# 市场部年度收获总结报告7篇

来源：网友投稿 作者：情深意重 更新时间：2024-06-19

*市场部年度收获总结报告7篇精选如何把市场部年度收获总结报告写出新花样呢?总结是事后对某一时期、某一项目或某些工作进行回顾和分析,从而做出带有规律性的结论，下面是小编为大家整理的关于市场部年度收获总结报告，如果喜欢可以分享给身边的朋友喔!市场...*

市场部年度收获总结报告7篇精选

如何把市场部年度收获总结报告写出新花样呢?总结是事后对某一时期、某一项目或某些工作进行回顾和分析,从而做出带有规律性的结论，下面是小编为大家整理的关于市场部年度收获总结报告，如果喜欢可以分享给身边的朋友喔!

**市场部年度收获总结报告篇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)客户维护活动形式多样化

以答谢客户为目的，结合不同客户的特征，采取不同的维护方式。比如，在代发工资方面，通过与重点代发工资户开展联谊会、座谈会、回访等形式，一方面了解客户的实际需求，一方面向客户介绍我行的服务渠道和理财产品，对重点代发户每月至少访问一次，了解其对于我行的服务是否满意，对我行的金融产品或者服务是否有新的建议。

加强与客户之间的沟通与交流，积极巧妙地将各种有利的情报提供给客户，包括最新的行业信息和政府信息等，增强客户对本行的了解。邀请客户参加多种形式有意义的活动，借此把握营销机会。

(四)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。

**市场部年度收获总结报告篇2**

一、基础管理方面

落实了营业账款稽核、退费和拆机明细核查、虚假用户拆机、清理长期欠费、客户资料整理、资源整理、装维材料和终端管理等一系列基础管理工作，有效的避免了业务收入和成本的流失。从元月份开始，市场部按照内控流程要求，调整了原来对县区公司进行周稽核的制度，改为日稽核、周稽核、月稽核并行，每月尽量安排对县公司一级稽核情况现场核查。对每周稽核情况进行通报，对不符合要求的做法通报批评，每月月底一、二、三级稽核员共同对全区现金流实收应收进行稽核，起到了很好的效果。我公司现金流差额连续半年在全省属于情况最好地市之一，没有因现金流差额影响考核收入。

为确保不因支撑系统错误操作影响收入，市场部安排支撑中心每天对每个县区拆机、退费明细都进行核查，严格封堵每个漏洞。

为清理长期欠费、控制当期欠费，市场部根据公司领导要求制定了当期欠费回收量不低于-%的考核目标。对欠费回收情况进行周通报、月通报。在与县区公司的共同努力下，到x月份系统内本年新增长期欠费清理完毕，当月调帐数首次低于省公司要求的最低限额，从连续x个月调帐超过-万元，达到x月份的×元。

为掌握资源情况，避免资源浪费，市场部安排支撑中心每月对各县区资源情况进行抽查、通报，x月份又进行了现场检查。

今年市场部接手物料管理以来，在网络部的大力支持下改进了管理方式，把出入库明细账与支撑中心每天的经营日报装、拆机数量相对照，使物料管理形成闭环。为实现终端回收、重复利用，要求县区公司对宽带、话吧、有人值守公话新装机用户都收取押金。鼓励县区公司在发展新用户时引导用户使用回收的终端。对终端故障在保修期内的用户更换回收终端，严格杜绝以旧换新。通过这些措施的执行，有效控制了浪费现象。

二、绩效考核方面

改进绩效考核计算方法，从多方面入手促进保存量、激增量，提高业务收入。

自3月份省公司绩效考核办法草稿下发，市场部开始与上级市场部沟通如何进行续费率和流失率两项考核指标的计算。在多次探讨未果的情况下，市场部根据公司领导要求和本公司实际情况，制定了考核用户拆机、双停、单停、零费用用户续费等一系列考核方法。引导县区公司对上述用户高度重视，通过每天逐户核查，基本上堵住了客户流失的漏洞，对长期零费用用户的激活也起到了很好的效果。既节省了资源，又提高了收入，另一方面节省了业务发展费用。

三、存在的问题和困难

1、由于上半年集中精力理顺基础资料管理，在营销策划、业务宣传、市场调研、人员培训等方面比较薄弱，造成对县区公司业务发展支持不够;

2、由于省公司系统准备升级，我公司很多报表需求无法满足，计算绩效考核指标、分析经营数据给市公司和县区支撑部门带来很大工作量。

下半年市场部从以下几方面进行改进和提高：

1、加强市场调研

定期到县区进行现场办公，与营销、营业、装维、管理人员进行座谈。深入市场，了解用户使用情况和需求。在发展较好的县区总结成功营销案例进行推广;帮助发展较差的县区查找不足、解决困难。

2、加强营销策划和业务宣传

通过了解市场竞争情况制定灵活有效的营销措施，对每阶段重点发展业务制定切实可行的宣传和营销步骤，及时反馈和分析营销结果，适时调整营销思路，改变目前业务发展的低效状态。

3、加强人员培训

定期进行营销、营业、装维、管理人员培训，将营销思路、管理方法、业务资讯直接灌输到一线员工，提高骨干员工的传帮带作用，切实提高员工素质和工作效率。

4、继续加强基础管理工作

继续加强欠费管理、营业稽核、资源管理、装维材料和终端管理。组织市场部主管定期到县区公司调研，与负责人进行沟通，发现不足并继续改进。

**市场部年度收获总结报告篇3**

1、促销活动策划及执行情况跟进1、策划实施了公司年内促销力度最大的11月份“建材巧配省到底，买3000送1000”活动。

2、完成12月份多点开花、多重组合形式的活动策划，南城店、东城店策划了“买1000送100，全场通用”活动;常平店、虎门店、塘厦店策划了以“健康爱家月”为主题的“好礼买就送，健康送到家”活动;同时还策划了装饰公司“样板房征集，1元就搞定”活动，方案已实施，并已做好相应的培训。

3、针对促销过程中发现的问题，及时有效地对11月份“买3000送1000”的方案的做了相应的变通调整，确保方案实施的畅顺。

4、通过多次走访长安区域市场，重点针对长安、大岭山的媒体分布、媒体宣传资费分析，媒体辐射范围、媒体收视、以及竞争对手采用的媒体手段，进行了详细的分析，并形成《长安店开业后续推广方案》，已提交上级审核，待批准实施。

5、集合瓷砖洁具共13个总代理品牌，南城尚有5个非总代理品牌参加全莞范围主攻楼盘的大礼包派送活动，同时通过装饰公司500元每户的人工费颧派送，与装饰渠道的推广形成整合，加大了终端的拉力。中心共印制3000份礼包，目前各店总计发放80%左右。

6、加大对重点小区短期推广活动的资源整合，例如把上游9家供应商纳入中惠沁林山庄的家装文化展活动，供应商除了作现场商品展示外，还赞助了电子健康秤等礼品。

7、组织市场策划人员去“蹲店”和“走访”市场，围绕销售促进进行多角度的市场调研与分析。

媒体报道与报广配合

通过媒体报道公司相关性文章5篇次，其中促销消息文章3篇次，共计约\_\_字，《南方都市报》投放1/2版一期、1/4版一期，《东莞日报》投放1/2版一期，《搜房网》投放旗帜广告一周，按纽广告二周。

完成装潢中心常规宣传手册的文案撰写。

存在问题

1、企划管理重心过高，对各镇区市场的整体和差异性认识不深入，以致于促销活动难以找到较准确的突破口，包括从媒体传播及促销活动方案方面的针对性及个性化程度不够也就很难对各门店的促销进行及时的指导和诊断。

解决措施：要求策划人员下达门店进行市场调研，同时希望各门店及时反馈当地市场信息，我们针对个情制定长线的销售政策，并将短期促销政策交由门店决策实施，中心只在关键环节加以指导，通过提高促销快速反应能力及针对性来刺激门店的销售业绩。

2、对活动资源的整合策略技巧性不够，存在着“紧促”现象，严重影响活动开展。

解决措施：营运系统将营运计划及企划中心的活动计划的沟通时间应相对提前，给予采购争取资源时间充分;中心根据全年及阶段性的市场与广告资源需求提前做出规划，首先将大宗资源切分清楚，并对资源大户做出品牌主推个案与其作重点沟通。

3、面对目前公司户外广告的收缩现状，我们的主媒体选择问题需要进行可行性论证。(主媒体有户外广告、报纸广告、电视、网络、海报等)

解决措施：深入调查和分析百安居、镇兴、富丽家等华美乐竞争对手的媒体宣传策略和诉求策略，同时对华美乐现有媒体策略和诉求策略进行评估，从而初步形成\_\_年度华美乐媒体推广计划和诉求策略，努力实现有效可行的差异化的媒体诉求和促销诉求。

4、策划人员对消费者的心理把控力量不足，对消费者行为分析不够深入，以致促销活动过于理想化。

解决措施：建议公司给予市场策划人员更多的关于消费者心理及消费者行为学方面的培训，同时也要求市场策划人员提升自我素质的同时，多走一线掌握最直接的消费者需求及各门店的具体销售障碍。

促销分析

1、从各个门店所反应的销售数据来看，11月份的总体活动效果显著，这是公司力度最大的一次投入，充分说明，促销对销量的增长还是有一定的帮助。在活动实施上旬，各门店所反应效果一般，甚至造成顾客误解华美乐，后经中心对方案做了及时调整，在后20天，各门店的销量逐步上升，最终常平店、长安店超额完成任务，其中常平店完成了569万，完成任务率的110%，与前两个月(9月、10月)同比增长分别是165%、114%;塘厦店创历史新高，由10月的143万上升至193万，同比增长134%，南城店、虎门店均比上个月有了新的突破，分别由10月的1200万、131万上升至1400多万及在145万。由此可见“买3000送1000”的促销活动带动了销售，使得业绩有了明显增长。

2、关于如何整合资源，做好促销，提升超市业绩的几点看法：

(1)、资源争取方式上，企划中心应配合营运系统的\_\_年度的营运目标，制订出整个年度的促销活动，在重点月份做重点的推广活动，并将此信息提前告之采购，将全年的资源争取提前，使得促销活动避免仓促。

(2)、促销频率问题。由于公司的系统造成了促销活动只能以当月为期限，且促销活动频繁，每月都向供应商寻求支持，从而造成各供应商苦不堪言，由此也导致促销活动启动的仓促。建议在\_\_年度，促销活动可否选择性启动，或者多进行短平快的促销模式，(这需要财务系统结算的支持，)使得资源能得到集中化配置，从而避免“平均用力”，活动过于平淡。

(3)、加大超市、小区业主及装饰公司装修业主三个细分渠道促销整合。在目前三种渠道都在做尝试，就拿小区促销来讲我们就做得不够全面，目前小区推广主要针对消费者，但对设计师(非公司的)促销则没有找到有效的方法，目前冠军瓷砖通过给设计师提成已有一定效果，值得研究。又以中惠新城为例，很多价格导向及关系导向的消费者并未找我们，而被大量的设计师左右，这个实际起作用的市场我们没有很好地开发，今后我们可以考虑集合一些特约供应商形成一个品牌集群在小区主推，通过对外面设计师的强有力政策，加大对市场终端拦截力量，并对零售终端形成更大的拉力。

(4)、加强资源配置的策略研究，目前我们的广告资源在一些项目上应重新考量，如户外广告的投放在成熟市场可以减少，靠近门店的小区电梯广告也可减少或不做，这部份资源可用于小区及其它渠道更实效和直接的促销上。

(5)、加大品牌推广力度。华美乐的发展是离不开众多品牌的衬托，公司拥有的总代理品牌是我们的优势，在整个\_\_年度的宣传推广中，应该处理好总代理品牌及非总代理知名品牌的对整体销售的带动作用。

(6)、加大对各门店差异化策划，做到“一店一策”。对于南城店、常平店两个相对成熟门店，促销应大于品牌的宣传;塘厦店、虎门店则更多的需要做品牌的宣传，在当地迅速的建立知名度及认知度;而对于长安店，及在筹建的新塘店，不只是大力做好品牌宣传，同时也要辅以倾斜性的促销支持。

**市场部年度收获总结报告篇4**

我于\_\_年进进市场部，并于\_\_年被任命市场部主管，和公司一起度过了两年的岁月，现在我将这期间的工作做个汇报，恳请大家对我的工作多提宝贵的意见和建议。

我市场部主要是以电话业务为主、网络为辅助展开工作。前期就是通过我们打出往的每个电话，来寻觅意向客户。为建立信任的关系，与每一个客户进行交换、沟通。让其从心底感觉到我们不管什么时候都是在为他们服务，是以帮助他们为主，本着“我们能做到的就一定往做，我们能调和的尽可能往做”的原则来展开工作。这样，在业务工作基本完成的情况下，不但满足他们的需求，得到我们应得的利益。而且通过我们的产品，我们的服务赢得他们的信任。获得下次合作的机会。就像春节前后，我部分员工将工作衔接的非常好，丝绝不受外界因素的干扰，就可以做到处在某个特殊阶段就可以做好这一阶段的事情，不论是客户追踪还是服务，仍然能够坚持专心、用品质往做。20\_\_年的工作及任务已确定。所有的计划都已落实，严格依照计划以内的事情往做这是必定的。相信即使是在以后的进程中碰到题目，我们也会选择用最快的速度和最好的方式来解决。

20\_\_年，在懵懂中走过来。我自己也是深感压力重重，莫衷一是。但是我碰到了好的领导和一个属于我的团队。他们的帮助和包容是我个人现阶段成长的重要因素。也是我在参加工作的这段时间里对做人和做事的理解中收获最多的一年。

过往的已过往。每年都是一个新的出发点，一个新的开始。

在今年的工作中，以“勤于业务，专于专业”为中心，我和我组成员要做到充分利用业余时间，不管是在专业知识方面，还是在营销策略方面，采取多样化情势，多找书籍，多看，多学。开辟视野，丰富知识。让大家把学到的理论与客户交换相结合，多用在实践上，用不同的方式方法，让每一个人找到合适自己的工作方式，然后相辅相成，让团队的气力在业绩的体现中发挥最大作用。为团队的合作和发展补充新鲜的血液和能量。同时在必须要进步自己的能力、素质、业绩的进程中。以“带出优秀的团队”为己任，要站在前年、往年所获得的经验基础之上。创今年业绩的同时，让每一个人的能力、素质都有提升，都要锻炼出自己独立、较强的业务工作能力。将来不管是做甚么，都能做到让领导放心、满意。

走进这个竞争剧烈的社会，我们每一个人都要学会如何生存?不论做甚么。具有健康、乐观、积极向上的工作态度最主要。学做人，学做事。学会用自己的头脑往做事，学会用自己的聪明往解决题目。既然选择了这个职业，这份工作，那就要尽心尽力地做好。这也是对自己的一个责任。

通过这两年的工作，我感同身受。我看到了公司所发生的变化。也感觉到了公司必定要向前发展的一种决心。我相信：“公司的战略是清楚的，定位是正确的，决策是正确的”因此，在今后的工作中，我会带领市场一部全体员工随着公司的发展适时的调剂自己，及时正确的找到自己的角色和位置。为公司在蓬勃发展的进程中尽我们个人的微薄之力。

回首过往，我们热忱弥漫;展看未来，我们意气风发。新的一年，新的祝愿，新的期待：今天，市场一部由于在此工作而自豪;明天，市场一部会让公司由于我们的工作而自豪!

以上就是我的工作情况的汇总!

**市场部年度收获总结报告篇5**

时间一晃而过，弹指间，\_\_年已接近尾声，过去的一年在领导和同事们的悉心关怀和指导下，市场部开展了一系列工作，积累了一些宝贵的经验从中也取得了一点收获，也认识到了市场部在工作中的一些不足。现将一年来的工作总结如下：

一、市场工作回顾及分析

（一）工作回顾

1、地推工作；今年市场部的地推宣传，

2、广告宣传；本年度主要在报媒、短信等等做阶段性宣传。通过以短信息的形式向市民发免费宣传信息，提升我校知名度，增加市民认知度。）

3、推广合作；本年度与北市区周边家商铺进行合作，通过免费向商家提供我校宣传袋及宣传资料向消费者免费发放达到新的宣传阵势。

4、网站内容的更新和推广；网站内容不断更新（确定每周进行网站内容的更新，并通过浏览其他网站借鉴别人的亮点来丰富我们的网站）通过可凭借的网络渠道进行宣传推广，争取达成低投入，高反馈的效果。

（通过百度推广开始实施市场推广工作，并通过其他网站进行宣传推广）。

5、宣传资料的修改、编写和收集工作；在校领导的带领下完成对考试攻略的修改和编写并已印制发放，并对新的宣传单页进行研发修改。同时也对市场销售及印刷厂的练习簿情况进行摸底调查。

6、协同工作；积极配合各部门做好各项工作，与人事部、教学部、教研中心、咨询部、一对一等部门工作衔接顺畅，并未出现大问题；

7、企业内部培训；企业文化、咨询流程、招生方法、\_\_技巧几方面制作成对校区员工进行培训。

（二）工作分析：

\_\_、\_\_年度工作分析：市场部较好的完成了会大部分宣传工作、合作推广工作及协同工作，一年来持续在总、分校周边学校、社区进行地推，在各大媒体、网络进行宣传。

\_\_、\_\_年度工作不足点：市场部的主体工作基本分四部分：市场调研、品牌宣传、营销策划、企业文化活动。\_\_年度的工作重点基本在品牌宣传和企业文化活动，由于学校各部门成立不久，这两项工作为重中之重的原因，而另一方面也有我们市场部工作不到位、与其他部门协调不及时的方面。如不及时的做市场调研工作，了解相关行业发展、了解消费者需求转变，那么品牌宣传就没有良好前提，这是我们不足之处。

加强其他部门特别是人事部、咨询部沟通仍需加强，使宣传活动更有的放矢，更能帮助增长业绩，也是我们市场部需要改进的方面。

懈怠了企业文化建设和团队凝聚力活动策划工作，这也是我们\_\_年度应该跟进及加强的方面。

二、费用投入的回顾和分析

（一）费用回顾：

1、市场部主体费用主要是以下四方面：

一、印刷品制作费。

\_\_年度的主体费用分布较为平均。而印刷品费用呈上升趋势，兼职工资按任务完成量进行发放呈下降趋势，广告宣传投入了信息报和春晚、短信三方面。

（二）费用分析：

1、正面因素：整个学校市场费用呈下降趋势，在基本保障印刷质量、宣传效果、兼职应用的前提下，基本争取到\_\_行情最低价格。

（“\_\_”专题教育总结汇报）

2、负面因素：市场是销售的前战，如果把整个销售工作比作一场战争的话，那么市场就像空军和炮兵，用飞机\_\_对目标进行轰炸，再派攻坚\_\_点对点进攻，这也就是咨询签订客户的过程。如果没有很好的前期宣传、活动策划，仅依靠咨询人员的个人能力，业绩很难有质的飞跃。当然，前提是费用合理、销售强势、团队合作密切、市场营销对路。

三、市场团队的建设回顾及分析

（一）团队建设业绩回顾：

1、整个市场部门共两人，一是市场主管，一是市场人员，未能满足工作需要。

2、虽然部门工作人员较少，但每个人的作用是不可或缺的。

3、团队的执行力有所增强，虽然市场人员有更换情况，但由于选人和日常管理过程中把控严格，所以每个市场人员工作的衔接非常顺畅。

（二）团队建设分析：

1、正面因素分析：主管的主要职责是把控整个部门所负责工作的进程，市场营销宣传活动的策划\_\_、执行与总结及所有文案工作。人员少易协调，能及时了解下属动态。在日常管理中采取工作日报管理形式，一定程度上可以了解其在做什么？做得怎样？在每月汇报中，与其沟通工作中的进步与不足，从制度要求和心理印象上让市场人员感觉到学校、部门管理的严肃性，因此执行力随之增强。管理要求其学会提问题、解决问题，从而让市场人员遇到问题时首先联想解决问题的办法。同时树立了他的责任心，遇到问题找借口、找理由的现象降低，逐步树立了“解决问题是职责”的职业操守。

2、负面因素分析：在管理当中存在过于严格的地方，致使下属感觉压力较大，由于管理严格，过多束缚其个性发展，从而造成稳定性较差。发现上述问题后及时调整思路。

四、综述存在的主要问题

（一））业务知识不熟需加强学习。

市场部专兼职人员存在对业务只是不熟悉，造成外出宣传无法与客户表述清楚，导致客户群流失，在\_\_年度我市场将积极\_\_各类业务学习及培训。

（二）市场费用数据仍需完善。

市场的各项费用虽然明确，却没有对各类费用进行部门内的汇总，在下一年度中将会重点改进，汇同财务部一起，制作出市场费用月度明细表，能更有效的了解市场花费与效果！

（三）汇报意识弱需加强。

由于汇报不及时造成很多事情延误，在\_\_年市场部一定会加强汇报制度的落实。

五、对学校发展建议

（一）加强中层员工的培训

中层是一个学校的基石，目前我们的中层团队稳定，虽然水平层次不齐或者说整体有限，更需要领导和相关部门\_\_的培训和有效的学习机制，搭建有效的沟通平台，从而得到整体提升和磨合。

（二）加强各部门人员职责细化

虽然刚进入学校时间不长，我们发现各部门人员职责未能明确，造成部分工作衔接不到位，造成一定漏洞，建议制定出各部门各岗位人员职责。

（三）加强团队建设工作

由于学校正一步步走向正规，人员越来越多，建议在不影响正常工作的情况下，结合部门、员工情况\_\_适当活动，利于加强各部门间的协助和团队凝聚力！

（四）加强业务知识培训

由于市场部与咨询部主要是以收集数据、洽谈等两大方面进行工作，这就需要我们不断充实自己，时时了解市场最新动态，与客户进行有效沟通，因此我建议将业务知识培训列为常态化。

六、\_\_年工作计划

1、继续开展地推工作

2、全力开展异业合作

3、多方位进行市场宣传

4、负责的完成上级领导下达的各项任务

以上是我们市场部\_\_年度工作总结，俗话说：“点点滴滴，造就不凡”，在以后的工作中，不管工作枯燥的还是多彩多姿的，我们都要不断积累经验，与各位同事一起共同努力，勤奋的工作，刻苦的学习，努力提高市场部自身业务素质，为学校的发展做出最大的贡献。

**市场部年度收获总结报告篇6**

时光荏苒，岁月如梭，在繁忙的工作中不知不觉将要迎来新的一年，回首本年度，是有意义、有价值、有收获的。回顾这一年的工作历程，作为市场部的一名员工，我深深的感觉到国际公司蓬勃发展的朝气，企业众人人人为之拼搏的精神。本人结合在国际工程分公司市场部的情况对此前工作做一总结，总结利弊，深省自我，总结利弊是为为下一步工作提出借鉴，深省自我是积极反省得失，为自己下一步发展指明方向。

国际工程分公司工作简述

商务文件、资格预审

20\_\_年，为加大落实集团公司“走出去”战略部署，围绕“发展海外、做大海外”这一目标，进一步提高国际工程市场的竞争能力，完善运营管理机制，中国十九冶国际工程分公司对加大了海外项目的开发，响应集团公司号召，积极转型，从原有落后的“等、靠”被动模式逐渐转变为“找、投”的主动模式，作为企业宣传和资格预审的头道门槛-商务文件与资格预审则由我负责。

按照投标和内业要求，对原有资料的整理包括企业资质文件，获奖证书，相关业绩等资料的整理整编，先前的施工经验涵盖了多个国家，涵盖房建、道路路桥、工业钢结构、矿山等方面，资料繁多，且重复或者漏项的较多，在部门领导的指指导下，先后完成了越南台塑维检项目资格预审和后续问卷调查、中冶国际资料库、马来西亚棒材、线材、H型钢、炼钢连铸的资格预审。

20\_\_年我公司加大了对援建项目的关注，援建项目主要集中在学校、办公楼、医院、会议会展中心、体育馆等6大板块。在实际准备资格预审文件时，发现我公司在以上6大板块的业绩相对缺失，中标通知书、合同、竣工验收报告等文件不齐全，多数项目是由二级单位完成的，集团公司市场部只是对合同进行了搜集整理，其余文件未得到重视而缺失，因此造成了我单位针对援建项目的资格审查效果不佳，数次未达标。公司领导徐经理对这块做出了批示，要积极搜寻相关业绩，将各类文件整理归档，做到未雨绸缪，胸有成竹。在同事们的协调配合下，先后完成了驻阿富汗大使馆扩建工程、援肯尼亚雅塔大学国际语言与文化中心项目、援瓦努阿图总理府办公楼扩建项目、援柬埔寨参议院议长办公楼项目、援阿富汗人道主义援助项下简易平房项目、援瓦努阿图马拉坡学校扩建项目、援非盟总部综合服务中心项目的资格预审，且通过。

针对企业宣传版块，在公司领导的指导下，先后完成了集团公司宣传用中英文版PPT以及国际工程分公司中英文版PPT，作为宣传之用，效果较佳。

感觉这项工作需要积极主动、细心才能达到要求，今后也将进一步完善资料，使得数据库日渐完善充实。

海外考察

20\_\_年我公司加大了对海外市场的开发力度，我作为市场部一员，根据集团公司部署以及老挝沙耶武里省红纱县道路项目需要，被派遣人员赴老挝进行市场考察、合作洽谈，市场部将考察的资料编辑成册领导决策用。

1.老挝沙耶武里省红洒县城市道路项目，红洒县与首都万象距离约406公里，距云南西双版纳州磨憨口岸399公里，项目由6m、7m、14m、16m、21m道路组成，全长18.2公里，路面为钢筋混凝土路面和沥青路面组成。20\_\_年1月-8月份，我先后三次陪同领导去老挝现场和业主商谈此项目，洽谈工作范围、付款条件、银行保函等条款，先后在现场起草了双方合作备忘录、合作框架协议、公路项目合同等重要文件，并积极考察现场周边施工条件、施工资源建立了老挝合格分包商名录，并且通过当地中资企业的实地了解，得到了老挝承包工程的一系列有用信息，为开发老挝市场做出了铺垫。

2.在老挝道路项目的基础上，同年接触到了老挝甘蒙省他曲县经济特区500公顷场坪项目，项目位于甘蒙省他曲县经济特区，业主为阿卡尼发展老挝有限公司的咨询公司，包括甘蒙省他曲县经济特区500公顷的场坪项目的开拓、清理、挖土、平整、70%压实以及表层压实至50cm厚以达到标准压实技术要求。先后进行了项目参与方调查、当地人力、材料、设备、生活资源调查、进口物资设备的运输路径、口岸、清关调查、项目现场施工条件、临建布置、银行保险调查、当地法律法规调查、税率调查、分包商名录完善等事宜。并且起草了该项目的承包合同、场地平整项目合作开发框架协议、项目代理协议以及项目分包合同，目前该项目合同已经签署并在项目筹备中。

3.阿尔及利亚房建项目考察，不仅对上述资料进行整理，还对阿国的中资企业名录及联系方式进行了整理，为进入该国开发市场寻求合作伙伴做铺垫。

4.越南考察主要完成了以下事宜：

MCC起草并与越建（VINACONEX）共同签署了针对清化炼油厂项目-设备采购安装的合作协议；

MCC与越南机械工业设计院开会并达成了共识，计划针对铜矿厂项目，共同承包。

越南宝钢制罐有限公司与MCC达成共识，承诺MCC参与其在越南的制罐厂项目，工期9个月，钢结构和设备安装约1000吨。采用邀请招标方式，意求寻找在越南有施工经验且有人员装备的公司合作。

项目评估、合同评审

海外项目错综复杂，各类项目层出不穷，因为市场开拓面的激增，导致各种项目都会呈现在你面前，这就要通过具体项目评审，判别项目可行性，对希望较大前景良好的项目要着重关注，对不靠谱的项目就要摒弃，

在公司和部门领导的指导下，先后参与伊拉克128公里道路项目、委内瑞拉新兴铸管厂扩建项目进行了评估。

针对老挝沙耶武里省红洒县城市道路项目和老挝甘蒙省他曲县经济特区500公顷场坪项目，通过编写合同，完善合同构架和合同相关条款，做出合同评审，发现合同漏洞或者不妥之处，完善合同，使得合同的完整性、平等性、操作性得到了保证。

投标文件、项目资料翻译

市场部主要职能就是投标、找工程，因此大多时间都要接触到涉外项目的资料，为了项目备案和投标等项目，就要对项目资料进行翻译，以便于市场部人员作价和其他部门对投标文件要求响应。先后在领导主持下，配合老挝各个项目合同、合作协议、银行保函的翻译工作，越南铜矿合作协议、储罐施工方案等，圆满的完成了任务。

项目投标

老挝红洒县道路项目图纸和清单不全，为了进一步对该项目进行评估，在感谢部门领导的耐心指导对各条公路进行了细致的算量，与业主提供清单做比对，做到心里有数，为议标做出了坚定的基础。

纳米比亚硫磺制酸厂项目新增子项算量，主要对钢结构、屋面墙面夹芯板、钢筋、混凝土、垫板等进行了统计，为议价提供了依据。让我深深体会到搞经营的不容易和些许成就感。

越南宝钢制罐厂算量，主要集中在土建、钢机构、设备等方面。

投标许可证办理

针对纳米比亚温得和克到奥坎汗贾公路项目，需要公司按照商务部的指导手册-对外承包工程投标（议标）许可证申请流程，完成商务部对外投标许可核准证，以便于办理保函接收预付款等流程，项目在提供资料的过程中，因为时差、不熟悉资料要求等原因，在办理此项核准申请，出现了问题，商务部网站缺少维护，系统欠费，项目提供的资料支离破碎，在网上申报的时候过于肤浅，因此我积极联系中冶国际的同时还有联系商务部办公电话，并且在部门领导的关注下，提前完成了该核准证的办理。同时针对此次办理过程中出现的问题，我按照商务部文件要求，整理了前期、后期信息录入、投标意见函资料、投议标信息、协调意见函资料等表格及填写要求，为下次办理该类函件提供了准绳，避免出现手忙脚乱的状况。

另外，同时依旧关注恩菲电商平台，如有必要，做好维护工作。

项目跟踪

配合市场部跟踪项目，对领导分配的跟踪项目依旧在跟踪，按时上报项目跟踪报表，积极主动，细心的完成任务。

三标、巡查组资料

按照集团公司和外审要求，对三标资料进行整理和汇总，强化三标管理，查漏补缺，实行“达标管理、相互借鉴、合力推荐”的模式，狠抓基础、抓过程、抓强化、抓实效提升。

个人方面和未来展望

纵观20\_\_年的工作和生活，发现自己有很多不足之处，经过部门领导和同事的指导和指正，为进一步做好工作和提高自我，需要做到以下几个方面：

细心则无微不至，粗心则熟视无睹。要树立从小事做起，重视细节的理念。

近期通过对“三严三实”等重要思想的学习，心中有感而发，深深的体会到“说到不如做到、做到不如做好“的深刻思想，感觉到在今后的工作中将贯彻该思想，不断加强学习，总结和完善已有经验，在此基础上，找出新思路、新方法，拒绝在本该吃苦的年纪贪图安逸，拒绝“庸懒散浮拖”、“十大思想病”，大胆实践、开拓创新，把工作提高到一个新的水平。

20\_\_年，在公司领导的正确领导下，在全体员工的齐心协力下，按照年初确立的各项经济技术指标，公司采取有效措施，对内加强队伍建设，对外积极开拓市场，开源节流，用于创新，取得了不俗的成绩。

国际工程分公司作为新兴公司，勇于承诺，大胆实践，我坚信，企业将在将在“发展海外、做大海外”的承诺下，会在实践诺言的大道上越走越稳，越走越远，而我也愿意贡献自己的微薄之力。

**市场部年度收获总结报告篇7**

20\_\_年是我行金融市场部业务快速发展的一年，成立了北京代表处、也根据业务特性下设了四个二级部门。作为金融市场部一名客户经理，在20\_\_年通过金融市场部这个大的平台不断学习业务，办理业务，提高业务能力。以下是我20\_\_年度述职总结报告。

一、关键绩效指标完成情况

\_\_年本人工作内容比较分散，在投行部、票据部、资产管理部、风控中台都做了一些业务。主要的业务指标完成情况是:在投行部配置了一些高收益的上市公司质押式回购、定增项目共计亿。票据直贴业务x万元、资产管理业务亿。

二、日常主要工作的完成情况

1、投行业务:20\_\_年上半年主要在投行部，主要与信托、信托、证券这些交易对手操作了有x笔业务，金额共计亿元，业务形式主要为股票质押式回购、上市公司定增。有些业务形式也是我们刚接触，在不断摸索中开展，积累经验;

2、票据业务:20\_\_年做的票据业务主要还是一些直贴业务，共计x万元，转贴现业务主要辅助做一些基础工作。另外，对未开展票据的分行客户经理进行了票据业务培训讲课;

3、资产管理业务:\_\_年末调到，进入资产管理部工作，与信托操作了一笔亿集合资金信托计划。资产管理业务对灵活性、创新性要求较高，本人也希望在20\_\_年的工作中付出更多的努力去做好这项工作;

4、中台业务:20\_\_年x月份由于外派风控官的离任，在空档期内本人兼任了2个月的中台，也是按照要求完成了中台平时各项业务，组织投审会、印章的管理以及业务审批、人民银行票据数据的提供等;

5、同业授信业务:由于投行业务涉及到交易对手的授信准入。申请了x户客户的授信工作，主要有:信托、信托、基金;

6、合规专员兼职:\_\_年完成了法律合规部要求合规专员的相关职责:包括自查相关业务、部门规章制度的整理上传、季度年度合规报告的撰写。

三、员工培训和成长

培训情况:

1、授信业务培训学习:\_\_年行内进行了授信业务案例学习，均有参加，通过行内领导这一系列的案例学习，学习到了很多前辈的经验、很多平时未意识到的风险点，更加坚定了金融业务风险永远是第一位;

2、部门培训学习:20\_\_年\_\_月份部门组织集中培训，主要课题有有企业文化、投行案例的分享、宏观经济分析、可转债可交换债的学习、分级基金、融资租赁、券商固定收益凭证、债券交易基础知识等。通过这次培训学习了二级部门之间的业务经验，以及更加全面认识了各个部门的业务情况。

成长:

1、视野更加开拓以及自身的不足:在20\_\_年也来到，通过与同业的交流，拓展自己的视野，去服务自己工作。同时也认识到自己的很多不足之处，需要提高的地方太多，在16年度中不断的去完善提高。

2、风险意识进一步提高:在过去一年的工作当中，市场同业业务的风险也有所暴露。资本市场在牛熊切换中，也切身体会整个过程中的市场业务偏好，以及风险成本。这也给了本人更深刻的风险感受。

3、提高对细节问题的注意力:在工作当中认识到了很多细节性的问题在风险暴露的时候可能是很重要的。学习了、积累了一些经验。

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