# 咨询公司营销工作总结范文(9篇)

来源：网络 作者：花开彼岸 更新时间：2025-05-30

*咨询公司营销工作总结范文1时光荏苒，在繁忙的工作中不知不觉又迎来了新的一年，回首昔日工作的点滴依然历历在目。营销部在领导的帮助和指点下，通过内部人员的共同努力，各项工作都取得了一定的成绩，并在本年度第二季度被评选为优秀班组。现对一年来的工作...*

**咨询公司营销工作总结范文1**

时光荏苒，在繁忙的工作中不知不觉又迎来了新的一年，回首昔日工作的点滴依然历历在目。营销部在领导的帮助和指点下，通过内部人员的共同努力，各项工作都取得了一定的成绩，并在本年度第二季度被评选为优秀班组。现对一年来的工作和学习作如下总结：

>一、营销科工作事项

1.白坯销售状况：实际销售米数2，440万米，折合米数3，265万米，达成率；销售金额xx，达成率。

2.成品销售状况：在本部门白坯销售目标基本完成的同时，成品销售也取得了一定的成效，完成销售米数36万米，销售额xx万元。

3.全年销售15d、20d布种合计米数259万米，折合米数556万米，销售额1，960万元，占总销售额的。

年营销科能转变观念，将重点放在订单型客户的维护上，不仅提拔了利润空间，还逾额完成了销售额目标。

5.我科能及时抓住客户的重点信息，例如xxx布种，能在第一时间了解到客户的需求并反馈给公司，在公司领导的xx确决策下，我科此布种完成销售米数324万米，折合米数393万米，销售金额2，335万元。

>二、生产计划科工作事项

1、根据原料价格、市场变化情况，协助领导做好每期白坯布种的订价工作。

2、完成纺织销售高新染整白坯价格的核算及初审工作。

3、完成各业务科定织布种报价及交期的审核工作。

4、根据收集的市场信息及客户需求，完成领导下达的新布种开发任务，并对新布种的.推广进行管理。

>三、来年的工作重心

1.营销科方面

（1）销售方面：白坯全年计划销售米数折合3，600万米，销售额亿元；成品销售50万米，销售额xxx万元。

（2）销售重点方面：把精力着重放在订单型客户上，同时在去年的基础上加大对15d、20d布种的销售力度，计划销售米数折合xxx万米，销售额xxx万元。

（3）货款回收方面：严格控制超期货款，减少3-6个月超期款的产生。

（4）人员方面：进一步细化并明确内部人员的工作内容和职责，营销科再细分小组，提高各成员的主人翁意识。

（5）客户维护方面：每月制定拜访计划，做到对老客户的订单无一遗漏，同时做好售后服务及市场信息的收集工作。

2.生产计划科方面

（1）制定定织布种价格的核算标准，使报价更加合理化。

（2）主动收集各业务科提报的信息，同时结合市场情况，协助领导的灵活安排工厂开台，并对各布种的库存量进行合理调节。

（3）对领导提供的开发方案要积极参与，多找信息，提点子，并努力完成后续的开发事项。

>四、对公司之建议

1.建议公司制定高新染整在纺织厂定织白坯的核价标准。

2.建议公司进一步完善福利轨制，比如医疗保险及住房公积金等，让员工更有归属感。

**咨询公司营销工作总结范文2**

20xx年我跨入了中国联通营销行业的大门，但迎接我的是一条充满希望与机遇，同时充满着无数荆棘的坎坷之路，然而功夫不负有心人，辛勤的付出给我带来了众多的成就感，同时获得“劳动状元”称号。

在这个营销市场高速发展，通讯营销扬帆启航的时代，在竞争激烈的市场机制下要赢得客户的青睐，不仅自身要勤奋、坚持、专业、诚信，还要时刻谨记“客户至上”的服务理念。正是这个理念，使跨入中国联通营销行业的大门不久的我从每月只有微薄客户来源发展到现在比较客观的业务量，这其中的营销辛酸可能只有我自己才能品位到。刚开始，面对客户一次次的不认同和拒绝，这是我从未有过的挫折与打击，令我一度心灰意冷，但我不甘心就这么认输，坚持一遍又一遍的拜访客户，慢慢地，我的付出有了回报，业务量日益扩大。

20xx年8月经过个人的努力和领导的大力支持我成功营销大客户累计开户量达到300余户，为公司创收23400元，截止到现在用户的在网率达到90%，年收入达28万余元。电信和移动不停止的营销攻击让我不能停息，两年来我和我的电动车跑遍了保定市，路途的遥远没有阻挡我前进的车轮，从市区到东二环，从东二环到南二环，走过的路让我熟悉了用户群体的所在，给我今后营销之路带来了很大的方便。

俗话说开发用户难，保有用户更难，由于公司后期支撑服务毕竟有限，为了不让自己的劳动成果就这样让异网攻下，我从公司奖励的费用里面拿出一部分作为高端用户的维系。在维系期间我发现用户的要求其实并不苛刻，一双手套换来用户对我服务态度的认可，换来营销的持有就是我营销之路的成就感。

营销本是一件乏味的工作，但由于在校期间学的是营销专业加上自己对营销工作的投其所好，让我把乏味的工作变得精彩起来，20xx年5月我公司3G业务开始发展，它的优势让我看到了前景，因为3Grong>一工作表现

20xx年，我始终把学习放在重要位置，努力在提高自身的业务综合素质上下功夫，正确认识自身的工作，正确处理与客户之间的关系，把工作重点放在发展新客户上，以提高我对工作本身的认知程度。细心学习同业人员的长处，改掉自身存在的不足，虚心向肖经理请教，主动接受同事的意见，不断改进工作方法，充分发挥岗位职能，在不断学习和探索中使自己在本行业方面有所提高。

>二今后的努力方向

加强学习，勇于实践，坚持工作热情。在不断的总结中成长，提高自我的素质和业务水平，以适应新的形式的需要，积极与各办事处的人员沟通，以学习他人之长，才能更好的促进自我能力，满足客户需求和开拓市场空间。

**咨询公司营销工作总结范文3**

在这将近一年的时间中我通过努力的工作，收获了许多宝贵的经验。在辞旧迎新之际，我有必要对自己的工作做一下系统的深刻的总结。目的在于吸取教训，提高自己，以至于在新的一年中把工作做的更好，自己有信心、有决心在新的一年的工作中做的更好。下面我对一年的工作进行简要的总结。

我是今年三月份到某某某某公司工作的，在销售部从事过销售计划工作半年后，转而开始从事汽车销售工作。之前我是没有销售经验的，缺乏汽车行业销售经验和销售知识。为了迅速融入到这个行业中来，到公司之后，一切从零开始，仅凭着对销售工作的热情，一边学习产品知识，一边摸索市场，遇到销售和产品方面的难点和问题，我经常请教公司领导和其他有经验的同事，一起寻求解决问题的方案和对一些比较难缠的客户研究针对性策略，取得了良好的效果。 通过不断的学习产品知识，收取同行业之间的信息和积累市场经验，现在对市场有了一个大概的认识和了解。现在我逐渐可以清晰、流利的应对客户所提到的各种问题，准确的把握客户的需要，良好的与客户沟通，因此逐渐取得了客户的信任。所以经过大半年的努力，也取得了成功客户案例，一些优质客户也逐渐积累到了一定程度，对市场的认识也有一个比较透明的掌握。在不断的学习产品知识和积累经验的同时，自己的能力，业务水平都比以前有了一个较大幅度的提高，针对市场的一些变化和同行业之间的竞争，现在可以拿出一个比较完整的方案应付一些突发事件。对于一个项目可以全程的操作下来。

我从9月份开始从事于销售顾问这项工作，也取得了一些成绩，在9月份，我一共销售了10台车;在10月份，因为参加培训，在杭州出差，也为公司销售了6台车。相继的11、12月份，不仅在广州、上海参加业务培训外，回到公司认真工作，总结10月的销售经验后，在11月12月各卖了10台车。总之，在我从事销售顾问的四个月中，一共销售了36台车，平均每月销售9台车，也达到了自己的预期目标，感谢公司提供了这个平台来实现自己的人生价值。但在新的一年中，还需要对自己严格要求，以下是我自己在新的一年中对自己需要改进的地方:

首先，在不足点方面，从自身原因总结。我认为自己在一定程度的不能揣摩顾客的消费心理，引导顾客进行消费，错失了很多机会。作为我们某某某某的一名销售人员，我们的首要目标就是架起一坐连接我们的商品与顾客的桥梁。为公司创造商业效绩。在这个方向的指导下，怎样用销售的技巧与语言来打动顾客的心，激发起购买欲望，就显得尤为重要。因此，在以后的销售工作中，我必须努力提高强化说服顾客，打动其购买心理的技巧。同时做到理论与实践相结合，不断为下一阶段工作积累宝贵经验。

其次，注意自己销售工作中的细节，谨记销售理论中顾客就是上帝这一至理名言。用自己真诚的微笑，清晰的语言，细致的推介，体贴的服务去征服和打动消费者的心。让所有来到我们某某某某卖店的顾客都乘兴而来，满意而去。树立起我们某某某某店工作人员的优质精神风貌，更树立起我们某某某某的优质服务品牌。

再次，要深化自己的工作业务。熟悉每一款车的车型，颜色，价位。做到烂熟于心。学会面对不同的顾客，采用不同的推介技巧。力争让每一位顾客都能买到自己称心如意的爱车，更力争增加销售数量，提高销售业绩。

最后，端正好自己心态。其心态的调整使我更加明白，不论做任何事，务必竭尽全力。这种精神的有无，可以决定一个人日后事业上的成功或失败，而我们的专卖销售工作中更是如此。如果一个人领悟了通过全力工作来免除工作中的辛劳的秘诀，那么他就掌握了达到成功的原理。倘若能处处以主动，努力的精神来工作，那么无论在怎样的销售岗位上都能丰富自己人生的经历。

总之，通过理论上对自己这大半年的工作总结，还发现有很多的不足之处。同时也为自己积累下了日后销售工作的经验。梳理了思路，明确了方向。在未来的工作中，我将更以公司的经营理念为坐标，将自己的工作能力和公司的具体环境相互融合，利用自己精力充沛，辛勤肯干的优势，努力接受业务培训，学习业务知识和提高销售意识。扎实进取，努力工作，为公司的发展尽自己绵薄之力!

**咨询公司营销工作总结范文4**

通过将近一个学期的学习，在市场营销策划方面我学习到了一定的知识。虽然一个星期只有一次课，也只是辅修，但是对于广告学的我们也是大有裨益，毕竟广告和营销策划是分不开的，二者有共同的目的。也很感谢老师每次认真备课，尽可能让我们学到更多。

从我们写生回来就开始上这门课程，4到15周，总共是十二周的课，三十个课时。薛老师带领我们把概念性的知识与实际案例结合起来，达到更好的学习效果。市场是一个买卖双方交易的场所，而市场营销策划就是作为一种计划及执行活动，其过程包括对一个产品，一项服务、或一种思想的开发制作、定价、促销和流通等活动，其目的是经由交换及交易的过程达到满足组织或个人的需求目标。

市场营销往往是包含多种因素，包括市场营销策划地域、市场营销策划对象、市场营销产品研究、市场营销媒介信息。市场营销策划的方法与技巧具体到策划中是指市场营销策划战略的构思，市场营销策划战术的选择，市场营销策划思想的设定等方面。怎样在有间达到市场营销策划的目的，怎样最有效地节约市场营销时间成本，对这一问题的确定与安排就是市场营销策划的时间因素。任何市场营销策划都有一定的投入成本，要在市场营销策划投入与市场营销效果之间力求化，就少不了对市场营销策划投入的合理安排，以及对市场营销策划预算的科学计量。

现在也更加深刻的理解了市场营销不等于推销。推销仅仅是市场营销的内容之一。营销不是推销，营销工作早在产品制成之前就开始了。企业营销部门首先要确定哪里有市场，市场规模如何，有哪些细分市场，消费者的偏好和购买习惯如何：营销部门必须把市场需求情况反馈给研发部门，让研究开发部门实际出适应该目标市场的的可能产品。营销部门还必须为产品走向市场而设计定价，分销和销计划，让消费者了解企业的产品，方便地头到产品。在产品售出后，还要考虑提供必要的服务，让消费者满意。营销贯穿于企业经营活动的全过程。

一项市场营销策划成功与否要看其实际对产品的销售起了多大的效果。评价市场营销策划效果的指标是多样的，比如市场占有率、公众认知度、公众信任度、品牌忠诚度、年或季度销售量等指标。之前老师让做过一份调查问卷，当时很郁闷，不知道要做哪方面的，也不知道调查目的是什么，包括问题怎么设置等等一系列，感觉没有头绪。不知道在企业里做营销策划的是怎么做的，他们整天跑市场吗，然后再整理信息，找出方向，设置问卷，过程曲折应该是一言难尽。在网上也看到过设计好的问卷，从没留意过，有兴趣就填一下，不知道一份问卷要耗费那么多的心血。或许生活就是这样，汗水预示着结果也见证着结果。

我们同时开的还有广告学概论和广告策划与创意课程，老师都要求我们做问卷，做策划书，真的很忙，很需要耐心。要做好所有课程设计，首先要有良好的认识素质，包括观察的`客观性，观察的全面性，观察的敏锐性。再次，还要有足够丰富的营销理论知识和营销实务知识。包括：市场调研、营销策划程序、营销整体策划、营销战略策划、产品策划、定价策划、渠道策划、广告策划、公关策划等。营销策划是公司以企业经营方针目标为指导，通过对企业内、外部经营环境资源的分析，找出机会点，选择营销渠道和促销手段，经过创意将产品与服务推向目标市场，以达到占有市场、促进和引导企业不断发展目的的经济行为。从某种意义上讲，营销策划是在对市场的深刻理解的基础上的高智能的策划。它蕴含在企业生产开发经营的全过程，由市场调查、方案制定和产品总体设计、价格定位、广告中介服务、售后服务以及信息反馈等组成。使产品适应顾客的需要，从而促进产品的销售，增加利润，加快资金周转。因此，营销策划一定是首先强调“以人为本”。企业的一切经营活动，都必须围绕消费者的愿望、需求和价值观念来展开，这是营销策划的根本所在。

经过老师的细心讲解和对这门课程的12周的学习，才真正发现，营销策划不是一种把戏，不是一时的欺骗，不是暂时的高额利润，不是一种单纯的活动。市场营销策划虽然只是短短的六个字，而里面的学问确实需要我们久久的去学习体会的。通过对问卷设计的学习，了解到了新的营销管理知识，懂得了实践中积累经验的宝贵。是的，营销策划是一个系统工程，是一个科学过程。市场营销策划拥有一种力量，这种力量可以穿透人的心智，同时还浑然不觉，却产生了奇特的功效，很难用言语形容。市场营销就是连接市场需要和产品开发建设的中间环节，是开发商将潜在市场机会转化为现实市场机会，从而实现企业自我发展的有效手段。通过这次课程设计使我们更加懂得并亲身体会到了理论与实际想结合的重要性，只有理论知识是远远不够的，只有把所学的理论知识与实际想结合起来，从实际中得出结论，才能真正为社会服务，从而提高自己的实际动手能力和独立思考能力。在设计的过程中遇到很多问题，可以说是困难重重，并且在设计的过程中发现了自己的很多不足之处，发现自己对之前所学过的知识理解的不够深刻，掌握的不够牢固，有待加强。

老师为我们安排这次作业的目的在于通过理论与实际的结合、同学之间的沟通，进一步提高思想觉悟，尤其是观察、分析、解决问题的能力。作为整个学习体系的有机组成部分，作业设计的一个重要功能，在于运用学习成果，检验学习成果。运用学习成果，把课堂上学到的系统化的理论知识，尝试性的应用于实际工作中，并从理论的高度对设计工作的现实中提出一些有针对性的建议和设想。检验学习成果，看一看课堂学习与实际操作到底有多大距离，并通过综合分析，找出学习中存在不足之处，以便为完善学习计划，改变学习内容与方法提供实践依据。

关于本次作业设计，我的作业虽然还不够完善，许多功能因为时间和本身的知识水平有限无法实现，不过，至少在平时的学习基础之上已经有了很大的提高，我坚信它必将会对我们的未来走上工作岗位产生积极的影响。

在此次作业设计中，学到了很多课内学不到的东西，比如独立思考解决问题的能力，出现差错的随机应变能力，都受益匪浅，并且使我们的动手能力得到了很到了很大的提高，对以后的工作、学习都有非常大地帮助。对我而言，只是上得收获固然重要，但是精神上的丰收更加可喜，挫折是一种财富，经历是一种拥有，这次课程设计必将成为我们人生旅途上一个非常美好的回忆！

**咨询公司营销工作总结范文5**

上一年对于汽车销售行业来说，是一个淡季，客户上门的几率相对较小，汽车销售的数量同比其他月份少，针对这种情况，在公司销售经理王经理“\_，我们过去”的销售策略下，开始实施“主动出击，开发市潮的战略方针，作为一名销售顾问，我们在做好顾问式的销售方式的同时，进一步做到上门服务、宣传两不误，作为分管\_市\_区的销售经理，现将汽车销售上一年工作总结如下：

一、目标

经过月初分析总结，锁定\_的目标客户为中小企业主、有实力的个体户、国家公务员、大型企业高层管理人员等，因此，\_月份第一次宣传针对有实力的个体户展开了攻势，通过上门访谈、发放宣传资料、邀请意向客户试乘试驾等。

二、经过

个体户里面曾经的光辉人物们——汽车市场个体户，今年\_的房地产飞速发展，因此带动并且引爆当地的建材市场，相当一部分人，理所当然地暴富了，有了钱需要改善原有的生活，原来不懂消费，不会消费，这就需要我们引导消费，宣传我们的汽车，给准客户的生活带来了一丝色彩，不至于使他们天天面对自己的“上帝们”也让自己当一回“上帝”，宣传有一定的效果，但是在我沟通的过程中，也清楚地认识到\_年底带来的世界金融危机，一样未曾幸免的波及到了\_\_汽车产行业，顺势波及到汽车市场，这个时候的建材市场如同我们上一年的汽车展厅一样冷清，现在更多的个体老板选择持币待购，静观其变。

三、总结

虽然汽车市场一时陷入了困难时期，并不代表其将一蹶不振，等到经济好转的时候，我的努力也就不会白白的付出了，无论是楼市，还是车市，总有经济复苏的一天，现在只需要做好我们该做的，让\_\_\_在\_家喻户晓，经济好转的时候，总会有人来买车!

四、计划

我个人认为下一年的工作计划还是以主动出击为主，守株待兔为辅，尽快地扩大宣传范围，通过各种不同的宣传渠道，让更多的人了解我们公司!上一年已过，在此期间，我通过努力的工作，也有了一点的收获，借此对自己的工作做一下总结，目的在于吸取教训，提高自己，以至于把工作做的更好，自己有信心也有决心把今后的工作做到更好。

通过不断的学习专业知识，收取同行业之间的信息和积累市场经验，现在我对市场有了一个大概的了解，逐渐的可以清晰。流利的应对客户所提到的各种问题，对市场的认识也有了一定的掌握。

在不断的学习专业知识和积累经验的同时，自己的能力，业务水平都比以前有了一个较大幅度的提高。

随着市场竞争的日益激烈，摆在销售人员面前的是—平稳与磨砺并存，希望与机遇并存，成功与失败并存的局面，拥有一个积极向上的心态是非常重要的。

**咨询公司营销工作总结范文6**

进入安信证券已有半年了，这段时间自身在各个方面都有所提高，主要体现在：

>1、对证券行业有了初步了解

进入公司以来，从熟悉这个行业到通过资格考试，对证券这个行业有了初步的了解，而驻点银行，通过渠道营销，对证券业务又有了较深的理解，工作中能解决各种基本问题。

>2、业务开拓能力的提高

在业务营销过程中，与客户的交谈和遇到的不同问题，提高了自己的沟通能力和应变能力;而对客户不定期的回访，为其提供全方位、多角度的服务，使安信服务真正的深入人心。

>3、工作的责任心和事业心加强了

对自己经手的每一笔业务，都认真对待，尽量避免给客户和公司带来不必要的麻烦，办事效率力求最快、最好。

>在业务营销中，同样也发现了一些问题和自己的不足：

1、证券知识还须加深了解，需不断学习。

2、在与客户关系维护中，沟通方式还要逐步加强。

3、专业分析能力及营销能力还须进一步增强。

进入营销这个行业，业绩是衡量一个人的价值所在，前两个月的业绩表现不佳，我重新整理了思路，在余下仅有的两个月里，我要这样做：

>1、发传单

进入安信证券我经常发传单，虽然发了很多，效果不是很好，但觉得还是可行，大量的\'传单会提高公司的知名度，下一步还想适量发些，坚持终会有效果的。

>2、有效利用银行资源

在银行驻点已有半年了，业绩十分不理想。招商银行很好的服务有口皆碑，许多客户慕名而来，如能利用好这一资源紧紧抓住几个潜在客户效果是很好的，但招商银行和招商证券很好的合作关系和相互间有回扣的合作方式使我一直在寻找突破点，虽然很有压力，但目前与他们处好关系也是唯一的办法。驻点客户经理的素质直接影响着公司的形象，所以我一直在努力的去做。

>3、充分利用关系网络

拉动朋友或朋友介绍也是一种很有效的办法。通过朋友介绍朋友，让想炒股的客户选择我们安信来开户，另外，对于已在其它券商开通三方存管业务的客户，向客户介绍我公司的服服务理念及竞争优势，努力将客户争取过来。

现在市场波动很大，观望的人占多数，同行间竞争也万分激烈，为此，我必须要不断的学习，丰富自己的专业知识，为客户提供全方位的服务，要想尽一切切办法，尽自己最大努力来做。

**咨询公司营销工作总结范文7**

市场营销是一门灵活性比较强的课程，可以使我们充分的发挥自己的潜力，很多人认为营销就是卖东西，其实不然，营销在我们的生活当中无处不在，包括交友，为人处事等，不仅只是买卖关系的发生。

学习了一个学期的市场营销，接触后才发现市场营销是一门很有发展前景，很有趣的课程，首先我们需要调查目标市场，了解消费者的需求，根据消费者的需求采购商品，制定销售计划并成功的销售出去，这一过程其实很不容易，如果前一天少了几分钟的准备，销售当天就多了几小时的麻烦，通过此次实训，感触颇多，市场营销要注重实践认知，掌握技能，有些方法和心得是书本上学不来的，我们也明白了无论做什么事都要经过自己亲身体验后，感触才会更深，下一次也才会做得更好，还有就是在销售过程中我们要抱交朋友、暖人心的态度，而不是只为赚钱。

“营”者，“策划、谋划”也，具体包括市场调查、市场细分、市场预测、销售策划及建立客户资料等。“销”即“销售”，即通过专业培训的营销员按照策划好的方案深入市场销售产品。由此可见，是先“营”后“销”，作为整个营销活动的开始，“营”往往是营销成败的关键。

“营”需要发挥市场营销人员的积极性和创造性，是一种高层次的智力劳动。营销人员应对整个市场的开发、引导以及用户需求具有敏锐的感悟力。而“营”的责任主要在管理者。各级经营管理人员应开阔视野、打开思路，多研究现代知名企业的营销实例及竞争对手的市场策略，加以借鉴、消化并吸收，真正造就一支善“营”的精兵。同时通过优胜劣汰机制，激励各级营销人员勤于谋划，多出点子，出好点子，能适时推出操作性强、效果好的营销策划方案。

需要指出的是，重“营”并不意味着可以轻“销”。“营”、“销”作为一个整体，如鸟之双翼、车之双轮，缺一不可。在“营”的同时，广大的邮政营销队伍只有深入市场去“销”，“营”才有意义，方能产生效果。光“营”不“销”只会是纸上谈兵，重“销”轻“营”则会事倍功半。只有用心去“营”，有效去“销”，才是营销的真谛，才可真正收到实效。

在竞争日趋激烈的今天，高速发展的各行各业需要新型营销人才，需要具有创新意识。专业知识和富有团队作业能力的市场营销新人。

我们都很喜欢市场营销这门课程，我们可以从这么多课程中学到很多，不仅学到了课内知识，也学会了如何运用所学的知识去规划我们的人生。

光阴如梭，转瞬间一年的时间已经过去，20xx年在公司领导的领导下，我们公司的“量、价、款”，三项基本考核指标都达到了预期目标。回顾一年的时间，我在公司各级领导的指点及同事的真诚帮助下，较好地完成了自己的本职，有收货也有遗憾，总结自我一年里工作的优与缺，计划明年的工作思路，做一个初步的规划。

>一、迎着公司的发展而学习

通过这两年的工作，我感同身受，看到了公司所发生的变化。与去年相比我们的团队办公环境好了，生活等方面也都到了很大改善，当然生活方面不是最重要的。最重要的是经过两年的发展与进步，我们的销售业务“流程化”了，让我们每一个业务员在日常的业务服务过程中知道：做什么、如何做、做的对与错。“销售管理制度化”了，从业务出车的台账登记到销售费用记录都从根本控制了我们的销售成本。同时，今年以来，轮休时间合理化的规定让每位员工“不打疲劳战”，提高了我们工作的激情，保证了每天每个角色都有人站岗执勤。销售业务的流程化和管理的制度化又评判工作中的失误和进步。如此以来，平时的工作有条理了，感到工作更轻松了，这是公司的进步，也让我在流程的指引中，制度的规定下学到了更多，进步更快。二、自身的不足

（1）业务员的日常工作基本上包括，记录台账、催收货款、协调发货、月底对账、市场调研等。在这过程中，由于个人不细心，不操心，台账记录不及时，致使预付款合同客户欠款，违反公司“先款后货”的制度，也使公司领导在与客户催款方面处于被动地位。

（2）过程决定结果，细节决定成败。两年以来，自我记录习惯没有养成，在日常业务中，台账记录不清楚，对于业务中的改派车辆部没有重点记录和标记，尤其是三角贸易，调账不及时。在这些看似细小的事情由于没有做到位，造成月底对账、结算困难，给公司的整体管理拖后腿。

（3）今年年初，在公司领导的指导下成立了重点工程部，其目的是保证做好唯一的一个重点项目服务工作，作为重点工程部的一员，我没有尽到应尽义务。第一、三角贸易采购基地水泥运费财务挂账不及时，错误频出，重点项目发票送达没有及时督促，影响当月货款回收。第二、没有和我们团队相互帮助，共同努力，个别客户个别月，对账数字三方账务不清楚。第三、服务重点项目的业务员工作量不平衡，没有做到及时向领导汇报调整，造成后期重点项目出现了更大问题。第四、作为重点工程部的一名小小负责人。一年来一致处于懵懂状态，深感压力重重，无所适从，对自己没有信心，瞻前顾后，有没利用这样的机会去锻炼自我。在重点工程业务中没有做好公司领到与项目经理沟通的中间人，是我工作中的最大的失误，失去这样的业务学习和锻炼机会也是我最大遗憾。三、明年的工作思路

（1）从今年的日常工作中发现我们的业务员经济责任意识淡薄，对账单模糊，运输发票挂账错乱，建议针对具体业务，列举业务中经常或者有可能发生的`错误培训指导，增强团队业务能力，培养业务员在工作中的责任心。

（2）今年前期个别标段代理商自行开具运输发票，运费没能及时挂账，造成后期运费付款困难，给公司带来不好影响，建议明年凡属于我们公司商配送工地，运费必须每月挂账。如果客户要求自行开具运输发票（自提），签订合同时需补充简洁的自提运输协议书，从管理上避免公司责任。

（3）明年和政海螺水泥将于6月份前后投产，面对强大的竞争对手，我们既要保证完成销量又要取得好的价格，掌握市场信息，建立销售渠道是工作的重中之重。去年到今年销售人员把主要精力集中在高速公路上，为应对明年海螺水泥对市场的冲击，建议从新整合人力，针对两个区域每个区域至少有一个人去调研市场，收集市场信息，储存潜在客户，以应对明年下半年及以后强大的竞争对手。

（4）两年的工作经历，发现货款要控制记录台账，安排的事情做笔记，是一件很重要的事情，对有效控制货款和日常工作的执行结果方面都起到了非常重要的作用。两年以来，业务陋习凸显，日常工作中“爱忘记”，效率低。为了提高我们的工作效率，加强执行力，我个人认为，从明年起每个区域建立工作日志，每天记录工作中要做的事情，如对调研市场、对账、挂账等方面的执行都应该有简洁的记录，说明执行结果。可以由公司领导下达任务，区域经理监督，做到出车有名，到厂有收获，避免在工作中没有计划的盲跑、乱跑，没有效率。

我害怕失败，但我更渴望进步，一年以来，深刻的认识到自己的不足，工作中出现的错误不止上面罗列的几点。20xx年希望自己能

够突破、完善自己，不给公司拖后腿。感谢公司领导的引导和公司同事的热心帮助。纸上谈的终觉浅，凡事一定得躬行，20xx年已经来临，新的一年意味着新的起点、新的机遇、新的挑战，希望我们的团队在领导的带领下能更进一步。

转眼间，20xx年已成为历史，在过去的一年里，我店在经历了，乌市、西藏祖国60大庆等多个严重影响客源的事件重挫下，有领导带头及时调整经营思路，依然完成了上级赋予的目标，这和我们在坐的每一位的辛勤努力是分不开的；作为团队的一员我深感荣幸。

如来不可惧；猢狲尚难缠，温泉镇酒店行业从最初的我们一家发展的如今的7家，从市场来看这无异于僧多粥少，面对这样的市场我们要想立足，这其中的竞争可想而知，坐以只能待毙，总结是为了扬长避短对自己有个全面的认识。至此辞旧迎新之际有必要回顾总结过去一年的工作，成绩，经验及不足，以利于扬长避短，奋发进取，在新的一年里再创佳绩。

>一、年度任务完成情况。（根据酒店经营情况自己做）

>二、客人反映较多的问题：

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。

1、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。

2、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。

3、营业时间无规律性和应变性。

4、技术支持问题：维修范围大，项目多，进度慢，没有应急预案。

5、各部门均各自为政，部门之间的衔接和沟通须加强。

6、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。

>三、销售中的问题

经过一段时间的磨合，销售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励，发扬光大，但问题方面也不少。

1、和其他部门的沟通配合还须加强；这一点销售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。

2、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。

3、员工服务中惰性强，缺乏主动性和责任感给销售部员工主动争取客户带来了很大的阻力。

4、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。

5、市场调研不够深入，策划方案缺少创新。

**咨询公司营销工作总结范文8**

本学期，我担任的电子商务1，2班的市场营销基础课，每周5节。在学校的领导及教务科的亲切关怀下，本人刻苦努力，认真的完成了任务，现在将本人的总结如下：

《市场营销学》是一门建立在经济学、行为学、心理学、现代管理学、广告学、公共关系等学科密切结合的一门综合性、边缘性的经济管理学科。它力足于提高学生整体素质和学生营销综合能力，并在认真总结本课程教学实践的基础上，力求准确地阐述营销的基本概念、基本原理和基本方法。使学生的营销理论水平和实务水平得到切实提高，并能够理论联系实际。用市场规律性、原理性和知识性来武装学生，使学生营销的理论水平和实务水平得到切实提高。

本学期，我按照教务科的安排，科学的设置教学计划，认真执教，让学生切实得到了提高，使学生掌握市场营销学的基础理论和了解市场营销学的新观点、新内容，同时能结合我国企业营销实践分析和解决营销过程中的实际问题。为学生？？电子商务，从事市场营销工作奠定良好的基础。

根据市场营销专业的特点我重点采取了举例子讲授法、市场调查方法、讨论法、和案例分析法这四种方法教学，调动了学生学习的积极性，培养了学生的各种能力，教学效果显著。

一个学期的结束，我在专业教学中还存在一些不足之处，主要表现在让学生自己的实训和动手操作方面。我所知道改进后的教学方法应该是：教师在讲授中要围绕本课程的基本知识、基本理论、训练学生基本技能，精讲课程的重点、难点，其他的`教会学生去自学。教师用辩证的观点去分析教学内容的内在联系、本质和规律，起到画龙点睛的作用，帮助学生尽快掌握教材的重点。启发学生主动学习，独立思考，融会贯通，不仅教会知识，更要教会方法。讲授课程要不断补充新内容，有选择的介绍目前最新研究成果，以此开拓学生视野，丰富学生智慧，发展学生的思维辨析能力。锻炼学生综合运用理论知识分析、解决实际问题的能力。开展课堂讨论、案例分析，充分调动学生学习积极性，形成知识信息传递与交换的立体式教学局面，切实提高学生的市场营销理论水平和实务。希望接下来的老师以此为戒。

**咨询公司营销工作总结范文9**

公司在总公司的领导、帮助和支持下，公司已具有初步规模，为国内市场的全面发展打下了基础。尤其是在市场的拓展、新客户的开辟，盛天品牌在国内都已烙下深深的影响。销售额逐月增长、客户数额月月增加、市场的占有率已由原来的华东地区纵向到东北地区，并已着手向西南、西北地区拓展。盛天产品销售和盛天品牌在国内信誉大大提高，为盛天公司在国内的市场拓展作了良好铺垫。由于主客观因素，与总公司的要求尚有相当距离。公司在总结xxxx年度工作基础上，决心围绕xxxx年度总公司目标，坚持以“内抓管理、外拓市场”的方针，并以“目标管理”方式，认真扎实地落实各项工作。

>一、市场的开发：

创新求实、开拓国内市场。根据去年的基础，上海公司对国内市场有了更深的了解。产品需要市场，市场更需要适合的产品（包括产品的品质、外型和相称的包装）。因此，上海公司针对国内市场的特点，专门请人给公司作销售形象设计，提高盛天公司在中国市场的统一形象。配合优质的产品，为今后更有力地提高盛天公司在中国的知名度铺好了稳定的基础。

同时，建立健全的销售网络体系，使盛天开拓中国市场奠定了销售分点。上海公司拟在3月初招聘7—8名业务员，全面培训业务知识和着力市场开发，灌输盛天实施理念。

>二、年度目标：

1。全年实现销售收入2500万元。利润：100—150万元；

2。盛天产品在（同行业）国内市场占有率大于10%；

3。各项管理费用同步下降10%；

4。设立产品开发部，在总公司的`指导下，完成下达的开发任务；

5。积极配合总公司做好上海盛天开发区的相关事宜及交办的其他事宜。公司营销部工作总结范文

>三、实施要求：

销售市场的细化、规范化有利操作。根据销售总目标2500万，分区域下指标，责任明确，落实到人，绩效挂钩。

1。划分销售区域。全国分7—8区域，每个区域下达指标，用考核的方式与实绩挂钩，奖罚分明；

2。依照销售网络的布局，要求大力推行代理商制，争取年内开辟15—20个省级城市的销售代理商；

3。销售费用、差旅费实行销售承包责任制；

4。设立开发产品研发部，力争上半年在引进技术开发人员3—5人的基础上，下半年初步形成新品开发能力，完成总公司下达的任务计划数；

5。加强内部管理，提高经济效益：

①财务销售成本：核算是国内市场的关键。进、销、存要清晰，月度要有报表反映，季度要有考核，力争销售年度达标2500万，成本下降5%；

②人力资源管理：根据总公司要求，结合上海公司工作实际配置各岗相应人员。用科学激励机制考核，人尽其才，爱岗兢业，每位员工以实绩体现个人价值；

③产品开发费用管理。

公司还有很多工作需努力开展，还有许多事项要切实去落实。为此我们要紧紧围绕总公司工作要点，结合公司实际，在xxxx年度中承担应负的责任，为总公司的战略目标实现作出应有的贡献。

本文档由028GTXX.CN范文网提供，海量范文请访问 https://www.028gtxx.cn