

企业管理实务操作与典型案例精解系列

超级
实用版

常用报表 合同管理 操作流程 法规制度 案例详解

YINGXIAOJIQIAOYUGUANLI
SHIWUCAOZUOYUDIANXINGANLIQUANSHU

营销技巧与管理

实务操作与典型案例全书

企业营销工作轻松上手的实用工具箱

详尽具体的岗位职责 规范严格的操作流程
标准实用的表单文书 精彩易懂的真实案例

丁会仁 编著

中国法制出版社
CHINA LEGAL PUBLISHING HOUSE

YINGXIAOJIQIAOYUGUANLI

SHIWUCAOZUOYUDIANXINGANLIQUANSHU

营销技巧与管理

实务操作与典型案例全书

丁会仁 编著



中国法制出版社
CHINA LEGAL PUBLISHING HOUSE

图书在版编目 (CIP) 数据

营销技巧与管理实务操作与典型案例全书/丁会仁编著.

—北京: 中国法制出版社, 2012. 11

ISBN 978 - 7 - 5093 - 4057 - 8

I. ①营… II. ①丁… III. ①营销管理 IV. ①F713. 50

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2012) 第 240946 号

策划编辑: 郑文阳

封面设计: 周黎明

营销技巧与管理实务操作与典型案例全书

YINGXIAO JIQIAO YU GUANLI SHIWU CAOZUO YU DIANXING ANLI QUANSHU

编著 / 丁会仁

经销 / 新华书店

印刷 / 三河市紫恒印装有限公司

开本 / 787 × 1092 毫米

版次 / 2013 年 1 月第 1 版

印张 / 34.25 字数 / 512 千

2013 年 1 月第 1 次印刷

中国法制出版社出版

书号 ISBN 978 - 7 - 5093 - 4057 - 8

定价: 88.00 元

北京西单横二条 2 号 邮政编码 100031

网址: <http://www.zgfzs.com>

市场营销部电话: 66033393

传真: 66031119

编辑部电话: 66073673

邮购部电话: 66033288

顾问委员会

安景文	齐东平	丁运舜	詹春娥	余雪英	石萌	刘珍
谭燕红	叶珊梅	马郡娅	张伯成	王增喜	谭双	刘静
吴丽玲	张亚双	刘耐一	徐鑫丽	王育红	袁澜	李梅
陈舟灿	沈海燕	沈书龙	马学奋	杨永进	刘兴	李大永
丁会华	陶至贞	余新国	崔长玉	丁会义	王红	刘新玲

前 言

随着社会经济的进一步发展,各行各业都面临着激烈的竞争。对于企业来说,市场营销部是其攻占市场的先头部队,营销工作的好坏直接决定了企业经营的成败,因为它体现了企业的利润创造。所以,营销管理人员的理论水平、工作能力和个人素质对企业的发展具有非常重要的作用。

在目前的市场环境下,营销管理这项工程变得越来越复杂、丰富,要想使这个工程系统运行得更高效,就必须运用科学的方法对营销工作的每一个环节进行标准化和规范化的设计,并在此基础上形成合理、有效的运营管理机制。

本书正是一本以文字加图表的方式展现的工具书,其内容包括:市场营销部的岗位设置和具体的岗位职责;市场分析和预测的实际操作方法;销售管理的制度、方案和相应的流程;市场调研的管理制度和 workflows;营销计划的管理实务操作;产品、品牌的开发和管理;客户服务的管理制度、方案和流程;渠道和广告促销的管理实务操作,等等。此外,本书每一个章节的后面都附有有关营销的典型案例分析,业界的专家对企业在营销工作中的得失进行了非常精彩的点评,相信营销管理人员读过之后都会从中得到很多启发。

和其他的一些营销方面的书相比,本书包含了工具书的系统性和实用性,其中图表的版式设计看起来直观、易懂、赏心悦目,再辅以经典的营销案例,本书得以很好地将理论和实际结合起来,一扫工具书通常都会带有的枯燥面目,这是本书很有特色的一个方面。

我们都知道,营销管理人员和实际的营销操作人员对整个企业的重要作用。因此,随着行业发展的动向不断补充和更新自己的知识系统是一个必须重视的工作,这也是本书之所以面世的一个出发点。相信营销行业的朋友读过本书之后,会对自己更有信心,也会让自己的营销工作变得更有方向感,也更高效。

目 录

第一章 营销各职能机构设置和管理方案	1
第一节 营销各职能部门岗位设置	1
一、市场部岗位设置	1
二、营销部岗位设置	2
三、销售部岗位设置	3
四、企划部岗位设置	4
五、促销部岗位设置	5
六、客服部岗位设置	6
七、广告部岗位设置	7
八、品牌部岗位设置	8
九、大客户部岗位设置	8
十、销售分公司岗位设置	9
实例链接：链家地产的战略改革	9
【案情回放】	9
【专家点评】	11
【管理提示】	11
第二节 营销各职能部门岗位职责	11
一、市场部经理岗位职责	11
二、销售部经理岗位职责	12
三、企划部经理岗位职责	12
四、促销部经理岗位职责	12
五、客户部经理岗位职责	12
六、广告部经理岗位职责	13
七、品牌部经理岗位职责	13
八、大客户部经理岗位职责	14
九、销售分公司经理岗位职责	14

十、市场调研主管岗位职责	14
十一、市场策划主管岗位职责	14
十二、市场拓展主管岗位职责	15
十三、市场公关主管岗位职责	15
十四、促销推广主管岗位职责	15
十五、促销培训主管岗位职责	16
十六、促销督导主管岗位职责	16
十七、客户开发主管岗位职责	16
十八、客户维护主管岗位职责	16
十九、客户投诉主管岗位职责	17
二十、售后服务主管岗位职责	17
二十一、呼叫中心主管岗位职责	17
二十二、品牌策划主管岗位职责	18
二十三、品牌运营主管岗位职责	18
二十四、电子商务主管岗位职责	18
二十五、电话销售主管岗位职责	18
二十六、销售内勤主管岗位职责	19
二十七、销售主管岗位职责	19
二十八、产品主管岗位职责	19
二十九、媒介主管岗位职责	20
三十、创意主管岗位职责	20
三十一、渠道主管岗位职责	20
三十二、商务助理岗位职责	20
三十三、销售专员岗位职责	21
三十四、市场调研专员岗位职责	21
三十五、市场公关专员岗位职责	21
三十六、促销专员岗位职责	22
三十七、渠道专员岗位职责	22
三十八、文案专员岗位职责	22
三十九、销售内勤岗位职责	22
实例链接：天才的创意营销案例	23
【案情回放】	23
【专家点评】	23
【管理提示】	24

第三节 营销各职能部门绩效指标	24
一、市场部绩效指标	24
二、销售部绩效指标	25
三、企划部绩效指标	26
四、促销部绩效指标	27
五、客服部绩效指标	28
六、广告部绩效指标	29
七、品牌部绩效指标	30
八、销售分公司绩效指标	31
实例链接：超级导购的价格谈判策略	32
【案情回放】	32
【专家点评】	33
【管理提示】	33
第四节 营销组织管理要点	34
一、营销组织管理内容	34
二、营销组织管理基础	34
三、营销组织管理原则	34
实例链接：开心网收缩团购裁员	35
【案情回放】	35
【专家点评】	36
【管理提示】	36
第五节 营销各职能部门管理制度与规范	37
一、市场部管理制度	37
二、市场部工作计划	38
三、市场部工作总结	40
四、销售部管理制度	41
五、销售部工作计划	42
六、销售部工作总结	43
七、市场调研中心管理制度	44
八、策划中心管理制度	46
九、广告宣传部管理制度	47
十、促销人员管理规范	50
十一、产品品牌管理办法	52
十二、渠道销售管理规定	53
十三、销售费用控制细则	55

十四、区域市场管理办法	55
十五、大客户综合管理制度	57
实例链接：营销人员都要体会的故事	60
【案情回放】	60
【专家点评】	61
【管理提示】	61

第二章 市场分析与预测实务操作 62

第一节 市场分析与预测制度与规范 62

一、市场调查管理制度	62
二、市场调查具体实施细则	63
三、市场营销管理标准	65
四、市场预测报告编写细则	66
实例链接：南风集团的市场开拓	68
【案情回放】	68
【专家点评】	69
【管理提示】	69

第二节 市场分析与预测业务流程 70

一、市场调查管理流程	70
二、市场预测管理流程	71
三、市场分析工作流程	72
四、市场预测工作流程	73
五、选择目标市场流程	74
六、市场定位工作流程	75
七、市场重新定位流程	76
实例链接：哈雷-戴维森摩托车公司的商业重生	77
【案情回放】	77
【专家点评】	78
【管理提示】	78

第三节 市场分析与预测实用表单 79

一、市场开拓可行性分析表	79
二、消费者观念变化分析表	80
三、市场占有率比较分析表	81
四、市场销售网点分析表	82
五、市场需求量调查预测表	83

六、市场占有率预测表	84
七、市场调查计划表	85
八、市场调查报告表	86
九、市场调查状况月报表	87
十、市场开拓分析表	88
十一、市场占有率分析表	89
十二、各销售区域销量统计表	90
十三、畅销产品分析表	91
十四、经销商调查表	92
十五、消费者购物情况流水记录表	93
十六、消费者购物习惯分析表	94
十七、顾客流量调查表	95
十八、顾客购买情况登记表	96
十九、顾客咨询内容登记表	97
实例链接：屈臣氏进军口服美容品	98
【案情回放】	98
【专家点评】	99
【管理提示】	99
第四节 市场分析与预测执行方案	100
一、市场调查方案	100
二、市场策划方案	101
三、预测市场容量的步骤	102
四、预测市场容量的方法	103
五、市场调查分析报告模板	104
实例链接：细分市场——汇源果汁的果蔬汁饮料市场开发	106
【案情回放】	106
【专家点评】	107
【管理提示】	108

第三章 销售管理实务操作 109

第一节 销售管理制度与规范	109
一、年终评审会议组织工作实施标准	109
二、销售信息沟通方式	110
三、销售人员各种酬金设计方案的利弊	110
四、销售管理工作内容	113

五、销售人员招聘与测试规定	113
六、销售人员聘用制度	114
七、销售人员绩效考核管理制度	115
八、销售人员奖惩办法	117
九、销售人员管理制度	118
实例链接：欧莱雅与经销商的双赢策略	120
【案情回放】	120
【专家点评】	122
【管理提示】	122
第二节 销售管理业务流程	123
一、销售控制管理流程	123
二、销售费用管理流程	124
三、费用预算控制流程	125
四、销售回款管理流程	126
五、预付款项结算流程	127
六、问题账款处理流程	128
七、销售合同管理流程	129
八、订货工作管理流程	130
九、发货工作管理流程	131
十、调货工作管理流程	132
十一、退货工作管理流程	133
十二、渠道控制管理流程	134
十三、经销商开发流程	135
十四、销售人员培训管理流程	136
十五、销售人员薪酬设计流程	137
十六、销售人员考核管理流程	138
实例链接：非处方药市场消费者行为分析	139
【案情回放】	139
【专家点评】	140
【管理提示】	140
第三节 销售管理实用表单	141
一、商品销售合同样例	141
二、销售人员作业记录表	143
三、销售人员业务洽谈评价表	144
四、销售毛利统计日报表	145

五、销售人员销售统计表	145
六、销售人员业绩报告表	146
七、销售人员工作记录表	147
八、销售人员业绩考核报告表	148
九、销售部门业绩考核表	149
十、销售人员培训计划表	150
十一、销售人员培训报告书	151
十二、销售人员工资表	152
十三、销售人员提成比例一览表	153
实例链接：起死回生的苹果公司——改变消费需求，创造市场	153
【案情回放】	153
【专家点评】	154
【管理提示】	154
第四节 销售管理执行方案	154
一、部门销售计划方案	154
二、重点客户销售方案	155
三、年度营销计划样本	156
四、电话销售管理方案	157
五、网络销售管理方案	158
六、区域销售管理方案	160
七、销售回款管理方案	161
八、销售回款催收方案	166
九、销售人员培训管理方案	170
十、销售人员培训实施方案	172
十一、销售人员绩效考核方案	175
实例链接：Esprit 成为中产阶级的生活时尚	178
【案情回放】	178
【专家点评】	179
【管理提示】	179
第四章 调研与信息管理实务操作	180
第一节 调研与信息管理制度与规范	180
一、营销情报管理系统的建立	180
二、市场调研的内容	180
三、市场调研的分类及方法	181

四、市场调查管理制度模板	181
五、市场调查报告编制细则	183
六、消费者调查报告编写细则	185
七、竞争对手调查报告编写细则	187
八、市场调查细则	187
九、个人市场调查细则	192
十、面谈市场调查细则	193
十一、公司订单情报管理制度	195
十二、业务员情报管理制度	195
十三、销售动态调查管理办法	196
实例链接：美国亨氏集团公司在广东市场上的投石问路	198
【案情回放】	198
【专家点评】	199
【管理提示】	199
第二节 调研与信息管理业务流程	200
一、设计调研方案流程	200
二、调查问卷设计流程	201
三、调研结果使用流程	202
四、案头调研工作流程	203
五、调研数据处理流程	204
实例链接：百威的情报收集系统	205
【案情回放】	205
【专家点评】	206
【管理提示】	206
第三节 调研与信息管理实用表单	207
一、市场调查报告表	207
二、市场调查计划表	207
三、竞争厂商调查表	208
四、同行业产品市场价格调查表	209
五、经销商调查表	210
六、零售店调查一览表	211
七、区域市场购买力调查表	212
八、竞争商家比较表	213
九、客户流量调查表	213
十、客户购买力行为调查表	214

十一、客户购买量调查表	214
十二、客户信用调查表	214
十三、竞争对手调查登记表	215
十四、企业信息来源分析表	216
十五、企业消费者情报分析表	217
实例链接：信息管理巨头——沃尔玛	217
【案情回放】	217
【专家点评】	218
【管理提示】	218
第四节 调研与信息管理执行方案	219
一、药品消费市场调研方案	219
二、房地产项目市场调研方案	220
三、校园产品需求市场调研方案	224
四、行业情况调查问卷制作标准	225
五、供应商情况调查问卷制作标准	227
六、消费者情况调查问卷样本	230
七、企业情况调查问卷样本	232
实例链接：可口可乐的中国营销	233
【案情回放】	233
【专家点评】	235
【管理提示】	235
第五章 营销计划精细化管理实务操作	236
第一节 营销计划精细化管理制度与规范	236
一、营销战略策划工作内容	236
二、营销计划制定工作内容	238
三、年度营销计划书	239
四、年度销售计划编制细则	243
五、销售目标管理办法	246
六、销售计划审批制度	247
实例链接：德芙巧克力的娱乐营销	247
【案情回放】	247
【专家点评】	248
【管理提示】	248

第二节 营销计划业务流程	249
一、战略营销管理流程	249
二、市场预测工作流程	250
三、销售预测工作流程	251
四、营销计划编制流程	252
五、营销策略制定流程	253
六、营销环境机会评价流程	254
七、阶段性市场政策制定流程	255
实例链接：青岛啤酒的体育营销之旅	256
【案情回放】	256
【专家点评】	257
【管理提示】	257
第三节 营销战略与计划管理实用表单	257
一、营销计划表	257
二、年度销售总额计划表	258
三、月别销售比重分析表	259
四、月别商品销售额计划表	259
五、部门别及客户制销售额计划表	260
六、销售费用计划表	261
七、客户账款回收计划表	262
八、部门别盈亏管理计划表	262
实例链接：东风日产的营销魔方	263
【案情回放】	263
【专家点评】	265
【管理提示】	265
第四节 营销计划方案	265
一、销售方针计划书模板	265
二、营销计划管理规范化细节	266
三、营销计划编制的基本内容	268
实例链接：华硕对微博营销的创新	269
【案情回放】	269
【专家点评】	270
【管理提示】	271

第六章 产品与管理实务操作	272
第一节 产品和品牌管理制度与规范	272
一、新产品的类型	272
二、产品开发策略	273
三、产品管理制度	274
四、产品设计管理方法	276
五、新产品开发周期管理办法	277
六、新产品财务分析标准	278
七、新产品市场试销方法	278
八、新产品正式销售工作标准	279
九、产品组合策略实施标准	279
十、产品组合决策实施标准	280
实例链接：帝豪的品牌优化与重组	283
【案情回放】	283
【专家点评】	285
【管理提示】	285
第二节 产品和品牌管理业务流程	286
一、产品开发工作管理流程	286
二、产品上市计划制定流程	287
三、产品包装决策工作流程	288
四、品牌定位工作流程	289
五、品牌管理工作流程	290
六、品牌延伸工作流程	291
实例链接：苹果公司的产品创新	292
【案情回放】	292
【专家点评】	293
【管理提示】	293
第三节 产品和品牌管理实用表单	293
一、新产品开发进度一览表	293
二、新产品开发评价表	294
三、新产品试制鉴定表	294
四、新产品评审表	295
五、产品市场调查分析表	295
六、产品形象分析表	296
七、品牌调查表	297

八、品牌推广成本控制表	298
九、品牌生命力调查表	299
十、品牌效果调查表	300
十一、品牌维护计划表	300
十二、广告宣传表	301
实例链接：海尔的品牌战略	301
【案情回放】	301
【专家点评】	302
【管理提示】	302
第四节 产品和品牌管理执行方案	303
一、产品市场开发计划书	303
二、产品开发可行性报告	305
三、产品上市策划方案	306
四、产品上市推广方案	308
五、品牌策划推广方案	310
六、年度品牌规划方案	314
七、产品品牌建设方案	316
八、品牌重塑实施方案	317
实例链接：圣象木业的品类攻伐战	319
【案情回放】	319
【专家点评】	320
【管理提示】	320
第七章 客户服务管理实务操作	321
第一节 客户服务管理制度与规范	321
一、客户关系管理工作内容	321
二、客户关系管理工作原则	321
三、客户关系管理基本程序	322
四、客户关系管理规范化制度	323
五、客户资料管理制度	326
六、客户开发管理制度	328
七、客户服务管理制度	330
八、客户档案管理实施细则	332
九、客户名册管理实施细则	334
十、不良客户处理办法	334