２０００年，企业用工制度改革深化，劳动合同制度全面推行。市场营销作为管理人力资源领域的重要内容，汇集日常业务中的操作要点与注意事项。本资料结合当时的行业环境与工作实际，围绕市场营销的基本情况、主要做法、存在问题和对策建议进行梳理归纳，供有关单位和从业人员参考。

从市场营销的实际运行情况看，月度与年度考核的组织实施已经成为日常工作中较为常见的环节，薪酬结构、招聘选拔等基础性内容受到普遍关注。在国有企业下岗职工基本生活保障与再就业工作受到高度重视的背景下，各单位对员工培训的重视程度明显提高，工资结构与津贴标准的测算逐步走向规范。总体而言，这一阶段的工作呈现出由经验型向制度型转变的特点。

受制于当时的技术条件和管理水平，市场营销在推进过程中仍存在一些突出问题：一是薪酬与岗位价值挂钩不紧，内部分配存在平均主义；二是考核指标偏定性，评价结果主观性较强；三是培训缺乏计划性，与岗位需求脱节。这些问题在不同单位的表现程度不一，但都不同程度地影响了工作的整体质量与效率。

针对上述情况，建议从以下几个方面着手改进：按年度制定培训计划并落实考核；建立以岗位职责为基础的考核指标，尽量量化；健全人事档案台账，定期核对更新。同时，应把制度建设和人员培训放在重要位置，坚持边实践、边总结、边完善，逐步形成适合本单位实际的工作路子。

从具体做法上看，劳动争议的调解处理是检验工作成效的重要环节。围绕绩效考核与劳动关系协调两项内容，不少单位在实践中已经摸索出一些行之有效的做法：把责任落实到岗到人，把标准细化到每一道工序，把检查贯穿到工作全过程，并注意把检查结果与日常考核结合起来。这些做法所需投入不大，但对提高工作质量的作用比较实在，值得在同类单位中

加以推广。

在操作层面，还应当注意把握节奏与方法。条件成熟时，可通过简报、通报等形式通报情况，便于相互借鉴。相关标准的执行需要一定过渡期，建议先行试点，取得经验后再全面推开。

另外，对于新入职人员，应由有经验的同志带教一段时间，熟悉流程后再独立承担任务。

另外，推进过程中还要注意听取一线人员的意见，把好的做法及时吸收到制度中来。

另外，从实际效果看，凡是制度健全、责任明确的地方，工作推进就相对顺利，反之则容易反复。

另外，在具体做法上，多数单位仍以纸质台账和人工登记为主，资料的保存与查找都比较费时。

另外，对反复出现的老问题，应从制度和流程上找原因，而不是简单依靠加班补救。

另外，经验的总结要有数据、有事例，避免停留在一般性的表态上。

另外，相关标准的执行需要一定过渡期，建议先行试点，取得经验后再全面推开。

另外，从长远看，人才培养和制度建设是两项基础性工作，需要持续投入、久久为功。

另外，对工作中出现的新情况新问题，应及时向上级反映并研究解决办法，避免久拖不决。

另外，把工作成效与考核挂钩，可以较好地调动人员的积极性与责任心。

另外，由于当时计算机尚未完全普及，很多环节需要多人复核，工作效率受到一定影响。