

# 2023年市场部门工作计划报告(精选11篇)

护师计划的目的是提高护士的专业水平和职业素养，使其更好地为患者提供优质的护理服务。接下来，让我们一起阅读一些优秀护师计划学员的学习心得和感想。

## 市场部门工作计划报告篇一

家庭教育是现代教育中一个重要组成部分，只有加强科学管理，努力办好家长学校，提高家庭教育水平，促进家校联系，广开社会育人渠道，坚持学校教育、家庭教育、社会教育三者有机结合，互相补充，协调发展；融思想性、知识性、实践性于一体。积极构建家庭、学校、社会一体化的教育体系，才能全面推进素质教育，依靠全体教师的努力及全体家长的支持，努力创建和谐校园。

1、通过家长学校向广大家长宣传党和国家教育方针，政策和法规，帮助家长树立正确的家庭教育观念。

2、帮助家长提高思想道德、科学文化和教育水平，加强法制教育，规范家长自身的教育行为，促进孩子身心的健康成长。

3、建立一支专兼结合、功能互补、具有较高专业素养的家庭教育指导者队伍。

4、充分发挥优秀家长的示范、辐射作用，积极培养家长的先进典型。

(一)抓好理论学习，切实提高全体教师及家长的家教理论水平。

兼任家长学校的教师应认真学习新理论，了解新信息，掌握

新知识，形成新观念，使家庭教育指导工作具有时代性、前瞻性、科学性和实效性。

2. 组织家长学习《小学生日常行为规范》《家长教育行为规范》《不输在家庭教育上》及相关文件，使家长了解当前家庭教育面临的新情况、新问题，明确新形势下家庭教育的重要性，了解当今的孩子有哪些迫切的需要，从而从孩子的需要出发，从家庭教育的实际出发，加强学习、更新教育观念，提高家庭教育的水平。

(二) 抓常规管理，切实提高家长学校的办学质量。

## 市场部门工作计划报告篇二

### 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xx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。

#### 一、主要竞争对手分析

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，吸引的消费者，创造价值，在招数上出奇制胜非常关键。也是我们在xx年的工作重点。

xx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xx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xx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。

## 二、广告公关

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、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“广形象宣传”的作用。

在xx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xx年度新一轮大型文化巡展活动。

### 三、购物广场销售区形象

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。

新的一年中，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。

## 市场部门工作计划报告篇三

时间过得很快，现在已经是4月了，加入凯旋门大家庭已经一个来月，作为一个新人，我积极参与了咱们家庭的团队培训、岗位竞聘、团队拓展等活动，也得到了店长、师傅和家人们的照顾，我有了很多收获。

在融入团队的过程中，我个人也有很多不足点，一开始我自己察觉到团队的不足点，而心里却一直想改变，却缺少实际改变的执行力，而干着急，结果在一些落实的过程中出现一些曲折。经过和领导的一些沟通，我认识到自己的不足，我自己也认识到作为一个新人，需要更耐心的去与团队家人之间的沟通与情感交流。慢慢的我也学会了与大家和睦和谐的工作与相处。

不过，团队内部还是有一些需要提升的部分，经过一段时间的观察，感觉到店里家人们，对那些新到访店面的客户与普通级别的会员进店接待积极性有所欠缺，接待客人的服务态度还有不足，迎宾，主动性不足，需要加强针对性的培训课程。接待凤凰级别的客户却很好，这样的差异化接待在一定角度看是正确的，但是从长远来看是不太可取的。店面的卫



生细节还有提升的空间，三店所处的地理位置让我们需要的注重卫生细节。针对家人中个人日常习惯上的欠缺，其他人的互助精神还需要提升，目前少了一点担当的精神，希望多多能组织类似25、26号两天这样的拓展活动。

这些不足点我也希望在接下来的时间里，我们团队家人能够更好的改进和提升，同时我也会做好一个副店长的职责，去改变和配合。我也希望接下来的时间里，我们能够的参加一些培训课程、拓展活动。

三月份的五天培训，李惠琴老师带着我们做了很多培训课程，其中包括了团队协作、专业知识面料产品风格、企业文化、专业只是术语、客户沟通技巧、个人精神面貌等方面的培训，这些正是我们目前店面人员所需要提高的，也让我受益匪浅，我才发现原来自己的一些服装行业专业知识还是有提高空间的。

两天拓展，培养了我们团队协作与信任、个人精神和勇气、潜能激发、执行力等方面的能力，店面日常运营我们正好欠缺了这种担当精神，在这里得到了提升，拓展后的这几天里面，大家更加多的在工作去帮助他人。

三月份的vip专场活动三天时间里，我们店面团队获得了全公司销售额第一名，超额提前完成任务，这些离不开公司一直以来对vip的悉心维护，同时也离不开店面店面家人们的细心合作，这次专场活动大家都付出了多倍的努力，如：更加贴切客户生活的电话通知、家人接待客人的默契配合。大家都很努力。

在四月份里面，我也给自己做了一些工作计划，希望自己能够在这段时间里面更好的提升自己的工作能力，更好的为凯旋门家庭奉献自己。

首先完成公司本月的任务指标，做好细节，提升团队整体的

接单能力，鼓励大家从服务方面做好客户，让客户的下单。更好的做好vip客户的维护工作，引导客户的了解新款的服装。做好畅销款的上架、陈列与补货。将月任务分配到天任务和个人任务上，激发店面家人的接单主动性。更加严格的落实和执行公司的下达到各店的指示要求和任务。

在团队方面，和大家一起继续做好团队，让大家更加信赖我，激发起大家的工作主动性，让大家更好的了解我们自己的产品。提升团队每一个成员的专业性，更好的为客户服务。

在自身方面，的学习和沟通，提升自己的管理能力、解决问题的能力、良好的沟通能力、良好的执行能力，向我们罗店长的去学习销售、服务和管理的经验。在这一年里，凭借前几年的蓄势，杭萧钢构不但步入了高速发展的快车道，实现了更快的效益增长，而且成功地实现公司股票在上海证券交易所上市。从此，一个杭萧钢构以崭新姿态展现在世人面前，一个更具朝气和活力的、以维护股东利益为己任的新杭萧诞生了。

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“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。

客人接待工作仍是市场部工作的重点之一。做好客人接待工作是业务接洽的必要的提前和基础。如何按照公司有关规定和商务部要求保质保量地做好客人接待工作是市场部必须进

行认真研究和探讨的重要课题。表面上看起来接待工作比较简单，但实质上客户接待是一门十分深奥的学问。不去深入地研究和探讨就不能让该项工作做得完善。因此，市场部要在方法上、步骤上、细节上下一番功夫。为了既少花钱，又不影响接待效果，需要向各商务部领导和各办事处商务人员地了解客人的生活阅历、为人禀性、处事方式、兴趣爱好、饮食习惯、办事风格、企业价值取向、管理理念、产品特色、行业地位等等。仔细研究分析和琢磨推敲日程的安排，让每一位客人在最短时间内对杭萧钢构有全面的、清晰的、有一定深度的了解，对杭萧钢构的产品表现出最大限度的认同感，对杭萧钢构的管理模式和企业文化产生足够的兴趣。把长期地、坚持不懈地认真对待每一批客人和每一客人，使他们对杭萧钢构的接待工作满意作为市场部每一个接待工作人员的准则。从而以此来提高项目跟踪的成功率和降低商务谈判的难度，达到提高企业经济效益的根本目的。为此市场部xx年着重抓好以下几方面的工作：

- 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。

- 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xx年的营销目标做好最优质的服务工作。

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。

## 市场部门工作计划报告篇四

公司经过20xx年的发展，已经成为一个技术含量较高的电子产品生产制造公司。目前公司财务状况良好，资金比较充裕，公司运转正常。公司的拳头产品目前在本地市场具有一定的知名度，占有了一定的市场份额。为了保持现有优势并促进公司的发展，市场部特制订20xx年工作计划如下。

分别对国际、国内、和本地市场进行调研，发现市场需求，根据需求做出销售预测，以制定销售计划。

1、为进一步打响品牌，扩大公司产品的市场占有率。初步考虑加大市场推广投入，以宣传和扩大公司的品牌影响力，创造更大市场空间。

2、进一步做好广告、资料等方面的宣传工作。在各个订货会现场制作和安装宣传条幅或广告牌，现场展示企业实力；及时制作企业新的业绩和宣传资料，发放到客户人员手中，尽可能地提升品牌推广的深度和力度。

3、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，给每一位与公司人员接触的人都能够留下美好而深刻的印象，从而对公司有更清晰和深层次的认识。

目前公司已开发了本地市场，并且占有一定的'市场份额。由于公司决定开发生产p2产品，因此根据发展同需求预测，决定开发国内市场客户。

客户是企业最有价值的资产，客户具有能为企业带来价值的巨大潜力。因此必须做好客户的开发与维护工作，具体操作如下：

1、以本地市场和国内市场为主，积极争取开发本地市场和国内市场的新客户，维护与原有本地市场客户的关系。

2、致力于巩固现有高效，集约的销售团队，稳定团队架构，避免出现过高的人员流动率。

3、完善市场人员培训机制，提高营销技能和素质，通过多种机制管理市场人员。

4、积极响应客户需求，使客户要求得到满足和反映，开发更大的潜在市场，并激活它。

1、进一步严格按照股份公司和营销系统所规定的各项要求，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，开展本部门的各项工作管理，努力提高管理水平，使市场部逐步成为执行型的团队。

2、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。提高员工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。

3、一切从公司大局出发，强调营销体系一盘棋。积极做好协调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年的营销目标做好质的服务工作。

## 市场部门工作计划报告篇五

在将近一年的时间中，经过市场部全体职工共同的努力，使我们公司的产品知名度在河南市场上渐渐被客户所认识，优良的售后服务加上优良的产品品质获得了客户的一致好评，也取得了宝贵的销售经验和一些成功的客户案例。这是我认为我们做的比较好的方面，但在其他方面在工作中我们做法还是存在很大的问题。特对个人销售工作计划分析如下：

下面是公司xx年总的销售情况：

从上面的销售业绩上看，我们的工作做的是不好的，可以说是销售做的十分的失败。在河南市场上□xx产品品牌众多□xx天星由于比较早的进入河南市场□xx产品价格混乱，这对于我们开展市场造成很大的压力。

客观上的一些因素虽然存在，在工作中其他的一些做法也有很大的问题，主要表现在

1)销售工作最基本的客户访问量太少。市场部是今年四月中旬开始工作的，在开始工作到现在有记载的客户访问记录有xx个，加上没有记录的概括为xx个，八个月xx天的时间，总体计算三个销售人员一天拜访的客户量xx个。从上面的数字上看我们基本的访问客户工作没有做好。

2)沟通不够深入。销售人员在与客户沟通的过程中，不能把



我们公司产品的情况十分清晰的传达给客户，了解客户的真正想法和意图；对客户提出的某项建议不能做出迅速的反应。在传达产品信息时不知道客户对我们的产品有几分了解或接受的什么程度，洛阳迅及汽车运输有限公司就是一个明显的例子。

3)工作没有一个明确的目标和详细的计划。销售人员没有养成一个写工作总结和计划的习惯，销售工作处于放任自流的状态，从而引发销售工作没有一个统一的管理，工作时间没有合理的分配，工作局面混乱等各种不良的后果。

4)新业务的开拓不够，业务增长小，个别业务员的工作责任心和工作计划性不强，业务能力还有待提高。

现在河南xx市场品牌很多，但主要也就是那几家公司，现在我们公司的产品从产品质量，功能上属于上等的产品。在价格上是卖得偏高的价位，在本年销售产品过程中，牵涉问题最多的'就是产品的价格。有几个因为价格而丢单的客户，面对小型的客户，价格不是太别重要的问题，但面对采购数量比较多时，客户对产品的价位时非常敏感的。在明年的销售工作中我认为产品的价格做一下适当的浮动，这样可以促进销售人员去销售。

在郑州区域，因为xx市场首先从郑州开始的，所以郑州市场时竞争非常激烈的市场。鉴于我们公司进入市场比较晚，产品的知名度与价格都没有什么优势，在郑州开拓市场压力很大，所以我们把主要的市场放在地区市上，那里的市场竞争相对的来说要比郑州小一点。外界因素减少了，加上我们的销售人员的灵活性，我相信我们做的比原来更好。

市场是优良的，形势是严峻的。在河南xx市场可以用这一句话来概括，在技术发展飞快地今天，明年是大有作为的一年，假如在明年一年内没有把市场做好，没有抓住这个机遇，我们很可能失去这个机会，永远没有机会在做这个市场。

在明年的工作规划中下面的几项工作作为主要的工作来做：

1) 建立一支熟悉业务，而相对稳定的销售团队。

人才是企业最宝贵的资源，一切销售业绩都起源于有一个好的销售人员，建立一支具有凝聚力，合作精神的销售团队是企业的根本。在明年的工作中建立一个和谐，具有杀伤力的团队作为一项主要的工作来抓。

2) 完善销售制度，建立一套明确系统的业务管理措施。

销售管理是企业的老大难问题，销售人员出差，见客户处于放任自流的状态。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，对工作有高度的责任心，提高销售人员的主人翁认识。

3) 培养销售人员发现问题，总结问题，不断自我提高的习惯。

培养销售人员发现问题，总结问题目的在于提高销售人员综合素质，在工作中能发现问题总结问题并能提出自己的看法和建议，业务能力提高到一个新的档次。

4) 在地区市建立销售，服务网点。

根据今年在出差过程中遇到的一系列的问题，约好的客户突然改变行程，毁约，车辆不在家的情况，使计划好的行程被打乱，不能顺利完成出差的目的。造成时间，资金上的浪费。

5) 销售目标

今年的销售目标最基本的是做到月月有进帐的单子。根据公司下达的销售任务，把任务根据具体情况分解到每月，每周，每日；以每月，每周，每日的销售目标分解到各个销售人员身上，完成各个时间段的销售任务。并在完成销售任务的基础

上提高销售业绩。我认为公司明年的发展是与整个公司的员工综合素质，公司的指导方针，团队的建设是分不开的。提高执行力的标准，建立一个优良的销售团队和有一个好的工作模式与工作环境是工作的关键。

以上是我对20xx年销售工作计划的一些不成熟的建议和看法，如有不妥之处敬请谅解。

## 市场部门工作计划报告篇六

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

应用技术及公司产品培训(应用中心或工程师培训)

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。

## 市场部门工作计划报告篇七

在公司工作了很多年了，从一个小小的业务员走到现在公司销售经理的位置，付出了多少努力和汗水，也许只有我自己知道了。不过我可以这样说，我付出的努力是常人的几倍，我才在自己的工作岗位上取得了一定的成功。

这一年走过来，酸甜中夹杂着汗水，努力和付出就会有回报，对我来说，在过去的一年取得的成绩还是很不错的，我觉得自己做的还是很好的。

自己20xx年销售工作，在公司经营工作领导魏总的带领和帮

助下，加之全组成员的鼎力协助，自己立足本职工作，恪尽职守，兢兢业业，任劳任怨，截止0xx年12月24日□0xx年完成销售额1300000元，起额完成全年销售任务的60%，货款回笼率为80%，销售单价比去年下降了10%，销售额和货款回笼率比去年同期下降了12%和16%。现将全年来从事销售工作的心得和感受总结如下：

作为一名销售经理，自己的岗位职责是：

- 1、千方百计完成区域销售任务并及时催回货款；
- 2、努力完成销售管理办法中的各项要求；
- 3、负责严格执行产品的出库手续；
- 4、积极广泛收集市场信息并及时整理上报领导；
- 5、严格遵守厂规厂纪及各项规章制度；
- 6、对工作具有较高的敬业精神和高度的主人翁责任感；
- 7、完成领导交办的其它工作。

岗位职责是职工的工作要求，也是衡量销售经理工作好坏的标准，自己始终以岗位职责为行动标准，从工作中的一点一滴做起，严格按照职责中的条款要求自己的行为，在业务工作中，首先自己能从产品知识入手，在了解技术知识的同时认真分析市场信息并适时制定营销方案，其次自己经常同其它销售经理勤沟通、勤交流，分析市场情况、存在问题及应对方案，以求共同提高。在日常的事务工作中，自己能积极着手，在确保工作质量的前提下按时完成任务。

总之，通过实践证明作为销售经理技能和业绩至关重要，是检验销售经理工作得失的标准。今年由于举办奥运会四个月

限产的影响，加之自己对市场的瞬息万变应对办法不多而导致业绩欠佳。

工作中自己时刻明白销售经理必须有明确的目地，一方面积极了解客户的意图及需要达到的标准、要求，力争及早准备，在客户要求的期限内供货，另一方面要积极和客户沟通及时了解客户还款能力，考虑并补充完善。

销售是一种长期循序渐进的工作，而产品缺陷普遍存在，所以销售经理应正确对待客户投诉，视客户投诉如产品销售同等重要甚至有过之而无不及，同时须慎重处理。自己在产品销售的过程中，严格按照公讣制定销售服务承诺执行，在接到客户投诉时，首先应认真做好客户投诉记录并口头做出承诺，其次应及时汇报领导及相关部门，在接到领导的指示后会同相关部门人员制订应对方案，同时应及时与客户沟通使客户对处理方案感到满意。

熟悉产品知识是搞好销售工作的前提。自己在销售的过程中同样注重产品知识的学习，对公司生产的涂料产品的用途、性能、参数基本能做到有问能答、必答，对相关部分产品基本能掌握用途、价格和施工要求。

涂料产品销售区域大、故市场潜力巨大。现就涂料销售的市场分析如下：

### (一)、市场需求分析

涂料应用虽然市场潜力巨大，但北京区域多数涂料厂竞争已到白热化地步，再加之奥运会过后会有段因奥运抢建项目在新一年形成空白，再加上有些涂料销售已直接威胁到我们已占的市场份额，虽然我们有良好的信誉和优良品质，但在价格和销售手段上不占优势，销售任务的加30%，销售经理的日子并不好过；可是我们也要看到今年取得三合一认证，为明年打拼多了份保障，如果上三版市场，资金得到充分的支持，

还是有希望取得好销售业绩的，关键是公司给销售经理更大更有力的支持和鼓舞。

## (二)、竞争对手及价格分析

这几年通过自己对涂料市场的了解，涂料生产厂家有二类：一类进口和合资品牌如杜邦、上海开林、上海国际、海虹等，此类企业有较强实力，同时销售价格下调，有的销售价格同我公司基本相同，所以已形成规模销售；另一类是和我公司生产产品相等，此类企业销售价格较低。

总结一年来的工作，自己的工作仍存在很多问题和不足，在工作方法和技巧上有待于向其他销售经理和同行学习。0xx年自己计划在去年工作得失的基础上取长补短，重点做好以下几个方面的工作：

(一)、依据0xx年区域销售情况和市场变化，自己计划将工作重点放在钢构厂供货渠道上，一是主要做好原有的钢构厂供货工作，挑选几个用量较大且经济条件好的做为重点；二是发展好新的大客户，三是在某些区域采用代理的形式，让利给代理商以展开销售工作。

(二)0xx年首先要积极追要往年的欠款，并想办法将欠款及时收回，及时向领导汇报，取得公司的支持。

(三)0xx年自己计划更加积极搜集市场信息并及时联系，力争参加招标形成规模销售。

(四)、为积极配合代理销售，自己计划在确定产品品种后努力学习代理产品知识及性能、用途，以利代理产品迅速走入市场并形成销售。

(五)、自己在搞好业务的同时计划认真学习业务知识、技能及销售实战来完善自己的理论知识，力求不断提高自己的综

合素质。

(六)、为确保完成全年销售任务，自己平时就积极搜集信息并及时汇总，力争在新区域开发市场，以扩大产品市场占有率。

(一)[]0xx年销售管理办法应条款明确、言简意赅，明确业务员的区域、任务、费用、考核、奖励，对模凌两可的条款予以删除，年底对销售经理考核后按办法如数兑现。

(二)[]0xx年应在公司、销售经理共同协商并感到满意的前提下认真修订规范统一的销售管理办法，使其适应范围广且因地制宜，每年根据市场变化只需调整出厂价格。

(三)[]0xx年应在情况允许的前提下对销售经理松散管理，解除固定八小时工作制，采用定期汇报总结的形式，销售经理每周到公司1-2天办理事务，如出差应向领导汇报目的地及返回时间，在接领导通知后按时到公司，以便让销售经理有充足的时间进行销售策划。

(四)考虑销售经理实际情况合理让销售经理负担运费，小包装费，资金占用费，减免补偿因公司产品质量等原因销售经理产生的费用和损失。

(五)、由于区域市场萎缩、同行竞争激烈且价格下滑[]0xx年领导应认真考察并综合市场行情销售经理的信息反馈，上下浮动并制定出合乎公司行情、市场行情的公司出厂价格，以激发销售经理的销售热情。

在过去的一年，我们公司的业绩因为全球金融危机的影响，没有出现很大的增长，不过暂时金融危机对我们公司的影响也不是很大，不过我们一定要警惕，金融危机下，没有哪一个公司是安全的，说不定今天好好的公司明天就倒闭了，所以我们一定要警惕，警惕金融危机对我们的影响。



在以后的岁月里，我的工作一定会越来越努力的，尽量不会出现任何的差错，这对我是必须要要求的，我对自己的要求是最严格的，一定要做到为公司的事业尽出自己的努力！

希望公司在新的一年能够继续发展下去，将公司的业绩提高上去，是公司的未来更加的美好！

## 市场部门工作计划报告篇八

20xx年是5+7发展的关键的一年，是5+7在品牌形象、市场拓展时机最为重要的一年。市场部应积极做好各方面工作，尤其是在企划和营销两大块，任务艰巨，我们将竭力完成年度工作任务，做好本部门工作，积极配合各部门，实现公司的经营目标。

市场部15年年度工作总体内容如下：

一、明确市场部职能，健全市场部规章制度、工作时间、工作内容。

一个部门能够行之有效的完成工作，必须明确部门职能和工作内容。没有清晰明确的目的只能事倍功半，浪费资源，浪费成本，浪费时间。有目标，有思路，有方法是市场部门的基本要点。切忌做事杂乱无章，容易一事无成。

市场部门的作息时间与餐厅运营部的工作时间有所不同，合理的安排工作时间是提高工作效率的必要条件。

二、建立和完善营销信息收集、处理、交流及保密工作。

1、对周销售额进行分析，根据一周内营业额对比，做出相应措施，尽力使日营业额平衡。

2、对月、季营业额进行对比分析，制定淡旺季营销策略，尽

力使淡季不淡。

3、店内营业额及所收集各方面的信息为公司资料的保密信息，禁止对外传播，防止竞争对手作出对公司不利举动。

三、对竞争者促销手段的收集、整理和广告策略、竞争手段的分析。

知己知彼，百战不殆。要想做到同行业领导品牌，必须对同行业的信息进行分析，做到“你无我有，你有我优”，始终走在竞争者的前端，尽可能的抢占市场份额。

竞争者不仅是我们的对手，更是我们的老师，三人行，必有我师。能偷师，会偷师是任何行业发展的有效捷径。

四、大力发展外卖市场，从零点外卖到团体外卖逐步扩展。

根据涡阳现有条件的限制，涡阳餐饮行业外卖市场一直不景气。这一

现象对5+7来说是一个考验，也是一个机会。对空白市场的进军，不仅需要勇气，更需要的是毅力。勇气很多人都有，能否坚持到成功的毅力就属于屈指可数的成功人了。

市场部对外卖市场的开拓现分为一下三步：

1、首先针对门店、小区等零点顾客进行宣传，目的是扩散5+7外卖服务信息，使外卖得到大多数人的认可，同时也是店内员工对外卖工作的熟悉过程。

2、针对中小企业、活动团体进行宣传，更近一步拓展外卖服务，提升外卖市场营业额。

3、针对事业单位、政府行政单位进行公关，需要进行关系走动，可以根据不同单位的不同需求给予不同的政策。

以上3步可以餐厅的外卖服务基本覆盖各类人群。

五、健全、完善、推广电子商务系统，并使之健康运转。

随着时代的发展，电子商务已经遍布全球，根据涡阳县城的发展，

80、90后的人群已经发展为主要消费群体，此年龄段的人群对电子商务已经认可。我们必须紧紧抓住这一机会，迅速占领涡阳餐饮行业电商平台，并且有效服务顾客使之达到一定的满意度。

六、寻找、建立合作伙伴，实现互利互赢、相互促进、市场一体化。

现代市场早已不在是单打独斗的年代，寻找、建立能够互利共赢的合

作伙伴是当务之急，作为传统行业的餐饮业关系着各类人群的生活需求，有着更多的机会与其他行业进行合作。“有需求就有合作”，找到利益点，就能深入合作。

七、制定广告策略，包括年、季、月及特定活动的广告计划。

1、根据节日制定节日促销活动

2、根据会员制定会员活动。

3、根据合作单位制定合作活动。

4、根据淡旺季制定合理的促销活动。

5、根据竞争对手的营销策略制定对抗活动。

6、根据营业额的波动制定相应的促销活动。

八、按季度制定季度工作计划并进行工作总结。

按照季度制定相应的工作计划，安排具体工作内容，并根据实际情况进行工作总结，补差补缺，并作出相应改变策略，对后期工作需进行注意方面决不能出现同样错误。

九、积极应对突发事件，随时灵活调动工作内容。

## 市场部门工作计划报告篇九

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

应用技术及公司产品培训(应用中心或工程师培训)

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。

## 市场部门工作计划报告篇十

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，吸引的消费者，创造价值，在招数上出奇制胜非常关键。也是我们在xx年的工作重点。

xx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xx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xx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“广形象宣传”的作用。

在xx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xx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。

## 市场部门工作计划报告篇十一

本人自今年x月底受聘于公司市场拓展部以来，在部门经理的正确领导下，开展了市场调查、业务拓展等一系列工作。转

转眼间20xx年即将过去。回首这一年来的工作，尽管市场开发部为公司的贡献微薄，但总算迈出了发展的第一步。在公司工作半年来，完成了一些工作，积累了一些宝贵的经验从中也取得了一点收获，也认识到了自我在工作中的一些不足，以下是自我对半年来工作方面总结。

## 1、市场信息的收集

物业行业市场信息主要经过网络、媒体中展开收集，主要是经过物业行业、房地产相关行业、房地产开发等信息中搜集。渠道包括：政府机关、房产机构、金融机构、公报、物业行业新规；物业协会、机关团体公布资料；物业行业研究机构供给的资料；广告代理、媒体以及公共图书馆、物业行业市场方面相关资料。

## 2、信息分析和甄别

项目信息包括拟建、在建工程项目，按照功能分类汇总，并对各个项目信息的建筑概况，开发商，使用者等进一步调查，以确认和完善各项信息，作为业务拓展的一手资料。此外，项目信息需要保证其准确性和时效性。

对于市场调研收集到的已经在业务拓展中涉及到的所有信息按照竞争对手、投资商、开发商、业主、各地行业主管部门、物业行业政策等几方面进行分类汇总，整合存档。

## 3、市场部信息库的建立

市场部应当建立自我的数据库，经过对所收集信息的合理分类和系统整合，市场调研收集到的所有信息及时录入，将为今后的工作供给便利。目前，物业市场各方面信息量相对较少，并且不很全面，将在今后的工作中进一步完善。

## 4、存在不足及改善措施



1) 部分信息错误、过期，影响到业务进程，今后的市场调研工作中应当加强信息的准确性和时效性。

2) 市场调研力度不够，需加强，拓展更多的调研渠道，投入更多的精力于调研工作，以获得更多、更全面的市场信息。

3) 信息未能系统整合，不便于查阅，需要建立完善的市场部信息库。

## 1、电话销售

1) 初步筛选：经过电话联系核实各项目信息，并跟进各项目负责人(开发商)的联系方式。

2) 明确需求：以网络及电话两渠道进一步了解各类项目，明确客户是否需要物业服务，若有意向物业公司则询问该物业公司情景，再做下一步计划;若没有意向物业公司则列为目标客户立即进行跟踪。

## 2、销售总结

总计161条项目信息，其中有联系的潜在客户12个(7.7%)，未能联系的潜在客户45个(29.0%)，其中进一步接洽跟踪的项目有漕湖商业广场、东创科技园、智海商务广场、新百润商业广场、望亭中心商业街等项目，由于基本以商业项目为主，我公司商业类业绩相对较少，业务跟踪摄入较晚等原因未能成功。

## 3、存在不足及改善措施

1) 对已有信息的深入调查本事有限，致使不少项目信息无法确定准确联系信息而无法进一步跟踪，今后要寻找更多渠道以发掘各目标客户。

2) 电话销售本事不足，致使业务拓展效率不高，今后的工作中应当加强物业专业知识的学习以及沟通技巧、商务本事的培养，从而提高销售水平。

3) 各项业务接洽过程中，商务本事的缺乏，使得未能给领导供给相应的帮忙，在今后的学习工作中加强专业本事的学习以及职业本事的培养。

部门经理的培养下，对于招投标程序、方式，物业管理标书的编制(写作技巧)，投标技巧等方面有了必须的认识，基本能够完成简单标书的制作，对招投标各流程也有了必须的了解，能够自主的参与到招投标工作中。进入公司以来，共计参加各类招投标近10次，4次中标，成功的签署了合同。

存在不足及改善措施：

标书制作还不能独立完成，对于商务标的制作，价格测算不准，无法给出有竞争力的报价，今后要进一步加强。

半年工作学习中了解到，要胜任公司市场拓展助理这一职位，需要掌握以下专业知识：物业管理条例细则，物业行业相关法规、房地产基础知识、物业管理市场营销学、公共关系学以及沟通技巧等。专业技能：获取信息本事、标书制作、各类方案制作、业务流程、商务谈判等。

以上是本人半年来对物业公司市场工作者应当具备本事的一个统计，基本都已经开始落实学习，可是力度还需要加强，不能让这些知识成为禁锢部门甚至公司的发展。同时期望公司能够供给相关培训机会，相信提高员工个人素质的同时，公司也能得到更进一步的提高！

仅有摆正自我的位置，熟悉本部门基本业务，才能尽快适应新的工作岗位，没有熟练的专业知识，就不能胜任这项工作，熟悉专业知识是做好工作的前提。由于工作实践比较少，缺

乏相关工作经验，工作中还存在很多不足之处，自我要自觉加强自身学习和修养，努力适应这份工作。所以除了自我要在短时间内恶补，还十分需要领导与同事的教导与督促。

公司、每个人都会面临不断的变化，并不断会有新的挑战摆在自我面前，自我以一种什么样的态度去对待它，自我就会得到一种什么样的结果。耐心细致地做工作态度是对自我一种承诺，工作中养成良好的工作态度才能赢得总经理及同事们的认可。

必须要坚持原则落实各项规章制度，认真做到管理，才能履行好自我应尽的岗位职责。岗位职责是自我的工作要求，也是衡量自我工作好与坏的评分标准，自我在从事业务工作以来，必须要始终以岗位职责为衡量的标准，从工作中的一滴做起，严格按照职责中的条款要求自我的行为。努力做到让领导满意，得到领导的首肯和信任。使自我在工作中的价值的到化展现。

要树立服务意识，加强沟通协调的本事。努力提高自我对工作的执行力，才能把分内的本职工作做好。工作中自我时刻提醒自我，工作中只存在上下级关系，无论是份内、份外工作都一视同仁，对领导安排的各项工不能有丝毫的马虎与怠慢，在理解任务时，一方面进取了解领导的意图及需要到达的标准、要求，力争在要求的期限内提前完成，另一方面要进取研究并补充完善。才能更好的协助其他同事的工作。

在此，我十分感激领导给予我这个平台及给予我支持与教诲。在以后的工作中，我会进取吸取工作经验，克服不足，爱岗敬业，端正自我不良的工作态度，摸索实践。经过多看、多学、多练来提升自我各项业务的技能，加以做的更好。也期望我们这个团体在新一年中不断的闪亮新的光彩和荣耀。