# 2024年市场部上半年工作总结与计划 市场部季度总结(五篇)

来源：网络 作者：尘埃落定 更新时间：2024-06-09

*市场部上半年工作总结与计划 市场部季度总结一作为特殊的快速消费品——烟草，在深圳这个开放度很高充斥着200多个品牌系列的产品的城市中，竞争尤为的激烈，渠道商（各地商业公司）对于各个中烟公司来说不存在什么差异，完全依靠各地商业公司进行产品的宣...*

**市场部上半年工作总结与计划 市场部季度总结一**

作为特殊的快速消费品——烟草，在深圳这个开放度很高充斥着200多个品牌系列的产品的城市中，竞争尤为的激烈，渠道商（各地商业公司）对于各个中烟公司来说不存在什么差异，完全依靠各地商业公司进行产品的宣传铺货显得很不现实，因为人的经历是有限的，所以各个中烟公司都会在一个区域安排市场助理，辅助进行产品的宣传与维护，市场信息的收集，促销方案的制定与执行。其实占领市场最终的阵地就是在零售户那里。做好零售户的工作才是占领市场提高销量的重点。

既然做好零售户工作是占领市场和提高销量的重点，面对市场面积大，零售户众多，商户类型多样，销量差异大，店面形象良莠不齐的现状，如何区全面开展零售户的工作呢？自从我在中烟公司上班以来，这个问题一直困扰着我。办事处的规定是每天拜访十五到二十家的客户进行产品的宣传与维护并简单的登记下客户资料，执行条盒兑换礼品的活动，每周都有一定的任务量。虽然公司的要求与任务我都能很轻松的完成，并且在办事处所有员工中名列前茅，但是我知道其实市场还有很大的潜力没有被开发出来。

市场的潜力没有被开发出来，我检讨下原因：1、做事调理不够清楚，未对市场进行地理上的区域细分，每天走访的都是界限比较模糊的区域，这样肯定会出现走访上的空白；2、对市场比较熟悉，每天在走访市场的过程中，直奔熟悉的大店面，与老板关系也好，喝茶聊天的。其实这样的商户关系已经相处到位，产品已经完全上架，销量也稳定在某一区间了，增长的空间有限，只作简单的维护工作就可以，不必花费太多的时间在这里，时间应更多花费在未上架的新客户中；3、对小户的忽视，小户在多数人的心中会被认为是只能销售中低档香烟，会认为店主对高档烟的关注度不高，实际情况并不是这样，正是因为商业公司客户经理与中烟工业市场助理的小觑心态下，新产品的信息于达小商户来说相对闭塞，但知道新品的部分店主表现出极大热情，更何况每个中烟公司都有高中低档的产品生产，低档的产品难道不要销售么？虾米虽小也是鱼啊！4、针对零售户缺少对产品知识的宣传，缺乏对零售户销售技巧的指导，很多零售户在卖烟的过程中根本不晓得该款烟的特点，而且均有这样理念：烟有什么介绍的，客户要什么就给他拿什么烟嘛。这个不完全对，其实现在的畅销烟中很大一部分都是经过介绍才被市场接受认可的。5、不够重视产品的陈列，市场上陈列品发放的量太小，在可以的情况下，没有争取好的陈列位置。6、在这样一个垄断性强的行业中，对自己的要求不够严格，存在惰性。

原因我现在想到的是以上六点，在今后的工作中针对以上六点一一修正，我相信市场的占有率和销量肯定会有一个较大幅度的增长。

**市场部上半年工作总结与计划 市场部季度总结二**

1、业务方面：制定公司的月度经营计划，并落实当月经营完成情况；编制整理月度市场信息报告，对公司的主要原材料及各种产品的市场信息进行分析，并提出相应的经营措施。

2、市场信息的收集：主要通过网络、媒体、客户反馈和公司内部

各部门进行收集和定制网络资讯。同时与国内的知名资讯公司进行交流，以增加市场信息的来源。

3、市场信息的作用：每月完成市场信息分析报告，由于信息的内容涉及较为广泛，对公司原材料及产品的未来市场走势做出相应的预测，为公司降低采购成本和提高了公司产品利润起到一定的指导作用。同时也为公司领导调整经营策略起了一定作用，如对2、3号机的原料价格及产品的价格进行预判，并做好毛利的测算工作，以指导2、3号的品种及生产计划。

4、存在的不足：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，以获得更多、更全面的市场信息。

市场部

20\_\_年7月8

**市场部上半年工作总结与计划 市场部季度总结三**

今年是公司销量较高的一年，各项工作均得到了前所未有的长进，这是全体员工和各级领导团结拼搏，全身心的投入，付出的心血和汗水的结果，更重要的是拥有一支求真务实，锐意进取，着力开拓的销售团队，对公司的高速发展作出了一定的贡献。

回顾市场部上半年的工作，大家的工作积极性是高的，工作也是尽心尽责的，在瑞尔这个大家庭里展示自己的风采。 在这里有必要对市场部上半年的工作做简单回顾并对市场部下半年工作开展提几点看法。目的在于吸取教训，提高自己，把工作做得更出色。

一、销售情况总概：

公司上半年销售总额为767290元。其中1月份79440元，2月份30900元，3月份91500元，4月份161200元，5月份236700元，6月份167550元，基本完成年初既定目标。在此我谨代表公司及个人感谢市场部各位同仁的大力协作。

二、具体履行职责：

1、启动、建设并巩固全面销售所必需的体系

\_\_带来的移动营销模式只需在手机搜索引擎上输入产品或公司关键词后，就会搜索出相关公司信息，用户可利用24小时的在线客服系统，直接与商家联系，促成成交机会。首创国内全新营销模式——wap+web的完美结合。我们现所拥有的这些渠道资源，为提高产品的市场普及率、占有率，打造品牌，提供了扎实的营销网络保证。

2、培养并建立一支熟悉业务运作流程、相对稳定的销售团队

目前，市场部在公司的总体规划下，共有业务人员48人，管理人员8人。公司对新员工均有5天的岗前培训，同时不定期的对员工进行相关培训。经过多次系统地培训和实际工作的历练后，市场部人员已完全熟悉了本岗位甚至其他岗位的业务运作的相关流程。

对业务人员，市场部按业务对象和业务层次进行了层级划分，共分为见习代表、商务代表、商务主管、商务经理四个层级，各层级之间分工协作，突出了业务工作的重点，体现了工作中协作和互补。

这支销售队伍，工作虽然繁琐和辛苦，却有着坚定的为公司尽职尽责和为客户贴心服务的思想和行为。如市场三部的商务代表辛利杰，6月7日入职，仅用一月不到时间便接单5.4万，成绩斐然，公司特予以提前转正以示嘉奖；三部商务代表邹冲，入职公司四天就签单3.5万，成绩同样令人称赞。他们起步虽晚，但却跑在前面!

3、建立系统的业务管理制度和办法

在总结上半年工作的基础上，我们已经初步地建立了适合于销售队伍及业务规划的管理办法。市场部对不同级别的业务人员的工作重点和对象作出明确的规范，对每一项具体的工作内容也作出具体的要求。新员工先从收集资料作为工作的起点，熟悉基本销售流程，各部门根据具体情况实行“一对一”帮扶政策。

形成了“总结问题，提高自己”的内部沟通机制，及时找出工作中存在的问题。

三、自我反省：

问题是突破口，问题是起跑线，问题是下一次胜仗的基础和壁垒。

1、市场制度尚不完善

虽然市场部已运行了一些管理制度和办法，每月工作也有布置和要求，但是，没有形成及时汇报的机制和习惯。

2、沟通不顺

市场部是作为整体进行规划的，销售人员、后勤人员、主管领导的互动沟通是内在的要求和发展的保障。市场部需及时、全面、顺畅地了解各部门的状况，知情不报、片面汇报的行为都会不利于公司发展的。

3、端正心态

目前公司有员工工作激情不足，没有完全融入到工作的氛围中；在工作中主动性欠缺，过于相信他人；对新客户开发显得不够重视，使客户开发进展相对缓慢。如果我们不能以开放豁达的心态、、积极坦荡的胸怀面对客户和同事，就不能更好地前进。新同事有时会受到老员工的教唆而产生退缩心理，在这里，希望各部门能够提升自身建设，不要被一些不必要的人和事影响我们的进步。

四、下半年工作规划：

1、初定销售总额：整体销售总额为200万。

无锡市场： 7、8、9月份，即70天冲刺，初步冲刺目标为100万，市场部人均收入5000以上。这一季度为我司的誓师之战，事关南通市场能否顺利开拓。目前公司正处用人之际，市场部将优化人员配置，力求将人才灌输至南通市场，为公司的发展壮大奠定夯实的基础。在此望市场部各位同仁忠诚合作，永不言退，相信我们是最好的团队。

南通市场： 9月份为市场开拓期，10月份整合期，直接进入销售正规模式。暂定销售总额90万，保九争十，积极打造百万团队。

2、人才培训计划

无锡市场目前配置为4个团队，4个经理，3个主管，总体人数48人。在此基础上，公司将在南通将销售团队发展为3个团队，3个经理，4个主管，总体人数30人；同时将培训出2个销售总监，无锡、南通各1人。另外根据市场需要，会销将由以往的每月4场扩充至8场，每两个部门即可开办会销。

下半年公司将在省内开设两家分公司，我们将把制度逐步完善，市场部只要相信公司、相信产品、相信自己，就一定能把销售团队打造成一支狼之队，成就你我的精彩人生。

3、客户开发

加大新客户开发力度，集中精力在网上查找企业相关信息，整理汇总后逐一联系，只要有一线希望的，及时跟踪。

4、员工培训

完善新员工的培训工作，让员工充分的信任公司，相信在公司能够取得长足的发展，积极培养销售精英，为9月份分公司的成立输送优秀人才。

5、销售理念的重要性

销售理念简单讲就是对产品有明确定位,在选定消费者的情况下,制定切实可行的方案.达到公司、个人、用户三方的共赢局面。5月8日至7月8日的“50天目标冲刺”给员工提供跳跃的平台；会销、新闻发布会更是体现公司、员工价值的最前线战场，通过各种方式中小企业通过移动互联网获得商机，达到互赢。公司一直秉承“快乐、激情、创新、诚信”的理念，独特的理念加上合理的销售方法一定会使公司的发展蒸蒸日上。

6、积极开展娱乐活动

开展有益员工身心的娱乐活动，如组织员工外出旅游等，让员工在快乐的氛围中加倍努力工作，为公司创造更辉煌的业绩。

一言以敝之，三句话：成绩是客观的，问题是存在的，总体上市场部是在向前稳定发展的。20\_\_年下半年我所负责的市场部压力仍然较大，在严峻的形势下，若只是守住原有客户，那任务将远远难以完成，所以新客户开发是工作的重中之重。希望在公司各位的携手努力下，瑞尔能够在年前有一个质的飞跃。

**市场部上半年工作总结与计划 市场部季度总结四**

经过短短两周的实训，我深深体会到了自己在专业知识方面的欠缺和不足，也意识到了自己做为市场营销专业的学生，要想在以后的职业中崭露头角，除了要有过硬的理论知识，健康的体魄外，还必须具备良好的心理素质，使自己在以后的路途中无论经历什么样的困难，都立于不败之地。

对这次实训，我颇有体会。本次实训的任务是对自己专业的认识，通过老师的讲解与校外的参观相结合，近一步加深了我们对自己专业的认识。从而确定自己以后的努力方向。要想在短暂的实训时间内，尽可能多的学到东西，就需要我们跟老师或同学进行很好的，加深彼此的了解。因为实训指导老师并不了解我们的学习能力和自己对专业所报的态度。这就需要我们跟老师沟通，让老师对我们有大体的了解，才可以对我们进行一些相关的指导工作。

纸上得来终觉浅，绝知此事要躬行！在这短短的时间里，让我深深的感觉到自己在实际应用中所学专业知识的匮乏。让我真正领悟到学无止境这句话的涵义。我懂得了实际生活中，专业知识是怎样应用与实践的。人非生而知之，虽然我现在的知识结构还很差，但是我知道要学的知识，一靠努力学习，二靠潜心实践。没有实践，学习就是无源之水，无本之木。这次实训让我在一瞬间长大：我们不可能永远呆在象牙塔中，过着一种无忧无虑的生活，我们总是要走上社会的，而社会，就是要靠我们这些年轻的一代来推动。这就是我这周以来实训的心得和感受，而不久后的我，面临是就业压力，还是继续深造，我想我都应该好好经营自己的时间，充实、完善自我，不要让自己的人生留下任何空白！在这些过程中，我不仅知道了职业生涯所需具备的专业知识，而且让我深深体会到一个团队中各成员合作的重要性，要善于团队合作，善于利用别人的智慧，这才是大智慧。靠单一的力量是很难完成一个大项目的，在进行团队合作的时候，还要耐心听取每个成员的意见，使我们的组合达到更加完美。

这次实训带给我太多的感触，它让我知道工作上的辛苦，事业途中的艰辛。让我知道了实际的工作并不像在学校学习那样轻松。这次调研过程中，由于人员有限，我们都是一人身兼多职的，可以说，我说够了有生以来能够说的会说的话，脸皮不是一般的脸皮了，包括在与顾客洽谈时的微笑。出去做了几天问卷，我嘴皮都起泡泡皮了，推销果然不是一般人都能做的。

实训中确实学到不少东西，也了解一些社会的现实性，包括人际交往，沟通方式及相关礼节方面的内容，对于团队营销来说，团结一致是首要这点我深有体会。团队营销注重沟通和信任，不能不屑于做小事，永远都要保持亲和诚信，把推销理论运用到具体实践中，不仅加深我对理论的掌握和运用，还让我拥有了一次难忘的推销实训旅程，这是这次实训的收获。现在我对一个人的财富是他的人生经历和关系网络这句话非常的有感情，因为它确实帮了我们不少。

在填写调查问卷的过程中都是真实的，这在学校是不曾见过的。数据的真实性也大大增加了我们对数据分析的兴趣以及细心程度，让我们深刻感受到，作为一名营销人员在工作中式不能有半点马虎的，否则会给企业带来不可估量的损失！

通过这次实训，我们深刻的认识到团队合作的重要性，绝对不能把自己简单的看成某个个体。很多事情的圆满完成都是需要大家精诚合作的。在实训期间我们组10个人互相学习，相互帮助，共同努力共同进步。除此课本上的知识毕竟有限。通过实训，我们都有这样一个感觉，课本上的理论知识与实际工作有很大差距，只有知识是远远不够的，专业技能急需提高。从最初的笨手笨脚，到现在可以熟练填写问卷、熟练操作分析软件，这与我班每个人的努力是分不开的。十多天的实训，教会了我们很多东西，同时也锻炼了大家踏实、稳重的能力，每个人都很珍惜这来之不易的实训机会。

通过这次实训，我们深刻的体会到作为一名调研人员还要具备忍耐、坚持不懈和不耻下问的精神。在实际工作中经常会和不同的人打交道，然而他们的态度是不可恭维的，你会感觉到他的不耐烦以及他的高傲，所以这就需要学会沟通的方式及技巧，学会灵活面对。

通过这次实训，我们都收获颇丰，总体来说对这次实训还是很满意的。尽管实训很累，每天早出晚归。但真的很感谢学校能够提供我们这样好的实训机会，以及华拓给予我们的实训平台。尤其是市场营销专业，毕竟我们吃的是经验饭，只有多做，多说，才能熟能生巧，才能游刃有余！ 我们深刻的了解到，只有经历过，才知道其中的滋味对于我而言，喜欢体验生活，可以说通过这次实训，真真切切的让我了解了什么是市场营销，让我对于市场调研最初的观点也有了本质性的改变！市场营销不仅仅是一份职业，更是一份细心+一份耐心+一份责任心=人生价值的诠释。即将走向工作岗位的我们更要不断加强自己的专业技能，社会不会要一个一无是处的人，所以我们要更多更快的从一个学生向工作者转变。为此我们将会在以后的日子里继续努力，不断激励经验，不断磨砺自己，早日走向工作岗位。

**市场部上半年工作总结与计划 市场部季度总结五**

20\_\_年上半年已经结束，我也已经来公司半年多了，回顾这几个月，我觉得有必要从以下几个方面做以总结：

一、上半年工作回顾

（一）所作的工作

三月份：

1.制作了两篇分别针对新患者和老非会员的营销信函。

2.协助x经理创作4月份的援助和赠书广告文案。

3.学习糖尿病基础病理知识：主要学习书目有基地的《糖尿病康复指南》、《糖尿病300问》、中国古籍出版社的《糖尿病、高血压防治全书》等。

4.营销理论学习方面，研读了一些经典的营销书籍，如周景勤北京大学出版社的《营销策划》、迈克尔.r.所罗门《消费者行为学》等。

四月份：

1.八周年总结会中自己的工作主要有：

（1）撰写了5篇发言稿；

（2）部分撰写了总结会的大会纪要。

2.制作了第一版的非会员调研的调研问卷

3.在x经理的指导下尝试创作4月份的广告文案。

4.研读了科特勒《市场营销学》一书。

5.协助x经理进行机构册子大纲的编制及初步组稿。

五月份：

1.协助x经理打造机构册子，主要工作有前期的文字内容的撰写、中期的文字梳理及后期校对工作。

2.协助x经理编制第一版的产品册子大纲，并进行相关文字稿的撰写、组稿工作。

3.按照x总的要求，在x经理的指导下，制作了第二版的非会员调研的调研问卷。

4.与x经理协商制定八周年专题碟片脚本大纲，并经行初步的文字组稿。

六月份：

1.按照x总的要求，在x经理的指导下编撰产品册子第二修改版的大纲，并与x经理分工完成册子文字稿的撰写、梳理及校对工作。

2.在与x经理探讨后，完成第二个版本的八周年专题碟片的脚本文字稿。

（二）工作绩效的自我评估

回顾总结这四个月所作的工作，可以用一句话来进行绩效方面的自我评估，那就是：付出了很大的智力劳动，但最终的成为可以用来量化的成果却少的可怜。而导致这一结果的原因是多方面的，这个我会在接下来的教训总结中加以反思。

二、工作总结

（一）值得分享的工作经验及心得

思想上

1.在不断的自我发现中，我更加的自信了，以前稍显内向的性格开始变得活跃起来，对生活，对未来充满了希望。在此，我要特别感谢6月份的那次拓展。

2.对于“林欲静而风不止，子欲孝而亲不待”的含义有了更加深刻的理解，深刻地认识到了父母的艰辛和亲情的温暖。如果说这半年来，我确实成长了的话，那么这一方面的转变应该算是一个很重要的方面。感谢公司的家人文化，感谢公司温暖和谐的工作氛围，正是因为有了这些，我才在这一方面有了更快的成长。

3.认识到了“不耻下问”、“三人行必有我师”的学习精神的重要性，我深深的懂得我只是一个才来社会的“毛头小子”，要学的东西太多太多，而公司的每一个人不论管理人员还是销售人员，都是我的前辈，都有我可以学习的地方。比如，从x总的身上我学到了很多做人、处世的道理，从x总的身上我看到了中国传统文化的博大精神，而他精彩演绎也使我有了一种狠补国学的冲动，x总的在经营和营销上的高瞻远瞩、运筹帷幄及其超强的信息分析和处理能力是我梦寐以求的智慧风采，x副总高超的演讲技巧和对团队强大的掌控力使我艳羡不已，x经理和x经理对于工作的务实和一丝不苟的精神是我要努力学习的，同时像\_\_、\_\_、\_\_等家人这种富有朝气，嬉笑人生的乐观生活态度也给我留下了深刻印象。

技能上：

1.文字功底有了进一步的提高，这是在公司领导如x总、x经理的鼓励和指导下，我勤加练习的一个结果。

2.以营销学的视角分析问题、解决问题的能力有所提高。这主要是公司培训和我的日常涉猎的一个结果。

3.工作上，人际沟通能力有所提高。

经验上：

1.将读书视为一种工作的常态。我认为在不影响正常工作的前提下，每天坚持读书是非常必要的。学习能力的强弱和学习上的自觉性直接决定着一个团队的生命力的强弱。而打造学习型团队，公司的培训当然必不可少，但给员工营造一个浓厚的学习氛围也同样不可或缺。

2.将交流作为工作的必须。半年的工作经历告诉我，没有进行前期充分的沟通，是导致工作效率低下的一个主要原因，所以为了提高工作效率充分的组织沟通是保障。

三、需要改正和改进的不足和教训

回顾这半年，在工作上我做过的事还是比较多的，但做成的却并不多，如调研问卷的制作（前后共有了5个版本）、营销信函的写作（两封信函每份共3个版本）、协助x经理编著两本册子（版本应该不下5个）、光碟脚本的制作（还未出炉已经改过3次），同样付出了艰辛的智力劳动但为什么最终没有出结果呢，当然除过一些不可避免的客观原因外，我认为我的原因主要有以下几个方面：

1.思维常常太过于活跃，而这种活跃往往是盲目的，导致很多时候把文案的写作想象成了可以天马行空的东西，缺少了营销方面的考虑，这是文案工作者很不成熟、不专业的表现，必须改之。

2.缺少务实精神，老是凭直觉做出判断，导致很多时候自己的东西带有强烈的个人色彩，而不被认可。在身经百战、阅历丰富的基础上，有时候直觉是有效的，但对于一个初入行的人来说，凭直觉行事绝对是一件危险的事，以后必须审慎从之。

3.缺少把工作做精致的耐心。这其实是责任心的一种修炼。在前半年的工作中，我不得不承认在一种很可怕的自满心理，当一篇文案得到曹经理的赞扬甚或是通过后，我都会产生一种很不该有的自满心理，老是认为自己其实还是很优秀的。“满招损，谦受益”的警言，看来还得常驻于心。

以上就是我这半年工作的一个回顾和总结，有成绩也有教训，而只有不断的反思才能使这些成绩和教训转化为有益的工作和人生经验。而在接下来的工作中，只有一如既往的坚持好的（如爱学习、爱思考、“不创新毋宁死”的精神等），义无反顾的摒弃不好的（如不务实、少耐心、有点小自满等），我才能在这么好的一个历练平台上更快的成长起来，才能使自己的人生更加的多姿多彩！

本文档由站牛网zhann.net收集整理，更多优质范文文档请移步zhann.net站内查找