# 精选市场部工作总结大全

来源：网络 作者：梦醉花间 更新时间：2025-07-22

*精选市场部工作总结大全【5篇】市场部工作总结怎么写?总结是事后对某一阶段的学习、工作或其完成情况加以回顾和分析的一种书面材料，它能够给人努力工作的动力，让我们一起来学习写总结吧。那么我们该怎么去写总结呢?以下是小编帮大家整理的市场部工作总结...*

精选市场部工作总结大全【5篇】

市场部工作总结怎么写?总结是事后对某一阶段的学习、工作或其完成情况加以回顾和分析的一种书面材料，它能够给人努力工作的动力，让我们一起来学习写总结吧。那么我们该怎么去写总结呢?以下是小编帮大家整理的市场部工作总结，仅供参考，希望能够帮助到大家。

**精选市场部工作总结大全【篇1】**

20\_\_年度，在段党政领导、地方各监管部门的支持下。已顺利地取得了开采期为7年，出让储量为143.08万吨的采矿权，对原剩余的20.02万吨矿产储量进行延续，延续之本轮采矿权，本轮实际可开采资源为163.10万吨。对原采矿权证内的130万元治理备用金进行交割，沿用之新的采矿权证内。由于涉及到国家国土资源部采矿权人命名法则新采矿权的出让名为“湖州市吴兴区妙西采石场建筑石料矿”，场会同经办人员想方设法在确权后发证前进行更名，现矿山名仍旧为“上海铁路局杭州工务段妙西采石场”。

同时，场紧紧围绕“安全稳定、供应及时、产品优质、队伍稳定”的目标，充分调动全场干部职工的积极性，攻坚克难，较好地完成了各项任务。全年共销售道砟、石料6.2万m，实现了安全年，职工队伍稳定，回顾一年来的工作，总结如下：

一、彻底整治生产安全隐患、全力解决历史遗留

1、妙西采石场滑坡站台道砟仓储库总长222米、距离轨道面高18米、总储量2500立方，建成使用已达45年。1991年曾组织对仓储库前段157米进行局部大修，剩余65米没有进行大修。剩余部分滑坡站台道砟仓储库及附属配套输送装置已出现严重安全隐患。场每年都安排自有力量进行隐患治理，但终因经费和技术原因没能从根本上解决这些问题。为确保生产设施的安全使用，彻底消除安全隐患，在段的全力支持与努力下争取到整治资金65万元，采石场积极主动配合，完成了滑坡站台道砟仓全部隐患的整治。

2、妙西采石场征地红线内毛竹山纠纷，形成于19\_\_年，根据1999年1月28日由湖州市土地局组织召开，并由妙西乡政府、杭州铁路分局杭州东工务段、渡善村村民委员会共同签订的《妙西渡善村原武康工

1务段采石场土地纠纷协调纪要》的会议纪要精神，经甲乙双方多次协商，对涉及妙西采石场范围内农户毛竹山及周边荒山地进行处理，在长达35年的拉锯战中，我场始终处于劣势处处被动，最终导致新的采矿权办理几乎成为泡影，采石场领导班子积极主动与湖州市政府及各监管机构对接，在段和妙西镇政府的全力支持下已得到了圆满的解决，彻底解决了长达35历史的土地所有权争议，为新采矿权办理打开了局面。

3、妙西采石场配电房始建于1973年，动力柜陈旧、电力变压器外置，安全条件均与现行的矿山企业用电规范不符，湖州市供电所和吴兴区安监局多次给予口头告知要进行技改提升，场也多次组织人员进行整治与防控，均因技术和资金问题达不到供电所和安监部门的规范要求。今年，九月G20峰会前夕，湖州市供电所和吴兴区安监局分别发出整改通知，在段的大力支持下投入资金35万元进行技术改造和提升，目前已经技改已竣工并完成验收。

4、编制完成了建场至今未完成的环境评价报告书、水土保持方案和复垦回复治理方案。

5、搜集整理完成了我场土地资料原始履历和图纸。

二、着力夯实安全生产基础、全力提升安全绩效

1、今年2月采矿证到期后，场根据在岗人员的情况，兼并重组生产班组和有关人员，撤销了机修工班，成立了采石工班和综合工班。新生产班组成立后，成立由场包保干部负责督导的段标准化班组的创建。现根据标准化班组要求正在运行。

2、加强全员培训、从业人员素质提高：对特殊工种严格执行持证上岗制度，选送特殊工种人员定期参加复训考核，提高他们业务技能，并根据生产实际，增加了特殊工作人员的储备，全年共外送培训人员12人;场内自办培训班(含会议)12场次;组织全员考试10次，合格率和参考率均在95%以上;

3、抓现场安全管理、严格落实隐患整治：通过班组的每天自查、场管理人员的日巡查、月度检查考核;段包保组督查及地方安监部门季度安全督察，及时发现生产现场安全隐患。做到每查到一起，整改一起，实行闭环整治和回查机制。同时根据全国性矿山企业以及铁路上级部署扎实开展各项安全生产月专项整治活动，组织职工开展“遵章守纪、按标作业”主题竞赛，组织开展标准化班组创建工作。根据G20峰会安保要求，场及时阻止了“问题”管控人员的险肇事件的发生，确保了一方平安。

4、根据职业病防治法要求，场与三分公司协商，完成其公司在我场上岗所有人员的职业病体检，为我场的安全用工提供了坚实的保障和依据。

三、目前困难

1、根据《湖州市人民政府办公室关于印发湖州市市级绿色矿山管理办法的通知》(湖政办发[20\_\_]105号)文件要求，湖州市政府已同意设置我场采矿权但必须建成市级绿色矿山的硬性条件，段急场之所急经场、段多次联合申请协调，并对周边绿色矿山建成单位进行走访协调，形成妙西采石场绿色矿山建设实施方案，报请路局后再次协调修改最终设计投资金额为824.5万元。目前，已完成全部项目的主体工程施工。

由于，上海路局委托杭州枢纽办理我场的环评报告和水土保持方案时未就批复和竣工验收进行明确，原计划于年底申报验收的我场绿色矿山已经耽搁，据了解要在20\_\_年年底才能申报验收。

2、由于环评报告和水土保持方案需要试生产、检测后才能竣工验收，给予环评和水土保持的批复。目前，检测、竣工验收、保证金等均没有办法落实。

3、矿山开采涉及爆破作业和火工品的购买，爆破作业必须委托一级资质的施工单位，一级资质在湖州的许可和相关费用还没有落实。火

3工品以前是由场自主购买，根据现行的民用爆破器材管理办法要突破集中购买、仓储、配送有相当大的难度。目前，正在跟湖州市、吴兴区公安局对接。

4、劳动力配置，根据现有生产人员的配备，确员至少达5人。主要是一线的生产劳动力。目前，我场换岗的劳务工有二人，一年内达退休的有二人。

5、目前，湖州市范围内矿山企业的减点控量，导致周边建筑石料市场的节节攀升，而且已形成了有价无市的无奈局面，根据我场先前摸底的用砟需求，要维持销售相当困难。

二〇一七年度工作打算

20\_\_年度，我场的国家二级安全生产标准化等级证书于4月到期、环保方案与水土保持方案均将竣工验收，石料收购难以维持等。针对上述困难，场采取“对内打基础、对外拓业务”的思路开展工作。

一、加强基础建设，为正常生产作准备

1、及时向段和路局领导汇报反馈信息，尽早确定环保方案与水土保持方案的后续事宜，让来之不易的绿色矿山建设与验收工作顺利开展下去，确保得到评审通过和命名;

2、我场国家二级安全生产标准化等级证于20\_\_年4月14日到期，为确保矿山开采的生产组织，符合国家强制的安全生产条件，场已启动国家二级安全生产标准化等级申报工作，整理资料，沟通协调办理，确保顺利通过现场考核与评审;

3、爆破许可的申请与监理：由于由于杭宁高铁开通后，在1000米范围内实施爆破作业，必须有爆破施工作业的监理单位，公安在审批时必须审核到我场的爆破监理，同时，场部在20\_\_年的主体工作以创建绿色矿山为主，采石作业基本停止，场一直在与湖州市公安局沟通，争取降低监理费用和爆破作业费用;

4、依托段推进办的帮促，进一步推进班组建设，抓好基本制度上墙，简化规范生产台账记录工作，确保采石工班率先达标、争取综合工班同时达标;

二、积极开拓外购销售市场

针对湖州地区石料价格高，无法适应铁路供应市场所需，造成销售难以为继的情况下，积极走出去，合理选设外购点。意向针对沪通线，在安徽池州设点;宣杭复线电气化改造，在广德设点;杭黄线，在桐庐设点;新长线，在无锡设点，利用铁路采石场的优势为场创造效益。

**精选市场部工作总结大全【篇2】**

20\_\_年是公司机构调整实行集团化管理的第一年，市场部承担了原采购部和营销部的双重职责。当全世界正笼罩在经济危机的阴霾里时，我国的汽车产业在政府拉动内需政策的引导下，率先走出了经济危机低谷并且呈现较往年更火爆的销售场面。由于今年产品在三地生产，销售和采购都需兼顾三地分公司，因此难度较以往都大。但经过市场部全体员工的齐心协力，还是比较圆满地完成了\_\_年的各项工作。现对\_\_年市场部的工作总结如下。

一、市场开发工作

\_\_年是我们公司产品开发工作最繁重的一年，市场部在神龙市场拿到了x7的零件元/车付和T73项目零件元/车付的开发权，长安福特C307暖风机，长安B301门板开发权。在产品开发过程中，市场部的采购员、销售员和售后服务人员协助技术中心对供应商和客户作了很多的支持和协调工作。因为这4个项目，在20\_\_年将为公司预计实现销售收入万元。

二、销售收入及回款情况

本年度计划成都塑胶分公司和重庆及武汉分公司实现销售收入8050万元，实际完成11017万元，完成计划的136.86%。销量的增加虽然主要得益于政府拉动内需的消费政策，但是，我们的业务员、售后服务人员和销售计划员在保证供应，争取客户份额方面也作出了不少的贡献。全年没有一次因我们计划不周造成客户断货，更没有因销售不力造成A、B点供货的产品份额缩少。特别是在我方双色件产能不足的情况下，我们营销管理人员通过对公路、铁路和航空运输的合理搭配，在尽量减少运输成本的基础上保证了主机厂的供货。

为了尽快将销往客户的产品实现销售收入和回款，我们两个办事处的出纳和本部的合同管理员做了大量的工作。每个月按各客户的时间结点要求，提前作好对帐准备，按时找到客户将帐目核对清楚并及时开据发票在规定的时间内交至客户，不给客户留下拖延货款的借口。对于即将到期的货款，提醒业务员及时催收，避免造成超期应收款。全年回款10745万余元，回款及时率达到90%以上，没有新增一笔呆死帐。

三、售后服务情况

\_\_年既是我们公司销量大增的一年，也是我们公司产品质量最差，遭客户投诉最多的一年。全年造成客户停线近20次，共接到客户正式投诉次，客户满意度%，降至历史最低点。特别是神龙市场，不论是开发出的新品还是已批量供货多时的产品，质量问题屡见不鲜，甚至整改无效的情况都时有发生。为了减少客户的抱怨，将矛盾尽量在

客户的最低层就得到解决，避免问题升级，因此我们的售后服务人员不分昼夜蹲守在主机厂线边挑选的情况经常发生。也正是有了他们的努力，将我方造成神龙近20次，总计达100分钟的停线都得到了较好的化解，给公司挽回的直接经济损失就达30万元左右。

四、计划保障情况

\_\_年公司机构调整后，市场部针对去年出现的材料和产成品积压严重的现象进行了分析，症结主要是我方以前计划的灵活性太差，应对市场变化的反应速度过于缓慢。但由于成都汽车工业欠发达，我们的供应商大部份在省外或国外，特别是主要原材料基本上集中于广州、上海和北京，采购周期较长，一般都需20天左右。基于此情况，我们取消了以前按结算月制定月度计划的做法，但又不能完全套用就近配套的周计划形式，因此，我们根据现有物资的一般采购周期，再结合分公司产品的生产周转期，我们给分公司下达最近两周的交付计划，按本周给客户交付情况和后期的预计量制定未来第四周的采购计划，同时对第二周内部交付计划的物资情况进行落实，便于成都塑胶分公司的生产。如此一来，我们销售计划和采购计划由以前的每个月一次变成了每周一次，大大地增加了销售计划和采购计划的工作量和难度，使销售计划和采购计划员付出了更多的艰辛。但最大限度地减少了物资和产成品的库存量，生产用物资库存月周转率由去年的0.5次提高到今年的0.85次。产成品库存月周转率由去年的提高至今年的。同时还降低了紧急采购次数，缓解了以往另时交付任务过多给生产造成的巨大压力。

五、采购工作情况

\_\_年我们对大宗塑料材料价格实行了新的订价模式，采用选定基准材料价格作为供我双方的价格方向标，其中既有国产材料又有进口材料，覆盖面广，代表性强，同时我方调价的主动权相对以前更大。今年年初国产材料K7726和K8303都只有8200元/T左右，但到4月上旬就涨至13000元/T左右，涨幅达58.5%，从4月中旬开始回落到120\_元/T左右，一直到现在都在此间波动，但涨幅也达46%。但由于进口材料价格相对稳定，因此，我们在5月才开始上涨仅12.8%，这为我方今年材料采购成本的节约立下了战功。08年公司本部消耗物资与实与产值之比为53.03%，而\_\_年本部物资消耗与完成产值之比为47.14%(物资消耗不只是塑胶分公司的消耗，同时还包括技术中心打样所领材料等所有支出项)。加之\_\_年开发任务最繁重，试模打样消耗较08年明显增加，因此，\_\_年较08年在降低采购成本方面确实更见成效。

另外，我们还在每个月以市场例会的形式，将每种物资的市场行情和我们现有各供

应商的情况，以及我们现有物资价格向公司领导和相关部门进行汇报，使合同评审的形式更落到实处，进一步提高了我们采购物资价格的透明度。我们所签合同再转发给分公司，成为各分公司与我们供应商签订采购合同的重要依据。

\_\_年共发生采购费用3877.4万元(含税价)，其中塑压材料2791.7万元(数量1916T，含自制基料)，占总资金的72%;油漆252万元(数量42T)，占总资金的6.5%;外购件620.4万元，占总资金的16%;包装116.3万元，占总资金的3%;低耗83.6万元，劳保7.6万元，工量具5.8万元，低耗、劳保及工量具占总资金的2.5%，年度计划采购资金2651万元，实际采购资金占年度计划的146%，已使用物资3959.3万元，占年度计划的149%。造成采购与消耗均超计划的原因主要是产量增加了49%。

六、自制材料情况

由于我们在08年底借经济危机之机，成为了中石化的直接客户，这使我们自制基料的成本较市场一般低400元/T左右，加之公司在08年11月份作出了屯积基料的正确决策，在08年12月份和\_\_年元月份屯积了116吨自制基料，到4月份为公司节约成本24万多元。全年共生产自制材料328吨，较外购节约成本近83万余元。

七、仓储管理与物流情况

市场部成都本部原材料库，物资品种多达1270余种，单独塑料材料就达298种，油漆151种，辅料和外购件354种。材料库保管员与塑胶分公司的工人一样，实行倒班制，甚至较分公司大部份工人工作的天数还要多，因为不论分公司哪个工段上班，保管员都要坚持上班，必须确保物资能顺利出入库。并且不论是二方还是三方来做审核，我们库房都是必审核的对象，因此，她们承担的责任大、任务重。但是我们的保管员始终都能任劳任怨，有条不紊的将工作做好，平均每天物资进出库达200多次，但全年无一例物资发错现象。

成品库保管和两个办事处物流库房人员。自成都发往武汉和重庆就达71车，平均天车，晚上8、9点仍在装车已是司空见惯。全年共交付产品1332万余件，平均每个工作日交付给客户的产品4.9万余件，其中极大多数都是需换装容器或货架，工作量非常大。

市场部驻纸箱分公司库房，物资品种也达1155种之多，成品纸箱和附件更是多达3700余种，每天的发货量很大，出入库非常频繁。但是我们的保管员只要是分公司生产，她们就保证按时上下班，在分公司不上班，但供应商送货或需给客户发货时，我们的保管员仍然要上班。她们不辞辛劳为公司有效地把控了出入库关口。

八、绩效指标完成情况

市场部在\_\_年承担的绩效指标有12项[其中本部门负责统计的指标为10项，塑胶分公司负责统计的指标为1项(1)，财务部负责统计的指标为1项(4)]，其完成情况要别是：

1、新产品开发产值率要求≥20%，实际为21.97%;

2、产品延期交付批次要求是0，实际为0;

3、产品超额运费发生率要求≤0.8%，而实际为6.45%;

4、外部故障成本率要求≤1.8%，实际为0.41%;

5、外部顾客满意度要求≤96%，实际为;

6、紧急物资按时到货率要求≤90%，实际为93.12%;

7、采购批次质量合格率要求≤98%，实际为98.98%;

8、外购件PPM值要求为≤1000，实际为579;

9、塑胶制品内部产品交付率100%，实际为94.56%;

10、外部不合格批次0，实际为0;

11、质量问题按时关闭率100%，实际为100%;

12、顾客退货PPM≤260，实际为241。

未完成指标趋势如市场部的全体员工为公司\_\_年各项经营指标的顺利完成做出了一定的贡献，但是也存在明显的不足，这将是我们来年需加强改进的地方。

1、供应商的管理有待进一步加强。在20\_\_年我们将效仿我们客户的部份管理模式，通过与供应商签订一系列协议，与质量部和技术中心联合起来，加大对供应商的管理力度，实现供应商对我方更有利的配合。

2、实现供应商和材料牌号的有效整合。通过整合供应商与材料牌号，减少我们的管理难度，降低采购成本，实现供我双赢的局面。

3、推进库存软件的有效实施，杜绝因库存数据不实给经营带来的损失和风险。

**精选市场部工作总结大全【篇3】**

20\_\_年已经过半，回首这半年里我部主要围绕市场网点建设、渠道疏通、网点优化和人员能力提升等几个方面展开工作。刚成立起来的拓展部在很多地方还不是很完善;业务人员成长速度较慢;人员协作还不够默契;人员配备也还没有到位。拓展部面对着各种困难与挑战，通过半年的努力下来却没有取得理想的成绩，现将上半年拓展部工作总结和下半年工作计划如下：

一、拓展部人员情况：

拓展部编制为：拓展部经理1人，业务代表5人。

拓展部实际配备人员为：拓展部经理1人，业务代表3人。(其中两人暂时没有开发能力)

二、拓展部上半年主要业绩及完成情况：(上半年市场总费用：23996.5元)

客户开发任务：110客户开发实际数量：24(合同)16(无合同)客户开发完成率：35%客户整改任务：150客户整改实际数量：3客户整改完成率：2%搜集到的意向客户：116家。

搜集到的整改意向客户：8家三、拓展部主要工作回顾：

20\_\_年上半年拓展部主要工作包括以下几个方面：

1、竞品信息的搜集

在上半年里拓展部一共组织了两次集体性的竞争品牌政策信息搜集，完善了公司对竞争品系的统计，同是也提高了拓展部对内衣行业的认识和对成都各代理商的认识，过程中也学习到了同行业务人员的业务经验。

2、四川地区各城市网点建设

从年初至今拓展部拜访了全川各市、县80%以上的终端客户并建立了良好的关系，目前与各地的强势终端商保持着紧密的联系。

3、疏通销售渠道，重新规划市场。

根据市场上的客户分布情况、客户类型和销售现状，进行了重新的梳理。和分销商建立了良好的合作关系，并对分销商重新明确了分销区域和分销渠道，指出了渠道销售思路、方法和业务人员管理方案。提出了公司对分销商的人员配置、物质资源配置、区域年度销售任务、产品陈列标准等等要求。

4、优化终端销售网点

对川内各终端销售网点合理的取舍并进行整改，引导终端商经营思路、加深终端商和我公司的合作关系，对终端店面合理的店面规划增加我公司产品的陈列面积和陈列数量;合理的向公司老客户引荐我公司产品，使公司产品在每一个终端网点销售最大化。

5、拓展部规范化管理的推进

为了提升拓展部的竞争能力，配合公司相关部门争取拓展部规范化管理，重新对拓展部运作流程和日常工作流程进行了规范，为以后工作效率的提升奠定了基础。

6、樱姿娜保暖招商

配合公司销售部的樱姿娜保暖招商会，搜索式的走访邀请了川内内衣销售终端;并协助销售部召开保暖招商会，做好了招商会的后勤保障。

7、提升业务人员业务能力

根据拓展部内部人员能力的不同，针对性的展开了会议培训。以不同的方式训练业务人员业务能力、总结能力、分析能力和谈判能力。

四、工作中以及团队中存在的主要问题：

1.市场人员素质和业务能力有待提高

本年度上半年拓展部部因业务拓展的需要共新招员工2名，因缺少业务经验、企业文化及相关的岗位培训，致使在拜访客户时由于自己的不专业，给客户反映了错误的信息，对公司声誉造成了一定的影响。

2.市场拓展费用偏高

虽然市场拓展工作取得了一些成绩，但同时使公司市场拓展费用也创下了历史新高，同比我们的竞争对手，在销售费用率方面，我们没有把握好。

3.计划能力偏弱

市场拓展计划在执行过程中屡次变动，致使一线市场人员不知所从，或多或少的干扰了正常的市场推广活动。

五、主要应对措施

1.加强内部市场人员的培训和训练

拓展部计划在下半年里重点加强对部门内人员和新进人员的培训，提升拓展部的市场拓展竞争能力，培养拓展部人员的整体素质。

2.加强预算管理

强化拓展部内部审核制度，确保市场拓展费用的降低。

3.组织计划管理与执行方面的培训

拓展部通过组织计划管理与执行方面的培训，增强拓展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。

六、下半年工作计划：

一、工作重点阐述

在过去的半年中，经过我公司同仁的共同努力，市场拓展工作取得了一定的成果，市场占有率也有一定的提高。但是在具体的市场推广过程中，也存在着一定的问题，需要在下半年的工作中加以改进和完善。

拓展部根据上半年市场拓展取得的成绩和公司实际情况以及拓展部的现有资源，综合竞争对手的销售情况，拟定下半年工作目标如下：

1、市场开发率达到30%进入行业前三甲;

2、 网点整改率达到20%;

3、客户开发数量达到89家。

二、支持与辅助工作

为了弥补上半年工作中的不足，并更好地完成本年度工作目标，近期应做好如下工作。

(一)统一思想、明确责任

拓展部计划于7月1日～10日组织岗位技能训练，主要目的如下：

1、使拓展部工作人员明确公司总体市场策略，统一思想认识;

2、让市场人员从“事务型的办公室职能”里解脱出来，真正赋予市场部战略规划、策略制定、市场调研、客户开发等基本的岗位职能;

3、树立以客户需求为中心的市场开发意识，展开影响力市场开发，从而减少不必要的市场开发费用。

(二)驻点营销、贴近市场

从下半年开始市场人员将分批、分阶段到各个区域销售市场驻点，以便于贴近市场，更好地完成市场拓展工作。拓展部驻点人员需要完成以下几方面的工作：

1、搜集竞争品牌产品和活动信息，捕获市场消费需求结合行业发展趋势提出公司新品项的市场开发思路;

2、通过全面的市场调研，发现市场机会点，并有针对性地拿出市场提升方案;

3、指导市场做好终端销售网点标准化建设，推动市场健康稳定发展;

4、及时、全面的宣传贯彻公司政策;

5、有针对性地制定并组织实施促销活动方案，对市场促销、费用及政策的使用情况进行核查与落实，发现情况及时予以上报处理;

6、在市场实践中搜集整理亮点案例，重点总结出方法和经验，及时推荐并市场复制等。

(三)充实成员，完善组织

随着公司业务的不断拓展，拓展部人员明显超负荷运转以致上半年度工作效率不高，因此，下半年市场部计划增强如下岗位的人员配备：区域业务经理：3名ka业务经理：1名销售文员：1名。

三、重点工作安排

1.品牌推广

公司品牌经过多年的市场运作，已具备了一定竞争优势，为了能够迅速有效的扩大公司知名度和我们公司产品的市场份额，并使产品品牌获得长久的发展，我们将以公司的发展战略为核心，从产品的品牌形象、产品定位、市场网络建设、市场推广等四个方面系统规划品牌推广策略。

(1)品牌形象

为了树立公司产品品牌在消费者心目中的形象，建议公司采用影射品牌推广战略，通过品牌不同的战略定位，完成细分市场的目标。

(2)产品定位

通过细分品牌，可以根据每个品牌市场定位的不同，分别进行产品定位，进而确定有竞争力的政策和支持策略。例如，我们的“露蒂诗“品牌产品的定位是中高端消费者，那么在政策和后期支持上就必须能够体现其与众不同的“身份”;而“珠密琪”、“莲娜姬”品牌产品的定位是中层消费者，在政策上要做到比同类产品更具开发优势。

2.销售网络建设

销售渠道是我公司的无形资产，也是我们相比与其他竞争对手最大的竞争优势，多年的市场运作，我公司已经基本建立了从一线城市到二线城市的销售网络渠道，但是随着广大农村市场的不断开发，我公司的销售终端已日益不能满足需要，因而强化从三级城市到农村聚集区的销售网络建设将作为拓展部今后三年的主要工作目标。

3.市场推广

(1)积极利用公司在川内的影响力和内部宣传网站及各种招聘网站宣传企业及品牌。

(2)积极参加川内行业会议、行业展览会、行业招商会及时宣传展示公司与产品。

(3)利用多种形式与终端商开展促销活动，促进产品销量。

四、工作进度

五、市场费用预算

以上是我对上半年工作的一些想法，当然，拓展部任务没能完成主要责任在我，主要是由于我市场工作能力的不足和不够努力造成的。通过上班那的工作我们取得了一些经验教训，为我们做好今后的拓展部工作几类了经验，同事上半年的工作也为下半年的市场工作进行了铺垫，打下了一定的基础。

为了弥补上半年工作的不足，完成全能的任务指标，下半年就要求我们要加倍的努力，争取将上半年的损失弥补回来，我们做好了目前正在洽谈的工作和意向客户保持良好的沟通，同事积极寻找新的终端客户，认真分析市场、规划市场、加强自身学习提高市场营销能力。

**精选市场部工作总结大全【篇4】**

长江水世界市场部自5月份组建以来，在公司领导的正确指导下，各部门的通力配合下，进行了开园前的筹备工作、开园中的营业磨合期至开园后的日常工作，尽管市场部人员组织时间较短，但各成员还是能从大局出发，积极参与部门的各项工作，特别在开园前的紧张阶段，加班加点没有怨言，市场部充分发挥每个人的.特长，从发现问题到解决问题再到总结问题，全员都在不断的探索前进中，组成了较理想的团队。现将工作向公司领导汇报：

一、营收分析：克服不利，团队建设初见成效

今年营业受天气影响比较大，台风雨天气接二连三，在84天的营业时间里，台风、阴雨天总共有37天，截止10月7日入园总人数为\_\_\_\_\_\_人，营收\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_元，10个双休日(7月16—9月30日)入园人数占到总入园人数的48、88%，假日经济明显;旅行社团队游客由7月份入园人数不到7、24%增长到8月份24、28%，9月份的35、62%，景区入园人数显著的增长，保障了团队游客入园的持续性，提升了景区的整体消费水平，入园比例如下：港澳地区游客占46%，江门占30%，中山占17%，其他(深圳、珠海、佛山、顺德、广州、东莞、茂名)占7%。

**精选市场部工作总结大全【篇5】**

尊敬的各位领导、亲爱的同事们：

下午好!

我是龙发市场部

赵浩然。在过去的20\_\_年中，通过市场部全体同仁的共同努力，我们团队取得了优异的成绩。现将本年度工作情况及\_\_年计划作如下总结：

回顾一年来的工作，主要从以下几个方面加强管理

一、存在问题及困难

1.20\_\_年的主要精力是放在小区现场抓客户和电话营销的模式上，在营销策划、业务宣传、市场调研、人员培养等方面比较薄弱，造成了营销模式单一化的缺点，一定程度上缺失了部分客户。

2.业务员在接洽客户过程中，专业能力较匮乏，使得客户还未进到公司，就已经对公司大打折扣。所以在今后的学习工作中加强专业能力的学习及职业能力的提高至关重要。

3.太过要求客户数量，集中大量精力下小区，导致了专业知识学习时间的机会较少。市场部的专业培训会议也较少。

二、工作中的\'优势

1、市场部人员的后备力量充足，及时与市各大院校毕业生接洽，为公司输送了工作积极性高涨的新生力量

2、在市场部每一位员工的身上我们都能看到同样的一种东西：那就是坚定的眼神。我们用坚持不懈来打动客户，我们用真诚来维护客户，在这里我想说：亲爱的市场部同仁们，你们是伟大的，你们永远是公司的主力军，在这里我代表公司真诚的感谢你们。

针对过去一年的工作状况20\_\_年市场部将从以下几方面进行改进和提高：

一、加强队伍建设：20\_\_年市场部的人员配备计划到30人，届时将会形成模式不同的销售小队。

二、加强市场调研：增加团队力量的目的之一是为20\_\_年的市场调研做人员储备。这一年我们将定期到县市区进行现场办公，与客户现场座谈。深入小区，了解县市区客户对家装的需求状况，在发展较好的县区总结成功营销案例进行推广，并设立分部。

三、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，对每阶段重点发展小区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，要跑多元化市场，不做单一市场或单一的宣传模式。

四、加强人员培训：定期进行家装营销及家装常识的培训，将营销思路、管理方法、业务资讯直接灌输到每一位一线员工，发扬传统，提高骨干员工的创、帮、带的作用，切实提高市场部的员工素质和工作效率。

五、加大小区开发力度：根据小区的交房状况，将工作计划细致到每月、每周。公司每一位市场人员必须对每个

楼盘的具体情况牢牢记住，刻到脑子里。

回首过去，我们热情洋溢，坚定现在，我们激情澎湃，展望未来，我们斗志昂扬

我们有理由相信，公司给我们提供了良好的平台，在这个平台上我们将乘风破浪，继往开来!“努力学习，追求上进”是我们最诚恳的工作态度。我们以勤劳的双手创造了丰硕的20\_\_，我们还将以宽厚的胸怀拥抱希望的20\_\_，让我们在新的一年里携手并肩，志存高远，实现新跨越，再创新辉煌

春节即将来临，在此向大家拜个早年，祝大家新年快乐，身体健康。

谢谢大家

本文档由范文网【dddot.com】收集整理，更多优质范文文档请移步dddot.com站内查找