

2024 年营销工作总结范文 (26 篇)

2024 年营销工作总结范文 (26 篇)

2024 年营销工作总结范文 篇 1

今年离我们已去，在过去的一年里我个人的工作做的并不是很好，可能是我还不够努力。也没有太多的经验，但我掌握出一点小小的技巧。在坐的各位应该都比我有经验多，希望你们也都不要保留了。利用今天的机会大家都畅所欲言吧。其实做我们医药代表这行并不是说需要很多销售经验，但只要掌握了一些技巧我想离我们成功上量的难度并不是很大，不过也是与我们所在区域环境不一样的，但这些技巧是都应该是我们每个人可以的，做销售首先就是做人很重要，不过在做产品的时候我们首先应该对我们所的产品做为深入的了解，在就是我们所说的技巧，我们必须做到五勤，五快，至于五勤了就是脑勤，腿勤，眼勤，嘴勤，手勤；脑勤了就是我们要多想问题想想今天该去做什么，明天该去做什么/比如我们每天在睡觉之前想想我明天上午要到那里去，该去做什么，下午该到什么地方，该做什么还有今天我有什么事情没有办完，需不要要给客户打个电话，但在给客户打电话我们一般应该在八点之前打过去，不要太晚了影响别人的休息。其实给打电话也并不代表我们的事情就可以办好了，医生也是人啊，他们并不是那么可怕的，那怕你一句小小的问候也许他心理会感觉很好。第二腿勤了就是我们想到了要去做什么，只要去做不管你成功与否，但自己做了心理也就塌实了，在有没有事情要去做的时候或者在自己比较空的时候多到医院去转转，其实和他们聊天也是很有趣的呀，其实不一定是有些事情了去找他们，没事了就不管了这样是不行的，说白了有事没事我们都应该去关心下他们。之所以这样做也就是多多少少也会感动他们的，让他们觉得你是个勤劳的人。第三眼勤，就是要多观察周围的事情，了解他们的一些需要做的事情，比如到办公室看见他们很忙，办公桌上又很乱看看他们科室能有什么我们是举手之劳的事情。不防大家都把他放在心理下次去了就可以做做。我举个例子，〈像我在做业务的时候到一家医院里是很热的夏天我以前每次去都会给他们带一个西瓜什么的水果之类的后来时间长了，他们说小陶你下次来不要这么客气了，但我在看见他们吃西瓜的时候啊就要到处找刀，以前我每次也就只知道吃，反正我拿来了你们弄好了我就吃点，我想我每次都买西瓜为什么不给他们带把刀去了，后来我去就帮他们带去，其实也不是很贵的东西，但他给我带了什么从此以后我就成了他们那里的常客了，也不用每次买吃的了，自己到还有

的吃。一举两得啊》虽然只是小事情但对他们来说却是件大事啊!，第四嘴勤就是想到了看到了，就要说最后就要做，人吗总喜欢听好听的话，你多说几句也没什么，但他心理感觉舒服啊，在这里我又要罗嗦了，比如我们经常到外地去了，就买买当地的特产带回去给重要的客户，那至于怎么说我想我不说大家也知道了。〈记的我每次到一家医院的药剂科去我每次都不会空手去的，哪怕一瓶饮料我都要带去的，因为那采购啊很喜欢这些小东西了，我基本上是一个星期去一次，但每次了那个主任在，她都不要，也没有给我什么好听的话。虽然嘴上说不要但最后还是收上了。前几天我又去，想来想去不知道买什么东西了，听一个朋友说宁波有一家买黄岩的橘子很好的，我就跑过去买了两箱过去，那主任也在我就进去了他看见我又拿东西了，他就说你再这样，下次你不要来了，我接过来说主任这是我一点的心意我到台州去了一趟给你们带了点黄岩的橘子很好的，你带回去赏赏，她当时看了下我就说你不要每次都这么客气了，你的药最近销的还好，你只要有正常的销量没什么事的。不用经常来，有事我会给你打电话，或者你给我打电话来。〉这话不管是他说的是真心话但我心理也塌实了好多，我下次就敢大胆的他沟通了，上次从萧山回去又给她带了两盒萝卜干回去。有时候啊这些谎言啊也是善意的谎言。没办法啊，为工作!在就是手勤，平时没事的时候就多给客户发发信息，有些话用语言表达不出来的，用文字表达会更好些，什么节日啊问候下，信息一毛钱也许也会起到你所意想不到的结果，在圣诞节我给所有的客户都发出了一条信息，虽然只有百分之三十的客户给我回信息，但我已经很满足了。最后了五快了也就是前面的五勤了，想了就要去做，成功了我们再接再厉，失败了并不可怕，我记得我看了一个成功人士的一句话;坚强，用心的力量来为自己打气;人的一生不可能是一帆风顺的，所以打从你有自我意识的那一刻开始，你就要有一个明确的认识，那就是人的一辈子必定有风有浪，绝对不可能日日是好日，年年是好年，所以当我们在遇到挫折时，不要觉得惊讶和沮丧，反而应该试为当然，然后冷静的看待它解决它。

虽然在过去的一年里我工作上没有取得很大成功，但这就是我总结了出一些技巧，也是我在领导的带领下所学习到的。在新的一年里，我想利用我目前所掌握的一点技巧，希望在各位领导支持下，和各位同仁的帮助下，我给自己指定了一个计划，在完成目前我们主大产品〈〉的销量同时来开发出一些新的产品，目前我做的医院有可弗的有可由的我会保持一定的销量，尽量的再提高点销量，在所属于我所做的医院里没有开发出来的，我会尽量尽快的开发，在就是新品种的开发，具体的计划我会像我的直属上司领导汇报的。

希望在新的一年里领导的支持下让我们更上一层楼，为了个人，为了公司我们一起努力吧，各位奋战在医药一线的同任朋友们，不要为了目前所面临的困难所感到茫然失措，相信自己的努力，创造出一个辉煌的明天，今天小才露尖尖角，明天定是荷花香气飞满塘！

谢谢！谢谢领导！

2024 年营销工作总结范文 篇 2 现在进入公司已经将近有 5 个月的时间，这一个月的学习过程对我来说是至关重要，在这段时间里我学到了很多新的东西，比如业务上的谈判，产品知识的实际运用以及新环境下同事之间的和睦相处等等，现就本周的一些心得与体会写一下。

一、总结：

20xx09 月份截至目前出了一单的成绩，完成了自己的初步任务目标，在接下来的情况中，没有自己想象的那么顺利。我会加油，以下几点是我总结的经验：

首先确定产品的使用目标，在和客户沟通之前，要充分的了解客户，因为我自己认为不能为了打电话而打电话，是为了成单而打电话。针对不同的客户侧重讲不同的内容，有的客户还不能讲的太清楚了，为了下一步预约拜访做准备。

其次要有正确的决策者。在工作中能找到一个真正的决策者也是需要下一番工夫的，在没有确定接电话的人是否是决策者时轻易不要暴露自己的身份，可以从旁去询问出哪些人有决策权，要出电话与姓名，这时需要的是你的说话艺术，对大多数的人来说，他（她）们在不是很忙的情况下会很热心的告诉你一些情况，如果在工作烦忙时会很暴，这时就不易过多的谈话，并表示出你的感谢马上挂电话。我觉得在培训时给我讲的同行案例刺激法这一方法真的很重要，当然这只是对一部分客户说的。

再者要有积极地心态和正确的话术。每天工作时都要保持一个很热情很积极的心态，用你的热情去打动对方。和客户沟通注意说话的方式与内容。巧妙构思话术。

对于意向客户。对于意向客户要时时及时的跟踪，坚持不懈的跟踪。目前我的客户中自己感觉有意

向的，有这么七位客户，一个是做股票亏了钱的，另一个是朋友做黄金亏钱的。不过两个客户还没有完全的说服他，下一步还要继续的跟踪。

二、计划

接下来还有一周的时间，每天还要继续的保持电话量。在即将到来的最后一周我的计划是期望自己有新的突破，要我自己能够拿下一单。期望自己能够成功！

2024 年营销工作总结范文 篇 3 证券市场是我国资本市场的重要组成部分,它的发展状况如何不仅决定着我国国企改革能否顺利进行,而且决定着我国国民经济能否健康发展。

20xx 年已经过去，回首过去，20xx 是坚持的一年，所有的一切都已经过去，唯有坚持的心不曾动摇、没有改变，坚持行业、坚持营销、坚持团队……坚持一切需要坚持的。

一直以来，电话营销都是我所坚持在做的，记得年初所有人都已经搬到路营业部了，唯有我们团队还在青春坊奋斗，经过一个寒冷的冬天，那时的环境虽然非常刻苦，但是没有任何借口，我们都在一起努力，打陌生的电话收集潜在客户、跟踪客户到约见客户，我们有计划的做到我们该做的，虽然天气寒冷，

但是我们的心很火热，新人进来也是和我们一样电话营销，确实在艰苦的条件下，坚持下来的都很了不起，注定能够得到自己想要的，实现心中的目标。

随着3月份我们搬进庆春路8楼，不会冷了，环境也好很多，那时经历着电话营销部门的设立，我从此有了更多的时间，那时电话营销我放下了，新组建的电话营销部门经历着半年多的磨合，虽然成绩不尽如人意，但是确实规模大了，团队的两名成员成为电话营销部门的小组长，也得到了一定的锻炼。

自从电话营销团队管理抽出以来，也面临着自己的重新定位，那时对我来说，也是充满模糊，通过和领导的沟通，我开始筹划更多的事情：银行合作、社区合作、杭图活动、团队内部管理等等，当开始考虑团队的未来发展的时候，银行一直是我们的团队最大的弱项，因为这三年，银行渠道基本上都没有争取过，放弃的更多。

在4月份我们团队近15人的团队仅仅有两个银行网点，说出去和其他营业部的区域经理分享的时候，他们怎么也不敢相信这样的团队会有什么成绩，从此我开始重视银行渠道，第一个开始重视的是农行秋涛路支行，这个网点合作时间最久，关系处理最好，但是过去的三年对他们的贡献基本上没有，第一次拜访钱行长的时候，我没有提任何要求，首先满足他们的三方任务要求，那一次合作以后，银行对我们才开始重视，关系更深一步。此后我们不断去开发新的渠道，最终开发出农行上泗支行和农行浣沙支行的银行渠道。

另外民生银行和深发展银行也开始接触，沟通合作的事情，曾经给自己下了一个任务：平均两个人至少要有有一个银行渠道，年终必须完成。离这个目标最后还是没有完成，但是在年末的基金销售过程中，银行一直以来都是我们的弱项，但是通过银行完成的任务确是不错的，通过这次资源的互换合作，让团队的大多数人重新认识了渠道合作的意义，更多的人选择了走出去，进行联合营销，和农行上泗支行在转塘地区的第一次合作举办交流会，达到了我们的期望目标。

虽然结果并不是很好，但是打开了局面，对于后期的合作大家都充满希望和期待，无论是银行领导还是高尔夫的领导都看到了多方合作的前景，以后或许可以做更多的尝试，目前团队可以驻点关系也不错的银行总共有四家：农行秋涛路支行、农行浣沙支行、农行上泗支行和工行凤起路支行。

从团队的内部管理来说，年初我们一直坚持的早早会持续了下来，并经过改革创新之后得到了所有人的认可，参与积极性大幅提高，早会内容包括消息解读、大盘分析、业绩速递、经验分享和口号，通过消息解读，新人能够更多、更快的掌握消息解读的技巧和能力，提高自我表达的能力。

通过不断的强化，出去就能够和客户进行沟通，当天气冷下来了，经常有人迟到，通过一定的惩罚，主要是通过罚一本书的方式，告诉这是不对的，故意经常迟到的现象得到控制，一大批人能够做到准时到，养成了好的习惯；另外团队原来会议较多，经过改革以后，团队仅留下了周例会，平时小组不开会，一周碰头一次，让每个人了解团队所有成员的情况，并且了解自己在团队中扮演的角色。

周例会结束后会安排一个人分享自己的经验，对新人的启发较大，对演讲者更是一种学习提升的机会，因为周例会都是安排在团队长会议结束后，经常一开就到晚上六七点钟，因为事先沟通过，周一的例会是没有时间限制的，所有的事情结束后就结束，周而复始的坚持，每个人都知道了周一要开会，甚至有时候我们开会到 5 点。

看到大家都还在等，这种状态真的很好；除了周例会以外，每个月也会安排一次月度例会，对团队表现卓越的进行奖励，虽然这种奖励并没有多少钱，但是这份荣誉必须给到，这是团队的一种认可，种种规矩定下来后，自己也不会太累，乃至到今年 8 月份我们团队一下扩展到二十多人，都能够控制。通过每天、每周的接触，大家天天都能够碰到一起，关系也慢慢熟悉起来，感情也逐步变深，这也许就是团队的凝聚力。

在团队的活动方面，一个有战斗力的团队一定要经常的集体活动，这一点要感谢罗总教给了我，团队每个月至少要有有一次集体活动，像往常一样唱歌、吃饭、看电影和旅游等等，紧张的工作确实给我们很大的压力，再忙也要懂得适当的调整和休息，因为 4 月份我们取得了突出的成绩，在 6 月份我们安排了和安吉营业部集体漂流，那是一次非常愉快的经历，虽然花了不少银子，这样的活动大家集体参加，感觉非常好，美好的东西总是让人怀念，以后每年也需要这样一两次的户外活动。

在人员引进方面，年初团队自身做了一次招聘，总共当时有 8 个人参加培训，最终签约的有 5 个，留存率还是比较高的，当时团队签约的有十多个，实习的有四五个，一起将近 20 人，从 4 月以后，团队基本上暂停了招聘，主要是学校的毕业生为主，一直持续到 11 月，行情一直低迷，团队出现人员流失，当然我一直坚信，离开都是有理由的，但是作为把大家带进来的，没有让大家赚到钱，我是有责任的，团队最多人数达到 22 人，在八九月份，那是考验最大的时候，那时基本上停掉了新人的引进，从开始有人提出离职的时候，我想作为一个团队没有招聘长期的生存会成为问题，有进有出，这才是一个健康的营销团队，20xxxx 年对团队的要求势必更加严格。

对于自身的发展来说，20xx 年更多的偏向了团队管理，个人的业绩并不好，曾经记得 20xx 年初给自己定下了 5000 万的客户资产，最终在 20xx 年初达到了，在 20xx 年 12 月 31 日，看客户的资产损失将近 1/3，到下半年基本上暂停了个人的开发，我也不知道是不是给自己找理由。

但是每个月的业绩确实很不理想，虽然营业部对我没有考核，但是作为一名证券从业人员，谁都知道没用客户真的很难生存，不仅在客户开发方面放松了很多，同时客户服务也缺乏持续性，只是对部分关系较好的客户联络较多，大量的客户已经基本上忘记了联系，客户关系也没用以往那么用心，因为对客户没有以往那么关心，转介绍的数量大大减少，坚持该坚持的，这也许是今年最大的不足。

如果说 20xx 年还有什么遗憾，应该就是和我一样坚持在财通、在证券行业的兄弟姐妹们，辛辛苦苦的一整年，没有赚到钱，没有过上有品质的生活，年底了，回家甚至囊中羞涩，但是我坚信我们的付出会有回报，所有的遗憾，只要还在坚持，我们的 20xx，不要像去年这样狼狈，一定要实现我们的财务自由。

工作一年了，说实在的，这一年的工作中，迷茫和失落几乎成了主旋律。这一年，生活得并不像 20xx 年那么快乐，工作得远不如 20xx 年那么轻松。

刚到公司时，我是做小区渠道开发的，虽然这是一个需要跑腿求人的苦差事，但比起客户开发来，还是相对容易些，算起来我一共开发了三个社区网

点，遗憾的是这些网点没能给公司带来预期效益，说句心里话，我个人认为这些网点本身不错，地利人和都有，只是天时不好。

随着公司发展的调整，下半年我在公司领导的建议下到梅园做社区客户开发，作为一个小小的负责人，一开始我还兴致勃勃，带着 20xx 年的思维，认为和以前在银行一样，凭我的“专业素质和口才”几乎是马到成功。可小区第一周股评会的筹办就给了我蒙头一棒，我们在小区菜市场门口摆摊发宣传材料，居然无人问津，傍晚下班人多我们守在小区入口发材料，路人一听是证券的，大部分都摇头摆手。那时我才开始明白——如今已经不再是 20xx。

随着大盘的一路下跌，工作越来越困难，信心一天天丧失，情绪一天天低落下去，有段时间在外面发材料，发现人们只要一听是证券，就像躲瘟疫一样，老股民们告诉我，现在他们谁也不信了，死套就死套了，干脆不动了，更不想了解了，免得闹心伤神。

个别新股民们直接惊讶“你们还在卖股票啊听说都赔死了，你们还想再让别人赔啊”简直其气死人。对于股市，大家心底第一念头就是排斥和否定。客户要么不给交流的机会，要么你说什么他都反对。

还记得 20xx 年，我逢人就告诉他我是某某证券的，人家一听都很尊敬我，主动和我套近乎，聊过之后，都是别人主动给我联系方式，主动索要名片。那时的自己谈股论金，意气风发，俨然一副专家模样。对于自己的证券工作，有说不完的自信和自豪感，客户们都叫我为老师。

当如今，面对大盘，面对危机，面对大小非。作为一个需要开发客户的业务员，我不能直接告诉客户“大盘不行了，你赶紧空仓吧，等危机过后，大小非解决了再参与。”这样说只能吓跑客户。每次，我都只能说“现在是熊市，但也有机会，大盘跌幅很深了，估计快要反弹了吧，应该不会像以前那样跌了吧”后来大盘的一路暴跌让我正是因为这样一句话失信于好多准客户。但我又能说什么呢不说话人家认为你什么都不懂，说实话吓跑人，说瞎话失信于人，老是说糊涂话人家说你忽悠人。

2024 年营销工作总结范文 篇 4

20 年是实施“____”规划的关键之年，全体干部职工在总公司和公司董事会的正确领导下，坚持以党的精神和重要思想为指导，全面落实科学发展观，围绕年初制定的工作目标，以市场为导向、细化管理为手段，稳抓企业经营和管理，克服各种不利因素，工作职能逐步规范。较好地完成任务指标。现将 20____年工作情况及 20____年工作安排简要汇报如下。

一、2____-__年工作情况

(一)以增收增效为目标，抓好销售工作

11 年，____认真分析和把握酒店业的发展趋势，坚持以市场为导向，调整经营思路，创新开发客源市常提高市场竞争能力和经济效益。公司全年完成各项收入____万元，完成计划____%，较去年同期减少____万元，下降____%。全年客房平均出租率为____%，年均房价元____元/间天。按可比口径计算全年完成利润____万元，完成计划____%，上缴税费____万元。总费用额____万元，比去年同期减少____万元，下降____%。

一是调整经营思路，加大营销力度。今年以来，由于受各种不利因素的影响，公司经营任务完成的不够理想。面对困境，公司上下迎难而上，一方面招聘营销人员，充实销售团队，结合市场客源结构，对销售人员进行分工，分别成立了客户组、商务组和团队组，主动跟踪各自的市场客源，加大各种资源的挖掘扩展，加强沟通和交流，想方设法留住老客户。另一方面调整思路，加大营销，制定“面向____，辐射____”营销方案，实施“走出去”战略，不断扩大对外宣传合作，拓展客源市常三月组织销售员赴____进行促销，走访了 x_、x_厅以及 x_厅等单位以及各大旅行社。五月去 x_地区进行专项促销活动。三是制订了一系列的促销方案，提高住房率。利用 x_周年厦庆，在 x_电视媒体、x_晚报上做宣传广告，印制宣传彩旗，给客户订制礼品，以及印制代金券等促销活动提高酒店的知名度。四是重新制定了《20x_年前台销售部销售员工资待遇方案》，提高销售员的工作积极性。全年前台销售部 20x_年共签订商务协议 x_份，旅行社协议 x_份，订房中心协议 x_份。

二是转变观念，稳定物业收入。物业部发扬拼搏精神，知难而进，勤奋工作，一方面完善管理制度。通过建立维修记录、收款实时记录，规范物业合同，建立走访日和工作分析会，为各项工作的开展奠定了良好的基矗二是提升服务促进营销。对所有物业单位及写字楼租户能做到主动上门服务，以良好的服务形象和信誉吸引和稳定租户。20____年物业单位出租率达____%，写字楼出租率达____%，续签新合同____份，新增广告位两处，增收____万元。三是抓重点攻难关。由于____歌舞厅经营不理想，导致收租困难，通过谈话、停电、发律师函等催款、收款等手段。积极与建行协商，追缴了20____年物业管理费____万元。____物业公司积极转变思想观念和服务理念，实现从“管理型”到“服务型”理念的深刻转变，倡导“服务于人，业主至上”的全新服务理念。克服困难拆除违建房，整顿自行车棚，清理长期堆放杂物恢复消防通道等措施改善小区环境；配合消防公司更换烟感系统，积极开展百日消防安全排查，确保业主和租户的生命财产安全；举办各种文娱活动丰富业主和租户业余生活。通过加强服务意识，丰富服务内容，爱安公司20____年完成收入____万元，房屋出租率达到____%，出色地完成了各项计划任务指标。

三是输出管理，扩大拓展规模。成立____酒店管理公司是总公司发展战略中的重大举措，也是____公司新的经济增长点的抓手，更是我们企业培养和锻炼人才的重要场所。成立初，____在公司的前期筹备、制度完善、____分公司的成立、前往各地市的拓展活动及至对两家酒店的成功接管，这些都与____及管理公司员工的辛勤工作分不开的。特别值得一提的是去年6月份，____同志能无条件的服从组织安排到____大酒店工作半年，这种心系企业、无私奉献的精神是值得我们每一个人学习的。经过一年的积极运作和辛勤工作，作出了有效的探索和尝试。

四是更新系统，规范停车场管理。完善了大厦外围各项设备、设施、车场系统及标识路线的工作任务，达到了停车场管理的标准化和规范化。投入资金改造收费管理系统，增设远程读卡和消费点刷卡功能，利用新系统加强管理，减少了漏洞，节省了人员和减少了烦琐的工作环节及强度，大大降低了运行成本。保安部在较好的完成治安消防职能工作的同时，全年完成停车场收入____

万元。

(二)以提倡节约为重点，实现低成本运营

一是加强能源管理，减少费用。增收固然很重要，但节支同样必不可少。公司把节能降耗列为重点工作，向节约要效益。即一要关，二要小，三要隔，四要定，五要防，六要查，七要罚，八要宣。从节约一滴水、一度电开始，做到人走灯灭，水管用完及时关掉，平时注意维护各种设施设备，发现问题及时报修，不因人为原因而造成公司的能源浪费。客房部减少了一些不必要的一次性用品，降低日常使用量，注重对客房设施的保养，及时回收客房可利用消耗品进行内部二次使用。工程部一直坚持运行设备报表制度，每月对水、电、气等设备运行监督统计，出现异常当即查找原因。通过对老设备进行预防性维修保养和挖潜技术改造，不但提高了设备使用功效，

而且降低了能源损耗。20____年，大厦总的耗电量为____万度，比去年降低了____万度；水电费____万元，比计划少开支____万元；日常维修费用____万元，比去年减少了____万元。

二是规范监督检查，狠抓工程质量。工程部对__楼装修和员工餐厅装修过程中进行严格的监督检查，从施工材料的质量及施工安全着手，发现和消除质量问题隐患和苗头，使施工质量得到保证。在工程验收过程中，认真负责、严格把关，对重大项目工程都预留质量保证金，保障了公司利益。

三是强化科学管理，实现减员增效。减员增效是国企改革的方向。20____年，公司人事部通过多次调查摸底，优化岗位，减少编制____人，为企业的良性发展奠定了基矗

(三)以提升质量为前提，抓好服务工作

今年以来，公司通过加大培训力度，更新服务理念，开展质量检查等措施抓服务，抓质量，旨在“外树形象，内强素质”。通过一系列活动的开展和具体措施的落实，提高了公司的整体服务水平。一是加大培训力度，提高员工素质。培训是提高员工素质的有效手段。为了使员工的行为规范、职业道德与礼貌修养及专业技能尽快符合岗位需要，公司通过“走出去，请进来”等方式加大培训力度。10月份公司请____培训中心就“企业人在企业中的行事规则”及实用礼仪等方面进行培训。同时，公司还组织员工赴其他酒店参观考察学习别人的先进管理经验。这些措施不仅促进了员工自身素质的提高，还极大地调动了员工的工作积极性。此外公司大力号召员工在业余时间加强学习，积极提高自身素质，满足公司发展过程中对人才的需求。平时工作中各部门也根据各自工作特点经常组织内部培训、考核和技术比武，例如：英语培训、普通话培训、微笑服务培训等。新老员工之间还注意搞好传帮带，实行“一对一”的培训，这对新进员工快速熟练掌握工作流程起了很好的作用。二是成立质检小组，提高服务质量。服务质量是酒店开展有效市场竞争的根本保证，为了提高酒店的服务质量，公司成立了质检小组，对酒店的服务质量进行全面监督检查，并结合自身实际制定了卫生检查标准、服务用语总汇等一系列质量检查标准，根据这些标准由质检部门进行督促检查，发现问题及时通知其整改。平时酒店注意经常给员工引进新的服务理念，提倡个性化、亲情化服务。在员工中弘扬了努力学习、钻研业务、规范服务的良好风气。三是完善“两件”设施，提升酒店形象。公司投入____万元将六楼改造成客房，实现了硬件设施升级。使酒店的客房数量增加到____间，提高了酒店的接待能力。为更好地迎接“十一”黄金周、____会、厦庆____周年，公司举行了以“真诚微笑迎厦庆，高效服务庆奥运”为主题的第____届优质服务质量月活动，通过优质服务月活动，公司在转变员工的思想观念，强化服务意识，加强业务学习，提高服务技能，健全落实制度，规范服务管理，加大督导力度，提升服务水平等方面，都取得了较好的成效。

(四)以强化管理为根本，打造企业品牌

公司坚持从基础管理抓起，创新管理理念和管理标准，运用科学的管理模式，加强对酒店的规范管理，实现可持续发展的目标。一是建立规范，制定和完善管理制度。完善了多项规章制度，修订出台了《员工餐厅管理规定》、《停车场管理规定》、《大厦仓库管理规定》、《质量检查考核办法》、部门工作月志等一系列规章制度。二是加强内部管理，提高执行力。通过完善员工请销假、考勤管理制度、员工职务晋升管理规定等规章制度，强化内部管理，有效提高工作效率和管理水平，使员工职务晋升有章可循。成立质量检查办，定期对各部门进行综合检查，监督各职能部门执行情况，定期通报，加大奖励和扣罚力度。对公司各部员工进行业务技能考核，促进部门办事效率，有效提高执行力。三是狠抓落实，确保安全生产。今年，公司把安全生产“隐患治理年”活动作为安全生产重点工作之一。针对今年形势，吸取____地区发生的几起较大安全事故的教训，__月，公司组织开展声势浩大的安全生产大宣传大排查大整治统一集中行动；__月到__月，____“____”特大火灾事故后，公司迅速在大厦范围内组织开展了安全生产和消防百日安全大排查行动。公司领导分别亲自带队深入到大厦各物业承包单位、场所进行安全大检查。据统计，三次大行动，共组织检查组4个，出动80多人次，发现隐患____条，已落实整改____条；投资____万元整改和完善了酒店的消防设施安全，消除了隐患；定期召开安全工作会议，请消防局相关人员来大厦进行消防理论及实际操作演练培训，着力增强全员安全防范意识。

(五)以精神文明建设为依托，营造团结和谐氛围

一是筹建员工餐厅，关心员工生活。年初，公司投入____万元兴建员工餐厅。____月份，员工餐厅顺利竣工开业，为员工创造了优雅舒适的就餐环境，替员工解决了后顾之忧，降低了员工流动率和人力资源成本，为此总办倾注了大量的心血和付出了辛勤的劳动。领导班子经常与一线部门领班以上管理人员进行座谈，认真听取了员工在生活上、思想上以及工作上的一些想法，掌握员工的真实状态。二是以人为本，构建企业文化。公司十分重视利用各种载体传播和宣传企业文化，增强企业的凝聚力和员工的忠诚度。组织 20____年度优秀员工赴桂林参观考察及全体女员工“三八妇女节”外出学习考察；安排离退休员工进行春节团拜活动，组织看望慰问生并住院员工等等，营造良好的家园文化。汶川大地震，公司迅速组织开展了“心心相印抗震救灾温暖行动”募捐献爱心活动，全体员工积极响应，大力发扬“一方有难，八方支援”的人道主义精神，踊跃参加募捐活动，向灾区同胞伸出援助之手，奉献爱心，共捐款____元；举办“____-____周年厦庆”活动，展示企业良好发展势头和全体员工良好的精神面貌，扩大了中陕国际和长安公司的知名度和影响力；重视宣传工作，一年来，在《____晚报》、《____旅游》等省级以上媒体发表新闻稿件__篇，发挥了宣传外树形象、内鼓士气、促进工作、营造环境的效能；设立了“长安之窗”文化宣传栏，搭建相互学习和交流的平台。三是廉洁自律，重视党建工作。党风廉政建设关系人心向背，关系企业的稳定和发展，必须抓紧抓好。公司党委组织党员干部认真学习贯彻《建立健全教育、制度、监督并重的惩治和预防腐败体系实施纲要》和两个《条例》，学习《实施纲要》、《条例》学习中央纪委第二次全会上的讲话，与学习党的精神，开展社会主义荣辱观教育。进一步增强党员干部的纪律观念，筑牢拒腐防变的思想道德防线，树立正确的权力观、地位观、利益观，努力做到立党为公、执政为民，“权为民所用、情为民所系，利为民所谋”；坚持政务公开，充分调动了广大职工参与企业管理的积极性，发挥好群众的监督作用，形成防止和惩治腐败的合力。

(六)以资本运作为手段，提升企业融资功能

根据总公司发展项目需要，公司充分发挥自身优势，积极配合总公司的战略目标，财务部工作人员不辞辛劳，往返银行几十趟，送资料、办手续。通过银

行贷款和员工集资等为总公司积极筹措资金，为总公司融资____万元，有力地支持了总公司战略发展需要。

二、存在的问题及困难

(一)硬件设施陈旧，破损严重，已无法适应日益激烈的市场竞争。

(二)经营管理工作仍需持之以恒。虽然完善了一些规章制度，但个别制度未落到实处，各部门时有协调、配合不力导致工作效率低下事件发生，执行力仍需进一步提高。

(三)销售任务完成不够理想。公司营业收入未完成计划指标。如何在明年严峻的形势下顺利完成年度计划指标是新的课题。

(四)市场营销力度还需要加强，营销策划活动效果不够理想。

2024 年营销工作总结范文 篇 5 本群旨在为单身人群提供一个“结益友，觅姻缘”的平台。

一、男女会员可直接在群内自由交流互动；

二、会员第一时间优先分享姻缘信息；

三、从 10 月 1 日起，每位会员一年赞助费 300 元。

四、愿意入群的请加微信，电话

1、本群内人员要以礼相待，不得言语恶意攻击其他成员；

2、本群内讨论的一些敏感或个人隐私话题，群内人员要自觉保密，不得转载转述；

3、不得对群内其他成员聊天造成干扰(具体包括恶意刷屏、挑衅滋事、不断发广告、QQ 中毒等)；

4、管理人员有权在必要时对恶意挑衅管理人员权限的人员进行处理；
5、如有以上行为者，管理员可对其发出警告，如若不改，可请其退出 QQ 群。厉，在 4 月份的专县生考试中取得好成绩。

群公告 3 1、文明聊天、团结友爱；

2、尊重网上道德，遵守《全国人大常委会关于维护互联网安全的决定》及中华

人民共和国其他各项有关法律法规；承担一切因您的行为而直接或间接导致的民事或刑事法律责任；参与本群即表明您已经阅读并接受本规定条款；

3、服从并监督管理员的管理，对管理员执行管理权力有异议者，可向群主或管理委员会提出申诉；

4、聊天敏感内容尽量避免直接使用关键词，用通假字，符号代替；

5、聊天内容包含私密信息或别人不便加入讨论的，可以在群外私聊；不想参与群内讨论时可以暂时屏蔽群消息；

2024 年营销工作总结范文 篇 6 卷烟销售管理科在市局党组的正确领导下，紧紧围绕省局“11158”发展思路，把握“稳中求进”的总基调，面对宏观经济下行压力加大和外部环境复杂多变形势，坚持以严格规范为主线，重基础、调结构、育品牌、严管理、强素质，经济运行质量和效益稳步提高，保持了卷烟市场持续健康发展，进一步提升卷烟营销工作水平，为全面推进“卷烟上水平”各项目标任务提供了坚实的基础。

一、预测调控，均衡销售，经济运行质量稳中有升

（一）卷烟购进合理推进。1-11 月份累计购进卷烟 箱，执行进度为 ，省内 箱，执行进度为 ，省外 箱，执行进度为 。其中一类烟 箱，执行进度为 ，二类烟 箱，执行进度为 ，三类烟 箱，执行进度为 ，四类烟 箱，执行进度为 ，五类烟 箱，执行进度为 。

（二）卷烟销量稳步增长。1-11 月份累计销售卷烟 箱，同比增加 箱，增长 。其中一类烟 箱，同比增加 箱，增长 ；二类烟 箱，同比增加 箱，增长 ；三类烟 箱，同比增加 箱，增长 ；四类烟 箱，同比减少 箱，降低 ；五类烟 箱，同比减少 箱，降低 。1-11 月份人均单条为 条，同比增加 条，增长 。

省产烟累计销售 箱，同比增加 箱，增长 ，销售比

重 ，基本与去年持平;钻石品牌累计销售 箱，同比增加 箱，增长 。

(三)销售结构较快提升。1-11 月份累计单箱收入 元，同比增加 元，增长 ，其中钻石品牌累计单箱收入 元，同比 元，增长 。低档烟销售比重为 ，同比减少 。1-11 月份累计卷烟纯销售平均单价为 元/条，同比增加 元，增长 。

(四)重点品牌及低焦油卷烟销售态势良好。1-11 月份累计销售重点品牌 箱，同比增加 箱，增长 ，销售比重为 ，同比增加 。

低焦油(6MG 以下)累计销售 箱，完成省局下达最高完成任务 箱的 。

(五)经济效益持续增长。1-11 月全市累计实现毛利 万元，同比增长 ;实现利税 万元，同比增长 。

二、丰富方法，协同运作，品牌培育成效显著

(一)以农村大宗用烟为基础，创新品牌培育模式。

年我们在打通农村市场大宗用烟供货渠道上进行了深度探索，市公司结合本地区市场特点及品牌经营情况，制定了《农村大宗用烟重点品牌名录》、《大宗用烟管理制度》、《大宗用烟需求管理办法》，并组织全体人员开动脑筋，创新方法，开展有创意、有实效的品牌营销策划活动，促进重点品牌加快成长。

(二)以“建功立业”活动为载体，营造品牌培育氛围。以建功立业活动为契机，由参加技能竞赛的优秀选手为主要力量，开展品牌培育经验交流活动，总结交流品牌培育经验，提升知名品牌培育水平。在全市营销队伍中征集优秀营销策划、品牌培育典型案例并进行评比，吸收借鉴有效做法，促使培育知名品牌取得扎实成效;开展营销创新成果研讨活动，分享营销创新成果，推动营销机制和营销方法创新。

(三)拓展延伸，开展钻石系列婚庆用烟推广活动。为进一步加强品牌培育，扩大“钻石”系列在我市卷烟市场的影响力，工商协同制定了《婚庆营销实施方案》、《婚庆营销管理办法》，选取了如软硬中国红、如意钻、玫瑰钻等十二个钻石牌号卷烟，作为重点培育品牌，并根据卷烟类别及消费需求的划分，制定了不同等级的营销策略及奖励措施，保证各项营销措施符合消费者对于婚庆活动的特殊需求。

一是广宣传，扩影响。为加大钻石品牌婚庆营销的宣传力度，开通了96876-888 婚庆营销服务咨询热线，工商协同设计了婚庆营销活动的宣传语与宣传单，充分发挥我市 350 户大宗用烟供应户的作用，将 35000 份宣传单发放到消费者手中。二是多措施，促成功。其一对零售户进行相应培训，使零售户能够及时获取婚庆消费者有效信息，并进一步向这些消费者推介。其二客户经理在实施拜访过程中对婚庆信息进行收集，并主动与有婚庆用烟需求的消费者进行沟通联系，积极推

介，努力提升婚庆活动成功率。其三我市公司全体干部职工通过全员营销的方式，充分挖掘自身资源，向有婚庆用烟需求的邻居及亲戚朋友推介钻石品牌，向他们介绍婚庆政策，引导他们将钻石品牌作为婚庆用烟。自钻石婚庆营销实施以来，共收集到婚庆用烟信息 91 份，成功营销 69 份，共涉及钻石品牌 1-3 类卷烟 2202 条，其中一类卷烟 288 条，占 13.08%，二类烟 579 条，占 26.29%，三类烟 1335 条，占 60.63%，提升了钻石品牌在我市婚庆市场的知名度及市场占有率，更进一步提高了将钻石品牌作为婚庆用烟接受程度。三是强售后，提口碑。为了使我市婚庆营销工作水平进一步提升，我市公司客户经理及工业企业人员还要向消费者进行售后跟踪，如在婚礼当天通过实地拜访、拨打电话或发送短信的方式向消费者送去祝福。在婚礼结束后，市公司电访中心还会定期回访消费者，询问消费者对婚庆营销工作的满意程度，并及时记录消费者的意见和建议，从而促进工作的进一步提升。

三、总结经验，创新思路，网建工作全面推进

(一)持续开展现代卷烟零售终端建设。结合我市实际，出台了终端建设规划、实施方案、终端选点、终端资源配路标准、培训办法，终端服务等多个标

准文件，为全面开展终端建设打下良好基础。同时积极开展明码标价，提供一户一策的经营指导，引导客户从卷烟陈列、设路专柜、店面形象

等方面持续提升终端形象。截至 10 月底全市建成高质量的现代卷烟零售终端 632 户，占全部零售户的 5.06%;评选优秀功能店客户 111 户，位居全省行业前列;共发放卷烟明码标签 105 万个，标签套 76 万个，提供专业化的经营能力提升策划方案 2700 余份，终端品牌培育功能得到进一步发挥。

(二)持续推进电子商务建设。今年以来，我们进一步提高新渠道订货方式客户数比例。截止目前，全区累计推广新渠道订货方式客户 11940 户，其中新商盟网上订货(含新商盟手机订货)客户 11175 户，手机订货客户 765 户，占全区全部客户 12582 户的 94.90%，提前且超额完成了全年 90%比例的推广计划。而且充分发挥网络营销的功能，全区累计开展各类网上营销活动 6 次，活动形式涵盖积分换礼、电子周刊、公告专栏、品牌展架、品牌俱乐部、增值服务公告等，达到了很好的效果，充分调动了零售客户的积极性。

(三)持续推进营销队伍建设。一是提早谋划、精心组织、有效开展卷烟商品营销职业技能竞赛培训工作。我市在 20xx 年全省第二届卷烟商品营销职业技能竞赛获得团体第三名，刘贝贝同志在全国营销技能竞赛中，取得前 30 名的优异成绩，被授予“全国烟草技术能手”荣誉称号。二是密切关注行业动态、及时更新培训内容，针对上海现代卷烟零售终端建设培训班的培训内容及 20xx 年 9 月陕西网建会议精神进行了专题培训，为全市营销人员提供最前沿、最贴

近实际工作需要的培训，提高了培训工作的有效性。三是广泛开展客户经理知识竞赛、零售客户经营能力提升策划方案 ppt 评比、“客户服务之星”评比等评比活动，充分调动了基层营销人员的工作热情，激发了营销人员的聪明才智。

(四)持续推进电子结算工作。截至目前，全区电子结算客户共计 11532 户，电子结算率为 91.79%，同比下降 0.59 个百分点;累计电子结算成功率为 89.6%，同比下降 0.21 个百分点，预计年底可以顺利达成全年目标。零售户一方面资金压力持续加大，另一方面对贷记卡的透支消费模式逐步认可，使贷记卡结算工作得以稳步发展。贷记卡结算客户共计 2998 户，贷记卡结算率为 23.86%，同比增长 8.79 个百分点。网上跨行加直通的结算工作也在今年下半年有条不紊的进行推进，今年主要完成了此项工作的各方谈判、平台搭建、软件

测试等工作，预计年底前将逐步推开。

(五)持续推进信息采集工作。一是严格按信息采集网络建设工作规范要求开展信息采集工作，进一步确保采集数据的真实有效，结合市场情况加强采集数据的分析利用，为卷烟销售管理工作提供准确的参考依据。二是依托信息技术的发展，结合先进地区的一些成熟经验，计划在年内通过向在信息采集调查方法及效率方面先进的安徽马鞍山市公司，在信息采集数据分析利用及分析报告撰写方面先进的四川省烟草公司等先进的地区有针对性的系统学习，结合本地区实际情况有效分析利用。三是为响应省公司计划年底前上线的客户终端管理信息系统推广工作，我们提前在终端功能店客户范围内选取符合筛选条件的客户作为备选客户，计划最早实现试点地区的信息采集数据的智能终端信息自动采集，并在全区推广。

四、整合资源，精细管理，终端服务水平持续提升

(一)完善机制，搭建服务平台。按照省局(公司)的各项工作要求，结合我市实际，重新梳理、制定包括标准、个性、增值、亲情四大类共 16 项制度，并汇编成册，充分涵盖了客户服务体系建设方面的各项服务工作，同时细化服务流程、完善服务标准，为客户服务工作开展提供了制度保障。

(二)丰富手段，快速响应需求。为了更加迅速地有效地获取零售户的服务需求，我们积极推进电访中心转型，拓展电访中心职能，开通了 96876-888 服务需求咨询热线，并设立专门的接线员负责接听零售户的服务咨询电话，对服务需求进行详细记录并及时反馈，做到对零售户需求 24 小时内快速响应。同时，由原来单一访销职能拓展为问题咨询与处理、投诉处理、行业政策宣传、零售户服务回访及零售户问卷调查等集多种职能与一身的综合性服务部门。

(三)精细管理，确保服务效果。在对去年增值服务工作开展情况进行充分总结的基础之上，结合其他地市公司的先进经验，重新对增值服务工作进行了梳理与要求。一是明确了包括安全保障服务、法律援助服务、信息运维服务、便民办证服务、金融理财服务、经营指导服务、助困搬运服务、应急维修服务等 8 类共 22 项服务内容。二是明确了自助服务、远程服务、上门服务三种服务方式，使增值服务工作操作便捷、流程清晰，确保及时有效地满足零售客户的各类服务需求。三是明确了接线员、联络员及具体实施人员在服务需求获取、服务需求信息传递、服务实施及服务反馈这一整套服务流程中的各项任务与职责，同时强化服务效果的检查与评估。截至目前我市共向各类零售户提供安全隐患检查、电脑与系统故障排除、证件免费打印、照片现场提取、贷记卡办理、经营指导等增值服务 600 余户次，在很大程度上满足了零售户除卷烟经营以外的其他需求，受到了广大零售户一致好评。

2024 年营销工作总结范文 篇 7 12 月 11 号，我支行召开了中心支行营销工作总结与动员大会。作为北清支行的理财经理，我有幸参加了此次大会。刚进入会场，我就被悬挂在会场两边的横幅所吸引“坚定信心夯实基础，团结拼搏扭转困局，增强市场竞争意识，强化营销拓展能力”。这正是我行召开此次总结动员大会的精髓所在。

为期一天的大会让我受益匪浅，早上各营销部门老总的发言，各有侧重，让我懂得每个部门都不是独立的，我们是优秀的洪武团队，我们应围绕在行长室的领导下，坚定信心，团结合作，打好翻身仗；紧接着张行长关于个人业务进行发言，张行长对我行的 20xx 年个人金融业务的亮点和不足进行总结，并对明年的工作进行了安排。我们理财经理做为个人业务条线上的客户经理，更应该感到明年工作的紧迫感和责任感，行长室今年在行里人员不是很充足的情况，依然顶着巨大的压力组建了我们这支年轻的队伍，行长室以及支行行长和个人业务部的领导都在精心呵护着我们这支团队，在工作中给了我们很大的支持。我们就更应该热爱我们这份工作，更应该感到我们肩上的担子。旺季营销即将开始，我们面临着很大的压力，我们做为理财经理更应该清楚知道自己的职责所在，配合好行长做好中高端客户的维护工作以及拓展工作，做好客户的服务

工作，吸引更多的客户资源，争取今年打一个翻身仗，在旺季营销中向总行交出一份满意的答卷；另外要大力发展理财业务，包括基金，保险，理财等，增加我行的中间收入，提升综合效益；紧接着姚行长就公司业务进行了发言，告诉我们要明确目标，创新思路，摆脱困境，努力实现公司业务又好又快的发展；计财部沈总在会上对明年经济资本的考核对我们进行了培训，第一次接触这样经济资本的概念，沈总在会上通过生动的实例告诉我们哪些是我们应该做并且大力要做的工作，哪些是我们做了反而会起到反作用的工作。告诉我们要懂得如何聪明的工作，知道巧工作。

下午我们分成了四个小组分别进行了讨论，会上大家发言踊跃，纷纷就自己的工作各抒己见，我从他们的发言中学到了很多好的工作经验以及工作想法，可以在以后的工作中予以运用。下面是杨行长对会议进行了总结与工作部署，杨行长分析了我行的劣势和优势，并且对明年的工作进行了部署，杨行长的发言铿锵有力，斗志昂扬，就如给我们洪武人一支强心针，明确了我们明年工作的思路。最后公司业务部宋总个人业务部梅总计财部肖总人力资源部郭总分别对我们的工作进行了指导，总行陈敬民副行长对我们的工作提出了“三不”工作要点：希望大家一要思想上不气馁，二要工作上不松劲，三要目标上不掉队，面对当前不利的发展局面，振奋精神，团结协作，为来年的发展奋发努力。

经过此次会议让我理清了思路，明确了我明年的工作目标和打算。首先加强自身的学习，在新的一年里我将继续学习 CFP 资格证书，争取学到更多的专业知识，为客户做好服务，作为一名理财经理，要有一颗充满好学的心，多关心财经新闻，多在生活中学习理财的专业知识；另外就是向前辈多学习好的营销经验，在营销中技巧是非常重要的，多学习一些这些经验会对我的工作有很大的帮助；再次，就是在明年的工作中要配合好行长的工作，维护好现有的高端客户，努力拓展新的高端客户，利用我行的豪沃 VIP 高端客户俱乐部进行宣传，利用高端客户推荐进行积分来吸引客户，配合行长进行旺季营销工作，推动储蓄存款的增长，吸引更多的中高端客户；利用现有的 CRM 系统进行客户的梳理，挖掘更多的高端客户，做好理财以及定期的到期提醒和生日祝福等工作，让客户感到我们是用心在为他们服务的；根据客户的喜好，整理北清的客户群，根据不同的需要来推荐不同的产品，完善我们的服务。

以上就是我参会的体会以及明年的工作打算，我会继续努力，为洪武的明天而努力。

2024 年营销工作总结范文 篇 8 上半年，华晋销售分公司认真贯彻落实集团公司 20xx 年工作会议安排部署，紧紧围绕“33599”年度工作目标和经营，科学组织营销活动，克服销售环节中的各种困难，加强产运销衔接，主要产品销量、营业收入超额完成进度计划，同比有较大幅度增长。

一、上半年主要经营指标完成情况及分析：

（一）主要产品销量超计划，同比增长较快

上半年，销售分公司累计销售自产煤 121.66 万吨，其中：沙曲矿 108.01 万吨，吉宁矿 13.63 万吨，完成均衡计划的 114.77%，比上年同期增长 23.38 万吨，增长 23.79%，由于销量增长影响销售收入增长 0.74 亿元。其中：沙曲矿同比增长 9.74 万吨，增长 9.91%，吉宁矿同比增长 13.63 万吨，增长 100%。

（二）营业收入完成进度计划，同比增幅较大

上半年，销售分公司累计自产煤销售收入 11.16 亿元，其中：沙曲矿 10.24 亿元，吉宁矿 0.91 亿元，完成均衡计划的 103.33%，同比 3.78 亿元，增长 51.22%，其中：沙曲矿同比增长 2.86 亿元，增长 38.75%，吉宁矿同比增长 0.91 亿元，增长 100%。

（三）各类产品销售价格均比上年同期有所增长，商品煤综合售价虽未达到计划标准，但比上年同期增幅较大。

上半年，销售公司销售的各类煤炭产品销售平均价格均比上年同期有所增长，由于价格增长影响销售收入增长 3.04 亿元。其中：精煤平均售价 1376.77 元，比上年同期增长 86.34 元，增长 6.69%，中煤平均售价 204.62 元，比上年同期增长 45.25 元，增长 28.39%，煤泥平均售价 42.74 元，比上年同期增长 14.86 元，增长 53.29%。原煤的销售价格不具可比性，但收入因此增长 0.91 亿元。

（四）销售费用使用情况

上半年销售费用 1366.81 万元，比上年同期增长 229.09 万元，增长原因为预提的办公楼修理费用。可控经费 273.87 万元。

二、采取的主要措施

主要工作思路：贯彻落实山西焦煤集团和中煤能源集团工作会议精神，围绕华晋公司“33599”年度工作目标和“十二五”发展战略，抓好主体矿、整合矿、贸易煤（销售公司）三大板块的煤炭销售，理顺销售关系、完善销售票据手续；不断加强销售管控力度，认真分析研究市场，根据商品煤品种的增加和差异化的用户需求，合理调整优化市场结构；严密关注商品煤质量变化，继续做好“平质保牌”工作，及时处理商务纠纷；发挥好铁路运输计划和专用线的优势，利用现有的销售网络平台，做好多品种、跨区域的交叉销售模式，全力支持销贸一体化运行，实现华晋销量的稳步增长；多种方式与用户或洗选加工企业合作，最大限度地把原煤转化成精煤，走精煤战略，提高产品附加值；继续加强员工的全方面培训，提高业务素质，发挥个体专长，打造一支煤炭营销行业精英团队。（一）充分认识加强销售工作的紧迫性，围绕安全销售中心工作苦干实干，形成和谐高效的运行机制。

面对当前产品销售的紧迫形势，要努力提高工作的主动性和持续性，要走出去、走下去和走过去。“走出去”就是积极走访新老用户，稳定市场客户；“走下去”就是公司领导尤其是分管地销的经理要深入到一线组织地销工作；“走过去”就是加强与山西焦煤销售公司的沟通，掌握煤炭市场信息、焦煤各子分公司每日铁运计划、发运情况和煤炭产品的价格变化特别是

地销精煤的价格变化。对产得出、运得走、销路畅的矿，要加大生产力度，增产增销，并要做好优化劳动组合、安全生产、加强质量标准化建设。要根据市场需求变化，科学协调煤炭生产，加强组织产销协调和运输衔接。根据市场需求，控制总量，在稳定煤炭市场供应的同时，合理控制煤炭企业库存，处理好安全与生产、安全与效益、眼前利益与长远利益的关系，坚持科学发展。在强化煤炭生产的组织管理的基础上，努力提高矿井持续发展能力，利用当前煤炭市场调整时机，积极调整销售组织。

作为销售公司，我们的中心任务就是搞好销售，我们的各项工作都应该紧紧围绕这个中心，服从和服务于这个中心工作。做好服务工作，首先要大力弘扬“三不”精神，推广“一线工作法”，跑现场，抓质量，肯于吃苦，乐于奉献，靠前指挥，工作到位，及时研究解决生产销售过程中出现的各种困难和问题。必须杜绝技术服务不到位、工作质量不高、信息反馈不及时、业务衔接不顺畅等突出问题，努力实现正规循环、稳产高效。其次，要牢固树立“安全责任重于泰山，职工生命高于一切”的安全理念，坚决贯彻落实国家安全生产方针，正确处理安全与生产、安全与质量、安全与效益的关系，当生产与安全发生冲突时，生产必须给安全让路，坚决做到不安全不生产。再次，要努力做好宣传动员和职工思想政治工作，把集团党政的工作部署转化为职工的自觉行动，保持职工队伍高昂的工作热情，形成和谐高效的运行机制。

（二）积极主动出击，加强市场调研，不断开拓市场，及时、真实、准确地了解和掌握宏观、微观经济信息，达到合理配路资源。

要积极关注市场变化，及时掌握了解煤炭市场行情，尤其把握不同季节煤炭需求增加的有利时机，加强产运销调解，不断开拓市场，巩固老用户，开拓新用户，组织开展形式多样的促销活动，加大省内外、国内外市场的开拓力度，坚持让利不让市，要有长远意识，宁可暂时牺牲点眼前利益，也要保住长期的战略合作伙伴关系和市场已有的份额。要大力发扬老煤炭运销人员的“走遍千山万水、想尽千方百计、说尽千言万语、历经千难万险”的精神，主动出击，巩固老用户，开辟新市场。尤其是与电力与用煤大户签订中长期的供需协议，确保煤炭市场稳定。要把企业的生产经营和销售工作纳入市场经济的大循环圈，以开展“敬业、严管、降成本、增效益”活动为契机，在煤炭质量、销售环节、售后服务等方面进行严格管理。要把质量视为企业的生命，不允许发出的煤炭有质级不符或亏吨现象存在。要进一步端正经营思想，严格执行煤质运销管理办法，加强煤质监控，确保华晋焦煤的优质品牌，进一步落实“三不”政策，加强货款回收。

（三）树立市场意识，改进营销策略，提高服务质量，保持加快发展的危机感，为公司谋求长远利益。

首先要改变过去的官商作风，树立用户就是上帝的观念，从方便用户、促进销

售出发,扩大服务事项、延伸服务内容,实行销售、财务结算、发运“一条龙”服务,简化客户购煤手续,满足用户定矿、定点发售要求,保证外运煤的数量、质量经得住用户的认可和检验。其次在运用灵活的营销策略方面,要遵循市场经济的规律,超前思考,因势利导,适时应变,突出焦煤重点,抓住用煤大户,兼顾一般用户;价格上,实行优惠政策,让利不让市,暗降明不降;营销方式上,多管齐下,采取联营、代理、仓储、赊销、易货贸易等,开辟新途径,加大销售量,尽最大可能降低库存量。在实施营销策略中,本着互惠互利、利益均沾的原则,建立供需双方利益共同体;促销要更新观念,设立必要的中介费制度,搞活流通渠道,调动销售人员的积极性。

当前，国内煤炭市场供求关系紧张的局面开始出现缓和，煤炭销售的增量提价空间越来越小。形势逼人，不进则退，在未来的竞争当中，我们靠什么去赢得市场，保持优势？就是要靠持续不断的科技创新和强化管理这两个手段。依靠科技创新，我们可以进一步提高生产和资源利用效率，提高煤炭产品的质量、品种。

2024 年营销工作总结范文 篇 9 光阴如天上流星一闪即过，我希望自己能抓住这一短暂的一刹那。不知不觉中已来 X 医药公司一个月了，回忆这段时间的工作，我作如下总结：

一、观念的转变

观念可以说是一种较为固定性的东西，一个人要转变自己原有的观念，必需要经过长时间的思想斗争。虽然销售是大同小义的事。但是，不同的产品面对的顺应人群不一样，消费群体也不同。不同的公司销售模式也有差异。必需由原来的被开工作转变为如今的主动开发客户等许多观念。

二、落实岗位职责

作为一名销售业务员，自己的岗位职责是：

- 1、想方设法完成区域销售任务。
- 2、努力完成销售管理方法中的各项要求。
- 3、负责严格执行产品的各项手续。
- 4、主动广泛搜集市场信息并按时整理上报领导。
- 5、严格遵守公司的各项规章制度。
- 6、对工作具有较高的敬业精神和高度的主人翁责任感。
- 7、完成领导交办的其它工作。

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：

<https://d.book118.com/937042166141006155>

