

最新市场工作计划表(优秀7篇)

制定计划前，要分析研究工作现状，充分了解下一步工作是在什么基础上进行的，是依据什么来制定这个计划的。那关于计划格式是怎样的呢？而个人计划又该怎么写呢？以下我给大家整理了一些优质的计划书范文，希望对大家能够有所帮助。

市场工作计划表篇一

做到“走在前面，面对才能”。市场变化像电子更新周期那样快，一步小心就被新产品给替换。如果我们不学习，不接受新知识，不自我审视，那么就会被新环境下的市场所替换。所以我们在自我认识上要跟着时代步伐走，甚至要超越时代的步伐，只有在自我认识的基础上明白我做什么。为什么而做，要怎么做才能做到最好，而这些认识必须体现到工作中去，在每一个店面里，我们面对经销商，面对营业员，面对消费者，必须在自我认识清楚的前提下，去满足他们及他们的需求，才能解决问题，才能提高业绩，提高自己。

做到“四心”。哲人说：“你的心态就是你真正的主人”。伟人说：“要么你去驾驭生命，要么是生命驾驭你。你的心态决定谁是坐骑，谁是骑师”。所以心态的层次高度决定了命运发展的方向。在工作中面对自己，我们必须拥有一颗乐于工作和解决问题的心；面对经销商，我们必须拥有一颗乐于协助开展市场工作的心；面对店员，我们必须拥有一颗善于引导和培养的耐心；面对消费者，我们必须拥有一颗不厌其烦的心。

做到“把握重点，产生销售”。记得有这么一个故事说：“一天一位女士到店里买鞋，在试穿了很多双以后还是不满意，其服务店员发现该女士的一只脚比另一只脚大，于是就对该女士说，你的一只脚比另外一只脚大些，因而穿起来不是很舒服，所以.....没等店员说完话，该女士就走了。同样，

该女士进了另外一家鞋店，在同样的问题下，服务店员对该女士说，你的一只脚比另外一只脚要小些，可能穿起来会有感不适。随后该女士在这家店买走了两双鞋子。这个故事告诉我们，只有把话说到点子上了，成功销售的机会才会更大。这就要求我们必须不停的在工作中去学习，去锻炼口才，掌握与人打交道的方法。只有在积累了的技巧的基础上，我们才能在每一次工作中面对经销商，店员，消费者圆满的营销价值。

。做到“切入实际，找到问题的解决方法”。在市场中，我们的品牌在某些地方由于跟经销商合作原因致使被排挤，失掉优势，使得公司直营后一时半会无法赢得市场。所以这就得要求我们在该地区多考虑，多下功夫，把市场做活起来。怎样做好市场，我们必须做好客观市场调查，市场分析，利用市场策略，改变现有促销手段，通过对店址，门面，装潢，图像效果，背景音乐，公关广告手段带活市场。例如需要这些方法的市场有福泉等。

“极度推崇5s理论”。销售导购的5s就是微笑(smile)迅速(speed)诚恳(sincerity)灵巧(smart)研究(study)

市场工作计划表篇二

1、新芙蓉的市场定位

新芙蓉的市场定位决定了新芙蓉广告定位，在广告诉求上就必须与其他市场拉开档次：

第一，我们的规模和定位要求我们的广告必须是高品位、大手笔，与其小家子气不如不做；

第二，我们不打价格战，进行低价竞争；

第四，我们的广告以尽量少的投入，达到最好的效果。

2、 新芙蓉消费群体

新芙蓉的潜在消费群体集中在政府职员、公司白领、业界精英、成功人士等具有中、高档消费水平的人群，所以在媒体选择和广告制作上也必须上档次、上水平。

二、 广告投入分析

2、 公司在正常营业期间的广告投入可以控制在25万元/月以内，到20xx年2月春节前的5个月广告总投入在75-100万元；有必要在一个特殊时段(如正式开业、特别活动、春节等)进行集中投放，造成轰炸效应，平时间断投放，保持消费者的印象。

3、 日常的报纸广告投放一般每月4至5次，集中在每周的周五，为周末的活动作铺垫，平均每月的广告投入约为10万元。

4、 电视的广告投放的内容一般是形象广告，不经常进行修改(还可以节约广告制作费用)。一次投放计划应在半年以上，一般以5秒的形象广告或冠名等形式出现，这样既可以节约大量资金投入，又可以保持一定的连续性，平均每月的广告投入约为10万元。

5、 其他广告：包括车身广告、户外广告、楼宇广告牌□pop宣传单页等。公司前期的广告主要还是以即时广告为主，如电视在一个特定时段(晚上)，报纸也在特定时段(早上)，对其他形式的户外广告(如候车亭、的士车身)可以适当考虑□pop宣传单页既可以在市场内部使用，也可以在市內繁华地段派发，费用低廉，是十分有效的宣传手段，后期必须实施。所有其他广告的每月总广告投入约为5万元。

三、 媒体选择

1、 电视媒体

选择湖南经视，湖南经视的收视率很高，覆盖面广，收视人群与新芙蓉的客户群较吻合。湖南经视旗下的综合、都市、生活可以考虑投放套装计划，既可以提高覆盖面，还可以签下更低的广告折扣。

长沙政法频道在长沙的收视排名大约在第5位，收视人群与市场的消费对象并不是十分契合，但公司目前投入十分巨大，而且因为种种原因，广告的价位高，投放密度大，十分有必要进行调整。我们大胆建议：将今年11月将10万元押金投放完成后停止长沙政法频道的广告。

其他的电视频道暂不作考虑。

2、 平面媒体

选择潇湘晨报，潇湘晨报发行量大，覆盖面广，读报人群与新芙蓉的客户群较吻合，品位较高，长沙晚报可以作为辅助投放。

三湘都市报、当代商报、东方新报在发行量、覆盖面、品位都落后于潇湘晨报和长沙晚报，我部门认为以上报纸不再做任何广告计划。

3、 广播电台

如果公司广告费用充裕的情况下，可以选择交通频道，其收听率和覆盖面的优势都十分明显，同时新芙蓉目前的地理位置还市民不是特别熟悉，的士司机熟悉新芙蓉就显得十分必要，其他广播电台不作考虑。

四、 营销活动

各类营销活动是提高市场知名度和美誉度，提高市场营业额的有效手段，新芙蓉的各类营销活动主要是专题活动和酬宾

促销活动，每月作一次计划：

1、 专题活动：活动的周期一般半个月至一个月做一次，如“明星见面会”、“金秋音乐会”等，时间主要集中在周末，活动的主要目的是提升新芙蓉的形象，并带动市场的销售，专题活动的费用一般由公司分承担，但我们可以选择效果好，投资省的好项目。

2、 酬宾促销活动：一般是常年做，要求每个经营户每周都要有特款，市场每月有一个酬宾主题，酬宾促销活动的费用一般由经营户分担。

3、 营销资源整合：新芙蓉可以利用自己的品牌和资源和相关行业进行资源整合，如向知名楼盘、家装公司、婚纱影楼、健身休闲等行业借势、换势，利用新芙蓉的无形资产开展营销活动。

一、 电视媒体广告计划

1、 选择媒体：湖南经视，包括综合、都市、生活；

2、 投放期间□20xx年10月底至20xx年4月初，共6个月；

3、 投标情况：现已经有金孚广告和大华广告两家公司竞标；

4、 其他说明：由于各公司的套播方案不同，所以每月的报价也不同，主要看公司准备如何投入(详见附件)。

二、 报纸广告

1、 选择媒体：潇湘晨报；

2、 投放期间□20xx年10月底至20xx年3月初，共5个月；

4、 建议公司适当减少报纸广告的投放量，以每月2—3次为宜，重要 日期集中投放。

三、 户外广告

从公司目前情况看，大型户外广告牌、候车亭的投入巨大，只能选择“社区健康宣传牌广告”，情况如下：

- 1、 投放地点：长沙各大社区，共100块广告牌；
- 2、 广告牌尺寸□ 0.8m×1.2m；
- 3、 投放时间：1年；
- 4、 广告费用：每年4万元。

市场工作计划表篇三

20xx年，xx市市场管理局在市委、市政府的正确领导下，认真贯彻落实市委经济工作会议精神，紧紧围绕“稳定、发展、效益”这一主题，加强管理树形象，加大招商强后劲，接管社会市场拓空间，以解放思想活动为契机，深化改革，整合资源，优化资产，将市场经济推入可持续发展的良性循环轨道，取得了经济效益和社会效益的双丰收，全年预计完成市场收入560万元，占年度任务的111%。一年来，市场管理局的事业取得了长足进步，市场环境不断优化，市场交易日益繁荣。但为适应市场发展的需要，我们要进一步解放思想，加快发展，改变以往的经营理念和管理模式，做实做强市场，提升市场品位，最大限度的发挥市场的承载作用，争取要在20xx年有重大突破。为实现上述目标□20xx年我局重点抓好以下四个方面的工作：

为发挥耒阳的区位优势，形成湘南贸易旺市，我局计划在近几年内将城区几个骨干市场升级改造成超市型市场□20xx年，

我局管辖的三个城区骨干市场升级改造将全面启动，灶市综合市场规划设计、拆迁工作已经完成，改造工程总投资3400万元，总建筑面积25000平方米，营业面积9000平方米，将建成一个高标准的、新型的综合型市场，为带动灶市地区的经济起到至关重要的作用。

蔡子池蔬菜批发市场计划**年完成规划、设计及拆迁工作，拟总投资4000万元，按照超市型蔬菜市场要求进行改造，有效改善我市市民的菜篮子工程；金山服装城是城区商贸的金山角，现有市场的容量与不断发展的城市规模很不适应，同时消防隐患异常突出，为尽快消除安全隐患，二期改造工程政府常务会议已经通过，市场规划、图纸设计已经完成，招商协议初步达成，市场拆迁工作也正在逐步实施，计划20xx完成总投资1个亿，完成商城部分建设，该市场通过改造兴建，将进一步扩大面积，改善环境，增添设备，优化组合，无论在硬件设施上和软件管理上都堪称一流水平，居全省先进地位，“栽好梧桐树，引来金凤凰”，市场人气会更旺，生意会更火，可谓建好一座市场，造福一方百姓，市场将呈现一片欣欣向荣的景象。

20xx年，我们要引进先进的管理经验，在管理模式上有新突破，在工作方式上有新改变，特别是要制订规范的市场管理制度，用制度约束经营户，推进市场经济的发展。

一是计划推行经营户积分管理制度，对违反市场管理条例的进行扣分，有突出贡献的给予奖分，采用评选文明经营户的作法，给予精神、物质奖励，让积分和评选与租金挂勾，对违反市场管理条例且屡教不改的经营户，将终止其合同，严禁进入市场经营。

二是规范门面转让制度，严禁经营户擅自将门面转让，如有特殊情况，确需转让，要严控高价转让，以保持市场的平稳。

三是规范门面转租制度，特别是严控转租标准，实行限额控

制，以保持市场的长兴不衰。

接管社会市场是市场管理局的一个重要举措，我局在接管方面已迈出了喜人的步伐，市场业主反映较好，成绩值得肯定。20xx年国务院取消工商两费的收取，市场经营户的负担进一步减轻，但同时出现部分社会市场无人管理或无法正常管理的局面，为此，我局争取20xx年将城区尚未接管的社会市场尽量全部纳入我局管理范围，同时加强对农村社会市场的指导，把条件成熟的市场接管过来。我局将充分发挥专业管理队伍的优势，将市场管理和物业管理有机结合起来，为市场管理与物业管理探索一条切合耒阳的管理路子。

我市市场发展较快，但缺少合理规划布局，大多数市场都是以房地产开发为主，所以市场建设布局存在不合理性。按照协调可持续发展的原则。20xx年我们将努力搞好新建市场的论证、考察和报批，联合商务局、工商局等有关部门全面清理市场，加强市场建设的监督管理，严格把好新建市场的审批关。

20xx年将是我局快速发展的新起点，我们的市场升级改造大潮已经拉开序幕，憧憬未来，我们信心百倍，市场管理将进一步完善，市场经济将飞速发展，为我市的经济发展贡献力量。

市场工作计划表篇四

20xx年是xxx发展的关键一年，市场部应积极配合公司做好各方面的工作，尤其是在企划和营销两大块，任务艰巨，我们将竭力完成年度工作任务，做好本部门的工作，积极配合相关部门，努力实现公司的经营目标。

现将市场部年度工作列表如下：

1. 制定年度营销目标计划以及各档期dm海报的制作。

2. 建立和完善营销信息收集、处理、交流及保密系统
3. 对竞争者促销手段的收集、整理和广告策略、竞争手段的分析。
4. 制定卖场企划策略。(新开店的氛围打造以及已开店的氛围维护及布置)
5. 制定通路计划及各阶段实施目标。
6. 促销活动的策划及组织，执行并管理现场促销活动。
7. 合理进行广告媒体挑选及管理，参与组织并落实公司制订的广告计划、费用预算；
6. 对国际性大卖场进行实地考察。

市场部负责人全面负责市场部门的业务及人员管理

1. 全面计划、安排、管理市场部工作。
2. 制定年度营销策略和营销计划以及各档期dm海报的制作。
3. 协调部门内部与其他部门之间的合作关系。
4. 制定卖场企划策略。(新开店的氛围打造以及已开店的氛围维护及布置)
5. 制定通路计划及各阶段实施目标。
6. 促销活动的策划及组织。
7. 指导、检查、控制本部门各项工作的实施。
8. 配合人力资源部对市场人员的培训、考核、调配。

9. 制定广告策略，包括年、季、月及特定活动的广告计划。

人力资源部成立以来，人力资源团队得到了一定的进步与提高，这与公司领导的指导与关怀是分不开的。人力资源部将继续在公司大环境的要求下进一步将人力资源工作落实到位，藉此，未来我们公司人力资源发展的方向是基于胜任力的人力资源管理体系，与目标管理相结合的绩效管理体系。人力资源工作要做到人力资源管理的三化：规范化、标准化与职业化。我们将一直朝着目标前进！

市场工作计划表篇五

20xx年-0年是我们**地产公司业务开展至关重大的开局之年，对于一个刚刚踏入房地产中介市场的新人来说，也是一个充满挑战，机遇与压力并重的开始的一年。因此，为了我要调整工作心态、增强责任意识、服务意识，充分认识并做好厂房中介的工作。为此，在厂房部的朱、郭两位同事的热心帮助下，我逐步认识本部门的基本业务工作，也充分认识到自己目前各方面的不足，为了尽快的成长为一名职业经纪人，我订立了以下年度工作计划：

在度过了紧张的20xx年之后，房地产行业总算是保住了市场上的地位。我在房地产公司上班也是有很长时间了，对房地产市场的情况不说是十分的了解，但总是还有点造诣的。相信随着市场的逐渐回暖，房地产市场是会回到一个正确的轨道中来的。我对房地产公司的前景还是比较看好的，所以我会一直坚持在房地产公司上班！

作为一位新员工，本人通过对此业务的接触，使我对公司的业务有了更好地了解，但距离还差得很远。这对于业务员来讲是一大缺陷，希望公司以后有时间能定期为新员工组织学习和培训，以便于工作起来更加得心顺手。

1、在第一季度，以业务学习为主，由于我们公司正值开张期

间，部门的计划制定还未完成，节后还会处于一个市场低潮期，我会充分利用这段时间补充相关业务知识，认真学习公司得规章制度，与公司人员充分认识合作；通过到周边镇区工业园实地扫盘，以期找到新的盘源和了解镇区工业厂房情况；通过上网，电话，陌生人拜访多种方式联系客户，加紧联络客户感情，到以期组成一个强大的客户群体。

2、年底的工作是一年当中的顶峰时期，加之我们一年的厂房推界、客户推广，我相信是我们厂房部最热火朝天的时间。我们部门会充分的根据实际情况、时间特点去做好客户开发工作，并根据市场变化及时调节我部的工作思路。争取把厂房工作业绩做到最大化！

4、第三季度的十一中秋双节，市场会给后半年带来一个良好的开端，。并且，随着我公司铺设数量的增加，一些规模较大的客户就可以逐步渗入进来了，为年底的厂房市场大战做好充分的准备。此时我会伙同公司其他员工竭尽全力为公司进一步发展做出努力。

4、在第二季度的时候，公司已正式走上轨道，工业厂房市场会迎来一个小小的高峰期，在对业务有了一定了解熟悉得情况下，我会努力争取尽快开单，从而正式转正成为我们公司的员工。并与朱、郭两经理一起培训新加入的员工，让厂房部早日成长起来。

积极主动地把工作做到点上、落到实处。我将尽我最大的能力减轻领导的压力。

做房地产市场中介是需要根据市场不停的变化局面，不断调整经营思路的工作，学习对于业务人员来说至关重要，因为它直接关系到一个业务人员与时俱进的步伐和业务方面的生命力。我会适时的根据需要调整我的学习方向来补充新的能量。工业知识、营销知识、部门管理等相关厂房的知识都是我要掌握的内容，知己知彼，方能百战不殆（在这方面还希

望公司给与我们业务人员支持)。

最重要的，是我20xx年的一些想法可能很不成熟，希望领导更正。同样在快速列车运行取决于前面带，我希望得到公司领导，各部门首长的正确引导和帮助。展望20xx年，我会继续努力，认真，负责的每一个业务时，处理，而且也有机会寻求和努力争取更多的客户，赢得更多的订单，提高制造业。我相信他们会完成新任务，能够应付新的挑战□20xx年，更多的挑战等着我，我已经准备好。在新的一年里，我相信我可以做得更好，这是灰色的，我一定要做好。回顾过去一个时期的工作时，我对今后的工作有更多的期望，我相信我可以做得更好。在不断发展，公司已经有了进步，我的知识和业务水平也取得了进展，相信他们能够做好在20xx年，我一直在等待！

市场工作计划表篇六

时间过的真快转眼之间本年度已经接近尾声我是6月30来到xx学校 承蒙领导不嫌弃我是一个初出茅庐什么都不懂的混小子并接纳了我在单位工 作这是我走出“幼稚园”的第一份工作当然也少不了我在这里工作的头衔一 一市场专员大专我学的是机电一体化专业对于单位给我安排的市场营销工作 刚开始我对于这份来之不易的工作真是有心拿的起无心做的好因为我没有接 触过市场营销这一块专业我都不知道做些什么做起来就相当吃力。在我不 解与困惑的同时仅凭对市场工作的热情单位的领导对我的成长倍感厚望曾 很多次找我谈心提供我在工作精神上结实的信心和动力伏案沉思这半年我 做一下简单的总结。

3. 工作于实际相符合调研市场前景并做好相应的市场计划

7. 对于市场活动如讲座、校外设点宣传能很好的做好市场活动的策划 并执行

1. 部门建设部门刚刚启动市场体系还不是很完整可是开展市场工作 人员严重不足
2. 部门人员培训经过大半年的打磨并参加总部安排的有关市场业务规范及市场运作规范的培训已经有很多次已基本上掌握了市场招生工作但业务技能及专业精神方面仍需加强。由于部门人员少、任务重故专业技能培训不够。
5. 部门创新性新业务的开拓不够业务增长小业务能力还有待提高
6. 整顿单位内部市场品牌资料迎接总部考核
7. 以上工作得到了单位同事的大力支持与携手帮忙才能完成目标为此我对他们表示由衷的感谢。

“运筹于帷幄之中决胜在千里之外”。新年度市场营销工作规划我觉得要 强调谋事在先但是我们还要明白年度市场工作规划并不是营销计划只是基于 年度分析总结的策略性工作思路具体详细计划还需要分解到季度或月度来制定只有这样才具有现实意义。

1. 目标的拟定是来年市场招生工作的关键。在新年度市场招生工作中 首先要做的就是全年总体的招生目标、广告费用目标、利润目标、渠道目标、 人员配置目标的拟定其中销售目标为140万/年广告费用目标为1.2万/ 月渠道开发目标为3条/年人员配置为3人。
2. 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人员建立一支具有凝聚力合作精神的 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杀伤力的团队作为 一项主要的工作来抓。

3. 培养市场人员发现问题总结问题不断自我提高的习惯。总结问题的目的在于提高市场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。

5. 团队支持。为了保障来年市场招生工作顺利高效地实施我们还需要通过苦练“内功”来强化关键工作流程、关键制度来培养组织执行力标准以更好的发展客户服务需求并使客户向其他课程上转化。

市场工作计划表篇七

本站后面为你推荐更多市场工作计划！

伴随着万达购物广场的落成，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，对目标顾客的需求做出判断，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顾客，而是紧盯住一个目标顾客“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来进行。

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20xx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20xx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20xx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，提升美誉度和认同度；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20xx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 20xx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，提升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。

为的就是通过了解市场，分析市场，提升部门工作的准确性，实效性，从而提升市场部整体工作能力，给购物广场带来更大的利益。