# 关于公司营销专题会议工作报告

来源：网络 作者：紫竹清香 更新时间：2024-06-13

*20××年公司积极响应国家“节能减排”战略部署，利用龙净环保在除尘领域的品牌优势，积极介入有色冶金、造纸化工、热电联供、脱硫配套钢结构等成套除尘设备设计、制造、安装、调试领域，为客户提供高性价比和使用满意的除尘设备。产品遍布全国各地，在电力...*

20××年公司积极响应国家“节能减排”战略部署，利用龙净环保在除尘领域的品牌优势，积极介入有色冶金、造纸化工、热电联供、脱硫配套钢结构等成套除尘设备设计、制造、安装、调试领域，为客户提供高性价比和使用满意的除尘设备。产品遍布全国各地，在电力、冶金、造纸、化工等众多行业得到广泛应用，享有很好的市场信誉。

多年来，公司积极响应总公司提出的“创业内第一品牌，建百年龙净环保”的长远发展战略，制订企业的年度发展战略部署和规划，促进了企业快速、健康、良性的发展。

20××年公司在市场营销方面也取得了显著成绩，市场遍布范围不断扩大，新拓展了地方，产品使用领域更广泛，客户资源也随之提升达到，产品不仅受到了市场的肯定，并享有很好的市场信誉。2024年我们将以一如既往的热情把营销工作向前推进，加倍努力，完成年度任务。本次营销报告主要谈四点：找准市场定位；扩大信息来源，整合有效资源；规范营销制度；加强客户管理。

1、产品定位：除尘设备设计、制造、安装、调试领域；

2、企业定位：电力、冶金、造纸、化工、热电联供、脱硫配套钢结构等各个需要用除尘设备的企业；

3、竞争定位：龙净除尘产品产销量已经连续六年名列全国同行业第一；

4、消费者定位：积极介入有色冶金、造纸化工、热电联供、脱硫配套钢结构等成套除尘设备设计、制造、安装、调试领域，向国内中、小锅炉配套除尘器设备，产业延伸至锅炉钢支架。

企业需要影响力，产品需要知名度，销售需要市场支持，就需要先进的营销手段支持，市场推广在市场营销中起到至关重要的作用。为了扩大公司信息来源，可以通过以下渠道获取。

1、受众群体：全国各大电力、环保等设计院，锅炉厂家

2、传统媒体组合

行业内相关报纸、杂志、电视、户外广告、直邮广告

3、代理加盟计划

在企业形象推广的同时，包括诚招代理加盟信息，扩大经销商网络。

4、网络推广计划

将公司网站挂在行业或相关行业大型网站及至少200个与公司经营方向有关的其他网络，以利于网民查到我们，以网络为支撑点，加大宣传力度，提升企业形象，为加盟商提供主页及电子邮箱，获取更多公司信息；入会相关网站，获取信息及商业机会。

5、展会推广计划

在展会上发放公司的宣传资料，会上我们针对两种身份客户进行推广，一是展位上的产品提供商，二是前来参展的采购人。

1、市场部管理制度

（1）市场部人员严格遵守公司一切规章制度。遵守职业道德，爱岗敬业，做好自律。

（2）团结互助，互相学习，积极进取，不得拉帮结派，汹酒、赌博。

（3）按时上班，不迟到早退。

（4）业务员每月出勤不低于23天，否则，未达天数的按旷工处理。

（5）业务员外出营销达数多天的，必须用当地固定电话向公司汇报，结束后应到公司及时上交每日的营销报表，以便考核工资。

（6）业务员营销期间不得关机或停机，否则，按公司有关规定制度处理。

（7）营销期间应合理安排时间，要有工作计划，做好每日营销台帐。

（8）正确处理客户异议，注意工作方式，树立个人形象，打造“龙净”品牌。

（9）严格执行公司营销政策，所有营销的产品一律不得退货（除质量问题）。

（10）不得私自截留公款，一经查出移交司法部门处理。

（11）每月的30日必须回公司报到，参加每月总结例会，不得无故缺席，否则，每次罚金100元（特殊情况先请示告之公司领导）。

（12）每月的营销时项目内费用，应按照公司的业务员报销管理规定，积极核对上报，以免发生帐目混乱现象。

2、出差人员管理制度

（1）员工出差均依各部门经理之命令或指示，视实际需要，限定日期呈请总经理核准后执行。

（2）员工出差须按实报支差旅费，除特殊情况经总经理核准外，其余如有超额报支，一律不予办理。

（3）员工出差前，可按实际需要借差旅费，其预借款额，经由各部门经理初审，呈请总经理核准后暂付，出差完毕，应于3日内按程序报账。

（4）员工在本市及郊区或其他同日可往返之地出差按实给付交通费及午餐费。

（5）员工出差在1日以上，无论出发或返回日一律按1/2给付；乘夜车往返者，不另支住宿费。

（6）交通费包括旅程中必需的飞机及车、船费用，按实际报支；其他零星费用均在膳杂费内包干，不得另行报支。

（7）员工出差中途患病及不可抗力因素，并有确实证明者外，不得任意改变起程日期，或延长出差时间。

（8）员工出差旅费，应据实提供各类收据，发现有虚报不实者，除将所领款额追回外，并视情节轻重，给予惩处。

为使公司对客户的管理规范化、有效化，保证稳定开展，特制定本办法。

1、客户界定

公司客户为与公司有业务往来的供应商和经销商。

公司有关的律师、财务顾问、广告、公关、银行、保险、融资协助机构，可列为特殊的一类客户。

2.客户信息管理

公司信息部负责公司所有客户信息的汇总、整理。

公司建立客户档案，并编制客户一览表供查阅。

3．客户档案的建立。

每发展、接触一个新客户，均应建立客户档案户头；

客户档案适当标准化、规范化，摸清客户基本信息，如客户名称、法定代表人、地址、邮编、电话、传真、经营范围、注册资本等。

客户档案的更新、修改。

客户单位的重大变动事基、与本公司的业务交往，均须记入客户档案；

对客户单位的重大变动事项、与本公司的业务交往，均须记入客户档案；

积累客户年度业绩和财务状况报告。公司各部门与客户接触的重大事项，均须报告信息部（除该业务保密外），不得局限在业务人员个人范围内。员工调离公司时，不得将客户资料带走，其业务部门会同信息部将其客户资料接收、整理、归档。

4.建立客户信息查阅权限制，未经许可，不得随意调阅客户档案。

5.客户管理

接待客户，按公司对外接待办法处理，对理要的客户按贵宾级别接待。

与客户的信函、传真、长话交往，均应按公司各项管理办法记录在案，并整合在客户档案内。

对一些较重要、未来将发展的新客户，公司要有两个以上的人员与之联系，并建立联系报告制。

负责与客户联系的员工调离公司时，应由公司及时通知有关客户，并指派其员工顶替调离员工迅速与客户建立联系。

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