

最新市场拓展报告 物业市场拓展方案(精选8篇)

为了确保事情或工作有序有效开展，通常需要提前准备好一份方案，方案属于计划类文书的一种。通过制定方案，我们可以有计划地推进工作，逐步实现目标，提高工作效率和质量。下面是小编帮大家整理的方案范文，仅供参考，大家一起来看看吧。

市场拓展报告 物业市场拓展方案篇一

物业管理企业是微利行业，要想赢利就必须走规模化经营之路，就要不断的拓展市场。

扩张是企业发展壮大的必经之路，一个企业只有拥有了一定的市场份额和规模，才能在激烈的市场竞争中获胜，但是盲目的扩张也会让企业面临倒闭的危险。物业管理企业在扩张的同时，随之而来的就是人员的增加、服务的多元化和跨地域经营的风险，这对物业管理企业是一种严峻的考验。因此，要想赢得市场、扩大市场份额，物业管理企业就必须先正确认识企业扩张，打好基础，以稳中求进。

在当今市场竞争日趋激烈的严峻形势下，不进步就意味着退步，不发展就意味着灭亡。物业管理企业唯有迅速占领市场份额，扩张自身规模，才能在市场上立足。

一是物业管理行业的产业化势在必行，而产业化的前提是规模化；

二是物业管理企业只有通过规模化，才能达到实现效益；

三是企业资源配置的合理化只有通过规模化才能实现；

四是社会平均劳动成本的降低与企业成本的下降只有通过规模化才能得以实现。

物业管理企业扩张、规模化发展是指物业管理企业充分利用自身资源，有节制最大限度地扩大管理面积和管理领域，科学地确立自身的管理成本和经营目标，在一个适度界定的市场竞争中，最大化的占有市场份额。当然，物业管理企业的规模化经营并不是指简单的扩大再生产，从企业追求效益最大化的经营行为来说，规模化经营还必须充分考虑其投入产出比率，也就是随着投入的增加，规模的扩大，其单位增量所产出的效益应逐量增高，这才是企业所追求的真正意义上的规模经济效益。

很多知名的物业管理企业急剧扩张自己的业务，但由于管理原因，经历了由知名到无名，由强变弱的转变，有的已逐渐淡出市场。因而，物业管理企业的业务扩张应是理性的、保证品质的前提下的负责任的扩张。

一些水平不高的物业管理企业为了发展，不惜采取违反价值规律的超低价手段进行市场竞争；也有一些新成立和刚转制的企业，为了打开市场，不惜靠低价入市；更有极少数企业走“短线”，只赚取眼前利益，进入物业项目后，往往不能较好地兑现承诺，结果造成企业与业主之间的矛盾。究其原因，都是因为企业走入了扩张误区，导致企业盲目扩张，从而影响了企业的发展，也损害了自身和业主的利益。

误区一：扩张就是管理面积的扩大

市场是企业的生存之本，扩张是企业发展的必经之路，很多人认为企业唯有实现规模扩张才能市场中占有一席之地。但一味地追求数量的扩张不但不能让企业实现规模扩张，还有可能把企业推向倒闭的境地。企业扩张应以质为前提，重量轻质的扩张极易助长企业的形式主义倾向。简单累积的办法忽视了物业的差异性特征，物业管理与有形产品市场份额

的扩大有着本质的区别。

误区二：有规模就是有品牌

行业很多人士普遍认为，物业管理已进入品牌经营阶段，物业管理的竞争已演绎成品牌竞争。既然要树立品牌，就不可避免地要进行品牌告知。这个想法并没错，错就错在一些企业对品牌告知的度没掌握好。一些企业错误地认为只要多在媒体露面，企业的品牌就打出来了，于是他们热衷于宣传、炒作。实则不然，物业管理企业的品牌应当是能为顾客提供其认为值得购买的利益及附加价值的产品，它具有识别功能、承诺功能和价值功能。“花钱买吆喝，赔钱赚项目”的做法与品牌经营是背道而驰的。其次，品牌并不完全是建立在物业管理规模之上，而是以过硬的服务品质、优良的管理绩效、全面的顾客满意为基础，建立顾客忠诚度，塑造品牌形象。

误区三：规模化就会规范化

不少企业急于求成，跟风攀附，在根基不稳、后方吃紧的情况下，也要疏通关系，致力于公关，拿下异地物业。结果，接下项目后，难以消化，暴露出内虚的致命缺陷。异地项目市场环境复杂，难于应对，公司上下只好忙于救火，导致前方后方都受到重创，其内未安，又要攘外，最终让企业陷入困境。练好内功，才能传出真经，抱着侥幸心理去拓展市场，是不会取得双赢效果的。

1 . 兼并重组，充分利用小企业资源。

目前，无资质等级、小而全的物业管理企业较多，许多房地产开发商为了赢利，自己成立物业管理公司管理自己开发的楼盘，但由于面积较小，造成大量重复投资及资源浪费。显然，这种状况对物业管理行业整体进步不利，由于这部分公司服务的不规范，也使本应享受正常服务的业主(住户)的利益受到损害，使业主投诉增多，这极大地损害了行业的整体

形象。为促进行业健康发展，这些小物业管理企业可以通过兼并重组，实现生产要素的优化组合，共享企业资源，通过资源整合，建立产业规模促进行业健康发展。

2 . 适时介入二级城市物业管理市场，扩大物业管理面积。

二级城市物业管理市场的巨大潜力，吸引了众多品牌公司的目光，很多品牌物业管理企业把走向二级城市抢占市场作为发展目标。但是，二级城市物业管理消费意识不够，收费标准较低，造成管理过程中矛盾多、风险大，稍不留神便会出现投资亏损、损害企业品牌形象等一系列问题。这些问题一直困扰着进军二级城市的物业管理企业，使其在进军二级城市市场之初，很难因规模的扩大取得较好的经济效益。对此，物业管理企业都必须要有足够的认识和思想准备，摒弃急功近利的念头，潜下心来为真正在二级市场站稳脚跟做准备。

物业管理规模化发展势在必行，但在扩张进程中，我们必须探寻规模化发展的规律，正确看待物业企业扩张，走出误区，只有这样，物业管理规模扩张的目标才能真正实现。

一、 获取信息：

- 1、 定期做市场调查；
- 2、 客户主动联系；
- 3、 经人推介。

二、 甄选信息，确定目标客户：

- 1、 面积少于xxxxxxx平方米项目不接；
- 2、 项目投入使用时间超过xx年的不接；

4、 维修资金不足或不到位的项目不接(限于成熟小区);

三、谈判要素

3、 知己知彼，尽量了解竞争对手的`强项弱势，取长补短;

7、 在开发商不能确定应采用哪种管理模式时，应正确分析、引导并向其解释采取某种模式的原因，尽量注重实效。

四、 根据开发商的主要需求确定公司所提供的方式，包括：全委托管理、驻场顾问管理、巡场顾问管理及专项培训。报价标准主要依据项目类型、规模、市场行情及开发商的目的、要求而采取不同的价格策略。

五、 具体步聚(全委和顾问管理，专项培训暂略)

1、 明确意向性目标后，由公司总经理或部门经理组织相关人员考察物业现场，为管理方案的构想奠定基础。

2、 财务人员根据拟承接的项目管理服务范围、类型、档次、标准进行初步的成本核算，与拓展人员及其他相关人员对项目的可行性和发展性进行分析并报批总经理，确定承接方式和报价金额。

3、 制定方案。方案内容包括：

开发建设期间将提供的管理服务内容、物业竣工验收期间的管理服务内容、住户入住及装修期间的管理服务内容、实质运作期间的管理服务内容。重点是实质运作的管理服务内容，大体分为为房屋管理、保安、清结、维修、绿化、社区文化活动等七大服务。

(5)物质装备计划;

本着合理配置、保障利用的原则，列出员工住房、管理办公

用房、营业用房的多少、面积大小以及所需的各类物品清单。

(6) 管理人员配备;

根据物业实际需求设置人员，力求精简、一专多能并能岗位互换。对各岗位人员制订出相应的岗位职责和入职条件。

(7) 管理规章制度;包括:

结合实际制定员工内部制度和约束各方的公共契约，应具有合法性、实用性、可操作性和约束性。

(8) 经费收支预算;

根据开发商提供的资料、实地考察以及财务初步做出的成本核算得到的数据进行大致测算，制定收支预算表。

(9) 相关费用;

(10) 提出经营、管理、服务的新思路

为提高管理水平，可在创建安全文明单位、实施科学化、规范化管理、开展开源节流、服务承诺等方面提出既务实又能体现创新的思路，以确保管理目标的实现。

(以上仅是方案的基本内容，至于详略取舍可依据实情而定。)

4、与开发商作进一步沟通，细化方案内容;全面核算管理成本并在确保公司利润的前提下确定相关费用、管理期限，为最终签订合作协议做准备。

5、与开发商签订合作协议，明确双方的权利及义务。

6、协议签定根据开发商要求，确定人员进场时间

2. 物业项目拓展方案-物业拓展方案
3. 箱包市场拓展方案-市场拓展方案
4. 水泥市场拓展方案-市场拓展方案
5. 酒店市场拓展方案-市场拓展方案
7. 市场拓展方案怎么写-市场拓展方案
8. 服装市场拓展方案-市场拓展方案

市场拓展报告 物业市场拓展方案篇二

所有求职者都会个人简历中凸显自身的优势来博取招聘官的眼球，因此求职者在强调成就的时候可以使用有分量的词。是有有分量的词语能将求职者的优势放大。但是要注意的是求职者在编写个人简历时切勿将自身优势做过分的润色，如梭在个人简历中将优势做过分润色的话会让招聘官认为求职者的个人简历很虚伪没有什么可信度。一个没有可信度的个人简历是不能为求职者赢得面试机会的，因为这种失真的个人简历在招聘官看来没有任何意义。

下面是小编为大家分享的市场拓展个人简历表格，更多内容请关注简历表格栏目。

姓 名:		性 别:	男
出生年月:	***	联系电话:	
学 历:	本科	专 业:	
工作经验:	7年	民 族:	汉
毕业学校:	***大学		
住 址:	***		
电子信箱:	/jianli		
自我简介:			

市场拓展

职责和业绩：

主要职责：

依据市场宣传计划，负责公司市场活动策划及产品宣传；

维护客户群体，开发潜在客户；

负责与客户交流，收集客户信息，了解客户需求；

负责公司的产品销售、订单签订、业务往来的实施、管理，跟踪订单的执行完成情况。

主要成绩：

参加公司在***、***时尚周的策划、宣传活动；

市场拓

职责和业绩：

主要职责：

市场经理

职责和业绩：

2、组织市场信息的收集与分析，如占有率、优劣势、价格与生命周期等；

3、分析市场形势发展情况，提出相应竞争策略，为高层决策提供依据；

- 4、合理协调各相关职能部门，组织培训、技术咨询等；
- 5、协调客户关系，保证部门间协作的达成，维护客户满意度；
- 6、制定公关方案，组织协调实施，确保预算完成并分析效果；
- 7、建立协调媒体关系，组织新闻发布会，把控官方媒体文章；
- 8、搭建企业文化。合理设置部门岗位，优化流程，配置人力资源；

本科

专业：

新闻学

市场拓展报告 物业市场拓展方案篇三

20xx年即将过去，回顾一年来的工作，市场部在公司的统一部署下，在营业部领导的正确领导下，在本部员工的共同努力下，今年我们在经纪业务的宣传、客户经理队伍建设、营销渠道建设，内部管理、制度体系的完、投资者教育等各个方面，均取得了长足的进步，经过一年的市场开发，市场拓展部新开发客户户，新增资产万元，实现交易亿元，为营业部增加收入万元，实现了我们的预期目标，并为明年开拓其他旗县市场积累了经验，奠定了基础。

20xx年主要工作：

发展新客户，做大市场规模是20xx年营业部的首要工作，市场营销工作是营业部实现持续盈利、提高对外竞争力、加快发展的重要保证。年初营业部改变经营模式、创新思维、抓住机遇成立了市场拓展部，主动走出去做营销，全面推进市

场培育、市场拓展工作，确保今后营业部能做大做强。我部今年主要做了以下几方面工作。

1、市场宣传：为了使更多的投资者认识证券市场，了解多种理财方式，从而加入到证券投资队伍当中来，我们在市场宣传方面做了较大的工作。

（1）投资理财报告会：为了加大市场拓展力度，扩大市场占有率。按照年初计划，市场部从2月中旬起在乌兰察布市周边旗县市以“巡回投资理财报告会”的形式进行宣传，范围涵盖包括集宁在内十个旗县市，先后在丰镇、凉城、卓资山、化德、后期、兴和、商都、四子王旗等地组织了共12场的投资理财报告会。每次报告会前，我们都积极准备，精心编写报告会内容，与当地城管、工商、税务、联通公司、移动公司、银行等多家部门积极沟通、联系，同时也得到了当地政府有关单位的大力支持。在周边旗县的宣传活动中我们选择了当地各个主要街道和比较大的银行网点、较集中的住宅小区、移动、联通营业网点张贴海报、发放宣传单，横幅悬挂。此外，我们还通过当地电视台播放广告及时通知报告会的地点和时间，由于我们准备充分，每场报告会都获得了圆满成功，报告会现场大量客户踊跃预约开户。投资报告会的成功举办为周边市场客户树立了正确投资理念，得到当地群众的认可，也宣传了我们公司的企业形象，并为今后营销工作的持续发展奠定了良好的基础。

（2）投资者教育工作：今年是我国证券市场震荡加剧的一年，在弱势格局中，我们不仅注重培养投资者的理财意识和技能，更重要的是能让投资者充分了解股市，认清风险，恢复市场信心，树立正确的投资理念，稳定投资者情绪。在日常宣传教育工作方面拓展部下了较大的功夫。一方面我们努力培养客户经理的专业知识、沟通技巧和对投资者心理因素的分析能力，通过银行网点开展宣传教育工作，确保每一位与我们交流过的客户都能对证券投资理财留有深刻的印象，从而使之成为日后开发的潜在客户；另一方面拓展部也积极采取人

性化方式，为新增客户提供多种服务项目，如制作《新股民投资教育手册》、《炒股入门术语99条》、《同花顺软件快捷键一览表》、《开放式基金一览表》等常用手册，并通过邮寄的方式送到投资者手中，切实让客户足不出户就能感受到我部多方位无微不至的服务理念。对于一些特殊客户我们还提供上门服务，为他们进行“一对一”的理财培训，并赠送专家理财讲座教程。通过这些工作的开展，投资者对我们的服务态度表示了肯定和赞扬，对营业部也产生了坚实的信任和依赖。这位我们目前稳定存量客户，开发新增客户起到了积极的促进作用。

2、营销活动：

（1）“农行—恒泰百日营销活动”：根据今年年初营业部制定的营销目标计划，市场部积极行动，多方联系，与多家大型企事业单位达成了营销协议，其中，最具代表性的是“农行—恒泰百日营销活动”。在三个月近百天的活动中，在我部与农业银行大力宣传三方存管业务的背景下，营业部每日的开户量稳步提高，托管资产持续增多，而且在良好示范效应下，其他银行的三方存管业务也呈现上升的趋势。这为我们今年市场营销工作开创了良好的局面。

（2）“长城—恒泰联名卡优惠活动”：今年7月初，公司总部与中国银行协作，联合推出了“长城—恒泰联名卡”优惠活动。在当前低迷的行情下，本次活动为我部提升开户量，提高市场占有率创造了良好的时机。因此，我部积极研究制定针对活动的有效方案，通过制作大量宣传海报和宣传折页来强化宣传力度；通过和旗县各大中国银行网点、行政企事业单位和工矿企业开展投资理财报告会来扩大营销范围。为了提高工作效率我部统筹安排、分头行动，以有限的人员发挥最大的力量。经过我们的不懈努力，联名卡开户业绩虽没达到预期目标任务，但也取得了显著的成绩，截止到本年底，联名卡累计开户数量达到380户。在区内各家营业部中表现突出。

(3) 基金、信托理财产品营销活动：今年是公司不断发展壮大的一年，经纪业务及各项理财业务不断创新。三季度以来公司先后推出了“新世纪优选成长型基金”和“中泰一恒泰信托理财产品计划”，为了扩大营业部非一般性经纪业务规模，让投资者了解更多的投资理财产品，市场部在宣传工作方面下了很大的功夫。其中要求客户经理通过银行网点积极推广，尽可能地让客户了解专项理财服务理念；另一方面我部努力寻求一些有购买意愿和购买力的专项投资者，进行一对一的理财教育。但由于活动开展期间受行情低迷影响，投资者信心不足，基金、信托理财产品的销售情况没有取得预期的效果。

3、营销渠道建设：

(1) 银行网点渠道建设：为了借助银行业网点的社会影响力优势，扩大公司业务辐射面，弥补公司延展局限性，我部加强了与各大银行网点的合作。在与乌兰察布市中国银行、农业银行、建设银行、工商银行四家银行建立了长期良好的第三方存管业务基础的同时，我部又积极和该四大银行沟通联系，建立了客户经理银行驻点机制，通过走出去的营销模式来延伸扩大业务拓展量。根据各银行网点区域分布情况，目前，我们选择了四家银行的20个网点来开展业务，并已委派客户经理进驻。同时，为了让客户经理能高效、快捷的为投资者服务，我部还为每一名客户经理所在网点配备了电脑，并安装了互联网宽带，我们还根据本营业部实际情况设计、制作了精美的折页、海报、易拉宝等宣传品，在日常营销工作中起到了很好的宣传作用，为客户经理的各项营销业务开展提供了极大的帮助。

(2) 人力资源渠道建设：我们清楚的认识到了，业务拓展光靠单一的营销模式或渠道营销是很难做大做强的。因此，我部充分利用每位员工和客户经理身边的人力资源优势，通过感染、影响、转介绍等方式深入到各大行政企事业单位当中。只要宣传到位，以点带面，逐步扩展，才能不断开发出新增

客户。

根据证券业近几年的不断发展，业内竞争的持续加剧，建立属于自己的经纪人团队显得尤为迫切。今年初，我部紧跟行业发展态势，从客户经理招聘、培训、管理等方面入手建立起了一整套制度体系并不断的进行完善。

1、客户经理招聘：

为了建立营销队伍加快团队发展，今年，我部多次与乌兰察布市人才交流中心、各大中专院校就业办联系，共参加了四次大型招聘会，五次小型招聘会，累计收到近两百分应聘简历，根据公司经纪人招聘章程和我部“客户经理招聘制度”的严格规定，每次招聘结束后，我部都对前来应聘的求职者进行初步的面试，对符合要求的人员培训后进行二次笔试，对不符合要求的一律不予考虑。切实做到择优录取，宁缺勿滥。营业部本年累计招聘客户经理42人，目前在岗人数为16人。另外，我部还与乌兰察布市日报、三元广告等多家媒体组织联系，发布长期有效的招聘广告来吸引更多的客户经理加入到我们的队伍当中来。今后，客户经理招聘工作是拓展部的一项重点和长期工作，把好招聘工作这道关口，吸纳优秀群体扩充队伍是建设和维护经纪人团队的基础。日后，我们的招聘目标和条件还要不断更新改变，以适应当前证券经纪业务的快速发展。

2、客户经理培训：

客户经理培训是经纪人团队建设的核心部分和主要工作，培训的好坏，质量的高低将直接影响日后营销业务的开展，对团队管理的完善和进步起着至关重要的作用。因此在培训方面拓展部做了大量而细致的工作。

（1）新入职客户经理培训：本年拓展部对新招聘的客户经理进行了共四次的培训，每季度分别开展一次，每次培训涉及

的内容包括《入司培训》《证券市场概述》《股票基础知识》《证券交易规则》《证券风险控制》《开放式基金概述》《证券业务办理流程》《证券投资分析》《证券营销技巧》《营销礼仪》等十大知识点。通过系统性培训，新入职客户经理基本能够了解证券市场、股票、基金、债券等其他金融产品，能够熟练地办理日常业务，在为投资者进行业务宣传的同时也能够有效的控制风险点。同时，我们还建立起培训考核机制，对培训后没有通过考核的客户经理同样不得任用。

(2) 团队长培训：在经纪人团队建设的发展和完善中，我部建立起了以市场部为领导为主，以团队长管理为辅的至上而下的管理体系。团队长素质的高低，领导力强弱将直接影响客户经理团队的壮大。因此，团队长培训显得尤为重要，在日常业务培训的基础上，我们还临行为每个细分团队的领队进行专项的管理培训，培训主要涉及《企业人员管理》《客户心里因素分析》《团队协作能力》《目标市场细分》等相关内容。通过我们的精心培训，团队长具备了一定的领导能力，能有效的带动本团队独立开展业务，同时，给我部的日常工作减轻了一部分负担。

(3) 客户经理再培训：在平时的营销工作中，总有一些客户经理对以往专业知识的遗留，对新业务知识掌握的欠缺。为了不让此类客户经理影响整个团队的营销业绩和团队建设，我部成立了“爱心培训班”。以全员参与帮扶的方式对落后的客户经理进行再培训。使之尽快与其他客户经理看齐，找回自信与激情，共同进步，共同发展。

(4) 专项考试培训：证券从业资格考试和经纪人专项资格考试是我部今年培训工作的重中之重。根据证券业协会和总公司有关文件的规定[]20xx年底如果在职客户经理无法取得证券从业资格证或证券经纪人从业资格证的，公司将采取解聘与该客户经理委托代理协议关系的措施，这直接会影响到经纪人团队建设和发展的大事。因此，我部非常重视此次考试培训。从九月到十二月近百天的时间里，我部分别详细制

定了两次培训计划，采取以市场部经理带头，部门员工集体参与，强化学习、认真辅导、落实责任、坚持不懈的精神来激励客户经理，让他们感受到学习的紧迫性和重要性。争取在自己的勤奋努力下取得良好的成绩。

(5) 营销技能培训：今年9月8日至9月11日期间，公司培训中心组织开展了“客户经理营销技能强化培训”活动。本次培训我市场拓派出两名优秀客户经理前去参加。培训形式新颖特别，注重自我展示，是一次有质量有水平，涉及面广泛，互动性强的综合性培训大赛。此次培训目的在于加强区内外经纪人团队的沟通与协作，充分交流，取长补短，进一步提高客户经理营销技能水平，坚定从业信心，提升客户经理队伍的素质和竞争实力。培训结束后，我市场部要求该两名客户经理就本次培训所学到的经验、技能做了书面文字的总结，并在晨会和周例会上与全体客户经理进行了经验的交流和分享。

3、客户经理管理：

(1) 晨会周例会制度：无规矩不成方圆，尤其是领导一个团队，制度管理显得尤为重要。因此，年初我部就制定了“客户经理晨会制度”。目的是为了加强营业部与客户经理间的沟通和交流，了解客户经理日常工作进展与不足，培养客户经理间凝聚力、协作力和关爱力。通过每日晨会的开展，客户经理已经能根据自身所学的专业知识分析证券市场走势，分析宏观经济发展，对本职工作有了较为深刻的理解，并在长期的参与中形成了自觉良好的工作态度和工作激情。除了坚持做好每日晨会外、我们还建立了周例会制度，在每周五下午专门开展与客户经理的交流工作，主要是对一周内工作的总结和下周的工作计划安排；对业绩好或者进步较快的客户经理给予鼓励和奖励；同时要求优秀客户经理总结自身营销心得并与其他客户经理分享营销经验，最终达到取长补短，共同进步的目的。

(2) 日常管理：在工作之余，我们非常重视客户经理生活、思想等方面的变化，并采用人性化的理念对他们进行管理。平时，市场部经常组织客户经理开展座谈会，通过开放性的手法来深入了解发现他们眼下所需的帮助和亟待解决的. 困难，同时也反馈我们自身管理上的不足和亟待改善的地方。

市场部员工在部门经理的正确领导下，同心协力、各司其职、加强沟通、分工协作，有秩序有步骤地开展营销工作。对工作中存在的问题和困难能及时地沟通解决；能主动参加公司开展的各种形式会议，认真学习文件内容，积极听取会议精神，把握工作方向，顺利开展日常工作。

1、部门建立与制度的完善：

(1) 部门的建立：随着证券行业的不断发展和创新，证券经纪业务特别是营销战略的推广加大了券商间日趋激励的竞争。为此，公司紧跟业内发展态势，迅速组建了恒泰证券的营销团队。集宁拓展部自今年正式成立以来，在总公司的全力支持和配合下取得了全面良好的发展。目前，我部正式员工充沛，客户经理人数适中，制度进一步完善。工作有条不紊的进行。但由于拓展部刚刚组建，很多方面还不健全，规模效益没有体现，但随着我部工作的逐步扩大，领导和员工的共同努力，相信日后的营销工作一定蒸蒸日上。

(2) 制度的完善：一个部门的建立和运行需要制度的配套支持，自市场部正式成立以来，我部始终致力于制度的建立和完备。经过一年来员工的不懈努力，我部在制度方面做了以下重要工作。

☐建立《客户经理档案资料制度》，目的：实行客户经理个人资料的单独存管，保证信息的独立性和保密性。

2、员工学习与培训：

(1) 中层营销主管培训：随着中国证券业的不断发展，券商之间的竞争日趋激烈，如何能有效提高专业化营销能力是证券公司经纪业务成功发展的核心。为此，今年八月初，公司筹备开展了“20xx年营业部中层营销主管培训”工作。市场部组织两名员工参加了本次培训活动。此次学习的目的在于培养一批有专业管理水平的领导人员，能为目前刚刚起步的经纪人团队注入新鲜的血液。经过培训，我们研究总结了一套由招聘、培训和管理为一体的经纪人团队建设体系，同时，也建立起了横向的区内外营业部交流机制。这对今后营业部营销拓展工作奠定了良好的制度基础。

(2) 内部学习与管理：为了加强内部职工的专业技能水平、提高自身职业道德和风险控制能力。我部以自学、座谈会或参加视频会议的方式先后认真学习了有关公司下发的各项文件精神。

a□□《证券公司监督管理条例》和《证券公司风险处置条例》学习：为加强对证券公司的监督管理，规范真全公司的行为，防范证券公司的风险，保护客户的合法权益和社会公共利益。市场部组织部门员工认真学习会议内容并要求每为员工都要做到知法守法、依法办事、有序管理、自我约束，能有效控制和化解证券公司风险。

b□□《经纪业务风险控制》学习：为了维护证券市场正常秩序，保护广大投资者的合法权益，控制营业部经纪业务风险。我部职工详细学习了关于《经纪业务风险控制》通知，特别是对严禁营业部非现场开户及客户经理行为规范等内容做了重点掌握和学习。

c□□《恒泰证券营销系统入门手册》学习：在日常的营销统计中，数据的整理和录入是一项复杂而又细致的工作。为了培养员工能熟练操作各种办公软件和专业营销系统软件，我部专门组织开展《恒泰证券营销系统入门手册》的强化学习，目的是让员工在统计工作中达到方便快捷，准确无误，高效专业

的操作水平。

d□□证券公司日常网络安全培训》学习：由于日常业务的增多，文件资料的不断累积，保护公司及个人信息的安全成为平时工作中又一项重点工作。在参加公司信息部组织的《证券公司日常网络安全培训》中，我们提升的不仅是网络操作技能，更重要的是改善了每位员工的安全防范意识和严谨的工作态度。

（一）目前客户经理队伍人数较少尚不能满足日益发展的经纪业务营销工作，针对这种状况，市场拓展部拟在20xx年加大客户经理招聘工作力度。为了招聘到合格的客户经理和引进营业部营销团队发展所需的各类人才，逐步建立起营业部客户经理队伍的人才库并通过有序的人才竞争和流动，最终成长为专业化、职业化的客户经理团队，在20xx年准备通过广告招聘、人才市场招聘以及校园招聘的方式招聘50人充实到客户经理队伍中。

1、通过广告招聘：选择广告媒体有广播、电视、报纸、网络等。可以采用和媒体建立长期合作关系的方式进行，以降低成本，加强效果。

2、进入校园招聘：对于应届生的招聘可以在校园内进行，拟于20xx年3月—4月期间在集宁师专、乌兰察布职业学院举办，通过在校园内张贴招聘海报、举办专场招聘会以及学校就业部门推荐等方式相结合，以求达到最好效果。

3、在人才市场举办招聘会：招聘时间定在5月—6月期间，此时正是市内各类大中专院校应届生毕业求职高峰期，在这个期间招聘能够吸引数量众多、素质更高的人才加盟我部客户经理团队。招聘活动提前准备背景墙、易拉宝、公司形象宣传画册、营业部宣传资料和宣传折页、登记表等。

4、市场拓展部在做以上工作的同时还要对本市人才市场做充

分调研，学习和研究更多、更好的招聘方法和渠道。在客户经理招聘工作中本着“宁缺毋滥”的原则，不盲目追求数量，一定要保证新入职人员的素质。

5、为了保证所招聘人员符合岗位要求，依据《客户经理照片面试工作制度》做好面试工作。参加面试人员由市场拓展部对应聘材料进行筛选，选出目标面试者。成立营业部主要负责人为组长、市场拓展部人员为组员的“面试小组”。面试工作在与招聘工作同时开展□20xx年2月做好面试题库的编撰工作。

（二）继续做好客户经理培训工作。客户经理培训工作直接影响到经纪业务营销工作的开展和客户经理的成长、提高。客户经理的培训准备分阶段、分层次进行。

第一阶段□20xx年3月

培训层次：日常改进培训

培训对象：所有客户经理

培训内容：管理制度、业务知识

第二阶段□20xx年5月

培训层次：入职培训

培训对象：新入职客户经理

第三阶段□20xx年6月

培训层次：晋阶培训

培训对象：营销组长（团队长）

培训内容：团队管理、领导能力、考核管理、工作计划与安排

第四阶段□20xx年7月

培训层次：能力提升培训

培训内容：证券基础知识、业务技能、营销技巧、时间管理、成功经验

（三）做好客户经理团队长的选拔工作。通过考核和日常考察从客户经理队伍中选拔出一些具有较强的沟通、协调和团队管理能力，具有较强的营销和渠道拓展能力，富有开拓创新和吃苦耐劳的精神，具有较强的执行能力和服务意识，性格开朗，具有良好的口头表达能力的客户经理作为团队长，协助市场拓展部管理和考核其他客户经理，客户经理团队长的任免以季度为调整周期，采用市场拓展部经理提名后经客户经理民主差额选举的办法产生。

（四）继续做好客户经理队伍的考核和管理工作。不断加强对客户经理的日常管理和指导，定期不定期在各营销网点巡查，负责晨会与周例会的工作，对客户经理的营销工作开展情况进行实时的指导、检查经常与他们进行沟通，掌握他们的思想动态。市场拓展部对客户经理每月业绩完成情况、出勤情况、日常行为规范情况进行绩效考核，根据考核情况制定薪酬。把激励机制和考核管理高度结合起来，充分调动客户经理的主动性和积极性，客户经理在工作和生活中遇到困难时，市场拓展部要给与帮助，妥善解决问题；对工作业绩不理想的客户经理多关心、主动了解情况，及时提出建议并给与充分的支持，关心他们的学习和成长。

1、保持与乌兰察布市内各家银行的良好合作关系。为了建立更加融洽的合作关系，需要与集宁区乃至乌兰察布市内旗县市各家银行网点主任、经理加强联系，经常拜访各单位，从

而利于更好的开展工作。加快20xx年客户经理的招聘、培训进程，成熟一批，进驻一批，持续不断地将客户经理派驻进银行网点，提高集宁营业部经纪业务营销的竞争力。

2、在进驻银行网点的同时避免坐等客户上门的模式，要走出去，引进来，积极走访各大企事业单位、厂矿、机关使更广大的潜在客户认识市场、了解恒泰、认可集宁营业部从而把我们的服务向更规范的地区辐射。

首先，采取在当地银行职工中招募兼职客户经理或者在当地招募专职客户经理进驻银行的方式办理业务。以上两旗县的市场培育工作需要得到当地银行支持[]20xx年要加强与当地银行以及其他单位领导的联系，争取得到他们的支持，结合第三方存管业务的开展对银行的员工进行业务宣传，并对银行员工进行重点开发，为尽快开展营销工作打下良好的基础。

第三，过在这两个市场营销工作的开展进而辐射到临近旗县如卓资、化德、察右中旗、商都等市场，可以达到通过培育重点市场从而带动全市营销工作发展的良好局面，同时，继续深入挖掘集宁地区的客户资源。

1、举办投资者理财报告会，具体实施为：

20xx年2月举办春季巡回理财报告会

20xx年6月举办夏季巡回理财报告会

20xx年10月举办秋季巡回理财报告会

20xx年12月举办冬季巡回理财报告会

根据市场发展情况，及时举办专题报告会，为广大投资者理清思路，提供建议。主动深入各单位，为他们举办小型的专场报告会。

2、为有效激发全员的营销热情，形成内部良性、有序的竞争机制，推动营销工作深入开展，准备在20xx年每季度开展一次营销竞赛活动。通过竞赛活动，评比出先进的营销团队，优秀的客户经理，激发他们“不服输、争第一”的工作态度。

3、为了增强集宁营业部竞争力、提高恒泰证券知名度，吸引广大投资者在我部开户，推出“免费开户，赠送礼品”活动。礼品多样化，可以根据存入资产多少发放不同档次的礼品。

20xx年市场拓展部准备寻找乌兰察布市内将一些有潜力的单位、小区作为营销拓展对象，通过对这些单位职工、小区居民进行面谈访问、问卷调查等形式开展市场调研分析，了解广大投资者的需求，在营销工作中以客户需求为导向，制定针对性强的宣传手段和营销措施，做到有的放矢达到较好的工作效果。

针对目前各家银行网点对摆放易拉宝、张贴宣传海报有所限制的情况□20xx年准备定制一些精美的展业夹进行宣传推介。

20xx年继续做好开户数、托管资产等数据的统计和分析工作，做好客户经理薪酬、市场拓展营销费用的预算工作、做好周报、月报、季报的报送工作。

市场拓展报告 物业市场拓展方案篇四

1、古玩旧货市场基本情况

2、民间文物收藏、流通情况

3、古玩旧货市场文物经营活动情况

4、公众对古玩旧货市场文物经营活动的态度和意见

1、地方性相关法规、规章的制订实施情况

- 2、省级行政部门建立古玩旧货市场监管队伍情况
- 3、对古玩旧货市场经营文物商户的审批情况(填表)
- 4、对古玩旧货市场文物经营活动的日常监管情况
- 5、对经批准设立的文物商店销售文物的审核情况
- 7、文物商店销售珍贵文物的记录、备案情况
- 8、对涉嫌违法犯罪的文物经营活动开展多部门联合执法的情况
- 9、对古玩旧货市场管理人员和经营人员的培训情况
- 10、开展文物保护法及相关法律法规宣传情况
- 11、其他做法和经验

- 1、监管队伍方面
- 2、文物经营资质审批方面
- 3、文物商店销售文物审核方面
- 4、打击违法犯罪和查处违规经营方面
- 5、管理体制、运行机制方面
- 6、其他方面

市场拓展报告 物业市场拓展方案篇五

新市场、新客户的开发，是每个公司及营销人员都必须面临和解决的现实问题。新市场开发的成效与质量的好坏，对一

个企业的成长及营销人员的个人提升至至关重要，对于一些成长中的企业来说，新市场开发的多少与质量的好坏则是衡量营销人员个人能力的唯一标准。

我是一名新的市场拓展人员，从事市场的工作和自己当初想的和学的是有很大差别的。但是经过近半年的学习，在杭州公司出差73天，帮助拓展绍兴市场，以及两个多月在浙南公司帮忙市场拓展工作。对于总体成绩说实话不满意，我觉得绍兴市场的前景这么好很好，却只开了一家专卖店，浙南公司虽然得到很多的消息，但是实际店面一家都没有落实。没有达到自己原来计划的目标。当然对于刚出道的自己，还是很有收获的。

第一步：事前准备

市场营销人员开发新市场，事前的准备非常重要，孙子兵法曰：知己知彼，百战不殆。准备充分了谈判时才能有的放矢，才能立于不败之地。事前准备包括两个方面，第一，对自己公司和目标市场的了解，知彼知己，第二，个人的准备，主要是思想上和仪表上。

一、知己知彼

1、知己(企业基本情况与品牌的销售情况)

(1)不断加强自身的业务学习：新进区域市场人员正式上岗之前，应该进行为期一周左右的准备时间，安排有关企业的发展史、企业文化、销售等内容的学习以便充分掌握企业情况、产品技术与产品的质量的优质程度，销售政策等基本知识的学习，使他们尽快熟悉企业、企业产品、价格及销售政策；新产品上市前。

(2)新市场人员谦虚好学：区域市场员对新区域的消费者消费习惯，购买力情况，人均收入，消费风格情况不明白，可以

主动向周边同事、领导交流与请教。

2、知彼(经销商、竞争对手)

(1) 风土人情：包括目标市场的人文环境、所处地理位置、人口数量、经济水平、消费习惯等。

(2) 市场状况：主要指市场容量及竞品状况，竞品状况包括竞品规格、价位、通路促销、新品的推广情况、终端导购的业务能力、单店月销售额，好的营销方式。

(3) 分公司情况：主要了解分公司的定价标准，产品的组合情况，仓库的存货量，终端人员配备情况，终端导购薪资待遇情况，区域市场规划情况！

通过以上市场调查，其目的是熟悉市场行情，掌握第一手的房东资料，确定潜在店面。在寻找潜在店面网络的方式上，过终端零售点了解目标房东的性格、爱好、等方面的情况。此方法便于把握事实真相，找到合适的店铺。(怎么样和终端的导购员沟通交流是搜集重要信息的关键，交流需要注意技巧，有些时候给一些小恩小惠也是必要的方法。)

二、谈判前的准备

凡事预则立，不预则废！新市场的开拓也是一样，事前的准备工作相当重要。

1、自我形象设计：人的形象分为外在形象和内在形象。外在形象就是指一个人的仪表、服饰、举止等外在表现。作为市场营销人员，要仪表端详：头发要梳理整齐，胡子要刮净，领带要打直，皮鞋要擦亮，指甲要常剪，总之要干净利索，显得有精神；作为一名营销人员，他的举止都是代表公司形象的，给人感觉要真诚，这是最重要的，其次要让对方感觉到你是站在他的角度去思考的。

内在形象是一个人内在气质的外在表现。作为营销人员，应该多笑，多听房东的话语，并且在沟通中找到他的需求。多称赞对方，比如说当你买这个街店很有眼光啊，很有长远的计划啊！在你的谈吐中让你深受客户“喜欢”。

市场调研结束了，该准备的也准备好了，就可以根据已经确定的潜在房东，进行沟通，可以电话预约，甚至是登门拜访了。

1、电话预约：在登门拜访以前，一定要进行电话预约，因为电话预约，一方面表示对对方的尊重，同时，通过初步的电话沟通、了解，店面的相关情况(租金，合同年限…)便于下一步确定谈判的侧重点，也好更清晰地判断能够拿下店面签订合同可能性有多大，以便于自己有效安排时间。

2、上门洽谈：事先预约，在上门谈判时，要善于察言观色，除了适时呈上自己的名片、资料。我们上门除了能够把店面签下来之外，还有一个主要目标：我们可以通过聊天沟通，知道更多的这条街上面其他房东的信息，争取寻找到更多的网店，提升我们品牌在这个区域的知名度。在沟通过程中还要注意：客户情绪不好时不要沟通，有同行在场的时候多听不要急着沟通。

4、注意事项：在洽谈过程中，要注意聆听的艺术，要学会多听少说，一方面表示对对方的尊重，另一方面，也有利于了解和回答对方的问题，并发现对方的思路。

同时，对不同类型的客户还要采取不同的交流方式。对老年人，要象对待父母一样表示尊重，说话语速要放慢，洽谈要象拉家常、谈心一样，处处表现出你的稳重和尊敬；对于中年人，要极尽赞美之言，通过洽谈，让其感到成就感。

第三步：跟进、签约

当我们的谈判进行到尾声，准备签订合同的时候，我们不能放松，如果决定这个店面就是我们需要的，各方面都是我们所能够承受的，那么就不要再估计太多，不要犹豫，马上拿下这个店面，夜长梦多…。不让煮熟的鸭子飞了。

市场拓展报告 物业市场拓展方案篇六

姓名 - 国籍： 中国
目前所在地： 广州 民族： 汉族
户口所在地： 广州 身材： 172 cm 60 kg
婚姻状况： 未婚 年龄： 22 岁
培训认证： 诚信徽章：

求职意向及工作经历

人才类型：

普通求职

应聘职位：

网络工程师：网络工程师、通信技术工程师/技术员、系统集成工程师：

工作年限：

2

职称 无职称

求职类型：

全职

可到职 随时

月薪要求：

1500--

希望工作地区 广州

个人工作经历:

公司名称: 广州希华通信设备有限公司起止年月: -12 ~ -06

公司性质: 私营企业所属行业: 电器, 电子, 通信设备

担任职务: 技术支持 业务拓展

工作描述: 公司致力于电信运营商的增值业务, 比如是中国电信的店铺监控业务, 中国电信的移动办公业务。我在公司的技术支撑部, 主要负责如下业务工作:

- 1、为客户提供售前培训, 技术支持, 撰写相关的培训文档
- 2、客户关系建立、跟踪、维护;
- 3、建立客户资料卡及客户档案;
- 5、销售签单及收款;
- 6、客户满意度调查, 并及时反馈;
- 7、获取有关竞争情况的信息, 汇总有关资料;

离职原因:

公司名称: 广州市展拓科技有限公司起止年月: -11 ~ 2008-11

公司性质: 私营企业所属行业: 计算机业

担任职务: 施工员、项目副主管、业务员

工作描述: 曾参与多个工程施工, 其中:
参与从化市第一中学校园广播, 工程造价50多万元
参与增城市小楼中学光纤校园网, 工程造价10多万元
主要负责从化市第五中学多媒体会议室, 工程造价20万元
参与公司的政府采购业务, 针对使用上的问题进行客户培训

离职原因:

教育背景

毕业院校:

江西省九江学院

最高学历:
所学专业一:

大专

计算机信息管理

毕业 2008-07-01

所学专业二:
所学专业三:

受教育培训经历:

起始年月	终止年月	学校 (机构)	专业	获得证书	证书编号
-05	2008-07	九江学院	信息管理	毕业证	
2005-09	2008-07	九江学院	计算机信息管理	大学英语三级	

语言能力

外语： 英语 良好

国语水平： 优秀 粤语水平： 优秀

工作能力及其他专长

windows环境下(活动目录 域服务器 apache服务器)
autocad作图软件
熟悉tcp/ip□atm□sdh等计算机网络和网络原理;
中央控制系统 广播系统 综合布线 有项目工程的管理经验

市场拓展报告 物业市场拓展方案篇七

20xx年市场拓展部在公司及分支机构全体同仁关心和支持下,逐步理清思路,打开工作局面,积极上功能、开拓市场。探索一条符合xx国储实际的市场拓展之路。

(一)逐步明确仓库未来发展定位。主要围绕四个分公司发展定位进行梳理。在现有业务中进行分类,把符合未来定位及高附加值的优质客户进行着重培养,不符合的逐步淘汰。

(二)是积极跑市场,联系新客户,尝试新领域。公司加紧与联想集团的志勤美集物流公司的洽谈,改造库房硬件设施,引进it产业进场;保持和xx上市公司的联系,打造化工原料物流配送中心。

(三)是加大宣传力度,多渠道开展业务宣传。积极开展申报xx省重点物流仓库工作;加紧赶制宣传册,目前清样已经出来;联系专业公司着手广告片脚本编制;针对x钢业务,给x钢物流管理公司送去邀请函。

(四)是着眼市场,完善仓库功能。积极与郑交所联系,申报菜粕和菜油籽期货交割库的申报工作;针对今年国家棉花收储工作任务重的重要信息,积极开展棉花储备库的申报工作。

(五)加大合同管理力度,提高公司掌控能力。公司根据《合同管理办法》(以下简称办法)一年来的运行情况,结合公司合同管理实际进行了有针对性的修订。办法经总经理办公会讨论通过,下发并试运行。同年要求各单位参照办法将20xx

年度合同执行及无合同经营情况进行汇总上报。对发现的问题正在有针对性的加以整改。

(一)各分支机构对国家局完善体制机制的顶层设计理解不够，对办公司的目的理解不一，所以在推动完善分支机构建设上参差不齐。

(二)由于思维惯性，业务员目前还只能限于本单位和现有业务领域，看市场的宽度和深度都不够。

(三)要从原来的经营人员转化为公司业务人员，形成一个业务团队还有较长的路要走，业务人员的素质和相关业务知识有待提高。

第一、加大跑市场力度。市场是跑出来的，客户是引进来的’。那么，怎么跑市场?一是领导重视。领导重视就是压力，压力转化为动力，可以增强业务人员主动跑市场的积极性，把跑市场变成一个常态性的工作，变被动为主动。领导重视就是支持，支持就能建立自信，树立必胜的信心。二是建立健全有效的奖惩制度。有效的奖励制度可以有效的提升员工对企业价值的认同，树立对企业的忠诚，以便在此基础上实现其人生价值。合理的惩罚制度可以规范其行为，提升责任心，激发反省能力，对不正确的价值和观念进行改正，提升自我能力。三是明确市场方向。跑市场不能盲目，要根据需求有目的性和针对性的寻找客户资源。要分析自身特点、客户需求、市场动态。增强分析市场、研究市场、把握市场的能力。

第二，明确主营业务，开办专业市场

主营业务指企业为完成其经营目标而从事的日常活动中的主要活动，是企业收入的主要来源。首先，结合自身特点，明确主营业务□xx分公司□xx分公司为城市仓库，具有较强的装卸能力和快速交通通道，适合大宗商品物流和城市快销品作业□xx分公司具备棉花期货交割资质和多年棉花管理经验，适

合以棉花期货交割和收储为主，发展化工产品和烟叶收储。xx分公司在集装箱业务上积累了不少经验，可以把集装箱业务打造成主营业务，逐步优化收储种类。各物流部也要结合当前的主营业务，充分发挥成品油、烟叶和种子储备的管理优势，及专用线的特有资产优势，固化主营业务，拓展适合自身的特种业务。在明确主营业务同时，要打造一些有特色的专业市场，如棉花期货交割市场，集装箱业务市场，大型钢材交易市场，城市快销品市场，种子收储、加工市场，竹木交易、加工市场等等。

拓展事业部作为真心公司新成立的一个部门，主要从事调味品的生产与推广工作。而我作为本部门的企划推广专员，也在自己的职责范围内开展了一系列的工作。

具体总结如下：

8、配合市场、技术人员开展其他需要配合的工作。

20xx年我在真心公司的前期工作主要以围绕酱油上市为中心而展开的，更多的是在产品前期规划及包装设计方面的配合工作，还涉及到采购物流等方面的内容，总体而言xx年的工作内容是多而杂乱，而随着20xx年产品上市，并市场销售工作逐渐步入正轨之后，我的工作重点也应该随之转移到市场销售方面。

具体计划如下：

5、配合不同的促销模式，进行各种促销物品的设计与采购；

6、其他需要技术、市场人员配合的工作。

市场拓展报告 物业市场拓展方案篇八

开发、维护并跟进与客户的日常关系；

提供行之有效的合作方案，推动合作项目的进程；

与公司其他部门协同开发并督促做好交付；

与市场部一起策划并支持各种市场推广或沙龙活动。

二年以上商务拓展经验及良好的开拓精神；

敏感的商业和市场意识；接受在不确定环境下工作；

良好的分析问题及解决问题能力；

良好的沟通能力以及执行力；

优秀的资源整合能力与业务推进能力。