

2023年市场下步工作计划和目标(优质10篇)

时间过得真快，总在不经意间流逝，我们又将续写新的诗篇，展开新的旅程，该为自己下阶段的学习制定一个计划了。优秀的计划都具备一些什么特点呢？又该怎么写呢？这里给大家分享一些最新的计划书范文，方便大家学习。

市场下步工作计划和目标篇一

西南市场作为中国西部大开发的重要阵地，很多大、中型国际企业也毫不犹豫的选择了这样机会，扎根西南，同时高薪人才和高薪老板是中、高档化妆品的又一次良好的销售机会，同时也是各大国际知名化妆品展示销售的机会。但谁输谁赢，暂切不论，关键看谁的营销策略制胜、谁的销售渠道稳定。

那么作为国际知名面膜品牌——维肌泉怎样打开西南之门呢？又怎样拥有一席销售突破阵地呢？作为该品牌，首先我们要进行清晰的认识，在西南地区，该产品的知名度不高，是一大弱点，同时没有很多消费者尝试购买使用过，所以在90——300元的面膜产品，如果没有好的销售渠道、没有好的包装和质量效果、同时没有配备完善的销售策略，是很难打开销售局面的。所以在产品进入市场之前，我们先要进行市场的具体分析，再根据产品特点和消费市场制定相匹配的销售策略。方可减小销售投入风险，确保占领一席之地。

首先对产品消费对象来讲，西南市场属于潮湿气候，消费者对面膜产品不是护肤过程中重要的选择品，选择对象应该对自己皮肤要求完美、进行科学护理保养且拥有一定消费能力的消费者，那么这类消费群体大部分生活在一级城市和重要的二级城市、部分的三级城市。所以我们必须针对消费群体来制定策略和渠道。

其次我们对渠道的策略应该针对消费群体来制定，零售网络我们必须重点针对西南的一级城市和二、三级城市有化妆品有相当影响力的化妆品专卖店、商场、美容美体护理店，因为消费者是注重生活品味和时尚的人，所以她们对购买渠道也是有很重要的选择、那么我们选择的渠道必须是有知名化妆品销售的品牌连锁店等等，加上利用渠道进行推广也容易提升产品的购买力和影响力。如四川美乐、蓝天时尚、泸州金甲虫、三商、贵州的广明日化、兴义的顾氏日化、云南的佳佳美妆、艳丽日化等一定是我们的重点谈判对象。因为他们是我们的重点突破销售口，更是高消费者重点的光顾对象。

那么对代理商的选择对象，我们首先要对代理商进行分析，一，他对以上的销售网络有一定兴趣和客情关系。

二、具有一定的资金实力、

三、具有良好的品牌推广意识，因为他们要将在西南区域将还不知名的面膜产品销售好，必须投入一定的精力来进行产品的推广，、四、必须具有一定销售团队和培训教育团队。因为维肌泉的销售必须要进行系统的销售培训和产品推广教育零售团队。五、具有诚信经营理念和长期的经营打算。所以选择好了代理商等于成功了一半，对代理的选择我们必须进行细致挑选。

对于产品的推广，做为在西南区域还不知名的面膜产品要想在零售终端得到良好的销售，我认为要制定良好的销售策略，分五个阶段来进行，1、省级经销商建立期、2、零售渠道建立期、3、产品销售培训期、4、产品推广期、5、产品终端陈列、渠道整理期、强化重点网络。下面进行具体的分析。

1、省级经销商建立期：这个阶段重点开发四川、云南、贵州、重庆、西藏的省级代理商，在三到四个月全部完成。建立第一渠道基础，找到产品的辐射点。

2、 零售渠道建立期：这个阶段首先要指导省级代理商极其销售人员、促销队伍、让他们明白怎样同零售商沟通和谈判、怎样说服零售商去接受产品、拿出资金和陈列位置销售面膜产品。怎样去签定合同。先开发哪些零售商、后开发哪些零售商。怎样确定合作方式等等。

3、 产品销售培训期：这个阶段首先要指导省级代理商极其销售人员、促销队伍、让他们明白怎样同零售商沟通和谈判，怎样让零售商的人去销售产品、陈列产品、推广产品、怎样服务消费者。什么样的推广方式适合什么样的零售商，以及产品的功能特点和独特之处。

4、 产品的推广期：这个阶段是给零售商带来最大利润的阶段，而利润来自产品的销量，关键又在我们是否制定了合理、有效的推广方式，所以在推广一个大家不熟悉的面膜产品，我们除了展示和试用以外，我们更要提升品牌价值，因为这些消费者不但要购买好质量的产品，更需要有品牌价值的产品，我们必须面对市场、重点围绕产品和具体的市场制定不同阶段的产品推广活动和服务活动。特别是在夏季的旺季季节，我们选择1—2款低价位的产品进行品牌渗透。因为靠低价位的产品渗透品牌影响力、高价位产品拉动产品的特色服务和功能服务，产生更高的品牌魅力价值。

5、 产品终端陈列、渠道整理期、强化重点网络：这个阶段我们要进行网络的整合、太差又销售不好的网络既费人力成本、又影响产品的品牌魅力，甚至对网络带来负面的影响，所以我们必须分析每个网络的销售情况，进行有效的整合。建立适合零售商的销售策略。同时寻找公司和省级代理的销售缺点，进行纠正更改。检查和落实零售终端还没有执行到位的地方。不断完善整改。强化网络质量，提升终端销售和品牌价值。

在完成以上5个阶段后，我们必须还要对网络进行反复的销售教育培训、分析零售商的不足和需要为了销售要改善的地方。

同时建立客户服务体系、完善不同阶段的销售推广策略。随着销售时间的积累、网络不断完善、渠道就要进行慢慢的细化和跟踪服务。

那么我们西南市场整体布局也就清晰明朗了，从渠道到服务、从销售推广到网络的细化我们就有良好的销售思路了。

市场下步工作计划和目标篇二

本站后面为你推荐更多市场工作计划！

伴随着万达购物广场的落成，市场部始终坚信“公司的战略是清晰的，定位是准确的，决策是正确的”，随着发展适时调整适合现阶段中国市场发展的商业营销模式，快速确定了最合适的营销理念。职务分析，万达购物广场市场部，主要负责购物广场战略目标的规划，对市场“商场如战场”发展趋势做出预测，对目标顾客的需求做出判断，对竞争对手和潜在竞争对手的策略做出分析。

包括广告宣传、公关活动、促销活动、讲座与展会，以及网上资料、印刷资料、音像资料的制作。正常来讲他们并不大量接触零散的顾客，而是紧盯住一个目标顾客“群体”去做工作，去激发他们的潜在需求。因此，在下一年的工作规划中，将针对以下几点工作来进行。

一、主要竞争对手分析

就现阶段而言，我市各大购物广场的销售额主要是依靠制造各种形式的活动，让利于消费者、吸引消费者，从而达到引导消费者消费、提升自身销售额的目的。作为我们而言，市场的分析是重中之重，如何把握市场发展趋势，在众多商家、众多活动中脱颖而出，吸引更多的消费者，创造更多价值，在招数上出奇制胜非常关键。也是我们在20xx年的工作重点。

去年我们着重对全国的商业模式进行了考察，大连万达模式对我们深受启发我们也通过网络了解和电话咨询等进一步了解到万达的整体策划也不是他们自己搞的完全是依赖大连的展览公司。整体策划是以 4t 商业营销模式为基础以休闲、体验、互动、娱乐四大元素组成，直击网络购物的致命弱点，他们在策划方案中融入各种展览旅游文化教育等形成互位交叉和资源共享购物广场在营销策划上逐渐向以服务为轴心的商业综合体转化；将原来的美陈的投资大量压缩全部采用租赁的模式。他们的策划方案深受启发很值得我们学习和借鉴。这一点我们市场部已经开始学习和贯彻《商业 4t 营销理论》。

把我们原来的供应商体系重新做了梳理，引进大连几家专业从事展览器材及展品租赁的供应商，这样我们将大大节省了 20xx 年商业美陈的投入。并随时关注大连万达的发展动向，即时做出调整。购物广场的壮大，离不开新老顾客不间断的物质资助。不断把潜在顾客变为顾客，把顾客变为老顾客、忠实顾客，也将是购物广场发展的必由之路。因此，发展会员，推行会员卡，同时不断通过相关活动把顾客提升为沈阳大悦城家族的一分子、一部分，应是 20xx 年战略规划之一，而会员卡也将在下一年的各个活动中具体体现和运用起来。

二、广告公关

我们做广告的目的，就是第一在消费者心目中树立良好、牢固的企业形象，提升美誉度和认同度；其二就是借助广告媒体对商业信息进行有效传递，提升实效性。两相结合，才是相对完善的广告宣传。

长期以来，我们的广告媒体主要是以电视字幕广告为主流媒体，从实效性来看，的确具有一定的效果，但是作为主流媒体，欠缺的是无法将形象树立在市民心中，而对于现代广告营销而言，电视字幕、短信等广告媒体也只是起到发布信息的作用，并没有完全发挥出“广告形象宣传”的作用。

在20xx年，首要的任务则是根据以往收集来的各广告公司、广告媒体进行深入分析，确定出着实适合我们企业的主流媒体作为宣传平台，并根据该媒体特点制定长期宣传战略，使其切实为我们服务，达到真正广告宣传的目的。其次，在依托主流媒体进行形象宣传的同时，尽可能多地通过各种方式增加社会影响力，如制造新闻看点、发展大型文化主题巡展等公益性质的活动等，通过社会舆论提升购物广场在市民心中地位和认知度。

重点工作规划

4、在网络上大肆宣传本购物广场 20xx年度新一轮大型文化巡展活动。

三、购物广场销售区形象

综合起来，购物广场的销售区形象大致包括橱窗、内部氛围布置、商品陈列等方面。其中，作为个人而言，对于橱窗形象方面，在设计及搭配方面均不成熟，而橱窗又相当于购物广场的门脸，对于吸引消费者起着很大的作用，新的一年中，在橱窗方面将下深工夫研究，并结合实际锻炼摸索，把弱项弥补上来。

新的一年中，购物广场内部布置整个围绕年度文化主题，为消费者创造商品以外的价值空间和值得体验的真实感受。积极策划组织各类带有公益色彩的文化展览及各类主题活动，强调与消费者的情感沟通，在消费决策前便取得认同。在 dp 点原来的花卉全部取消，从大连购买趣味雕塑作品 20 件整体分布，提升购物广场整体的艺术氛围和档次。各部门积极沟通、配合，包括货架摆放、商品摆放等尽量多地从各渠道进行学习并具体实施到导购员处。

重点工作规划

3、配合购物广场活动做好各项有关购物广场活动氛围的设计工作，确保购物广场活动的卖场气氛。

为的就是通过了解市场，分析市场，提升部门工作的准确性，实效性，从而提升市场部整体工作能力，给购物广场带来更大的利益。

市场下步工作计划和目标篇三

20xx年以来，区文化市场管理执法局在区委、区政府正确领导下，在上级业务主管部门大力支持和指导下，认真学习和领会党的十八届四中、五中全会精神，深入开展“三严三实”教育活动和结亲连心活动，扎实推进行政执法规范化建设，努力推动全区文化市场管理工作上水平、上台阶，连续第五年被评为全省“扫黄打非”工作先进单位。不断强化自身建设，紧紧围绕文化市场安全稳定和繁荣发展的目标，为全区经济社会发展营造健康、和谐、文明、向上的社会文化氛围。

一、20xx年的工作亮点

（一）区网吧转型升级工作经验在全省推广

区依法设立的网吧共有261家，拥有电脑设备2.2万多台，资产总额约7500万元，提供就业岗位1000余个。顶峰时期，一套许可手续被“黑市”炒到15万元。但是，随着社会和科技的不断发展，网吧的发展逐渐走入了瓶颈。

近年来，我局始终鼓励网吧业主积极探索发展新路，一些起步早、有实力的网吧先后到经济发达地区学习经验，将“网咖”这一崭新经营模式引入了区。

20xx年8月，区第一家网咖“诞生”，不论是场所装修、设备配置，还是经营种类、员工素质，都比以往有了质的提高，

实现了脱胎换骨的突破。通过我局的大力宣传、引导和改进，又有20多家实力雄厚的传统网吧陆续进行了升级，大幅提升了全区网吧行业的档次和规模。

20xx年初□xx市文化市场管理执法局邀请市、区两级党委政府的分管领导，对我区网吧行业进行了专题调研，并在全市文化执法局长会议上，重点介绍了区的工作经验。4月2日，全省文化市场工作暨互联网上网服务行业转型升级现场会在柳青街道召开，省文化厅和xx市、区的分管领导及全省、全市文化执法局局长参加了会议。会前，与会人员统一参观了我区网吧转型升级现场，省厅领导给予了高度评价，在全省推广了我们的工作经验。

（二）扎实做好了市局下放行政审批事项的承接工作

根据省、市关于深化行政审批制度改革和转变政府职能的部署要求，结合全区实际，研究制定了《做好省市下放行政审批项目承接工作的实施意见》，确保即接即办，提高工作效率，规范审批流程，真正将“便民、服务、高效”原则落在实处。

在具体工作中，我们按照省、市关于调整下放行政审批事项的规定，制定具体配套措施，认真做好相关科室、人员的培训和衔接工作。健全信息公开制度，公开行政审批事项、法规依据、承办科室、承办人员、工作流程、报备材料、办结时限和审批结果，自觉接受社会监督。

在行政审批领导小组的领导下，严把准入资质，规范审批行为，不私设门槛，不搭车收费，第一时间将审批事项录入文化市场技术监管与服务平台，接受上级部门的监督。

（三）与甘肃省xx市xx区结成业务帮扶对子

近年来，我局的文化市场综合管理和执法工作，取得了一些

成绩，得到了省、市、区各级领导的一致肯定，也被社会公众积极认可，更有一些工作经验在全国文化执法系统中得以推广。

今年10月下旬，我们根据《山东、甘肃文化市场综合执法能力提升三年（20xx-20xx）行动计划方案》及《山东临沂-甘肃武威文化市场综合执法对口交流合作协议书》的要求，同xx市xx区结成对口交流对子，开展了协作交流活动。10月19日-23日，在市局的带领下，远赴甘肃，面对面向xx市执法人员开展业务培训、开展业务交流，并向xx区文化执法部门捐赠了部分执法设备，得到了甘肃武威文化执法系统的高度评价和一致认可。

二、今年以来的主要工作情况

（一）以“三严三实”教育活动为核心，牢固树立群众思想

“三严三实”教育活动和着力解决基层干部不作为、乱作为等损害群众利益的问题，以及“结亲连心”活动，是全年政治生活的重中之重。为做好这几项工作，我局成立了专门领导小组，抽调政治强、水平高的同志组建具体工作机构，印发工作方案，确保了各项活动开展的有声有色、富有成效。

一是深刻领会“三严三实”教育的深远意义。4月29日，我局举办专题党课，局党组书记从多个层面阐明了开展“三严三实”教育的极端重要性，深刻分析了全局工作中存在的问题和差距，并对下一步工作提出了具体要求。

二是牢固树立全心全意服务群众的大局思想。我局以高度的政治责任感和使命感，深入开展“结亲连心”活动，迅速与所包社区的群众进行对接，按照“所有联系户全覆盖、重点联系户无遗漏”的原则，通过面对面交流、电话沟通联系等方式，听民意、排民忧、解民怨，切实做到想群众之所想，急群众之所急，为群众办实事。

三是下大力气解决不作为、乱作为等突出问题。依照市委、区委的统一部署，本着以问题为导向，教育惩处并重，标本兼治的原则，利用两个月的时间，在全局开展“不作为、乱作为、贪腐谋私和执法不公”突出问题的深刻查摆和教育整改活动。为此，我们成立了领导小组，制定了工作方案，明确了任务重点，力求通过这次活动，开创“主动作为、廉而又勤，干在实处、奋勇争先”的良好局面。

（二）不断强化制度保障，切实抓好党风廉政建设

根据区委的统一部署，区纪委第五巡查组于4月8日至28日，对我局进行了严肃、认真、细致的巡查。依照巡查中发现的问题和不足，局党组研究制定了《整改工作方案》，拿出了切实可行的整改措施，使我局的党风廉政建设工作迈上了新台阶。

首先是抓好学习教育。局党组率先垂范，建立完善政治理论学习制度，带领全局党员干部深刻领会中央领导同志的一系列重要讲话精神，重点学习新颁布的《中国共产党廉洁自律准则》和《中国共产党纪律处分条例》，切实提高了思想认识，真正筑牢了党员干部反腐倡廉的思想防线。

其次是抓好责任落实。局党组坚持定期召开会议，专题研究部署党风廉政建设工作。狠抓“一岗双责”的执行和落实，明确班子成员要业务、党建、廉政一手抓，在全局形成了“一把手负总责、分管领导各负其责、谁主管谁负责”的工作格局，有效确保了党风廉政建设工作真正落到实处。

第三是抓好“三重一大”事项。严格规范“三重一大”事项的决策程序，形成了运转有序、行之有效的工作运行体系。10月12日，局党组经过充分酝酿，对部分科室、中队人员的工作岗位和职务进行了调整，以文件的形式向全局公布调整决定，并依据相关程序，向区纪委、区委组织部进行了汇报和备案。为进一步端正工作态度，严肃工作纪律，促进

举报案件的查处工作，设立了督察室，充分发挥巡查督查机制，有力地纠正了工作中的问题和不足，为建设一支作风优良、素质过硬、业务精湛的文化执法队伍提供了有力保障。

第四是抓好制度建设。以文件的形式，制定下发了20xx年度《党风廉政建设主要任务》《党风廉政建设工作任务分解方案》和《党风廉政建设和反腐败工作计划》。结合本职工作，健全完善了行政审批承接、事中事后监督、自由裁量权标准、案卷评查、行政执法责任制等一系列制度和方案。

（三）服务与监管并重，切实加强文化市场管理执法工作

结合文化市场不同经营门类的不同特点，采取行之有效的服务和监管方式，以良好的精神面貌和工作状态，促进了文化市场持续健康有序发展。

1. 以推广网吧转型升级经验为重点，规范互联网上网服务行业经营秩序。今年1月份，区委、区政府有关领导对我区网吧转型升级工作进行了深入调研，在全市文化执法局长会议上，市局重点介绍了区的创新做法。4月2日，在召开的全省文化市场管理暨互联网上网服务行业转型升级现场会上，我区的经验得到省文化厅领导的一致认可。截至目前，我们共接待省内外文化执法系统组织的参观学习十余次，树立了区文化市场的良好形象。

为进一步做好互联网上网服务行业的监督和规范，我们切实加大了监管力度，共检查网吧2200余家次，受理群众举报150余起；查办接纳未成年人案件106起，向有关部门函告“黑网吧”13处。

2. 以合理规划文化市场布局为重点，大力净化出版市场环境。一是认真做好承接事项的落地工作。根据上级关于深化行政审批制度改革和转变政府职能的部署要求，我们成立了行政审批工作领导小组，研究制定了《做好省市下放行政审批项

目承接工作的实施意见》，认真做好相关科室、人员的培训和衔接工作，确保即接即办，提高工作效率，规范审批流程，真正将“便民、服务、高效”原则落在实处。二是重点做好业务的衔接工作。出版物印刷和出版物二级批发等行业审批、监管权限的下放，大大增加了我们工作压力和难度。为切实做好这项工作，我们召集相关行业主要负责人进行座谈，向他们介绍了全区文化市场执法管理工作的方法、措施和取得的成效，勉力他们继续发挥行业带头作用，促进文化市场的繁荣发展。三是合理规划文化市场布局。通过走访调研，找出文化经营单位分布薄弱的区域，向有关申办的企业和个人着重推荐，引导文化事业在我区均衡发展。四是坚持不懈的开展“扫黄打非”斗争。组织开展“固边”、“秋风”、“净网”、“清源”等专项治理行动，取缔非法印刷企业63家，多部门联合查办国家督办案件2起，查封大量非法印刷品。以打击政治性有害出版物为重点，全年查缴侵权盗版出版物6万余本，非法音像制品2万余张；取缔游商摊点75处、非法期刊编辑部7处。

2. 以建立广电领域长效工作机制为重点，严防非法境外网络电视接收设备流入我区。日前，全市召开了严厉打击非法境外网络电视接收设备专项行动工作会议，区政府分管领导到会并做了表态发言。作为这项工作的主要执法力量，我们在区委、区政府的领导下，联合有关职能部门，加强督导促进，形成各部门各司其职、相互配合、齐抓共管的工作格局，建立防控非法境外网络电视接收设备的长效工作机制。

3. 以服务农民群众为重点，深入整治农村文化市场。为确保农民群众畅享文化发展成果，推广健康文明的文化休闲方式，我们抓住节假日和集会、庙会等有利时机，强化农村演出市场的管理，有力打击了非法演出的“大篷车”，防止了淫秽色情和低俗文化垃圾在农村的蔓延。同时，做好网吧、ktv等场所违规接纳未成年人现象的管理，下大力气打击非法出版物。截止10月末，全区农村文化市场共取缔游商摊点33处，查缴盗版图书3000余本，光盘20xx余张，进一步夯实了农村

文化市场基础。

（四）切实抓细抓小，确保顺利通过国家卫生城、文明城复审

1. 大力推进文化经营场所的工作规范化。着力突出网吧□ktv等重点、敏感行业，督促其彻底打扫卫生、清洁环境，配齐紫外线灯等消毒杀菌设备，设立独立吸烟室，增设了吸烟劝阻员，制作了统一的袖章，并在经营场所的醒目位置张贴禁烟标识。

2. 加大督查力度，全面巩固卫生成果。不断加强对文化经营单位的巡查力度，发现问题立即约谈经营场所的主要负责人，责令其限期整改。坚决落实末位淘汰制，对不重视创建工作，整改不及时、不到位的，立即采取措施，停业整顿，决不姑息迁就。认真做好宣传工作，强化全区文化市场整治，对网吧□ktv等场所违规接纳未成年人、沿街散发非法医疗杂志等严重违规经营行为进行了严厉整顿，规范了全区文化市场秩序。

3. 紧密配合社区开展工作，努力搞好网格卫生。将局机关科室和稽查大队各中队进行了合理搭配，分成六个卫生清扫小组，轮流值日，确保每天都有人员到所包路段打扫卫生。同时还要求大家利用打扫卫生的时机，努力做好周边居民百姓的宣传引导工作，讲解改善环境的重要性，形成了全民积极参与创卫、创城的良好氛围内。

（五）牢固树立安全生产观念，努力维护全区文化市场的平安稳定

坚持把安全生产放在首位，同全区文化经营单位签订了《20xx年度守法经营和安全生产责任书》和《20xx年度安全生产目标责任书》，进一步夯实了责任目标。及时调整充实了局安全生产工作领导小组成员，明确了职责分工，将工作责任分解

到人。根据上级的要求和部署，组织开展了文化市场安全生产百日集中整治行动和安全生产大检查及打非治违专项行动。依照安委会分工，对半城镇的安全生产工作进行了认真督导。一年来，我局共检查文化经营单位20xx余家次，发现并纠正安全隐患及不足800余处，实现了文化市场领域安全生产零事故的目标，筑牢了安全生产的防火墙。

（六）提高思想认识，切实抓好“三引一促”工作

4月份，我局召开“三引一促”工作动员会，传达了市、区的有关要求，进一步统一了思想。局领导干部带头分解目标任务，充分发挥主观能动性，积极促进文化产业发展。借力网吧转型升级，加大宣传力度，向前来参观学习的客人介绍文化优势，吸引部分意向资金到我区投资文化产业，提升和壮大我去文化市场的档次及规模。

三、20xx年工作重点

1. 继续扎实开展“三严三实”专题教育活动，认真做好与人民群众结亲连心工作，建立健全长效工作机制，深化作风整治，从具体事情抓起，集中力量解决实际问题，让群众真正得到实惠。

2. 大力做好上级下放行政审批权限的承接工作，进一步强化业务培训，提高执法人员的工作能力和技能，确保全区文化市场的繁荣发展和健康稳定。

3. 全力推动网吧转型升级工作，鼓励网吧行业的兼并重组，促进网吧事业进一步做大做强，形成特色。

4. 下大力气规范文化市场经营环境，打击违法违规和侵权盗版经营行为，营造健康、文明、和谐、向上的社会文化氛围。

5. 增强同文化经营单位的沟通和交流，合理利用有效资源，

通过组织培训会、座谈会等形式，向文化从业人员输送先进的经营管理理念，提高企业管理技能，推动文化经营单位走规范化、现代化经营的新路子。

6. 加强对国家法律法规的研究，依法拓展文化执法管理范围，进一步扫除文化市场的监管盲区，营造全区文明、和谐的社会文化环境。

市场下步工作计划和目标篇四

伴随着万达购物广场创建，市场部一直坚信“公司的战略是清晰的，定位是准确的，决策是正确的”，随着发展适时调整适合现阶段中国市场发展的商业营销模式，及时正确的’找到最合适的营销理念。

“商场如战场”，万达购物广场市场部，主要负责购物广场的战略规划与设计，对市场发展趋势做出预测，对目标客户的需求做出预测，对竞争对手和潜在竞争对手的策略做出预测。包括广告宣传、公关活动、促销活动、讲座与展会，以及网上资料、印刷资料、音像资料的制作。一般来说他们并不大量接触零散的客户，而是针对一个目标客户“群体”去做工作，去激发他们的潜在需求。

因此，在下一年的工作规划中，将针对以上几点工作来进行。

就现阶段而言，我市各大购物广场的销售额主要是依靠制造各种形式的活动，让利于消费者、吸引消费者，从而达到引导消费者消费、提升自身销售额的目的。作为我们而言，市场的分析是重中之重，如何把握市场发展趋势，在众多商家、众多活动中脱颖而出，吸引更多的消费者，创造更多价值，在招数上出奇制胜非常关键。也是我们在20xx年的工作重点。

xx年我们着重对全国的商业模式进行了考察，大连万达模式对我们深受启发，我们也通过网络了解和电话咨询等，进一步

了解到万达的整体策划也不是他们自己搞的,完全是依赖大连的展览公司。整体策划是以4t商业营销模式为基础,以休闲、体验、互动、娱乐四大元素组成,直击网络购物的致命弱点,他们在策划方案中融入各种展览,旅游,文化教育等,形成互位交叉和资源共享,购物广场在营销策划上逐渐向以服务为轴心的商业综合体转化;将原来的美陈的投资大量压缩,全部采用租赁的模式。他们的策划方案深受启发,很值得我们学习和借鉴.这一点我们市场部已经开始学习和贯彻《商业4t营销理论》。把我们原来的供应商体系重新做了梳理,引进大连几家专业从事展览器材及展品租赁的供应商,这样我们将大大节省了20xx年商业美陈的投入。并随时关注大连万达的发展动向,即时做出调整。

购物广场的壮大,离不开新老顾客不间断的物质资助。不断把潜在顾客变为顾客,把顾客变为老顾客、忠实顾客,也将是购物广场发展的必由之路。因此,发展会员,推行会员卡,同时不断通过相关活动把顾客提升为沈阳大悦城家族的一分子、一部分,应是20xx年战略规划之一,而会员卡也将在下一年的各个活动中具体体现和运用起来。

我们做广告的目的,就是第一在消费者心目中树立良好、牢固的企业形象,提高美誉度和认同度;其二就是借助广告媒体对商业信息进行有效传递,提升实效性。两相结合,才是相对完善的广告宣传。

长期以来,我们的广告媒体主要是以电视字幕广告为主流媒体,从实效性来看,的确具有一定的效果,但是作为主流媒体,欠缺的是无法将形象树立在市民心中,而对于现代广告营销而言,电视字幕、短信等广告媒体也只是起到发布信息的作用,并没有完全发挥出“广形象宣传”的作用。

在20xx年,首要的任务则是根据以往收集来的各广告公司、广告媒体进行深入分析,确定出着实适合我们企业的主流媒

体作为宣传平台，并根据该媒体特点制定长期宣传战略，使其切实为我们服务，达到真正广告宣传的目的。

其次，在依托主流媒体进行形象宣传的同时，尽可能多地通过各种方式增加社会影响力，如制造新闻看点、发展大型文化主题巡展等公益性质的活动等，通过社会舆论提升购物广场在市民心中地位和认知度。

4、在网络上大肆宣传本购物广场20xx年度新一轮大型文化巡展活动。

综合起来，购物广场的销售区形象大致包括橱窗、内部氛围布置、商品陈列等方面。其中，作为个人而言，对于橱窗形象方面，在设计及搭配方面均不成熟，而橱窗又相当于购物广场的门脸，对于吸引消费者起着很大的作用，新的一年中，在橱窗方面将下深工夫研究，并结合实际锻炼摸索，把弱项弥补上来。

新的一年中，购物广场内部布置整个围绕年度文化主题，为消费者创造商品以外的价值空间和值得体验的真实感受。积极策划组织各类带有公益色彩的文化展览及各类主题活动，强调与消费者的情感沟通，在消费决策前便取得认同。在dp点原来的花卉全部取消，从大连购买趣味雕塑作品20件整体分布，提高购物广场整体的艺术氛围和档次。各部门积极沟通、配合，包括货架摆放、商品摆放等尽量多地从各渠道进行学习并具体实施到导购员处。

3、配合购物广场活动做好各项有关购物广场活动氛围的设计工作，确保购物广场活动的卖场气氛。

通过了解市场，分析市场，提高部门工作的准确性，实效性，从而提升市场部整体工作能力，给购物广场带来更大的利益。

市场下步工作计划和目标篇五

时间如流水，眨眼间我们就告别了忙碌的20xx[]迎来了崭新的20xx[]在20xx年的工作中，我们有付出也有收获。为了更好的开展下一年的工作，再接再厉，取得更好的成绩，特拟订20xx工作计划。

市场部门直接对销售总经理负责，是企业的灵魂，其工作职能在生产、销售、服务中的作用十分重要，是销售环节核心的组成部门分，作为市场部门，重要的工作是协助总经理收集、制订、执行。衡量市场部门工作的标准是：销售政策、推广计划是否科学、执行力度是否严谨。所以市场部门的工作是至关重要的，我们必须严格的要求自己，在工作的同时不断的提高自己的业务水平，及时的给自己充电，学习各方面的知识。

1 制定xx年销售工作计划:科学严谨的剖析现有市场状况和销售状况,扬长避短、寻求机会、制定20xx年市场部门和销售部门工作任务和工作计划。

2 实行精兵简政、优化销售组织架构:认真分析了解目前销售部门组织架构、根据市场情况合理性、在市场精耕的前提下，精兵简政、调整局部门人员、控制销售成本、挖掘人员潜力、激发工作热情、感受工作压力、努力作好各自市场销售工作。

3 严格实行培训、提升团队作战能力：集中培训、努力使所有员工充分掌握公司销售政策、产品知识、应用技术知识、营销理论知识，形成学习型团队、竞争型团队、创新型团队。

品知识系统培训

销知识系统培训

业执行标准培训

“从优秀到卓越”——企业人在企业自律守则培训

销售人员职业道德培训 销售人员必备素质培训

应用技术及公司产品培训(应用中心或工程师培训)

以上就是我对于下一年的市场部门的工作计划。在新的一年里，我们一定要不断的牛奶，团结一致，把我们的工作做到最好，为公司的发展做出我们的贡献。

市场下步工作计划和目标篇六

市场部直接对销售总经理负责，是企业的灵魂，其工作职能在生产、销售、服务中的作用十分重要，是销售环节核心的组成部分，作为市场部，重要的工作是协助总经理收集、制订、执行。衡量市场部工作的标准是：销售政策、推广计划是否科学、执行力度是否严谨。

1、市场部作用：

- 1) 直接对总经理负责，协助总经理进行市场策划、销售计划的制定和实施。
- 2) 督促销售部对销售计划进行事实。
- 3) 全面协调各部门工作职能。
- 4) 是企业的灵魂。

2、市场部工作标准：

准确性、及时性、协调性、规划力、计划性、执行力。

3、市场部工作职能：

- 1) 制定销售工作计划、季度销售工作计划、协助销售部执行。
- 2) 协调各部门特别是研发生产部的协调工作。
- 3) 组织销售部进行系列培训。
- 4) 监控销售成本、对销售区域人员指导性的增减、调控
- 5) 制定、督促、实施必要的销售推广。
- 6) 专卖店形象的管理、建设、导购、督导的培训。
- 7) 销售客户档案统计、归纳、整理。
- 8) 全面收集销售、市场信息，筛选整理形成方案上交相关部门

1、制定工作计划：科学严谨的剖析现有市场状况和销售状况，扬长避短、寻求机会、制定20xx年 市场部和销售部工作任务和工作计划。

2、实行精兵简政、优化销售组织架构：认真分析了解目前销售部组织架构、根据市场情况合理性、在市场精耕的前提下，精兵简政、调整局部人员、控制销售成本、挖掘人员潜力、激发工作热情、感受工作压力、努力作好各自市场销售工作。

3、严格实行培训、提升团队作战能力：

集中培训、努力使所有员工充分掌握公司销售政策、产品知识、应用技术知识、营销理论知识，形成学习型团队、竞争型团队、创新型团队。

品知识系统培训

销知识系统培训

业执行标准培训

“从优秀到左卓越”——企业人在企业自律守则培训

售人员职业道德培训

售人员必备素质培训

用技术及公司产品培训（应用中心或工程师培训）

4、科学市场调研、督促协助市场销售：

5、协调部门职能、树立良好企业文化：

行政人事部：行政人事部门的功能和职责就是直接对总经理负责、协调各部门工作、建立完整的人事档案，制定科学的人才竞争奖惩机制，考察各部人员工作情况，在市场部的建议和科学的数字、事件、和市场情况下，不断为企业储备人才，挖掘销售人员潜力，致力于销售的提高和市场的发展。

研发部生产部：研发生产部门的职责是以市场需求为导向，通过市场需求，不断优化产品结构和产品功能、把握产品质量、严格推行iso-20xx质量体系，向市场推出竞争力产品。因此，市场部每月都会给出市场信息、竞品信息、销售情况信息，使该部门能及时、客观、科学把握市场新动态、航标，在不断调整自身产品不足之处的同时，并为企业研发、生产适合客户和市场需求的好产品来赢得市场和客户。

销售部：销售部是企业的先锋部队、是贴近市场的侦察兵、是企业发展的硬武器。他们的职责就是不断的开拓销售通路、寻求最适合企业发展的战略合作伙伴，不断的把企业的产品推向市场、同时向市场提供科学的前沿信息，而市场部在捕捉市场信息的前提下，结合企业实际情况，制定强有力的市场方案和销售策略，最有力的树立企业“灵魂”的作用。

财务部：直接对总经理负责，如果说市场部是“灵魂”、销售部是“先锋”、是“轰炸机”，那财务部则是企业的“大闸”、是企业运作、健康发展的“动脉”，它的职责是制定企业科学年度预算、结算，把握企业的赢利，及时的为总经理提供合理的生产成本预算、市场推广预算、销售成本预算、风险和利益的客观评估。作为市场部，在结合企业的实际情况、市场的实际情况、客户的实际情况、制定合理的推广方案和费用，上交总经理或与财务部进行沟通，使之切实可行，使企业发展利益的最大化。

市场留守、物流部：直接对销售部负责，他们的职责就是及时了解定单信息，并及时转交生产步，以最快的速度、最低的物流成本、安全的把产品送到目的地和客户的手中，为销售部作好最优质的服务。作为市场部，更应该建议、指导、督促、协助他们的工作。

6、把握市场机会、制定实施销售推广：

7、信息收集反馈、及时修正销售方案

市场下步工作计划和目标篇七

销售部利润主要来源有：计算机销售；电脑耗材；打印机耗材；打字复印；计算机网校等和计算机产业相关的业务。今年主要目标：家庭用户市场的开发、办公耗材市场的抢占。针对家庭用户加大宣传力度，办公耗材市场用价格去竞争、薄利多销。建立完善的销售档案，定期进行售后跟踪，抢占办公耗材市场，争取获得更大的利润。这里也需要我们做大量的工作，送货一定及时、售后服务一定要好，让客户信任我们、让客户真真切切的享受到上帝般的待遇。

能够完成的利润指标□xxx万元，纯利润xxx万元。其中：打字复印xxx万元，网校xxx万元，计算机xxx万元，电脑耗材及配件xxx万元，其他□xxx万元，人员工资xxx万元。

客服部利润主要来源：七喜电脑维修站；打印机维修；计算机维修；电脑会员制。200年我们被授权为七喜电脑授权维修站；实创润邦打印机连锁维修站，所以说今年主要目标是客户服务部的统一化、规范化、标准化，实现自给自足，为来年服务市场打下坚实的基础。

能够完成的利润指标，利润xxx万元。

工程部利润主要来源：计算机网络工程；无线网络工程。由于本地网络实施基本建成，无线网络一旦推广开来可以带来的利润点，便于计算机网络工程的顺利开展，还能为其他部门创造出一个切入点，便于开展相应的业务工作。今年主要目标也是利润的增长点-----无线网，和一部分的上网费预计利润在xxx万元；单机多用户系统、集团电话、售饭系统这部分的利润xxx万元；多功能电子教室、多媒体会议室xxx万元；其余网络工程部分xxx万元；新业务部分xxx万元；电脑部分xxx万元，人员工资xxx—xxx万元，能够完成的利润指标，利润xxx万元。

在追求利润完成的同时必须保证工程质量，建立完善的工程验收制度，由客户服务部监督、验收，这样可以激励工程部提高工程质量，从而更好的树立公司形象。

对那些不遵守公司规章制度、懒散的员工决不手软，损坏公司形象的一定严肃处理。

从方案的设计、施工、验收、到工程的培训这一流程必须严格、坚决地贯彻执行，客户服务部要坚持不验收合格不进行维修的原则。

尽量创造出一些固定收入群体，如计算机维修会员制、和比较完备的设备维修收费制度，把一些比较有实力、有经济基础的企事业单位、委办x变成我们长期客户。

对大型客户要进行定期回访，进行免费技术支持，建立一个比较友好的客户关系。要利用各种手段、媒体，如利用我们自己的主页把公司的收费标准公布出去、从领导到每位员工要贯彻执行。

服务、维修也能创造利润。近几年工程越来越少、电脑利润越做越薄、竞争越来越激烈，我们可以从服务、维修创造利润，比较看好的有保修期以外的计算机维修市场、打印机维修市场等。

不断为员工提供或创造学习和培训的机会，内部互相学习，互相提高，努力把xxx公司建成平谷地x计算机的权威机构。

职工培训工作是人力资源开发、干部队伍建设与企业文化建设的重要内容，通过培训，可以统一目标、统一认识、统一步调，提高企业的凝聚力、向心力和战斗力。树立学习风气，不懂得要问，不会的要学。

培训内容：

一、爱岗敬业：回顾历史、展望未来，了解企业的光荣传统与奋斗目标，增强使命感与责任感，培养主人翁意识。

二、岗位职责：学习公司制度、员工纪律，明确岗位职责、行为规范。

三、岗位技能：学习从业技能、工作流程及在岗成才的方法。

培训方式：

公司内部定期不定期安排员工培训。

积极参与中心或公司组织的管理人员、技术人员和全体员工的培训活动。

培训目标：为员工在岗成才创造条件，为企业提供员工积累。

我们是一个团结的集体，具有团队精神的集体，变成一支能够打硬仗的队伍。每个部门、每位员工，岗位明确，责任到人，个人奖金与部门效益直接挂钩。这样一来我们应该既有压力又要有信心，没有信心就不会成功，没有压力就不会使人在各个层面进步、提高。

同志们，时间是有限的、尤其是从事我们这个行业的，计算机技术的发展日新月异，一天不学习就会落后，因此现在我们在座的每位职工都应该要有树立时间意识、竞争意识，引用十六大精神里的一句话就是要“与时俱进”。

公司各个部门应互相配合相互协作、按时按量、完成领导交给我们的各项工作任务，努力去实现本次大会制定的12万利润指标。

1、放下包袱，抛开手脚大干，力争当一名合格的副经理

其工作职责就是开拓市场和xxx公司的业务，在工作之中一定要严格要求自己、树立自己正确的人生观和价值观、顾全大局□把公司的利益看得高于一切。绝不干有损于xxx形象的事情。

2、努力学习，提高素质，提高工作能力，和业务水平，为把xxx建成在平谷地x规模最大、品种最全、最具有权威性的it企业而努力。我会努力配合各个部门制定的利润指标，请各位领导和在座的每位员工进行监督。

以上是在20xx年关于电脑销售方面的工作计划，请各领导过目。

市场下步工作计划和目标篇八

在这一年里，凭借前几年的蓄势□xx公司不但步入了高速发展

的快车道，实现了更快的效益增长，而且成功地实现公司股票在上海证券交易所上市。从此，一个xx公司以崭新姿态展现在世人面前，一个更具朝气和活力的、以维护股东利益为己任的xx公司诞生了。

公司上市后，管理水平必将大幅度提高，这不仅仅是市场竞争的外在要求，更是自身发展壮大的内在要求。对于市场部来说，全面提升管理水平，与公司同步发展，既是一种压力，又是一种动力。为了完成公司xx年合同额三十亿的总体经营管理目标，市场部特制订xx年工作计划如下。

1、建立直接领导关系

市场部是负责公司信息网络建设与维护、信息收集处理工作的职能部门，接受营销副总经理的领导。市场部信息管理员与各区域市场开发助理之间是一种直接领导关系，即在信息网络建设、维护、信息处理、考核方面对市场开发助理直接进行指导和指挥，并承担信息网络工作的领导责任。

2、构架新型组织机构

3、增加人员配置：

(1) 信息管理员：市场部设专职信息管理员3名，分管不同区域，不再兼任其它工作。

(2) 市场开发助理：浙江省六个办事处共设市场开发助理两名，其它各办事处所辖区域均设市场开发助理一名。

4、强化人员素质培训

春节前完成对各区域的市场部信息管理员和市场开发助理的招聘和培训，使xx年新的管理制度实施过程中市场部在人员素质方面有充分的保障。认真选择和慎重录用市场开发助理，

切勿滥竽充数。

5、加大人员考核力度

在人员配置、资源保证、业绩考核等方面对信息网络建立和维护作出实施细则规定，从制度上对此项工作作出保证。建立市场信息管理员定期巡回分管区域指导信息管理工作的考核制度，并根据各区域实际情况和存在的问题，有针对性地加以分析和研究，以督促其在短期内按规定建立和健全信息管理工作的工作。

6、动态管理市场网络

市场开发助理与信息管理员根据信息员提供的信息数量（以个为单位）、项目规模、信息达成率、发展下级信息员数量四项指标对信息网络成员进行定期的动态评估。在分析信息员/单位的分类的基础上，信息管理员和市场开发助理应结合信息员的背景资料进行细致地分析，确定其通过帮助后业绩增长的可能性。进一步加强信息的管理，在信息的完整性、及时性、有效性和保密性等方面做好比上一年更好。（详见市场开发助理管理制度）

7、加强市场调研，以各区域信息成员/单位提供的信息量和公司在各区域的业务进展情况，将以专人对各区域钢结构业务的发展现状和潜在的发展趋势，进行充分的市场调研。通过调研获取第一手资料，为公司在各区域的机构设置各趋合理和公司在开拓新的市场方面作好参谋。

1、为进一步打响“xx公司”品牌，扩大xx公司的市场占有率□xx年乘公司上市的东风，初步考虑四川省省会成都、陕西省省会西安、新疆维吾尔自治区首府乌鲁木齐、辽宁省会沈阳、吉林省的长春、广东省会广州、广西壮族自治区首府南宁以及上海市举办品牌推广会和研讨会，以宣传和扩大xx公司的品牌，扩大信息网络，创造更大市场空间，从而为实现

合同翻番奠定坚实的市场基础。

2、在重点或大型的工程项目竣工之际，邀请有关部门在现场举办新闻发布会，用竣工实例展示和宣传xx公司品牌，展示xx公司在行业中技术、业绩占据一流水平的事实，树立建筑钢结构行业中上市公司的典范作用和领导地位，使宣传工作达到事半功倍的效果。

3、进一步做好广告、资料等方面的宣传工作。在各个施工现场制作和安装大型宣传条幅或广告牌，现场展示企业实力；及时制作企业新的业绩和宣传资料，补充到投标文件中的业绩介绍中和发放到商各人员手中，尽可能地提升品牌推广的深度和力度。

4、加强和外界接触人员的专业知识培训和素质教育工作，树立良好的企业员工形象和先进的企业文化内涵，给每一位与xx公司人员接触的人都能够留下美好而深刻的印象，从而对xx公司有更清晰和深层次的认识。

市场下步工作计划和目标篇九

光阴飞逝□xx年转瞬过半。回顾半年来的工作，锦州区域紧紧围绕年初的目标，通过学习提高素质，落实管理促使规范。在工作中，大家克难攻坚，力拓市场，为雅致品牌在辽西扎根，开花，结果，作出了应有的努力。基本实现了时间过半，任务过半的要求。具体说来，我们从以下几个方面做出了努力。

一抢市场，不惧困难。锦州区域是公司从经营战略上考虑后，新设立的业务区域。共有3名业务员。所辖业务范围包括锦州，葫芦岛，盘锦，阜新，朝阳，赤峰六个地级市，地域广，线路长。区域设立伊始，公司产品在区域的市场份额非常低，为了抢占市场，打压竞争对手，区域的兄弟们时刻保持清晰

头脑，理顺工作思路，积极寻找市场的突破口。在开拓市场的过程中，大家切实发扬了雅致的“四千精神”，对区域建设项目进行了全面摸底，掌握第一手资料，不论走东西500公里，还是走南北300公里；不论是tg项目，还是重点项目，哪里有契机，哪里就有辽西雅致业务员的身影；哪里有竞争，哪里就有辽西雅致人必胜的壮言。同时，大家还利用各种途径和方法，广泛搜集客户信息，广交客户朋友，理性沟通，睿智谈单，灵活运用了“先交朋友，再谈业务。做一笔业务，交一个朋友”的谈单及客服理念，让客户从使用的效果上和心理上认可并接受我们的产品，为使雅致的红旗早日插遍辽西大地打下了坚实基础。一份辛劳，一份收获，截止目前，锦州区域完成产值380万元，市场占有率超过50%。

二抓管理，执行规定。抓好管理，是提高业务质量的重要保证，也是最大限度提高工作效率，降低业务风险的主要措施。业务管理工作永远离不开销售，也离不开公司为业务战略和管理目标而制定各种制度。为了有效提高管理效果，我区努力把业务的过程管理和公司的制度结合起来，通过管理来激发大家的工作热情，规范大家的业务行为。主要做到：1抓业务员心态和思想的管理。区域的业务员来自不同的地方，也有不同的背景，基础和习惯，平时在工作和生活中有不同的要求和欲望。加之在外围工作，战线长，困难多，每天难以集中，根据这些特点，我努力提高每周为数不多的会议质量，把公司的要求和文化与大家的想法和行为来进行对照，共同探讨和学习，营造一个宽松和谐的氛围，让大家有一个家的温馨感，从而使大家在和谐融洽中接受管理，在相互帮助中调整思想和心态，始终保持着一一种旺盛的工作斗志。2抓五单管理。为了降低业务风险，我区把五单管理作为一个重要的管理指标来抓，并按照公司的要求，努力改进在五单签订上存在的一些问题，提高管理质量和回笼率。上半年，我区合同回笼率81%，验收单回笼率76%，结算单回笼率83%。3抓回款管理。上半年，我区回款率32%，没有完成预期目标。但在回款的要求和措施上我们没有放松，一直在努力提高合同执行力。4抓市场资源管理。根据辽西的特点，我们把客户资源

和市场信息进行疏理和整合，并有针对性地进行跟踪和回访，从而提高工作效率和客户对雅致的信任度。5抓日常工作管理。在日常管理中我们按照公司的要求，严格执行请销假制度，报销制度，会议制度等，积极改进存在的问题，努力把日常管理工作统一到公司的要求上来。

三勤学习，提升素质。学习是业务工作永恒主题，只有通过对公司业务知识和公司文化的不断学习和理解，才可以提高我们开拓能力，跟踪能力，谈单能力及业务的把控能力。我们一是通过公司组织的培训加强了业务技能和业务知识的学习。二是加强了对公司的各项管理制度的学习。三是加强对金融危机下市场知识的学习。四是同事之间互相学习，共同提高。

四存在的问题：

1市场的拓展深度和广度不够，依然存在着死角。

2业务回款效果不理想。

3业务知识和谈判技巧有待提高。

五下半年工作思路

下半年，我区将发扬上半年的工作长处，克服其不足，主要做好以下几点：

1继续加大市场的开拓力度，不但提供市场占有率，做到有单签单，无单抢单。树立去之可战，战之必胜的信心。力争市场占有率提高到60%以上。总产值力争达到800万。

2加大回款力度。下半年我区必须坚持两手抓，即一手抓签单，一手抓回款。在回款工作中，我们坚决按照合同执行，及时解决回款中遇到的各种问题，力争老款回款率95%，新款回款

率90%。

3强化业务管理指标的提升。力争实现合同回笼率95%，验收单回笼率98%，结算单回笼率90%。报表，台账详细规范。

4继续加强学习。我们在不但自我学习，自我提高的同时，将不断虚心向他人学习。对新人的培养将有针对性的进行帮助，使其尽快成为一名独当一面的业务能手。

5进一步加强日常管理工作，严格落实公司的各项管理制度，严格控制费用，严肃工作纪律。

6做好客户维护工作，让客户的朋友关系贯穿业务的始终。

市场下步工作计划和目标篇十

本站后面为你推荐更多市场工作计划！

一、信息网络管理

1. 建立直接领导关系

市场部是负责公司信息网络建设与维护、信息收集处理工作的职能部门，接受营销副总经理的领导。市场部信息管理员与各区域市场开发助理之间是一种直接领导关系，即在信息网络建设、维护、信息处理、考核方面对市场开发助理直接进行指导和指挥，并承担信息网络工作的领导责任。

2. 构架新型组织机构

3. 增加人员配置：

(1)信息管理员：市场部设专职信息管理员3名，分管不同区域，不再兼任其它工作。

(2) 市场开发助理：浙江省六个办事处共设市场开发助理两名，其它各办事处所辖区域均设市场开发助理一名。

4. 强化人员素质培训

春节前完成对各区域的市场部信息管理员和市场开发助理的招聘和培训，使xx年新的管理制度实施过程中市场部在人员素质方面有充分的保障。认真选择和慎重录用市场开发助理，切勿滥竽充数。

5. 加大人员考核力度

在人员配置、资源保证、业绩考核等方面对信息网络建立和维护作出实施细则规定，从制度上对此项工作作出保证。建立市场信息管理员定期巡回分管区域指导信息管理工作的考核制度，并根据各区域实际情况和存在的问题，有针对性地加以分析和研究，以督促其在短期内按规定建立和健全信息管理工作。

6. 动态管理市场网络

市场开发助理与信息管理员根据信息员提供的信息数量(以个为单位)、项目规模、信息达成率、发展下级信息员数量四项指标对信息网络成员进行定期的动态评估。在分析信息员/单位的分类的基础上，信息管理员和市场开发助理应结合信息员的背景资料进行细致地分析，确定其通过帮助后业绩增长的可能性。进一步加强信息的管理，在信息的完整性、及时性、有效性和保密性等方面做好比上一年更好。

7. 加强市场调研，以各区域信息成员/单位提供的信息量和公司在各区域的业务进展情况，将以专人对各区域钢结构业务的发展现状和潜在的发展趋势，进行充分的市场调研。通过调研获取第一手资料，为公司在各区域的机构设置各趋合理和公司在开拓新的市场方面作好参谋。

二、品牌推广

1、为进一步打响“杭萧钢构”品牌，扩大杭萧钢构的市场占有率□xx年乘公司上市的东风，初步考虑四川省省会成都、陕西省省会西安、新疆维吾尔自治区首府乌鲁木齐、辽宁省会沈阳、吉林省的长春、广东省会广州、广西壮族自治区首府南宁以及上海市举办品牌推广会和研讨会，以宣传和扩大杭萧钢构的品牌，扩大信息网络，创造更大市场空间，从而为实现合同翻番奠定坚实的市场基础。

2、在重点或大型的工程项目竣工之际，邀请有关部门在现场举办新闻发布会，用竣工实例展示和宣传杭萧钢构品牌，展示杭萧钢构在行业中技术、业绩占据一流水平的事实，树立建筑钢结构行业中上市公司的典范作用和领导地位，使宣传工作达到事半功倍的效果。

3、进一步做好广告、资料等方面的宣传工作。在各个施工现场制作和安装大型宣传条幅或广告牌，现场展示企业实力；及时制作企业新的业绩和宣传资料，补充到投标文件中的业绩介绍中和发放到商各人员手中，尽可能地提升品牌推广的深度和力度。

4、加强和外界接触人员的专业知识培训和素质教育工作，树立良好的企业员工形象和先进的企业文化内涵，给每一位与杭萧钢构人员接触的人都能够留下美好而深刻的印象，从而对杭萧钢构及钢结构有更清晰和深层次的认识。

三、客户接待

1、督促全体人员始终以热诚为原则，有礼有节地做好各方面客人的接待工作，确保接待效果一年好于一年。

2、在确保客户接待效果的提前下，将尽可能地节省接待费用，以降低公司的整体经营成本，提高公司利润水平。

3、继续做好来访客户的接待档案管理工作，将潜在顾客和合同顾客的档案分类保存，准确掌握项目进程，努力配合商务部门和办事处促成项目业务。

4、调整部门人员岗位，招聘高素质的人员充实接待力量。随着业务量的不断扩大，来访客户也日渐增多，市场部负责接待的人员明显不足。为了适应公司业务发展的需要，更好地做好接待工作，落实好人员招聘工作也是一件十分重要的事情。

四、内部管理

1、严格执行c版质量管理体系文件和管理体系标准文件，严格实施“一切按文件管理，一切按程序操作，一切用数据说话，一次就把工作做好”战略，使市场部逐步成为执行型的团队。

2、进一步严格按照股份公司和营销系统所规定的各项要求，开展本部门的各项工作管理，努力提高管理水平。

3、充分发挥本部门各岗位人员的工作积极性和主动能动性，强调其工作中的过程控制和最终效果。提高他们的工作责任心和工作质量。严格按照相应的岗位职责实行考核制。

4、一切从公司大局出发，强调营销体系一盘棋。积极做好协调营销系统各部门之间的联系与协调工作，从而提高营销系统整体战斗力，为完成20xx年的业绩目标做好最优质的服务工作。