

# 市场部月度工作计划表(优秀10篇)

计划是人们在面对各种挑战和任务时，为了更好地组织和管理自己的时间、资源和能力而制定的一种指导性工具。因此，我们应该充分认识到计划的作用，并在日常生活中加以应用。那么下面我就给大家讲一讲计划书怎么写才比较好，我们一起来看一看吧。

## 市场部月度工作计划表篇一

工作总结，以年终总结、半年总结和季度总结最为常见和多用。就其内容而言，工作总结就是把一个时间段的工作进行一次全面系统的总检查、总评价、总分析、总研究，并分析成绩的不足，从而得出引以为戒的经验。下面是小编收集整理市场部工作总结范文，欢迎借鉴参考。

### 一、工作表现

每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，有责任。对待客户一定要以诚相待，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，特别在业务锤炼过程中一定要有总结和反省，当日工作当日毕，业务讲效率，公司可能养闲人，但是不希望闲人是我。所以一定要努力，一定要学习，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一定的进步。

### 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，但是只要积极想办法去解决，思想乐观，还是可以学到很多知识。

### 三、工作行程

这一个月来，我做了大量的工作，虽然暂时还没有取得成绩，但是我会一直努力，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，所以在当中还有部分客户没有拜访，但是效果很不错，达到预期效果，有三家既然与张经理撞车，有七家现在是我的意向客户。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。现在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情况下进行扩张，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。

促销活动策划及执行情况跟进1、策划实施了公司年内促销力度最大的x月份“建材巧配省到底，买3000送1000”活动。2、完成1x月份多点开花、多重组合形式的活动策划，南城店、东城店策划了“买1000送100，全场通用”活动；常平店、虎门店、塘厦店策划了以“健康爱家月”为主题的“好礼买就送，健康送到家”活动；同时还策划了装饰公司“样板房征集，1元就搞定”活动，方案已实施，并已做好相应的培训。

3、针对促销过程中发现的问题，及时有效地对x月份“买3000送1000”的方案做了相应的变通调整，确保方案实施的畅顺。

4、通过多次走访长安区域市场，重点针对长安、大岭山的媒体分布、媒体宣传资费分析，媒体辐射范围、媒体收视、以及竞争对手采用的媒体手段，进行了详细的分析，并形成《长安店开业后续推广方案》，已提交上级审核，待批准实施。

5、集合瓷砖洁具共13个总代理品牌，南城尚有5个非总代理品牌参加全莞范围主攻楼盘的大礼包派送活动，同时通过装饰公司500元每户的人工费补贴派送，与装饰渠道的推广形成整合，加大了终端的拉力。中心共印制3000份礼包，目前各店总计发放80%左右。

6、加大对重点小区短期推广活动的资源整合，例如把上游9家供应商纳入中惠沁林山庄的家装文化展活动，供应商除了作现场商品展示外，还赞助了电子健康秤等礼品。

7、组织市场策划人员去“蹲店”和“走访”市场，围绕销售促进进行多角度的市场调研与分析。

媒体报道与报广配合

通过媒体报道公司相关性文章5篇次，其中促销消息文章3篇

次，共计约xx字，《南方都市报》投放1/2版一期、1/4版一期，《东莞日报》投放1/2版一期，《搜房网》投放旗帜广告一周，按钮广告二周。

完成装潢中心常规宣传手册的文案撰写。

## 存在问题

1、企划管理重心过高，对各镇区市场的整体和差异性认识不深入，以致于促销活动难以找到较准确的突破口，包括从媒体传播及促销活动方案方面的针对性及个性化程度不够也就很难对各门店的促销进行及时的指导和诊断。

解决措施：要求策划人员下达门店进行市场调研，同时希望各门店及时反馈当地市场信息，我们针对个情制定长线的销售政策，并将短期促销政策交由门店决策实施，中心只在关键环节加以指导，通过提高促销快速反应能力及针对性来刺激门店的销售业绩。

2、对活动资源的整合策略性技巧性不够，存在着“紧促”现象，严重影响活动开展。

解决措施：营运系统将营运计划及企划中心的活动计划的沟通时间应相对提前，给予采购争取资源时间充分；中心根据全年及阶段性的市场与广告资源需求提前做出规划，首先将大宗资源切分清楚，并对资源大户做出品牌主推个案与其作重点沟通。

3、面对目前公司户外广告的收缩现状，我们的主媒体选择问题需要进行可行性论证。（主媒体有户外广告、报纸广告、电视、网络、海报等）

解决措施：深入调查和分析百安居、镇兴、富丽家等华美乐竞争对手的媒体宣传策略和诉求策略，同时对华美乐现有媒

体策略和诉求策略进行评估，从而初步形成xx年度华美乐媒体推广计划和诉求策略，努力实现有效可行的差异化的媒体诉求和促销诉求。

解决措施：建议公司给予市场策划人员更多的关于消费者心理及消费者行为学方面的培训，同时也要求市场策划人员提升自我素质的同时，多走一线掌握最直接的消费者需求及各门店的具体销售障碍。

## 促销分析

1、从各个门店所反应的销售数据来看□x月份的总体活动效果显著，这是公司力度最大的一次投入，充分说明，促销对销量的增长还是有一定的帮助。在活动实施上旬，各门店所反应效果一般，甚至造成顾客误解华美乐，后经中心对方案做了及时调整，在后20天，各门店的销量逐步上升，最终常平店、长安店超额完成任务，其中常平店完成了569万，完成任务率的110%，与前两个月(9月、10月)同比增长分别是165%、114%;塘厦店创历史新高，由10月的143万上升至193万，同比增长134%，南城店、虎门店均比上个月有了新的突破，分别由10月的1200万、131万上升至1400多万及在145万。由此可见“买3000送1000”的促销活动带动了销售，使得业绩有了明显增长。

2、关于如何整合资源，做好促销，提升超市业绩的几点看法：

(1)、资源争取方式上，企划中心应配合营运系统的xx年度的营运目标，制订出整个年度的促销活动，在重点月份做重点的推广活动，并将此信息提前告之采购，将全年的资源争取提前，使得促销活动避免仓促。

(2)、促销频率问题。由于公司的系统造成了促销活动只能以当月为期限，且促销活动频繁，每月都向供应商寻求支持，从而造成各供应商苦不堪言，由此也导致促销活动启动的仓

促。建议在xx年度，促销活动可否选择性启动，或者多进行短平快的促销模式，（这需要财务系统结算的支持，）使得资源能得到集中化配置，从而避免“平均用力”，活动过于平淡。

(3)、加大超市、小区业主及装饰公司装修业主三个细分渠道促销整合。在目前三种渠道都在做尝试，就拿小区促销来讲我们就做得不够全面，目前小区推广主要针对消费者，但对设计师(非公司的)促销则没有找到有效的方法，目前冠军瓷砖通过给设计师提成已有一定效果，值得研究。又以中惠新城为例，很多价格导向及关系导向的消费者并未找我们，而被大量的设计师左右，这个实际起作用的市场我们没有很好地开发，今后我们可以考虑集合一些特约供应商形成一个品牌集群在小区主推，通过对外面设计师的强有力政策，加大对市场终端拦截力量，并对零售终端形成更大的拉力。

(4)、加强资源配置的策略研究，目前我们的广告资源在一些项目上应重新考量，如户外广告的投放在成熟市场可以减少，靠近门店的小区电梯广告也可减少或不做，这部份资源可用于小区及其它渠道更实效和直接的促销上。

(5)、加大品牌推广力度。华美乐的发展是离不开众多品牌的衬托，公司拥有的总代理品牌是我们的优势，在整个xx年度的宣传推广中，应该处理好总代理品牌及非总代理知名品牌的对整体销售的带动作用。

(6)、加大对各门店差异化策划，做到“一店一策”。对于南城店、常平店两个相对成熟门店，促销应大于品牌的宣传；塘厦店、虎门店则更多的需要做品牌的宣传，在当地迅速的建立知名度及认知度；而对于长安店，及在筹建的新塘店，不只是大力做好品牌宣传，同时也要辅以倾斜性的促销支持。

(7)、在促销形式上进行创新。改变价格战惯用的“降价”手段。建议恢复“名牌周末秀”活动，以每周一新的模式，活

化了周末促销，同时也让消费者能接受并能固化该活动。目前进行的“买三送一”的堆头展示的效果相当显著。

### 3、关于如何做好小区推广活动

(2)、现金券使用期限较短。近期我们所做送券活动，使用有效期均在x月31日前，过期作废。但业主的施工时间与我司的活动存在时间差，从而造成资源的浪费。

(3)、活动程序和消费条件过于繁杂。如“买3000送1000”，消费者的对广告信息的理解是比较单纯和直观的，就是所送的1000元现金券可以直接冲抵货款，而事实上我们还有其他的限制条件，如买够一定金额或指定品牌消费等。这种现象与消费者的消费心理形成了极大的落差。

(1)、针对装饰公司xx年度促销资源紧缺这种突出现象，我司将在xx年度形成“名牌集群攻打小区”方案，主要表现为寻求涵盖家装需求的20个乃至更多的品牌合作商提供季度乃至年度的具有竞争力的促销资源和广告资源支持，而我司装饰公司设计师乃至整个装饰公司促销活动都首推其赞助品牌。

(2)、针对装饰公司，必须调整资源配置，加大终端的二次拦截力量。我们须调整资源配置方向，在对业主让利的同时，也给外部设计师返利，与其建立长期合作关系，让其成为我司材料销售的一个渠道。此前南称店有过这种操作模式，但我司在镇区还没有实施，我们一方面要确保小区活动效果，也要努力实现外部设计师渠道的畅通，从而加大终端的二次拦截力量。

(4)、针对小区，在终端拦截上，应加强“小区拦截+卖场拦截”的促销模式，即在业主对小区现场活动不感兴趣或不满意的情况下，我们如何吸引其到我们卖场来咨询、参观？中惠沁林山庄的此次活动是一个很好的例子，我们以免费赠送健康秤的形式，吸引其到长安店来，增加其对华美乐的认识和

产生消费的几率，已起到效果。

## 1x月工作计划

重点工作：

- 1、跟踪落实好x月份的促销活动；
- 2、策划元月份促销活动并安排及落实。元月份的策划主要以总代理品牌的瓷砖、卫浴打头阵，以消耗库存为目的，以特价为支撑，在有限的市场容量里争取更多的市场占有率。主打“服务牌”，宣传“华美乐人过年不回家，真诚为顾客服务”的概念。
- 3、做好华美乐xx年度促销活动总结分析会
- 5、完善长安店后续推广工作，以企业宣传片的拍摄和vi系统的调整为契机，启动华美乐企业形象及品牌宣传策划。
- 6、加强小区推广的策划，定点小区量身制定不同方案，继续跟踪中惠新城的促销及沁林山庄家装文化展活动，同时与各店市场拓展部对接，筹划新楼盘的小区推广计划。

各位领导，下午好：

今年4月份我被公司领导任命为市场部经理，负责公司市场开发部具体工作。9个多月来，在公司领导及分管领导的正确带领下，在部门同事的配合支持下，我根据市场开发部工作特点和工作范围，努力适应新的岗位要求，认真履行自己的职责，与部门同事共同努力，不敢有丝毫的懈怠，扎实地开展了部门所属与领导交办的各项工作，较好地完成了工作任务。

下面，将我任职以来的工作、学习情况向大家作一简要述职，请各位领导评议。



## 一、完成主要工作任务

### 1、市场调研开发工作

繁与用户沟通，讲解、洽谈，最终圆满完成了领导交给的任务，开发新用户500万平方左右，收取配套费约37500万元。

### 2、表计校验

每年的表计校验拆装工作都是本部门工作的重点，表计的准确度，是保证公司利益的前提，为了保证今年表计拆装、校验、及时、无误，我提早安排了工作计划，加强监督与监管力度。在安装过程中一丝不苟，严格按照表计安装规范要求安装，共完成表计校验拆装 块。对53家表计原来安装不规范不合格的用户，通过多次走访、讲解、分析利害使其同意进行了改造，确保了表计安装的合格率和使用中的准确率。为今冬供暖做好了充分的准备。在此同时还见缝插针的进行了新用户表计的校验和安装工作。

### 3、gsm远程监控模块安装

根据部门工作安排在11月初开始gsm远程监控模块安装及gprs信号测试工作，共完成模块安装378块，处理问题模块47块。

4、在线监控安装工作，此工作由于设备到货时间较晚，上级部门规定结束的时间近在眼前，给安装带来了巨大的困难，在此情况下我带领部门职工分组施工加班加点，每天工作至深夜，在保证质量的同时与时间赛跑，在 天时间内完成安装套较好的完成了领导交给的任务。

### 困难问题

6、加强表计的管理，有效降低管损。

为了降低10-20xx年度采暖季的管网蒸汽损耗，我与部门员工自供暖以来一直不间断的对直供区域内的近400家换热站进行检查监督，经常加班加点对不规范用汽和表计异常的用户单位进行24小时监督、监控和突击检查。对有问题的用户及时解决整改，针对偷气现象我与部门员工还加强了表计技术学习，在7月份邀请表计厂家的专家来公司讲解、学习。

20xx年对于整个公司的发展至关重要，对我个人而言，这一年充满着挑战，机遇与压力并存，在这一年里我学习了很多、成长了很多，不但使自己的业务水平走上一个新台阶，同时在应变能力和处事方法上也有很大进步，现就我个人在20xx年中的收获和体会进行总结，敬请领导批评指正。

## 一、做好前期调查，做到有备无患

### 1、做好调研，充分了解市场情况。

通过在公司几年工作的积累，我认识到要想在一个地方拓展业务、设立公司，必须对当地市场有一个全面的了解。这样我在被公司调往调兵山公司工作后，我下了很大的功夫对当地燃气情况进行了细致的了解。通过调研，我发现目前东北地区燃气市场非常混乱，竞争也异常的激烈，不但有一些老牌大型燃气公司，也有一些集团公司新近转型到新能源行业队伍中，更是充斥着房地产、供暖和土建等小老板，可谓“全民皆燃气”，竞争的激烈程度是我始料未及的，我公司想要在这样的市场环境下“分一杯羹”绝非易事。

### 2、分析自身优势，找准工作切入点。

在对整个东北燃气市场进行详细的了解后，我又对本公司的优势进行了分析，首先，我公司属于民营企业，虽比不上中石油、中石化等大型国有企业实力雄厚，但是我们的决策机制相当完善，在对事情的决策上，不像大型国企那样需要很长一个过程；其次，我们公司虽说名气没有那些大型的国有企

业那么响亮，但是我公司也属于正规的燃气企业，在外也有一定的知名度，不像当地这些房地产、土建和供暖公司老板那么业余，对于一些中小城市来说我们公司是一个不错的选择；第三，我们公司的业务面很广，项目的合作方式灵活多样，一些大型国企和当地企业不能完成的，我公司可以独立或分项承包，这样可以和那些个人、小老板找到不少合作机会。

## 二、开展工作，认真完成各项工作任务

1、工作中，我始终秉承着一种“想要了解市场，就必须深入市场”的思想，在20xx年调入市场一线工作岗位后，我通过实地调查和细致了解后，在领导和同事的帮助下，完成了实地调研项目18个，编写项目报告7篇、项目建议书15篇，不但让我对整个燃气市场有了更深的认识，而且也给公司今后的发展提供了第一手宝贵的资料。

2、市场开发工作离不开信息，及时准确的获取有价值的信息是市场开发工作的根本保证。我经常网上查询，查看网上信息，争取不遗漏任何一条有价值的信息，时刻掌握燃气市场的动态，为公司在投资决策上提供了一定的基础资料。

3、20xx年我全程参与了xx有限公司的收购工作，从初期的公司市场调查，到各种审计，最后到顺利接收，虽然是刚刚接触这些工作，但是我在其中也起到了一定作用，更重要的是这样的一次经历将对我今后的工作产生重要的影响。

4、在对现有工作的深入了解和调研后，我编写了xx有限公司、xx有限公司的相关体系文件，让我对母站、子站的具体运行规则、管理方式等增强了了解。

5、工作中，注重发挥自身优势，积极配合公司领导和相关部门完成相应工作。如参与康平项目时，我发挥了以前在办公室工作时的特长，编制招商合同并顺利与政府部门签订，确保公司项目顺利进行，并完成康平项目前期注册工作。

6、在xx项目中，我吸取以前的经验，“少说、多记、少问、多听”，注意收集对公司有利的信息，并及时汇总编写项目报告向股东汇报；在领导和同事的共同努力下，历经两个多月的调研、协商、可研、尽职调查、谈判□xx项目最终顺利签约。

### 三、加强学习，注重提升个人素质

一直以来我主要从事管理工作及行政、人事工作，在20xx年开始接触市场开发、区域经营工作。对于新从事的岗位，这一年我积极的从基础学习，了解公司运营模式，了解市场开发工作流程，摸索有效的工作模式，在公司领导的支持下在同事的帮助下，我取得了长足的进步。

我将实践工作做为了解市场开发和提高个人素质的学习机会，从实践中去学习理论知识，再将学到的理论知识，应用到实践中来。不断改进学习方法，讲求学习效果，“在工作中学习，在学习中工作”。

通过一年的工作实践，我现在不仅能有效的从事管理工作，更可进行市场的相关业务，同时我也有信心做好区域公司的经营管理工作，我正在努力将自己向多方面人才发展自己，将自己打造成适合公司未来平台的人才而努力。

### 四、工作收获分享

通过近几年的工作学习，通过业务实践，通过取得的工作成绩，我在20xx年有一定的工作收获，主要有六个方面。

#### (一)有效分析业务信息，对市场业务敏感

在刚刚到一线工作后，对相关业务信息十分敏感，总想尽快做出成绩，不辜负公司领导对自己的期望，一旦听到相关燃气信息，我就马上去做调查，总觉得这些项目都能够大有作为，可是连着跑了几趟才知道，大部分道听途说来的信息都

不够准确，不但自己的信心受到打击，还浪费了公司的资源，这也让我更明白了业务工作的不容易。工作一段时间后，我学会了对收集到的信息进行合理的筛选，自己先通过网络进行信息整理，再与公司同事进行交流，把收集到的信息进行一次次的筛选，最后将那些合理的、可信的信息在进行汇总和上报，这样不但节省公司的资源，也让我在信息筛选过程中增长经验，为今后的工作打下坚实的基础。

## (二) 信息收集渠道灵活广泛，信息收集准确

在调研过程中，我注意为公司节省成本，在实地调查前，先了解清楚相关部门情况，应该到哪个部门了解什么情况，避免出现“重复跑路、跑重复路”的情况。不仅要到政府部门了解详细的地区规划及建设情况，还在打车过程中，多于当地出租车司机进行沟通，从侧面了解市场信息及当地民众对燃气行业的看法，同时，在当地与居民住户了解情况，与工业、餐饮业用户沟通，了解信息，保证了信息了解途径全面和信息准确。

## (三) 虚心学习，能听取不同意见

在工作中，我始终注意工作的积累，遇到不懂的事多听、多想、多问，少发表意见、多与领导同事学习，注意每个成功的项目中，哪些步骤是重点，哪些环节是关键，多听取别人的意见，使自己少走弯路，避免在其他同志身上发生的问题在自己身上再次发生，为自己今后的工作理清思路。

## (四) 注重发现不足，注重细节

因为从事行政、人事工作的缘故，使我有注重查找不足，关注细节的工作习惯。在每个项目中，我所负责的工作不尽一样，在每个项目完成后，我都会提前思考自己在工作中应注意那些问题，应关注的工作细节，并详细分析。工作后我会对项目过程中发生的问题，以及工作细节进行回顾与分析，

争取在以后的工作中避免发生类似的错误。

#### (五) 熟悉项目流程，能够串联团队通力合作

通过一年的工作，使我感受到想要成功完成一个项目的签约，并不像我当初想想的那么简单，其中涉及到项目分工要明确，流程要清晰，每个人在整个项目的过程中都扮演着不同的角色，只有大家通力合作，齐心协力才能够成功的完成一个项目。在我所完成的项目工作中，我不论扮演什么工作角色，都能够积极的去考虑其他团队成员所负责的工作任务是否能够与我有交集，我应当如何去配合他们的工作，因为如此的思考，我能够很好的去串联项目中其他成员的工作，达到配合默契的目的。这也是我们市场部所独有的工作方式及工作优势。

#### (六) 能够揣摩谈判对象思维，提高谈判水平

在参与谈判项目前，我总能想清楚先与对方谈什么，怎么谈，如何把公司的损失降到最低，怎么把公司的利润化，虽然不一定领导会采取自己的意见，但是我也总能够给领导提供不同的思路，为顺利谈判保驾护航。

### 五、工作中的不足

通过工作，我也客观认识到自己在工作中的不足。

#### (一) 过于关注细节，思维高度有待提高

因为自己多年从事管理工作，因此工作习惯于关注工作的细节，习惯做事情关注具体问题。通过20xx年的工作，我发现了自己的这个问题，这在做为具体工作执行者时必须具备的能力，而做为区域经营管理以及对市场项目宏观考虑时，我的思维高度不够，这在20xx年工作中收到了领导的指正。因此做为希望能够跟随公司共同发展的我，在未来，我将努力

提高自己的格局，提高自我的思维高度，从一个全局者去看待项目，从一个主要管理者角度去管理区域公司，这是我未来需要改进的重点问题。

## (二)能够在团队主动提出自己的想法

做为市场部新人，我在项目讨论中，我有学习和聆听的习惯，但是有时不能积极的发表自己对项目的思路与对问题的观点，这在我们这个提倡沟通积极分享的市场部中，还是存在不足的，主要问题来自于我认为自己是新人，怕发表的意见与观点过于肤浅所致，但通过公司组织的管理人员培训及下半年的市场部工作，我在不断的改变自己的这种行为习惯，从开始的沉默到后来的参与我希望我能够逐步成长为市场部最为积极的业务骨干。因此在未来的市场部工作中，我要更为主动的提出自己想法，加强团队协作与互助，把自己在团队中的优势更有效地发挥，达到市场部成员协作1+1+1=111的放大效应。

20xx年，对于我来说注定是个不平凡的一年，注定是变化的一年，注定是让我成长提高的一年！这一年我的工作性质发生的飞跃性转变，从后勤直接转战至市场，从办公室走到项目一线，使我达到了自我的蜕变与自我实现的目的，在这里就我工作的转变我再次感谢公司领导对我的信任与工作的委任，使我有长足进步。

这一年也是我收获的一年，从一个初出茅庐的懵懂少年，逐渐成长为现如今公司的业务骨干，这巨大的收获，离不开公司领导的关心和身边同事的帮助。在新的一年里，我将继续努力，增强自身业务素质，以积极、主动、自信、充满激情的心态去工作。我愿意为了实现大地燃气的企业目标、企业远景而奋斗终身！

20xx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

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。

## 市场部月度工作计划表篇二

市场部是我公司的先锋部门，在公司整体运行中占有极其重要的位置，很荣幸我能在市场部工作。由于我公司处于高速发展期，本部门的工作任务十分繁重，每天工作都是一环扣一环，稍不留心就会犯错，但是在部门领导的带领下，各项工作进行得有条不紊。在这样的一个部门里，我学习了很多，领悟了很多。首先，部门领导他们的专业精神让我敬佩，和他们在一起天天都有我要学习的，好像从他们身上我永远都有学不完的知识。其次，本部门团队协作能力极强，工作时各个环节的衔接都非常到位，这就确保了市场部工作的顺利开展。

由于过去从事行业的差别，导致我对金融类行业涉足甚少，

难免在工作中遇到不少难题。但是我相信，通过我的努力，一定会克服这些难题。我会孜孜不倦的学习，并且学以致用，在这个岗位上为公司做出自己应有的贡献。我具备了良好的沟通和协调能力，能够熟悉使用各类办公设备，能熟练运用word、excel等办公软件，具备了一定的文字写作功底。同时，我的适应能力很强，能很快适应新的岗位，胜任新的工作。这使得我在日常的行政工作中有一定的优势，也让我在这个陌生的岗位上起点高了一些，我会把之前累计的工作经验全都运用到以后的工作中来，这也为自身素质的提高夯实了牢固的基础。

深深体会到了有一个和谐共进的团队是非常重要的，也意识到了一个大气磅礴的公司和积极向上的领导层是员工前进的动力。

在今后的工作中，我会更加严格的要求自己，不断的学习与积累，不断的提出问题、解决问题，不断完善自我，更快、更好的完成工作。在作好本职工作的同时，我会积极团结同事，搞好同事关系，与大家一起营造一个和谐的工作氛围。公司给了我一个发展的平台，我一定会珍惜这次机会，严格要求自己，为公司的发展竭尽全力。，不辜负领导对我的期望。

### 市场部月度工作计划表篇三

我是今年九月底到本公司工作的，之前从事的是工装工作，因为对家装的热爱使我选择了xx。在没有来xx工作以前，我是没有家装装修经验的，仅凭对家装的热爱，而缺乏家装装修设计施工经验和行业知识，为了迅速融入到这个行业中来，到了公司以后，一切从零开始，一边学习沟通技巧，一边去工地现场看施工，遇到沟通上的问题，我经常请教史主管和其他经验丰富的同事，在同事的帮助下，取得了良的效果，也使我感到受益匪浅，这三个月来，业绩虽不出色，但是这段时间我学习了解到了如何更的与团队相处、合作并进，学

到了如何开展业务，也相应的进行了实践，也对xx的化、使命有了深刻的共鸣，对家装行业有了初步的认识。

通过不断地学习产品知识，收取同行业之间的信息和积累市场经验，现在对家装市场有了一个初步的认识和了解，虽然我的成绩远不如其他同事那么卓越，但我有信心，有决心做，现在我逐渐可以清晰、流利的应对客户所提到的问题，准确的把握客户的信息，良的与客户沟通，因此取得了一些客户的信任，这对以后成为设计师打下了扎实的基础。

这三个月虽有进步，但是也有不足的地方需改进，对于家装市场了解的还不够深入，对公司产品的技术问题掌握过度薄弱，不能十分清晰的向客户解释工艺要求，业务上，电话营销的技巧还不是很到位，针对市场上的工艺，做法□xx本公司的工艺、产品了解还远远不够，这些还需要继续学习。

总结下来，在公司工作的这段时间，接触到了许多事物，产生了许多新问题，也学习到了许多新知识，新经验，使自己在思想认识和工作能力上有了新的提高和进一步的完善，在日常的工作中，我时刻要求自己从实际出发，坚持高标准、严要求，力求做到业务素质和道德素质双提高。

展望新的工作年度，希望能够再接再厉，同时也需要加强锻炼自身的设计水平，在以后的工作中与同事多沟通、多探讨，进一步提高自己专业知识技能，积极吸收新的观念与设计理念，不断完善自己，当然在工作当中也存在着不足，争取早日改正以往的缺点，总结经验，吸取精华，分析失败原因和工作当中的不足，为明年的工作做准备！

新的一年意味着新的起点，新的机遇，新的挑战！我将不断总结与反省，不断鞭策自己并充实能量，提高自身设计水平与业务水平，以适应时代和企业的发展，与各位共同进步，与公司共同成长！

目标：加强家装设计专业的学习与研究，了解本行业市场信息，从而顺利实现从市场部向设计部过度。

设计师是我一直的梦想，成为精英设计师更是以后的奋斗目标，作为实习设计师，能否成为合格的家装设计师，首先要有扎实的专业知识以及良的业务水平，专业知识主要是靠平时的积累，包括施工工艺，材料等，知己知彼百战不殆，只有扎实的专业功底，对于设计师来说才能更加得心应手。

的业务水平同时也是一个合格设计师必备的基本功，一个的设计师不光设计能力要，更重要的是要有出色的沟通能力，所以在没有转成设计师之前，还需在市场部锻炼。

具体表现在以下几个方面：

1、俗话说，“三人行，必有我师焉”在空余时间，与同行之间进行沟通，从而更的了解沟通技巧以及获得更多的客户信息。

2、通过对设计师、工长、监理的沟通与学习，已达到对材料、施工工艺等专业知识的深入了解。

3、一个成功者的成功不在于8小时之内在干什么，而在于8小时之外的时间在做什么，通过空余的时间不断学习，不断充电，这样才能使自己永远立于不败之地。

2%的引导+98%的个人努力=合格的设计师在学习工作中，遇到不懂的地方及时去请教设计师，过硬的绘图功底是靠炼出来的，而不是看出来的，所以在空余时间要努力画图，扎实基本功。

营销学里讲过这样一段话，思路决定一个的出路，心志决定一个人的动态行为可以看出一个为人处事的风格，勤奋能给一个人带来财富。

## 市场部月度工作计划表篇四

20xx年16月份继续重视规范经营工作，加强内管监督，在此基础上，紧紧围绕卷烟销售终端规范化建设、低档烟销售、提升省外一二类烟销售比例、提升预测准确率、提升订单满足率、提升客户满意度等各个方面做好文章，进一步加强省外重点品牌的培育，优化卷烟零售终端业态，注重安全经营，努力建设标准化市场部，按照人员岗位职责努力开展各项工作，从而实现经济的稳步持续增长。

20xx年上半年□xx市场部完成卷烟销量5605.56箱，完成半年度销售任务的97.49%，实现销售毛利3874.59万元，完成半年度毛利指标的108.84%，其中低档烟销量759.73箱，年成半年度指标的118.71%，省外一二类烟完成销量843.26箱，省外一二类烟比重达35.91%，比去年增长2.75%，各项半年度工作指标全部顺利完成。优化品牌结构，单箱销售额从去年同期4.5万元/箱上升到4.69万元/箱；半年平均销售预测准确率保持在90%以上，1至6月份，总体订单满足率达到85%以上。

20xx年实现行业十一五规划目标的关键之年，根据全市烟草工作会议精神□xx市场部以建设打造效率高、服务优、成本低的卷烟销售网络为目标，一方面加强卷烟销售网络规范化建设，一方面努力提升团队执行效率，确保网建工作的可持续推进。按照人人有职责、事事有程序、干事有标准、过程有痕迹、绩效有考核、改进有保障管理思路，开展市场部各项工作。

### (一)加强和深化规范化零售终端建设。

通过提升终端形象建设，提高零售客户的自我管理能力和经营能力，积极宣传终端形象对于卷烟经营的影响以及重要性，零售卷烟终端业态的好坏，对消费者的购物心理、品牌的市场效应都有很大的影响，通过对零售客户加强培训和指导，

促使零售客户的盈利能力有所提升，通过零售客户的宣传，使卷烟消费者对当前的烟草行业的现状有所理解。□xx市场部在去年规范化零售终端上建设的基础上，今年的终端建设工作紧紧围绕零售客户业态提升、环境布置设置、卷烟陈列、明码标价等几个方面进行展开，进一步强化管理和维护，结合营销服务指导、类别设置、合理定量等工作进行展开，确保卷烟零售终端规范化建设朝着健康、有序、合理的方向前进，提升零售终端的综合竞争力。

1、在做好每条营销线路示范街的基础上，逐步实现规范化零售终端建设向农村地区的延伸。一方面，继续提升去年规范化零售终端示范街的品位，真正体现示范街的示范作用和效应，以卷烟终端形象的提升凸显零售客户利益、消费者利益，对示范街进一步加强管理，在卷烟出样、卷烟陈列、明码标价、订单制作、沟通协作、品牌推广等重点工作中，示范街零售户大部分都做到了积极配合，使得六条营销线路示范街面貌和形象得到进一步深化；在此基础上□xx市场部将规范化零售终端建设从示范街的做法延伸到广大农村片区，根据卷烟零售户在硬件、设施等方面的具体情况，使总体卷烟陈列情况和明码标价落实到每一家零售户，虽然存在比较大的难度，但是也取得了很好的效果。

2、提升卷烟终端形象，为卷烟工业企业提供相对公平的竞争环境。本年度以来，在一些老品牌相继退出终端市场的同时，公司也相继引入了一些省外重点新品牌，软蓝黄鹤楼、经典100红塔山、紫云烟、硬阳光娇子、金醇和黄山、长白山(神韵)、新精品白沙等卷烟先后在xx市场落地，这些品牌要有好的发展空间，就必须为之提供较好的陈列条件以达到宣传促销的目的。□xx市场部将提升零售终端形象作为为卷烟工业企业服务的有效平台，通过有效的品牌标识和宣传手段、陈列管理等措施，提升重点企业、重点品牌的市场竞争能力，促使重点省外一二类烟在本地市场的市场占有率稳步提升。

3、统一商品陈列方法，统一明码标价要求以及硬核标价签盒的使用。在进行规范化零售终端建设的具体工作中，充分注重卷烟商品陈列。对柜台较大的客户，根据条件视同两包平铺或者三包堆叠的方法，而对于硬件设置一般或者较差的零售客户则采取单包出样的办法，出样要求和客户类别规定出样数量相符合，陈列顺序上，要求有一定的规律，一般采取按价格排序。明码标价的使用做到每一品牌规格均能一烟一签、一一对应，价格标签规范、整洁、清晰、内容完整。对于原来部分使用软套标价签盒的客户，根据客户要求以及柜台的实际情况，予以更换并收回软套，以达到统一、美观、规范的陈列效果和标价效果。

4、零售终端规范化建设以零售客户积分制管理紧密结合。今年上半年，公司推出了《零售客户积分制管理办法》。市场部将积分制管理与零售终端业态的提升相结合，以提升零售客户对提升终端业态的配合度，每月将零售客户的积分情况向零售客户进行通报，指出在卷烟陈列、明码标价、业态维护上的得分和失分情况，协助零售客户做好分析，促进零售客户对积分制管理的认识。

(二) 加强品牌培育，优化品牌结构，努力提升省外一二类烟销售比例和低档烟销量。

今年作为品牌整合的重要一年，一些国家重点品牌先后上市进行销售，公司的品牌培育重点也进行了转变。市场部以营销工具箱中要求培育的品牌为基础，展开各类品牌的上柜和增量工作。由于在文化水平、经营能力、品牌推广和经济实力等方面的不同，客户并不了解烟草行业品牌发展形势，也不可能完全准确把握市场对品牌的实际需求，同时，客户怕购进新品牌卷烟不能及时销售而产生积压，一些客户对品牌培育，尤其是新品牌促销持有一定的谨慎和消极态度。因此，客户经理通过客户拜访等多种形式，加大行业改革与发展形势，尤其是品牌发展战略的宣传，让客户充分认清行业及品牌发展形势，增强品牌培育的信心。根据每个客户实际，制

订不同的服务计划，帮助客户提高品牌培育和推广能力，提高客户品牌培育的积极性。

在培育品牌的过程中，对经典100红塔山、紫云烟、软蓝黄鹤楼等省外一二类烟的上柜和推广投入了大量的工作，随着银红新安江、软牡丹、红梅(虹)等常规卷烟逐步退出市场，市场卷烟需求结构也发生了很大的变化，一些价位上出现了一定的供需矛盾，针对这个情况，各客户经理在走访中加强对省外货源较为充足货源的宣传，特别是在中档烟价位上，经过培训，经典100红塔山、紫云烟等规格取得了成功，在本地市场站稳了脚跟。

在低档烟销售商，市场部每月将计划达到到每个客户经理，针对客户经理培育进度下达指标，采取一月扣一月环环相扣的办法，努力确保低档烟销售进度保持在较高的起点上。

至六月份，省外一二类烟销售完成公司计划的 %，低档烟销售完成市场部计划的 %，较好地完成了公司下达的销售任务。提升一二类烟销售比例和低档烟销量也是下半年的重要任务。

### (三) 推进两率一度工作。

1、稳定订单满足率。订单满足率是一个最为基础，也最具决定性的市场运行指标，各客户经理充分重视，主要是做好以下几个方面：一是进行烟草行业特殊性的宣传。部分客户在货源问题上往往将我们的烟草制品与其它商品进行对比，认为只要有需求就应相应增加货源供应。实际上以需定产也是真正符合市场化模式，是我们行业目前正在努力的方向，但这模式的实现显然还需要一个过程。我们要做的'就是要让客户理解这一过程实现的长期性。要逐步引导客户理解目前行业的计划调控与纯粹市场化模式还存在一定矛盾，现阶段还是应承认专卖体制下商品进入市场的特殊性；二是进行行业发展方向的介绍，特别是工业方面阶段性背景宣传，要使客户理解部分品牌不稳定性原因，取得客户对行业的支持及工作



的理解;三是针对每一客户,引导其进行一个实际需求的把握。什么是你需要的,多少是适和你的,要对其量体裁衣,避免因几次需求没有得到满足后,客户进行报复性的报货,以致一味扩大需求数;四是我们也应充当起一个管理者的角色。应使客户报货的规范合理化程度与其等级评定建立起联系。应使客户理解到尊重事实,规范到位的报货行为实际上是对我们一线市场人员工作的支持,使其觉得其自身的配合将是对我们服务的一种回报。

2、提升预测准确率。预测准确率是建立在订单满足率之上的一个指标,今年的预测准确率的预测方法较去年有一定的变化,营销系统的预测模块更有科学性,以前因为订单满足率指标每个月都存在比较大的浮动,使得客户的要货数量与实际供应量之间无法确定一个合适的比例,也使得预测准确率打了很大的折扣,今年上半年,预测准确率也有较大的提升。其次,充分考虑各项因素对的影响,包括季节性因、经济增长因素、流动性人口变化情况、品牌整合情况以及消费变化趋势、零售户库存情况、销售趋势,另外,要求客户经理在操作过程中认真仔细,认真按照工作日程进行市场调研,分析销售数据,比对各个月份之间的律动情况,掌握销售规律。

3、提升客户满意度。科学、合理、公正的对我们的卷烟零售客户实施准确的类别评定,以便实施差异化服务,是客户满意的基础和前提,在上半年的客户类别评定过程中,为提升客户满意度,主要围绕以下几方面开展:一是让客户充分了解分类的标准和测评指标。

## 市场部月度工作计划表篇五

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月份根据市场竞争状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好处。

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，调整了原先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状况现场核查。对每周稽核状况进行通报，对不贴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状况地市之一，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一天对每个县区拆机、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。对欠费回收状况进行周通报、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，到达5月份的元。

为掌握资源状况，避免资源浪费，市场部安排支撑中心每月对各县区资源状况进行抽查、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善了管理方式，把出入库明细账与支撑中心每一天的经营日报装、拆机数量相对照，使物料管理构成闭环。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。透过这些措施的执行，有效控制了浪费现象。

改善绩效考核计算方法，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。在多次探讨未果的状况下，市场部根据公司领导要求和本公司实际状况，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，透过每一天逐户核查，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。

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，了解用户使用状况和需求。在发展较好的县区总结成功营销案例进行推广；帮忙发展较差的县区查找不足、解决困难。

透过了解市场竞争状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。

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。

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，发现不足并继续改善。

## 市场部月度工作计划表篇六

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表篇七

1. 太阳能热水器的销售量达到4666台，同06年相比增长了31.6%。销售额523万，同比增长了38.2%。

2. 销售网络维护及新市场的开发方面。在相对比较成熟的市场提高产品的知名度和销量，并大力开发新兴市场。07年全年共发展地区级经销商30多个，营销网络覆盖河北、山西、宁夏绝大部分地区及内蒙东部地区，另外在东三省、河南、山东和江苏也都有经销“太空人”热水器的专营店。

3. 07年市场部的工作：

(1) 根据年初全国经销商大会中经销商提出的宝贵意见，对现有产品进行了完善。包括对产品外观和包装的改进。

(2) 设计制作新的宣传资料，改正以前宣传品中的细节错误，并将公司新产品太阳能集热器相关内容加入进去。

(3) 加大产品的宣传力度, 协助现有经销商开拓市场。在比较成熟的市场投放针对性电视媒体广告, 迅速提高销量。根据河北及河南市场的特殊需求将铝合金型材产品投放到该地区, 取得了不错的效果。在“十一”期间制订施行了赠品促销活动, 使第三季度每月销量都达到400台以上。

(4) 根据年初制订的计划开发西北市场。8月在宁夏银川举办了第一届宁夏地区经销商会议, 在宁夏地区设立了20多个经销点, 使我们的产品迅速进入宁夏市场。

(5) 6月跟随总公司代表团参加在福州举行的“五院产品项目推荐会”, 9月参加了深圳第九届光伏展和在北京举办的光伏博览会。主要介绍公司新开发的集热器和太阳能发电项目, 通过展会使更多的人了解我们公司代表国际先进水平的新产品项目及太阳能产品在未来社会发展中的广阔市场前景。

(6) 河北办事处的宋金明回到公司, 以其为核心建立太阳能集热工程技术施工小组。主要工作就是利用公司生产的太阳能平板集热器和太阳能u型管集热器在国内建设集中供热水工程。07年已经在北京和山西太谷由公司独立完成了两个供热水工程。

#### 4. 08年的工作目标:

(1) 根据07年经销商的信息和零售市场情况, 在太阳能热水器上推出新款系列产品, 从而降低成本, 创造新的销售增长点。

(2) 制订实行新的经销商政策, 鼓励经销商对我们的产品进行宣传, 在个别地区产生“名牌效应”。

(3) 设立重点开发的新市场区域。计划在东北沈阳建立厂家库房, 协助经销商开发东北市场, 将东北地区销售网点形成网络化。

(4) 继续开发太阳能集热工程市场。不断完善太阳能集热工程的配套资料及设计施工能力。

(5) 公司太阳能产品的更广泛市场应用。包括使公司研发推出的阳台壁挂式太阳能热水器和太阳能取暖产品打入国内市场。

## 市场部月度工作计划表篇八

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，上班时到二类维修企业进行调查，这些企业有一定规模，经营较为规范，重点调查他们是否存在只收费不维护、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表篇九

1、现代化指标考核工作顺利开展。万人拥有公共文化体育设施面积达2.43平方米、文化产业增加值预计完成年度指标。

2、为民办实事项目加快推进。百姓大舞台，好歌大家唱活动全面结束；图书馆分馆建设顺利推进，全区23个市民（职工）书屋基本建成并对外开放；梁溪河健身景观带（南岸）11月底建成。

3、圆满完成xx年“魅力”大众龙舟赛，成功举办xx第三届环太湖国际公路自行车赛（段）和xx年中国羽毛球俱乐部超级联赛赛区比赛。

4、荣毅仁纪念馆正式开馆，荣巷历史街区善文化街基本建成；阖闾城遗址博物馆年内试开馆。

5、文化产业重点项目大力推进。国家数字电影产业园揭牌并即将正式开园。

1、文化遗产保护成效明显。一是加快推进重点项目建设。荣



毅仁纪念馆4月19日正式对外开放，善文化街建设基本完成。阖闾城遗址公园建设进展顺利，遗址博物馆年内试开馆。周新老街建设逐步展开，周舜卿故居、俞文彬旧宅修复方案通过专家论证。二是积极对有关文化遗存认定保护。编辑出版了《遗珠——市区文保单位和“三普”新发现图录》，初步确认了23个拟申报市第五批文物保护单位名录。会同市文化遗产处对华庄街道年庆堂及惠公祠等多处文化遗存进行了现场勘查和认定。完成了对梁塘桥的修缮工作。三是加大非物质文化遗产保护力度。组织灵山素饼制作技艺、太湖翠竹茶、太湖滚灯、内画、花轿迎亲、宣卷等6个项目申报第三批市级非物质文化遗产名录。组织国家级、省市级非遗项目传承人和团队参加xx“魅力”大众龙舟赛展演，进一步传承民间非遗文化。

2、文化产业发展态势良好。一是重点载体建设加快推进。国家数字电影产业园建设力度继续加大，即将正式开园。二是招商引企工作力度加大。茅迪影视文化有限公司、琅琅文化传播有限公司、杨鹏工作室等一批企业和项目相继落户；数字出版基地已签订落户协议。文化产业总量继续加大，预计文化创意产业总收入同比增长13%。三是产业服务水平有效提升。组织全区相关文化体育企业和项目申报各级各类扶持资金。据不完全统计，共获得扶持资金1247.36万元，有效促进了文化企业的快速发展。文化产业统计工作逐步规范，相关人员赴上海进行了培训。

在工作取得成效的同时，我局职能工作中也存在着一些问题和难点，主要表现在：如何打造更多具有影响力的品牌文体赛事，更好地满足群众日益增长的文化需求；城市化进程中如何做好文保工作，进一步彰显人文魅力；如何培育文化产业新的增长点，更好服务于区域转型发展。

## 市场部月度工作计划表篇十

时间一晃而过，转眼间又将跨过一个年度之坎，回首这一年，

虽没有很好的业绩，但也算经历了一段不平凡的考验和磨砺，我是今年九月底来到公司的，虽在公司工作时间不长，但是也有一定收获。

我是今年九月底到本公司工作的，之前从事的是工装工作，因为对家装的热爱使我选择了xx[]在没有来xx工作以前，我是没有家装装修经验的，仅凭对家装的热爱，而缺乏家装装修设计施工经验和行业知识。

为了迅速融入到这个行业中来，到了公司以后，一切从零开始，一边学习沟通技巧，一边去工地现场看施工，遇到沟通上的问题，我经常请教史主管和其他经验丰富的同事，在同事的帮助下，取得了良好的效果，也使我感到受益匪浅。

这三个月来，业绩虽不出色，但是这段时间我学习了解到了如何更好的与团队相处、合作并进，学到了如何开展业务，也相应的进行了实践，也对xx的文化、使命有了深刻的共鸣，对家装行业有了初步的认识。

通过不断地学习产品知识，收取同行业之间的信息和积累市场经验，现在对家装市场有了一个初步的认识和了解，虽然我的成绩远不如其他同事那么卓越，但我有信心，有决心做好，现在我逐渐可以清晰、流利的应对客户所提到的问题，准确的把握客户的信息，良好的与客户沟通，因此取得了一些客户的信任，这对以后成为设计师打下了扎实的基础。

这三个月虽有进步，但是也有不足的地方需改进，对于家装市场了解的还不够深入，对公司产品的技术问题掌握过度薄弱，不能十分清晰的向客户解释工艺要求，业务上，电话营销的技巧还不是很到位，针对市场上的工艺，做法[]xx本公司的工艺、产品了解还远远不够，这些还需要继续学习。

总结下来，在公司工作的这段时间，接触到了许多事物，产生了许多新问题，也学习到了许多新知识，新经验，使自己

在思想认识和工作能力上有了新的提高和进一步的完善，在日常的工作中，我时刻要求自己从实际出发，坚持高标准、严要求，力求做到业务素质和道德素质双提高。

展望新的工作年度，希望能够再接再厉，同时也需要加强锻炼自身的设计水平，在以后的工作中与同事多沟通、多探讨，进一步提高自己专业知识技能，积极吸收新的观念与设计理念，不断完善自己，当然在工作当中也存在着不足，争取早日改正以往的缺点，总结经验，吸取精华，分析失败原因和工作当中的不足，为明年的工作做好准备！

新的一年意味着新的起点，新的机遇，新的挑战！我将不断总结与反省，不断鞭策自己并充实能量，提高自身设计水平与业务水平，以适应时代和企业的发展，与各位共同进步，与公司共同成长！

目标：加强家装设计专业的学习与研究，了解本行业市场信息，从而顺利实现从市场部向设计部过度。

设计师是我一直的梦想，成为精英设计师更是以后的奋斗目标，作为实习设计师，能否成为合格的家装设计师，首先要有扎实的专业知识以及良好的业务水平，专业知识主要是靠平时的积累，包括施工工艺，材料等，知己知彼百战不殆，只有扎实的专业功底，对于设计师来说才能更加得心应手。

好的业务水平同时也是一个合格设计师必备的基本功，一个好的设计师不光设计能力要好，更重要的是要有出色的沟通能力，所以在没有转成设计师之前，还需在市场部好好锻炼。