

# 最新财富营销经验分享 营销工作总结(汇总7篇)

写总结最重要的一点就是要把每一个要点写清楚，写明白，实事求是。什么样的总结才是有效的呢？以下是小编为大家收集的总结范文，仅供参考，大家一起来看看吧。

## 财富营销经验分享 营销工作总结篇一

初步设想20xx年在上一年的基础上增长40%左右，其中一车间xx为1700万左右□xx2800万左右，其他2500万左右。这一具体目标的制定希望公司老板能结合实际，综合各方面条件和意见制定，并在销售人员中大张旗鼓的提出。为什么要明确的提出销售任务呢？因为明确的销售目标既是公司的阶段性奋斗方向，且又能给销售人员增加压力产生动力。

1、办事处为重点，大客户为中心，在保持合理增幅前提下，重点推广“xx”品牌。长远看来，我们最后依靠的对象是在“xx”品牌上投入较多的办事处和部分大客户，那些只以价格为衡量尺度的福建客户无法信任。鉴于此□20xx年要有一个合理的价格体系，办事处、大客户、散户、直接用户等要有一个价格梯度，如办事处100，小客户105，直接用户200等比例。给办事处的许诺要尽量兑现，特别是那些推广xx品牌的办事处，一定要给他们合理的保护，给他们周到的服务，这样他们才能尽力为xx推广。

2、售部安排专人负责办事处和大客户沟通，了解他们的需求，了解他们的销售情况，特别对待，多开绿灯，让客户觉得xx很重视他们，而且服务也很好。定期安排区域经理走访，加深了解增加信任。

3、扩展销售途径，尝试直销□xx行业的进入门槛很低，通

用xx价格战已进入白热化，微利时代已经来临。公司可以选择某些资信比较好的，货款支付合理的工程尝试直销。这条路资金上或许有风险，但相对较高的利润可以消除这种风险，况且如果某一天竞争激烈到公司必须做直销时那我们就没有选择了。

4、强化服务理念，服务思想深入每一位员工心中。为客户服务不仅是直接面对客户的销售人员和市场人员，发货人员、生产人员、技术人员、财务人员等都息息相关。

5、收缩销售产品线。销售线太长，容易让客户感觉公司产品不够专业，而且一旦发现实情可能失去对公司的信任。现在的大公司采购都分得非常仔细，太多产品线可能会失去公司特色。（这里是指不要外协太杂的产品如xx□xx□xx等）

## 1、人员安排

a)一人负责生产任务安排，车间货物跟单，发货，并做好销售统计报表

e)专人负责客户接待，带领客户车间参观并沟通

f)所有人员都应积极参预客户报价，处理销售中产生的问题

a)出勤率销售部是公司的对外窗口，它既是公司的对外形象又是内部的风标，公司在此方面要坚决，绝不能因人而异，姑息养奸，助长这种陋习。

b)业务熟练程度及完成业务情况业务熟练程度能够反映出销售人员业务知识水平，以此作为考核内容，可以促进员工学习、创新，把销售部打造成一支学习型的团队。

## 财富营销经验分享 营销工作总结篇二

20xx年，在公司党委的正确领导下，营销战线上广大干部职工，围绕“12345”总体奋斗目标，创造性地开展各项营销工作，克服了供需矛盾突出、白莲铝厂停产等诸多不利因素。群策群力，奋力拼搏，资产经营取得了丰硕成果，实现了“三确保、三实现、三推进”的年度营销工作目标，为提高经济效益和企业的发展，做出了新的贡献！

主要指标完成情况：

——售电量完成33325万kwh□比年度计划增长4.1%，如剔除白莲铝厂因素超幅18.2%。

——售电均价完成386.33元/kkwh□比年度计划372.46元/kkwh上升13.87元/kkwh□

——售电收入完成14155万元。

——当年电费回收率100%，历欠电费回收97.4万元，历欠回收率20.7%。

——线损率完成7.54%，比市公司下达计划下降0.01个百分点。

——营业普查156807户，3.838亿174起，违约用电171起，补收电量107万kwh万元，收取违约使用电费37.0万元，合理增收共计95.4万元，超计划完成20.4万元。

——推广电热锅炉1台，容量270kw□

一年来，我们重点开展了以下几项工作：

1、加强电力需求侧管理，售电量稳步增长。

针对白莲铝厂停产和年初供电形势紧张局面，公司树立大营销观念，始终把开拓用电市场作为一项全局性的龙头工作来抓。通过加强需求侧管理，抓季节用电高峰，抓招商引资机遇，稳定了工业用电市场，拓展了生活用电市场，克服了铝厂停产而减少电量5600万千瓦时的影响，实现电量同比18.2%的增幅。

一方面，积极向县委政府汇报，争取了各级政府和广大电力客房的理解与支持，同时采取适当限电和调控小水电上网发电等多项措施，确保了20xx年元旦、春节、“五一”黄金周及高考期间电网安全稳定运行，确保了全县有序用电，最大限度地满足了全县经济发展和城乡居民生活用电需求。同时，各单位根据供用电形势的变化制订了电网迎峰渡夏供电预案，并按照“先让电，再限电，后拉闸”的原则，严肃调度纪律确保了城乡居民生活、农业生产、重点单位部门和用户用电。

另一方面，对年初确立的20家企业大的电量增长点采取领导责任制的方式实行大客户经理负责制上门跟踪服务，促成新增电量3600万千瓦时。同时积极主动为全县招商引资提供服务，优质高效办理了奎拓公司、福星铸钢、兰溪油料、兰溪电石厂、稳健公司、金辉石料、散花中泰公司以及围绕浠水河、巴河流域等大小92家等客户的报装增容工作，促成早日送电投产。

各单位积极开拓电力市场，取得明显成效，如绿杨、兰溪、丁司当、竹瓦等四个单位，电量同比增幅分别达到281.8%、99%、54.2%、54.2%。

## 2、全面推进公变台区化管理，营销精细化管理体系初步建立

去年市公司将“全面完成公变台区化管理”作为九件大事之一，把实行公变台区化管理作为营销精细化管理的重要手段。年初xx供电公司推行《台区营销管理工作实施方案》制订下发以后，我们迅速成立了一把手挂帅的台区化管理工作领导

小组，制定了详细的实施方案。同时，对全县台区计量装置情况进行调查摸底，确定改造方案，在市公司专项资金和公司县城网项目的大力支持下，对城区126个城镇公变台区和乡镇区的219个台区进行了计量装置改造和安装，为公变台区化管理提供了必备的技术基础。各单位对所有公变用户进行了清理，杜绝了台区间的交叉互供、私拉乱接现象，并重新以台区为单位编制抄表本(卡)，核对客户用电基本信息，完善客户档案，为公变台区化管理提供了必备的管理基础。

在方法上，以城区、散花供电营业所为试点，以线损、电费回收、营业质量和优质服务为主要考核指标，注重指标测算的科学性、考核办法的可操作性。公司先后两次召开会议，交流试点经验，推广典型作法，边实施，边完善。在台区化管理过程中，由于原来没有对10kv线路和专变用户管理纳入统一考核，出现了线损向上转移的现象。对此，一是修改办法，将10kv线路、专变用户全部纳入考核范围，实行分层管理；二是对全县10kv级计量装置现状进行调查统计，提出了改造方案。

依照《xx供电公司公变台区化管理验收办法》，我们制订了“基础管理、计量装置改造、线损管理、电费回收和优质服务”五大部分制订评分细则，对各单位组织了验收。通过公变台区化管理的推行，调动了基层营销员工的工作积极性，差错率大幅降低，电费回收率普遍提高，公变台区线损率下降，为企业增加了经济效益。

### 3、积极推进预购电制，年度电费回收目标圆满完成

为了防止电费呆死帐的发生，最大限度控制企业经营风险，公司“全面推进预购电制，努力改革电费回收模式”作为20xx年市场营销工作目标之一。主要从三个方面入手，一是争取政策支持。县经贸转发了市经贸委以黄经贸[2003]160号文下发了《关于进一步加强电费回收工作的通知》，对长

期拖欠电费或结算信誉不高的用户，要求必须签订预购电协议，安装预购电装置，实行先购后用。二是在大力推行预购电制基础上积极争取市公司对于推进预购电制补助。三是制定实施方案。明确专人负责，落实预购电制推广名单，安排时间进度，将“ic卡预付费箱”和“购电控”相结合，重点对小炼钢等“五小”企业、抗旱排涝和交费信誉不高的用户严格实行预购电制，并进行跟踪督办，将这一技术措施落实到位。截止去年底，已经安装ic卡预付费装置42户、购电控12户，同时，对8家大用户实行分旬收费，如浠水宜化公司、奎拓公司、福星铸钢等用户，促进了电费回收任务的完成。

#### 4、全面开展电力营销竞赛，营销工作质效得到提高

去年，公司领导高度重视市场营销竞赛活动，成立了组织机构，按照市公司市场营销竞赛活动要求，结合浠水公司实际，补充了竞赛内容，修订了《市场营销竞赛办法》和《评分标准》。在开展活动过程中，注重“三个结合”：第一，将竞赛活动与市场营销日常工作有机结合，以活动为载体，将营销基础管理工作和各种专项工作纳入活动中，同时通过日常检查和专项检查，促进活动开展；第二，将竞赛活动与农村供电所规范化管理动态考核相结合，从九月份开始，对规范化管理已经验收的农村供电所进行动态抽查，并将抽查结果纳入竞赛考核；第三，将竞赛活动与创“双十佳”相结合。

加强竞赛的过程管理。10月份，公司工会和市场营销科一起组织专班，对各单位市场营销竞赛工作进行了一次全面的检查，并将检查结果进行了通报。针对市场营销竞赛检查过程中发现的薄弱环节和存在的突出问题，在11月份的农村供电所动态抽查检查过程中进行全面的跟踪督办。同时，组织了市场营销竞赛自查和自评分；20xx年元月初，结合年终大检查，对各单位市场营销竞赛进行了检查评比。

#### 5、大力开展营销稽查，供用电秩序得到规范

完善稽查网络，形成了稽查大队、供电营业所、电工组三级稽查体系，健全了营销稽查组织机构。加强与公安部门的联系，理顺了联合查处窃电案件的关系，明确了各自的工作职责，加大了对窃电案件和窃电惯犯的查处力度，形成了警电联手打击窃电、共同维护社会供用电秩序的新的工作格局。

认真落实省公司营业普查整改。针对省公司大规模的营业普查活动过程中发现的问题和不足，按照上级整改要求，公司营销科、稽查大队组织专班多次深入到各供电单位，逐一检查，逐一督办，全面落实省公司的整改意见。

大力推进防窃电计量装置改造步伐。公司组织计量所，城区有关人员到黄州分局参观学习，在市公司专家和现场示范和指导下进行示范安装、检查督办，各单位抽调专人加班加点，保证工艺和质量。防窃电改造完成高供高量用户20户，高供低量用户35户，低压三相直通用户50户，低压三相带ct用户30户，居民表外移1500户，改造前后的效益明显。

## 6、全面推行质量管理体系，提高了计量管理水平

全面推进计量质量管理是去年市场营销中心工作之一。以推广应用电能计量信息管理系统为手段，从管理标准、工作标准和业务流程着手，明确了各岗位职责，加强了业务流程控制，进一步规范了各项工作行为，理顺了工作流程。完善计量基础资料管理，建立了计量设备资产、台帐、校验、轮换和故障处理等工作的相关资料的动态电子记录，实现各类计划、统计报表从微机自动生成。建立了工作质量监督机制，便于发现工作中存在的问题。提供了电能计量有关信息的网络查询，为资料查找提供快捷方便的手段。基本实现了计量工作信息化管理。

通过计量质量管理体系的推行，建立完善了管理标准和工作标准，控制了业务流程，规范了工作行为，加强了计量质量监督，加强了电能计量的全过程管理。

## 7、深入实施“星级工程”，优质服务水平不断提高

在深入开展“生命线”教育实践活动的基础上，结合全县“三评一促创五好”和省市公司“双十佳”评比活动，继续深化“星级工程”活动，选送了一批营销窗口服务人员到xx电校进行全面的培训，组织开展了两期管理人员及营销班长的优质服务培训，考核实行了人人过关，促进服务水平和质量的提高。开展供电营业窗口规范化服务竞赛活动，引入“服务事故”新理念，先后4次对公司属15个营业窗口和48个电工组进行了专项检查 and 比赛抽查考核工作，加大了明查暗访和投诉处理力度。通过常态运行机制的建设，使优质服务从组织领导上得到保证，从工作力量上得到加强，从措施办法上得到落实。

加强服务制度建设。下发了《“95598客户服务工作管理办法》，对受理的电话业务实行闭环管理，保证客户的投诉、举报件件有答复，事事有落实。制订了《浠水县供电公司大客户经理服务制》，对月用电量在10万千瓦时以上或用电容量在315千伏安及以上的客户实行大客户经理服务制，对其用电业务申请优先处理和跟踪服务。

加强供电形势的宣传。召开了客户代表座谈会和新闻发布会。发放了宣传手册，制作了宣传灯箱广告。发放征求意见表和客户满意率调查表，满意率达到98%，在去年电力供应紧张、压减负荷的情况下，做到缺电不缺服务。10月份，被浠水县消费者协会考评为服务性企业第一名。

过去的一年，我们的工作虽然取得了很大的成绩，但也必须看到当前市场营销管理工作中仍然存在一些不容忽视的问题。

一是营销基础管理不细、不严。主要表现在抄表工作质量不高，仍然存在估抄、漏抄、缺抄现象，尤其是“0”度户数比例较大；抄表日程没有得到很好地坚持，没有履行抄表日程审批制度和抄表轮换制度，造成报表数据失真。



二是内稽力度不够。主要表现在目前各供电营业所和稽查大队主要以用电检查、创收为主，营销内稽工作开展不力，且普遍未得到重视；加之各供电单位对营业工作质量未严格考核，造成一些营销环节出现漏洞。

三是营销现代化程度不够高。主要表现在营销信息系统功能应用不完善，报装管理、计量管理和营销稽查没有全面应用，抄表机应用不广，营销业务“无笔化”工作退步等。

四是电费回收面临困难。主要表现在国有企业改制改革的进程中，部分企业倒闭或破产，增加了电费欠费风险；居民客户交费途径、方式单一，交费时间集中，带来居民交费不便，给电费回收工作造成压力。

这些问题和困难务必引起我们的高度重视，在今后的工作中加强分析和研究，采取得力措施认真解决。

## 二、20xx年市场营销工作目标和任务

20xx年是国家电网公司建设“一强三优”现代公司的起步之年，也是县公司全面实施“一争、二创、三提高”发展规划的重要的一年。

当前，国家实施积极宏观调控政策，加大对中部地区的扶持力度，沿海产业加速向中西部转移，湖北大力实施武汉城市圈发展战略，新一轮的经济增长已经起步，随着浠水县新型工业化和农业产业化不断推进，招商引资项目建设的力度不断加大，一大批新的经济增长点和电量增长点正在形成，必然带来电力需求的增长，为电力市场的开拓提供了较有力的支撑。但是，由于电煤紧张，供需矛盾凸现，季节性缺电短期内不能缓解，供电企业仍然面临着很大压力。

分析新形势，面对新挑战，我们要以开拓创新、强化管理、优化服务的思想来指导、安排和部署营销工作，要解决当前

公司市场营销工作中存在的问题和困难，进一步增强做好市场营销工作的责任感和紧迫感，坚定做好新一年市场营销工作的信心和决心，克难奋进，努力进取，扎实工作，开创市场营销工作新局面。

20xx年的市场营销工作任务繁重而艰巨。我们要正视困难，坚定信心，在公司党委的正确领导下，团结拼搏、克难奋进、勇于创新、扎实工作，全面完成20xx年各项营销目标任务，为实现公司“135”总体目标作出更大贡献。

## 财富营销经验分享 营销工作总结篇三

2xx—x年上半年，本人在公司各级领导的正确领导下，在同事们的团结合作和关心帮助下，较好地完成了上半年的各项工作任务，在业务素质和思想政治主面都有了更进一步的提高。现将2xx—x年上半年的各项工作总结如下，敬请各位领导提出宝贵的意见。

半年来，本人认真遵守劳动纪律，按时出勤，有效利用工作时间，坚守岗位，需要加班完成工作按时加班加点，保证工作能按时完成，认真学习法律知识；爱岗敬业，具有强烈的责任感和事业心。积极主动学习专业知识，工作态度端正，认真负责地对待每一项工作。

我的工作岗位是销售内勤和仓管。主要负责统计公司线缆的发运数、上货数。另外就是将每天发货的数量报给客户，核对客户收货情况与数量，整理现款现货的客户开出收据，统计每天入库和出库的数量。

1、统计情况：能及时做到电话跟踪客户收货情况与数量核对，做到发运数与收货数统计准确。

2、收货情况：原材料厂家报的收货数量，跟我接收的数量要核对准确。如有多或是少的情况，要及时汇报给采购部。

3、仓管报表：做好每天出库、入库的台账数据，就能做到周报表和月报表的数量基本准确。

总结半年的来的工作，虽然取得了一定的成绩，自身也有了很大的进步，但是还存在着以下不足。

一是有时工作的质量和标准与领导的要求还有一定差距。一方面，由于个人能力素质不够高，成品仓库和原材料仓库收发数有时统计存在一定的差错；另一方面，就是有的时候工作量多，时间比较紧，工作效率不高。

二是有时工作敏感性还不是很强，对领导交办的事不够敏感，有时工作没有提前完成，上报情况不够及时。

一是加强工作统筹，根据公司领导的年度工作要求，对下半年工作进行具体谋划，明确内容、时限和需要达到的目标，加强部门与部门之间的协同配合，把各项工作有机地结合起来，理清工作思路，提高办事效率，增强工作实效。

二是加强工作培养。始终保持良好的精神状态，发扬吃苦耐劳、知难而进、精益求精、严谨细致、积极进取的工作作风。

## 财富营销经验分享 营销工作总结篇四

发展指标完成情况：

### 1. 铺开、建设并巩固了营销部团队的总体实力

截止目前，共组建业务部9个。目前信阳师范学院已成为我营业部人才输送基地，同时不断的开展社会招聘渠道，期望通过不断的发展，达到年底拥有30个业务部员工的目标。当前完成率为63%，后期还需要继续努力。

### 2. 培养并建立了一支熟悉业务运作流程而且相对稳定的营销

## 队伍

目前，营销部共有业务人员28人，其中已转正员工 19人，实习人员12人。从业资格通过率为78 %。他们进公司时间最短的只有5个月，经过部门多次系统地培训后，他们已基本熟悉了业务运作的相关流程。

5月份，业务部共开户 131个，其中有效户35 个，占比 27%，无效户 96个，占比 73 %，新增资产196.23 万。基金销售收入2487 元。债券及其它各类收入 0 元。

### 1. 与农业银行信阳分行达成合作协议

在全市范围内开展大型联合三方存管营销活动。营销部通过派驻人员的方式，坚守在各个银行网点。开户人数达三百人左右，通过此活动，与农行方面建立了良好的关系。后续可开发潜力巨大。

### 2. 社区营销。

从扩大营销渠道的目的出发，营销部在积极筹集活动经费，抽调精干员工，在市区各大高档社区举行社区宣传活动。5月份共举办79人次，13次小区活动，但效果并不良好，后期还需要继续努力，完善各个环节。

### 3. 通过工商银行羊山支行的渠道，达成了共同开发信阳市第一人民医院的营销活动。

计划开发客户200--500户。当前该活动进展良好，预计将为营业部带来一定有效客户。

5月份共计举办全体员工培训6次，内容涉及各个方面：技术分析，三板市场，基金理财，营销案例解析等等。并单独针对实习员工开展数次基础知识培训，基本上都通过了证券从

业资格考试。取得了令人满意的成绩。

(一)薪酬体系的完善与确立

(二)个性化制度的建立

1. 培养员工积极心态，努力打造一流服务

坚持并完善了晨夕会制度。制定工作目标、工作计划，做到事事有准备，日日有总结，天天有提高。鼓励员工多思考，由被动营销变为主动服务。

2. 坚持业务知识培训，创造良好学习氛围

## 财富营销经验分享 营销工作总结篇五

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。

## 财富营销经验分享 营销工作总结篇六

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xx的事情， 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！

## 财富营销经验分享 营销工作总结篇七

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。