

普
华
经
管

EBOOK
弗布克实用工作图表设计范例系列

一本在手，1分钟内搞定工作图表设计！

营
销

设计技巧
标准图表有样例
营销图表设计技巧

营销图表设计技巧
标准图表有样例
营销图表设计技巧

管理工作图表
设计范例

人民邮电出版社
POSTS & TELECOM PRESS

弗布克实用工作图表设计范例系列

营销管理工作图表 设计范例

唐磊 编著

人民邮电出版社
北 京

图书在版编目 (CIP) 数据

营销管理工作图表设计范例 / 唐磊编著. —北京:
人民邮电出版社, 2013. 1
(弗布克实用工作图表设计范例系列)
ISBN 978-7-115-29838-6

I. ①营… II. ①唐… III. ①企业管理—营销管理—
图表—设计 IV. ①F274

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2012) 第 262773 号

内 容 提 要

本书以高效开展营销管理工作为目标, 从图表设计的要项、标准图表的样式、相关单元的填制、变形表样式设计四个维度, 为读者介绍了市场调研分析、目标市场确定、产品与品牌管理、营销计划、营销策略、产品价格、产品促销、销售管理、区域管理、客户服务、销售提成、销售考核、销售财务管理、销售人力管理共 14 项工作内容, 细化设计了营销管理工作中的必备图表, 是营销从业人员高效执行各项工作的实用工具书。

本书适合营销部经理、企业主管、企业培训师、咨询师以及高校相关专业师生阅读使用。

弗布克实用工作图表设计范例系列 营销管理工作图表设计范例

-
- ◆ 编 著 唐 磊
责任编辑 乔永真
执行编辑 任佳蓓
 - ◆ 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>
三河市潮河印业有限公司印刷
 - ◆ 开本: 787 × 1092 1/16
印张: 19 2013 年 1 月第 1 版
字数: 140 千字 2013 年 1 月河北第 1 次印刷
-
- ISBN 978-7-115-29838-6

定 价: 39.00 元

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

“弗布克实用工作图表设计范例系列”序

管理重在执行，执行重在效率，现代企业为了实现高效执行的目标，就必需把工作落到实处，提高执行力。

“弗布克实用工作图表设计范例系列”图书通过细化工作事项，设计标准表格，明确管理职责，帮助企业统一和规范执行工具，提高相关岗位人员的工作效率和执行力，最终使企业能够有标准、有秩序、有效率地开展或执行各项管理工作。

“弗布克实用工作图表设计范例系列”图书针对人力资源管理、营销管理、行政管理、财务管理、生产管理、班组管理、工厂管理、物业管理、物流管理、酒店管理、项目管理和房地产管理等工作事项分别设计了实用图表，以帮助各类企业实现管理的图表化、简单化、信息化和高效化。

本系列图书秉承弗布克系列图书“拿来即用”的理念，采用“图书设计的要项”+“标准图表的样式”+“相关单元的填制”+“变形表样式设计”四位一体的方式，设计并展示了各项工作中需要用到的图表。相关图表形式简单，信息直观，具有很强的实用性。主要内容特点说明如下。

1. 图表设计的要项

根据表格的特点，对表格的设计意图、主要用途、适用对象和必设内容进行说明。

2. 标准图表的样式

根据表格的必设内容，设计标准图表的样式，以此作为工作中的执行标准和规范。

3. 相关单元的填制

根据图表的内容设置，对表格的编制主体、填制主体、审核人、审批人和各主体间的关系进行说明，并对填制表格必备的数据、用到的公式、填制技巧和注意事项提供全方位

的指导。

4. 变形表样式设计

根据图表本身的特点和使用功能，对表格进一步细化，列举了细分表、数据支持表、补充表、数据统计表、相关附表的样式设计，方便读者根据不同的工作情形选择合适的图表样式。

前 言

营销管理工作注重实务性、操作性，仅有战略而缺少实施方法和工具是无法达到预期效果的，因此需要营销管理者有一套统一、规范和切实可行的工具，以便高效地完成各项工作任务。

《营销管理工作图表设计范例》是“弗布克实用工作图表设计范例系列”图书中的一本，本书采用表格形式将营销管理的各项工作任务加以简化，并对表格的设计技巧进行说明，对表格内容填制进行指导，从而使各项营销工作更加清晰、有条理。

本书主要具有以下两大特色。

1. 内容全面实用

本书按照营销管理工作的主要事项划分为14章，每章均按照工作的重要程度和紧急程度设计图表工具，便于营销工作人员“拿来即用”或“稍改即用”。

2. 形式简单直观

本书为营销管理的各项工作提供了简单直观的表格，并在此基础上设置了数据支持表、补充表和变形表等多种形式的表格，可以更好地帮助读者解决营销管理中的一些实际问题。

在本书编写的过程中，孙立宏、刘伟、刘井学、程富建、孙宗坤负责资料的收集和整理，廖应涵、王玉凤、李苏洋、任玉珍负责图表的制作和编排，程淑丽参与编写了本书的第1章，毕汪峰参与编写了本书的第2章、第3章，王琴参与编写了本书的第4章、第5章，金成哲参与编写了本书的第6章、第7章，杨冠宇参与编写了本书的第8章、第9章，薛显东参与编写了本书的第10章，杨晓溪参与编写了本书的第11章，高娃参与编写了本书的第12章，滕金伟参与编写了本书的第13章、第14章，全书由唐磊统撰定稿。

目 录

第1章 市场调研分析	1
1.1 顾客需求分析	2
1.1.1 顾客需求调研表	2
1.1.2 顾客需求分析表	3
1.2 消费行为分析	6
1.2.1 购买特征分析表	6
1.2.2 购买类型分析表	7
1.2.3 购买行为类型表	8
1.2.4 主要购买行为表	9
1.2.5 购买行为模式表	10
1.2.6 影响购买因素表	11
1.2.7 购买行为分析表	13
1.2.8 购买心理分析表	16
1.3 竞争对手分析	17
1.3.1 竞争厂商一览表	17
1.3.2 竞争厂商排序表	18
1.3.3 竞争优势分析表	20
1.3.4 竞争劣势分析表	21
1.3.5 竞争对手调研表	22
1.4 营销调研分析	23
1.4.1 市场需求预测表	23
1.4.2 市场调研计划表	24
1.4.3 市场调研分析表	26
1.4.4 市场调研汇总表	27

第2章 目标市场确定	29
2.1 市场细分	30
2.1.1 目标市场细分表	30
2.1.2 市场细分标准表	32
2.1.3 细分市场分析表	36
2.2 市场选择	39
2.2.1 目标市场选择表	39
2.2.2 目标市场确定表	40
2.2.3 目标市场分析表	42
2.3 市场定位	45
2.3.1 市场定位标准表	45
2.3.2 目标市场定位表	46
2.3.3 市场定位分析表	47
 第3章 产品与品牌管理	 51
3.1 产品开发	52
3.1.1 产品开发调研表	52
3.1.2 产品开发计划表	55
3.1.3 产品开发方案表	58
3.1.4 产品开发周期表	62
3.1.5 产品研发成本核算表	64
3.2 品牌规划	66
3.2.1 产品品牌规划表	66
3.2.2 品牌定位分析表	67
3.2.3 品牌传播调研表	70
3.2.4 品牌资产评估表	71
3.3 产品包装	73
3.3.1 产品包装设计表	73
3.3.2 包装设计方​​案表	75
3.3.3 包装设计程序表	76
3.3.4 包装设计成本表	77
3.3.5 包装设计评价表	79

3.4 产品管理	80
3.4.1 产品分类汇总表	80
3.4.2 产品成本分析表	81
3.4.3 竞争对手产品分析表	82
3.4.4 新产品试用意见反馈表	83
第4章 营销计划	85
4.1 新品上市	86
4.1.1 新品上市计划表	86
4.1.2 营销业绩计划表	87
4.2 费用计划	89
4.2.1 市场推广费用表	89
4.2.2 销售支出计划表	91
4.3 计划制订	92
4.3.1 销售业绩预测表	92
4.3.2 营销计划分解表	93
4.3.3 区域营销计划表	94
4.3.4 营销计划利润表	95
4.3.5 年度销售计划表	96
4.3.6 月度销售计划表	98
4.4 计划执行	99
4.4.1 计划执行日期表	99
4.4.2 计划执行成本控制表	100
4.4.3 计划执行汇总表	101
4.4.4 计划执行变更表	102
4.4.5 计划执行分析表	104
第5章 营销策划	105
5.1 市场策划	106
5.1.1 推广活动策划表	106
5.1.2 市场推广方案表	107
5.1.3 推广地域细分表	108

5.1.4	推广活动细分表	109
5.1.5	策划费用预算表	110
5.1.6	市场策划评估表	111
5.1.7	广告策划调查表	112
5.1.8	广告效果评估表	114
5.2	销售策划	115
5.2.1	销售广告预算表	115
5.2.2	销售策划一览表	116
5.2.3	策划方案一览表	118
5.2.4	策划活动分析表	119
5.2.5	策划效果评估表	121
5.3	营销策划执行	122
5.3.1	营销策划计划表	122
5.3.2	营销策划执行表	124
第6章	产品价格	127
6.1	定价调研	128
6.1.1	价格信息分析表	128
6.1.2	产品价格预测表	130
6.1.3	竞争产品价格表	131
6.2	定价方法	132
6.2.1	成本加成定价表	133
6.2.2	目标利润定价表	134
6.2.3	竞争导向定价表	135
6.3	价格管理	138
6.3.1	产品定价一览表	138
6.3.2	产品定价确认表	139
6.3.3	产品提价说明表	141
6.3.4	产品降价申请表	142
6.3.5	产品调价分析表	143

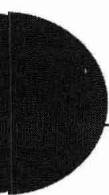
第7章 产品促销	145
7.1 产品广告	146
7.1.1 广告投放预算表	146
7.1.2 投放区域分布表	148
7.1.3 广告制作费用表	149
7.1.4 广告投放时间表	150
7.1.5 广告投放评估表	152
7.2 人员推销	153
7.2.1 上门推销登记表	154
7.2.2 柜台推销登记表	155
7.2.3 人员推销提成表	157
7.2.4 人员推销考核表	158
7.3 营业推广	159
7.3.1 产品展览申请表	159
7.3.2 产品参展预算表	162
7.3.3 样品赠送申请表	163
7.3.4 抽奖奖品领取表	164
7.3.5 组合包装方案表	165
7.3.6 持券折价汇总表	166
7.4 公共关系	167
7.4.1 宣传公关费用表	167
7.4.2 交际公关费用表	169
7.4.3 服务公关费用表	170
第8章 销售管理	173
8.1 销售渠道管理	174
8.1.1 产品渠道选择表	174
8.1.2 渠道选择评分表	176
8.1.3 渠道开拓调研表	178
8.1.4 渠道评估计划表	180
8.1.5 销售渠道利润表	182
8.1.6 销售渠道分析表	184

8.1.7	分销渠道建设表	185
8.1.8	分销渠道评估表	187
8.1.9	渠道成员评价表	189
8.2	销售政策管理	191
8.2.1	经销商基本资料卡	191
8.2.2	经销商加盟条件说明表	193
8.3	销售订货管理	195
8.3.1	订货登记表	195
8.3.2	发货月报表	196
8.3.3	销售合同评审表	198
第9章	区域管理	201
9.1	销售管理	202
9.1.1	区域货品登记表	202
9.1.2	区域销售汇总表	203
9.1.3	区域促销统计表	205
9.1.4	区域广告费用表	207
9.1.5	区域利润核算表	208
9.1.6	区域销售评估表	210
9.2	业绩管理	212
9.2.1	区域销售业绩表	212
9.2.2	区域人员考核表	213
9.2.3	区域人员配置表	216
第10章	客户服务	219
10.1	呼叫中心	220
10.1.1	客户电话登记表	220
10.1.2	客户意见登记表	221
10.1.3	客户回访登记表	222
10.1.4	客户投诉登记表	223
10.1.5	客户满意评估表	224
10.1.6	客户投诉评估表	225

10.2 产品安装	226
10.2.1 产品安装确认表	226
10.2.2 客户意见反馈表	227
10.2.3 安装服务评分表	228
10.3 售后服务	229
10.3.1 产品质量评估表	229
10.3.2 售后服务评分表	230
10.3.3 售后服务满意表	231
第11章 销售提成	233
11.1 提成设计	234
11.1.1 销售底薪一览表	234
11.1.2 提成比例一览表	235
11.2 提成支付	236
11.2.1 提成奖励一览表	236
11.2.2 提成奖金核算表	238
11.2.3 提成发放确认表	239
11.2.4 销售部门提成表	241
第12章 销售考核	243
12.1 指标确定	244
12.1.1 经理级别指标表	244
12.1.2 主管级别指标表	245
12.1.3 专员级别指标表	247
12.1.4 代理级别指标表	248
12.1.5 经销级别指标表	249
12.2 考核量表	250
12.2.1 销售总监考核表	250
12.2.2 销售经理考核表	251
12.2.3 销售主管考核表	252
12.2.4 销售专员考核表	253
12.2.5 代理商户考核表	255

12.3 区域考核	256
12.3.1 外贸销售考核表	256
12.3.2 省区销售考核表	257
12.3.3 区域经理考核表	258
第13章 销售财务管理	259
13.1 销售回款	260
13.1.1 应收账款汇总表	260
13.1.2 应收账款时间表	261
13.1.3 销售回款计划表	262
13.1.4 销售回款考核表	263
13.2 销售费用	264
13.2.1 销售费用预算表	264
13.2.2 销售费用申请表	265
13.2.3 销售费用报销表	266
13.2.4 销售费用统计表	267
13.3 销售利润	268
13.3.1 销售利润预算表	268
13.3.2 销售利润核算表	270
13.3.3 销售利润统计表	271
第14章 销售人力管理	273
14.1 人员招聘	274
14.1.1 人员招聘登记表	274
14.1.2 招聘面试评估表	275
14.1.3 人员录用登记表	277
14.2 人员培训	278
14.2.1 销售培训统计表	278
14.2.2 培训费用预算表	279
14.2.3 销售培训档案表	280
14.2.4 培训成绩汇总表	281

14.3	人员晋升	282
14.3.1	人员晋升评估表	282
14.3.2	人员晋升记录表	283
14.4	人员离职	284
14.4.1	人员离职登记表	284
14.4.2	离职交接登记表	286



第1章

市场调研分析

1.1 顾客需求分析

1.1.1 顾客需求调研表

1. 图表设计的要项

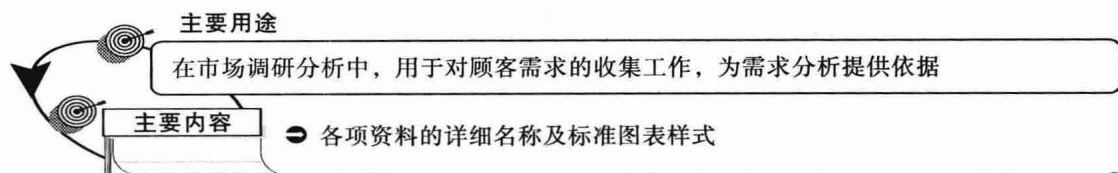


图 1-1 顾客需求调研表设计的要项

2. 标准图表的样式

“顾客需求调研表”的标准样式如表 1-1 所示。

表 1-1 顾客需求调研表

顾客姓名		性别	☐ 男 ☐ 女
职位		联系电话	
学历	☐ 高中以下 ☐ 高中 ☐ 大学 ☐ 大学以上	年龄	☐ 20 ~ 30 岁 ☐ 30 ~ 40 岁 ☐ 40 ~ 50 岁 ☐ 50 岁以上
籍贯	_____ 省 _____ 市 _____ 县 (区)		
年收入	☐ 10 000 元以下 ☐ 10 000 ~ 20 000 元 ☐ 20 000 ~ 30 000 元 ☐ 30 000 ~ 40 000 元 ☐ 40 000 ~ 50 000 元 ☐ 50 000 元以上		
您熟知的品牌	☐ 品牌 1 ☐ 品牌 2 ☐ 品牌 3 ☐ 品牌 4 ☐ 品牌 5 ☐ 品牌 6 ☐ 品牌 7 ☐ 品牌 8 ☐ 其他品牌 _____		
您了解本品牌的途径	☐ 电视 ☐ 广播 ☐ 报纸 ☐ 网络 ☐ 朋友介绍 ☐ 曾经用过 ☐ 其他途径		
您购买时的权衡因素	☐ 知名度 ☐ 质量 ☐ 服务及售后 ☐ 产品外观 ☐ 产品功能 ☐ 价格 ☐ 其他		
您对本品牌产品的改进建议	☐ 外观更出众 ☐ 操作界面更友好 ☐ 服务态度更友善 ☐ 更耐用 ☐ 售后更周到 ☐ 功能更完善 ☐ 其他 _____		