

2023年营销工作报告标题 工作报告标题 锦集(汇总5篇)

“报告”使用范围很广，按照上级部署或工作计划，每完成一项任务，一般都要向上级写报告，反映工作中的基本情况、工作中取得的经验教训、存在的问题以及今后工作设想等，以取得上级领导部门的指导。那么我们该如何写一篇较为完美的报告呢？下面是我给大家整理的报告范文，欢迎大家阅读分享借鉴，希望对大家能够有所帮助。

营销工作报告标题 工作报告标题锦集篇一

工作报告是报告文体中使用频率最高的一种类型，主要用来向上级机关汇报本单位、本部门的工作情况以及经验做法。在工作报告的写作中，各层次标题的拟写不仅是首要环节，而且贯穿成文过程的始，本站小编为大家整理了一些工作报告标题，希望对你有帮助！

各位代表、同志们：

中共厦门市后溪镇第十四次代表大会今天在这里隆重召开。这次大会的主要任务是：以邓小平理论和“三个代表”重要思想为指导，深入学习实践科学发展观，认真学习贯彻党的xx届五中全会精神和市委十届八次、九次全会、区委六届六次、七次全会精神，回顾总结第十三届镇党委的主要工作，研究确定今后五年全镇经济社会发展和党的建设的目标任务，选举产生中共厦门市后溪镇第十四届委员会和纪律检查委员会。

现在，受镇党委委托，我代表中共厦门市后溪镇第十三届委员会向大会做报告，请予审议。

各位代表：

现在，我代表镇人民政府向大会作工作报告，请予审议，并请列席会议的同志提出意见。

一、x4年工作回顾

过去的一年，在县委、县政府的坚强领导下，我们坚持以党的和xx届三中、四中全会精神为指导，全面贯彻落实县委十一届七次、八次全会精神，紧紧围绕“推进产城一体发展，建设生态幸福撮镇”主题，抢抓省级合肥商贸物流开发区筹建契机，攻坚克难求突破，锐意进取促转型，全力化解经济下行压力，较好地完成了县委、县政府年初确定的各项目标任务，实现了经济社会持续稳定发展。

初步统计□x4年共完成财政收入9.01亿元，完成税收5.16亿元；全年完成规上工业产值240.47亿元，同比增长19.99%，占全县规上企业总产值的28.21%；实现农民人均纯收入15000元。

文式标题，姓名+时限+事由+文种名称，如《× 19× 至 19× 试聘期述职报告》《20× 年 × × × 、 × 至 20× 年任商业局长职务的述职报告》 × 。

文章式标题用正题，或正副题配合，如《× 年个人述职报告》《思想政治工作要结合经济 × 、 工作一起抓——× 造纸厂厂长王× 的述职报告》 × × 。

1、思想政治表现、品德素质修养及职业道德。能够认真贯彻党的基本路线方针政策，通过报纸、杂志、书籍积极学习政治理论；遵纪守法，认真学习法律知识；爱岗敬业，具有强烈的责任感和事业心，积极主动认真的学习专业知识，工作态度端正，认真负责。

1. 组织领导力度大，把教育试点作为一项严肃的政治任务来

完成

2. 敢于迎难而上，紧紧抓住大家关注的热点难点问题开展教育

3. 积极适应教育改革的特点，教育形式和方法灵活多样

4. 群众的主体作用明显，广大群众参与教育的热情高

标题的“规格”不统一

1. 贴近工作实际，狠抓了党的创新理论学习

2. 着眼提高素质，加强了基层党的组织建设

4. 坚持科学统筹，完成了年初计划的各项任务

营销工作报告标题 工作报告标题锦集篇二

随着社会一步步向前发展，报告与我们的生活紧密相连，慢慢地会有变化了，而且，实际上，报告根据用途的不同也有着不同的类型。那么，报告到底怎么写才合适呢？下面是小编收集整理的2023银行营销工作报告，欢迎大家借鉴与参考，希望对大家有所帮助。

一、从服务营销开始提着自己的销售生产力。服务营销从了解客户开始，针对自己的岗位，问一问自己，到底有多少不熟悉的客户，针对新客户，通过一些活动，找出未来能为建行邢台分行带来贡献度高的那部分优质客户，积极地向客户经理做好转介。当然老客户更需要积极地经营，通过电话预约、约见客户等，提升产品销售度。

二、营销不能怕拒绝。在实际营销过程中，难免会存在各种各样的难题，也许客户会拒绝我们为其设计的理财规划。这

就涉及到一个问题，那就是我们首先应了解客户，从见到客户的那刻起，我们应保持对客户有足够的好奇心，了解客户的家庭、职业、学历等情况，以便使我们的营销做到有的放矢，从而在很大程度上避免了不必要的拒绝。当然如果客户拒绝了，我们也要做到不抛弃、不放弃，及时的了解客户拒绝的理由，通过和客户交谈，及时的化解客户心中的疑虑，从而及时地促使销售活动的顺利完成。

三、销售金融产品要准备金融工具。我们销售的金融产品都是无形的，也许客户在某种程度上难以接受，如果我们不能很好地解释所销售的产品，那么借助工具销售应该是很好的选择，例如建议客户做基金定投，可以借助于复利表来说服客户，爱因斯坦曾经说过，世界上最伟大的力量不是原子弹，而是复利。相信等客户看完这些数据后，一定会为他内心带来震撼的。

通过此次今后在销售技能提升过程中要取人之长，补己之短，扎实做好客户的服务工作，为建行邢台分行的销售工作作出更大的贡献。

机会参加这样高水平、高规格、超强度、超极限的提升班。在此向领导表示衷心的感谢！

一、态度决定一切，理念产生力量。

去珍惜和努力呢进取向上的态度是提高的根本保障，良好的心态本身就是一笔宝贵的财富。总比别人多付出一点，总比别人多努力一些，总比别人多学习一分，离成功总会近些再近些。这是培训班给我的感受之一。

二、养成良好习惯，体现培训风范。

所谓成功，就是功到自然成。成功就是从不习惯到习惯的过程。所以，良好习惯的养成对成功是至关重要的。一个人的

辉煌，决不是偶然，决不是一朝一夕的事情，而是经过岁月的千锤百炼和人生的坎坎坷坷。而即构成的好习惯，能够陪伴其一生，一流培训的风范，要从培养良好习惯开始。在培训班里有许多细节上的规定，比如，为保证培训效果，请将手机铃声设计为振动或无声状态；课程期间，请严格遵守课程公约。坚持四周整洁卫生，学员不得在休息室以外的公共区域内吸烟；着装整齐讲究，严格履行请假手续等，这些都充分体现了教师们的良苦用心。一支招之即来，来之能战，战之能胜的部队必然是一支习惯良好，纪律严明，作风过硬的部队。培训班全封闭的学习和训练是紧张而又愉快的，大家都以追求竞争、追求卓越、追求挑战的全新精神来投入，整合旧知识，学习新技能是目标，同时，我认为，良好习惯的培养也是不可缺少的资料之一。良好习惯的养成是个漫长而又艰辛的过程，培训班是个很好的提升机会和修正的基地，因为在那里有来自全辖伙伴们的友情提示和无私帮忙，也有各位讲师的严格监督和热忱关心。浓厚的学习氛围和环境，无疑会使学习提高得快些再快些。

三、充实知识教育，提升专业技能。

国内外多家公司的不断入驻，带给我公司全新的机遇，同时也让我们面临更高的挑战。如何加强营销管理，如何迅速有效地拓展市场，如何健全和完善基层管理体系，如何提高营销员队伍的整体素质，如何突破思维有所创新等等一系列的问题已成为摆在我们面前刻不容缓亟待解决的课题。事实和实践证明，仅有经过专业培训和规范教育，提升一线主管的综合素质，从而提高公司营销业务的核心竞争力，才能从根本上保证业务的持续健康稳定发展。从公司的生存和发展的战略高度上讲，充实营销知识教育，提升各险种专业技能的培训，学习和吸收国内外先进的营销和服务理念是本次培训班的核要求，也是我参加本次培训班对自我的根本要求。

培训班的课程由浅入深，深入浅出，能够体会到是经过公司领导和教师认真研究，周到安排和精心设计的。尤其是

对mtp管理才能发展的培训，我真是受益匪浅。经过董栗序讲师的精彩讲演，我深刻意识到了自我在日常管理上的弱点与原则间的差距，在管理技巧和沟通技巧的学习中，弥补管理方面的不足。

竞争的结果无非就是优胜劣汰，市场如战场，要想赢得战争，光有勇气和胆识是不够的。保险营销正处于扬帆启航的大好时期，同时，营销市场也将狼烟四起，烽火连天。作为一名保险基层的管理者，除了自我本身要掌握丰富的知识，持有端正的态度，良好的习惯以外，实用的技巧是必不可少的。而技巧的提升，必须经过很多的实践和演练，最终让市场来检验可行性。

本次培训班虽然课程上已经结束了，但新的征程刚刚开始。我将以从培训班中学到的知识、态度、习惯、技巧等投入到紧张有序的实际工作中去，以持之以恒的精神、认真严谨的作风，立志为中国人保财险的光辉事业奋斗终身！

近几年来“新常态”一词成为经济界的知名词汇，当然它是区别于“旧常态”而出现的，其包含的意思非常丰富，目前的定义版本也较多，这些我们不去过多的探究。村镇银行从无到有、从小到大，经过几年的发展取得了了不起的成绩，大家有目共睹，作为村镇银行人我们感到无尚的自豪和光荣。但是任何事业的发展都不是一帆风顺的，目前我们所面临的营销环境已经发展成为“新常态”，我们唯有主动适应环境的变化，才能以变治变，而不可能让环境去因我们而改变，作为村镇银行的营销工作者应该如何应对和适应新常态呢，下面谈一下个人的几点感想。

首先、营销工作者思想上要主动适应新常态。做任何事情首先要有思想才会有行动，所以第一步要转变思想，就目前国际国内的经济的发展情况看，我们不能盲目乐观，但是也不能过于悲观，必须辩证的认识和适应当下的经济形势，结合国家大政方针和村镇银行坐落的地域特点，因地因时的确定自

身的营销方向和目标客户群，只有倒闭的企业没有倒闭的行业，新常态下机会对每家银行和每个营销人员来说都是均等的，关键看我们如何把握和应对。

第二、营销工作者行动上要主动适应新常态。思想转变了或者说修正完善了就要迅速付诸于行动，新常态下经济发展确实是瞬息万变，机遇稍纵即逝，确定的方案和计划就要紧密实施，并在实施过程中不断完善和改进，从而使结果更加符合我们的预期和目的。

第三、从业务结构上说应该首先稳定存量，同时兼顾增量。新常态下再想实现业务的超常规、跨越式发展可谓难上加难，那么我们就稳扎稳打，步步为营，把前期的业务来个回头看，总结经验，发现并改掉不足，有时候跑步跑的太快可能就会忽略了沿途的风景。增量业务必须有序稳步推进，逆水行舟不进则退，市场是无限的，关键是我们要在正确的时间和空间用正确方法去开发和培养市场。

第四、要用发展的眼光和辩证的思维去解决发展中遇到的困难和问题。新常态下市场营销肯定会遇到这样或那样的问题，有些问题甚至会盘根错节，这就是考验和锻炼我们营销人员的智慧的时候来了，一味的循规蹈矩、畏首畏尾是不符合辩证法思想的，但前提是要有底线和红线思维，底线、红线、顶线是任何时候、任何人不能碰的。

第五、用活用足担保方式。由单一担保方式向综合担保方式方向转变，尤其是扩大抵、质押担保的比例，增加对客户的信用约束机制，创新和丰富担保形式，防患于未然。

第六、村镇银行及营销工作者要牢记“立足县域、服务三农、支持小微”宗旨，扎根村镇，做小做散。面对各种类型的竞争对手，我们的业务规模、产品种类、科技支撑、抗风险能力等等我们都不占优势，因此我们必须细分市场，找准我们的目标客户群，有所为有所不为，经过近三年的乡镇支行工

作经历和学习，我对村镇银行扎根村镇也有了新的认识和感触，县域、三农、小微事业是大有可为的。

经济既然已经进入新常态，那么村镇银行的市场营销工作就必须适应新常态，以变治变，只要我们紧紧围绕全行部署开展工作，全体职工上下一心，攻坚克难，我们的村镇银行事业定会在新常态下实现健康可持续的新发展。

20__年初制定的工作计划，又到了季度总结、思考、改进的时候了。在今年初设定工作计划时，告知自己每日成长一点点、每月改变一点点，希望自己一年中在思想上有所飞跃、学习的态度有所飞跃。

一、20__年第一季度工作总结

1、“基智团”的工作

在费老师的指导下，第一季度的基金销售改革工作取得了实质性的进展。每季度重点基金投资策略报告、每月基金短语评价、基金对账单、季度定投基金投资策略报告、每周基金时事短信发送、基金发行信息短信发送等各项工作都有条不紊地展开。

3月份，在“__基金”销售过程中，做到及早安排、统一学习、互相竞争的局面，最终在本次基金销售中，取得500多万的成绩，排名公司第五名。

2、思考工作中存在的问题，妥善解决

每天下班回到家，安排自己十五分钟的时间，回顾一天工作中的得失，发现工作中的薄弱点，对于存在问题进行思考，自己设法提出可行性方案，次日进行及时解决。

二、20__年第二季度工作计划

1、增强基金客户的服务工作

目前，营业部需要从根本上转变经营模式，转变传统的经纪业务的过度依赖，需要将营业部转变成真正的营销客户中心。那么，我们的服务就是至关重要的了。

每季度举办特色基金投资俱乐部，每次会议都安排一个主题吸引客户前来参加。会议中，我们将以基金投资的实例、分析解决客户对于自己存量基金的疑问，并出具基金短语点评，从而使客户对自己帐户中的基金及时了解，适时采取必要的赎回措施。

每次会议前，必须设计有针对性的调查问卷。会议结束后，必须对调查问卷及时进行梳理，了解客户的内在需求，将客户需求进行登记并予以解决。

自身能够做好的事情做到最好。通过自己的努力，带领营业部的基金销售走出瓶颈。

2、整理基金客户名单，改进基金服务模式

对于个人而言，服务基金客户必须细化手中客户名单。将手中所有客户分为重点客户（资产大经常购买基金）、核心客户（偶尔购买基金）、普通客户（持有套牢基金）。对于重点客户必须每次沟通前打印基金持仓明细，根据营业部的基金短语评论，与客户保持两周一次的电话沟通；对于核心客户，根据营业部的基金短语评论，每月保持一次电话沟通；对于普通客户，将每月的基金短语评论寄送给客户，并每月保持部分客户的沟通工作。

3、注重融资融券的业务学习，发展融资融券的客户

随着券商竞争格局日趋激烈，发展新业务的赢利模式也势在必行。所以，今年融资融券新业务也作为了营业部重点考核

的目标之一。

在每天下午收盘后，利用半个小时的时间对融资融券业务及柜台操作流程进行学习。遇到融资融券开户需求时，掌握实际开户流程，尽快分担开户柜员工的开户压力。6月30日之前，完成两个融资融券客户的开户指标。

作为营业部的一员，必须学习融资融券业务、发展融资融券客户，为营业部的发展作出自己的贡献。

4、团队成员互相支持，携手努力共创佳绩

心中理想的工作环境是团队成员和谐共处、各项业务由成员牵头组织学习并回答员工提出的疑难问题、部门之间互相支持帮助、学习成长热情高涨的集体。

作为营业部的一颗“螺丝钉”，虽然渺小，但是也能够发挥自己的长处。在基金业务学习中，把握基金的特点，找出基金的卖点，安排让“基智团”成员轮流主持学习，对每位成员的研究能力、组织能力、演讲能力都会有所提高。

通过书籍、微博等传媒方式来吸收正面能量，然后在部门员工之间、营业部员工之间起到传播正面力量的导体。

5、完成六月投资分析考试，做到有计划，有安排

6月11日，又是一次证券从业人员考试。我要利用现在起的两个月时间，对学习章节、学习要点按“周”进行划分，每周突出学习重点，把握书中的每一个知识要点，完成章节的练习题，争取在六月完成投资分析的考试。

在信用卡的营销过程中，我觉得以下四个方面是十分重要的。第一，是对产品的把握；第二，是对市场的了解和开拓；第三，与客户面对面的营销；最后，就是申请表格的填写和客户的维

护。

首先是对产品的把握。熟悉产品的各种功能并不代表对产品的把握。刚开始，我拿到资料后的第一感觉是，这么好的产品，一定会有市场，我还准备了很多套说辞，如果客户问我这是什么卡？我就这么说。如果客户问我，你们行的卡有什么特点？我就那么说。可是当我真正面对客户时，他们的问题完全出乎我的意外，已经脱离了信用卡本身的功能。他们根本不会问你信用卡的好处，而是问你，你们的卡收不收年费？或者说我钱包里的信用卡已有好几张了，我不想办了？还有的说你们行的网点少，还钱不方便。说的最多的是，我没有用卡的习惯。这些问题弄的我是措手不及，我开始重新审视这张令我自豪的、非-漂亮的信用卡。到底是我出了问题，还是客户出了问题。最终，我发现忽略了三个细节：一是建行在9月之前，已经覆盖了一遍信用卡市场，我行的信用卡和该行的信用卡有很多的同质性；另外一个就是中国人的消费习惯，量入为出；第三个就是扬州人故有的性格在作怪，明知是好东西，偏偏不办，因为他对你不熟，请人办事要讲人情的。经过一阵时间的思考，我对信用卡的认识开始转变。我们只有站在用户的角度来看问题，才算是真正把握信用卡。信用卡在银行工作人员眼中是可以透支的卡，但在客户眼中，它是什么？是放在身边的一颗定时炸弹，是一个鼓励你用钱的工具，是放在皮夹里的累赘，是用来可以交换人情的砝码等等。

目前的信用卡市场是很不成熟的，没有我们想象的那么完善。我们一味去强调信用卡的透支消费功能，我觉得是一种误导。很多消费者不接受这种理念。所以我营销的时候就说这张卡只是一张应急的卡，当资金周转不灵的时候，你可以用这张卡来救急。这样一说，相当一部分人会认同，他们认同了，就有机会了。营销到了这种程度，那些问什么是信用卡，信用卡有哪些功能的人，反而倒很容易成为卡的用户。就是那些有着让人意想不到的问题的客户，我们只有对症下药了。

信用卡的营销，我们落后于其它行，可以说没有任何经验可

以借鉴，所以需要我们在营销实战中，在和客户的交流沟通中磨练自己的嘴皮子以及和客户打交道的能力。什么是对产品熟悉？就是要大胆走出去，说，不要怕拒绝，拒绝了再总结，再出去跑。产品需要由我们的客户来定义，我们更需要在实践中去把握产品背后隐藏的东西。

3类行业为重点营销对象，第八条《现阶段可接受推广行业的明细分类》规定了15类相关行业，并对信用卡的用户按风险程度不同划分为abcde五类。这样一来我们的营销范围就确定了。其实这个范围和我们原先想象的客户市场是不一样的。我开始认为那些私营企业的老板是我们的客户，但是操作下来一看，不对，信用卡部不仅需要他们提供收入证明，还需要他们提供个人房产证明及其它相关的个人资信证明，即使批下来，信用额度也很低，弄得他们很没面子，同时我的工作量无形当中也增加了许多。所以为了节省时间，提高发卡量，我放弃了私营企业主这一块，开始按照《指引》中的行业对象来划分我的营销目标市场。

由于时间有限，我做了三个阶段的准备。第一个阶段是用一个半月的时间来主攻公务员市场，因为这一块手续简单，批准率高。第二个阶段用十天的时间来向相关企业推广。第三阶段，收尾，看看还有什么没有营销到的地方。有了计划以后，我的任务就变得十分清晰了。要做的是怎样一块一块地吃掉。我采用的方法是先从有熟人的单位开始。我把所有的朋友名单拿出来，开始搜寻政府公务员、教师、医生，然后逐个打电话，通过他们来帮助我营销。这一块是有保证的。因为是朋友帮忙，所以操作起来十分方便，我把相关的要素告诉他们，其余的宣传工作就由他们来做了。这里有一个细节，就是填表一定要简化。比如身份证上很多要素都有了，你就不要别人再填写姓名，身份证号码了。

熟人做完了，就开始做他们介绍过来的重点客户，这一块做起来相对复杂一些，因为交情不深，要靠嘴皮子了，同时也需要一点技巧。例如，我办了一个局机关的团办卡，团办对

于我们来说最省事，但是很重要的一点，你要找对办事的人。你去找财务科，他们会说每个人已经办过其它行的卡了，你去找办公室，人家会说，单位人多嘴杂，别人还以为收了银行什么好处。对于这一种情况，我们要有思想准备，团办并不代表每个人都办，除非是单位的行政命令，否则别人有权拒绝。所以我首先办公室物色了一个人缘较好的人，然后通过他，先给局长办好了，这时候，千万不要指望他就能帮助你完成，他没有这个义务，于是我就和他一个一个办公室的跑。拿着局长已经填好的东西有意的给他们看，这些人一看，局长办过了，我也办一张算了。营销就是这样一味的去强调产品的好处是没有用的。别人就是不信任你，你还真的办不起来。

第二阶段就是一些企业单位。先挑一些有特色的单位，比如有事业单位背景的企业，如广播电视中心，注册资金较高的，和我们行有业务往来的，对于信用卡用卡环境有帮助的，例如，青年旅行社，可以用信用卡购机票。总之，并不是所有的企业都可以作为发卡对象，在时间有限的情况下，我只有先从最有把握的开始。

第三阶段，就是扫尾，主要是零星的办了一些个人的卡。通过三个阶段的工作，完成了三百多张卡，公务员占了80%，所以批准率较高。有特色企业，也基本获批了。

在市场的开拓中，我感受最深的是关系营销的作用太重要了。有的人认为，我的客户资源太少了，怎么办？其实，机会就在每个人的身边，你的亲戚、同学、朋友，客户都是你的目标，营销就是要脸皮厚。

些问题有所准备。回答时要充满自信，产品好坏全在我们的嘴上。在所有的这些问题当中，我们会把限制条件当成客户的拒绝理由。比如，第五条，网点少是我们的劣势，但是这只是办卡的限制条件，并不能作为客户抗拒理由。我们完全可以有三点理由来回应。一是，我行的自助银行正在加快发

展;二是,我们即将实行借记卡自动还款功能;三、刷卡后不是要你第二天就来还钱,在56天当中你随时抽个空来还就行。把限制条件解释清楚,客户绝的理由就少一些。同样第四条,客户的卡实在太多,不想再办了。我通-会先问他,其它行的卡什么时候办的?额度是多少?有没有担保人?国内外是否通用?免息期多长?购物是否有积分?先确定客户手中的卡是不是信用卡,同时把事先准备好的几张信用卡卡样拿出来,再适时介绍手机短信服务,保险服务,医疗服务等特色功能。我们要想方设法的很自然的让客户感受到信用卡的特别之处。在与客户交流的过程中,一定要有一个良好的心态,如果客户实在为难,赶紧把目标移到下一家。

最后一点是就申请表格的填写和客户的维护。我们做了大量的前期工作,到了最后千万不要因为填写表格不规范而导致被拒绝,那是一件很伤心的事。首先是填写表格。我只让客户填写(1)家庭住址、电话;(2)工作单位地址、电话、职务;(3)直系亲属和朋友;(4)签名。其余的我都自己帮他们填。一来,让客户省去了许多填表的麻烦,二来,填写过程就是审核的过程,可以发现很多漏洞。三来,可以让表格相对工整一些,有的客户填完后,在写错的地方就乱涂一笔。其实,卡部的人在审核的时候同高考阅卷一样,卷面整洁无形中就有印象分,所以在错的地方,我们就可以用涂改液修饰一下。我们有很多同事把审核的工作,都交给零售部的相关同志去做,自己就不问了,这样肯定是不行的。我举个例子。有一次我地税局的朋友拿来十张表格,我在帮他们填写表格的时候发现,他们留的家庭电话都是单位号码。这就麻烦了。因为家庭电话号码一般是信用卡的查询密码,基本上每个人是不同的,于是我就一个一个打电话问。如果,我忽视了这一细节,也许我又做了十个无用功。另外,表格中错误率较高的就是最后一栏,联系人资料。以我的经验,这一栏一定要写,特别是直系亲属。朋友一栏可放松要求,你可以写自己的名字,也可以写其同事的'名字。

其次是,客户提供的相关资料。我想重点说一下人事收入证

明。其中有一个关键点，就是职位的细节。因为在信用卡销售指引中，职位稳定的员工获批率是比较高的。有的同事在营销过程中，看到对方的职位不是很好，就产生了一个想法，这种人肯定批不下来。在这里我想说一说我自己的经验。拿一个单位来说，就是扬州青年旅行社。应该来说，导游的获批的率是很低的，因为他们的工作不稳定。但是反过来，导游不能365天天天带团，不带团的时候，他要负责计划调度，也要负责相关的文书的工作，于是我就让他们在工作职位一栏写上计调，文员。与此同时，还写了一份情况说明，交待了此单位在扬州的地位以及将要和我行展开的合作，希望能提高信用额度。作为营销员，你要让信用卡中心的审核人员认为，这个单位是非发不可的。

第三，就是客户的维护。就是所谓的售后服务。这个工作，就是在申请表寄出以后，一定要打电话给客户，问问卡有没有拿到，用的如何，有什么不明白的地方，感谢他们对中信工作的支持，其实这样做的目的很简单，希望他们再介绍一些客户给我们，同时联络感情，发掘一批优质客户，为以后的银行业务做准备。

的结果，他们在信用卡的营销过程中也付出了相当大的努力。我想在目前的社会状况下，信用卡的营销很有挑战性。每个人有各自的营销理念，如果大家能够自动自发，并且经-互相交流经验的话，我相信20__年我行的信用卡任务一定能够完成。

营销工作报告标题 工作报告标题锦集篇三

实习目的：通过生产实习了解造纸工业和企业生产营销情况，在这个基础上把所学的商务专业理论知识与实践紧密结合起来，培养实际工作能力与分析能力，以达到学以致用目的。

实习时间：20____.1.20 ---- 20____.2.21

实习地点：乐昌市造纸厂

总结报告：

为期1个月的实习结束了，我在这一个月的实习中学到了很多在课堂上根本就学不到的知识,受益非浅。现在我就对这一个月的工作做一个小结。

首先介绍一下我的实习单位：乐昌市造纸厂。该厂位于乐昌市河南镇武江河畔是一间地方国营企业，主要生产卫生纸、瓦楞纸等产品，产品主要销往粤北、湘、赣南和珠江三角洲地区，年产量可达六、七千吨，产值一千多万元。该厂产品曾多次在省级、部级的评比中获奖，深受广大消费者和用户青睐。

自元月20日起，在一个月的工作中我参加了该厂的供销实习工作。实习可以分为两个阶段。第一阶段该厂领导安排我在厂的供应室工作，主要是组织收购原材料。通过对这一阶段的工作使我知道了一般造纸的原理。造纸生产分为纸浆和造纸两个基本过程。制浆就是用机械的方法、化学的方法或者两者相结合的方法把植物纤维原料离解变成本色纸浆或漂白纸浆。造纸则是把悬浮在水中的纸浆纤维，经过各种加工结合成合乎各种要求的纸页。我负责收购的原材料是纸皮。把从附近城乡收购到的纸皮再经过车间用机械打碎成浆，高温蒸煮等加工程序后制成卫生纸。不要小看这只是简简单单的购买纸皮，其中还真有学问。以前只是会卖纸皮，现在可要买纸皮了，而且还是大批大批的买入。这里就要把自己在学校学到的诸如商品学、经济数学、统计学和会计学等知识和实践结合起来用在里面。例如：为了降低成本必须要以一个较低的价格买入原材料，那就要了解，分析市场上的收购价格，作好记录，而且要兼顾长期联系的老顾客、运费等因素，最后购买了还要作好验货、入仓等工作。其中更有些是课本学不到的经验，就像是买纸皮时要注意纸皮的湿度，湿度大的纸皮就越重，价钱就越高，有些纸皮商就是从中获利不少。

虽然在供销室实习只有两周但相信这对我今后工作尤其在供销方面有了一个很好的开始！

接下来的第二阶段我被安排到销售室工作。为该厂联系销售业务，推销该厂的主要产品：卫生纸和瓦楞纸。虽然我学的专业更适合推销，但实际上这并不是件好差事。对于我这个丝毫没有实际工作经验又没有业务联系初出茅庐的人来说推销一种商品确实很难的。所以刚开始那两天真的无从下手，只能跟着单位的同事跑那些有业务联系的老顾客去学学看看。通过一个星期的学习观察和老同事的分析我总结了一下：该厂瓦楞纸主要是销往珠江三角洲地区，在我们粤北地区确实市场不大，而且自己工作时间短，经验少，又没有很广的交际面，与其推销瓦楞纸和卫生纸两种产品而分散力量倒不如集中力量推销在粤北地区也很大市场的卫生纸。

“皇天不负有心人”通过努力我终于在最后一个星期里做成了两挡生意。虽然有一挡是推销到自己亲戚的门市部那里但生意成功总是值得高兴。另外一挡就是自己努力的结果更值得骄傲。这挡生意是一间零售商店。为了这挡生意我做了很多功夫：背熟资料，市场调查，打听该店实际情况，总结前几次失败原因等等。通过这两个星期的推销实习使我深深明白到推销的重要性和搞推销是一件很辛苦的事，根本不是读书时想象的那样简单。同样也使我深刻体会到在学校学好专业知识固然很重要，但更重要的是把学到的知识灵活运用到实践中去。

在为期1个月的实习里，我象一个真正的员工一样拥有自己的工作卡，感觉自己已经不是一个学生了，每天7点起床，然后象个真正的上班族一样上班。实习过程中遵守该厂的各项制度，虚心向有经验的同事学习，一个月的实习使我懂得了很多以前不知道的东西，对乐昌市造纸厂也有了更深的了解，通过了解也发现了该厂存在一些问题：（1）由于受市场影响的客观因素和主观努力不够，产品质量不够稳定，使销售工作陷入被动，直接影响工厂生产的正常运转；（2）销售业务

工作管理还不够完善，资金回笼有时不够及时，直接影响工厂的正常运转；（3）市场信息反馈较慢，对发展新客户的工作作得不够细。

if you can dream it,you can make it!

最后衷心感谢乐昌造纸厂给我提供实习机会！

营销工作报告标题 工作报告标题锦集篇四

我是一名学习市场营销专业的20xx届毕业生，在今年12月25日很有幸被金星啤酒集团录用，成为一名实习业务员，经过培训合格后，我进入了河南金星啤酒销售总公司；于是我被派往豫东的太康销售分公司，我从基层的访销员，实习业务员做起，时至今日已有三个月了。

在这段时间里，我不仅学到了很多在书本中学不到的营销知识，也让我个人更加的成熟和坚强；在实习工作中，当我遇到工作中的困难时，曾夜不能寐的思考解决方法，因为我始终相信方法总比困难多；在具体的市场上，曾受到无数次的拒绝和嘲讽，有多少次在深夜里独自一个人哭泣，有多少次已经决定卷铺盖离开；可是第二天又早早的投入到了新的工作当中，因为我始终相信：生命在于坚持，我可以接受失败，但我却拒绝放弃！

就这样，一个月，两个月过去了，我坚持了下来；如今的我已经变的老练和成熟了，在工作中积极向上，善于发现问题，并及时的解决，曾多次受到主管经理和副总的表扬；在具体的市场上，能很好的处理同客户的关系，同时维护好同终端的客情关系，从而让我感受到了营销给我带来的乐趣！

首先，我介绍一下所在市场的基本情况，我所在的太康市场是豫东深度分销的楷模，实行的是大客户与小客户相结合的

乡镇代理体制，除了县城的几位大客户外，在每一个乡镇设一个一级经销商，是完全的市场精耕。

其次，我很有幸能够参加20xx年啤酒大战，感受啤酒营销，在我们区域市场的主要竞争对手是流通领域的维雪啤酒，餐饮渠道的雪花啤酒，当然了还有其他品牌的啤酒，如青岛啤酒，燕京啤酒等等。

在抢占市场的时刻，在流通领域里铺货时，作为总公司的主打产品金星新一代的促销政策是10带2加升的大豆油，展示两个月，27元/箱；维雪20带3，28元/箱；雪花10带2，28元/箱；竞争是相当的激烈。在县城的每一个终端店都是必争之地，各个厂家都在抢，真是一场没有硝烟的战争！

在餐饮领域的竞争，更是在比拼实力，都在买店，你出3000，我出5000，经过较量我们金星买断了大部分饭店，但也付出了沉重的代价，花费了将近200万买店费！

时止今天，我的实习期已经结束了，在这三个月当中，我付出了很多的辛劳，同时也收获了硕果；由于我在这段时间里表现出色，已成为集团公司的一名正式销售人员，享受国家统筹及优厚的薪酬待遇。

最后，感谢我的母校——河南商业高等专科学校，一直以来对我的培养，感谢市场营销系全体老师传授给我的营销知识，感谢三年以来教育过我的所有老师！学生在此向你们敬礼了，你们辛苦了！

感谢当初录用我的集团人力资源总部的段部长和唐部长，同时再次感谢营销部长唐文广先生对我营销知识的指导和教诲！

感谢销售总公司张占波副总对我的关心，感谢主管孙经理对我的培养，感谢太康销售分公司我的同事们一直以来对我的关照，再次向你们致谢！

为期一个星期的实习结束了，我在这一个星期的实习中学到了很多在课堂上根本就学不到的知识，受益匪浅。现在我就对这一个星期的实习做一个工作小结。首先介绍一下我的实习单位□xxx啤酒，1998年2月成立，注册资金亿，啤酒（中国）有限公司在各生产工厂实施了一系列的产品、品牌标准。同时，制定了雪花啤酒系列产品相关的工艺配方、酿造标准、包装标准等工艺技术标准。生产车间分为，糖化车间，发酵车间，检验中心，包一车间，包二车间，污水除理。检验中心人工作人员定期到包装车间检验啤酒的各项指标，以确保生产的啤酒合格，达到指标□xx啤酒的生产设备全国统一，工艺和质量控制标准全国统一，各地技术人员接受国外酿酒技术专业培培训，从而保证了xx的品质如一□xx啤酒多次被国家质量监督检验检疫总局正式认定为“中国名牌”产品。

if you can dream it,you can make it!

最后衷心感谢xxx啤酒给我们提供实习机会！

营销工作报告标题 工作报告标题锦集篇五

采用公文式标题，补充说明单位、时限、内容等。

总结的标题最常见的是由单位名称、时间、主要内容、文种组成，如《××市财政局1999年工作总结》、《××厂2000年上半年工作总结》。

技术工作总结

采用公文式标题，补充说明单位、时限、内容等。

总结的标题最常见的是由单位名称、时间、主要内容、文种组成，如《××市财政局1999年工作总结》、《××厂2000年上半年工作总结》。

技术工作总结

采用公文式标题，补充说明单位、时限、内容等。

总结的标题最常见的是由单位名称、时间、主要内容、文种组成，如《××市财政局1999年工作总结》、《××厂2000年上半年工作总结》。

有的总结标题中不出现单位名称，如《创先争优活动总结》、《1999年教学工作总结》。有的总结标题只是内容的概括，并不标明“总结”字样，但一看内容就知道是总结，如《一年来的谈判及前途》等。还有的总结采用双标题。正标题点明文章的主旨或重心，副标题具体说明文章的内容和文种，如《构建农民进入市场的新机制——运城麦棉产区发展农村经济的实践与总结》、《加强 医德修养树立医疗新风——南方医院惠侨科精神文明建设的经验》。

技术工作总结

采用公文式标题，补充说明单位、时限、内容等。

总结的标题最常见的是由单位名称、时间、主要内容、文种组成，如《××市财政局1999年工作总结》、《××厂2000年上半年工作总结》。

有的总结标题中不出现单位名称，如《创先争优活动总结》、《1999年教学工作总结》。有的总结标题只是内容的概括，并不标明“总结”字样，但一看内容就知道是总结，如《一年来的谈判及前途》等。还有的总结采用双标题。正标题点明文章的主旨或重心，副标题具体说明文章的内容和文种，如《构建农民进入市场的新机制——运城麦棉产区发展农村经济的实践与总结》、《加强 医德修养树立医疗新风——南方医院惠侨科精神文明建设的经验》。

c.经济下行压力减弱 d.经济运行处于合理区间 2. 2014年我国经济社会发展总体平稳，稳中有进。下列关于2014年我国经济社会发展状况，表述错误的是（）。

a.中西部地区经济增速快于东部地区

b.能耗强度下降4.8%，是近年来最大降幅

c.农村居民人均可支配收入实际增长9.2%，与城镇居民收入增长持平

d.国内生产总值达到63.6万亿元，比上年增长7.4%，在世界主要经济体中名列前茅 3. 2014年面对经济下行压力加大态势，我们继续创新宏观调控思路和方式，实行（），激活力、补短板、强实体。

a.总量调控 b.定向调控 c.结构调控 d.区间调控 4. 2014年我们向（）要动力，向（）要助力，向（）要潜力，既扩大市场需求，又增加有效供给，努力做到结构调优而不失速。

a.调结构、惠民生、促改革 b.促改革、惠民生、调结构 c.调结构、促改革、惠民生 d.促改革、调结构、惠民生 5. 下列对2014年我国取得的科研成果，表述错误的是（）。

7. 2015年政府工作的总体要求是要主动适应和引领经济发展新常态，坚持稳中求进工作总基调，保持经济运行在合理区间，着力提高经济发展质量和效益，把（）放到更加重要位置，狠抓改革攻坚，突出（），强化（），加强民生保障，处理好改革发展稳定关系，全面推进社会主义经济建设、政治建设、文化建设、社会建设、生态文明建设，促进经济平稳健康发展和社会和谐稳定。

d.二氧化硫、氮氧化物排放要分别减少3%左右和5%左右

10. 2015年政府工作报告指出，以（ ）支撑宏观稳定，以（ ）带动需求扩大，以（ ）促进总量平衡，确保经济运行在合理区间。

c.推动经济在稳定增长中优化结构d.增加对新兴产业的补贴和支持 12. 2015年政府工作报告指出，要围绕（ ）推进金融改革。

c.建筑业和流通业d.服务业和一般制造业

c.普遍备案、有限核准d.有限备案、普遍核准

21. 2015年政府工作报告指出，要坚持以人为核心，以（ ）为着力点，发挥好城镇化对现代化的支撑作用。

c.使用权性质的保障房d.实物保障与货币补贴并举

23. 2015年政府工作报告指出，推进新型城镇化，要建立财政转移支付与（ ）挂钩机制，合理分担农民工市民化成本。

27. 李克强总理在2015年政府工作报告中指出，要以（ ）推动科技创新□a.人才培养b.体制创新c.管理创新d.增加投入 28. 提高创新效率重在（ ）。

c.全面建成小康社会d.实现民族团结和社会稳定 30. 2015年政府工作报告指出，要加强社会保障和增加居民收入。在县以下机关建立公务员职务和（ ）并行制度。

a.职级b.能力c.职责d.职权

32. 腐败现象的一个共同特征就是权力寻租，要以（ ）瘦身为（ ）强身，紧紧扎住制度围栏，坚决打掉寻租空间，努力铲除腐败土壤。

c.建设巩固的国防和强大的军队d.国家政治制度和社会大局的稳定

34. 2015年政府工作报告指出，要继续实行（）和普遍性降费，进一步减轻企业特别是小微企业负担。

a.全面减税b.结构性减税c.大规模减税d.增减适度的税负调整
35. 2015年政府工作报告指出，要大力发展（），增设国家自主创新示范区，办好国家高新区，发挥集聚创新要素的领头羊作用。

4. 2015年政府工作报告指出，我国经济发展进入新常态，正处在爬坡过坎的关口，（）是“拦路虎”。

a.腐败b.环境问题c.结构性矛盾d.体制机制弊端

c.加快转变经济发展方式，实现有质量有效益可持续的发展

这部分是总结的主体，在第一部分概述情况之后展开分述。有的用小标题分别阐明成绩与问题、做法与体会或者成绩与缺点。如果不是这样，就无法让人抓住要领。专题性的总结，也可以提炼出几条经验，以起到醒目、明了。

这是总结的结尾部分。它是在上一部分总结出经验教训之后，根据已经取得的成绩和新形势、新任务的要求，提出今后的设法、打算，成为新一年制订计划的依据。内容包括应如何发扬成绩，克服存在问题及明确今后的努力方向。也可以展望未来，得出新的奋斗目标。

一辈子活得就是这一颗人心！

但是善良，要有个度，因为总有人利用你的善良伤害你。

人善，人欺，天不欺；人好，心好，有好报

为人行善，你把善良给对了人，别人就会对你感恩；
为人行善，你把善良给错了人，那么别人就会让你寒心。
真心待人，你把心软给对了人，别人会感谢你情深意重；
真心待人，你把心软给错了人，那就会让你痛心疾首。
心软做人，你把宽容给对了人，别人会对你热忱款待；
心软做人，你把宽容给错了人，别人就会让你窝心难受。

人善，人欺，天不欺；人好，心好，有好报
如果遇到得寸进尺的人，那么就会更近一步。

如果遇到没良心的人，他就会卸磨杀驴。

人善，人欺，天不欺；人好，心好，有好报

现实这么的残酷，别想拿什么装无辜。

改变不了的事就别太在意，太在意只会让自己更伤心，留不住的人就试着学会放弃，强行留下，也是留下人，却留不住心，受了伤的心就尽力自愈，没有人会替你治疗，活在世上，除了生死，都是小事，别为难自己。

04、淑女就是未进化的比卡丘。绅士就是披着羊毛的狼。

想在朋友圈文雅地爆粗，这些句子最适合不过了

05、世界上的脑残这么多，可是你却成了其中的佼佼者。

06、谢你抢了我对象，让我知道他是人模狗样。

07、生下来的人没有怕死的，怕死的都没生下来，所以谁都别装横！

08、我的心就算是驴肝肺，也足以喂饱一条狗的胃了。

想在朋友圈文雅地爆粗，这些句子最适合不过了

09、勃起不是万能的，但不能勃起却是万万都不能的！

10、过去一直喜欢她的胸怀宽广，其实那也无非是一片飞机场！

11、长得真有创意，活得真有勇气！

12、大哥，把你脸上的分辨率调低点好吗？

想在朋友圈文雅地爆粗，这些句子最适合不过了

13、谁骂我傻b我跟谁好，我就喜欢和2b交朋友。

14、你若废我现在，我必废你将来。

15、承诺，就像放屁，当时惊天动地，过后苍白无力。

排在第一的是工作群，缓存1.1g

这个群刚组建的时候，大家聊得很热乎。办公室里压抑的焦虑，都在这里得到了释放。可是自从有领导进群后，大家就开始有点忌惮，真正扯闲篇的越来越少。群里的内容，要么是组织活动时，大家言不由衷的狂欢；要么是领导发话的时候，大家无精打采的应付。其余时间，冷清僻静。

群里真正占空间的都是同事们传的一些共享模板，集体活动照片和公司精神文件。虽然都是一些空而无用的东西，但在

需要它们的时候，找起来很头疼。

思考良久，觉得还是算了，有点危险，这个不能删。

排在第二的是女朋友，缓存825m

我是在一次聚会时要到她微信的。刚开始聊天的时候，我们都很谨慎，每一句话都是小心翼翼。由段子和查户口式的问答组成的聊天内容，记录了我们从开始到熟悉的全过程。从某一句话开始，我们聊得越来越投机，也悄然地走进了彼此的内心。一个深夜，我向她表白。过了许久，她答应了我。我现在还能想起那个激动得睡不着的夜晚。

谈恋爱以来，我们几乎每天都有聊天。刚开始是从早聊到晚，彼此都充满了新鲜感。我们聊生活，聊工作，谈梦想，谈人生，忆童年，似乎总有聊不完的话题。后来我们住到了一起，每天都可以见面了，聊的内容精简到“回不回来吃饭”和“你死哪去了”。虽然我们现在聊天的话题越来越少，但是它像一本字典，记录着我们第一次聊天、第一次约会、第一次表白、第一次见父母、第一次吵架等的时间。哪一天她质问我某一个重要的日子，我还有这样一数据库来备查，不至于会死得太难看。

显然，这个是救命法宝，千万不能删。

再往后的都是好朋友，缓存200~300m不等

有的是同学，有的是生活中认识的。我们无话不谈，都是借钱时说一声，马上支付宝就能弹出收款信息的朋友。平常相互喊一声，就可以出来吃肉喝酒。有话我们一般都在夜宵桌上讲，很少会在微信上腻歪。

所以，这些都是百宝箱，最好也不删。

排在第十的老妈，缓存82m

我完全想不到老妈竟然给我发过这么多消息，明明我教会她玩微信还不到半年。平常我们基本都不用微信聊天，有事情都是打电话。现在想想，我们连电话都打得很少，一个月也就那么两次吧。

可这82m的内容究竟是什么呢？它就像一个黑匣子，记着一段故事。而我就像一个失忆者，印象里没有半点头绪。

我突然想起三个月前，老妈给我发过养生文章。一天三四条，内容都是《上班族千万不要吃它，太可怕了！》或者《绿豆才是治脊椎的灵丹妙药》之类。我觉得这些太幼稚太无聊了，当时果断给她的消息设置了防干扰，换来了几个月的清静。所以，如今让我去想老妈究竟发过什么，大脑里是一片空白。

不用想，这82m无非都是一些朋友圈谣言。这个可以删！

当我刚准备去点的时候，手机用完最后1%的电，关机了。

充了电重新开机后，微信可以直接打开。反正没事干，我点开老妈的窗口，往上翻，从第一条消息看起。

半年前，老妈给我发了第一条微信，只有两个字，叫的是我小名。那是在过年的时候，我教她玩微信，教她打字，她在窗口折腾了七八分钟，才打出我的名字。还是我帮她点的发送。

第二条消息是在今年三月份。那时候我已经离开家，出来上班了。内容依然是我的小名。距离我教她发第一条消息已经过去一个多月了。她竟然没有打错，实在难得！当时我给她回了一个笑脸。

第三条和第四条发的都是语音。显示的状态竟然都是红色的

未听消息，一看时间都是上午的上班时间。怪不得那一阵，老妈打电话问我是不是上班很忙，我说没有啊。他们不信。原来她是根据这个推断的。

后来发的消息又变成简短的文字消息了。比如“吃饭没”，“睡了？”“下班没？”之类的。文字简单，是她能够独立完成的内容，而且又不会吵到我。

但是，我都没有回复她！

持续了好多天，她开始转发朋友圈的养生文章给我。各种针对上班族调养的“神奇秘方”，都是她特地为我搜集的。我也是从那之后，开始设置她的消息免打扰了。她满心热忱地把一些好东西发给我，而我一条都没有点开过。

记得那段时间她还打电话问我，她的手机是不是坏了？

我吧啦吧啦地把常见的几个问题又向她重申了一遍，却不知道她这次可能想问我的是：为什么她给我发消息，总得不到回应。

老妈连续给我发了两个月的链接后，开始给我发照片了。最开始拍的是家里的现状，窗外的街景，后来拍我小时候的相册，我以前的玩具。我仿佛看到她忙完家务，无聊拿着手机拍来拍去的情景。她满心欢喜地把照片发给我，可是都像发进了一个黑洞，得不到我的一点反馈。

老妈以前不会发信息，只会跟我打电话，可我每回都跟她讲不了几句。后来她听说年轻人喜欢聊微信，就叫我教她。我虽然教了她微信，但却设置了免打扰，活生生地把微信变成了一个留言箱。

当微信存储空间不足的时候，我第一个想要清除的，就是这个我几个月未曾打开过的留言箱。如果不是因为手机没电关

机，我可能永远都看不到这些内容。翻完这半年的聊天记录后，我已经泪流满面。

我曾经在网上看过一个地震幸存者写的一段话：

最后一条是妈妈发给我的。接收时间2008年5月12日18点52分07秒：强娃子，你要听话哈，妈挺不住了。这两个我生命中最重要女人，从此再也没见到过。

我已经买了20个全新的诺基亚1208，作为我第一个手机配件的供应。我能把这个手机拆卸成零件再组装上去。我要在有生之年都要这个手机能开机看到这两条短信。

当时我看了后很感动。灾难让他与母亲永远地告别了，一条短信是他们间唯一的联系。他苦苦守护着今生最贵重的东西。而我，却差点随手删掉了。我曾有很多和老妈聊天的机会，却一点都不知道珍惜。