# 市场工作总结会议(28篇)

来源：网友投稿 作者：落霞与孤鹜齐 更新时间：2024-09-14

*市场工作总结会议1一、主要工作开展情况(一)加强对有价值客户的重点分析，开拓营销策略通过仔细梳理，按照贡献度对本行有价值的大客户进行排名，并定时深入了解各层次客户的个人爱好，采取“锁定高端客户，提供贵宾式服务;针对中端客户，提供特别服务;对...*

**市场工作总结会议1**

一、主要工作开展情况

(一)加强对有价值客户的重点分析，开拓营销策略

通过仔细梳理，按照贡献度对本行有价值的大客户进行排名，并定时深入了解各层次客户的个人爱好，采取“锁定高端客户，提供贵宾式服务;针对中端客户，提供特别服务;对低端客户，提供大众化便民服务”的营销策略。

(二)加大贷款营销力度，扩大贷款规模，不断优化信贷结构。

为增强长期发展潜力，我们从年初开始就非常重视加快贷款营销工作，积极争取扩大贷款规模，带动对公存款业务和结算业务。一是优良客户的贷款营销，针重点企业，加大授信额度，主动营销贷款。二是加大项目贷款的营销，三是加大了按揭贷款和个人消费贷款等低风险贷款的投放力度。通过扩大增量，把更多的贷款投向双优客户，从而带动存量的优化，实现贷款结构的有效调整。在贷款管理的基础工作中，支行以严格实施预警预报制度为核心，全面提高信贷资产管理水平。首先，严把贷款准入关，贷款发放坚持双优战略，对可贷可不贷的坚决不贷;其次，坚持贷款客户的分类管理，实行主动退出，逐步压缩一般客户，主动淘汰劣质客户。三是严格实施信贷管理的预警预报制度，使这项工作成为信贷管理最有力的工具和每个客户经理的日常工作，加大对此项工作的`考核与奖惩。

(三)善于反思和总结，积累经验

总结在一定程度上是工作前进的助推器。对每一次的工作进展情况及其完成情况都要做好总结，积累经验，为以后的工作奠定良好的基础，也便于及时发现问题，弥补不足。只有不断的总结才能把有益的东西积累起来，融会贯通，形成一种强大的工作手段和营销体系。

这一年，我们市场部的工作取得了一定的成绩，但面对复杂多变的宏观经济形势和激烈竞争的金融形势，我们还存在许多不足，一是存款结构不合理，部分存款过于集中与大户，容易产生大起大落，纯负债客户资源比较匮乏。二是信贷投放较慢，手续过于复杂，制约了信贷规模的进一步扩张和效益的有利提升。这些都是我们今后要加以克服和解决的。

二、工作目标和措施

在下一年里，我们还要继续认真贯彻落实总行年度精神，坚持发展第一要务，加强风险管控，不断提升自身水平，努力提高市场份额，确保完成各项业务发展目标。

**市场工作总结会议2**

20xx年对于整个公司的发展至关重要，对我个人而言，这一年充满着挑战，机遇与压力并存，在这一年里我学习了很多、成长了很多，不但使自己的业务水平走上一个新台阶，同时在应变能力和处事方法上也有很大进步，现就将我个人在20xx年中的收获和体会进行总结，敬请领导批评指正。

一、做好前期调查，做到有备无患

1、做好调研，充分了解市场情况。

通过在公司几年工作的积累，我认识到要想在一个地方拓展业务、设立公司，必须对当地市场有一个全面的了解。这样我在被公司调往调兵山公司工作后，我下了很大的功夫对当地燃气情况进行了细致的了解。通过调研，我发现目前东北地区燃气市场非常混乱，竞争也异常的激烈，不但有一些老牌大型燃气公司，也有一些集团公司新近转型到新能源行业队伍中，更是充斥着房地产、供暖和土建等小老板，可谓“全民皆燃气”，竞争的激烈程度是我始料未及的，我公司想要在这样的市场环境下“分一杯羹”绝非易事。

2、分析自身优势，找准工作切入点。

在对整个东北燃气市场进行详细的了解后，我又对本公司的优势进行了分析，首先，我公司属于民营企业，虽比不上中石油、中石化等大型国有企业实力雄厚，但是我们的决策机制相当完善，在对事情的决策上，不像大型国企那样需要很长一个过程;其次，我们公司虽说名气没有那些大型的国有企业那么响亮，但是我公司也属于正规的燃气企业，在外也有一定的知名度，不像当地这些房地产、土建和供暖公司老板那么业余，对于一些中小城市来说我们公司是一个不错的选择;第三，我们公司的业务面很广，项目的合作方式灵活多样，一些大型国企和当地企业不能完成的，我公司可以独立或分项承包，这样可以和那些个人、小老板找到不少合作机会。

二、开展工作，认真完成各项工作任务

1、工作中，我始终秉承着一种“想要了解市场，就必须深入市场”的思想，在20xx年调入市场一线工作岗位后，我通过实地调查和细致了解后，在领导和同事的帮助下，完成了实地调研项目18个，编写项目报告7篇、项目建议书15篇，不但让我对整个燃气市场有了更深的认识，而且也给公司今后的发展提供了第一手宝贵的资料。

3、20xx年我全程参与了辽宁恒泰利民节能减排有限公司的收购工作，从初期的公司市场调查，到各种审计，最后到顺利接收，虽然是刚刚接触这些工作，但是我在其中也起到了一定作用，更重要的是这样的一次经历将对我今后的工作产生重要的影响。

4、在对现有工作的深入了解和调研后，我编写了辽宁恒泰利民节能减排有限公司、松原广燃燃气有限公司的相关体系文件，让我对母站、子站的具体运行规则、管理方式等增强了了解。

5、工作中，注重发挥自身优势，积极配合公司领导和相关部门完成相应工作。如参与康平项目时，我发挥了以前在办公室工作时的特长，编制招商合同并顺利与政府部门签订，确保公司项目顺利进行，并完成康平项目前期注册工作。

6、在孙吴项目中，我吸取以前的经验，“少说、多记、少问、多听”，注意收集对公司有利的信息，并及时汇总编写项目报告向股东汇报;在领导和同事的共同努力下，历经两个多月的调研、协商、可研、尽职调查、谈判，孙吴项目最终顺利签约。

三、加强学习，注重提升个人素质

一直以来我主要从事管理工作及行政、人事工作，在20xx年开始接触市场开发、区域经营工作。对于新从事的岗位，这一年我积极的从基础学习，了解公司运营模式，了解市场开发工作流程，摸索有效的工作模式，在公司领导的支持下在同事的帮助下，我取得了长足的进步。

我将实践工作做为了解市场开发和提高个人素质的学习机会，从实践中去学习理论知识，再将学到的理论知识，应用到实践中来。不断改进学习方法，讲求学习效果，“在工作中学习，在学习中工作”。

通过一年的工作实践，我现在不仅能有效的从事管理工作，更可进行市场的相关业务，同时我也有信心做好区域公司的经营管理工作，我正在努力将自己向多方面人才发展自己，将自己打造成适合公司未来平台的人才而努力。

四、工作收获分享

通过近几年的工作学习，通过业务实践，通过取得的工作成绩，我在20xx年有一定的工作收获，主要有六个方面。

(一)有效分析业务信息，对市场业务敏感

**市场工作总结会议3**

20xx年市场xx部在公司及分支机构全体同仁关心和支持下，逐步理清思路，打开工作局面，积极上功能、开拓市场。探索一条符合xx国储实际的市场拓展之路。

>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xx集团的xx公司的洽谈，改造库房硬件设施，引进xx产业进场；保持和xx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xx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xx公司送去邀请函；

（四）是着眼市场，完善仓库功能。积极与xx联系，申报xx和xx期货交割库的申报工作；针对今年国家xx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。20xx年x月公司根据《xx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20xx年x月下发并试运行。同年x月要求各单位参照办法将20xx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、20xx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。xx分公司、xx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xx和xx作业。xx分公司具备xx期货交割资质和多年xx管理经验，适合以xx期货交割和收储为主，发展化工产品和xx收储。

xx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x、xx和xx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xx市场，xx业务市场，xx交易市场，xx品市场，xx收储、xx市场，xx交易、xx市场等等。

**市场工作总结会议4**

一、工作具体情况

我是一名业务人员，针对公司的产品我的工作职责就是寻找到产品的意向客户，通过自己跟客户的沟通，能够达成客户和工作产品相关的合作意向，能够更好的将公司的产品推广出去。

我每天大部分时间都是在外面，前期是研究公司产品的整个方面，包括功能、优势等，在市场上做好市场调研，用具体的数字来分析公司产品的适用人群和受用的范围。我跑过很多的地方，也进行过市场调查，将公司的产品的受用人群的范围找到了之后我开始针对那些人群一个个上门拜访和沟通。

我一天大概可以面见xx个意向客户，通过自己对公司产品的了解，说服客户能够尝试和使用我们公司的产品，并且保证后续的一系列的售后服务。每次说服了一个意向客户的时候，我都非常的开心，因为这是自己努力得到的结果。

二、收获和不足

在这份业务员的工作中，我学习到了很多。我学会了如何与人相处，如何能够让陌生人在短时间内能够信任我，可以坐下来认真的听我介绍我的产品。这些都是我做这份工作以来学习到的。除了这些，我的直观改变就是我变得自信了，在任何时候我都可以抬头挺胸的跟别人说话，也结实了很多不同圈子的人，这些都是我的“财富”，在我之后的工作上可以给我提供很多的帮助。业务员跑市场是很辛苦，但是却更能锻炼一个人。最起码的就是锻炼我的身体素质，我觉得我做这份工作以来，身体变得强壮不少，也不怎么生病了，脸色也变得好起来。

当然也有做的不好的地方，自己在工作的期间心态没有很好，自己的心情容易受客户的影响，这点自己在之后的工作上要不断的改进，我很喜欢这份工作，也会更加努力的完成好自己手中的工作，让更多的客户使用到我们公司的产品，提高自己的工作能力，到达自己的职业目标。

**市场工作总结会议5**

>一、总体情况

我县现有农贸市场36个，分布在城区和周边25个乡镇，全县农贸市场占地面积约50050平方米，共有摊位5802个，吸引约18000余人在此就业，年交易量73000吨以上，年交易额8亿以上，承担着全县人民群众生活购物的需求。在这些农贸市场中，20xx年随工商办管脱钩移交至商务局的有33个，其中包括城区3个市场，乡镇30个市场，其市场产权所有制均为国有，由政府部门出资兴建，具体经营形式为

赁和承包两种方式。另有3家由开发商投资兴建，表现为上方为商业住房，下面建菜市场的模式，经营形式分为业主自营和租赁两种。投资主体和经营方式的多元化，打破了过去政府和部门独家建设的局面，形成了多方投资的格局。

>二、现状及特点

在农产品供应渠道多元化的进程中，菜市场这种传统的业态仍然显示出独有的优势，市民在购买蔬菜、水产、鸡蛋等商品时，依然首选菜市场，选择率在一半以上，这是因为菜市场经营方式灵活，蔬菜、水产等商品新鲜程度远远高于超市。菜市场设施简单，租金低，劳动力成本低，所以降低了商品的成本，根据菜市场的特点和农副产品的自身特点，菜市场在目前情况下依然延续其主导地位。

我县在20xx年工商办管脱钩后，因为管理主体变动，很多事情千头百绪，再加上工商部门近十年来未对市场大棚进行维修，08年又遇天灾，导致市场大棚损毁严重，75%以上市场损毁停用，因受资金限制县商务局筹措资金进行了部

分修缮，截止20xx年8月仍有10处市场未得到修复。至今摊位费一直无法上调，所以总体经营情况不佳，这一情况在移交到商务部门后有所改善，现经维修后正常使用的市场均采取拍租形式，20xx年相比20xx年有小幅上涨，全县全年收取租金约68万，财务状况仍然堪忧。在农贸市场交易中，蔬菜批发和零售环节平均差价为2元/公斤，摊位费在批零差价中所占的比重为0。6%，市场主办方未收取其他费用，收益甚微。

寿县商务局在接收全县农贸市场后的一段时间里，商务局党委书记、局长刘长宝审时度势，因势利导，积极采取切实可行的措施，针对全县农贸市场的现状进行了综合评估和科学论证，市场建设本着“量力而行，逐步建设，先急后缓，宜快则快”的原则，向县委县政府提出建设要求。截止目前为止，已筹资在全县范围内重建和复建了农贸市场15处，其中包括城区2个市场，乡镇13个市场，这一举措使全县城乡市场建设和经营环境得到了充分的改善和有力的保障，很好的`解决了人民群众买菜难的问题，也为以后的摊位费征收工作打下了良好的基础。

在做好硬件设施的同时，还积极做好各种惠农措施，为促进产销衔接，保证农副产品的新鲜供应，我们为自产自销的农户提供了相应的便利条件，减免了相关费用，发挥多种蔬菜经营形式共存的良性竞争局面。在市场的出口处还设立了公平秤，醒目处树立了《市场内七个起来》和《市场文明经营公约》公示牌，保障了市场内有序交易，为了更好的方便群众生活需要，我们根据实际情况开设了市场早晚市、流动式售货车和直营直供菜店，方便群众的同时也加强了市场交易的多元化，促进和扩大了农产品交易之平台。

>三、市场建设和管理中存在的问题

农贸市场在城市化进程中发挥着积极的作用，我中心也在积极的探索和研究，为了使全县的农贸市场都能物尽其用而做了一番努力，但随着城区规模的不断向南发展，市民生活质量的不断提高，我县的农贸市场无论是在建设和管理，还是经营和服务都存在不少问题。

（一）布局不合理，与城市发展不相适应

**市场工作总结会议6**

今天总经理说道市场工作做的不够细心的问题，我突然感觉惭愧的。我所负责的市场面积很大，客户达到8000多家，我在走访市场的过程中仅仅是挑一些大户走访维护，小客户基本上没有拜访过。如果市场走得细致的话，那得走到何时才能走一遍呢？这种想法对么？不对！我错了！

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。

**市场工作总结会议7**

二0\*\*年，我科在局领导的正确领导下，在主管局长的指挥和带领下，按照20xx年全局工作要点，结合本科的工作计划，紧紧围绕全局的中心工作任务，经过全科同志的共同努力，圆满完成了全年的各项工作，现简要总结如下；

>一、开展了农资价格大检查

在今年春耕期间，为了维护广大农民的利益，规范农资市场价格秩序，减轻农民负担，我科对县内三十余家农资（化肥、种子）经销户，下发了经营提醒告戒书，要求明码标价，公示价格，不得以各种手段坑农害农，不得相互串通，哄抬农资商品价格。我们对农资市场进行了跟踪检查，由于告戒及时，未发现有违纪问题。

>二、开展了春节前市场蔬菜补贴的发放和监管工作

为了让全县人民过好春节，我局经县政府同意，用价调基金调节市场蔬菜价格，给镇内几家蔬菜经销大户价格补贴，经过二十余天起早贪黑的辛勤工作，圆满完成了此项工作，受到了广大经营者和群众的好评。

>三、及时制止了盐涨价风波，查处了四件涉盐价格举报案件

今年三月份，由于受日本地震的影响，全国掀起了一股食盐抢购风波，一时间市场价格大涨，群众非常恐慌，我们科反映迅速，及时出击，在县里相关部门的配合下，平息了这次食盐抢购和涨价风波，恢复了市场秩序，同时对群众举报的盐经销户的乱涨价行为进行了退款并当场处罚，发挥了市场监管作用，受到了群众的称赞。

>四、开展了全县道路交通运输行业价格监管年活动

为了落实省里电话会议精神，全面整治道路运输秩序，我科按照局里制定的价格活动监管年活动方案的要求，做了以下几项工作；

1、结合“12358”价格举报电话开通十周年活动，汇同交通运管部门在县客运站门前开展了一次价格宣传活动；

2、为全县交通客运户下发了156份经营提醒告戒书，并召集全体车主在客运公司召开了现场告戒会；

3、开展了交通运输价格大检查，处罚了11台价格违法车辆。

>五、开展了全县医疗卫生行业价格大检查

今年十月份，我科按照局里的部署，对全县26家医疗卫生单位开展了药品价格和医疗收费大检查，由于乡镇卫生院实行药品零加价政策，未发现有违纪问题；对镇内几家因药品加价超标准的问题进行了经济处罚。

>六、开展了城建、土地、水利、环保系统的`收费大检查

今年11月份，我科对城建、土地、水利、环保等单位的收费执行情况进行了检查，共检查单位15个，对城建部门的乡建办、房产交易处给予了处罚；对水利部门的水资源办因涉企超额收费责令退还；对土地部门超标准收费的违纪款予以了收缴。

>七、开展了全县“价格诚信单位”的调查摸底和上报工作

按照省局的要求，我县上报了一家“价格诚信单位”，通过我科的上门指导和摸底调查，该单位已被评为全省价格诚信先进单位。

>八、及时上报省里的各项检查总结材料和检查报表工作

20xx年，我科按照省里要求，及时上报各项检查总结汇报材料，共上报材料5件。上报统计表12件。

总之，我科20xx年的各项工作已圆满结束，超额完成了局里的各项经济指标，虽然工作比较辛苦，但我们从未叫苦叫累，无论份内份外我们都能从大局出发，紧密配合局领导工作，当好参谟、扎实地开展工作，为全局整体素质的提高和经济效益的增长，尽到了我们应尽的职责。

**市场工作总结会议8**

20xx年即将过去，“知耻而后勇”是我在本年度的工作中最真实的感触，工作很辛苦，却很充实。今年市场大环境的萧条及不稳定，我们在工作中面临了来自各方的挑战与压力，在困境中寻求机遇，在挫折中谋求发展。对我来说20xx年是我人生中非常有意义的一年，正是这些困难与经历锻炼了我们，成长了我们。现将本年度具体工作及心得总结如下：

一、本年度基本工作情况

1.销售目标。

任务未完成，销售数据是衡量工作完成情况的重要指标，很遗憾由于部分商家经营不稳定及市场整体环境恶化等各种原因今年所负责楼层销售任务未按公司下达的规定计划5940万元任务完成销售额，截止20xx年12月20日一层共计完成销售万元，销售比数1967笔。客单值为万元，较20xx年和20xx年均有所下滑。

2.导购人员的.日常管理。

导购人员的日常管理本年度有所提升，本年度对导购员的管理工作要求较严，工服的检查，仪容仪表检查，店面卫生检查及整改，晨会召开，礼仪规范培训，加之单位组织的行业专家培训，引导商家积极经营及楼层经营秩序、消防安全等日常管理工作均有条不紊的开展。

3.清缴各项费用

对所负责的楼层商户质保金、租金、市场管理费等各项费用的催缴工作。市场环境的恶劣及部分商家店面销售的下滑，使的本年度的收费工作一直处于很被动的局面，今年我店几乎每个月都在积极的催缴费用，尤其是是4月、9月、10、11月，通过利用各种方法和手段，强行冲抵货款、协调沟通收取、停电整顿收取、法律诉讼收取，采取各种手段，对欠费商户各项费用进行了积极的催缴。保持商场正常稳定运转及商家的正常经营。

4.处理顾客投诉

在工作中及时有效的处理顾客的投诉问题，协助商户解决日常售后问题，服务顾客。本年度共处理售后动用赔付金6起：马可波罗1起、简一2起、益高1起、德立1起、诺贝尔1起。协调处理售后十余起，并总结后给商家营业员集体培训，提醒各商家及营业员在日常销售中需注意事项。

5.收集商户资源，积极努力招商。

市场环境的萧条、不景气，加之我商场相对\*\*其他卖场租金标准偏高，很多投资者都不敢轻易投入，这使得招商工作的开展举步维艰，经过对\*\*的各个大小建材市场进行走访摸底，让我对\*\*整体建材行业有了更深一步的了解，对有些品牌符合我商场定位的要求的联系工厂，积极邀请其进驻或留作后期资源，同时帮扶有些厂家联系当地代理商。

6.参与商场大中型促销活动及组织区域活动。

参与商场组织的11次大中型促销活动及8月亲手组织的瓷砖、洁具动员会楼层区域活动，尤其是商场10月底组织的十月围城大型促销活动，部分环节的亲自上手组织协调工作，电话营销的培训、负责三场的现场抽奖主持工作，感受颇深，受益匪浅，收获了非常多的工作经验，为后期的工作奠定了不可或缺的实践工作基础。

7.上级领导交代的其他工作任务、配合其他部门的日常工作及协助商家提升服务等工作。

二、工作感触

来到\*\*\*\*店工作已有两年之余，今年是最艰难的一年，同时对我个人而言也是最有意义的一年，在逆境中前行，成长、锻炼了许多。经过商场的一系列的促销活动、商家自行组织的联盟活动、欠费的收缴、合同续签、商家抗阻的事务，使得这一年的工作我对商家、商场及市场有了重新的定义，重新的认识。不仅是对工作认识的提高，更重要的是心态的成熟，与商家日常工作交流、处理问题的能力与技巧有极大的提升。

三、工作中存在的不足

1.在工作中缺乏创新精神，思维拓展有限，对日常工作的展开新颖性较少。

2.对楼层内商家所经营产品及品牌相关知识掌握较为薄弱，专业性较差，需努力认真学习，能更好的帮扶商家及更好的服务商家、导购人员。

3.业务能力还有待进一步提高，很多工作还不能游刃有余，需要不断继续学习以提高自己各项能力。

四、20xx年工作计划

1.加强部门内部员工团结与合作，互相沟通，互相帮助，取长补短，共同进步、共同成长，集思广益，共同协作完成日常工作中出现的“疑难杂症”。

2.学习相关的业务知识，掌握所管辖区域商家所经营产品及经营品牌的有关知识，更好的帮扶商家及更好的服务商家、培训导购人员，带动销售业绩。

3.加大招商和清缴欠费力度，将其列入工作中的重点，将公司利益损失降到最低，最大化的创造公司利润，从前期准好准备、准好积淀。

4.及时准确的掌握市场信息，有效开展各项业务工作。

五、对公司的几点建议

1.财务部门与业务部门及业务部内勤之间部分工作连接性较强，建议专门培训业务人员学习部分财务ERp系统知识、及内勤相关知识，业务人员办理相关手续或查询相关数据时，节省时间，提高工作效率，有效避免推诿，耽误工作。

2.多组织员工学习相关业务知识、接受行业内新鲜事物、学习新知识，采取“引进来”和“走出去”的方式，为员工视野的拓展提供渠道。

3.商场当天顾客的销售小票及销售合同应加盖当日的合同签订日期，避免顾客恶意更改日期套取商场奖品及赠品，以免造成不必要的损失。

4.针对商户逃单、顾客不积极交单，可以有针对性的为只要交够全款的顾客凭销售合同、销售小票等凭证领取有意义的带有\*\*\*\*店LOGO纪念礼物，吸引顾客积极签订销售合同，同时发放出去的礼品也可以积极的宣传我卖场。

六、总结

最后，非常感谢公司给我提供的学习、成长平台，使我得到了历练，让我学会了思考、学会了有的放矢，同时也认识到了责任的意义，使我的人生在这里更加的完美。

**市场工作总结会议9**

紧张而忙碌的20xx年转眼已过。一年来，在集团及公司领导的正确指导下，紧紧围绕集团和公司项目领导下达的各项经营管理指标及公司开展各项服务工作。经过不懈努力和通力协作，弱电服务工作有序开展，服务品质持续提升，较好实现了各项指标。为发挥优势、弥补不足，更好地完成下一年度工作任务，为租户营造更舒适、优美的办公环境，提供更优质高效的服务，现对20xx年工作总结如下：

2、认真对待公司、项目检查中提出的问题和整改意见，结合各种上墙制度，认真整改和执行。在领导的帮助下，认真巡视设备，按时抄录各种读数，认真检查设备工作情况，认真填写了各种表格、记录，为日后工作和数据分析提供了有效、准确的依据。

3、在公司的质量方针指引和项目领导正确指导以及部门同事的密切配合、团结一致下对KK100Ａ塔各弱电系统施工单位的施工进度跟进及工程施工质量的监督，进行设备的安装维修和保养工作对楼内弱电进行了全面清点、整理工作，及时同施工单位进行沟通让其整改，在没有进行交接和资料不全的情况下对中心设备接管，为保证设备的正常使用，积极参与调试和巡查工作。由于缺乏设备资料，我们只能在现场逐一查设备、查线路，了解设备的工作过程和控制方法保证了设备的正常使用。

5、在技术培训方面，主动与部门同事互相交流、互相学习、取长补短，不断增强自身业务知识和技术水平。利用业时间参加了国家专业注册工程师考试技术交流学习，很大程度上提高了自身水平和自信心，进一步提高了工作积极性。

一年来，协同部门同事尽心尽力地为公司做了大量的工作，不论是分内还是分外的工作都能积极主动的去做，但是有些工作还是存在不足，与公司的要求存在差距。我将在今后的工作中，认真的去弥补不足，进一步提高思想素质及个人的技能，为公司的发展做出最大的贡献。

**市场工作总结会议10**

1、部门多次召开会议。

就如何完成公司的年度目标进行认真的讨论，充分挖掘每一个人对杭萧钢构工作的饱满热情和主观能动性，最大程度的发挥他们的聪明才智。并对部门内人员工作内容作了更加明确的分工。

2、努力提高信息管理工作的团队协作精神，明确公司整体协调一致的工作要求。

杭萧钢构事业必须靠全体人员共同努力，高度服从指挥，整体协调一致，才能保持可持续的增长和健康的发展。所以，把教育本部门人员加强与办事处的沟通和协调，与其它部门人员的协作作为一项日常工作来抓，同时敦促办事处不但要做好业主的销售前的服务工作，还要增强为企业内部其它部门提供工作允许范围信息或工作便利的服务意识。

4、组织实施营销系统内市场开发助理和销售工程师的培训工作，使他们在短期的十天左右个人综合素质得至显著的提高，为他们今后服务于杭萧钢构，奉献于杭萧钢构奠定了坚实的基础。

>二、杭萧钢构品牌推广工作。

品牌是企业的整体实力的综合反应，每一个成功的企业都有一个响亮的品牌。杭萧钢构的品牌效应在今年上半年的业务接洽起着十分关键的作用。这主要得益于公司高层决策领导始终如一的高度重视和多年来持之以恒的高投入的品牌推广工作。由于品牌影响力的不断增强，业主接受杭萧钢构产品的概率大提高，市场开发助理宣传自身企业和钢结构业绩的投入也会逐步减少。

作为公司品牌推广的职能和主导部门，市场部充分利用各种行业协会、展览会及各种媒体进行了长期的、大量的、细致的、有效的品牌推广工作。并经过，为安徽杭萧钢结构有限公司在南京、合肥两个省会城市周密地组织和精心地策划了有中国建筑钢结构委员会主要领导和省建设厅领导参加的大型推广会，取得了预期的效果。事先策划好的股份公司在福建省会福州举办的品牌推广会因“非典”影响而推迟至下半年。

>三、业主与合作单位客户接待工作。

客户接待工作是一项纷繁复杂而又十分重要的`工作。它既是众多现实和潜在的客户了解杭萧钢构的重要窗口，又是公司展示自己外在形象和综合实力的平台。对公司业务的接洽起至关重要的润滑剂作用，有时甚至直接决定着业务的成败。在布置客户接待工作中，首先是对该项工作从思想上十分重视，能以热情和真诚为原则来对待每一个客户。其次，以毫无怨言地奉献自己的休息时间和毫无保留地付出自己的辛勤努力为必要前提，并善始善终，一如既往，持之以恒。

再次，能发扬单总提出的一元钱精神，力所能及地降低接待成本，杜绝接待中的一切浪费，并把节省成本当作自己工作的一个方向和目标。但这不是说无限度地减少接待费用，以牺牲接待效果为代价。在尽量节省开支和保证接待效果上，把握好一个度。一方面与相关的各大餐饮、宾馆、娱乐等企业签订了协议，获得了最大程度的优惠。另一方面我们对每一环节和步骤都加以推敲和权衡，厉行节约。使这项工作既能领导和商务部、办事处人员充分的肯定，又能得到客户良好的评价。 上半年接待客户99批次，共401人。

>四、日常行政工作和内部管理工作。

1、杭州的营销和技术系统的日常行政工作已形成市场部的工作职能之一。

部门人员为此付出相当多的时间和精力。但经过努力后，不但使日常管理开支大大减少，而且使这项繁杂烦碎的工作做得更加井井有条和严谨周密，得到了绝大多数领导和员工的一致好评。

2、费用的管理。

市场部承担着营销系统乃至杭州总部各部门费用的审核、报销工作。我们能够严格按照公司制定的各项制度来控制各项费用开支。同时制定了营销系统办公用品的购买、申领制度。做好杭州总部的财务管理工作。

3、办事处人员的辞退和招聘。

年初为了完善办事处的管理，本部门会同商务部和投标办制定了办事处管理细则，每月进行考核。对不能胜任本职工作的人员进行淘汰，截止6月底，共清退人员12名。同时广纳人才，配合人力资源部和营销系统其他部门开展招聘工作。上半年共招聘26名各类人才充实到营销系统各部门、办事处任职。

4、建立健全营销系统和本部门管理制度。

**市场工作总结会议11**

进入公司快半年时间，由最初的坐在办公室看文件，到现在东奔西走，我开始正式融入这份工作，也慢慢喜欢这份工作。现将过去的五个月作以下总结。

1、2月份刚进入公司，主要是对公司日常运作以及本职工作的一个了解阶段，通过查阅公司的各类文件和同事聊天了解公司情况和工作职责。作为市场督导，首先要了解自己的货品，哪些畅销，哪些滞销都要清楚，同时还要具备一定的专业知识，演讲技巧。再者，要保持积极，持之以恒的工作心态。

2、3、4月份出差本省、四川，重庆等地，在这这段时间我第一次接触实体店铺。在这过程中，也发现很多问题，包括货品，专柜形象，人员管理等方面都出现不同程度的漏洞，这也是我以后工作必须注重的，也深知市场督导作为公司与代理商的纽带，必须有专业的知识，良好的沟通能力、管理能力和十足的热情和责任心才能把工作做好。

3、5月份主要是订货会的相关事情，由前期的准备阶段到订货会结束，提升最快的是对货品的陈列方面。通过市场部其他同事的指导，我对货品的陈列有了很大的进步，也分清三个品牌不同的陈列风格。但目前掌握的还是一些基本的陈列方法和局部的陈列方法，对整个卖场的陈列，和突显品牌风格的陈列方法还没能掌握。陈列没有固定的方法，需要不断去尝试不断去学习，特别是一些国际品牌的陈列更值得我去学习。

4、6月份出差武汉，主要针对店员进行培训和协助销售。6月份的出差可以说是对我前期知识积累的一次检验。在武汉驻店期间，对员工培训了基础知识和服务礼仪，基本可以流畅地讲完课程，但这过程中发现自己对皮料的了解还不够透彻，包括皮料的种类和皮料的护理方法。在驻店期间除了培训，大部分时间都是做销售，一方面可以让我更了解货品，了解陈列；另一方面增加销售经验和卖场管理经验。对于我来说，这些经历对日后工作将会有很大的帮助，特别是做培训的时候，有相关的卖场经验会更容易让销售顾问去接受我的一些见解。

对我来说，皮具行业了解尚浅，要学习的还有很多。正因为这样，我必须以十足的热情和努力，不断提升自己。

下半年工作计划

下半年的工作继续围绕着提升专业知识开展，同时加强对整个行业的了解。现将下半年工作做以下计划：

1、继续加强自己的专业知识，熟悉新货品的销售情况。继续加强对培训资料的熟悉程度，加强普通话的锻炼。

2、了解所有竞争品牌，包括其品牌文化，产品风格，产品价位以及销售情况。

3、争取下半年能够出差不同区域，了解全国市场情况。

4、争取年底有自己管理的区域，把之前积累的经验拿到实际管理中去，提高自己的管理水平，提高区域销售业绩，为公司创造效益。

通过近期对我所负责卖场的了解，发现多数区域人员对于销售工作仅仅停留在单一的送货――售后――回款的工作方面。工作非常被动，不能主动的找出问题、优化环节，缺少了最重要的客户掌控、渠道掌控和终端拉动。部分销售人员对于自己的工作职责含糊不清，只做了最表面的基本工作。根据一些实际情况，我冒昧阐述一下市场督导岗位的工作职能。

督导工作不能仅仅局限于促销员管理方面，一方面督导要提高自身的素养，包括对于销售技巧和手段的认识，处理促销员在销售工作中出现的难题；另一方面提升自身的管理能力与协调能力，善于处理促销员与门店负责人、促销员与其他公司促销员、促销员与店员之间的种种或大或小的矛盾。

我作为一个市场督导人员，下面谈一谈本人的工作体会及经验总结：

（1）帮助销售

市场督导应该连同培训师一起，对于无促销员渠道的店面，进行简单有效的销售技能培训。要让经销商和终端门店负责人认识到，我们不仅仅是机器上了柜，同样我们一直关注、关心他们的整体销售。对于销售技能方面，我们给他们进行帮助培训，让他们对我们公司的形象、人员素质留下好印象，并让其感受到我们是实事求是地在帮助他们。同样，他们的感激心理能帮助整体的销量提高。对于合作方面，这些都是保持良性发展的必要条件。

（2）惯性推销

在帮助销售的同时，认真教会门店店员关于金立机型的独特卖点和销售技巧。通过这样的培训，店员如果能够按照教授的方法卖出机器，肯定在内心有一定的成就感和满足感。这样，在再一次向客人推荐金立的机型时，在信心上都会有一定的提高。通过多次的成功，很容易就会形成：某些店员专会推荐金立的机型，而且成功率非常高；以后有客人上门，都会主动的推荐金立的机型。这就是成功的惯性推销，这对于我们金立手机在终端门店冲量是很有效果的。

（3）灵活促销

促销，无论在哪一行，都是一个客观存在、无法回避的常见主题。受天时、地利及人脉的限制和影响，其资源和方法往往有很多种，这就需要我们头脑机敏地巧用资源、广开思路、目标专一、灵活促销。也就是根据不同情况，在不同场合，用不同方法对待不同的顾客，达成销售。

从分析顾客心理的角度，往往能挖出更多顾客的消费潜能。顾客能走进卖场，不外乎两种情况：

第一，确实是来买手机的。这个时候，往往要采取先势夺人，以最直接和最有效的方式来吸引顾客的注意，从而达成向他推荐手机的目的。

这里的“灵活促销”，体现在促销员及督导员如何通过对顾客的第一眼观察并迅速准确地对观察信息作出相对准确的判断，或者根据顾客的信息反馈迅速通过口头语言消除他的一些心理障碍，清除他的一些心理干扰，拉近顾客与手机柜台的距离，进一步打开顾客信与不信的心扉。综上简述，就是“巧观顾客，当机立断”。

第二，可能是来买手机的。这里，又可分为两种，一种是想买，但没带钱的；另一种是带了钱，但不一定当下就买的。这里的“灵活促销”，体现在与顾客良好的互动过程中。构建与顾客和谐无障碍的沟通聊天平台，打开顾客情感的心扉，通过情感互动的方式，了解顾客的真实需求以及客观困难，促进这位顾客这一次或者下一次前来消费。简述之，即“情感互动，和谐营销”。

转眼已经到了xx年7月份，根据自身的实际情况，我对自己xx年上半年工作做出了评定和总结，提出了需要改进的地方以及解决方法。

一、岗位职责

作为公司市场部督导这一职位，我在工作上有很多不到位的地方，没有使用好公司下发的考核标准。做事总是想到哪做到哪儿，工作没有合理的计划和总结，没有正确的工作方法。工作起来比较麻木，总是急于解决问题，做不到冷静的思考问题，没有合理的解决问题根本策略和方法。

解决方法：拟定一个属于自己的工作流程，每天按照此流程来展开工作（对每一项事情的了解和问题的处理都设有时间的限制），这也就是被迫提高工作效率。经过一段时间的磨合，相信自己在工作方法上会有所改进，并且工作效率也会有所提升。

二、业务情况

20xx年在公司业务方面，得到了小部分的成果，但其中也有很多是鉴于公司同事们的帮助和鼓励。我们的军团军规中有这么一句，当你进入一家讲究实效的公司，请用你的业绩说话。

在工作中总会提醒自己：所有出现的问题只有自己解决，等到别人的只有参考的意见和鼓励的话语，凡事全部需要自己才能解决，没有任何人来帮助你完成它。这样自己的依赖性就不会那么强，所有的问题只有自己去寻找解决方法。再苦再累，只有你的业绩才能证明你的能力，其它所有的只是空谈。

三、团队协作

上半年工作中总结出：现在的公司只有较强的个人能力是不行的，拥有公司的团队协作精神才是最为重要的。再强的个人永远比不上一支优秀的团队。目前团队的建设将成为下半年度的工作计划。在团队中我总是教导我的管理者，必须做到以身作则，严格要求自己。店铺的管理者需要的是解决问题的方法，而不是我们帮助他们解决问题。对于如何培养员工：只要员工犯的不是原则性问题，我们基本以引导和教导为主。员工不是被骂成才，她们同样也需要赞美和鼓励的话语，多给信心。

四、存在问题

1、自我学习力不够，总是需要鞭策

2、工作还有潜力没有全部发挥，需要改进工作方法

3、对于平时的培训及会议记录是有，但只是流于形式，没有最后的总结，采用和实施

五、解决方法

1、合理地安排自己的学习时间，没有特别重要的事情，不可打乱学习计划

2、给自己制定工作流程，不断改进工作方法，学习优秀的人是如何有效地安排自己的工作时间，利用好五项管理

3、在培训和会议之后学会总结和分析，分析出自己目前的工作问题，总结出自己如何更好的执行和布置工作。在实施之前做好充足的准备，将计划详细，实施的时候就比较轻松。

**市场工作总结会议12**

20xx年即将过去，市场营销部以全面把控市场动态，明晰市场区域划分，降低各项费用成本，追求利润化为工作指导思想，紧跟公司发展的步伐，齐心协力务实进取，对外积极拓展市场，内部狠抓部门建设，在公司领导的正确领导、兄弟部门的有力支持和本部门全体员工的共同努力下，基本完成了年度各项工作，现就市场营销部当年各项工作总结如下：

一、20xx年度主要工作指标

1、实际完成签约项目xx个，平均单笔合同价款xxxx万元，合同总价款xxxx万元。

2、20xx年总目标任务为xx万元，实际完成xxxx万元，完成率为xx%。

二、工作中取得的收获

1、整合资源提高工作效率。20xx年，为了更好的开展各项工作，公司决定将以前各自为战的三个部门，即市场部、技术部和工程部组合成一个有机的整体，统一指挥统一行动，三个部门实施合并后有效的提高了工作效率，显著降低了运营成本，很大程度的发挥了各个部门的工作职能，起到了合力打拳的功效。

2、完善了部门的合同管理制度、报销制度、提成申报制度、日常管理制度等规章的规范，尽力解决了原先杂乱无章的管理办法，做到了部门管理的忙而不乱，有章可循。

3、随着公司建设项目和经营的快速发展，部门业务量的不断加大，根据工作开展需要，全年内淘汰了不能适应工作岗位的员工，吸纳了新鲜血液的注入，部门始终保持着一股向上的正能量，积极健康的工作氛围让部门中的每一个人都将心思放在了工作当中。

三、工作中存在的不足

1、客观上讲，公司的业务主体对象大多为各地政府部门，因为对方资金来源多属于政府预算拨款，资金审批程序繁琐，从而给我们造成了回款周期长、难度大的问题，导致了公司的资金回笼有些偏慢，也对后期项目的执行造成一定的滞后影响。

2、从项目实施情况看，技术上把控不严、购进原料瑕疵、施工作业不规范且拖拖踏踏、现场监管不力、工程返工率居高不下、重复性维修等事例屡屡发生，这些不但大大的增加了项目执行的成本费用，削弱了公司利润，造成经济损失，而且使三阳品牌的社会形象确实受到了不小的影响，为后期延续项目的签约以及老客户的维护平添了很多困难。

3、从个人主观意识上讲，突出的问题还是出在自身，主要有：①工作主动性较差，领导指到哪里就走到哪里，拨一下动一下，没有一个自己动脑筋想办法解决问题的习惯，工作的主观能动性明显缺乏，单兵作战能力亟待培养。

xx②危机感意识较差，不少员工似乎尚不清楚这个行业的竞争有多激烈，没有把自己真正当成公司的主人，没有为公司的利益着想，没有为公司的发展出谋划策，既不居安又不思危，奋斗感很是缺失。

③意识淡薄，品牌意识薄弱，后期服务跟不上，使得用户对公司的影响一落千丈，副作用很大，让业务人员无法从中再次挖掘到新的项目，造成这种局面的原因就是我们的员工责任心不够，服务意识不强。

④畏难情绪比较严重。市场营销工作本来就是一项挑战与困难并存的职业，不付出一定的努力肯定难有所获。而在困难面前，我们的办法显然不多，付出显然不够，一旦工作中遇到棘手的问题，“怕”字当头，畏难情绪表现的比较突出。

4、从管理计划层面上讲，主要存在的问题有：

①员工队伍中普遍存在着懒散的现象，没有做到人尽其能，人力资源有待进一步优化，管理上必须要上一个台阶。

②部门领导人情化管理现象突出，总是顾忌手下员工生活不易而不忍心下重手对违规人员作出处罚，使得长久下来好多不正确的工作现象似乎都正常了，这些显然都是因为部门管理偏软所致。

③工作中的指导性不是很明确。全年当中部门领导更替频繁，每个管理人员所采用的工作方法各自成章，缺乏系统性和连贯性，这也就导致了在不同阶段部门工作的指导性变得混乱而模糊，从而造成了员工们的工作方向感较差，多数人没有一个完整的个人发展规划。

④缺乏业务培训计划。我们的技术设计在具体施工中走样，施工人员对于技术参数理解不透，直接反映出了我们在培训方面的滞后和不足。

四、相关的几点建议

1、严格按照合同规定追缴回款，一个项目一个项目地紧密跟踪，在规定的时间内做到按时回款，不能拖拉，防止我们趴在账面上的回款数额越来越大。

2、注意产品质量，建立工程档案，从采购源头做起，杜绝“三无”产品，严格与供货单位签订质量协议，同时对每一项工程项目在做好做全文字档案的基础上，还要建立图像电子档案，为项目的后期维护及其他项目的参考做好可查阅的资料准备，达到科学掌控所施工项目的目的。

3、切实加强销售队伍建设和人员培训，遵循能者上、庸者下的科学化用人模式。一是要求所有市场营销部职员具有良好的职业形象;二是要求职员具有足够的行业知识和产品知识;三是要求所有职员具有良好的语言表达能力和沟通能力，也就是能与客户进行各方面良好沟通的能力;四是提高团队工作整体执行力和创造力，通过理论与实际操作相结合，全面提升全体人员的工作积极性和主观能动性，把市场营销部建设成一个有活力、有执行力和战斗力的团队。利用空余时间多做专题培训，让员工们了解产品的具体情况，掌握相关产品的新知识新动向，练好基本功，为今后的工作打好基础。让每个人感受到自己就是这个集体不可或缺的一份子，从内心热爱这个公司。

4、积极开拓新市场，维护老客户，树立完整的三阳品牌形象，从现在单一的路灯发展到多方向多途径的营销渠道，大家群策群力，拧成一股绳、合成一股力，为实现20xx年的经济目标共同奋斗。

上述内容为市场营销部20xx年工作总结，所列问题将是市场营销部以后在工作中需要完善和改进的重点。今后，我们将严格加强管理，加大营销力度，高标准严要求，在公司领导的正确指导下不断改进，不断提高，努力完成各项工作任务，团结一心向着20xx年的奋斗目标勇敢冲刺!

**市场工作总结会议13**

在繁忙的工作中不知不觉又迎来了新的一年，回顾这一年的工作历程，工作在公司各位领导的正确领导下和各位营销人员的共同努力下，取得了一定的成绩（虽然离公司领导指定的目标还相差很远）。一年的工作历程不仅见证了我个人的成长过程、也见证了公司的发展过程。

>一、市场部主要完成工作

市场部是负责营销业务的职能部门，是公司提高声誉，树立良好形象的一个重要窗口。制定营销方案起到参谋和助手的作用，它对公司疏通营销渠道、开拓市场、提高经济效益起到了重要促进作用。做好用户的宣传和解释工作，对客户进行拜访，采取发放名片，电话拜访等多种形式宣传，让大家放心的用上清洁、方便、环保、节能的天然气能源。

>二、20xx年工作成绩

已通气的区域、北山路北片牛奶厂xx北山粮站，油橄榄基地xx邮政超市；新开用户216户，收回旧户补交费142户，安装红外线烤火炉50余个，普遍反应良好。

>三、工作中欠缺，还需加强的

1、详细记录好用户的\'资料，建立完善的用户档案。

2、树立市场观念。目前我们的用户群体尚有一定潜

力可挖。今后，我们将采取灵活机智的营销策略，加大宣传力度，拓宽集团户渠道，提高整体效益。

3、强调团队精神，互相合作，互相帮助，营造一个和谐、积极的工作团体。

4、密切合作。主动协调与各部门做好配合工作，根据用户的要求，创造最佳效益。

市场纵有千变万变，在充满挑战的20xx年，市场部勇于创新，迎难而上，勤勉工作，全身心投入公司的经营发展中去。

**市场工作总结会议14**

观察、探索、学习、酝酿，在付出中收获，在工作中成长。面对领导每一句建议和批评，还有同事们热情的笑脸、帮助的双手，心怀感恩。尊敬领导、善待同事，让我用最快时间融入了这个年轻的集体，期望在工作上用最短的时间成熟和独当一面，成了我工作六个月以来的目标。

对市场方面：通过与湖南、四川、广西等市场的电话联系初步了解各市场的基本情况，在9月份经销商会议与12月份媒体记者见面会更加了解这个充满霸气的蒙氏营销模式和参与者的与众不同。因为对市场的不了解，刚刚到公司的时候总是很小心的与市场沟通。平时通过注意大区与市场的沟通方式，也向有经验的同事学习如何将调查的事物更好地得到市场的认可并很积极的配合，总结所有经验逐步地在与市场沟通中熟悉、了解。在市场方面对自己满意的地方是学习理解新鲜事物较快，和市场的交流上顺畅，通常能给客户留下良好的第一印象。不足的地方则是缺乏对市场细节的学习和研究，处理相关问题缺乏经验。

接下来计划将所负责市场的基本信息包括人口数、专卖店地址、\_\_年\_\_年的销量和广告投放情况进行更细致的了解与分析，通过与大区和部门优秀同事学习沟通工作经验，更好地了解市尝更有效地沟通市场并得到市场的信任和理解。

对点经理方面：对点经理和部分经销商的了解主要是通过电话沟通。自己很自豪的认为在沟通方面不存在障碍，但在第一个月特别抵触。从来没有接触过通过电话沟通的形式来完成工作，对不知道性格秉性的经销商、店经理逐一的通过电话进行沟通，了解市场情况，每次打电话之前都要纸笔记录沟通的内容。通过六个月的语言沟通接触，从开始重庆伟伟不理不睬到现在的“谢谢”，从\_\_对公司的种种埋怨到现在“我们随时沟通”，从郴州、娄底只答应不作为到现在的“有事您说话”种种对话告诉我，我的沟通是有进步的，起码得到了他们的认可。在沟通的同时，将优秀市场营销技巧介绍给其他市场如自贡为了更好的维护老顾客办的《健康卡》介绍给德阳、泸州，沈阳、大连的《糖友》赠送模式介绍给\_\_，种种的使用效果通过点经理热情的电话声音告诉我，我的沟通是必要的，我的存在是必要的。

接下来计划将经销商进行分类，根据经销商和店经理对市场和公司的配合程度程度有计划的进行拜访沟通工作，定期对进行回访沟通，了解经销商在经营过程中存在的问题和对公司产品、服务、政策、广告等方面的意见和建议;接受到的好的意见和意见传递给其他待发展的市场;向大区学习管理市场的方式和技巧并将市场方案逐步渗透，让经销商或店经理了解市场方案执行意义并与市场共同了解学习市场方案实施的过程并在实施过程得到自我的提高。

**市场工作总结会议15**

今年上半年，按照上级主管部门和县委、县政府有关部署要求，紧紧围绕“三提一促一惠”，建设文化枣强、打造文化强县，坚持文化执法基本工作思路，强化工作措施，加大工作力度，确保了文化安全和文化健康繁荣发展，为文化强县建设提供了有力保障。

一、大力开展文化市场专项整治

二、深入开展“扫黄打非”专项行动

三、全面排查文化市场安全隐患

四、加强演出市场管理

今年来，加大了对演出市场监管，一是从节目内容上，对节目内容健康的一律不得演出，宣传海报画面不健康的及海报与审批内容不一致的一律不得宣传，取缔了两家次因节目内容不健康的营业性演出。二是演出安全设施上，对存在安全隐患的演出，要求演出单位进行整改，整改到位方可进行演出。三是监管措施上，每场演出，都安排2名执法人员对演出进行现场监看，确保演出节目健康有序。

今年上半年，枣强文化市场综合执法队在文化市场的监管工作中，坚持服务为主，依法办事，在各级领导的指导下，文化市场监管工作取得很好的成效，得到了各级领导和广大群众的认可。但我们也清晰的看到，工作中还存在一些问题，一是工作缺乏主动性，综合执法缺乏创造性和技巧性，二是部分工作人员缺乏工作热情，执行力度不够。在下半年的工作中，我队要总结经验教训，主动查找不足和差距，不断改进工作方法和工作作风，扎实推进文化市场综合执法工作，确保文化市场健康有序发展。

**市场工作总结会议16**

今年上半年，我们市场商务部在公司的正确领导下，在兄弟单位的紧密配合下，认真贯彻“以港兴企，以港兴市”的战略方针，深入分析当前国际国内海运市场的新特点和周边港口竞争日趋激烈的严峻形势，按照公司年初部署，结合港口实际，进一步统一思想，团结一心，加快发展，抢抓机遇，创新思路，狠抓突破，迎难而上。总体工作取得了长足的进步，为全年各项工作指标的圆满实现奠定了良好的基础。xx年上半年，我们市场商务部三条航线共完成箱量。

现将半年来的工作总结如下。

>一、领导重视，加强管理，为各项工作的开展提供了有力的保障。

今年年初，为贯彻实现集团公司“以港口中转为支撑，起飞物流中心”的战略目标。公司确立了以市场为导向，以航线经营为突破口，做强做活港口经营，促进港口经济跨越发展的工作目标。在航线市场开发方面上半年在保持三条国际海运航线正常运营的基础上，重点开发内贸和外贸集装箱航线，通过内贸及外贸内支线来拉动外贸航线。在货源市场开发方面立足荣成扩展到整个半岛地区，进一步延伸到青岛及整个内陆地区，抓好重点货源的开发。随着公司领导班子的重新调整，为进一步完善组织机构，加强管理，充实力量，理顺部门内部事务，拓展外部业务，夯实工作基础，开创市场开发新局面。我们市场商务部设立了三个中心，七处办事处。进一步细分责任，落实到人，做到人人都管事，事事有人管，有效地推动了各项工作的开展。

>二、双重定位，做活航线市场，大力培育港口核心竞争力。

我港起步较晚，相比周边港口国际航线不具有明显的竞争优势。

>三、拓宽货源开发渠道，做活货源市场，全面提高市场占有率。

>四、用心培养人才，倾力建设高素质、高品质队伍。

我们市场商务部成立的`时间较短，部门现有人员从事港口专业工作的时间都不是很长，有的还是实习的学生。业务不成熟，经验不足。经过一年多的学习、锻炼、充实和完善，我们在经营管理、业务技能上都得到了很大的提高，培养了一批独当一面、肩挑一方的开拓型市场人才，成为市场开发的骨干。同时我们注重加强对操作人员的业务培训，采用分管领导主抓培训，定期组织学习，老员工带领新员工随时从工作中实践相结合的培养方法，在最短的时间内将部门实习生培养成为熟练操作各条航线的专业操作人员，极大地提高了员工的工作能力，提升了部门整体素质。

**市场工作总结会议17**

xx年年在弹指一挥间悄悄逝去，蓦然回首时唯有对过去的总结，对新一年的憧憬和期待……

>一、思想方面

首先能够从it业进入教育界发展，实现了我人生新的价值和飞跃。虽然短短不到3个月的工作，却让我每天都能凌越不同的高度。在我们跨入21世纪这个信息时代的时候，或许没有人会知道变化之快，竞争之残。只有不断学习，不断进取的人才能适应这个社会，才有资格与别人竞争。因此于我而言，世界上没有比脚更长的路径，我在知识的殿堂里游弋，汲取更多的养分，提升我的能力，拓宽我的知识面。古训教导：业精于勤而慌于嬉，亦有司马光为求学报国而警枕的佳话，作为新中国的朝阳，在精力、生命力最旺盛的时候，我们没有理由不勤奋，本着干一行精一行的原则，秉承勤奋的优良传统，我相信明天的太阳将更灿烂，明天的事业将更辉煌！

良药苦口。在工作、生活中我也注意听取每一位老师的建议，三人行必有我师。

>二、工作方面

1、工作概括

2、工作绩效

前期市场调研与宣传资料的草拟与确定。春天是一年之始，良好的开端是成功的一半，虽然适逢金秋，而春天也早已过去，但是非学历培训的春天刚刚来临，所以前期的准备、市场定位、宣传工作特别重要。用了将近20天的时间进行彩页文字的梳理及彩页版面的设计，方案基本得到了院领导的认可，在彩页定下来以后我就开始与各授课老师接触并洽谈教学事宜，在11月25号晚上通过与吴振强老师的沟通交谈，我开始意识到自己的想法又出现了不足，自从11月26号参加了计算机科学院的“陕西省信息技术人才培养基地”挂牌仪式后，我开始意识到我们也必须寻求一个部门的合作，以谋求的认证及技术的支持（当然最重要的是借助部门的影响力发展我们自身的非学历教育体系）。

在这期间我与sun公司、\_、niit、上海autc、\_等单位及部门都进行了沟通及合作事宜的洽谈。最后我选择了niit和\_电子教育中心两家进一步合作培训的洽谈工作，这两家的合作洽谈事宜我是同时进行的，其中niit看了我们的“1＋x型教育体验计划”后非常愿意与我们进行合作，到现在一直在催着要与我们签订协议。但是考虑到在我们国家计算机方面，\_是我们的部门。所以我一直努力与\_的洽谈，争取获得“全国信息技术人才培训基地”的申办权。通过多次的通话及交流现在他们已经允许我们申办“全国信息技术人才培训基地”的申请，现在\_电子教育中心已将授权协议传给我们学院，下一步就是有待协议的签订及具体方案的实施。

回顾过去的这几个月，我的思想，能力有了很大的提升，也让我对天道酬勤这一至理名言有了深刻的体悟。人永远不能只满足于一个高度，要勤奋学习，勤奋思考，勤学好问攀登更高的山峰。做事情也是一样，只有不断地去想，去问，去了解才能越做越好。所以我会继续努力，以初生牛犊不畏虎的热情和干劲做好每一天的工作。也希望院领导多给予支持和教导。

>三、个人能力方面

要是给我一次机会的话，我会给自己在工作方面的失误与不足找个很好的借口，要是再给我一次机会让我去选择是否要这样做的话，我会选择永远不可能这样做。因为一个人只有勇于正视自己的弱点，发现自己的不足，接受别人的批评，才会不断进步。

个人不足：考虑问题不周到、不全面，在实际的实施过程中往往有很多事情并不是我们想象的那

样一帆风顺、顺其自然。其中会有很多我们意想不到的事情发生，所以我在以后的考虑问题中将需要采用更理性的头脑去分析问题。多与领导及同事交流不应一意孤行，多接受别人的长处、观点将其糅合对自己的方案来进行补充和完善。

我相信有信心不一定会赢，但是没有信心一定会输；有行动不一定会成功，但是没有行动一定会失败。我希望在以后工作中能够得到院领导的大力支持与帮助，我也会再接再厉再创辉煌。

**市场工作总结会议18**

>一、 20xx年市场部工作的回顾以及20xx年的调整

1、20xx年市场部的职能

在20xx年，市场部从建立到实际工作的运作，其实还在一个摸索的阶段，在市场部职能上，也在不断的调整。

在20xx年，市场部先后曾经有过一些不同的职能。

A、品牌促销活动策划职能――从创建开始至今

B、公司广告项目执行及项目资料整理（含厂家费用报销手续）――从创建至今

C、市场调研及店员培训――20xx年6月－8月

D、装修项目的管理

E、店面道具和配饰的管理

F、公司传播的平面设计及形象管理

2、20xx年取得的成绩和存在的问题

在20xx年度，很多的工作项目和工作职责也在调整的过程中。市场部作为一个不成熟的团队，在取得一些基本成绩的同时也暴露出比较多的问题。

2－1、传播及促销策划方面：

在年初，市场部有积极策划的主动性，按月度进行促销会议的组织和研讨，5月促销活动后，由于市场部组织人员的调整，月度促销会议没有坚持下来，促销策划工作从常规例行工作变为阶段项目工作，不定期开展。市场部的促销职能逐步演变成为协助品牌部的设计制作功能。

该项工作在年度中的成果：

（1） 策划了五一、十一两个主题促销活动，尝试进行了公司资源的整合，并结合品牌的定义进行促销活动的包装。为公司大型促销活动策划积累了一些经验。

（2） 通过整合性的促销策划，建立了促销活动开展的程序，引进了项目制度的工作方式。在以促销为核心的项目工作进展中，强化了多部门之间的合作协调能力。

（3） 促销策划取到了一定的销售推进作用。

该项工作在年度中的不足：

（1） 行业的理解深度不足，表现在对当前市场、行业、品牌和产品的格局认识肤浅，策划活动陷于表面的动作，活动的策划针对性，实用性方面都显得不足。

（2） 缺乏活动的延续性，从年度促销策划上来看，没有很好的执行预期的年度传播策略，阶段性的促销活动缺乏相应的呼应，并且大型促销活动之间有大量的`空白时间段没有进行主题的促销安排。降低了品牌的促销资源积累效果。

（3） 促销活动的常规项目系统准备不充分，在大型促销活动开展之极，通常处于临时的筹备状况，平时的准备工作不够充分，没有建立长期有效和系统的促销资源储备。导致活动过程中，临时变动项目和补救工作较多。

2－2、装修管理方面：

在本年度5月份之前，市场部在装修方面主要起到的作用是施工图纸和工程进度的跟进，从5月以后，公司在这个项目上增加了施工预算、决算以及材料购买的性质。

该项工作中主要取得的成果：

（1） 有效的执行了公司设定的装修标准，有效的控制了装修成本，和去年相比较，成本控制能力有明显的提升。

（2） 建立了相对完整的装修施工流程，从立项到验收，明确了施工过程中各环节的责任，并通过流程的有效控制，加强了环节之间的相互监控，形成了良好的机制，避免了经手人员可能出现的回扣现象或者其他的经济问题。

（3） 通过装修工作的锻炼，市场部对装修工作的认识有所提升，装修的负责员工对店面装修的业务能力有明显的提升，特别表现在材质的认识水平方面。同时，对品牌的装修风格的把握能力也有一定的提升。

该项工作在年度中的不足：

（1） 工作流程还存在界定不清的地方，部分工作在推进的过程中有时会出现两个部门之间的推委现象。

（2） 装修资金预算和工期预算的严肃性有待加强，项目实施过程中，因临时变更而导致的材料成本变化，废料、返工、延期等时有发生。

（3） 店面的道具配置、管理、调配方面没有明确的规范和规定，造成没有执行的标准，存在调配的混乱，财产管理的空白。

（4） 在装修交工验收后，施工和维护脱节，店面缺乏对装修店面的维护能力和维护意识，因为缺乏知识，缺少责任心而导致的返修数量比例较大。

（5） 当前的材料采购主要依靠经验，因此对材料品牌、单价、购买数量方面缺乏可靠的数据对比，采购方面的依据和监控力度有提升的空间。

（6） 当前合作的装修队能力稍显不足，市场部缺乏备选资源，后备施工队的开发不够。

2－3、市场调研及销售培训方面：

在5月后，市场部尝试开展了市场信息的调研工作，建立了信息管理的提交体系，但由于信息缺乏实用性，调研深度、力度不足，项目工作从9月份中止。

2－4、费用管理及传播规划方面：

由于市场部的传播费用均从品牌部费用项目支出，除配合促销，由市场部策划的传播项目之外。公司的传播主要是来自品牌部的自有项目或品牌厂家的指定项目。市场部在这个过程中，主要是执行项目的过程，并协助品牌部进行结算工作。

在本年度，传播方面的项目不多。

年度的户外广告投放有××品牌、品牌各一块大型户外。

交通台电波广告综合性的投放两个月度。

另外，因配合大型促销活动，5月份投放报纸媒介两个篇次。10月份增加临时户外3 块。

本年度该项目工作的成果：

（1） 建立了传播费用台帐

（2） 配合费用结算工作，在结算资料管理方面有比较明显的作用。

（3） 传播项目本身的广告效益

本年度该项目工作的不足

（1） 预算能力不强，对于年度的传播项目整体规划性较差，缺乏年度投放的综合性考虑

（2） 投放项目的绩效不高，部分投放媒介没有起到应有的效果。

（3） 费用管理趋于形式，市场部并没有起到实质性的控制作用。

2－5、道具管理

在道具方面，公司一直缺乏比较专业的配备，事实上，由市场部来完成该项工作是期望能够在专业配饰方面能有所提升，但明显市场部并不具备这方面的能力，在执行过程中，品牌部仍然取到了决定性的作用。

在这个项目上，市场部唯一取到的作用就是道具费用价格透明和建立店面道具的档案管理。

2－6、平面设计

今年的平面设计岗位因人员变动，长时间处于不正常的状况，虽然市场部仍然执行了平面设计的功能，但由于人手的问题，有相当多的设计构思并未执行和实施。大部分的平面设计工作基本是完成公司各部门下达的设计任务单。

**市场工作总结会议19**

半年来，在局领导的直接领导下，我市文化市场办，团结协作，克服难困， 认真履行文化市场管理职能，继续开展专项整治活动，较好地完成了各个方面的工作任务，现将半年来工作总结汇报如下：

1、加强音像市场的管理。我办先后组织开展了5次音像市场整顿集中行动，共查处违法经营非法音像制品5起，收缴非法音像制VCD1600（张），非法书刊200册。4月26日（世界知识产权日），还参了在来宾市江滨路旁召开的来宾市违法音像制品统一销毁活动。来宾市文化局局长等领导参加了这次统一销毁活动。来宾日报、来宾电视台对此进行了宣传报道。

2、我办的执法队员积极捐款为抗震救灾作贡献。

3、做好节假日安全生产排查工作。在元旦、春节、“五。一”期间，对全市公众聚集文化经营场所进行了全面检查，无安全事故发生。

4、5月18日，\_为汶川大地震遇难者举行全国哀悼日的公告公布后，根据文化部、来宾市文化局的工作部署和要求，我们在第一时间将公告内容通知到所有文化经营单位，要求全市娱乐场所全部停业，并认真做好督促检查工作，确保公告要求落到了实处。

5、参加区文化厅出题的考试。6月22日，我局文化市场5名需换发和领取文化市场行政执法证件的文化市场执法人员参加了由区文化厅出题的考试，经考试合格后，5名执法人员都领取了区文化厅发给的行政执法证。

20\*\*年下半年，我们将以党的十八大精神为指导，积极响应推动社会主义文化大发展大繁荣、兴起社会主义文化建设新高潮的号召，坚持科学发展观，全面落实全年的工作计划和目标责任，不断创新文化市场管理机制，努力开创文化市场管理工作的新局面。

**市场工作总结会议20**

很对时候很多事情不是说过了就过了，时间往往带着他的选取性令我们不自觉地刻录和记下一些东西。回想20xx，依然还残留着往事的碎片和影子，一些自己的思想观点积累还存心头，现将一些自己的积淀记录如下：

>一、20xx年工作中的三大关键词：

1、主动提升自己的市场悟性;

2、保证足够的时间在工作上;

20xx年我利用正常上班的时间、部分加班的机会保证有足够的时间投入在学习上，学习工作潜力，努力思考追究一种别人无法代替、各地都能够运用的潜力，虽然此刻短时间内看不到个性明显效果，但是我相信投入肯定有回报。

3、健康平和的心态;

虽然我们处在市场部，学历等等比部分区域经理/业务人员高，投入时间为部分区域经理/业务人员的几倍，待遇却没有业务人员高，更没有其它所谓的一些东西，但是我心态很端正平和。即使是在投入了很多时间很多精力仍然不能让领导完全满意的状况下，都是告慰自己业务人员能够半个月就把业绩完成，但优秀的市场人员却不得不加班;优秀的业务员能够不长的一段时间内把业绩做到200%，但是没有一个市场人员优秀到能够到达xx0分满意的客观状况，尽管这样的状况经常发生，每次都是尽全力保证自己的心态平和。

回顾自己xx年，自己主要是跑了一些地方，进行了一些市场调研;参加多次销售会议和行业性会议，提出了一些观点，做了一些基础性事务性工作。对照自己的表现发现我个人还有很多不足，如在业务上，还没有到达精益求精的要求;工作有时操之过急，缺乏深入细致的工作作风，虽然xx年我一向在努力，但是发现自己还是没有什么能拿出来说的实在成绩，提出的一些推荐不够系统，没有给市场提出更多行之有效的办法……xx年将会透过努力会有效改观。

>二、对市场部的工作推荐：

建立起强势的市场部是我们每个人共同的梦想，因为一个强势的市场部门是建立高炉家强势品牌的基础。品牌的构成需要严密的规划加上高效的执行，而此两项特征在缺乏强势的市场部门时都是几乎不可能实现的。建立强势的市场部门也许是集团有效变革的开端，结合自己近四年来市场部的工作经历，个人觉得我们的市场部缺乏很好的生存条件：

1、缺乏足够的高层的支持：

虽然市场部承担着部分直线职能，但本质上仍然是一个幕僚组织。作为一个没有指挥权的参谋，却需要就很多事情做出相应指导，没有高层的支持是开展工作的难度可想而知。高层的支持至少就应包括三方面的资料，1、理念上的宣导，2、给予实际的权限，3、适当的“偏心”，尤其是在市场部在20xx年才成立，成立以来更是在一穷二白的基础上摸着石头过河，往往最容易发生错误，很容易引起厂部生产系统，区域经理乃至业务员等等的指责性抱怨。这种时候，高层需要谨慎分析，如果确实非战之罪时，可能还是要持续对市场部门的支持。

2、缺乏明确的可一贯性可执行市场策略：

没有明确的市场策略则市场部门根本无法生存，而没有策略的一贯性则市场部就无法建立威信。

3、对促销方案/营销计划缺乏检核监督权：

再好的计划没有好的执行也是失败，而要有好的执行，没有有效的检核和监督就会形同空谈。

另外在市场部内部存在下列现实问题，也很大程度上制约了市场部功能的化发挥：

1、团队绩效徘徊不前;

2、缺乏物质激励手段，团队士气低落。满意度较低;

3、工作气氛不对，尚未有效营造团队合作导向;

4、人员配备/功能设置不尽合理，基本上处于单兵作战的\'状态，团队没有整体合力。

结合自己看到的问题对20xx年市场部的推荐：

1、取得集团高层的支持和重视，能够让高层理解和明白市场部人员的努力;

2、对现有市场部组织架构设置与岗位职责进行细化明确;

3、对市场部现有人员进行优化及构成比例重组调整，在优化设计功能的基础上强化市场研究/市场策划/媒介研究的功能;另外市场部内部要努力营造和谐融洽的氛围，杜绝假大空、面前谄媚背后陷害等小人行为;

4、提高市场部的激励措施;

此刻市场部实行的工资制度，没有任何激励措施，不利于大家潜能的发挥。市场部的工作岗位介于销售后勤区域经理/特派业务员之间，大家出卖的是智力劳动，具有较高的创新价值，是在为企业开发潜在的市场，在提高并创造企业明天的销售额。因此，务必舍得对他们投资，并对他们具有创意价值的营销策划进行评估，给予合理的奖励措施，这样才能提高和激发他们的工作热情，否则会面临着流失或者消极怠工的危险。

5、适时推进项目组工作模式;

市场部的很多工作要求各个部门共同完成，因此推荐以专题项目组的方式进行推进。市场部内部各岗位的职责也仅仅是相对分工，不是各负其责，而是密切合作。实行项目组工作模式后可根据不同阶段的需要召集项目组成员，透过召开会议、讨论等方式共同完成专题项目，项目完成后，经总经理、市场部经理召集相关部门/人员讨论透过。

6、定期或不定期让市场部人员深入区域市场学习，体验一线操作实务;

只有了解了一线操作，把握了市场的动脉，策划方案才能得到一线人员的认可和执行。市场部人员要想使自己的策划具备很强的实操性，最终能被市场一线人员采纳并发挥效应，务必首先了解市场一线的操作实务，对市场操作的各个环节做到心中有数。

以上都是个人关于市场部的一些观点，可能有一些偏激，有一些片面，但是都是我自己的一些体会，自己的一些切身感受，20xx，旧的一切，都远远的后退去了。离开的20xx肯定是有一些东西是我们需要留下、典藏和铭刻的。20xx，迎着阳光、带着期望，我们再一次站在了时间的起点，在行走的征程中，肯定会有一些明流或者暗涌，将会再次影响我们，但是我们相信我们是一支有素质，有战斗力的团队，20xx肯定会取得新的成绩。

**市场工作总结会议21**

20xx年兔年行大运，在兔年里金虎辞旧，兔年呈祥，崭新的20xx正盛装启航。

20xx年2月17至21日，公司销售中心在昆明科技创新园会议室召开了本年度销售工作会议，各省区及办事处经理与商务部、市场部全体职员参加了会议，本次会议由销售总监xxx主持。

会前，公司总经理马志伟做了大会致辞，他表示x年大家虽然遇到了重重困难，但仍坚持不懈地

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