

# 最新保市场主体工作方案 市场部工作计划方案(优质9篇)

方案在各个领域都有着重要的作用，无论是在个人生活中还是在组织管理中，都扮演着至关重要的角色。优秀的方案都具备一些什么特点呢？又该怎么写呢？下面是小编为大家收集的方案策划范文，供大家参考借鉴，希望可以帮助到有需要的朋友。

## 保市场主体工作方案篇一

### 1. 分析装饰公司

根据南京装饰行业客户信息将装饰公司分为高中低档三类公司，以科勒洁具作为敲门砖，重点发展中高档装饰公司！

### 2. 准备好资料 and 名片

在已经对目标公司初步了解的基础上，进行上门拜访，找到关键负责人例如材料部经理，洽谈合作的可能性！对于无法合作的装饰公司，主要精力放在设计师身上！

3. 对已经有的设计师名单，进行地毯式的电话、短信□qq□飞信和微信等拜访，确定有意向与科勒合作的设计师！

4. 对于设计师进行差别化分析：个性，爱好，设计和接单能力等，筛选有能力的设计师，再根据不同的特点，有针对性的与其接触，尽快的建立起合作关系！

5. 通过已经其他品类的建材业务员介绍他们认识和熟悉的设计

6. 将设计师进行分类：1、注重返点；2、注重设计效果；3、以

上两者兼顾的!

7. 在合作中，与设计师深入沟通，及时报备客户信息，避免因一些主观原因而造成伤害设计师推单的积极性。

9. 对于注重设计效果的设计师，在上门拜访以及后期沟通过程中，重点放在我们产品的文化，设计理念、风格等，确保他们在推荐产品时优先考虑我们!

11. 与所有店面沟通好，在零售中发现中高端小区，以及对应的人物，这一点在小区团购中非常重要(在服务好前几户业主之后，对于发展该小区后期团购活动非常有帮助)

12. 装饰公司有自己的小区开发团队，可以在跑家装的时候，顺带了解装饰。

## 二、具体的预算

1. 按家装签单产值800万元计算，每单按半包性质5.5万计算，设计部全年签单146个，每月签单12个。

2. 按目前设计部14.5%的签单率计算，市场部全年要完成咨询的准客户1006位，每月完成咨询的准客户为84位;如果设计部在明年能够加强人员素质教育，加大培训力度，提高设计师的签单水平，把签单率提升到29%，市场部全年要完成咨询的准客户达到503位，每月完成咨询的准客户为42位;按有效咨询准客户率为83.3%计算，签单率按29%计算，市场部全年要达到客户流量为604位，每月要达到客户流量为51位。

3. 按开工率为65.5%、家装产值800元万计算，公司全年签单产值为1221.37万元，如果设计部与市场部一起配合，把开工率提高到85%，公司全年家装产值为941.2万元，净产值为800.02万元，比目标净产值还要超出120.02万元。

### 三、市场部人力资源安排

按公司计划每个业务员每人每月完成6位有效的准客户流量，明年市场部人员安排7人就可以完成目标。据行业分析表明\_\_的装饰行业销售人员流动性比较大，行业比较专业的销售人员少，为了顺利完成来年公司的工作目标，明年公司市场部要建立人力资源储备机制，每月确保7位稳定的业务员，市场部还要储备3位定向业务员作备用，随时可以补充的。

### 四、工作规划

#### 1. 建立一支熟悉业务，而相对稳定的销售团队。

人才是企业最宝贵的资源，一切销售业绩都起源于有一个好的销售团队，建立一支具有凝聚力，合作精神强的销售团队是企业的根本。在明年的工作中建立一个和谐，具有狼性的团队作为一项主要的工作来抓。

#### 2. 完善销售制度，建立一套明确系统的业务管理办法。

业务人员出工地，见客户处于放任自流的状态。完善销售管理制度的目的是让销售人员在工作中发挥主观能动性，对工作有高度的责任心，提高销售人员的主人翁意识。

#### 3. 培养业务人员发现问题，总结问题，不断自我提高的习惯。

4. 努力培养业务人员与设计师的协调沟通能力，协助业务员在十五天内掌握量房技巧，三个月内熟练掌握cad平面设计方案，能够做到在楼盘与现场业主沟通方案的能力。(业务员的学习计划在业余时间完成)

5. 充分发挥业务员的潜力，强调其工作中的过程控制和最终效果。

## 五、目标分配(按家装签单产值分配)

1. 电话营销明年的目标200万元，市场部电话营销员、业务员接待的客户。
2. 工程实地营销明年的目标150万元，工程部工程监理在工地接待的客户。
3. 终端销售明年的目标250万元，市场部业务员在蹲楼盘和在楼盘里搞活动接待的客户，包括家协、房地产开发商、材料商举行的活动接待的客户。
4. 网络销售明年的目标50万元，全体员工采用电子商务营销接待的客户。
5. 回头客户明年的目标150万元，客服部接待的上门客户。

## 六、目标实现管理办法

1. 根据\_\_市房地产分布示意图，各个楼盘的具体位置，楼盘动态，交房的具体情况;把\_\_市场划分为三个片区，业务员分三个小组，两人一组负责一个片区，把明年的目标转化计划，按全年时间分配落实到每一个片区，每一个楼盘，每一个小组，每一个人。
2. 市场部建立楼盘档案，楼盘动态表，交房记录表，业务员跟进进度表，业主房子动态表。各个楼盘产生业绩评定分析，市场部要及时到楼盘物业了解。
3. 市场部业务员每天有日志，周周有计划，月月有总结，季度有市场评审分析。
4. 市场部明年的具体思路细节、操作办法的实施还需公司领导鼎力支持，各个部门紧密配合，各位同事的协助，相信市

市场部明年是有能力完成目标的。

## 保市场主体工作方案篇二

伴随着\_\_购物广场的落成，市场部始终坚信“公司的战略是清晰的，定位是准确的，决策是正确的”，随着发展适时调整适合现阶段中国市场发展的商业营销模式，快速确定了最合适的营销理念。职务分析，万达购物广场市场部，主要负责购物广场战略目标的规划，对市场“商场如战场”发展趋势做出预测，对目标客户的需求做出判断，对竞争对手和潜在竞争对手的策略做出分析。包括广告宣传、公关活动、促销活动、讲座与展会，以及网上资料、印刷资料、音像资料的制作。正常来讲他们并不大量接触零散的客户，而是紧盯住一个目标客户“群体”去做工作，去激发他们的潜在需求。因此，在下一年的工作规划中，将针对以下几点工作进行。

### 一、主要竞争对手分析

就现阶段而言，我市各大购物广场的销售额主要是依靠制造各种形式的活动，让利于消费者、吸引消费者，从而达到引导消费者消费、提升自身销售额的目的。作为我们而言，市场的分析是重中之重，如何把握市场发展趋势，在众多商家、众多活动中脱颖而出，吸引更多的消费者，创造更多价值，在招数上出奇制胜非常关键。也是我们在20\_\_年的工作重点。

去年我们着重对全国的商业模式进行了考察，大连万达模式对我们深受启发我们也通过网络了解和电话咨询等进一步了解到万达的整体策划也不是他们自己搞的完全是依赖大连的展览公司。整体策划是以4t商业营销模式为基础以休闲、体验、互动、娱乐四大元素组成，直击网络购物的致命弱点，他们在策划方案中融入各种展览旅游文化教育等形成互位交叉和资源共享购物广场在营销策划上逐渐向以服务为轴心的商业综合体转化；将原来的美陈的投资大量压缩全部采用租赁的模式。他们的策划方案深受启发很值得我们学习和借鉴。

这一点我们市场部已经开始学习和贯彻《商业4t营销理论》。把我们原来的供应商体系重新做了梳理，引进大连几家专业从事展览器材及展品租赁的供应商，这样我们将大大节省了20\_\_年商业美陈的投入。并随时关注大连万达的发展动向，即时做出调整。购物广场的壮大，离不开新老顾客不间断的物质资助。不断把潜在顾客变为顾客，把顾客变为老顾客、忠实顾客，也将是购物广场发展的必由之路。因此，发展会员，推行会员卡，同时不断通过相关活动把顾客提升为沈阳大悦城家族的一分子、一部分，应是20\_\_年战略规划之一，而会员卡也将在下一年的各个活动中具体体现和运用起来。

## 二、广告公关

我们做广告的目的，就是第一在消费者心目中树立良好、牢固的企业形象，提高美誉度和认同度；其二就是借助广告媒体对商业信息进行有效传递，提升实效性。两相结合，才是相对完善的广告宣传。

长期以来，我们的广告媒体主要是以电视字幕广告为主流媒体，从实效性来看，的确具有一定的效果，但是作为主流媒体，欠缺的是无法将形象树立在市民心中，而对于现代广告营销而言，电视字幕、短信等广告媒体也只是起到发布信息的作用，并没有完全发挥出“广告形象宣传”的作用。

在20\_\_年，首要的任务则是根据以往收集来的各广告公司、广告媒体进行深入分析，确定出着实适合我们企业的主流媒体作为宣传平台，并根据该媒体特点制定长期宣传战略，使其切实为我们服务，达到真正广告宣传的目的。其次，在依托主流媒体进行形象宣传的同时，尽可能多地通过各种方式增加社会影响力，如制造新闻看点、发展大型文化主题巡展等公益性质的活动等，通过社会舆论提升购物广场在市民心中地位和认知度。

## 重点工作规划

4、在网络上大肆宣传本购物广场20\_\_年度新一轮大型文化巡展活动。

### 三、购物广场销售区形象

综合起来，购物广场的销售区形象大致包括橱窗、内部氛围布置、商品陈列等方面。其中，作为个人而言，对于橱窗形象方面，在设计及搭配方面均不成熟，而橱窗又相当于购物广场的门脸，对于吸引消费者起着很大的作用，新的一年中，在橱窗方面将下深工夫研究，并结合实际锻炼摸索，把弱项弥补上来。

新的一年中，购物广场内部布置整个围绕年度文化主题，为消费者创造商品以外的价值空间和值得体验的真实感受。积极策划组织各类带有公益色彩的文化展览及各类主题活动，强调与消费者的情感沟通，在消费决策前便取得认同。在dp点原来的花卉全部取消，从大连购买趣味雕塑作品20件整体分布，提高购物广场整体的艺术氛围和档次。各部门积极沟通、配合，包括货架摆放、商品摆放等尽量多地从各渠道进行学习并具体实施到导购员处。

### 重点工作规划

3、配合购物广场活动做好各项有关购物广场活动氛围的设计工作，确保购物广场活动的卖场气氛。

## 保市场主体工作方案篇三

为有效监测全县市场粮油价格变动情况，切实加强对粮油市场的宏观调控，提高应急处理能力，根据《粮食流通条例》及《县粮食应急预案》等规定，制定本方案。

本县从事粮食收购、储存、销售、加工的粮油经营企业和个体工商户、大型超市和农贸市场。

1. 本县国标三等早稻、中晚稻收购价、轮换和出库销售价。
2. 本县主要成品粮油品种(大米、面粉和食用油)的批发价和零售价。

1. 早晚稻收购、轮换及销售出库价格监测点：

2. 主要成品粮油品种批发、零售价格监测点：

(1) 县城：

(2) 乡镇：

1. 市场粮油价格监测实行周报制，工作人员每周一(节假日顺延)上午12时前到监测点实地调查粮油价格信息。

2. 通过定时定点采集的本县市场粮油价格与周边粮食交易市场价格信息作出比较，分析原因，当出现市场粮油价格异动情况，及时提出粮食预警意见与建议。

## 保市场主体工作方案篇四

第一条为加强城乡农工贸市场管理，规范市场秩序，根据国家有关法律法规和《县农工贸市场管理暂行办法》（政发〔 〕2号），制定本实施细则。

第二条我县区域内所有国有、集体、自办农工贸市场，均适用本实施细则。

第三条县商务局是全县农工贸市场建设和经营管理的行政主管部门。县市场服务中心负责全县农工贸市场建设和经营管理的具體工作，其经费纳入县财政综合预算，实行收支两条线管理。县工商、税务、城管、质监、卫生、公安、消防、建设规划、发改物价等部门根据各自职责，依法履行对农工



贸市场的监督管理职责。

第四条农工贸市场的建设纳入全县城镇建设总体规划，县商务局负责依法制定全县市场建设总体规划，县市场服务中心负责具体实施。

第五条根据市场发展和全县市场建设总体规划要求确需新建市场的，应先向县商务局申请。根据城乡市场建设发展规划的要求，县市场服务中心会同县建设规划、国土资源等部门做好新建市场的选址工作，经相关程序审核批准后方可修建。

第六条市场建设过程中，县建设规划部门实施工程质量全过程监管；市场服务中心应提出合理化建议，保证市场建设基础设施完备。

第七条新建市场竣工后，县市场服务中心配合有关部门进行验收，并与开发商搞好新建市场移交工作，以利市场管理、经营工作的正常运行。

第八条进入市场的经营者应当持有营业执照和税务登记证以及法律、法规规定应当办理的许可证、合格证；市场内固定门面、摊位的经营业主，应悬挂证照合法经营。

第九条市场内从事经营活动的业主，必须服从市场管理人员的管理，在统一划定的区域内经营，不得超越门面、摊位红线经营，更不准圈占市场内消防通道、人行过道。对堵塞消防通道的，依照《消防法》的规定移交有关机关处理。

第十条对违反本细则规定的经营业主，县市场服务中心应当配合有关职能部门依法处理。

第十一条县市场服务中心要加大对全县市场管理人员的管理力度，提供优质服务，加强市场管理人员的岗位培训，确保持证上岗。

第十二条根据市场产权性质的不同，县市场服务中心分别实施以下管理：

（一）产权属于国有和以国有产权为主的市场，由县市场服务中心主办或领办，行使经营管理的职能，确保国有资产保值、增值。

（二）县城区集体产权的市场，可以由县市场服务中心代管，由产权持有者与县市场服务中心签订代管协议，明确利益分配关系，县市场服务中心派驻管理人员进入市场行使经营管理职能。

（三）产权属于个体的市场及乡镇（区）集贸市场，县市场服务中心对其履行经营管理职能，特别是消防、治安、卫生、计生以及其市场管理人员的管理和服务情况要实行重点监督管理。

第十三条县市场服务中心要配合相关行政主管部门对市场进行不定期的消防、治安、卫生、计育、食品安全检查。在城区集贸市场中设立菜农自产自销区，方便群众，同时配合县城管部门强化周边城区市容管理，提高市场的专业化服务水平。

第十四条对走街串巷沿途交易和以马路为市占道经营的零散摊担、板车（三轮车）、临街违规屠桌，由县城市管理行政执法局牵头，县市场服务中心、县工商局、县交通局、县公路局及各乡镇（区）配合进行综合整治。

第十五条所有进入市场的经营业主和市场产权所有者，应依法纳税。

第十六条产权属于国有的农工贸市场临主要街道的店铺视为门面，市场内经营场所原则上视为摊位。产权属于县市场服务中心的门面或摊位的市场设施租赁服务费或交易手续费按

县发改物价部门核定的项目和标准向经营业主收取。集贸市场内个体工商户管理费和市場管理费由县工商局自行收取。集贸市场内地方各税由县地税局委托县市場服务中心统一代收。

第十七条县市場服务中心每年应从自有收入中安排一定比例资金用于市場基础配套设施建设，不足部分由县财政补贴。

## 第五章 市場环境管理

第十八条农工貿市場实行开放式经营、封闭式管理，严格入市場检查通报制度。

第十九条各相关职能部门应严格依法行使职权，对同一问题或事项坚持谁先受理，谁先检查的原则，并将受理情况主动抄送相关单位，避免多头检查、重复检查，为农工貿市場营造一个健康有序的经营环境。

第二十条本细则自发布之日起执行。

## 保市場主体工作方案篇五

本人自今年\_月底受聘于公司市場拓展部以来，在部门经理的正确领导下，进取开展了市場调查、业务拓展等一系列工作。转眼间，20\_\_年即将过去。回首这一年来的工作，尽管市場开发部为公司的贡献微薄，但总算迈出了发展的第一步。在公司工作半年来，完成了一些工作，积累了一些宝贵的经验，从中也取得了一点收获，也认识到了自我在工作中的一些不足，以下是自我对半年来工作方面总结。

### 一、市場调研

#### 1、市場信息的收集

物業行业市場信息主要经过网络、媒体中展开收集，主要是

经过物业行业、房地产相关行业、房地产开发等信息中搜集。渠道包括：政府机关、房产机构、金融机构、公报、物业行业新规；物业协会、机关团体公布资料；物业行业研究机构供给的资料；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。

## 2、信息分析和甄别

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。

## 3、市场部信息库的建立

市场部应当建立自我的数据库，经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，将为今后的工作供给便利。目前，物业市场各方面信息量相对较少，并且不很全面，将在今后的工作中进一步完善。

## 4、存在不足及改善措施

1) 部分信息错误、过期，影响到业务进程，今后的市场调研工作中应当加强信息的准确性和时效性。

2) 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、更全面的市场信息。

3) 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、业务拓展

### 1、电话销售

1)初步筛选：经过电话联系核实各项目信息，并跟进各项目负责人(开发商)的联系方式。

2)明确需求：以网络及电话两渠道进一步了解各类项目，明确客户是否需要物业服务，若有意向物业公司则询问该物业公司情景，再做下一步计划;若没有意向物业公司则列为目标客户立即进行跟踪。

### 2、销售总结

总计161条项目信息，其中有联系的潜在客户12个(7.7%)，未能联系的潜在客户45个(29.0%)，其中进一步接洽跟踪的项目有漕湖商业广场、东创科技园、智海商务广场、新百润商业广场、望亭中心商业街等项目，由于基本以商业项目为主，我公司商业类业绩相对较少，业务跟踪摄入较晚等原因未能成功。

### 3、存在不足及改善措施

1)对已有信息的深入调查本事有限，致使不少项目信息无法确定准确联系信息而无法进一步跟踪，今后要寻找更多渠道以发掘各目标客户。

2)电话销售本事不足，致使业务拓展效率不高，今后的工作中应当加强物业专业知识的学习以及沟通技巧、商务本事的培养，从而提高销售水平。

3)各项业务接洽过程中，商务本事的缺乏，使得未能给领导供给相应的帮忙，在今后的学习工作中加强专业本事的学习以及职业本事的培养。

### 三、招投标

部门经理的培养下，对于招投标程序、方式，物业管理标书的编制(写作技巧)，投标技巧等方面有了必须的认识，基本能够完成简单标书的制作，对招投标各流程也有了必须的了解，能够自主的参与到招投标工作中。进入公司以来，共计参加各类招投标近10次，4次中标，成功的签署了合同。

存在不足及改善措施：

标书制作还不能独立完成，对于商务标的制作，价格测算不准，无法给出有竞争力的报价，今后要进一步加强。

### 四、专业本事的培养

半年工作学习中了解到，要胜任公司市场拓展助理这一职位，需要掌握以下专业知识：物业管理条例细则，物业行业相关法规、房地产基础知识、物业管理市场营销学、公共关系学以及沟通技巧等。专业技能：获取信息本事、标书制作、各类方案制作、业务流程、商务谈判等。

以上是本人半年来对物业公司市场工作者应当具备本事的一个统计，基本都已经开始落实学习，可是力度还需要加强，不能让这些知识成为禁锢部门甚至公司的发展。同时期望公司能够供给相关培训机会，相信提高员工个人素质的同时，公司也能得到更进一步的提高！

### 五、个人计划总结

仅有摆正自我的位置，熟悉本部门基本业务，才能尽快适应新的工作岗位，没有熟练的专业知识，就不能胜任这项工作，熟悉专业知识是做好工作的前提。由于工作实践比较少，缺乏相关工作经验，工作中还存在很多不足之处，自我要自觉加强自身学习和修养，努力适应这份工作。所以除了自我要

在短时间内恶补，还十分需要领导与同事的教导与督促。

公司、每个人都会面临不断的变化，并不断会有新的挑战摆在自我面前，自我以一种什么样的态度去对待它，自我就会得到一种什么样的结果。耐心细致地做工作态度是对自我一种承诺，工作中养成良好的工作态度才能赢得总经理及同事们的认可。

必须要坚持原则落实各项规章制度，认真做到管理，才能履行好自我应尽的岗位职责。岗位职责是自我的工作要求，也是衡量自我工作好与坏的评分标准，自我在从事业务工作以来，必须要始终以岗位职责为衡量的标准，从工作中的一点一滴做起，严格按照职责中的条款要求自我的行为。努力做到让领导满意，得到领导的首肯和信任。使自我在工作中的价值的到化展现。

要树立服务意识，加强沟通协调的本事。努力提高自我对工作的执行力，才能把分内的本职工作做好。工作中自我时刻提醒自我，工作中只存在上下级关系，无论是份内、份外工作都一视同仁，对领导安排的各项工不能有丝毫的马虎与怠慢，在理解任务时，一方面进取了解领导的意图及需要到达的标准、要求，力争在要求的期限内提前完成，另一方面要进取研究并补充完善。才能更好的协助其他同事的工作。

在此，我十分感激领导给予我这个平台及给予我支持与教诲。在以后的工作中，我会进取吸取工作经验，克服不足，爱岗敬业，端正自我不良的工作态度，摸索实践。经过多看、多学、多练来提升自我各项业务的技能，加以做的更好。也期望我们这个团体在新一年中不断的闪亮新的光彩和荣耀。

## **保市场主体工作方案篇六**

公司上市后，管理水平必将大幅度提高，这不仅仅是市场竞争的外在要求，更是自身发展壮大的内在要求。对于市场部

来说，全面提升管理水平，与公司同步发展，既是一种压力，又是一种动力。为了完成公司\_\_年合同额三十亿的总体经营管理目标，市场部特制订\_\_年工作计划如下。

## 一、信息网络管理

### 1、建立直接领导关系

市场部是负责公司信息网络建设与维护、信息收集处理工作的职能部门，理解营销副总经理的领导。市场部信息管理员与各区域市场开发助理之间是一种直接领导关系，即在信息网络建设、维护、信息处理、考核方应对市场开发助理直接进行指导和指挥，并承担信息网络工作的领导职责。

### 2、构架新型组织机构

### 3、增加人员配置：

(1)信息管理员：市场部设专职信息管理员3名，分管不一样区域，不再兼任其它工作。

(2)市场开发助理：浙江省六个办事处共设市场开发助理两名，其它各办事处所辖区域均设市场开发助理一名。

### 4、强化人员素质培训

春节前完成对各区域的市场部信息管理员和市场开发助理的招聘和培训，使\_\_年新的管理制度实施过程中市场部在人员素质方面有充分的保障。认真选择和慎重录用市场开发助理，切勿滥竽充数。

### 5、加大人员考核力度

在人员配置、资源保证、业绩考核等方应对信息网络建立和维护作出实施细则规定，从制度上对此项工作作出保证。建



立市场信息管理员定期巡回分管区域指导信息管理工作的考核制度，并根据各区域实际情景和存在的问题，有针对性地加以分析和研究，以督促其在短期内按规定建立和健全信息管理工作。

## 6、动态管理市场网络

市场开发助理与信息管理员根据信息员供给的信息数量(以个为单位)、项目规模、信息达成率、发展下级信息员数量四项指标对信息网络成员进行定期的动态评估。在分析信息员单位的分类的基础上，信息管理员和市场开发助理应结合信息员的背景资料进行细致地分析，确定其经过帮忙后业绩增长的可能性。进一步加强信息的管理，在信息的完整性、及时性、有效性和保密性等方面做好比上一年更好。

7、加强市场调研，以各区域信息成员单位供给的信息量和公司在各区域的业务进展情景，将以专人对各区域钢结构业务的发展现状和潜在的发展趋势，进行充分的市场调研。经过调研获取第一手资料，为公司在各区域的机构设置各趋合理和公司在开拓新的市场方面作好参谋。

## 二、品牌推广

1、为进一步打响“\_\_”品牌，扩大\_\_的市场占有率，\_\_年乘公司上市的东风，初步研究\_\_、\_\_、\_\_、\_\_、\_\_、\_\_、\_\_以及\_\_市举办品牌推广会和研讨会，以宣传和扩大\_\_的品牌，扩大信息网络，创造更大市场空间，从而为实现合同翻番奠定坚实的市场基础。

2、在重点或大型的工程项目竣工之际，邀请有关部门在现场举办新闻发布会，用竣工实例展示和宣传杭萧钢构品牌，展示\_\_在行业中技术、业绩占据一流水平的事实，树立建\_\_行业中上市公司的典范作用和领导地位，使宣传工作到达事半功倍的效果。

3、进一步做好广告、资料等方面的宣传工作。在各个施工现场制作和安装大型宣传条幅或广告牌，现场展示企业实力；及时制作企业新的业绩和宣传资料，补充到投标文件中的业绩介绍中和发放到商各人员手中，尽可能地提升品牌推广的深度和力度。

4、加强和外界接触人员的专业知识培训和素质教育工作，树立良好的企业员工形象和先进的企业文化，给每一位与\_\_人员接触的人都能够留下完美而深刻的印象，从而对\_\_及\_\_有更清晰和深层次的认识。

### 三、客户接待

1、客人接待工作仍是市场部工作的重点之一。做好客人接待工作是业务接洽的必要的提前和基础。如何按照公司有关规定和商务部要求保质保量地做好客人接待工作是市场部必须进行认真研究和探讨的重要课题。表面上看起来接待工作比较简单，但实质上客户接待是一门十分深奥的学问。不去深入地研究和探讨就不能让该项工作做得完善。所以，市场部要在方法上、步骤上、细节上下一番功夫。为了既少花钱，又不影响接待效果，需要向各商务部领导和各办事处商务人员地了解客人的生活阅历、为人禀性、处事方式、兴趣爱好、饮食习惯、办事风格、企业价值取向、管理理念、产品特色、行业地位等等。仔细研究分析和琢磨推敲日程的安排，让每一位客人在最短时间内对\_\_有全面的、清晰的、有必须深度的了解，对\_\_的产品表现出限度的认同感，对\_\_的管理模式和企业文化产生足够的兴趣。把长期地、坚持不懈地认真对待每一批客人和每一客人，使他们对\_\_的接待工作满意作为市场部每一个接待工作人员的准则。从而以此来提高项目跟踪的成功率和降低商务谈判的难度，到达提高企业经济效益的根本目的。为此市场部\_\_年着重抓好以下几方面的工作：督促全体人员始终以热诚为原则，有礼有节地做好各方面客人的接待工作，确保接待效果一年好于一年。

2、在确保客户接待效果的提前下，将尽可能地节省接待费用，以降低公司的整体经营成本，提高公司利润水平。

3、继续做好来访客户的接待档案管理工作，将潜在顾客和合同顾客的档案分类保存，准确掌握项目进程，努力配合商务部门和办事处促成项目业务。

4、调整部门人员岗位，招聘高素质的人员充实接待力量。随着业务量的不断扩大，来访客户也日渐增多，市场部负责接待的人员明显不足。为了适应公司业务发展的需要，更好地做好接待工作，落实好人员招聘工作也是一件十分重要的事情。

#### 四、内部管理

1、严格执行c版质量管理体系文件和管理体系标准文件，严格实施“一切按文件管理，一切按程序操作，一切用数据说话，一次就把工作做好”战略，使市场部逐步成为执行型的团队。

2、进一步严格按照股份公司和营销系统所规定的各项要求，开展本部门的各项工作管理，努力提高管理水平。

3、充分发挥本部门各岗位人员的工作进取性和主动能动性，强调其工作中的过程控制和最终效果。提高他们的工作职责性和工作质量。严格按照相应的岗位职责实行考核制。

4、一切从公司大局出发，强调营销体系一盘棋。进取做好协调营销系统各部门之间的联系与协调工作，从而提高营销系统整体战斗力，为完成\_\_年的营销目标做好质的服务工作。

5、配合营销副总经理搞好营销系统的日常行政管理。主动为各部门做好后勤保障工作和日常服务性工作。为他们创造更加良好的企业文化氛围和工作环境。

# 保市场主体工作方案篇七

## 一、 信息网络管理

### 1. 建立直接领导关系

市场部是负责公司信息网络建设与维护、信息收集处理工作的职能部门，接受营销副总经理的领导。市场部信息管理员与各区域市场开发助理之间是一种直接领导关系，即在信息网络建设、维护、信息处理、考核方面对市场开发助理直接进行指导和指挥，并承担信息网络工作的领导责任。

### 2. 构架新型组织机构

### 3. 增加人员配置：

(1) 信息管理员：市场部设专职信息管理员3名，分管不同区域，不再兼任其它工作。

(2) 市场开发助理：浙江省六个办事处共设市场开发助理两名，其它各办事处所辖区域均设市场开发助理一名。

### 4. 强化人员素质培训

春节前完成对各区域的市场部信息管理员和市场开发助理的招聘 和培训，使xx年新的管理制度实施过程中市场部在人员素质方面有充分的保障。认真选择和慎重录用市场开发助理，切勿滥竽充数。

### 5. 加大人员考核力度

在人员配置、资源保证、业绩考核等方面对信息网络建立和维护作出实施细则规定，从制度上对此项工作作出保证。建立市场信息管理员定期巡回分管区域指导信息管理工作的考

核制度，并根据各区域实际情况和存在的问题，有针对性地加以分析和研究，以督促其在短期内按规定建立和健全信息管理的工作。

## 6. 动态管理市场网络

市场开发助理与信息管理员根据信息员提供的信息数量（以个为单位）、项目规模、信息达成率、发展下级信息员数量四项指标对信息网络成员进行定期的动态评估。在分析信息员/单位的分类的基础上，信息管理员和市场开发助理应结合信息员的背景资料进行细致地分析，确定其通过帮助后业绩增长的可能性。进一步加强信息的管理，在信息的完整性、及时性、有效性和保密性等方面做好比上一年更好。（详见市场开发助理管理制度）

7. 加强市场调研，以各区域信息成员/单位提供的信息量和公司在各区域的业务进展情况，将以专人对各区域钢结构业务的发展现状和潜在的发展趋势，进行充分的市场调研。通过调研获取第一手资料，为公司在各区域的机构设置各趋合理和公司在开拓新的市场方面作好参谋。

## 二、品牌推广

1、为进一步打响“\*\*公司”品牌，扩大\*\*公司的市场占有率□xx年乘公司上市的东风，初步考虑四川省省会成都、陕西省省会西安、新疆维吾尔自治区首府乌鲁木齐、辽宁省会沈阳、吉林省的长春、广东省会广州、广西壮族自治区首府南宁以及上海市举办品牌推广会和研讨会，以宣传和扩大\*\*公司的品牌，扩大信息网络，创造更大市场空间，从而为实现合同翻番奠定坚实的市场基础。

2、在重点或大型的工程项目竣工之际，邀请有关部门在现场举办新闻发布会，用竣工实例展示和宣传\*\*公司品牌，展示\*\*公司在行业中技术、业绩占据一流水平的事实，树立建筑

钢结构行业中上市公司的典范作用和领导地位，使宣传工作达到事半功倍的效果。

## 保市场主体工作方案篇八

### 一、数字媒体（主要负责：电视台）

#### 1、红十字会宣传片（电视台：郑子涵崔时荣）

目的：为配合捐款的活动，令师生对贫困山区的情况有更多的了解，更愿意献出一份爱心。内容：贫困山区的图片，红十字会机构介绍，捐款后的变化等。时长：两分钟左右。播出时间：提前两周在大屏滚动播放。2、跳蚤市场宣传片（电视台：赵媛）

目的：通过播放宣传片让大家了解这次活动与以往的不同以及特色，吸引师生踊跃参与。内容：以往的活动资料，这次活动特色等。时长：三分钟左右。播出时间：活动前与活动中大屏播放。3、广告片（电视台：赵媛）

目的：吸引师生的参与，打响某些摊位的知名度。内容：包含多个场景，推销产品，作为搞笑短片，增加此次活动的乐趣。时长：待定。播出时间：活动中。（大屏）

### 二、平面媒体宣传（主要负责：媒体公关部美工小组）1、

邀请函（刘芳）（已准备好）

设计+印发。让校领导了解此次活动，并邀请领导参与活动。

#### 2、奖状的准备（刘芳）

第二部分：活动中的工作

## 一、采访

当场采访购买物品的同学，摊位主及老师的感受，同步直播大屏。（待定）

媒体公关部人员结构

部长：刘芳 媒体小组：赵媛

美工小组：杨紫暄，邹汶佳，徐子俏 公关小组：刘芳，常斯琦

电子小组：李御龙

## 保市场主体工作方案篇九

为迎接省卫生县城创建技术考核，营造优美的第九届国际徐福节环境氛围，根据县政府《关于明确城区市容和环境卫生责任区范围的通知》、县委办《全县迎接省卫生县城验收实施方案》和县政府办《县城区市容环境卫生管理工作考评办法》等文件精神，切实加强市场环境整治力度，提升市场环境和城市形象，特制定本实施方案。

（一）协助主管部门加强无证市场管理：1、依法加强无证市场监管，落实清扫保洁制度，完善环卫设施，做到场内环境整洁，无积存暴露垃圾、无污水漫无溢摊。2、无证市场通道畅通、无杂物堆放、占通道经营。3设置垃圾收集房，摊位设置有盖垃圾收集桶，并做到垃圾日产日清。4、实行隔离屠宰，活禽经营区相对独立，无注水市场开展猪、禽类定点屠宰。5、经营者车辆、消费者车辆停放整齐有序，专人负责管理。

（二）严肃查处无证经营行为。禁止在居民小区内随意核发营业执照（营业性用房除外），查处无证经营行为。

（三）负责城区废旧物资回收点、洗车点的规范管理。废旧物资回收点、洗车点、停车场、农贸市场要依据规划、城管、商务等部门意见核发营业执照，否则不予受理、审核。

（一）废旧物资回收点的管理。1、取缔未经审批随意设立的收购点；2、严禁废品外溢；3、不得占道经营；4、维护周围环境。

（二）查处取缔无证经营。

（三）马路市场管理。根据主管部门的意见，协助疏导或规范马路市场，规范设置流动摊点。

（四）熟食摊、店。根据主管部门的意见，协助监督防蝇措施、口罩、帽子的配备和使用，做到生熟食品分开存放。

（五）站东街市场、振兴农副产品市场疏导或规范经营。

（六）大排挡及烧烤摊点。根据主管部门的意见，疏堵结合，协助取缔固定经营场所外所有大排挡及烧烤摊点。配合关闭王子大排挡、公园路大排挡。

（七）协助整治孙沙市场环境。

1、集中整治阶段（8月27日-9月20日）积极协助主管部门整治无证市场和马路市场的经营秩序，确保通过省卫生县城创建暗访。

2、技术考核阶段（9月11日-9月30日）协助主管部门完善无证市场及马路市场的经营秩序。

1、成立班子，加强领导。县局成立市场环境整治工作领导小组，具体负责市场环境整治的领导指挥、协调沟通等工作。党组书记、局长华道伟任组长，各副局长、纪检组长为副组长



长，相关科长、分局长为成员，领导小组下设办公室，设在市场合同科，纪检组长尹圣连兼任主任。县局将市场环境整治列入20xx年度重点工作，相应地集中优势力量投入该项工作，任务落实到部门、到人头，负责人要亲自抓，负全责。

2、成立巡查队。从各分局、县局科室抽调管理市场的精干人员组成巡查队，具体负责对县城无证市场和马路市场的巡查监管。3、搞好宣传，营造氛围。加强市场环境综合整治行动的宣传，根据工作需要制作宣传条幅2条，在公共场所悬挂宣传。

4、突出重点，全力整治。巡查队和青口分局在分工负责的基础上灵活调配人员，全力整治，确保整治工作达到预期目的。争取在创建办检查工作中，取得较好的成绩。县局将随时进行现场督察，对工作力度差，未能按时、按标准完成工作任务或者被县政府及有关部门批评、问责的部门和个人，要按照有关规定，严肃处理，因工作失误造成严重后果的要待岗检查或给予纪律处分。