

营销部总结报告(实用10篇)

在现在社会，报告的用途越来越大，要注意报告在写作时具有一定的格式。掌握报告的写作技巧和方法对于个人和组织来说都是至关重要的。下面我给大家整理了一些优秀的报告范文，希望能够帮助到大家，我们一起来看看吧。

营销部总结报告篇一

我认为公司明年的发展是与整个公司的员工综合素质、公司的战略方针、厂家的政策扶持、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。我们销售部在20xx年有信心，有决心为公司再创新的辉煌！

市场是良好的，形势是严峻的。通过今年自主品牌的销量下滑，厂家一定会调整应对的策略。明年是大有作为的一年，我们一定要内强素质，外塑形象。用铁的纪律，打造铁的团队，打一场漂亮的伏击战。假如在明年一年内没有把销售做好，我们很可能会失去这个发展的机会。

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。只有通过高素质高效率的销售人员不但能提高车的销量，而且能把、上户、装潢等附加值上一个新的台阶。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. 完善销售制度，建立一套明确系统的管理

销售管理是企业的大难题，销售人员的出勤、见客户时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。强化销售人员的执行力，从而提高工作效率。

3. 提高人员的素质、业务能力

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。

4. 建立新的销售模式与渠道

把握好制定好保险与装潢的销售模式，做好完善的计划。同时开拓新的销售渠道，利用好公司现有资源做好店内销售与电话销售、邀约销售、车展销售等之间的配合。

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销售顾问身上，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。

5. 顾全大局服从公司战略

20xx的销售工作，要深入了解电子行业动态，要进一步开拓和巩固国内市场，为公司创造更高的销售业绩。

营销部总结报告篇二

(一) 强化，提高素养

随着社会的快速发展，要适应现代养殖业的快速发展，必须要不断的提高自我的素养，这样才能跟得上时代发展的需求，

本年度，本人重点通过多种形式，不断提高自我的思想素养，一方面，通过多形式，多渠道，不断提升自我的理论修养，品质修养，另一方面，积极学习现代畜牧养殖业业务知识，通过学习，了解现代养殖业的各种新知识，新技术，为未来工作更好的开展夯实了基础。此外，还重点学习了销售学等新的专业知识，通过各种有效的学习活动，极大的提高了自我的知识储备，提升了自我的综合素养。

(二) 遵章守纪，团结同事

今年来，在工作中，我严格遵守各项工作制度，做到不迟到不早退；在工作，凡是同事遇到的困难，我都能够积极的去帮助他人，不计较个人得失，如：下半年，公司司机辞职后，新司机招聘未果，根据领导工作安排，我积极完成好原本由司机承担的送货任务，确保能够把公司的各种饲料兽药按时送到各猪场等客户手中，从不计较，自己工作的得失多少。

(三) 做好销售，热心服务

为圆满本年度的销售目标任务，我积极主动的做好公司各种新产品的推广工作，通过各种形式渠道，加强与猪场等客户群体的交流沟通，真实了解他们的消费需求，积极宣传我司新推产品，为全年销售任务的顺利完成夯实了基础；此外，除去做好新产品的推广外，我还积极做好各项服务工作，当新产品第一次被客户采纳使用时，为了了解产品效力，解答实际使用过程中的各种难题，我甚至一天连续跑同一客户家几次，为的就是真实掌握情况，了解实情，通过我的热心服务，真心服务，客户的满意度极大的得到了提高，全年无任何投诉。

(一) 加大学习力度，不断提高自我掌握新知识的水平，储备新知识，迎接新挑战。

(二) 围绕着年度销售任务计划，做好计划安排，确保销售任

务圆满顺利完成。

(三)进一步强化服务意识，用真诚的服务，耐心的服务，巩固老客户，力争通过老客户的口碑开辟更多新的客户，同时，自己积极主动，通过多形式不断开辟更多的新客户。

时光飞逝，充满希望的20xx年就伴随着新年伊始即将临近，在新的一年里，个人将立足本职，扎实做好各项销售工作，为公司科学发展贡献出自我更大的力量。

20xx年即将过去，我来到xx已经有九个多月的时间。感谢xx各位领导对我的关心和信任，感谢xx为我提供了发展的平台，让我在工作和学习当中不断地成长、进步。回顾过去的这九个月的光，那是我人生中最重要的一个阶段，让我学到了很多在学校里不能学到的东西。在此，我感谢xx运营管理区的各位领导，感谢xx□xx的各位领导，是您们的关心，才能让我在工作当中得心应手，学到我梦寐以求的真正本事。

营销部总结报告篇三

20__年的到来，在即将过完的寒冬里我们已闻到春天的清香，酒店销售部工作计划。于此同时，酒店给我们部门制定了新的工作计划，作为市场营销部的我们是负责对外处理公共关系和销售业务的职能部门，是酒店提高声誉，树立良好公众形象的一个重要窗口，它对总经理室进行经营决策，制订营销方案起到参谋和助手的作用，它对酒店疏通营销渠道，开拓市场，提高经济效益和社会效益起到重要促进作用。

一、建立酒店营销公关通讯联络网今年重点工作之一建立完善的客户档案，对宾客按签单重点客户，会议接待客户，有发展潜力的客户等进行分类建档，详细记录客户的所在单位，联系人姓名，地址，全年消费金额及给该单位的折扣等，建立与保持同政府机关团体，各企事业单位，商人知名人士，企业家等重要客户的业务联系，为了巩固老客户和发展新客

户，除了日常定期和不定期对客户进行销售访问外，在年终岁末或重大节假日及客户的生日，通过电话、发送信息等平台为客户送去我们的祝福。今年计划在适当时期召开次大型客户答谢联络会，以加强与客户的感情交流，听取客户意见。

二、开拓创新，建立灵活的激励营销机制。开拓市场，争取客源今年营销部将配合酒店整体新的营销体制，重新制订完善××年市场营销部销售任务计划及业绩考核管理实施细则，提高营销代表的工资待遇，激发、调动营销人员的积极性。营销代表实行工作日志，每工作日必须完成拜访两户新客户，三户老客户，四个联络电话的二、三、四工作步骤，以月度营销任务完成情况及工作日志综合考核营销代表。督促营销代表，通过各种方式争取团体和散客客户，稳定老客户，发展新客户，并在拜访中及时了解收集宾客意见及建议，反馈给有关部门及总经理室。

强调团队精神，将部门经理及营销代表的工薪发放与整个部门总任务相结合，强调互相合作，互相帮助，营造一个和谐、积极的工作团体。

三、热情接待，服务周到接待团体、会议、客户，要做到全程跟踪服务，全天候服务，注意服务形象和仪表，热情周到，针对各类宾客进行特殊和有针对性服务，限度满足宾客的精神和物质需求。制作会务活动调查表，向客户征求意见，了解客户的需求，及时调整营销方案。

四、做好市场调查及促销活动策划经常组织部门有关人员收集，了解旅游业，宾馆，酒店及其相应行业的信息，掌握其经营管理和接待服务动向，为酒店总经理室提供全面，真实，及时的信息，以便制定营销决策和灵活的推销方案。

五、密切合作，主动协调与酒店其他部门接好业务结合工作，密切配合，根据宾客的需求，主动与酒店其他部门密切联系，互相配合，充分发挥酒店整体营销活力，创造效益。

加强与有关宣传新闻媒介等单位的关系，充分利多种广告形式推荐酒店，宣传酒店，努力提高酒店知名度，争取这些公众单位对酒店工作的支持和合作。20__年，营销部将在酒店领导的正确领导下，努力完成全年销售任务，开拓创新，团结拼搏，创造营销部的新形象、新境界。

20__年工作计划报告完毕，我们部门会尽的能力使服务做到更好，利润收入更高。

一、建立酒店销售公关通讯联络网今年重点工作之一建立完善的客户档案，对宾客按签单重点客户，会议接待客户，有发展潜力的客户等进行分类建档，详细记录客户的所在单位，联系人姓名，地址，全年消费金额及给该单位的折扣等，建立与保持同政府机关团体，各企事业单位，商人知名人士，企业家等重要客户的业务联系，为了巩固老客户和发展新客户，除了日常定期和不定期对客户进行销售访问外，在年终计划在适当时期召开次大型客户答谢联络会，以加强与客户的感情交流，听取客户意见。

二、开拓创新，建立灵活的激励销售机制。开拓市场，争取客源今年营销部将配合酒店整体新的销售体制，重新制订完善20__年市场营销部销售任务计划及业绩考核管理实施细则，销售代表实行工作日记志，每工作日必须完成拜访两户新客户，三户老客户，四个联络电话的二、三、四工作步骤，以月度销售任务完成情况及工作日记志综合考核销售代表。督促销售代表，通过各种方式争取团体和散客客户，稳定老客户，发展新客户，并在拜访中及时了解收集宾客意见及建议，反馈给有关部门及总经理室。

强调团队精神，强调互相合作，互相帮助，营造一个和谐、积极的工作团体。

三、热情接待，服务周到接待团体、会议、客户，要做到全程跟踪服务，全天候服务，注意服务形象和仪表，热情周到，

针对各类宾客进行特殊和有针对性服务，限度满足宾客的精神和物质需求。制作会务活动调查表，向客户征求意见，了解客户的需求，及时调整营销方案。

四、做好市场调查及促销活动策划经常组织部门有关人员收集，了解旅游业，宾馆，酒店及其相应行业的信息，掌握其经营管理和接待服务动向，为酒店总经理室提供全面，真实，及时的信息，以便制定营销决策和灵活的推销方案。

五、密切合作，主动协调与酒店其他部门密切配合，根据宾客的需求，充分发挥酒店整体营销活力，创造效益。

加强与有关宣传新闻媒介等单位的关系，充分利多种广告形式推荐酒店，宣传酒店，努力提高酒店知名度，争取这些公众单位对酒店工作的支持和合作。

20__年，销售部将在酒店领导的正确领导下，努力完成全年销售任务，开拓创新，团结拼搏，创造营销部的新形象、新境界。

营销部总结报告篇四

1、销售情况

形成以点带面、各个击破、分兵突围、全面发展的思路[]20xx年完成销售收入1134万（至11月止）。其中军品533万，民品601万，分别占销售比例47%和53%。

2、主导民品

1) 下半年与娄底中兴公司合作比较顺利，从工装到产品零件配套加工，从小批量到大批量生产逐步迈出民关键第一步。今年实现销售收入32万。

2) 608所产品燃气机已得到军方评审，其中主机匣、行星架由我公司配套生产提供，今年开始小批量生产，明年可进入批量生产。今年实现销售收入49万。

3) 长沙金镭公司产品组合夹具重点在结构件上，有一定的批量。今年实现销售收入220万。

4) 与衡阳镭目公司的合作已引起该公司高层的重视，其主打产品塞棒机构和电动缸、打号机、喷号机与我公司合作，今年实现销售收入18万。

5) 与北京理工大学签订合同在装药压力成型实验系统采购项目中所需装药压力成型实验系统共计167万。

6) 其它长期业务单位如科盟、凌志、金奥博、湖大海捷等系列产品与零星、承揽共计115万元。

3、军品工装、锻件及非标制造生产

20xx年，营销部加强与江南（机器）集团公司的业务往来，为军品分厂提供202d□205d□302□702等军品锻件，完成了包括202d□302□直十、气瓶等产品的工装制造、量具修理、设备修理等各项任务共计530多万元，为江南机器（集团）公司军品生产和科研任务的完成作出了贡献。

4、采购业务

今年的采购工作经历了比较严峻的挑战，一方面要求尽量降低采购成本，另一方面公司的资金紧张状况没有改善，但在公司领导的正确指引和大力支持下，营销部保质保量完成了全年项目采购任务。按公司规定支付相关款项，坚持“优质、低价、及时”与“就近采购”原则，做到成本控制有力，供应渠道畅通，在保证公司项目正常实施的同时，维护了公司建立的采购物流渠道，维护了公司的信誉度。

今年年中,公司对组织机构及管理人员进行了调整,精减了机构,撤消了经营部,将采购划入,成立了营销部,扩大了营销队伍,取得了一定的成效。

1、人员思想意识方面

人员思想意识的快速转变,是决定营销管理工作顺利开展的决定性因素。因此,营销部把与营销员的交流沟通贯穿于管理工作的始终,通过多次召开会议与营销员们面对面进行沟通交流,使他们认清公司当前形势,紧密结合营销工作实际的要求,制定并强化目标量、回款率的绩效考核制度,有效的促进营销员从思想意识上快速进行转变。

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13人,虽然是从不同的岗位转岗过来,他们很快熟悉并熟练掌握了业务运作的相关流程。对这13名业务人员,营销部按业务对象和重点进行了划分,共分为5个业务小组。各组之间分工协作,既突出了业务工作的重点,又防止了市场出现空白和漏洞。

3. 完善内部管理机制,理顺管理流程

首先,出台了《营销部人员业务分组管理办法》,对业务人员的工作重点和对象范围作出了明确的规定;对每一项具体的工作内容也作出了具体的要求。

根据董事会上通过的《20xx年岗位说明书》中相关规定,进一步完善工资分配方案,对营销人员的工资分配与业绩挂钩、与回款率挂钩,杜绝岗位挂空现象。对不能胜任营销人员及时清理处理,真正做到绩效与岗位挂钩与员工挂钩,充分调动了业务人员的工作积极性。

为有效理顺部门内部管理，先后建立了合同评审流程、完善订单登记台账、发货管理台账、外协件检验登记台账和售后服务台账等业务流程细节。针对新划入的采购业务，规范采购管理，提高资金使用效率，制定了《比价采购管理办法》。

1、民品市场开拓上重点明确与4个单位合作。其中娄底中兴与衡阳镭目两公司销售收入过亿，合作前景良好。再加上608所产品和金缕公司组合夹具的生产特别适合我公司现有设备加工条件。

2、营销部业务人员主动出击，加大与客户的沟通频度，听取意见和建议，改善了和客户的关系。向客户索要订货计划，以客户需求为导向，按需供货。货由专人专车分送，款由对应业务人员收回，提高工作效率。

3、销售轴承加工设备5台，销售回款率为100%。

4、积极收集市场信息，并反馈各部门，跟踪生产进度并督促有关部门对产品质量加以改进完善。

5、开拓市场，在原有销售业务的基础上，今年新开拓了娄底三一中兴、北理工、48所等新业务。

6、对备件提供和销售进行了有效的管理，较好地满足了客户要求。对凸轮磨等项目的备件进行了清理处理，为公司盘活资金。

7、加强了宣传力度。设计制作了中兴供应商调查表，设计印制了公司宣传册，并充分利用网络等形式宣传公司的品牌和服务。

营销部通过一年工作的开展，虽初显成效，但离最终目标还有一定差距，还存在很多不足。营销部全体人员在以后的工作中将团结一致，共同努力，以“服务、理解、发展、价

值”为指导思想，努力工作，为力德公司的生产发展贡献自己的力量。

营销部总结报告篇五

自20xx年6月，我进入公司策划部门已经经历了六个月，经过六个月的磨合及策划工作，让我对策划的工作有了更深刻的认识。

首先，策划部门的工作是为了更好的服务销售部门，为销售提供更有利，更鲜明，更便利的获客途径。同时无论是平面设计的内容，还是文字的撰写都需要从销售的角度出发，结合策划的创意，向目标受众表达项目产品及品牌内涵，这样才能为销售提供更有利的条件。

一，约定投放时间，包括每日投放时间，整个广告投放的时间跨度。

二，根据现阶段投放效果调整投放条件，将整个广告投放分为三到四个阶段，从第二阶段开始，根据前一阶段客户条件选择，及投放效果进行调整，为之后的广告投放提供有力的支撑。

再次，进行方案撰写的过程中，需要注意以开发商的角度及需求撰写，不能只凭个人感觉，同时撰写的过程中要注意事前沟通，撰写过程中的交流以及事后调整，尽量不要出现大面积反稿的情况。另在方案撰写过程中要总结必须的部分，形成撰写体系，方便以后方案撰写。

最后，作为需要三到四人的部门，在明年的工作中要做好人员的招聘及协调，这也正是自己十分需要成长的部分。

而我对策划部门的规划是在项目有三到四个时，需要配备一个平面设计，负责项目平面广告，日常宣传图片的设计；一

个文案，负责相关项目文案的撰写，搜狐号及头条号等的运营；一个策划助理，负责日常甲方的配合沟通，活动方案的撰写及执行，竞标方案部分撰写工作及日常市调工作。

而这些绝不是一朝一夕就能配备齐全的。此三个岗位优先级应是策划助理，平面设计，文案。

在明年的工作中也会根据此情况进行人员的招聘。以上是我对本部门工作总结及明年工作计划。

营销部总结报告篇六

大家好！

20xx年上半年，在面对国家经济下行，白酒行业深度调整，市场品牌竞争无序的市场环境下，营销公司紧紧围绕集团下达的销售任务目标，在全力确保销售任务的同时，开展了以“忠義勇”系列新产品上市为核心的市场转型工作，为破解市场难题，创新营销思路，扭转销售现状，全面提升品牌形象奠定了坚实的基础。在此，我代表营销公司衷心地感谢集团各级领导对我们的关心与指导，感谢远道而来的经销商朋友的信任与坚守，感谢公司各部门的支持与关注，感谢全体营销人员的辛劳与付出。

下面，我将半年来的工作情况向大家汇报如下：

截止6月30日止，公司共实现销售回款4、0024亿元，占年度计划35、84%；市场发货226、70万件，占年度计划36、63%。

核算等管理制度，以及加强与财务部门的沟通，增强了市场费用管控的规范性；三是在市场管理上，通过对产品的喷码标识，市场销售过程中的监管跟踪，有效地促进了市场秩序的稳定性；四是在市场建设上，通过全员参与“春雷行动”新产品铺市工作，重新梳理和健全终端网络，提高了基础工

作的标准性。从4月11日起，公司全面启动新产品铺市，截止7月1日，省内共计54个市场启动新产品上市工作，终端累计铺市进店24318家。武汉市场十年、精制红韵基本达到了全网络覆盖，可以说，市场的定位和布局日益明确，市场基础正在夯实，为下半年的销售奠定了基础。

在完成上半年市场各项工作的同时，我们也查找出诸多的问题：

一是老产品销量下滑加剧。随着市场经济的低迷，国家多项政策的限制，白酒消费数量的持续放缓，我们以中低档产品为主打的销售市场受到严重冲击，加上老产品价格倒挂，利润空间偏低，新产品推广速度过缓等因素，导致经销商在市场运作过程中，对企业品牌信心不足，观望态度和畏难情绪严重，在销售老产品时，主动性不强，热情不高，对公司开展的阶段性活动失去了方向，不知道自己的市场应该做哪一款产品好，导致我们上半年阶段性活动效果均未达到预期。在面对以往终端客户参与促销活动，一次性可以拿货30件、50件，到现一次只拿3件、5件的市场自然销售态势变化，所有人员茫然不知所措，依然沉浸在传统的思维和惯性的销售模式当中，还在期待和幻想，旺季会改变，下一次会比这一次好。

四是配合意识严重不足。当前市场的经济环境不好，白酒行业销售不太可观。在这种形势下，我们一部分经销商不是主动地去思考如何战胜困境，改变市场格局，而是一味的坐等公司指方向，给政策。在此我引用马云在“企业家精神在市场经济中怎样发挥主导力量”演讲中的一句话：“在经济环境越来越糟糕的今天，如果我们不主动地思考自己未来的发展方向，不主动寻找自救出路，而是坐等政府出台什么样的政策，坐等经济学家来预测明天经济如何发展，那是一种悲哀”。不仅我们如此，在座的经销商也是如此。现在公司拖着大家拼命往前跑，而大家还在原地打转，不仅在市场操作上等、靠、要思想严重，甚至在对厂家工作的配合上，产生

了公司不给政策就不提货、不回款，活动政策小了我就不跟你玩的博弈思想，我想这最终都是害自己。

抱团取暖，共度难关。但真正在面临困难之际，我们在座的有一部分人，不仅没有给企业发展增添动力，反而带来了诸多的负面影响。在这里我只说几种现象：一是趁着市场混乱，在代理关公坊的同时，暗中转移资金希望寻找其他白酒品牌合作来获得更大利益的；二是不参与、不配合公司活动，持观望态度还到处散播企业负面信息的；三是一味抱怨企业市场投入少，对厂家怨气过重，甚窜通其他经销商计划中途离场的等等。大家在市场经营中，有这样或那样的想法，这无可厚非，但在这里我还是要阐明一个道理，厂商在利益上都是相辅相承、休戚与共的，企业的发展离不开市场，否则就是无本之木必定枯竭，同时，厂商之间也都是双向选择的，任何单个市场也不可能拖住和羁绊企业发展的步伐。现在很多商家在反映市场问题时，总把所有问题归结于市场投入少，广告做的不够多，费用支持不够大。不知大家想过没有，企业的费用投入来源于哪里，是国家对关公坊的专项补贴？还是银行给我们的无偿贷款？试问我们有部分市场一年到头，卖来卖去都是卖的几十块钱一件的低档产品，人本工资都不够支付，我们的费用又从何而来了？我希望所有的人员都应该认真的思考一下，越是艰难的时刻，大家越要有冷静的思维，清晰的头脑和明智的选择，紧跟公司的转型步伐，再难也要咬紧牙关，因为坚持就是胜利。

今天可能有人会说，我的总结报告说的问题很尖锐，讲的内容不好听，我想在企业面临生存危机、发展瓶颈的时候，再好听的话也解决不了实际问题。因此，我们大家只有真正体味到切肤之痛，有了面对市场问题的勇气，有了战胜困难的智慧决策，有了同舟共济，荣辱与共的斗志□20xx年，我们的市场才能真正看到希望，也才能真正得到彻底转变。

下半年，我们主要从以下几个方面开展市场工作。

一是统一思想强化执行。在上面的总结报告中，我已全面陈述了市场问题，剖析了原因。下半年我们必须从思想上统一，观念上转变，作风上改进、行动上落实来提高市场工作成效。在此我要求：所有经销商要增强配合意识，提升市场服务质量，重塑关公坊品牌形象；所有营销人员必须转变工作作风，强化责任意识，提高市场执行力。从7月份开始，继续以“春雷行动”新产品铺市为主线，重新梳理终端网络，重新维护终端客情，确保关公坊产品终端覆盖率达百分百，客户满意度百分百。对于不支持、不配合公司工作，负面情绪过大的经销商，公司坚决予以淘汰出局。对于消极怠工，人浮于世成天混日子的营销人员，公司坚决予以调整。

型。同时，我们还将定型武汉“忠義勇”系列产品的设计，确定以武汉十年、精品、精制、精制红运为主，忠義勇上市转型为辅的市场调整策略，力争在20xx年全面完成武汉的产品转型。

三是加强新品推广力度。6月份，根据参加“春雷行动”市场的申请，公司组织专班对“忠義勇”系列新产品的铺市率进行了严格检核。目前铺市率达90%以上的市场有xx个，达到80%的有13个，达到70%的有2个。之前参加“春雷行动”第一阶段铺市活动并达标的市场，务必做好产品的拉销和陈列排面的维护工作。在此次检核中，部分市场明显有为了应付检查，采取突击手段进行产品赊销而达标的。10月份，公司还将组织专班人员对已达标的市场进行复查，凡出现网络萎缩，铺市率下滑，兑奖不及时的情况，公司将对市场及责任人予以处罚。

下半年，在新产品的推广上，我们重点做到：一是广告宣传方面，各市场主要以义字酒为主，加快更换或新投放广告的速度，确保新产品户外宣传的统一性。二是铺市活动方面，我们将针对未参与公司检核，检核未达标以及未启动新产品铺市的市場完善《新产品铺市奖励方案》。三是人员补充方面。7月份，针对基础氛围薄弱的市场，公司将继续抽调30余

人分组到达市场，协助营销人员开展新产品铺市，酒店拉销、夜场推广等工作，力求市场活动参与率百分百，达标率百分百；此外，凡不参与新产品铺市活动的市场，公司将加快新产品空白市场的招商工作，确保全省新产品全面上市。

四是提高定制产品销量。有人曾说，一个产品的畅销和热卖，必定迎合了一代人的消费习惯。自20xx年底，关公坊推出姓氏文化定制酒以来，其独特的创意设计、精美的包装形态、深厚的文化底蕴深受广大企事业单位，文艺收藏者、节假日庆典人群的青睐。尤其在宜昌市场的试点销售，获得了较高的知名度。可以说姓氏文化、宴席定制酒是关公坊未来产品转型、营销模式创新的一个主要方向。目前，关公坊下属的陶兴陶瓷公司，不仅具有批量的陶瓷品生产能力，更在陶瓷制作工艺上有了重大突破。在陶瓷白酒产品定制上，关公坊具有雄厚的实力和优势以确保产品的供应，基本达到标准定制1瓶起订，生产周期3至5天的保障能力。刚刚冯越已向大家介绍了姓氏酒、宴席定制产品，随后营销公司还将出台专项的市场推广方案，来加快产品全面推广的步伐。

五是增强氛围提升销量。下半年，我们在流通渠道上，针对忠義勇新产品，主要通过“再来一瓶”以及酒店现饮、夜场免品等方式，解决产品开瓶、动销的问题。同时加强对终端客户回访，提升市场服务质量，稳定终端产品价格，尤其是终端义字酒的补货，将不给予任何政策，确保新产品销售价格体系的稳定。在宴席推广上，公司将针对市场现状，制定宴席推广方案，并利用宴席酒棚的投放来拉动宴席产品的销售；在广告宣传上，除统一更换新产品广告画面外，根据各市场的需求新增部分墙体巨幅和形象店投入；另外，公司还将加大对知名度高，宣传效果好的公益活动进行合作赞助。通过以上措施来加快转型步伐，以提高忠義勇产品的销量和逐步提升企业品牌形象。

六是全面调整武汉市场。武汉市场既是公司的核心市场，也是关公坊的品牌形象市场。具有终端网络健全，销售氛围浓

厚，营销团队战斗力强的优势，但随着市场态势的不断变化，同样面临着人员执行力下降等诸多问题。上半年，武汉市场通过“春雷行动”集中精力开展了十年和精制红运两款产品的再次铺市工作，取得较好的成绩，下半年还将继续做好以下几方面的工作：一是加大市场监管力度。品牌服务水平是一个企业综合实力的体现，在市场管理上，为确保市场秩序、维护经销商利益，公司将针对市场实际情况，制定一系列的措施。为防止市场产品倒窜货问题，从7月份开始，所有武汉市场产品的区域喷码进行统一更改和调整，对于发往市场的每批产品由调运科做好生产批号及日期登记，便于公司备查。此外，武汉市场各区域经销商在上交市场奖票时，对非本区域的奖票要分类统计，并做好记录，对于阶段性某一区域出现大量其他区域奖票时，即可判定为倒窜货现象，公司将按市场管理办法予以严惩。同时，公司还将派遣专人常驻武汉市场，对市场产品的销售动向进行跟踪，凡蓄意窜货，恶意杀价，影响市场销售秩序的客户，营销公司将严查到底，决不姑息。二是推动十年、精制红运产品上量。下半年，我们将持续做好十年、精制红运的铺市、补货和终端宣传、维护工作，通过产品本身的“再来一瓶”设奖和cd类酒店的现饮拉动来逐步引导这两个产品的上量，顺利接替和补充老产品销量下滑的空当，弥补各级经销商利润。三是加快“忠义勇”产品上市。公司还将尽快完成武汉“忠义勇”系列产品的定型，并在明年3月份前，完成该套产品的选商、招商工作，重新布局武汉市场的销售格局，确保此套产品在武汉市场全面上市。

七是完善市场奖励方案。上半年，我们有54个市场先后启动了新产品铺市工作，且大部分市场经销商能高度重视，积极参与，确保了新产品铺市工作的顺利开展。下半年，公司将继续以“忠义勇”系列和武汉十年、精制红运产品的铺市、拉销活动为主线，制定系列的奖励方案。一是针对在“春雷行动”中，未参与第一轮检核或检核未达标的市场，可在8月10日前递交检核申请，凡检核达标的，仍可获得公司给予经销商最高30000元、主管4000元、业务员3000元的现金奖励。

二是针对在第一轮新产品铺市检核中已达标的市场，7月份全面开展城区酒店的铺市进场工作，凡检核达标的，公司将给予经销商最高5万元，分公司经理20xx元/市场的现金奖励。

三是针对已启动新产品上市且完成第一阶段提货任务的市场，在12月31日前，完成提货任务考核的，公司将给予经销商最高5万元、主管6000元、业务员5000元、分公司经理3000元/市场的现金奖励。此次“春雷行动”中，公司共拿出了150万元现金，对37个完成铺市任务的经销商、主管、业务员进行奖励，这既是对大家工作业绩的肯定，也是对大家努力付出的一种回报。此次受奖励的市场既有地级市也有县级市场，既有基础较好的也有相对薄弱的，他们既是榜样，更是我们学习的对象。事实证明，市场没有我们想像中的那么难，只要大家多花一点点精力，早晚多辛苦一点点，我们的任务目标就完成可以实现。下半年的市场奖励方案，考核内容既有铺市又有提货，考核对象既有经销商又有分公司经理、主管和业务员，只要你完成公司的考核任务，我们就给予高额的奖励，目的就要让真正用心做市场和做成市场的人员付出就有回报。

八是月度市场活动安排。

1、下半年，“忠義勇”系列新产品的铺市仍然是贯穿七、八月份工作的重点。一是“忠義勇”系列产品的铺市已检核达标的市场，在继续做好市场维护的基础上，全面启动酒店网络的铺市进店工作。同时还要开展客户宴请，酒店促销员推广，夜场免品，特别是要加强与宴席能力强的酒店进行合作，全力让消费者撬开瓶盖，拉动义字酒的动销。二是省内除武汉市场外，其余未参与检核或检核未达标以及还未上市“忠義勇”系列产品的市场，要尽快完成新产品的提货及铺市达标工作，争取在8月10日前完成铺市并申请公司检核。与此同时，各市场根据公司下半年的产品定位，大力开展部分老产品的促销活动，加快老产品淘汰和替换产品布局的速度，并确保完成7月份的销售回款和提货任务。具体工作为：一是6月份开展“忠義勇”系列产品铺市而未完成新精品活动的市

场，继续完成新精品促销活动，以弥补陆年下滑的空缺；二是7月15日之后，公司将武汉十年、周边9号以及外围市场的窖藏产品“再来一瓶”的压奖比例进行调整，各分公司要结合市场实际情况，提前做好产品订货和市场销售工作；三是省内市场要趁机抓住同价位竞品，如老村长、东北坊涨价的空隙，在公司给予促销活动政策支持下，做好财韵裸瓶酒的市场销售工作，确保在充实乡村网络的同时，又能弥补经销商的淡季市场费用；四是武汉市场经销商库存的洞藏，以及外围市场库存的小批量洞藏、典藏等产品，相应市场要制定出消化方案，必须全面清空库存。上述7月份的四大项工作安排，各市场可根据实际情况针对性的开展，但务必确保各项工作的稳步推进。

2、九月份老产品的活动，以分公司为单位，根据各市场产品的库存以及前期稳价的情况，制定老产品秋季促销活动方案。武汉市场精品、襄十市场尚妙佳、外围市场精制和陆年开展秋季促销活动，提前进入年度任务冲刺的准备阶段。此次活动后，公司将全面淘汰伍年、精制、福缘、福酒、紫坛香等低档老产品。

3、十月份大部分市场已进入“忠義勇”系列产品推广的第二阶段，公司将再次安排人员对市场基础工作、客户满意度进行检核，各市场必须要得到彻底转变。一是强化酒店渠道、宴席渠道产品拉销，全面带动八、九月活动老产品的消化；二是进一步梳理和巩固四至八月份“忠義勇”系列新产品铺市的基础网络建设活动成果，做好新产品网点补空，对新产品动销的终端网点进行补货和维护；三是结合各市场第一阶段義字酒提货情况，督促经销商完成第二阶段義字酒的回款提货任务。

4、十一和十二月所有市场将全力冲刺年度任务目标，各市场开展全系列产品的年终订货会，同时结合市场实际开展促销活动，完成新精品、窖藏、十年、精制红运等产品对老产品的替代工作，并推进转型产品的上量。

尊敬的各位领导，同事们。市场就是战场，它没有硝烟却异常残酷。20xx年下半年，营销公司全体上下必将团结一致、同心同德，全力以赴地完成集团和公司下达的各项任务。在此，我衷心地希望集团各级领导能一如既往地给我们关心和指导，公司各部门能继续大力关心和支持营销工作，经销商朋友们能坚定信念，与我们一道用智慧战胜困难，用业绩证明实力，用行动捍卫尊严，全力以赴，誓达目标。

我的汇报完毕，谢谢大家！

营销部总结报告篇七

20xx年，注定是不平凡的一年。原材料成本增加，税率大调整，人民币不断升值……在这样的大背景下，外贸在20xx年显得尤其艰难。忙忙碌碌的一年眼看又要过去了，又到了需要对自己的工作总结经验教训的时候了。

一、回忆过去

1. 对新销售区域的拓展。

以越南市场为重点开拓市场，培养了3个新客户，到年底止，总计销售金额为28万美金。从20xx年1月起，一共9个不同国家和地区的客户建立了商业合作关系。

2. 注重品牌意识。

一个企业的发展壮大，品牌力量起着非常大的推动作用。20xx年成功把三锋品牌产品销售到斯里兰卡，就目前来说，销售情况良好。

3. 对老客户的优质服务。

重点为乌克兰客户mikey和意大利客户pink的跟踪和服

务□20xx年销售金额总计为32万美金，面对欧洲对eu2标准的实施，历时6个月□25cc汽油锯问题现也得到了解决。

二、总结现在

1. 产品质量有待进一步的提高。

无论是公司的主打产品电链锯汽油锯还是小打小闹的冲钻角磨，质量投诉此起彼伏。这对销售工作的开展产生了极大的限制。再者，新产品的开发周期过长，就产生了老产品不成熟，新产品又不敢推荐的怪现象。

2. 跟单工作的艰难。

按照公司以往的生产周期，一般为30-35天。我们的推迟交货，直接影响到客户的销售计划，这对公司的信誉也会造成一定的影响。尤其是，每每到发货时，不是这种机器少一台就是那种机器少两台，不仅对工作带来了非常大的麻烦，客户那边更是不好交代。

三、展望未来

海外市场的开拓没有终点，现在只是起点。在摸索和经历中慢慢成长，而新的一年每一项拓展工作都需要领导的大力支持。市场是残酷的，明年必将是我更加兢兢业业工作的一年。生于忧患，死于安乐，如果年注定是狂风骤雨，那么请让它来得更猛烈些吧。

我坚信，在拓展海外市场上，我们所做的每一步都是为了更好地销售我们的产品！

营销部总结报告篇八

一、建立酒店营销公关通讯联络网

重点工作之一建立完善的客户档案，对宾客按签单重点客户，会议接待客户，有发展潜力的客户等进行分类建档，详细记录客户的所在单位，联系人姓名，地址，全年消费金额及给该单位的折扣等，建立与保持同政府机关团体，各企事业单位，商人知名人士，企业家等重要客户的业务联系，为了巩固老客户和发展新客户，除了日常定期和不定期对客户进行销售访问外，在年终岁末或重大节假日及客户的生日，通过电话、发送信息等平台为客户送去我们的祝福。今年计划在适当时期召开次大型客户答谢联络会，以加强与客户的感情交流，听取客户意见。

二、开拓创新，建立灵活的激励营销机制。开拓市场，争取客源

今年营销部将配合酒店整体新的营销体制，重新制订完善××年市场营销部销售任务计划及业绩考核管理实施细则，提高营销代表的工资待遇，激发、调动营销人员的积极性。营销代表实行工作日记志，每工作日必须完成拜访两户新客户，三户老客户，四个联络电话的二、三、四工作步骤，以月度营销任务完成情况及工作日记志综合考核营销代表。督促营销代表，通过各种方式争取团体和散客客户，稳定老客户，发展新客户，并在拜访中及时了解收集宾客意见及建议，反馈给有关部门及总经理室。

强调团队精神，将部门经理及营销代表的工薪发放与整个部门总任务相结合，强调互相合作，互相帮助，营造一个和谐、积极的工作团体。

三、热情接待，周到

接待团体、会议、客户，要做到全程跟踪服务，全天候服务，注意服务形象和仪表，热情周到，针对各类宾客进行特殊和有针对性服务，限度满足宾客的精神和物质需求。制作会务活动调查表，向客户征求意见，了解客户的需求，及时调整

营销方案。

四、做好市场调查及促销活动策划

经常组织部门有关人员收集，了解旅游业，宾馆，酒店及其相应行业的信息，掌握其经营管理和接待服务动向，为酒店总经理室提供全面，真实，及时的信息，以便制定营销决策和灵活的推销方案。

五、密切合作，主动协调

与酒店其他部门接好业务结合工作，密切配合，根据宾客的需求，主动与酒店其他部门密切联系，互相配合，充分发挥酒店整体营销活力，创造效益。

加强与有关宣传新闻媒介等单位的关系，充分利多种广告形式推荐酒店，宣传酒店，努力提高酒店知名度，争取些公众单位对酒店工作的支持和合作。

×年，营销部将在酒店领导的正确领导下，努力完成全年销售任务，开拓创新，团结拼搏，创造营销部的新形象、新境界。

营销部总结报告篇九

（一）提高了业务水平。“95598”是一个通过电话和互联网等方式集中受理市区内所有客户的电力故障报修、业务咨询、信息查询、电费缴纳和投诉举报等服务系统。我原来所掌握的知识，主要是以书本为主，缺乏理论与实践的有机结合，更缺乏实际操作技能和实践经验。通过这次“师带徒”的跟班实习，使我增长了才干，开阔了视野，提高了能力，初步掌握了电力系统方面的有关知识，掌握了公司业务的操作规程，掌握了“95598”服务系统的方式方法，基本上能够独当一面，胜任工作。

（二）增强了工作信心。通过这一段时间的工作学习使我了解到，公司以建设一流供电企业为主线，始终坚持“优质、方便、规范、真诚”的服务方针，不断创新服务措施和服务机制，得到了社会各界的广泛好评和上级部门的多次表彰。我能在这样的光荣集体里工作生活感到自豪和骄傲，从而也进一步坚定了做好工作信心和决心。

（三）提高了思想素质。通过跟班实习，看到了公司广大员工特别是师傅们自强不息、干事创业、争创一流的工作精神，看到了他们用心把握、用心服务、追求卓越的工作理念，使我在思想上得到升华，认识上产生了飞跃，进一步提高了思想素质。

（一）勤奋工作，争创一流业绩。首先要将领导安排的工作踏踏实实，兢兢业业，尽职尽责，全力干好。其次要努力转变作风，提高工作效率，努力做到当天的工作当天干，不断增强工作的积极性、主动性和创造性。

（二）认真学习，提高自身素质。面对知识更新日新月异的新形势，我要增强学习的紧迫感、责任感和压力感，树立勤奋学习、善于学习和终身学习的思想，努力学习电力方面的新知识，不断增强业务水平和工作能力；学习现代科学技术知识，不断拓宽知识面；学习师傅们的好思想、好品德、好作风，全面提高自身素质。

（三）严格要求，争做优秀员工。我要继续以师傅为榜样，扎扎实实工作，认认真真干事；自觉遵守公司的规章制度，尊敬领导，团结同事，关心集体；进一步增强责任感，坚持工作高标准，高效率，严要求，爱岗敬业，精益求精，出色完成工作任务，努力争创一流的工作业绩。

“师带徒”这个活动我认为有很多的好处。一是活动的意义好。在公司优质服务战略思想指导下，在毕业生刚入职的时候，充分发挥人才效应。二是活动开展的好。整个活动目的

明确，针对性强，便于操作。在确立师徒对子后，提出了要求达到的目标、培养内容和具体措施等。师傅们感受到肩上多了一份责任，徒弟感受到了沉重的压力，但更多的是动力和信心。三是活动的效果好。师傅人生阅历多，实践经验丰富。在师傅的精心教导下，徒弟初入社会、刚刚工作可以少走弯路，快速成长，在工作岗位上能够尽快独当一面，挑起重任，较好地起到了事半功倍的作用。

年终总结（含综合性总结）或专题总结，其标题通常采用两种写法，一种是发文单位名称+时间+文种，如《铜仁地区烟草专卖局20xx年工作总结》；另一种是采用新闻标题的形式，如松桃县大兴访送部的卷烟零售户诚信等级管理专题总结：《客户争等级，诚信稳销量》。

正文一般分为如下三部分表述：

1、情况回顾这是总结的开头部分，叫前言或小引，用来交代总结的缘由，或对总结的内容、范围、目的作限定，对所做的工作或过程作扼要的概述、评估。这部分文字篇幅不宜过长，只作概括说明，不展开分析、评议。

2、经验体会这部分是总结的主体，在第一部分概述情况之后展开分述。有的用小标题分别阐明成绩与问题、做法与体会或者成绩与缺点。如果不是这样，就无法让人抓住要领。专题性的总结，也可以提炼出几条经验，以起到醒目、明了。运用这种方法要注意各部分之间的关系。各部分既有相对的独立性，又有密切的内在联系，使之形成合力，共同说明基本经验。

3、今后打算这是总结的结尾部分。它是在上一部分总结出经验教训之后，根据已经取得的成绩和新形势、新任务的要求，提出今后的设法、打算，成为新一年制订计划的依据。内容包括应如何发扬成绩，克服存在问题及明确今后的努力方向。也可以展望未来，得出新的奋斗目标。

营销部实习工作总结之外的更多相关信息，请访问：本站校市场营销工作总结。也非常欢迎您在本站投稿，用自己的账号登陆进入相应频道即可！

营销部总结报告篇十

今年重点工作之一建立完善的客户档案，对宾客按签单重点客户，会议接待客户，有发展潜力的客户等进行分类建档，详细记录客户的所在单位，联系人姓名，地址，全年消费金额及给该单位的折扣等，定期拜访新老客户，维护好客户关系。

营销代表实行工作日志志，每工作日必须完成拜访两户新客户，三户老客户，四个联络电话，以月度营销任务完成情况及工作日志志综合考核营销代表。

接待团体、会议、客户，要做到全程跟踪服务，注意服务形象和仪表，热情周到。制作宾客意见反馈调查表，向客户征求意见，了解客户的需求，及时调整营销方案。

经常组织部门有关人员收集，了解旅游业，酒店及其相应行业的信息，掌握其经营管理和接待服务动向，为酒店总经理室提供全面，真实，及时的信息，以便制定营销决策和灵活的推销方案。

与酒店其他部门接好业务合工作，密切配合，根据宾客的需求，主动与酒店其他部门密切联系，互相配合，充分发挥酒店整体营销活力，创造最佳效益。

市场营销部是负责对外处理公共关系和销售业务的职能部门，是酒店提高声誉，树立良好公众形象的一个重要窗口，制订营销方案起起到参谋和助手的作用，它对酒店疏通营销渠道，开拓市场，提高经济效益和社会效益起到重要促进作用。在新的一年里，希望各部门在工作中合作愉快，携手为酒店创

造佳绩。