

# 旺季工作总结 旺季营销动员会讲话稿(精选5篇)

总结是在一段时间内对学习和工作生活等表现加以总结和概括的一种书面材料，它可以促使我们思考，我想我们需要写一份总结了吧。大家想知道怎么样才能写一篇比较优质的总结吗？以下我给大家整理了一些优质的总结范文，希望对大家能够有所帮助。

## 旺季工作总结 旺季营销动员会讲话稿篇一

我行在旺季营销中充分运用了“六步法”，科学定位，稳步营销，实现营销目标。

一是确定对象。在对私客户方面，我行营销主管杜欣经理在旺季营销期间充分利用担任大堂经理时间内与客户交流、发掘新客户。在与一位原有白金级客户的沟通中了解到其老板（姚老板）在他行有大量资金，并且从未购买过理财产品，营销主管捕捉到这一信息，主动去华马湾上门拜访该客户，进一步了解客户需求，为其详细介绍我行保本型理财产品，引起该客户购买兴趣，表示购买我行近期发现的保本型理财产品。在对公客户方面，营销经理通过朋友介绍了解到汕口某公司还未在建行开立对公账户，营销经理上门走访这家单位，主动拜访单位负责人，进一步了解客户需求，详细介绍了我行的业务范围和服务能力，得到单位负责人对我行的初步认可。

二是制定计划。营销主管将收集到的客户信息向网点负责人汇报，由网点负责人根据客户情况召集营销主管、网点客户经理、网点业务顾问，针对不同客户确定营销参与人员，制定实施计划。经过团队反复研究讨论，制定出公私两方面营销策略：对私客户方面由营销主管和客户经理按客户需求，制定出详细计划，通过我行优质产品一步步吸引客户行外存

款。对公方面由营销主管和对公柜员负责制定对公开户营销方案，即时跟进营销。

理财白金卡，下一步我行将把姚老板发展为私人银行级客户。对公条线由对公营销小组根据客户情况制定了结算账户开立、现金管理系统运用、电子对账、为公司负责人签约企业短信通知业务、资金安全支付的密码通兑等对公业务服务方案。随后，营销主管与网点经理两人上门向企业有关人员介绍服务方案，按客户要求修改方案，最终因专业、专注的服务赢得了客户，确定方案并实施，成功开立对公户，并办理现金管理系统、账单自助系统等。

四是售后服务。在为客户办理成功业务后，由相关经办客户经理和柜员持续跟进，对客户进行电话回访，了解客户意见，收集客户新的需求，开展持续营销和服务。

五是考核评价。定期统计汇总营销结果，网点负责人在每周例会上定期通报该营销计划的结果，并按本网点考核评价办法进行评价，进行鼓励。

六是总结改进。通过本次营销活动的开展，营销团队发现存在的不足，及时总结经验，比如初定的服务方案过多地考虑了银行自身的业务特点，过多地依赖固有的业务营销模式，在开拓业务面、深度挖掘客户需求方面能力有些欠缺，针对营销计划实施过程中出现的问题，团队通过加强学习培训不断改进，努力使营销活动更流畅，提升客户综合贡献度。

取得客户的信任尤为重要。特别是跟结算产品有关的业务，我们既要有十分专业的金融知识，又要对所有银行结算产品有深入了解，同时表现得很专业，对客户来说，我们就越值得信任，产品营销才好成功。

## 旺季工作总结 旺季营销动员会讲话稿篇二

本人自去年年底受聘于公司市场营销部以来，在领导的正确领导下，积极展开了市场调查、中心开业及中心推广一系列工作。回首这一年来的工作，尽管市场营销部为公司的贡献微薄，但总算迈出了发展的第一步。在公司工作一年来，完成了一些工作，积累了一些宝贵的经验从中取得了一些收获，也清楚的认识到了自己在工作中的一些不足，以下是自己对一年来工作方面的总结。

### 一、市场调研

\_\_行业市场信息主要通过网络、媒体中展开收集，主要是通过\_\_行业、\_\_相关行业、\_\_口碑等信息中搜集。渠道包括：\_\_机构、金融机构、公报、物业行业新规；物业协会、机关团体公布资料；物业行业研究机构提供的资料；广告代理、媒体以及公共图书馆、物业行业市场方面相关资料。

项目信息包括拟建、在建工程项目，按照功能分类汇总，并对各个项目信息的建筑概况，开发商，使用者等进一步调查，以确认和完善各项信息，作为业务拓展的一手资料。此外，项目信息需要保证其准确性和时效性。对于市场调研收集到的已经在业务拓展中涉及到的所有信息按照竞争对手、投资商、开发商、业主、各地行业主管部门、物业行业政策等几方面进行分类汇总，整合存档。

市场部应当建立自己的数据库，通过对所收集信息的合理分类和系统整合，市场调研收集到的所有信息及时录入，将为今后的工作提供便利。目前，\_\_市场各方面信息量相对较少，而且不很全面，将在今后的工作中进一步完善。存在不足及改进措施：部分信息错误、过期，影响到推广进程，今后的市场调研工作中应该加强信息的准确性和时效性。市场调研力度不够，需加强，拓展更多的调研渠道，投入更多的精力于调研工作，以获得更多、更全面的市場信息。信息未能系

统整合，不便于查阅，需要建立完善的市场部信息库。

## 二、中心开业

开业活动今年也做了不少了，开业活动花费费用高且效果不是特别好。我认为不如把开业活动的费用放在宣传或者推广上。存在不足及改进措施：开业活动尽量取消，或者以专家讲座的形式出现。多情媒体，尽量尽可能的在短时间内带来患者。

## 三、中心推广

1、软文：软文形式相对于其他宣传方式在于把需要宣传的内容以一种具有阅读性的方式进行传播。相对容易取得良好的效果。不过由于线下软文的载体只存在于报纸杂志等形式刊登，所以价格和宣传次数受限制。所以在未来宣传的选择上尽量减少大城市或快节奏生活城市选择该种宣传方式，而在小城市或刊登费用低廉的地区可以采用这种方式。

2、滚动字幕：\_\_广告是今年在多个中小型城市中采用的宣传手段，\_\_宣传价格低廉，宣传面积广泛，且因为通过各地方有线电视台播放，所以在当地具有一定收视的强制性，取得一定的效果。不过由于将来越来越严格的管理和限制，未来这种宣传手段可能随着管制的严格而渐渐取消。

## 旺季工作总结 旺季营销动员会讲话稿篇三

20\_\_年对于我来讲是成长的一年、奋斗的一年、学习的一年、是感恩的一年。感谢接纳我工作的公司，感谢敦敦教诲的领导，感谢团结上进的同事帮助鼓励，感谢在我沮丧时鼓励我给我打气相信我的朋友，感谢那些给我微笑，接纳我的人，因为他们的帮助、认可、信任、鼓励才能使我更加乐于我的工作，更加热爱我的工作。

销售是一个竞争非常大的行业，也是最能锻炼人的行业。刚开始工作的前一个月真的很没有信心，业绩没有上升，我除了天天的拜访和宣传，我不知道我还能从哪方面进行努力，两个月过去的时候，我已经不能说是一名新员工，市场我已经慢慢熟悉了，跟大部分的客户应该也算是熟悉了，可是月底销售总结的时候，我傻眼了。那个时候的夜晚总是让人难以入眠，躺在床上，关着灯，眼睛睁开着，看着由外渗入的一点微弱的光，怎么也没有睡意，脑子里都在想，明天该做什么，要见什么人，跟他们聊什么，希望得到什么样的结果，每晚都在想的问题，天天都照着做。可我心里是没底的，不知道这样下去成绩是否能上升。假如三个月试用期后我达不到公司的要求，我将如何？面对眼前的市场，我也没有信心了。但我还是希望在我的努力下，希望能有稍好的成绩，能让我继续这份工作。

就这样生活还在一如既往的发生变故，而唯一不能变的就是自己对工作的态度，不管怎么样，每个工作日都容不得半点偷懒半点松懈，因为竞争无处不在，竞争者只要看见有一个空子，就一定会手插进来扰乱你的平衡，当然没有竞争就没有动力，就没有市场。

不管明天迎接的是什麼，统统接招，积极应战。

本人20\_\_年的计划如下：

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。

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。

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向结合。

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。

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。

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。

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。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。客户遇到问题，不能置之不理一定要尽全力帮助他们解决。

## **旺季工作总结 旺季营销动员会讲话稿篇四**

（一）领导重视，部门协作。

20xx年初以来，镇党委、镇政府把食品安全工作纳入日常工作的议事日程，党委政府高度重视，责任落实，切实抓好辖区内的食品药品安全监督管理工作。

一是调整了镇上食品安全工作领导小组，加强全镇食品安全工作领导。建立健全了食品安全队伍，各村（社区）由村主任担任食品安全协管员，从组织上保证了工作的开展。年初制定工作实施方案、工作计划、建立健全食品安全综合协调机制、制定工作制度、食品安全监管责任、责任追究制等。与各村签定目标责任书。每季度召开了镇食品安全生产工作会议，会上对全镇食品安全工作进行全面研究分析，同时对下季度工作作出部署。各关单位按照部门职责，工作分工，各司其职。

二是领导带队深入到辖区内的食品生产加工经营点进行食品

安全大检查，从生产、销售、消费等渠道堵塞食品安全漏洞，确保我镇食品生产经营秩序正常运行，通过努力提高了全镇食品安全保障水平，增强了人民群众消费安全感。

## （二）加强宣传，强化引导。

通过墙报标语、传单资料发放等手段广泛宣传食品安全知识，科学引导正确的消费观，饮食观，提高了人民群众自我保护能力。半年来xx镇在社区、各村显著位置共张贴标语85张，挂横幅4条，分发宣传资料3000多份，全镇形成了重视食品药安全的良好氛围，提高了群众的食品药安全意识。

## （三）监管到位，扎实开展。

年初以来，镇食安办配合相关部门定期对辖区内的食品加工销售摊点、商店、市场、学校等重点区域进行深入细致的食品安全检查。

一是配合xx市场监督管理所严厉打击无证生产和制售假冒食品的违法行为。年初以来对镇内市场的粮肉、蔬菜、糕点制品、豆制品、酒饮料、儿童食品和保健食品等10类食品开展重点走访检查8次。配合xx市场监督管理所从严审查企业生产条件，强化日常监管。

二是把好农产品生产安全关。按照《农药管理条例》以及《危险化学品生产经营管理办法》的有关规定，镇农业服务中心对辖区内的农药兽药经营点进行整治，对农药专柜进行了严格检查，对不悬挂农药安全知识挂图，向其发出整改通知书，限期整改。此外还经常对蔬菜进行检查，杜绝农药残留超标现象。

三是配合xxx镇畜牧站做好动物防治工作，从源头上把好畜牧肉食上市食品安全关。上半年，镇党委、政府把加强动物疫病防治工作纳入党委政府的重要议事日程，明确各村（社区）

的主要负责人作为动物防疫工作第一责任人，对本村动物疫病防治工作负总责。建立疫情报告制度，各联系村干部及村协管员负责本村重大动物疫病的信息收集、汇报，镇食品药品安全领导小组办公室负责分析疫情及发展态势，及时提出防治计划，切实落实各项防治措施。

四是镇食品药品安全监督办公室重点对自酿酒、儿童食品、保健食品、腌熏制品、罐头、食用油等食品进行“六查六看”。在检查市场的肉类和禽类产品时，要求出售的猪肉全部经过防疫检疫，做到了家禽类无病鸡鸭上市。加强节日期间的食品安全工作。在“元旦”、“春节”、“五一”、期间，对食品加工点经营点进行彻底清查，有效净化了节日食品市场，对发现的问题及时指出，并采取切实有效的措施，消除各种安全隐患。

五是20xx年对农村小食店杂货店的整治了4次，同时要求各村委会干部经常对各村小食店杂货店的粮油面酒乳制品饮料肉类和禽类等进行检查，从销售渠道上确保群众的饮食健康。

六是加强了学校、工地食堂食品安全监管□xx镇组织了食品药品安全领导小组成员经常性对各幼儿园□xx小学□xx小学□xx小学□xx中学的食堂以及学校周边的.杂货店进行安全检查6次，各个食堂保持了整洁卫生，健全了卫生管理制度，建立了食品购销渠道登记，确保了学生健康。大力整治学校周边小食店环境，消除食品安全隐患。

1、加大“中秋”、“国庆”“元旦”、“春节”、等重大节日期间的食品药品安全检查工作，确保广大群众过一个安全祥和的节日。

2、加强宣传，通过广播、横幅、标语、村民大会等方式广泛宣传食品安全知识，科学引导正确的消费观，提高人民群众自我保护能力，形成全社会重视食品安全的良好氛围。



## 旺季工作总结 旺季营销动员会讲话稿篇五

随着银行业产品的同质化和利率市场化，银行业的竞争日趋激烈。而旺季营销对于银行完成全年个人业务各项经营指标和抢占市场份额，都具有极其重要的意义。为了实现开门红，xx银行从20xx年12月1日起拉开了20xx年暖春行动旺季营销的帷幕。

作为一名网点柜员，在旺季营销期间，有以下一些感悟：

一、要提升自己的综合服务能力。为了提升旺季营销的竞争力，xx银行对一些系统进行了升级、对存款产品进行了优化，即将在近期推出一些新的存款产品。这就要求我们网点员工加强学习和培训，学会因升级和优化而形成的新的系统功能和产品特点，使自己及时熟练掌握银行产品知识，提升自己的服务质量和专业形象，避免由于自己的不专业而误导了客户，让更多的客户加强对我们银行的信任和我们银行工作人员专业的认同，从而吸引更多的客户来建行购买产品。

二、要加强团队协作，增强团队精神。面对旺季营销时间紧、任务重的巨大压力，银行网点通常将任务分解到每个员工身上，也就是我们常说的“人人肩上有任务”。任务分解到个人后，就造成了强化“员工个人单干”、弱化“网点团队协作”的问题。正因如此，缺乏团队协作精神，产品营销业绩的提升也往往难以令人满意。正如一句名言所说：若不团结，任何力量都是弱小的。某些重大的营销任务单靠个人的力量是难以营销成功的，它是必须基于全网点的人力和财力，方能营销成功的。因此。我们要加强团队协作，形成联动营销和团队营销。

三、要加强风险防范。对于银行来说，业务发展和风险控制应当是并重的。但为了完成旺季营销繁重的产品营销任务，过分强调“业绩论英雄”，就会使员工放松了对风险的防控，从而对当前和今后的银行安全运营工作带来隐患。一是操作

风险。为了提升业绩，柜面上往往会偏重销售，而轻视规范操作。一些不符合办理条件的业务，会在业绩压力下顺利地通过审核。如此，必然会加大违规操作的风险。二是声誉风险。旺季营销，销售产品是重头戏，必然会加大产品营销力量。但对于网点来说，在人员有限的情况下，只能压缩和抽调后台和柜面服务人员充实产品销售队伍。这样，在强化产品营销力量的同时，弱化了柜面的优质服务，使得服务效率和服务质量降低。因此，我们网点要加强监督，提升每位员工的风险防范意识，避免客户投诉的声誉风险。

任何一点成绩都是来之不易的，我们要统筹规划，制定“公平、公正”的激励机制，确保新产品的服务营销到位，更好满足优质客户差异化需求，有效提升客户价值创造力，从而让20xx年暖春行动温暖每一位客户。