

2023年新营销意思 营销工作总结(模板6篇)

总结是指对某一阶段的工作、学习或思想中的经验或情况加以总结和概括的书面材料，它可以明确下一步的工作方向，少走弯路，少犯错误，提高工作效益，因此，让我们写一份总结吧。写总结的时候需要注意什么呢？有哪些格式需要注意呢？下面是小编带来的优秀总结范文，希望大家能够喜欢！

新营销意思 营销工作总结篇一

xx营销部销售人员比较年青，工作上虽然充满干劲、有激情和一定的亲和力，但在经验上存在不足，尤其在处理突发事件和一些新问题上存在着较大的欠缺，营销工作总结。通过前期的项目运作，销售人员从能力和对项目的理解上都有了很大的提高，今后会通过对销售人员的培训和内部的人员的调整来解决这一问题。

由于对甲方在企业品牌和楼盘品牌的运作思路上存在磨合，导致营销部的资源配置未能充分到位，通过前段工作紧锣密鼓的开展和双方不断的沟通和交流，这一问题已得到了解决。

二、营销部的工作协调和责权明确

由于协调不畅，营销部的很多工作都存在着拖沓、扯皮的现象，这一方面作为xx公司的领导，我有很大的责任，工作总结《营销工作总结》。协调不畅或沟通不畅都会存在工作方向上大小不一致，久而久之双方会在思路和工作目标上产生很大的分歧，颇有些积重难返的感觉，好在知道了问题的严重性，我们正在积极着手这方面的工作，力求目标一致、简洁高效。

但在营销部工作的责、权方面仍存在着不明确的问题，我认

为营销部的工作要有一定的权限，只履行销售程序，问题无论大小都要请示甲方，势必会造成效率低，对一些问题的把控上也会对销售带来负面影响，这样营销部工作就会很被动，建立一种责权明确、工作程序清晰的制度，是我们下一步工作的重中之重。

三、关于会议

会议是一项很重要的工作环节和内容，但是无论我们公司内部的会议还是与开发公司的会议效果都不是很理想，这与我们公司在会议内容和会议的形式以及参加人员的安排上不明确是有关系的。现在我们想通过专题会议、领导层会议和大会议等不同的组织形式，有针对性的解决这一问题，另外可以不在会上提议的问题，我们会积极与开发公司在下面沟通好，这样会更有利于问题的解决。

四、营销部的管理

前一阶段由于工作集中、紧迫，营销部在管理上也是就事论事，太多靠大家的自觉性来完成的，没有过多的靠规定制度来进行管理，这潜伏了很大的危机，有些人在思想上和行动上都存在了问题。以后我们会通过加强内部管理、完善管理制度和思想上多交流，了解真实想法来避免不利于双方合作和项目运作的事情发生。

以上只是粗略的工作总结，由于时间仓促会有很多不是之处，希望贵公司能给予指正，我们会予以极大的重视，并会及时解决，最后祝双方合作愉快、项目圆满成功。

新营销意思 营销工作总结篇二

1、养成随时记录的习惯——在你的办公桌上，应时时放有电话记录用的纸和铅笔。一手拿话筒，一手拿笔，以便能随时记录。

2、报出本人的姓名和单位名称——说：“你好！我是某某公司的某某某。请问某先生在吗？”如果是秘书接的，等本人来接时，还需再报一次姓名和单位。为使对方能听清楚，说话节奏应比交谈时稍慢些。

即使是经常通话的人，也不可省去自报姓名这一道手续。不应想当然地认为对方定能听出自己的声音，以致对方在接电话时还得分神猜想是谁打来的电话。

报名字时也不可只说“我是小李”，因为天下姓李的不知有多少。所以在自报家门时应报出全名。这实际上是一种自我推销的方式，可以使对方加深对你的印象。

“您现在接电话方便吗？”

“您现在忙吗？”

“您现在有时间同我谈话吗？”

“这个时候给您打电话合适吗？”

“您能抽出点儿时间听听我的话吗？”等等

如果你想定期和对方进行这种讨论，应征询对方定在哪一天、哪一个钟点更为方便。这样做，既是为了使对方能定下心来与你从容讨论，同时也是个风度问题。在别人正忙时去电话打扰是不礼貌的行为。

新营销意思 营销工作总结篇三

20xx在这将近一年的时间中我通过努力的营销经理工作，也有了一点收获，临近年终，我感觉有必要对自己的营销经理工作做一下总结。目的在于吸取教训，提高自己，以至于把营销经理工作做的更好，自己有信心也有决心把明年的营销

经理工作做的更好。下面我对一年的营销经理工作进行简要的总结。

在将近一年的时间中，经过市场部全体员工共同的努力，使我们公司的产品知名度在河南市场上渐渐被客户所认识，良好的售后服务加上优良的产品品质获得了客户的一致好评，也取得了宝贵的销售经验和一些成功的客户案例。这是我认为我们做的比较好的方面，但在其他方面在工作中我们做法还是存在很大的问题。

下面是公司20xx年总的销售情况：

从上面的销售业绩上看，我们的工作做的是不好的，可以说是销售做的十分的失败。xx产品价格混乱，这对于我们开展市场造成很大的压力。

客观上的一些因素虽然存在，在营销经理工作中其他的一些做法也有很大的问题，主要表现在销售工作最基本的客户访问量太少。市场部是今年四月中旬开始工作的，在开始工作倒现在有记载的客户访问记录有xx个，加上没有记录的概括为xx个，x个月xx天的时间，总体计算三个销售人员一天拜访的客户量xx个。从上面的数字上看我们基本的访问客户工作没有做好。

沟通不够深入。销售人员在与客户沟通的过程中，不能把我们公司产品情况十分清晰的传达给客户，了解客户的真正想法和意图；对客户提出的某项建议不能做出迅速的反应。在传达产品信息时不知道客户对我们的产品有几分了解或接受的什么程度。xxx及汽车运输有限公司就是一个明显的例子。

工作没有一个明确的目标和详细的计划。销售人员没有养成一个写销售工作总结和计划的习惯，销售工作处于放任自流的状态，从而引发营销经理工作没有一个统一的管理，工作时间没有合理的分配，工作局面混乱等各种不良的后果。

新业务的开拓不够，业务增长小，个别业务员的工作责任心和工作计划性不强，业务能力还有待提高。

现在xx市场品牌很多，但主要也就是那几家公司，现在我们的产品从产品质量，功能上属于上等的产品。在价格上是卖得偏高的价位，在本年销售产品过程中，牵涉问题最多的就是产品的价格。有几个因为价格而丢单的客户，面对小型的客户，价格不是太别重要的问题，但面对采购数量比较多时，客户对产品的价位时非常敏感的。在明年的销售工作中我认为产品的价格做一下适当的浮动，这样可以促进销售人员去销售。在xx区域，我们公司进入市场比较晚，产品的知名度与价格都没有什么优势，在xx开拓市场压力很大，所以我们把主要的市场放在地区市上，那里的市场竞争相对来说要比xx小一点。外界因素减少了，加上我们的销售人员的灵活性，我相信我们做的比原来更好。

市场是良好的，形势是严峻的。可以用这一句话来概括，在技术发展飞快地今天，明年是大有作为的一年，假如在明年一年内没有把市场做好，没有抓住这个机遇，我们很可能失去这个机会，永远没有机会在做这个市场。

在明年的营销经理工作规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，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。在明年的营销经理工作中建立一个xxx□具有杀伤力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。

销售管理是企业的老大难问题，销售人员出差，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，对营销经理工作有高度的责任心，提高销售人员的主人翁意识。

3、培养销售人员发现问题，总结问题，不断自我提高的习惯。

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，在营销经理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。

4、在地区市建立销售，服务网点。（建议试行）根据今年在出差过程中遇到的一系列的问题，约好的客户突然改变行程，毁约，车辆不在家的情况，使计划好的行程被打乱，不能顺利完成出差的目的。造成时间，资金上的浪费。

5、销售目标今年的销售目标最基本的是做到月月有进帐的单子。根据公司下达的销售任务，把任务根据具体情况分解到每月，每周，每日；以每月，每周，每日的销售目标分解到各个销售人员身上，完成各个时间段的销售任务。并在完成销售任务的基础上提高销售业绩。

我认为公司明年的发展是与整个公司的员工综合素质，公司的指导方针，团队的建设是分不开的。提高执行力的标准，建立一个良好的销售团队和有一个好的营销经理工作模式与工作环境是工作的关键。

新营销意思 营销工作总结篇四

- 1、处理应急问题、对他人的心理状态的把握能力增强了；
- 2、心态的自我调整能力增强了；
- 3、团队的管理经验和整体区域市场的运作能力有待提升；

- 4、对整体市场认识的高度有待提升；
- 5、学习能力、对市场的预见性和控制力能力增强了。

这一个月业绩还是很不多的：

- 2、成功开发了四个新客户；
- 3、总现金回款110万，超额完成公司规定的任务。

对于我取得的业绩我分析为以下几点：

- 3、虽然完成了公司规定的现金回款的任务，但距我自己制定的200万的目标，相差甚远。

主要原因有□a□公司服务滞后，特别是发货，严重影响了市场，和经销商的销售信心□b□新客户拓展速度太慢，且客户质量差□c□重点市场定位不明确不坚定。

我走访的新客户中，有10多个意向都很强烈，但因为在于后期跟踪不到位，自己信心也不足，但最终落实很少，浪费了好资源！

- 1、没有在适当的时候寻找合适的其他潜在优质客户作补充；
- 2、没有能够引导经销商按照我们的思路自己运作市场。

对于平邑市场，虽然地方保护严重些，但我们通过关系的协调，经销商开发的特曲还是非常迎合农村市场消费的。在淡季来临前，由于我没有能够同经销商做好有效沟通，再加上服务不到位，最终经销商把精力大都偏向到啤酒上了。

- 1、注重品牌形象的塑造；

2、完善各种规章制度和薪酬体制，使之更能充分发挥人员的主观能动性；

3、加强产品方面的硬件投入，产品的第一印象要给人一种“物有所值、物超所值”的感觉。

新营销意思 营销工作总结篇五

一、主要经济技术指标完成情况

20xx年1-11月指标完成情况：实现购电量5.49亿kwh□完成售电量5.31亿kwh□同期比增长16.03%；应收电费3.07亿元，实收电费3.04亿元，电费回收率98.9%，收取陈欠电费5万元；平均电价完成543.19元/kkwh□

20xx年，受国民经济尤其是工业经济快速发展的拉动，全区用电量继续保持高速增长。全社会用电量53253.23万kwh□同比增长15.8%。其中：农业用电量3631.38万kwh□同比增加118.3%；工业用电量为36786.92万kwh□同比增长12.72%；非居民照明用电量为1666.69万kwh□同比增长8.84%；居民生活用电量8476.71万kwh□同比增长21.12%。农业、工业、非居民照明与居民照明用电比例由上年同期的7.76%：73.13%：3.43%：15.68%变化为7.09%：72.83%：3.3%：16.78%。居民生活用电比重有所增加。

三、主要工作完成情况

1、积极开拓电力市场，全面实现增供扩销

今年1-11月累计受理客户申请163户共42358kva□接火送电111户，送电容量共计26570kva,供用电合同的签订率100%，全面兑现十项服务承诺，客户评价满意率达到100%。新增电量1200万kwh,有力促进了公司电量增长。

2、全面加强计量管理

一是加大科技投入：今年公司投资40万元进行了计量中心改造，投资23万元建立了计量中心标准库房，投资14万元新购置三相多功能校验台一台，全面提升了公司计量管理标准和管理水平。

二是积极淘汰机械表：今年公司投资淘汰改造单相电能表1.5万只，三相电能表600只。

三是加强密封计量装置改造：积极贯彻市公司计量工作会议精神，积极推广密封计量装置新技术，采取以点带面，全面推广的方式首批改造计量装置50个台区，计划配合新农村建设改造和新增用户工程全面推广，重点加强对工业客户计量封闭管理。

四、电能表检定：校验单相电能表4481只，三相电能表2250只；电能表周期497只；计量标准器和标准装置的周期检定：送检标准电能表5只，互感器校验仪1台，周期受检率和周检合格率都达到100%；考核单相48表位计量标准装置并办理标准证书。

3、加强需求侧管理

建立客户需求侧管理，建立了高标准的需求侧管理中心。通过公开招投标选择了一家gprs生产厂家，到今年年底安装315kva以上客户变压器20台，计划明年对315kva以上客户变压器全部安装完毕。确定了两名高素质的同志专门负责。

需求侧中心的建立，不仅实现了对大客户用电负荷情况的时时监控，同时对提高电网和客户负荷预测的准确性提供了第一手资料。

4、优质服务再上新台阶

一、建立健全了优质服务常态运行机制，根据省集团公司优质服务常态运行机制考评标准，认真对照落实常态运行机制建设标准，建立了优质服务常态运行领导小组，将优质服务全面纳入公司“十一五”发展规划和领导日常工作管理，健全了优质服务常态运行考评办法，与公司经济责任制考核相结合。

二、今年是电力营销优质服务进万家活动年，为进一步提高供电服务质量，强化服务管理，及时准确地掌握并迅速解决优质服务中存在的问题，我们制定了《供电优质服务工作例会制度》，规定每周五下午召开优质服务例会，对一周的优质服务工作进行梳理、考核，提高了投诉处理速度，拉近了公司与客户的距离，提升了公司服务水平。

三、充分利用95598系统，我们作为市公司95598系统分站，客户代表认真专研业务知识，规范服务、热情服务，对客户的投诉、咨询、报修等业务在规定时间内给予答复，到目前共处理工作单601份，其中：咨询查询工作单440份，故障报修工作单161份，没有出现超时工作单，客户统计满意率为100%。

5、深入开展优质服务“百问百查”活动

自国家电网公司推出优质服务“百问百查”以来，营销部积极贯彻落实公司工作安排，大力宣传“百问百查”活动意义，通过多种形式、多渠道，深入学习“百问百查”知识，为公司牵头印发了“百问百查”学习知识手册和学习记录共两千份，密切联系工作实际，深入开展“问查改”，实行每天一查、每天一记录。对营销部全体员工进行了三次“百问百查”知识考试，切实提高了员工的服务意识，增强了责任感、紧迫感和主人翁意识，全面提升了公司优质服务水平。

辛勤的劳动，换来的是丰硕的成果：在市公司7月份组织的优质服务“百问百查”知识竞赛中，由营销部组成的竞赛小组

取得了团体第一名；在11月份组织的营业抄核收技术比武中获得团体第三名。

6、全面做好重要客户和高危客户的用电安全检查

根据市公司工作安排，今年我们联合区经贸局、区安监局对管理的重要客户和高危客户集中开展了两次大规模、全面的用电安全大检查。建立健全了客户档案，重新核签了高压供用电合同。先后查处故障隐患63处，由区经贸局下达了书面整改通知，限期进行整改。对整改情况，责任单位书面上报区经贸局和供电公司。对高危客户的检查结果公司联合区经贸局书面上报给区政府。

通过检查，不仅确保了客户的用电安全，取得了客户满意，同时确保了电网的安全运行。

7、警电联手，严厉打击违法用电和破坏电力设施行为

当前，破坏电力设施和偷窃电现象屡禁不止，尤其偷盗破坏电力设施行为大有予演愈烈之势，从去年入冬到今年11月全区共出现偷盗破坏电力设施案件21起，造成10kv线路或分支线路接地17条次，损失电量38万kwh，直接经济损失近50万元，间接损失无法估算，严重影响了全区的经济发展和群众生活。针对这一现象，区委区政府高度重视，由区政法委牵头，联合公检法司等司法部门，我们全力配合，开展了冬季严打行动，并与区公安分局长期联合办案，不定期打击偷盗破坏电力设施和偷窃电行为。

到目前为止，共破获偷盗破坏电力设施团伙两起，抓捕起诉破坏分子四人；破获窃电团伙一起，抓捕起诉两人；查处窃电行为14起，追补电量21万kwh。

8、全力保障创一流工作的顺利进行

今年，创建国家一流供电企业是我公司的一项重大任务。营销部着重抓好员工的经常性思想工作，营造了良好的“创一流”工作氛围。积极落实公司的布署安排，对照考核细则，细划资料体系，落实资料整理责任人，将一流工作与实际工作相结合，强化基础管理和细节管理，保证了各项工作正常有序地开展。

四、20xx年营销工作重点

认真贯彻市公司有关营销工作精神，围绕建设“一强三优”现代公司战略目标，以建设国家一流供电企业和同业对标工作为主线，以安全稳定工作为基础，强化大营销、大市场、大服务理念，狠抓营销管理，狠抓各项具体工作措施的落实，确保全面和超额完成年度各项工作目标任务。

1、强化安全管理，夯实工作基础

安全生产是建设一流的核心，是经济效益的保证，也是做好各项工作的基础。我们要认真学习、积极宣传安全用电常识，组织好安全培训和安全活动，使全体人员牢固树立“安全第一”的思想，安全生产“可控、在控”的观念。认真做好春秋检试验和各项安全大检查，杜绝人身触电伤亡，大面积停电和重大设备损坏事故，以“零违章”确保“零事故”，全面实现安全生产“可控，在控”。

2、增强营销管理，进一步开拓电力市场

以提高市场占有率为目标，加强市场调研分析，开展需求侧研究，培育新的用电增长点。密切关注政府招商引资工作，对新上项目、重大项目做好跟踪服务，超前介入。继续优化服务流程，构建方便快捷的服务网络和反应灵活的服务体系。实施综合检修，提高计划停电兑现率，减少重复停电。积极开展带电作业，努力减少停电时间。进一步严格岗位管理，严格内部考核，确保全面兑现服务承诺。

3、加强电力计量管理工作，确保计量准确

加强电力计量管理工作，确保计量准确。严格执行年度、月度计量电能表的轮换、现场校验和定检计划，并按照计划认真实施，积极开展pt二次压降测试工作。加强计量人员培训，培养一支知识化、年轻化的高素质计量管理队伍。加强计量管理、防窃电技术的学习、研究和交流，探索有效的防范偷窃电应用技术，提高相关人员的理论及应用技术水平。

4、继续加大营业普查和用电稽查力度

加大营业普查和用电稽查力度，通过营销mis与工商局工商户档案对比，杜绝低价高用等违约用电行为。要继续做好电力设施保护工作，贯彻“预防为主、打防结合”的方针，根据实际情况，采取相应的对策措施。加强封闭计量改造和加装无功补偿装置，坚持警企联手打击窃电行为，减少电能损失。

5、进一步抓好电费回收工作，确保电费结零

高度重视电费回收工作，继续发扬“三千精神”，加大催收力度，完善客户信用等级评估制度，定期召开电费回收分析例会，并找出共性问题 and 规律，及时制定应对措施。对部分恶意欠费的用户，要有效运用法律手段，通过电力行政执法来维护企业合法权益，确保电费月结月清、年底结零。

6、加强行风建设，进一步提高优质服务水平

建立健全优质服务常态运行机制，认真落实“三个十条”和“八个强化、八个严禁”，进一步提高电力优质服务水平。规范和完善客户服务中心建设，通过完善岗位设置，明确职责分工，进一步理顺和优化业务流程，实现客户服务中心的对外信息受理、发布中心和对内优质服务调度指挥中心的功能。

20xx年，我们将认真贯彻落实市公司营销会议精神，以提高经济效益为中心，强化大营销、大市场、大服务理念，实施营销精细化管理，努力打造和谐营销环境，大力推进“一强三优”现代公司的建设，努力开创电力营销工作新局面。

新营销意思 营销工作总结篇六

现在进入公司已经将近有3个月的时间，这一个月的学习过程对我来说是至关重要，在这段时间里我学到了很多新的东西，比如业务上的谈判，产品知识的实际运用以及新环境下同事之间的和睦相处等等，现就本周的一些心得与体会写一下。

一、总结：

x月份截至目前出了三单的成绩，完成了自己的初步任务目标，在这里我要感谢xx□xx的帮忙。没有她们的帮助这个单子是不会这么顺利拿下来的。

经过这不到一个月的电话营销，自己也总结了一下小小的心得经验：

1. 首先确定产品的使用目标，在和客户沟通之前，要充分的了解客户，因为我自己认为不能为了打电话而打电话，是为了成单而打电话。针对不同的客户侧重讲不同的内容，正如每个人的心态不同，与我同年这一辈多是自傲的人，他们的虚荣心不允许他们在别人面前承认自己某方面缺陷，因此他们对保健品十分排斥，或者他们本身十分健康，根本不需要这些。此刻作为最大的消费人群，我们要换个角度，从父母下手，百善孝为先，可以以情动人。

2. 其次要有正确的决策者。在工作中能找到一个真正的决策者也是需要下一番工夫的，在没有确定接电话的人是否是决策者时轻易不要暴露自己的身份，可以从旁去询问出哪些人有决策权，要出电话与姓名，这时需要的我的说话艺术，对大数的人

来说,他(她)们在不是很忙的情况下会很热心的告诉你一些情况,如果在工作烦忙时会很暴,这时就不易过多的谈话,并表示出你的感谢马上挂电话。

3. 再者要有积极地心态和正确的话术。虽然平时会受到许多质疑甚至侮辱,但我明白,自己必须承受压力和调节好个人情绪的变化,每天工作时都要保持一个很热情很积极的心态,用你的热情去打动对方。

4. 对于意向客户。对于意向客户要时时及时的跟踪,坚持不懈的跟踪。目前我的客户中自己感觉有意向的,有30个。我认为自己目前所做的是了解这些人,获悉他们徘徊的缘由,从根本下手,争取一举拿下。

5. 但经过长期的训练,本人认为要做到取舍。对于钉子户,要敢于放弃,也许一个人的时间可以换来二个客户。同时不能气馁,心态摆正,卖不出,不一定永远卖不出。

二、计划

爱自己的工作,爱自己的团队