

# 2023年二级市场业务内容 市场工作计划 (汇总10篇)

时间流逝得如此之快，我们的工作又迈入新的阶段，请一起努力，写一份计划吧。我们该怎么拟定计划呢？以下我给大家整理了一些优质的计划书范文，希望对大家能够有所帮助。

## 二级市场业务内容 市场工作计划篇一

20xx年以来，区文化市场管理执法局在区委、区政府正确领导下，在上级业务主管部门大力支持和指导下，认真学习和领会党的十八届四中、五中全会精神，深入开展“三严三实”教育活动和结亲连心活动，扎实推进行政执法规范化建设，努力推动全区文化市场管理工作上水平、上台阶，连续第五年被评为全省“扫黄打非”工作先进单位。不断强化自身建设，紧紧围绕文化市场安全稳定和繁荣发展的目标，为全区经济社会发展营造健康、和谐、文明、向上的社会文化氛围。

### 一、20xx年的工作亮点

#### (一) 区网吧转型升级工作经验在全省推广

区依法设立的网吧共有261家，拥有电脑设备2.2万多台，资产总额约7500万元，提供就业岗位1000余个。顶峰时期，一套许可手续被“黑市”炒到15万元。但是，随着社会和科技的不断发展，网吧的发展逐渐走入了瓶颈。

近年来，我局始终鼓励网吧业主积极探索发展新路，一些起步早、有实力的网吧先后到经济发达地区学习经验，将“网咖”这一崭新经营模式引入了区。

20xx年8月，区第一家网咖“诞生”，不论是场所装修、设备

配置，还是经营种类、员工素质，都比以往有了质的提高，实现了脱胎换骨的突破。通过我局的大力宣传、引导和改进，又有20多家实力雄厚的传统网吧陆续进行了升级，大幅提升了全区网吧行业的档次和规模。

20xx年初[]xx市文化市场管理执法局邀请市、区两级党委政府的分管领导，对我区网吧行业进行了专题调研，并在全市文化执法局长会议上，重点介绍了区的工作经验。4月2日，全省文化市场工作暨互联网上网服务行业转型升级现场会在柳青街道召开，省文化厅和xx市、区的分管领导及全省、全市文化执法局局长参加了会议。会前，与会人员统一参观了我区网吧转型升级现场，省厅领导给予了高度评价，在全省推广了我们的工作经验。

## （二）扎实做好了市局下放行政审批事项的承接工作

根据省、市关于深化行政审批制度改革和转变政府职能的部署要求，结合全区实际，研究制定了《做好省市下放行政审批项目承接工作的实施意见》，确保即接即办，提高工作效率，规范审批流程，真正将“便民、服务、高效”原则落在实处。

在具体工作中，我们按照省、市关于调整下放行政审批事项的规定，制定具体配套措施，认真做好相关科室、人员的培训和衔接工作。健全信息公开制度，公开行政审批事项、法规依据、承办科室、承办人员、工作流程、报备材料、办结时限和审批结果，自觉接受社会监督。

在行政审批领导小组的领导下，严把准入资质，规范审批行为，不私设门槛，不搭车收费，第一时间将审批事项录入文化市场技术监管与服务平台，接受上级部门的监督。

## （三）与甘肃省xx市xx区结成业务帮扶对子

近年来，我局的文化市场综合管理和执法工作，取得了一些成绩，得到了省、市、区各级领导的一致肯定，也被社会公众积极认可，更有一些工作经验在全国文化执法系统中得以推广。

今年10月下旬，我们根据《山东、甘肃文化市场综合执法能力提升三年（20xx-20xx）行动计划方案》及《山东临沂-甘肃武威文化市场综合执法对口交流合作协议书》的要求，同xx市xx区结成对口交流对子，开展了协作交流活动。10月19日-23日，在市局的带领下，远赴甘肃，面对面向xx市执法人员进行业务培训、开展业务交流，并向xx区文化执法部门捐赠了部分执法设备，得到了甘肃武威文化执法系统的高度评价和一致认可。

## 二、今年以来的主要工作情况

### （一）以“三严三实”教育活动为核心，牢固树立群众思想

“三严三实”教育活动和着力解决基层干部不作为、乱作为等损害群众利益的问题，以及“结亲连心”活动，是全年政治生活的重中之重。为做好这几项工作，我局成立了专门领导小组，抽调政治强、水平高的同志组建具体工作机构，印发工作方案，确保了各项活动开展的有声有色、富有成效。

一是深刻领会“三严三实”教育的深远意义。4月29日，我局举办专题党课，局党组书记从多个层面阐明了开展“三严三实”教育的极端重要性，深刻分析了全局工作中存在的问题和差距，并对下一步工作提出了具体要求。

二是牢固树立全心全意服务群众的大局思想。我局以高度的政治责任感和使命感，深入开展“结亲连心”活动，迅速与所包社区的群众进行对接，按照“所有联系户全覆盖、重点联系户无遗漏”的原则，通过面对面交流、电话沟通联系等方式，听民意、排民忧、解民怨，切实做到想群众之所想，

急群众之所急，为群众办实事。

三是下大力气解决不作为、乱作为等突出问题。依照市委、区委的统一部署，本着以问题为导向，教育惩处并重，标本兼治的原则，利用两个月的时间，在全局开展“不作为、乱作为、贪腐谋私和执法不公”突出问题的深刻查摆和教育整改活动。为此，我们成立了领导小组，制定了工作方案，明确了任务重点，力求通过这次活动，开创“主动作为、廉而又勤，干在实处、奋勇争先”的良好局面。

## （二）不断强化制度保障，切实抓好党风廉政建设

根据区委的统一部署，区纪委第五巡查组于4月8日至28日，对我局进行了严肃、认真、细致的巡查。依照巡查中发现的问题和不足，局党组研究制定了《整改工作方案》，拿出了切实可行的整改措施，使我局的党风廉政建设工作迈上了新台阶。

首先是抓好学习教育。局党组率先垂范，建立完善政治理论学习制度，带领全局党员干部深刻领会中央领导同志的一系列重要讲话精神，重点学习新颁布的《中国共产党廉洁自律准则》和《中国共产党纪律处分条例》，切实提高了思想认识，真正筑牢了党员干部反腐倡廉的思想防线。

其次是抓好责任落实。局党组坚持定期召开会议，专题研究部署党风廉政建设工作。狠抓“一岗双责”的执行和落实，明确班子成员要业务、党建、廉政一手抓，在全局形成了“一把手负总责、分管领导各负其责、谁主管谁负责”的工作格局，有效确保了党风廉政建设工作真正落到实处。

第三是抓好“三重一大”事项。严格规范“三重一大”事项的决策程序，形成了运转有序、行之有效的工作运行体系。10月12日，局党组经过充分酝酿，对部分科室、中队人员的工作岗位和职务进行了调整，以文件的形式向全局公布

调整决定，并依据相关程序，向区纪委、区委组织部进行了汇报和备案。为进一步端正工作态度，严肃工作纪律，促进举报案件的查处工作，设立了督察室，充分发挥巡查督查机制，有力地纠正了工作中的问题和不足，为建设一支作风优良、素质过硬、业务精湛的文化执法队伍提供了有力保障。

第四是抓好制度建设。以文件的形式，制定下发了20xx年度《党风廉政建设主要任务》《党风廉政建设工作任务分解方案》和《党风廉政建设和反腐败工作计划》。结合本职工作，健全完善了行政审批承接、事中事后监督、自由裁量权标准、案卷评查、行政执法责任制等一系列制度和方案。

### （三）服务与监管并重，切实加强文化市场管理执法工作

结合文化市场不同经营门类的不同特点，采取行之有效的服务和监管方式，以良好的精神面貌和工作状态，促进了文化市场持续健康有序发展。

1. 以推广网吧转型升级经验为重点，规范互联网上网服务行业经营秩序。今年1月份，区委、区政府有关领导对我区网吧转型升级工作进行了深入调研，在全市文化执法局长会议上，市局重点介绍了区的创新做法。4月2日，在召开的全省文化市场管理暨互联网上网服务行业转型升级现场会上，我区的经验得到省文化厅领导的一致认可。截至目前，我们共接待省内外文化执法系统组织的参观学习十余次，树立了区文化市场的良好形象。

为进一步做好互联网上网服务行业的监督和规范，我们切实加大了监管力度，共检查网吧2200余家次，受理群众举报150余起；查办接纳未成年人案件106起，向有关部门函告“黑网吧”13处。

2. 以合理规划文化市场布局为重点，大力净化出版市场环境。一是认真做好承接事项的落地工作。根据上级关于深化行政

审批制度改革和转变政府职能的部署要求，我们成立了行政审批工作领导小组，研究制定了《做好省市下放行政审批项目承接工作的实施意见》，认真做好相关科室、人员的培训和衔接工作，确保即接即办，提高工作效率，规范审批流程，真正将“便民、服务、高效”原则落到实处。二是重点做好业务的衔接工作。出版物印刷和出版物二级批发等行业审批、监管权限的下放，大大增加了我们工作压力和难度。为切实做好这项工作，我们召集相关行业主要负责人进行座谈，向他们介绍了全区文化市场执法管理工作的方法、措施和取得的成效，勉力他们继续发挥行业带头作用，促进文化市场的繁荣发展。三是合理规划文化市场布局。通过走访调研，找出文化经营单位分布薄弱的区域，向有关申办的企业和个人着重推荐，引导文化事业在我区均衡发展。四是坚持不懈的开展“扫黄打非”斗争。组织开展“固边”、“秋风”、“净网”、“清源”等专项治理行动，取缔非法印刷企业63家，多部门联合查办国家督办案件2起，查封大量非法印刷品。以打击政治性有害出版物为重点，全年查缴侵权盗版出版物6万余本，非法音像制品2万余张；取缔游商摊点75处、非法期刊编辑部7处。

2. 以建立广电领域长效工作机制为重点，严防非法境外网络电视接收设备流入我区。日前，全市召开了严厉打击非法境外网络电视接收设备专项行动工作会议，区政府分管领导到会并做了表态发言。作为这项工作的主要执法力量，我们在区委、区政府的领导下，联合有关职能部门，加强督导促进，形成各部门各司其职、相互配合、齐抓共管的工作格局，建立防控非法境外网络电视接收设备的长效工作机制。

3. 以服务农民群众为重点，深入整治农村文化市场。为确保农民群众畅享文化发展成果，推广健康文明的文化休闲方式，我们抓住节假日和集会、庙会等有利时机，强化农村演出市场的管理，有力打击了非法演出的“大篷车”，防止了淫秽色情和低俗文化垃圾在农村的蔓延。同时，做好网吧、ktv等场所违规接纳未成年人现象的管理，下大力气打击非法出版

物。截止10月末，全区农村文化市场共取缔游商摊点33处，查缴盗版图书3000余本，光盘20xx余张，进一步夯实了农村文化市场基础。

（四）切实抓细抓小，确保顺利通过国家卫生城、文明城复审

1. 大力推进文化经营场所的工作规范化。着力突出网吧□ktv等重点、敏感行业，督促其彻底打扫卫生、清洁环境，配齐紫外线灯等消毒杀菌设备，设立独立吸烟室，增设了吸烟劝阻员，制作了统一的袖章，并在经营场所的醒目位置张贴禁烟标识。

2. 加大督查力度，全面巩固卫生成果。不断加强对文化经营单位的巡查力度，发现问题立即约谈经营场所的主要负责人，责令其限期整改。坚决落实末位淘汰制，对不重视创建工作，整改不及时、不到位的，立即采取措施，停业整顿，决不姑息迁就。认真做好宣传工作，强化全区文化市场整治，对网吧□ktv等场所违规接纳未成年人、沿街散发非法医疗杂志等严重违规经营行为进行了严厉整顿，规范了全区文化市场秩序。

3. 紧密配合社区开展工作，努力搞好网格卫生。将局机关科室和稽查大队各中队进行了合理搭配，分成六个卫生清扫小组，轮流值日，确保每天都有人员到所包路段打扫卫生。同时还要求大家利用打扫卫生的时机，努力做好周边居民百姓的宣传引导工作，讲解改善环境的重要性，形成了全民积极参与创卫、创城的良好氛围内。

（五）牢固树立安全生产观念，努力维护全区文化市场的平安稳定

坚持把安全生产放在首位，同全区文化经营单位签订了□20xx年度守法经营和安全生产责任书》和□20xx年度安全生产目标

责任书》，进一步夯实了责任目标。及时调整充实了局安全生产工作领导小组成员，明确了职责分工，将工作责任分解到人。根据上级的要求和部署，组织开展了文化市场安全生产百日集中整治行动和安全生产大检查及打非治违专项行动。依照安委会分工，对半城镇的安全生产工作进行了认真督导。一年来，我局共检查文化经营单位20xx余家次，发现并纠正安全隐患及不足800余处，实现了文化市场领域安全生产零事故的目标，筑牢了安全生产的防火墙。

#### （六）提高思想认识，切实抓好“三引一促”工作

4月份，我局召开“三引一促”工作动员会，传达了市、区的有关要求，进一步统一了思想。局领导干部带头分解目标任务，充分发挥主观能动性，积极促进文化产业发展。借力网吧转型升级，加大宣传力度，向前来参观学习的客人介绍文化优势，吸引部分意向资金到我区投资文化产业，提升和壮大我去文化市场的档次及规模。

### 三、20xx年工作重点

1. 继续扎实开展“三严三实”专题教育活动，认真做好与人民群众结亲连心工作，建立健全长效工作机制，深化作风整治，从具体事情抓起，集中力量解决实际问题，让群众真正得到实惠。
2. 大力做好上级下放行政审批权限的承接工作，进一步强化业务培训，提高执法人员的工作能力和技能，确保全区文化市场的繁荣发展和健康稳定。
3. 全力推动网吧转型升级工作，鼓励网吧行业的兼并重组，促进网吧事业进一步做大做强，形成特色。
4. 下大力气规范文化市场经营环境，打击违法违规和侵权盗版经营行为，营造健康、文明、和谐、向上的社会文化氛围。



5. 增强同文化经营单位的沟通和交流，合理利用有效资源，通过组织培训会、座谈会等形式，向文化从业人员输送先进的经营管理理念，提高企业管理技能，推动文化经营单位走规范化、现代化经营的新路子。

6. 加强对国家法律法规的研究，依法拓展文化执法管理范围，进一步扫除文化市场的监管盲区，营造全区文明、和谐的社会文化环境。

## 二级市场业务内容 市场工作计划篇二

制定业务收入计划和发展计划并采取措施指导、督促各县区完成。

今年上半年，市场部根据公司领导要求，在省公司下达的全年收入计划基础上，制定了全市收入计划，并分解到各县区。根据县区市场发展潜力不同，分解了各项业务发展量计划。为确保业务收入和发展量计划顺利完成，市场部根据形象进度把每项计划分解到季度、月，每月统计完成情况，与县公司一起讨论完成较好的经验以及未完成计划的原因，发现问题和困难，与县公司共同解决。

截止6月份，全市共完成业务收入××万元，绝对值排名全省第××位，完成形象进度的××%。宽带终端新增××户，宽带专线新增××户，有人值守公话新增××户，普通电话新增××户。

市场部还采取各种措施，向县区公司推广新业务、新产品。1月份以会代训，召集各县区营销、营业骨干针对产品资费进行培训及讨论，并归纳出现存问题，从而找出适合本地的资费套餐。3月份根据市场竞争情况向省公司申请了包月资费套餐，在全市组织推广。5月份组织各县区管理人员、主管人员、维护人员，参加省公司培训，学习业务理论、营销策划，对业务推广有很好的指导意义。

落实了营业账款稽核、退费和拆机明细核查、虚假用户拆机、清理长期欠费、客户资料整理、资源整理、装维材料和终端管理等一系列基础管理工作，有效的避免了业务收入和成本的流失。

从元月份开始，市场部按照内控流程要求，调整了原来对县区公司进行周稽核的制度，改为日稽核、周稽核、月稽核并行，每月尽量安排对县区公司一级稽核情况现场核查。对每周稽核情况进行通报，对不符合要求的做法通报批评，每月月底一、二、三级稽核员共同对全区现金流实收应收进行稽核，起到了很好的效果。我公司现金流差额连续半年在全省属于情况最好地市之一，没有因现金流差额影响考核收入。

为确保不因支撑系统错误操作影响收入，市场部安排支撑中心每天对每个县区拆机、退费明细都进行核查，严格封堵每个漏洞。

为清理长期欠费、控制当期欠费，市场部根据公司领导要求制定了当期欠费回收量不低于98%的考核目标。对欠费回收情况进行周通报、月通报。在与县区公司的共同努力下，到5月份系统内本年新增长期欠费清理完毕，当月调帐数首次低于省公司要求的最低限额，从连续5个月调帐超过××万元，达到5月份的××元。

为掌握资源情况，避免资源浪费，市场部安排支撑中心每月对各县区资源情况进行抽查、通报，6月份又进行了现场检查。

今年市场部接手物料管理以来，在网络部的大力支持下改进了管理方式，把出入库明细账与支撑中心每天的经营日报装、拆机数量相对照，使物料管理形成闭环。为实现终端回收、重复利用，要求县区公司对宽带、话吧、有人值守公话新装机用户都收取押金。鼓励县区公司在发展新用户时引导用户使用回收的终端。对终端故障在保修期内的用户更换回收终端，严格杜绝以旧换新。通过这些措施的执行，有效控制了

浪费现象。

改进绩效考核计算方法，从多方面入手促进保存量、激增量，提高业务收入。

自3月份省公司绩效考核办法草稿下发，市场部开始与上级市场部沟通如何进行续费率和流失率两项考核指标的计算。在多次探讨未果的情况下，市场部根据公司领导要求和本公司实际情况，制定了考核用户拆机、双停、单停、零费用用户续费等一系列考核方法。引导县区公司对上述用户高度重视，通过每天逐户核查，基本上堵住了客户流失的漏洞，对长期零费用用户的激活也起到了很好的效果。既节省了资源，又提高了收入，另一方面节省了业务发展费用。

1、由于上半年集中精力理顺基础资料管理，在营销策划、业务宣传、市场调研、人员培训等方面比较薄弱，造成对县区公司业务发展支持不够。

2、由于省公司系统准备升级，我公司很多报表需求无法满足，计算绩效考核指标、分析经营数据给市公司和县区支撑部门带来很大工作量。

下半年市场部拟从以下几方面进行改进和提高：

一、加强市场调研：定期到县区进行现场办公，与营销、营业、装维、管理人员进行座谈。深入市场，了解用户使用情况和需求。在发展较好的县区总结成功营销案例进行推广；帮助发展较差的县区查找不足、解决困难。

二、加强营销策划和业务宣传：通过了解市场竞争情况制定灵活有效的营销措施，对每阶段重点发展业务制定切实可行的宣传和营销步骤，及时反馈和分析营销结果，适时调整营销思路，改变目前业务发展的低效状态。

三、加强人员培训：定期进行营销、营业、装维、管理人员培训，将营销思路、管理方法、业务资讯直接灌输到一线员工，提高骨干员工的传帮带作用，切实提高员工素质和工作效率。

四、继续加强基础管理工作：继续加强欠费管理、营业稽核、资源管理、装维材料和终端管理。组织市场部主管定期到县区公司调研，与负责人进行沟通，发现不足并继续改进。

一、上半年工作回顾：

（一）所作的工作

三月份：

1、制作了两篇分别针对新患者和老非会员的营销信函；

2、协助××经理创作；

4月份的援助和赠书广告文案；

4、营销理论学习方面，研读了一些经典的营销书籍，如周景勤北京大学出版社的《营销策划》、迈克尔·r·所罗门《消费者行为学》等。

四月份：

1、八周年总结会中自己的工作主要有：

（2）部分撰写了总结会的大会纪要；

2、制作了第一版的非会员调研的调研问卷；

3、在××经理的指导下尝试创作4月份的广告文案；

- 4、研读了科特勒《市场营销学》一书；
- 5、协助××经理进行机构册子大纲的编制及初步组稿。

五月份：

- 4、与××经理协商制定八周年专题碟片脚本大纲，并举行初步的文字组稿。

六月份：

- 1、按照×总的要求，在××经理的指导下编撰产品册子第二修改版的大纲，并与××经理分工完成册子文字稿的撰写、梳理及校对工作。

（二）工作绩效的自我评估

## 二级市场业务内容 市场工作计划篇三

做到“走在前面，面对才能”。市场变化像电子更新周期那样快，一步小心就被新产品给替换。如果我们不学习，不接受新知识，不自我审视，那么就会被新环境下的市场所替换。所以我们在自我认识上要跟着时代步伐走，甚至要超越时代的步伐，只有在自我认识的基础上明白我做什么。为什么而做，要怎么做才能做到最好，而这些认识必须体现到工作中去，在每一个店面里，我们面对经销商，面对营业员，面对消费者，必须在自我认识清楚的前提下，去满足他们及他们的需求，才能解决问题，才能提高业绩，提高自己。

做到“四心”。哲人说：“你的心态就是你真正的主人”。伟人说：“要么你去驾驭生命，要么是生命驾驭你。你的心态决定谁是坐骑，谁是骑师”。所以心态的层次高度决定了命运发展的方向。在工作中面对自己，我们必须拥有一颗乐于工作和解决问题的心；面对经销商，我们必须拥有一颗乐于协助

开展市场工作的心;面对店员,我们必须拥有一颗善于引导和培养的耐心;面对消费者,我们必须拥有一颗不厌其烦的心。

做到“把握重点,产生销售”。记得有这么一个故事说:“一天一位女士到店里买鞋,在试穿了很多双以后还是不满意,其服务店员发现该女士的一只脚比另一只脚大,于是就对该女士说,你的一只脚比另外一只脚大些,因而穿起来不是很舒服,所以.....没等店员说完话,该女士就走了。同样,该女士进了另外一家鞋店,在同样的问题下,服务店员对该女士说,你的一只脚比另外一只脚要小些,可能穿起来会有感不适。随后该女士在这家店买走了两双鞋子。这个故事告诉我们,只有把话说到点子上了,成功销售的机会才会更大。这就要求我们必须不停的在工作中去学习,去锻炼口才,掌握与人打交道的方法。只有在积累了的技巧的基础上,我们才能在每一次工作中面对经销商,店员,消费者圆满的营销价值。

。做到“切入实际,找到问题的解决方法”。在市场中,我们的品牌在某些地方由于跟经销商合作原因致使被排挤,失掉优势,使得公司直营后一时半会无法赢得市场。所以这就得要求我们在该地区多考虑,多下功夫,把市场做活起来。怎样做好市场,我们必须做好客观市场调查,市场分析,利用市场策略,改变现有促销手段,通过对店址,门面,装潢,图像效果,背景音乐,公关广告手段带活市场。例如需要这些方法的市场有福泉等。

“极度推崇5s理论”。销售导购的5s就是微笑(smile)迅速(speed)诚恳(sincerity)灵巧(smart)研究(study)

## 二级市场业务内容 市场工作计划篇四

时间过得真快,20xx年就这样过完了,在即将迎来的20xx公司营销年,市场部将不断升级提高市场研究工作职责及工作架构,使其不断深化、细化,在找准自身定位的基础上切实

发挥应有的作用。

本人11年上半年工作设想主要基于以下几方面：

目前市场部市场研究工作除对项目进行针对性市调工作报告外，主要包括在售项目定期销售分析报告、主要城市月度市场研究报告、典型企业专题研究报告等方面。今后可适时拓展研究层面及研究范围。增加全国房地产定期研究报告、特定产品定期研究报告、推广媒体定期研究报告等形式。将研究地理范围从项目所在区域、主要城市拓展至全国，将研究层面从项目、宏观市场拓展至产品、营销推广等层面。

目前市场研究局限于行业宏观政策、销售市场、土地市场等层面。未来应向产品、营销推广策略及手法、客户需求专题分类研究等方向发展。

除进行专业市场研究作为领导提供参考建议外，同时也应从本职工作及专业角度出发，积极参与到新项目前期市场定位、产品规划、项目营销策略、推广策略、销售执行等方面提出系统性专业建议，为领导决策提供必要的前瞻性意见，减轻后期销售压力，尽量避免重复性错误及问题。同时对项目全程策划提供整体销售支持，从拿地——前期立项及规划设计——中期开工至开盘——后期销售阶段，提出专业区域研究、产品可行性研究、市场预测、销售分析等各层次各方面全方位支持。

通过在公司内刊角度设立市场专栏。活跃公司企业文化，提升公司员工专业能力及市场敏感度，拓展公司品牌影响力。每期提供1—2篇专业市场分析文章，使公司全体员工提升其专业信息量、并在不同层面对市场动态激发不同层次的思考及借鉴。

一。7天之内了解工厂生产的产品。包括它的外观，质地，特性，优点，缺点，用途。虽然跟单文员不属于工程技术人员，

似乎不需要对产品有更多的了解。其实不然。首先，在与客户沟通时，如果你对产品只一知半解，那么客户对你的信任度会大打折扣，甚至会怀疑你的工作能力。当客户向你咨询时，你也只能支支吾吾，或者老去向技术人员打听，客户不可能放心的把订单交给你去做。也没有任何优势吸引客户向你下单。

跟单人员的虽然不是官，但是他的门禁权限却很广，他可以进出多个部门，这就给我们学习新产品提供了便利的渠道，只要你不怕苦，不怕累，勤下车间，不耻下问，没有学不会的东西。纺粘无纺布，熔喷无纺布等，相信很快会被我熟知并熟练的运用。

二。在最短的时间内弄懂生产过程及工艺。刚开始，一般人会认为跟单文员只需知道生产订单的进度就可以了，好像白领一样，坐在办公室，打着电话，发着email就可以掌控一切。一个优秀的跟单人员，会非常熟悉产品的工艺流程，生产一定数量的产品所需要的生产时间。会亲自进车间察看大货的进度。当积累经验久了，无论是工艺还是货期你都可以直接回复客户。

三。熟悉各部门的工作流程，按照公司的规定来办事。每一个公司都有自己的工作模式。如果每个人都按照自己的流程来进行工作，那么将会导致公司秩序的混乱，各个部门的工作也会受阻。严重的会导致公司蒙受经济及名誉上的损失。比如说，公司规定收到客户订单需要经理部门签名确定。有一天，跟单员张三收到编号为a—001产品的订单，当时经理部门正在讨论产品调价的问题。下面的文员还没得到具体的通知。这时，张三，直接将订单发给生产线，催促生产。没有给经理确认，而此时a—001的产品因为原材料涨价的问题需要涨价。但大货已经在生产了，张三跟客户多次协商价格都调不上来。如果这时停止生产，那么那些半成品都会变为废品。如果让大货完成而不运送给客户，那你就违了约，且失去了信誉。最后只能亏本卖给了客户。这样就直接造成了



公司亏损。

四。了解货物的运输。出国的货物一般通过船和飞机，国内的货物通过公司安排汽车或者安排物流公司运送。在订单完成之前，跟单文员要认真选择运输公司，并考察他的信誉度，是否有能力运送此批货物。欣龙公司货物的运送主要通过物流来完成，我会尽快熟悉这些物流公司。经常与物流工作人员沟通，保证货物安全准时到达目的地。

五。熟悉了解客户。对于客户的订购产品的习性要有足够的了解。当出现异常情况时，可以做出果断的处理。比如说，客户订购的产品，在外观或者包装上有一点微小的瑕疵，新来的跟单员可能会请示上级领导或者跟客户协商是否能接受这种不达标的产品，如果是一位老跟单员，可以自己做出判断。不必劳烦他人。

## 二级市场业务内容 市场工作计划篇五

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，重要的工作是协助总经理收集、制订、执行。衡量市场部工作的标准是：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。

1、制定14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年市场部和销售部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。

## 二级市场业务内容 市场工作计划篇六

### 一、关于城南市场20xx年经济目标结算

会议认为□20xx年市城南市场有限公司实现经营收入54.8万元，比上年增长28.9%，取得了较好的社会和经济效益□20xx年的经济目标结算原则上按照年初签定的承包经营目标责任书执行，考虑到市供销社年内从市隆鑫公司划转近400平米门店、仓库由城南市场经营管理的因素，增加上缴经营承包费3万元。

### 二、关于城南市场20xx年管理方式及目标任务

会议决定，城南市场20xx年管理方式实行“承包经营，定额上缴，核定征收基数，超收分成，欠收不补，分期缴纳，年终结算”的管理办法。全年征收基数核定为75万元，上缴30万元；超征收基数部分按公司留七成，上缴三成的比例分成。

会议要求，城南市场一是要解放思想，转变观念。要从单纯的抓收费管理向经营市场、培育市场转变。要走出去学习借鉴外地经营管理经验，引进实力强的农产品批发和零售客商进驻市场，把市场做大做强做出品牌、做出形象。二是加强经营管理，保持市场良好形象。要切实加强市场经营秩序、食品安全，安全生产的管理，落实工作责任，各司其责。要确保市民吃上安全放心食品。杜绝市场内私拉乱接、乱搭乱建、乱停乱放等现象。要建立长效机制，常抓不懈，抓出成效，切实维护好供销社服务三农“窗口”形象。三是坚持依法办事，落实法律规定。要认真落实好《劳动合同法》、《社会保险法》、《会计法》、《安全生产法》等法律法规，企业要依法与职工签订劳动用工合同，按国家政策和枝江市人社局规定标准为职工购买五项保险，维护职工合法权益和企业利益不受损害。四是要充实领导力量，配齐领导班子。要充分发挥公司领导的带动作用，调动职工工作积极性，要把上级的要求与企业实际相结合，变被动为主动，创造性地

开展工作。

## 二级市场业务内容 市场工作计划篇七

市场部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，重要的工作是协助总经理收集、制订、执行。衡量市场部工作的标准是：销售政策、推广计划是否科学、执行力度是否严谨。

### 1、市场部作用：

- 1) 直接对总经理负责，协助总经理进行市场策划、销售计划的制定和实施。
- 2) 督促销售部对销售计划进行事实。
- 3) 全面协调各部门工作职能。
- 4) 是企业的灵魂。

### 2、市场部工作标准：

准确性、及时性、协调性、规划力、计划性、执行力。

### 3、市场部工作职能：

- 1) 制定销售工作计划、季度销售工作计划、协助销售部执行。
- 2) 协调各部门特别是研发生产部的协调工作。
- 3) 组织销售部进行系列培训。
- 4) 监控销售成本、对销售区域人员指导性的增减、调控

- 5) 制定、督促、实施必要的销售推广。
- 6) 专卖店形象的管理、建设、导购、督导的培训。
- 7) 销售客户档案统计、归纳、整理。
- 8) 全面收集销售、市场信息，筛选整理形成方案上交相关部门

1、制定工作计划：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 市场部和销售部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

售人员职业道德培训

售人员必备素质培训

用技术及公司产品培训（应用中心或工程师培训）

## 5、协调部门职能、树立良好企业文化：

**行政人事部：**行政人事部门的功能和职责就是直接对总经理负责、协调各部门工作、建立完整的人事档案，制定科学的人才竞争奖惩机制，考察各部人员工作情况，在市场部的建议和科学的数字、事件、和市场情况下，不断为企业储备人才，挖掘销售人员潜力，致力于销售的提高和市场的发展。

**研发部生产部：**研发生产部门的职责是以市场需求为导向，通过市场需求，不断优化产品结构和产品功能、把握产品质量、严格推行iso-20xx质量体系，向市场推出竞争力产品。因此，市场部每月都会给出市场信息、竞品信息、销售情况信息，使该部门能及时、客观、科学把握市场新动态、航标，在不断调整自身产品不足之处的同时，并为企业研发、生产适合客户和市场需求的好的产品来赢得市场和客户。

**销售部：**销售部是企业的先锋部队、是贴近市场的侦察兵、是企业发展的硬武器。他们的职责就是不断的开拓销售通路、寻求最适合企业发展的战略合作伙伴，不断的把企业的产品推向市场、同时向市场提供科学的前沿信息，而市场部在捕捉市场信息的前提下，结合企业实际情况，制定强有力的市场方案和销售策略，最有力的树立企业“灵魂”的作用。

**财务部：**直接对总经理负责，如果说市场部是“灵魂”、销售部是“先锋”、是“轰炸机”，那财务部则是企业的“大闸”、是企业运作、健康发展的“动脉”，它的职责是制定企业科学年度预算、结算，把握企业的赢利，及时的为总经理提供合理的生产成本预算、市场推广预算、销售成本预算、风险和利益的客观评估。作为市场部，在结合企业的实际情况、市场的实际情况、客户的实际情况、制定合理的推广方案和费用，上交总经理或与财务部进行沟通，使之切实可行，使企业发展利益的最大化。

市场留守、物流部：直接对销售部负责，他们的职责就是及时了解定单信息，并及时转交生产步，以最快的速度、最低的物流成本、安全的把产品送到目的地和客户的手中，为销售部作好最优质的服务。作为市场部，更应该建议、指导、督促、协助他们的工作。

6、把握市场机会、制定实施销售推广：

7、信息收集反馈、及时修正销售方案

## 二级市场业务内容 市场工作计划篇八

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，一开始我自己更多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更多的注重卫生细节。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，我们能够更多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，让客户更多的下单。更好的做好vip客户的维护工作，引导客户更多的了解新款的服装。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，更多的学习和沟通，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，向我们罗店长更多的去学习销售、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、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。

## **二级市场业务内容 市场工作计划篇九**

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。

1、 市场部门作用：直接对总经理负责，协助总经理进行市场

策划、销售计划的制定和实施。督促销售部年度工作计划的进行事实。全面协调各部门工作职能。是企业的灵魂。

2、市场部门工作标准：准确性及时性协调性规划力计划性执行力

3、市场部门工作职能：制定年度、季度销售计划、协助销售部执行。协调各部门特别是研发生产部的协调工作。组织销售部进行系列培训。监控销售成本、对销售区域人员指导性的增减、调控制定、督促、实施必要的销售推广。专卖店形象的管理、建设、导购、督导的培训。销售客户档案统计、归纳、整理。全面收集销售、市场信息，筛选整理形成方案上交相关部门。

## 二、市场部门工作计划

1、制定17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xxxx年 市场部门和销售部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。

4、科学市场调研、督促协助市场销售：市场部门的核心工作就是协助、指导销售部和各区域不断的提升品牌力、巩固销售力。因此，市场部门只有不断的了解市场、拜访市场、调研竞品、分析原因、找出差距、并针对各区域实际情况汇报总经理、并给予各区域给予明确的指导销售思想、思路、方

法。以上都以表格形式，各区域经理必须按月完成5、协调部门职能、树立良好企业文化：行政人事部：行政人事部门的功能和职责就是直接对总经理负责、协调各部门工作、建立完整的人事档案，制定科学的人才竞争奖惩机制，考察各部门人员工作情况，在市场部门的建议和科学的数字、事件、和市场情况下，不断为企业储备人才，挖掘销售人员潜力，致力于销售的提高和市场的发展。

研发部生产部：研发生产部门的职责是以市场需求为导向，通过市场需求，不断优化产品结构和产品功能、把握产品质量、严格推行iso—20xx质量体系，向市场推出竞争力产品。因此，市场部门每月都会给出市场信息、竞品信息、销售情况信息，使该部门能及时、客观、科学把握市场新动态、航标，在不断调整自身产品不足之处的同时，并为企业研发、生产适合客户和市场需求的好的产品来赢得市场和客户。

销售部：销售部是企业的先锋队、是贴近市场的侦察兵、是企业发展的硬武器。他们的职责就是不断的开拓销售通路、寻求最适合企业发展的战略合作伙伴，不断的把企业的产品推向市场、同时向市场提供科学的前沿信息，而市场部门在捕捉市场信息的前提下，结合企业实际情况，制定强有力的市场方案和销售策略，最有力的树立企业“灵魂”的作用。

财务部：直接对总经理负责，如果说市场部门是“灵魂”、销售部是“先锋”、是“轰炸机”，那财务部则是企业的“大闸”、是企业运作、健康发展的“动脉”，它的职责是制定企业科学年度预算、结算，把握企业的赢利，及时的为总经理提供合理的生产成本预算、市场推广预算、销售成本预算、风险和利益的客观评估。作为市场部门，在结合企业的实际情况、市场的实际情况、客户的实际情况、制定合理的推广方案和费用，上交总经理或与财务部进行沟通，使之切实可行，使企业发展利益的最大化。

市场留守、物流部：直接对销售部负责，他们的职责就是及

时了解订单信息，并及时转交生产步，以最快的速度、最低的物流成本、安全的把产品送到目的地和客户的手中，为销售部作好最优质的服务。作为市场部门，更应该建议、指导、督促、协助他们的工作。

6、把握市场机会、制定实施销售推广。

7、信息收集反馈、及时修正销售方案。

## 二级市场业务内容 市场工作计划篇十

科技改变世界、思路决定出路。面临瞬息万变的智能时代，很多行业都在迫切地寻找着移动互联网的入口□20xx年，智能手机携手移动互联网将我们推向一个全新的时代，引领我们认识并驾驭移动互联时代，带来全新的便捷科技体验。

集团于20xx年启动对移动互联网入口的研究，成功创造了数项科技专利，在国际背景与优秀团队的精诚合作下，创新与突破移动营销各项屏障，推出了全新的“移动营销自媒体通道”商业模式。它将用户集纳到企业、机构自主管理的自媒体空间，通过手机用户端实现咨询、预约、报名、投票、抽奖、缴费、网购等整合型移动智能信息通道。

1、做强福建市场，布点北京、上海、广州市场；

2、合作商或代理商力争达到5家以上；

渠道建设也是市场开拓成功与否最关键的一步，在公司发展阶段应先从重点行业开始渠道操作，先从重点行业渠道开始运作，可以以点带面，以强带弱，市场渠道的建设不能太过求成，要循序渐进，稳扎稳打。

(1)、布局

(2)、省级代理渠道建设

(3)、合资公司渠道建设

(1)、品牌形象推广

(2)、渠道形象推广

(3)、行业形象推广

拓展准备是市场开拓的先决条件，要求公司为市场人员提供全方位、高质量的拓展资料。

(1)、项目手册

(2)、商业计划书

(3)、经典案例

(4)、市场人员的培训

好的计划只是市场拓展的第一步，重要的还是计划的执行力，市场拓展的效率80%来自执行力。市场拓展不是孤立存在的，它依赖于企业先进的管理理念、营销队伍的凝聚力、营销人员的推广能力、技术研发等诸多因素。