

XIEZUO SUCHENG CONGSHU

写作速成丛书

全国五百余家中小企业选用读本

经典实例写作速成

市场通用文书 写作

SHICHANG

TONGYONG

WENSHU XIEZUO

彭湘玲 尹 雯 / 编著

S hichang

● 标准化&格式化

● 随查随用的写作工具

● 经典案例 一点即通

● 最新权威版本 写作速成 从入门到精通

云南大学出版社

市场通用文书写作

彭湘玲 尹 雯/编著

云南大学出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

市场通用文书写作/彭湘玲, 尹雯编著. —昆明: 云南大学出版社, 2005

ISBN 7 - 81068 - 943 - 6

I. 市... II. ①彭... ②尹... III. 市场—文书—写作 IV. H152.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2005) 第 025322 号

市场通用文书写作

彭湘玲 尹 雯/编著

策划编辑: 鄯康贵

责任编辑: 张丽华

责任校对: 程树宏

封面设计: 谢旭东 刘 雨

出版发行: 云南大学出版社

印 装: 昆明龙康印务有限公司

开 本: 850mm × 1168mm 1/32

印 张: 11.25

字 数: 302 千

版 次: 2005 年 4 月第 1 版

印 次: 2005 年 4 月第 1 次

书 号: ISBN 7 - 81068 - 943 - 6/H · 76

定 价: 18.00 元

云南大学出版社地址: 云南大学英华园 (邮编: 650091)

电 话: 0871 - 5031071 5162823 (传真)

网 址: <http://www.ynup.com> E-mail: market@ynup.com

前 言

纵观今日中国，市场竞争的全球化特征越来越明显，随着世界经济一体化进程的加速，“与国际接轨”“与世界同步”已成为企业管理界的追求目标，而实现这一目标的核心要务，首先就是要掌握市场经济模式标准化和营销管理规范化的手段——文案的写作方法，并以此来规范市场五花八门的文书写作。

《市场通用文书写作》分为市场管理类文书、市场调查类文书、市场营销计划类文书、产品销售类文书、购销合同类文书和营销常用表格6个部分，共50个文种、58种常用表格和55篇优秀例文。是一本市场营销变革时期，推荐给从事工商企业营销管理工作、营销从业人员参阅的一本操作性较强的工具书，也是一本企业管理人员对部属进行全面系统培训的实用性教材。

本书在编写过程中，得到了云南大学出版社的大力支持，也参阅了一些市场营销方面的图书和经典案例，在此向有关的著者及为本书出版付出辛勤工作的同志一并表示衷心的感谢！同时祝市场营销的每一个管理者和从业者：

读此书能够受益，

最终成为出色的管理者、优秀的营销人员。

编 者

2005年4月

目 录

第一章 市场管理类文书	(1)
第一节 公司销售管理制度	(1)
第二节 代理店管理制度	(22)
第三节 客户管理办法	(26)
第四节 连锁店管理制度	(31)
第五节 应收账款管理制度	(39)
第六节 售后服务管理方法	(48)
第七节 人事管理制度	(50)
第八节 特约店管理制度	(56)
第九节 营业管理办法	(61)
第十节 客户名簿管理制度	(73)
第十一节 代理体制建设方案	(75)
第十二节 营销终端管理规则	(77)
第十三节 企业零售商管理办法	(81)
第十四节 批发商管理办法	(83)
第十五节 客户投诉处理方案	(88)
第十六节 销售经理管理手册	(93)
第二章 市场调查类文书	(110)
第一节 市场调查报告书	(110)
第二节 市场调查问卷	(118)
第三节 新产品市场开拓计划书	(122)

第四节 竞争对手调查制度	(124)
第五节 行销评估	(128)
第三章 市场营销计划类文书	(133)
第一节 商业计划书	(133)
第二节 促销计划书	(141)
第三节 营销策划书	(145)
第四节 广告策划书	(156)
第五节 经营计划管理制度	(159)
第六节 销售计划管理制度	(164)
第七节 销售促进计划	(175)
第四章 产品销售类文书	(179)
第一节 销售员标准作业手册	(179)
第二节 销售人员奖惩与考核制度	(194)
第三节 企业营销业务奖励办法	(197)
第四节 销售事务处理指南	(199)
第五节 销售模式方案	(204)
第六节 营销绩效管理与薪酬分配方法	(210)
第七节 营销业务部运作规程	(217)
第八节 业务员推销手册	(223)
第九节 营业员工作指引	(224)
第十节 营销产品推介书	(227)
第十一节 销售业务员职位说明书	(230)
第五章 购销合同类文书	(232)
第一节 商品买卖合同	(232)
第二节 委托合同	(235)

第三节	商业代理合同	(237)
第四节	仓储合同	(239)
第五节	借款合同	(244)
第六节	货物运输合同	(248)
第七节	厂家与经销商协议书	(253)
第八节	直销营业代表合同书	(258)
第九节	直销经销商协议书	(263)
第十节	连锁加盟合同书	(268)
第十一节	售后服务协议书	(287)
第六章	营销常用表格	(293)

第一章 市场管理类文书

第一节 公司销售管理制度

没有规矩，不成方圆，公司销售管理制度作为销售队伍的最核心的内容之一，不但为销售这个层面所关注，而且整个公司也同样关注。因此，不难看出其在企业管理中的重要性。

一、基本格式

公司销售管理制度基本包括总则和分则两大部分。

二、正文的基本内容

公司销售管理制度的基本内容包括：宗旨，适用范围，营销的各项措施，部门机构，分工的情况，权限，日常管理制度，费用管理制度等。

三、撰写的基本要求

拟写条例时，要注意从实际情况出发，力求做到切实可行。

条例的条文要简明扼要，避免造成理解和执行时的困难。

要对条例进行细分，行文要周密。

四、范本案例

范例（一）

公司销售管理制度

一、总 则

本规则是规定本公司业务处理方针及处理基准，公司的各项

销售业务的事务处理必须依照本规定进行。

二、目的

本规则的目的在于明确销售活动中事务处理的基准及手续，使业务得以圆满进行。

三、适用范围

本规则的适用范围除直接从事销售工作者外，凡与此相关人员等，一概包含在内。

四、销售人员须知

各项销售活动的进行，必须本着促进公司发展的目的，在所属主管的监督和指导下，从事销售工作的人员要与同事同心协力，互帮互助，积极地开展各项与销售事务相关的工作。

五、销售业务的事务范围

1. 处理销售方面的事项；
2. 从估价到货款回收为止的一切与销售有关的事务；
3. 广告等媒体的宣传业务；
4. 代理店与特约店的管理；
5. 因销售而发生的会计记账事务；
6. 开发以及业务的拓展。

六、调查

从事销售业务人员，对于对方的付款能力等，应做必要的调查，同时，也要考虑公司能否有力量完成对方所提出的要求，之后，再行决定是否受理订货。

七、调查事项

从事销售的工作人员，应随时做好如下所列的调查，并将内容报告所属主管：

1. 调查下订单的企业、机关及其他机构的概况。
2. 调查与下订单者有交易关系，并同本公司在业务上有竞争的企业。

3. 调查下订单者以往的订货实绩、付款情况等。

4. 调查下订单者的基本信息，如：负责人，企业的资金情况，往来银行，从业人员数目，生产能力，交易能力等。

八、调查结果的分析

调查结束后，要对搜集来的资料进行分析，根据分析的结果，制定计划，进一步进行销售活动。

九、估价

估价有两种，一种是标准产品的估价，一种是特定产品的估价。

1. 标准产品的估价是指产品价格表中所列出本公司的标准规格商品的估价。

2. 特定商品的估价是指产品价格表中未列出价格或标准规格商品以外的商品的估价。

十、估价单的提出

在取得所隶属主管的裁决认可后，方可提出估价单。

十一、受理订货时应遵守的相关事项

收款方式

1. 公司规定的售价和交货期。

2. 产品的品名、规格、数量以及契约金额。

3. 付款日期、付款地点、现金或支票、支票日期。

交货方式

1. 交货地点、运送方式、距离最近的车站等。

2. 安装、运转及修理等所需的技术派遣费的协定。

3. 售后服务所列事项。

十二、受理订货、订立契约

在受理订货或订立契约时，应按照如下所列的条件选择交易公司，缔结付款条件：

1. 对于以往一向忠实履行付款的旧客户，可按照惯例认可

本交易，但仍必须规定在六个月内收回货款。

2. 与新客户的交易，原则上在交货时必须同时收取现金。

3. 即使是旧客户，仍应依照其付款能力的好坏，采取由交货处代理收款或直接契约的方法。

4. 对于过去曾发生过支票不兑现或不信守契约的行为的客户，一概不接受代理收款以外的订货方式。

十三、受理订货的事务手续

受理客户的订货时，须按照下列规定完成事务手续：

1. 销售部门应迅速发出订货的出货传票，并送交至相关部门。有必要的情况下，还需随时附订货明细表、设计说明书等。

2. 出货传票的内容如需更改，应重新发出订正后的出货传票。

十四、出货的事务管理

产品出货的相关事务处理应依据下列规定执行：

1. 销售部门必须在收到出货预定表以后，才可开始着手准备出货，工事检定及货款回收等相关事宜。

2. 出货完毕后，销售部门应立即以电话、传真等方式通知对方，并传送物品送交说明书影印本、出货传票及分批交货的通知单过去，如有数量不足或事后补充的情况，应在物品送交说明书中注明其品名、数量及处理等。

3. 物品受领证、工事证明书及其他顾客受领物品的证明资料，应迅速交回销售科。

十五、货款的回收及注意事项

负责受理订货者应对货款回收事宜负责。

遵守事项：

1. 在受理订货或提出估价书时，应与对方谈妥付款条件；

2. 在交完货后应立即提出清款单，在付款日须亲往收款，或寄出缴款委托函给对方；

3. 经常与订货者保持密切联络，设法使对方如期付款。

十六、无法收款时的赔偿

当货款发出无法兑现，判定已无收款可能时，则须从负责人员薪资中扣除相当于此货款的 $\times\times\%$ 的额度，作为赔偿。

十七、销售奖金制度

公司设有销售奖金制度，以奖励为本公司的发展作出优异贡献的销售人员。

十八、回扣的范围

回扣的范围以超过公司规定的销售价格者为主，低于销售价格者不予认可。回扣的对象以契约或交货的对方为主，结算条件必须附有收据。此外，回扣只能以限定比例支付（限定比例为 $\times\times:\times\times$ ）。

十九、退货的处理

当发生订货取消或要求退货等事件，应立即将对方的凭证资料提交给所属主管，并待管理科裁决通知时，可更正自己所持有的销货内容。

二十、退货的处理

因不得已的理由，而必须接受退货时，应迅速将契约书及对方的退货传票，交给所属主管，如果事情的责任须归属该负责人，则须从该负责人的薪资中扣除运费、包装费及机器调整费等必要的相对费用，以作为对公司的赔偿。

二十一、交货后的折扣

如货品交出后，货款被打折，应将对方的相关资料连同契约书、订单等提交给所属上司。不管被打折扣是事出何因，负责人都应从薪资中扣除相当于折扣金额的款项给公司，作为赔偿。

二十二、出差旅费

本公司对于合理的出差进行相应的报销，请从事销售的人员在报销时，出示相应的票据，按据报销。

二十三、活动经费预算

销售活动所需的经费预算应于每月月初决定。

二十四、活动经费认可

销售经费的认可只限于销售活动中所支出的费用，超出此限不予认可。

二十五、预付款和结算的相关条件

各项销售经费的支出采用预付与结算两种，条件如下：

1. 结算方式的付款单附上收据证明；
2. 预付方式只适合于事前由本公司认可者为主。

二十六、报告及会议

1. 销售部门必须将每月的活动及业务处理状况记入日报表，经由主管、经理，向总经理提出。

2. 销售部门应根据每月及上个月的订单量、转拨余额，本月接受订货的总额，本月的交货额、生产额、未收款项余额，各项接收订货的产品内容等制作成月报表，并经由经理审核后转呈报告给总经理。

3. 每月或每月初，销售部门总经理应召集经理、主管及其他负责人员举行有关销售的会议。

范例（二）

公司销售管理制度

通 则

第一条 总则

本章程规定本公司××营业部门（以下简称部门）的机构、权限、运作及处理等等相关事项。

第二条 部门的业务范围

本部门依照总公司营业部门的指示，在独立营业计划与独立核算制度的原则下，负责指导管理所管辖的营业所，并负责管辖区域内的订货契约、收款及开拓新客户等相关的业务运作及业务处理。

第三条 部门的所在地及称呼

部门设在全国的各主要都市，在称呼时各冠上该市名称。

第四条 重要事项的决定

部门的设置、改制、废止，管理区域及经理的任免，都由董事会决议后执行。

第五条 规章的制定、修改与废止

本规章的制定、修改与废止都由董事会决定。施行细则则由总公司营业部长决定。

机 构

第六条 部门的机构设置

部门设经理，经理之下设业务及事务二科，管辖区域内设营业所。

第七条 营业所的设置、废止

营业所的设置、废止及店长的任免，由总公司营业经理经征询董事会意见后决定。

第八条 管理者

部门可依情况需要，设副经理及部门顾问。另外，科设科长，如情况必要可设科顾问及主任。

第九条 特别回收科的设置

部门可依情况需要，设置特别回收科。

第十条 营业部的组织

营业所由店长、业务主任、事务主任、内勤职员、外勤职员

及业务人员等成员构成，人员数目另行规定。

营业所可依情况需要，设置副店长。

第十一条 经理的职务范围

经理所负责的职务范围如下：

(一) 企划、指示营业方法。

(二) 经常调查、听取营业情况的发展以决定营业方针。

(三) 听取部内及营业所的业务报告，并随时监视业务实况。

(四) 裁决部内的人事。

(五) 举行业务上的磋商会议。

(六) 排除业务上的困难。

第十二条 副经理的执行职务

副经理负责辅佐经理，并根据经理的指示，负责掌管职务，如经理发生事故，副经理代行其职。

第十三条 科长职务的代理

关于科长的职务代理，也根据前条的规定进行。

第十四条 业务科

业务科负责执行的业务包括下列七项：

(一) 制定订货的计划并负责其运作。

(二) 对契约进行监督、指导。

(三) 加强、完备营业所的体制。

(四) 管理营业所的业务并负责指导。

(五) 负责指导、教育业务人员。

(六) 负责外卖人员的采用、解雇、升迁、降职及出勤管理。

(七) 调查各营业所及外勤人员的业绩。

第十五条 事务科

事务科执行的业务则包括下列七项：

- (一) 处理契约事务及审查契约。
- (二) 制定契约费用的回收计划并负责其运作。
- (三) 实施营业收支计划与负责出纳事务。
- (四) 负责管理内勤人员的薪资、变动及出勤。
- (五) 处理部内的用品供应等事务。
- (六) 负责文书的收发管理。
- (七) 处理部内的风纪、对外交涉、车辆及总务等等。

第十六条 特别回收科

特别回收科应负责执行的任务如下：

- (一) 防止货款延期及负责催收。
- (二) 制作与回收有关的法律手续及有关的报告。

权 限

第十七条 管理阶层的权限

经理、副经理、科长、营业店长的权限须依本节的规定行使。

第十八条 对权限的质疑

如对部内的权限有所质疑时，须向经理请示，经理则向总公司营业副经理请示后才能决定。

第十九条 经理的更替

经理在接受总公司营业部经理的指示后，统筹管理所属的业务并负责。当经理发生更替时，经理须将事务交接完毕，方可卸责。

第二十条 经理的职责

经理的职务责任包括下列三项：

- (一) 直接监督科长及营业所店长。
- (二) 负责企划所属业务的运作。
- (三) 迅速、确实地处理业务。

第二十一条 经理的自行决定及请示事项

经理可自行决定及必须经由请示的事项包括下列各项：

(一) 营业方面

1. 自行决定事项

(1) 指示科长及营业所店长处理部门的业务运作，并负责其管理；

(2) 决定外部销售人员的任用、异动、解雇；

(3) 负责支付外勤人员的薪资；

(4) 负责缔结团体契约与约定；

(5) 决定另有规定范围内的契约。

2. 请示事项

(1) 外勤人员的任用、升迁、解雇及职员的特别任用；

(2) 营业所的设置、废除及店长的任免。

(二) 经营管理方面

1. 自行决定事项

(1) 另有指示的费用或限度以内的支出；

(2) 监察部门的收支，营业所的业务及会计业务。

2. 请示事项

(1) 指示以外的费用的支出，属许可费用但超出限度额的支出；

(2) 公司房地产及不动产的买卖、借贷。×万元以内的紧急维修契约不在此限之内；

(3) 设定未经公司指示的交易银行；

(4) 以部门名义乐捐及支出协会费用等。

(三) 人事方面

1. 自行决定事项

裁决所属人员五日以内的休假、出差、早退、加班、假日出勤等事项的批准与否，但科长及营业所店长的管辖外出差则需请