

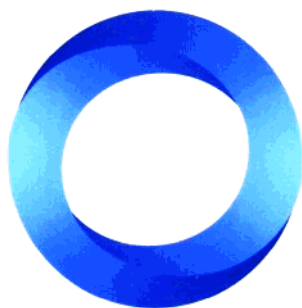
中小企业（公司）标准化管理全书

MANAG  EMENT

市场营销管理

制度·表格·文书

企业标准化管理应用中心/编



MARKET MANAGEMENT



随书附光盘

修改
下载 填写
打印

中国言实出版社

中小企业（公司）标准化管理全书



市场营销管理

制度·表格·文书

企业标准化管理应用中心·编

MARKET
MANAGEMENT

中国言实出版社

图书在版编目(CIP)数据

中小企业(公司)标准化管理全书/企业标准化管理应用中心编.

—北京:中国言实出版社,2004.7

ISBN 7-80128-571-9

I.中…

II.现…

III.中小企业—企业管理:标准化管理

IV.F276.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2004)第 065074 号

出版发行 中国言实出版社

地址:北京市朝阳区北苑路 180 号加利大厦 5 号楼 105 室

邮编:100101

电话:64924761 64924716

E-mail:zgyscbs@263.net

经 销 新华书店

印 刷 北京顺诚彩色印刷有限公司

版 次 2004 年 10 月第 1 版 2004 年 10 月第 1 次印刷

规 格 787×1092 毫米 1/16 83.75 印张

字 数 1765 千字

定 价 196.00 元(全四册)

目 录

市场营销管理制度

第一节 市场销售管理制度

一、综合销售管理制度	2
二、销售事务管理制度	2
三、销售事务管理办法	6
	8

第二节 市场营销调查计划管理制度

一、销售计划书	11
二、年度销售计划管理办法	11
三、销售计划管理办法	12
四、市场调查管理制度	16
五、市场调查管理办法	23
六、竞争对手调查管理办法	24
七、销售动态调查管理办法	30
八、个人调查操作规程	31
	32

第三节 市场营销价格管理制度

一、营销价格管理制度	34
二、调价管理办法	34
三、营销定价管理办法	36
四、降价销售管理办法	38
	39

第四节 市场营销渠道管理制度

一、营销渠道管理规定	41
二、经销商年终奖励办法	41
三、批发商管理办法	43
	46

四、特约店管理办法	50
五、代理店管理办法	52
六、连锁店管理办法	54
七、经销商付款奖励办法	58
八、营销渠道管理制度	58
第五节 市场营销促销管理制度	
一、营销促销管理制度	61
二、产品宣传管理办法	61
	63
第六节 市场销售人员管理制度	
一、销售经理管理手册	65
二、销售人员标准作业手册	65
三、销售人员奖惩办法	87
四、销售人员考核办法	96
五、销售人员教育训练办法	97
六、销售人员管理制度	98
	99
第七节 市场营销客户管理制度	
一、客户关系管理制度	101
二、客户开发管理制度	101
三、客户档案管理办法	107
四、客户名册管理办法	108
五、售后服务管理办法	109
六、客户投诉管理办法	110
七、客户信息管理办法	113
八、客户需求信息处理办法	119
	119
第八节 市场营销情报管理制度	
一、情报管理制度	121
二、客户名簿处理制度	121
三、订单情报处理制度	122
四、个人调查实施方法	123
五、竞争对手调查实施要点	124
六、市场调查及预测工作管理制度	126
七、企业部业务接洽追踪办法	128
	129

市场营销管理表格

第一节 市场调研管理表格

一、市场调研计划表	132
二、同类产品市场价格调查表	132
三、同类产品竞争厂商调查表	133
四、市场各地区竞争产品价格调查比较表	134
五、产品市场占有率分析表	135
六、消费者意识变化分析表	136
七、消费者购物情况调查表	137
八、顾客流量调查表	138
九、顾客构成调查表	139
十、顾客购买动向调查分析表	140
十一、顾客购买数量调查表	141
十二、顾客咨询内容记录表	142
十三、产品市场占有率预测表	143
十四、市场开拓调查分析表	144
十五、市场开拓调查表	145
十六、市场总需求量调查估计表	146
十七、市场畅销产品分析表	147
十八、市场产品营销分析表	148
十九、人·财·物流动分析表	149
二十、市场商品单价调查表	150
二十一、企业各销售地区市场销售状况统计表	151
二十二、市场客户巡回调查日报表	152
二十三、市场巡回调查状况月报表	153
二十四、市场同行业竞争企业比较表	154
二十五、企业产品市场性调查分析表	155
二十六、企业信息来源分析表	156
二十七、企业产品形象分析表	157
	158

第二节 市场销售业务管理表格

一、市场销售费用预测表	159
二、客户销售计划明细表	159
	160

三、市场营业日报表(一)	161
四、市场营业日报表(二)	162
五、市场销售日报表	163
六、市场销售明细表	164
七、市场销售目标与实绩对照表	165
八、业务代表工作日报表	166
九、市场营业目标管理表	167
十、市场销售业务分析报表	168
十一、市场销售业务表	169
十二、市场销售管理月报表	170
十三、市场销售实绩月份统计表	171
十四、市场营业调查表	172
十五、市场营业分析表	173
十六、市场收付款条件变动表	174
十七、市场业务投标结果报告表	175
十八、市场销售业务负面情报分析改善表	176
十九、市场营业经过报告表	177
二十、企业销售业务管理统计表	178
第三节 市场销售目标管理表格	
一、市场产品销售计划表	179
二、市场销售目标预测表	179
三、市场月份销售目标管理表	180
四、市场月份销售计划明细表	181
五、市场年度销售计划表	182
六、市场季节因素调整计算表	183
七、商品市场销路调查分析表	184
八、市场交易记录表	185
	186
第四节 市场营销价格管理表格	
一、产品市场价格统计表	187
二、产品售价表	187
三、产品报价单	188
四、产品成本估价表	189
五、产品成本定价表	190
	191

六、产品计价单	192
七、产品单价变动表	193
八、产品价格分析表	194
九、产品价目表	195
十、产品定价策略表	196
第五节 市场营销渠道管理表格	
一、特约店资料调查表	197
二、代理店资料调查表	198
三、产品存货统计表	199
四、产品出货登记表	200
五、产品出货进度表	201
六、营销产品进销存管理表	202
七、营销产品库存周报表	203
八、营销产品产销统计表	204
第六节 市场营销促销管理表格	
一、市场促销申请单	205
二、营销促销活动计划表	206
三、市场营销促销成效汇总表	207
四、企业营销促销活动分析表	208
五、营销促销成本评估表	209
六、广告预算明细表	210
七、产品广告实施报告表	211
第七节 市场营销人员管理表格	
一、营销人员时间管理表	212
二、营销人员作业记录表	213
三、销售人员业务洽谈评价表	214
四、销售人员毛利统计日报表	215
五、业务人员销售统计表	216
六、营销业务人员业绩报表	217
七、营销人员工作实绩记录表	218
八、营销人员周别行动计划表	219
九、营销人员人际关系分析表	220

第八节 市场营销客户管理表格

一、客户登记表	221
二、客户销售统计表	221
三、客户销售份额分布表	222
四、客户交易信息日报表	223
五、客户销售统计表	224
六、客户销售对策表	225
七、客户馈赠申请表	226
八、客户收款状况统计表	227
九、客户数量变动分析表	228
十、客户分类记录表	229
十一、一级客户记录表	230
十二、特殊客户优惠申请表	231
十三、客户投诉处理部门分类表	232
十四、客户索赔用表	233
十五、客户投诉处理回复表	234
十六、客户投诉案件统计表	235
十七、客户资料分析表	236
十八、市场开发评估表	237
十九、新商品销路调查表	238
二十、新开发客户记录表	239
二十一、客户公司信用度分析表	240
二十二、客户职员信用度评价表	241
二十三、客户营业方针规划表	242
二十四、企业问题客户检核表	243
	244

第九节 市场营销环节管理表格

一、客户购货订单表	245
二、客户订单明细表	245
三、客户商品送货单	246
四、客户历年销售业绩表	247
五、客户销售实绩统计表	248
六、客户年度销售额明细表	249
七、客户订货统计明细表	250
八、客户销货登记表	251
	252

九、客户销货明细表	253
十、客户销售计划执行统计表	254
十一、市场营销动态分析表	255
十二、客户营业效率分析表	256
十三、客户赊销款余额管理表	257
十四、客户销售收款日报表	258
十五、客户问题账报告表	259
十六、客户产能目标管理表	260
十七、客户绩效管理表	261
第十节 销售诊断管理表格	
一、年度报告分析表	262
二、推销战略方案表	262
三、顾客询问内容记录表	263
四、顾客购买量调查表	265
五、商店经营诊断报告表	266
六、来店客人购买动向调查报告表	267
	268

市场营销类文书写作与范例

一、市场调查报告	270
二、市场营销决策报告	272
三、市场营销计划书	273
四、确定性市场营销决策报告	278
五、未决定性市场营销决策报告	279
六、营销策划书	279
七、营销推广方案	286
八、促销计划书	291
九、营销计划管理用表	293
十、产品推介书	302
十一、产品说明书	304
十二、产品成本分析报告	305
十三、产品定价分析报告	307
十四、投资计划书	310
十五、技术改造计划书	311

十六、利润分配计划书	312
十七、合营项目可行性研究报告	313
十八、市场预测报告	324
十九、市场动态报告	325
二十、产销分析报告	326
二十一、风险性营销决策方案报告	327
二十二、营销组合实施评估报告	328
二十三、客户投诉处理报告	328
二十四、营销管理办法	330
二十五、营销价格管理办法	333
二十六、营销管理注意事项	335
二十七、营销渠道管理办法	336
二十八、销售计划纲要	339
二十九、营销计划管理办法	340
三十、促销管理办法	345
三十一、销售人员管理办法	347
三十二、客户管理办法	349

市场营销管理制度

MANAGEMENT



第一节 市场销售管理制度

一、综合销售管理制度

第一条 目的：

为加强公司销售管理,增强公司实力和综合竞争力,特制定本规则规范公司销售管理。

第二条 适用范围：

本规则适用于公司一切销售活动。

第三条 销售活动：

公司各项销售活动必须积极开展,力争使公司各项业务得到迅猛发展。

第四条 销售人员须知：

公司销售工作的人员,应在所属主管的监督指导之下,彼此信任、相互协作,相互团结力争使公司销售利润最大化。

第五条 各种规则的遵守：

公司人员除本规则及其他规定外,对于公司临时发出的传达或命令,也应视同本规则遵守。

第六条 连带保证制度：

对于从事销售业务人员,应尽快设立连带保证制度。

第七条 事前调查：

从事销售业务人员,对于对方的付款能力等,应做事前调查,并衡量本公司的生产能力是否能依对方的订购内容作配合后,再行决定是否受理订货。

第八条 调查事项：

从事销售工作人员,应随时做好下列四项的调查,并将内容报告给所属主管：

1. 预定下订单的机关、公司及学校的概况。
2. 调查与下订单者有交易关系,并为本公司竞争对象的同业者、设计事务所、建设业者。
3. 下订单的对方与本公司的关系及以往的订货实绩、付款情况。
4. 如为第一次交易者,应就其经历、负责人、性格、资金、往来银行、从业人员数目、每月生产能力及交易能力、有无与本公司的竞争同业交易、业务内容等进行调查。

第九条 订货情报：

订货情报应尽快取得,并在所属经理的指导之下,尽快展开有效率的销售活动。

第十条 估价单的提出：

在提出估价单时,应先取得所属主管的裁决认可后,方得提出。

第十一条 严格遵守价格及交货期:

在受理订货时,除了应遵守公司规定的售价及交货期外,对于下列五项规定也应确实遵守:

1. 品名、规格、数量及契约金额。
2. 具体的付款条件:付款日期、付款地点、现金或支票、支票日期、收款方式。
3. 除特殊情况以外,从订货受理到交货之间的期限,一般以3个月为主。
4. 交货地点、运送方式、距离最近的车站等等交货条件。
5. 安装、运转及修理等所需的技术派遣费的协定。

第十二条 契约书的提出:

如前述条件已具备,应将订货受理报告书连同订购单及契约书等证明订货事实的资料,一起提出给所属的主管。

第十三条 注明新旧客户:

1. 订货受理报告书中对于订购者是新客户或者已有往来的客户须注明清楚。
2. 如果是旧客户,应依据交货日期记明目前的未付款项余额。另外,尚需注明交易前或交易中是否有意外事故发生。新客户则重新处理,旧客户如曾有不良记录者予以标示。

第十四条 契约上的留意点:

在受理订货或订立契约时,应先确认工程现场及相关施行范围、规格设计等事宜。

第十五条 在受理订货或订立契约时,应依照下列四项条件选择交易公司、缔结付款条件:

1. 对于已往一向忠实履行付款条件的旧客户,可依照惯例认可本交易,但仍必须规定在6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. 即使是旧日即已往来的客户,仍应依照其付款能力的好坏,采取由交货处代理受领或直接契约的方法。
4. 对于过去曾发生过支票不兑现或不信守契约行为的客户,一概不接受代理受款以外的订货方式。

第十六条 免费的追加补货:

交货后,若基于客户的要求或其他情况的需要,必须免费追加机械器具或零件等物品的话,须事前提出附有说明的相关资料给总经理,取得其裁决。

第十七条 损失负担:

因前项而发生损失的责任归属问题,则另订条文规定。

第十八条 报告:

从事销售业务人员对于本规则第八条所规定的内容,应提出下列资料,并经由所

属主管直接向董事长报告：

1. 每日的活动情况(每日)。
2. 3个月内的订货受理内容报告(每月最后一日)。
3. 收款预定(每月最后一天)。

第十九条 报告的检查：

根据前项提出的报告,管理科进行检查后,设立3个月的营业方针计划,并对成果进行调查。

第二十条 订货确认、变更的通知：

1. 管理或生产部门针对生产能力进行评估,再依据订货受理报告书的条件及内容,做好确认之后,迅速发出订货确认的通知或变更通知给负责人员。

2. 负责受理订货人员在收到前项变更通知后,须立即与订货者联络,并设法努力与订货人交涉,使订货条件符合规定。

第二十一条 管理科：

管理科应针对订货受理及交货等状况加以调查、分析,并负责督促交货事宜。

第二十二条 销售价格表：

销售价格表须随身携带,但不可借给或流传到第三者手中。另外,经过公司许可借出的图表等资料,也应迅速设法收回。

第二十三条 目录等的配发：

目录及其他销售上的必要资料,必须慎选对象后发放。

第二十四条 销售奖金制度：

公司另设有销售奖金制度,以资奖励直接从事销售业务人员及特约店(代理店)。

第二十五条 贷款的回收：

负责受理订货者应对贷款回收事宜负责。

第二十六条 回收贷款时的注意事项：

负责回收贷款者必须遵守下列三点事项：

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,不断设法使对方如期付款。

第二十七条 提出收款预定：

负责人员应于每月月底将订货对方3个月间的收款预定表提出给所属主管。预定表的要领如下：

1. 以每月的10日、20日及月底做区分,注明各现金款项及票据的金额。
2. 管理科依据收款预定表,交给负责受理订货人员,并交付余额确认书及付款通知书等,借此督促、加强收款业务。

第二十八条 无法收款时的赔偿：

当货款发生无法兑现,判定已无收款可能时,负责人员须由其薪资中扣除相当于此货款的 30% 额度,作为赔偿。

第二十九条 不良债权的处理:

交货后 6 个月内,对方仍拖欠货款时,一般视为不良账款,应由负责人员从其薪资中扣除相当于该款项的 15% 金额,赔偿给公司。但是,前项规定实施后的两个月以内,如果该货款的总额已获回收,则前项赔偿金的二分之一应退还给负责人员。

第三十条 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。另外,对于国营机构,其回扣行为将不予认可。

第三十一条 回扣:

如契约规定,并经得公司许可必须赋予回扣时,只能以限定比例支付。

第三十二条 销售佣金。销售佣金之处理则依照第三十条及第三十一条的回扣条件来施行。

第三十三条 订货取消及退还货品。当发生订货取消或要求退货等事件,应立即依照规定步骤,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,始可更正自己所持有的销货内容。

第三十四条 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。

第三十五条 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。

第三十六条 预付款的申请:

出差应依据公司规定的方式,于出差前的 4 天(包括请款日)向所属主管提出出差费的预付,并取得董事长的认可,始可向管理科申请支付。

第三十七条 出差旅费:

关于出差旅费的申请,请依据另行规定的旅费规章办理。

第三十八条 日报的提出:

出差者应依照另行规定的步骤,从出发日起按日提出自己的活动状况报告。

第三十九条 明示所在处:

出差者应将自己未来数天的去向告知公司或留言给将离去之处,让公司随时知道自己的所在。

第四十条 旅费的核算:

出差旅费的核算应于返回公司两天内,依照规定的步骤,向所属主管提出报告。

第四十一条 以贷出款处理:

出差者在返回公司上班的3天内(包括归来的当天)未提出核算书时,则预付给该人的出差费即视为对该出差人的贷款,且不再支付出差旅费。

第四十二条 技术人员的派遣:

关于派遣技术人员到其他公司服务时,须事先附上对方公司的要求书,转呈所属主管,取得其许可,并提出派遣委托书始准派遣。

第四十三条 派遣内容:

关于技术派遣须依照另行规定的工务规章来实施。

第四十四条 活动经费:

销售活动所需的经费预算应于每月月初决定。

第四十五条 销售的各项经费:

销售经费的认可只限于前条所规定的范围内,超出此限者则不予认可。

第四十六条 销售经费的处理:

各项销售经费须在付款账目中分别记入规定的计算科目,并依照规定的格式提出申请。

第四十七条 预付款及结算:

各项销售经费的支出采取预付与结算两种方式,但两者都必须具备下列两项条件:

1. 结算方式的付款须附上收据证明。
2. 预付方式只限于事前有公司认可者为主。

第四十八条 经费的认可:

在申请各项销售经费的支出时,各负责人员应备齐相关资料,并于规定的期限内,提交给所属的主管,取得其认可。

第四十九条 经费的运作:

各负责经理对于预算及各项销售经费的运用须负起责任。

二、销售事务管理制度

第一条 为加强公司营销管理,增强公司综合势力,特制定本办法。

第二条 交货、检查、配送:

(一)对已接受订单的工程,工务科应生产日报,使工程的进行程序得以明确,并在适当的机会通知发出订单的客户。

(二)当生产即将完成时,应与工务科协议,选择指定交货日前的适当时日,通知交货对象。如交货有迟延的顾虑时,也应事先通知对方,求得谅解。

(三)在进行产品的检查时,应详细填写相关资料。

(四)依据传票发送出货产品,并在发送货时,详细填写相关表格。