

普
华
经
管

FBOOK
弗布克1+1管理工具箱系列

市场营销部

规范化管理工具箱 (第3版)

人人有事干 事事有规范
办事有流程 工作有方案

程淑丽 编著

职责 + 制度 + 表格 + 流程 + 方案



人民邮电出版社
POSTS & TELECOM PRESS



附赠光盘

弗布克 1+1 管理工具箱系列

市场营销部规范化 管理工具箱

(第 3 版)

程淑丽 编著

人 民 邮 电 出 版 社
北 京

图书在版编目 (CIP) 数据

市场营销部规范化管理工具箱 / 程淑丽编著. — 3
版. — 北京: 人民邮电出版社, 2013. 1
(弗布克 1+1 管理工具箱系列)
ISBN 978-7-115-30205-2

I. ①市… II. ①程… III. ①企业管理—市场营销学
IV. ①F274

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2012) 第 284721 号

内 容 提 要

本书通过全方位细化市场营销部各岗位的工作事项, 详细介绍了市场营销部各岗位的具体职责、制度、表格、流程和方案, 内容涉及市场调研管理、营销计划管理、营销策划管理、产品上市管理、广告管理、促销管理、销售管理、客户服务管理、渠道管理、区域管理等多个方面, 可以极大地促进市场营销部的运作效率和工作业绩, 增强团队的凝聚力和战斗力。

本书适合市场营销部经理、主管及一线营销人员、企业培训师、咨询师使用, 同时也适合高校相关专业师生阅读参考。

弗布克 1+1 管理工具箱系列 市场营销部规范化管理工具箱 (第 3 版)

- ◆ 编 著 程淑丽
责任编辑 李宝琳
- ◆ 人民邮电出版社出版发行 北京市崇文区夕照寺街 14 号
邮编 100061 电子邮件 315@ptpress.com.cn
网址 <http://www.ptpress.com.cn>
三河市海波印务有限公司印刷
- ◆ 开本: 787 × 1092 1/16
印张: 20 2013 年 1 月第 3 版
字数: 300 千字 2013 年 1 月河北第 1 次印刷

ISBN 978-7-115-30205-2

定 价: 50.00 元 (附光盘)

读者服务热线: (010) 67129879 印装质量热线: (010) 67129223

反盗版热线: (010) 67171154

广告经营许可证: 京崇工商广字第 0021 号

“弗布克 1 + 1 管理工具箱系列” 改版序

“弗布克 1 + 1 管理工具箱系列”图书自上市 6 年来，赢得了数十万读者的广泛关注。他们对本系列图书的全面性、针对性、实用性、方便性给予了高度评价，同时针对书中存在的问题提出了诚恳的批评意见和有效的改进建议。

应广大读者的建议和要求，2013 年年初，我们修订和增补了本系列图书，使得系列品种规模达到 19 种。经改版后，“弗布克 1 + 1 管理工具箱系列”图书涵盖了企业人力资源部、行政部、市场营销部、客户服务部、生产部、质量管理部、财务部、采购部、仓储部、产品管理部、综合管理部、技术研发部、设备部、培训部、项目部 15 大部门的规范化管理内容，同时针对物业公司、物流公司、商场超市、酒店宾馆 4 类企业提供了规范化的管理体系。

在本次改版工作中，我们对读者反映的问题进行了校正，对原有图书的部分内容体系做了相应的修改、删除和增补。希望通过本次改版和扩版，这套图书能够为广大读者带来更多的工作便利。

多年的企业规范化管理经验告诉我们，把规范化管理落实到部门，进而落实到部门的每一个岗位和每一件工作事项上，是高效执行、规范化管理、精细化管理的重要环节和有效措施。只有层层实行规范化管理，做到“人人有事干，事事有规范，办事有流程，工作有方案”，才能提高企业的整体管理水平，从根本上提高企业的执行力，增强企业的竞争力。

“弗布克 1 + 1 管理工具箱系列”图书(1 本书 + 1 张光盘)，以企业规范化管理为中心，立足于企业各个部门的管理实践，针对某一个部门、某一个岗位、某一类事件的管理问题，运用“职责 + 制度 + 表格 + 流程 + 方案”五位一体的解决方案，为企业提供各个部门规范化运作的系统工具。

因此，本系列图书可以作为企业各部门实施规范化管理的操作手册，也可以作为各岗位工作人员进行自我管理和自我培训的辅助工具。

我们真诚地希望广大读者能够对本系列图书一如既往地关注和支持；同时，对于书中存在的问题和不足，读者朋友们能够继续给予批评和指正，以便我们再次改版时做得更好。

再版前言

《市场营销部规范化管理工具箱（第3版）》是“弗布克1+1管理工具箱系列”图书中的一本，本书通过全方位细化市场营销部各岗位的工作事项，详细介绍了市场营销部各岗位工作的具体职责、制度、表格、流程和方案，可以极大地促进市场营销部的运作效率，增强团队的凝聚力和战斗力。

在《市场营销部规范化管理工具箱（第2版）》的基础上，本书做了如下修订和补充。

1. 从整体内容结构上来说，我们删除了原书第十一章“店铺管理”的内容，将其并入到“区域管理”的部分章节。调整后的市场营销管理工作事项更加模块化，工作内容更加全面详细、更加符合企业的实际情形。

2. 重新梳理了各个岗位的工作职责，并根据实际需要修改或添加了部分岗位，使工作事项更加清晰化、条理化。

3. 重新整理了原有的流程，使相应的工作流程更加符合市场营销部的实际工作需要，同时根据岗位及工作事项的补充，又增添了部分流程。

4. 更新了部分制度和表格，替换了原有的部分内容，细化了部分制度，增强了内容的实用性和针对性。

5. 改进了“职责+制度+流程+方案”的表现方式，图形、表格交互出现，既增强了本书的可读性，又方便了读者的使用。

6. 配套光盘内容更加实用，作者精心挑选了本书中一些重要的工作制度和相关表格，以 Word 文件的形式收录在光盘中，读者可以根据自身工作需要直接下载使用。

在本书编写的过程中，刘伟、孙宗坤、孙立宏、程富建、曹莉、刘宝丽负责资料的收集和整理，赵帅、王辰倩、赵莉琼、董芳芳、罗章秀负责数字图表的编排，毕春月、王娜

参与编写了本书的第一、二章，薛显东、高娃、滕金伟参与编写了本书的第三、四章，袁艳烈、毕汪峰参与编写了本书的第五、六章，金成哲、权锡哲参与编写了本书的第七、八章，韩伟静参与编写了本书的第九章，王瑞永、邹晓春参与编写了本书的第十章，孙佩红、唐磊参与编写了本书的第十一章，全书由程淑丽统撰定稿。

目 录

第一章 市场营销部组织结构与责权	1
第一节 市场营销部组织结构	1
一、市场营销部职能	1
二、市场营销部组织结构	2
第二节 市场销售部责权	4
一、市场营销部职责	4
二、市场营销部权力	5
第三节 市场营销管理岗位职责	7
一、营销总监岗位职责	7
二、市场部经理岗位职责	8
三、销售部经理岗位职责	9
第二章 市场调研管理	11
第一节 市场调研岗位职责	11
一、市场调研主管岗位职责	11
二、市场调研专员岗位职责	11
第二节 市场调研管理制度	12
一、市场调研工作制度	12
二、调研实施管理办法	16
三、市场调研信息管理规定	19
第三节 市场调研管理表格	20
一、市场调研计划表	20
二、竞争对手调查表	20
三、经销商调查表	21
四、畅销产品分析表	21
五、市场调研报告表	22
第四节 市场调研管理流程	23
一、调研计划编制流程	23

二、市场调研工作流程	24
三、市场预测管理流程	25
第五节 市场调研管理方案	26
一、产品市场调研问卷	26
二、竞争对手调研大纲	27
三、调研报告编写大纲	33
第三章 营销计划管理	37
第一节 营销计划岗位职责	37
一、营销计划主管岗位职责	37
二、营销计划专员岗位职责	37
第二节 营销计划管理制度	38
一、营销计划管理制度	38
二、年度营销计划编制规定	42
三、销售预算管理制度	45
第三节 营销计划管理表格	47
一、年度销售计划表	47
二、月度销售计划表	49
三、销售预算计划表	51
四、销售费用预算表	52
五、销售费用分析表	53
六、销售计划分析表	54
第四节 营销计划管理流程	55
一、营销计划工作流程	55
二、营销费用预算编制流程	56
第五节 营销计划管理方案	57
一、营销计划方案大纲	57
二、部门销售计划方案	59
第四章 营销策划管理	61
第一节 营销策划岗位职责	61
一、营销策划主管岗位职责	61
二、营销策划专员岗位职责	61
第二节 营销策划管理制度	62
一、营销策划管理制度	62
二、企业品牌管理制度	65

三、企业危机公关管理办法	67
第三节 营销策划管理表格	71
一、营销策划方案审查表	71
二、营销策划方案执行表	71
三、品牌维护计划表	72
四、公关活动计划表	72
第四节 营销策划管理流程	73
一、营销策划工作流程	73
二、品牌管理工作流程	74
三、危机公关管理流程	76
四、市场推广方案制定流程	77
第五节 营销策划管理方案	78
一、营销策划方案大纲	78
二、品牌策划推广方案	80
三、市场营销推广方案	84
四、新产品上市策划方案	87
第五章 产品上市管理	91
第一节 产品上市管理岗位职责	91
一、产品主管岗位职责	91
二、产品专员岗位职责	91
第二节 产品上市管理制度	92
一、市场定位管理办法	92
二、新产品定价管理办法	95
三、新产品上市管理办法	97
第三节 产品上市管理表格	100
一、新产品定位分析表	100
二、产品成本估价单	100
三、竞争产品调查表	101
四、新产品开发报告单	101
第四节 产品上市管理流程	103
一、市场定位工作流程	103
二、产品定价管理流程	104
三、产品价格调整流程	105
第五节 产品上市管理方案	106
一、新产品上市计划书	106

二、新产品上市定价方案	108
第六章 广告管理	111
第一节 广告管理岗位职责	111
一、广告主管岗位职责	111
二、广告专员岗位职责	111
第二节 广告管理制度	112
一、广告宣传管理制度	112
二、广告费用预算规定	116
第三节 广告管理表格	119
一、年度广告计划表	119
二、广告策划调查表	120
三、广告预算分配表	121
四、媒体利用评价表	122
五、广告效果评价表	123
第四节 广告管理流程	125
一、广告宣传管理流程	125
二、宣传物品制作流程	126
三、广告媒体选择流程	127
第五节 广告管理方案	128
一、广告策划方案	128
二、网络广告投放方案	132
三、广告效果评估报告大纲	134
第七章 促销管理	137
第一节 促销管理岗位职责	137
一、促销主管岗位职责	137
二、促销专员岗位职责	137
第二节 促销管理制度	138
一、促销管理制度	138
二、促销现场管理细则	141
第三节 促销管理表格	144
一、促销工作计划表	144
二、促销活动申请表	144
三、促销活动计划书	145
四、促销成本统计表	145

五、促销效果评估表	146
六、促销活动总结表	147
第四节 促销管理流程	148
一、促销计划制订流程	148
二、促销计划实施流程	149
三、促销活动评估流程	150
第五节 促销管理方案	151
一、商场五一促销方案	151
二、服装年度促销方案	154
三、中秋节月饼促销方案	158
第八章 销售管理	161
第一节 销售管理岗位职责	161
一、销售主管岗位职责	161
二、销售专员岗位职责	161
第二节 销售管理制度	162
一、客户开发管理制度	162
二、公司订货管理规定	166
三、公司发货管理制度	167
四、销售回款管理办法	170
五、销售订单管理规定	173
第三节 销售管理表格	175
一、客户开发计划表	175
二、客户开发报告表	175
三、客户开发统计表	176
四、客户订货管理表	176
五、销售发货管理表	178
六、销售退货管理表	179
七、销售合同统计表	179
八、应收账款登记表	180
九、应收账款年度分析表	180
第四节 销售管理流程	181
一、客户开发管理流程	181
二、客户订货管理流程	182
三、销售发货管理流程	183
四、客户退货管理流程	184

五、销售费用控制流程	185
六、销售回款管理流程	186
七、客户逾期付款管理流程	188
第五节 销售管理方案	189
一、销售费用控制方案	189
二、应收账款催讨方案	191
第九章 客户服务管理	195
第一节 客户服务岗位职责	195
一、客户服务主管岗位职责	195
二、客户服务专员岗位职责	195
第二节 客户服务管理制度	196
一、客户服务管理办法	196
二、客户信用管理规定	199
三、售后服务管理制度	201
四、大客户管理制度	204
第三节 客户服务管理表格	207
一、客户资料管理表	207
二、客户访问计划表	209
三、客户拜访记录表	209
四、客户关系评估表	210
五、客户信用管理表	210
六、客户投诉管理表	213
第四节 客户服务管理流程	216
一、客户关系管理流程	216
二、客户信用调查流程	217
三、客户投诉接待流程	218
四、客户资料管理流程	219
五、售后服务管理流程	220
第五节 客户服务管理方案	221
一、客户信用评级方案	221
二、客户投诉处理方案	222
三、客户回访工作方案	227

第十章 渠道管理	229
第一节 渠道管理岗位职责	229
一、渠道经理岗位职责	229
二、渠道主管岗位职责	230
三、渠道专员岗位职责	230
第二节 渠道管理制度	231
一、渠道管理制度	231
二、直销商管理制度	239
三、经销商管理制度	246
四、连锁加盟店管理制度	250
第三节 渠道管理表格	257
一、营销渠道管理表	257
二、渠道成员申请表	258
三、渠道成员管理表	260
四、渠道业绩统计表	261
第四节 渠道管理流程	262
一、渠道成员管理流程	262
二、渠道控制管理流程	263
第五节 渠道管理方案	264
一、渠道建设方案	264
二、窜货管理方案	267
第十一章 区域管理	273
第一节 区域管理岗位职责	273
一、区域经理岗位职责	273
二、区域主管岗位职责	273
三、直营店店长岗位职责	274
第二节 区域管理制度	275
一、区域市场管理制度	275
二、分公司/办事处管理制度	280
三、直营店铺运营管理制度	287
第三节 区域管理表格	292
一、区域市场规划表	292
二、分公司设立申请表	292
三、分公司/办事处开户计划表	292

四、直营店铺销售考核表	293
第四节 区域管理流程	294
一、区域市场构建流程	294
二、区域市场管理流程	295
三、直营店铺销售管理流程	296
第五节 区域管理方案	297
一、区域市场筹建方案	297
二、区域市场营销方案	300
三、直营店铺销售陈列方案	302

第一章 市场营销部组织结构与责权

第一节 市场营销部组织结构

一、市场营销部职能

企业市场营销部受营销总监直接领导，全面负责企业的营销策划、市场调研与预测、客户开发与服务等与产品销售有关的工作。市场营销部的具体职能如下。

1. 组织结构建设。市场营销部的组织结构建设主要包括营销组织建立、营销人员队伍建设、营销人员销售技巧与产品知识培训、营销人员激励与考核管理、营销管理制度与工作规范的建立等。

2. 市场调研管理。市场调研管理主要包括市场调研方案的制定、实施与管理以及调研报告的编制等，为营销部的市场推广方案、销售策略的制定提供有效的依据。

3. 营销计划管理。营销计划管理主要包括年度/月度营销计划、营销费用预算的制定与实施。

4. 营销策划管理。营销策划管理主要包括企业营销战略规划、营销策划方案的起草与制定，以及组织落实营销策划方案的执行工作。

5. 产品上市管理。产品定价管理主要包括企业产品市场定位、新产品上市定价管理、产品定价调整管理等。

6. 广告管理。广告管理主要包括企业广告策略的制定、各项广告宣传方案的编制和具体广告发布活动的组织实施管理等。

7. 促销管理。促销管理主要包括企业促销策略的制定、促销方案的编制与实施管理。

8. 销售管理。销售管理是指对销售活动的具体执行进行管理，主要包括销售合同的签订、履行与档案管理，销售费用预算与控制，订货、发货管理，销售回款管理，应收账款的催收管理，销售提成管理等。

9. 客户服务管理。客户服务管理主要包括客户服务政策的制定，客户日常来访、来电、来函的接待与答复，协助销售人员制作订单、跑单，客户信息管理及售后服务管理等。

10. 销售渠道管理。销售渠道管理主要包括制定企业渠道管理策略、开发渠道成员、维护渠道关系、账款回收管理，配合市场部门完成市场推广等。

11. 区域管理。区域管理主要包括制定企业区域组织管理目标与策略，构建合理的区域组织并对区域组织进行管理，保障区域销售任务的完成。

二、市场营销部组织结构

1. 大型企业市场营销部组织结构图

一般情况下，以总部统管营销的方式开展营销活动的企业，其营销组织结构如图 1-1 所示。

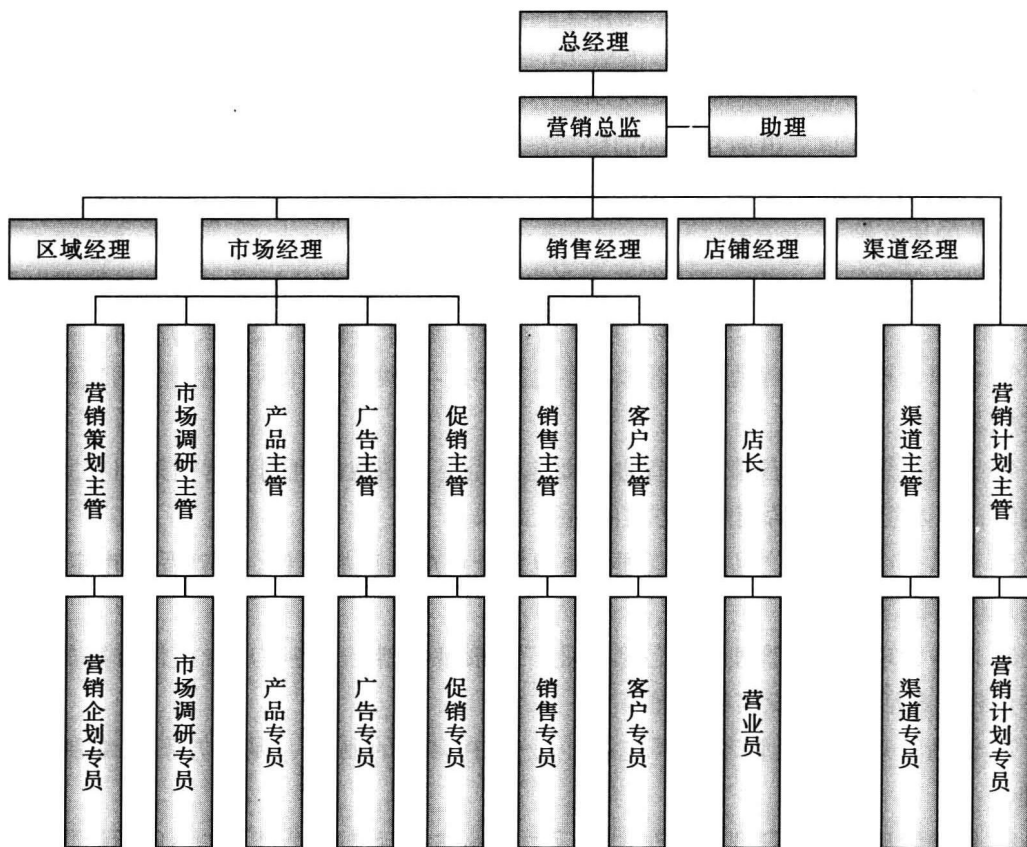


图 1-1 大型企业市场营销部组织结构示例

2. 小型企业市场营销部组织结构图

小型企业市场营销部的组织结构设置一般以销售人员为主，配以销售内勤来辅助销售部经理做一些市场、客户服务方面的工作，具体结构如图 1-2 所示。