

# 公司市场部工作计划范文

## 篇1：公司市场部工作计划范文

### 一、计划目标与范围

本计划旨在为公司市场部制定一套系统、可执行的工作方案，确保实现年度销售目标，提高品牌知名度，增强客户忠诚度。计划将重点关注产品推广、市场调研、客户关系管理及数字营销四个核心领域，力求在资源有限的情况下最大化市场效益。

### 二、背景分析与关键问题

随着市场竞争的加剧，公司面临以下关键问题：

1.品牌认知度不足：在目标市场中，消费者对公司品牌的认知度较低，影响了产品的市场渗透率。

2.客户获取成本高：目前的客户获取渠道效率较低，导致获取新客户的成本过高。

3.市场动态反应滞后：缺乏有效的市场调研机制，导致对市场变化的反应速度不够快，无法及时调整策略。

4.数字营销能力不足：在数字营销领域的投入不足，未能充分利用社交媒体及在线广告渠道。

### 三、实施步骤与时间节点

为了应对上述问题，市场部将采取以下具体措施：

#### 1.品牌推广

制定年度品牌推广计划，包含线下与线上活动。

设定季度品牌认知度调查，分析消费者反馈。

在每个季度的开始，评估上一个季度的品牌推广效果，调整策略。

时间节点：

第一季度：完成市场调研，确定目标受众，制定品牌推广方案。

第二季度：实施品牌推广活动，开始品牌认知度调查。

第三季度：评估推广效果，调整策略。

第四季度：总结年度品牌推广成效，形成报告。

## 2.市场调研

每月进行一次市场动态分析，关注竞争对手的产品和营销策略。

针对目标客户群体开展问卷调查，收集市场需求和消费习惯等数据。

时间节点：

每月：发布市场动态报告。

每季度：完成一次客户问卷调查，分析结果并制定相应的市场策略。

## 3.客户关系管理（CRM）

引入CRM系统，集中管理客户信息及沟通记录，提升客户服务效率。

制定客户回访计划，定期与客户保持沟通，了解客户需求和反馈。

开展客户忠诚度调查，分析客户流失原因，制定改善措施。

时间节点：

第一季度：完成CRM系统的上线及培训。

每月：实施客户回访计划，收集反馈。

每季度：开展客户忠诚度调查，分析结果并调整客户服务策略。

## 4.数字营销

建立公司官方网站，优化SEO，提高网站流量。

在主流社交媒体平台上开设官方账号，定期发布行业资讯和产品信息。

制定数字广告投放计划，选择适合的广告平台进行投放。

时间节点：

第一季度：完成官网建设，进行SEO优化。

第二季度：开设社交媒体账号，开始内容更新。

第三季度：实施数字广告投放计划，监测效果。

第四季度：评估数字营销效果，进行总结与改进。

#### 四、数据支持与预期成果

本计划的实施将基于以下数据支持，并根据每个阶段的成果进行评估：

1.品牌认知度提升：通过季度调查，预计年度内品牌认知度提高30%。

2.客户获取成本降低：通过优化客户获取渠道，预计客户获取成本降低20%。

3.客户忠诚度提高：预计客户满意度调查显示，客户忠诚度提升15%。

4.数字营销效果：通过官网流量分析和社交媒体互动数据，预计网站访问量提升50%，社交媒体粉丝数增长40%。

#### 五、总结与展望

本工作计划力求通过系统的市场策略，提升公司在目标市场的竞争力。通过强化品牌推广、市场调研、客户关系管理及数字营销，市场部将为公司的持续发展奠定基础。展望未来，市场部将持续关注市场动态，灵活调整策略，确保在激烈的市场竞争中始终保持优势。通过有效的执行与监控，力争在年度末实现既定的市场目标，为公司的整体发展贡献力量。

## 篇2：公司市场部工作计划范文

### 一、计划背景

在当前竞争激烈的市场环境中，企业的市场部肩负着品牌推广、市场拓展和客户关系维护的重要职责。为了实现公司的战略目标，市场部需要制定一份切实可行的工作计划，以确保各项工作有序推进，提升市场竞争力。

### 二、核心目标

本计划的核心目标是通过市场调研、品牌建设、营销活动和客户关系管理，提升公司在行业中的知名度和美誉度，增加市场份额，实现销售增长。具体目标包括：

1.提升品牌知名度，力争在目标市场中占据前列。

2.增加潜在客户的转化率，提升销售业绩。

3.加强与现有客户的关系，提升客户满意度和忠诚度。

4.通过数据分析和市场反馈，优化市场策略，确保可持续发展。

### 三、市场分析

在制定工作计划之前，需对当前市场环境进行深入分析。市场部将通过调研和数据分析，识别市场机会和挑战。

1. 市场规模与增长趋势：根据行业报告，目标市场的规模在过去三年中持续增长，预计未来五年将保持年均10%的增长率。

2. 竞争对手分析：主要竞争对手的市场份额、产品特点和营销策略将被详细分析，以便制定相应的竞争策略。

3. 客户需求分析：通过问卷调查和访谈，了解客户的需求和偏好，确保市场活动能够满足目标客户的期望。

### 四、实施步骤

#### 1. 市场调研

市场调研是制定有效市场策略的基础。计划在未来三个月内完成以下工作：

设计并实施问卷调查，收集客户反馈。

进行竞争对手分析，了解其市场策略和产品优势。

组织焦点小组讨论，深入了解客户需求。

#### 2. 品牌建设

品牌建设是提升公司知名度的重要手段。计划包括：

制定品牌定位策略，明确品牌核心价值。

设计并推出新的品牌形象，包括LOGO、宣传材料等。

开展品牌宣传活动，通过线上线下渠道提升品牌曝光率。

#### 3. 营销活动

营销活动将围绕产品推广和客户获取展开，具体措施包括：

制定年度营销计划，明确各项活动的时间节点和预算。

组织产品发布会，邀请行业媒体和潜在客户参与，提升产品知名度。

开展线上营销活动，包括社交媒体推广、搜索引擎广告等，吸引潜在客户。

#### 4.客户关系管理

客户关系管理是提升客户满意度和忠诚度的关键。计划包括：

建立客户数据库，记录客户信息和购买历史，便于后续跟进。

定期与客户沟通，了解其需求和反馈，及时调整服务策略。

开展客户回馈活动，增强客户的参与感和忠诚度。

#### 五、数据支持与预期成果

在实施过程中，将通过数据分析来评估各项工作的效果。具体数据支持包括：

市场调研结果将为品牌建设和营销活动提供依据。

营销活动的效果将通过销售数据和客户反馈进行评估，确保活动的有效性。

客户关系管理的成效将通过客户满意度调查和客户留存率进行衡量。

预期成果包括：

品牌知名度提升30%，在目标市场中占据前列。

潜在客户转化率提升20%，销售业绩显著增长。

客户满意度达到90%以上，客户忠诚度显著提高。

#### 六、可行性分析

在制定工作计划时，需考虑到执行过程中的可行性。各项任务的目标明确，步骤切实可行，确保各项措施能够在实际中顺利推进。

资源配置：确保市场部拥有足够的人力和财力支持，合理分配各项任务资源。

时间管理：制定详细的时间表，确保各项工作按时完成，避免因时间拖延影响整体进度。

风险管理：识别潜在风险，制定应对措施，确保在遇到问题时能够及时调整策略。

#### 七、总结与展望

通过本计划的实施，市场部将有效提升公司的市场竞争力，实现既定目标。未来，市场部将继续关注市场动态，及时调整策略，确保公司的可持续发展。通过不断优化市场活动和客户关系管理，力争在行业中树

### 篇3：公司市场部工作计划范文

市场部直接对销售总经理负责，是企业的灵魂，其工作职能在生产、销售、服务中的作用格外重要，是销售环节核心的组成部分，作为市场部，重要的工作是帮忙总经理收集、制订、执行。衡量市场部工作的标准是：销售政策、推广方案是否科学、执行力度是否严谨。

所以市场部的工作是至关重要的，我们必需严格的要求自己，在工作的同时不断的提高自己的业务水平，准时的给自己充电，学习各方面的学问，在下一年的工作规划中，将针对以下几点工作来进行。

#### 一、精兵简政

实行精兵简政、优化销售组织架构：认真分析了解目前销售部组织架构、依据市场状况合理性、在市场精耕的前提下，精兵简政、调整局部人员、把握销售成本、挖掘人员潜力、激发工作热忱、感受工作压力、努力作好各自市场销售工作。

#### 二、广告公关

我们做广告的目的，就是第一在消费者心目中树立良好、坚固的企业形象，提高美誉度和认同度；其二就是借助广告媒体对商业信息进行有效传递，提升实效性。两相结合，才是相对完善的广告宣扬。

长期以来，我们的广告媒体主要是以电视字幕广告为主流媒体，从实效性来看，的确具有否定的效果，但是作为主流媒体，欠缺的是无法将形象树立在市民心中，而对于现代广告营销而言，电视字幕、短信等广告媒体也只是起到发布信息的作用，并没有完全发挥出“广告形象宣扬”的作用。在20XX年，首要的任务则是依据以往收集来的各广告公司、广告媒体进行深化分析，确定出着实适合我们企业的主流媒体作为宣扬平台，并依据该媒体特点制定长期宣扬战略，使其切实为我们服务，达到真正广告宣扬的目的。其次，在依托主流媒体进行形象宣扬的同时，尽可能多地通过各种方式增加社会影响力，如制造新闻看点、进展大型文化主题巡展等公益性质的活动等，通过社会舆论提升购物广场在市民心中地位和认知度。

#### 三、重点工作规划

1、做好公司对外形象宣扬工作，即公司主流广告媒体的选定工作，依据前期已收集的各广告公司、广告媒体资料，结合公司实际进行深化分析，确保在20XX年3月份之前，将广告媒体选定方案定稿落实，加快企业对外形象宣扬的步伐；

2、为了更好地提升商业城的知名度、美誉度及社会影响力，新的一年中将开拓、尝试利用舆论宣扬，通过新闻报道等低价位宣扬形式，促进口碑效应；

3、支配好公司对外广告发布的一切相关手续的审批、审核工作，确保广告发布方面的牢靠性、合法性；

4、在网络上大肆宣扬本购物广场20XX年度新一轮大型文化巡展活动。

#### 四、完善公司企业品牌

通过在公司内刊设立市场专栏。活跃公司企业文化，提升公司员工专业力量及市场敏感度，拓展公司品牌影响力。每期供应1—2篇专业市场分析文章，使公司全体员工提升其专业信息量、并在不同层面对市场动态激发不同层次的思考及借鉴。

### 篇4：公司市场部工作计划范文

公司上市后，管理水平必将大幅度提高，这不仅仅是市场竞争的外在要求，更是自身发展壮大的内在要求。对于市场部来说，全面提升管理水平，与公司同步发展，既是一种压力，又是一种动力。为了完成公司xx年合同额三十亿的总体经营管理目标，市场部特制订xx年工作计划如下。

#### 一、信息网络管理

##### 1.建立直接领导关系

市场部是负责公司信息网络建设与维护、信息收集处理工作的职能部门，接受营销副总经理的领导。市场部信息管理员与各区域市场开发助理之间是一种直接领导关系，即在信息网络建设、维护、信息处理、考核方面对市场开发助理直接进行指导和指挥，并承担信息网络工作的领导责任。

##### 2.构架新型组织机构

##### 3.增加人员配置：

信息管理员：市场部设专职信息管理员3名，分管不同区域，不再兼任其它工作。

市场开发助理：浙江省六个办事处共设市场开发助理两名,其它各办事处所辖区域均设市场开发助理一名。

##### 4.强化人员素质培训

春节前完成对各区域的市场部信息管理员和市场开发助理的招聘和培训，使x



x年新的管理制度实施过程中市场部在人员素质方面有充分的保障。认真选择和慎重录用市场开发助理，切勿滥竽充数。

#### 5.加大人员考核力度

在人员配置、资源保证、业绩考核等方面对信息网络建立和维护作出实施细则规定，从制度上对此项工作作出保证。建立市场信息管理员定期巡回分管区域指导信息管理工作的考核制度，并根据各区域实际情况和存在的问题，有针对性地加以分析和研究，以督促其在短期内按规定建立和健全信息管理工作。

#### 6.动态管理市场网络

市场开发助理与信息管理员根据信息员提供的信息数量以个为单位、项目规模、信息达成率、发展下级信息员数量四项指标对信息网络成员进行定期的动态评估。在分析信息员/单位的分类的基础上，信息管理员和市场开发助理应结合信息员的背景资料进行细致地分析，确定其通过帮助后业绩增长的可能性。进一步加强信息的管理，在信息的完整性、及时性、有效性和保密性等方面做好比上一年更好。详见市场开发助理管理制度

#### 7.加强市场调研

以各区域信息成员/单位提供的信息量和公司在各区域的业务进展情况，将以专人对各区域钢结构业务的发展现状和潜在的发展趋势，进行充分的市场调研。通过调研获取第一手资料，为公司在各区域的机构设置各趋合理和公司在开拓新的市场方面作好参谋。

### 二、品牌推广

1、为进一步打响“\*\*公司”品牌，扩大\*\*公司的市场占有率，xx年乘公司上市的东风，初步考虑四川省省会成都、陕西省省会西安、新疆维吾尔自治区首府乌鲁木齐、辽宁省会沈阳、吉林省的长春、广东省会广州、广西壮族自治区首府南宁以及上海市举办品牌推广会和研讨会，以宣传和扩大\*\*公司的品牌，扩大信息网络，创造更大市场空间，从而为实现合同翻番奠定坚实的市场基础。

2、在重点或大型的工程项目竣工之际，邀请有关部门在现场举办新闻发布会，用竣工实例展示和宣传\*\*公司品牌，展示\*\*公司在行业中技术、业绩占据一流水平的事实，树立建筑钢结构行业中上市公司的典范作用和领导地位，使宣传工作达到事半功倍的效果。共2页，当前第1页12

3、进一步做好广告、资料等方面的宣传工作。在各个施工现场制作和安装大型宣传条幅或广告牌，现场展示企业实力;及时制作企业新的业绩和宣传资料，补充到投标文件中的业绩介绍中和发放到商各人员手中，尽可能地提升品牌推广的深度和力度。

4、加强和外界接触人员的'专业知识培训和素质教育工作，树立良好的企业



员工形象和先进的企业文化内涵，给每一位与\*\*公司人员接触的人都能够留下美好而深刻的印象，从而对\*\*公司有更清晰和深层次的认识。

### 三、客户接待

客人接待工作仍是市场部工作的重点之一。做好客人接待工作是业务接洽的必要的前提和基础。如何按照公司有关规定和商务部要求保质保量地做好客人接待工作是市场部必须进行认真研究和探讨的重要课题。表面上看起来接待工作比较简单，但实质上客户接待是一门十分深奥的学问。不去深入地研究和探讨就不能让该项工作做得完善。因此，市场部要在方法上、步骤上、细节上下一番功夫。为了既少花钱，又不影响接待效果，需要向各商务部领导和各办事处商务人员更多地了解客人的生活阅历。

## 篇5：公司市场部工作计划范文

20xx年，公司财务科在公司经营班子的正确领导和全体财务人员的共同努力下，认真贯彻执行公司财务预算，以加强财务核算、提高会计素质为主要工作内容，以精细化核算、数量化考核为工作方法，以利润最大化为目标，以资产经营责任为主线，全面推行制度化、标准化、程序化、信息化的财务管理模式，加强成本核算，实行全员、全过程的财务管理策略，为完成20XX年各项经营工作目标作出应有的贡献。在新的一年里，财务科将一如既往的紧紧围绕公司的总体经营思路，从严管理，积极为公司领导经营决策当好参谋，具体有以下工作安排和计划。

1、顾全大局，服从领导，坚定目标不动摇。财务科全体人员要端正态度，积极发挥主观能动性，时刻坚持以公司大局为重，不折不扣的完成公司安排的各项工作任务。

2、深入研究税收政策，合理避税增效益。新的一年，全体财务人员应加强税收政策法规的研究和学习，加强与税务部门各项工作的联系和协调，通过合理避税为公司增加效益。

3、不断提高人员素质，强化会计人员实事求是，如实反映的工作作风，加强会计人员艰苦奋斗、勤俭节约的理财作风；在业务素质上，学习财务、审计准则制度，税收法律法规，保证知法、懂法、用法、护法，学习新的财务会计管理方法、微机操作技术，适应企业管理新形势发展要求，全面提高会计人员素质。

4、不断提高财务科全体人员BOSS系统的业务技能，熟悉公司各项业务在BOSS系统的操作流程，修正乡镇人员NOSS中的错误，做到公司收入与BOSS收入相符。

5、争取完成公司下达的各项营销任务，为公司的经营创收贡献绵薄之力。

6、按上级要求及时向相关部门上报各项报表。

## 篇6：公司市场部工作计划范文

### 第一、工作目标

提升品牌影响力：通过精准的市场定位和高效的营销策略，使公司在目标市场中的品牌知名度提高至少20%，并在行业内树立起专业可靠的形象。

增加客户粘性：开发并推广一系列针对性强的产品和服务，增强客户的满意度和忠诚度，实现客户保留率提升至85%。

拓展新市场：探索并进入至少两个新的细分市场，为公司带来新的增长点，并确保新市场的占有率在进入后的六个月内达到5%。

### 第二、工作任务

市场调研与分析：组织专业的市场调研团队，针对目标市场和潜在的新市场进行深入的调研与分析，每季度至少产出两份详尽的市场分析报告，为公司决策提供数据支持。

产品策划与包装：结合市场调研结果，策划符合市场需求的产品和服务，注重产品的创新和差异化，并优化产品的包装和定位，以增强市场竞争力。

营销推广与执行：制定全面的营销推广计划，包括线上线下活动、广告投放、公关事件等，并确保各项活动有效执行，每月至少进行一次大型营销活动，以提升品牌知名度和客户参与度。

客户关系管理：建立并维护完善的客户关系管理体系，定期进行客户满意度调查和客户反馈收集，针对问题及时调整服务策略，确保客户满意度持续保持在90%。

销售渠道拓展：积极拓展销售渠道，与至少五个行业内的关键合作伙伴建立合作关系，实现产品销售渠道的多元化，增加公司的销售覆盖面。

团队培训与建设：组织定期的市场部团队培训，提升团队成员的专业技能和团队协作能力，确保团队能够高效执行各项工作任务。

### 第三、任务措施

建立高效的工作流程：针对市场部的工作特点，设计并优化工作流程，确保各项任务的顺利执行和监控。每个季度至少进行一次流程评估和优化。

强化团队协作与沟通：通过定期的团队会议和项目协调，确保团队成员之间的信息流通和协作效率，每月至少组织两次团队沟通会议。

培养专业技能：鼓励团队成员参加专业培训和行业交流活动，提升团队整体

的专业知识和市场洞察力，每年至少安排每人参加两次相关培训。

#### 第四、风险预测

市场竞争加剧：预测在激烈的市场竞争中，可能会出现新的竞争者，或现有竞争者采取更加积极的竞争策略，对公司市场份额造成冲击。

客户需求变化：预测客户的偏好和需求可能会随着市场趋势和新技术的出现而发生变化，需持续关注并迅速调整产品和服务以适应变化。

政策法规变动：预测政策和法规的变动可能会影响公司的运营和市场环境，需要及时了解并遵守相关政策法规，以避免潜在的法律风险。

#### 第五、跟进与评估

定期跟进项目进度：设立专门的项目管理岗位，负责跟进市场部各项工作的实施进度，每月至少进行一次项目进度评估。

数据监控与分析：建立完善的数据监控体系，对市场活动效果和客户反馈进行实时跟踪，每季度至少进行一次数据分析，以评估工作成效。

绩效考核与反馈：制定市场部团队和个人绩效考核标准，定期进行绩效评估和反馈，激励团队成员积极提升工作效果。

#### 第六、总结

面对充满挑战和机遇的市场环境，我们作为市场部团队，将以提升品牌影响力、增加客户粘性和拓展新市场为工作目标，通过精准的市场调研与分析、高效的产品策划与包装、全面的营销推广与执行、完善的客户关系管理、积极的销售渠道拓展以及持续的团队培训与建设等各项工作任务，努力实现公司市场的拓展和业务的增长。同时，我们也将密切关注市场动态，预测并应对可能出现的市场竞争、客户需求变化和政策法规变动等风险，确保市场部工作的顺利进行。通过定期的项目跟进与评估，我们将持续优化工作流程，提升团队协作效率，以达到预期的工作效果。在此过程中，我们坚信只有不断学习和创新，才能在激烈的市场竞争中立于不败之地。让我们携手努力，共同为公司的发

### 篇7：公司市场部工作计划范文

xx年是5+7发展的关键的一年，是5+7在品牌形象、市场拓展时机最为重要的一年。市场部应积极做好各方面工作，尤其是在企划和营销两大块，任务艰巨，我们将竭力完成年度工作任务，做好本部门工作，积极配合各部门，实现公司的经营目标。

市场部15年年度工作总体内容如下：

## 一、明确市场部职能，健全市场部规章制度、工作时间、工作内容。

一个部门能够行之有效的完成工作，必须明确部门职能和工作内容。没有清晰明确的目的只能事倍功半，浪费资源，浪费成本，浪费时间。有目标，有思路，有方法是市场部门的基本要点。切忌做事杂乱无章，容易一事无成。

市场部门的作息时间与餐厅运营部的工作时间有所不同，合理的安排工作时间是提高工作效率的必要条件。

## 二、建立和完善营销信息收集、处理、交流及保密工作。

1、对周销售额进行分析，根据一周内营业额对比，做出相应措施，尽力使日营业额平衡。

2、对月、季营业额进行对比分析，制定淡旺季营销策略，尽力使淡季不淡。

3、店内营业额及所收集各方面的信息为公司资料的保密信息，禁止对外传播，防止竞争对手作出对公司不利举动。

## 三、对竞争者促销手段的收集、整理和广告策略、竞争手段的分析。

知己知彼，百战不殆。要想做到同行业领导品牌，必须对同行业的信息进行分析，做到“你无我有，你有我优”，始终走在竞争者的前端，尽可能的抢占市场份额。

竞争者不仅是我们的对手，更是我们的老师，三人行，必有我师。能偷师，会偷师是任何行业发展的有效捷径。

## 四、大力发展外卖市场，从零点外卖到团体外卖逐步扩展。

根据涡阳现有条件的限制，涡阳餐饮行业外卖市场一直不景气。这一现象对5+7来说是一个考验，也是一个机会。对空白市场的进军，不仅需要勇气，更需要的是毅力。勇气很多人都有，能否坚持到成功的毅力就属于屈指可数的成功人了。

市场部对外卖市场的开拓现分为一下三步：

1、首先针对门店、小区等零点顾客进行宣传，目的是扩散5+7外卖服务信息，使外卖得到大多数人的认可，同时也是店内员工对外卖工作的熟悉过程。

2、针对中小企业、活动团体进行宣传，更近一步拓展外卖服务，提升外卖市场营业额。

3、针对事业单位、政府行政单位进行公关，需要进行关系走动，可以根据不同单位的不同需求给予不同的政策。

以上3步可以餐厅的外卖服务基本覆盖各类人群。

五、健全、完善、推广电子商务系统，并使之健康运转。

随着时代的发展，电子商务已经遍布全球，根据涡阳县城的发展，80、90后的人群已经发展为主要消费群体，此年龄段的人群对电子商务已经认可。我们必须紧紧抓住这一机会，迅速占领涡阳餐饮行业电商平台，并且有效服务顾客使之达到一定的满意度。

六、寻找、建立合作伙伴，实现互利互赢、相互促进、市场一体化。

现代市场早已不在是单打独斗的年代，寻找、建立能够互利共赢的合作伙伴是当务之急，作为传统行业的餐饮业关系着各类人群的生活需求，有着更多的机会与其他行业进行合作。“有需求就有合作”，找到利益点，就能深入合作。

七、制定广告策略，包括年、季、月及特定活动的广告计划。

- 1、根据节日制定节日促销活动
- 2、根据会员制定会员活动。
- 3、根据合作单位制定合作活动。
- 4、根据淡旺季制定合理的促销活动。
- 5、根据竞争对手的营销策略制定对抗活动。
- 6、根据营业额的波动制定相应的促销活动。

八、按季度制定季度工作计划并进行工作总结。

按照季度制定相应的工作计划，安排具体工作内容，并根据实际情况进行工作总结，补差补缺，并作出相应改变策略，对后期工作需进行注意方面决不能出现同样错误。

九、积极应对突发事件，随时灵活调动工作内容。