

最新会展市场工作计划 市场工作计划(模板7篇)

时间就如同白驹过隙般的流逝，我们又将迎来新的喜悦、新的收获，让我们一起来学习写计划吧。计划书写有哪些要求呢？我们怎样才能写好一篇计划呢？以下我给大家整理了一些优质的计划书范文，希望对大家能够有所帮助。

会展市场工作计划 市场工作计划篇一

伴随着万达购物广场的落成，市场部始终坚信“公司的战略是清晰的，定位是准确的，决策是正确的”，随着发展适时调整适合现阶段中国市场发展的商业营销模式，快速确定了最合适的营销理念。职务分析，万达购物广场市场部，主要负责购物广场战略目标的规划，对市场“商场如战场”发展趋势做出预测，对目标客户的需求做出判断，对竞争对手和潜在竞争对手的策略做出分析。包括广告宣传、公关活动、促销活动、讲座与展会，以及网上资料、印刷资料、音像资料的制作。正常来讲他们并不大量接触零散的客户，而是紧盯住一个目标客户“群体”去做工作，去激发他们的潜在需求。因此，在下一年的工作规划中，将针对以下几点工作进行。

就现阶段而言，我市各大购物广场的销售额主要是依靠制造各种形式的活动，让利于消费者、吸引消费者，从而达到引导消费者消费、提升自身销售额的目的。作为我们而言，市场的分析是重中之重，如何把握市场发展趋势，在众多商家、众多活动中脱颖而出，吸引更多的消费者，创造更多价值，在招数上出奇制胜非常关键。也是我们在20xx年的工作重点。

去年我们着重对全国的商业模式进行了考察，大连万达模式对我们深受启发我们也通过网络了解和电话咨询等进一步了解到万达的整体策划也不是他们自己搞的完全是依赖大连的

展览公司。整体策划是以4t商业营销模式为基础以休闲、体验、互动、娱乐四大元素组成，直击网络购物的致命弱点，他们在策划方案中融入各种展览旅游文化教育等形成互位交叉和资源共享购物广场在营销策划上逐渐向以服务为轴心的商业综合体转化；将原来的美陈的投资大量压缩全部采用租赁的模式。他们的策划方案深受启发很值得我们学习和借鉴。

这一点我们市场部已经开始学习和贯彻《商业4t营销理论》。把我们原来的供应商体系重新做了梳理，引进大连几家专业从事展览器材及展品租赁的供应商，这样我们将大大节省了20xx年商业美陈的投入。并随时关注大连万达的发展动向，即时做出调整。购物广场的壮大，离不开新老顾客不间断的物质资助。不断把潜在顾客变为顾客，把顾客变为老顾客、忠实顾客，也将是购物广场发展的必由之路。因此，发展会员，推行会员卡，同时不断通过相关活动把顾客提升为沈阳大悦城家族的一分子、一部分，应是20xx年战略规划之一，而会员卡也将在下一年的各个活动中具体体现和运用起来。

我们做广告的目的，就是第一在消费者心目中树立良好、牢固的企业形象，提高美誉度和认同度；其二就是借助广告媒体对商业信息进行有效传递，提升实效性。两相结合，才是相对完善的广告宣传。

长期以来，我们的广告媒体主要是以电视字幕广告为主流媒体，从实效性来看，的确具有一定的效果，但是作为主流媒体，欠缺的是无法将形象树立在市民心中，而对于现代广告营销而言，电视字幕、短信等广告媒体也只是起到发布信息的作用，并没有完全发挥出“广告形象宣传”的作用。在20xx年，首要的任务则是根据以往收集来的各广告公司、广告媒体进行深入分析，确定出着实适合我们企业的主流媒体作为宣传平台，并根据该媒体特点制定长期宣传战略，使其切实为我们服务，达到真正广告宣传的目的。其次，在依托主流媒体进行形象宣传的同时，尽可能多地通过各种方式

增加社会影响力，如制造新闻看点、发展大型文化主题巡展等公益性质的活动等，通过社会舆论提升购物广场在市民心中地位和认知度。

重点工作规划

4、在网络上大肆宣传本购物广场20xx年度新一轮大型文化巡展活动。

综合起来，购物广场的销售区形象大致包括橱窗、内部氛围布置、商品陈列等方面。其中，作为个人而言，对于橱窗形象方面，在设计及搭配方面均不成熟，而橱窗又相当于购物广场的门脸，对于吸引消费者起着很大的作用，新的一年中，在橱窗方面将下深工夫研究，并结合实际锻炼摸索，把弱项弥补上来。

在新的一年里，购物广场内部布置整个围绕年度文化主题，为消费者创造商品以外的价值空间和值得体验的真实感受。积极策划组织各类带有公益色彩的文化展览及各类主题活动，强调与消费者的情感沟通，在消费决策前便取得认同。在dp点原来的花卉全部取消，从大连购买趣味雕塑作品20件整体分布，提高购物广场整体的艺术氛围和档次。各部门积极沟通、配合，包括货架摆放、商品摆放等尽量多地从各渠道进行学习并具体实施到导购员处。

重点工作规划

3、配合购物广场活动做好各项有关购物广场活动氛围的设计工作，确保购物广场活动的卖场气氛。

为的就是通过了解市场，分析市场，提高部门工作的准确性，实效性，从而提升市场部整体工作能力，给购物广场带来更大的利益。

会展市场工作计划 市场工作计划篇二

在度过了紧张的20xx年之后，房地产行业总算是保住了市场上的地位。我在房地产公司上班也是有很长时间了，对房地产市场的情况不说是十分的了解，但总是还有点造诣的。相信随着市场的逐渐回暖，房地产市场是会回到一个正确的轨道中来的。我对房地产公司的前景还是比较看好的，所以我会一直坚持在房地产公司上班！

作为一位新员工，本人通过对此业务的接触，使我对公司的业务有了更好地了解，但距离还差得很远。这对于业务员来讲是一大缺陷，希望公司以后有时间能定期为新员工组织学习和培训，以便于工作起来更加得心顺手。

1、在第一季度，以业务学习为主，由于我们公司正值开张期间，部门的计划制定还未完成，节后还会处于一个市场低潮期，我会充分利用这段时间补充相关业务知识，认真学习公司得规章制度，与公司人员充分认识合作；通过到周边镇区工业园实地扫盘，以期找到新的盘源和了解镇区工业厂房情况；通过上网，电话，陌生人拜访多种方式联系客户，加紧联络客户感情，到以期组成一个强大的客户群体。

2、年底的工作是一年当中的顶峰时期，加之我们一年的厂房推界、客户推广，我相信是我们厂房部最热火朝天的时间。我们部门会充分的根据实际情况、时间特点去做好客户开发工作，并根据市场变化及时调节我部的工作思路。争取把厂房工作业绩做到最大化！

4、第三季度的十一中秋双节，市场会给后半年带来一个良好的开端，。并且，随着我公司铺设数量的增加，一些规模较大的客户就可以逐步渗入进来了，为年底的厂房市场大战做好充分的准备。此时我会伙同公司其他员工竭尽全力为公司进一步发展做出努力。

4、在第二季度的时候，公司已正式走上轨道，工业厂房市场会迎来一个小小的高峰期，在对业务有了一定了解熟悉得情况下，我会努力争取尽快开单，从而正式转正成为我们公司的员工。并与朱、郭两经理一起培训新加入的员工，让厂房部早日成长起来。

积极主动地把工作做到点上、落到实处。我将尽我最大的能力减轻领导的压力。

做房地产市场中介是需要根据市场不停的变化局面，不断调整经营思路的工作，学习对于业务人员来说至关重要，因为它直接关系到一个业务人员与时俱进的步伐和业务方面的生命力。我会适时的根据需要调整我的学习方向来补充新的能量。工业知识、营销知识、部门管理等相关厂房的知识都是我要掌握的内容，知己知彼，方能百战不殆（在这方面还希望公司给与我们业务人员支持）。

最重要的，是我20xx年的一些想法可能很不成熟，希望领导更正。同样在快速列车运行取决于前面带，我希望得到公司领导，各部门首长的正确引导和帮助。展望20xx年，我会继续努力，认真，负责的每一个业务时，处理，而且也有机会寻求和努力争取更多的客户，赢得更多的订单，提高制造业。我相信他们会完成新任务，能够应付新的挑战□20xx年，更多的挑战等着我，我已经准备好。在新的一年里，我相信我可以做得更好，这是灰色的，我一定要做好。回顾过去一个时期的工作时，我对今后的工作有更多的期望，我相信我可以做得更好。在不断发展，公司已经有了进步，我的知识和业务水平也取得了进展，相信他们能够做好在20xx年，我一直在等待！

会展市场工作计划 市场工作计划篇三

一、带领本公司共同努力超额完成公司下达的各项任务。

二、加强基础管理，强化量化考核指标。

1、对各项工作均事先予以量化，奖罚分明，使一切均有章可循，有章可查，分季度考核结合年终考核，业绩的好坏直接与奖金挂钩，做到奖罚分明。

2、坚决杜绝老好人思想，加大跟踪力度，强化监督职能，及时记录，适时引导，定期检查，避免一阵风。做到善始善终，杜绝虎头蛇尾现象发生。

1、改变少数人硬性分派的做法，使员工共同参与制定相应的实施方案，择优选用。

2、明确各自的责、权、利，定期考核与年终考核相结合，并与同期收入、年终奖金相结合，对成绩优异者给予奖励，不能按计划完成的与同比例的收入，每下降一个百分点，减少同期收入。

四、建立市场网络，规范客户管理，加大市场开发力度。

1、理顺整顿治理现有资源，对客户、市场按升值潜力分为a□b□c三类市场，对潜力大、上升强劲的市场予以重点开发、维护、宣传。

2、对一些需更换客户的网络先培养其他替换客户，经一段时间的扶持，不与公司发展相匹配的客户，则予以更换。

3、除传统的农资、供销、农业局的网络开发、维护外，同时重点开发粮油、邮政等农化网络。

4、强化驻点服务开发工作，依据市场情况分设一个办事处，强化市场的开发服务功能。

5、网络的建设要以终端建设为基础，掌握市场已有资源，促

使市场占有率提升。

6、春节前应重点对鲁西北市场的开发与推广，改变公司春季淡的被动局面。

7、对市场各级客户均分类建档，并定期跟踪监督，及时调整，增加回访客户频率，增加相互了解，解决实际困难，增加客户忠诚度。

五、强化沟通机制，加速市场信息的收集与转化。

1、收集真实的市场信息，建立档案制度，重点对各区域的种植结构、用肥习惯及其他品牌的优势、宣传方案等对比找出差距，找出如何整改的信息方案。

2、制订定期的沟通机制，并建立有效的奖罚制度。

3、多与终端客户联系，了解一线资料。

六、加强学习，搞好团队建设。

1、除主动参与公司的各种培训外，重点要加强事后的总结与运用。

2、每次出发人员回来，要及时召集相关内部人员共同分享市场成功经验，分析总结遇到的疑难问题，共同探讨，相互促进，共同进步。

3、主动与业务人员沟通交流，变听汇报式交流为主动谈话式交流，对发现问题应及时解决，从中发现人员的长处与缺点，以便合理安排工作，为其搭建合理的舞台，充分发挥个人的才能，加强团队的凝聚力。

七、强化服务认识，提高服务质量。

1、成立业务投诉电话，对由于业务人员自身问题造成的业务投诉，视情节予以一定的处分，并及时解决客户的投诉，增加其赞誉度。

2、结合驻点服务工作的开展，整合自身市场的信息及技术资源优势，帮助客户理顺、完善开发新的营销方案与实施及二级网络的建设。

3、对重点市场做到电视有影，广播有声，报纸有形，学者参与不遗余力的宣传公司产品，提升品牌形象。

4、取消专车制度为市场专车制，对业务车辆统一调度，形成地面范围化宣传，配合学者及当地经销商服务于终端客户，增加其赞誉度。

八、加大新客户，新产品的开发力度.

1、全年出发不低于240天。

2、世界唯一不变的是在变，只有不断的推陈出新才能跟上市场发展的需求只有不断开发新客户才能更加完善销售网络，提高市场占有率，并制定最低客户数量，少则罚，多则奖。

3、通过细致的调研及时开发适销对路的新产品，并实行谁开发谁受益的奖励机制.奖励业务人员的参与性与时效性。

九、费用的控制

1、增设专门统一的内勤人员，增加账目透明度，定期公布各种业务费用数据。

2、对各种专项费用的投放应遵照双赢原则，事先与客户共同对市场加以分析，预测投放的效果，并提出书面建议和协议。事中加大监督事后加以落实评比，如与事先预算相差较大，

则由当事人自行解决，或不予以报销。

3、对日常招待费用严格按审批制度，对客户招待等其他费用弄虚作假、少花多报者一经查实当次费用不予报销并处两倍以上罚款。

4、对出发的各种费用、票据、出发时间、路线、当地拜访客户的市场资料相结合，如不符不予以报销。

十、及时处理好市场突发事件做好各职能部门的工作，制造优良的经营气氛。

以上是我xx年的工作计划，虽不完善但是我会在工作中不断的寻找最佳的方法；我将带领我的伙伴们团结一致，努力拼搏，超越自我树立必胜的信心，全力投入二次创业的潮流中，为二次创业实现努力工作。

会展市场工作计划 市场工作计划篇四

市场部直接对销售总经理负责，是企业的灵魂，其工作职能在生产、销售、服务中的作用十分重要，是销售环节核心的组成部分，作为市场部，重要的工作是协助总经理收集、制订、执行。衡量市场部工作的标准是：销售政策、推广计划是否科学、执行力度是否严谨。

1市场部作用：

直接对总经理负责，协助总经理进行市场策划、销售计划的制定和实施。

督促销售部对销售计划进行事实。

全面协调各部门工作职能。

是企业的灵魂。

2市场部工作标准：

准确性

及时性

协调性

规划力

计划性

执行力

3市场部工作职能：

制定年度销售工作计划、季度销售工作计划、协助销售部执行。

协调各部门特别是研发生产部的协调工作。

组织销售部进行系列培训。

监控销售成本、对销售区域人员指导性的增减、调控

制定、督促、实施必要的销售推广。

专卖店形象的管理、建设、导购、督导的培训。

销售客户档案统计、归纳、整理。

全面收集销售、市场信息，筛选整理形成方案上交相关部门

1制定20xx年销售工作计划：科学严谨的剖析现有市场状况和销售状况，扬长避短、寻求机会、制定20xx年市场部和销售部工作任务和工作计划。

2实行精兵简政、优化销售组织架构：认真分析了解目前销售部组织架构、根据市场情况合理性、在市场精耕的前提下，精兵简政、调整局部人员、控制销售成本、挖掘人员潜力、激发工作热情、感受工作压力、努力作好各自市场销售工作。

3严格实行培训、提升团队作战能力：

集中培训、努力使所有员工充分掌握公司销售政策、产品知识、应用技术知识、营销理论知识，形成学习型团队、竞争型团队、创新型团队。

品知识系统培训

销知识系统培训

业执行标准培训

“从优秀到左卓越”——企业人在企业自律守则培训

售人员职业道德培训

售人员必备素质培训

用技术及公司产品培训（应用中心或工程师培训）

4科学市场调研、督促协助市场销售：

5协调部门职能、树立良好企业文化：

行政人事部：行政人事部门的功能和职责就是直接对总经理

负责、协调各部门工作、建立完整的人事档案，制定科学的人才竞争奖惩机制，考察各部人员工作情况，在市场部的建议和科学的数字、事件、和市场情况下，不断为企业储备人才，挖掘销售人员潜力，致力于销售的提高和市场的发展。

研发部生产部：研发生产部门的职责是以市场需求为导向，通过市场需求，不断优化产品结构和产品功能、把握产品质量、严格推行iso—20xx质量体系，向市场推出竞争力产品。因此，市场部每月都会给出市场信息、竞品信息、销售情况信息，使该部门能及时、客观、科学把握市场新动态、航标，在不断调整自身产品不足之处的同时，并为企业研发、生产适合客户和市场需求的好的产品来赢得市场和客户。

销售部：销售部是企业的先锋部队、是贴近市场的侦察兵、是企业发展的硬武器。他们的职责就是不断的开拓销售通路、寻求最适合企业发展的战略合作伙伴，不断的把企业的产品推向市场、同时向市场提供科学的前沿信息，而市场部在捕捉市场信息的前提下，结合企业实际情况，制定强有力的市场方案和销售策略，最有力的树立企业“灵魂”的作用。

财务部：直接对总经理负责，如果说市场部是“灵魂”、销售部是“先锋”、是“轰炸机”，那财务部则是企业的“大闸”、是企业运作、健康发展的“动脉”，它的职责是制定企业科学年度预算、结算，把握企业的赢利，及时的为总经理提供合理的生产成本预算、市场推广预算、销售成本预算、风险和利益的客观评估。作为市场部，在结合企业的实际情况、市场的实际情况、客户的实际情况、制定合理的推广方案和费用，上交总经理或与财务部进行沟通，使之切实可行，使企业发展利益的最大化。

市场留守、物流部：直接对销售部负责，他们的职责就是及时了解定单信息，并及时转交生产步，以最快的速度、最低的物流成本、安全的把产品送到目的地和客户的手中，为销售部作好最优质的服务。作为市场部，更应该建议、指导、

督促、协助他们的工作。

6把握市场机会、制定实施销售推广：

7信息收集反馈、及时修正销售方案

会展市场工作计划 市场工作计划篇五

20xx年全市文化市场管理执法工作要贯彻落实全省文化市场管理工作会议精神，结合我市工作实际，着力“分析新情况，研究新问题，把握新趋势，不断提升文化市场管理执法工作的新水平”。要以促进综合执法队伍专业化、规范化、信息化建设为根本，以健全和完善文化市场管理和综合执法工作机制为重点，以开展文化市场专项行动、提升文化市场监管能力为抓手，努力完成全年各项工作任务，不断推进文化市场管理执法工作跃上新台阶，助推全省文化市场管理工作走在全国前列。

一、加强综合执法队伍建设。

（一）加强综合执法规范化建设。一是抓业务规范。要紧密结合文化部各项规范化文件，细化管理执法操作流程，完善规章制度，规范行政处罚自由裁量标准；二是抓形象规范。要在统一执法标识、统一执法证件的基础上，进一步统一执法服装、统一执法装备和统一执法文书；三是抓行为规范。加强管理执法队伍思想道德和职业道德建设，认真落实《文化市场综合行政执法人员行为规范》，推进文化市场政风、行风和作风建设。

（二）加强队伍专业化建设。以开展“执法岗位大练兵、大比武”活动为今年队伍建设的主要手段，进一步强化业务培训，大力加强基本理论、基本知识、基本技能和专业的学习训练，全面提升执法技能。9月底前组织开展全市文化市场综合执法技能“大练兵、大比武”活动，10月份组队参加

全省比赛，开展“大练兵、大比武”的活动情况和获奖情况将纳入文化市场综合执法年终考核范围。各地要针对文化市场管理、综合执法业务和岗位的需要，制定培训计划，采取自学、互帮互学、集中培训等方式开展培训和考核，要加强对新颁布实施和新涉及领域的法规的学习培训，有效地督促和引导执法人员由“应知应会”向“行家骨干”转变。各地要组织开展文化市场经营管理人员的法规培训，增强从业人员的守法意识。

（三）加强监管信息化建设。各地要继续加强监管信息录入和信息报送工作的组织实施，配合省、市做好全省文化市场视频监管系统、办公自动化系统、移动执法系统以及12318文化市场监管体系的建设和完善。

（四）完善考核评比机制。继续强化按月考评网吧监管平台运行情况、按季度考评执法数据、案件办理、信息报送、综合执法办公系统使用情况的通报制度。积极推进执法装备达标配备，按照省执法考核细则，加大对规范化建设等内容的考核权重。组织开展全市文化市场综合行政执法工作年度先进集体、先进个人评比活动，引导和调动广大管理执法人员的积极性。组织选调各地优秀行政执法案卷，参加全省文化市场综合执法优秀案卷评比活动。组织开展全市行政许可案卷评查活动，提升行政许可服务能力。

二、健全和完善文化市场管理和综合执法工作机制。

（五）充分发挥文化市场管理工作领导小组的平台作用。文化市场综合执法工作涉及范围广、领域多、责任重，不仅需要文化行政部门之间的相互支持与配合，还需要公安、工商等多个部门的通力合作，更需要各级党委、政府的坚强领导。去年市及部分市（区）已经成立了文化市场管理工作领导小组，并将领导小组办公室设在文化部门，为实现长效监管、合力监管提供了组织保障。个别尚未成立的地区，要积极向当地党委、政府汇报，努力争取当地党委政府的高度重视和

大力支持。各地要充分发挥文管办这个平台的作用，充分凝聚各方共识，整合各方力量，发挥统一领导、统一协调、统一执法的机制作用。要建立健全联席会议、文件处理、信息通报、联合执法、区域协作等工作机制，定期召开联席会议，定期通报信息，定期组织重大专项执法行动，共同协商解决热点难点问题。

（六）进一步完善文化市场管理工作网络和机制。为了有效规范文化市场秩序，近年来，我市各地文化行政部门积极探索推行建立市（区）、乡镇（街道）、村（社区）文化市场管理网络，努力构建以市（区）为主导，以乡镇（街道）为依托，以村（社区）为点线的横向到边、纵向到底、上下联动、综合治理的文化市场管理格局。今年，各地要进一步推进完善文化市场管理工作网络和机制。一是做好将文化市场管理工作纳入当地党委政府对乡镇（街道）工作目标考核内容的推进工作，进一步明确乡镇（街道）管理职责；二是完善乡镇（街道）文化市场管理领导机制和工作网络，6月底前完成健全乡镇（街道）、村（社区）文化市场协管员队伍工作，明确工作职责，建立工作制度，有效实现行政管理执法“手臂”向下延伸，起到“补位”作用；三是指导各乡镇（街道）、村（社区）积极开展文化市场日常监管工作，不断完善文化市场长效监管机制，做到日常检查与集中整治有机结合，全面提升文化市场的综合治理水平和监管效能。

三、加强文化市场日常监管。

（七）加强网络文化市场的监管。要充分发挥市“网络文化市场执法协作小组”及各地小组成员的作用，积极发现和查处网络文化市场案件，强化对网络文化市场新情况、新问题的研究，探索总结网络文化市场执法工作经验。

（八）加强艺术品市场的管理。加强艺术品市场法制宣传和动态研究，开展艺术品市场调研活动，推动行业自律与规范。

（九）加强游戏游艺娱乐场所的管理。积极开展游戏游艺机电子标签化管理工作，强化场所基础性管理工作，科学监管准入机型机种，增强经营单位的诚信守法意识，加大管理执法力度，促进全市游戏游艺娱乐场所经营秩序的明显好转。

（十）进一步加强文化市场的动态管理。强化对市场的动态管理和暗访督查、督办工作，及时通报情况，形成工作制度。组织开展全市文化市场交叉执法检查 and 执法工作交流，查找市场管理漏洞，交流管理执法经验。各地要强化日常巡查机制，量化巡查监管频次，结合节庆、假期等重要节点，按照上级安排及本地文化市场管理工作实际，组织专项检查，加强网吧、娱乐、演出、出版物等市场监管和安全生产工作。

（十一）协调推进各职能领域的执法工作。各地要按照工作职能，切实履行好综合执法职责，要加强对新执法领域的业务培训和工作研究，建立有效机制，协调推进文化、广电、新闻出版各职能领域的执法工作，整体提升综合执法队伍在各职能领域依法行政的能力和水平。

四、推进文化市场繁荣发展。

（十二）深化网吧做大做强工作。在圆满完成网吧“单改连”工作的基础上，按照省厅的统一部署和要求，继续推进网吧资费优惠和增值服务工作的落实，促进统一网维平台建设，积极为我市网吧向规模化、连锁化、品牌化方向发展服务。

（十三）加强行业协会建设。充分发挥协会在行业监督和自律、组织和协调等方面的作用，积极推动和指导协会规范制度、开展服务。

会展市场工作计划 市场工作计划篇六

金立基公司从1996年进入粘合剂行业，经过10多年的发展，

已经在印后包装行业这个细分市场取得了不错的成绩，但是业务的发展还是局限在珠三角尤其是广东地区。而据不完全统计整个广东省生产同类产品的厂家不下500家，而胶水行业是一个技术门槛相对较低的行业，导致了行业竞争已经呈现一种白热化状态，带来的直接后果是市场的萎缩和毛利率的下降。公司要想取得进一步扩张和规模效益，已经不能仅仅局限于珠三角市场，另外国家区域经济的振兴计划让长三角以及中西部地区的工业呈现快速增长的过程，其中当然包括印后包装行业，公司管理层在此种环境下做出走出广东、开拓全国市场的决策是非常英明的。我有幸能够参与这场抢占全国市场，塑造金立基品牌的战斗中，感到非常自豪，但是也深感任务的沉重，以下是我根据公司决策层制定的销售计划而做出的区域市场开发计划，仅作参考，希望能对公司有所帮助，请帮忙斧正！（此计划以华东区为目标区域）

根据公司整体规划，今年6到12月份华东区6省2市（浙江省、江苏省、四川省、山东省、安徽省、湖北省、上海市、重庆市）共承担销售指标1092万，其中包括直营店3家（销售定额180万，每人每月万），开发大、中型专业客户（终端）13家以上（销售定额720万，每人每月30万），开发经销商4家（销售定额192万，每家每月8万）。充分利用行业内大客户影响力和杠杆效应，带动中小客户的销售。另外通过设立直营门店以及广告宣传等方式让当地市场对金立基的产品和服务有个初步的了解，透过经销商和业务人员的努力，实现业务的快速增长和品牌形象的初步建立。

华东市场是金立基从来没有涉猎的空白市场，没有任何经验作为借鉴，并且今年留给我们的时间并不多，任务的艰巨程度可想而知。要想保证销售任务能顺利地完，必须要有一个完整而细致的规划作为指导。

第一阶段（5月8号至6月30号）

1) 区域市场的进一步细分（5月8日）

区域经理和营销人员一起细分区域，要把握以下几个原则：第一，为了方便区域经理的管理工作，区域办事处所在城市要由区域经理亲自负责。第二，公平原则，每个营销人员所负责区域以及承担指标成正比，指标可以根据以后市场的实际情况作适当调整，第三，自愿原则，营销人员可以根据自己的实际情况选择自己熟悉或者有优势的区域，前提是其他人员也同意。若两个营销人员选择同一个区域，则采取“抓阄”方式决定。区域一旦划定短期内将不会再做更改，营销人员必须严格遵守公司规定，不得跨区销售或报价，特殊情况需报区域经理批准方可。

2) 业务员spin技巧培训（5月10日上午）

1. 首先，利用情况性问题[situation questions]（例如贵司生产什么样产品？…）来了解客户的. 现有状况以建立背景资料库（行业、产品、目前选用哪家供应商…），从业人员透过资料的搜集，方能进一步导入正确方“案, 范”文”库欢, 迎您1采集的需求分析。此外，为避免客户产生厌烦与反感，情况性问题必须适可而止的发问。

2. 然后，营销人员会以难题性问题[problems questions]（如你的保障够吗？对目前所使用产品满意吗？…）来探索客户隐藏的需求，使客户透露出所面临的问题、困难与不满足，由技巧性的接触来引起准保户的兴趣，进而营造主导权使客户发现明确的需求。

3. 其次，营销人员会转问隐喻性问题[implication questions]使客户感受到隐藏性需求的重要与急迫性，由从业人员列出各种线索以维持准客户的兴趣，并刺激其购买欲望。

4. 最后，一旦客户认同需求的严重性与急迫性，且必须立即采取行动时，成功的从业人员便会提出需求—代价的问题[need-payoff questions]让客户产生明确的需求，以鼓励客户将重点放在解决方案上，并明了解决问题的好处与购买利

益。

在营销人员进行客户拜访之前，要通过一对一的面谈去了解每个人的心理状态，并作出一些有针对性的培训，这样做的目的第一是消除营销人员的紧张心理提振士气，第二是解决有些新业务员对营销实战技巧方面的欠缺，保证其能够较好的完成第一次的陌生拜访。

3) 办事处的前期筹备工作（5月12--14日）

区域经理应该在5月11号出发去上海进行办事处的前期准备工作，花不超过三天的时间物色一间合适的两房一厅或者两房两厅作为区域大本营，租房选址原则：一，环境安全、交通便利；二，价格实惠；三，手机信号良好，四，房间最好能有少量家私（床、衣柜、办公桌、热水器等等）。要确保成本控制在公司预算范围之内。区域经理租好房后及时向公司汇报，并帮助购置办公以及居住的必需品（如电脑、电话、打印机、传真机、床、热水器等）。

4) 客户资料的收集以及电话预约（5月15--22日）

区经理及营销人员通过网络及其它方式找出自己所属区域的目标客户（彩印厂、礼盒厂、纸袋厂、皮具箱包厂等），务必在三天时间里找到200个准客户的地址、联系人、联系电话等相关资料，并将其整理成电子文档形式存档，以方便以后的联系跟进。然后通过两天时间，对找出的目标客户进行逐一电话访问，争取获得更多信息（客户是否可以使用到我司产品，每月需求量，目前使用哪个牌子产品，什么价位等），并尽量提前预约拜访。接下来对第一次电话联系所收集的信息进行分类整理，找出有采购意向的客户进行第二次电话交谈，本次电话交流的目标是预约到30家客户接受我们到厂拜访。

5) 第一次出差（5月23—6月5日）

营销人员要做到以下几点：a 随时与区域经理保持电话联系汇报自己在目标市场及客户开发过程中碰到的困难以及任何觉得有必要让区经理了解的情况；b 对每个拜访的客户要做好拜访记录填写工作；c 每周六上午写好本周的出差报告，每个月底将当月工作情况以及下个月的出差计划做一个总结报告连同本月出差报销发票一起提交给区经理；d 随时接受区域经理监督和指导；e 收集出差区域市场用量最大的前十大终端客户，当地市场份额最大的前三位竞争对手资料。

会展市场工作计划 市场工作计划篇七

一、20xx年主要工作开展情况

(一)坚持服务发展，全力打造最优“营商环境”。一是“最多跑一次”领跑全省。打造“行政审批高速公路”，全省率先实行“工商登记不出区”，注册资本金5千万以上企业和企业集团实现全权xx办理，名称核准到领取执照压缩至1.5个工作日。全省领先速度将企业开办时间压缩到3个工作日，率全市之先推出第一批38个涉企证照“一窗通办”改革事项，“工商企业通”银行网点代办服务覆盖全区，推行全程电子化、“审核合一、一人通办”、住所承诺申报制、园区市场监管工作室等多项便民措施，提高窗口“八个一”标准化建设。截至目前，办理注册资本金5千万以上企业38家，网上申报700余件，网上申报率达到近40%。“最多跑一次”工作得到王蛟虎书记批示肯定。二是助企服务精准到位。派出30名“驻企服务员”，为30家企业、30家个体工商户提供精准式“管家服务”，主动到企帮扶指导76次，解决了12个专业问题。稳步推进转型升级，拓宽融资渠道，建立健全梯次培育库。全区新增小微企业341家，个转企19家。与农商银行、农业银行等3家金融机构开展“银商合作”，通过大数据信用评分情况发放便捷化信用贷款，目前已为132家小微企业和个体户信用贷款2800万元。办理股权质押登记3件，实现担保债权2.6亿元。集聚政策扶持，累计减免小微企业税费2722

万元，财政资金奖补新增4280.65万元。组织企业参加“守合同重信用”申报，创成3a□2a级守重企业各7家。深度培育“xx紫菜”□“xx羊栖菜”、“鹿西大黄鱼”等“两菜一鱼”地理标志证明商标，提升xx商标品牌社会影响力，服务区域经济发展。三是柔性执法引导规范。由“刚性执法”向“柔性执法”转变，以技术指导促进企业隐患整改，共帮助督促16家企业采取技术革新和设备改造方式，消除安全隐患和违规生产21起；以行政指导消除企业违法苗头督促浙江东一、金海岸大酒店等6家企业的及时改正违规经营行为；以规范指导引导电商、微商、“网络订餐平台”等新产业、新业态发展，采取包容审慎，实行集体约谈，督促整改，避免违法行为发生，指导新兴产业合法合规发展。

(二)坚持高标引领，倾力创建海岛“食安样板”。一是高水平创成食安区。以创建总分全省第六、满意度全省第二的优异成绩高水平创成省级食品安全区。强化投入保障□20xx年全区投入创建经费4000万元。严格落实党政同责要求，区委区政府出台□xx市xx区食品安全党政同责实施细则》，考核权重增至30%，形成“党政同责、一岗双责、失职追责”的责任体系。食安创建工作成效获得苗伟伦副市长批示肯定。二是高标准提升食安水平。率全省之先实现学校食堂、中型及以上餐饮单位“阳光厨房”、农贸市场电子追溯体系建设实现2个100%全覆盖。落实扶持政策，实施“三小一摊”改造提升财政补助奖励，打造名特优小作坊6家，改造提升92家，创成农村家宴服务中心7家。建立“四位一体”的食品检测网络，区食品检测中心以99分通过省级实验室标准化验收，全省首个为企业提供免费食品检测服务。调整优化基层责任网格172个，基层食安办规范化建设100%覆盖。三是全方位营造共治氛围。建立8支社会监督员队伍，建成食品药品科普站宣传站12个、全省首个区级食药安全科普基地1个，组织开展食品药品安全“七进”活动90余场，全区村居(社区)、学校、机关宣传覆盖面达100%。建立食品药品安全典型案例曝光台，自曝光制度建立以来，已发布3期，累计转发阅读量超过3万

余次。

(三)坚持科学监管，着力维护稳定“市场环境”。一是全力护航食药安全。强化食药整治，落实无缝隙日常监管，推行机关干部职工联系挂钩餐饮服务单位包干督查机制，开展食药各类安全整治30余次，出具行政指导建议书156份，规范各类生产经营主体734家，排查食药安全隐患643个。完成第九届“妈祖平安节”等16次重大活动保障，保障人数达2.5万余人。加大监督抽检力度，完成各类食品药品定量抽检409批次，总体合格率达99.16%；定性抽检22335批次，合格率达99.64%。年检测样品总量是省定标准的两倍以上，信息公示率100%，其中地产食品抽检覆盖率达100%。强化药品不良反应监测，报送药品不良反应77例、医疗器械不良事件14例。探索“互联网+药品流通”模式，实现从药品购进、储存、销售动态实时监管，目前已创成19家，受惠群众已达500余人。二是狠抓特种设备安全。推进“96333”电梯应急平台100%覆盖，处置电梯故障、困人事件21起。推广电梯安全责任保险工作，今年已投保电梯150台，其中公众聚集场所投保电梯48台，远超市局目标考核任务。推广气瓶二维码标签管理，今年加装24711只，完成率100%。加大特种设备安全保障力度，推行管理分类评价规范，评出a类59家□b类1家，并与210家使用单位签定了责任书。全年检查企业398家次，设备652台，发现安全隐患设备174台，下达整改指令书105份，消除安全隐患设备164台。三是着力提升依法行政水平。针对群众普遍关注的热点焦点问题，突出重点商品、重点行业、重点区域，以消费者投诉举报反映的热点为重点，开展反不正当竞争“百日执法”、“打假保建设”、“计量维权”、“舒心旅游”等十大重点领域专项执法行动。严格履行法制核审职责，核审一般行政处罚案件92件，组织召开案审会6次。今年立案查处101件，罚没款为243.72万元，案件数量较去年同期增长215.63%。

(四)坚持民生至上，齐力共建放心“消费环境”。一是放心消费民生工程提前超额完成。放心消费纳入区政府十大民生

工程，放心消费指标“双超”，消费环境改善明显。完成无理由退货单位60家，放心商店、网店、无理由退货单位均超计划20%以上。率全市之先发布本年一季度和半年度消费投诉公示，受理消费者投诉举报 324 件，结案率100%，是去年同期 2.3 倍，挽回经济损失近13 万元。启用电商直通车平台跨地区解决消费纠纷案件6件。农贸市场改造升级纳入三年行动计划、区政府重点工程和民生“关键小事”项目，目前霓屿农贸市场已完成三层主体结构，现正在进行一楼装修，大门农贸市场预计农历年底完工；渔农产品批发交易市场现已完成新址拟选和新方案的设定，待区委领导批复。现全区农贸市场已实现远程智能监控、电子追溯全覆盖。二是放心景区创建取得初步成效。联合旅游部门制定发布全省首个渔家乐餐饮服务地方标准，在北岙、东屏、大门等地开展渔家乐餐饮单位星级评定试点，培育打造餐饮服务xx特色品牌。开展《放心景区建设规范》地方标准规范制订，目前已完成标准送审稿。倾力打造特色“示范村街”，九厅、仁前途、小朴、创成“食品安全与放心消费示范村”，半屏64条间创成“放心消费民宿一条街”，在全区形成“以点连线，串线成片”的创建格局，发挥示范引领效应。开辟消费无忧绿色通道，全区设立4个重点景区消费维权站、3个流动消费维权站，实现消费纠纷不出景区，投诉处理无休即办。三是民生计量能力实现大提升。质量技术公共服务体系不断健全，今年新建了出租车计价器、水表、燃气表等4项社会公用计量标准，结束区域检测项目空白，参加国家、省、市多级对比试验、能力验证试验4次，均为满意结果。共检定各类强制计量器具共1540台(件)，农贸市场在用的衡器受检率达100%。

(五)坚持高质量发展，强力推进“三强一制造”战略。一是“质量强区”战略深入推进。确定区电器商会、区民宿协会为试点，推行行业协会在行业自律、质量提升、质量共治等方面共治试点工作；以汽车配件产品行业为重点，集中开展质量提升攻坚行动，举办质量提升专题培训班等2期，新增卓越绩效模式企业2家；发挥龙头企业带头作用，通过经验分享、观摩学习等方式提高“品字标”品牌的认知度和影响力。二是

“标准化+”战略全面实施。发动企业积极参与“浙江制造”标准，主导制定标准4项，成功立项3个，发布实施1个，完待发布1个，参与制定3项。聚焦海岛渔农业发展，发布《坛紫菜全浮翻转式栽培技术规范》地方标准；实施“大黄鱼生态养殖”、“南美白对虾工厂化养殖”2个区级标准化试点项目，其中前者获省级标准化试点项目立项。三是“浙江制造”培育实现突破。全力开展“浙江制造”品牌创建工作，采取建立重点培育企业清单制度、出台激励政策、对标达标促提升等措施，1家通过“品字标浙江制造”品牌认证，成为全省行业第二家“品字标”浙江制造认证证书企业，实现xx零的突破；2家企业通过“自我声明+保险”的方式申请“品字标”品牌标识使用授权。四是“创新红利”政策切实落地。出台《关于加快海洋经济高质量发展促进海洋强区建设的扶持政策》，对企业首个产品获得“浙江制造”品牌认证的奖励30万元，后续每新增一个的再给予奖励10万元。企业被认定为“品字标”企业的给予一次性奖励10万元。对主导制订“浙江制造”标准奖励30万元，参与制订奖励10万元。另外，市名牌产品奖励从过去的2万元提高到5万元。

(六)坚持肃风正纪，致力打造过硬“市监铁军”。一是补充精神“钙剂”，筑牢思想之“基”。对下属事业单位党风廉政实行“点题”例会制度，每月定期听取汇报，实现一方整改和全面整治。切实加强廉政风险防控，共排查廉政风险点210余个，建立防控“铁规”240余条，划片区开展廉政家访活动走访152人，构建家庭反腐防线。同时赴监狱、旁听庭审接触零距离警示教育，截至10月底，已有50余名干部职工参加旁听庭审，20余人走近监狱聆听说法。二是加强学习历练，蓬勃能力之“树”。开设“青年讲坛”，加强业务骨干传帮带，青年干部交互学；出台读书班实施方案，编发读书班班刊，发表读书体会、生活感悟和作业赏析；开展青年干部轮训，落实纪律、担当、责任信念。截止10月底，青年讲坛已有42位干部开坛讲授，2名干部回“家”讲课，3名干部客串“青年讲坛”主讲。三是坚固反腐倡廉堤坝，强化纪律之“弩”。开展党风廉政每月一督查，对公务用车、人员在

岗履职、应急值班纪律等内容进行明察暗访;开展行风评议科室大回访部门整体形象和参评单位的评议满意度。截至10月底,开展正风肃纪督查10次,3人次、3个基层所被通报批评,发出责任建议书7份,共开展回访50余起。

二、20xx年工作思路

20xx年,区市场监管局将紧紧围绕区委区政府和上级局的工作部署,坚持创新提速、服务提质、监管提效、维权提档、安全提升、队伍提能,不忘初心,牢记使命,履职尽责,全力推进市场监管工作再上新台阶。

(一)围绕“海上花园”新形势要求,营造最优营商环境。一是多层面落实商事登记提速。继续领跑“最多跑一次”,深化“一窗通办”成效,有效落实“企业3天开办”承诺。推进“证照分离”改革,逐项细化改革措施和管理办法,做好上下政策口径的衔接,扩大“证照联办”覆盖范围,进一步实现“减材料、减时间、减环节”。二是做突破加快简政放权落地。向上级部门争取外资企业登记审批权限,填补辖区审批空白,实现所有类型企业开办“不出区”办理;争取区政府名义下放住所登记申报承诺制改革权限,以行业负面清单管理生产经营危化品、餐饮、娱乐等。三是广宣传推进电子登记普及。多重渠道加大全程电子化宣传力度,提高网上申报率,实现办事“零跑腿”,争取实现全程电子化登记率达到50%-60%。四是做跟进推动退出机制建立。推进“双随机”抽查工作常态化,深入事中事后监管提高经营者年报积极性,开展对长期吊销未注销企业强制退出机制的建立,对我局吊销未注销满5年440户企业依据指南开展强制退出注销工作。

(二)围绕“民生实事”新动态标准,建设放心消费“xx样板”。一是巩固提升食安创建成果。强化省级食安区创建成功后续接力,重点落实餐饮服务质量提升年工作,加强食品流通生产环节整治力度,以食安基层网格优化、应急防控、责任保

险多面入手，深化社会共治共享成效，保障辖区群众满意度。二是推进放心消费创新工作。探索建立消费评价制度，在重点行业，公开消费评价二维码，提高放心消费指数。探索建立odr调解室，建设在线消费纠纷化解平台和远程调解室。探索消费维权大数据运用，针对消费热点建立信用红黑榜，继续加大刚性维权力度。三是落实民生计量提升工作。加强多方面技术交流合作，并充分利用内部能力比对提高业务水平，按计划展开质量管理体系规范设置，认真完成各项检验检测任务，并宣传技术机构的相关活动和业务工作。四是实施放心菜篮子工程。积极谋划农贸市场提档升级工作，加大农贸市场城乡一体化发展建设力度，加快推进农贸市场转型升级步伐，全面提升我区农贸市场建设、管理和服务水平。通过招商引资等方式建立平价菜供应体系，平抑xx农副产品价格，使价格与xx主城区农副产品价格基本持平。

(三)围绕“高质量发展”新动能规范，打造“小县大品牌”。一是打好“三强一制造”攻坚战。举办产品质量提升专题培训，开展“区长质量奖”评选，树立质量管理标杆，推进行业协会质量共治试点。积极开展对标达标活动，引导企业用标、定标，继续推进产品标准自我声明公开制度和规上企业标准化统计监测制度。组织实施标准化试点项目，推进大黄鱼生态养殖省级标准化项目。全力推进“品字标”品牌创建，建立动态梯度培育体系，力争新增“品字标”认证企业、“品字标”企业2家以上。二是做好“地理商标”注册持续战。完成“xx紫菜”地理标志证明商标的注册，对“鹿西大黄鱼”等地理标志证明商标申报注册进行后续指导，探索开拓更广阔的市场，同时调研地标联合申报主体，探索地标在乡村振兴战略中的作用。三是推进“守重信用”企业领头战。组织开展20xx年“守合同重信用”企业公示评选及认定工作，加大对守重企业的宣传力度，发挥守重企业的引领示范作用，带动辖区内企业诚信经营。四是推进“小微企业”升级战。以推动小微企业“总量规模更大、发展活力更强、主体质量更好、创新动力更足、外贸拓展更快、营商环境更佳”为主

要目标，实施主体提质、创新发展、育新扶优、集聚发展、外向发展五大提质行动，推动小微企业高质量发展。继续落实好扶持政策，搭建好服务平台，坚决淘汰落后产能，突出科技型小微企业和省、市级信用示范小微企业等重点，积极推动信息、环保、健康、旅游和时尚等八大重点培育产业发展壮大。

(四)围绕“安全底线”新业态实际，构建稳定有序市场环境。一是食药安全整治要深化。继续实施食品安全质量提升工程，积极打造“双开放”食品生产企业、“阳光厨房”等示范点。聚焦食品药品安全风险隐患，持续加大对非法添加、地沟油、假冒药等违法行为的打击力度，努力整治一批风险隐患大、群众关注度高的突出问题，有效保障群众饮食用药安全。二是特种设备安全监察出成果。从使用安全环境出发，坚持安全第一、预防为主、节能环保、综合治理的原则，大力推动乡镇(街道)和行业相关部门落实“管行业管安全”的职责，突出防控重点，深入排查重要隐患点、隐患区域、隐患领域，重点督促企业落实安全主体责任，着力降低安全风险。三是稽查执法刚柔并济要有力。按照“抓大放小、打防结合、预防为主、柔性执法”的稽查方略，强化重点时间节点、产品质量安全、食品药品安全稽查、特种设备稽查等多方面执法工作，深入开展不正当竞争经营行为打击工作，加大案件办理力度，切实提升市场监管在社会上的影响力。

(五)围绕“队伍建设”新标准要求，锻造担当有为“市监铁军”。一是考核新办法促进思想转变。探索以实际岗位职责为主要考核内容的加权考核机制，以“按劳分配”为打分标准，按工作成效、工作实际对全体干部职工排位，倒逼岗位责任心、荣誉感的提升。二是岗位新调整释放工作动能。对各个业务线工作情况进行统筹，一方面探索科室、基层所内部分工新形势，另一方面探索老同志短长板互补新化学反应，责任细分带动工作效能。三是能力新提升打造业务能手。对中青年干部开展“菜单式”业务轮训，从设定主题开展讲课、模拟执法办案、专题考试、道德讲堂等多方面考虑，打

造综合素质平均高水平的市监铁军。四是作风新建设树立廉政新貌。加强廉政风险点排查管控，融合评优、评先等细化考核工作内容，建立健全全面从严治党内部管控机制；同时加强党风廉政教育，零距离接触违法违规案件、多方式培训再教育，鼓励自评自省，全面促进“为民服务”执法队伍建设。