

市场经理述职报告(精选8篇)

报告在传达信息、分析问题和提出建议方面发挥着重要作用。报告对于我们的帮助很大，所以我们要好好写一篇报告。以下是我为大家搜集的报告范文，仅供参考，一起来看看吧

市场经理述职报告篇一

我行金融市场部业务快速发展的一年，成立了北京代表处、也根据业务特性下设了四个二级部门。作为金融市场部一名客户经理，在通过金融市场部这个大的平台不断学习业务，办理业务，提高业务能力。以下是我度述职总结报告。

本人工作内容比较分散，在投行部、票据部、资产管理部、风控中台都做了一些业务。主要的业务指标完成情况是：在投行部配置了一些高收益的上市公司质押式回购、定增项目共计xxx亿。票据直贴业务xxx万元、资产管理业务xx亿。

6、合规专员兼职：15年完成了法律合规部要求合规专员的相关职责：包括自查相关业务、部门规章制度的整理上传、季度年度合规报告的撰写。

培训情况：

2、部门培训学习[]xx月份部门组织集中培训，主要课题有企业文化、投行案例的分享、宏观经济分析、可转债可交换债的学习、分级基金、融资租赁、券商固定收益凭证、债券交易基础知识等。通过这次培训学习了二级部门之间的业务经验，以及更加全面认识了各个部门的业务情况。

成长：

1、视野更加开拓以及自身的不足：在也来到xx[]通过与同业

的交流，拓展自己的视野，去服务自己工作。同时也认识到自己的很多不足之处，需要提高的地方太多，在中不断的去完善提高。

2、风险意识进一步提高：在过去一年的工作当中，市场同业的业务的风险也有所暴露。资本市场在牛熊切换中，也亲身体会整个过程中的市场业务偏好，以及风险成本。这也给了本人更深刻的风险感受。

3、提高对细节问题的注意力：在15工作当中认识到了很多细节性的问题在风险暴露的时候可能是很重要的。学习了、积累了一些经验。

市场经理述职报告篇二

尊敬的各位领导：

大家好□20xx年即将过去，在将近一年的时间里，通过自己的努力，也有一些收获，虽然不能让人满意，但临近年终，感觉有必要将自己的工作总结一下，目的在于吸取经验、教训，提高业务水平，将今后的工作做得更好。

自今年入职以来，经过了公司多部门联动的岗前培训，后继也能积极参加公司组织的内部培训，更新知识，增长见识。并在努力寻找外部力量争取到更多的学习机会。

七月份正式开始在市场部负责市场开发工作。截止目前，与近三百家公司采购人员直接有过电话交流，参与报价客户近四十家，成功达成合作意向并登记五家新客户，其中三家新客户已有少量交易，一家最新开发的客户，材料验证阶段，暂未交易，还有一家取得其供应商资质后，因材料及价格等原因，还未能中标；与此同时，负责了公司分配的几家老客户维护工作，其中江阴xx业务稳定，上海xx业务关系也在逐步正常化。新老客户共计拜访50多次，通过这些拜访，逐渐

可以准确的把握客户需求，能良好的与客户交流，并能逐渐取得客户信任，也积累了一些宝贵的市场经验。

市场经理述职报告篇三

各位领导、同志们：

大家好。

是四惠所属四大市场，异常艰难的一年！面对困难，在以张乡为核心，集团班子的正确领导下，我们用心研究、用心谋划、用心决策，取得了历史性的突破，经济“总收入”和“年增收”都大大超过以往任何一年！四大市场总收入万元，利润税收万元，全面超额完成了各项任务指标。现将一年来的主要工作述职如下：

1、调价难：今年，由于两次“房产新政”出台，直接影响了建材行业的销售，商户经营波动很大，交易下降，给全年的“保增长”任务带来很大阻力。

4、环境难：四惠市场硬件设施落后，夏天热冬天冷的恶劣环境，商户意见很大，市场整体落后的环境和高碑店商业街形成了强烈反差。

5、伊莎难：伊莎项目，已运作四年，前期投入大量资金，目前，作为全乡第一个采取，由企业组织拆迁的先例，由于条件苛刻，我们难以解决，9户居民，目前只迁出2户，由此造成的损失近千万元。

6、发展难：由于东坝拆迁消息的蔓延，商户内部动荡不安，部分商户甚至开始停止进货，向市场提出赔偿的条件，加上顺义、香河、武清等周边的仓储建材市场，不断到东坝搞宣传、散谣言、挖商户。这种情况下，如果我们拿不出有效政策和办法，稳定大局，那么我们培育了5年的1000多商家资源，

将会在瞬间分崩离析，由此造成的品牌价值损失，将不可估量。

7、找地难：一年来，为寻求东坝搬迁新场地，我们抽调了2名副经理，每天冒着酷暑，行程600公里，耗油近10吨，跑遍了北京远郊、以及河北、天津等周边地区，并先后与80多个单位洽谈、协商，但由于资金紧张，地价高涨，以及地标较高，“招拍挂”手续严格等原因，市场再发展所需的场地一直未能得到有效的落实。

8、安抚难：现有商户大多实力雄厚，社会关系复杂，大多从属与木材、五金等建材协会，并拥有自己的高级律师顾问，处理稍有不慎，不仅会影响整个市场在行业内的声誉，而且会造成违约诉讼、商户群访等危害地区稳定的不良事件。

9、搬迁难：经过多年发展，东坝很多商户变卖祖业，在此扎根，子女也在附近就学，动员搬迁难度很大。现有商户的价值上百亿的库存，大多数是“怕晒、怕淋、怕吹”，以“斤”计量的名贵木材，如何确保搬迁过程中货物安全，也是困扰我们的一大难题。

10、安置难：现有270名曾为东坝出过力、流过汗的本乡农民工，以及130名追随市场20多年的外地老员工，他们为集体做出了贡献，为市场立下了汗马功劳，如果不能妥善安置好他们的再就业，不仅会影响和谐，造成矛盾，而且会增加社会就业压力。

1、年初，通过组织干部、职工，学习讨论了集团“党建、经济”工作报告。分组讨论，使干部职工，统一思想，凝心聚力迎战困难。

2、坚持“每天一小结，每周一例会，每月一汇报”的工作模式，今年我们共组织召开班子会46次，中层会议38次，基层例会24次，职工代表会5次，通过会议，学习文件，解决问题。

3、组织中层干部、先进职工，集体进书店，根据各自岗位要求，选读管理书籍，并结合实际，谈出感受，提高理论素质水平。

4、先后两次组织全体职工，对同行业、同规模、同档次的市场进行多角度、深层次的调研，让职工干部在调研中，学习经验，树立信心，提高应对困难的能力。

5、每周亲自抽出时间，听取四组人员的汇报：一是，岗位轮换中，调动人员的工作汇报；二是，夜间值班人员的巡查汇报；三是，市场调研人员的信息汇报；四是，安全小组的检查汇报。通过汇报，及时掌握信息，调整工作思路，解决实际问题。

6、执行“岗位轮换”机制，锻炼和团结基层职工，发挥了团队潜能，促进了学习交流，培养了干部职工的适应能力，沟通能力。

7、规范制度，严厉打击“吃、拿、卡”“松、散、懒”“等、靠、要”等不良作风，以铁的纪律，打造出了一支过硬的队伍！在职工群众中营造了“讲正气、讲纪律、讲作风”的良好风气。

年初，根据集团下达的经济任务指标，我们多次通过算账会、座谈会进行分析讨论，确定了今年“四惠不得少于800万，东坝不得低于1000万的”的增收任务，并要求“保经济小组”立下了“保大局、保稳定、保增收”的军令状。

1、四惠市场，今年在困难重重，商户经营不利的形势下，提出了“攻坚克难，全面推进，大幅上涨”的工作目标，收费方案一经公布，商户反应异常强烈，大批商户长时间，围堵市场办公楼，各区小规模抗议几乎天天不断。为了抵制涨价，一些商户不断组织人员，制造混乱，上书联名信，散布谣言，在商户的围攻、抗议和威胁面前，我们沉着冷静，成

立了应急小组，迅速稳住局面，成功的执行了既定的涨价政策，创下了四惠10年来最高的增收记录，全年实现增收1600万元。

2、东坝市场，今年整体形势不容乐观，有关市场拆除的消息，年初就在商户中迅速蔓延，商户整体不安定的形势，使市场的正常经营，受到了很大的影响，对今年的增收任务，更是雪上添霜。根据这样的情况，我亲自带着班子成员，多次召开现场会，让商户安心经营，承诺不管发生什么情况，市场都不会不管商户，不会抛弃商户，逐步稳定人心的同时，我们经过大量的调研，不断给职工打气，提出了“越是困难越要上涨”的口号，紧抓机遇，出其不意，在租金调整上，平均租金上调率达到了60%。不仅有效的化解了木皮区、红木区商户的纠集串联，而且创下了市场开业以来，租金调整幅度最大的一次上涨。全年实现增收800万元。

市场经理述职报告篇四

是我行金融市场部业务快速发展的一年，成立了北京代表处、也根据业务特性下设了四个二级部门。作为金融市场部一名客户经理，在通过金融市场部这个大的平台不断学习业务，办理业务，提高业务能力。以下是我度述职总结报告。

xx年本人工作内容比较分散，在投行部、票据部、资产管理部、风控中台都做了一些业务。主要的业务指标完成情况是：在投行部配置了一些高收益的上市公司质押式回购、定增项目共计xxx亿。票据直贴业务xxx万元、资产管理业务xx亿。

6、合规专员兼职□xx年完成了法律合规部要求合规专员的相关职责：包括自查相关业务、部门规章制度的整理上传、季度年度合规报告的撰写。

培训情况：

2、部门培训学习□xx月份部门组织集中培训，主要课题有企业文化、投行案例的分享、宏观经济分析、可转债可交换债的学习、分级基金、融资租赁、券商固定收益凭证、债券交易基础知识等。通过这次培训学习了二级部门之间的业务经验，以及更加全面认识了各个部门的业务情况。

成长：

1、视野更加开拓以及自身的不足：在也来到xx□通过与同业的交流，拓展自己的视野，去服务自己工作。同时也认识到自己的很多不足之处，需要提高的地方太多，在xx年度中不断的去完善提高。

2、风险意识进一步提高：在过去一年的工作当中，市场同业业务的风险也有所暴露。资本市场在牛熊切换中，也切身体会整个过程中的市场业务偏好，以及风险成本。这也给了本人更深刻的风险感受。

3、提高对细节问题的注意力：在xx工作当中认识到了很多细节性的问题在风险暴露的时候可能是很重要的。学习了、积累了一些经验。

市场经理述职报告篇五

尊敬的领导：

今年_月份我被公司领导任命为市场部经理，负责公司市场开发部具体工作。_个多月来，在公司领导及分管领导的正确带领下，在部门同事的配合支持下，我根据市场开发部工作特点和工作范围，努力适应新的岗位要求，认真履行自己的职责，与部门同事共同努力，不敢有丝毫的懈怠，扎实地开展了部门所属与领导交办的各项工作，较好地完成了工作任务。下面，将我任职以来的工作、学习情况向大家作一简要述职，请各位领导评议。

一、完成主要工作任务

1、市场调研开发工作

_月初在公司安排下带领部门员工对以新区热源建设拟用地为中心周边_公里范围内进行了热用户及热负荷调查，为新区热源建设打好坚实的基础。为了扩大我公司的供热市场，保证热源的最大利用，满足公司的资金链的使用，在分管领导_经理的带领下，对开发工作做了详尽的计划和安排，与部门全体人员在计划时间内，在公司现有供热区域进行了一次拉网式供热市场普查，对区域内的新建房产、旧改小区等热用户做了一次详尽的市场调研。根据用调研情况，我们进行了重点划分，针对今年房产市场比较萧条，资金链比较紧张，热用户开发难度较大的实际情况，联系实际加大开发力度，多次走访频繁与用户沟通，讲解、洽谈，最终圆满完成了领导交给的任务。

2、表计校验

每年的表计校验拆装工作都是本部门工作的重点，表计的准确度，是保证公司利益的前提，为了保证今年表计拆装、校验、及时、无误，我提早安排了工作计划，加强监督与监管力度。在安装过程中一丝不苟，严格按照表计安装规范要求安装，共完成表计校验拆装块。对__家表计原来安装不规范不合格的用户，通过多次走访、讲解、分析利害使其同意进行了改造，确保了表计安装的合格率和使用中的准确率。为今冬供暖做好了充分的准备。在此同时还见缝插针的进行了新用户表计的校验和安装工作。

3、在线监控安装工作，此工作由于设备到货时间较晚，上级部门规定结束的时间近在眼前，给安装带来了巨大的困难，在此情况下我带领部门职工分组施工加班加点，每天工作至深夜，在保证质量的同时与时间赛跑，在天时间内完成安装套较好的完成了领导交给的任务。

4、蒸汽预收款工作，提前针对每个用户下发了收费书面通知，多次与热用户沟通、走访，对部分交费“老难户”多次上门催缴。

为了降低20__年度采暖季的管网蒸汽损耗，我与部门员工自供暖以来一直不间断的对直供区域内的近__家换热站进行检查监督，经常加班加点对不规范用汽和表计异常的用户单位进行__小时监督、监控和突击检查。对有问题用户及时解决整改，针对偷气现象我与部门员工还加强了表计技术学习，在__月份邀请表计厂家的专家来公司讲解、学习。

二、任职以来实际措施和效果

一是认真参与本部门各项工作，实际操作了解各个环节。在工作中和工作结束后积极分析总结，改正不足提高效率。为明年的工作提供参考和经验。

二是落实部门工作实名制，各项工作落实到人，每项工作专人负责落实到位，有效避免了工作分工不明确、进度慢、相互推诿情况的发生，提高了工作效率。

三是加强个人组织协调能力的锻炼。先后在公司组织的拓展训练中担任队长、在公司组织的歌唱比赛中进行组织协调工作。通过参加这些活动锻炼了自身，也为成为领导合格的助手打下了坚实的基础。

四是加强部门之间的协调与沟通，通过相关部门间的良好沟通更快更好的完成工作，并通过沟通随时了解掌握相关信息，以及学习兄弟部门工作中更好的工作方式与经验。

四、自我评价

1、优点及不足。优点：

(1) 爱学习，肯钻研。

(2) 能吃苦，能奉献。

(3) 责任心和敬业精神较强，对工作认真负责。

不足：

(1) 协调与组织能力相对不足。

(2) 综合分析、思考问题的能力还有些欠缺。

(3) 管理水平需要进一步提高。

2、今后努力方向。

一是要围绕主要工作，突出重点，做出成绩。

二是要加强学习，注重实践，不断提高自身素质，消除自身不足。

三是要扎实工作，求真务实，树立良好的形象，绝不辜负领导和同事们的期望。

最后，我要真心地表示我的感谢之情。感谢一年来公司领导及公司同事的指导和帮助，感谢分公司同事的关心和信任。在新的一年里，我会与大家一起更加努力的工作。谢谢大家！以上是我任现职以来的述职报告，不妥处，请各位领导和同志们批评指正。

此致

敬礼！

述职人：____

20__年__月__日

市场经理述职报告篇六

市场部主要负责中心商务、产品销售、市场调查、市场开发市场渗透、反响客户情况、采购信息提供、采购活动实施供应商管理等工作。

2、积极开拓市场，并加强市场渗透，运用各种有效促销方式或商务手段，确保市场的占有率。

4、开展对外与业务和产品相关的宣传、公关活动，及时准确掌握社会公众

对公司的意见，并反响到公司，进而提出对策。

4、负责客户关系的建立，签定合同，以及合同执行中业务部门或工程组所需要提供的客户方资源协调。

区信息中心市场部年利润指标，完成万合同金额，利润完成万。实施目标及方案：

2、区外场：整合信息中心已有产品和资源信息，进行同类产品比较、优劣式分析，制定推广方案，推动现有软件产品和工程产品的销售，了解市场动向，向开发部门提出方向性建议；积极和其他it企业建立联系，争取建立优势互补的合作关系，借助他们的渠道销售我们的产品和效劳；把握现有的客户，随时跟踪客户对产品的使用情况，做好客户跟踪、反响工作。

市场经理述职报告篇七

一年来，作为城区营销部负责人，在局(中心)的正确领导下，认真贯彻执行上级下达的各项方针政策，始终坚持以经济效

益为中心，以“决战网建”为动力，竭力追求“三满意”，加强部门管理，脚踏实地，不断学习，与部门员工齐心协力，较好地完成了公司下达的各项指标任务，主动向“市场经理”转型。现将我一年来的工作、思想、学习等方面汇报如下，请领导审查：

1、脚踏实地，确保目标任务的完成

随着网建工作的不断深入，访销员向客户经理过渡，如何在这种职能的转变中不影响销量完成部门目标任务，是我今年思考较多的问题。在局(中心)的正确领导下，我带领部门员工转变观念，学习上海烟草人“与时俱进、锐意进取敢为人先、争创一流”的精神，严格执行营销科的每个销售策略，在深化服务的同时脚踏实地确保销量。首先合理地制定营销计划，将部门任务科学合理地分解到每位客户经理头上，提高了客户经理工作积极性；并利用早会总结安排、要求客户经理随时对比客户销售周期变化，在拜访中帮助客户清理库存、抓住促销机会加大宣传力度、及时补货等措施，以“不放过一个销售机会”为口号，通过细化销售工作中的每个环节，既保证了访销员的职能转变，又没有影响销量：今年1-10月完成总销量30519.21箱，占计划的99.41%，比去年同期上升2857.07箱，约9.39%。

2、抓落实，花大力气做好品牌培育工作

(1) 使“时尚宏声”、“醇香红梅”等品牌成功置换了“盖红河”，减低了市场压力，提高了客户满意度，前者更是由最初的1548条上升到如今的10642条；“红白盖天”上摊率达90%以上，其它目标品牌上摊率也达到分公司及局(中心)要求。

(2) 加大重点品牌宣传力度。重点品牌是公司利益的支撑，我作为城区市场经理更是时时以提高重点品牌销售为目的，要求客户经理将重点品牌溶入到每天的拜访和客户分析中，见

缝插针地宣传。不仅如此，更是要求客户经理熟悉各品牌毛利，有针对性地宣传高毛利品牌，尽可能创造更大经济效益。1-10月部门创利占全公司的44.79%。

我深刻地意识到，上海网建“精细、严谨、扎实、创新”的作风贯穿于工作的各项环节中。因此我首先严格要求自己的营销报告、早会记录等基础工作的规范化和标准化，并在不断的学习与总结中提升质量，带领整个营销部做好网建基础工作，使雁江城区营销部的网建基础工作水平始终保持在全市前列，并得到盛市网建检查的一致好评。

述职人□xx

xxxx年xx月xx日

市场经理述职报告篇八

在全体员工的共同努力下□xx公司取得了历史性的突破，整车销量、利润等多项指标创历史新高。作为分公司的总经理，同时也很荣幸的被评为“杰出领导贡献奖”。回顾全年的工作，我感到在以下几个方面取得一点心得，愿意和业界同仁分享。

一、加强面对市场竞争不依靠价格战细分用户群体实行差异化营销

针对今年公司总部下达的经营指标，结合总经理在20xx年商务大会上的指示精神，分公司将全年销售工作的重点立足在差异化营销和提升营销服务质量两个方面。面对市场愈演愈烈的价格竞争，我们汉阳分公司没有一味地走入“价格战”的误区。我常说“价格是一把双刃剑”，适度的价格促销对销售是有帮助的，可是无限制的价格战却无异于自杀。对于淡季的汽车销售该采用什么样的策略呢？我们摸索了一套对策：

对策一：加强销售队伍的目标治理

- 1、服务流程标准化
- 2、日常工作表格化
- 3、检查工作规律化
- 4、销售指标细分化
- 5、晨会、培训例会化
- 6、服务指标进考核

对策二：细分市场，建立差异化营销

细致的市场分析。我们对以往的重点市场进行了进一步的细分，不同的细分市场，制定不同的销售策略，形成差异化营销。根据20xx年的销售形势，我们确定了出租车、集团用户、高校市场、零散用户等四大市场。对于这四大市场我们采取了相应的营销策略。对政府采购和出租车市场，我们加大了投入力度，专门成立了出租车销售组和大宗用户组，分公司更是成为了出租车协会理事单位，更多地利用行业协会的宣传，来正确引导出租公司，宣传xx品牌政策。平时我们采取主动上门，定期沟通反馈的方式，密切跟踪市场动态。针对近两年xx市场出租车更新的良好契机，我们与出租公司保持贯有的良好合作关系，主动上门，了解出租公司换车的需求，司机行为及思想动态；对出租车公司每周进行电话跟踪，每月上门服务一次，了解新出租车的使用情况，并现场解决一些常见故障；与出租车公司协商，对出租司机的使用技巧与维护知识进行现场培训。针对高校消费群知识层面高的特点，我们重点开展毕加索的推荐销售，同时辅以雪铁龙的品牌介绍和化宣传，让他们感受雪铁龙的悠久历史和丰富的企业化内涵。另外我们和xx市高校后勤集团强强联手，先后和理工大

后勤车队联合，成立校区维修服务点，将服务带入高校，并且定期在高校支部免费义诊和保养检查，在高校围内树立了良好的品牌形象，带动了高校市场的销售。

对策三：注重信息收集，做好科学猜测

当今的市场机遇转瞬即逝，残酷而激烈的竞争无时不在，科学的市场猜测成为了阶段性销售目标制定的指导和依据。在市场淡季来临之际，每一条销售信息都如至宝，从某种程度上来讲，需求信息就是销售额的代名词，结合这个特点，我们确定了人人收集、及时沟通、专人负责的制度，通过天天上班前的销售晨会上销售人员反馈的资料和信息，制定以往同期销售对比分析报表，确定下一步销售任务的细化和具体销售方式、方法的制定，一有需求立即做反应。同时和品牌部相关部门保持密切沟通，积极支部车源。增加工作的计划性，避免了工作的盲目性；在注重销售的绝对数量的同时，我们强化对市场占有率。我们把分公司在xx市场的占有率作为销售部门主要考核目标。今年完成任务，顺利完成总部下达的全年销售目标。

对于备件销售，我们重点清理了因为历史原因积压下来的部分滞销件，限度减少分公司资金的积压。由于今年备件商务政策的变化，经销商的利润空间进一步缩小，对于新的市场形势，分公司领导多次与备件业务部门开专题会讨论，在积极开拓周边的备件市场，尤其是大客户市场的同时，结合新的商务政策，出台了一系列备件促销活动，取得了较好的效果。备件销售营业额xx万元，在门市销售受到市场低价倾销冲击影响较大的情况下，利用售后服务带动车间备件销售，不仅扭转了不利局面，也带动了车间的工时销售。售后服务是窗口，是我们整车销售的后盾和保障，今年分公司又来了自96年成立以来的售后维修高峰。为此，我们对售后服务部门，提出了更高的要求，在售后全员中，展开了广泛的服务意识宣传活动，以及各班组之间的自查互查工作；建立了每周五由各部门经理参加的的车间现场巡检制度，对于售后维

修现场发现的题，现场提出整改意见和时间进度表；用户进站专人接待，接车、试车、交车等重要环节强调语言行为规；在维修过程中，强调使用“三垫一罩”，规行为和用语，做到尊重用户和爱护车辆；在车间推行看板治理，接待和治理人员照片、姓名上墙，接受用户监督。

为了进一步提高用户满足度，缩短用户排队等待时间，从6月份起，售后每晚延长服务时间至凌晨1：00，售后俱乐部提供24小时全天候救援；通过改善售后维修现场硬件、软件环境，为客户提供全面、优质的服务，从而提高了客户的满足度。全年售后维修接车台次，工时净收入xx万元。

二、强化服务意识，提升营销服务质量

20xx年是汽车市场竞争白热化的一年，面对严重的形势，在年初我们确定了全年为“服务治理年”，提出“以服务带动销售靠治理创造效益”的经营方针。我们挑选了从事多年服务工作的员工成立了客户服务部，建立了分公司自身的客户回制度和用户投诉受理制度。每周各业务部门召开服务例会，每季度结合商务代表处的服务要求和服务评分的反馈，召开部门经理级的服务例会，在治理层强化服务意识，将服务工作视为重中之重。同时在内部治理上建立和完善了一线业务部门服务于客户，治理部门服务一线的治理服务体系；在业务部门中重点强调树立服务于客户，客户就是上帝的原则；在治理部门中，重点强调服务销售售后一线的意识。形成二线为一线服务，一线为客户服务这样层层服务的治理机制。积极响应总部要求，进行服务质量改进，强化员工的服务意识，每周召开一次服务质量例会，对上周服务质量改进行动进行总结，制订本周计划，为用户提供高质量、高品质的服务。