# 2024年4s店市场部下半年工作计划(四篇)

来源：网络 作者：心旷神怡 更新时间：2024-07-04

*时间流逝得如此之快，我们的工作又迈入新的阶段，请一起努力，写一份计划吧。优秀的计划都具备一些什么特点呢？又该怎么写呢？下面是我给大家整理的计划范文，欢迎大家阅读分享借鉴，希望对大家能够有所帮助。4s店市场部下半年工作计划篇一根据公司xx年年...*

时间流逝得如此之快，我们的工作又迈入新的阶段，请一起努力，写一份计划吧。优秀的计划都具备一些什么特点呢？又该怎么写呢？下面是我给大家整理的计划范文，欢迎大家阅读分享借鉴，希望对大家能够有所帮助。

**4s店市场部下半年工作计划篇一**

根据公司xx年年度总结会议，董事会提出并设定“五年三阶段”发展规划，达成“打好三个基础，强化两项管理，实现一项指标”的“321”工作目标，xx年将是至关重要的基础年，公司将在金融开放和资本市场中力求在完善中前进，在稳健中发展。同时，将p2p项目定位为公司主营业务，拟定在xx年实现500万销售利润，依照目前信贷部门提供的利润率，为达成此利润目标，预计信贷目标为：信用类2400万，抵押类1000万。市场部门将全力配合公司目标，制定相应工作目标及计划，并严格按照此计划方案落实执行。由于市场部成立时间短，部门业务人员不足，前期业绩达成存在一定困难，需要在不断完善过程中从低到高逐步累积提升。

根据目前人员状况，以及市场部成立初期，设定此计划目标：

(一)部门人员架构完善，理财团队建设

完善部门人员配置，合计20人左右，部门经理1人(到岗)，培训督导1人(到岗)，企划推广专员2人(目前1人)，招商专员1人(暂无)，理财专员12~15人(目前3人)，团队长1~2人(暂无，根据理财业绩状况及管理能力，从理财专员中产生)。

1.拓宽招聘渠道，配合人事部门抓紧时间招聘，如有需要，参加现场招

聘会一次，3月分中旬之前，理财专员人数达到10人;

2.根据部门业绩状况，对理财专员全面定岗，优胜劣汰，在四月中旬之

前，确定部门人员数量，并在4月底之前，全部配置完成。

(二)扩大“中盈”品牌影响力

1.网站建设：

客户投资平台系统升级，目前正在测试中，拟定xx年5月1日正式上线，完善平台功能，丰富界面内容，由企划王勇飞负责，并不定期召集相关人员检讨平台功能;

2.制作公司宣传画册：

目前企划人员正在设计中，公司放年假之前完成，并要求公司所有人员携带部分回家过春节，利用春节拜访亲人朋友过程中宣传公司，提高公司知名度;

3.多制作软文宣传：

利用公司公众平台及职员个人社交平台(微信、qq、博文、微博、贴吧等)，提高品牌影响，具体操作将制作ppt课件，并在3月底之前对公司人员培训，由王程负责;

4.加大广告投放力度：

目前有收集相关资料，正在甄选中，建议电视广告继续保留，另外，个人建议，公交站牌小型区域广告(简短，重在“中盈”品牌宣传)，公交车内部广告，出租车或私家车简短广告宣传语等(如：“中盈财富，您的理财首选”、“中盈财富，让您放心的投资平台”、“中盈财富，您最真诚的财富管家”等)，具体广告投放方案，在3月中旬完成，提交审批后，在四月份之前，完成第一批的广告投放，后续根据需要，适当追加广告投放力度。具体负责人员由部门经理及企划人员共同协商完成;

5.参加有影响力的行业会议、活动：

积极拓展与国内金融机构、投资机构的互通合作，参加一些有形影响力的行业会议，及时掌握政策动态，获取市场资源，以项目投资分享为合作点，强化\"中盈p2p\"品牌影响。

(三)融资目标达成方案

1.理财专员业务开展

首先，培训理财专员，全面了解公司产品，认可公司产品，从缘故市场着手开展业务，并要求理财专员设定个人目标，提出具体方案，并监督落实执行(现有人员，已全部要求年假之前提交xx年业务拓展计划);

2.定期举办小型投资沙龙

暂定每月1至2次，以茶话会或交流会的形式，在公司内部会议室举办，由理财专员或公司职员，邀请意向客户参加，并设定活动的具体方案，具体由王程负责策划并制作相关课件，拟定从xx年3月份开始执行;

3.定期举办公益性理财推广活动

在业务拓展过程中，与赣州各大住宅小区物业联系，在小区内部举办一些小型公益性理财推广活动，主要提供免费理财咨询，适当配备注册小礼品，提高“中盈”知名度，挖掘客户资源;

4.不定期举办较大型会议营销活动

根据市场发展状况及公司发标状况，以招标会或财富论坛的形式，不定期举办中型会议营销活动，因活动规模较大，需要作全面的活动策划后方可执行，具体活动由市场部提出申请，王程负责策划，审批后执行。暂定xx年举办2~3次此类活动;

5.借助中国传统节假日，举办客户答谢会议，维护好老客户，并向客户传达政策以及公司长远规划，以便挖掘客户背后的客户资源;

(四)配合及支持

1.公司内部定期举办一些户外拓展活动，加强员工之间的沟通，增强员工归属感和团队凝聚力，以便于留住人才，管理人才，应用人才。

2.适当时间，允许员工携带1~2名家属参与公司举办的户外活动，以便得到家属支持，并推荐家属的亲朋好友参与公司的理财投资，培养忠诚投资客户;

3.建议信贷部门配合发标多样化，根据理财周期不同，设定不同年化收益率，设定部分短期标，便于让新客户体验式投资，而较短时间内完成体验，从体验升级为正式投资客户;

4.建议行政部门完善奖惩制度，可适当设定一些非计划性奖惩制度，针对现行工作表现，适时给予适当奖惩。寻求一些新的小型活动或游戏(比如乒乓球、台球比赛、ktv等)，成本低，耗时少，增进员工之间交流，提升员工的工作士气，创造良好和谐的工作环境;

5.建议公司高层管理人员，定期召开全体动员会议，让员工熟知公司现行状况，发展规划以及公司目标达成状况，提升员工士气，增强工作执行力。

**4s店市场部下半年工作计划篇二**

20××年已经过去，市场部在公司领导的正确指挥下，各项业绩指标全面完成，并通过一系列的广宣运作进一步的提升了我公司品牌在平顶山地区的知名度，成为平顶山汽车行业的领头羊。为了继续保持目前的良好发展势头，同时也为了在今后的工作中减少失误，现将20××年的工作成绩与不足总结如下。

市场部20××年度主要业绩指标完成情况：

截止20××年12月31日，我公司共发展二级合作网点两个，鲁山、舞钢。因无配备专业的市场专员负责，20××年全年二网的销售状况不容乐观，截止12月31日，20××全年二网总计销售18台，在20××年10月我公司结束与鲁山顺发的合作，开始于鲁山大团结汽贸城合作后，形式有了好转，主要是鲁山大团结的经营理念与模式有了很大的提高，包括场地的正规建设都很好。另加上新店开业，我公司投入的精力和人员也比较到位，后期跟踪较紧，这促使鲁山在11月单月销售达到6台。

1、市场活动汇总

一季度

一月：迎新春，红运礼——本次活动深受广大客户的欢迎，这不仅大大增加了客户来店量同时也促进销售，也有效提高了广汽本田及我店的知名度、

二月：汽车文化宣传长廊——借汽车文化长廊这个平台让客户更深入理解广汽本四款车型。在销售顾问和客户良好的沟通交流中，客户认知和肯定我们的品牌同时强化四车型可信赖、高品质的形象。

三月：荣耀共享，春情回馈——根据销售顾问反应销售情况，得知本次活动有明显效果，来店和来电量有明显增加，活动以来截止今天，销量20台（含汝州一台），订单7个雅阁，2个奥德赛，1个锋范，来店批次总63，首次来店批次总104，来电总数43，效果明显增加，本次活动效果还比较理想。

三月：热销200万，广本倾情送——此次活动积极消减了库存，缓解了资金周转压力，提高市场占有率，最终提升销量，完成任务目标。

三月：鹰城春季购车节——本次车展以飞度，锋范为主推车型，以“轻舞飞扬锋芒时代”为活动主题，突出时代气息，以特色的推广促销活动方案，吸引针对用户群、达到销售效果。

二季度

四月：世博之旅——广汽本田紧跟20××年5月上海世博会风潮，借助本次世博会强大的影响力，开展“购雅阁，看世博”的抽奖免费体验游活动，通过本次活动宣传过后，来电咨询和来店看车人数有明显幅度增加，对近期有意向购买雅阁的用户具有很强吸引力、活动期间，雅阁定单销量总计43台、

四月：鹰城首届春季汽车团购节——我们经过总结三月份连续两次车展的不足，在本次车展前期我们加强了对销售顾问的培训，做细做足车展前期的筹备工作，致使本次团购节上所有销售顾问精神面貌都很好，氛围很不错，虽然没有达到我们预定的销售目标，但是本次车展也达到一个很不错的销售结果、

五月：中国名媛时尚文化巡礼——中国名媛时尚文化巡礼是针对高收入、高品位人群的高端文化宣传活动，本次活动的主要媒体宣传有平顶山电视台和平顶山广播电台，我店为本次活动的赞助商，借助两大强势媒体优势提高广汽本田得佳4s店的品牌知名度，强化车主对广汽本田品牌的认知与忠诚度，为以后的口碑宣传做好铺垫、但此次活动没有起到良好的`监督执行，致使顾客报名度非常低，望以后加强活动的监督执行、

五月：感恩回馈，五周年店庆——借我店5周年店庆之际，特推出感恩回馈，大幅优惠政策，给顾客真正优惠，在店庆期间达到一个比较好的销售。

六月：广本四杰魅力科技升级版上市抢购会——通过限时闭馆的销售方式，结合文艺表演，现场气氛营造，强有力的超低促销方案，使大家在娱乐，和欢乐中喜悦订车，达到很好的销量。

三季度

七月：鹰城夏夜赏车会——在炎炎夏日中我们参与璀璨夏夜赏车会，让消费者在夏夜舒适的环境下赏车，有效提高了广汽本田及我店的知名度，也提高了车主对广汽本田品牌的认知与忠诚度，为以后的口碑宣传做好铺垫、

九月：鹰城车模大赛暨秋季团购节——为积极应对，我们通过强有力的促销手段和强大的品牌宣传来提高销量。借助鹰城购车节的影响力，车展前期在各主流媒体上进行大规模的活动宣传，又加上有中国第一车模之称的翟凌小姐在车展第二天上午到我广本展位加油助威，增加集客量，发掘更多的潜在客户。积极消减库存，缓解资金周转压力，打压竞争对手，提高市场占有率。

四季度

十月：鹰城广场秋季团购节——车展在凉爽的十月金秋进行，我公司推出的特别献礼政策能有效吸引顾客，主办方和我公司都进行了大力宣传，广播、电视、报纸、短信立体宣传力度大、效果好，公司展区位置好，在广场主入口，布置大气，展现了我良好的品牌形象

十月：歌诗图上市——用尊贵专用的展位来摆放歌诗图，充分突出了歌诗图的尊贵性，而且也吸引了进店顾客的目光，从而使新车———歌诗图在鹰城形成良好的口碑。

十月：广本得佳之夜周杰伦群星演唱会——此次能争取到周杰伦群星演唱会的独家总冠名权，并且在演唱会中途举行新车——歌诗图的上市发布会，是一次前所未有的成功品牌宣传，现场包括舞台两侧巨型广告牌、座椅等无处不在的广本元素，总经理上台宣布歌诗图正式在平顶山上市发售，这些都为广本在平顶山的美誉度奠定了坚实的基础。

十一月：鲁山二网周末团购会——在这次的周末活动中，砸金蛋是其中的亮点，由购车的顾客自己来再订车最低价的基础上再砸出最低价，让顾客真正的购得最低价，并且提升了广汽本田在鲁山二网的品牌形象，为广本在鲁山打开市场奠定了基础。

十二月：广汽本田感恩20××期许20××答谢会——此次活动的目的不在于卖车，而是一次真正的回馈活动，现场主持人慷慨激昂和幽默风趣让邀请到的客户感到了寒冬里的一丝温暖，也会使广汽本田在平顶山形成更好的口碑，把广汽本田品牌在鹰城的美誉度提高到一个新的层次。

2、市场推广活动

（1）市场部在本年度通过一系列的市场宣传运作，包括冠名周杰伦群星演唱会，年末答谢会等宣传活动，直接推动销售部销售进程基础上极大地促进了市场渠道的拓展。

（2）通过几次春秋季的车展，和一系列提前宣传，提升了我品牌在平顶山的美誉度，同时也宣传了企业。

3、广告宣传活动

市场部今年在平顶山电视台，平顶山晚报，平顶山交通广播等媒体做了大量广宣，大大支援了销售活动，同时也促进了品牌价值的提升。

4、市场部规范化管理的推进

为了提升市场部的竞争能力，在本年度配合公司相关部门开展了市场部规范化管理运动，重新对市场部运作流程进行了规范，为明年工作效率的提升奠定了基础。

1、与二网联系不够多，很少几乎没有时间去二网亲身体验，分析，二网所在城市的各项调查，致使二网销售量比较差。

2、工作职责不明确，市场运作没有主见，领导安排什么，自己就去做什么，不能独立的去做一些有创意，有利于公司以及市场工作的方案。

1、加强与二级网点的沟通

市场部计划在新的一年里重点加强与二级网点的沟通，定点去二网做市场调查，分析，给予二网协助，销售人员的产品知识，和销售技能的培训工作，有计划的去实施。

2、组织计划管理与执行方面的培训

市场部拟通过组织计划管理与执行方面的培训，增强市场部管理人员的计划管理能力，同时强化基层市场人员的执行能力。

1、20××年二网销售目标

2、市场规划

希望给予市场部配备，市场专员两名、大客户专员1名。以完成20××年如下市场部工作维系及巩固：

1）维系现已开发的保有二级市场：已开发的两个县区（鲁山；鲁山大团结汽贸城。舞钢、舞钢市宇神汽车销售有限公司；并开发郏县、郏县通泰汽车销售有限公司；宝丰、宝丰鸿建汽车销售有限公司）。

2）开发集团大客户：舞钢市（中加公司、农村信用联社、舞钢钢铁公司）；市平煤集团、市姚孟电厂、市平高集团及市政府汽车采购科。

3）开发政府采购单位：市内四区（卫东区、新化区、湛河区、石龙区），及鲁山县财政局、宝丰县财政局、舞钢市财政局、叶县财政局。

回顾20××年，对照自己的工作表现发现市场部还有很多不足，如在业务上，还没有达到精益求精的要求；工作有时操之过急，缺乏深入细致的工作作风，虽然10年一直在努力，但是发现自己还是没有什么能拿出来说的实在成绩，提出的一些建议不够系统，没有给市场提出更多行之有效的办法……望20××年在各个部门的积极配合下积极做到全面的改观。

市场部

20××年1月9日

**4s店市场部下半年工作计划篇三**

20xx年已经过去，市场部在公司领导的正确指挥下，各项业绩指标全面完成，并通过一系列的广宣运作及店头活动进一步的提升了我公司品牌在伊犁地区的知名度，成为伊犁地区汽车行业的佼佼者。为了继续保持目前的良好发展势头，同时也为了在今后的工作中减少失误，现将20xx年的工作成绩与不足总结如下。

市场部主要工作回顾20xx年度市场部主要工作包括以下几个方面。

十月：伊犁秋季车展——车展在凉爽的十月金秋进行，我公司推出的特别献礼政策能有效吸引顾客,主办方和我公司都进行了大力宣传，广播、电视、报纸、短信立体宣传力度大、效果好，公司展区位置好，在广场主出口,布置大气，展现了我良好的品牌形象

十一月：长安汽车双十一盛惠驾到——此次活动为期三天，订车礼与售后各大项目相结合，重而更好的促进的售后的产值，更好的提升了伊犁志宏长安汽车的影响力。

十二月：伊犁志宏一周年店庆暨限时抢购会——此次活动，想看心仪车型的价格缴纳诚意金和每成交一辆车在原有的价位上在优惠50元可叠加及砸金蛋是其中的亮点，由购车的顾客自己来争取车辆的最低价，并且提升了伊犁志宏4s店的品牌形象，为长安汽车在伊犁地区打开市场奠定了基础。

(1)通过几次春秋季的车展，和一系列提前宣传，提升了我品牌在伊犁地区的美誉度，同时也宣传了企业。3.广告宣传活动

市场部今年在101.6电台，微信平台，汽车之家等做了大量广宣，大大支援了销售活动，同时也促进了品牌价值的提升。4.市场部规范化管理的推进

1)展厅物料费用：1-12月预计6万元

2)汽车之家豪华版5.25万元，易车网标准版3.99万元 3)每月活动费用1月-12月 6万元

回顾20xx年,对照自己的工作表现发现市场部还有很多不足，如在业务上，还没有达到精益求精的要求;工作有时操之过急，缺乏深入细致的工作作风，虽然一直在努力，但是发现自己还是没有什么能拿出来说的实在成绩，提出的一些建议不够系统，没有给市场提出更多行之有效的办法望20xx年在各个部门的积极配合下积极做到全面的改观。

市场部：苏志平

20xx年12月30日

**4s店市场部下半年工作计划篇四**

xx年是5+7发展的关键的一年，是5+7在品牌形象、市场拓展时机最为重要的一年。市场部应积极做好各方面工作，尤其是在企划和营销两大块，任务艰巨，我们将竭力完成年度工作任务，做好本部门工作，积极配合各部门，实现公司的经营目标。

市场部xx年年度工作总体内容如下：

一个部门能够行之有效的完成工作，必须明确部门职能和工作内容。没有清晰明确的目的只能事倍功半，浪费资源，浪费成本，浪费时间。有目标，有思路，有方法是市场部门的基本要点。切忌做事杂乱无章，容易一事无成。

市场部门的作息时间与餐厅运营部的工作时间有所不同，合理的安排工作时间是提高工作效率的必要条件。

1、对周销售额进行分析，根据一周内营业额对比，做出相应措施，尽力使日营业额平衡。

2、对月、季营业额进行对比分析，制定淡旺季营销策略，尽力使淡季不淡。

3、店内营业额及所收集各方面的信息为公司资料的保密信息，禁止对外传播，防止竞争对手作出对公司不利举动。

知己知彼，百战不殆。要想做到同行业领导品牌，必须对同行业的信息进行分析，做到“你无我有，你有我优”，始终走在竞争者的前端，尽可能的抢占市场份额。

竞争者不仅是我们的对手，更是我们的老师，三人行，必有我师。能偷师，会偷师是任何行业发展的有效捷径。

根据涡阳现有条件的限制，涡阳餐饮行业外卖市场一直不景气。这一现象对5+7来说是一个考验，也是一个机会。对空白市场的进军，不仅需要勇气，更需要的是毅力。勇气很多人都有，能否坚持到成功的毅力就属于屈指可数的成功人了。

市场部对外卖市场的开拓现分为一下三步：

1、首先针对门店、小区等零点顾客进行宣传，目的是扩散5+7外卖服务信息，使外卖得到大多数人的认可，同时也是店内员工对外卖工作的熟悉过程。

2、针对中小企业、活动团体进行宣传，更近一步拓展外卖服务，提升外卖市场营业额。

3、针对事业单位、政府行政单位进行公关，需要进行关系走动，可以根据不同单位的不同需求给予不同的政策。

以上3步可以餐厅的外卖服务基本覆盖各类人群。

随着时代的发展，电子商务已经遍布全球，根据涡阳县城的发展，

80、90后的人群已经发展为主要消费群体，此年龄段的人群对电子商务已经认可。我们必须紧紧抓住这一机会，迅速占领涡阳餐饮行业电商平台，并且有效服务顾客使之达到一定的满意度。

现代市场早已不在是单打独斗的年代，寻找、建立能够互利共赢的合

作伙伴是当务之急，作为传统行业的餐饮业关系着各类人群的生活需求，有着更多的机会与其他行业进行合作。“有需求就有合作”，找到利益点，就能深入合作。

1、根据节日制定节日促销活动

2、根据会员制定会员活动。

3、根据合作单位制定合作活动。

4、根据淡旺季制定合理的促销活动。

5、根据竞争对手的营销策略制定对抗活动。

6、根据营业额的波动制定相应的促销活动。

按照季度制定相应的工作计划，安排具体工作内容，并根据实际情况进行工作总结，补差补缺，并作出相应改变策略，对后期工作需进行注意方面决不能出现同样错误。

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