

最新装修市场部月工作计划(优质5篇)

时间就如同白驹过隙般的流逝，我们又将迎来新的喜悦、新的收获，让我们一起来学习写计划吧。大家想知道怎么样才能写一篇比较优质的计划吗？下面是小编为大家带来的计划书优秀范文，希望大家可以喜欢。

装修市场部月工作计划篇一

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。

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

(1) 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。

(2) 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xx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。

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。

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。

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。

一、工作原则

1、以公司信誉、利益为出发点，市场为导向、客户为中心。

2、诚实守信、品德高尚、热诚服务、勤奋努力、团队精神、开拓创新。

二、工作范围

1、公司市场开拓。

2、客户信息管理。

3、市场调研，开发方案的制定，安排实施。

三、管理范围

1、完善市场管理制度。

2、业务员日常业务活动的指导、招聘、培训。

3、营销网络的维系，拓展。

4、业务员业务行为与业绩的考核。

装修市场部月工作计划篇二

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。

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

(1)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。

(2) 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xx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。

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。

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。

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。

一、工作原则

1、以公司信誉、利益为出发点，市场为导向、客户为中心。

2、诚实守信、品德高尚、热诚服务、勤奋努力、团队精神、
开拓创新。

二、工作范围

- 1、公司市场开拓。
- 2、客户信息管理。
- 3、市场调研，开发方案的制定，安排实施。

三、管理范围

- 1、完善市场管理制度。
- 2、业务员日常业务活动的指导、招聘、培训。
- 3、营销网络的维系，拓展。
- 4、业务员业务行为与业绩的考核。

[]

装修市场部月工作计划篇三

1. 分析装饰公司

根据南京装饰行业客户信息将装饰公司分为高中低档三类公司，以科勒洁具作为敲门砖，重点发展中高档装饰公司！

2. 准备好资料和名片

在已经对目标公司初步了解的基础上，进行上门拜访，找到关键负责人例如材料部经理，洽谈合作的可能性！对于无法合作的装饰公司，主要精力放在设计师身上！

3. 对已经有的设计师名单，进行地毯式的电话、短信[]qq[]微信和微信等拜访，确定有意向与科勒合作的设计师！

4. 对于设计师进行差别化分析：个性，爱好，设计和接单能力等，筛选有能力的设计师，再根据不同的特点，有针对性的与其接触，尽快的建立起合作关系！

5. 通过已经其他品类的建材业务员介绍他们认识和熟悉的设计

6. 将设计师进行分类：1、注重返点；2、注重设计效果；3、以上两者兼顾的！

7. 在合作中，与设计师深入沟通，及时报备客户信息，避免因为一些主观原因而造成伤害设计师推单的积极性。

9. 对于注重设计效果的设计师，在上门拜访以及后期沟通过程中，重点放在我们产品的文化，设计理念、风格等，确保他们在推荐产品时优先考虑我们！

11. 与所有店面沟通好，在零售中发现中高端小区，以及对应的人物，这一点在小区团购中非常重要（在服务好前几户业主之后，对于发展该小区后期团购活动非常有帮助）

12. 装饰公司有自己的小区开发团队，可以在跑家装的时候，顺带了解装饰。

1. 按家装签单产值800万元计算，每单按半包性质5.5万计算，设计部全年签单146个，每月签单12个。

2. 按目前设计部14.5%的签单率计算，市场部全年要完成咨询的准客户1006位，每月完成咨询的准客户为84位；如果设计部在明年能够加强人员素质教育，加大培训力度，提高设计师的签单水平，把签单率提升到29%，市场部全年要完成咨询的准客户达到503位，每月完成咨询的准客户为42位；按有效咨询准客户率为83.3%计算，签单率按29%计算，市场部全年要达到客户流量为604位，每月要达到客户流量为51位。

3. 按开工率为65.5%、家装产值800元万计算，公司全年签单产值为1221.37万元，如果设计部与市场部一起配合，把开工率提高到85%，公司全年家装产值为941.2万元，净产值为800.02万元，比目标净产值还要超出120.02万元。

按公司计划每个业务员每人每月完成6位有效的准客户流量，明年市场部人员安排7人就可以完成目标。据行业分析表明xx的装饰行业销售人员流动性比较大，行业比较专业的销售人员少，为了顺利完成来年公司的工作目标，明年公司市场部要建立人力资源储备机制，每月确保7位稳定的业务员，市场部还要储备3位定向业务员作备用，随时可以补充的。

1. 建立一支熟悉业务，而相对稳定的销售团队。

人才是企业最宝贵的资源，一切销售业绩都起源于有一个好的销售团队，建立一支具有凝聚力，合作精神强的销售团队是企业的根本。在明年的工作中建立一个和谐，具有狼性的团队作为一项主要的工作来抓。

2. 完善销售制度，建立一套明确系统的业务管理办法。

业务人员出工地，见客户处于放任自流的状态。完善销售管理制度的目的是让销售人员在工作中发挥主观能动性，对工作有高度的责任心，提高销售人员的主人翁意识。

3. 培养业务人员发现问题，总结问题，不断自我提高的习惯。

4. 努力培养业务人员与设计师的协调沟通能力，协助业务员在十五天内掌握量房技巧，三个月内熟练掌握cad平面设计方案，能够做到在楼盘与现场业主沟通方案的能力。（业务员的学习计划在业余时间完成）

5. 充分发挥业务员的潜力，强调其工作中的过程控制和最终效果。

1. 电话营销明年的目标200万元，市场部电话营销员、业务员接待的客户。
2. 工程实地营销明年的目标150万元，工程部工程监理在工地接待的客户。
3. 终端销售明年的目标250万元，市场部业务员在蹲楼盘和在楼盘里搞活动接待的客户，包括家协、房地产开发商、材料商举行的活动接待的客户。
4. 网络销售明年的目标50万元，全体员工采用电子商务营销接待的客户。
5. 回头客户明年的目标150万元，客服部接待的上门客户。

1. 根据xx市房地产分布示意图，各个楼盘的具体位置，楼盘动态，交房的具体情况；把xx市场划分为三个片区，业务员分三个小组，两人一组负责一个片区，把明年的目标转化计划，按全年时间分配落实到每一个片区，每一个楼盘，每一个小组，每一个人。

2. 市场部建立楼盘档案，楼盘动态表，交房记录表，业务员跟进进度表，业主房子动态表。各个楼盘产生业绩评定分析，市场部要及时到楼盘物业了解。

3. 市场部业务员每天有日志，周周有计划，月月有总结，季度有市场评审分析。

4. 市场部明年的具体思路细节、操作办法的实施还需公司领导鼎力支持，各个部门紧密配合，各位同事的协助，相信市场部明年是有能力完成目标的。

装修市场部月工作计划篇四

今年是我们公司业务往全国发展至关重大的一年，对于一个刚刚踏入行业的新人来说，也是一个充满挑战，机遇与压力并重开始的一年。因此，为了要调整工作心态、增强责任意识、充分认识并做好自己的工作。为此，在市场部两位同事的热心帮助下，我逐步认识本部门的基本业务工作，也充分认识到自己目前各方面的不足，为了尽快的成长成为一名优秀员工，我订立了以下年度工作计划：

保证公司网络的正常运行，应付各种突发状况。作为一位新员工，本人通过对此业务的接触，使我对公司的业务有了更好地了解，但距离还差得很远。这对于新人来讲是一大缺陷，希望公司以后有时间能定期为新员工组织学习和培训，以便于工作起来更加得心顺手。

1、在第一季度，以业务学习为主，由于我们公司正值各店开张期间，部门的计划制定还未完成，节后还会处于一个市场低潮期，我在做好本职工作的前提下会充分利用这段时间补充相关业务知识和装修知识，认真学习公司得规章制度，与公司人员充分认识合作；协助市场部工作；通过上网，电话，了解更多行业信息。

2、在第二季度的时候，公司已正式走上轨道，市场会迎来一个小小的高峰期，在对业务有了一定了解熟悉得情况下，我会努力协助市场部的工作和xx的装修工作。

3、第三季度的十一中秋双节，市场会给后半年带来一个良好的开端。并且，随着我公司铺设数量的增加，一些规模较大的客户就可以逐步渗入进来了，为年底的市场大战做好充分的准备。此时我会协同公司其他员工竭尽全力为公司进一步发展做出努力。

4、年底的工作是一年当中的顶峰时期，加之我们一年的努力

工作，我相信是我们销售部最热火朝天的时段。我们部门会充分的根据实际情况、时间特点去做好客户开发工作，并根据市场变化及时调节我部的工作思路。争取把销售业绩做到最大化！

做装饰行业是需要根据市场不停的变化局面，不断调整经营思路的工作，学习对于员工来说至关重要，因为它直接关系到一个员工与时俱进的步伐和业务方面的生命力。我会适时的根据需要调整我的学习方向来补充新的能量。营销知识、部门管理等相关装修的知识都是我要掌握的内容，知己知彼，方能百战不殆。

积极主动地把工作做到点上、落到实处。我将尽我最大的能力减轻领导的压力。

以上，是我在做好网络维护的前提下对的一些设想，可能还很不成熟，希望领导指正。火车跑的快还靠车头带，我希望得到公司领导、部门领导的正确引导和帮助。展望，我会更加努力、认真负责的去对待每一份工作，也力争胜任自己的工作。相信自己会完成新的任务，能迎接新的挑战。

是怎么制定的？新年伊始，做好工作的第一步是做一个工作计划，让自己的工作更有方向和大致的安排。下面是由小编为大家整理的“2020.....”

装修市场部月工作计划篇五

聘才网为大家搜集整理xx年市场部的工作计划，欢迎阅读参考。

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

(1)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。

(2)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xx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。

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。

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。

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。

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、服务中的作用十分重要，是销售环节核心的组成部分，作为市场部，重要的工作是协助总经理收集、制订、执行。衡量市场部工作的标准是：销售政策、推广计划是否科学、执行力度是否严谨。

1. 市场部作用:直接对总经理负责，协助总经理进行市场策划、销售计划的制定和实施。督促销售部年度工作计划的进行事实。全面协调各部门工作职能。是企业的灵魂。

2. 市场部工作标准: 准确性及时性协调性规划力计划性执行力
市场部工作职能: 制定年度、季度销售计划、协助销售部执行。协调各部门特别是研发生产部的协调工作。组织销售部进行系列培训。监控销售成本、对销售区域人员指导性的增减、调控制定、督促、实施必要的销售推广。专卖店形象的管理、建设、导购、督导的培训。销售客户档案统计、归纳、整理。全面收集销售、市场信息，筛选整理形成方案上交相关部门。制定xx年销售工作计划:科学严谨的剖析现有市场状况和销售状况,扬长避短、寻求机会、制定20xx年市场部和销售部工作任务和工作计划。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、根据市场情况合理性、在市场精耕的前提下，精兵简政、调整局部人员、控制销售成本、挖掘人员潜力、激发工作热情、感受工作压力、努力作好各自市场销售工作。严格实行培训、提升团队作战能力:集中培训、努力使所有员工充分掌握公司销售政策、产品知识、应用技术知识、营销理论知识，形成学习型团队、竞争型团队、创新型团队。科学市场调研、督促协助市场销售:市场部的核心工作就是协助、指导销售部和各区域不断的提升品牌力、巩固销售力。因此，市场部只有不断的了解市场、拜访市场、调研竞品、分析原因、找出差距、并针对各区域实际情况汇报总经理、并给予各区域给予明确的指导销售思想、思路、方法。以上都以表格形式，各区域经理必须按月完成协调部门职能、树立良好企业文化:行政人事部:行政人事部门的功能和职责就是直接对总经理负责、协调各部

门工作、建立完整的人事档案，制定科学的人才竞争奖惩机制，考察各部人员工作情况，在市场部的建议和科学的数字、事件、和市场情况下，不断为企业储备人才，挖掘销售人员潜力,致力于销售的提高和市场的发展。

研发部生产部：研发生产部门的职责是以市场需求为导向，通过市场需求，不断优化产品结构和产品功能、把握产品质量、严格推行iso-xx质量体系，向市场推出竞争力产品。因此，市场部每月都会给出市场信息、竞品信息、销售情况信息，使该部门能及时、客观、科学把握市场新动态、航标，在不断调整自身产品不足之处的同时，并为企业研发、生产适合客户和市场需求的好的产品来赢得市场和客户。

销售部：销售部是企业的先锋部队、是贴近市场的侦察兵、是企业发展的硬武器。他们的职责就是不断的开拓销售通路、寻求最适合企业发展的战略合作伙伴，不断的把企业的产品推向市场、同时向市场提供科学的前沿信息，而市场部在捕捉市场信息的前提下，结合企业实际情况，制定强有力的市场方案和销售策略，最有力的树立企业“灵魂”的作用。

财务部：直接对总经理负责，如果说市场部是“灵魂”、销售部是“先锋”、是“轰炸机”，那财务部则是企业的“大闸”、是企业运作、健康发展的“动脉”，它的职责是制定企业科学年度预算、结算，把握企业的赢利，及时的为总经理提供合理的生产成本预算、市场推广预算、销售成本预算、风险和利益的客观评估。作为市场部,在结合企业的实际情况、市场的实际情况、客户的实际情况、制定合理的推广方案和费用，上交总经理或与财务部进行沟通，使之切实可行，使企业发展利益的最大化。

市场留守、物流部：直接对销售部负责，他们的职责就是及时了解定单信息，并及时转交生产步，以最快的速度、最低的物流成本、安全的把产品送到目的地和客户的手中，为销售部作好最优质的服务。作为市场部,更应该建议、指导、督

促、协助他们的工作。

6. 把握市场机会、制定实施销售推广。

7. 信息收集反馈、及时修正销售方案。