

# 最新写作说明的顺序教学反思(优秀10篇)

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。那么我们该如何写一篇较为完美的计划呢？下面是小编为大家带来的计划书优秀范文，希望大家可以喜欢。

## 营销工作报告总结 营销人员工作计划篇一

### 一、市场分析。

年度销售计划制定的依据，便是过去一年市场形势及市场现状的分析，而李经理采用的工具便是目前企业经常使用的swot分析法，即企业的优劣势分析以及竞争威胁和存在的机会，通过swot分析，李经理可以从中了解市场竞争的格局及态势，并结合企业的缺陷和机会，整合和优化资源配置，使其利用最大化。比如，通过市场分析，李经理很清晰地知道了方便面的市场现状和未来趋势：产品(档次)向上走，渠道向下移(通路精耕和深度分销)，寡头竞争初露端倪，营销组合策略将成为下一轮竞争的热点等等。

### 二、营销思路。

1、树立全员营销观念，真正体现“营销生活化，生活营销化”。

2、实施深度分销，树立决战在终端的思想，有计划、有重点地指导经销商直接运作末端市场。

3、综合利用产品、价格、通路、促销、传播、服务等营销组合策略，形成强大的营销合力。

4、在市场操作层面，体现“两高一差”，即要坚持“运作差异化，高价位、高促销”的原则，扬长避短，体现独有的操作特色等等。营销思路的确定，李经理充分结合了企业的实际，不仅翔实、有可操作性，而且还与时俱进，体现了创新的营销精神，因此，在以往的年度销售计划中，都曾发挥了很好的指引效果。

### 三、销售目标。

1、根据上一年度的销售数额，按照一定增长比例，比如 20% 或 30%，确定当前年度的销售数量。

2、销售目标不仅体现在具体的每一个月度，而且还责任到人，量化到人，并细分到具体市场。

3、权衡销售目标与利润目标的关系，做一个经营型的营销人才，具体表现就是合理产品结构，将产品销售目标具体细分到各层次产品。比如，李经理根据企业方便面产品 abc 分类，将产品结构比例定位在 a(高价、形象利润产品) □ b(平价、微利上量产品) □ c(低价：战略性炮灰产品) =2：3：1，从而更好地控制产品销量和利润的关系。销售目标的确认，使李经理有了冲刺的对象，也使其销售目标的跟踪有了基础，从而有利于销售目标的顺利达成。

### 四、营销策略。

1、产品策略，坚持差异化，走特色发展之路，产品进入市场，要充分体现集群特点，发挥产品核心竞争力，形成一个强大的产品组合战斗群，避免单兵作战。

2、价格策略，高质、高价，产品价格向行业标兵看齐，同时，强调产品运输半径，以 600 公里为限，实行“一套价格体系，两种返利模式”，即价格相同，但返利标准根据距离远近不同而有所不同的定价策略。

3、通路策略，创新性地提出分品项、分渠道运作思想，除精耕细作，做好传统通路外，集中物力、财力、人力、运力等企业资源，大力度地开拓学校、社区、网吧、团购等一些特殊通路，实施全方位、立体式的突破。

一是促销体现“联动”，牵一发而动全身，其目的是大力度地牵制经销商，充分利用其资金、网络等一切可以利用的资源，有效挤压竞争对手。

二是连环的促销方式至少两个以上，比如销售累积奖和箱内设奖同时出现，以充分吸引分销商和终端消费者的眼球。

三是促销品的选择原则求新、求奇、求异，即要与竞品不同，通过富有吸引力的促销品，实现市场“动销”，以及促销激活通路、通路激活促销之目的。

5、服务策略，细节决定成败，在“人无我有，人有我优，人优我新，人新我转”的思路下，在服务细节上狠下工夫。提出了“5s”温情服务承诺，并建立起“贴身式”、“保姆式”的服务观念，在售前、售中、售后服务上，务求热情、真诚、一站式等等。通过营销策略的制定，李经理胸有成竹，也为其目标的顺利实现做了一个良好的开端。

五、团队管理。在这个模块，李经理主要锁定了两个方面的内容：

1、人员规划，即根据年度销售计划，合理人员配置，制定了人员招聘和培养计划，比如□20xx年销售目标5个亿，公司本部的营销员队伍要达到200人，这些人要在什么时间内到位，落实责任人是谁等等，都有一个具体的规划明细。

一是健全和完善规章制度，从企业的“典章”、条例这些“母法”，到营销管理制度这些“子法”，都进行了修订和补充。比如，制定了《营销人员日常行为规范及管理规定》

《营销人员“三个一”日监控制度》《营销人员市场作业流程》《营销员管理手册》等等。

二是强化培训，提升团队整体素质和战斗力。比如，制定了全年的培训计划，培训分为企业内训和外训两种，内训又分为潜能激发、技能提升、操作实务等。外训则是选派优秀的营销人员到一些大企业或大专院校、培训机构接受培训等等。

三是严格奖惩，建立良好的激励考核机制。通过定期晋升、破格提拔、鼓励竞争上岗、评选营销标兵等形式，激发营销人员的内在活力。李经理旨在通过这一系列的团队整合，目的是强化团队合力，真正打造一支凝聚力、向心力、战斗力、爆发力、威慑力较强的“铁血团队”。

500万，差旅费用：300万，管理费用：100万，培训、招待以及其他杂费等费用100万，合计1000万元，费用占比2%，通过费用预算，李经理可以合理地进行费用控制和调配，使企业的资源“好钢用在刀刃上”，以求企业的资金利用率达到最大化，从而不偏离市场发展轨道。

李经理在做年度销售计划时，还充分利用了表格这套工具，比如，销售目标的分解、人员规划、培训纲目、费用预算等等，都通过表格的形式予以体现，不仅一目了然，而且还具有对比性、参照性，使以上内容更加直观和易于理解。

年度销售计划的制定，李经理达到了如下目的：

- 1、明确了企业年度营销计划及其发展方向，通过营销计划的制定，李经理不仅理清了销售思路，而且还为其具体操作市场指明了方向，实现了年度销售计划从主观型到理性化的转变。

- 2、实现了数字化、制度化、流程化等等基础性营销管理。不仅量化了全年的销售目标，而且还通过销售目标的合理分解，

并细化到人员和月度，为每月营销企划方案的制定做了技术性的支撑。

3、整合了企业的营销组合策略，通过年度销售计划，确定了新的一年营销执行的模式和手段，为市场的有效拓展提供了策略支持。

4、吹响了“铁鹰”团队打造的号角，通过年度销售计划的拟订，确定了“铁鹰”打造计划，为优秀营销团队的快速发展以及创建学习型、顾问型的营销团队打下了一个坚实的基础。

## 营销工作报告总结 营销人员工作计划篇二

20\_\_年，在\_\_\_\_省民政厅的直接领导和社会各界的关心支持下，始终坚持“以人为本、发展公益、关注民生、服务社会”的宗旨，全面总结协会20\_\_年的成绩和经验，积极创新思路、拓展服务领域，在党的建设、组织机构发展方面有了新的转变，在民生服务及专业社会工作的推动方面也取得了新突破、新成就。

(一)抓党建引领，夯实协会党建工作全面深化。

积极开展党员学习活动，进一步解放思想，实事求是，与时俱进，开拓进取，努力提高协会党建工作水平，以党建引领协会政治方向，有效提升了协会的服务能力。

(二)严法律落实，确保协会健康有序发展。

20\_\_年，严格执行《中共中央办公厅、国务院办公厅关于党政机关领导干部不兼任社会团体领导职务的通知》《中共中央组织部关于规范退(离)休领导干部在社会团体兼职问题的通知》，经报请省民政厅审批，并广泛征求协会第二届理事会理事意见后，在20\_\_年12月22日“\_\_\_\_省社会工作协会第二届理事会四次常务理事会议”上顺利完成了协会会长、秘

书长的变更事宜。表决同意了克保同志因年龄和身体原因辞去会长职务的请求，选举协会第二届协会常务副会长王作全同志接任了协会会长、法定代表人；表决同意了协会第二届理事会副会长兼秘书长苏卫宏同志辞呈，选举副秘书长色仁尼玛同志担任了协会第二届理事会秘书长。

根据民政部“关于在社会组织章程中增加党的建设和社会主义核心价值观有关内容的通知”要求，协会在第二届理事会二次理事会议征求了协会理事的意见，并在《协会章程》中增加了党的建设和社会主义核心价值观有关内容。

还严格按照《境外非政府组织境内活动管理法》的有关规定和要求，对协会与德国米苏尔基金、港澳救世军合作开展的涉外项目进行备案登记，并及时向业务主管单位和省公安厅境外非政府组织管理办公室汇报了项目进度及成效，切实保障了每一个涉外项目活动的正规合法性和实施进度。

20\_\_年底，根据省民政厅社会组织管理局安排部署，协会还参加了社会组织等级评估。严格按照《社会组织评估管理办法》的要求接受了\_\_\_\_省信用调查评估中心的考核评估，并获得了3a等级。

### (三) 强化交流合作，发挥区域引领枢纽作用。

20\_\_年，协会继续深化与中国社会工作联合会及北京、上海、广东、山东、安徽、内蒙古等兄弟省区社工协会的交流合作，先后到北京、呼和浩特、南宁进行了参访学习。今年4月，由协会会长克保领队，组织海东市社工协会、黄南州社工协会等基层社会工作协会负责人赴北京考察学习，让大家开阔了眼界，增长了见识。

9月，协会还与北京社会工作者协会、广东省社会工作者联合会、上海市社会工作协会、内蒙古自治区社会工作协会、香港社会工作协会和内蒙古鄂尔多斯市社会工作者联合会携手

举办了“鄂尔多斯社会工作发展论坛”。

#### (四)担行业使命，全面推动专业发展。

20\_\_年，协会全面落实中央对社会工作的决策部署，把专业社会工作的推进作为首要任务来落实，且取得了显著成效。与海东市民政局、海东市社会工作协会联合举办了“\_\_\_\_农村牧区社会工作人才队伍巩固提高培训班”，邀请省外知名专家教授、资深社工来授课指导、分享经验。使来自海东市六县区的300余名社区、村委会干部学习掌握了更多社会工作理论知识和实务技巧。

还以参加培训学员为核心，挂牌建立了30个社区社会工作服务站，为引导和推动社区社会工作的探索实践搭建了平台，奠定了人才基础。

#### (五)拓项目渠道，积极履行社会责任。

20\_\_年，协会紧紧围绕党和政府“脱贫攻坚”战略部署，积极履行社会责任、公益使命，争取各类善款700多万元，成功开展了多项惠民利民的公益项目，使数千名困难群众直接受益。

一是承接实施了20\_\_年中央财政支持“\_\_\_\_省社会组织人员培训示范项目”，与省民政厅社会组织管理局、省民间组织服务中心联合举办了“全省社会组织能力建设培训班”、“全省社会组织财务管理人员培训班”及“全省社会组织秘书长能力建设培训班”各一期，为437名社会组织负责人提供了学习提高的机会。

二是医疗救助项目有了新成绩。在省民政厅及中社社会工作发展基金会支持下，继续开展“\_\_\_\_省贫困家庭疝气患儿手术康复项目”，又手术治愈了289名疝气患儿；与香港房角石协会和省福利慈善医院合作开展了2次救助活动，共手术治愈

了57余名唇腭裂患儿和6名关节畸形患儿。

三是汇聚慈善，支持教育。协会继续与北京威德国际教育集团合作，争取资金50万元开展了“化隆县雄先乡希望学校资助项目”，解决了希望学校近百名师生的伙食问题。今年，还重启了与港澳救世军合作交流，联合开展了“黄南州儿童福利院温棚修缮项目”。

## 营销工作报告总结 营销人员工作计划篇三

1、公司新增店柜“自营：7店；加盟：7店；总计：14家。”使公司总销售网络达到31家。

2、基本完成年初制定的拓展目标，进一步扩大了市场份额。

1、通过提升对企业文化的\*渗透和引导，公司建立了一支依托以“诚信”为根本的有战斗力的“敢拼、敢想、敢于亮剑、敢打硬仗”的干部队伍和团队，并培养了众多的销售精英。基本上能够支持我们的大团队“基业公司”20xx年的企业快速增长。

2、通过大b会的建立，增加了员工相互了解的平台，进一步增进了员工荣誉感和对企业和团队的认同感、凝聚力。更好的体现了公司理念“至诚聚心、和谐聚力”。

3、引进了新的经营观念和更科学的管理机制，促进了公司的建设，使公司上下都动了起来，不断的小跑起来，不断的发现问题、面对问题、解决问题，让公司的上上下下都感受到了青春和活力，真正的体现了公司企业文化中公司精神所提倡的“执着、创新、卓越”的精神和公司作风所要求的“协作进取、雷厉风行”。

4、通过对各个部门专业性的不断整合和对各级管理人员的不断高标准要求和评估，运用在“过程中发现问题、在过程中



解决问题、在过程中完善”的办法，力求以最佳方案，更求以最及时解决的态度，促使各级管理人员和各个部门的“工作责任要求、工作标准、工作技能、工作效率、工作配合等各个方面得到了巨大的提升；同时对各级管理人员的“严格要求、细心提醒、给予机会”等方面情理并济的提携，真正体现了公司企业文化中公司管理理念所要求的“严制明责、执行高效、情理并济”。

5、在制度建设方面我们还有更多的路要走，更多的标准要建立并细化……

3、通过对人才“能者上、平者下、庸者退”的调整，增强了企业和团队的活力，激发了人人积极向上，敢于争先的竞争意识；并锻炼了干部和团队“坚强的意志、积极平和的心态、良好的适应性”；大部分人都能够做到“能上能下、敢于承担责任、敢于挑担子”。

5、通过改革进一步明确和增强了“目标性与务实的工作态度”，为未来建立更为科学的目标体系铺平了道路。

1、自营店：

x品牌2408.6万，达标率81.5%，比x年提升86.9%；其他品牌1053.5万，达标率88.8%，比x年提升65.6%；自营小计3462.1万，达标率83.5%，比x年提升80.2%。

2、加盟店：

x品牌1018.4万，达标率105.1%，比x年提升127.8%。

3、公司：

销售4480.5万，达标率87.6%，比x年提升88.59%。大大的超过了公司年初制定的销售业绩增长60%的预期目标，超过的幅

度为28.59%。

## 营销工作报告总结 营销人员工作计划篇四

本年度是我公司快速发展的一年，也是我学习、管理的销售工作取得重大进展的一年。在公司领导英明指导下，在兄弟部门大力配合支持下，紧紧围绕销售工作，我带领销售部全体员工，奋力拼搏，开拓进取，真抓实干，勤勤恳恳做事，兢兢业业工作，较好完成了各项工作。现作如下述职。

### 一、加强学习，领会精神，提高执行力。

随着公司业务的急剧发展，公司完成建筑面积由5万平方米增加到20万平米，这对我和所有销售团队成员都是一个巨大考验。为此，我组织团队成员，认真学习每次会议的精神和公司下发的文件，深刻领会公司领导的指示与意图，提高执行力。通过深入学习，使销售团队统一了思想认识：公司的经营管理是公司快速、健康、可持续发展的生命线，是公司取得良好经济效益的根本保证，“不以规律，不成方圆”，没有严格的管理制度和科学的经营思路，就不会有公司的正常运转；销售工作是公司经营管理的重要组成部分，是实现公司资金良性周转的重要一环，实现效益，树立公司品牌的重要途径。成功的销售，不仅可以能够为公司创造良好的经济效益，而且有利于提高公司的知名度和美誉度，带动企业业务的发展，实现资金的快速回笼，推动公司良性运转。因此，我注意引导部门员工树立责任意识、危机意识、品牌意识和大局观念、效益观念，坚决贯彻执行公司各项指示精神和要求。

### 二、尽职尽责，率先垂范，努力做好销售本职工作。

上半年，我带头努力，处处以身作则，较好地开展了各项工作。我坚持经常深入一线，冒着高温天气，督察广告投放情况；奔波忙碌，与销售代理公司沟通，与外部相关部门协调，

帮助销售公司制定销售方案，全面监督市场运作情况。在我的带领下，团队成员工作积极，较好开展了各项销售活动。经过精心筹备，1月23日，四季新城销售部正式启用，三维动画、沙盘模型、现场解说多位一体向市民传达项目信息，使人们了解了四季红新城的全貌；2月1日，四季新城项目正式开工，项目由虚拟的想象向未来可摸可看的真实迈出重要一步；4月25日，精心组织的项目品鉴会 & 客户联谊会成立仪式举办，帮助现实客户和潜在客户多方解读四季新城之于城北的重要性以及产品的优越性。经过大量艰苦的工作，从一月底销售部开张到目前，除去销售员回访时已购买人员，目前积累客源1000余组，这些客源有如此高的粘度，说明客户对于项目的位置已经规划有较高的认同感，为一期房源的顺利开盘做好了良好铺垫。

加大内部外部沟通与协调，积极为销售部门营造良好的发展空间是销售经理的重要职责，工作中我特别注意了与其他部门沟通与协作。我积极与工程部沟通信息，及时了解楼盘施工进度与相关情况，适时安排广告宣传工作；全力配合财务部工作，及时沟通财务信息，随时向业主追要购房款项，确保账目明细；认真与物业公司协作，向业主宣传物业管理的要求与特色，引导业务遵从物业管理规定。同时我带领员工加强了与业主的交流，售前积极进行上门拜访活动，引领业主深入楼盘现场考察，现场宣传；售中多次带领业主奔走于银行、房管局等部门之间，竭力为业主的购房排忧解难；售后，及时进行电话回访，了解业主的要求与意见，引导业主多介绍新的客户。此外，多次深入城管局与其领导交流，申请大型屋外广告牌，争取其支持；与银行信贷部门、按揭中介、房产交易中心等相关部门建立了长期合作合作关系，既为他们提供业务支持，也寻求他们的帮助，使售楼过程畅行无阻，快速便捷。

三、强化管理，注重团结，带好销售团队。

工作中，我能够摆正自己的位置，站在中层干部的角度和促

进公司发展的大局看待问题，坚决贯彻执行领导的意图，经常教育员工“有条件要上，没有条件创造条件也要上”，引导员工端正态度，做到“只为成功找理由，不为失败找借口”，并且经常组织员工学习领导指示与公司文件，确保提高执行力；我还经常深入代理公司检查监督，及时传达上级指示精神，发现问题及时提醒，帮助其制定销售计划，改进销售思路，辅助其健康发展。

同时，在公司领导的帮助下，结合销售部实际，我进一步健全了部门管理制度，制定了规章制度，明确了部门员工的岗位责任，完善了责任制度和激励机制，落实奖罚政策，强化了对部门成员的管理，调动了员工的积极性和主动性。同时，我坚持以人为本，尊重员工的意见，采纳合理化建议；关心员工的生活，关注青年员工的成长，无论个人生活还是工作，都为他们提供力所能及的帮助，极力营造团结一致、相互帮助、相互协作、携手共进的氛围，充分发挥团队合力开展工作，打造爱岗敬业、朝气蓬勃的销售团队。

#### 四、正视不足，改进工作，超越自我。

半年来，虽然取得了一定的成绩，但公司领导要求相比还有一定差距，主要表现在：一创新能力不强，由于忙于具体事务，往往忽略对一些问题的研究，以致于工作思路不够开阔；二是计划不够细致，工作中往往注重大事的计划，忽略日常小事的计划，一定程度上影响了效率。对这些问题，我将在今后的工作中认真加以解决，改进工作，超越自我。

#### 五总结经验，明确今后的工作思路与措施。

1拼搏奋进，下半年力争完成以下目标。一期一批及二批销售均达到90%以上为目标；一期一批共213套，销售面积24741m<sup>2</sup>，预计可完成总销套数的90%，即22266.9平方米，共191套；自行车库销售金额约为629万元。回笼资金预计可达万元；一期二批；共168套，销售面积，预计可完成总销套数的90%，即

平方米，共151套；自行车库销售金额为万元。回笼资金预计可达万元。

## 2合理搭配，科学制定广告计划。

户外、中邮、直投、短信报纸等几种广告应该合理搭配，错开发行时间，掌握最佳宣传时机，最大限度提高宣传效果，争取以同样的广告费用投入，换取最大的经济效益。盐城大桥以北道路在开盘前10天更换内容，公布开盘信息；中邮广告适当在市区投放，更多地针对老城区；短信效果明显，应在开盘前一周进行，注意与中邮广告错开时间；报纸在开盘前三天和后三天宣传，也要与中邮错开时间段，将辅助性宣传的短信与报纸与其他主渠道宣传合理搭配。

## 3完善制度，提高管理水平。

为进一步提高销售管理水平，需要完善规章制度，规范部门运作。一是制定案场管理制度，加强对案场销售以及纪律管理，逐步改变对代理公司依赖性过强的局面，学会“两条腿”走路，提升公司形象与销售业绩；二是建立健全合同管理与签约制度，实行专人管理，健全客户档案，防止意外纠纷，确保公司利益。

感谢公司给我搭建了述职的平台，我将把这次述职作为认识自我和自我批评的一次极好契机，进一步总结经验，发扬优点，克服不足，以更加饱满的工作热情，团结并带领同志们按照上级工作要求，开拓进取，求真务实，为销售工作尽力尽为，为公司发展做出积极贡献！

## 营销工作报告总结 营销人员工作计划篇五

今年是国家“十五”规划的最后一年，也是东北老工业基地振兴的关键一年。东北地区电力供需基本平衡的格局被打破，电煤、运输紧张状况一时难以缓解，电力供应不足初步显现，

供电安全和电网稳定面临严重威胁，公司发展既充满机遇也面临严峻的挑战，改革、发展与稳定的任务更加艰巨。

最近，国家电网公司党组确定了建设电网坚强、资产优良、服务优质、业绩优秀现代公司的发展目标，这一目标突出了国家电网公司的核心工作，也是整个国网公司系统的同一目标和共同任务。东北地区能源分布和经济发展不平衡的特点，要求我们必须建设坚强的输电网络，将就地转化的能源源源送出，保障地区经济发展，为东北老工业基地振兴提供强有力的电力支撑。我们的一切工作都要紧紧围绕着“一强三优”这个目标。

建设“一强三优”现代公司，电网坚强是发展的基础，资产优良反映发展的能力，服务优质展现发展的形象，业绩优秀体现发展的成果，追求资产优良、服务优质和业绩优秀，是对公司企业价值的全面提升，是公司由大到强的必然选择。电网坚强，就是电网规划科学，结构合理，技术先进，安全可靠，运行灵活，标准统一，经济高效。资产优良，就是资产结构合理，盈利和偿债能力强；不良资产少，成本费用低，现金流量大，客户欠费少。服务优质，就是事故率低，可靠性高，流程规范，服务高效，社会满意，品牌形象好。业绩优秀，就是安全、质量、效益指标国内外同业领先，企业健康发展，社会贡献大。建设现代公司，就是建立健全现代企业制度，充分利用先进技术，推行现代化管理，具有较高的国际化水平。

抓发展、抓管理、抓队伍，创一流，是公司加快发展、实现“一强三优”现代公司目标的基本工作思路。抓发展，就是要以科学发展观为指导，以加快公司发展为目标，以建设坚强的骨干网架为主导，集中力量加快电网建设，实现各级电网协调发展。抓管理，就是要依法经营企业，严格管理企业，勤俭办企业，健全企业内部管理机制，加快信息化建设，实现公司工作效率和经济效益的全面提高。抓队伍，就是要坚持以人为本，以加强领导班子和干部队伍建设为重点，以

作风建设和能力建设为突破口，实施人才强企战略，健全激励约束机制，调动各方面积极性，实现员工与企业共同进步。创一流，就是要以国际国内先进水平为导向，以同业对标为手段，以内质外形建设为载体，提高工作标准和质量，促进公司创新和发展，建设世界一流的电网，建设国际一流的企业。

公司20xx年工作的总体要求是：坚持以邓小平理论和“三个代表”重要思想为指导，深入贯彻中央经济工作会议、国家电网公司20xx年工作会议精神，以科学的发展观为指导，以建设“一强三优”的现代公司为目标，坚持“三抓一创”的工作思路，内强素质(安全、质量、效益、科技、队伍等五方面素质)，外塑形象(认真负责的国企形象、真诚规范的服务形象、严格高效的管理形象、公平诚信的市场形象、团结进取的团队形象)，在电网建设、电力改革和党的建设等方面实现突破。

20xx年，公司主要目标是：

——安全生产形势稳定。不发生人身死亡事故，不发生特大电网、设备、火灾事故，不发生人员责任的重大电网、设备、火灾事故，不发生恶性误操作事故和负主要责任的重大及以上交通事故，实现安全年。

——经济效益稳步提高。公司完成发电量152.98亿千瓦时，完成售电量60亿千瓦时，向华北送电量完成33亿千瓦时；直属供电公司地区线损率完成2.75%，水电厂非生产用电在上年完成基础上压降38%；资产负债率控制在71%以下，净资产收益率不低于1.40%，确保实现利润2亿元，上缴投资收益0.27亿元；直属供电企业继续保持无欠费；完成国家电网公司下达的各项资产经营考核指标。

——电网更加坚强。完成电网建设投资17.88亿元，投产220千伏以上送电线路356公里，新增变电容量12万千伏安；力争

完成电源建设投资21.3亿元、县城电网改造投资3.5亿元。

——优质服务和精神文明建设取得新成绩。不发生影响公司形象和稳定的重大事件。

为实现上述目标，要做好以下重点工作：

(一)坚持安全第一不动摇，落实责任，夯实基础，确保电网安全稳定运行

树立科学的发展观，要求全面的安全观。要把安全要求贯彻到电网规划、建设、生产、运营的全过程，落实到企业管理的各方面。坚持安全第一、预防为主的方针，把握规律，超前防范，落实责任，夯实基础，实现安全的可控、在控。我们要以确保电网安全为重点，坚决杜绝人身死亡事故和恶性误操作事故，从基本功抓起，促进公司安全、质量、效益的全面提高。

落实安全生产责任，完善考核机制。继续强化安全生产工作的制度建设，健全安全生产保证体系和监督体系，全面落实以行政正职为核心的各级安全生产责任制。重点做好安全责任的具体化，完善检查考核与奖罚机制，严格实行检修质量追溯制度和安全生产责任追究、连带制度，使责任制的落实不仅与领导干部，而且与每个员工的经济利益挂钩。继续推行安全生产管理工作的标准化、规范化、程序化，按照“四不放过”的原则，严肃追究事故责任；严格考核，奖惩分明，防范习惯性违章及可能引发的事故，彻底杜绝“领导干部高高在上、基层员工高枕无忧、规章制度束之高阁”的“三高”现象；认真吸取以往事故教训，继续把防止人身事故、误操作事故和二次系统引发事故作为我们工作的重点。

抓住关键环节，完善安全管理的长效机制。加强电网统一调度，严肃调度纪律，优化调度方式，落实《东北电网并网发电厂运行安全管理办法》，组织召开第三次网厂协调会议，



加强并网电厂的安全管理;做好新设备的投产验收,保证新建项目的零缺陷投产;加强电网安全监控,以安全性评价工作为中心,加强对电网薄弱环节的风险控制,及时消除设备故障和隐患,降低设备事故率;加大老旧设备改造力度,努力提高电网安全稳定水平。今年要重点抓好220千伏省间联络线改造、500千伏拉门塔和220千伏拉v塔拉m塔改造、东丰变电站改造、电网二次系统专项治理改造等工程。逐步建立起基于风险管理、覆盖生产各个环节的长效管理机制。

加强企业安全文化建设。认真研究新体制条件下安全生产的管理协调机制,确立“大安全”理念,加强安全文化建设,培育员工自觉的安全意识,养成良好的安全行为习惯。继续发挥思想政治工作在培育企业安全文化、促进安全生产过程中的作用,全面提高员工的安全素质。

## (二)坚持以发展为第一要务,树立科学的发展观,确保东北电网网架坚强

东北地区经济发展与能源分布不均衡,客观上要求东北电网具有较强的资源优化配置能力,东北老工业基地振兴战略的实施,也迫切要求我们建设技术水平更高、网络结构合理、配置资源能力更强的坚强电网。我们要牢固树立创一流的思想,集中力量搞建设,振奋精神抓发展。

坚持科学的发展观,努力搞好电网规划工作。区域电网公司主营业务是运营电网。确立科学的发展观,就是要落实国家电网公司提出的电网坚强的目标要求,把建设网架结构合理、技术先进、安全可靠、调度灵活的坚强电网作为电网规划工作的指导方针,拓展电网规划的思路,加快东北电网的建设和发展。今年,要在《东北电网“”及20xx年电网规划设计》报告和三省电网规划的基础上,本着适当超前的原则,编制《东北电网“”建设方案》,明确“”逐年建设项目及投资需求。要关注内蒙古电力公司在兴安盟和呼伦贝尔市电网建设的动向,着手研究东北电网500千伏主网架伸入这两盟市的

规划方案，加快呼伦贝尔市和兴安盟电网规划工作，争取尽快通过评审。完成霍林河及周边地区、赤峰北部地区电源基地外送输电规划编制工作，提前启动这两个地区500千伏输变电工程的建设。继续配合国网公司开展锡盟电源基地输电规划设计工作，按国网公司的安排，修编和完善东北电网二次系统“”规划。

加强力量、加大力度、加快步伐，积极推进电网项目前期工作。适应投资体制改革和项目核准制的要求，加大项目用地审批、环境影响评价等前期工作深度。冯一大一哈、营口、鞍山、通化四个500千伏输变电工程争取获发改委核准，并于年内开工建设；伊敏二期送出可控串补工程要通过核准，其中伊冯线更换通信光缆工程要利用伊敏两台机组大、小修时机，在年内建设完成。吉辽省间第四回500千伏输变电工程、黑龙江佳一绥一大500千伏输变电工程、通辽—沈阳500千伏输变电工程完成可研工作，并争取尽早通过核准。要积极配合国网公司完成呼伦贝尔至辽宁直流输电工程、东北—华北直流背靠背联网工程可研，争取这两个重点工程早日建设。加快蒲石河等抽水蓄能项目的规划与核准，完成《东北地区抽水蓄能站址规划》。

在电网建设过程中，要重视环境保护，统一技术标准，推广应用典型优化设计，大胆采用成熟的先进技术和设备。在加强一次系统的同时要进一步强化二次系统。

提前介入，做好施工准备，确保各项基建任务的如期完成。今年建设项目多，工程量大，时间紧迫，必须切实做好工程进度计划安排，落实项目责任制；加强与有关土地、林业、规划等政府部门的工作联系；做好基本建设的“五制”管理，争创优质工程。

500千伏哈合二回工程力争6月末全部竣工，确保7月份投运。500千伏方牡敦包工程、北宁工程确保20xx年投运。要加快蒙东地区电网建设步伐，赤峰北部220千伏输变电工程，通

辽河西一扎鲁特一右中、扎鲁特一霍林河、左中、库伦等220千伏输变电工程今年要开工建设。上半年蒲石河抽水蓄能电站工程开始主体工程施工，元宝山三期四号机工程开始基础修建和安装。年内丰满三期永庆反调节水库工程竣工验收，力争白山抽水蓄能电站工程第一台机组投产发电，长甸改造工程完成引水隧洞和部分主厂房的开挖。

获取新技术和提高技术创新能力是电网企业可持续发展的重要保证。为建设坚强电网，提高电网的效率和效益，必须寻求技术上的突破。要加大资金投入，确立一些重点科技攻关项目，研究提高现有输变电路径输送能力和稳定水平的技术与方法，启动更高电压等级输变电技术的研究，加快电网技术的升级和新技术的应用。借鉴世界上的先进技术经验，吸收最新的科技成果，建设现代化的新型大电网。

要认真抓好东北电网第二次大扰动试验，通过科学的测试分析，进一步挖掘现有电网的输送潜力。继续开展输电线路热稳定问题研究，复杂电力系统稳定控制技术研究，制定500/220千伏电磁环网解环方案，进行丰满大坝坝体防渗加固方案的可行性、输电线路导线覆冰舞动、越障巡检机器人功能样机等研究。重视技术监督、计量、标准化、环保等基础性保障工作。推进信息化建设，统一规划建设公司的信息平台，以信息化推动企业生产和管理的现代化。充分发挥科研单位的技术优势，加大电网竞争前沿技术和电网技术难题的研究与开发力度。出台有关考核办法，做好对科研单位技术监督、技术服务的考核和管理工作。

(四) 坚持以改革促发展，从实际出发，确保电力体制改革稳妥推进

我们要认真总结公司成立以来电力体制改革取得的成绩，分析和研究推进改革过程中出现的新情况、新问题，坚持一切从实际出发，继续坚定不移地落实国务院5号文件。按照国家电网公司电力体制改革的总体部署，打好深化改革的攻坚战。

稳妥推进东北区域电力市场试点，实现区域电力资源的优化配置。东北区域电力市场试运行已经启动，但目前的市场环境不容乐观，市场还需要一个不断培育和发展的过程。我们必须坚持市场化改革方向，根据市场发展进程，认真关注和积极研究有关的深层问题，有效规避市场风险。在加快电网建设，提高电网的输电能力和可靠性的同时，坚持“三公”调度，及时发布市场信息，不断完善技术支持系统，加强市场运行管理，确保市场的竞争性和有序运转。自觉接受电力监管机构的监管和各方监督，努力实现市场公平交易和区域资源优化配置，确保东北区域电力市场试点成功。

抓住关键环节，完成主辅分离改革。当前，电力工业正处在一个新的发展阶段，也是实施主辅分离改革的最佳时期。要按照国家电网公司的统一部署，积极协调三省公司，抓住辅业产权多元化改制和有偿解决劳动关系两个关键环节，把握好改革的力度，既要确保国有资产不流失，又要注重维护职工合法权益，确保主辅分离改革的各项政策措施落到实处，维护生产秩序，保持队伍稳定，按国网公司的时间要求，完成主辅分离改革任务。公司直属单位要继续推进多经企业的产权制度改革和资产重组，规范资产、人员关系，按照现代企业制度的要求，逐步完善和规范法人治理结构，继续研究和推进产业结构和布局的调整，积极涉足高新技术行业，促进多种产业在优势领域的快速发展。

积极进行蒙东电力体制改革，深化农村电力体制改革。在国家电网公司的统一部署下，理顺蒙东电力管理体制。开展供电企业组织方式调整的调研。继续深化农电体制改革，尽快明晰农网改造形成资产的产权，建立资本纽带关系，依法实施对农电资产的有效管理，对于具备条件的县供电企业进行公司制重组。积极向内蒙古自治区政府争取改革的配套政策，妥善解决农网改造工程的还贷压力问题，争取地方政府出台相应的财税平衡办法。

(五) 坚持集约化管理，强化控制监督，确保公司经营目标的

## 实现

加强管理是企业永恒的主题。公司要增强统筹运作能力，实施集约化管理，不断推进公司内部机制创新，提高经营绩效，促进电网健康发展。

加强战略管理。认真分析和准确研判公司面临的内外部形势，自觉贯彻和实施国家电网公司的发展战略，组织制定建设“一强三优”现代公司的三年发展规划和公司中长期发展战略，开展企业发展重大问题的专项研究。加强对标管理，通过与国际国内同业对标，实现用指标评价企业的生产经营绩效，促进企业争创一流。

强化资金管理和成本控制，优化资产质量。挖掘管理潜力，提高利润水平，增加折旧提取，加大公司资本金筹集力度，积极争取部分电网项目突破资本金比例限制，适当提高负债水平，确保重点投向。采取多种方式，增加融资规模，进行债务重组，降低融资成本。强化资金流全过程管理，减少资金沉淀，提高资金运营效率。增强计划、预算的严肃性，挖掘潜力、堵塞漏洞，严格控制成本支出，确保新增资产质量优化、使用效率高。优化业务流程，堵塞管理漏洞，降低成本费用。今年可控成本力争在20xx年的基础上压降5%。

坚持依法经营、从严治企，强化风险控制和审计监督。抓住生产经营管理中的关键环节，严格控制非生产性投资，杜绝铺张浪费。坚持公司招投标的统一管理，规范管理程序，通过集中招投标，降低成本和造价，保证设备质量，促进廉政建设。利用现代通信和计算机技术，不断提高经济活动分析水平，对企业管理中的薄弱环节和不确定因素进行风险分析，加强电网项目投入产出的分析和经济性评价。对电价水平、员工数量等情况进行跟踪分析和预警。加强节能降耗工作的管理力度，不断压降线损及厂用电量。继续搞好领导干部经济责任审计、资产经营责任审计、工程建设审计、电力销售审计，审计部门要对大额资金、大型项目、重大经济关系高

度关注，当好企业的监护人。

争取合理的电价政策，适应煤电联动、购销联动机制，确保企业的经济效益。做好电力市场中容量电价、电量电价的实时平衡和动态分析工作，准确计算、管理好差价资金，确保价格和资金信息的及时反馈，防范和化解市场风险；进行购销联动机制、煤电联动机制的研究，抓住机遇，建立合理的电价形成机制；继续清理、疏导电价矛盾，取消不符合国家电价政策的优惠电价措施；争取出台“白山抽水蓄能电站”、“丰满三期反调节水库”等水电项目的还本付息电价方案。

以完善经营目标责任制为重点，继续深化企业内部改革。优化管理职能，精简管理层次，缩短管理链条，落实管理权责，构建定位合理、职责清晰的组织体系。加强过程考核，将考核与考评相结合，月度、季度考核与年度考核相结合，逐步加大考核深度。按照国家电网公司的部署和要求，深化劳动人事、用工和分配制度的改革。强化外事管理，加大“走出去”和“引进来”的力度，积极研究与俄罗斯、朝鲜等邻国的电力合作与开发。

优质服务是电网企业的生命线，不仅关乎企业形象，更影响和制约着企业发展。我们要坚持优质、方便、规范、真诚的服务方针，把电网的发展融入到地区发展的全局，积极为地方经济发展服务，在服务社会过程中实现自身发展。

搞好电网运行管理，努力提高供电可靠性。做好事故应急预案，保证必要的备用容量，根据电煤供应合理安排发电计划，严肃调度纪律，维持正常的供电秩序。

加强与政府部门的沟通，服务于地区经济发展。加快蒙东地区电力送出工程和负荷中心区的配网建设，加大县城电网改造力度，积极争取农网改造完善资金，不断完善农村电网结构，提高供电质量。要特别关注辽宁电力供需形势，加强省间电力调剂，优化电力资源配置，加强需求侧管理，千方百

计满足地区经济发展对电力的需求，树立认真负责的国企形象。

主动为发电企业服务。继续完善网厂协调制度，坚持“三公”调度原则，及时披露相关信息，妥善处理电网企业和发电企业的利益关系，规范上网电量的资金结算，努力为发电企业公平竞争搭建平台。

积极推进营销管理创新和加快现代化建设步伐，切实提高优质服务水平，进一步开拓电力市场。建立电费回收责任追究和风险分析制度，实施“银电”联网和扩大负控购电面，巩固无欠费供电公司的成果；继续深化按线、按台区综合指标承包和营销、计量标准化建设工作，并与绩效考核新机制有机结合。全面启动防窃电改造工程。做好电力市场细分工作，加强客户电力需求调查，提高负荷预测能力，保持售电量的快速增长。以营销现代化为载体，扩展“95598”客户服务系统功能，为不同客户提供个性化服务。开展创建供电服务“示范窗口”和农电系统“创一流”活动，认真兑现服务承诺，建立优质服务常态机制，树立真诚规范的服务形象。

(七)坚持以人为本，构筑和谐环境，确保造就一支高素质的企业团队

造就一支高素质的员工队伍，是实现“一强三优”现代公司目标的根本保证。公司要深入贯彻人才工作会议精神，把品德、知识、能力和业绩作为衡量和使用人才的主要标准，全面实施公司人才开发战略。

以干部队伍建设为龙头，促进人才队伍整体素质的提高。按照公司人才队伍建设的规划，建设好三支人才队伍。重点抓好领导班子、干部队伍的能力建设、作风建设，以及后备干部队伍建设。特别是要进一步增强领导干部的企业意识、大局意识、民主意识和责任意识，继续完善领导班子结构，把各级领导班子建设成为政治素质好、经营业绩好、团结协作

好、作风形象好的坚强领导集体，把干部队伍建设成为政治坚定、业务精通、勇于开拓、作风优良的高素质团队。

倡导全员学习和终身学习的观念，有步骤地开展培训工作。完成《教育培训与考核大纲》的编写并付诸实施，完善培训管理制度体系。全面开展职业技能鉴定工作，组织开展好多种方式的职业技能竞赛活动，激发生产技能人员立足本职、学习技术、提高技能的积极性，促进高技能人才的成长。认真开展各层次人员的培训工作，加强对培训工作的考核与评估，保证培训质量和效果。组织开展国际合作培训和开办mba□电力工程类研究生班，对优秀中青年技术骨干和管理人员进行高层次的系统培训。

建立科学的人才使用评价机制。开展直属单位优秀人才评选工作，研究实施全网首席专家、杰出技能人才考核评选工作。改革专业技术职务、高级技师和技师聘任制度。深入开展调查研究，按照“新人新办法”的原则，研究制定吸纳引进人才和留住人才的实施意见。规范机构、岗位、职责及人员编制的管理工作，进一步加强劳动用工管理，推行持证上岗制度。研究制定对直属单位的绩效考核管理办法，建立绩效考评指标体系和考核实施细则，全面推行绩效管理。

关注民生，构筑和谐的公司内部环境。树立以人为本的科学发展观，在公司劳动、人事、分配制度的改革过程中，政策向技术骨干倾斜，注重提高一线员工的收入水平。继续完善企业年金、企业补充医疗保险制度，实施职工住房公积金贷款和货币补贴办法，逐步改善偏远地区企业职工的生产和生活条件。加强离退休工作，关心职工的业余文化生活，保障职工合法权益。

加强党的建设，开展保持党员先进性教育活动。按照中央统一部署和地方党委的安排，精心组织，全面推进。进一步明确党员先进性标准，抓住学习实践“三个代表”重要思想这条主线，把握保持共产党员先进性这个主题，着重解决好党



员信仰动摇、党员先锋模范作用不明显、党支部活力不足、党建制度执行监督不到位等实际问题。加强企业党的政治建设，深入学习贯彻xx届四中全会精神，促进理论武装工作有效开展。把党的建设融入到公司生产、经营和管理的全过程，促进企业的健康发展。

深入开展反腐倡廉，在重点方面率先突破。要认真学习贯彻《中共中央建立健全惩治和预防腐败体系实施纲要》，围绕中纪委关于领导干部严格遵守“四大纪律、八项要求、三个不得”的贯彻落实，针对廉洁自律工作中存在的问题，着重在提高领导干部的政治素质、思想道德水平上下功夫。落实党风廉政建设责任制，加大预防腐败工作力度，严格执行《国有企业领导人廉洁从业若干规定(试行)》，狠抓责任落实、责任考核、责任追究三个环节。按照中纪委和国家电网公司党组的要求，标本兼治、综合治理、惩防并举、注重预防，加大教育、制度、监督等反腐倡廉综合体系建设，坚决防止权力失控、决策失误、行为失范，针对腐败多发易发的领域，一个一个地认真研究防范和治理腐败的措施和制度。对于顶风违纪，利用权力谋取非法利益、参与赌博等行为，必须严肃处理。

加强精神文明建设，不断提高企业民主管理水平。以职业道德建设为重点，强化创建活动，促进精神文明建设的深入开展。充分发挥工会、共青团等群众组织的作用，全心全意依靠职工群众办企业，加强班组建设，坚持厂务公开和决策的民主化。鼓励职工参与企业民主管理、民主监督，继续深入开展群众性技术创新活动。围绕企业发展、个人成长和员工关心的热点焦点问题，继续开展情感交流活动，切实做好有针对性的思想工作，维护职工队伍稳定。培育以人为本、忠诚企业、奉献社会的公司文化，为建设“一强三优”的现代公司统一思想、鼓舞干劲、凝聚力量。

同志们，电网公司已经迈出了坚实的第一步，我们的前途将充满光明。让我们以邓小平理论和“三个代表”重要思想为

指导，牢固树立科学发展观，振奋精神，真抓实干，把握机遇，加快发展，全面完成20xx年的各项任务，努力开创电网公司工作的新局面，为实现建设“一强三优”现代公司的发展目标，为东北老工业基地振兴做出新的更大的贡献！

## 营销工作报告总结 营销人员工作计划篇六

工作总结，以年终总结、半年总结和季度总结最为常见和多用。就其内容而言，工作总结就是把一个时间段的工作进行一次全面系统的总检查、总评价、总分析、总研究，并分析成绩的不足，从而得出引以为戒的经验。总结是应用写作的一种，是对已经做过的工作进行理性的思考。下面给大家分享关于营销策划年终总结工作报告，方便大家学习。

不知不觉中，20\_已接近尾声，加入\_房地产发展有限公司公司已一年时间，这短短的一年学习工作中，我懂得了很多知识和经验。现将今年工作进行以下总结。

### 一、学习方面

学习，永无止境，这是我的人生中的第一份正式工作，以前学生时代做过一些兼职营销工作，以为看似和房地产有关，其实我对房产方面的知识不是很了解，甚至可以说是一无所知。来到这个项目的时候，对于新的环境，新的事物都比较陌生，在公司领导的帮助下，我很快了解到公司的性质及房地产市场，通过努力的学习明白了置业顾问的真正内涵以及职责，并且深深的喜欢上了这份工作，同时也意识到自己的选择是对的。

### 二、心态方面

刚进公司的时候，我们开始了系统培训，开始觉得有点无聊甚至枯燥。但一段时间之后，回头再来看这些内容真的'有不

一样的感触。感觉我们的真的是收获颇丰。心境也越来越平静，更加趋于成熟。在公司领导的耐心指导和帮助下，我渐渐懂得了心态决定一切的道理。想想工作在营销一线，感触最深的就是，保持一颗良好的心态很重要，因为我们每天面对形形色色的人和物，要学会控制好自己的情绪，要以一颗平稳的、宽容的、积极的心态去面对工作和生活。

### 三、专业知识和技巧

在培训专业知识和营销技巧的那段时间，由于初次接触这类知识，如建筑知识，所以觉的非常乏味，每天都会不停的背诵，相互演练，由于面对考核，我可是下足了功夫。终于功夫不负有心人，我从接电话接客户的措手不及到现在的得心应手，都充分证明了这些是何等的重要性。当时确实感觉到苦过累过，现在回过头来想一下，进步要克服最大的困难就是自己，虽然当时苦累，我们不照样坚持下来了吗？当然这份成长与公司领导的帮助关心是息息相关的，这样的工作氛围也是我进步的重要原因。在工作之余我还会去学习一些实时房地产专业知识和技巧，这样才能与时俱进，才不会被时代所淘汰。

### 四、展望未来

在以后的日子中，我会在高素质的基础上更要加强自己的专业知识和专业技能，此外还要广泛的了解整个房地产市场的动态，走在市场的最前沿。俗话说“客户是上帝”，接好来访和来电的客户是我义不容辞的义务，在客户心理树立良好的公司形象，这里的工作环境令我十分满意，领导的关爱以及工作条件的不断改善给了我工作的动力。同事之间的友情关怀以及协作互助给了我工作的舒畅感和踏实感。所以我也全会以赴的做好本职工作，让自己有更多收获的同时也使自己变的更加强壮。总之，在这短短一年工作时间里，我虽然取得了一点成绩与进步，但离领导的要求尚有一定的差距。

## 一、 营销部主要完成工作

### 1、 会议接待方面

a□由于会议室的桌椅大部分已经破顺，加之原有的桌椅数量也无法满足大型会议的需求，为改变现状添置了80把新的会议椅、10条会议桌、18块新台布。

b□电器方面添置了一组无线话筒、一个投影仪、两个无线路由器

### 2、 客户的开发与维护

a□ 客户开发：20\_年营销部新开发个人和商务公司协议客户30个，与13个协议到期客户续签了协议。重新签订了3家单位的资信协议。新签订5家网络订房公司艺龙网、移动12580、电信118114中国航信、亿客栈等(网络订房这一块，主要的客源还是来自三大巨头即携程、艺龙、同程。20\_年1至10月份，酒店通过订房网预订入住的各类房间总数为249间)。

b□ 客户的维护：首先将原有的客户资料进行分类存档，对处于休眠状态的 协议客户一一进行电话拜访。通过拜访了解到顾客不来消费的原因大概有以下几个方面的原因一是由于公司办公地点搬迁于是就近选择合作的酒店、二是公司更换了负责外联的负责人、三是主观觉得酒店设施设备过于陈旧而放弃合作、四是只为某一次合作的优惠价格而临时签订协议，之后并无继续合作的机会。

其次我们将积分兑房的面延伸到棋牌，使得长期在棋牌消费的宾客也能通过积分兑换的方式获得实惠。截止11月30日，客房棋牌发放积分卡240张，积分兑换的客房为129间。给宾客办理积分卡在吸引回头客，稳定客源方面取得一定的效果。

第三个方面就是在符合条件的宾客中，选取部分忠实客户发

展成金卡客户。20\_年共计发放金卡17张(工行\_、\_、\_公司等)。

### 3、 旅游市场的整体开发

一直以来，酒店与旅行社几乎不存在合作，今年营销部在这一方面可谓取得重大突破。四月份开始酒店陆续开始与中青旅、景湘国旅、湘西国旅合作。截止11月30日，酒店共接待旅行社用房383.5间(旅行社一直实行的16免1，全陪半价，所以旅行社实际使用酒店客房400间左右)，共计为酒店客房带来的收入为57929元(平均房价约为145元/间)。

除旅行社外，20\_年营销部与普通商务公司间的合作也取得了一定的成绩。四月份起，陆续接待了诸如阳光人寿、采煤技术研讨、萧氏宗亲会、中公教育、舍得酒业等先后19批次的团队，共计使用酒店客房1034间。实现房费收入206655元(平均房价为199元/间)。

20\_年1月至11月期间，通过营销部预订的各类宴席，团队用餐共计在餐饮消费的金额为286000余元(其中由会议所带来的餐饮收入为131484元)。全年必将超过30万。这一成绩为酒店整体经营目标的完成做出了相应的贡献。

## 二、 营销部在工作中存在的不足

### 1、 在把握市场动向，应对市场变化方面的能力有所欠缺

营销部是负责对外处理公共关系和销售业务的职能部门，是酒店提高声誉，树立良好形象的一个重要窗口。它对经营决策，制定营销方案起到参谋和助手的作用。然而由于不善于扑捉市场动向，加之获取信息的渠道单一或者是对市场信息的关注度不够，所以在应对整个旅游市场的变化方面显得比较生涩。最突出的例子是失去2012年长沙市政府采购会议定点单位的资格。主要就是由于没有关注到相关信息的发布而

直接错失投标的机会。在此，我们要作深刻的检讨。另一个方面的不足表现在无法根据目标市场、季节的变化制定出相应的营销策略。

## 2、 与宾客间的互动不足

营销部在日常的工作中，除了会议接待的过程中有较少的与顾客面对面交流的时间，其它几乎没有机会与宾客交流。或者说存在这样的机会我们在无意间就放过了。我们无法知道顾客需要什么，无法获得宾客在酒店消费的直观感受，甚至有投诉或建议宾客都有可能找不到表达的对象。这样就很难给宾客创造宾至如归，温馨如家的消费体验。这一方面恰恰被我们在日常工作中忽略掉了。

## 3、 新兴市场与新客户的开发力度不够

20\_年营销部虽然在旅行社团队与会议团队的接待量上相较以往有了长足的进步，但总体而言力度不够，还应该有较大的上升空间，旅行团的房费收入占全年房费收入的比例还不到1%，会议团队与旅行团共同的房费收入占酒店房费收入的比例也不到3.5%，全年开发新协议客户的数量更是屈指可数。在长沙酒店业竞争白热化的情况下，原有的目标消费群体几乎被瓜分殆尽，这种情况下就要求我们要不遗余力开发新的客户，寻找新兴的消费市场。很显然，营销部在这方面投入的精力是不够的。

## 三、 20\_年工作计划

### 1、 努力使散客的入住率上一个台阶

2012年，营销部的主要工作之一将放在提高散客入住率上。我们拥有大多数酒店不具备的优势，那就是良好的区位优势与便利的交通条件。我们会利用所有可能的工具(网络、报刊、杂志及短消息的应用)加大对酒店的宣传力度。力争全年在散

客的入住率上有较大提高。

## 2、 加强与各大旅行社间联系

20\_年营销部拟定在旅游黄金周到来之前，利用周末的休息时间，到省内几大著名的旅游城市(张家界、吉首、衡阳、岳阳、韶山等)进行走访，与地州市的各大旅行社之间建立起长期的合作关系，使得这些旅行社有意向将团队安排到我们酒店，以确保酒店客房的收入。

## 3、 加强主题、价格、渠道营销策略的应用

20\_年营销部会根据不同的节日、不同的季节制定相应的营销方案，综合运用价格、产品及渠道策略将酒店的客房，棋牌，餐饮组合销售。使酒店在竞争中始终处于主动的地位，以最大限度的吸引顾客，从而保障酒店经营目标的完成。

## 4、 加强部门间的沟通协作

## 5、 具体的目标明确

a□会议计划收入为13万，理想目标是完成15万。

b□会议团队、旅行团队的总收入力争达到45万。

c□由营销部带来的餐饮收入突破40万

20\_，我们一起努力。

按说工作没有什么进展，就没有任何经验总结可言，但我还是决定把自己这一个月多月以来的心得写下来，更多的是迷茫，我愿意过更加透明和坦然的生活，不愿意在心里装很多的事，工作\生活都如此。与其说是分享，不如说是请各位朋友给我建议和你们的经验之谈□ineed□

## 第一. 关于电话营销

我一直标榜自己不喜欢电话营销，对其充满怀疑和鄙视，但从更内心来讲，我所惧怕的是被拒绝后的尴尬，是对自己的不自信，是在如此那般努力之后仍一筹莫展的逃避。回头想想，我一直以来无论做什么事都不敢付出百分百的努力，我害怕孤注一掷。因为会不再有理由原谅自己，没有退路的时刻太过孤独。

在大学找工作那会儿，曾兴致勃勃、一门心思的想从事销售工作。总觉得自己性格里有一种潜力很适合这一行，还有就是高薪的诱惑。那时一切的认识都是想象出来的。等毕业回到保定，先跟着一个师兄在他的网络公司做，做半年的销售之后转为他的助理。我首先拿到手的是一本《河北企业黄页》，超厚，每天要从上面找潜在的客户跟他们联系，约见面，签约。一周之后，我逃之夭夭。当时还发誓：再也不进网络公司，再也不做电话销售。我怕了，是一种折磨，对于我这种有心理障碍的人来说。

## 第二. 关于酒店营销

## 第三. 关于\_营销

我进了这家公司，确确实实的做起了销售，做起了业务。才感觉到那种前所未有的压力。因为最后衡量一个销售人员的标准只有业绩。只有你的业绩才能让你理直气壮的说：我努力工作了，我对得起自己和公司，才有让老总留下你的理由——因为你不可替代。

其实并没有摸到任何门道，而且做起来很吃力，但我还会坚持，他们告诉我：许多的事情只有坚持下去，才会慢慢明朗起来。我一直在坚持，努力的学习。但那种恐惧并没有消除，也可以说是自信在一点一点的被吞噬掉。



但坚持，坚持！

## 一、品德素质修养及职业道德

通过报纸，书籍，杂志的不断学习使自己爱岗敬业，具有强烈的责任感和事业心，工作态度端正，认真负责，加强专业知识的学习，使自己不断的充电，这是营销珠宝信心的源泉。

## 二、工作质量成绩，效益和贡献

保质保量的完成工作，工作效率高，同时在工作中学习了很多东西，也锻炼了自己，经过不懈的努力，是自己的工作业绩有了长足的提高。

## 三、工作中的经验

微笑服务是关键，人为的制造一个轻松愉快的购物环境。充分展示珠宝首饰，由于多数顾客对珠宝知识缺乏了解，因此对珠宝首饰的展示十分重要，顾客对珠宝首饰的了解越多购买后的满足感越强烈，常言道：“满意”是顾客最好的广告。促进成交，由于珠宝首饰价值相对较高，因此，顾客在最后成交前压力重重，所以要营业员采取分心的方法减轻顾客的压力。

熟悉珠宝的佩戴，保养，使用，产地，质量。售后服务，当顾客购买后营业员的工作并没有结束，应该详细介绍佩戴与保养知识，最后说一些祝福的话是顾客的心情愉悦。增进与顾客的感情，期待二次消费的发生。抓住每一次营销的机会，以最佳的精神状态等待顾客的到来，注重自己的外表，衣着要干净得体，每天坚持化妆。

## 四、工作中的不足和努力方向

总结一年来的工作，尽管有不小的进步，但还是有很多改进

与不足的地方。对珠宝首饰的了解还不够，还要加强学习，自己的营销技巧还应该提高，也需要学习这方面的知识，借鉴他人成功的经验很重要。有时候营销不好思想就消极，消极思想是营销的敌人。对营销失败后的总结不够，每一次营销失败都有它的原因，对顾客推荐的珠宝是否符合顾客的需要，对顾客的态度是否生硬造成顾客的不满意。一个柜台就是一个集体，充分的团结才能释放最大能量。互相学习，互相进步。

## 政治上坚定，思想上成熟

一个人的信念是人的世界观在奋斗目标方面的集中反映，共产主义信念是我一生执著的追求目标和持久的精神激励力量。我把政治上追求与现实中工作结合起来，我把为共产主义奋斗终身的信念从朴素、直观认识在学习、工作中日益上升到自觉、理性的高度，从感性认识上升到了理性认识。在工作中我焕发出了高度的积极性和创造性，脚踏实地、艰苦创业，捍卫自己的信仰和共产主义事业，努力完成党交给我的各项任务。年月我光荣地加入了中国共产党，我在进一步认真学习马列主义、毛泽东思想，学习\_建设有中国特色社会主义理论。把理论联系实际，积极投身于建设有中国特色社会主义的实践中去。既胸怀共产主义远大目标，又脚踏实地做好本职工作，把理想与现实统一起来，在改造客观世界的实践中自觉地改造主观世界。在社会实践中正视现实、冷静分析、吸取教训、振作精神，自觉地、勇敢地经受锻炼与考验。

因为我有了始终不渝的政治信念，坚定不移的政治立场，所以，我才能在实际工作中保持锐意改革，勇于进取的革命气概，保持锲而不舍、顽强奋斗、拼搏到底的作风，保持我乐于奉献、不怕牺牲、全心全意为人民服务的精神。我从做好本职工作和日常工作入手，从我做起、从现在做起、从身边的小事做起并持之以恒。伟大寓于平凡。我在本职工作中尽心尽力、孜孜不倦地做出成绩。鼓实劲、察实情、说实话、办实事、求实效。

我不断提高自己的业务本领，努力精通本职的业务知识，做本职工作的骨干和行家里手，脚踏实地的做好本职工作。把远大目标与现实努力结合起来，把为人民谋利益的决心同过硬的本领有机地统一起来、把为人民谋利益的热情同实事求是的态度有机地统一起来、把全心全意为人民服务的良好愿望同本职工作有机地统一起来。把全心全意为人民服务的良好愿望同本职工作统一起来。我在实践中为群众办实事，把着眼点放在本职岗位和现实基础上。

## 营销工作报告总结 营销人员工作计划篇七

市场部为了树立品牌形象，建设规模的、高质量的营销团队，开拓市场，逐步扩大营业部在当地的影响力，展现营销团队的潜在活力，开拓并巩固营销渠道，发展客户，创造营销奇迹特制定以下营销方案。

### 第一部分市场部战略定位

#### 一、市场的范围

以北京市区为中心，辐射到周边城镇，为中高端客户提供股票基金等投资产品和保守的理财咨询服务。

#### 二、客户服务方式

1、基础服务主要包括：及时解决现场及非现场客户交易过程中的问题；客户提出的有关业务及证券知识方面的问题，及时给予清晰和全面的解答；积极同客户沟通，促进客户能够及时和细致了解公司新业务种类和服务产品；为客户提供多种交易方式；收集了解客户需求，及时反馈业务部门，促进完善客户服务内容。

2、亲情服务主要包括：法定节日或特殊节日营业机构管理人

员通过广播或到客户群体中恭贺或者有能力的也可给客户举办一些活动;客户及家人的特殊日子发贺电、发贺卡、打电话、拜访、送鲜花等形式表示祝贺。这类服务三种客户的区别也不大,只是一般客户通常不进行客户及家人的特殊问候。

3、咨询服务主要包括:根据客户需求选择性的将各类研究

咨询张贴或转发客户;定期提供客户持仓个股分析报告;及时向客户提供高质量的资讯产品和信息,并根据客户需要为其量身定制资产配置方案;定期将研究机构的投资策略报告发送给客户;通过网络服务平台,对客户提供一对一咨询服务;客户专用电子信箱服务,为客户提供个股门诊单、周评报告、月度投资计划以及模拟投资组合等;通过短信提供咨询建议;提供个股答疑、推荐以及跟踪个股服务;现场客户和非现场客户定期沟通。这类服务三种客户的区别就比较大,一般客户只提供基本的咨询服务,接受公共的咨询,而重要客户和核心客户一般都有一一对应的客户经理服务,核心客户的个性化咨询服务比重要客户更好。

4、增值服务主要包括:根据其需要提供各类研究报告,包括内部研究成果和外购报告;以短信营销和客户服务为信息平台,为高端投资者提供实时行情、股市资讯和在线交易同时提供自选股等个性化管理功能。提供及时、全面、\*的财经资讯,短信营销信息和客户服务平台作为补充可提供及时的公告信息、个股预警、个股资讯、成交回报、资金变动、中签通知服务;根据客户需求,编撰投资分析报告,如果客户资产量达到相当规模,可根据其需要提供全方位私户理财计划。这类服务三种客户的区别就更大了,一般客户基本不享受增值服务,重要客户享受及时的服务,核心客户则享受全面及时的服务。

## 第二部分团队的组建和管理

### 一、团队的组建

1. 通过与其他证券公司优秀客户经理接触，了解营销员在原来券商的情况，引进有经验的证券营销员。
2. 联系部分高校，建立校企实习培训基地，能够充分的挖掘有潜质的营销员。
3. 团队的建设

## 团队的管理与执行

制定一个有利于团队发展的工作目标是团队合作精神完成最终目标的必要条件。要尽快树立起营销员的业务信心，由于营销员换了一个新的工作网点，网点业务还不够熟悉，需要区域经理和他们一起营销、一起开户这样不但让营销掌握业务技巧，而且也增强了他们开展业务的信心。

无规矩不成方圆，制度的建设可以规范团队的工作开展，以形成一个共同的工作目标，制度制定的内容包括：日常考勤制度、会议制度、各种台帐制度和激励制度，而且是可以执行的。

1. 考勤制度，目的是了保证工作时间。内容包括办公室考勤与驻点考勤。
2. 会议制度，目的是讨论解决工作中的问题和提供学习平台。内容是周例会、月例会、公司例会。
3. 台帐制度，目的是对工作的监督与跟踪。内容是工作计划、工作日记和其他与销售工作相关的台帐。

## 三、团队文化建设

态度决定人生的成功高度，而团队文化就像这人生的“态度”，它决定团队效力是否1+12。团队文化是对公司的企业

文化和发展战略认同的前提下，形成一种积极、易沟通、学习的精神状态。团队文化的外在表现是团队有共同的工作目标、集体活动开展情况以及学习制度的执行情况。共同的工作目标是指团队全体成员愿意把自己的才能奉献给团队，以争取取得良好的业绩。其实这集体活动的开展并不是很难，在每次例会后举行一场足球赛、篮球赛并不是过分的要求，或者一次大家出去欢唱。学习也是团队文化建设的重要内容，共同学习，共同进步。学习公司的销售政策、学习新品知识、学习彼此优势等。只有学习型的团队才能取得好的业绩，因为学习的态度反映团队的精神面貌，是团队工作技能的保证，是沟通的需要。

#### 四、个人与团队共同进步

不想做将军的士兵不是好士兵。做销售的人都是生意人，不可否认加薪或者升职是工作的动力之一。一个优秀的团队，应给队员提供个人的发展平台。合理的人员流动，是非常必要的。从另一个方面看，业务工作有强烈的态度需求，在一个地方工作久了，换一个工作区域未尝不是一个让\*再次燃烧的方法。假如，在你的团队有优秀的人才，团队就应给他激励的考核。在这个时候，团队的领导就应该向公司推荐人才，并给予培训指导。一个优秀的团队应是个人与团队共同进步，个人在团队工作中，应把自己的职业规划跟团队业绩相结合。

综上所述，营销团队的建设需要一个既有业务能力，又有团队建设意识的领导。团队负责人的工作风格将决定团队的发展。在这里，我主要强调的是团队的工作沟通和团队文化的建设。无论从事什么工作，工作中的乐趣是最重要的，它可以让人可能地发挥潜能，这是公司与个人双赢的结果。

### 第三部分营销措施

#### 一、银行驻点营销

几年前，银行驻点营销是市场一种创新，让券商从营业部的坐商走向了市场，让单一的营业部场地，扩张到全市所有的银行网点，因当时的银证通模式，银行直接可以开立券商资金账户，客户可以在银行进行一站式的手续办理。让券商拓展了极大的一部分离营业部很远很远的客户，券商投入小，产出高。银行开发的客户质量也相对比较好。

为此，我市场部与银行关系须注意以下五点：

1、要建立双方长期合作关系。

2、一般企业在银行都有个企业帐户，可以通过银行工作人员的推荐来帮本营业部实现。他们和企业有个很好的交流合作关系。对他们比较信任。这点要求银行和本营业部的合作关系处理好。

3、管理层要对银行公关关系的重视。每隔半月或新人报到之时都工有上级对银行关系的回访。

4、在重要节日会送上些礼品。通常情况下，礼物费用控制在1000元左右。

5、对于重点驻点网点公关，需营业部利用资产的资源为网点注入一定量的存款，为营销员提供更好的业务开展空间。

综上所述，营业部门高管应重视商业银行负责人的公关行动。

## 二、与大通讯机构的合作营销

要与电信、移动、联通、铁通、网通等机构合作。合作模式应有所不同，例如移动、联通，仅对券商开放系统的合作是不够的。可在其营业厅布点，发展其内部员工。其余的中大型的通讯机构，合作的内容包括，通讯商的资源共享，通讯商入驻小区营销活动时，双方共同营销。券商负担部分通讯

机构的产品赠送、通讯商的营销人员兼职券商的营销，实现双赢。

### 三、低佣金的促销

北京市场的佣金，应该是目前以来最低的阶段。从华泰证券08年开始就以所有客户的佣金打至0.8%，北京市场进入了佣金价格战，各券商纷纷跟进，愈演愈烈，现在的光大证券开展佣金年费制，打出“一天一元，轻松一年”口号，但是实行佣金年费制的这一时期，光大证券一直莫名其妙的没有得到多大的扩张，其主要原因是缺少一支强有力的营销队伍。目前，营销团队人数多，且人员相对稳定的券商开始对低佣招揽客户的方式有所收敛，实行按资产多少来规定佣金比率，并随着咨询方面优势的提高逐渐取消降佣制度。目前新进的券商，都是以低佣来招揽客户，新进来的安信证券的佣金比例是整个北京市场最低的，10万左右都可以给0.3%。考虑到目前整个市场竞争状况以及公司未来的发展，对一般客户，本团队开发客户时，给予非现场交易的手续费为0.5%到2.0%的政策是合适的，给予营销员一定底限的自己做主的佣金调节，对特殊客户再另行申请。而对于本营业部也可以科学地对成交量较大的客户做出更大调节。

可以选择些人流量比较大，商业性质比较强的地段进行布点。分工合作，两人派单，两人对有意想客户进行营销说明。在周围的高档写字楼张贴海报、设点促销，利用上下班及午餐人流量大的时间段派发宣传资料、意向沟通，周末在优质社区、大型商场摆台促销，以登记电话送小礼品方式挖掘潜在客户，日常电话跟进，开户即送精美礼品一份。可以不定期的与企业合作：搞庆典联谊活动或投资座谈会股市沙龙等，免费开股东卡，送精美礼品，开发团体客户及机构户。

### 五、服务品牌的营销

此营销模式是本人比较推崇的、比较欣赏的一种模式。做我



们这行的迟早是要做回服务的，只有打造自己的服务品牌，做好客户的服务，你才能在这个市场是立于不败之地。为客户提供有效的资讯，能让客户在市场上挣到钱才是王道。而本营业部在公司没有特别的支持下要坚持自己组织语言，坚持每日一到两条对大盘的分析，个股的推荐等信息。当然这个还依赖与个人专业知识掌握的多少而论。充分利用金穗金融软件\*按资产量的多少来给予使用作为卖点，从而使客户对软件的存在一定的依赖性。提高公司在北京的竞争力，应尽量避免通过价格竞争来实现；通过差异化的服务，增加顾客的满意度和忠诚度，提高公司的品牌形象和知名度。对于差异化服务和公司品牌的树立和扩展，我认为可以通过几个措施来实现。

## 一、广告和公关工作的开展是品牌建设的重要步骤。

为了达到公众对我公司品牌的认知，可以做些平面的广告，让市场知道就在本营业部就有证券营业部，使他们对公司有所认识，进而在他们有从事证券交易的需求时，能够想到我们湘财证券。

通过合理正确的运用公共关系和公共事件，扩展我公司在北京的知名度。正如人们所说，资源都是可以靠借的，可以借资金、借人才、借技术、借智慧。而公共关系就是这样一种资源，我们所要做的仅仅是把他们汇集起来，运用智慧把他们有效地运用起来。

事实上，客户对公司信息的接受的程度对比是，间接传播比公司对客户的直接传播更容易。因为从客户心理的角度来说，他们更愿意相信身边的人，对公司直接的宣传都会或多或少的抱有怀疑和警惕的态度。因此，应通过公共关系和公共事件的运用，间接的将公司的宗旨和服务进行宣传，当然这就要求工作人员的时时关注和公司高层的统筹。

一句话就是“借势”，就是借助人物、事件等本身的社会效

应在营销活动中以达到推广产品的目的。

同时，一个可行的办法就是在周末组织公司所有的营销人员以及公司高管在当地的养老院或孤儿所等一些公益事业单位做义工从而既为社会献了一份爱心，又在宣传本营业部。何乐不为？相信这样的宣传对与老百姓来说比一些空洞的广告更具说服力在借势营销中，可以借助的手段是多方面的，比如：其他行业具有轰动效应的大事件；政府有关部门的政策法规；新闻媒体的各种报道等等。通过策划发挥、延伸实施，就可以为我所用，去实现自己的营销目标。

借势营销是一把双刃剑，它可能为企业带来丰厚的收益，也可能让企业的付出付诸流水。然而，只要企业对企业自身进行仔细分析，在适当的时机抓住自己需要的“靠山”和机会，正确运用公共关系，并进行有效的营销策划，必能获得成功！

## 二、以客户需求为导向，提高服务质量，形成竞争力。

其实，以客户需求为导向的营销理论不过是本营业部转换角度看问题的方法，是一种让消费者更容易接受产品/服务的营销工具。在竞争性市场中，顾客具有动态性，顾客忠诚度是变化的，他们会转移到其它企业。要提高顾客的忠诚度，赢得长期而稳定的市场，重要的营销策略是通过某些有效的方式在业务、需求等方面与顾客建立关联，形成一种互助、互求、互需的关系，把顾客与企业联系在一起，这样就大大减少了顾客流失的可能性。

面对迅速变化的市场，要满足顾客的需求，建立关联关系，企业必须建立快速反应机制，提高反应速度和回应力。这样可限度地减少抱怨，稳定客户群，减少客户转移的概率。提高服务水平，能够对问题快速反应并迅速解决。这是一种企业、顾客双赢的做法。（每隔半个月或股市出现重大问题时候对客户的回访。将客户反映的问题做记录。根据问题小组展开讨论，给予客户问题解决的方法）

三、同时，加强对客户维护，对其进行分类管理，大力推行关系营销，缩减成本扩大利润。

关系营销越来越重要了，在企业与客户的关系发生了本质性变化的市场环境中，抢占市场的关键已转变为与顾客建立长期而稳固的关系，从交易变成责任，从顾客变成拥护者，从管理营销组合变成管理和顾客的互动关系。记住二八定律，必须优先与创造企业80%利润的20%的那部分重要顾客建立牢固关系。否则把大部分的营销预算花在那些只创造公司20%利润的80%的顾客身上，不但效率低而且是一种浪费。而沟通是关系营销的重要手段。

四、营销的目的是利润，但执行的核心是公司员工。

对企业来说，市场营销的真正价值在于其为企业带来短期或长期的收入和利润。一方面，追求回报是营销发展的目的；另一方面，回报是维持市场关系的必要条件。企业要满足客户需求，为客户提供价值，但不能做“仆人”。因此，营销目标必须注重产出，注重企业在营销活动中的回报。一切营销活动都必须以为顾客及股东创造价值为目的。同样对员工来说，回报也是对其工作价值的肯定。从外部营销到树立内部营销理念。由于员工是客户的直接接触者，管理者的观念、思路和决策都要通过员工们的日常工作 and 行为来贯彻和体现。

事实上，内部员工应是营销活动的首要对象。“要善待客户，必须首先善待员工”，高度重视内部营销。处理好管理者\*和员工自主性的关系。首先，应该培养共同参与意识、共同的价值理念和行为准则、共同的归属感，努力为员工创造个人发展的机遇和条件。其次，处理好各部门之间的关系。建立明确的责任分工、畅通的信息流动系统及科学、公正的内部考核制度，并前后台效益挂钩，树立起群策群力的合作意识，保证各项政策持续而切实的贯彻。完善管理制度，增设优秀新人奖、开户纪录奖、市值纪录奖等奖项，完善薪资待遇(比如当月成交量达到600万/1000万/1500万等等的提成变法做到

多劳多得，奖罚分明。积极进行各项市场调查活动，能对公司的销售模式和销售政策，提出意见和建议。以人为本，追求个人价值。在新的体制和组织结构下，所有人员的价值由业绩来衡量和体现，而不以上级的主观评价为依据。同时，要形成尊重员工、关心员工的风气，摈弃那种牺牲或压抑员工个性的文化氛围，处处体现出亲和力。

综合来说，公司的营销思路应以客户为导向，以实施关系营销为指导思想，通过前期的成本控制，形成成本优势，打开市场，建立与客户的关联，通过差异化的个性化的服务，及时正确高效地处理客户的需求，建立同客户长期的稳定的关系，进一步形成口碑，树立公司在市场中的品牌形象，实现公司的市场战略。同时公司营销队伍管理上面，我觉得管理方面主要还是看公司的企业文化，企业文化要人性化、要朴素、踏实、奖罚分明，要有完善的体系和制度。组织员工培训。与投资公司、保险、安利等营销团队合作，资源共享，相互借鉴，请其优秀讲师授课，为我部客户经理培训营销技巧，养成积极心态。