

营销工作总结报告 营销工作总结(精选9篇)

随着社会不断地进步，报告使用的频率越来越高，报告具有语言陈述性的特点。报告的格式和要求是什么样的呢？下面是小编为大家整理的报告范文，仅供参考，大家一起来看看吧。

营销工作总结报告篇一

二0xx年市场部在公司领导的高度重视和大力支持下，在市场部销售人员的共同努力下，面对国际金融危机，信贷紧张情况日趋严重，销售和采购人员克难奋进，销售：截止十一月末销售产品xxxx吨，与去年同期相比增长xxxx%□其中xxx级xxxx吨，xxxx15吨，催化剂产品1471吨，销售额6269.20415万元。采购：采购xxxx6000毛吨，成品110吨□xxxx71吨，碱2197吨□xxx3326吨，硫酸4200吨，石灰110吨，块煤2561.84吨，混煤300吨，铝粉35吨，现将20xx年市场部工作总结如下：

一、目标明确，基础工作扎实。

1、年初公司下达的达产达销6000吨目标任务，市场部按照公司要求制定比较合理的销售及采购管理办法，集中组织人员培训学习，不定期召开市场部会议，交流销售经验和采购信息，分析市场行情，随时关注业内动态，使销售人员能积极主动深入市场调查，走访客户、开发新区域新客户，继续保持与老客户联系沟通，在橡胶市场疲软的情况下，及时调整销售结构，主攻催化剂级销售。在产品价格与市场差距不能满足客户要求时，灵活机动，积极寻找供货渠道，采购成品氧化铝110吨满足不同客户的需求，既降低成本又稳定和巩固了销售市场。为企业争得了效益。

立了品牌。

3、充实销售队伍，加强销售队伍技能培训。在销售人员缺乏之际，公司领导及时从生产一线选拔骨干人员充实销售队伍，增加销售力量。今年三月份市场部对全体业务人员进行为期15天的短期培训学习，强化业务素质的整体提高，要求业务员全面掌握产品质量检测方法，掌握产品性能，能熟练、有技巧和客户沟通，平时通过自学市场营销专业知识、通过网络、相关刊物“xx世界”“xx市场”的学习了解，业务技能不断提高。

4、增设外地成品中转库房，确保完成合同约定交货时间。在原有外地库房的同时，努力降低运输成本，增加利润。派专人实地考察了解物流市场，新增加武汉临时中转库，辐射华南、华东、西南、中原四大片区，有效解决了货物运输，为客户及时供货提供了保障。同时又与不同路线的货运车主联系，多方面收集运输信息，对收集信息进行比较，最终确定对产品运输实行了比较合理的运价承包。

5、制定了切实可行的销售管理办法和岗位职责考核办法。实行责任到人效益共享的销售管理办法，既维护老业务员的利益又不挫伤新业务员的积极性，在运行中对不合理的办法及时进行修改，既要提高销售数量又要维护公司的整体利益，同时又不能挫伤销售人员的积极性。岗位职责实行到人，制定合理的考核办法，做到有章可考，考核必严。

又不占用资金。部门内部分工不分家，销售采购信息共享，人员机动调配，采购工作在资金紧、物价涨浮不定的情况下采购到价格较为合理，质量优良的原辅材料及零配件，确保正常生产运行。

二、市场开发与客户维护

1、加大市场开发力度、要求采购、销售业务员深入市场进行

走访、多和客户交谈、了解掌握市场动态、及时反馈信息、以便公司领导决策。不能坐等、被动销售和采购。销售、采购市场不断扩大，采购深入重点原料基地、销售领域遍及xx行业□xx□xx行业，销售市场辐射全国各地。

2、主管领导亲自攻关，克服种种困难□x总、x总亲自到一线指导和帮助销售工作，销售数量由去年的3000吨预计增至5000吨。市场部多年来坚持巩固老市场、培育新市场，发展市场空间、挖掘潜在市场，未来我们还需要更全面的利用公司越来越壮大的品牌影响带动销售。为了让客户尽快了解产品性能、对比产品优势，全年发送样品100份，产品得到用户的认同，有的以批量供货。

3、关注业内动态，掌握更多的市场信息。随着行业之间日趋严酷的竞争局面，信息在市场营销过程中越来越起到重要作用，信息就是效益。我们在工作中更密切关注市场动态，把握商机，认真做好市场调研和信息的收集、分析、整理工作，通过市场调查、业务洽谈、报刊杂志、行业协会和网络信息等方式和途径建立更稳定可靠的销售采购信息渠道，为原料采购、产品销售市场行情提供了有价值的参考信息。

4、加强技术服务，促进技术交流。公司领导大力支持参加行业技术交流，多次派业务技术人员和销售人员一同到客户去与其技术人员进行沟通，解决疑难和争议，了解客户需求、对新开发的客户通过电话介绍、传真资料、投递样品，时机成熟邀请领导一同拜访，增加企业的诚信和产品的信任感，加深客户对产品的真正了解，让客户用的满意，用的放心。

三、清收货款，降低风险

20xx年十月份前销售回款4000万元，回款率为80.47%，未能达到85%年初计划，对效益不佳、运转不良的客户，严格执行合同条款，按期催促回款，确保公司资金的安全。第四季度公司专门成立“清收领导小组”，加大资金清收力度，责任

落实到人，对清收回两年以上的'陈欠款进行奖励，对清收不力、按期未能收回的责任人进行处罚。

四、废旧物资处理

市场部根据公司文件要求，对废旧物资的处理采取市场询价，公开招标，价高优先，先后多次处理酸浸渣、煤焦油、废旧编织袋，炉渣等废旧物资。为公司创造了最大化的效益。

五、存在的问题和不足

1、市场开发力度还不够大，销售人员销售技能还有待与提高，新业务人员培训课时还需增加。

2、产品质量不稳定，部分指标达不到产品技术要求，给产品销售带来了不同程度的困难，售后服务还需进一步完善。

3、竞争对手不断增多、增强，其靠运输便利，低价格抢占市场，

给我们销售带来很大的压力。

4、货款回收不力，部分客户回款期限已远超过合同期限。

六、主要应对的措施

更进一步做好市场信息收集工作，以行业杂志、网络等加强企业宣传力度，不局限当前销售渠道，拓宽市场，寻求新领域应用，重点加强对新进人员的培训，提升公司员工的整体素质；严格执行质量管理体系，但对不同行业不同要求可以生产不同级别产品，以降低生产成本；根据客户的远近及运价在售价方面可以做适当的调整，适应市场价格竞争；货款清收力度还需进一步加强，对长期不采购或采购他家货物，故意拖欠货款不对付的用户绝不手软，必要时可走司法程序，

尽量降低贷款风险。

七、20xx年工作打算及安排

- 1、销售任务：基本任务6000吨，目标任务7000吨，力争完成8000吨。
- 2、货款回收：年货款回收85%以上，彻底清收欠款3年以上的不正常客户。
- 3、市场开发□20xx年加大开发力度，拓宽销售渠道及销售领域。
- 4、加强业务人员的业务技能培训，提高销售人员自身工作素质，制定新形势下切实可行的销售管理办法。

在新的一年里，我们站在一个新的起点，面对未来更严峻的挑战和更期待的机遇，依靠x总为经营班子的领导，依靠领先的产品，先进的营销理念，良好的服务意识，优秀的员工队伍，我们整装待发。

营销工作总结报告篇二

远航公司作为盈众集团的旗舰店，在这一年内得到了迅速的发展，为集团做出了应有的表率作用，带领集团其他公司大踏步向前进。

远航是一家汽车销售服务公司，完美的营销是公司制胜的关键之一。作为公司的营销总监，在这一年以来主要完成了如下工作：

- 一、参加公司有关会议，全面主持营销部工作，将工作落实到位并定期及时向总经理进行汇报。

二、在公司成立之处，组织强有力的宣传广告，从而大大提高公司的知名度，为公司的远航打下坚实的基础。

三、针对厂商一年来的新产品，多次组织部门小组成员开展客户需求调查，并共同研究制定营销战略，拟定营销计划方案，适时进行督促，长期进行跟踪，监督营销任务完成情况。

四、有力实践jdpowar流程，加强营销队伍的建设和管理，提高营销团队的服务水平。

五、对团队成员完成的标准业务合同进行审批。

六、每次任务后及时进行营销统计和考核，客户档案的汇总和管理。

七、反馈客户意见，与其它部门进行工作沟通。

八、总结营销经验，多次召开会议，促进成员间的业务交流。

存在的不足；

二、宣传力度还不够，公司知名度还有进一步提升的可能；

三、团队比较稚嫩，需要更长时间的有效指导与磨合。

以上是我一年来的工作总结。望各位同仁予以监督。

将本文的word文档下载到电脑，方便收藏和打印

推荐度：

点击下载文档

搜索文档

营销工作总结报告篇三

营销策划公司要注意一个中心，两个基本点。一个中心就是企业利润，两个基本点就是靠人才，靠管理制度。围绕一个中心就是做什么事情要出效益，做什么要有利于公司发展，如果就知道扣小钱，公司迟早要关门。

下面具体谈谈人才。公司发展靠人才，只有不断吸纳新的人才，公司才能发展。在吸纳人才的同时，对于人才要挽留，公司要保证一定的稳定性(做了这么长时间的策划才明白经验的重要性，可惜大多数营销企划公司靠一帮新人在摸索，层次怎么能提高。

有的老总整天给你找小事做，就怕你拿工资的时候没事情做，白拿她钱，这种吝啬心理居然也能存在21世纪市场经济中。给的钱一点点，还把你当油榨，走是迟早的事。

管理制度靠体制，个人认为人事兼财务——拓展部——策划部——平面设计部——销售部是最好的，给高工资用高素质人才。拓展部最好要房地产相关专业的，销售最好要市场营销专业的。

开发商从初期开发花重金请项目定位，如果是一个外行的人来做，即使把周边所有的数据拿来了，那定位还是不会准确，或者是表达不准确。规划、户型、外立面、建筑基本知识不懂，那还给项目定什么位?策划不一定文笔好，当然要有一定的文笔基础，关键是那种平面把握和策划思路，文笔好并没有什么用处的，优美的文字用处不大，随处也可以抄到。平面

这行很靠天赋，会使用软件但不懂平面设计的人我见多了。

另外，管理要科学，有的公司给人感觉管理很严，每天把你从被窝里赶起，比一般公司提前上班。但上了班后就没人管了，由于疲劳运作，工作热情也不高，实在得不偿失。上班走出去觉没有过问，除了老板这个监工之外，没谁可怕，这样的低级管理可见一斑。其实只需要一个黑板，人员出去做什么写在上面，这样就基本杜绝管理松懈问题。

其实营销策划公司还有一条生命线，那就是项目。现在社会文明程度不高，不是做得好市场就一定认可的，所以暗箱操作也事关重要，这里就不谈了。

营销工作总结报告篇四

从8月11日入住寿阳以来，新阳上城的营销工作取得了一定的成绩，基本上完成了两家公司的既定目标，但也存在不少的问题，为了更好的完成项目的营销工作、实现双赢，双方结成真正意义上的战略合作伙伴关系，特对阶段性的工作进行总结。

针对以前的工作，从四个方面进行总结：

新阳上城营销部销售人员比较年青，工作上虽然充满干劲、有激情和一定的亲和力，但在经验上存在不足，尤其在处理突发事件和一些新问题上存在着较大的欠缺。通过前期的项目运作，销售人员从能力和对项目的理解上都有了很大的提高，今后会通过对销售人员的培训和内部的人员的调整来解决这一问题。

由于对甲方在企业品牌和楼盘品牌的运作思路上存在磨合，导致营销部的资源配置未能充分到位，通过前段工作紧锣密鼓的开展和双方不断的沟通和交流，这一问题已得到了解决。

标上产生很大的分歧，颇有些积重难返的感觉，好在知道了问题的严重

重性，我们正在积极着手这方面的工作，力求目标一致、简洁高效。

但在营销部工作的责、权方面仍存在着不明确的问题，我认为营销部的工作要有一定的权限，只履行销售程序，问题无论大小都要请示甲方，势必会造成效率低，对一些问题的把控上也会对销售带来负面影响，这样营销部工作就会很被动，建立一种责权明确、工作程序清晰的制度，是我们下一步工作的重中之重。

会议是一项很重要的工作环节和内容，但是无论我们公司内部的会议还是与开发公司的会议效果都不是很理想，这与我们公司在会议内容和会议的形式以及参加人员的安排上不明确是有关系的。现在我们想通过专题会议、领导层会议和大会议等不同的组织形式，有针对性的解决这一问题，另外可以不在会上提议的问题，我们会积极与开发公司在下面沟通好，这样会更有利于问题的解决。

前一阶段由于工作集中、紧迫，营销部在管理上也是就事论事，太多靠大家的自觉性来完成的，没有过多的靠规定制度来进行管理，这潜伏了很大的危机，有些人在思想上和行动上都存在了问题。以后我们会通过加强内部管理、完善管理制度和思想上多交流，了解真实想法来避免不利于双方合作和项目运作的事情发生。

以上只是粗略的工作总结，由于时间仓促会有很多不是之处，希望贵公司能给予指正，我们会予以极大的重视，并会及时解决，最后祝双方合作愉快、项目圆满成功。

营销工作总结报告篇五

时光如天上流星一闪即过，我希望自己能抓住这一短暂的一刹那。不知不觉中已来魅族2个多月了，回顾这段时间的工作，我作如下总结。

观念可以说是一种较为固定性的东西，一个人要改变自己原有的观念，必须要经过长时间的思想斗争。我当初既然有勇气选择了离开三尺讲台，就要改变在学校时的一些观念，由原来的被动学习转变为现在的主动学习等很多观念。

一个人要做好自己的本质工作，就必须全面的认识自己，了解自己的职责是什么。我对自己的工作职责作了几方面的认识。

1、了解工作流程

初次面对这项工作，感觉非常复杂，我认为学习任何一样东西都好像在阅读一篇文章一样，先要了解其大概，然后理清其层次，再是深入到字词句的研究。因此，我对我所做的这项具体工作作了一个简单的概括，我所面对的客体是什么，和谁有工作上的联系，联系的内容是什么，面对这一连串的疑问，我就把自己的工作流程用列表的方式把它罗列出来。

2、注重细节

经过一段时间的工作后，基本流程已经熟悉，但是随之而来的小问题也就多了，比如说在核对订单时，有的经销商不传汇款底单，即使有的传了也不写明公司名称，因为其中有很多汇款金额和订单不一致，很难辨别出是谁家公司的款，遇到问题就要学会用自己的思维去解决问题，对此，我首先想到的是把此类问题出现的情况了解清楚，再是根据问题去找一个好的解决方法。于是，我就在qq群里连续发了几天的通知。（连续几天发的原因是考虑到不是每个经销商都天天上

网)，通知的内容是根据数学选择题的格式来书写的，我认为这能有利于经销商更能清楚、明了、简单、易懂的看清楚我所要达到的目的。后来又考虑到不是所有的经销商都上网，于是在出现同类问题时我都要特别的提醒他们要注意哪些问题。

任何东西的改进都是在原有基础上进行的，在开始的时候，我按照她们的记录方式来进行记录每天的定单情况，可后来发现有很多不便之处，我根据自己对工作的了解，做了一些改变，这样就减轻自己在工作中不必要的麻烦。

每当订单太多时，我必须要保持清醒的头脑，因为之前有由于订单太多而出现过一次当天没有及时签单的情况，这应该要引起我的注意，就是要注重细节，找出原因，进行改正。

在这项工作中，有很多东西需要

自己去发现，去不断的发现与改变。

沟通是一门技巧，善于沟通是一门艺术，从心理学的角度来讲，站在对方的角度去思考问题，可能会收到意想不到的效果，但在与客户沟通时，我忽视了自己的出发点，没有注意到张弛有度，还有在开始时我没有注意到说话时内容上要讲求言简意赅。经过一段时间我发现了自己这方面的不足，既然发现了自己不足，就要找到方法进行纠正。

语气，在沟通时是一个很重要的环节，面带着微笑去和别人沟通，别人也会感受到你的微笑与阳光。

学会倾听是一个人所必须具备的素质，在生活工作中，我们往往忽视了这个环节。但后来经过提醒与反思，我注意到了这些方面的不足。在魅族工作的这段时间，我学到了很多的东西，可以说在思想观念上也有一个小小的改变。

营销工作总结报告篇六

今天整个的工作状态步入进了正轨，并且对于我所从事的这个行业防伪标签有了一更加全面的了解，成功合作的客户也是日积月累，同时每次成功合作一个客户都是对我工作上的认可，并且体现了我在职位上的工作价值。但是整体来说我自己还是有很多需要改进。以下是我今年总结工作不足之处：

第一：沟通技巧不具备。每天接触不同客户而我跟他们沟通的时候说话不够简洁，说话比较繁琐。语言组织表达能力是需要加强改进。

第二：针对已经合作的客户的后续服务不到位。看着自己成功客户量慢慢多起来，虽然大的客户少之又少，但是自己还是在尽心尽力的维护每一位意向比较好的客户，并且达到从意向客户到真正客户为目的。客户虽然已经签下来了，之前感觉万事大吉了，其实这种想法是非常的不成熟，后来经过几个月的工作，再加上戴总和胡经理都有跟我们开会中重点讲到老客户的维护好与坏的问题。确实感觉到一个新客户开拓比较难，但是对于已经成功合作的客户其实是比较简单的，比如我有20个老客户，只要很好的维护好了的话，在以后的翻单过程当中肯定会第一时间想到通赢防伪的小周。那么这样不仅继续给公司创造利润，也是对自己一个工作上的认可。因此这点我得把目光放长远。

第三：客户报表没有做很好的整理。对于我们这个行业来说有旺季和淡季，对于淡季或者临近放假的时候问候客户这些应该做一个很好的报表归纳，而我这方面做的不够好。确实报表就是每天辛苦劳作的种子，日积月累，需要自己用心的去经营，否则怎么结出胜利的果实呢。领导只有通过明了的报表才能够知道我今天的工作状态和收获如何，然后有针对性的加以指正和引导。而我自己也每天做好完整而又详细的报表也可以每天给自己订一个清晰而又有指导性的工作总结以及来日的工作计划，这样工作起来更加有针对性和目的性。

那么也更加如鱼得水。

第四：开拓新客户量少。今年我合作成功的客户主要是通过电话销售和网络客服等渠道找到客户，而自己真正找的客户很少，这点值得自己好好的深思一下，有一些大部分原因是为了不错过任何一个主动联系我司的意向强烈客户，因此大部分的时间花在了联系电话销售客户上，而忽略了自己联系上的意向客户。而自己今年开拓的新客户量不多，这点在明年要很好的改进，并且明年订好一个计划，让自己的时间分配的合理。达到两不误的效果。

第五：当遇到不懂的专业或者业务知识时候，不善于主动请教领导，并且未在当天把不懂的变成自己的知识给吸收。

综合以上几点是我在今年的工作中不足之处表现，我会在今后的工作当中加以改进，有句话说的话：聪明的人不会在同一个地方摔倒两次。当然谁都愿意做一个聪明的人，所以同样的错误我不会再犯，并且争取做到更好。望公司领导 and 同事共同监督我。一个人有错误不怕，怕的是不知道改正，而我就要做一个知错就改，并且从中把缺点变成自己的优点。

今年整整的一年变化不大，主要工作职责是电话销售，顾名思义就是通过电话达成交易的销售。而我在这一年里也主要是在公司通过网络、电话来获得跟客户的沟通，工作上听上去每天坐在办公室里，打几个电话或者qq客服等联系到客户，这样很简单，但是实际上工作量还是有的，每天要跟不同的客户打交道，并且第一时间通过自身的语言来留给客户一个非常好的印象。为了让客户对我们公司的产品质量更加信赖，除了公司的报价外，更重要的是一个服务。要让客户感觉到通赢防伪公司是一个大企业有很好的服务团队，并且就好比是在享受的过程一样，把谈生意的氛围转化为一种朋友之间的友好交流沟通。并且让意向强烈的客户第一时间能够想到，想到跟通赢防伪公司合作等等这些都是与自己付出辛苦的努力是息息相关，并且作为销售人员来说第一时间要有非常敏

锐的嗅觉感觉到客户的需求。对于意向强烈的客户而言除了很好的电话问候、短信问候□qq问候外还需要有一份工作的热情感染到客户，让客户从自己的行为中感觉到我的真诚。那么相信客户量也会慢慢积累起来。

我相信通过自己在工作上的努力，并且饱满热情的迎接每一天，终究会见到彩虹，并且相信在明年公司会更好，自己的业绩量也会比今年更加有前景。也希望相信通过这一年的工作实践，从中吸取的经验和教训，经过一段时间的反思反省之后，在20xx年甚至更长一段时间里，能让让我在各方面有一个新的进步和提高，从而把工作做到更好更细更完善。望明年自己的业务量能够达到质的飞跃。

营销工作总结报告篇七

20xx年xx区市场团队坚持终端市场建设和品牌培育，坚持“省产卷烟销量是基础□xx品牌销量是关键□xx一二类卷烟销量是核心”的总体要求，上半年共销售省产卷烟xx.x箱，累计商业占比xx%□销售xx品牌卷烟xx箱，累计商业占比xx.x%□箱，累计商业占比xx.x%□

二、明确目标任务，提高基础管理水平

(1) 明确目标任务，强化考核引领。年初，根据吕厂长提出目标任务分解到责任人、到线路、到商户的总体要求，首先xx区进行了任务和绩效分配模式的改革。根据市场实际情况，将原来按片区划分任务、类似平均绩效分配的模式，改变为按xx区客户经理划分，二次绩效按也业绩分配的模式，也就是xx市场团队品牌推广经理，与xx区xx个客户经理，按负责商户数量进行对接划分，工商沟通直接责任到人。其次是任务分解到线路、到零售终端商户。将年度目标任务，依据20xx年客户经理负责的线路和零售终端商户销量比例，直接分解到客户经理和品牌推广经理；在月度工作任务中，在

统筹去年市场和今年同期市场的基础上，将月度目标任务分解到品牌推广经理，同时，每天利用qq将每个人月度完成情况，按线路进行通报。三是绩效工资二次分配改革。绩效工资二次分配打破平均分配模式，按照多劳多得的原则，依据目标任务完成率分配；同时，根据每月市场实际，xx销区适时分别开展了上柜率专项考核，劳动竞赛、增量扩销之星等专项活动，激励大家提高积极性和创造性。

(2) 狠抓基础管理，提升终端服务水平。为提高市场响应速度和适应市场化改革，根据张厂长提出的要掌握终端零售商户主动权的要求，更好服务零售终端，首先xx区建立了终端零售商户总台账。台账内容细化到客户代码、专卖许可证负责人、零售店地址、订烟人姓名和联系方式，访销周期、客户经理，品牌推广经理，使用网络，业态分类等信息。其次建立零售终端商户分台账。每名品牌推广经理手机，按客户经理线路和访销周期建立分台账，提高走访服务针对性和及时性。如每个零售终端使用网络信息，在日常访销过程中，无论是联通、移动或电信网络出现故障时，品牌推广经理能够很快发现当时那些终端零售商户出现问题，将问题原因及时通知到零售终端商户，采取有效补救措施，解决零售终端商户因网络故障订不上烟的问题，提高对终端零售商户的服务质量和体现服务的及时性，解决零售中终端商户的后顾之忧，与终端零售商户建立良好的沟通关系。第三推行零售终端商户分类管理，xx烟草公司对辖区零售终端商户，按照总体销量、百元价位销量和品牌培育三个指标，对xx地区所有信商盟商户实行季度动态评比，分成中华大户、中户和小户，按此分类进行优质货源的分配，在实际运行中，我们发现一些中华大户因种种因素，销售我们xx品牌能力较弱，给我们品牌推广带来不利影响，为解决此问题，在xx区推行零售终端商户分类管理，也就是将新商盟商户按照xx销量进行abc分类，a级为核心商户，b级为重点商户，c级为普通商户，d级为拓展商户。每名品牌推广经理依据分类，从走访周期、助销物料使用等方面，开展具有针对性的走访服务和促销活动，以

此促进工作质量的提升。

三、积极适应新常态，推行订单走访模式

为了适应烟草市场化取向改革需求，在“非均衡销售”的新常态下，掌握商户主动权无疑成为品牌推广的有效抓手，为落实厂部提出的“向消费者要市场，向零售终端商户要订单”的战略部署，xx区在学习其他团队先进经验和自我总结的基础上，积极推进订单走访模式，具体做法为：

（1）提高思想认识。厂部领导多次在市场营销会议中明确提出，要把订单走访、采集模式作为市场化改革取向中的营销新模式。订单采集不仅仅有助于掌握市场，控制商户，而且对于提升xx品牌上柜率、动销率、知晓率、覆盖率起着至关重要的作用。因此，在品牌推广经理日常走访过程中，要求以订单采集为导向，深入扎实开展好订单采集工作。

（2）收集订单。一是增强商户信任度和配合度，逐步适应订单走访模式，保障订单工作顺利开展。品牌推广经理日常走访过程中坚持以客户为中心，以商户利益为导向，通过聊天“拉家常”的方式拉近与商户的情感，让商户感受到我们热情的同时，更增加对于品牌推广经理的信任。二是掌握商户信息，保障订单准确性。订单采制过程中，为增强订单的准确性和有效性，走访中协助商户盘点库存，对第二天商户订货情况进行摸底，在保证商户利益的前提下，引导商户购进xx品牌的积极性和主动性，并将商户购烟意向准确记录。三是收集整理订单，准确把握订单数据。每天晚上品牌推广经理将采集的订单卷烟的品种、规格、数量统一制成表格，并通过qq传送到县区负责人手中，县区负责人对订单进行汇总，根据商户前期订货量和销售数据对订单进行分析，对于订单差异较大的商户，再由品牌推广经理与商户进行沟通、协调，以便订单数量最大化。四是跟踪订单，确保订单生效。每天上午县区经理负责对前一天采集的订单进行跟踪，发现订单执行过程中有明显偏差，及时通知该区域品牌推广负责人落实

原因，从而确保订单有效性。

(3) 建立订单数据分析机制。针对每天采集的订单，收档归案，并与下次订单进行对比分析，增强订单的科学性，月度对整体数据进行大数据分析，根据数据统计结果并对商户订单执行情况打分评价。

四、营造高端细支氛围，提升终端品牌推广能力

根据公司对细支烟运作的总体部署，结合xx市场团队推行方案，xx区营销团队按照天香细支烟营销工作安排，分步开展如下工作：

(1) 积极营造高端细支的稀缺氛围。在天香细支烟投放前，xx区从xx销售大户中筛选出xx户作为投放对象，在定点投放户派发宣传单页、建议零售价xxx元台牌和天香细支授权销售台牌，积极营造高端细支的稀缺氛围。

(2) 坚持以点带面的宣传推广。在天香细支投放后，市场反应比较好，我们认为仅仅依靠现有的定点投放商户，做品牌培育工作还不够，需要更多的终端零售商户去推介，因此，每名品牌推广经理利用日常走访，在没有销售天香细支烟的商户中宣传，提税顺价后进价xxx.x/条天香细支，在朋友和熟人中每条流通价在xxx元左右浮动（浮动区间为xx元），零售价格为xxx元-xxx元之间浮动，该烟的利润空间较大，且容易卖掉，调动终端零售商户购进经营的欲望和积极性。

(3) 采取预售制营销策略。经过几个月的宣传，大部分终端零售商户看到了经营该产品的商机，在货源供不应求的背景下，xx区采取预售的营销办法，由终端零售商户向品牌推广经理提出经营申请，销售xx一二类达到一定标准后，报经市场经理同意，为防止价格下滑，每户每次只给予x条或xx条的经营权利，成为天香细支授权经销户，经市场验证，该烟在市

场流通销售形势较好，价格坚挺□x月份引爆了该烟在商户中积极申请预售的形势，同时也引领和带动xx销区其他市场的销售。在货源供应紧张，高额利润的驱动下□xx区终端零售商户的经营积极性得到充分调动□x月份预售约xx箱，已经销售约x箱，还有x箱有待兑现，目前该烟在市场供应严重不足□xx区每月销售该烟x-xx箱，为满足市场供应和品牌推广工作需要，建议公司和厂部考虑，适量增加在xx区的投放量。

营销工作总结报告篇八

我是支行的信贷员，调查贷款客户达150位，成功放款30笔，发放贷款达700万元，而且所有贷款均属于正常类贷款。自在信贷路上从零开始的艰辛跋涉。以下是我的工作总结。

从20xx年参加工作以来，需要三天两头跑到客户家中，实地了解客户的基本情况、经营信息，调查掌握客户的贷款用途、还款意愿，分析客户的还款能力。这些对于不善与人交流的我来说，实在是太难了。起初的一个月里，我总在心里想，把钱放出去还不上怎么办？有时打起了退堂鼓，觉得还是继续干老本行比较好。

支行领导了解到信贷员们的普遍心态后，及时和大家座谈，让大家解放思想，放下包袱，说：“还没干就不要轻易否定自己，你们一定会慢慢地喜欢上信贷这个岗位的。”领导的耐心开导和对发展前景的描绘，使大家对自己的工作渐渐鼓起了勇气。思想顾虑消除了，整个队伍开始有了活力。我和大家一样，也受到了很大鼓舞，下定决心从零开始学起。

通过支行前期的大力宣传，陆续有一些有需求的客户开始上门咨询，我也迎来了第一位贷款客户。那天，我怀着复杂的心情，与另一名同事坐了一个半小时的公车来到了xx村。这位客户是个农户，有十多年的养殖历史，对市场非常了解。在客户家，我作了自我介绍后，便开始按培训时要求的调查

顺序逐项询问。由于是第一次与客户进行“营销”交流，加上对xx行业了解不够，心里很紧张，问了不到20分钟，客户突然说：“我不贷了，你们走吧，不就是从你们银行贷点款嘛，跟审犯人似的。”我见状，赶忙解释，可这位农户就是不再配合了。无奈，我与同事扫兴而归，第一次营销就此“流产”。

回去的路上，我翻来覆去地回忆刚才的场景，又问同事的感受是什么。经过分析，我找到了答案：问题不在客户，完全是自己根本不会跟客户交流，不懂对方的需求和困难所在才造成了尴尬局面。

扪心自问，如果总是这样不善于与客户交流沟通，以后谁还敢来找我贷款？不行，必须改，从头练！从此，每天上班后就和同事们一起上街作宣传，与小商户们聊天，练习介绍贷款业务；下班后还走亲访友，介绍银行小额信贷，把他们当成练习对象。功夫不负有心人。现在我自认为交流技巧有了很大提高。辛劳踏出丰收路开发信用村将是支行以后的重点发展客户，深入了解掌握农户的经营情况和规律，尽快了解行业，是自己的首要任务。通过亲戚找到几户农户，与同事一起实地去了解情况。时间一长，渐渐地习惯了这种工作。半年的工作业绩虽然不理想，但我深感自己的工作离不开领导和信贷部团队对我的关心和支持；同时，更感激一直默默无闻在背后支持我工作的家人。我要用“舍小家顾大家”的敬业精神，努力工作争起做一名合格的银行信贷员。

营销工作总结报告篇九

自本人转行做小贷行业已有半年，但真正干活的日子，也就这两个月，之前在忙着事情，也无暇顾及。现拟一篇工作总结，来说说工作中的经验和教训。

首先从展业的方式上说起，首先展业就得是不辞辛苦，这是首先最重要的，鄙人初期的时候满大街的派单子，贴小招贴，

不能说是无用，但撒大网的效果的确不是很理想，曾经同事对我说，他以前有个同事曾经三个月每天派一千张单子，磨坏了三双鞋，也没有业绩，教训之惨，可以见的了。做小贷，最重要的还是耐心，有的放矢，窃以为电销，跑同业，房产中介是最好的三种方式，本人的下一步工作重心将转移到这三种当中。

电销，是最直接的营销方式，无论你的电销资源是从哪里来的，每天都要花时间去打的，为什么？抓一手活，才能赚钱，即使不能再本家做，送到别人家做了还能有返点呢。那么，电销的资源从何而来呢，个人以为，编手机号去打，从号贩子手里买，还有就是从网上搜罗，现在网络之发达，早已超出早年间信息流通慢，流量小的时代，每个人的手机号，或多或少能在网上找到，那些做小买卖的开工厂的老板也是一样。只要你用心，一定没问题。

跑同业是出活最快的一种方式，但也只能是锦上添花，毕竟来说给别人代工，是赚不到什么钱的。但不跑同业了吗？那是肯定不对的，毕竟还是需要跳点的，还有就是抓客户。再者，跟同行业搞好关系，对于个人而言在行业内的口碑也好，还是为了交朋友扩大人际关系都是益处，而且每个公司都会有业绩考核的。

跑房产中介就不多说了，主要还是要发挥嘴皮子能侃大山的本事，拿下中介也会有单子的。

对待我们的客户，要让他们觉得我们很专业，信任我们，说白了就是觉得我们能办事。还有最关键的就是，对于客户，我们这些业务员要把控好风险，对于那些逾期多，工作不稳定，没房子的主儿，尽量不要过多的去包装客户，到时候不还钱，倒霉的还是自己，即使是给同业送去，到时候自己的口碑也会砸了。

虽说我这些日子没什么活，但不管怎么说，坚持吧，这个年

月得扛得住压力才行，努力生活，努力奋斗！