

营销人员个人工作总结

营销人员个人工作总结 篇 1

来到我们公司已经工作了一年左右的时间。对于这一年的工作经验，我有很多想说的，也有很多需要总结的。因为这一年不仅给我带来了不一样的工作体验，也给我带来了不少的成长。

这是我第 1 次接触到营销行业的工作，也是第 1 次真正了解到营销人员的辛苦。在这个岗位上，我不仅担任的策划这个职位，还承包了销售的工作。都说销售是来钱最快也是最快让人成长的工作。我起初还不相信，但是当我真正接触这个岗位以后，我才知道这里面的含义。确实在这个领域里，只要你肯干肯吃苦，愿意坚持，那比其他行业拿到的死工资确实要多很多。但是除了这些之外，你还需要运气和机遇。所以上面的说法也不完全是正确的。但是就我个人而言，在成长最快这一点上我还是挺认同的。因为我深有体会。

上半年，为了提升我在策划方面的能力。我读了 12 本关于营销策划方面的书籍，刷了 4 门营销方面的网络课程，参加了三次营销策划方面的培训等等。终于在我的努力之下，我的理论知识不仅得到了提升，我的'策划方案也多次得到了领导的肯定。并且还很幸运的参入到了公司这年度关于__项目的营销策划上来。最后这个项目经过我们团队小组的分工协作和努力，也取得了很大的胜利。

下半年我就全心投入到了销售工作的。销售工作主要以外展的促销活动而展开，会展活动相当的辛苦，因为夏天既没有空调，冬天也没有暖气，所以条件很艰辛。但是再怎么艰辛我也坚持了下来。面对寒冷的天气，也依然抵挡不住我向顾客推销的热情。面对顾客的多次拒绝和冷眼，我始终不放弃，抱着乐观的心态一次又一次的站了起来。面对惨淡的业绩和工作的双重压力，我更加的勇往直前，更加的拼搏奋斗。最后创下了第四季度的最高销售业绩的成绩。在总结大会的时候也迎来了公司的最佳优秀员工奖。

所以我相信有努力就有收获，如果没有收获就说明我努力的还不够多。我的这份营销工作。虽然给我带来了许多挑战和磨难，但是同样也给我带来了许多成长。所以我会继续努力和加油的！

营销人员个人工作总结 篇2

本人于__年__月__日交流到公司企业信息化部计费结算处工作。在交流的半年期间，我主要负责的维护，支撑集团公司市场前端营销(以家庭客户部为主)，负责领导交办的软课题的评审，对省分公司计费专业相关工作进行指导以及领导交办的其他任务等工作。在工作中，我严格履行个人岗位职责，认真学习，努力工作，较好的完成了本职工作和领导交给的各项任务。

(一)做好文档维护工作

随着对移动业务的承接，给计费专业工作带来了新的场景和挑战。在全程全网全业务运营的场景下，计费工作的外延和内涵都有了前所未有的丰富。主要表现为：在地域层面，传统的以省为基本单位的计费格局，随着移动业务漫游场景的出现和丰富，正在悄然发生变化，省与省之间，省与总部之间的联系得到了前所未有的加强，计费体系网络化的趋势日益明显；在业务层面，传统的以语音和数据业务为骨干的并驾齐驱的计费形态，随着增值业务的井喷式出现，而呈现三足鼎立的态势，由此对计费的实时性，结算的多样性，融合的灵活性以及客户感知，财务分摊等都提出全新的要求。

值此时机，总部启动了的编写工程。是在继承优点的基础上，对现实以及未来的业务场景和支撑需求进行了高度的概括和抽象。在中，模型的关注点已由过去的数据库模型层面转移到能力结构层面，以计费网络化、系统产品化为基础，重点关注协议、网元以及各项能力的形成，目的是打造一个功能强大，结构灵活，响应迅速，全网联动的计费能力体系。

在该工程中，我主要负责的文档维护，我在工作中认真阅读研究院的各种文档并且与自己在省里面的工作相结合，吃透模型的设计精神。同时对文档中写的不够详细或者全面的部分按照领导和专家们的意见进行补充和调整，通过此项工作，使我对计费专业的未来发展方向有了比较清晰的了解，为自己今后的工作打下了坚实的基础。

(二)完成软课题评审工作

软课题是总部计费专业针对现实的业务场景和未来可能的发展方向所作的技术业务方面的'提前预研和技术储备工作。它的目的是形成技术和能力储备，以便为今后的工作打下坚实的技术业务基础。由于软课题没有现成的业务环境进行验证，因此对软课题的评审人员需要较高的综合素质，既要有对现实场景的深刻了解，也要有对未来方向的充分把握。总之，这是一项全新的，具有很大挑战性的工作。

在接受这项工作之初，我感到比较吃力，因为这毕竟是原来在省公司不曾遇到过的，但是在困难面前，我没有退缩，通过积极与软课题编写人员的沟通，了解了软课题的研究动机和研究的具体内容，认真阅读软课题的各种文档，结合自己在工作中的实际经验，形成对该课题的全面认知和把握。通过与软课题编写人员的全面沟通与交流，对课题中的描述不完整和不全面的部分形成一致的修改意见。通过和软课题编写人员的全面合作，终于形成了最终的定稿文件。在总部举行的软课题评审会上，我所负责的和四个软课题顺利的通过了评审。

(三)积极主动做好营销支撑工作

随着移动业务的承接，面临着更多的机遇和挑战。为了确保移动市场份额，实现有效益的市场扩张。市场前端部门推出了一系列的营销方案和新产品，给it支撑带来了很大的压力。在集团公司做营销支撑的最大特点就是必须站在全国的角度去思考问题，必须充分考虑到不同省份之间的建设水平和能力的差异，在将“市场语言

“翻译成为“系统语言“的过程中，必须统筹考虑，综合权衡，才能形成最终的具备可落地性的方案。

经过短暂的磨合，在领导和同事们的帮助下，我逐渐掌握了在总部做营销支撑的工作方法，具备了独立完成营销支撑工作的能力。我主要负责对家庭客户部和 3g 重点产品的营销支撑工作。家庭客户部推出的营销方案一般融合性和复杂度都比较高，计费实现有较大的难度。在工作中，我一方面认真领会家庭客户部营销方案的精神，根据自身工作经验提出合理化建议，使方案更加完整，具备可落地性；另一方面加强和省分公司的沟通交流，充分了解省分公司的能力水平，根据营销方案的要求，提出对计费系统的改造意见，提升系统能力，确保方案能够按时平稳落地。

在交流期间，我主要完成了以下营销方案的支撑工作：

1、无线宽带营销方案支撑，通过对系统能力的挖掘，满足了市场前端部门提出的时长流量“双限”的需求。

2、统一认证营销方案支撑，通过新建事件的方式，满足了市场前端部门提出的单独区分统一认证场景下 wlan 接入话单的需求。

3、参与校园套餐方案讨论，提出通过省互设亲情号码方式实现互打免费的需求，解决了校园方案不成熟，实现难度大的问题。

4、参与双节营销方案讨论，建议通过设置亲情号码的方式来实现通话免费需求，解决了采用加入优惠群的方式，受理难度复杂的问题。

5、参加移动支付项目组，提出了明确通信账户和支付账户关系的建议。参与修改了《体系设计方案》。

营销人员个人工作总结 篇 3

一踏上这个演讲台，我就忍不住有些激动。因为就在一年前，我就是在这个演讲台上，在分行新的用工机制的召唤下，畅谈参加竞聘的理由，放飞献身__的理想，由一名客户经理竞聘为营业部某行主任。

而如今，岁月轮回，我又由营业部某行主任重新回到了客户经理的岗位。我不知道今天我是以一个成功者的身份，还是以以一个失败者的身份站在这里，但无论成功还是失败，我都想对自己某行一年来的营销工作做一总结。

一年来的营销甘苦使我总结出来四个字，那就是“诚、勤、细、新”。

所谓“诚”，就是要讲诚信。诚信是维系现代市场经济的基石，是与客户相互沟通的桥梁，在与客户打交道时只有真诚相待，言行一致，急客户所急，想客户所想，才能赢得客户的一份信赖，换取客户的一份诚心。

20__年3月，在一次朋友的婚宴上，我与沧县某化工厂的财务会计相识。初次见面，我便从交谈中得知该厂近几年经营红红火火，发展势头十分迅猛。一个念头立刻从我的脑海里闪过：“如果这家企业能够在我们__开户肯定能带来一系列可观的效益。”第二天，我便来到这家企业，登门拜访了这位财务会计朋友。人家知道了我的来意后，一方面对我的敬业精神表示赞赏，但也同时对开展业务合作流露出了为难之情，因为他们长期在商业银行开户，对__知之甚少。第一次上门公关多少有点令人沮丧，但我却没有因此失去信心，因为人家对我挺客气，这就给了我们下一次接触的可能，另外人家确实对__不了解，这也就又给了我们下一次接触的话题。就这样，从3月到6月，每隔10多天，我总要去这家企业“串一次门”，介绍介绍__业务，拉拉家常，渐渐地成了这家企业财务科的熟客，以致他们开玩笑说我不像是银行的员工，倒像是保险公司的业务营销员。一次，在“串门”的时候，我无意间听说财务科长这两天正在为一笔拖欠贷款的回收而发愁，这是一笔100万元的原料款，欠款方是大港油田，由于款子一拖再拖了3个月，企业的流动资金已出现了紧张状况。于是，我主动找到财务科长，提出了由我一试的请求。在接下来的一个月里，我利用休假时间，顶酷暑，冒高温，三下南大港，借助多方关系，终于使这笔款项以现金方式收回。在收到款项的那一天，这位财务科长高兴地说了两个想不到：真想不到你有如此大的能量，拖了几个月的货款跑了三次就收回来了；真想不到你作为一个局外人竟能像朋友一样如此真诚热情地给予企业那

么大的帮助。接下来发生的事情大家可能想象得到了，这家企业主动将基本结算户挪到分理处，成了分理处的“铁户”，目前日均存款额 100 万元，月均结算量达 300 万元。

所谓“勤”，就是要勤谈，勤跑。只有与客户进行经常性的沟通与交流，了解客户的动向，知晓客户的所思所欲，才能及时调整营销策略，捕捉商机，在激烈的商战中抢占先机。今年1月，我从朋友处了解到沧县张官屯乡小白洋桥村有几位皮货加工个体户生意十分兴隆，但却经常因与地处浙江的购货方之间没有达成一种良好的资金结算方式而影响生产。为此，我从这条信息入手，带着朋友多次深入该村，走家串户宣传我行的'速汇通业务，终于使他们认识到这一结算方式的优势，辗转30里地将农信社的200万元款项一次性存入我分理处，打了一个“千里单骑拉存款”的漂亮仗，为分理处突破地域限制，向外拓展市场积累了经验。

所谓“细”，就是要细致入微。工作从细微处入手，在做出营销前对客户有充分的了解，要知道自己的客户看重的是什么，需要的是什么，发掘合作的广阔天地，同时要细心观察，见人所未见，想人所未想，捕捉蕴藏在事物背后的新商机。今年“非典”期间，我发现来分理处兑换零币钢崩的客户特别多，我就在想：“客户偏好钢崩而不喜欢纸币应该是出于卫生的考虑，如果这种习惯成为一种趋势，那么商家在这段时期对于钢崩的需求肯定会大大增加，这说不定会为我们的增存提供潜在的商机。”于是那段时间我一有空就去分行领一元的钢崩，吃力地提回分理处储备，果然，在随后的一次营销中，这些钢崩显示出了巨大的威力。在分理处右侧是一家大型商厦，是各家银行必争之地，由于在工行开户，在分理处是零存款。为能在市场中分得一杯羹。在非典时期商厦硬币最为紧缺的

关键时刻，我们送零币上门，缓解了商厦找零钱难的压力，让商厦老总很受感动，一下子从其他分行转来存款 50 万元，从此后，商厦在分理处的存款一直保持在 70 万元左右，实实在在地为分理处的发展创造了新的契机。

所谓“新”，就是要创新服务方式，营销不能停留在传统的习惯思维和做法上，要将新的营销理念和服务方式有机地结合起来，最大限度地满足客户日益提高的服务需求。在今年“双节”期间省行组织的“金融套餐”推介营销中，我要求分理处的员工在宣传介绍中要注重产品间业务特点的比较，要与客户的特点相结，与产品的特点相结合，与分理处的特点相结合，改变了过去粗放式的宣传营销模式，创造了一种“以理财方式进行宣传营销”的新思路，如我们针对“两节”期间学生放假、长辈给孩子压岁钱的有利时机，大力营销羊年生肖卡；针对春节期间股市休市、一部分股民不愿持股过节的有利时机，大力营销7天期通知存款；针对国债发售的有利时机，大力营销教育储蓄等都取得了良好的效果，“如果你不知如何去宣传，那么你就用理财的方式来宣传”已成为分理处员工挂在嘴边的“口头禅”，以致不少客户经常拿着“金融套餐”宣传单找到分理处要求员工帮忙理财，极大地带动了相关业务产品的销售。

一年来，在我的带领下，分理处存款由往年的年均增长 400 万发展到当年新增 1500 万，我个人在这期间共为分理处吸收黄金客户存款 800 余万元，占整个分理处新增存款的 50%。然而，巨大成功的背后也留有巨大的遗憾，一年来连续忙碌的营销使我忽视了自身综合业务素质的提高，在此次分行新一轮的竞聘中，由于综合业务知识不过硬，我最终未能入围。记得在得知考试结果的那天下午，朝夕相处了一年的分理处的姐妹们都哭了，她们说：“某人，我真恨你啊！”是啊，我也恨自己不争气。__是无情的，在今后日益激烈的现代商业银行竞争中，__需要的是综合业务素质过硬的复合型人才，如果不能紧跟时代的步伐，加倍努力地提高自己，最终面临的只能是淘汰。然而，__又是有情的，只要我卧薪尝胆，奋发向上，这次的失败将是我下一次起飞的新的平台！

营销人员个人工作总结 篇 4

我自__年十一月到公司电力营销与交易部计量处任营销信息技术助责以来，一年多的时间里，在部门领导及同事的关心、帮助下，在工作、学习和思想方面取得了很大进步，现将一年多来工作、学习、思想情况分析总结报告如下：

一、深入学习政治理论，不断提高政治素养

一年多来，进一步认识了共产党员先进性的基本标准、现实标准和具体标准。通过学习，进一步领会了南网方略的重要性。深刻体会了“众志成城、顽强拼搏、不胜不休”的抗灾精神，理解了“办法总比困难多、不屈不挠、艰苦奋斗”的精神，这将是以后

工作的强大动力和克服困难的有力武器。

除此之外，我还利用网络、电视、报纸等媒体来了解和学习政治时事，关注社会政治生活，对政治学习的自觉性和积极性都有了很大的提高。

二、不断努力学习，提高专业知识

在业务知识方面，我参加了网公司组织的营销工作创新培训和公司组织的营销相关技能培训。除了参加公司组织的__种培训，我也虚心向同方公司和__供电局专业技术人员请教营销信息化、自动化相关知识，并结合工作需要，自主学习信息化、自动化的专业知识。此外，利用周末时间，攻读昆明理工大学信息与自动化学院控制理论与控制工程专业工程硕士，在这一年多的时间里，已基本完成了工程硕士阶段的课程学习，使自己的理论知识得到了很大的提高。学习过程中注意总结收获，并在《__电业》发表文章。

三、认真做好本职工作，提升工作能力

在过去的一年多时间里，在部门领导的安排下，我主要参与完成了以下工作：

（一）营销监控中心建设

营销监控中心是通过对客户服务系统、95598系统、负控管理系统、需求侧管理系统、调度m i s、营销现场监控设备等__的整合，建立了新的营销工作流程监控管理体系，真正实现端到端的管理，全面提高营销服务水__层次。从年初建设开始，我参与了《__电网公司营销__系统建设方案》编写完善，建设过程中全程参与协调相关参建单位工作，并承担了监控中心的软硬件设备的日常管理和维护。系统投入试运行后，通过征求__部门意见，编写《营销__系统需完善的内容》，年底组织监控中心验收，参与《__电网公司监控中心后期建设思路》、《__电网公司营销监控中心运行管理制度》、《__电网公司营销监控中心岗位职责》等的编写完善。至今营销监

控中心已累计完成功能开发累计 73 项，其中业务功能 63 项，数据填报功能 10 项。在业务功能中，发供电模块 23 项、需求侧管理 15 项、营销经营 13 项、优质服务 10 项、其它 2 项。

（二）县级公司“一体化”工作

参与《__电网营销一体化网络系统建设项目书》编写完善，并参与组织实施。与现场技术人员一道参与“一体化”客服系统交流会，收集整理__单位对系统的意见和使用过程中的问题，编写完成《一体化客服系统常见问题解答》。目前“一体化”已完成66个县公司689个供电所抄、核、收三大核心模块的实施。

（三）昆明局__分局试点建设7_24小时数字化营业厅参与《7_24小时数字化营业厅建设方案》的编写完善，协调昆明局、云电同方等相关单位在建设过程中出现的问题。目前7_24小时数字化营业厅土建部分已经完成，软件开发也已过半，很快将投入使用，届时用户可以24小时通过全自助方式，以现金或其他方式缴纳电费和办理查询、报装等业务，让用户更加快捷的完成业务办理，省时灵活，同时也节约了供电成本。

（四）建设移动营销作业系统

参与《__电网公司营销移动作业子系统方案》、《__电网公司营销移动作业子系统技术协议》的编写完善。组织协调昆明局和云电同方结合__电网的实际情况，在昆明供电局稽查大队率先进行移动试点应用，目前主要实现了：综合查询、查询供电通知书、用户档案信息、审核整改通知单、填写现场处理单、问题记事本等稽查常用功能。

（五）参与编写__种规范

参与编写完成《__电网公司配电班组建设规范（共十六分册）》、《__电网公司营销安全工作危险点预测及预控管理办法

（试行）》、《__电网公司市级供电企业营销标准体系》、《__电网公司县级供电企业营销标准体系》等规范。

（六）完成计量处日常工作完成西电东送电量结算、审核上网电厂电能计量装置配置、__营销计量及营销项目计划并跟踪项目完成情况。

通过参与营销监控中心的建设，使我对营销__项工作流程有了全面的了解；通过县级“一体化”建设，使我对县公司的营销业务、流程、存在的问题有了一定的了解；通过数字化营业厅、移动营销作业系统的建设，使我认识到了信息化、自动化对一个企业的重要性；通过参与__种规范的编写，使我的文字水平有了一定的提高；通过计量处日常工作，使我对电能计量装置有了全面的认识，工作能力得到全面提高。

四、自身存在的不足

（一）面对新的岗位，业务面扩大了很多，对专业技术知识和业务能力提出了更高的要求；虽然经过一段时间的艰苦学习，基本掌握了有关专业知识和业务知识，可保证工作的开展；但是，这些业务知识的`深度和广度是远远不够的，仍须在今后的工作中不断学习。

（二）沟通协调能力还有差距，还需要进一步提高。

五、今后的工作打算

在营销部一年多的时间里，在领导的关怀和同事们的支持与帮助下，经过自己不断努力，取得了一定的成绩，也学到了不少营销管理知识，对于原本身处一线的电力员工对公司有了新的认识。回到送变电后，面对新的岗位，我将加强理论学习，学以致用，不断完善自我，尤其是新技术、新理论的学习，勤奋工作，在实际工作中锻炼和成长，不断积累工作经验，提高业务能力和工作水平，为电力建设和做出自己新的、更大的贡献！

营销人员个人工作总结 篇5

电力销售与国民经济的发展密切相关，销售量受工农业生产、人民生活及各行业发展和经济增长的影响。供电企业城乡电网改造的逐步完善，供电网络结构趋于合理，运行更加稳定、经济，供电可靠性进一步提升，一定水准上拓展了电力销售市场。但要巩固好现有的市场状况，在现有的市场基础上，寻求新的增长点，进一步开拓市场、就需要我们克服自身在营销工作中存有的不足，注重在优质服务和企业文化建设上下功夫，全力打造供电企业服务的新品牌。

一、在优质服务和企业文化建设方面影响电力市场营销的几个问题

1、企业的服务理念没有完全建立，在员工的思想当中没有搞清晰开展优质服务与企业的利益、市场营销的关系，认为优质服务是额外负加的工作，没有同自己的岗位工作有机的结合起来。阶段性的短期突击行为在职工思想当中根深蒂固，甚至还有部分人存有

“服务低人一等”的错误思想，服务工作中缩手缩足，不好意思，
难为情。制约了优质服务工作全面深入的开展。

2、优质服务没有同岗位工作有机的结合起来，往往是重形式、走过场，一个活动接一个活动轰轰烈烈地搞过以后，在具体的工作当中没有真正地体现出来。甚至有些人提到优质服务就是搞活动，上街宣传，发放用电宣传资料等。

3、服务的体制不顺，体系不健全。客户服务应是一个全面设计、全员参加、全过程控制的整体，错误认为供电企业服务是一些直接面向客户的部门和员工的工作，在整个全过程控制的整体中没有真正形成：机关服务基层、生产服务经营、经营服务窗口、窗口服务客户的服务体系。

4、服务的手段落后。在电力事故抢修中手段落后，抢修时间较长，停电范围较大，客户电费的收交手工操作，大客户跟踪管理跟不上发展的需求，报装接电手续的办理，并不是所说的“只要一个电话剩下的事由我们来做”，查询服务步骤较多。

5、服务的概念不是十分清晰，服务的内容仍停留在完成自己本职应尽的职责和工作上，比如供电设施的事故抢修、本身属供电企业运行管理的设备，由供电企业进行抢修，消除自己产权范围供电设备的运行缺陷和事故，保证安全供电，不能算是完全意义上的优质服务。那么，认真完成本职工作本身就是做好了优质服务工作呢？还是需要开展一些深层次的服务？

6、没有把优质服务融入企业文化的建设，供电企业服务品牌的定位、经营的战略、员工个人价值的实现等方面都不很明确。开展服务文化、塑造企业形象内容的社会活动较少。

二、注重文化建设、培育企业服务的新理念

在近年来开展的优质服务活动中，供电服务有了明显的改进。首问责任制，上门服务，“一口对外、内转外不转”的窗口服务，自20__年开展的“电力市场整顿和优质服务年活动”以来的承诺服务等，都取得了一定的进展，收到了良好的效果。但都停留在一种被动的、浅层的、单一化的服务上，没有完全从一种基于“以人为本”、注入企业建设内涵动身进行的全面建设，没有真正的体现出在服务中人的价值观的实现。必须在培育服务理念的思想中，提升员工的价值实现和员工竞争意识的培养。通过企业文化建设，把服务文化渗透到企业的所有活动中，提升服务文化在企业中的重要性，使员工变被动服务为主动服务，变阶段性突击行为为融入岗位工作深层次的开展。理解优质服务与企业效益、个人利益的密切关系，是社会道德建设的重要组成部分。把注重个人形象同打造服务品牌结合起来，在同客户的服务交流中，通过人与人之间服务与被服务的沟通，达到文化沟通，使客户在优质服务中感受到实惠和愉悦的同时，使供用双方的道德情操得以陶冶和提升，传播企业文化，树立良好的品牌形象。

三、建立健全服务机制和服务体系，使员工在各自的岗位上，开展好优质服务工作

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/137026143052006112>