇九**

今年是我行的开局之年，在行领导的关心支持下，市场营销部制定了周密的工作计划和工作措施，坚决贯彻相关工作会议所制定的工作思路，确保开好局，起好步。开业来全部干部职工团结一心，奋力拼搏，取得了不错的成果。

一、主要业务经营指标完成情况

今年是我行成立第一年，也是打基础的一年，各项业务平稳、健康开展，呈现出良好的发展态势。

(1)我部各项存款稳定增长。到年末，全部门各项人民币存款余额245.42万元。个人储蓄和对公存款增加将成为我部存款增长的一个重要来源。

(2)贷款规模增加，结构不断优化。年末，贷款业务合计12笔，各项贷款余额5855万元，主要增投于优良客户和中小企业流动资金贷款等低风险贷款;如赵屯成达、开来、种禽场、大波罗房、中基、瀚庆等项目;其中个人优质客户贷款2笔，企业流动资金贷款10笔，收息水平较好。

二、主要工作措施和成功经验

(一)细分市场，准确定位，抓住重点，积极营销。20\_\_年，我部主要针对个人优质客户和中小企业开展金融服务。明确了目标定位后，部门员工积极开展工作，全方位拓展市场。突出竞争优势，以优质的服务吸引客户，争取在服务的深度和广度上优于他行。

(二)坚持品种创新和服务创新，多方位发展业务。抓好储蓄存款攻坚战，以争取有价值的私人客户为重点，大力营销储蓄业务。

一是开展规范化服务，提高服务水平，为储户提供标准化的服务。

二是加大营销范围，全部动员，针对周边的商户、住户和老客户，有效地吸收储蓄资金。

三是加大宣传力度，借走进社区活动为契机，开展“反x识讲座”，以业务宣传为媒介，走进社区的每一个角落，加大我行对社区业务市场的渗透力度，宣传了我行的业务，提高了我行的社会知名度。

(三)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，针对优质客户，主动营销贷款。目前已完成两笔个人优质客户贷款。

二是加大中小企业贷款的营销，如成达，瀚庆等项目。

三是积极与担保公司合作，通过引入担保公司，降低信贷管理风险。

(四)恪守规章制度，认真履行岗位职责，强化管理，全面提高信贷资产管理水平。我部客户经理都能严格按照行规定进行贷前检查，积极配合信贷管理部进行贷后管理检查等各项工作，努力确保我行信贷资产的安全性、流动性和效益性。

三、工作中存在的问题和困难

(一)从客观环境上讲，由于我们银行刚成立，还存在业务手段单一，社会认知度偏低等问题，对营销工作造成一定影响。

(二)从经营业绩中看，人民币存款长期在相对低水平徘徊，作为银行的营销部门，没有达到业务尖兵的要求，需要加以重视并改进。

(三)从主观努力上看，我们还存在许多不足。一是员工的积极性没有很好发挥出来。有些员工对工作关注和热心程度不够。二是对待工作存在先松后紧现象，导致我们工作上的被动。三是在工作中没有一种深入研究的精神遇到困难或问题的时候没有深入去思考，工作方式方法不足。四是服务水平竞争力不足，未有明显质的提高，与我行当前的高速发展不相适应。五是营销效果不明显，应该加大营销力度和精度，确保效益的稳定快速增长。

四、今后工作打算

(一)加强部门员工的学习，提高员工自身综合素质。

(二)严格恪守规章制度，认真履行岗位职责。

(三)在做好信贷业务的同时，重视信贷风险，积极配合信管部门工作，确保信贷资产安全性。

(四)加强团队建设，确保工作协调、统一、高效的进行。

(五)深化营销意识、积极开拓市场，尽全力使我行存款业务有快速增长。

以上问题将是市场营销部以后工作完善和改进的重点，今后，我们将严格加强管理，加大营销力度，高标准严要求，在行领导的正确指导下不断改进，不断提高，努力做好各项工作。

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