# 最新推广工作总结(汇总10篇)

来源：网络 作者：花开彼岸 更新时间：2024-04-26

*总结是对某一特定时间段内的学习和工作生活等表现情况加以回顾和分析的一种书面材料，它能够使头脑更加清醒，目标更加明确，让我们一起来学习写总结吧。大家想知道怎么样才能写一篇比较优质的总结吗？以下是小编精心整理的总结范文，供大家参考借鉴，希望可以...*

总结是对某一特定时间段内的学习和工作生活等表现情况加以回顾和分析的一种书面材料，它能够使头脑更加清醒，目标更加明确，让我们一起来学习写总结吧。大家想知道怎么样才能写一篇比较优质的总结吗？以下是小编精心整理的总结范文，供大家参考借鉴，希望可以帮助到有需要的朋友。

**推广工作总结篇一**

xx年初，我带着梦想与创造力来到公司上班，就职市场部的网络推广职位，处理vita健康中心的推广事务。从入职的第一天起，就努力将自己融入到公司团队中去。时间荏苒，三个月的时间在紧张且充实的工作中稍纵即逝。

在公司总部学习期间、在门店磨练的过程，同样在领导与同事们的悉心关怀和指导配合下，通过自身的努力，在几乎从零开始的情况下，构建了一整套vita健康中心的网络推广基础设施。

来公司之前，我对健康管理行业的概念仅仅停留在“在健身器材上作运动”的单纯想法，虽然在有将近八年的推广工作经验上有优势，但对公司本身产品的认知却凤毛麟角，且此前公司在网络推广的工作内容甚至可以说是零。那时对未来的工作水平和状态充满了跃跃欲试及焦虑的双重心态。是源馨实业有限公司，给了我充分的信任，为我提供了一个平台。

来到公司后的起初一个月，我是在公司总部工作的。工作期间我并没有急于拓展工作，而是认真仔细的认识、了解并熟悉自己从事的spa、贵宾接待、星级服务、健康管理、瑜伽等行业。事情从整理文档、编辑软文、绘图制作，网站制作，再到互联网合作洽谈、下店拍照找素材，事无巨细一并从零开始。尔后，因为工作变动缘故，我来到了国会店工作。和同事们着手架构了vita健康中心官方微信，vita健康中心官方微博等一系列的宣传推广平台。

这三个月给了我极大的感触，领导没有领导架子对人温和热情，每一位公司同仁也对我这个新近员工投以真挚的目光。在工作接触中，只要我需要，他们随时都给予热情地指导与协助。工作之余，大家开怀谈笑，不分彼此。正因为如此，让我顺利的在愉快中高效完成工作。

因为部门与职位都是新组建的，公司没有明确委派给我任何指标性的任务。所以我自己规划了制定了一个工作职责。

在短短三个月的试用期中，无论在工作还是思想上，我都得到了不少的收获。但与其同时，也发现了自己很多不足的地方：健康服务相关知识的缺乏，使得我在开展具体工作中，常常表现生涩；对需要继续学习以提高自己的知识水平和商务洽谈能力，加强分析和解决实际问题的能力；同时团队协作能力也需要进一步增强等。对于这些不足，我会在以后的日子里虚心向周围的同事学习，专业和非专业上不懂的问题虚心请教，努力丰富自己，充实自己，寻找自身差距，拓展知识面，不断培养和提高充实自己的工作动手能力，把自己业务素质和工作能力进一步提高。

1、“业精于勤而荒于嬉”，在以后的工作中不断学习业务知识，通过多看、多学、多练来不断的提高自己的各项业务技能，并用于指导和展开实践。

2、不断锻炼自己的胆识和毅力，提高自己解决实际问题的能力，并在工作过程中慢慢克服急躁情绪，积极、热情、细致地的对待每一项工作，为公司作出更大的贡献。

3、寻找客户资源及合作企业，以扩大公司品牌利益为基础和中心点，展开全新的工作。

4、希望通过自身的努力与殷实的工作为前提，架构出一个可独立运营网络部门，更好的为公司品牌vita健康中心、t2max去做维护、推广及管理服务。

1、企业文化宣传度不够。

2、公司相关的户外活动太少，无论是会员间还是员工之间。

3、门店之间各自为战，缺少连锁品牌意识。

最后也希望请领导和同事对我多支持，多提要求，多提建议，使我更快更好的完善自己，更好的适应团队，适应工作需要。

**推广工作总结篇二**

组织班级在黑板报中开辟推普角，在黑板一角张贴推普标语，建立形式多样的班内推普文化，渲染了推普气氛，扩大了推普宣传的影响。

1、为了进一步认真贯彻落实《国家通用语言文法》，进一步提高教师的语言规范意识和推普参与意识，促进六年级推普和语言文规范化工作向纵深发展，组织我班学生参加了推普演讲比赛活动。

2、为了进一步激发同学们学习和使用普通话的积极性，举办了普通话演讲比赛。评出一、二、三等奖和优胜奖若干名。

3、让学生走出校园对公共场所、商店等进行用规范调查，并提出规范用的意见。

本次推普活动，在学校师生的共同努力、共同配合下，圆满地取得了成功。“请说普通话”在师生心里扎下了根，我校师生表示，推普活动将继续延续，师生将坚持说普通话，说好普通话，从而达到带动学校及周边社区环境，提高全社会语言文规范水平的目的。然而，推广普通话是一个持续、长久的过程，今后，我们将在各级领导及全校师生的支持下，以提高全体师生的语言规范意识和推普参与意识为目标，真诚服务，热情工作，使我们的推普活动再创佳绩！

**推广工作总结篇三**

但是，网络推广，又是一件极其丰富而又有挑战性的工作!关键是看你每天报以什么样的心态和态度去对待，去执行!

积极参加党委中心组理论学习，坚持集中学习与自学相结合，积极参加省分行和支行组织的各类集中培训，学习内容主要有领导科学、管理科学、创新思维、经营战略和策略、风险投资等。在常州培训中心学习期间，系统学习管理理论和案例，开阔了视野，丰富了知识，经营管理水平得到了明显提升。

熟悉公司总体市场战略，及时获取市场或同行业的相关信息，诸入投放平台，所用关键字，更新频度，与我们公司相同关键字自然排名的比较等。

如果每一件事，你都不能做到很好，而且又不对每个问题思其原因，发现规律，总结技巧，那么，你第一不是一位好的员工，第二不是一位好的推广人员!长此以往，人将不人，工将不工，司将不司，国将不国!

工作，只是一个过程，最终的结果，我们是要得出一条结论，一点经验，一点收获!吴国仅仅为完成每日的任务和去工作，那么就和驴子拉磨没有区别!

工作的同时，你需要不断的去研究，去发现，去学习，去总结，然后再学以致用，不断成长和进步!只有这样你才能与众不同，你才能有所收获!

**推广工作总结篇四**

我自xx年10月中旬到xx市场上开始开展市场工作。近两个月来，我牢记公司赋于我的工作任务，严于律己、勤于学习、不怕吃苦、努力工作，在各级领导和各位同事的支持和配合下，工作方面取得了一定的收获。

现将我履行职责的具备体情况汇报

初到市场时，为了尽快进入工作角色，我首先是通过认真细致的市场调查工作了解自己所在市场的具体情况，清楚我们产品在本市场上面的销售现状，了解竞品目前市场上的销售状况。面对市场现状勤思考，保持与上级领导良好的沟通，多向领导及同事学习请教。

2、在日常工作中正确处理好与经销商之间的关系，并时刻牢记“诚信经营、务实营销、传承创新、义利双赢”的公司理念，把“诚信、情感、责任”贯穿于整体工作中，发挥才智、敬业爱岗、求真务实、规范方式方法，推行“品质、情感、效益”三位一体模式，定期做好对客户的走访工作，尤其是一些对我们产品忠诚度较高的客户维护工作，促进产品在各个渠道全面兑现对客户和消费者的承诺，为公司树立良好的品牌形象，为公司事业在本市场上的长远发展打下良好的基础。

3、在开展上述工作的同时协同经销商一起开展了xxx产品的推广工作。

4、在工作之余，加强自身的学习，将理论和实践联系在一起，指导自己的市场工作。不急功近利，从长远着眼，坚持理论联系实际，扎实开展市场工作。作为公司市场人员，不但要具备这个岗位所需要的必要素质，还需要把握各方面的信息，保持对事物发展规律的敏锐感觉，使思想观念与时俱进，把理论知识、市场规律与我们产品的实际相结合，才能使得我们公司的产品在日益激烈的白酒市场竞争中立于不败之地。

5、在维护巩固现有老市场和客户的同时，高度重视新市场及新客户网络的开发建设工作。产品只在几个点的市场上产生销售是远远不够的，因此我也在南江市场暂时稳定的情况下积极努力得前往广元地区去寻找机会，扩大我们公司品牌及产品在那边地区的知名度和影响力，同时寻找目标客户力图开发新市场。

1、在工作期间，积极学习并遵守公司的各项规章制度，定期向主管领导汇报工作，没有出现脱岗旷工等违章违纪现象，在市场工作中一切从公司利益出发，没有做出任何有损公司利益的事情。

2、在工作时，对存在的问题大都能通过沟通的方式解决；对工作中遇到较大的问题，能够积极及时的与上级主管领导沟通；没有存在擅做主张的事情；工作当中也没有出现较大的失误。

工作中在编写与制定销售工作计划和执行方案时仍不够专业和规范；

2、工作经验尚浅，在工作当中遇到困难和难题时，不够沉着冷静，容易产生慌张或是急躁的情绪。

**推广工作总结篇五**

过去的九个月里，在公司领导的指导、同事的关心、自己全身心的投入下，较好地完成了每次推介会的工作，为了在20xx年里，把工作做得更好，现将xx年度推广部工作总结如下：

推广部的工作大致可分为三大点：会前、会中、会后。会前的工作是策划准备工作;会中的工作是帮助销售工作;会后的工作是总结当天会议的得失利弊，摸索经验，避免下次会议出现同样的错误。xx年的工作缺乏创新，不注重细节，时间久了就变得机械化了，不足的地方总结有以下几大点：

一、主题不鲜明：主题是一场活动的中心灵魂，而这个主题必须是能够推动销售的，同时一切的操作都围绕主题展开，不同的主题则在操作方式上有所不同。很多的时候主题只是开场白一带而过，接下来的流程与主题并没多大联系，水机专场与睡眠专场也不明确，水机专场也讲睡眠系统、睡眠专场也讲水机。

二、因循守旧缺少创新：每次活动的程序都差不多，不外乎就是讲座、实验、拍手歌、抢板凳，就连方案也是在原版上改时间、地点，而没有过多的考虑主题。藉口就是“以前一直都是这样的”！也曾想过改变流程、改变讲座形式……有些想法还未尝试就被“丰富经验”的人士夭折了，自己也怕失败，干脆也就放弃了。每场活动就像机械人似的重复着相同的动作，总觉得工作很忙，但却不知在忙些什么！就连抽奖券也要花一个下午的时间来准备，不懂得去寻求方法解决。

三、缺乏与顾客沟通：我们面对的客户人群大部份是中老年人，会场上讲的`话及节目都要是他们喜欢的，首先我们要了解他们的想法、需求，才能有目的地讲些他们都爱听的话、唱些他们都熟悉的歌，从而引起共鸣，营造现场气氛。也可事先了解顾客的喜爱，提前安排准备，也可请一些专业演员现场表演，提高娱乐节目质量。老年人挂在嘴边的话就是“以前……”，爱回忆往事，我们多把动人的往事搬到舞台上重映;老年人追求的就是健康长寿，我们可在会场上教唱歌、跳舞，动作要简单，引导健康理念。总之，让顾客来到会场上，全身心放松，没压力，尽情投入！

**推广工作总结篇六**

近两年来，我镇节能灯推广工作在县委、县政府、科学技术和工业信息局、县财政的具体指导下，立足实际，创新办法，坚持把推广节能灯工作与推进“两型社会”建设和节能减排相结合，通过采取有效措施，取得明显成效。我们的主要做法和体会是：

按照县委、县政府、科学技术和工业信息局、县财政的部署，我镇当年节能灯推广工作全面启动，为全面落实节能灯推广使用工作，镇政府专门成立领导机构，明确责任，认真扎实工作。在实际工作中，我们始终坚持政府主导、突出重点，全南推进的原则，切实加强领导。镇政府、相关部门、社区、农场、村委会都成立了工作专班，工作环环相扣，循循推进，确保了节能灯推广使用工作的顺利开展。

为了使这项涉及千家万户的惠民工程落到实处。我镇学习借鉴其他兄弟单位的经验和做法，通过广泛征求各社区、各村委会的意见、建议后，制定了《实施方案》，为了推动工作方案的落实，促进交流，我们建立了每月汇报一次进展情况的工作制度。我们的做法是：镇政府牵头、以各社区、农场、村委会为平台、制定总体方案、分解下达任务。同时，发动镇政府各部门带头，由镇农业办公室制定补充推广节能灯方案，确保全镇任务的完成。

财政补贴推广使用节能灯虽然是一件群众得实惠的好事，但是，如果宣传工作不到位，同样不会被群众所接受，好事就没用做好。必须让大家认识到节能的重要性，养成节能环保意识，逐步改变使用传统灯具的习惯。我们采取机关、社区、村委会多层面多种形式，结合节能减排宣传周、科普宣传周和世界环境日反复宣传节能灯专题小知识、营造氛围。一方面我们在主要道路悬挂布标、横幅及宣传栏，发放宣传品等方式广泛进行宣传，努力做到路人皆知；另一方面我们深入到社区、大宗用户积极做好节能灯产品的宣传及推广工作，做到家喻户晓。通过宣传，既算使用节能灯减少碳排放改善环境的大帐，也算使用节能灯家庭经济成本的小帐，最终取得实实在在的效果。

任何工作的推进难免出现薄弱环节，针对薄弱环节一方面要及时完善方案，如有的街道、社区常住人口发生了新的变化，需要相应调整节能灯的数量，补救措施必须跟上。另一方面，整个工作分时段推进，既是调度，又是讲评，也是督办。，市节能灯目标任务下达后，我们就先后3次召开调度讲评会，向各社区、村委会、农场发放节能灯产品需求情况调查表，通进调查，摸清市场需求。同时进行业务指导，加强监督管理，对销售价格、个人购买数量、资料登记、货款回收等进行检查，保证节能灯推广工作符合政策规定，从而确保xx镇节能灯推广工作任务的圆满完成。

**推广工作总结篇七**

1、经营生产情况

20xx年新签推广合额共计xx万元，完成年初计划新签合额xx万元的xx%。

20xx年完成产值xx万元，完成年初计划xx万元的xx%。

2、设备物资

20xx年全中心共完成固定资产投资xx万元，为调整后全年固定资产投资计划xx万元的xx%，其中：施工机械设备xx万元；测量试验设备xx万元;非施工生产设备xx万元。

20xx年全中心共完成物资集中采购xx万元。

3、安全质量

全中心20xx年安质量形势稳定，未出现重大安全质量事故。主要安全质量工作有：上、下半年的安全质量大检查、新员工安全培训、安全月、质量月活动、交通运输车辆安全管理集中排查、质量管理专项整治改进活动等。建立了技术中心环境管理体系，组织133人参加落实企业安全生产责任制主体竞赛。

4、生产调度

做好生产调度工作，按月提交12份全中心整体调度报告，按周提交52份中心重点项目调度周报。

5、技术管理

加强推广项目策划、实施、总结的组织管理，对新上项目要求做好项目策划，加强过程管理，对全中心项目进行了成本核算，为以后项目成本管理和考核打下了基础。对已完成项目及时要求进行项目总结，未完成项目做好年度总结。

6、系统管理

完成xx项集团公司管理流程编制，xx项技术中心管理流程编制，积极做好系统管理工作，完成领导交办的其他任务。

1、加强推广项目经营，开拓增长点。由于国家总体经济调控继续实行稳健的货币政策，20xx年全中心的生产经营形势不容乐观。由于中心转型的需要，从事推广的人员减少，要确保推广的产值和市场份额，对经营的要求高，积极发挥各项目部的经营能力，力争更多的项目，开拓新的经常增长点，才能维护和保持中心的发展。

2、加强执行力建设，通过系统加强对项目的服务和管理。推广部加大对项目的技术管理，对经过评审、审批的方案，严格控制按要求执行，特别关系安全、质量的重大方案，现场不能随意变动人员、设备等。加大调度管理，结合现场生产修订调度报表的格式，使调度报表更能全面反应现场情况，为领导决策提供可靠的调度依据。

3、加强安全管理，确保安全质量形势可控。继续做好技术中心质量管理专项整治改进活动的相关工作，通过定期开展的安全质量大检查活动促进全中心安全质量工作。

4、加强项目考核管理。通过积极推进对履约项目部考核，促进项目成本管理。通过对片区项目部的考核，促进经营开发和成本管理。以考核为抓手，全面促进经营、生产、回款等方面的提高。

5、加强其他相关工作，做好系统管理工作。通过对推广项目的策划、实施、总结等技术管理，加强推广项目全过程的管控，实现安全、进度、成本的最大化。加强学术交流和培训，根据要求积极组织相关会议的投稿和人员参会，扩大技术中心在界内的影响，组织专业技术人员参加相关培训，提高专业技能。积极完成领导交办的工作和其他系统管理工作。

**推广工作总结篇八**

跟随着课程改革深入推进的步伐，又一学期悄然而过，作为“七彩名师工作室”的一员，有付出的辛劳，也有收获的欢乐。

一、让学习成为一种习惯

1、理论积淀，提升素养。心中有课标，是一个老师上好课的前提。本学期，我仔细研读了语文心课程标准，做了详细笔记。对其他所有学科的课程标准，通过各种途径超找相关资料进行了仔细阅读、记忆，心中对教育教学工作的目标很明确，方向也很清楚，为工作的落实打好了基础。

2、经常观看各个学科优秀课堂教学视频，了解总结优秀课堂的方法特点，把理论与实践进行结合研究。

3、每天阅读优秀的教育教学文章，从中获得启发与提升。

4、关注最新的教育教学动态和相关文件，比如“教育部关于印发《3-6岁儿童学习与发展指南》的通知”等及时调整教育教学管理指导思路。

5、积极参加专题培训，提高管理和专职业务水平。如参加校长提高班培训学习，评为了优秀学员；周末参加心理健康教育专题培训等。

二、关注新进教师，深入听课，增智慧促引领

1、听完一年级所有语文教师的课，并进行整理和小结，组织张小娟老师给沙溪的三位教师上拼音教学示范课，组织沙溪一年级老师汇报听课心得，寻找差距，提出改进措施。

2、组织沙溪校区一年级语文老师开展识字教学专题研究，总结识字教学的基本模式和教学方法、教学手段并听课了解在教学中的实施情况。

3、对新进教师的音乐、体育、科学、数学等课程也进行了听课、意见交流。

三、团队合作，打造新秀

1、指导年轻老师赛课，帮助研究教材、制定教案，加班到深夜。（唐钦、冯宇）

永、黄凤、张利民）

四、关注平时，及时总结鼓励

1、对新老师的班级进行巡视、观察，发现情况及时交流，发现亮点及时肯定，促进教师不断进步。

2、对教师的教学常规加强检查和落实，对学月反思情况进行及时表彰，调动老师积极性。

五、积极开展课题研究

1、落实《家长学校办学模式》课题研究，撰写课题申报书和实验方案，26日启动开题并进行问卷调查。

2、《学科教学渗透心理健康教育》课题结题中。

六、收获

1、新进教师迅速进步，基本转变教学观念，努力做到学生主体教学，精神状态好，积极上进，合作、温暖。

2、指导教师赛课或区一等奖。

**推广工作总结篇九**

20xx年是公司大发展、大跨越的一年，也是品牌推广部组建成立，团结奋斗的一年。部门员工在公司领导和分管领导的带领下，一步一印，开拓创新，将公司品牌推向全国，取得不不俗的成绩。

回顾20xx，部门严格执行公司规章制度和年初与公司签署的“品牌推广部目标管理合同书”，围绕“一切以效益为目的，以营销为中心”的指导思想开展工作，为公司品牌发展献计献策，实现怡清源品牌走出湖南，走向全国；同时品牌效应促进公司网络发展壮大，在公司同仁的共同努力下，实现销售快速增长，得到领导的肯定和称赞，具体情况总结如下：

在公司领导班子的带领下，全年策划组织参与祥和中国节四场大型活动，分别是北京新闻发布会（20xx年8月1日）、张家界千古情愿鹊桥会（20xx年8月16日）、长沙杜甫江阁璀璨中秋赏月会（20xx年9月22日）、长沙岳麓山百孝登高慈满天下（20xx年10月16日）。经过怡清源和芒果radio的共同努力，“祥和中国节”系列活动在全国推广，已成为时下最热门的话题，引起广泛关注，被多家媒体誉为“本年度最激荡人心的文化大事”。怡清源茶业，作为本次活动全程唯一合作伙伴，鼎力支持申遗活动、权利策划、配合活动开展，共举办4次活动，主要工作有：活动衔接、策划、组织、物品采购与筹备、现场执行（踩点、展示等）、茶水服务、现场演出、新闻宣传推广、广告宣传推广、网络推广（论坛发帖、博客推广）、活动宣传物品的设计与制作、活动线下推广、后勤保障、产品研发、活动营销等。其中活动广告费xxxx万元，礼品费用：xxx万元（零售价），活动报销费用xxx万元；新闻报道145篇（其中一半以上报道是我们自行推广），自创茶艺2个，意向客户参与活动70余人，“怡清源”品牌走出湖南，迅速从地方品牌成长为全国性的品牌。

20xx年6月—10月为配合“淡季旺做”大型促销活动，公司积极举办参与了“长沙首届社区文化节·怡清源野尖黑茶进社区送健康”活动。此活动主要覆盖长沙主要社区，对打动社区周边怡清源专店有较好的宣传作用，为此我们进行了一系列的策划活动，在实施过程中发挥了“怡清源”精神，被誉为“最坚强的队伍”，也是活动中宣传效果最好的企业。因后期活动与“祥和中国节”活动冲突，原计划21场活动，我们只参加了17场；在此次活动中我们共获得报道22篇（一半以上来自我们的推广），广告费xxx万元，其他报销xx万元。

**推广工作总结篇十**

前述：本组织结构规划的主要内容：

4．品牌策划推广部薪资构成及kpi指标依据；5．品牌策划推广部各岗位人员招聘计划。

品牌策划推广部的目标：

根据推广策略的不同而不同

如：提高知名度、改变态度、介绍产品、促进销售、对抗竞争对手的产品、建立以客户为导向的市场推广管理体系与工作流程、优化重点产品、重点区域、重点推广方式的评估指标、建立客户知识与推广经验的数据库等等。推广策略来源于公司的经营目标、产品策略、销售策略。品牌策划推广部的任务：

是有效的信息传递，而非直接的销售

市场推广通过有效的信息传递，改善客户的认知和态度，说服并刺激产生业务消费行为

一、品牌策划推广部人事岗位架构图：

二、品牌策划推广部主要职责：

1．根据公司战略规划要求和品牌策划推广项目的发展目标，在整体的管理框架下，执行总经办发出的各项工作指令，以积极达成战略规划要求、实现品牌策划推广目标为部门结构组建、工作执行的总原则。

2．根据品牌策划推广目标，负责品牌策划推广部的体系构建，主导搭建内部策划推广平台并确保流畅运转，持续为公司提供强大业务推广支持，不断提升品牌价值和店面盈利能力。

3．负责品牌项目策划推广、公司产品推广、公司优势资源推介等品牌商务推广工作，完成客户资格评估和资料备档，完善推广合作细节，确保业务可创收性。

4．负责公司对外广告、销售、促销活动文案拟定，监督、执行。5．负责直营店及加盟店终端活动策划和市场政策制定，定期组织筹划新品发布、市场策划等推广活动，关注直营店与加盟店销售动态，协助店面销售管理，提升盈利能力。

6．协助财务部门执行财务控制，负责品牌策划部财务的各项安全运作，避免财务风险。

7．针对特定的目标客户，通过特定的渠道和方式，在特定时间，传递特定的信息。

四、品牌策划推广部各岗位职责：

（一）营运总监岗位职责：

（6）完成上级领导安排的一切临时事务。

（二）营运部经理岗位职责（暂略）：

（三）营运部主管岗位职责：

（1）在品牌策划推广部的整体管理框架下，执行部门总监及经理发出的各项工作指令；

度和培训体系，不定期对推广专员展开巡查督导；

（4）负责公司品牌规划及方案制订实施；

（6）负责总部优势资源收集，不断更新丰富加盟推广资料，整体包装品牌推广；

（7）完成上级领导安排的一切临时事务。

（四）营运部助理岗位职责：

（1）在品牌策划推广部的整体管理框架下，执行营运主管发出的各项工作指令；

（2）负责意向客户收集、市场拓展、意向客户资料库建立，协助商务业务谈判、跟进；

（6）负责总部优势资源收集，不断更新丰富加盟推广资料，整体包装品牌推广；

（7）负责加盟商档案管理、合同管理、加盟商资料更新、协助应收账款管理；

（8）完成上级领导安排的一切临时事务。

（五）推广专员岗位职责：

（1）在品牌策划推广部的整体管理框架下，执行营运主管发出的各项工作指令；

（2）负责店面的开业活动策划，产品政策和市场政策的执行；

（5）按要求准确、及时填写客户情况报告、竞争对手活动报告等，并按时上交；

（6）制定高效的拜访路线，实现有效拜访数量目标及推广；

（15）掌握公司的业务服务范围，在推广过程中及时对客户的问题进行正确的解答；

（16）对推广时收到下定单客户的分配，做到公平。

任命条件：具有强烈的服务意识良好的人际交往能力、公关能力和沟通能力良好的谈判能力和协调能力；强烈的进取心和责任感工作严谨，原则性强，勇于负责，不徇私情有健康的体魄，充沛的体力。

六、品牌策划推广部薪资构成及kpi指标依据：

备注：

1、上述岗位薪金为薪资参考值，实际薪资可视任职能力在10%的范围内上浮、下调；

2、上述薪资设定（含a、b部分）基本考虑岗位贡献值和工作属性、当前薪酬水平；

3、上述合计薪资暂不包含部门经理、主管薪金。

七、品牌策划推广部各岗位人员招聘计划：（一）招聘渠道（针对岗位）：

1．营运助理岗位：外聘（现场招聘+网络招聘）为主，可考虑内聘；2．市场推广专员岗位：外聘（现场招聘+网络招聘）。（二）岗位晋升机制：

1．市场推广专员表现优秀者可晋升到大客户业务部，所有薪资等等以大客户业务部制度为准。

2．特别合适人员（如充足的行业经验、产品知识、对口的职业技能等）可做业务经理考虑（此职位转入大客户业务部）。

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