# 最新市场部工作计划(三篇)

来源：网络 作者：雨声轻语 更新时间：2024-10-09

*做任何工作都应改有个计划，以明确目的，避免盲目性，使工作循序渐进，有条不紊。大家想知道怎么样才能写一篇比较优质的计划吗？下面我帮大家找寻并整理了一些优秀的计划书范文，我们一起来了解一下吧。市场部工作计划篇一一、主要工作（一）逐步明确仓库未来...*

做任何工作都应改有个计划，以明确目的，避免盲目性，使工作循序渐进，有条不紊。大家想知道怎么样才能写一篇比较优质的计划吗？下面我帮大家找寻并整理了一些优秀的计划书范文，我们一起来了解一下吧。

**市场部工作计划篇一**

一、主要工作

（一）逐步明确仓库未来发展定位。主要围绕四个分公司发展定位进行梳理。在现有业务中进行分类，把符合未来定位及高附加值的优质客户进行着重培养，不符合的`逐步淘汰。

（二）是积极跑市场，联系新客户，尝试新领域。公司加紧与联想集团的志勤美集物流公司的洽谈，改造库房硬件设施，引进it产业进场；保持和新疆天业上市公司的联系，打造化工原料物流配送中心。

（三）是加大宣传力度，多渠道开展业务宣传。积极开展申报湖北省重点物流仓库工作；加紧赶制宣传册，目前清样已经出来；联系专业公司着手广告片脚本编制；针对武钢业务，给武钢物流管理公司送去邀请函。

（四）是着眼市场，完善仓库功能。积极与郑交所联系，申报菜粕和菜油籽期货交割库的申报工作；针对今年国家棉花收储工作任务重的重要信息，积极开展棉花储备库的申报工作。

（五）加大合同管理力度，提高公司掌控能力。20\_\_年9月公司根据《合同管理办法》（以下简称办法）一年来的运行情况，结合公司合同管理实际进行了有针对性的修订。办法经总经理办公会讨论通过，于20\_\_年10月下发并试运行。同年11月要求各单位参照办法将20\_\_年度合同执行及无合同经营情况进行汇总上报。对发现的问题正在有针对性的加以整改。

二、存在的不足

（一）各分支机构对国家局完善体制机制的顶层设计理解不够，对办公司的目的理解不一，所以在推动完善分支机构建设上参差不齐。

（二）由于思维惯性，业务员目前还只能限于本单位和现有业务领域，看市场的宽度和深度都不够。

（三）要从原来的经营人员转化为公司业务人员，形成一个业务团队还有较长的路要走，业务人员的素质和相关业务知识有待提高。

三、20\_\_年工作计划

第一、加大跑市场力度。市场是跑出来的，客户是引进来的。那么，怎么跑市场?一是领导重视。领导重视就是压力，压力转化为动力，可以增强业务人员主动跑市场的积极性，把跑市场变成一个常态性的工作，变被动为主动。领导重视就是支持，支持就能建立自信，树立必胜的信心。二是建立健全有效的奖惩制度。有效的奖励制度可以有效的提升员工对企业价值的认同，树立对企业的忠诚，以便在此基础上实现其人生价值。合理的惩罚制度可以规范其行为，提升责任心，激发反省能力，对不正确的价值和观念进行改正，提升自我能力。三是明确市场方向。跑市场不能盲目，要根据需求有目的性和针对性的寻找客户资源。要分析自身特点、客户需求、市场动态。增强分析市场、研究市场、把握市场的能力。

第二，明确主营业务，开办专业市场

主营业务指企业为完成其经营目标而从事的日常活动中的主要活动，是企业收入的主要来源。首先，结合自身特点，明确主营业务。武汉分公司、襄阳分公司为城市仓库，具有较强的装卸能力和快速交通通道，适合大宗商品物流和城市快销品作业。孝感分公司具备棉花期货交割资质和多年棉花管理经验，适合以棉花期货交割和收储为主，发展化工产品和烟叶收储。宜昌分公司在集装箱业务上积累了不少经验，可以把集装箱业务打造成主营业务，逐步优化收储种类。各物流部也要结合当前的主营业务，充分发挥成品油、烟叶和种子储备的管理优势，及专用线的特有资产优势，固化主营业务，拓展适合自身的特种业务。在明确主营业务同时，要打造一些有特色的专业市场，如棉花期货交割市场，集装箱业务市场，大型钢材交易市场，城市快销品市场，种子收储、加工市场，竹木交易、加工市场等等。

**市场部工作计划篇二**

工作回顾

自从2月份进入公司市场部以来，一直负责公司的广宣品设计、制作。及广告媒体和供应商的甄选工作。

目前公司采用无广告战场的销售模式，我觉得这是公司产品销量与市场前景的不乐观的主要原因，从二月份确认产品包装直到产品进入市场售卖，我们所参与的宣传只有三月份的糖酒会食品展与一些售卖场的机械式促销，所传达的产品受众有限，没有有效的在整个市场和消费者中扩大认知，形成足够的口碑效应，促使大量消费者购买的欲望。没有让消费者真切地看到我司的产品的发展优势及公司一系列的优惠政策。

来年的工作计划

（一） 公司在目标市场必须要有一个全年的广告计划，全年的广告费用投放多少?分别安排在什么时间?在什么媒体投放?是自己创意还是委托广告公司来做?这些都是需要我们接下来认真考虑的问题。

（二） 明确自己的竞争优势在哪里，利用广告去持续地集中宣传。如我们的主打产品是新青少年休闲食品，那就要从不同角度去宣传我们的产品优势，着重突出产品的创新的“新”字，纯天然绿色的、健康的、高品质的、大众消费的、好口碑的。公司的先进的生产设备、采用纯天然高山牧场的生产原料，良好的生产环境、娴熟的操作手法、合理的价格、高标准的服务流程等等，就是全方位地强化说明我公司在本地区是最好的，我们的产品是最受消费者青睐的，以此来吸引消费者光顾购买。

（三） 出现在各种媒介上的广告，要保持形象一致、诉求一致，前者利于消费者识别；而后者，在不同的媒体上说同样的话，就会产生很大的广告影响力。不要经常变化形象而使消费者难以记忆。

（四） 重视互联网络营销策略，分别在各大知名搜索引擎、论坛、博客，如被青少年评为最喜欢爱的，最受青睐的“猫扑网”论坛、chinaren中国人等。大量在论坛里以软文和网络广告出现的方式集中宣传，着重树立我公司的产品形象。多参与论坛活动巩固、提高产品在消费者心中的良好认知，促进消费者的购买欲。

**市场部工作计划篇三**

一、市场部职能：

市场部直接对销售总经理负责，是企业的灵魂，其工作职能在生产、销售、服务中的作用十分重要，是销售环节核心的组成部分，作为市场部，重要的工作是协助总经理收集、制订、执行。衡量市场部工作的标准是：销售政策、推广计划是否科学、执行力度是否严谨。

1、市场部作用:直接对总经理负责，协助总经理进行市场策划、销售计划的制定和实施。督促销售部年度工作计划的进行事实。全面协调各部门工作职能。是企业的灵魂。

2、市场部工作标准：准确性及时性协调性规划力计划性执行力。

3市场部工作职能：制定年度、季度销售计划、协助销售部执行。协调各部门异常是研发生产部的协调工作。组织销售部进行系列培训。监控销售成本、对销售区域人员指导性的增减、调控制定、督促、实施必要的销售推广。专卖店形象的管理、建设、导购、督导的培训。销售客户档案统计、归纳、整理。全面收集销售、市场信息，筛选整理构成方案上交相关部门。

二、市场部工作计划

1、制定20\_\_年销售工作计划:科学严谨的剖析现有市场状况和销售状况，扬长避短、寻求机会、制定20\_\_年市场部和销售部工作任务和工作计划。

2、实行精兵简政、优化销售组织架构:认真分析了解目前销售部组织架构、根据市场情景合理性、在市场精耕的前提下，精兵简政、调整局部人员、控制销售成本、挖掘人员潜力、激发工作热情、感受工作压力、努力作好各自市场销售工作。

3、严格实行培训、提升团队作战本事:集中培训、努力使所有员工充分掌握公司销售政策、产品知识、应用技术知识、营销理论知识，构成学习型团队、竞争型团队、创新型团队。

4、科学市场调研、督促协助市场销售:市场部的核心工作就是协助、指导销售部和各区域不断的提升品牌力、巩固销售力。所以，市场部仅有不断的了解市场、拜访市场、调研竞品、分析原因、找出差距、并针对各区域实际情景汇报总经理、并给予各区域给予明确的指导销售思想、思路、方法。以上都以表格形式，各区域经理必须按月完成

5、协调部门职能、树立良好企业文化:行政人事部：行政人事部门的功能和职责就是直接对总经理负责、协调各部门工作、建立完整的人事档案，制定科学的人才竞争奖惩机制，考察各部人员工作情景，在市场部的提议和科学的数字、事件、和市场情景下，不断为企业储备人才，挖掘销售人员潜力，致力于销售的提高和市场的发展。

研发部生产部：研发生产部门的职责是以市场需求为导向，经过市场需求，不断优化产品结构和产品功能、把握产品质量、严格推行iso-20\_\_质量体系，向市场推出竞争力产品。所以，市场部每月都会给出市场信息、竞品信息、销售情景信息，使该部门能及时、客观、科学把握市场新动态、航标，在不断调整自身产品不足之处的同时，并为企业研发、生产适合客户和市场需求的好产品来赢得市场和客户。

销售部：销售部是企业的先锋部队、是贴近市场的侦察兵、是企业发展的硬武器。他们的职责就是不断的开拓销售通路、寻求最适合企业发展的战略合作伙伴，不断的把企业的产品推向市场、同时向市场供给科学的前沿信息，而市场部在捕捉市场信息的前提下，结合企业实际情景，制定强有力的市场方案和销售策略，最有力的树立企业“灵魂”的作用。

财务部：直接对总经理负责，如果说市场部是“灵魂”、销售部是“先锋”、是“轰炸机”，那财务部则是企业的“大闸”、是企业运作、健康发展的“动脉”，它的职责是制定企业科学年度预算、结算，把屋企业的赢利，及时的为总经理供给合理的生产成本预算、市场推广预算、销售成本预算、风险和利益的客观评估。作为市场部，在结合企业的实际情景、市场的实际情景、客户的实际情景、制定合理的推广方案和费用，上交总经理或与财务部进行沟通，使之切实可行，使企业发展利益的最大化。

市场留守、物流部：直接对销售部负责，他们的职责就是及时了解定单信息，并及时转交生产步，以最快的速度、最低的物流成本、安全的把产品送到目的地和客户的手中，为销售部作好最优质的服务。作为市场部，更应当提议、指导、督促、协助他们的工作。

6、把握市场机会、制定实施销售推广。

7、信息收集反馈、及时修正销售方案。

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