

最新营销部年终总结报告(实用6篇)

报告在传达信息、分析问题和提出建议方面发挥着重要作用。写报告的时候需要注意什么呢？有哪些格式需要注意呢？下面是小编帮大家整理的最新报告范文，仅供参考，希望能够帮助到大家。

营销部年终总结报告篇一

在过去的一年里，我店经历了多个严重影响客源的事件，为了扬长避短，奋发进取，在新的一年里再创佳绩。现对这一年的营销工作进行以下总结。

对于我们服务行业来说，酒店硬件和服务就是我们的生命如果这两方面做不好酒店想要发展壮大想要立足就是纸上谈兵。

积极主动的服务意识有待加强，服务缺乏耐心，缺少人情味，尤其是在面对大批量客人时。细节注意不够，凡事没能从自我做起，比如举手之劳，随手清理客人随手丢的垃圾，帮客人拎行李等要时刻注意客人。营业时间无规律性和应变性。技术支持问题：维修范围大，项目多，进度慢，没有应急预案。各部门均各自为政，部门之间的衔接和沟通须加强。

服务质量尚需有优化。从多次检查和客人投诉中发现，酒店各部门各岗位员工的服务质量，横向比较有高有低，纵向比较有优有劣。白天与夜晚、平时与周末、领导在与不在，都难做到一个样地优质服务。反复出现的问题是，有些部门或岗位的部分员工，仪容仪表不整洁，礼节礼貌不主动，接待服务不周到，处理应变不灵活。此外，清洁卫生不仔细，设备维修不及时等，也影响着酒店整体的服务质量。

经过一段时间的磨合，营销部已经融合成一支精干，团结，上进的队伍，团队有分工、有合作，人员之间沟通顺利，各

相关部门的配合也正日趋加强，能相互理解和支持，好的方面需要再接再厉，发扬光大，但问题方面也不少。

和其他部门的沟通配合还须加强；这一点营销部迫切渴望获得其他部门的理解和支持，我们都应本着宾客至上，服务第一的原则真诚待客回报酒店。销售工作得不到大家的认同；没有客人抱怨没生意，客人来啦又抱怨太忙、太辛苦。员工服务中惰性强，缺乏主动性和责任感给营销部员工主动争取客户带来了很大的阻力。部门责任不清，本末倒置，出现过失事件相互指责、推脱责任，导致销售人员不能及时处理客人投诉，降低客人回头率。市场调研不够深入，策划方案缺少创新。

重外轻内。即重视外部营销，忽视内部管理。把大量的人才、物力都投入到酒店销售上，而酒店内部的基础工作差，设备老化、职工缺乏系统培训，职工素质提高缓慢；酒店基础管理混乱，工作效率低、物耗大、效益低。这种“三落后”的内部管理到头来又影响外部营销，使外部营销失去了保证。这种“重外轻内”的结果，酒店所获得的只是暂时的、局部的利益，缺乏持续发展的基础，酒店竞争乏力，酒店内外受困。

为了巩固老客户和发展新客户，建议召开大型客户答谢联谊会，以加强与客户的感情交流，听取客户意见。开拓市场，争取客源，营销代表实行工作日记志，每工作日必须完成拜访新客户和老客户的工作步骤，以月度营销任务完成情况及工作日记志综合考核营销代表。

前厅岗位是酒店的门面岗位，也是客人咨询问题、反映情况、提出建议、投诉不满等较为集中的地方。本着“宾客至上、服务第一”和“让客人完全满意”的宗旨，从部门经理到主管、领班，直至前台接待人员，除了能做到礼貌待客、热情服务外，还能化解矛盾，妥善处理大大小小的客人投诉争取较多的酒店回头客。

为了保障来年营销工作顺利高效地实施，我店还需要通过苦练“内功”来强化关键工作流程、关键制度来培养组织执行力，以更好的发展客户、保留客户！

营销部年终总结报告篇二

在过去的一年里，我店经历了多个严重影响客源的事件，为了扬长避短，奋发进取，在新的一年里再创佳绩。现对这一年的营销工作进行以下总结。

对于我们服务行业来说，酒店硬件和服务就是我们的生命如果这两方面做不好酒店想要发展壮大想要立足就是纸上谈兵。

积极主动的服务意识有待加强，服务缺乏耐心，缺少人情味，尤其是在面对大批量客人时。细节注意不够，凡事没能从自我做起，比如举手之劳，随手清理客人随手丢的垃圾，帮客人拎行李等要时刻注意客人。营业时间无规律性和应变性。技术支持问题：维修范围大，项目多，进度慢，没有应急预案。各部门均各自为政，部门之间的衔接和沟通须加强。

服务质量尚需有优化。从多次检查和客人投诉中发现，酒店各部门各岗位员工的服务质量，横向比较有高有低，纵向比较有优有劣。白天与夜晚、平时与周末、领导在与不在，都难做到一个样地优质服务。反复出现的问题是，有些部门或岗位的部分员工，仪容仪表不整洁，礼节礼貌不主动，接待服务不周到，处理应变不灵活。此外，清洁卫生不仔细，设备维修不及时等，也影响着酒店整体的服务质量。

经过一段时间的磨合，营销部已经融合成一支精干，团结，上进的队伍，团队有分工、有合作，人员之间沟通顺利，各相关部门的配合也正日趋加强，能相互理解和支持，好的方面需要再接再厉，发扬光大，但问题方面也不少。

和其他部门的沟通配合还须加强；这一点营销部迫切渴望获

得其他部门的理解和支持，我们都应本着宾客至上，服务第一的原则真诚待客回报酒店。销售工作得不到大家的认同；没有客人抱怨没生意，客人来啦又抱怨太忙、太辛苦。员工服务中惰性强，缺乏主动性和责任感给营销部员工主动争取客户带来了很大的阻力。部门责任不清，本末倒置，出现过失事件相互指责、推脱责任，导致销售人员不能及时处理客人投诉，降低客人回头率。市场调研不够深入，策划方案缺少创新。

重外轻内。即重视外部营销，忽视内部管理。把大量的人才、物力都投入到酒店销售上，而酒店内部的基础工作差，设备老化、职工缺乏系统培训，职工素质提高缓慢；酒店基础管理混乱，工作效率低、物耗大、效益低。这种“三落后”的内部管理到头来又影响外部营销，使外部营销失去了保证。这种“重外轻内”的结果，酒店所获得的只是暂时的、局部的利益，缺乏持续发展的基础，酒店竞争乏力，酒店内外受困。

为了巩固老客户和发展新客户，建议召开大型客户答谢联谊会，以加强与客户的感情交流，听取客户意见。开拓市场，争取客源，营销代表实行工作日记志，每工作日必须完成拜访新客户和老客户的工作步骤，以月度营销任务完成情况和工作日记志综合考核营销代表。

前厅岗位是酒店的门面岗位，也是客人咨询问题、反映情况、提出建议、投诉不满等较为集中的地方。本着“宾客至上、服务第一”和“让客人完全满意”的宗旨，从部门经理到主管、领班，直至前台接待人员，除了能做到礼貌待客、热情服务外，还能化解矛盾，妥善处理大大小小的客人投诉争取较多的酒店回头客。

管理者能上能下，员工能进能出，依据工作表现竞聘上岗等等，这些皆利于酒店及部门岗位的政令畅通，令行禁止。推动酒店各项工作的开展，为力争完成营收指标提供管理机制

等方面的保证。营销策略不是一成不变的，在执行一定时间后，可以检查是否达到了预期目的，方向是否正确，可以做阶段性的调整，为了保障来年营销工作顺利高效地实施，我店还需要通过苦练“内功”来强化关键工作流程、关键制度来培养组织执行力，以更好的发展客户、保留客户！

营销部年终总结报告篇三

员工是企业的基础，营销人员在企业中的作用十分重要。如何管理好营销人员是企业必须掌握的十分重要手段。下面是本站小编整理的一些关于营销部门员工工作总结，供您参考。

20xx年即将悄然谢幕，在这一年里营销部全体员工始终贯彻执行“外抓营销，内强管理，平安经营，稳定发展”的经营管理方针，在平稳中感受变化，在变化中感受创新，在创新中感受发展，在发展中感受压力，紧紧围绕年度经营目标任务，齐心协力、不懈努力，较好的完成了全年的各项工作任务。现将一年来的工作汇报如下：

一、思路决定出路。

今年以来，面对市区高星级和同星级酒店的环绕林立，面对各类商务酒店、特色餐饮店对市场的冲击，德华宾馆占据的市场份额越来越少，如何突破此瓶颈，营销部全体员工以宾馆年初制定的“外抓营销，内强管理”为指导，充分发挥各自的主观能动性，在总经办的带领下，劲往一处使，想尽千方百计，积极拓展新客户，稳定老客户。

在这一年中95%的协议客户选择了继续在德华消费，还新增部分优质协议客户。在各行政单位不断地压缩接待经费和人事变动较大的不利的背景下，协议客户消费与去年同期比较略有上升。

二、品质成就品牌。

为维护德华会议接待这个品牌，再次将会议品牌提升，主要着手抓了以下几个方面的工作：

一是始终坚持“管家式”服务。

在坚持“管家式”服务基础上，我们有效的开展“一站式”服务，想客户之所想，急客户之所急，在今天的文明城市创建接待中，营销部积极发挥协调作用，配合接待服务、及时传达信息，积极搞好外联，真正用服务品质成就了德华会议服务的品牌。

二是不断开拓会议市场。

我们注重加强与协议单位的联系，不放松任何信息捕捉，我们既是营销员又是服务员，从会议接进来开始，就对餐饮、客房、会务全程进行跟踪和全方位进行服务，这样不仅使客人减少了麻烦，还与客人建立了长期合作的友情，尽管我们的会议室的硬件不如四星、五星级的宾馆，但由于我们“管家式”和“一站式”的优质服务，赢得了客人的一致好评。今年一年，我们共接待各类型会议 批次，全年会议收入比去年同期增长 万元。

三是稳定旅游团队市场。

在过去的一年里，通过严谨细致的市场调查后，结合宾馆的实际情况，制定了相应的接待价格政策和接待方案，加大了与协议旅行社的回访和联络，提高了客房入住率，弥补了宾馆在会议淡季的客房闲置，带来了一定的经济效益。同时，使宾馆的知名度也随团队的入住而提升。

三、发挥营销作用，确保资金回笼。

账款回笼是我们今年工作的重点，也是工作的难点，主要是因为今年宾馆销售收入相对比去年有所增长，而我们的协议客户95%都是财政拨款单位，资金受拨款的限制，我们根据实际情况区别对待，对于老账，呆账采取多次上门催收；账款数额大的，就化整为零分次催收，在催收的过程中，虽然是遇到了许多意想不到的困难，有时是冷脸挨热脸，有时是话语不客气，我们怀着一片诚心，凭着对宾馆的炽热情怀，保证全年回笼了对外应收账款 万元，并理清理顺了各类老账 笔，保证了宾馆资金的安全回笼。

四、细节决定成败，德华情感式营销。

今年，我们把拜访维护客户作为重要工作来抓，开展形式多样的客户拜访，坚持了每位营销员每日上门拜访4家客户的形式，并在节假日或重大营销举措出台前利用企信通，手机给客人发送信息，为客户提供时尚、新颖、健康、快捷的短信内容！客户生日及时送上蛋糕、鲜花表示祝贺，既联络了感情又能精确地锁定我们的消费者，创建了德华营销特色。

此外，还经常与客户电话沟通，既征求工作意见又送上一声声美好的祝福，通过这些形式，我们的客户与营销员建立了良好的消费合作关系，现在客人来宾馆消费80%是通过打电话给营销员预定，保证了宾馆客源的稳定性。拓展零客市场。零客市场一直是宾馆的一个销售弱点，近些年，常德酒店业市场的迅猛发展，令业内人士叹为观止，可以说已经到了一个群雄逐鹿的局面，“僧多粥少”的现象更为严峻，为开发这一市场，营销人员通过登门拜访、传真等方式进行了宣传工作，特别是对现有协议客户的维护和管理方面，通过对客户档案资料的整理后，每周营销人员定期对客户进行拜访，一方面加强联系，另一方面及时掌握客人反馈信息和客户的消费动态，争取更多的零客入住。

五、外抓营销，确保信息通畅。

今年，宾馆格外重视对客户信息、意见与建议的收集，同时重视酒店市场的最新动态，它关系着宾馆生死存亡，也为宾馆决策层和经营部门及时调整经营思路和改正工作中的不足提供有力的参考。

营销部担负着信息获取和与客户交流。每天和协议客户的沟通交流，我们清楚地认识到我们宾馆的优劣势，我们及时把各种意见反馈给经营部门沟通，都得到了相关部门的高度重视，做出了相应的调整和优化，让消费者下一次进入德华宾馆时感受到的是提高和对他们的尊重；我们还不定期调研常德酒店市场信息，获取其他酒店的经营信息，为宾馆决策层做下一步决策时提供了参考的依据。

六、内强管理，确保服务提升。

面对20xx年销售人员的流动，我们有针对性地对新任人员加强了培训工作，使他们能以最快的速度进入角色，同时也加强了内部员工的学习与交流，使团队的战斗力得到了一定的提升。

我们坚持每周一例会，制定每周工作计划，培养员工学习意识，培训员工服务意识，提高员工安全意识、提高员工营销技巧，提升团队的整体协作水平，稳定了员工队伍。通过培训与管理，使全体人员从被动营销到主动营销，从无序工作到有序工作，从低效与客人沟通到高效与客人交流，从无市场调研分析粗放型管理，到每月一次市场调研分析和每季客户排名回访的精致型管理，提高了营销能效和营销品质，赢得了营销业绩的显著回升。

营销部的安全工作主要是账款回收时的资金安全，在这一方面我们加强对员工的培训，要求员工和协议客户接洽时尽量使用转账支付，在确有现金支付时，我们要求至少要有两名员工同时前往，或回馆时交通工具尽量使用的士，从而确保员工的生命安全和宾馆的资金安全，本部门全年度无任何安全

责任事故的发生。

过去的一年，固然取得了一定的成绩，但我们知道，无论客户多么满意，精益求精的要求不能丢，无论市场多么变幻，诚信经营的原则不能丢；我们更知道，我们还有许多的不足需要我们去改正和创新。市场纵有千变万化，营销独有一墨之规。百舸争游，非进必退。

在充满挑战的20xx年，营销部全体员工在宾馆领导的正确领导下，立志以前瞻的视野，超前的营销，勇于创新，迎难而上，勤勉工作，全身心投入宾馆的经营发展，在确保完成宾馆下达的目标任务的前提下，塑造营销部的新形象、新境界！

一、20xx年工作总结

(一)个人成长

20xx年7月2日，我有幸进入了中技这个大家庭，在公司领导和同事的支持和帮助下，不断的锻炼和提高自己。眼看20xx年即将成为过去，回顾与中技同行的这半年时间，感慨颇多。

我是今年6月份毕业的，刚走出校门就直接来到了上海。来之前我还很迷茫，不知道做什么工作，没有给自己一个明确的定位。因为毕业之前我也做过两份工作，都是销售，但最终都因为各种原因没能坚持下来，可能是受这两次失败的打击吧，当时我对销售没有多少好感。

可命运总是这么奇怪。不知道是我选择了销售，还是销售选择了我，最后我还是来到了中技，再次回归到销售的第一线。来中技的第一天，是胡总给我面试的，他当时问了我几个问题，但我回答的都很不好，特别是让我用英语做自我介绍时，我支吾了半天也没表达清楚，结果出乎意料的是，胡总还是给了我一次机会，让我能在这里与中技一起成长。

刚开始接触国际物流，什么都不懂，对dhl□ups等国际知名快递公司都闻所未闻。那时候公司人还不多，每周六都在会议室讨论一周以来的成绩与问题，当各位同事分析渠道优势与劣势，以及一些操作流程的时候，我更是听得云里雾里。我进公司的时候，正好上一批的系统培训已经结束，胡总和郭经理让小叶做我的师傅，给了我一本培训教材，让我先自己熟悉一下相关知识。

由于缺乏实际经验，当时看起来很吃力，经常看的昏昏欲睡的感觉。一个星期之后，开始了学打电话，那时候一天打70多个电话，但效果不是很理想，也经常遇到客户的刁难和不屑，将近一个月都没有任何进展，当时心情相当沮丧，不知道是继续坚持下去，还是另谋出路，领导也多次找我谈话，给我鼓励。结果，在7月份的最后一天，终于开单了，接到了我来中技的第一票货。接下来的几个月里，我陆续新增了一些客户，但跟其他同事比起来，进步还是慢了很多。

在中技的这半年，是很充实的半年。在这里，我不仅仅是单纯的做业务，而是更加注重自身的提高。跟我以前所在公司不同的是，在中技可以一边学习，一边提高，同时能把所学的东西迅速运用于实践中，遇到不懂的或者是自己无法解决的问题，都可以随时请教领导和同事，而他们会毫不犹豫的帮助我，这也是我在这里感觉最快乐的地方。

在这里，我有一种求知的欲望，比学生时代更强烈，因为这些东西都是我所急需的，是我在这里工作的价值。物流行业，特别是国际物流，从来都是有风险的。我一直在努力追求自身专业知识的提高，以寻求各种问题件的解决方法，提高自己的风险防范意识。在中技的这半年，我谈不上成功，但工作磨练了我的毅力和耐性是我最大的收获。艰难困苦，玉汝于成。虽然我目前的业绩还不是很理想，但我相信后面的路程我会走的更好。

(二) 业绩增长与客户分析

我分析了一下从7月份到现在每月业绩的增长情况。7月是进公司的第一个月，这个月对我来说相当的漫长，因为开单比较迟，整个月才出了一票货，利润150元。8月份新增3个客户，其中利纳服饰公司只走了0.5kg的普货就再也没有合作过，可能是因为清关问题延误了很久的缘故，这个月总业绩813元。

9月份没有新增客户，业绩主要靠威胜体育和盛丽光电两个客户支撑，总业绩3063元。10月份新增3个小客户，货量都不大，威胜体育和盛丽光电发货量也减少，整个月业绩低迷，才1766元。11月份新增5个客户，月业绩7046元，但由于一票报关件原因，盛丽光电一票货折腾了近一个月才到达目的地，估计以后合作的可能性不大。虽然11月份货量有所增长，但客户量还是偏少，常走货客户单一，总有一种危机感，所以以后还是要把开发新客户放在第一位，只有有充足的客户资源做支撑，货量才有保障。

我的客户量不多，下面我对现有的客户做一简略分析。

义乌市康柏进出口有限公司，是我进公司开发的第一个客户，由于当时急于开单，给他报的价格比较低，现在都很难把利润加上。该公司是由老板自己发货，对价格相当敏感，而且喜欢比价格，最近在我这里走货很少。

丹阳市威胜体育用品有限公司，是我的一个优质客户，我给他的价格也不高，现在快递基本全部由我在做，部分海运也是由我负责的。该公司以经营体育击剑用品为主，目前正处于旺季，相对而言，出货量比较可观。

上海盛丽光电科技有限公司，这也是我在8月份开发的客户。该客户主要生产led灯具，主要出口英、德等西欧地区。前期合作比较愉快，很有开发潜力，但11月份因为一票报关件出了问题，弄得很不愉快，虽然主要责任不在我们，我们也尽力帮助处理，但最终还是没赢得客户的理解和认同。据了解，该公司目前所有的报关件都是直接交给dhl官方，不敢交给代

理走。估计以后合作的可能性不大，等问题处理结束后，我准备再到那边拜访一下，争取挽回。

鑫丰泰科技有限公司，是张玉军离职时转给我的，该客户发货类型单一，都是纯电池。考虑到该公司位于深圳，竞争激烈，利润一般。但该客户付款喜欢延误，总是以各种理由延迟付款，以后如有发货，必须严格做到先付款再发货。

元丰玩具、华夏塑业、林新游乐、恒璟易得贸易公司最近一直保持联系，但对方货量不多，偶尔发些小样品之类的，但自认为给他们的服务还不错，没有因为货量少而另眼相看。

利纳服饰，是较早开发的一个客户，第一票到罗马尼亚的货因为清关问题延误了十几天，虽然客户一直很理解很配合，但后来很少找我询价，也一直没出过货。于汝江，是一个私人客户，经常往返于宁波、广州、深圳三地，货量不稳定，11月份连续发了4票到沙特的货，之后又没有什么音讯。

翱云体育、英特玛电器、爱生太阳能科技都是最近新建客户，货量还不是很大，我一直在保持联系，尽量争取其更多的订单。

(三) 工作中的不足与改进

跟其他同事相比，在中技，我所取得的成绩是微不足道的，通过反思这段时间的得失，我认为自己在工作上还存在很大不足。

1、来到公司这么长时间，一共才开发了14个客户，这是很失败的，在客户的跟踪与维护上也做得很不到位。好不容易打电话留下几个qq□因为没有及时去跟踪与联络，让他们一直处于沉睡状态，或许这是我开发客户速度缓慢的原因之一。

2、最近事情比较多，没有合理规划时间，工作条理性不强，

就这样浪费了很多时间。有时候很多事情集中到一块了，感觉手忙脚乱，不知道从哪里下手，结果东一下西一下，什么都没做好，还没有效率。

3、在客户询价方面，没有引导客户去看报价表。自己在这方面也存在很大惰性，没有根据客户类型，制作具有针对性的报价表，而是过分依赖现有的apl系统，每次都要花很多时间在跟客户讨价还价上。

4、客户询价之后，没有及时跟进。经常是客户一个星期或更长时间之前询价，由于没有整理这些记录，结果客户要出货都不知道，没有及时主动联系客户，这样就跟很多机会失之交臂。

5、工作抓不到重点。有时候为了完成公司规定的电话量，放下很多原来计划好的工作，结果预定的工作没完成，电话效果又不好。在这一点上，感觉是在被动的工作。

针对以上不足，我决心从下面这几个方面去改进：

首先，加强与客户的沟通与联系。电话量还是要继续保持，但也要抽出一部分时间联系意向客户，随时掌握其最新动态，缩短与客户之间的距离。针对有过询价的客户，可以采取电话回访的方式，增进与客户的沟通与交流。

其次，尝试通过各种方式开发新客户，不能仅仅局限于电话，还可以尝试网络推广，或者是通过扫楼等方式。

再次，坚持今日事今日毕，并在下班前做好明天的规划。在上一份工作的时候，公司要求我们每天都要写工作总结，其中有一项就涉及“昨日计划完成状况”和“明日计划”，这样总结就具有针对性，哪些事完成了，哪些事还有待改进，都一目了然，纵然第二天事情多，也不会找不到头绪。

第四，针对不同客户类型，制作一份合理的价格表，引导客户自己查价格。这样一来方便客户，也节省了我们自己很多时间。

最后，增强自己工作的主动性，做事情要分清主次，尽量不受外界其他因素的干扰。同时，还要多与同事沟通，学习他们的优点，弥补自己的不足。

二、20xx年工作规划

凡事预则立，不预则废。20xx年马上就要到来，应公司及个人发展的需要，我对自己在新一年的目标和任务做了详细的规划。

(一)业绩规划

20xx年元月份，国外圣诞节刚结束，节日性产品货量可能会有小幅下降，但其他工业品还有发展的空间，估计还可以赶上年底最后一波出货高峰，这个月要积极寻找货源，争取业绩达到8000-10000元。2月初是中国的春节，国内大量厂商都已放假，发货量回落，业务也渐渐进入淡季，业绩要尽量做到5000以上。3-7月份应该是相对比较清闲的，应抓紧时间通过电话、邮件、网络以及陌生拜访等方式积累潜在客户，每个月至少新增4个新客户(也就是每周新增1个)，每月业绩至少增加1000元。

8月是一个过渡期，物流行业将再次进入旺季，此时应把前几个月积累的客户再逐一回访一遍，增加与客户之间的沟通与联系，尽最大努力将潜在客户转化为成交客户。9月和10月是俗称的“金九银十”，是外贸公司发货的高峰时期，也是我们做业务的黄金阶段。这两个月一方面要集中精力做好对老客户的维护工作，把服务做到位，另一方面，要利用前几个月积累的资源，厚积薄发，实现业绩上的突破，平均月利润达到120xx以上。11-12月份国外又临近圣诞节，在中国的采

购量势必大增，这又是我们业务开发的大好时机，作为一名老员工，业绩应稳定在15000左右。

考虑到受假期、淡旺季等季节性因素的影响，我将20xx年的各项指标分解到每个月中，如下表所示：（略）

随着快递市场日渐饱和以及竞争的与日俱增，快递行业的普货利润率已呈下降趋势，为适应市场需求和公司发展方向□20xx年我们不应仅仅局限于快递市场的开发，空运和海运必将成为新一轮市场争夺战的焦点。从目前我公司空运和海运业务来看，利润还是比较客观的，而且还有很大的发展空间。

到目前为止，我还没接过空运业务，海运知识也相当匮乏。我计划在新的一年要渐把工作的重心向空运和海运方面转移，积极利用一切可利用的资源完善自己的业务知识、提高自己的业务水平。具体到实际操作上，可以参加公司组织的系统培训，多向领导和同事请教，同时还可以通过相关书籍，使自己的知识储备有进一步提升。

（二）自我实现规划

除了对工作方面所做的要求和期望外，在自身素质方面，我认为自己还有很大的提升空间。做业务，就要性格开朗一点，多与外界接触沟通，而这也是我目前所难以突破的障碍□20xx年，我要更加开放自己的思想，把自己真正融入到集体生活之中；工作之余，多到外面去走动走动，开阔自己的视野，丰富自己的社会经历和阅历，这样对我自己的成长是很有帮助的，也是很有必要的；更为重要的是，要学会独立自主的处理各项事情，不能什么都过分依赖于别人，在这一方面各位领导和同事都是我学习的榜样。

当然，在新的一年中我还有很多要改进和提高的地方，我将不断总结和反省自己，努力适应公司的发展要求，实现更大的

突破。

20xx年已经过去了，在这一年中，我对化工行业及行业客户有了更深的了解。走访客户的过程，使我明晰了上下游单位的生产需求、职务架构、采购方式；独立负责发货运输协调的工作提高了我的应变能力，也让我对公司业务有了更深层次的了解。

为了能更好的做好销售工作，也为了能在在新的一年里更好的完成公司所分配的任务，结合自身情况，我的总结如下：

一、销售业绩

今年，市场部在单经理带领下，实现了销售收入39,193,795.1元。实现毛利3,682,866.81元，完成销售利润目标。公司业务较去年有了较大发展，在稳定核心客户同时开发了部分新用户，并取得了较好成绩。

二、业绩分析

1、今年，公司的制度进一步完善，销售政策明确。能及时召开销售会议，让我们全体都对销售目标和政策了然于胸。我清楚地知道工作方向和重心，从而积极投入业务工作中去。

2、我们今年加强了对重点客户的维系，尽全力满足客户的要求。积极主动联系业务单位，形成良好的沟通，促进的销售工作的开展。

3、今年公司制定了新的目标责任书，既给我们以责任和标的，也给了我们经济激励和动力。

三、工作内容与收获

我今年在完成销售常规任务的情况下，主要负责了协调发货、

运输保障、票据催收、客户信息收集的工作。本年度我完成了37个批次，9148吨硝酸铵的运输。从联系货运部到提交手续，装货发车我基本做到全程在场监管。并及时收集货运司机运输情况，客户到货情况。

全年未发生拖欠或失误，用户的赞誉使我倍感欣慰。在一年的工作中，我掌握了许多物流供需信息，并用它为公司服务，保证我公司使用的物流报价始终处于同市场最低水平。节省了运营成本，也让我学到很多知识。在我主要负责的兴化-新疆江阳业务中，三方合作愉快，能及时取回进项票据，开出销项票据。通过自己的努力及与其他部门的配合，我做到了货物，债务，费用清晰明了，完成了公司对我的要求，也提高了自身的业务素质。

四、来年工作的大体安排和规划：

20xx年是新的一年，也是新的开始。我也应公司要求准备接受新的挑战，会有相应的任务划分，面临着更多的考核。销售人员的一言一行代表着公司的形象，所以更要提高自身的素质，以高标准要求自己，在高标准的基础之上更要加强自己的专业知识和专业技能。我将深入了解产品信息，客户信息，行业情况还有周边知识，以提高自己的业务素养。根据自己的具体情况，做到以下几点：

1、学习相关知识

接下来的工作中必须要大量学习产品的相关知识，收集相关情报，适应不断发展变化的市场。同时也因为我们的工作也在随时代的变化而不断改变，要做好这份工作，就要多方咨询，多点求索，掌握更多信息。

2、勤于沟通

经常与客户沟通有助于提高企业形象，及时发现问题，掌握

客户需要。这是我着手销售工作后的认识。电话沟通对于维系客户是最方便实用的手段，我会将今年所学知识运用起来，勤于了解交流。对于有意的客户我会申请安排出差拜访，尽最大能力拓展客户。

3、巩固客户

在明年的销售工作中，我将开拓新的用户视为工作期望。同时我也将努力做好现有客户的维系工作。目前公司的所有客户，相关联系人我都有较好的联络。我今后也将一如既往培养信任感，增加认知度。更好的服务客户，保障公司的稳定发展。

我认为：作为销售人员必须要有一定的抗压能力，同时要努力做到勤奋努力，一步一个脚印，注意细节问题。对于本职工作和部门领导交代的每一件事，我都将认真对待、及时办理，不拖延、不敷衍。希望自己在今后的工作中，能够突破、完善自己。也很感谢部门领导的正确引导和公司同事的热心帮助，也感谢公司提供的这么好的一个平台，所以一定不负众望，努力干好销售工作。

营销部年终总结报告篇四

酒店生意越做越红火，各项经济指标均超同期，实现时间过半，任务过半，为圆满完成全年营销目标打下坚实的基础接下来让我们一起来看看这篇上半年工作总结的内容吧~20xx年上半年，酒店营销部在全体员工共同努力，大家心往一处想，劲往一处使，积极拓展业务，宣传走访，公关营销闯出了一方新天地，酒店生意越做越红火，各项经济指标均超同期，实现时间过半，任务过半，为圆满完成全年营销目标打下坚实的基础现将上半年工作情况作如下总结：

上半年共完成营收元，其中客房完成营收元，占计划的%，平

均出租率%，平均房价元；另外，餐饮完成营收收入元，占计划的%；5月份客房任务超额完成，与去年同期相比，有所提高；但是较四月份的营收下降幅度也是比较大的；另外，在5月份餐饮收入也超额完成计划目标，主要是体现在宴会包桌收入的提高方面，占据了当月餐饮营收的很大比例；从以上经营收入汇总来看，与去年相比，今年同期都有所提高，尤其是客房收入方面，虽然较去年相比提高不大，但是在客源结构方面，散客所占的比重得到了很大的提高，也是符合酒店的市场定位的；另外，餐饮方面，此月份在营收方面虽然超额完成任务，但是在内部客源方面散客消费是呈下降趋势的，如何提高此类客源的消费应是下期工作的重点。

公关营销方面：5月份主要是策划了母亲节活动；制定出了短信营销流程和标准，使短信营销模式成为日常营销的一种；同时，部门结合餐饮重点加强婚宴产品的情况，对餐饮婚宴产品进行重新的包装和设计，现已完成宣传手册的统一制作，将于下月投入使用；另外，本月将酒店积分活动礼品进行了重新的设计和推广，丰富了礼品种类，吸引客户的进一步消费。

营销部年终总结报告篇五

过去的一年，酒店在探索中前进，在开拓中进取，积累了丰富的经验，取得了一定的成绩。现对今年工作总结如下。

以人为本，善待员工，是我们酒店一贯遵循的优良传统。员工休假制度、婚假、产假制度、工资调整制度、年终奖励制度及优秀员工外出考察学习制度等，无不体现了酒店对员工的深切关怀，多数员工的平均工资额超过了酒店效益的1%，而x市一般私营企业员工的工资额仅在企业收益的5%左右。x酒店每年在员工待遇上的投资就比一般私营企业多投资x余万元。善待员工，不仅仅体现在员工工资的按劳取酬、多劳多得、水涨船高等方面，更重要的是在x大酒店这个大舞台上，员工

们的才华得到了充分地展示。x大酒店已经成为广大员工实现人生观、价值观的场所。正如有些同事说，这里真正是能够体现能者上，庸者让，劣者下。

在市场竞争激烈情况下，去年上半年顺利完成了三楼餐厅、旋转餐厅、员工食堂的扩建和改造。下半年又进行了二楼餐厅、客房的改建。连续施工，工程部同志在x总监、x经理的直接领导下，服从分配，听从调度，也付出了艰辛的劳动。扩建三楼办公室及主体楼暖气安装时，正值营销旺季，但前后在半月时间即投入使用，又一次创造了x速度。

为了使酒店进一步走入规范化轨道，在x总经理主持下，组建酒店管委会，解决了制度建设的根本问题，纠正了权力大于制度的错误做法，制定了公平、公正、公开的三公酒店管理制度，完善了人事制度、劳动用工内部机制和工资分配等方面的几项重大改革。

工程部员工们始终做好自己的本职工作，默默在后台支持着各部门的工作，确保了酒店各项设备的正常运转。采购部在酒店大量资金投入装修项目的情况下，完成了酒店全年的采购任务，很不简单。公室和质检部在王主任的正确领导下，积极协调与外部职能部门的关系，为酒店的正常经营创造了一个良好的外部经营环境，尽量为酒店减少每一笔开支，加强了内部各部门的协调，对一些难点、疑点、热点问题及时介入，保证各部门的正常工作。

总之，在新的一年里，我们面临的形势严峻、任务繁重，同时，酒店也是大有希望的。困难与希望同在，挑战与机遇并存。让我们振奋起来，携手共进、顽强拼搏、埋头苦干、抓住机遇、迎接挑战，为开创x大酒店更加美好的明天而努力奋斗！

营销部年终总结报告篇六

_店空调课国庆销售任务为73万元(去年同期)，实际完成41.6961万元。销售数量为152台，销售金额完成任务56%。

(二)、市调，_店空调数量占比25%，金额22%，国美1店数量占比23%，金额占比28%(含格力空调)，_店数量25%，金额24%，(含格力空调)

(三)a□b□c卡，现金卡和抵值券使用□a卡三菱电机使用500元属于厂家的电费补贴□b卡未使用□c卡合计使用18403元，占销售比为4%，美的使用8959元，占销售比为6%□c卡使用权限是销售总金额2%□c卡除去系统控价高和美的厂家国庆政策补差实际使用□c卡占比为3%，海尔使用c卡9344元，销售占比6%，国庆c卡权限为10%，有结余。希望采购部以后增加美的c卡权限为3%-4%，海尔c卡为6%-8%，现金卡使用200元，占比0.13%，抵值券11099元，3%。

(四)价格，库存，价格没有问题，只要对比顾客价格做到最低，以成交为主，国庆各品牌库存机，中低端配比都可以，没有预定。

(五)、国庆年主要销售特点

国庆客流量比去年同期下降很多，除海尔，科龙，海信所有品的销售都比去年同期有所下降，其中增幅最多的是海尔空调，同比上升113%，增加82118元，其次科龙增长260%，增加40508，海信增长32%，增加4497元，下滑严重的是美的-41%，下滑金额101391，松下-530%。下滑金额95167，(去年松下空调有7.7万工程)国庆销售呈现下降的原因，主要由以下原因购成：

1、国庆促销不够有吸引力

买400送200，买800送400，只限小家电的专属产品，对大家电带动不大。小家电专属产品的送券国庆期间没有用在空调上，对空调销售无带动作用，相对于国美苏宁我们公司的活动没有亮点，国庆期间的销售，没有八月份三亚店0元购销售的火爆。苏宁国庆活动内容单品买500送100，1500返200，2500返300，3500返400，预约10元等100元，20元等于200元，50元等500元，国美1500返100，2500返200，3500返300。相对比较我们公司的活动对大家电的拉动不是很大。我们公司活动的宣传比较单一，针对性不强，建议公用短信平台信息，这次光大肯德基券活动比较成功，送出495份。顾客得到了实惠，反馈较好。

2、销售人员问题

美的空调两位导购员，都是新人，对公司流程不够了解，销售技巧较差，导致美的空调这次国庆严重下降-41%，下降10万，这次十一_地区我们排名第二，苏宁一店88套，销售20万左右，切高端机型销售占比高，我们销售159386万，59套，松下空调，导购人员销售意识不强烈，和近期受抵制日货影响，下降-530%，海尔，科龙，海信出现逆势上涨，海尔，科龙，海信导购员都是老员工，销售技巧较好，拼抢顾客意识强烈，公司流程较熟悉，套购能力较强。海尔导购员带套购能力较强，再加上高端客人，对海尔整个产品的喜欢，对海尔的销售增长也有一定的帮助。

3、课长对国庆预估不足

国庆前夕虽对美的空调导购培训，但还是造成国庆美的空调销售严重下滑，没有对国庆做一个很好的销售预估和合理的判断，也是造成销售下滑的一个重要原因。我们基层领导没有更好地灌输公司政策，和及时反馈别的商场的活动信息，需要检讨。

4、国庆市场占比

国庆期间我们空调在整个是_的空调市场产比处于中等水平，美的三亚排名第二，海尔三亚排名第一，科龙三亚排名第一，海信三亚排名第二，三菱重工三亚排名第二，三菱三菱电机三亚排名第二。

5、客诉，物流，售后问题国庆期间物流配送，售后安装未出现严重投诉问题，一些顾客反馈的问题都及时的得到了解决，没有出现重大投诉。

接下来的工作计划

一、经营方向和目标

销售任务。接下接个月是空调传统的淡季，要更多的加强团队的培训，做出培训计划要有人员监督，检查，每周做一次销售技巧培训和市调反馈课长负责，店长监督检查，和导购员要有更多的沟通，理解和关系淡季销售给他们带来的一些心理波动，保证整个空调的年度销售和去年同期持平。

二、严格要求自己。作为课长我们要严格要求自己的行为规范，提升自己的业务水平，关注销售的变化，多学习，对竞争门店每周五要进行市调，对于员工反馈问题要及时的解决，对跟上任务进度的品牌进行沟通，找出原因，促进销售。

三、希望公司加大促销，促进年底的销售。

进入十月份内地顾客来_过冬，也进入三亚销售的旺季，通过十一的销售发现国庆期间_顾客为了装修需要购买家电的在整个顾客群体中占比很重，希望公司能对这部分具有一定购买力的消费群体，做一些有针对性的宣传告知。周边县市，乡镇，顾客明显减少。

公司对就多的_市，_市，_市的新楼盘项目侧重的宣传，可以对他们进行活动赞助，或发放印有我司名称，电话，地址，

标志的购物袋，做广告宣传。

四、围绕以顾客为中心，提升服务水平。

继续提升服务、管理水平。要微笑待客，使用文明用语，更快捷高效的问顾客服务，遇到顾客反映的问题和建议要及时的解决和恢复。

(2) 企业营销工作总结

人生的脚步总是从偶然走出之后的路越必然便越感慨当初偶然的发生。从11月11日加入天手食品整两个月零3天作为一个新人写年终总结的时候自然与别个不同储存柜中的原始票据和成形的报表已是厚厚一摞小具规模内心涌起一阵暖流它们无声无息记载着两个月的成果像是成长的年轮有迹可查却又无法道尽。

在201x年这两个月时间基本以收集汇总为主其中包括财务报表、销售分、总报表销售排名原材料进出存报表材料消耗考核、工资报表等。当所有的报表中都清晰地制表人后边出现属于自己的那个的文字组合。那一刻起自己变成了彻头彻尾的新人好奇而又欣然。因为又重新战斗在钟爱的财务领域而欣然因为又回到“时时防备出错、夜夜须有反思”的会计岗位而战战兢兢。但一切就这样开始了一直觉得自己不是一个具备快速适应能力的人恐惧陌生。陌生的环境似乎总是个未知数在度过了那段熟悉陌生环境的日子之后蓦地感觉自己已逐渐融进了这个集体重新开始分享工作带来的乐趣。虽然已经而立期间的足迹也足以让我看淡世事、悲喜但对于这样一个事实依然掂起来沉甸甸。

我把他看作付出换回的爱。作为营销的一员自然明白营销的真正内涵就是满足需求、创造价值用饱满的热情善待每位员工和客人让自己成为一道风景展示天手人的风貌。领导的点拨是让大家做到足够优秀独挡一面。但我想在这个快速流转

的世界没有什么不能代替越来越多的替代品的悄然出现便是明证。看看柜中留存的那些材料我想它会越来越厚。我们存在的理由就是使自己不断强大和不可替代而它所替代的是生命。

又一年结束了这是我初来乍到的一年就像逝去的日子一样我的工作中有残缺和不足但我都认真度过了。对得起每一天就算对得起自己的生命了因为它是生命的替代我们一辈子也就只在做这一个事儿。生命就是每一个偶然的轨迹而后重叠成必然就看是快乐多一些还是悲伤多一些。我会在工作中让自己变得快乐起来把每一个快乐的成长瞬间带给身边每一个人。新年的工作已经开始我会虚心学习谨慎工作尽快加入到企业的大家庭中来。