

营销经理工作总结 营销经理工作计划(汇总5篇)

当工作或学习进行到一定阶段或告一段落时，需要回过头来对所做的工作认真地分析研究一下，肯定成绩，找出问题，归纳出经验教训，提高认识，明确方向，以便进一步做好工作，并把这些用文字表述出来，就叫做总结。总结怎么写才能发挥它最大的作用呢？下面是小编带来的优秀总结范文，希望大家能够喜欢！

营销经理工作总结篇一

区域销售经理最重要的工作内容便是出台一份营销工作计划。没有计划的销售是盲目的销售，销售人员就不了解企业的营销工作重点，甚至不明白产品增长点在哪里，日复一日机械地做简单的推销工作，同时，销售管理的随意性和销售政策多变也容易导致营销队伍不稳定和市场混乱，销售人员的业绩优劣难于评价，面对竞争对手的进攻措手不及。只有在科学的计划指导下，各部门才能有条不紊地展开营销工作，明确销售目标与工作重点和努力方向，提高工作效率，也才能充分利用各种有利因素，挖掘市场潜力，确保完成企业下达的营销任务。

一、区域经理营销计划必须解决的问题包括以下内容：

1. 部署销售目标，安排销售计划。虽然区域市场的销售目标通常是企业的营销主管部门制定和下达的，但为了确保完成企业下达的销售目标，销售经理可根据实际情况做适当调整。销售目标与计划是考核销售人员业绩的首要指标，是整个营销计划的基石。部署销售目标，即在客观分析各片区的市场状况和销售状况等因素的基础上，将整个区域市场销售目标分解到各片区；安排销售计划，即根据销售淡旺季、市场开发进度、销售成长等因素，将区域市场及各片区的销售目标

分解到各个月份或各季度。分配销售额和销售量指标，这样既可以反映销售额的增长状况，又能反映市场份额的增长状况。

2. 提出利润目标，出台费用支出与控制计划。只有数量而没有质量的销售是没有效益的销售。区域销售经理应认真分析财务报表与业务报表，结合销售目标、平均毛利润、销售费用等因素提出利润目标。为提高经营的平均毛利润，销售经理可将所经营的产品划分成确定的类别，如厚利品种、薄利品种、微利或无利品种，在经营过程中加大厚利品种的销售和市场投入力度，适当减少微利品种的销售投入，甚至取消某些微利或无利品种。

销售费用虽然受市场等因素的影响较大，但它确实是可以通
过计划来控制的，销售费用支出与控制计划的主要内容应包括：广告与宣传费用、促销费用、工资、奖金与福利费用，销售渠道（客户）费用等各项经营费用，应控制在全区域或各片区销售额的比例，并明确费用开支的各项具体规定，把费用控制状况列入各片区销售人员的业绩考核的内容。

3. 货款回笼计划。向各片区及销售人员进行发布货款回笼的要求与具体指标，强调有调整的方面，以及与销售人员工作业绩考核挂钩的办法。

4. 产品策略实施计划。提出重点推广哪些产品，有哪些新产品即将上市，哪些产品在什么时候将被淘汰，并进行详细分析，使销售人员充分理解公司的产品策略，从而充分利用市场资源和发挥公司内部潜力。

5. 价格策略实施计划。价格是市场营销中最敏感的因素，不宜经常变动，但对执行情况和市场反馈的效果进行总结，对一些不适应市场状况的产品价格做一次局部的调整。

6. 渠道策略实施计划。发展新的渠道增长点，或开发区域内

尚未开发的片区市场，或优化分销网络，调整部分经销商或调整经销商政策、合作方式、待遇，发布新的经销商协议等内容，都应作出具体计划。

7. 促销策略实施计划。就本年度共安排多少次大型的渠道或终端促销，在什么时间、什么范围内执行，以及费用等作出具体计划。

8. 广告、宣传计划。包括各类媒体的广告投放计划及费用计划，公司宣传资料的品种及可供的数量安排计划等，明确主导的广告、宣传手段及其操作流程。

9. 市场出样目标与计划。明确区域内各片区市场本公司产品的布点率与出样率目标，以及各个阶段的市场出样执行与考核计划。

10. 营销培训计划。对需要调整的片区主管或销售人员进行调整，以及对正式的营销培训时间做具体的计划。

11. 业绩考核计划。优化计薪计酬方法，做具体计划并发布，为落实营销计划服务。

二、要做一份全面、可操作性强的营销计划书，我们必须遵循一些基本原则：

1. 对市场供求关系的变化趋势、市场竞争发展态势、销售额（量）、价格进行分析与评估。

鼓舞销售队伍的士气。

碍。

4. 各项目标与计划指标是指令性的，一旦制定就必须按计划执行。同时，策略的安排则是指导性的，实现目标与计划

的措施。

人的积极性。

制订营销计划书，必须掌握充分的依据，这些依据至少有以下几方面：

1. 正确领会营销主管部门营销工作精神。如：企业对本区域市场各项销售任务的安排，新产品开发状况及新产品上市时间，企业对本区域市场的支持力度、费用控制等方面的要求。
2. 学习和借鉴其他区域市场的营销经验。将不同区域市场的营销管理与销售特征进行分析、比较、启发本区域的营销创新。
3. 分析本区域的各项业务统计数据，找出各片区有关指标的变化规律，并究其原因。
4. 收集市场基本面的现状。如：各片区人口、经济状况、居民收入、投资状况、商业业态的转变等，并比较片区间的差异。
5. 研究市场竞争现状与发展趋势。

朱建军

2007□11□6

营销经理工作总结篇二

金虎辞旧岁，玉兔迎新春。2011年是我们风驰公司发展道路上关键的一年，公司将会面临更大的挑战和机遇，在挑战与机遇并存的情况下，按照“发展中不忘稳健，稳健中求发展。小处着眼，大处着手，立足深圳，扎根广东，面向全国，走

向世界，立足新起点，开创新局面。”的企业发展战略文化，我们将会以创新取胜，以服务取胜，以速度取胜。在管理创新，机制创新，科技创新上发挥聪明才智，营销部将从整体管理水平和销售业绩提升到一个新的高度。

现在将我2011年的工作重点归结为以下几个方面：

一、日常工作的开展

4、与财务做好沟通，定期与财务核对相关的销售数据，且统计到期应

收款并做好货款的跟踪工作，保障公司流动资金的回笼和正常运转。

6、及时做好部门的人才储备工作，配合公司培养有工作经验、能力好的人才进行储备，做好营销部的人力资源工作。

7、营销总监2011年可能赴市场前线，在公司时间较少，所以我必须承担起营销部的日常工作的顺利开展，使自己能对营销部内务事的独档一面，在前期可能需要一定的时间进行合理的安排与调整，分清轻重缓急，遇到问题和重大事件及时跟营销总监沟通汇报。

二、做好服务工作

在我的工作当中，不免会与各个部门或与各种不同性格的人打交道，要时刻理性的对待任何一件事，做到不情绪化，即便对待不理性的人也应保持一颗积极的心态，最终把工作做到位。从自身角度出发，服务可涉及三个方面：

三）是对营销总监的服务，协助营销总监做好助理应尽的义务与职责。

四) 是对各部门与公司的服务。

三、协助商务部的各项工作开展

营销部现根据2011年的规划以及现有业务量的不断上升，人力需求

极大，我需兼商务组的管理工作，协助销售部工作的顺利开展，以达成2011年的销售目标。

以下是个人对于商务组管理工作的几点想法：

- 1、加强对商务助理的培训工作，包括个人素质，职业修养，商务礼仪及专业知识等并进行演练和考核。
- 2、规范商务助理的工作职责，加强监督管理力度。把售前最主要的电话营销工作进行量化，把售中与客户和区域经理的沟通协调工作配合扎实，把售后的发货跟进和售后维护工作做到灵活应变，把客户资料的归档整理规范模板，定期检查漏洞。
- 3、加强商务助理的营销渠道管理及服务能力。客户资源是贵公司至关重要的资源，要提高商务助理全面提供优质服务的基础上，进一步体现个性化、多样化的服务。
- 4、要着重培养商务助理的沟通技巧和工作中应急的协调能力，力争多培养一些工作自觉积极，能独挡一面的优秀商务助理。
- 5、要定期对每个的商务助理进行思想沟通，了解她们的思想动态，积极引导她们积极乐观的工作态度。

以上，是我对2011年的一些想法及设想，可能还很不成熟，希望领导指正。展望2011年，我会更加踏实努力、认真负责的去对待每一件事，用良好的心态去迎接新的任务和挑战，

与营销部的同仁一起创造更辉煌的风驰！

营销经理工作总结篇三

标题

- 1、计划的标题，有四种成分：计划单位的名称；计划时限；计划内容摘要；计划名称。
- 2、计划单位名称，要用规范的称呼。
- 3、计划时限要具体写明，一般时限不明显的，可以省略。
- 4、计划内容要标明计划所针对的问题。
- 5、计划名称要根据计划的实际，确切地使用名称。
- 6、如所订计划还需要讨论定稿或经上级批准，就应该在标题的后面或下方用括号加注“草案”、“初稿”或“讨论稿”字样。
- 7、如果是个人计划，则不必在标题中写上名字，而须在正文右下方的日期之上具名。正文

1、情况分析（制定计划的根据）。

制定计划前，要分析研究工作现状，充分了解下一步工作是在什么基础上进行的，是依据什么来制定这个计划的。

2、工作目标、任务和要求（做什么）。

这是计划的灵魂。计划就是为了完成一定任务而制订的。目标是计划产生的导因，也是计划奋斗方向。因此，计划应根据需要与可能，规定出在一定时间内所完成的任务和应达到

的要求。任务和要求应该具体明确，有的还要定出数量、质量和时间要求。

3、工作的方法、步骤和措施（怎样做）。

在明确了工作任务以后，还需要根据主客观条件，确定工作的方法和步骤，采取必要的措施与策略，以保证工作任务的完成。

写好工作计划四大要素

1、工作内容：做什么□what□-----工作目标、任务。

计划应规定出在一定时间内所完成的目标、任务和应达到要求。任务和要求应该具体明确，有的还要定出数量、质量和时间要求。

2、工作方法：怎么做□how□-----采取措施、策略。

要明确何时实现目标和完成任务，就必须制定出相应的措施和办法，这是实现计划的保证。措施和方法主要指达到既定目标需要采取什么手段，动员哪些力量与资源，创造什么条件，排除哪些困难等。总之，要根据客观条件，统筹安排，将“怎么做”写得明确具体，切实可行。特别是针对工作总结中存在问题的分析，拟定解决问题的方法。

3、工作分工：谁来做□who□-----工作负责。

这是指执行计划的工作程序和时间安排。每项任务，在完成过程中都有阶段性，而每个阶段又有许多环节，它们之间常常是互相交错的。因此，订计划必须胸有全局，妥善安排，哪些先干，哪些后干，应合理安排。而在实施当中，又有轻重缓急之分，哪是重点，哪是一般，也应该明确。

在时间安排上，要有总的时限，又要有每个阶段的时间要求，以及人力、物力的安排。这样，使有关单位和人员知道在一定的时间内，一定的条件下，把工作做到什么程度，以便争取主动，有条不紊地协调进行。

4、工作进度：什么时间做□when□-----完成期限。

工作计划写作的注意事项

写好工作计划五大原则：

1、对上负责的原则。要坚决执行上级的指示精神，服从全局利益，反对本位主义。

2、切实可行的原则。要从实际情况出发定目标、定任务、定标准。

3、集思广益的原则。广泛听取意见、博采众长，众人参与，反对主观臆断。

4、突出重点的原则。分清轻重缓急，突出重点，以点带面，不能眉毛胡子一把抓。

5、防患未然的原则。写明相关保护或者防备的措施。

编制计划要求胸怀全局，计划目标要科学、先进，是跳起来能够摘到的桃子，如果不用跳轻易便可摘到，既不利于企业的发展，也不利于调动企业经营者与员工的积极性，反过来，如果付出巨大的努力，再跳也摘不到桃子，那么，这样的经营计划便具有虚假欺骗性，不完全具有可操作性。

要有实现计划的具体保障措施和出现“意外”的补救措施。没有实现计划的具体保障措施和补救措施，只是纸上的计划，再完善也只是一个“画饼”

另外，工作计划应该是可以调整的。当工作计划的执行偏离或违背了我们的目的时，需要对其做出调整，不能为了计划而计划。

还有，在工作计划的执行过程中，营销经理还要经常跟踪检查执行情况和进度。发现问题时，就地解决并继续前进。

怎样保证工作计划得到有效的执行？

工作计划写出来，目的就是要执行。执行不是人们通常所认为的“我的方案已经拿出来了，执行是执行人员的事情。出了问题也是执行人员自身的水平问题”，计划能不能真正得到贯彻执行，不仅仅是执行人员的问题，也是写计划的人的问题。

1、首先，要调查实际情况，根据本部门结合企业现实情况，做出的计划才会被很好执行。

2、其次，各部门每月的工作计划应该拿到例会上进行公开讨论。

3、最后，修订后的工作计划应该有企业领导审核与签字，并负责跟踪执行和检查。

营销经理工作总结篇四

1、建立熟悉业务的营销团队。

人才是企业最宝贵的资源，销售业绩都起源于有好的营销人员，好的营销团队，营销经理的工作计划。要求每个营销人员，充分掌握产品知识，了解竞争者的情况，运用企业的优势攻破竞争者的弱势。监督营销人员制定个人工作计划。建立一支具有凝聚力，合作精神的销售团队。

2、提高营销人员自信心，增强营销人员责任感每个人都有优势，只要认真努力，充满自信都能够完成销售任务，营销人员应发挥好自我优势，为公司营销团队出力；营销人员应有主人公的意识，对工作有责任心，把工作当成事业来抓。

3、健全营销制度，细化业务管理营销人员回访市场，目的性不强，处于走马观花的状态。完善销售管理制度的目的是让销售人员在工作中发挥主观能动性，使工作具有目的性。

4、培养营销人员独立思考问题的能力目的在于提高营销人员综合素质，使营销人员在工作中善于发现问题，分析问题存在的原因，寻找解决问题的办法，提高综合业务能力。

5、回访市场每月不定期对主要市场进行回访。目的在于了解各市场的状态以及经销商对产品的看法，同时掌握营销人员工作的进度。

6、市场分析对营销人员反馈的信息、经销商反馈的信息进行综合分析，寻找稳定发展市场的方案，为公司产品进行适当的定位。

7、销售目标分析近两年公司的销售情况，运用目标管理，把销售任务分解到每季度，每月，再将销售目标分解到各个销售片区。并在完成销售任务的基础上提高销售业绩。如出现未完成时应及时找出原因并改正！

8、客户管理要求和协助区域经理对已开发的客户如何进行有效管理，促使他们提高销售目标，对潜在客户怎样进行跟进。

营销经理工作总结篇五

日子如同白驹过隙，不经意间，相信大家对即将到来的工作生活满心期待吧！我们要好好计划今后的学习，制定一份计划了。下面小编给大家分享一些关于营销经理工作计划，供大

家参考。

1、建立熟悉业务的营销团队

人才是企业最宝贵的资源，销售业绩都起源于有好的营销人员，好的营销团队，营销经理的工作计划。要求每个营销人员，充分掌握产品知识，了解竞争者的情况，运用企业的优势攻破竞争者的弱势。监督营销人员制定个人工作计划。建立一支具有凝聚力，合作精神的销售团队。

2、提高营销人员自信心，增强营销人员责任感每个人都有优势，只要认真努力，充满自信都能够完成销售任务，营销人员应发挥好自我优势，为公司营销团队出力；营销人员应有主人公的意识，对工作有责任心，把工作当成事业来抓。

3、健全营销制度，细化业务管理营销人员回访市场，目的性不强，处于走马观花的状态。完善销售管理制度的目的是让销售人员在工作中发挥主观能动性，使工作具有目的性。

4、培养营销人员独立思考问题的能力目的在于提高营销人员综合素质，使营销人员在工作中善于发现问题，分析问题存在的原因，寻找解决问题的办法，提高综合业务能力。

5、回访市场每月不定期对主要市场进行回访。目的在于了解各市场的状态以及经销商对产品的看法，同时掌握营销人员工作的进度。

6、市场分析对营销人员反馈的信息、经销商反馈的信息进行综合分析，寻找稳定发展市场的方案，为公司产品进行适当的定位。

7、销售目标分析近两年公司的销售情况，运用目标管理，把销售任务分解到每季度，每月，再将销售目标分解到各个销售片区。并在完成销售任务的基础上提高销售业绩。如出现

未完成时应及时找出原因并改正！

8、客户管理要求和协助区域经理对已开发的客户如何进行有效管理，促使他们提高销售目标，对潜在客户怎样进行跟进。

许多公司在考察、竞聘、升迁区域经理的时候，都是以区域经理对自己所负责区域的年度营销规划/计划为标准的。能否制定一份漂亮的年度营销计划是区域经理能确保自己生存和发展的重要技能之一。

往往发现很多区域经理在写年度营销规划时，不是泛泛而谈，表决心，喊口号，写些无关痛痒的流水账，就是事无巨细，天马行空，罗列了一大堆，看着写得很多，但都说不到点子上，还让人不知所云，云里雾里。

那作为区域经理，如何才能做出一份漂亮的区域营销计划/规划书呢？

一份漂亮的营销规划书应该包括六大部分的内容。

首先是区域现状分析(situation analysis)[]区域现状的分析应该包括三部分的分析：即区域现有渠道(经销商)的分析(company)[]常用的分析框架是swot分析方法。即现有渠道(经销商)的优势、劣势、外部机会、外部威胁的分析。第二个是竞争对手分析(competitor)[]即竞争对手的渠道、网络布局情况、销售情况、占有率情况等等的分析。第三个是消费者分析(consumer)[]即区域经理所负责区域的消费者的购买特点、购买偏好、消费市场容量、消费变化趋势等的分析。只有这三个分析清楚和透彻了，现状的分析才算比较完善。

第二部分的内容是目标的制定(objective)[]

作为区域经理主要的目标是销量目标(包括金额数量)和网络拓展目标(新开发渠道、新开发店的数量)。目标制定是根据

去年的整体销售情况和公司今年想要达成的整体目标来进行规划和分解。

第三部分的内容是区域的战略(strategy)[]

如果第一部分是现状，第二部分是理想，第三部分就是反映如何从现状达成理想(目标)状态的路径和方法。战略是全局和长期性的。战略也应该是简单易记的。战略不在多，而在精，在准。

第四部分内容是区域的战术(tactics)[]

即为达成目标的战略的具体分解，是具体的方法和手段。对区域经理来讲，就包括渠道(店面)的位置、大小、形象;产品上样的多少、组合、档次、配套等;销售渠道的拓展、数量;终端(店面)团队的技能、素质、管理;终端销售和上量的模式等等内容。总之，是一切围绕目标达成的具体对策。

第五部分内容就是区域的'行动计划(actionplan)[]

即战术动作的分解。在规定的时间节点内完成什么样的具体动作，才能确保战术的执行和到位。

第六部分就是区域的控制(control)(包括检查和管理)。

俗话说，计划没有变化快。目标和计划的制定容易，但执行和达成是较难的。在具体的执行过程中，对计划的达成情况，要及时的检查和对照，并根据实际情况作出相应的调整和修正，确保目标的达成。

一份区域营销计划/规划书包括以上的内容，才算基本上完整。这是一个基本的逻辑和思维框架，区域经理可以在这个框架之内完善自己的内容，使其更适合自己的区域的实际情况。

总之，不会做年度营销计划的区域经理是不合格的区域经理。懂得以上营销计划书的书写，不能保证你得一百分，但最起码能保证你及格。营销计划书只是个开始，销售还是要最终看行动，看结果的。营销计划书要写得漂亮，营销结果更要做得漂亮才行。

一、打好经营基础餐厅经营的基础可以概括为“一个中心”和“两个基本点”。

一、餐厅经营的“一个中心”。餐厅经营的中心是市场，是目标顾客。餐厅必须关注市场，以市场为导向，围绕市场开展工作。餐厅以市场为中心就是要遵循市场规律，做好市场调查，了解市场需求，不能靠主观臆测进行经营，而要随市场变化及时调整经营策略，有目的的开展餐厅经营活动。

二、餐厅经营的“两个基本点”。

市场经济无时无刻不存在竞争，有时竞争还是非常残酷的。餐厅要在激烈的竞争中获胜，必须首先练好内功，把企业内部各方面的工作管理好、协调好，才能增强经营实力，在变幻莫测的市场中立于不败之地。要做到这一点，就要在培育和造就高素质的员工队伍以及树立正确的经营理念上狠下工夫。这是餐厅经营的两个基本点。

餐厅服务的生产与消费是同时发生的，客人与提供服务的员工接触也是多层面和广泛的。没有一流的员工，就不会有一流的服务；没有满意的员工，就不会有满意的客人。员工是餐厅最宝贵的财富和资源。培育和造就具备良好素质，丰富知识，娴熟技能，规范礼仪，诚信商业道德和热忱工作态度的员工队伍是餐厅经营最根本的工作。餐厅是传统的服务行业，服务要尊客为上，让顾客来到餐厅切实感受到宾至如归、处处满意。

做到这点，就要在餐厅上下全面推行“宾客至上”的经营理念

念，树立“使顾客满意为第一己任”的工作理念，全方位为顾客着想和服务，从思想建设上奠定良好的经营基础。

二、经营要有创新

思维社会越发展，市场越细分，餐厅经营越应该专业化。

我国近年来餐厅产品雷同、千篇一律、百店一格的现象比较突出，致使餐厅间竞争愈演愈烈，导致成本上升，效益下降。消费者需求的多样化，要求餐厅产品也必须多元化。餐厅硬件不能一味攀比豪华、气派、大而全，而应该立足于在有限的投资中尽量设计出各自不同的风格、品味、气氛和文化特色。餐厅软件也要在具备“老三化”（规范化、标准化、程序化）的基础之上做到“新三化”（个性化、特色化、形象化）。

餐厅如果不去进行这种创新改造工作，就会被市场无情地淘汰。餐厅创新要遵照顾客的要求去进行，充分征求顾客的意见，听取多方面的反映。对于老顾客应主动征求改进意见，及时改进工作，使老顾客不断感受到新的服务和新的变化，提升他们对产品的忠诚度。对于新顾客要加强宣传餐厅的功能特色，突出与其他餐厅不一样的地方。要留住顾客，产品就必须有变化、有创新、有突破。餐厅若要表现出与众不同的差异性，最容易的突破点就是文化。

文化的地域特点特别明显，入住的客人绝大多数是异地客人，且星级越高客人与餐厅所在地的距离往往越远，文化差异性也就越大。餐厅可以在房屋造形、室内装修、服务人员服饰、服务形式、饮食文化、背景音乐、娱乐活动等方面突出表现本地方特点，吸引顾客选择自己的餐厅消费。餐厅提供的是生活服务，客人的一般心理总是求新、求异、求变的，对于异地的各种文化往往表现得乐意接受。如果在服务中一味去迎合客人原有的生活方式，不一定能取得理想效果。因为客人来自四面八方，程式化的模式不可能适应所有客人，有时候客人也许会觉得这种迎合是一种蹩脚的服务。当然，创新

服务不能强加于人，要给客人提供多种选择的余地，并尊重客人的选择，做好个性化服务。

一、管理层级关系直接上级：

营销总监直接下级：佳丽小姐

2、岗位职责

2) 配合公司管理人员的工作，以公司的利益为大前提，搞好各部门管理人员的关系，搞好内部沟通，以便更好地服务于客人。

3) 注意仪容仪表，发型整齐，淡妆，指甲修剪整齐，干净，穿着制服。

4) 愉快地接受工作，接待客人时应主动热情，彬彬有礼，落落大方，佳丽组长必须保持一种健康向上的心态对待每一位顾客，不可厚此薄彼。

5) 顾客离开时应有礼貌地与道别，并送至楼下大门处，真诚地邀请客人下次光临。

6) 遵循行为规范，具有良好的品德和素质。

7) 具备最基本的沟通技巧和营销技巧。

8) 不定期的组织新的佳丽进场，优化整合员工队伍。

9) 督导本部门佳丽的日常工作，完成上级指派的工作任务及订房任务，保持良好工作状态。

10) 每日做好工作记录和工作总结。

3、工作内容

- 1) 完成营业指标及订房任务；
- 3) 检查本部门佳丽到位情况，给客人提供及时高效的服务；
- 4) 严格要求各佳丽的仪容、仪表；
- 5) 配合营销总监工作，完成上级下达的工作任务，并与楼面部密切合作；
- 6) 巡视和查房，及时补充遗漏的房间，并检查佳丽在包厢内的服务情况；
- 7) 处理好当日的客人投诉，与客人建立良好的公共关系；
- 8) 提高部门佳丽的服务水平和公关意识；
- 9) 完成每周一次的培训科目，做好各佳丽的思想工作。

4、工作技巧

- 1) 在服务过程中，要积极与服务人员沟通，了解客人的要求，适时地进行服务，共同配合达到留住客人的目的。
- 2) 在服务过程中，遇到初次见面的客人，首先要留给客人好感的自我介绍，建立与人友好和谐的关系。
- 3) 要做好服务工作，必须了解客人的心理，以便适时恰当地为客人提供优质的服务：
 - a□营造轻松的气氛，在包房中要与客人积极地沟通，掌握几种游戏方法，几个笑话小段，活跃气氛，让客人得到放松，并且愿意与你交谈。
 - b□善解人意，善于观察客人，引导客人，满足其心理需求，

真正成为你的朋友，从而建立稳定的顾客群。

c□使客人有被尊重感，认真的工作，全心全意为客人服务。

d□当个好听众，有些客人长期处于一种精神压抑的状况，心中的郁闷很想找个地方释放，在娱乐中，正是一个人身心放松的时刻，要善于抓住时机，让客人在轻松的气氛中诉说自己的忧伤和痛苦，使客人得到朋友的安慰和心理压力的理解，从而赢得客人对你的信任。工作技巧要靠实际工作中不断地学习和完善，积累经验，提高工作质量和效应。

市场部为了树立品牌形象，建设规模的、高质量的营销团队，开拓市场，逐步扩大营业部在当地的影响力，展现营销团队的潜在活力，开拓并巩固营销渠道，发展客户，创造营销奇迹特制定以下营销方案。

一、市场的范围

以长沙市区为中心，辐射到周边城镇，为中高端客户提供股票基金等投资产品和保守的理财咨询服务。

二、客户服务方式

1、基础服务主要包括：及时解决现场及非现场客户交易过程中的问题；客户提出的有关业务及证券知识方面的问题，及时给予清晰和全面的解答；积极同客户沟通，促进客户能够及时和细致了解公司新业务种类和服务产品；为客户提供多种交易方式；收集了解客户需求，及时反馈业务部门，促进完善客户服务内容。

2、亲情服务主要包括：法定节日或特殊节日营业机构管理人员通过广播或到客户群体中恭贺或者有能力的也可给客户举办一些活动；客户及家人的特殊日子发贺电、发贺卡、打电话、拜访、送鲜花等形式表示祝贺。这类服务三种客户的区别也

不大，只是一般客户通常不进行客户及家人的特殊问候。

3、咨询服务主要包括：根据客户需求选择性的将各类研究咨询张贴或转发客户；定期提供客户持仓个股分析报告；及时向客户提供高质量的资讯产品和信息，并根据客户需要为其度身定制资产配置方案；定期将研究机构的投资策略报告发送给客户；通过网络服务平台，对客户提供一对一咨询服务；客户专用电子信箱服务，为客户提供个股门诊单、周评报告、月度投资计划以及模拟投资组合等；通过短信提供咨询建议；提供个股答疑、推荐以及跟踪个股服务；现场客户和非现场客户定期沟通。这类服务三种客户的区别就比较大，一般客户只提供基本的咨询服务，接受公共的咨询，而重要客户和核心客户一般都有一一对应的客户经理服务，核心客户的个性化咨询服务比重要客户更好。

4、增值服务主要包括：根据其需要提供各类研究报告，包括内部研究成果和外购报告；以短信营销和客户服务为信息平台，为高端投资者提供实时行情、股市资讯和在线交易同时提供自选股等个性化管理功能。提供及时、全面、权威的财经资讯，短信营销信息和客户服务平台作为补充可提供及时的公告信息、个股预警、个股资讯、成交回报、资金变动、中签通知服务；根据客户需求，编撰投资分析报告，如果客户资产量达到相当规模，可根据其需要提供全方位私户理财计划。这类服务三种客户的区别就更大了，一般客户基本不享受增值服务，重要客户享受及时的服务，核心客户则享受全面及时的服务。