

专升本市场调研报告 市场工作计划(精选8篇)

计划是指为了实现特定目标而制定的一系列有条理的行动步骤。大家想知道怎么样才能写一篇比较优质的计划吗？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。

专升本市场调研报告 市场工作计划篇一

一、信息网络管理

1. 建立直接领导关系

市场部是负责公司信息网络建设与维护、信息收集处理工作的职能部门，接受营销副总经理的领导。市场部信息管理员与各区域市场开发助理之间是一种直接领导关系，即在信息网络建设、维护、信息处理、考核方面对市场开发助理直接进行指导和指挥，并承担信息网络工作的领导责任。

2. 构架新型组织机构

3. 增加人员配置：

(1)信息管理员：市场部设专职信息管理员3名，分管不同区域，不再兼任其它工作。

(2)市场开发助理：浙江省六个办事处共设市场开发助理两名，其它各办事处所辖区域均设市场开发助理一名。

4. 强化人员素质培训

春节前完成对各区域的市场部信息管理员和市场开发助理的

招聘和培训，使xx年新的管理制度实施过程中市场部在人员素质方面有充分的保障。认真选择和慎重录用市场开发助理，切勿滥竽充数。

5. 加大人员考核力度

在人员配置、资源保证、业绩考核等方面对信息网络建立和维护作出实施细则规定，从制度上对此项工作作出保证。建立市场信息管理员定期巡回分管区域指导信息管理工作的考核制度，并根据各区域实际情况和存在的问题，有针对性地加以分析和研究，以督促其在短期内按规定建立和健全信息管理工作。

6. 动态管理市场网络

市场开发助理与信息管理员根据信息员提供的信息数量(以个为单位)、项目规模、信息达成率、发展下级信息员数量四项指标对信息网络成员进行定期的动态评估。在分析信息员/单位的分类的基础上，信息管理员和市场开发助理应结合信息员的背景资料进行细致地分析，确定其通过帮助后业绩增长的可能性。进一步加强信息的管理，在信息的完整性、及时性、有效性和保密性等方面做好比上一年更好。

7. 加强市场调研，以各区域信息成员/单位提供的信息量和公司在各区域的业务进展情况，将以专人对各区域钢结构业务的发展现状和潜在的发展趋势，进行充分的市场调研。通过调研获取第一手资料，为公司在各区域的机构设置各趋合理和公司在开拓新的市场方面作好参谋。

二、品牌推广

1、为进一步打响“杭萧钢构”品牌，扩大杭萧钢构的市场占有率□xx年乘公司上市的东风，初步考虑四川省省会成都、陕西省省会西安、新疆维吾尔自治区首府乌鲁木齐、辽宁省会

沈阳、吉林省的长春、广东省会广州、广西壮族自治区首府南宁以及上海市举办品牌推广会和研讨会，以宣传和扩大杭萧钢构的品牌，扩大信息网络，创造更大市场空间，从而为实现合同翻番奠定坚实的市场基础。

2、在重点或大型的工程项目竣工之际，邀请有关部门在现场举办新闻发布会，用竣工实例展示和宣传杭萧钢构品牌，展示杭萧钢构在行业中技术、业绩占据一流水平的事实，树立建筑钢结构行业中上市公司的典范作用和领导地位，使宣传工作达到事半功倍的效果。

3、进一步做好广告、资料等方面的宣传工作。在各个施工现场制作和安装大型宣传条幅或广告牌，现场展示企业实力；及时制作企业新的业绩和宣传资料，补充到投标文件中的业绩介绍中和发放到商各人员手中，尽可能地提升品牌推广的深度和力度。

4、加强和外界接触人员的专业知识培训和素质教育工作，树立良好的企业员工形象和先进的企业文化内涵，给每一位与杭萧钢构人员接触的人都能够留下美好而深刻的印象，从而对杭萧钢构及钢结构有更清晰和深层次的认识。

三、客户接待

1、督促全体人员始终以热诚为原则，有礼有节地做好各方面客人的接待工作，确保接待效果一年好于一年。

2、在确保客户接待效果的提前下，将尽可能地节省接待费用，以降低公司的整体经营成本，提高公司利润水平。

3、继续做好来访客户的接待档案管理工作，将潜在顾客和合同顾客的档案分类保存，准确掌握项目进程，努力配合商务部门和办事处促成项目业务。

4、调整部门人员岗位，招聘高素质的人员充实接待力量。随着业务量的不断扩大，来访客户也日渐增多，市场部负责接待的人员明显不足。为了适应公司业务发展的需要，更好地做好接待工作，落实好人员招聘工作也是一件十分重要的事情。

四、内部管理

1、严格执行c版质量管理体系文件和管理体系标准文件，严格实施“一切按文件管理，一切按程序操作，一切用数据说话，一次就把工作做好”战略，使市场部逐步成为执行型的团队。

2、进一步严格按照股份公司和营销系统所规定的各项要求，开展本部门的各项工作管理，努力提高管理水平。

3、充分发挥本部门各岗位人员的工作积极性和主动能动性，强调其工作中的过程控制和最终效果。提高他们的工作责任心和工作质量。严格按照相应的岗位职责实行考核制。

4、一切从公司大局出发，强调营销体系一盘棋。积极做好协调营销系统各部门之间的联系与协调工作，从而提高营销系统整体战斗力，为完成20xx年的业绩目标做好最优质的服务工作。

专升本市场调研报告 市场工作计划篇二

“市场营销基础”是中等职业学校商品经营专业的必修课，也是未来社会实践的重要应用工具。如何将“市场营销基础”的教学内容和学生们的实际需要结合起来，是每个“市场营销基础”教学工作者都要面临的一个重要课题。

为适应职业学校商品经营专业的教学需要，全面提高学生的专业素质，按照教育部编制的《中等职业学校专业目录》对

商品经营专业的教学要求，特制订本学期教学计划。

《市场营销基础》这本教材内容包括初识市场营销、分析市场营销环境、进行市场分析、开展市场营销调研与市场营销预测、理解市场细分与目标市场、明晰产品策略、掌握定价策略、理解分销渠道策略和掌握促销策略九个内容。

通过学习项目一初识市场营销的知识，学生应熟悉和了解的知识：市场的概念和分类；理解市场营销的概念；了解市场营销学产生、发展的简要过程；理解现代营销观念与传统营销观念的区别与联系，树立现代营销观念。通过学习项目二分析市场营销环境的知识，学习应掌握营销环境对营销观念及企业营销活动的影响；宏观、微观环境知识，特别是市场营销观念的具体内容，以变应变，随着营销环境的变化而决定营销的观念。

1、通过学习项目三进行市场分析的相关知识，使学生达到了解消费品市场的概念，掌握消费品市场营销的特点；了解生产资料市场的概念，掌握生产资料市场营销的特点；了解技术市场的概念，掌握技术市场的类型及营销的特点；了解金融市场的概念及类型，掌握金融市场营销的特点等的效果。

2、通过学习项目四，开展市场营销调研与市场营销预测，使学生达到了解市场营销调研的含义与特点；掌握市场营销调研的方法、步骤；了解市场营销预测的重要性；掌握市场营销预测的基本方法的效果。

3、通过学习项目五理解市场细分与目标市场本章的内容，使学生达到了解市场细分的含义及其意义；掌握细分模式和细分过程(步骤)；了解市场细分的依据及有效市场细分的条件；了解目标市场营销战略及选择目标市场需考虑的因素；了解市场地位的含义；掌握市场定位步骤和市场定位策略的效果。

4、通过学习项目六明晰产品策略，使学生达到了解产品的含

义及实施产品策略的意义;掌握在企业营销中运用产品组合策略的技能;掌握产品市场生命周期各阶段的营销策略;了解新产品的含义及新产品的开发过程;掌握新产品开发策略;了解品牌策略的含义;掌握品牌策略的运用效果。

5、通过学习项目七掌握定价策略,使学生了解定价原理;熟悉影响定价的因素;掌握市场营销中常用的定价方法和定价技巧;了解市场价格变动时供应商、消费者及竞争者的反应;掌握应对价格变动的策略。

6、通过学习项目八理解分销渠道策略的内容,使学生掌握分销渠道的概念及基本类型;了解分销渠道的特点与功能,了解中间商的类型及特点;了解影响分销渠道选择的因素;掌握选择和调整分销渠道的方法;了解商品销售形式的发展趋势。

7、通过学习项目九掌握促销策略,使学生理解促销策略的含义及其在市场营销中的作用;掌握确定促销目标和促销预算的方法;了解人员推销策略的含义和人员推销的主要方法;了解广告宣传的特点及其促销中的作用;掌握选择广告媒体、预算广告费用、评估广告效果的基本方法;了解营业推广策略、公关推销策略、宣传报道推销策略的特点及方法等的效果。

专升本市场调研报告 市场工作计划篇三

公司上市后,管理水平必将大幅度提高,这不仅仅是市场竞争的外在要求,更是自身发展壮大的内在要求。对于市场部来说,全面提升管理水平,与公司同步发展,既是一种压力,又是一种动力。为了完成公司xx年合同额三十亿的总体经营管理目标,市场部特制订xx年工作计划如下。

1. 建立直接领导关系

市场部是负责公司信息网络建设与维护、信息收集处理工作的职能部门,接受营销副总经理的领导。市场部信息管理员

与各区域市场开发助理之间是一种直接领导关系，即在信息网络建设、维护、信息处理、考核方面对市场开发助理直接进行指导和指挥，并承担信息网络工作的领导责任。

2. 构架新型组织机构

3. 增加人员配置：

(1) 信息管理员：市场部设专职信息管理员3名，分管不同区域，不再兼任其它工作。

(2) 市场开发助理：浙江省六个办事处共设市场开发助理两名，其它各办事处所辖区域均设市场开发助理一名。

4. 强化人员素质培训

春节前完成对各区域的市场部信息管理员和市场开发助理的招聘和培训，使xx年新的管理制度实施过程中市场部在人员素质方面有充分的保障。认真选择和慎重录用市场开发助理，切勿滥竽充数。

5. 加大人员考核力度

在人员配置、资源保证、业绩考核等方面对信息网络建立和维护作出实施细则规定，从制度上对此项工作作出保证。建立市场信息管理员定期巡回分管区域指导信息管理工作的考核制度，并根据各区域实际情况和存在的问题，有针对性地加以分析和研究，以督促其在短期内按规定建立和健全信息管理工作。

6. 动态管理市场网络

市场开发助理与信息管理员根据信息员提供的信息数量(以个为单位)、项目规模、信息达成率、发展下级信息员数量四项

指标对信息网络成员进行定期的动态评估。在分析信息员/单位的分类的基础上，信息管理员和市场开发助理应结合信息员的背景资料进行细致地分析，确定其通过帮助后业绩增长的可能性。进一步加强信息的管理，在信息的完整性、及时性、有效性和保密性等方面做好比上一年更好。（详见市场开发助理管理制度）

7. 加强市场调研，以各区域信息成员/单位提供的信息量和公司在各区域的业务进展情况，将以专人对各区域钢结构业务的发展现状和潜在的发展趋势，进行充分的市场调研。通过调研获取第一手资料，为公司在各区域的机构设置各趋合理和公司在开拓新的市场方面作好参谋。

1、为进一步打响“xx公司”品牌，扩大xx公司的市场占有率□xx年乘公司上市的东风，初步考虑四川省省会成都、陕西省省会西安、新疆维吾尔自治区首府乌鲁木齐、辽宁省会沈阳、吉林省的长春、广东省会广州、广西壮族自治区首府南宁以及上海市举办品牌推广会和研讨会，以宣传和扩大xx公司的品牌，扩大信息网络，创造更大市场空间，从而为实现合同翻番奠定坚实的市场基础。

据一流水平的事实，树立建筑钢结构行业中上市公司的典范作用和领导地位，使宣传工作达到事半功倍的效果。

专升本市场调研报告 市场工作计划篇四

1. 建立直接领导关系

市场部是负责公司信息网络建设与维护、信息收集处理工作的职能部门，接受营销副总经理的领导。市场部信息管理员与各区域市场开发助理之间是一种直接领导关系，即在信息网络建设、维护、信息处理、考核方面对市场开发助理直接进行指导和指挥，并承担信息网络工作的领导责任。

2. 构架新型组织机构

3. 增加人员配置：

(1) 信息管理员：市场部设专职信息管理员3名，分管不同区域，不再兼任其它工作。

(2) 市场开发助理：浙江省六个办事处共设市场开发助理两名，其它各办事处所辖区域均设市场开发助理一名。

4. 强化人员素质培训

春节前完成对各区域的市场部信息管理员和市场开发助理的招聘和培训，使xx年新的管理制度实施过程中市场部在人员素质方面有充分的保障。认真选择和慎重录用市场开发助理，切勿滥竽充数。

5. 加大人员考核力度

在人员配置、资源保证、业绩考核等方面对信息网络建立和维护作出实施细则规定，从制度上对此项工作作出保证。建立市场信息管理员定期巡回分管区域指导信息管理工作的考核制度，并根据各区域实际情况和存在的问题，有针对性地加以分析和研究，以督促其在短期内按规定建立和健全信息管理工作。

6. 动态管理市场网络

市场开发助理与信息管理员根据信息员提供的信息数量(以个为单位)、项目规模、信息达成率、发展下级信息员数量四项指标对信息网络成员进行定期的动态评估。在分析信息员/单位的分类的基础上，信息管理员和市场开发助理应结合信息员的背景资料进行细致地分析，确定其通过帮助后业绩增长的可能性。进一步加强信息的管理，在信息的完整性、及时

性、有效性和保密性等方面做好比上一年更好。

7. 加强市场调研，以各区域信息成员/单位提供的信息量和公司在各区域的业务进展情况，将以专人对各区域钢结构业务的发展现状和潜在的发展趋势，进行充分的市场调研。通过调研获取第一手资料，为公司在各区域的机构设置各趋合理和公司在开拓新的市场方面作好参谋。

二、品牌推广

1、为进一步打响“杭萧钢构”品牌，扩大杭萧钢构的市场占有率，乘公司上市的东风，初步考虑四川省省会成都、陕西省省会西安、新疆维吾尔自治区首府乌鲁木齐、辽宁省会沈阳、吉林省的长春、广东省会广州、广西壮族自治区首府南宁以及上海市举办品牌推广会和研讨会，以宣传和扩大杭萧钢构的品牌，扩大信息网络，创造更大市场空间，从而为实现合同翻番奠定坚实的市场基础。

2、在重点或大型的工程项目竣工之际，邀请有关部门在现场举办新闻发布会，用竣工实例展示和宣传杭萧钢构品牌，展示杭萧钢构在行业中技术、业绩占据一流水平的事实，树立建筑钢结构行业中上市公司的典范作用和领导地位，使宣传工作达到事半功倍的效果。

3、进一步做好广告、资料等方面的宣传工作。在各个施工现场制作和安装大型宣传条幅或广告牌，现场展示企业实力；及时制作企业新的业绩和宣传资料，补充到投标文件中的业绩介绍中和发放到商各人员手中，尽可能地提升品牌推广的深度和力度。

4、加强和外界接触人员的专业知识培训和素质教育工作，树立良好的企业员工形象和先进的企业文化内涵，给每一位与杭萧钢构人员接触的人都能够留下美好而深刻的印象，从而对杭萧钢构及钢结构有更清晰和深层次的认识。

三、客户接待

- 1、督促全体人员始终以热诚为原则，有礼有节地做好各方面客人的接待工作，确保接待效果一年好于一年。
- 2、在确保客户接待效果的提前下，将尽可能地节省接待费用，以降低公司的整体经营成本，提高公司利润水平。
- 3、继续做好来访客户的接待档案管理工作，将潜在顾客和合同顾客的档案分类保存，准确掌握项目进程，努力配合商务部门和办事处促成项目业务。
- 4、调整部门人员岗位，招聘高素质的人员充实接待力量。随着业务量的不断扩大，来访客户也日渐增多，市场部负责接待的人员明显不足。为了适应公司业务发展的需要，更好地做好接待工作，落实好人员招聘工作也是一件十分重要的事情。

四、内部管理

- 1、严格执行c版质量管理体系文件和管理体系标准文件，严格实施“一切按文件管理，一切按程序操作，一切用数据说话，一次就把工作做好”战略，使市场部逐步成为执行型的团队。
- 2、进一步严格按照股份公司和营销系统所规定的各项要求，开展本部门的各项工作管理，努力提高管理水平。
- 3、充分发挥本部门各岗位人员的工作积极性和主动能动性，强调其工作中的过程控制和最终效果。提高他们的工作责任心和工作质量。严格按照相应的岗位职责实行考核制。
- 4、一切从公司大局出发，强调营销体系一盘棋。积极做好协调营销系统各部门之间的联系与协调工作，从而提高营销系

统整体战斗力，为完成20xx年的业绩目标做好最优质的服务工作。

专升本市场调研报告 市场工作计划篇五

（一）抓紧推进文化市场综合执法改革。根据《中共广东省委办公厅 广东省人民政府办公厅关于进一步深化文化市场综合执法改革的通知》，制定我省具体的实施措施，明确路线图、时间表，加快推进全省文化市场综合执法改革，加强督查督办，确保各项改革措施不折不扣得到落实。争取20xx年上半年在全省范围内实现同城一支队伍。

（二）继续加强案件查办督办工作。省执法局将继续部署加强对网络文化、上网服务营业场所、娱乐演出、出版广电、艺术品市场案件的查办和督办工作。组织各地集中执法力量查办案件，坚持违规必查，有案必办。重点加强对含有禁止内容类案件的查办，充分发挥文化执法保障意识形态安全的特点。

（三）逐步构建以信用监管为核心的新型监管模式。处理好日常巡查和随机抽查的关系，对上网服务营业场所、出版物经营场所、文化娱乐场所和艺术品经营场所等人员聚集、易生隐患场所的日常巡查执法要紧抓不放，对非实体场所类文化经营单位全面实行“双随机”抽查。省执法局将继续组织对各地实体类文化市场的暗访抽查，开展对网络文化市场的随机抽查，及时公开抽查事项、程序和结果。落实文化市场黑名单管理制度，实施信用分类监管。

（四）重点加强演出市场监管。继续紧抓重点时段和重点地区，加强演出市场全面清查，严防死守，坚决取缔未经批准擅自举办的外国或港澳台文艺表演团体、个人参加的演出，严查含有宣扬淫秽色情、煽动民族仇恨、反对宪法确定的基本原则等非法内容的演出活动。继续加强对农村物资交流会、庙会、节会、集市、“红白喜事”期间营业性演出活动的排

查整治工作。加强对网络表演经营单位的日常监管，重点查处提供禁止内容等违法违规网络表演活动，对网络表演市场监管全面实施“双随机一公开”。

（五）全面应用文化市场技术监管与服务平台。进一步加强全国文化市场技术监管与服务平台应用工作，督促各级执法机构使用平台开展日常执法工作，全面提高平台使用率。争取20xx年全省各级文化市场综合执法机构全面使用平台开展日常执法检查、办理举报、执法办案、信息报送等工作。

（六）加强文化市场综合执法队伍建设。进一步健全完善全省文化市场综合执法培训师资库，依托师资库开展全省文化市场综合执法师资巡讲活动，重点加强对基层执法人员的培训指导。开展法律法规知识学习培训，提高依法行政、依法执法能力。开展网络文化市场、演出市场“以案施训”活动，扩大网络文化市场执法培训覆盖面。

（七）全力抓好文化市场安全生产工作落实。进一步强化“万无一失，一失万无”的安全生产意识，将文化市场安全生产工作作为文化市场综合执法工作的一项重要内容来抓，切实规范文化市场安全生产监督管理，严格落实安全生产责任，加强文化市场各类场所安全生产隐患排查，主动协调并积极配合有关部门督促经营场所落实整改工作。

专升本市场调研报告 市场工作计划篇六

2、市场控制：

经过公司的大力支持，关掉了太和 market，保证了销售价格的上升，释放了市场开拓费用，基本上遏制了低价冲货、窜货、为市场的进一步发展供给了保障，也给以前老业务员供给了必须的信心，市场在稳定发展。

3、费用与货款回收：

上半年年公司销售费用除了一次武汉会议、武汉试点会议费用、出差费用外，公司对市场投入较少，但货款回收基本上实现了60天内90%以上。

20__不但步入了高速发展的快车道，实现了更快的效益增长，并且成功地实现公司股票在x以崭新姿态展此刻世人面前，一个更具朝气和活力的、以维护股东利益为己任的新x年合同额三十亿的总体经营管理目标，市场部特制订x年新的管理制度实施过程中市场部在人员素质方面有充分的保障。认真选择和慎重录用市场开发助理，切勿滥竽充数。

5、加大人员考核力度

在人员配置、资源保证、业绩考核等方应对信息网络建立和维护作出实施细则规定，从制度上对此项工作作出保证。建立市场信息管理员定期巡回分管区域指导信息管理工作的考核制度，并根据各区域实际情景和存在的问题，有针对性地加以分析和研究，以督促其在短期内按规定建立和健全信息管理工作的工作。

6、动态管理市场网络

市场开发助理与信息管理员根据信息员供给的信息数量(以个为单位)、项目规模、信息达成率、发展下级信息员数量四项指标对信息网络成员进行定期的动态评估。在分析信息员单位的分类的基础上，信息管理员和市场开发助理应结合信息员的背景资料进行细致地分析，确定其经过帮忙后业绩增长的可能性。进一步加强信息的管理，在信息的完整性、及时性、有效性和保密性等方面做好比上一年更好。

7、加强市场调研，以各区域信息成员单位供给的信息量和公司在各区域的业务进展情景，将以专人对各区域钢结构业务的发展现状和潜在的发展趋势，进行充分的市场调研。经过调研获取第一手资料，为公司在各区域的机构设置各趋合理

和公司在开拓新的市场方面作好参谋。

1、为进一步打响“x的市场占有率□x□x□x□x以及x的品牌，扩大信息网络，创造更大市场空间，从而为实现合同翻番奠定坚实的市场基础。

2、在重点或大型的工程项目竣工之际，邀请有关部门在现场举办新闻发布会，用竣工实例展示和宣传杭萧钢构品牌，展示x行业中上市公司的典范作用和领导地位，使宣传工作到达事半功倍的效果。

3、进一步做好广告、资料等方面的宣传工作。在各个施工现场制作和安装大型宣传条幅或广告牌，现场展示企业实力；及时制作企业新的业绩和宣传资料，补充到投标文件中的业绩介绍中和发放到商各人员手中，尽可能地提升品牌推广的深度和力度。

待效果一年好于一年。

2、在确保客户接待效果的提前下，将尽可能地节省接待费用，以降低公司的整体经营成本，提高公司利润水平。

3、继续做好来访客户的接待档案管理工作，将潜在顾客和合同顾客的档案分类保存，准确掌握项目进程，努力配合商务部门和办事处促成项目业务。

4、调整部门人员岗位，招聘高素质的人员充实接待力量。随着业务量的不断扩大，来访客户也日渐增多，市场部负责接待的人员明显不足。为了适应公司业务发展的需要，更好地做好接待工作，落实好人员招聘工作也是一件十分重要的事情。

1、严格执行c版质量管理体系文件和管理体系标准文件，严格实施“一切按文件管理，一切按程序操作，一切用数据说

话，一次就把工作做好”战略，使市场部逐步成为执行型的团队。

2、进一步严格按照股份公司和营销系统所规定的各项要求，开展本部门的各项工作管理，努力提高管理水平。

3、充分发挥本部门各岗位人员的工作进取性和主动能动性，强调其工作中的过程控制和最终效果。提高他们的工作职责性和工作质量。严格按照相应的岗位职责实行考核制。

4、一切从公司大局出发，强调营销体系一盘棋。进取做好协调营销系统各部门之间的联系与协调工作，从而提高营销系统整体战斗力，为完成x年的营销目标做好质的服务工作。

5、配合营销副总经理搞好营销系统的日常行政管理。主动为各部门做好后勤保障工作和日常服务性工作。为他们创造更加良好的企业文化氛围和工作环境。

专升本市场调研报告 市场工作计划篇七

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xx区为目标区域）

根据公司整体规划，今年6到12月份华xx区6省2市（浙江省、江苏省、四川省、山东省、安徽省、湖北省□xx市、xx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7.5万），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）

专升本市场调研报告 市场工作计划篇八

时间如流水，眨眼间我们就告别了忙碌的20xx[]迎来了崭新的20xx[]在20xx年的工作中，我们有付出也有收获。为了更

好的开展下一年的工作,再接再厉,取得更好的成绩,特拟订20xx工作计划。

市场部门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门分,作为市场部门,重要的工作是协助总经理收集、制订、执行。衡量市场部门工作的标准是:销售政策、推广计划是否科学、执行力度是否严谨。所以市场部门的工作是至关重要的,我们必须严格的要求自己,在工作的同时不断的提高自己的业务水平,及时的给自己充电,学习各方面的知识。

市场部门工作计划

- 1 制定xx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年市场部门和销售部门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门组织架构、根据市场情况合理性、在市场精耕的前提下,精兵简政、调整局部门人员、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

销售人员职业道德培训 销售人员必备素质培训

以上就是我对于下一年的市场部门的工作计划。在新的一年里，我们一定要不断的牛奶，团结一致，把我们的工作做到最好，为公司的发展做出我们的贡献。