

最新市场部工作报告总结(优秀6篇)

报告是指向上级机关汇报本单位、本部门、本地区工作情况、做法、经验以及问题的报告，报告对于我们的帮助很大，所以我们要好好写一篇报告。下面是小编带来的优秀报告范文，希望大家能够喜欢!

市场部工作报告总结篇一

回首20xx年的销售历程，我经历许多没有接触的事物和事情；见识了很多从未见识过新鲜；似乎从一开始，新年带来的一切都是新发展、新要求，摆在我的眼前，昂首只能选择前进。

总体观察，这一年对我取得长足进步；不论与客户的谈判，还是销售经验与新客户的接洽工作，都在不断进步中。

6、现行和客户的联系过程是：前期谈判工作（邮件交流、核对询价单和报价、价格的确认和所寄样品的确认、产品标识、付款方式的商定、订单的生产）

下单前的待办工作（包装内盒、外箱唛头、内盒不干胶内容）

生产中的联络（交货期的反馈、与生产部的协调工作）

发货前的联络（船公司的联络与船期的安排、物流的管理）

发货后的联络（货款的回笼问题、单据的邮寄或者银行交单）

再次联络（新订单的谈判）；

8□xx年的关注使我对公司的品牌推广提出一些个人见解；

理想中我的品牌战略：首先，我司是专业生产汽车制动泵类配件，制动泵是我们的最强的一项，因此在制动泵方面，尽

量使用自己的品牌；其次，一些大型经销商会坚持用他们自己的品牌结合我们的产品打入市场，但是我方仍应想方设法将xx品牌进入产品中；再者，品牌的打响是靠稳定的质量在市场的推广而建立的，就好比国内大多数消费者认识的优质品牌仍以国外品牌为主导，人们知道喝饮料首选什么、什么牌子，买运动鞋看的更多是什么牌子，手机要买那个牌子，电器产品还是这个牌子的质量更好些，就连买本土轿车都得先看看厂商的国际合作伙伴是日本的还是欧美的。

市场部工作报告总结篇二

1. 20xx年的主要精力是放在小区现场抓客户和电话营销的模式上，在营销策划、业务宣传、市场调研、人员培养等方面比较薄弱，造成了营销模式单一化的缺点，一定程度上缺失了部分客户。

2. 业务员在接洽客户过程中，专业能力较匮乏，使得客户还未进到公司，就已经对公司大打折扣。所以在今后的学习工作中加强专业能力的学习及职业能力的提高至关重要。

3. 太过要求客户数量，集中大量精力下小区，导致了专业知识学习时间的机会较少。市场部的专业培训会议也较少。

2、在市场部每一位员工的身上我们都能看到同样的一种东西：那就是坚定的眼神。我们用坚持不懈来打动客户，我们用真诚来维护客户，在这里我想说：亲爱的市场部同仁们，你们是伟大的，你们永远是公司的主力军，在这里我代表公司真诚的感谢你们。

20xx年市场部的人员配备计划到30人，届时将会形成模式不同的销售小队。

增加团队力量的目的之一是为20xx年的市场调研做人员储备。这一年我们将定期到县市区进行现场办公，与客户现场座谈。

深入小区，了解县市区客户对家装的需求状况，在发展较好的县区总结成功营销案例进行推广，并设立分部。

通过了解市场竞争情况制定灵活有效的营销措施，对每阶段重点发展小区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，要跑多元化市场，不做单一市场或单一的宣传模式。

定期进行家装营销及家装常识的培训，将营销思路、管理方法、业务资讯直接灌输到每一位一线员工，发扬传统，提高骨干员工的创、帮、带的作用，切实提高市场部的员工素质和工作效率。

根据小区的交房状况，将工作计划细致到每月、每周。公司每一位市场人员必须对每个楼盘的具体情况牢牢记住，刻到脑子里。

回首过去，我们热情洋溢，坚定现在，我们激情澎湃，展望未来，我们斗志昂扬。我们有理由相信，公司给我们提供了良好的平台，在这个平台上我们将乘风破浪，继往开来！“努力学习，追求上进”是我们最诚恳的工作态度。我们以勤劳的双手创造了丰硕的20xx，我们还将以宽厚的胸怀拥抱希望的20xx，让我们在新的一年里携手并肩，志存高远，实现新跨越，再创新辉煌。

春节即将来临，在此向大家拜个早年，祝大家新年快乐，身体健康。

市场部工作报告总结篇三

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，它能帮我们理顺知识结构，突出重点，突破难点，是时候写一份总结了。我们该怎么写总结呢？下面是小编收集整理市场部工作总结，欢迎阅读与收藏。

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。

1. 市场部营销计划

3. 公司市场部营销计划

5. 公司市场部营销计划

6. 市场部工作个人计划

市场部工作报告总结篇四

业务总收入累计完成459761.87元，完成年计划的53%，比去年同期增长七个百分点。实现了时间任务双过半。

1、年初制定了全年工作计划，相继出台了《储蓄业务竞赛办法》、《储蓄业务短程竞赛办法》，下发了□20xx年业务收入计划》、制定了□20xx年综合管理、通信质量、服务质量考核办法》，5月份根据市局文件精神，出台了我局《七大专业综合营销方案》，大大激发了职工营销的积极性，为时间过半任务过半起到了推波助澜的作用。

2、较好的`完成了邮政业务视检、储汇业务稽查工作。按规定的频次对我局的各项业务、监控岗履职进行检查指导，并每月进行通报。为提高服务质量、风险防范起到了一定作用，为业务的发展起到了保驾护航的作用。

3、按时上报了各种报表，职工营销积分统计上报；大客户管理和大客户报表，按月对各项业务的完成情况进行统计公示，为掌握业务发展情况提供了依据。

4、起草了《柳林局投递网优化调整建设方案》，完成了局领导交办的临时性工作。

1、办公条件不足，市场部没有电脑，查看、下载文件、通知，上报报表等都必须到办公室。而且只有上面通知才知道，不能及时了解，再加之办公室电脑满负荷工作，经常电脑不空。在电子化办公的今天，已经影响到市场部的正常工作。

2、代收移动款网点减少，除县城的两个主营业厅外，其它点都取消了代收，仅这一项，一年少收入1、5万元以上。因地方特点，民间借贷风盛行，人们都不愿意存款，致使储蓄业务发展缓慢，这两项业务严重影响了今年的收入。

3、管理经验和工作经验不足，不能很好的当好领导的参谋，创新意识薄弱，仅局限于现有的业务和营销模式。

1、按照盛市工作会精神，认真分析研究市场，借鉴兄弟局的先进经验，积极开展各项营销活动，使我局业务发展能上一个新的台阶。

2、在做好本职工作的同时，不断学习业务知识，充实自己，积极探索业务发展的增长点，为我局的业务发展当好领导的参谋。

市场部工作报告总结篇五

今年重点工作之一建立完善的客户档案，对宾客按签单重点客户，会议接待客户，有发展潜力的客户等进行分类建档，详细记录客户的所在单位，联系人姓名，地址，全年消费金额及给该单位的折扣等，建立与保持同政府机关团体，各企事业单位，商人知名人士，企业家等重要客户的业务联系，为了巩固老客户和发展新客户，除了日常定期和不定期对客户进行销售访问外，在年终岁末或重大节假日及客户的生日，通过电话、发送信息等平台为客户送去我们的祝福。今年计划在适当时期召开次大型客户答谢联络会，以加强与客户的感情交流，听取客户意见。

二、开拓创新，建立灵活的激励营销机制。

开拓市场，争取客源今年营销部将配合酒店整体新的营销体制，重新制订完善××年市场营销部销售任务计划及业绩考核管理实施细则，提高营销代表的工资待遇，激发、调动营

销人员的积极性。营销代表实行工作日记志，每工作日必须完成拜访两户新客户，三户老客户，四个联络电话的二、三、四工作步骤，以月度营销任务完成情况及工作日记志综合考核营销代表。督促营销代表，通过各种方式争取团体和散客客户，稳定老客户，发展新客户，并在拜访中及时了解收集宾客意见及建议，反馈给有关部门及总经理室。强调团队精神，将部门经理及营销代表的工薪发放与整个部门总任务相结合，强调互相合作，互相帮助，营造一个和谐、积极的工作团体。

三、热情接待，服务周到接待团体、会议、客户，要做到全程跟踪服务，“全天候”服务，注意服务形象和仪表，热情周到，针对各类宾客进行特殊和有针对性服务，限度满足宾客的精神和物质需求。制作会务活动调查表，向客户征求意见，了解客户的需求，及时调整营销方案。

四、做好市场调查及促销活动策划经常组织部门有关人员收集，了解旅游业，宾馆，酒店及其相应行业的信息，掌握其经营管理和接待服务动向，为酒店总经理室提供全面，真实，及时的信息，以便制定营销决策和灵活的推销方案。

体营销活力，创造效益。加强与有关宣传新闻媒介等单位的关系，充分利多种广告形式推荐酒店，宣传酒店，努力提高酒店知名度，争取这些公众单位对酒店工作的支持和合作。×年，营销部将在酒店领导的正确领导下，努力完成全年销售任务，开拓创新，团结拼搏，创造营销部的新形象、新境界。

市场部工作报告总结篇六

20xx年已接近尾声，现将这一年来的工作情况，简要汇报和总结一下。

2) 参加阜阳颍泉投标：在自身的努力和公司的配合下，在参

与阜阳颍泉的投标中，制定价格合理、标书制作较完美，最终颍泉我方中标。中标后在与阜阳大洋谈合作问题时提出了自己合理化的建议。与阜阳合作的合同金额为49万，现已全部回款。

3) 部分潜在客户正在跟踪.....

1、在本部门的努力下，我部门在10月前连续进行了多个投标，同时提出了关于投标的合理化建议，投标包括：阜阳颍东、颍泉、界首、临泉、蚌埠、西安等6个标段，由于各种原因，有些标段虽未能中标，但在投标中得到了竞争对手价格，可以分析竞争对手，在制作招标文件时也学习到不少经验，同时也让我部门人员熟悉了招投标流程，锻炼了我部门人员对招投标的业务能力。

1) 有部份是因为证件原因：没有卫生许可证

2) 有部份是没有提前到水利局领导工作做到位

3) 有部份是因为未分析好竞争对手的真实情况

4) 有部分是投标文件欠缺在以后的投标工作中，我部门将针对以上失败情况进行更改和调整，吸取以上失败经验，更好的完成未来的投标工作。

由于我个人工作能力有限在工作中个人能力上还有待提高，个人：由于我个人工作能力有限，在工作中个人能力上还有待提高，带领团队和个工作能力有限，人处理问题的方式及方法中的不足之处还很多，需要多学习和提升。人处理问题的方式及方法中的不足之处还很多，需要多学习和提升。还很多公司：各部门衔接还是觉得比较混乱。公司：各部门衔接还是觉得比较混乱。

1、全国各地开发有实力的代理商代步进行业务推广；

2、拜访水质较差的区域水利局进行推广；

4、加入中国采购与招标网会员，会员费：4000元/年，我们能更快地知道全国各地的招标信息。以上意见及建议，仅做参考，我也是站在我的角度，说出我真实的想法。作为公司的一员，我希望公司能顺利发展，辉煌腾达。