

# 最新市场部月度工作计划(优质8篇)

计划是一种灵活性和适应性的工具，也是一种组织和管理工具。那关于计划格式是怎样的呢？而个人计划又该怎么写呢？下面我帮大家找寻并整理了一些优秀的计划书范文，我们一起来了解一下吧。

## 市场部月度工作计划篇一

### （一）概述：

本年度是书店开业以来的第一年，市场部全面负责书店品牌宣传与维护、

营销活动策划与组织、市场调研工作和辅助相关部门做好企业文化建设工作，根据市场需求和变化，开展各项宣传活动、会员活动。根据书店发展需要，增加市场助理岗位，负责了解会员对书店的想法、意见和建议，根据会员反映有针对性的进行客户满意度调查等客服类工作，并承接了会员卡制作等相关工作。

### （二）重点工作分析：

20xx年，市场部在公司领导的带领下，运转方面是比较正常的。上核心重点是加强户外广告宣传以及社区推广活动，先后组织了进社区活动、通过买电脑送学习卡等系类活动，涵盖了商业街、商业中心、学校等所有业主密集区域，覆盖了整个社区业主和四期准业主，很好的宣传了书店，锁定目标人群，为销售工作打下基础。使整个宣传面覆盖了所有重点项目，既达到了理想的宣传效果，同时又能有针对性的开展各类营销宣传，点面结合，有的放矢，在有限的宣传预算下，达到最理想效果。

市场部的工作重心在于以下三点：一是开展策划，出新创意，整合资源，二是加强各项工作的细节化管理，三是注重广告推广的效果评测。除上述重大工作外还有市场部的基础工作，主要包括：宣传推广计划、一系列的厂家报表反馈、各类活动店面布置管理、公关传播、客户投诉处理、会员活动等一列工作。

### （三）费用投入的回顾和分析：

#### 1. 费用回顾：

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、书店内部陈设部分。

20xx年度的主体费用集中在六月份和八月份，其他月份分布较为平均。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，广告宣传因以社区宣传为主，只投入了社区广告牌和指示牌两项，再就是大型活动的集中花费。

#### 2. 费用分析：

宣传品的设计打破了原有的板式、品种，在保证品质的前提下尽量节约成本，多在设计理念、元素上下功夫；并根据书店的宣传重点及时更换新内容，在和供应商合作过程中，做到信用与要求并进，前期谈判沟通严密，防止出现偏差、过程把控及时，保障质量和交货时间，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，在基本保障质量、活动效果的前提下，多家供应商选择，基本拿到了本地区最低价格。可以这样说，凡是和我们打过交道的供应商对我们的评价是一致的——要求严格、诚实守信、互相尊重、结款及时。经过努力使整个书店市场费用呈下降趋势，达到性价比最佳效果。

#### （四）市场助理说明与分析

##### 1. 团队建设业绩回顾：

（1）整个市场部门共有三人，一是市场经理，二是设计人员，三是市场助理，满足工作需要。

（2）虽然部门工作人员较少，但每个人的作用是不可或缺的，这不同于销售等其他部门同事，工作可替代。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，目前人员较为稳定，员工离职率为0。

（4）市场助理的成长市场助理是从书店内部基层员工选拔上来的优秀人才，工作主动性高，有一定文艺特长，但专业性不强，根据其特点，加强了楚晰专业培养，并对她负责的专项工作进行重点根据，使其在文案、策划、沟通等方面有很大提升。

##### 2. 团队建设分析：

（1）正面因素分析：经理的主要职责是把控制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，市场助理的工作职责是文案、活动主持、客服工作等，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”的职业操守。

（2）负面因素分析：在管理当中存在过于严格的地方，致使下属感觉压力较大，独立工作能力较弱，在今后的管理过程中会重点改进。

### （一）部门级的不足与改进措施

#### 1. 加强整体定位和部门协作

团队的力量是至高无上的，单兵作战是不可能取得胜利，只有依靠团队，挖掘团队的力量，发挥团队的优势，才能凝聚成力量，取得最终的胜利，在部门沟通方面仍需要加强，杜绝本位主义，利用团队的力量，为书店取得良好业绩而努力。

#### 2. 加强宣传活动资源的有效集中

书店的主体业务主要有虚拟课堂、学习卡、测评服务三大项目，在宣传主题主要围绕其做文章。同时开店前制定的宣传方案，时间较为仓促，同各个广告代理商之间洽谈的时间过于繁多，虽然我们的广告投放覆盖面广，但也出现了为了宣传而宣传的现象，忽视了广告的“有效性”，我们在每一期宣传、每一场活动上会多注重“目标客户群体”，做到有的放矢。

由广告投入产出来看，今后的广告投放比例需要根据目标客户群调整。

### 3. 加强客服工作的针对性和有效性

客服工作开展半年来虽然取得一定成绩，但仍有很多不足之处，例如报告格式不规范、后续处理仍需加强等。今后将加强客服工作的针对性、报告的有效性、后续工作的落实等方面，真正搭建起会员与书店的沟通平台。

### 4. 加强对下属的管理, 给其一定工作空间

因书店刚刚开业，所以市场工作任务重、责任大，对于下属管理过于严格，束缚其个人自我管理的空间，在下一工作年度当中，会适当的将一些工作内容转交, 培养其多方面能力，也为公司培养后备人才。

### 5. 加强顾客的实际需求的发掘

市场部在开店前参与制定了价格政策、读书指南、等基础资料，顾客的心理价位经过今年的实施验证，有些资料可以定型，如项目名称、读书指南，有的内容并不完善，主要表现在跟顾客相关的服务上面，例如投诉应该找具体的哪个部门，多少时间处理完毕；今后会根据顾客所提出的意见进行适当的调整。

### 6. 加强活动目的的明确度

开店前进行过5场促销路演活动、7月16号第二届中山书展活动、8月16号的七夕假面嘉年华活动等12场活动，“其中七夕嘉年华”“汽车宝贝大赛”“大学生读书文化节”都产生了一定的影响，“大学生读书文化节”活动从策划到分工再到执行各方面都有待完善，例如活动存在策划时间不充分，宣传力度不够，等问题。两次活动的准备都十分仓促，效果不明显。再到我们的执行方面，各个部门之间的分工执行不明确，沟通不足，需要各个部门配合的事项没有立刻从正规流程下发到各部门负责人，导致现成对接不明确，给客户造成

了不太好的印象。

## （二）公司层面不足与改进建议

书店内部存在很多硬件上的不足，漏水点多、冬季大厅温度低、冬季热水不足，不能满足会员需求·····以上情况确实存在整改方面的困难，但很影响书店形象，建议公司能够重视整改。

## 三、20xx年工作展望

### （一）内外形势的判断

内部□20xx年度加强了书店内部管理，特别是周报月报，销售分析会等举措，使各部门形成了总结汇总计划的工作习惯，对于20xx年度的工作情况，每个部门也掌握了第一手材料，工作中的不足，改进的方向更加做到了心中有数，也就是说整个管理团队更加成熟，故在20xx年度的各项工作开展方面部门内部、部门之间的战斗力将会更强. 外部：市场竞争更加激烈。绍兴市区有很多的培训机构，主要竞争对手是龙文学大，迪亚教育，绍大教育培训中心，绍兴图书馆教育培训中心等。网络市场方面还有杭州奥鹏、101以及浙大远程教育等远程教育企业的辐射。本地的教育机构在此已享有较高的知名度，师资力量雄厚，拥有一定量的客户。带给我们更严峻的挑战。所以只有做到专业、特色、优质，才能在残酷的市场中生存，专业、特色、优质也是我们努力和发展的方向。

### （二）部门工作安排

## 市场部月度工作计划篇二

### 一、工作表现

每一天外出见客户时强化自身形象，提高自身素质，对自己

坚持严格要求，不要因为自己一个人一片天地就懒惰，忘记工作，忘记自己的工作职责和工作任务。我们对工作要心中有度，有职责。对待客户必须要以诚相待，办事处的工作最大的规律就是“无规律”，因此，我要正确认识自身的工作和价值，正确处理工作中的苦与乐，得与失、坚持甘于奉献、诚实敬业，个性在业务锤炼过程中必须要有总结和反省，当日工作当日毕，业务讲效率，公司可能养闲人，但是不期望闲人是我。所以必须要努力，必须要学习，争取早日突破有成绩，经过这么长时间的学习和锻炼，我在工作上已经取得必须的进步。

## 二、工作态度

工作态度要严于律己，不断加强自己作风建设。到公司以来我对自身严格要求，始终把耐得平淡、舍得付出、默默无闻作为自己的准则。作风是公司一个形象问题，不能因为个人原因让客户说广源的作风有问题，把广源当成是自己的家，荣辱与共。在工作中要用自己的行动规范自己的一切言行。努力强化自己专业知识，做好各项客户服务工作。坚持跟踪的原则，对客户都要跟踪有结果，努力提高沟通水平。在这一个月里，虽然遇到不少的困难，但是只要用心想办法去解决，思想乐观，还是能够学到很多知识。

## 三、工作行程

这一个月来，我做了超多的工作，虽然暂时还没有取得成绩，但是我会一向努力，相信自己的成绩会好起来，由于公司对我们福建市场的重视，还特意派汽车协作办事处的工作，让我们在工作上，业务上自信了很多，汽车到目前为止跟我跑了四天业务，一路从莆田到福清到福州的路线走的，路线也是我一路计划好的，基本没有多绕路，跑了大概十九家公司，可能路线和地址都不是很熟悉，所以在计划当中还有部分客户没有拜访，但是效果很不错，到达预期效果，有三家既然与张经理撞车，有七家此刻是我的意向客户。我将继续努力

跟踪和进行沟通，争取在下个月出成绩，对自己，对公司也是一种微妙的回报。此刻也有两家基本上在口头上答应下个月左右定货。此时我不能松懈，越是关键时刻越是决定得失的时候。所以货没有出去还不是笑的时候，也许只是才开始。

#### 四、下一步工作计划和展望

下一步工作我将继续跟踪目前的意向客户，直到跟到有结果为止，要对有针对性厂家进行攻克，多去拜访，多沟通。然后根据资料联系新客户找到主事人，慢慢伸张，在自己能够把握局势的状况下进行扩张，稳步求进求发展。

以上是我个人体会和设想，我将全身心的投入到市场工作中。

### 市场部月度工作计划篇三

工作总结(job summary/work summary)[]以年终总结、半年总结和季度总结最为常见和多用。你会写市场部月度工作总结吗?下面小编给大家带来市场部月度工作总结，希望大家喜欢!

20\_\_年3月，我参加了“教育机构市场部新员工入职培训”，参加此次培训的主要是市场团队新同事，以及实训中心新入职同事共50位左右。集团公司十分重视本次培训，董事长、总经理及各部门主管等集团公司管理层也都作为培训讲师，与我们进行了深入交流。

培训第一课，集团公司董事长向我们讲解了的的企业文化。董事长首先对大家加入大家庭表示了欢迎，并寄予了很大的期望。他相信在“以人为本，以厚为道”的经营哲学下，坚持“原则至上、一切以结果为导向、对事不对人”，坚持客户需求第一，员工在企业发展的平台下一定能得到自我成长，



最终实现自我价值，获得企业与个人的共赢！

随后，集团公司副总兼市场总监介绍了公司的发展历史和发展概况，筚路蓝缕，风雨兼程，从最初的8个员工辛辛苦苦跑市场，到现在分工明确的200多名员工和业内良好的口碑和影响力。我们一边感慨着公司创业时期的艰难，一边又欣喜于公司现在的蓬勃发展。

接下来集团公司常务副总关于的产品研发、集团公司实训总监和总经理的讲解更加坚定了我们对公司的信心，特别是“美丽姐”——时郑鹃老师关于就业方面的讲解，激情、活力、自信满满，富有感染力的声音和活生生的案例剖析，感染了每一位在座的新员工，大家也积极踊跃地向“美丽姐”提问发言，整个会场中闪耀着思维碰撞的火花，将入职培训的氛围推上了一个高潮。

培训第二日关于个人职业规划、关于执行力和关于招生意义的培训，让我们对自己的岗位和工作有了更深刻的认识，对自己的职业发展也有了更大的期待。而吴迪、陈越两位老师的个人成长经历的分享，一个幽默风趣，一个严谨沉稳。大家在听完他们的分享之后表达了对他们的羡慕，也确定了自己前进的目标。

3月4日在职业学院进行了户外拓展，让大家亲身感受教育产品之外，通过素质拓展体会到团队协作的重要性、面对困境时的心态和细节的重要性等。集团公司专业的拓展团队刘平平老师、周圣老师、朱志明老师对参训同事一如既往的严格，让我们真正体会到作为职业人的基本素质和要求，通过参与空中断桥、信任背摔、空中相依、毕业墙等项目，大家在失败中不断调整，最终成功完成了培训项目，也真正感悟到目标明确，注重细节，因人分工，团队精神的重要性——这是素质拓展老师一再强调的，也是在此次拓展中大家以亲生经历验证并且做到的。

从讲师到学生，从公司到个人，从理论到实践，以真实打动新员工，以热情欢迎新员工，以发展吸引新员工。董事长陈相阳关于公司文化讲解、集团公司副总兼市场总监李巧灵关于公司发展历史和概况的介绍、集团公司实训总监王鹏老师和景宁总经理时郑鹃老师对于实训和就业方面的剖析，让我们这些新入职的员工真真正正的了解和认识了是怎样的公司、做的是怎样的事情、作为一个人的骄傲和如何才能成为一个合格的人，的印象也越来越清晰深刻的印入了我们的脑海中。

当然，参加此次培训后，最大的收获除了真正了解和认识了人和人，还有自我的认知和成长方面。无论是钱欢老师的个人职业规划、卢文娟老师的执行力方面的讲解、吴迪老师和陈越老师的个人成长经历的分享，还是在户外拓展中亲身体会加老师指导，都让我们在生活目标、职业目标、甚至是人生目标方面更加清晰明确，在执行力方面更加果断明智，在团队精神、勇气、坚持和细节方面有所增进。同时也体会到了作为一个真正的职业人的认真谨慎、不畏艰难和愈挫愈勇。

3天的时间虽短暂，但收获是满满的，感激也是满满的，更加满满的还有那颗能够在汲取营养、努力进取的激动澎湃的心。希望我的未来能与的未来同在！

## 一、培训基本概况

2、培训目的：为了让员工了解公司的规章制度、企业文化及部门制度，给员工明确的认识自身工作岗位的职责与要求，同时让新员工对本部门的工作流程有初步的了解，让在职旧员工巩固工作流程的操作。

3、实际参加培训总人数：12人

4、培训方式：讲授

5、授课人：

## 二、培训综合分析

通过这次培训，基本上达到了原定的培训目标，使员工较清晰地了解公司的概况以及公司的制度，确保日后能按照公司的规章制度执行，规范自己在公司的行为标准，同时通过部门制度的讲述，让员工了解了本部门对员工的要求以及对部门工作的基本流程有一个整体的概念，对后续开展工作打下了基础。培训过程中，对不清楚的地方或希望能进一步了解的地方，能举手提问，互动较好。

通过这次培训的调查表意见收集，此次培训受到了接受培训人员的肯定，普遍对培训的内容、必要性、效果、授课质量都比较满意，希望后续能开展更多有意义、对员工有实际帮助的培训课程，全面提升部门员工的素质和对公司制度、政策的认识层面。

对收集到的部门意见整理如下：

- 1、员工希望参加在后续培训内容方面包括：公司产品的培训、部门之间工作往来流程的培训、公司认证分类的详细讲述、销售指引、业务技巧、部门发展方向。
- 2、员工会希望接受和体验不同的授课方式，比如情景演练、讨论时培训、多媒体软件等。
- 3、员工提出的建议有：培训时间的安排和控制、每次培训内容传输量的控制等。
  - a)培训资料相对简陋，条件允许的情况下，使用多媒体ppt演示效果会更好。
  - b)讲解方式相对单一，后续希望能有更深入、透彻、灵活的讲解，提高授课技巧，让员工更容易接收传输的信息。

c)对流程的讲解，要结合各步骤所需表格来讲述，提供员工对实际工作过程中的接受能力。

在日后的培训工作中，希望能充分调动员工的积极性，保证培训知识能及时吸收和消化，做到逐步提高部门员工对公司制度的理解、对本行业的专业知识以及对工作流程的认识，使部门工作进行顺利。

日月开新元，天地又一春。奋进、收获的20\_\_年在岁月的渐进中落下帷幕，充满希望和更多憧憬的20\_\_年已向我们走来。在新春的脚步下，我们迎合着春的气息，与岁月共舞，与业绩拼搏。为了更好的做好市场部20\_\_年的工作，特总结20\_\_年的工作情况。

一、在部门经理的带领下，市场部工作人员的业务水平取得了骄人的成绩。在每次出去拜访客户时，部门人员始终是站在公司利益的角度下，为公司争取到了一批批优质的客源，提供了好的客服服务，赢得了一大批的项目投资。20\_\_年市场部已超额完成了公司下达200万元的目标任务，为公司赢得了较好的盈利收入。

二、整和了市场，使市场运转更加利于公司今后的发展。过去的一年，市场部全体员工紧跟着市场发展的步伐，瞄准企业动态，获取招商信息，为公司提供了源源不断的客源，给公司的长远发展打下的坚实的基础。

三、领导关心，员工进取心增强。在公司领导的关心下，市场部人员的工作信心越来越强，在公司内部起到了带头模范的作用。市场部员工没有出现上班迟到，下班早退的现象，在公司内部留下了较好的印象。

四、团结奋进，开拓市场。公司的广告客户，大部分是市场部工作人员积极公关的效果得来的，在进行客户公关时，市场部人员通常都是在内部协作的基础上，做好客户的工作，

积极争取客户的信赖，更好的.开拓了市场。

五、创新人才，热诚服务。热情的服务，始终是市场部人员的业务水平要求。在每次出去拜访客户或客户来访时，我们始终做到以礼待客，热情服务的业务宗旨，给客户留下好的印象。在市场部里，我们每一名工作人员都有自己的喜好。他们利用业余时间，展现了他们的多才多艺，不仅更好的发展了自己，而且增加了公司浓厚的文化氛围。

当然，过去的一年，我们的工作也有很多不足与失误。例如，我们在配合其他部门工作上不是很积极，和其他部门的工作人员不是很密切；内部员工办事效率不是很高，拜访客户的时间观念把握的不是很好；拜访客户时，有些员工比较性急，容易带情绪化等等。这些问题都是我们市场部在过去一年工作中所带来的不足与失误，在今后的工作中，我们一定汲取过去的经验教训，改正这些不好的习惯，力争在今后的工作中不再出现这些不足与失误，也希望公司其他部门的员工能够对我们进行监督，更好的让我们为工作服务。

新的一年，新的开始，20\_\_年是市场部所有员工更进待发的一年。在新的一年里我们会认真做好公司下达的各项任务，改正以前不好的工作习惯，力争为公司的发展再迈进一大步做出新的贡献。

会议议题：

2、对行政部在工作配合上，提出一些建议性要求以及期许。

(一)老店维护

3、大致了解了\_\_x公司和各家店的销售状况，以及店内的一些基本信息。

\_\_x□1□完成原定上门回访目标1家：徐汇店；电话回访1家：昆

山店;2、未完成原定上门回访目标4家。

x总监：本周自己完成\_\_x公司沟通并促成加订产品共30套。

## (二) 新店开发

\_\_x□\_\_x□拜访1家□\_\_x公司，有意向，促成中。

促成难度在于：1、对方认为我们给出的折后价太高(我方给出了x折);2、我方联系的人作不了主，必须还得上报才可。

\_\_x□拜访3家，其中\_\_x公司已与公司签订合作合同，订货单已下，货已到达对方店内，另外两家还须再跟踪。

x总监：1、电访了一次\_\_x公司：对方反应折后太高，联系方暂时作不了主，需向北京总部报告，需再花时间跟踪;2、跟踪\_\_x公司2次：进场费基本在x元，双方约在7月11日带资料和样品过去洽谈，如没其它问题，将可于下周之签订合作合同，第三周我们的产品将可送达对方店内;3□\_\_x公司：公司x总经理已上门拜访过，对方在上海有40多家店，我方给了报价单，但联系人也无法做主，需要向上申请后才能给答复，下周一电话跟进适时拜访;4、跟进朋友介绍的单位，想做整个上海总代理，须进一步跟进。

最后x总监进行了渠道建设工作的总结，并提出要求：

1、大家本周整体工作未做到位，整体效果不理想：所有人都没有完成老客户回访的即定目标，新客户开发数量也不够，希望大家牢记自己的任务。

2、开会前，各成员都没有做好相关的工作开展情况汇报;以后汇报新店开发工作时，汇报内容要包含：共拜访几家、几家有意向、几家达成合作(是否传来订单、是否安排了发货、产品是否到达、客户有何问题与意见。)，客户提出了什么问

题等。

5、各位整理出老店回访话术，周一交给我。

6、为解决月度会议提出的重复拜访的问题，现在发给大家表格，将已经拜访的，正在拜访的顾客进行统计公布出来，大家在周一登记完毕后上交。

7、我自己在第二周，将尽一切努力与\_\_x公司在折扣问题上谈成一致；与\_\_x公司负责人洽谈店面广告及争取店面数量的扩大；与\_\_x公司签订合作合同；至于\_\_x公司，将会与他们有个初步接触，进行基本事项的洽谈。

#### (一) 市场部内部要求

1、早晚报到：为了方便工作，早上或下午不到公司打卡报到的，需提前和我说。

3、上交的各类表格，请签上自己的名字□\_\_x有几次都没签名。

4、每周五会有例会，希望每位市场部成员不得缺席。

6、7月1日会议中□\_\_x提出的客户洽谈出现了重复现象，现在给每人一份洽谈记录表，大家按照表格填写，将已经洽谈或正在洽谈的信息公布出来，即可解决这个问题，表格需在下周一下班之前交给我。

8、正常工作时间内，各位成员必须要将手机保持畅通，不许出现关机或停机现象，以免影响正常的工作。

#### (二) 于行政部配合要求

1、收取保存订货单：订单有两种形式，一种是传真，一种是邮箱，不管是哪个部门收到订单，须第一时间通知所属人员，

并复印一份给市场部原件保留在行政部。

3、销售人员需要物资的配备和登记□\_x名片至今没有拿到，耽误其独立洽谈客户。销售人员在领用小礼品时要在行政部作登记，以方便行政部进行统计，也方便如没了相关礼品提前做准备。

4、产品质检备案：到目前也没下来□\_x公司合同至今无法签订，希望公司和行政部给以更多的配合与努力，尽快完成。

5、市场部人员也需配备钥匙：目前为止，市场部没有一套大门钥匙，本月已经发生2次集体在外等候现象，造成不能按时打卡。

6、公司墙面企业文化以及企业口号标语的设立：建议行政部应尽快作好职场企业文化展板。内容和设计经公司确认无误后上墙。

三、团队建设：方总监通报了招聘结果，也提出了自己的看法和意见：

(一)招聘结果：

本周面试x人：x人来自网络□x人来自\_\_x介绍。通知x人下周一上岗。

(二)希望重视：

1、公司明显没有学习理解月初会议的精神，招聘工作还是没有足够的重视：网络上有些条件根本不适合，人以类聚，物以群分的道理，要用聚焦的心态看问题。建议行政部进行修改；现场招聘没有定，其它招聘渠道也没开辟，希望行政部尽快想办法解决，我积极配合招聘面试的开展。



2、无特殊的情况下，网络应聘者的面试工作，安排在周三下午和周五下午进行。

一、综述。病例拍摄情况。病例数量不足依然是最普遍的事情。整个片区一个月拍不到五十个病例。这是多么严重的事情!做媒体营销靠的是广告，现在都没有人愿意做广告，何来的销量提升?没有充足的病例，何来优秀病例，优秀专题?病例是基础，基础都不牢固上层建筑的质量怎么会好?为了督促市场部尽快落实病例，我们两天一小催，三天一大催。有些时候市场部经理都说：我现在都害怕接你的电话，不是要求病例就是要求宣传画。可就这样病例数量还是得不到很好的解决。其次就是病例本的记录与回访。大部分市场的病例记录还是比较规范的。个部市场的病例记录仍然不够规范(如王岗市场)。病例回访工作跟进的也比较及时。个别市场(如红星市场)由于前期工作滞后太多，导致现阶段工作开展起来相当麻烦。最后就是终端包装。做营销行业，终端工作开展质量的优劣也是至关重要的。本月中阜阳片区的终端工作进展还算可以。只有部分市场因为天气原因没能跟进病例回访工作跟进的也比较及时。但这项工作目前仍在进行中。

二、企划思路。本月专题的拍摄是在《企划方案》指导下进行的。尽管病例不是太多，但我们争取把每一个病例拍好。力求让患者谈出“四年来，为什么购买本产品?”以及在夏季使用本产品的好处。但是，对于《企划方案》要求的氛围专题，典型身份专题等没能很好的落实。

三、工作中存在的不足。

1、引导病例没有目的性。拍摄前没有充分了解患者信息，引导话语单调，空洞。语言吸引力不强。对市场存在的问题没有很好的把握，导致引导出的话语有时不能适应市场的发展。

2、不了解市场。对于一个企划不了解市场永远不是一名合格的企划。对于我来说更是如此。

### 3、缺乏沟通。

四、市场部的工作状态。人员心态发生了很大的变化，整个片区弥漫着一股消极的气息。在公司会议上我们信心满怀，斗志昂扬。可一下到市场就变味了，执行各项制度是相当的困难。消极情绪是可以传染的，当和他们聊天时，总会有这样那样的困难，这样那样的不满。对于病例更没有几个的全身心的投入。“你如果不拍，我就不拍。”“你卖的比我好，你拍三个。我卖的不好，拍两个就够了。”加上市场外部环境的恶劣，更加导致了市场人员情绪的低落。

1、基础工作不牢固。突出表现在基础病例，终端包装。

2、市场人员工作滞后。

3、专题质量不能够适应市场发展。

4、另外还有一个很重要的原因就是媒体停播或不能够正常播放。

问题是在过程中出现的，要想解决问题也必须在过程中。不去深入市场，了解市场。想解决市场中存在的问题是何其的艰难。接下来的八月份是更加艰难的一个月，更是承上启下的一个月。全年的工作都会因这一个月而发生转折。我们需要做的就是扎实工作，认真分析总结自身的不足，努力缩短差距。为片区的发展贡献自己的力量。

\_\_年是\_\_公司重要的战略转折期。国内轿车市场的日益激烈的价格战、国家宏观调控的整体经济环境，给\_\_公司的日常经营和发展造成很大的`困难。在全体员工的共同努力下，\_\_公司取得了历史性的突破，整车销量、利润等多项指标创历史新高。作为\_\_分公司的总经理，同时也很荣幸的被评为“杰出领导贡献奖”。回顾全年的工作，我感到在以下几个方面取得一点心得，愿意和业界同仁分享。

## 一、加强面对市场竞争不依靠价格战细分市场群体实行差异化营销

### 对策一：加强销售队伍的目标管理

- 1、 服务流程标准化
- 2、 日常工作表格化
- 3、 检查工作规律化
- 4、 销售指标细分化
- 5、 晨会、培训例会化
- 6、 服务指标进考核

### 对策二：细分市场，建立差异化营销

1、细致的市场分析。我们对以往的重点市场进行了进一步的细分，不同的细分市场，制定不同的销售策略，形成差异化营销；根据04年的销售形势，我们确定了出租车、集团用户、高校市尝零散用户等四大市常对于这四大市场我们采取了相应的营销策略。对政府采购和出租车市场，我们加大了投入力度，专门成立了出租车销售组和大宗用户组，分公司更是成为了\_\_出租车协会理事单位，更多地利用行业协会的宣传，来正确引导出租公司，宣传\_\_品牌政策。平时我们采取主动上门，定期沟通反馈的方式，密切跟踪市场动态。针对近两年\_\_市场出租车更新的良好契机，我们与出租公司保持贯有的良好合作关系，主动上门，了解出租公司换车的需求，司机行为及思想动态；对出租车公司每周进行电话跟踪，每月上门服务一次，了解新出租车的使用情况，并现场解决一些常见故障；与出租车公司协商，对出租司机的使用技巧与维护知识进行现场培训。针对高校消费群知识层面高的特点，我们

重点开展毕加索的推荐销售，同时辅以雪铁龙的品牌介绍和 文化宣传，让他们感受雪铁龙的悠久历史和丰富的企业文化内涵。另外我们和\_\_市高校后勤集团强强联手，先后和\_\_理工大后勤车队联合，成立校区\_\_维修服务点，将\_\_的服务带入高校，并且定期在高校组织免费义诊和保养检查，在高校范围内树立了良好的品牌形象，带动了高校市场的销售。

### 对策三：注重信息收集做好科学预测

当今的市场机遇转瞬即逝，残酷而激烈的竞争无时不在，科学的市场预测成为了阶段性销售目标制定的指导和依据。在市场淡季来临之际，每一条销售信息都如至宝，从某种程度上来讲，需求信息就是销售额的代名词。结合这个特点，我们确定了人人收集、及时沟通、专人负责的制度，通过每天上班前的销售晨会上销售人员反馈的资料和信息，制定以往同期销售对比分析报表，确定下一步销售任务的细化和具体销售方式、方法的制定，一有需求立即做反应。同时和品牌部相关部门保持密切沟通，积极组织车源。增加工作的计划性，避免了工作的盲目性；在注重销售的绝对数量的同时，我们强化对市场占有率。我们把分公司在\_\_市场的占有率作为销售部门主要考核目标。今年完成\_\_任务，顺利完成总部下达的全年销售目标。

对于备件销售，我们重点清理了因为历史原因积压下来的部分滞销件，最大限度减少分公司资金的积压。由于今年备件商务政策的变化，经销商的利润空间进一步缩小，对于新的市场形势，分公司领导多次与备件业务部门开专题会讨论，在积极开拓周边的备件市场，尤其是大客户市场的同时，结合新的商务政策，出台了一系列备件促销活动，取得了较好的效果。备件销售营业额\_\_万元，在门市销售受到市场低价倾销冲击影响较大的情况下，利用售后服务带动车间备件销售，不仅扭转了不利局面，也带动了车间的工时销售。

售后服务是窗口，是我们整车销售的后盾和保障，今年分公

司又迎来了自96年成立以来的售后维修高峰。为此，我们对售后服务部门，提出了更高的要求，在售后全员中，展开了广泛的服务意识宣传活动，以及各班组之间的自查互查工作；建立了每周五由各部门经理参加的的车间现场巡检制度，对于售后维修现场发现的问题，现场提出整改意见和时间进度表；用户进站专人接待，接车、试车、交车等重要环节强调语言行为规范；在维修过程中，强调使用“三垫一罩”，规范行为和用语，做到尊重用户和爱护车辆；在车间推行看板管理，接待和管理人员照片、姓名上墙，接受用户监督。为了进一步提高用户满意度，缩短用户排队等待时间，从6月份起，售后每晚延长服务时间至凌晨1:00，售后俱乐部提供24小时全天候救援；通过改善售后维修现场硬件、软件环境，为客户提供全面、优质的服务，从而提高了客户的满意度。全年售后维修接车\_\_台次，工时净收入\_\_万元。

## 二、强化服务意识，提升营销服务质量

\_\_年是汽车市场竞争白热化的一年，面对严峻的形势，在年初我们确定了全年为“服务管理年”，提出“以服务带动销售靠管理创造效益”的经营方针。我们挑选了从事多年服务工作的员工成立了客户服务部，建立了分公司自身的客户回访制度和用户投诉受理制度。每周各业务部门召开服务例会，每季度结合商务代表处的服务要求和服务评分的反馈，召开部门经理级的服务例会，在管理层强化服务意识，将服务工作视为重中之重。同时在内部管理上建立和完善了一线业务部门服务于客户，管理部门服务一线的管理服务体系；在业务部门中重点强调树立服务于客户，客户就是上帝的原则；在管理部门中，重点强调服务销售售后一线的意识。形成二线为一线服务，一线为客户服务这样层层服务的管理机制。积极响应总部要求，进行服务质量改进，强化员工的服务意识，每周召开一次服务质量例会，对上周服务质量改进行动进行，制订本周计划，为用户提供高质量、高品质的服务。并设立服务质量角对服务质量进行跟踪及时发现存在的不足，提出下一步改进计划。分公司在商务代表处辖区的各网点中一直

居于服务评分的前列，售后服务更是数次荣获全国网点第一名。在加强软件健身的同时，我们先后对分公司的硬件设施进行了一系列的整改，陆续建立了保养用户休息区，率先在保养实施了“交钥匙”工程；针对出租车销量激增的局面，及时地成立了出租车销售服务小组，建立了专门的出租车销售办公室，完善了用户休息区。根据当期市场特点和品牌部要求，我们开展了“三月微笑服务”、“五一微笑送大礼”、“夏季送清凉”、“金秋高校校区免费检查”、小区免费义诊、“冬季送温暖”等一系列活动，在客户中取得很大的反响，分公司的服务意识和服务质量也有了明显的提高。

## 二、追踪对手动态加强自身竞争实力

对于内部管理，作到请进来，走出去。固步自封和闭门造车，已早已不能适应目前激烈的轿车市场竞争。我们通过委托相关专业公司，对分公司的展厅现场布局和管理提出全新的方案和建议；组织综合部和相关业务部门，利用业余时间，对\_\_市内具有一定规模的服务站，尤其是竞争对手的4s站，进行实地摸底调查。从中学习、利用对方的长处，为日后工作的开展和商务政策的制定积累了第一手的资料。

## 三、注重团队建设

分公司是个整体，只有充分发挥每个成员的积极性，才能。年初以来，我们建立健全了每周经理例会，每月的经营分析会等一系列例会制度。营销管理方面出现的问题，大家在例会上广泛讨论，既统一了认识，又明确了目标。

在加强自身管理的同时，我们也借助外界的专业培训，提升团队的凝聚力和专业知识。通过聘请国际专业的企业管理顾问咨询公司(\_\_)对员工进行了如何提高团队精神的培训，进一步强化了全体员工的服务意识和理念。

\_\_年是不平凡的一年，通过全体员工的共同努力，分公司经

营工作取得了全面胜利，各项经营指标屡创历史新高。

在面对成绩欢欣鼓舞的同时，我们也清醒地看到我们在营销工作及售后服务工作中的诸多不足，尤其在市场开拓的创造性，精品服务理念的创新上，还大有潜力可挖。还要提高我们对市场变化的快速反应能力。为此，面对即将到来的20\_\_年，分公司领导团体，一定会充分发挥团队合作精神，群策群力，紧紧围绕“服务管理”这个主旨，将“品牌营销”、“服务营销”和“文化营销”三者紧密结合，确保分公司20\_\_年经营工作的顺利完成。

本月的工作即将结束，接下来是步入下一月新的工作当中，在来到天友工作期间，工作的同时学到了很多，努力提高自己的不足的地方，为公司做出更大的贡献而努力。现在我将这一个月来的工作做个小小的总结，同时也说说自己的一些想法，还望领导赐教。

在天友公司，我们市场部及其他部门做的最多的还是在办公室浏览一些相关网页，在网上发布我们公司的项目，平时也和同事们一起出去宣传发展业务，在这个过程中难免有做的不好的地方，所以希望以后领导及同事之间，多多交流，指出各自不足的地方，领导多多指引，互相学习；此外，在我们公司里的同事们，有老员工，有新员工，有我们市场部、有行政部还有后勤部，不论哪一个部门也好，我看到的是大家相处的其乐融融，每个人的工作都很认真，这是一个公司最需要的团队精神，众人拾柴火焰高，“拾柴”是一个过程，把“火”烧起来而且烧旺盛又是一个过程。所以下面我想说说我的一些想法：第一、我觉得这几次我们出去宣传工作不太理想的原因是我们的工作没有准备充分，宣传工作要做好，除了有效的组织，前期的准备工作也很重要。我们就是在准备工作上做的不够及时，对我们的项目没有吃透，完全了解。所以我认为，首先我们自己就要对这些项目先深刻了解，才能更好的向客户去介绍，去推广。

第三、在宣传这一方面，市场策略很重要，我们现在并没有真正意义上了解这些项目，所以要不断培训巩固，然后理论与实践相结合，逐步的开拓市场，这样才能打出一个漂亮的“仗”。

第四、现市场部及其他部门开始慢慢的从身边的朋友入手，先让他们了解公司的项目然后推动宣传。相对来说，他们也是一头雾水，所以，如果是朋友在徐州本地的可以面对面的交流沟通一下，如果朋友是在外地的，可以通过发邮件的方式再加上平时聊天的方式介绍，这样可以让他们自己在认知的同时还能带动身边的其他朋友。

## 市场部月度工作计划篇四

一、强化了基础管理工作！年初，我们就确立了视检工作从抓基础管理入手的工作思路，在全区的邮政视检工作会议上，征求和采纳了所有视检人员的意见，集思广益，对全区班组支局的基础记录设置进行了统一的规范和完善，全区形成了统一模式，对于一些普遍认为不必要设置的记录进行了撤并，并以市局文件形式传达落实到各生产单位。

在日常的监督检查中，我们也把基础工作作为一项重要的检查内容，重点从各项记录是否能够发挥其应有的作用、检查、记录是否及时准确、内容是否真实、具体等方面进行监督检查，突出了基础工作在日常生产中的作用和地位。

二、为全面贯彻落实《省邮政视检工作实施细则》，专门召开了全局邮政服务工作会议。会议上，传达了今年的全局工作要点，确立了今年视检工作目标，并且通过全局工作资料调审，对上一年度的视检工作进行了检验，调审从检查工作是否到位、项目是否齐全、频次是否达到要求标准、是否进行了必要的考核等方面入手，从中发现了一些问题，并在会上提出了下一步的改进措施。



广泛征求了营业人员的意见，为今后的检查和考核确立了充分的依据，也使我们的考核工作做到了有法可依，有章可循，避免了检查考核的随意性和人情化。

四、以资金安全为重点，很好地完成了视检工作任务。

一年来，我们通过随机检查、重点抽查、专项检查、半年和年终检查等方式，对全区邮政生产！经营工作进行了深入、细致的都督、指导，为全区的经营管理工作保驾护航。

五、以邮政服务形象工程为主线，开展规范化服务活动，认真解决服务中的热点、难点问题。

1、制定全区邮政服务形象工程实施方案。

2、召开了服务工作专题会议。

3、加强服务的都督考核。

## 市场部月度工作计划篇五

2、构架新型组织机构

3、增加人员配置

(1)信息管理员：市场部设专职信息管理员3名，分管不同区域，不再兼任其它工作。

(2)市场开发助理：浙江省六个办事处共设市场开发助理两名，其它各办事处所辖区域均设市场开发助理一名。

4、强化人员素质培训

春节前完成对各区域的市场部信息管理员和市场开发助理的

招聘和培训，使xx年新的管理制度实施过程中市场部在人员素质方面有充分的保障。认真选择和慎重录用市场开发助理，切勿滥竽充数。

## 5、加大人员考核力度

# 市场部月度工作计划篇六

## 一、培训基本概况

2、培训目的：为了让员工了解公司的规章制度、企业文化及部门制度，给员工明确的认识自身工作岗位的职责与要求，同时让新员工对本部门的工作流程有初步的了解，让在职旧员工巩固工作流程的操作。

3、实际参加培训总人数：12人

4、培训方式：讲授

5、授课人：

## 二、培训综合分析

通过这次培训，基本上达到了原定的培训目标，使员工较清晰地了解公司的概况以及公司的制度，确保日后能按照公司的规章制度执行，规范自己在公司的行为标准，同时通过部门制度的讲述，让员工了解了本部门对员工的要求以及对部门工作的基本流程有一个整体的概念，对后续开展工作打下了基础。培训过程中，对不清楚的地方或希望能进一步了解的地方，能举手提问，互动较好。

通过这次培训的调查表意见收集，此次培训受到了接受培训人员的肯定，普遍对培训的内容、必要性、效果、授课质量都比较满意，希望后续能开展更多有意义、对员工有实际帮

助的培训课程，全面提升部门员工的素质和对公司制度、政策的认识层面。

对收集到的部门意见整理如下：

1、员工希望参加在后续培训内容方面包括：公司产品的培训、部门之间工作往来流程的培训、公司认证分类的详细讲述、销售指引、业务技巧、部门发展方向。

2、员工会希望接受和体验不同的授课方式，比如情景演练、讨论时培训、多媒体软件等。

3、员工提出的建议有：培训时间的安排和控制、每次培训内容传输量的控制等。

a)培训资料相对简陋，条件允许的情况下，使用多媒体ppt演示效果会更好。

b)讲解方式相对单一，后续希望能有更深入、透彻、灵活的讲解，提高授课技巧，让员工更容易接收传输的信息。

c)对流程的讲解，要结合各步骤所需表格来讲述，提供员工对实际工作过程中的接受能力。

在日后的培训工作中，希望能充分调动员工的积极性，保证培训知识能及时吸收和消化，做到逐步提高部门员工对公司制度的理解、对本行业的专业知识以及对工作流程的认识，使部门工作顺利进行。

## 市场部月度工作计划篇七

xx市汽车维修市场整顿工作会议后□xx市运管所积极行动，如开动员大会，成立领导组织，制定工作方案，扎实开展整顿，

取得较好的效果。

近年来，随着维修市场的不断发展壮大，出现了维修业户无证经营、占道经营、超范围经营、只收费不维护等不正常现象，扰乱了市场秩序，已到了非治不可的地步。我所以此次整顿为契机，按照xx市机动车维修市场整顿方案的要求，成立了整顿领导小组，由所长任组长，班子任副组长，维修科、稽查队、培训科人员为成员，由维修科具体牵头负责。同时加大宣传力度，悬挂标语5幅，黑板报3期，宣传单200余份，广泛宣传此次整顿的目标、内容、方法、步骤，争取社会各界的大力支持。

遍布我市城区、市郊的维修业户有几十家，要整顿必须深入调查摸底，全面掌握各家的实际情况，之后才能有针对性、有计划、有步骤地进行集中整顿。维修科制定了周密的调查计划，上班时问对二类维修企业进行调查，这此企业有一定规模，经营较为规范，重点调查他们是否存在有只收费不维护、零件以次充好、擅自降低收费、违规使用票证及从业人员情况。中午和下午下班时间深入到市郊的专项修理部，主要查看是否无证经营、符合开业条件、越级修理、占道经营、使用伪劣配件等情况。

此次整顿按照市政府的统一规划，市区经营汽车维修的业户必须限期搬到城市汽车修理市场，并以市创卫的名义发出通告。但由于种种因素，大部分业户不愿搬迁。为确保按时搬迁和整顿效果，我所向未搬迁的27家维修业户下达了限期搬迁和重新开业审查通知书，同时印发60多份《xx省汽车维修市场管理条例》（摘录）的相关知识宣传材料，向业户宣传维修业户应按章开业和遵守的法律条规。接到通知3日内，27家维修业户陆续搬迁，有7家自觉接受审查重新登记，进一步规范了经营行为。对维修从业人员的培训将按省厅的统一安排分步实施。

今年的维修市场整顿工作已全面铺开，并取得了一定效果，

但由于xx工作的影响，原定对全市维修业户重新审查开业的工作未进行完毕。下半年，我所将精心组织，集中力量将因非典拉下的工作迎头赶上，确保各项整顿内容的全面落实。

## 市场部月度工作计划篇八

### 一、当年市场工作总结

#### 1、情况概述

客观地表述任务完成情况,取得的成绩,要用数据说话。

#### 2、简要分析

#### 3、特别说明

### 二、明年工作计划

#### 1、要全面

#### 2、要到位

#### 3、要有突破和亮点

市场、销量、品牌还需要厚积薄发，一年解决一个主要问题，上一个台阶，而且是说到做到了，第二年你再写这样的报告，领导就相信你，就能得到应有的支持。这样的市场年终总结报告是领导最愿意看到的报告，也是最具实效性的报告。