

香港市场需求 市场工作计划(模板10篇)

计划是一种为了实现特定目标而制定的有条理的行动方案。通过制定计划，我们可以更加有条理地进行工作和生活，提高效率和质量。下面是我给大家整理的计划范文，欢迎大家阅读分享借鉴，希望对大家能够有所帮助。

香港市场需求 市场工作计划篇一

为加强全县文化市场综合执法队伍建设，进一步提高全县文化市场综合执法队伍的整体素质和执法人员的执法水平，结合我县实际，制定本计划。

一、指导思想

围绕深入贯彻落实十八大精神，文化执法培训坚持联系实际，突出重点，分级分类，面向基层，注重实效，针对不同层次、不同领域进行，重点围绕文化市场综合执法实践中的热点难点问题和新颁布修订的有关政策法规，加强对全县文化执法人员的政策法规、执法程序等方面的培训，为加强文化市场管理，提升监管执法水平，促进文化发展繁荣夯实基础。

二、培训目标

通过有组织、有计划地培训，全面提高综合执法人员整体素质和执法能力，加强综合执法队伍思想和作风建设，努力培养造就一支“政治强、业务精、纪律严、作风正、形象好”的文化市场综合执法队伍。开展执法技能培训。

三、培训内容

(一) 法律法规。重点组织执法人员认真学习国家关于文化建设的方针政策，系统学习文化、广播影视、新闻出版(版权)等有关法律、法规、规章和执法技能。

（二）业务知识。重点是文化市场综合执法的相关业务技能，学习文化市场执法的典型案例及先进经验。

（三）其他与当前工作密切相关的内容。

四、培训的组织与实施

县文广新局20xx年度将举办两期文化市场综合执法培训班，分别在7月份和10月份举办培训班。

五、几点要求

（一）提高认识，确保学时。要充分认识执法人员培训工作的必要性和重要性。执法人员的业务知识，执法水平直接影响政府依法行政的形象和水平，必须把培训工作摆在更加突出的位置，全面落实培训计划目标，全面统筹，确保培训人员、培训学时不打折扣。

（二）立足实际，确保实效。从执法工作实际出发，将能力培养贯穿培训工作全过程，不仅要保证每期培训的人员和时间，而且要确保培训的实效和质量。

（三）严格纪律，全面安排。参加培训人员要严格遵守培训纪律，杜绝无故缺席等现象。统筹安排日常工作和培训工作的时间，做到工作学习两不误。

香港市场需求 市场工作计划篇二

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。

一、上半年工作回顾：

（一）所作的工作

三月份：

1、制作了两篇分别针对新患者和老非会员的营销信函；

2、协助××经理创作；

4月份的援助和赠书广告文案；

4、营销理论学习方面，研读了一些经典的营销书籍，如周景勤北京大学出版社的《营销策划》、迈克尔·r·所罗门《消费者行为学》等。

四月份：

1、八周年总结会中自己的工作主要有：

(2) 部分撰写了总结会的大会纪要；

2、制作了第一版的非会员调研的调研问卷；

3、在××经理的指导下尝试创作4月份的广告文案；

4、研读了科特勒《市场营销学》一书；

5、协助××经理进行机构册子大纲的编制及初步组稿。

五月份：

4、与××经理协商制定八周年专题碟片脚本大纲，并经由初步的文字组稿。

六月份：

1、按照×总的要求，在××经理的指导下编撰产品册子第二修改版的大纲，并与××经理分工完成册子文字稿的撰写、梳理及校对工作。

(二) 工作绩效的自我评估

香港市场需求 市场工作计划篇三

20xx年即将过去，取得了一点收获，临近年终，对市场部的工作做一下总结。目的在于吸取教训，提高业绩，我们有信心也有决心把13年的市场开发工作做的更好。

三原色市场部成立于20xx年某月初。由于公司除店面运营以外其他营销方式并没有形成可以参考的规章制度、营销策略、市场拓展方式和产品价格培训系统，市场部成立之初(第一周)主要以建立健全部门机制，熟悉公司产品价格体系为主。

团队建设方面;制定了详细的全国营销中心计划、销售人员绩效考核标准、销售薪资制度、年度工作计划、团队文化等，由于公司销售人员招聘在某月不是很理想，市场部销售团队组建遇到了很大的问题。目前市场部建制，经理1名，客户经理1名，网络推广1名，只完成了市场部团队建设计划的百分之二十。

市场拓展方面;市场部某月对鑫乐汇商区、雷捷家居广场、102国道、纳丹堡商区、步行街商区进行了逐户的陌生拜访。客户拜访数量500余次，其中有需求的客户50个。签约客户10个。其中102国道二次业务开发2个(片片鱼合同总额810元、东门饭店合同额140元)，剩余8家为市场部业务开拓。某月市场部业绩总额元，刘春雨元，门宇坤4089元。

1. 产品知识和价格系统熟悉程度不够，13年度必须加强。

改进措施如下：部门内训对产品系统逐一进行分析并进行案例对正，同时定期申请总经办进行详细的产品及价格培训。

2. 客户经理工作强度不够，缺乏思考能力和目标及时间管理能力。

改进措施如下：13年元月开始市场部将不折不扣的执行既定

安度市场营销计划，增加工作强度，要求市场部每一个员将业绩目标分解到每一天，每日工作计划表体现当日业绩目标，意向客户数量目标，需求客户数量目标和客户拜访数量目标，严格按照每日工作计划进行市场推进，当天未完成目标计划次日加倍，连续一周未完成目标计划的赞助50元成长基金。

3. 个人气质和素质有待提高。

改进措施如下：增加商务礼仪、沟通技巧的部门内训，并在培训后进行一对一的演练。由于冬季天气比较冷，无法统一着正装。在气温适宜的时候市场部全员要求穿皮鞋、西裤。（建议统一着装、佩戴工牌）。

在明年的工作计划中下面的几项工作作为主要的工作来做：

1) 建立一支熟悉业务，高素质高效率而相对稳定的销售团队。

人才是企业最宝贵的资源，一切的销售业绩都起源于有一个好的销售人员，建立一支具有凝聚力，战斗力、高素质的销售团队是企业的根本。在明年的工作中组建一支和谐，高效率的销售团队作为一项主要的工作来抓。

2) 健全部门建制，提高人员的素质、业务能力。

13年度，希望得到公司与人事部大力支持，尽快完成市场部销售人员招聘。培养销售人员发现问题，总结问题目的在于提高销售人员综合素质，在工作中能发现问题总结问题并能提出自己的看法和建议，业务能力提高到一个新的档次。

3) 建立新的销售模式与渠道。

市场部将秉承以陌生拜访为主、网络营销为辅的销售模式，做好完善的计划。同时开拓新的销售渠道。根据公司下达的销售任务，把任务根据具体情况分解到各个客户经理身上，

再分解到每月，每周，每日；并在完成销售任务的基础上提高销售业绩。我们将带领销售部全体人员竭尽全力完成目标。

4) 顾全大局服从公司战略。

公司13年的发展是与整个公司的员工综合素质、公司的战略方针、和个人的努力是分不开的。提高执行力的标准，建立一支“亮剑”的销售团队与一个好的工作习惯是我们工作的关键。我们市场部在20xx年有信心，有决心为公司再创新的辉煌！

市场部20xx年年度业绩目标200万

1. 燕郊区域

年度：销售任务90万

季度：第一季度(月)销售任务10万

月度：某月3万某月3万某月6万

季度：第二季度(月)销售任务30

月度：某月10万某月10万某月10万

北京三原国际有限公司

2. 通州区域

年度：销售任务110万

季度：第一季度销售任务10万

月度：某月3万某月3万某月6万 季度：第二季度销售任务40万

月度：某月10万某月15万某月15万季度：第三季度销售任务40万

月度：某月13万某月14万某月13万季度：第四季度销售任务20万

月度：某月10万1某月6万某月4万

香港市场需求 市场工作计划篇四

市场部直接对销售总经理负责，是企业的灵魂，其工作职能在生产、销售、服务中的作用十分重要，是销售环节核心的组成部分，作为市场部，重要的工作是协助总经理收集、制订、执行。衡量市场部工作的标准是：销售政策、推广计划是否科学、执行力度是否严谨。

1、市场部作用：

- 1) 直接对总经理负责，协助总经理进行市场策划、销售计划的制定和实施。
- 2) 督促销售部对销售计划进行事实。
- 3) 全面协调各部门工作职能。
- 4) 是企业的灵魂。

2、市场部工作标准：

准确性、及时性、协调性、规划力、计划性、执行力。

3、市场部工作职能：

- 1) 制定销售工作计划、季度销售工作计划、协助销售部执行。

- 2) 协调各部门特别是研发生产部的协调工作。
- 3) 组织销售部进行系列培训。
- 4) 监控销售成本、对销售区域人员指导性的增减、调控
- 5) 制定、督促、实施必要的销售推广。
- 6) 专卖店形象的管理、建设、导购、督导的培训。
- 7) 销售客户档案统计、归纳、整理。
- 8) 全面收集销售、市场信息，筛选整理形成方案上交相关部门

1、制定工作计划：科学严谨的剖析现有市场状况和销售状况，扬长避短、寻求机会、制定20xx年 市场部和销售部工作任务和工作计划。

2、实行精兵简政、优化销售组织架构：认真分析了解目前销售部组织架构、根据市场情况合理性、在市场精耕的前提下，精兵简政、调整局部人员、控制销售成本、挖掘人员潜力、激发工作热情、感受工作压力、努力作好各自市场销售工作。

3、严格实行培训、提升团队作战能力：

集中培训、努力使所有员工充分掌握公司销售政策、产品知识、应用技术知识、营销理论知识，形成学习型团队、竞争型团队、创新型团队。

品知识系统培训

销知识系统培训

业执行标准培训

“从优秀到卓越”——企业人在企业自律守则培训

售人员职业道德培训

售人员必备素质培训

用技术及公司产品培训（应用中心或工程师培训）

5、协调部门职能、树立良好企业文化：

行政人事部：行政人事部门的功能和职责就是直接对总经理负责、协调各部门工作、建立完整的人事档案，制定科学的人才竞争奖惩机制，考察各部人员工作情况，在市场部的建议和科学的数字、事件、和市场情况下，不断为企业储备人才，挖掘销售人员潜力，致力于销售的提高和市场的发展。

研发部生产部：研发生产部门的职责是以市场需求为导向，通过市场需求，不断优化产品结构和产品功能、把握产品质量、严格推行iso-20xx质量体系，向市场推出竞争力产品。因此，市场部每月都会给出市场信息、竞品信息、销售情况信息，使该部门能及时、客观、科学把握市场新动态、航标，在不断调整自身产品不足之处的同时，并为企业研发、生产适合客户和市场需求的好产品来赢得市场和客户。

销售部：销售部是企业的先锋部队、是贴近市场的侦察兵、是企业发展的硬武器。他们的职责就是不断的开拓销售通路、寻求最适合企业发展的战略合作伙伴，不断的把企业的产品推向市场、同时向市场提供科学的前沿信息，而市场部在捕捉市场信息的前提下，结合企业实际情况，制定强有力的市场方案和销售策略，最有力的树立企业“灵魂”的作用。

财务部：直接对总经理负责，如果说市场部是“灵魂”、销售部是“先锋”、是“轰炸机”，那财务部则是企业的“大闸”、是企业运作、健康发展的“动脉”，它的职责是制定

企业科学年度预算、结算，把握企业的赢利，及时的为总经理提供合理的生产成本预算、市场推广预算、销售成本预算、风险和利益的客观评估。作为市场部，在结合企业的实际情况、市场的实际情况、客户的实际情况、制定合理的推广方案和费用，上交总经理或与财务部进行沟通，使之切实可行，使企业发展利益的最大化。

市场留守、物流部：直接对销售部负责，他们的职责就是及时了解定单信息，并及时转交生产部，以最快的速度、最低的物流成本、安全的把产品送到目的地和客户的手中，为销售部作好最优质的服务。作为市场部，更应该建议、指导、督促、协助他们的工作。

6、把握市场机会、制定实施销售推广：

7、信息收集反馈、及时修正销售方案

香港市场需求 市场工作计划篇五

时间如流水，眨眼间我们就告别了忙碌的20xx[]迎来了崭新的20xx[]在20xx年的工作中，我们有付出也有收获。为了更好的开展下一年的工作，再接再厉，取得更好的成绩，特拟订20xx工作计划。

市场部门直接对销售总经理负责，是企业的灵魂，其工作职能在生产、销售、服务中的作用十分重要，是销售环节核心的组成部分，作为市场部门，重要的工作是协助总经理收集、制订、执行。衡量市场部门工作的标准是：销售政策、推广计划是否科学、执行力度是否严谨。所以市场部门的工作是至关重要的，我们必须严格的要求自己，在工作的同时不断的提高自己的业务水平，及时的给自己充电，学习各方面的知识。

1 制定xx年销售工作计划：科学严谨的剖析现有市场状况和销

售状况, 扬长避短、寻求机会、制定20xx年市场部门和销售部门工作任务和工作计划。

2 实行精兵简政、优化销售组织架构:认真分析了解目前销售部门组织架构、根据市场情况合理性、在市场精耕的前提下, 精兵简政、调整局部门人员、控制销售成本、挖掘人员潜力、激发工作热情、感受工作压力、努力作好各自市场销售工作。

3 严格实行培训、提升团队作战能力: 集中培训、努力使所有员工充分掌握公司销售政策、产品知识、应用技术知识、营销理论知识, 形成学习型团队、竞争型团队、创新型团队。

品知识系统培训

销知识系统培训

业执行标准培训

“从优秀到卓越”——企业人在企业自律守则培训

销售人员职业道德培训 销售人员必备素质培训

应用技术及公司产品培训(应用中心或工程师培训)

以上就是我对于下一年的市场部门的工作计划。在新的一年里, 我们一定要不断的牛奶, 团结一致, 把我们的工作做到最好, 为公司的发展做出我们的贡献。

香港市场需求 市场工作计划篇六

一年来, 在市场开发有限公司的正确领导下, 通过市场部全体同志的共同努力, 市场在市场开发、市场环境秩序监管、食品安全监管等方面做了一些工作。现将过去一年的工作简要向各位领导汇报。

(1)加强消防安全监管，确保市场安全运行。一是强化消防安全管理意识，全面落实各项安全管理措施。市场牢固树立以人为本的安全发展理念，立足基层，整体推进，不断完善消防安全监管长效机制。年初，市场消防安全领导小组进行了调整，形成了政府推动、部门监管、行业全面负责的安全生产责任制。为了进一步增强消防安全管理的责任感和紧迫感，消除事故隐患，杜绝重特大事故的发生，首先要进行深入调查和整改，确保食品城的安全环境。今年以来，市场积极开展夏冬和重大节日期间的拉网安全检查，以及重点消防安全隐患单位的后续检查。组织安全监管人员会同消防队、安监局对各市场进行定期检查和不定期抽查，及时发现安全隐患并进行整改。集中市场主要领导监督整改，确保各项整改指令落实到位。

(2)落实和完善综合措施，打造安全食品市场。认真贯彻“预防与打击相结合”的方针，坚持管理与法制教育相结合，加大人力、物力、财力投入，全面推进安全创造，努力提高各类市场的社会治安防控能力。年初我市场与各业主、商家签订责任书，可以同时安排部署综合管理等工作，同时进行监督检查。我们做了一些维护社会稳定的工作，实现了创造安全的目标。一是按照创建平安的要求，成立治安巡逻队和广场值班室，24小时巡查美食城，并认真做好巡查记录，有效防控美食城治安案件的发生。二是加强各市场内部治安工作，要求全体业主和商户不断提高防范意识，设立志愿巡逻队，加强夜间巡逻，防范盗窃、抢劫等治安案件和火灾事故。

(3)加强食品安全监管，着力构建食品安全保障体系。一、为进一步完善市场食品安全监管，今年1月，根据区政府要求，管理处成立了由市场管理部、工商分局、执法分局、卫生监督所和食品相关市场主要负责人组成的市场食品卫生安全委员会。同时，成立了各责任单位食品安全联络员，建立了食品安全预警机制，定期监测市场食品安全工作，应对食品安全突发事件。全面推进食品市场监管体系建设，构建长效食品安全监管体系。二是市场管理部门积极配合区政府做好元

且春节和“五一”前的食品安全检查工作，深入开展食品安全专项整治工作，配合卫生、工商等部门加强食品市场监管，严厉打击制售假冒伪劣食品违法行为。

(4)提高服务质量，努力构建和谐市场。坚持服务宗旨，切实做好各项服务。市场是一个窗口行业。因此，我们始终坚持服务的宗旨，把服务放在工作的首位。第一，健康管理得到加强，经营环境得到极大改善。市场上经营者多，车辆多，人员流动性大，污水垃圾随时产生。健康管理很难。为此，投入了大量的人力物力来加强市场健康管理。第一，加强员工管理。进一步调整卫生保洁人员的工作时间，使其更加合理。二是增加健康管理成本。三是保证垃圾及时清运，不积压，不堆，得到了经营者的认可和各级的好评。

(5)防患于未然，为明年的转型打好基础□20xx年，市场将进行改革。确保改造工程的顺利进行。我市场主动领先竞争，提前进行宣传动员，成立了以主要领导为组长，全体市场人员为成员的转型宣传小组。并采取收取上一年度投标展位均价等优惠政策，引导业主顾全大局，支持改造工程顺利进行。通过前期的不懈努力，市场改造项目获得了广泛的理解和支持，为20xx的拆迁安置打下了坚实的基础。

一年来，虽然做了一些工作，但与领导和同志的期望还有差距，与市场的快速发展不协调。在新的一年里，我们将进一步夯实各项工作基础，全面营造安全、文明、有序、和谐、繁荣的市场环境。

在20xx□工作思路是紧密围绕市场中心，以管理、服务、繁荣市场为重点，全面营造安全、和谐、繁荣的市场环境，提升市场整体水平，打造良好的经济发展平台。

在20xx□我们的市场应该集中在以下几个方面。

第一，人性化管理，家庭服务，努力建设一个干净的农贸市

场。以争创模范农贸市场为出发点，在坚持硬件改造的基础上，进一步加强软件管理。总结推广农贸市场管理中的良好经验和做法，完善市场管理体系，提升市场管理水平。建立健全农业贸易、工商、行政执法等部门的联合管理机制，共同改善周边环境，维护良好的环境卫生和市场交通秩序。更好地为该地区的农民服务。

第二、科学管理，合理控制，确保改造工程如期进行。认真做好动员广大住户工作，加强临时安置场所的开放和管理，制定详细的临时安置实施办法和标准，做到公开、公平、公正，全面加快推进改造项目，为实现总行战略目标奠定良好基础。

第三，着眼大局，区域管理，全力提升市场管理。认真贯彻市场开发有限公司的管理方针，严格执行并结合二桥市场实际，拓展市场开发有限公司的管理理念、牢固树立全局观念和全局意识，从全局谋划业务，从小处着眼落实措施，努力提高二桥市场管理水平，促进市场综合实力提升。开创区域管理新格局。

展望20xx年，我们需要更加努力地进一步加强对农贸市场的监管，切实完成上级交办的任务。

农贸市场也是城市管理的一个窗口，与人们的日常生活密切相关。二桥市场将紧紧围绕发展主题，坚持以人为本，突出科学管理，把农贸市场管理水平提高到一个新的水平。为广大市民创造一个干净、舒适、安全、和谐的购物环境而不懈努力。

香港市场需求 市场工作计划篇七

又一年过去了，时间总是在悄无声息中流逝。真的很感谢公司给我提供磨练自己的`机会，更感谢公司对我的栽培！新的一年马上就要开始了，现在我将这即将过去的一年中工作上

面的心得体会作一个汇报。

一、在这一年里，我只做了20万左右的业绩，远远没有达到当初所指定的目标金额，我很惭愧！

二、在这一年里，只积累了二十多家优质客户，但是成交量还很低，客户数量还是太少，每天的拜访工作还不够扎实。

三、在专业知识方面有了更进一步的提升，熟悉了体检的整个流程，工作中也积累了一些经验，只是在业务洽谈过程中的一些技巧方面，还存在很大的欠缺。

四、在公司领导的帮助下，学到了如何开发客户，管理客户，不管是在市场方面还是个人能力方面都有所提升。

一、明年我的销售目标是：60万。

二、扎扎实实的做好客户公关，维护好客户关系，提高客户转化率，做好每天的新增客户拜访工作，保证每天增加一家有效客户，做好客户管理工作。

三、平时多看书，多看新闻时报，好好学习总结客户公关技巧，提高自己的成功率。

四、做好每天每周每月的工作结，从中发现自己的不足，及时进行修正，做好工作中的每个细节，从而获得客户的认可。

五、时时以空杯的心态学习专业知识及产品，让自己更专业，方能给客户提供更好的服务。

香港市场需求 市场工作计划篇八

通过学习20xx年局、院两级职代会文件，对20xx年市场、经营方面的问题进行了认真梳理，对20xx年的形势进行了分析。

1、集团内新区市场价格持续走低，市场竞争激烈，协调难度较大，经营压力加剧。

2、外部市场拓展困难重重，由于设备折旧、人工成本、运行成本等影响，与民营企业竞争没有优势，中标项目只能采取低成本运作且盈利空间大幅压缩。

3、企业改革内部结构性的矛盾和问题依然突出，资产设备和专业人才没得到充分利用，各专业间的人力资源配备还不能完全适应市场发展需要，创新能力和应对市场变化能力较弱；用工机制目前还没有完全市场化，队伍和用工资源不能完全统筹优化。

4、管理方式还比较粗放，纪律、规矩意识还不太强、监督管理还不到位、成本控制还不严等现象在部分单位和部门依然存在。

针对这些问题□20xx年及未来的1-3年，市场营销部的主要工作：

1、工作思路：以合理价格进入市场，以精品工程占领市场，以高端技术创造效益。

2、工作目标：在20xx年及未来的1-3年，力争占有西南分公司内部技术服务60%服务市场，新开拓2-3个西南外部市场，拓展1个稳定的海外市场。营业收入每年递增30%□20xx年实现14700万元收入，全面实现扭亏为赢。

3、工作规划：

(1)欠平衡：在西南分公司内部□20xx年，在威远区块，通过技术创新，力争进入欠平衡钻井市场。在“十三五”期间威远区块开发过程中，全面占领欠平衡市场。在控压钻井方面，力争在江汉石油工程公司和新疆工区形成市场份额。在中石

化外部市场，稳固目前占有的重庆页岩气市场，继续扩展在页岩气市场的占有率。在其它服务领域(洗井、地面管线氮气作业等)继续扩展多元化的服务项目。

(2)定向技术服务：定向技术服务在20xx年要提升在西南分公司内部市场的占有率，力争实现60%占有率，在高端技术服务上，要扩大市场占有率，能形成独立自主的服务能力。在中石化内部其它油区，由于各油区都有自己的定向队伍，要想进入难度很大。在西南外部市场，争取进入1-2个，目前在吐哈油田已办理了准入证，具备一定的开拓基础，扩大在西北工区的定向服务份额。在国际市场开拓方面，这两年还没有实现大的突破。我院在定向技术和仪器装备方面具备进入国际市场的能力，在“十三五”期间，定向技术服务的国际市场开拓是一项重要工作，目标是开拓一个稳定的国际市场。

(3)钻井液技术服务：钻井液技术服务市场在“十三五”期间是具备较大上升空间的一个市场。由于中石化对目前分包项目的管理实行“内内外”原则，对内部作业队伍实行市场保护政策，在一定程度上提升了在内部市场的占有率。在未来的发展规划上，在西南分公司内部市场，力争实现30%市场占有率，特别是在深井、页岩气井的钻井液技术方面，要以建精品工程为服务目标。在中石化内部其它油区，在人员、技术方面，目前这块市场建议不作为主要工作重点。在中石化外部市场方面，可力争实现占有一个较稳定的市场为目标。

在经营管理方面，以建立单井成本管控机制和规范经营活动为主要工作重点。

1、工作思路：依规治企，合规经营，严控成本。

2、工作目标：严格执行分包项目管理及承包商管理制度，加强合同规范管理，建立线上结算流程。加强项目成本预算管理，建立单井成本管控机制。

3、工作规划：

(1) 建立承包商管理及考核体系，重点是承包商的市场准入与hse过程管理。

规范分包项目的管理，严格招投标管理，重点是招标过程的规范性管理；加强分包项目的hse过程管理，对分包项目的合同、验收及结算的规范管理。

(2) 加强合同规范管理，杜绝合同倒签。规范结算流程管理。

(3) 加强项目成本预算管理，建立单井成本考核管理机制，2月份完成单井考核相关办法的制定，3月份正式实行，各部门，特别是生产、装备、经营、财务要全面介入对各项工程成本费用的实时监控。对重点井实行项目成本的跟踪监控，特别是材料费用的实时监控。

(4) 强力推进结算工作。加强与各甲方的沟通，各基层所在施工过程中务必要及时取得甲方现场监督管理人员对各项工作量的签字确认，项目完工后及时及时联系甲方对工程项目进行验收评定，对工作量的确认，及时办理各项工程(特别是外部市场工程)的结算手续。与造价中心对接，解决完井、修井作业过程中的钻井液结算项目及标准存在的问题，争取提高该作业环节的钻井液结算标准。

(5) 规范内部结算管理。各项费用结算严格规范签字流程的工作量审核流程，严格项目验收环节，严禁未进行验收就办理结算，每个项目的结算必须做到结算资料齐全、真实、准确。在3月份出台《院项目结算管理办法》。

2、工作目标：精简企业用工，建立企业制度架构，完善制度体系，建立制度测评制度，完善制度执行、考核及符合性的闭环评价体系。

3、工作规划：

完成企业“三定”工作。一是大力精简机构及人员，统筹配置人力资源，在满足工作需要的基础上，依据石油工程公司“三定”标准进行人员配置，按上级要求定员和机构原则上精简20%以上。二要稳妥推进调整用工形式。在规范外部用工工作取得实效的基础上，适时开展用工结构调整工作，精心组织，确保调整工作平稳、有序开展。建立劳动合同期满终止机制和劳动合同履行期间的淘汰机制，在1-3年时间里，逐步完成用工的市场化运作机制。三要持续压减用工总量。坚持少进多出、严把入口的原则，以“三定”标准为依据，结合生产任务变化情况，灵活调整用工总量，降低单位人工成本。

(2)明确各部门职责，明确基层单位与机关职能部门间的职责划分。

根据各部门职责，界定制度执行、监管部门，在制度体系中明确各部门管理职能。

严格执行制度，定期对制度执行情况进行考核，作为综合考核的一项重要内容。计划在3月份开始对各部门制度执行情况进行检查，检查主要完成两个目的：一是检查制度的执行情况，二是检查制度的符合性，找出不适宜的条款，进行修订和完善。

定期对制度进行评审，以校验制度的适应性，建立制度评审机制。

不断完善综合考核办法，建立适合企业发展的激励机制。

(3)加强推进“三基”工作，以“三基”工作促进企业的管理水平提升。主要工作：一是按照“三基”工作要求和创建金银牌队伍的要求，要建立对基层作业队伍的考评制度。二是

要建立机关部门的“三基”工作常态运行模式。

香港市场需求 市场工作计划篇九

1、联系客户，维护客群关系，了解经销商销售状况。

通过客户qq与客户进行交流，了解一下客户的销售状况，听取客户反馈问题，及时解决客户疑问。

2、协助后勤组织发货，争取早日将经济师下发各经销商。

第一批经济师发出后，许多客户反映货太少，针对这种情况，公司又组织了一批货源，对个别客户进行补发，同时提醒客户注意控制退货率。

3、协助老板做好网上书店的前期资料收集，开展网上书店的前期准备工作。

网络经营人才的储备，网络书店的业务流程，开店阶段性准备工作，制订开店计划书。

4、继续职称英语欠款的催收工作，尽早将资金回笼。

目前还有求知、清远易通过、广州方凯、建联这几家未结帐，其他客户帐目已清。建联要开票，所以可以推迟，其他几个客户正在加紧沟通。

5、做好出差前期准备工作，客户资料的收集，人事考试中心的信息等等。

明确出差目标，先在网上找好客户地址、电话等信息，做好准备工作。

6、出差湖南，湖北，汕头，河源等地。走走几个地方的考试

中心。

维护客户关系，与客户拉近距离，多听取客户意见，争取让客户首推我们的产品。收集竞争对手的信息，制订销售策略。

7、出差总结，分析市场情况制订市场管理方案。

写出总结。

8、协调各部门之单的工作安排，督促客服，后勤等部门工作的正常开展，改进工作中存在的缺点和错误，提高工作效率。

执行人：李清

20xx年7月5日

香港市场需求 市场工作计划篇十

一、整治重点

1、整治对象：各县（市、区）农业局要根据属地管理原则，以源头管理、大要案查处为重点，针对辖区内种子批发市场，乡镇种子经销点，特别是对取得了种子生产、经营许可证的种子企业进行全面清查。

2、整治内容：以晚稻种子为重点，检查是否生产、经营假劣种子，是否生产经营未审（认）定种子，是否超范围经营、无证经营，是否按规定建立种子经营档案等。

二、整治时间

2、督查：在开展整治行动过程中，市局将组织督查组对主要县（市、区）进行执法督查。

三、工作要求

1、高度重视，加强领导。各县（市、区）要高度重视种子市场专项整治工作，要加强领导、精心组织，选派得力人员承担本项工作，确保整治工作顺利完成。

2、严格执法，加大查处力度。在专项整治行动中，各县（市、区）要严格按照有关法律法规，规范执法程序，对发现的违法行为，决不手软，一查到底。

3、加大宣传力度，营造整治氛围。要充分发挥舆论监督和宣传导向作用，利用电视、网络、报刊等多种手段，宣传种子市场整治工作，并加大假劣种子案件曝光力度，震慑违法犯罪分子。

4、总结提高。各县（市、区）要对此次专项整治行动进行总结，于7月5日前将总结材料分别上报市农业局农业行政执法支队和市种子管理局。