

最新口腔营销半年工作总结 上半年营销工作总结(大全6篇)

对某一单位、某一部门工作进行全面性总结，既反映工作的概况，取得的成绩，存在的问题、缺点，也要写经验教训和今后如何改进的意见等。那么我们该如何写一篇较为完美的总结呢？下面是我给大家整理的总结范文，欢迎大家阅读分享借鉴，希望对大家能够有所帮助。

口腔营销半年工作总结 上半年营销工作总结篇一

(三)加强网建和零售终端建设，市场基础进一步牢固。在市局(有限公司)的安排和指导下，____区局(部)上半年对辖区1200名零售户分13次进行了集中培训，大大提升零售户的销售技能，进一步拉近了烟草企业与零售户之间的关系，为今后的各项工作顺利开展打下基础。继续深化订单供货工作，在全区范围内开展社会库存和客户需求情况普查，主要领导、业务经理、业务主管带头深入一线、深入市场、走访客户、摸透实情，切实掌握卷烟市场需求情况，推进订单供货工作从总量预测向单品牌需求预测、月度预测向中长期预测“两个转变”。积极协调银行、零售户与烟草三方关系，大力推行电子结算业务。目前，已有1581户烟草零售户加入电子结算业务，其中城区745户，乡镇驻地836户。加强品牌管理和培育，对重点牌号，尤其是鲁产一二类烟的上柜率纳入考核，通过“客户经理日宣传，市场经理日调度，营销副科长周规划，营销科长月分析”的工作模式，加强对30个重点品牌的管理，品牌集中度和美誉度进一步提升。

(四)大力构建制度化管理体系，规范自律水平进一步提高。深入稳妥地推进用工分配制度改革，实现了人员优化、过度平稳。对照新颁布的《部门职责及岗位说明书》，制定严格细致的岗位目标考核方案，各项基础工作的考核同薪酬增减、职级升降紧密联系起来，促进各项工作上水平。组织专卖科、

营销科、考核办、财务等部门，深入开展“规范自律年”活动。认真落实规范经营明示承诺、国家局关于规范经营的“五条禁令”和行业内其他有关规定，增强内管监督力度。深入开展三项检查“回头看”活动，在总结经验成果的基础上，建立健全了自律、监管和追责有序衔接的长效监管机制。强化财务预算的定额管理和执行控制，大力压缩招待费、办公费、燃油费等费用支出，并深入开展“小金库”自查自纠活动，企业规范管理水平进一步提高。

(五)扎实推进安全稳定工作，和谐企业建设成效显著。继续加强和完善职业健康安全工作，进一步建立健全各项安全生产规章制度和操作规程，坚持每月一次安全例会、一次安全生产教育培训、一次安全生产大检查，实现了安全管理工作的痕迹化、程序化。先后投入资金30余万元，夯实各项安全基础设施，对办公楼外墙等重要危险源进行控制或消除，半年未发生任何安全生产事故。深入稳妥地推进用工分配制度改革，谨慎做好新老制度的衔接和各方利益平衡，做到了绝大多数人满意，保证了企业的和谐稳定。进一步做好离退休人员工作，深入推进“文化养老”机制建设，落实离退休人员的政治、经济“两项待遇”和政务知情、企务参与、生活保障、文化娱乐、心理安慰“五种需求”，营造出和谐融洽的良好发展氛围。

上半年，____区局(部)虽然取得了一定的成绩，但是，应该清醒地认识到，与烟台烟草“率先走在全国前列”的奋斗目标比，与____区局(部)在烟台烟草大发展中应做的贡献比，还存在不足，主要表现在四个方面。

一是思想解放不够彻底。虽然深入进行解放思想，但是，有些同志还是不能迅速从原有的思维定势中转变过来，有的产生骄傲自满、不思进取的苗头性倾向，有的产生了安于现状的想法，有的对当前发展面临的困难和压力预见不足，对走在全省、全国前列的目标要求畏难发愁，觉得任务重，完不成，缺乏志气和底气。

二是经济运行质量和效益不够好。有些经济指标虽然走在了全市、全省前列，但经济发展的基础还不够稳固，经济运行的质量和经济效益同发达地区相比还不够高不够好，工作中缺乏严格系统的质量体系规范，一定程度上存在粗放经营、急功近利的现象，与可持续发展的路子不相适应。

三是队伍结构和素质不够优化。存在人员素质参差不齐的状况。同时，随着中层以上领导干部的年龄越来越大，后备力量不足的问题也越来越突出。同时，局(部)一些激励机制发挥作用也不明显，一定程度上限制了职工积极性的发挥。

四是学习能力不够强。干部职工学习意识、自我提升能力不高，除平时局(部)统一组织的培训外，较少干部职工能够利用业余时间自发地学习充电，局(部)还形不成注重学习的良好氛围，成为制约____烟草厚积博发、充满活力的一大“软肋”。

口腔营销半年工作总结 上半年营销工作总结篇二

接待人员是展现公司形象的第一人，在工作中，我严格按照公司要求，工装上岗，热情对待每一位来访客户，并指引到相关办公室，为领导提供了方便，也为客户提供了方便。半年来，共计接待用户达xx人次左右。

1. 外部会议接待参与接待了xx全省财务会议、运维部工作会议、人力监察培训会议、全省xx网经营部工作会议、神族分公司与神族分公司共同召开的经营分析会等大型会议，在这种外部会议中，严格按照会议需求高标准布置会场，积极协调酒店相关事宜，并做好会议过程中的服务，在这个过程中，我学到了更多的待人接物，服务礼物等相关知识，积累了很多的经验。2. 内部会议管理按照各部门的需求合理安排会议室，以免造成会议冲突，并注意做好相关登记，以及会议室的卫生保持，公众物品的善后检查等工作，以便为本部人员提供更好的服务。半年来，共安排内部会议xx次以上。

在这方面，严格按照公司要求，周一汇总收集报销单据，周二找领导签字后录入xx系统，并做好登记工作。半年来，录入报销单据xx余份。合同录入xx余份。

xx年7月，因部门人员变动，我被调至办公室，从事公安查询、外部文件签收、工会、办公耗材、食堂管理等工作。后期，又接手信息采编、会议记录、联通之窗、行政库管理等工作。

在完成本职工作的同时，认真完成领导交办的随机工作，并积极参加公司组织的各项活动，协助领导同事筹备了首届职工运动会；在xx诚信演讲活动中获得第一名□xx诚信演讲比赛获三等奖，目前正在积极筹备xx年文艺汇演的节目汇总、选拔、演出等工作。

在工作中主动性不足，与领导沟通较少，遇事考虑不够周全、不够细致。文字功底欠缺，在信息报送环节没有做到及时抓住公司信息亮点，导致信息数量和质量不高，影响公司在全省的信息排名。

1. 加强自身学习，结合综合部实际，多从细节考虑，紧跟领导意图，协调好内外部关系，多为领导分忧解难。
2. 积极学习其他单位、酒店等会议接待经验，提高接待水平，提升公司形象。
3. 做好工会工作，推出有意义的活动，加强沟通交流，并将“工会送温暖”活动继续开展下去。
4. 加强食堂管理工作，进行市场调查，加大费用管控力度，营造温馨舒适、价格低廉的就餐环境。

在新的半年里，我将总结经验，克服不足，加强学习，为公司的发展壮大贡献自己的绵薄之力。

口腔营销半年工作总结 上半年营销工作总结篇三

从营销的对象来看，企业营销的对象不再是单一的产品和服

务而是各种有价值的事物，都可以进行有效地利用。今天本站小编给大家为您整理了营销专员半年工作总结，希望对大家有所帮助。

经过这半年的广告营销一线工作的总结，我仿佛拨开云雾见月明。自己之前也总结了一些做业务的简单流程何方法，这让我感觉到无论做什么工作，都是有章可循的，掌握一定的方法流程，做起事来会收到事半功倍的效果。

作为一个营销战场上的新兵，我意识到多见客户、多跑，善于和客户做朋友——这是我认识到自己的不足之处。往往有些客户和我谈起想做些宣传计划，我常常都是觉得对方只是想了解了解，并无实质性合作意识，怕被客户拒绝，所以很少与客户见面交流。在找到一些信息后，总是心动而不行动。也正如我在上次交流会中总结出来的做业务必须做到的三点：闻、思、行。

闻——朝闻天下的“闻”，就是多听、多看、多学，只要能被我们“闻”到的都是值得我们学习借鉴。只有博学善学，处处留心，多听、多看，才能使自己触类旁通，从而产生创新思维。

是不可取的，而且有时候我们听到的，看到的太多，思路也会容易混乱，因此更需要思考，来理清思路，找出出路。今天的总结也就好比一个头脑风暴室，在这里我们将自己的所见所闻与大家分享，然后天马行空，奇思妙想，常常能碰撞出创新的火花，并立竿见影的解决一些燃眉之急。

行——快速行动的“行”，就是立刻去做。学习本身并非目的，目的在于实践。我们要把学到的知识和技能运用到工作中，转化成生产力，才能不断提高自己的能力。

通过这次总结之后，让我明白要想做好业务，除了拥有永不放弃的信心之外，必须不断完善自我。专业的媒介营销人员

在做业务的过程，是不断总结学习的过程，以自身的业务素质获得客户的信任，从而提高客户对频道的依赖度。客户的信任很大程度上依赖于业务人员的业务素质。从现在起，我给自己再次规划工作计划，下任务，也给自己加油，希望用好的业绩来报答我敬爱的领导。

上半年已经过去，新的挑战又在眼前。在上半年里，有压力也有挑战。年初的时候，房地产市场还没有完全复苏，那时的压力其实挺大的。客户有着重重顾虑，媒体有各种不利宣传，我却坚信青岛地产的稳定性和升值潜力，在稍后的几个月里，房市回升，我和同事们抓紧时机，达到了公司指标，创造了不错的业绩。

在实践工作中，我又对营销有了新的体验，在此我总结几点与大家分享：

(一)不做作，以诚相待，客户分辨的出真心假意。得到客户信任，客户听你的，反之，你所说的一切，都将起到反效果。

(二)了解客户需求。第一时间了解客户所需要的，做针对性讲解，否则，所说的一切都是白费时间。

(三)推荐房源要有把握，了解所有的房子，包括它的优劣势，做到对客户的所有问题都有合理解释，但对于明显硬伤，则不要强词夺理，任何东西没有完美的，要使客户了解，如果你看到了完美的，那必定存在谎言。

(四)保持客户关系，每个客户都有各种人脉，只要保证他们对项目的喜爱，他们会将喜爱传递，资源无穷无尽。

(五) 确定自己的身份，我们不是在卖房子，而是顾问，以我们的专业来帮助客户。多与客户讲讲专业知识，中立的评价其它楼盘，都可以增加客户的信任度。

(六)团结、协作，好的团队所必需的。

自己也还存在一些需要改进之处：

一、有时缺乏耐心，对于一些问题较多或说话比较冲的客户往往会针锋相对。其实，对于这种客户可能采用迂回、或以柔克刚的方式更加有效，所以，今后要收敛脾气，增加耐心，使客户感觉更加贴心，才会有更多信任。

二、对客户关切不够。有一些客户，需要销售人员的时时关切，否则，他们有问题可能不会找你询问，而是自己去找别人打听或自己瞎琢磨，这样，我们就会对他的成交丧失主动权。所以，以后我要加强与客户的联络，时时关切，通过询问引出他们心中的问题，再委婉解决，这样不但可以掌握先机，操控全局，而且还可以增加与客户之间的感情，增加客带的机率。

现今我已来工作半年多了，在上半年的工作中，本人的销售套数为69套，总销额为6千万。在今后的工作中，我要更加完善自己，提升自己，增加各方面的知识和对青岛各个地区的了解，不但要做好这个项目，更要跟着公司一起转战南北，开拓新的战场。

在此，我非常感谢领导给我的这次锻炼机会，我也会更加努力的去工作，去学习，交出自己满意的成绩单。

销售部自**年初以来，认真贯彻集团公司关于认真抓好制冷机组市场销售的指示精神，在公司领导的正确指导和管理下，销售部下大力充实了销售一线业务人员队伍并组织进行了培训，注重抓好了各重点渔港的代理制销售网络的建设和目标客户群体的巩固，全国各大渔港的代理制销售网络现已陆续建立，业务员与代理商之间的沟通、协调能力也在逐步增强，我们在对制冷机组进行市场开发的过程中，不断探索代理销售的新方法、新思路，从目前的销售情况看，我们的销售工

作正承现出良好的发展势头。现将销售部上半年销售工作情况及所存在的问题作一简单的总结，并对销售部下一步工作的开展提几点看法。

一、销售部成员组成

目前，销售部共有业务人员9人，他们进公司的时间最短的也有3个月，经过公司多次系统地培训后，他们已基本熟悉了制冷机组的技术性能、构造以及代理制销售业务运作的相关流程。对这9名业务人员，我们按业务对象和重点进行了任务区分，在业务人员比较少的情况下，使每名业务员既当终端客户的业务员又当代理商主管，既突出了业务工作的重点，又防止了市场出现空白和漏洞。与此同时，销售部长在统抓全面销售的情况下，不定时的对各个分点进行实地检查督导，与代理商当面沟通，探讨分季节段的制冷机组销售工作，使销售部的工作稳步发展。

二、建立了一套系统的业务管理制度和办法

第三制定并规范了代理销售合同。在原有代理销售合同的基础上，我们又请集团法律顾问对代理销售合同进行了再规范，在与代理商签订合同时基本没出现因合同制定而发生的迟签和不签现象。第四形成了“总结问题，提高自己”的业务办公会制度。业务人员每次出差回来后首先到销售部集中报到，由销售部长主持如开业务办公会，及时找出工作中存在的问题，并调整营销策略，尊重业务人员的意见，以市场需求为导向，大大地提高了工作效率。

三、统一思想，端正态度

从销售部成立之初，我们便站在以寻找战略伙伴的角度，和公司一道谋求制冷机组快速推进市场的方法。坚持短期效益和长远计划相结合的方向，一方面尽快寻找具有良好影响力和推广力的代理商，一方面大量的作基础性工作，深入渔港，

了解掌握各地渔业的基本情况和渔民的观念、效益和保鲜需求，扩大渔民对产品的认知度，为以后全面推进市场作好铺垫。并试图以现有的价格体系磨合市场，保证公司的利益，由始至今我们一直坚持，对产品充满信心，并不计成本地努力。

工作中我们以指导代理商销售帮助代理商尽快建立起自己的销售网络为主。在建立代理制销售网络之初，我们加大了对代理商的考查力度，接待各地前来公司考察的代理商有30余人次，最终我们从实力较强的8人中选定为代理商重点考察培养对象，现已签定代理合同的有5家，其中一家为澳大利亚、新西兰总代理；另4家分别是浙江省舟山定海捷宇有限公司的特约代理商王珙；福建省厦门市得志贸易有限公司的福建省总代理商史志伟；广东省总代理商邵家儒；海南省总代理商张德峰、时丽敏。

在工作中我们给代理商定任务、定期限、压担子，在业务员对其实时的督导，内勤人员不定时的电话督促下，代理商的责任心增强了，业务人员的协调能力提高了，营销艺术也得到了很好的锻炼。从近期代理商反馈的市场信息来看，各地的代理商在销售部的统一指导下，逐步建立起了各自的销售网络，对我公司的制冷机组销售前景更树立了信心。

目前，由于全国渔业受到国际原油价格上涨的严重影响，以及渔业资源的减少、捕捞成本高、风险大，多数渔船主选择近海作业，有少数渔船主甚至停船作业，只有少数渔船主将作业区域外移，这样直接给我们公司的产品销售造成一定的影响，同时，由于少数渔船主的作业区域外移，给我们的产品推广提供了平台，另一方面，停港靠岸的渔船因出海次数少，致使用冰量少，降低了渔船主的投资欲望，但从总体来看，随着产品推广的进一步深入，渔船尾气制冷机组的市场前景非常广阔。

(一)在重点渔港的现场演示工作取得良好效果

没有亲身使用过该产品，没有对产品提出过多的问题，许多想购买的船长邀请我们对他们的渔船进行了测量。同时，我们也同福建船检部门和个别渔业公司建立了合作意向，同福建代理商签定了两台机组的购买合同，使代理商代理我公司产品的信心更加巩固。

(二) 电视广告的大力宣传确保了产品占领市场的时机

我们在派业务人员深入各渔港对终端客户进行产品推销的过程中，对代理商进行电视广告支持。确保了产品迅速占领市场的有利时机，真正地在代理商与渔民之间形成了天(广告)地(公司)人(业务)三网的有机结合，满足了代理商的广告支持的要求。

(三) 积极走上层路线，进一步巩固产品的市场地位

在针对销售速度缓慢的情况下，我们认真分析导致这种局面的原因，及时召开业务人员市场形势分析会，最终我们决定走上层路线，于是积极同省科技局、船检部门、渔业公司、本站建立起合作关系，通过我们的协调和深入的做工作，取得了在山东石岛俚岛水产公司安装4台机组的成绩，这样一方面可以彻底的检验机组性能，另一方面奠定了山东市场的地位，最主要的是打消了部分渔民的顾虑，为使机组在今年6月份的休渔期进行整体销售打下了基础。

六、销售工作中存在的问题及下半年工作计划

(一) 产品在推广过程中出现销售缓慢现象的问题

1、代理商的推广速度缓慢受价位影响大。从近期与代理商的电话沟通以及业务员与代理商的合作上来看，代理商本身对产品不是很熟悉，他们之所以代理产品主要是看到该产品市场前景广阔，符合当今的国家政策。有些代理商为了尽快打开市场，主要在价格上与我们反复商量，他们认为价格太高

减慢了市场开发的进度。

2、现阶段的市场推广仅仅停留在概念性推广阶段，渔船主也仅仅是概念性的接受我们的产品，但对产品带来的经济价值缺乏直观、全面的认识，致使市场推广具有一定难度。

3、渔民持观望态度的多。由于我们的产品在海船上安装的少，渔民当前还没有看到制冷机带来的经济效益，渔民多停留在观望状态。

4、公司具有针对性促销活动少，致使产品信息、性能、用途不能更加深入地传达给终端客户。由于渔民多年形成的带冰作业方式，阻碍了渔民接受新事物的程度。如果身边的人使用了该产品并达到了使用效果，产品的价格是可以接受的，关键是现在还没有身边的用户现身说法。

5、市场推广过程中渔船主普遍反映价位偏高。目前，市场上出现的同类型的压缩机制冷机组无论是在价位上还是功能上比我们的产品有优势。据渔民普遍反映，今年的渔业资源较往年比是船多鱼少，况且随着原油价格的上涨，大多渔民选择的是近海作业，打经济鱼类少，认为安制冷机组作用不大，且设备的一次性投资大，由于没有亲身使用过该产品，所以一次性拿十几万购买还是有点担心。

(二) 几点建议

1、进一步优化产品的结构和质量。为使概念性销售转变为样板式销售，建议公司在几个大的渔港建立样板船，组织渔船主现场观摩，用身边渔船使用制冷机组后所带来的经济价值及其影响力，给渔民一个直观的、理性的认识，对产品性能及用途有更加深入的了解，从而刺激渔船主的购买欲望，打开产品销售缓慢的僵局。

2、针对个别区域代理商销售缓慢的情况，建议公司重新寻找

资金雄厚、与渔船主有一定人际关系，影响力大的代理商，使销售网络的建立更加快捷，在代理之间有一种无形的竞争压力，同时也为下一步的代理培养后备力量。

3、在休渔期前或休渔时公司多组织策划几次现场演示活动，尽可能的有设备上船作业，以此打消渔民对制冷机组的性能问题的顾虑，进一步提高制冷机组在渔民心目中的美誉度，刺激渔船主的购买欲望，以此带动休渔期间渔民的大批量安装。

4、打破单一依靠代理销售的格局。休渔期前不要不精力全部放在代理商的销售上，因为时间不允许，我们可以找几个大的渔业公司，依靠政府部门的帮助，投放几台产品上船作业，以此带动强劲客户。

口腔营销半年工作总结 上半年营销工作总结篇四

病人安全及医疗安全是医院生存的生命线，也是患者和医生所追求的最终目标。如何保证病人安全是每个医务工作者也是每一个医院管理者共同关心的话题。对患者安全管理，程度的保证患者安全也是实行住院总制度的预期目标。保障病人安全归根结底要靠制度建设。我院口腔医学院刚刚成立，许多制度需要完善。在本人担任总住院医师期间，协助科室领导先后制定了各种制度，如：1、恢复晚查房及危重病人床边交_制度；2、坚持月阶段及周阶段总结汇报制度；3、实行主任每周主题查房制度；4、制定口腔肿瘤病人的随访及登记制度。这些制度的建立，规范了各级医生的职责，使大家有章可循，工作规范了，许多医疗隐患杜绝了，更好地保障了医疗安全，全年口腔颌面外科病房未发生过医疗事故及差错事故。

情系口腔，积极参与我院口腔医疗事业的各个里程碑式的事件诸如：建立口腔医学院、口腔医学硕士点评比、博士点申

请、承担广州市口腔执业医师技能考试等。在硕士点评比中，连夜加班加点撰写文章、协助整理资料、联系评委等具体琐碎工作；在口腔执业医师技能考试工作中，担任考官，严格执行考试标准，圆满地完成了考试任务。我院口腔医学系成立刚刚一年，许多同仁还不了解。口腔医学的分支日渐精细，口腔临床科室分工也日渐专科化，口腔各分支学科的知识需要普及，住院总是联系各科室的桥梁也是科室的宣传员。我平时积极写稿件，对我科新开展的新技术，新业务及时总结，在xx上发表简报多篇。参与协调制作我科宣传活页，口腔科的不同科室如牙体牙髓科、口腔颌面外科、口腔修复科、口腔正畸科、儿童牙病科、口腔黏膜病科等选出本科室最常见的1-2种疾病制作成宣传活页，普及口腔医学知识。有意识的进行临床资料收集及保存分类整理工作，遇到有典型病例总会亲自拍照片，留资料。尤其是术前术后的资料对比，典型病例的影像、病理及手术照片都要收集。凡是我独立管床的病人都保留各项资料。按疾病的不同分类、姓名及住院日期建立不同索引，有利于查找。典型病例制作光盘，单独保留。临床资料的收集整理及分类工作是一项系统的繁杂的工程，我经常牺牲周末节假日整理资料，希望为我院口腔医学系的建设和积淀做自己的一点贡献。在今年七一前夕被口腔科支部推荐为南方医院“优秀共产党员”称号。

口腔科病房目前开房床位26张。我科病房分三组，分别为肿瘤组，创伤组及唾液腺组，我参与了三个小组几乎所有手术。在肿瘤组中担任一助，在另两组中任二助。不同主刀医生的不同风格，高强度及大量的手术机会使我的业务能力、手术技巧大大提高。在病房三位教授的培养及关心下，目前已经能独立完成各项常规中小手术，手术操作日渐规范和熟练。急诊及会诊工作是每个住院总的主要工作，和兄弟科室的住院总一样，遇到急会诊，我总是及时到达，与相关科室医师一道积极处理病人，参与危重病人的急救。有许多许多忙碌的夜晚，有许多病人转危为安的时刻，有许多许多可以回忆的惊心动魄，许多许多的历历在目，正是这种辛勤劳动为住院总赢得了荣誉，为病人挽回了生命。同时，去相关科室会

诊及和各位住院总的合作使我拓展了知识，开阔了视野。

我科承担有全校口腔科学及口腔系的各项专业课程的教学任务，同时我科有许多实习医生、轮训制医生及新参加工作的医生需要培训。我参与了口腔颌面外科的临床带教及教学工作，如为级预防医学系讲授口腔颌面部感染；为xx大学的口腔本科实习医师讲解病历书写规范及医疗核心制度；多次为住院医师及护士讲解口腔颌面外科诊疗常规及基础理论知识；参与制定口腔医学系口腔颌面外科的临床课程计划制定工作。

口腔营销半年工作总结 上半年营销工作总结篇五

上半年在全体员工的共同努力下，xx公司取得了历史性的突破，整车销量、利润等多项指标创历史新高。作为分公司的总经理，同时也很荣幸的被评为“杰出领导贡献奖”。回顾上半年的工作，我感到在以下几个方面取得一点心得，愿意和业界同仁分享。

一、加强面对市场竞争 不依靠价格战 细分用户群体 实行差异化营销

对策二：细分市场，建立差异化营销1、细致的市场分析。我们对以往的重点市场进行了进一步的细分，不同的细分市场，制定不同的销售策略，形成差异化营销；根据20xx年的销售形势，我们确定了出租车、集团用户、高校市场、零散用户等四大市场。对于这四大市场我们采取了相应的营销策略。对政府采购和出租车市场，我们加大了投入力度，专门成立了出租车销售组和大宗用户组，分公司更是成为了出租车协会理事单位，更多地利用行业协会的宣传，来正确引导出租公司，宣传xx品牌政策。平时我们采取主动上门，定期沟通反馈的方式，密切跟踪市场动态。针对近两年xx市场出租车更新的良好契机，我们与出租公司保持贯有的良好合作关系，主动上门，了解出租公司换车的需求，司机行为及思想动态；对出租车公司每周进行电话跟踪，每月上旬上门服务一次，了解

新出租车的使用情况，并现场解决一些常见故障；与出租车公司协商，对出租司机的使用技巧与维护知识进行现场培训。针对高校消费群知识层面高的特点，我们重点开展毕加索的推荐销售，同时辅以雪铁龙的品牌介绍和文化宣传，让他们感受雪铁龙的悠久历史和丰富的企业文化内涵。另外我们和xx市高校后勤集团强强联手，先后和理工大后勤车队联合，成立校区维修服务点，将服务带入高校，并且定期在高校组织免费义诊和保养检查，在高校范围内树立了良好的品牌形象，带动了高校市场的销售。

对策三：注重信息收集做好科学猜测当今的市场机遇转瞬即逝，残酷而激烈的竞争无时不在，科学的市场猜测成为了阶段性销售目标制定的指导和依据。在市场淡季来临之际，每一条销售信息都如至宝，从某种程度上来讲，需求信息就是销售额的代名词。结合这个特点，我们确定了人人收集、及时沟通、专人负责的制度，通过天天上班前的销售晨会上销售人员反馈的资料和信息，制定以往同期销售对比分析报表，确定下一步销售任务的细化和具体销售方式、方法的制定，一有需求立即做反应。同时和品牌部相关部门保持密切沟通，积极组织车源。增加工作的计划性，避免了工作的盲目性；在注重销售的绝对数量的同时，我们强化对市场占有率。我们把分公司在xx市场的占有率作为销售部门主要考核目标。今年完成任务，顺利完成总部下达的全年销售目标。

新的商务政策，出台了一系列备件促销活动，取得了较好的效果。备件销售营业额xx万元，在门市销售受到市场低价倾销冲击影响较大的情况下，利用售后服务带动车间备件销售，不仅扭转了不利局面，也带动了车间的工时销售。售后服务是窗口，是我们整车销售的后盾和保障，今年分公司又迎来了自96年成立以来的售后维修高峰。为此，我们对售后服务部门，提出了更高的要求，在售后全员中，展开了广泛的服务意识宣传活动，以及各班组之间的自查互查工作；建立了每周五由各部门经理参加的的车间现场巡检制度，对于售后维

修现场发现的问题，现场提出整改意见和时间进度表；用户进站专人接待，接车、试车、交车等重要环节强调语言行为规范；在维修过程中，强调使用“三垫一罩”，规范行为和用语，做到尊重用户和爱护车辆；在车间推行看板治理，接待和治理人员照片、姓名上墙，接受用户监督。为了进一步提高用户满足度，缩短用户排队等待时间，从6月份起，售后每晚延长服务时间至凌晨1:00，售后俱乐部提供24小时全天候救援；通过改善售后维修现场硬件、软件环境，为客户提供全面、优质的服务，从而提高了客户的满足度。全年售后维修接车台次，工时净收入xx万元。

二、强化服务意识，提升营销服务质量

20xx年将是汽车市场竞争白热化的一年，面对严重的形势，在年初我们确定了全年为“服务治理年”，提出“以服务带动销售靠治理创造效益”的经营方针。我们挑选了从事多年服务工作的员工成立了客户服务部，建立了分公司自身的客户回访制度和用户投诉受理制度。每周各业务部门召开服务例会，每季度结合商务代表处的服务要求和服务评分的反馈，召开部门经理级的服务例会，在治理层强化服务意识，将服务工作视为重中之重。同时在内部治理上建立和完善了一线业务部门服务于客户，治理部门服务一线的服务体系；在业务部门中重点强调树立服务于客户，客户就是上帝的原则；在治理部门中，重点强调服务销售售后一线的意识。形成二线为一线服务，一线为客户服务这样层层服务的治理机制。积极响应总部要求，进行服务质量改进，强化员工的服务意识，每周召开一次服务质量例会，对上周服务质量改进行动进行总结，制订本周计划，为用户提供高质量、高品质的服务。

并设立服务质量角对服务质量进行跟踪及时发现存在的不足，提出下一步改进计划。分公司在商务代表处辖区的各网点中一直居于服务评分的前列，售后服务更是数次荣获全国网点第一名。在加强软件健身的同时，我们先后对分公司的硬件

设施进行了一系列的整改，陆续建立了保养用户休息区，率先在保养实施了“交钥匙”工程；针对出租车销量激增的局面，及时地成立了出租车销售服务小组，建立了专门的出租车销售办公室，完善了用户休息区。根据当期市场特点和品牌部要求，我们开展了“三月微笑服务”、“五一微笑送大礼”、“夏季送清凉”、“金秋高校校区免费检查”、小区免费义诊、“冬季送暖和”等一系列活动，在客户中取得很大的反响，分公司的服务意识和服务质量也有了明显的提高。

三、追踪对手动态 加强自身竞争实力

对于内部治理，作到请进来，走出去。固步自封和闭门造车，已早已不能适应目前激烈的轿车市场竞争。我们通过委托相关专业公司，对分公司的展厅现场布局和治理提出全新的方案和建议；组织综合部和相关业务部门，利用业余时间，对xx市内具有一定规模的服务站，尤其是竞争对手的4s站，进行实地摸底调查。从中学习、利用对方的优点，为日后工作的开展和商务政策的制定积累了第一手的资料。

四、注重团队建设

分公司是个整体，只有充分发挥每个成员的积极性，才能。年初以来，我们建立健全了每周经理例会，每月的经营分析会等一系列例会制度。营销治理方面出现的问题，大家在例会上广泛讨论，既统一了熟悉，又明确了目标。

进一步强化了全体员工的服务意识和理念。

20xx年注定是不平凡的一年，通过全体员工的共同努力，分公司经营工作取得了全面胜利，各项经营指标屡创历史新高。

口腔营销半年工作总结 上半年营销工作总结篇六

工作主要成绩如下：

1□xx年由于一些客观原因，如人员离职、借调、工程任务比较紧张、人员比较紧张的情况下，沈阳金证的大部分技术支持工作都是我负责的，其中包括柜台系统、外围系统、银证产品方面维护；银证产品调试安装、电话委托安装等。

在五月份，公司推出剩余配售产品后，由于沈阳地区安装比较早，一方面需要尽快、尽早地把它吃透、学精，为开拓市场时提供好技术支持，另一方面在客户使用过程中遇到各种问题，我都把他详细归类，哪些是理解、使用上的错误，哪些是程序错误、哪些是程序有待完善的，必要时汇总形成文档发到总部。而具体使用过程中，不同客户有不同需求，也要进行相应地程序修改来满足需求。总之，在人员紧缺的情况下，尽量把服务做得细致到位，让客户感觉到我们的技术服务没有打折。

2、顺利完成北方友好街营业部柜台系统数据、金佣系统数据合并至热闹路营业部，同时从友好街系统内分离另外两营业部的数据，实现了三家营业部在同一日顺利过渡。

3、完成了哈尔滨联合证券三个营业部的同城集中交易项目实施。在时间紧张、问题较多的情况下，我们得到了各方面、各部门人员的协助，终于比较顺利地完成了任务。

4、完成了天同证券工行银证通的调试、上线工作。

5、完成了北方太原街光大银行银证转帐的调试、上线工作。

6、成了北方热闹路中信银行银证程序的调试、上线工作。

7、顺利完成了金川江营业部与太原街营业部的数据合并工作。

8、顺利完成了南五与南八中路营业部的数据集中工作。

9、抚顺交行电话银行中间件接口转换调试工作正在实施中。

从半年中的工作中我取得的成绩是在证券业务、技术水平、开发能力、工程项目经验上都有了提高，无论从问题的分析解决能力，项目实施经验上都有了进步，对一些新产品，如内嵌和通用版剩余配售有了深入了解；对其它xone[]移动柜台、开放式基金代销系统等也有了一些基本了解。

成绩的取得究其原因，主要是因为：

- 1、在工作中不断积累总结，不放过任何一个小问题，深入找出问题出现原因。
- 2、银证项目的进展顺利原因是去年做过类似的产品调试工作，比较详细了解银证转帐及银证通业务流程和工作原理，前后台间关系，数据流向、资金流向等问题。
- 3、数据集中项目顺利完成是得益于在平时维护中对证券业务知识和柜台系统熟悉。
- 4、正在实施的电话银行中间件接口调试，由起初对业务的不了解，到现在对已经对流程有了清晰了解，增强了分析处理问题能力，并有信心把它完成好。

在工作中存在问题与不足：

- 1、技术业务还有待深入全面了解。
- 2、对网络方面知识和动手能力有待加强。
- 3、在维护或工程实施中，没注重对关键问题总结，并形成文档，这样便于大家来共享，减少不必要的重复劳动，提高部门的工作效率。
- 4、在以后的工作学习中要不断地学习新业务，新知识，做到知识的更新。

改进措施：

- 1、平时注重知识技能积累，刻苦钻研，在边学习边实践中成长。
- 2、加强网络方面的学习，有机会多参加相关方面培训。
- 3、在工作中善于总结，对典型、关键问题解决注意整理，形成文档，希望部门加强这方面的交流、监督。
- 4、主动争取新业务工程实施机会，在实践中学习。
- 5、对公司推出的新产品及时了解。

20xx年工作计划：

- 1、争取维护工作做得更加细致、更加有特色。
- 2、个人技术水平通过在具体的工作实践中有更大幅度的提高。
- 3、在工程实施过程中，争取保质保量完成同时，加强沟通、协调能力。

部门及公司下一步发展的建议

部门：

- 1、加强部门维护、工程方面的管理，加强管理监督，有始有终。
- 2、对工程、加班情况能形成制度，进行串休。
- 3、部门能有一个值班手机。

公司：

- 1、多提供一些培训机会给大家。
- 2、我觉得对公司应对员工要定期进行层层考核，形成竞争的机制，适当地采取奖惩的制度，这样才有利用发挥员工的积极性。
- 3、多组织一些集体活动，这样大家沟通交流机会多些，从而加强集体团队协作精神。