

最新营销经理工作计划与建议(优质9篇)

计划可以帮助我们明确目标、分析现状、确定行动步骤，并在面对变化和不确定性时进行调整和修正。写计划的时候需要注意什么呢？有哪些格式需要注意呢？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。

营销经理工作计划与建议篇一

- 1、成立餐销团队，并完善薪资及提成奖励方案。
- 2、在餐饮总监的领导下，制定整体餐饮部年度，月度，临时营销策划方案和预算。
- 3、制定销售计划，带领部门销售人员完成餐饮部的销售任务。
- 4、和饭店销售部保持密切的联系，有关于会议，展览，包价等进行共同促销。
- 6、协助落实各项工作计划和经营预算，有步骤地开发潜在的客源市场。
- 7、提供参考预算方案，提出销售目标建议。
- 8、负责重要客户及潜在重要客户的资料收集，归纳和分析的实际操作工作。
- 9、督导销售人员的日常工作，完成具体的销售指标，明确不同时期的销售重点。
- 10、向餐饮部管理层提供客人的意见反馈和本地同行竞争者的动态。
- 11、定期对下属进行绩效评估，按照奖惩制度实施奖惩，并

组织实施培训，提高销售人员的素质。

12、处理餐销部的日常事务，完成餐饮部总监交办的其他工作。

营销经理工作计划与建议篇二

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

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！

营销经理工作计划与建议篇三

公司市场部的工作在领导的正确指导及部门员工的努力下将xx年的工作划上一个满意的. 句话。为再接再厉，特做出市场营销部年度工作计划和内容提纲。

1、市场营销部职能

2、市场营销部组织架构

实行精兵简政、优化销售组织架构

实行严格培训、提升团队作战能力

科学市场调研、督促协助市场销售

协调职能部门、树立良好企业文化

把握市场机会、制定实施销售推广

信息收集反馈、及时修正销售方案

市场营销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、市场营销部作用：

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。

全面协调各部门工作职能。

是企业的灵魂。

2、市场营销部工作标准：

准确性

及时性

协调性

规划力

计划性

执行力

3、市场营销部工作职能：

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。

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

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xx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。

营销经理工作计划与建议篇四

1，协助总经理制定我们公司营销战略，并进行市场调研，信息反馈。

2，制定并执行销售计划、销售指标、销售管理制度及工作流程。

3，选拔、任用、培训、监督、指导、考核一支属于我们公司的有战斗力的销售队伍。

4，费用控制及货款回笼。

5，跟踪服务(客户管理，项目管理，渠道管理)。

6，为我们公司做好各种资料的整理、保存和分析及保密制度。

7，做好日常工作(如例会)及紧急事件的处理，协调与我们公司内部横向部门的关系。

8, 做好售后服务及本部门的内勤管理。

1, 人性化管理

首先我会对我们公司的资源进行前期的整合, 继续我们公司原来的销售方向及策略, 并坚持完成既定目标。管理的核心是人, 我会努力提升自己的能力和部门的凝聚力, 保持一个良好并且轻松的工作环境, 坚持创新营销的理念, 做到管理与尊重的统一。

2, 打造一支有战斗力的销售队伍

以我们公司的企业文化作为基础, 加强业务学习和培训, 做好跟踪服务和客户管理, 制定销售目标, 保证公平公正, 这样才有利于队伍的长期发展(凝聚团队, 形成合力, 共同前进)。

3, 做好预算及成本管理

预算需要积累大量的管理数据才能进行科学的分析和控制, 我会加强我们公司各部门间的团结和真诚合作; 对业务人员的管理, 我会从制度, 指标, 控制和考核等几个关键点入手, 做好销售前, 销售中和销售后的跟踪服务; 即销售前要学习企业的规章制度和企业理念, 让业务人员明白什么该做, 什么不该做及为什么做, 有效的培训, 让业务人员明白该怎么做, 保证业务人员在实际工作中做到有的放矢, 提高效率, 为我们公司尽可能地节省人力、物力和财力; 销售中加强监督和指导, 做到结果管理和过程控制有效结合; 事后做好考核和奖惩。除了物质手段还要有相应的精神奖励, 形成一种健康的、积极向上的工作氛围。业务人员的收支, 报销, 工作汇报都要按照制度、程序有序进行。

4, 销售

销售即是把企业的产品及服务卖出去，并使客户满意。销售的本质是靠产品，技术和服务来很好的满足客户的需要从而实现利润，最终形成品牌和信誉，我会与部门全体员工一起努力，摸索出一套独特的销售策略和销售技巧。

1，尽快进入角色，开展工作;对我们公司，产品，客户及市场，还有既有销售模式进行充分了解。

2，配合总经理初步制定老产品市场巩固和新产品市场拓展的计划并执行。

3，搭建销售部框架，制定基本制度及流程。

4，做好培训工作，组织好，协调好，达到理想效果培训(这是初期计划，详细培训计划将根据实际情况适当调整)。

a培训目标。要让业务人员了解我们公司的产品，业绩，卖点，基本销售模式，行业情况，我们公司的管理制度，怎么开展业务等一些基本知识，组成为一个有战斗力的团队。

b培训内容。

a产品(新老产品)原理，功能，性能特点，质量的情况等(由技术支持负责讲解)。

b生产实践(由车间负责，我来协调)。

c我们公司情况，发展远景，市场情况，业绩，客户情况，卖点，销售技巧，案例等。(由总经理亲自讲，有鼓动性为佳。)

d做业务的基本知识和我们公司规章及要求，财务请款及报销规定(我负责，财务协助)。

e新老业务员的交流，实战模拟(我负责)。

f培训考核(我负责，并向总经理汇报结果)。

c培训进度：基本按照上面的顺序，也可以适当交叉。

d培训时间：在一个月內完成。

e培训地点及材料：需要准备一些培训资料及白板，笔，笔记本等；培训在我们公司内部进行，所以费用会相对较少。

5，做好业务员的工作分配，让他们清楚该干什么、怎么干；与新老业务员沟通，熟悉并掌握他们的个人情况及工作情况。业务人员工作安排(新老业务员区别对待)

营销经理工作计划与建议篇五

如上所述，对公司而言，营销计划的重要性不言而喻。但是，如同做很多事情一样，我们总是会在完成这些工作的过程中，犯这样那样的错误。营销计划的完成过程也是如此。我归纳了一下在制定营销计划过程中，最常见的有以下4种错误。

1、忽视现状的分析，只重视或者强调营销计划的目标和营销组合方案。

很多的营销主管在制定计划的时候，不重视数据的收集和信
息的质量，在这一阶段所做的分析缺乏思考和推敲，这样得
出的营销计划难保不出错误。有的主管甚至事先就已经决定
了要采取的策略，在分析阶段重点选择一些支持这些策略的
数据，这实在是不负责任、不职业的做法。

2、营销主管对形成书面的营销计划不加以重视，或者只是应
付公司的要求作出一份象征性的文件，而是把整体的内容放
在自己的脑子里面，在不同的阶段突然提出不同的要求。

营销计划是公司经营过程中的重要指导性文件，它决不仅仅与营销主管有关。我们知道，营销过程与生产、销售、财务、研发都是息息相关的，这些支持性部门在执行营销计划的过程中起着十分关键的作用。所以，书面的计划不仅仅是可以迫使营销主管们进行系统的思考，而且，它可以清楚的告知公司的各有关职能部门在执行营销计划的过程中承担哪些责任，需要提前做好哪些准备？零散的计划不仅妨碍计划的执行，而且很有可能制造管理上的混乱。

3、对制定营销计划的过程过于苛求或者过于草率，从而为公司的经营带来问题。

有的管理者对营销计划的制定过程要求苛刻，对每个阶段或者每部分的内容都追求不切实际的“完美”。我们知道，计划的本质是基于现有情况的分析和对未来进行的预测和部署。首先，对现有情况的分析就不可能是完美的。比如说你能够100%准确的知道上一个年度中国市场补钙产品的总销售量吗？你不能，因为收集信息的范围和准确性都是有限度的；再比如，就算你对现有情况已经100%的了解，那么对未来的推断就会100%的准确吗？你也不能，因为未来可能会有很多的情况变化我们是无法预知的。所以，制定营销计划的过程不可能完美，我们必须在有限的信息基础上制定尽可能合理的战略目标和方案。冗长的过程不仅说明管理层缺乏决断力，过于官僚，而且会使相关的工作滞后。

也有的管理者对营销计划的过程过于草率，填写完一些表格，就算大功完成。这些表格的准确性值得推敲，思维过程在一系列表格的外衣下面显得科学可靠，实际上可能逻辑混乱，前后缺乏关联性。草率的营销计划破坏性极大，可能给公司造成严重的失误，甚至带来灾难。

4、由公司管理层直接指定目标，不让营销计划的执行人员参与目标制定过程。

营销经理工作计划与建议篇六

一、对于老客户，和固定客户，要经常保持联系，在有时间有条件的情况下，送一些小礼物或宴请客户，好稳定与客户关系。

二、在拥有老客户的同时还要不断从各种媒体获得更多客户信息。

三、要有好业绩就得加强业务学习，开拓视野，丰富知识，采取多样化形式，把学业务与交流技能相结合。

四、今年对自己有以下要求

1、每月要增加1个以上的新客户，还要有到个潜在客户。

2、一周一小结，每月一大结，看看有哪些工作上的失误，及时改正下次不要再犯。

3、见客户之前要多了解客户的状态和需求，再做好准备工作才有可能不会丢失这个客户。

4、对客户不能有隐瞒和欺骗，这样不会有忠诚的客户。在有些问题上你和客户是一直的。

5、要不断加强业务方面的学习，多看书，上网查阅相关资料，与同行们交流，向他们学习更好的方式方法。

6、对所有客户的工作态度都要一样，但不能太低三下气。给客户一好印象，为公司树立更好的形象。

7、客户遇到问题，不能置之不理一定要尽全力帮助他们解决。要先做人再做生意，让客户相信我们的工作实力，才能更好的完成任务。

8、自信是非常重要的。要经常对自己说你是最好的，你是独一无二的。拥有健康乐观积极向上的工作态度才能更好的完成任务。

9、和公司其他员工要有良好的沟通，有团队意识，多交流，多探讨，才能不断增长业务技能。

10、为了今年的销售任务我要努力完成6000台的任务额，为公司创造更多利润。

以上就是我这一年的工作计划，工作中总会有各种各样的'困难，我会向领导请示，向同事探讨，共同努力克服。为公司做出自己最大的贡献。

营销经理工作计划与建议篇七

十一月份公司总任务为22.8万，冲刺30万。其中，一部任务7.2万；二部任务5.4万；三部任务6万；四部任务4.2万。

1)、联谊会 共五场。时间安排为6、12、18、24、30。每场中间间隔5天，我们有足够的时间来做会前准备。

2)、老顾客答谢会 共两场：月初一场，月中一场，地点均设在农家乐，主要目的为增进感情，培养发言顾客，争取转介绍和重复购买。

3)、科普 计划一场。十一月中旬我们资助了四川省老年腰鼓队的比赛，地点在体育馆，到时会有我们的企业和产品宣传，如果专家允许，借此我们会在自贡做一场大型的科普。

1)、产品知识和营销技巧 总结每一场会中遇到的困难和拜访时出现的问题，由我们的经理和销售精英进行现身说法。

2)、心态 观看激励盘和张经理课程培训。

3)、经理管理 不定时进行经理管理培训，加强经理管理水平和综合素质。以便更好的带领大家。

1)、计划本月初在东锅附近、月中下旬在汇东地段分别建立一个服务站，争取尽早把我们的产品和服务让更多的人感受到。

2)、加强员工在服务站独立值班的能力：包括与顾客交流和器械实际操作。

1)、经理是我们每一个部门的火车头，在作好自己工作的同时，要带动大家的激情，交给方法。真正尽职尽责。

2)、在团队里实行“一帮一工程”，由经理安排，加上自由结合，实行互助小组，老带新，强带弱，在最短的时间内实现部门的平衡，增强团队的凝聚力。

提高大家一天的工作激情，坚持晨会的开展。规范晨会的操作，在以前的基础上不断进行创新，让更多的员工有机会展示自己的才能。（任何人员不得无故请假和迟到：经理迟到10元，员工迟到5元。）

略！

1)、公司 我们都是保健品会销公司的一员，都是公司的主人，不得向外界和同行泄露任何商业机密，一经查出，严处！

2)、个人 不管是在拜访和收档过程中，不和他人发生任何冲突。收款后结伴而行，及时交回保健品会销公司。

营销经理工作计划与建议篇八

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。

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。

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。

营销经理工作计划与建议篇九

第一、督导销售人员的工作：

其实要说督导还真不是很确切。首先，每位销售人员都会有自己的一套销售理念。一开始，销售部门经理是不能够即时知道每位销售人员的特色在哪里，需等完全了解的时候，就应该充分发挥其潜在的优势，如果某个别销售人员存在可挖掘的潜力，销售部门经理应对其进行相应的督导，帮助他（她）顺利完成公司下达的销售指标，从而来弥补其不足之处。

作为销售部门经理，需要督导的方面：

1. 分析市场状况，正确作出市场销售预测报批；
2. 拟订年度销售计划，分解目标，报批并督导实施；
3. 拟订年度预算，分解、报批并督导实施；
5. 根据业务发展规划合理进行人员配备；
6. 汇总市场信息，提报产品改善或产品开发建议；
7. 洞察、预测危机，及时提出改善意见报批；

8. 把握重点客户，控制产品的销售动态；
9. 关注所辖人员的思想动态，及时沟通解决；
10. 根据销售预算进行过程控制，降低销售费用；
11. 参与重大销售谈判和签定合同；
12. 组织建立、健全客户档案；
13. 指导、巡视、监督、检查所属下级的各项工作；
14. 向直接下级授权，并布置工作；
15. 定期向直接上级述职；
16. 定期听取直接下级述职，并对其作出工作评定；
17. 负责本部门主管级人员任用的提名；
18. 负责制定销售部门的工作程序和规章制度，报批后实行；
20. 根据工作需要调配直接下级的工作岗位，报批后实行并转人力资源部备案。

第二、督促销售人员的工作：

作为销售部门经理，需要督促的方面：

1. 销售部门工作目标的完成；