

2023年市场部总结汇报(优质9篇)

总结是对过去一定时期的工作、学习或思想情况进行回顾、分析，并做出客观评价的书面材料，它有助于我们寻找工作和事物发展的规律，从而掌握并运用这些规律，是时候写一份总结了。优秀的总结都具备一些什么特点呢？又该怎么写呢？下面是小编整理的个人今后的总结范文，欢迎阅读分享，希望对大家有所帮助。

市场部总结汇报篇一

20____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20____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____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。

市场部总结汇报篇二

2022年市场部在市局和××局的领导下，在××局各部室和班组、支局所的大力支持下，以“三个代表”为指针，认真贯彻执行市局“真、新、实、意”的工作方针和××局“以发展为主题，经济效益为中心，现代管理模式为主线，热情服务为宗旨，立足富局兴邮想实招、办实事、求效益，实现速度、效益的同步增长”的工作思路，以拓展市场为动力，以效益增长为目标，积极发展各项邮政业务和新业务，通过全体员工的共同努力取得了较好的效果。

一、业务量收完成情况

下半年业务收入完成**万元，全年业务收入完成**万元，为年计划，全年业务总量完成**万元，比去年同期增加**万元，完成年计划。

二、金融类业务完成较好

下半年实现邮储收入**万元；邮储余额实际净增**万元，全年邮储收入完成**万元，完成年计划，；余额实际净增**万元，为年计划。下半年共办理邮政汇兑新业务笔，实现收入**万元，其中收汇“加急汇款”笔，收入元；“特急汇款”笔，收入元；回执业务笔，收入元。全年汇票收入完成**万元，为年计划。全年共签邮储机安装协议户现已安装台一月业务共刷卡消费笔，金额合计元，实现收入元。下半年代收保费**万元，全年代收保费累计完成**万元实现收入元。

三、其它邮政业务及新业务收入完成情况

下半年函件收入完成**万元，完成进度计划。全年累计完成**万元，完成计划共揽收企业拜年卡万枚，制作帐单件。下半年包件收入完成**万元，全年完成**万元，为年计划，下半年特快收入完成**万元，全年完成**万元，为年计划。

下半年集邮收入完成**万元，全年累计完成**万元，为年计划。

下半年报刊收入实现**万元，全年累计完成**万元，为年计划。××年报刊大收订流转额完成**万元，完成预计计划的。

下半年物流收入实现**万元，全年累计完成**万元，完成年计划**万元。

下半年广告收入完成**万元，全年累计**万元，完成年计划。下半年新业务收入完成**万元，全年累计完成**万元，为年计划。其中下半年代售体彩**万元；代售移动号卡**万元；代售充值卡**万元；代售火车票笔，代售金额元；代收电话费**万元；代发工资**万元；代发养老金**万元；代收税款**万元。

四、做好公关协调工作，顺利通过了人行对邮政储蓄的专项检查

五、狠抓优质服务工作，强化服务意识，提高服务质量，全年无一例实现用户有理由申告

六、自市场部成立以来，各管理人员在新的工作岗位上，不断学习各项业务知识和管理技能，整体管理水平和管理素质得到了进一步提高。

市场部总结汇报篇三

在刚刚过去的一年里，对销售的各个品牌重新进行划分重新定位，确立相应的客户市场。加大空白市场的开发力度，开发新客户20余家，在今年的系统操作下，预计明年的市场将会有大幅度的提升。发货旺季时，积极联系车辆、发货，尽可能的保证客户的需求，不使市场出现断货的现象。搞好农化服务，抓好试验田，及时跟踪，为公司产品在山东市场的

销售奠定良好的基础。

我没有辉煌过去，我要把握好现在和将来。在以下方面的考虑上，今天我参加部门主任职位的竞争：

我深深懂得“宝剑锋从磨砺出，梅花香自苦寒来”的道理。不断培养吃苦耐劳、默默无闻的敬业精神。在公司组织的学习罗文争做罗文式优秀员工的活动中，我认真学习，体会罗文精神的精髓。10月8日参加fst精神革新训练，进一步加深了我爱岗敬业，积极主动的品质，养成能吃苦耐劳、团结奉献的良好品质。在工作中踏踏实实，兢兢业业，一丝不苟，努力把工作做得。

拥有虚心好学、开拓进取的创新意识。“热爱是教师”。我热爱业务工作，平时爱读营销方面的书籍，也浏览了一些有关政治、经济方面的书籍。到金大地工作后，系统学习了有关业务知识和各类公司精神，已经具备了一个业务人员所必需的业务知识。在工作中，我严格要求自己，勇于实践，积极开拓业务市场。还学到了管理的知识，能够进行日常管理，各种数据报表的制作等。

如果能够竞聘成功，在xx年里，我会一如既往的尊敬领导，团结同志，踏实工作，锐意进取，做好以下的工作：

- 1、继续加大市场开发力度。进一步开拓市场，做细市场。消灭空白市场，构建一个立体市场销售网络。抓好大客户，抓好渠道建设，建好客户档案并随时跟踪回访。

- 2、加强学习型组织的建立，做好团队组织的假设。结合实际工作的经验，不断学习提高，充实完善自己，促进各业务人员素质的提高。和大家一道努力把业务部建成团结合作、亲密无间、所向披靡的团队。

- 3、制定详细的工作计划。在平日的工作中，出发时要做工作

安排，制定一个详细的工作计划。把任务分解到每个季度、每个月份、每一天，做成表格，不断进行激励自我前进。

4、搞好农化服务，加强服务意识。深入一线为客户搞好服务，与客户同吃同住，为客户开拓市场、帮助客户送货。加强对本企业的宣传，提高的知名度和美誉度，宣传产品形象，起到终端拉动的作用。做好农化服务，抓住真正消费者——农民。

5、加强客户关系，完善客户档案。在xx年里，我会把大部分的时间留在客户那里，帮助客户宣传、铺货。深入到每一个乡镇、自然村，了解市场、把握市场，做好农化服务。还要加强对客户档案的管理。将客户分类，区别对待，和客户保持良好的联系。

6、扎实工作，锐意进取。发扬“艰苦创业、努力拼搏”的精神，和以往好的作风、好的传统，埋头苦干，扎实工作，与客户打成一片。注重在实践中摸索经验、探索路子。

我相信我不会辜负大家的希望，我会尽职尽责勤奋工作，与公司荣辱与共，和同事们共同缔造金正大辉煌灿烂的明天。

以上是我的下一步工作的想法，还需要实践的检验，还需要领导和同志们的关心帮助支持。如果我竞争不成功，我将一如继往好好工作，并努力查找克服自己的不足，争取更大的进步。

市场部总结汇报篇四

三：20xx年操作各区域市场的想法

（一）辽宁省

（二） 吉林省

李晓峰继续实施总代政策，其它分销商保持现状，吉林现在分销靠各个分销商。以后则主要靠李晓峰完成销量的提升。李晓峰已经渐渐重视与我司的合作，并在经销商的大会上和员工大会上宣传推广。接下来就是协助他完成品牌的推广工作。以达到销量提升的目的。

（三） 哈尔滨

目前哈尔滨两位分销商都不是最佳的合作者，一个态度有问题，一个实力有问题，我认为还应该续寻找新的合作者。但还没有找合适的总代人选之前，对现有的经销商做一些微调。具体的措施周天鸿享受一些优惠政策，政策向他倾斜一些，以激励他的积极性，且在沟通过程中给他一总感觉，厂家是倾向他的。未来可能总代理的人选。并引导部分客户到周天鸿处取货。给他宣宣传。观察一段时间看销售业绩有没有改观。如销售可观甚至可以把总代理的权力交给他，让他做当地的总代理分销商，下些同时，自动终止闫春杰的总代理合同，减少一些优惠措施。让他在价格上没比别人有优势。但保留他的销售权。只要不扰乱市场，就让他自由售卖。如果较长时间没有起色，只要不出现一些尖锐的矛盾，哈市暂时维持现状。另外我们在哈市继续寻找一些更有实力合作意愿更高的商家。

（四） 海南省

我认为海南省存在一个较大的问题，就是所有的经销商都不太认识我们企业的情况。对我们的认识只停留在宣传单上，和业务员的介绍上，这种认识是空洞的，对我们公司欠缺一个全面整体的认识。没有给商家们足够的信心。认为是一个小企业。产品的净利又不是很高。如不能走量是不会投入精力去做的。所以到现在都没有商家重视我们的产品。在不了解我司的情况下给商家们灌输一些大格局的想法走总代，是

不切合实际的，只会很被动。想让他花力气去做，他口头答应你行动上就是不出力。

针对经销商这种情况，第一要解决的问题就是认识问题，应该引导一实力的的客户来考察我们企业的现状。让他们在各方面都认同我们，树立信心，让他们认为跟我们紧密合作。会得到发展的机会的。会带来利益。然后在政策方面再调整。才能调动起他们的只极性。才有可能提升海南省的销量。

（五） 广西

我认为广西的情况同海南省的情况大体相同，操作思路相似，南宁和柳州一样要实行地级总代理，同时要寻找一些合适的人选。

共4页，当前第3页1234

市场部总结汇报篇五

一名合格的市场部经理在思考现有问题的基础上更应该跳出传统的思维局限，为了在今后的工作中开辟一个新的市场来进行相应的规划，我针对这段时间市场部的工作进行了一个总结。

一、市场部经理的工作职责

我主要是根据公司制定的战略方针来制定更为详细的市场规划，当然其中比较复杂的是市场规划需要大量的市场数据进行分析，只有经过亲自去进行调查并分析以后才能够得出切实有效的数据以供我们使用，其中由于我们市场部相当于是市场攻坚的前锋一般，因此我们的工作出现差错的话很可能会间接影响到其他部门的业绩，在进行市场分析的时候不能够盲目迷信于网络上面的大数据，虽然上面的数据都是真实且比我们公司更为详细的，但是不管怎么说几年前的数据除

了提供参考意见以外对部分产业近年的市场调查帮助不是很大。

二、市场部工作中取得的成就

值得肯定的是关于市场调查这方面的前期准备工作还是做得不错的，在大量的事实依据之中我们很快就制定了好几份方案并提供给公司领导进行筛选，最终方案确定下来以后我们便开始坐镇中心开始了对市场的攻坚工作，事实上虽然饱和的市场可以提供给我们的利润并不算很多，但是由于我们的产品对大部分人来说都是日常生活中需要使用到的，因此不管怎么说公司都不会出现财政赤字方面的可能性。

三、市场部工作中的缺陷与困难

一个是与其他几家大型企业的竞争中显得我方的市场十分被动，也可能是在进行分析的时候思维固定在以往的经验之中的缘故，最终得出的结论除了让公司的业绩略有提升以外根本就没有达到方案中的预期效果，这也将意味着如果不能尽快在这方面进行改进的话将很难在以后的工作中占得先机，所幸的是公司的销售团队在今年的工作中发挥超常弥补了市场部这边的不足。

不管怎么说无法达到预期的目标也是我们市场部在工作中的失职之处，因此在以后的工作中要么就根据现实情况制定切实可行的业绩指标，要么就提升自己的能力达到能够完成相应任务的标准，决不能够在市场部之中出现任何不以事实依据为判断方针的方案。

市场部总结汇报篇六

一、计划目标

1、每月主题促销

药房、日化分开执行；全年共计11次（1-2月为一期），

2、节日促销

全年计划节日促销15次，包括元旦（1月1日）、小年夜（1月16日）、情人节（2月14日）、妇女节（3月8日）、劳动节（5月1日）、母亲节（5月13日）、父亲节（6月17日）、端午节（6月23日）、7月7日情（7月7日）、七夕（8月23日）、中秋（9月30日）、国庆节（10月1日）、重阳节（10月23日）、光棍节（11月11日）、圣诞节（12月25日）

3、新店、店庆促销

新店促销根据具体开业时间进行，市场部店庆促销按门店具体开业时间每月安排1-2家进行大型店庆促销活动。

二、具体措施

1、主题促销为日常促销，由会员活动、采购招商、商品特价为主。全年主题促销共11次，22场（日化、营运分开），其中上半年5月和下半年10月会加大促销、宣传力度，目标以营业额增长为主。

2、节日促销是针对特殊节日而进行的促销，因药房、日化门店的顾客的结构不尽相同，营销重点也将有所不同，端午、重阳等传统节日以药房促销为主，情人节、圣诞节等节日以日化门店促销为主，元旦、五一、十一等大型节日药房、日化门店共同参加。

3、单店促销以店庆促销为主，根据门店具体开业时间，每月安排1—2家门店，活动力度较大，以路演吸引顾客进店，以达额买赠或买减提升客单价，目标以提升门店在附近商圈的认识度，顾客忠诚度，营业及交易次数增长为主。

4、新店促销，配合拓展、营运等部门，做好新店促销，提升新店在周围商圈的认知度及影响力，新店开业促销之后，三个月内再进行一次大型的促销。

5、活动招商，提前做好活动计划，吸引供应商参加，减少活动成本，扩大活动的规模效益。

第二部分：会员管理

一、计划目标

1、会员新增30000名，其中，药房18000名，日化门店12000名；

2、会员的有效性的提升，新增会员的有效性达到95%；

3、会员回头率的提升，新会员的回头率达到60%；

二、具体措施

1、将全年会员目标分解到每月每店，每日跟进门店会员的办理情况，对办理较差的门店进行电话跟踪，必要时实际到店示范会员卡办理。对积极会员卡的门店与个人进行奖励。

2、会员的有效性要从办理时就开始重视□20xx年，会员卡由原来的免费办理或达额赠送改变为每张收取2元的工本费，会员办理会员卡需填写真实有效的个人信息，如姓名、生日、联系方式等，员工在会员填写完之后进行核对，如姓名是否清晰易辨、联系方式是否有错误（多一位数或少一位数），录入会员资料进也要仔细校对。市场部会员专员也将定时对门店录入并上传的会员资料进行检查并通报检查结果。

3、提升会员权益，提高会员的回头率。

药房计划每月推出会员日全场88折活动（特价及部分不打折商品除外）；会员“集印花，换好礼”活动，每月推出10-20品毛利较高的商品，每品1-3枚印花，会员积分一定数量的印花可以到门店换取礼品，礼品以纸巾、洗洁精、食用油、饮料等顾客喜欢的日用品为主。定期给会员发送活动短信，会员生日时给会员发送祝福短信，对新会员进行电话回访。

日化门店每月推出会员特价商品，比市场价优惠30-50%，会员生日购物有礼（以身份证上生日为准），会员生日到店购物可享受85折优惠，工作计划并可获赠小礼品一份；不定期推出会员日，会员专享全场85折优惠。

第三部分：各部门协助工作

- 1、协助工程部做好老店整改工作；
- 2、协助营运做好卖场调整工作。
- 3、协助其它部门做好协助工作。

市场部

市场部总结汇报篇七

（一）工作职责概述：

2□20xx年度工作要点列表

（二）工作分析：

1□20xx年度工作分析：

2□20xx年度工作不足点：

市场部的主体工作基本分四部分：市场调研、品牌宣传、营销活动策划、企业文化梳理宣传。20xx年度的工作重点基本在营销活动策划执行和部门辅助工作上，一方面有部门刚刚成立，对公司部分业务不太熟悉，前期处于行业熟悉与摸索阶段，这两项工作为重中之重的原因，而另一方面也有我们市场部工作不到位、与其他部门协调不及时的方面。如不及时的做市场调研工作，了解相关行业发展、了解消费者需求转变，那么营销策划工作就没有良好前提，这是我们不足之处。

同其他部门特别是一线盈利部门运营部、精通公司产品生产的生产部沟通仍需加强，了解消费者及门店需求，熟悉公司产品制作过程及特点，使宣传活动更有的放矢，更能帮助销售增长业绩，也是我们市场部需要改进的方面。

忽视企业文化和团队凝聚力活动策划工作，这也是我们20xx年度重点跟进和加强的工作方向。20xx年，重点深化家家知品牌文化宣传，解析家家知二十年品牌，悉数家家知二十年大事记，组织一系列以深化家家知二十年品牌为主题的品牌活动，宣导家家知品牌，让深圳消费者更加熟悉家家知品牌，从而更加认可家家知品牌。

（一）费用回顾：

1、市场部主体费用主要是以下四方面：

一、印刷品制作费；

二、活动组织费用；

三、广告宣传费；

四、公司、门店内部美陈部分。

20xx年度的主体费用分布较为平均。而印刷品费用呈下降趋

势，活动费用每次根据活动大小不同而存在差别，广告宣传因以门店、项目宣传为主，大项费用投入主要在中秋月饼宣传及门店活动宣传两项，生日蛋糕图册制作属每年度过顶支出费用。

（二）费用分析：

1、正面因素：

整个公司市场费用呈直线下降趋势，在基本保障印刷质量、活动效果的前提下，尽量减少物料制作，对制作数量也进行严格把控预计，坚持多家供应商选择，基本拿到了相应地区同等物料要求的最低价格。

在和供应商合作过程中，做到信用与要求并进，前期询价、打样沟通严密，尽量减少出现偏差、过程把控严密，保障印刷质量和交货时间，后期付款及时，使得供应商虽然供货价格低，但结款及时，从而与其建立良好的合作关系，在确保物料制作质量的同时也提供了相应物料制作建议，尽可能的压低制作成本。

2、负面因素

市场是销售的前战，如果把整个销售工作比作一场战争的话，那么市场就像空军和炮兵，用飞机炸药对目标进行轰炸，再派攻坚部队进行点对点进攻，这也就是销售拿下客户的过程。如果没有很好的前期宣传、活动策划，仅依靠销售人员的个人能力，业绩很难有质的飞跃。当然，前提是费用合理、销售强势、团队合作密切、市场营销对路、产品质量保证。

3、20xx年市场费用把控不足之处：

由于设计岗位频繁更换，设计师及市场部对设计制品把控不严，造成一下物料偏及其他制作问题，相应会损害公司终端

形象及费用浪费。针对此类不足□20xx年严格把控设计制品，在设计源文件中严格标准主色调颜色系数、制作要求等，收货时严谨查验，杜绝设计制品浪费及颜色偏现象，减少费用浪费。

（一）团队建设业绩回顾：

1、整个市场部门共两人，一是市场主管，一是设计人员，满足工作需要。

2、虽然部门工作人员较少，但日常负责工作较多，其中设计工作尤为繁琐（就本人接手市场部以来，设计除未加班以外，其他工作时间均饱和）我部门员工工作的最大特性就是工作的不可替代性，所以员工稳定性尤为重要，设计人员在这7个月内共更换三名，就目前来看每个设计工作时间为2——3个月，原定设计在安排好设计工作外，安排固定时间对门店进行巡查，对终端门店陈列形象及物料使用，但由于现在设计工作安排问题，未能完成上述事项□20xx年对设计工作进行整理，会承担起门店形象陈列工作。

（二）团队建设分析：

1、正面因素分析：

主管的主要职责是把控整个部门所负责工作的进程，市场营销宣传活动的策划组织、执行与总结及所有文案工作，设计主要负责宣传品设计工作。人员少易协调，能及时了解下属动态。在日常管理中采取工作日报管理形式，一定程度上可以了解其在做什么？做得怎样？在每月月做月度测评，与其沟通工作中的进步与不足，从制度要求和心理印象上让设计人员感觉到公司、部门管理的严肃性，因此执行力随之增强。管理要求其学会提问题、解决问题，从而“逼迫”设计遇到问题时首先联想解决问题的办法。同时树立了他的责任心，遇到问题找借口、找理由的现象降低，逐步树立了“解决问

题是职责”的职业态度。

2、负面因素分析：

由于本人刚开始对食品行业的不了解，在一定范围上局限的对市场工作的开展，造成一些市场工作开展的不顺利和未能准确的定位门店市场；在后期工作中，通过和相关部门（特别是运营部）的密切沟通和对食品行业的不断摸索深入，开始慢慢的了解一些，在后期工作中也能适应市场需要，制定出相关符合行业特点和解决公司问题的方案并跟进执行。

因公司体制及岗位设计本身问题，我们所选用设计为毕业一年的大学生，所以经验不足，致使管理者要加大对其辅导和管控的专注度；而设计本身具有天马行空的特质，而我们的设计工作范围较单一、设计面相对较窄，个人发展空间有限，所以在下属个人发展方面存在很大问题，设计刚刚运作三个月，也许这个问题并不明显，但长期发展中这个问题必然会显现出来。

（一）存在的负面因素分析：

1、我接触食品行业时间较短，对于食品行业营销策划不敢轻易做决策，从而养成了简单执行运营部要求的工作习惯；且疏于同其沟通交流，也没有制定长期营销策划战略。

2、财务部、生产部虽有主动沟通，营销类活动也基本顺利完成，但效果并不理想，虽有各种原因，但追寻本部门自身原因：部门协作性仍需加强，根据下年度工作安排，会同人事部组织员工活动[20xx年系列活动之一，增强企业内部凝聚力。]；主动同运营部沟通商讨营销策划工作；继续加强同各部门的沟通，完成公司运营的整体工作的协作，做真正有助于销售的企划工作。

市场部总结汇报篇八

(一) 辽宁省的一些情况

辽宁省的市场情况在上次报告中已经陈述过，因而不再提及重复的内容。以下是辽宁省总代理创下销售奇迹的一个剖析。自从辽宁省签订总代合同以后，销售业绩翻了几倍，创下辽宁省业绩的新高，针对这个情况，我与总代理共同去寻找造成业绩猛增的原因，并总结去一套成功的经验，向其它区域推广，让其它地区也能获得业绩较大的增长。带着这个想法我们分析了这个现象。总结出以下几点。

第一个原因：公司用对了政策，选对了合作者，也选对了市场。

第二个原因：该总代理操作市场的能力，和对我司的信心，积极推广，改变原来的批发价格，价格下调了一些。

第三个原因：当地是一个经济环境比较好，玩具业发达，市场潜力巨大。第四个原因：我们走访了各个城市，做了一翻宣传，和市场服务。

第五个重要的原因：近两两个月进入了全年的销售旺季。

最后的结论是：这种高速增长的结果的后面包含了稳定的增长，和不稳定的增长，明年开年就会进入平稳的市场状态，不再参杂了过年这种消费高峰的原因素。业绩可能出现大幅下滑。不过预计明年的销售状况会比上年同期的销售业绩高出很多。只不过增长幅度没这么大。

(二) 吉林省的一些情况

与吉林省签订总代合同后，业绩都出现了一定的攀升，从各方观察总代，该总代已经开始重视我们了，并在行动上开始

有一些小的细节动作，预计明年我们的合作关系会进入更加紧密的状态。合作意愿会进一步变成更多的实际行动，并且业绩会步入稳定的增长时期；同时由于公司政策变动，引发了李洪日对公司的不满，并且停止进货以示不满。原建生，各方面都没有大的变化。

(三) 黑龙江省的市场情况

黑龙江省是一个面广，人口多，经济环境不差的省份，但上个月的销售业绩并不称得上理想，上个月是全年销售最好的一个月。销量应远不止这个数，应该还有更大的上升空间，我认为还没有找到合适的合作者，造成销量难以提升。

(四) 海南省的市场情况

海南省地处于粤西地区尾的一个岛屿。是一个旅游城市，经济环境偏差，因而也制约了玩具行业的发展。整个玩具行业的还是处于中等偏弱的水平。虽然整个行业不繁荣。

市场部总结汇报篇九

20__年是____发展的关键一年，市场部应积极配合公司做好各方面的工作，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，做好本部门的工作，积极配合相关部门，努力实现公司的经营目标。

现将市场部年度工作列表如下：

一、市场部年度工作计划：

1. 制定年度营销目标计划以及各档期dm海报的制作。
2. 建立和完善营销信息收集、处理、交流及保密系统

3. 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。
4. 制定卖场企划策略。(新开店的氛围打造以及已开店的氛围维护及布置)
5. 制定通路计划及各阶段实施目标。
6. 促销活动的策划及组织，执行并管理现场促销活动。
7. 合理进行广告媒体挑选及管理，参与组织并落实公司制订的广告计划、费用预算；
6. 对国际性大卖场进行实地考察。

二、市场部负责人的职责

市场部负责人全面负责市场部门的业务及人员管理

1. 全面计划、安排、管理市场部工作。
2. 制定年度营销策略和营销计划以及各档期dm海报的制作。
3. 协调部门内部与其他部门之间的合作关系。
4. 制定卖场企划策略。(新开店的氛围打造以及已开店的氛围维护及布置)
5. 制定通路计划及各阶段实施目标。
6. 促销活动的策划及组织。
7. 指导、检查、控制本部门各项工作的实施。
8. 配合人力资源部对市场人员的培训、考核、调配。

9. 制定广告策略，包括年、季、月及特定活动的广告计划。

为做好长期性的服务工作，下一步我中心将继续增强工作的责任感和紧迫感，围绕区委区政府的工作部署，统一思想，扎实工作。

一是将中心拟定的评定分离暂行办法发全区采购单位广泛征求意见，报区政府审定后出台并实施。同时总结经验，进一步完善制度规则并视实施情况加以调整运用。制度出台后要加强宣传培训，加深各单位对评定分离的理解，确保制度设计落实到位，提高政府采购的质量与满意度。

二是根据今年3月1日出台实施的《中华人民共和国政府采购法实施条例》相关规定，借鉴市政府采购中心经验及结合我区实际，更新我区招标文件模板。针对不同采购类型，完善招标文件模板，提供菜单式选项供采购单位编制招标文件时选用，促进招标文件制定标准化，减少因采购单位自由裁量权过大而附加限制性、倾向性条款；在招标过程中增加信息公开内容，着力提高采购招标信息公开度，充分鼓励市场监督，鼓励供应商之间按正常渠道对围标串标、虚假应标进行质疑举报，及时予以核实并报财政部门查处，清理政府采购市场中的害群之马，切实维护政府采购的公平性和严肃性。

三是为保证服务评价的持续性与可操作性，完善政府采购诚信体系建设。中心将通过引入第三方机构，安排专人对外包服务项目的评价情况进行收集、统计与分析，对供应商的服务质量进行量化评比，做到对供应商提供服务的结果考核和过程考核同步进行，综合评价。确保服务评价的规范化、系统化。并且根据各服务类项目的性质分门别类，逐一制定方案，将服务评价推广至其他关注度高、涉及面广的服务类项目。建立常态化的服务评价机制，重点对外包服务承接供应商的履约情况进行评价。以动态监督机制和动态评价机制的建设为重点，用评价结果促进监督，将履约评价结果与服务供应商的经济利益直接挂钩，制约和激励服务供应商的日常

履约行为。建立“政府主导、第三方参与、奖惩兑现”的综合评价体系，实现对供应商的择优汰劣。

四是通过制度促使供应商强化诚信守法意识，进一步净化我区的政府采购市场。下一步中心将草拟我区政府采购供应商投标和履约诚信行为管理规定，向有关单位征求意见。通过合同履行检查，记录参与政府采购供应商投标与履约诚信情况，建立供应商诚信档案。并在区政府采购网设立诚信档案专栏，公开披露供应商诚信情况。试行在政府采购评标时对达到污点记录的供应商予以扣分或价格加价。初步建立我区政府采购供应商综合评价、动态管理和结果运用制度。

五是大力开展合同履行检查。定期对合同履行情况进行抽查并开展专项检查，重点针对重大敏感项目、预选采购项目以及出现过质疑投诉的项目，纠正不按招投标文件及合同履行行为，并对整改不力的中标供应商予以曝光，报请区监督主管部门进行处罚。