# 2024年营销日常工作的年度总结(5篇)

来源：网络 作者：梦回江南 更新时间：2024-08-24

*总结是写给人看的，条理不清，人们就看不下去，即使看了也不知其所以然，这样就达不到总结的目的。优秀的总结都具备一些什么特点呢？又该怎么写呢？下面是小编为大家带来的总结书优秀范文，希望大家可以喜欢。营销日常工作的年度总结篇一一、以效益为目标，抓...*

总结是写给人看的，条理不清，人们就看不下去，即使看了也不知其所以然，这样就达不到总结的目的。优秀的总结都具备一些什么特点呢？又该怎么写呢？下面是小编为大家带来的总结书优秀范文，希望大家可以喜欢。

**营销日常工作的年度总结篇一**

一、以效益为目标，抓好营销工作

1、人员调整。酒店将营销部人员进行调整，不断扩充营销队伍，增强了在岗人员竞争上岗意识和主动营销的工作责任心。营销部领导班子分析，提升营销业绩主要是管理好营销人员，下达科学、合理的营销指标，激励大家的工作责任心和主动性。

2、客源构扩展。酒店在原有协议单位、上门散客、国际卡等自然营销渠道的基础上，拓展增加了团队房、网络订房等渠道，并按各渠道客源应占酒店总客源的比例，相应地按比例分解指标。这样，下达给营销员的指标才有据可依，分解指标合理，能促进营销业绩的提升，进而能使酒店下达的经营指标如期完成。

3、餐、房提成奖励。根据本酒店市场定位的特色，以接待协议单位商务客人、上门散客和国际卡客人为主，以网络订房、团队房等为辅的营销策略，制定了对营销部人员按高出每月营销指标后给予以一定比例提成的奖励。这一奖励政策，极大地调动了营销人员的工作热情和增强了服务意识。

4、投诉处理。营销部直接服务客人，也是客人咨询问题、反映情况、提出建议、投诉不满等较为集中的地方。本着\"宾客至上、服务第一\"的宗旨，营销部接待并妥善处理宾客的大大小小的投诉，为酒店减少了经济损失，争取了较多的酒店回头客。此外，营销部按酒店领导的要求，开始从被动营销到主动营销、从无序工作到有序工作，直接赢得了营销业绩的显著回升。

二、根据客户反馈，酒店仍存三类问题

一年的工作，经过全体员工的共同努力，成绩是明显的。但不可忽略所存在的问题。这些问题，有些来自于客人投诉等反馈意见，有些是酒店质检或部门自查所发现的。

1、设施设备不尽完善。尤其是客房的桌椅棱角破损、墙纸发霉、浴帘发霉、地毯污浊、地砖裂缝等情况较为严重。

2、服务技能有待提升。一表现在服务技能人员文化修养、专业知识、外语水平和服务能力等综合素质高低不一、参差不齐。二表现在酒店尚未制订一整套规范的系统的切实可行的\"激励模式\"。三服务技能随意性等个体行为较严重。

3、服务质量尚需优化。从多次检查和客人投诉中发现，酒店各部门各岗位员工的服务质量，横向比较有高有低，纵向比较有优有劣。反复出现的问题是，有些部门或岗位的部分员工，仪容仪表不整洁，礼节礼貌不主动，接待服务不周到，处理应变不灵活。此外，清洁卫生不仔细，设备维修不及时等，也影响着酒店整体的服务质量。

通过对酒店全年工作进行回顾总，激励鞭策着全店上下增强自信，振奋精神，发扬成绩，整改问题。并将制订新一年度的治理目标、经营指标和工作计划，以指导20\_\_年酒店及部门各项工作的全面开展和具体实施。

市场营销部是负责对外处理公共关系和营销业务的职能部门，是酒店提高声誉，树立良好公众形象的一个重要窗口，制订营销方案起起到参谋和助手的作用，它对酒店疏通营销渠道，开拓市场，提高经济效益和社会效益起到重要促进作用。在新的一年里，希望各部门在工作中合作愉快，携手为酒店创造佳绩。

**营销日常工作的年度总结篇二**

本人于年月日交流到公司企业信息化部计费结算处工作。在交流的半年期间，我主要负责的维护，支撑集团公司市场前端营销(以家庭客户部为主)，负责领导交办的软课题的评审，对省分公司计费专业相关工作进行指导以及领导交办的其他任务等工作。在工作中，我严格履行个人岗位职责，认真学习，努力工作，较好的完成了本职工作和领导交给的各项任务。

(一)做好文档维护工作

随着对移动业务的承接，给计费专业工作带来了新的场景和挑战。在全程全网全业务运营的场景下，计费工作的外延和内涵都有了前所未有的丰富。主要表现为：在地域层面，传统的以省为基本单位的计费格局，随着移动业务漫游场景的出现和丰富，正在悄然发生变化，省与省之间，省与总部之间的联系得到了前所未有的加强，计费体系网络化的趋势日益明显;在业务层面，传统的以语音和数据业务为骨干的并驾齐驱的计费形态，随着增值业务的井喷式出现，而呈现三足鼎立的态势，由此对计费的实时性，结算的多样性，融合的灵活性以及客户感知，财务分摊等都提出全新的要求。

值此时机，总部启动了的编写工程。是在继承优点的基础上，对现实以及未来的业务场景和支撑需求进行了高度的概括和抽象。在中，模型的关注点已由过去的数据模型层面转移到能力结构层面，以计费网络化、系统产品化为基础，重点关注协议、网元以及各项能力的形成，目的是打造一个功能强大，结构灵活，响应迅速，全网联动的计费能力体系。

在该工程中，我主要负责的文档维护，我在工作中认真阅读研究院的各种文档并且与自己在省里面的工作相结合，吃透模型的设计精神。同时对文档中写的不够详细或者全面的部分按照领导和专家们的意见进行补充和调整，通过此项工作，使我对计费专业的未来发展方向有了比较清晰的了解，为自己今后的工作打下了坚实的基础。

(二)完成软课题评审工作

软课题是总部计费专业针对现实的业务场景和未来可能的发展方向所作的技术业务方面的提前预研和技术储备工作。它的目的是形成技术和能力储备，以便为今后的工作打下坚实的技术业务基础。由于软课题没有现成的业务环境进行验证，因此对软课题的评审人员需要较高的综合素质，既要有对现实场景的深刻了解，也要有对未来方向的充分把握。总之，这是一项全新的，具有很大挑战性的工作。

在接受这项工作之初，我感到比较吃力，因为这毕竟是原来在省公司不曾遇到过的，但是在困难面前，我没有退缩，通过积极与软课题编写人员的沟通，了解了软课题的研究动机和研究的具体内容，认真阅读软课题的各种文档，结合自己在工作中的实际经验，形成对该课题的全面认知和把握。通过与软课题编写人员的全面沟通与交流，对课题中的描述不完整和不全面的部分形成一致的修改意见。通过和软课题编写人员的全面合作，终于形成了最终的定稿文件。在总部举行的软课题评审会上，我所负责的和四个软课题顺利的通过了评审。

(三)积极主动做好营销支撑工作

随着移动业务的承接，面临着更多的机遇和挑战。为了确保移动市场份额，实现有效益的市场扩张。市场前端部门推出了一系列的营销方案和新产品，给it支撑带来了很大的压力。在集团公司做营销支撑的最大特点就是必须站在全国的角度去思考问题，必须充分考虑到不同省份之间的建设水平和能力的差异，在将“市场语言“翻译成为“系统语言“的过程中，必须统筹考虑，综合权衡，才能形成最终的具备可落地性的方案。

经过短暂的磨合，在领导和同事们的帮助下，我逐渐掌握了在总部做营销支撑的工作方法，具备了独立完成营销支撑工作的能力。我主要负责对家庭客户部和3g重点产品的营销支撑工作。家庭客户部推出的营销方案一般融合性和复杂度都比较高，计费实现有较大的难度。在工作中，我一方面认真领会家庭客户部营销方案的精神，根据自身工作经验提出合理化建议，使方案更加完整，具备可落地性;另一方面加强和省分公司的沟通交流，充分了解省分公司的能力水平,根据营销方案的要求，提出对计费系统的改造意见，提升系统能力，确保方案能够按时平稳落地。

在交流期间，我主要完成了以下营销方案的支撑工作：

1、无线宽带营销方案支撑，通过对系统能力的挖掘，满足了市场前端部门提出的时长流量“双限“的需求。

2、统一认证营销方案支撑，通过新建事件的方式，满足了市场前端部门提出的单独区分统一认证场景下wlan接入话单的需求。

3、参与校园套餐方案讨论，提出通过省互设亲情号码方式实现互打免费的需求，解决了校园方案不成熟，实现难度大的问题。

4、参与双节营销方案讨论，建议通过设置亲情号码的方式来实现通话免费需求，解决了采用加入优惠群的方式，受理难度复杂的问题。

5、参加移动支付项目组，提出了明确通信账户和支付账户关系的建议。参与修改了《体系设计方案》。

**营销日常工作的年度总结篇三**

一、营销观念的问题

1、要找寻合适自身的经销商

(1)找经销商其实就象一找对象，你需要找到合适的、有共同目标和共同理想的，这样可以共同发展，组合起来的“家庭”才有希望;

(2)强扭的瓜不甜。

2、营销服务的重点是经销商还是终端?

(1)产品品牌不是强势品牌，对终端来说还缺乏必要的吸引力;

(2)产品价格也不便宜，而且同类产品存在很多品牌的替代品，终端接受起来也就慢;

(3)就目前的人力、财力、物力而言，还无法满足我们涉及到所有“营销面”的要求，只能通过“点”辐射到“面”;

(4)现在的管理架构和管理流程也是一个制约因素;

(5)而经销商都比较成熟，熟悉自己覆盖的市场，有他们自己比较成熟的网络和市场经营经验，可以通过他们自己的方式和网络将我们的产品覆盖到市场，让产品在市场先适应，然后在市场产生影响，拉动终端;

(6)终端的产品需求往往不是单一的一个或者是几个产品，而是综合性的，是一个产品需求组合，而经销商们具备产品组合的能力和优势，可以将不同公司的不同产品有效地搭配组合起来;

(7)所以我们目前的重点是服务好经销商，而不是把大量的精力放在终端服务上;终端存在的问题目前只能通过适当的市场监督及时发现，并及时与经销商进行沟通解决;

(8)担负和影响公司营销业绩的是我们的各个特约经销商。只有这些经销商可以有既得的利益和满意的市场服务，才能够产生动力并愿意主动去通过自身的网络来推动产品的营销，才能够对营销额的产生影响力和拉动力。

3、不能固守经验一成不变

(1)以前的营销经验当然值得借鉴，我们也应该珍惜，并及时地参考这些成功或者是失败的经验;但是不能总是固守以前的经验不变、不放，我们现在很多营销教训也是以前的经验造成的(掌声);

(2)以前的成功经验可能也是今后的失败根源。

二、是营销控制的问题

1、经销商的通路营销操作方法

从目前而言，我们比较切实可行方式，就是可给予经销商在各种通路操作的意见和建议，给经销商参考，至于是不是一定需要经销商按照我们的建议来做，就值得我们好好商榷和考量。因为在区域市场运作前我们和经销商之间已经有了限制性的条款对营销进行限制，而只要经销商不跨越这些限制性条款运做就应该给予支持。

这其实就象是两组成家庭一样。首先当然是两你情我愿的，成家后共同向往的是美满、舒适的生活(笑声)。但应该清楚，你不能总是要求你的另一半完全按照你的想法和思路去生活、工作，毕竟他/她有他/她不同的生活、工作经历，有他/她对生活、工作不同的看法和理解，有他/她不同的生活、工作圈子，有他/她不同的生活、工作方式，有他/她不同的身处环境(笑声、掌声)。

所以就不能强求二人的生活、工作方式完全一致，只能是求同存异。你可以经常和他/她沟通，谈谈你对他/她的某些事情、某些做法的看法和想法，给他/她一些意见和建议。既然是共同生活在一起，他/她肯定会诚心听取你的意见和建议，然后提出他/她自己的想法和看法。或许你的意见和建议值得参考，他/她会立即听取和采用;或许你的意见和建议是片面的，通过沟通，你会明白和领悟他/她这样做的出发点是怎样?这样双方就很容易沟通清楚，而不是相互猜忌。毕竟，他/她是最清楚他/她自己在那样的环境里面应该怎样来处理事情，怎样去做事情了。

一般来说，找合适的经销商就象组织家庭一样，需要经历一个磨合的过程才能逐渐进入“蜜月期”，就象是新婚夫妇一样，刚开始需要一段时间的磨合，等过几年就会走入相对稳定的时期。

当然，也有出现另外一种情况的，那就是“婚后”发现志不同道不合(笑声、掌声)。结果就会出现相互的不信任、相互猜忌，然后就是同床异梦，直至最后“离婚”分开。即使没有“离婚”分开，而是出于某些顾虑而继续勉强维持这段名存实亡的“婚姻”的，对双方来说，已经没有任何实际的意义和好处了。

或许，还不如干脆主动“离婚”，“离婚”后自己还可以有机会找到适合自己“婚姻”生活的第二春、第三春(掌声、笑声)，毕竟“生活还是要继续的”(掌声)。

回到我们和经销商的问题，其实质就是如此。所以我们双方应该在相互信任的基础上，充分理解和支持经销商在营销通路的做法。当然，这种做法的前提是在我们的限制性条款之内的。

2、经销商的营销平等待遇

这个问题有一个很好的例子来说明。

以前的皇帝是“后宫佳丽三千”(笑声)，我们先不去理会这种生活方式的合理性问题，我们来探讨这其中的可行性和平衡性问题。

首先你得有吸引力。你的吸引力在于你是皇帝，众人之上，“皇帝”这个品牌本身就很不错(笑声)。如果再加上什么才高八斗、学富五车、风流倜傥之类的(笑声)，那就更有吸引力了，这是加强和丰富品牌(掌声、笑声)。这样你就不用担心“后宫佳丽”找不找得到的问题了，而是如何选择你的“后宫佳丽”们!所以可行性没有问题。

**营销日常工作的年度总结篇四**

过去的20\_\_年可算是我工作上另一个转折点，更是一个新的开始。特别是自今年6月份接手营销策划工作，不知不觉，已有半年。回忆这一年的工作经历，有艰辛、有成长、有收获、更有前景。这一年既包含了太多的艰辛与不易，也取得了不错的工作业绩。成绩的取得离不开本人的勤奋努力，更与领导和同事们给与我的支持和帮助密不可分。现将今年工作总结汇报如下，请公司领导和同仁审议。

一、工作业绩完成情况

1、完成营销业绩;

2、完成营销物料的设计与制作(法排读本、法排、高层户型册、项目小册、项目楼书、预售协议、抽奖券、参观券等);

3、完成媒体推广的执行(户外、报纸、杂志、电台、公交车、网络等);

4、完成公司领导交代临时工作(法排首期开盘总结、原吉利余房组价、节庆布置等);

5、协助领导完成风铃苑排屋开盘准备工作;

6、协助领导完成排屋客户交流会的组织落实;

7、协助领导完成样板房展示的媒体交流会;

8、协助领导完成样板房通道的布置展示。

二、成长感悟

这一年，伴随着公司的不断壮大，我也不断得到成长。回首自己的成长经历，感悟颇多。

(一)勤奋学习是做好工作的基础。人可以不会不懂，但不能恐惧和无奈，越是不会越要笨鸟先飞，更加勤奋努力的学习。特别是我今年6月份接手营销策划工作后，由一知半解到现在对营销流程有一定的了解，背后其实下了不少功夫，也用了不少时间，当然也少不了同事之间的帮助。接触营销策划工作之后，才清楚明白到，工作量虽不大，却要学的是无比的多，营销知识永远是个无底深渊，但正因如此，我乐此不疲，越来越喜欢这份工作。我想作为一个置业顾问，不仅要精通卖房业务，对周边的一些知识也必须详细了解，这样才能更好的为客户服务，让客户感觉我们无论是从企业品牌、社区环境、物业质量以及员工素质各方面都比其它楼盘有优势，坚定客户购买的信心。针对这个问题，我在日常营销工作中，充分发挥善于思考的优点，通过对同事的观察学习以及对经验的归纳，总结出许多新的营销技巧和客户维护方式，并在随后的工作中通过实践加以修改和完善。事实证明，知识和创意永远是无穷无尽的。

(二)热情服务是做好工作的关键。作为置业顾问这个职业和客户打交道，光有勤奋是不够的，必须还要有热情的服务态度，笑迎八方客，凝聚万家财，服务于客户，使他们能够体会到我们绿城周到热情的服务态度，我自己对这一点有着深深的体会和感受。我想相对于不同收入群体的购房心态及个人气质各方面肯定也有所不同，因此对于不同客户的营销方式也必须有相应的变化。比如面对不同文化水平和不同购房心态的客户，我们都应该有相对的谈判技巧和语气口吻来接待，让其买得开心，日后还想再买。在实践工作我还发现，一个真正成功的营销员除了必须有能够感染客户的个性外，更应该具备能够随时适应不同消费者心态的应变能力，同时牢记，专业、礼貌、主动服务、给予客户比他想象的更多，并坚持公司利益至上的职业操守。所以，为了做好营销工作，我急待提高自身修养，无论从个人气质和专业能力方面都要把自己打造成一个合格的置业顾问。

(三)敬业爱岗是做好工作的前提。只有敬业爱岗，忠于职守，尽职尽责，一丝不苟，虚心学习业务知识，培养严谨的品格，全力以赴，才能在平凡的岗位上做出不平凡的成绩，才能获得价值的提升。这一年，我经历了无数次收获与失落，过程充满酸甜苦辣，行业文化使我体会良多，为人处事都让我不断成长与成熟，让我随时都保持一颗感恩的心去面对人和事。我喜欢超越对手挑战自己，这个行业很适合我，我在工作中享受与狼共舞的生存状态，这是一条不断超越，适者生存的道路，是靠知识智慧立世的生存状态，我找到了适合自己的人生道路，我热爱这份工作。更重要的是我发现了自己的不足，不断完善自己，不断前进，坚持不懈，满腔热情的工作。热忱是工作的灵魂，热忱是战胜所有困难的力量，从工作的每一个环节，找到热忱，找到坚韧，也就找到了自信。

(四)感恩忠诚是做好工作的根本。这一年里，我在这家公司获得的实在太多了，说也说不完，要多谢的不单只是一两个人，更不是一句“谢谢”就能简单了事。我要感谢主管，当我刚进入营销策划部时，自身有着太多的缺陷和不足，是她包容和教导我，很多次的利用下班时间跟我谈心沟通，改正了我很多积重难返的毛病。同时在工作中适时的给我压力和激励，让我时而如履薄冰，时而又充满信心，从不敢轻易有所松懈，逐渐成长为一名合格的置业顾问。让我更幸运的是我们拥有一个成熟和谐的营销团队，同事之间既有竞争更有帮助，每次分歧总能在沟通中消除，每次难题也常常在集思广益中化解。正因为有这样一群同事，我才能在营销部门迅速提升自己。俗话说，近朱者赤近墨者黑，因为有这样浓厚的企业氛围和团队精神，才给了我成长所需的养份。忠诚对我的工作来讲，首先，我的感受是我们对公司是否付出了全部的精力和智慧，对待每天的工作是否完全满意。我深信每位老板都希望自己的员工保持忠诚，每一位员工也希望有各个完善的老板。自从绿城那天起，我就记住了“今天工作不努力，明天努力找工作”作为自己的座右铭。

三、20\_\_年工作计划

20\_\_年，既是新的一年，又是我一个全新的开始。对于即将到来的一年，对生活，对工作，我有着太多的希望和梦想。我打算在新的一年里，重点做好以下几项工作：

一是做好营销服务工作。在工作中，我要认真细心地为客户着想，通过自身良好品质的展现和坦诚、礼貌、周到、用心的服务，赢得市场和客户的信任，在潜在客户和老客户的心中树立良好的个人形象和公司形象，从而提高企业知名度和企业房产产品以及自己的信誉，为公司房产产品现在及未来的营销成功奠定良好的基础，也为自己未来的发展积攒了广泛的客户资源。

二是做好营销策划工作。积极培养市场意识，经常调查市场，及时了解到有关房产营销的各种信息，以及竞争对手及同类项目的发展动向。尤其是在与客户或准客户的频繁接触中，了解市场的最新资料，把握市场行情和发展变化趋势，认真听取客户对房地产产品的议论评价和一些合理化的改进意见或者建议，从而为制定正确的房产开发计划和市场营销策略服务。

三是认真学习企业文化。积极参加企业文化的学习和培训工作，深刻了解企业文化的内容，理解企业文化建设的重要性，进一步提高自己的敬业奉献精神，更好地服务客户推动各项业务的发展。

四是提升自身综合素质。我将进一步加强学习，了解房产开发的整个流程，从产品研发到工程管理，再到营销策划等各个方面我都要有所认识。这样，在营销过程中，才能把客户提出的问题很好地反馈给上级领导，以便改进产品，提高居住品质。

五是完成领导交代的临时工作。

总之，在这充满希望的新一年里，我将全力服务公司，热爱岗位，勤奋工作，继续学习，用使命般的激情面对客户，用认真严谨的态度面对我的职业，为客户制造感动，为公司创造利润!

**营销日常工作的年度总结篇五**

时代在进步，社会在发展。公司要快速发展，营销是其中的重点环节。我在卫浴任职已经\_\_年，在这\_\_年来，我深深体会到了这份工作的的光荣与艰巨，自己也获得了空前的成长，我只有以更加吃苦耐劳和诚信感恩的心专注与自己的本职工作，在已经过去的20\_\_\_年，是我在工作业绩上极具突破、快速发展的一年。在公司各级领导真切的指导和关心下，在所有同仁诚挚的帮助和支持下，我以积极向上的态度，勤勉务实的工作，训练有素的业务，爱岗敬业，开拓创新，不断进取，按照公司上级下达的要求和任务，认真做好自己的本职工作，较顺利的完成了营销任务。现将我20\_\_\_年度的工作简单地总结如下：

一、20\_\_\_年工作总结

20\_\_\_年我全年完成营销任务\_\_\_万，20\_\_\_年公司下达的个人营销任务指标\_\_\_万，而在我的不断努力下，我全年实际完成营销任务\_\_万，在圆满完成预定指标的基础上还超额完成\_\_\_万，同比20\_\_年增加\_\_万元，对于这样的超额成绩，离不开完善的公司制度、开拓的营销市场、广泛的领导支持，当然也少不了我自己行之有效的工作策略和多年累积的营销经验。

一方面由于营销人员直接与顾客接触，只有首先赢得顾客的信任，才能成功地开展工作，所以我一直具备良好的修养，做到仪表大方、衣着得体。营销不是把产品卖给客户就完事，还需要做好售后服务，在售后工作方面我坚持做到接到客户投诉的信息，就及时通过电话、传真或到客户所在地进行面对面的交流沟通，详细了解投诉或抱怨的内容后讨论解决方案并及时答复客户。跟踪处理结果的落实，直到客户答复满意为止。完成营销后我会到生产车间做好跟单发货服务，努力做到每一张订单都让客户满意，时时刻刻考虑的客户的利益，通过强烈的服务意识让客户免除后顾之忧。

二方面做营销工作要时时刻刻充满高昂的干劲和激情，具有不怕苦、不怕累的精神，有不为艰辛、敢为人先的勇气。我习惯在开展工作前为自己制定一个详细的计划，大到整一年的目标，小到一个阶段的步骤。有了计划之后，才能有条不紊地开展工作。我始终相信机会是留给有准备的人，所以我坚持做到主动营销，而不是被动地等待商机。在日常的工作里，不论营销过程是顺利而是波折，我都会定期地总结经验，发现自己的优势和不足，力争在下一阶段得到补充和发展。

二、20\_\_年工作计划

总结一年来的工作，自己的工作仍存在很多问题和不足，在工作方法和技巧上有待于向其他业务员和同行学习，20\_\_年自己计划在去年工作得失的基础上取长补短。重点做好以下几个方面的工作：

一方面自己计划在确定产品品种后努力学习产品知识及性能、用途。搞好业务的同时计划认真学习业务知识、技能及营销实战来完善自己的理论知识，力求不断提高自己的综合素质，为公司的再发展奠定人力资源基础。

二方面为确保完成全年营销任务，平时就要极搜集信息并及时汇总，力争在20\_\_年创造出更好的业绩。

20\_\_\_年取得的营销成绩，是对于我辛勤工作的极大肯定，这也将鞭策我在日后的工作中，更加勤勤恳恳、踏实严谨，创造新的营销亮点。

希望在新的一年里，我能通过不断的努力和拼搏，增长自己的营销空间，也为公司赢取更大的利益，以报答公司和公司领导的厚爱!

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