

集团招商人员试用期的工作总结



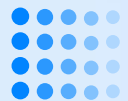
目录

- 引言
- 试用期工作回顾
- 招商策略及实施情况
- 客户关系管理与维护
- 市场调研与分析
- 团队协作与沟通
- 未来工作计划与展望

01



引言



目的和背景

目的

总结集团招商人员在试用期的工作表现，评估其是否符合公司要求，为转正提供依据。

背景

随着公司业务的快速发展，招商工作成为推动业务增长的重要环节。集团招商人员作为公司的新员工，需要在试用期内展现出良好的工作能力和专业素养。



汇报范围



时间范围

本工作总结涵盖了集团招商人员试用期的全部工作，包括市场调研、客户沟通、商务谈判等各个方面。



内容范围

本总结将全面评估集团招商人员在各项工作中的表现，包括工作态度、专业技能、团队协作等多个方面。

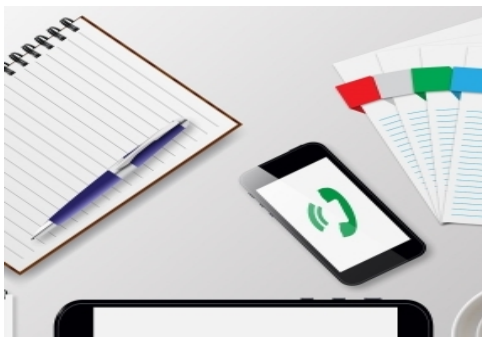
02



试用期工作回顾

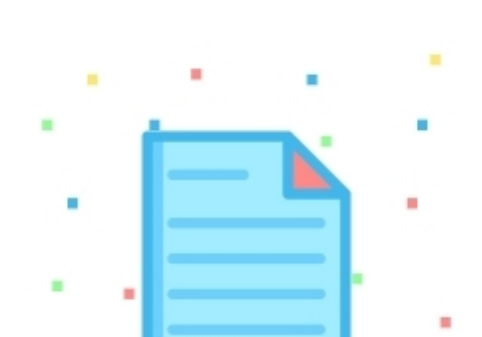


主要工作内容



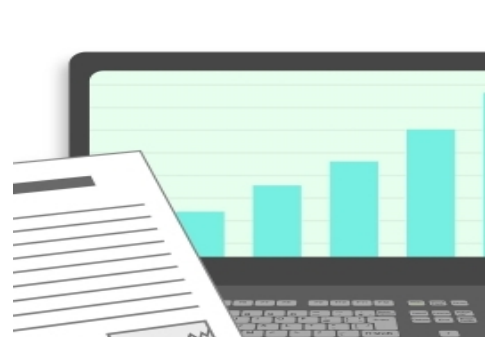
01

参与集团招商项目的策划与推广，制定招商计划和策略。



02

开展市场调研，了解行业趋势和竞争对手情况。



03

联系潜在客户，进行商务洽谈和合作意向沟通。



04

协助完成招商活动的组织和执行，包括活动策划、宣传推广和现场管理。

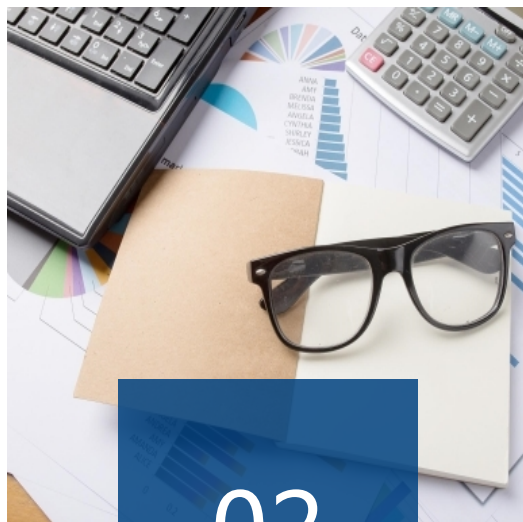


工作成果与亮点



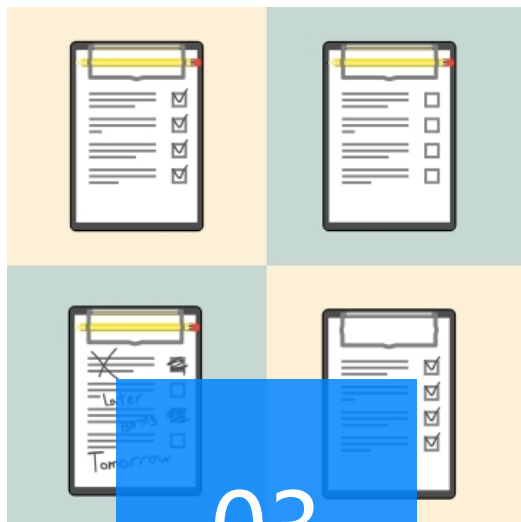
01

成功引进优质客户，达成多项合作协议，完成招商目标。



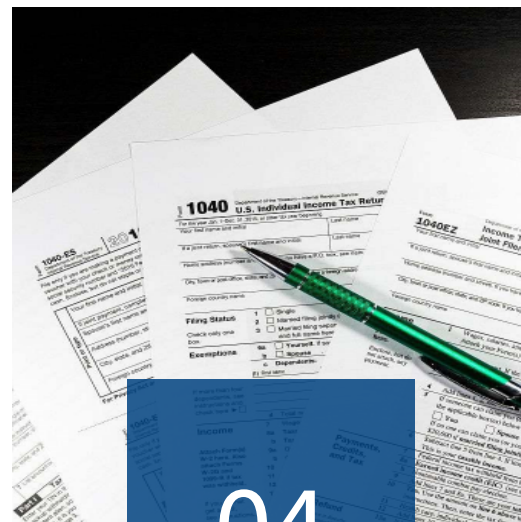
02

在市场调研中，发现潜在商机，为集团带来新的业务拓展机会。



03

在商务洽谈中，展现出良好的沟通能力和专业素养，赢得客户信任。



04

在招商活动组织中，表现出较强的组织协调能力和团队合作精神。



工作中的不足与反思

在与客户沟通中，有时表达不够清晰，需要加强语言组织和表达能力。



在团队协作中，有时沟通不够充分，需加强与团队成员的交流与合作。



在项目策划中，对细节把控不够严格，需提高工作细致度。

03

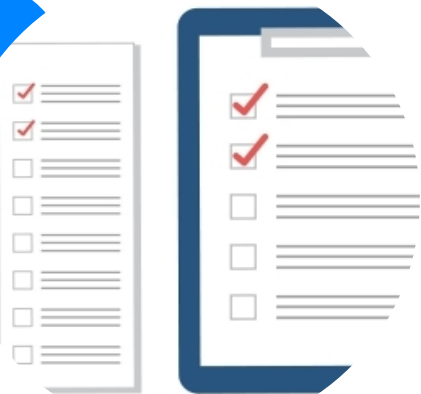


招商策略及实施情况



招商策略制定

01



制定招商策略



根据集团业务发展需求和市场情况，制定针对性的招商策略，明确招商目标、渠道和方式。

02



市场调研



深入了解行业趋势、竞争对手情况以及目标客户的需求和痛点，为招商策略提供有力支撑。

03



策略优化



根据市场反馈和招商效果，及时调整招商策略，提高策略的有效性和针对性。



招商渠道拓展



传统渠道

利用展会、行业会议等传统渠道，与潜在客户建立联系，扩大品牌知名度。



网络渠道

利用社交媒体、行业网站等网络渠道，精准定位目标客户，提高招商效率。

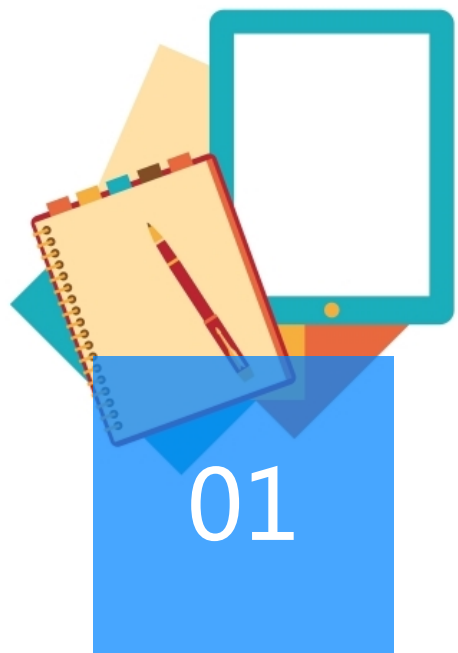


合作伙伴

积极寻求与相关行业的合作伙伴，通过资源共享和互利合作，拓展招商渠道。



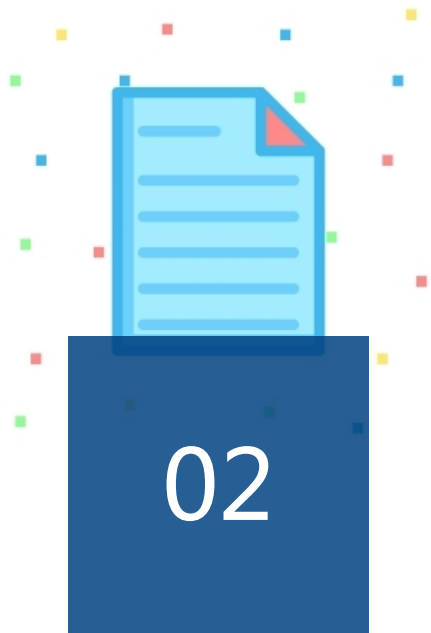
招商活动组织与执行



01

活动策划

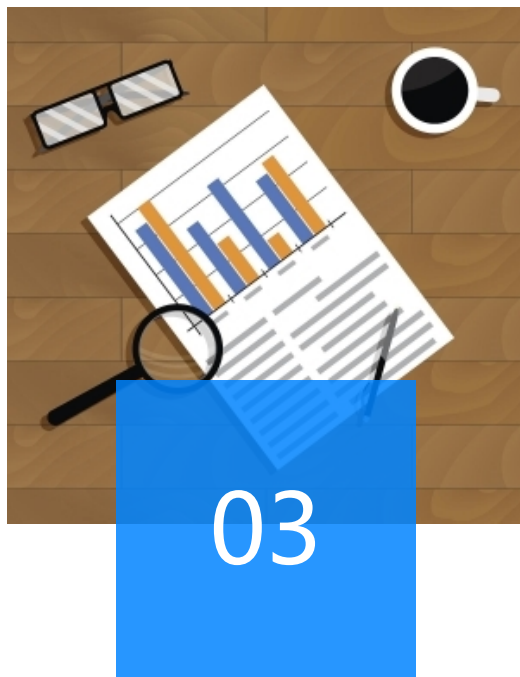
根据招商策略和目标客户群体，策划具有吸引力和创意的招商活动。



02

活动宣传

通过各种宣传手段，提高活动的知名度和参与度，吸引更多潜在客户。



03

活动执行

确保活动流程顺利进行，与潜在客户建立有效沟通，促进合作意向的形成。



04

活动效果评估

对活动效果进行评估和总结，为后续招商活动提供经验和改进方向。

04



客户关系管理与维护



潜在客户开发

总结词

积极开拓市场，寻找潜在客户，扩大业务范围。

01

02

详细描述

通过市场调研、参加行业展会、网络推广等方式，积极寻找潜在客户，建立联系并了解其需求，为后续合作打下基础。

总结词

制定客户开发计划，提高客户开发效率。

03

04

详细描述

根据潜在客户的特点和需求，制定个性化的客户开发计划，通过多种渠道进行有效的推广和宣传，提高客户开发的成功率。

总结词

加强与客户的沟通，提高客户满意度。

05

06

详细描述

定期与客户进行沟通，了解客户的反馈和意见，及时处理客户的投诉和问题，提高客户满意度和忠诚度。

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/18504433341011132>