

# 市场部门营销工作总结汇报材料(精选6篇)

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。那么，我们该怎么写总结呢？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。

## 市场部门营销工作总结汇报材料篇一

来到市场部工作已有三个月。在这三个月的时间中，领导给予了我很大的支持和帮助，使我很快了解并熟悉了自己负责的业务，同时更感受到了市场部领导们“海纳百川”的胸襟和对员工无微不至关怀的温暖，感受到了市场部人“不经历风雨，怎能见彩虹”的豪气，也体会到了市场部人作为公司核心部门工作的艰辛和坚定。更为我有机会成为市场部的一分子而荣幸和高兴。三个月以来，在领导和同事们的悉心关怀和指导下，通过自身的努力，各方面均取得了一定的进步，现将我的工作情况作如下简要汇报。

由于岗位的职责目前我的工作重点：一是在于服务，直接面对客户，深深的觉得自己身肩重任，作为企业的门面，企业的窗口，代表的是企业的形象。这就要求我们在与客户直接接触的过程中都应态度热情、和蔼、耐心，处理业务更应迅速、准确。过去的工作中，真正体会到什么才是客户最需要的服务，工作中点点滴滴的积累，为我今后更好地为客户服务奠定了良好的基矗在工作中除了每天要做好的客户来电、案件投诉受理及市场部后勤工作的一些工作外，时刻监控市场动态，为维护市场秩序和客户管理提供相关建议等。在领导和同事的指导协助下，基本保质保量的按时完成了各级领导安排的各项工作。二是产品的价格管理、客户管理，具体包括按照相关销售管理制度，对相关部门进行监督、检查具

体执行情况，提出意见和建议；随时掌握市场变化情况，与销售一部一道对客户实行动态管理，作好客户满意度调查、客户评价；对销售市场进行检查、监督、检查等工作；三是领导交办的其他工作。

通过完成上述工作，使我认识到一个优秀市场部员工应当具有优秀的管理能力，不断强化的服务意识，遇事经常换位思考的能力，良好的协调、沟通能力，及时发现、解决问题的能力，准确分析、判断、预测市场的能力，如何保证管理者信息及时、对称的能力，良好的语言表达能力、流畅的文字写作能力，较强的创新能力。以提高办事效率和工作质量为标准，这样才能不断增强自身工作的号召力、凝聚力和战斗力。

在部领导的正确指导和同事们的帮助下，通过自己的努力，我按照岗位职责的要求，做好个人销售工作计划，克服对市场的不熟悉、客户的不了解等困难，较好的完成了工作任务。

2、由于多种原因，有时对于工作中相关问题的处理，协调难度大。

3、遇事经常换位思考的能力有待进一步加强。

4、在工作和生活中，与人沟通时，说话的方式、方法有待进一步改进。

我认为：勇于承认缺点和不足并正确认识，在以后的工作和生活中不断加以改进，对于自己来讲是开展好工作的前提和保证。

## 市场部门营销工作总结汇报材料篇二

一、市场部还采取各种措施

向县区公司推广新业务、新产品。1月份以会代训，召集各县区营销、营业骨干针对产品资费进行培训及讨论，并归纳出现存问题，从而找出适合本地的资费套餐。3月份根据市场竞争情况向省公司申请了包月资费套餐，在全市组织推广。5月份组织各县区管理人员、主管人员、维护人员，参加省公司培训，学习业务理论、营销策划，对业务推广有很好的指导意义。

## 二、基础管理方面

落实了营业账款稽核、退费和拆机明细核查、虚假用户拆机、清理长期欠费、客户资料整理、资源整理、装维材料和终端管理等一系列基础管理工作，有效的避免了业务收入和成本的流失。

从元月份开始，市场部按照内控流程要求，调整了原来对县区公司进行周稽核的制度，改为日稽核、周稽核、月稽核并行，每月尽量安排对县公司一级稽核情况现场核查。对每周稽核情况进行通报，对不符合要求的做法通报批评，每月月底一、二、三级稽核员共同对全区现金流实收应收进行稽核，起到了很好的效果。我公司现金流差额连续半年在全省属于情况最好地市之一，没有因现金流差额影响考核收入。

为确保不因支撑系统错误操作影响收入，市场部安排支撑中心每天对每个县区拆机、退费明细都进行核查，严格封堵每个漏洞。

为清理长期欠费、控制当期欠费，市场部根据公司领导要求制定了当期欠费回收量不低于98%的考核目标。对欠费回收情况进行周通报、月通报。在与县区公司的共同努力下，到5月份系统内本年新增长期欠费清理完毕，当月调帐数首次低于省公司要求的最低限额，从连续5个月调帐超过 万元，达到5月份的x元。

为掌握资源情况，避免资源浪费，市场部安排支撑中心每月对各县区资源情况进行抽查、通报，6月份又进行了现场检查。

今年市场部接手物料管理以来，在网络部的大力支持下改进了管理方式，把出入库明细账与支撑中心每天的经营日报装、拆机数量相对照，使物料管理形成闭环。为实现终端回收、重复利用，要求县区公司对宽带、话吧、有人值守公话新装机用户都收取押金。鼓励县区公司在发展新用户时引导用户使用回收的终端。对终端故障在保修期内的用户更换回收终端，严格杜绝以旧换新。通过这些措施的执行，有效控制了浪费现象。

### 三、绩效考核方面

改进绩效考核计算方法，从多方面入手促进保存量、激增量，提高业务收入。

自3月份省公司绩效考核办法草稿下发，市场部开始与上级市场部沟通如何进行续费率和流失率两项考核指标的计算。在多次探讨未果的情况下，市场部根据公司领导要求和本公司实际情况，制定了考核用户拆机、双停、单停、零费用用户续费等一系列考核方法。引导县区公司对上述用户高度重视，通过每天逐户核查，基本上堵住了客户流失的漏洞，对长期零费用用户的激活也起到了很好的效果。既节省了资源，又提高了收入，另一方面节省了业务发展费用。

### 四、存在的问题和困难

1、 由于上半年集中精力理顺基础资料管理，在营销策划、业务宣传、市场调研、人员培训等方面比较薄弱，造成对县区公司业务发展支持不够。

2、 由于省公司系统准备升级，我公司很多报表需求无法满足，计算绩效考核指标、分析经营数据给市公司和县区支撑

部门带来很大工作量。

下半年市场部从以下几方面进行改进和提高：

一、加强市场调研：定期到县区进行现场办公，与营销、营业、装维、管理人员进行座谈。深入市场，了解用户使用情况和需求。在发展较好的县区总结成功营销案例进行推广；帮助发展较差的县区查找不足、解决困难。

二、加强营销策划和业务宣传：通过了解市场竞争情况制定灵活有效的营销措施，对每阶段重点发展业务制定切实可行的宣传和营销步骤，及时反馈和分析营销结果，适时调整营销思路，改变目前业务发展的低效状态。

三、加强人员培训：定期进行营销、营业、装维、管理人员培训，将营销思路、管理方法、业务资讯直接灌输到一线员工，提高骨干员工的传帮带作用，切实提高员工素质和工作效率。

四、继续加强基础管理工作：继续加强欠费管理、营业稽核、资源管理、装维材料和终端管理。组织市场部主管定期到县区公司调研，与负责人进行沟通，发现不足并继续改进。

## 市场部门营销工作总结汇报材料篇三

本站发布市场部经营销售工作总结范文，更多市场部经营销售工作总结范文相关信息请访问本站工作总结频道。

本站工作总结频道为大家整理的市场部经营销售工作总结范文，供大家阅读参考。

现就本人所管理的片区杭州市场及大区后勤从20xx年年初至今工作进展情况，所存在问题，及下一步工作开展向公司做

以汇报。

## 一、杭州市场部经营情况

20xx年初至今，在公司效益经营方针指导下，我部根据片区网点实际经营情况，对片区亏损网点进行调整，撤场等大力度处理，已经裁撤了八家网点，在撤场同时，又有效开发了五家网点。新开网点遵循了公司效益，谨慎、详细调整，准确判断和预估的指导要求，力争把经营风险在前期控制在最低，因此新开店基本都略有赢利。现杭州市场实际经营网点为46家，销售额从5月份以前的35万左右递增到现在的月产出55万左右，递增率为57%左右，市场的实际经营效益也在逐步改善和提高。

## 二、杭州市场部管理现状

片区管理分工明确，各片区业务能针对片区经营情况对工作主次分明，有条不紊地开展，在回款、客情维护、促销员管理、促销活动开展等基本能执行到位，业务开展有分工，有协作。我本人除了加强网络管理，把工作重点放在信息收集和新网点开发上。

## 三、大区后勤管理情况

### 1、仓库

经过一段时间的消化和调整，大区仓库包场淘汰品牌所沉淀的库存，公司主动淘汰品牌所形成库存。品牌质量不稳定所形成的库存。在公司协调下，兄弟市场上海，台州的帮助下，大区内部嘉兴。湖州共同努力下，已经消化了前期沉淀的`大部分库存和即期品。仓库库存额由年初的将近200万控制在120万左右。

### 2、品牌梳理

经过调整和消化，开始逐渐形成适合本区域销售的品牌架构

3、司机、财务等其它后勤人员基本尽职尽责，各司其职，完成本职工作和公司交办的事项。

#### 四、存在问题及分析

1、大客户大包袱，2019年12月份包场的连锁超市禹倡供销经营至今，平均投入产出比60%多，费用占整个市场40%多，成了市场效益经营的大包袱。

原因有以下几个方面□a□金融危机有一点点b□禹倡有一家店周边菜场搬迁造成下滑c□迪彩、大宝、牙博士等在该系统畅销的单品不能持续有效跟进d□品牌调整导致部分顾客流失e促销员心态和积极性。整改措施，由于我们签的是两年的包场合同，已经进行了有效沟通，客户已答应第二年合作不受原合同约定，可以重新谈，今年的合作因为是门店承包制，利润和费用已分配下去，因此费用调整空间没有，但是销售提高因素在a迪彩、牙博士重新导入b该系统每年下半年都是传统旺季c促销活动跟进。

2、其它几个亏损小网点已积极沟通，用撤货来终止亏损。

3、多品牌调整负担重，给货源管理和市场销售工作带来很大工作量和压力，由于品牌引进和淘汰频繁，造成品牌顾客忠诚度降低及促销工作积极性受到影响，因此建议公司，梳理形成稳定的品牌架构、制定品牌淘汰和引入的机制。

4、即期品存在和处理，即期品存在已久，已经成为影响公司效益的一个因素，即期品形成原因□a□不合理要货b一线促销人员和业务人员重视不够c季节性产品要货不合理d质量不稳定品牌e仓库人员没有培训和可以依据的一般操作手册和标准，因此，建议公司在仓库的陈列，货品的发放和管理，季节性产品

的备货,即期品管理和处理,产品报损处理制订一套操作手册,让每一位仓管有可遵循基本依据,而不是每人按自己想法管理。

5、市场竞争现状,由于杭州日化终端供应商20多家,竞争白热化,对费用收取更多地倾向于部分现付和全部现付,导致我们在竞争中虽然最早获取信息,但最终因为费用支付问题流失很多店,并在市场开发中举步维艰,最终我们只有靠客情、靠信息和速度、靠品牌实力赢取部分网点。

1.市场部经营管理销售工作总结范文

2.市场部经营管理销售工作总结

3.市场部经营销售工作总结

4.市场部经营销售年终总结范文

5.市场部销售工作总结

6.市场部销售优秀主管工作总结范文

7.市场部2019销售工作总结范文

8.市场部经营管理工作总结

## 市场部门营销工作总结汇报材料篇四

运筹于帷幄之中,决胜在千里之外”。新年度营销工作规划我觉得要强调谋事在先,系统全面地为宾馆新年度整体营销工作进行策略性规划部署。但是我们还要明白年度营销工作规划并不是行销计划,只是基于年度分析总结的策略性工作思路,具体详细的行销计划还需要分解到季度或月度来制定,



只有这样才具有现实意义。

## 1、目标导向

营销目标的拟定是来年营销工作的关键。在新年度营销工作规划中，首先要做的就是，全年总体的销售目标、费用目标、利润目标、渠道开发目标、终端建设目标、人员配置目标的拟定，其中：销售目标为\_\_/年，费用目标为\_/年，渠道开发目标为\_条/年，终端建设目标为5\_\_/人/年，人员配置为\_\_。

## 2、产品规划

根据消费者需求分析的新产品开发计划、产品改良计划有：扩充宾馆产品大类，变不畅销主打产品为副属产品(如将大使套变四人间，提供团队会务组消费并加强日常销售)、将民族文化村与宾馆搭配、将教工俱乐部与宾馆搭配、将旅游线路与宾馆搭配等。

## 3、品牌推广

市场形象推广计划有：《高校后勤宾馆销售高峰》大会、汤逊湖品牌推广策划《名节名丸》。

## 4、团队支持

为了保障来年营销工作顺利高效地实施，

宾馆还需要通过苦练“内功”来强化关键工作流程、关键制度来培养组织执行力，以更好的发展客户、保留客户！

## 市场部门营销工作总结汇报材料篇五

在国外大企业中，市场部已是举足轻重的部门。国内许多大企业也开始建立市场部，但其职能基本上是将原来的销售部

改头换面，由此造成市场部的错误定位。今天本站小编给大家整理了公司市场部门工作总结，希望对大家有所帮助。

一年时间过去了，对整个xx年度的工作情况，在新年伊始总结如下：

xx年四月份，以应届毕业生的身份加入华明公司市场部，市场部成立不久，很多方面还处于初级阶段，还在华明这样的环境里摸索着前进，这对于我们新人而言，是一次给予，更意味着一次严峻的考验。成立十一年之久的华明有自身的极大优势，首先在技术方面一级售后服务方面有着强大的力量，公司的每一名员工，无论是技术人员还是生产工人都在为着这个团体而拼搏，信誉也是华明最注重的理念。其次在华东区的营销方面，华明公司得到无锡西门子以及西门子中国的鼎力支持，有着他们的扶持，华明是没有任何后退的理由，在这样的环境下，在如今激烈竞争的市场里，华明应再接再厉，取长补短，迎风踏浪。

三个月的实习期，我融入了公司的生产部门。虽说小小的生产车间，却是高新技术的集中地，我着我们学不完的东西。胡部长给我们上了第一堂课，让我们时刻奋斗着。凡是要做就要做到最好，还在我们心中烙下重要的印记！三个月里，在生产部前辈们的教诲下，学到的不仅是做工的精细，心灵的沉着，更是工作的动力，做人的品质！吴部长时刻关系我们，让我们充分把握工作的效率，要在工作的同时积累知识，眼到，心到。

带着美好的憧憬，来到了属于自己的部门，市场部。很有幸第一次接受培训的机会给予我，机会来之不易，我备显珍惜！当然真心希望能够有的机会接受西门子的专业培训。我相信，这些小小的课程看似浪费了几天的时间，但带来的更是工作的明确和弯路的少走。中心思想正是：因为专业，所以卓越！

市场部的工作正式开始，也以为这我成为华明公司的正式员

工！和我的销售这种工作的理解一样。刚开始我们街道的任务无疑是扫街。虽然我们有选择性的，但区分客户的能力毕竟太差。前几个月的扫街过程太盲目，太草率，太乏味，太业余。以至于拔起腿不知道往哪里走，或许挫折太多，或许动力不足，走进公司有些胆怯，找到客户却不愿说话了。甚至想发个名片就走人。虽然说现在的市场部和半年相比没有什么大的起色。但我深信，我们都在成长着，由羞涩的男孩变为沉着冷静，处世不惊的男人。虽说人情冷暖，世态炎凉，但我始终以微笑棉队这个世界。深信，我能做好销售这个行业，在这片领域一定会有所发展！

大半年来，生意也有了几单。合同也做过几份。奖金也拿过两次。

下面说说工作中的问题和建议：

首先价格。成熟的我们当然不会有价格是唯一因素的思想，但似乎经过一个抛物线，两个月前我甚至觉得价格不是什么问题，但如今的我又有些担忧。在两三个月的拜访及再次拜访中，我逐渐又理解了价格的重要性。

首先，我们拜访的客户都是中小型客户。在他们眼里价格怎么说因为是最大的因素。已经有很多例子可以说明这个问题。我亲身经历的一些例子！

其次，华明公司出售的不仅是硬件，更是一个配套的服务。对于某些技术完全不成熟的公司而言，我们的技术似乎又是上帝了。所以这就出现了技术部的合同上俨然的高利润数字。相比于他们而言，我们手头的一些产量不好的oem客户就显得比较麻烦。我们市场部的价格不是很好。现在物流又是好些发达。客户一个电话，上海的低价货马上发到。在销售过程中，大多客户是了解华明的。可知，经过华明领导的努力，已在市场中逐渐树立起华明自己的形象，但大多客户又是不理解华明的。有做过贸易这生意的客户还是把贸易的眼光停

留在八九年代的商品批发。他们知道的是华明是一级经销商，知道华明的下面有二、三级经销商，知道华明的技术很雄厚，知道二、三级经销商的价格，当然有了这四个“知道”，还有我们自己所知道的价格，于是便导致了我们心有余而力不足，同时也让很多客户心有余而力不足，最终导致很多眼前的胆子而惋惜流产，痛哭！举例：无锡迈日机械制造。我和他们的技术兼采购联系多次，关系已经很好，他也来我们公司。反也吃过，酒也喝过，但最后他们老板杀出个价格，而且是一些我们市场部新人所意料之外的价格。而这些价格是无锡骏祥自动化所报。实在没有办法。那技术也深深抱歉，只能期待下次合作。同样的例子还有很多。和西门子办事的交流比较少，至少我们的感觉是着昂。华明的想法是这样的，西门子所给客户就交给下面的经销商。而我们市场部就得完全自己去摸索就客户过者在和西门子交流之余骗到些零客户。但我不清楚西门子所给的客户究竟有多少能够靠下面的代理商维持住。

新的一年，我会有一个新的目标，希望在我努力的同时能得到公司的支持和指点，让我们得以尽快的成长，少走弯路，在销售行业有所成就，带给自己利润，带给华明效益！

今年上半年，市场部主要完成以下工作：

一、 业务发展方面：制定业务收入计划和发展计划并采取措施指导、督促各县区完成。

顺利完成，市场部根据形象进度把每项计划分解到季度、月，每月统计完成情况，与县公司一起讨论完成较好的经验以及未完成计划的原因，发现问题和困难，与县公司共同解决。

截止6月份，全市共完成业务收入 万元，绝对值排名全省第 位，完成形象进度的 %。宽带终端新增 户，宽带专线新增 户，有人值守公话新增 户，普通电话新增 户。

市场部还采取各种措施，向县区公司推广新业务、新产品。1月份以会代训，召集各县区营销、营业骨干针对产品资费进行培训及讨论，并归纳出现存问题，从而找出适合本地的资费套餐。3月份根据市场竞争情况向省公司申请了包月资费套餐，在全市组织推广。5月份组织各县区管理人员、主管人员、维护人员，参加省公司培训，学习业务理论、营销策划，对业务推广有很好的指导意义。

二、基础管理方面：落实了营业账款稽核、退费和拆机明细核查、虚假用户拆机、清理长期欠费、客户资料整理、资源整理、装维材料和终端管理等一系列基础管理工作，有效的避免了业务收入和成本的流失。

从元月份开始，市场部按照内控流程要求，调整了原来对县区公司进行周稽核的制度，改为日稽核、周稽核、月稽核并行，每月尽量安排对县公司一级稽核情况现场核查。对每周稽核情况进行通报，对不符合要求的做法通报批评，每月月底一、二、三级稽核员共同对全区现金流实收应收进行稽核，起到了很好的效果。我公司现金流差额连续半年在全省属于情况最好地市之一，没有因现金流差额影响考核收入。

为确保不因支撑系统错误操作影响收入，市场部安排支撑中心每天对每个县区拆机、退费明细都进行核查，严格封堵每个漏洞。

为清理长期欠费、控制当期欠费，市场部根据公司领导要求制定了当期欠费回收量不低于98%的考核目标。对欠费回收情况进行周通报、月通报。在与县区公司的共同努力下，到5月份系统内本年新增长期欠费清理完毕，当月调帐数首次低于省公司要求的最低限额，从连续5个月调帐超过 万元，达到5月份的 元。

为掌握资源情况，避免资源浪费，市场部安排支撑中心每月对各县区资源情况进行抽查、通报，6月份又进行了现场检查。

今年市场部接手物料管理以来，在网络部的大力支持下改进了管理方式，把出入库明细账与支撑中心每天的经营日报装、拆机数量相对照，使物料管理形成闭环。为实现终端回收、重复利用，要求县区公司对宽带、话吧、有人值守公话新装机用户都收取押金。鼓励县区公司在发展新用户时引导用户使用回收的终端。对终端故障在保修期内的用户更换回收终端，严格杜绝以旧换新。通过这些措施的执行，有效控制了浪费现象。

三、绩效考核方面：改进绩效考核计算方法，从多方面入手促进保存量、激增量，提高业务收入。

自3月份省公司绩效考核办法草稿下发，市场部开始与上级市场部沟通如何进行续费率和流失率两项考核指标的计算。在多次探讨未果的情况下，市场部根据公司领导要求和本公司实际情况，制定了考核用户拆机、双停、单停、零费用用户续费等一系列考核方法。引导县区公司对上述用户高度重视，通过每天逐户核查，基本上堵住了客户流失的漏洞，对长期零费用用户的激活也起到了很好的效果。既节省了资源，又提高了收入，另一方面节省了业务发展费用。

四、存在的问题和困难

1、由于上半年集中精力理顺基础资料管理，在营销策划、业务宣传、市场调研、人员培训等方面比较薄弱，造成对县区公司业务发展支持不够。

2、由于省公司系统准备升级，我公司很多报表需求无法满足，计算绩效考核指标、分析经营数据给市公司和县区支撑部门带来很大工作量。

下半年市场部拟从以下几方面进行改进和提高：

一、加强市场调研：定期到县区进行现场办公，与营销、营

业、装维、管理人员进行座谈。深入市场，了解用户使用情况和需求。在发展较好的县区总结成功营销案例进行推广；帮助发展较差的县区查找不足、解决困难。

二、加强营销策划和业务宣传：通过了解市场竞争情况制定灵活有效的营销措施，对每阶段重点发展业务制定切实可行的宣传和营销步骤，及时反馈和分析营销结果，适时调整营销思路，改变目前业务发展的低效状态。

三、加强人员培训：定期进行营销、营业、装维、管理人员培训，将营销思路、管理方法、业务资讯直接灌输到一线员工，提高骨干员工的传帮带作用，切实提高员工素质和工作效率。

四、继续加强基础管理工作：继续加强欠费管理、营业稽核、资源管理、装维材料和终端管理。组织市场部主管定期到县区公司调研，与负责人进行沟通，发现不足并继续改进。

## 一、工作表现

每天外出见客户时强化自身形象，提高自身素质，对自己坚持严格要求，不要因为自己一个人一片天地就懒惰，忘记工作，忘记自己的工作职责和工作任务。我们对工作要心中有度，有责任。对待客户一定要以诚相待，办事处的工作最大的规律就是“无规律”，因此，我要正确认识自身的工作和价值，正确处理工作中的苦与乐，得与失、坚持甘于奉献、诚实敬业，特别在业务锤炼过程中一定要有总结和反省，当日工作当日毕，业务讲效率，公司可能养闲人，但是不希望闲人是我。所以一定要努力，一定要学习，争取早日突破有成绩，经过这么长时间的学习和锻炼，我在工作上已经取得一定的进步。

## 二、工作态度

工作态度要严于律己，不断加强自己作风建设。到公司以来我对自身严格要求，始终把耐得平淡、舍得付出、默默无闻作为自己的准则。作风是公司一个形象问题，不能因为个人原因让客户说广源的作风有问题，把广源当成是自己的家，荣辱与共。在工作中要用自己的行动规范自己的一切言行。努力强化自己专业知识，做好各项客户服务工作。坚持跟踪的原则，对客户都要跟踪有结果，努力提高沟通水平。在这一个月里，虽然遇到不少的困难，但是只要积极想办法去解决，思想乐观，还是可以学到很多知识。

### 三、工作行程

这一个月来，我做了大量的工作，虽然暂时还没有取得成绩，但是我会一直努力，相信自己的成绩会好起来，由于公司对我们福建市场的重视，还特意派汽车协作办事处的工作，让我们在工作上，业务上自信了很多，汽车到目前为止跟我跑了四天业务，一路从莆田到福清到福州的路线走的，路线也是我一路计划好的，基本没有多绕路，跑了大概十九家公司，可能路线和地址都不是很熟悉，所以在计划当中还有部分客户没有拜访，但是效果很不错，达到预期效果，有三家既然与张经理撞车，有七家现在是我的意向客户。我将继续努力跟踪和进行沟通，争取在下个月出成绩，对自己，对公司也是一种微妙的回报。现在也有两家基本上在口头上答应下个月左右定货。此时我不能松懈，越是关键时刻越是决定得失的时候。所以货没有出去还不是笑的时候，也许只是才开始。

### 四、下一步工作计划和展望

下一步工作我将继续跟踪目前的意向客户，直到跟到有结果为止，要对有针对性厂家进行攻克，多去拜访，多沟通。然后根据资料联系新客户找到主事人，慢慢伸张，在自己能够把握局势的情况下进行扩张，稳步求进求发展。

以上是我个人体会和设想，我将全身心的投入到市场工作中。



## 市场部门营销工作总结汇报材料篇六

近一年来，在创收方面，市场部的成绩可以说是乏善可陈。但市场部总体工作应该说是在计划中稳步推进并逐步开始显现。在第三季度，公司与叙永“南门院子”的代理谈判已经基本结束，协议正在草签之中，在第四季度本项目有望进场；在宜宾分公司同事的协助下，公司与宜宾某商业地产项目的融资和代理服务协议也已经进入实质性谈判阶段；在龙马潭区胡市镇的一个开发项目也已达成初步合作意向，目前此项目正处于报建和规划初设阶段。此外，与陕西宁强的“羌州新城”和贵州六盘水的“壹号国际”等项目仍在持续跟进之中。

目前，公司市场部面临的压力是巨大的。主要体现在如下三个方面：

### 一、市场认知度不够。

三江房产在泸州二手房市场享有极高的市场占有率和美誉度。但在一手市场，我们还是一个新兵蛋子，由于没有可供证明的代理经历，因此，开发企业对我们的操盘能力持怀疑的态度。

### 二、市场竞争日趋白热化。

从20\_\_年前后，泸州的房地产代理行业开始逐步发展以来，泸州本土聚集了数十家大大小小的房地产代理公司和营销策划公司，甚至还有没有公司的“个体户”。代理佣金不断透明化、操作过程也日益公开化，这对于我们这种新起步的代理公司来说无疑是具有相当大的市场压力，压缩我们在一手市场的生存空间。

### 三、资源整合度不够。

这里我所说的资源整合包括两个方面的内容，一个是公司外

部的外部资源整合。我们目前对有可能给公司代理业务带来帮助的一些外部资源：如银行、住建规划部门、各类投融资公司等的相关人员公关力度还不够，还没达成良好的合作框架；另一个方面就是我们内部资源的整合不够。也许大家身边也有从事开发和建筑的朋友，也了解到一些项目在寻找代理或者合作的信息，但由于整合不够，这些都没有形成真正的效益。

一、充分利用和珍惜好现已基本谈好的合作项目，在项目代理成效和公司代理形象上下功夫，做好代理工作的方方面面，逐步在市场上形成三江独有的“代理模式”：资源整合良好、市场预估准确、代理绩效优异、团队执行得力。简单点说就是让开发商通过我们的工作多找钱，让更多的开发企业认可并接受我们的代理服务。把三江在一手市场上的形象搞得如二手市场一样“高大威猛”。

二、加大外部资源整合，尤其是加大我们在泸州及宜宾周边县区和乡镇的工作力度，力争走出一条“从农村包围城市，最后武装夺取政权”的道路。

三、通过公司内训整合公司内部资源。这项工作目前正在筹备之中。如果我们每一个门店都能有那么一两个了解房地产开发流程和代理模式的员工，今后我们在了解到相关项目信息的时候，我们是不是都可以先进行一些前期的接洽和引导呢？这不仅是大家对公司市场部工作的最大支持，也是大家多搞票儿的一个合理途径。因此还希望今后大家在接到相关培训或者座谈通知的时候，踊跃报名参加。

最后祝大家节日快乐，谢谢各位！