

最新物业市场部上半年工作总结 市场部 上半年工作总结(汇总10篇)

总结是对前段社会实践活动进行全面回顾、检查的文种，这决定了总结有很强的客观性特征。大家想知道怎么样才能写一篇比较优质的总结吗？以下是小编精心整理的总结范文，供大家参考借鉴，希望可以帮助到有需要的朋友。

物业市场部上半年工作总结篇一

1、业务方面：制定公司的月度经营计划，并落实当月经营完成情况；编制整理月度市场信息报告，对公司的主要原材料及各种产品的市场信息进行分析，并提出相应的经营措施。

2、市场信息的收集：主要通过网络、媒体、客户反馈和公司内部

各部门进行收集和定制网络资讯。同时与国内的知名资讯公司进行交流，以增加市场信息的来源。

3、市场信息的作用：每月完成市场信息分析报告，由于信息的内容涉及较为广泛，对公司原材料及产品的未来市场走势做出相应的预测，为公司降低采购成本和提高了公司产品利润起到一定的指导作用。同时也为公司领导调整经营策略起了一定作用，如对2、3号机的原料价格及产品的价格进行预判，并做好毛利的测算工作，以指导2、3号的品种及生产计划。

4、存在的不足：市场调研力度不够，需加强。拓展更多的调研渠道，投入更多的精力于调研，以获得更多、更全面的市场信息。

市场部

20xx年7月8

物业市场部上半年工作总结篇二

在繁忙的工作中不知不觉又迎来了新的一年，回顾这一年的工作历程，工作在公司各位领导的正确领导下和各位营销人员的共同努力下，取得了一定的成绩（虽然离公司领导指定的目标还相差很远）。一年的工作历程不仅见证了我个人的成长过程、也见证了公司的发展过程。

市场部是负责营销业务的职能部门，是公司提高声誉，树立良好形象的一个重要窗口。制定营销方案起到参谋和助手的作用，它对公司疏通营销渠道、开拓市场、提高经济效益起到了重要促进作用。做好用户的宣传和解释工作，对客户进行拜访，采取发放名片，电话拜访等多种形式宣传，让大家放心的用上清洁、方便、环保、节能的天然气能源。

二、20__年工作成绩

已通气的区域、北山路北片牛奶厂__北山粮站，油橄榄基地__邮政超市；新开用户216户，收回旧户补交费142户，安装红外线烤火炉50余个，普遍反应良好。

三、工作中欠缺，还需加强的

- 1、详细记录好用户的资料，建立完善的用户档案。
- 2、树立市场观念。目前我们的用户群体尚有一定潜力可挖。今后，我们将采取灵活机智的营销策略，加大宣传力度，拓宽集团户渠道，提高整体效益。
- 3、强调团队精神，互相合作，互相帮助，营造一个和谐、积极的工作团体。

4、密切合作。主动协调与各部门做好配合工作，根据用户的要求，创造最佳效益。

市场纵有千变万变，在充满挑战的20__年，市场部勇于创新，迎难而上，勤勉工作，全身心投入公司的经营发展中去。

物业市场部上半年工作总结篇三

作为公司市场部督导这一职位，我在工作上有很多不到位的地方，没有使用好公司下发的考核标准。做事总是想到哪做到哪儿，工作没有合理的计划和总结，没有正确的工作方法。工作起来比较麻木，总是急于解决问题，做不到冷静的思考问题，没有合理的解决问题根本策略和方法。

解决方法：拟定一个属于自己的工作流程，每天按照此流程来展开工作(对每一项事情的了解和问题的处理都设有时间的限制)，这也就是被迫提高工作效率。经过一段时间的磨合，相信自己在工作方法上会有所改进，并且工作效率也会有所提升。

20xx年在公司业务方面，得到了小部分的成果，但其中也有很多是鉴于公司同事们的帮助和鼓励。我们的军团军规中有这么一句，当你进入一家讲究实效的公司，请用你的业绩说话。

在工作中总会提醒自己：所有出现的问题只有自己解决，等到别人的只有参考的意见和鼓励的话语，凡事全部需要自己才能解决，没有任何人来帮助你完成它。这样自己的依赖性就不会那么强，所有的问题只有自己去寻找解决方法。再苦再累，只有你的业绩才能证明你的能力，其它所有的只是空谈。

上半年工作中总结出：现在的公司只有较强的个人能力是不

行的，拥有公司的团队协作精神才是最为重要的。再强的个人永远比不上一支优秀的团队。目前团队的建设将成为下半年度的工作计划。在团队中我总是教导我的管理者，必须做到以身作则，严格要求自己。店铺的管理者需要的是解决问题的方法，而不是我们帮助他们解决问题。对于如何培养员工：只要员工犯的不是原则性问题，我们基本以引导和教导为主。员工不是被骂成才，她们同样也需要赞美和鼓励的话语，多给信心。

1. 自我学习力不够，总是需要鞭策；

2. 工作还有潜力没有全部发挥，需要改进工作方法；

1. 合理地安排自己的学习时间，没有特别重要的事情，不可打乱学习计划。

2. 给自己制定工作流程，不断改进工作方法，学习优秀的人是如何有效地安排自己的工作时间，利用好五项管理。

3. 在培训和会议之后学会总结和分析，分析出自己目前的工作问题，总结出自己如何更好的执行和布置工作。在实施之前做好充足的准备，将计划详细，实施的时候就比较轻松。

以上就是我对20xx年上半年的工作总结，在工作总结中分析出自己工作中存在的各种问题，对下半年的工作计划和目标有很大的帮助。接下来我会认真执行下半年的工作，为自己的目标而努力！

物业市场部上半年工作总结篇四

转眼已经到了xx年xx月份，根据自身的实际情况，我自己xx年上半年工作做出了评定和总结，提出了需要改进的地方以及解决方法。

作为公司市场部督导这一职位，我在工作上有很多不到位的地方，没有使用好公司下发的考核标准。做事总是想到哪做到哪儿，工作没有合理的计划和总结，没有正确的工作方法。工作起来比较麻木，总是急于解决问题，做不到冷静的思考问题，没有合理的解决问题根本策略和方法。

解决方法：拟定一个属于自己的工作流程，每天按照此流程来展开工作（对每一项事情的了解和问题的处理都设有时间的限制），这也就是被迫提高工作效率。经过一段时间的磨合，相信自己在工作方法上会有所改进，并且工作效率也会有所提升。

xx年在公司业务方面，得到了小部分的成果，但其中也有很多是鉴于公司同事们的帮助和鼓励。我们的军团军规中有这么一句，当你进入一家讲究实效的公司，请用你的业绩说话。

在工作中总会提醒自己：所有出现的问题只有自己解决，等到别人的只有参考的意见和鼓励的话语，凡事全部需要自己才能解决，没有任何人来帮助你完成它。这样自己的依赖性就不会那么强，所有的问题只有自己去寻找解决方法。再苦再累，只有你的业绩才能证明你的能力，其它所有的只是空谈。

上半年工作中总结出：现在的公司只有较强的个人能力是不行的，拥有公司的团队协作精神才是最为重要的。再强的个人永远比不上一支优秀的团队。目前团队的建设将成为下半年度的工作计划。在团队中我总是教导我的管理者，必须做到以身作则，严格要求自己。店铺的管理者需要的是解决问题的方法，而不是我们帮助他们解决问题。对于如何培养员工：只要员工犯的不是原则性问题，我们基本以引导和教导为主。员工不是被骂成才，她们同样也需要赞美和鼓励的话语，多给信心。

1. 自我学习力不够，总是需要鞭策。

2. 工作还有潜力没有全部发挥，需要改进工作方法。
3. 对于平时的培训及会议记录是有，但只是流于形式，没有最后的总结，采用和实施。
1. 合理地安排自己的学习时间，没有特别重要的事情，不可打乱学习计划。
2. 给自己制定工作流程，不断改进工作方法，学习优秀的人是如何有效地安排自己的工作时间，利用好五项管理。
3. 在培训和会议之后学会总结和分析，分析出自己目前的工作问题，总结出自己如何更好的执行和布置工作。在实施之前做好充足的准备，将计划详细，实施的时候就比较轻松。

以上就是我对xx年上半年的工作总结，在工作总结中分析出自己工作中存在的各种问题，对下半年的工作计划和目标有很大的帮助。接下来我会认真执行下半年的工作，为自己的目标而努力！

物业市场部上半年工作总结篇五

1、业务方面：制定公司的'月度经营计划，并落实当月经营完成情况；编制整理月度市场信息报告，对公司的主要原材料及各种产品的市场信息进行分析，并提出相应的经营措施。

2、市场信息的收集：主要通过网络、媒体、客户反馈和公司内部

各部门进行收集和定制网络资讯。同时与国内的知名资讯公司进行交流，以增加市场信息的来源。

3、市场信息的作用：每月完成市场信息分析报告，由于信息的内容涉及较为广泛，对公司原材料及产品的未来市场走势

做出相应的预测，为公司降低采购成本和提高了公司产品利润起到一定的指导作用。同时也为公司领导调整经营策略起了一定作用，如对2、3号机的原料价格及产品的价格进行预判，并做好毛利的测算工作，以指导2、3号的品种及生产计划。

4、存在的不足：市场调研力度不够，需加强。拓展更多的调研渠道，投入更多的精力于调研，以获得更多、更全面的市场信息。

市场部

20xx年7月8

物业市场部上半年工作总结篇六

（一）规范化零售终端建设深入推进。

xx年年，公司进行了规范化零售终端建设，在卷烟陈列形象、明码标价和明码实价、店面环境整治、促进零售户规范经营等上面展开大量的工作。20xx年的终端建设工作是在xx年取得良好成效的基础上，进行深化和推广。

1、店容店貌进一步美化，卷烟陈列更加规范。继续提升规范化终端建设水平。规范化零售终端建设，作为我们余杭烟草的创新工作，市场部全体同志在思想上高度重视，以高度的责任感和使命感参与这项工作。加强和零售客户的沟通联系，争取使零售户理解并支持标准化零售终端建设的开展，在前期宣传的基础上，加快对经营环境的整改，共整改零售户300余家，示范街效应逐步扩大到各条营销线路，并得到零售户的好评。

2、明码标价实现客户从被动使用到主动使用的过程。随着明

码标价工作的进一步展开，从示范街的对明码标价的应用到普及推广，逐步为广大零售户和消费者所接受，标价签陈列是否到位，成为零售客户能否稳定和提升经营业绩的重要手段。在辖区内，一些原来不愿意配合明码标价的客户，在明码标价逐步普及的大环境下，感受到自身经营受到威胁，经历了从拒绝陈列到主动要求的过程，标价签陈列规范度进一步提高，一烟一签、一一对应工作开展顺利。在使用小型明码标价签以后，缓解了标价签缺少、遗失、破旧的现象，终端维护的工作效率有所提高。

3. vi形象标识系统的推广。随着规范化零售终端建设的深入，公司计划在余杭市场部推广vi形象标识系统，在前期临平市场部、塘栖市场部取得经验的基础上，经过让零售客户观看《终端之门》专题片，该项工作普遍得到了零售客户的拥护，目前已经确定31家零售户为第一批vi形象标识客户，门面尺寸的量取、vi标识门头和vi标识柜台制作等相关工作已经在紧锣密鼓的开展vi形象标识系统的推广应用，为进一步提升规范化终端建设水平、提升卷烟销售网络竞争力、提升卷烟零售客户盈利等各个方面提供了良好的契机。

（二）推进工商协同，加强品牌培育。

1、充分挖掘市场潜力。一是配合规范化零售终端建设，结合《卷烟陈列标准》促进零售客户对省外一二类烟和低档烟销售的重视，一二类烟和低档烟销售有一个快捷、便利的环境，二是加强库存监测工作，通过对客户前期、同期的低档烟销售对比，了解市场销售走势以及消费者需求状况，把握消费特征，合理安排货源供应与供应定量，确保省外一二类烟和低档烟的可持续增长，为推进建立二十多个重点骨干品牌和十多个视同骨干品牌的销售结构打好坚实基础。

2、强化市场销售管理。以《零售客户积分制考核》加强零售客户对销售低档烟的积极性。在零售客户积分制考核中，增

加省外一二类烟与低档烟分值比例，促使零售客户转变销售结构，利用客户分类中的定量，提高零售客户销售省外一二类烟和低档烟的积极性，引导市场消费积极向重点骨干品牌转移。

3、加强重点品牌销售进度管理。结合分公司二级考核和市场部三级考核，将重点品牌销售进度作为一项重要经济运行考核指标，按月下达重点品牌培育任务，从上柜率和销量两个方面进行当月培育品牌的考核工作，促使客户经理在日常市场走访中加强对重点品牌的培育，进一步了解市场需求和消费趋势，通过客户经理对客户的沟通和交流，掌握区域市场销售特征与零售客户销售需求，为公司合理下达销售指标提供依据。

4、重点品牌培育效果良好。根据“两个跨越”和建立“大企业、大市场、大品牌”的战略要求，公司在今年上半年引进了较多的省外重点品牌，余杭市场部在培育好经典100红塔山、紫云烟、黄鹤楼系列、贵烟、白沙系列等重点省外品牌的同时，对本年度上市的泰山（望岳）、黄山（1993）、金圣（祥和）、全硬阳光娇子等新品牌做好市场培育工作，关注零售客户动销情况和库存情况，在对新品牌培育过程中出现的问题做好汇总和分析。随着品牌整合节奏的加快，市场部的品牌培育工作也紧紧围绕“重点骨干”品牌进行展开，到目前为止，经典100红塔山、云烟（紫）等全国大品牌已经成长为主销品牌。在省内品牌上，针对新安江（全软）改版为大红鹰（软蓝）的情况，加大市场宣传力度，依靠新安江（全软）打下的市场基础，通过发放宣传单页、市场走访告知等工作，使新安江（全软）顺利实现向大红鹰（软蓝）的过度，目前大红鹰软蓝已经基本上达到了品牌整合前的销售量，实现成功过度。

（三）配合推进地区营销、配送一体化运作。

20xx年11月份开始，杭州地区实行卷烟营销、卷烟配送一体

化运行，余杭市场部在充分重视的基础上，从9月底开始就展开了预备工作，针对地区营销配送一体化运行与原来运行方式的不同，展开了一系列的营销线路和配送线路的组合，按照《营销一体化方案》对客户类别做了相关的方案调整，顺利实现了到卷烟营销、物流的一体化运行。

1、整合配送线路与营销线路。因为订货线路与营销线路的关联性极强，在经过市场调查和听取送货员、客户经理、卷烟零售户多方意见的基础上，对营销一组、二组、三组、四组的零售户进行了重新分片，将原有六条配送线路整合到三条，一方面便于订货工作的顺利开展，另外一方面也便于客户经理和送货员的'市场走访和送货线路顺畅，并对各组上下午分别订货的情况做了相关调整。在调整之前，加强对零售客户的宣传工作，发放《告全市烟草零售客户书》，对每个零售客户的订货时间、送货时间向零售客户通知到位，通过送货员和客户经理之间的配合，对客户经理新辖客户、送货员新送货客户提前熟悉，确保了地区营销配送一体化的顺利进行和开展。

2、新的客户分类办法以及限量。地区营销配送一体化实行的同时，按照地区营销一体化运行方案的要求，将原来七类客户分类的方法扩展到46个小类。因为新的客户分类办法没有将积分制管理的因素考虑在内，原来的客户配合度因素被忽略，营销一体化运行以后，在货源的供应上与原来有一定的差别，其中一些客户能够得到的有效货源比原来更多，同时也有一批客户得到的货源相对比原来少。导致了一部分客户的不满情绪，在这样的情况下，一方面由客户经理向零售客户展开了解释工作，另一方面，积极向上级部门建议继续开展积分制管理，同时，积分制管理工作仍旧按原计划进行。

（四）提高服务品质，提升客户满意度。

1、信息沟通。除客户经理市场走访、配送员配合发放各类宣传资料等当面沟通之外，加强“百事通”音讯信息发布平台

的使用，确保信息交流及时到位，拓宽沟通内容，增强沟通深度。对卷烟经营信息、卷烟新品牌推介、卷烟价格调整、卷烟到货、断货信息、卷烟退市信息、临时性通知等各类重要的内容保证和零售客户沟通到位，加强卷烟防盗、防调包、防霉等安全、储存方面知识的宣传，做到信息宣传无盲点。

拓展经营思路，扩大陈列宽度，以达到缓解主销卷烟货源压力、提升辅助品牌市场占有率的目的。同时注重对零售客户的个性化服务，针对零售户的个性、商圈类型、消费特征等不同情况，有针对性地对客户开展指导，努力帮助零售客户提升经营能力。结合《客户经营指导手册》的应用，每月对库存监测客户做出相关的经营分析，对于客户在经营中的优点、缺点、机会、不足等在“经营指导书”中进行指出，分析客户每月的盈利情况，为客户更好地提升经营业绩献计献策。

物业市场部上半年工作总结篇七

电信公司市场部20xx年上半年工作总结回顾过去，特别20xx年至今，市场部营销中心、客情中心、营业厅等各方面工作在去年成立后良好开端的基础上，按照分公司和上级公司的部署要求，继续稳定老用户，快速发展、挖潜新用户、拓展大客户上取得了一定成绩。为实现分公司全年目标以及在xx的品牌和整体形象上，市场部全体员工坚持“改革、发展、稳定”的大局，尽心尽力工作，并发扬艰苦创业精神，在分公司领导下，在激烈的市场竞争中开拓前进。

一、主要工作

- 1、拓展市场分公司还处于创业阶段，本部门把稳定现有用户，不断拓展市场，发展住宅、商业用户以及应对电信公司的拆反工作摆在首位。

加强宣传工作采取多种形式宣传网通各项业务，扩大分公司在xx的影响力和知名度。上半年举行户外宣传活动共计四次，参加人数150人次。

积极发展大客户加强与本地各部门之间的沟通和协调。除去年公安局、交通局、古南镇等数家大客户单位转网外，今年上半年还有旅游局、县编办、县信访办等单位以及在xx县有较大知名度的酒楼、娱乐场所集体转网，目前正在联系洽谈的还有国土房管局、交管所等单位。

2、营销工作把营销工作作为分公司提高经济效益的主渠道，摆在本部门的突出位置。下设的营销中心、客服中心、营业厅按规范化、制度化的要求处理好各项业务工作。上半年固定电话应收入1083780.5万元；宽带应收入268098.15万元。对欠费的一般用户与大客户单位进行了追缴工作（此项工作由客服中心主要负责），并取得了一定成效。

3、客情工作作为巩固市场的关键性工作今年3月新成立的客服中心按照要求，建立了详细的网通客户资料档案，并分片区、定人员，点对点进行客户回访。客情人员主动为用户擦洗、清洁话机，以此提高服务质量，改善服务态度，这项工作得到了用户的认可。上半年，营销中心共回访网通居民用户约4000户（次），大客户约90户（次）。

搞好热线服务，及时答复、处理客户的各种咨询与意见。上半年接听服务电话约2300次，并配合有关部门妥善解释和处理，避免和减轻了负面影响。如：今年月，我公司在南坪的光缆被撞断，造成古南城区大面积电话信号中断，给我公司造成了一定负面影响。此事故发生后，服务热线逐一通知大客户，并对打进的用户热线作好解释工作，为我公司挽回了声誉。

4、自身建设把本部门的思想建设和业务建设作为基础性工作。加强内部管理，严格执行各项规章制度；组织部门员工学习

业务知识、强化培训、洗脑，以此提高业务水平，培养成为合格的网通员工队伍。

- 1、针对电信的拆反工作，我们没有较强的市场敏锐性以及完善的应对措施。
- 2、市场开拓尽管受诸因素制约，难度较大，但我们有时还是停留在原始的营销方式中，没有多位思考营销手段。
- 3、员工的业务素质，认识和处理问题的能力不强，有待进一步增强。

三、下半年工作计划

- 1、首先增强市场竞争意识，坚持每周一次的业务培训，增强团队精神，用优良的服务质量、服务态度稳定和巩固来之不易的市场成果。
- 2、市场部为实现分公司下半年任务（固定电话3300户、宽带700户），将在8、9、10月大力拓展固定电话20xx户（每月分别为680户），宽带540户（每月540户），以上任务指标市场部将不折不扣的落实到每个员工及每项工作中去，以实现和超额完成公司的总体目标而努力奋斗。

物业市场部上半年工作总结篇八

- 1、部门多次召开会议就如何完成公司的年度目标进行认真的讨论，充分挖掘每一个人对xx工作的饱满热情和主观能动性，最大程度的发挥他们的聪明才智。并对部门内人员工作内容作了更加明确的分工。
- 2、努力提高信息管理工作的团队协作精神，明确公司整体协调一致的工作要求□xx事业必须靠全体人员共同努力，高度服从指挥，整体协调一致，才能保持可持续的增长和健康的发

展。所以，把教育本部门人员加强与办事处的沟通和协调，与其它部门人员的协作作为一项日常工作来抓，同时敦促办事处不但要做好业主的销售前的服务工作，还要增强为企业内部其它部门提供工作允许范围信息或工作便利的服务意识。

3、根据年初确定的目标，组织市场部相关人员督导和协助各办事处加强市场信息网络工作。对各办事处的具体工作实施信息网络的考核制度，制定考核方案，规定具体的量化标准。

4、组织实施营销系统内市场开发助理和销售工程师的培训工作，使他们在短期的十天左右个人综合素质得至显著的提高，为他们今后服务于xx□奉献于xx奠定了坚实的基矗。

上半年发展信息网络成员212人。上报有价值信息共274条。

上半年策划正式培训2次，共65人次。其中xx等人经培训后已前往各地办事处担任领导工作。

品牌是企业的整体实力的综合反应，每一个成功的企业都有一个响亮的品牌□xx的品牌效应在今年上半年的业务接洽起着十分关键的作用，半年工作总结《市场部上半年工作总结》。这主要得益于公司高层决策领导始终如一的高度重视和多年来持之以恒的高投入的品牌推广工作。由于品牌影响力的不断增强，业主接受xx产品的概率大提高，市场开发助理宣传自身企业和钢结构业绩的投入也会逐步减少。作为公司品牌推广的职能和主导部门，市场部充分利用各种行业协会、展览会及各种媒体进行了长期的、大量的、细致的、有效的品牌推广工作。并经过，为xx钢结构有限公司在xx□xx两个省会城市周密地组织和精心地策划了有xx委员会主要领导和省建设厅领导参加的大型推广会，取得了预期的效果。事先策划好的股份公司在xx省会xx举办的品牌推广会因“xx”影响而推迟至下半年。

客户接待工作是一项纷繁复杂而又十分重要的工作。它既是众多现实和潜在的客户了解xx的重要窗口，又是公司展示自己外在形象和综合实力的平台。对公司业务的接洽起至关重要的润滑剂作用，有时甚至直接决定着业务的成败。在布置客户接待工作中，首先是对该项工作从思想上十分重视，能以热情和真诚为原则来对待每一个客户。其次，以毫无怨言地奉献自己的休息时间和毫无保留地付出自己的辛勤努力为必要前提，并善始善终，一如既往，持之以恒。再次，能发扬单总提出的一元钱精神，力所能及地降低接待成本，杜绝接待中的一切浪费，并把节省成本当作自己工作的一个方向和目标。但这不是说无限度地减少接待费用，以牺牲接待效果为代价。在尽量节省开支和保证接待效果上，把握好一个度。一方面与相关的各大餐饮、宾馆、娱乐等企业签订了协议，获得了最大程度的优惠。另一方面我们对每一环节和步骤都加以推敲和权衡，厉行节约。使这项工作既能领导和商务部、办事处人员充分的肯定，又能得到客户良好的评价。

上半年接待客户99批次，共401人。

1□xx的营销和技术系统的日常行政工作已形成市场部的工作职能之一。部门人员为此付出相当多的时间和精力。但经过努力后，不但使日常管理开支大大减少，而且使这项繁杂琐碎的工作做得更加井井有条和严谨周密，得到了绝大多数领导和员工的一致好评。

2、费用的管理：

市场部承担着营销系统乃至xx总部各部门费用的审核、报销工作。我们能够严格按照公司制定的各项制度来控制各项费用开支。同时制定了营销系统办公用品的购买、申领制度。做好xx总部的财务管理工作。

3、办事处人员的辞退和招聘：

年初为了完善办事处的管理，本部门会同商务部和投标办制定了办事处管理细则，每月进行考核。对不能胜任本职工作的人员进行淘汰，截止6月底，共清退人员12名。同时广纳人才，配合人力资源部和营销系统其他部门开展招聘工作。上半年共招聘26名各类人才充实到营销系统各部门、办事处任职。

4、建立健全营销系统和本部门管理制度：

为了使营销系统管理水平适应公司快速发展需要，上半年市场部建立和完善了多项工作制度、标准、作业指导书等。其中有《来客参观生产基地制度》（配有《来访客户参观生产基地线路图》）、《前台值班制度》、《信息网络管理细则及考核办法》对日常管理工作的正规化都起到了显著作用。特别是xx管理体系第三层次文件的编制，包括《市场部工作职责》、《市场部人员工作职责》、《客户接待工作规定》。使营销系统和市场部的管理工作逐步趋向规范化、标准化、系统化和科学化。

物业市场部上半年工作总结篇九

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）

（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：

20xx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。

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。

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

强化拓展部内部审计制度，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。

物业市场部上半年工作总结篇十

（一）所作的工作

三月份：

1. 制作了两篇分别针对新患者和老非会员的营销信函。
2. 协助x经理创作4月份的援助和赠书广告文案。
3. 学习糖尿病基础病理知识：主要学习书目有基地的《糖尿病康复指南》、《糖尿病300问》、中国古籍出版社的《糖尿病、高血压防治全书》等。
4. 营销理论学习方面，研读了一些经典的营销书籍，如周景勤北京大学出版社的《营销策划》、迈克尔.r.所罗门《消费者行为学》等。

四月份：

2. 制作了第一版的非会员调研的调研问卷

3. 在x经理的指导下尝试创作4月份的广告文案。
4. 研读了科特勒《市场营销学》一书。
5. 协助x经理进行机构册子大纲的编制及初步组稿。

五月份：

1. 协助x经理打造机构册子，主要工作有前期的文字内容的撰写、中期的文字梳理及后期校对工作。
2. 协助x经理编制第一版的产品册子大纲，并进行相关文字稿的撰写、组稿工作。
3. 按照x总的要求，在x经理的指导下，制作了第二版的非会员调研的调研问卷。
4. 与x经理协商制定八周年专题碟片脚本大纲，并经由初步的文字组稿。

六月份：

1. 按照x总的要求，在x经理的指导下编撰产品册子第二修改版的大纲，并与x经理分工完成册子文字稿的撰写、梳理及校对工作。
2. 在与x经理探讨后，完成第二个版本的八周年专题碟片的脚本文字稿。

（二）工作绩效的自我评估

回顾总结这四个月所作的工作，可以用一句话来进行绩效方面的自我评估，那就是：付出了很大的智力劳动，但最终的成为可以用来量化的成果却少的可怜。而导致这一结果的原

因是多方面的，这个我会在接下来的教训总结中加以反思。

思想上

1. 在不断的自我发现中，我更加的自信了，以前稍显内向的性格开始变得活跃起来，对生活，对未来充满了希望。在此，我要特别感谢6月份的那次拓展。
2. 对于“林欲静而风不止，子欲孝而亲不待”的含义有了更加深刻的理解，深刻地认识到了父母的艰辛和亲情的温暖。如果说这半年来，我确实成长了的话，那么这一方面的转变应该算是一个很重要的方面。感谢公司的家人文化，感谢公司温暖和谐的工作氛围，正是因为有了这些，我才在这一方面有了更快的成长。
3. 认识到了“不耻下问”、“三人行必有我师”的学习精神的重要性，我深深的懂得我只是一个才来社会的“毛头小子”，要学的东西太多太多，而公司的每一个人不论管理人员还是销售人员，都是我的前辈，都有我可以学习的地方。比如，从x总的身上我学到了很多做人、处世的道理，从x总的身上我看到了中国传统文化的博大精神，而他精彩演绎也使我有了一种狠补国学的冲动□x总的在经营和营销上的高瞻远瞩、运筹帷幄及其超强的信息分析和处理能力是我梦寐以求的智慧风采□x副总高超的演讲技巧和对团队强大的掌控力使我艳羡不已□x经理和x经理对于工作的务实和一丝不苟的精神是我要努力学习的，同时像xx□xx□xx等家人这种富有朝气，嬉笑人生的乐观生活态度也给我留下了深刻印象。

技能上：

1. 文字功底有了进一步的提高，这是在公司领导如x总、x经理的鼓励和指导下，我勤加练习的一个结果。
2. 以营销学的视角分析问题、解决问题的能力有所提高。这

主要是公司培训和我的日常涉猎的一个结果。

3. 工作上，人际沟通能力有所提高。

经验上：

1. 将读书视为一种工作的常态。我认为在不影响正常工作的前提下，每天坚持读书是非常必要的。学习能力的强弱和学习上的自觉性直接决定着一个团队的生命力的强弱。而打造学习型团队，公司的培训当然必不可少，但给员工营造一个浓厚的学习氛围也同样不可或缺。

2. 将交流作为工作的必须。半年的工作经历告诉我，没有进行前期充分的沟通，是导致工作效率低下的一个主要原因，所以为了提高工作效率充分的组织沟通是保障。

1. 思维常常太过于活跃，而这种活跃往往是盲目的，导致很多时候把文案的写作想象成了可以天马行空的东西，缺少了营销方面的考虑，这是文案工作者很不成熟、不专业的表现，必须改之。

2. 缺少务实精神，老是凭直觉做出判断，导致很多时候自己的东西带有强烈的个人色彩，而不被认可。在身经百战、阅历丰富的基础上，有时候直觉是有效的，但对于一个初入门的人来说，凭直觉行事绝对是一件危险的事，以后必须审慎从之。

3. 缺少把工作做精致的耐心。这其实是责任心的一种修炼。在前半年的工作中，我不得不承认在一种很可怕的自满心理，当一篇文案得到曹经理的赞扬甚或是通过后，我都会产生一种很不该有的自满心理，老是认为自己其实还是很优秀的。“满招损，谦受益”的警言，看来还得常驻于心。

以上就是我这半年工作的一个回顾和总结，有成绩也有教训，

而只有不断的反思才能使这些成绩和教训转化为有益的工作和人生经验。而在接下来的工作中，只有一如既往的坚持好的（如爱学习、爱思考、“不创新毋宁死”的精神等），义无反顾的摒弃不好的（如不务实、少耐心、有点小自满等），我才能在这么好的一个历练平台上更快的成长起来，才能使自己的人生更加的多姿多彩！