

C O M P A N Y

一套根本解决中国私营公司运营发展的书



科博斯管理丛书

私营公司必备文案制度表格

# MANAGEMENT TEXT SYSTEM MODEL FOR PRIVATE ENTERPRISE

## 「私营公司」 营销管理 「文案制度表格」

■ 实用 权威 全面 新颖 系统 ■

科博斯企业管理研究中心 / 编



随书附光盘

中国和平出版社

ZHONGGUOHEPINGCHUBANSHE

C O M P A N Y

F276.5

4

科博斯

KERBOS

科博斯管理丛书

私营公司必备文案制度表格

MANAGEMENT TEXT  
SYSTEM MODEL  
FOR PRIVATE ENTERPRISE

「私营公司」

营 销 管 理

「文案制度表格」

科博斯企业管理研究中心 / 编



随书附光盘

中国和平出版社

ZHONGGUOHEPINGCHUBANSHE

222706

**图书在版编目 (C I P) 数据**

私营公司必备文案制度表格/科博斯企业管理研究中心编. —北京: 中国和平出版社, 2003.10

ISBN 7-80154-067-0

I. 私… II. 私… III. 私营企业—企业管理—表格 IV. F276.5

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2003) 第 078090 号

私营公司必备文案制度表格

**私营公司营销管理文案制度表格**

科博斯企业管理研究中心/编

---

**出版发行:** 中国和平出版社

(北京市西城区鼓楼西大街 154 号 邮编: 100009 电话: 84026019)

**经 销:** 全国新华书店

**印 刷:** 北京普瑞德印刷厂

**开 本:** 800 × 1010mm 1/16

**字 数:** 400 千字

**印 张:** 190

**版 次:** 2003 年 10 月第 1 版

**印 次:** 2003 年 10 月第 1 次印刷

**书 号:** ISBN 7-80154-067-0/G·061

**全套定价:** 290.00 元 (本册: 58.00 元)

---

本书如有质量问题, 由经销店负责调换

007822

# 前 言

“世界潮流，浩浩荡荡，顺之者昌，逆之者亡”，市场经济浪潮20年来引发了中国私营企业百舸争流的场景。个体解放的游戏规则使许多胆大之士洗脚上田操办家庭作坊从而成为一代企业家，许多舍弃铁饭碗体制的人另起炉灶，拥有了自己的企业。经历过屡次政治和经济的论争，私营企业终于被确认为国民经济的“重要组成部分”，长期以来困扰私营企业的阴影被从此驱散，私营企业迎来了本世纪最后一次发展机会。

然而，私营企业的成长并不是那样平坦。在市场经济体制不断完善，改革开放日益深入的今天，经济全球化正在步步逼近，信息交流和信息处理能力在经济管理工作中起着越来越重要的作用。特别是互联网在企业管理中的广泛利用，企业间的竞争已经不再局限于国内企业之间，而是与狼共舞。私营企业在这样巨大的国际环境下，不免显得有些捉襟见肘，但尽管在如此激烈的竞争中，大浪淘沙后总有那么一些私营公司的业务始终稳步发展，规模不断扩大。他们到底拥有什么样的“法宝”，以至于在激烈的市场竞争中稳立足、快发展、击败强大的竞争对手而实现企业的持续成长呢？答案只有一个：完善管理。

在经过对大量国内成功私营企业的悉心研究后，我们策划了本套丛书，旨在让那些始终坚持不懈的私营企业搭好这趟高速列车。本丛书在创作过程中精选了国内大量成功私营企业的管理文案、制度、表格，涵盖了企业经营与管理的每一个层面与具体运用规程，将大量管理工作系统化、规范化、科学化、标准化。使繁琐变得简单、杂乱变得有序、迟缓变得高效。同时也将抽象的企业管理理论蕴涵到科学具体的操作制度中，简洁、直观、实用、重点突出，构建了一套现代企业管理所需要的规范文案、制度、表格。

本丛书针对各类私营公司的管理，具有很强的操作性、广泛的应用性和极具参考的权威性，其内容参照国际上流行的最新标准，贴近日常管理实际，可直接仿照范例来制定和完善本企业的操作文案、制度、表格。另外，为了最大限度的为私营公司提供更为便捷的服务，本丛书还附赠光盘，企业可根据情况随意下载、修改、打印，可大幅度地提高企业的工作效率。

在编写过程中，尽管我们殚精竭虑，慎择约取，但也难免有不当之处，在此我们恳请广大读者不吝赐教。

最后，祝愿所有渴望成功的私营企业一路走好，未来的辉煌永远是属于你们的！

科博斯企业管理研究中心

# 目 录

## 第一章 私营公司营销战略规划管理 / 1

为保证企业有效经营和高速发展、企业需要不断地对市场进行调研和分析,并结合自身情况,有目的、有步骤地制定出相应的战略和决策,以适应不断变化的市场需求。私营企业营销战略规划管理通常包括营销战略规划管理文案、营销战略管理表格和营销战略规划管理制度。

### 一、私营公司营销战略规划管理文案 / 1

1. 营销计划书 / 1
2. 营销策划书 / 4
3. 年度营销计划书 / 13

### 二、私营公司营销战略规划管理制度 / 16

4. 营销计划管理制度 / 16

### 三、私营公司营销战略规划管理表格 / 25

5. 营销计划表(一) / 25  
营销计划表(二) / 25
6. 年度销售总额计划表 / 26
7. 月份商品销售额计划表 / 27
8. 部门与客户销售额计划表 / 28
9. 销售费用计划表 / 29
10. 营销预算计划表 / 30
11. 营销收款计划表 / 31
12. 部门盈亏管理计划表 / 32

## 第二章 私营公司营销调研决策管理 / 33

私营公司营销调研决策管理是企业客观地对内、外环境进行调研、分析和预测,从而从宏观上对企业的整体营销加以引导和规划,从而保证企业各项事业健康有序的发展。

### 一、私营公司营销调研决策管理文集 / 33

1. 市场调查报告 / 33
2. 市场环境预测报告 / 39
3. 市场环境分析报告 / 46
4. 市场动态分析报告 / 48
5. 可行性研究报告 / 49

### 二、私营公司营销调研决策管理制度 / 55

6. 市场调查管理制度 / 55

### 三、私营公司营销调研、决策类管理表格 / 64

7. 产品营销分析表 / 64
8. 产品形象分析表 / 65
9. 产品市场性分析表 / 66
10. 产品需求占有率预测表 / 66
11. 销售业务分析表 / 67
12. 消费者情报分析表 / 68
13. 市场开拓可行性分析表 / 69
14. 市场销售网点比较分析表 / 70
15. 消费者观念变化分析表 / 71
16. 消费者购买动向调查表 / 72
17. 消费者购物行为调查表 / 73
18. 消费者流量调查表 / 73

## 第三章 私营公司营销价格策略管理 / 74

价格直接关系到市场需求量的大小和企业利润的高低,因此它是市场营销中最敏感的一个因素,也是最关键的一个问题。在市场经济条件下,企业产品的定价策略就显得非常重要。本章就市场营销价格策略中的重点、难点给大家予以详细的介绍。

### 一、私营公司营销价格策略管理文案 / 74

1. 价格趋势分析报告 / 74
2. 价格调整分析报告 / 76
3. 市场价格调查报告 / 79
4. 产品成本分析报告 / 83
5. 产品定价分析报告 / 85
6. 产品定价方案 / 89
- 二、私营公司营销价格策略管理制度 / 91
7. 营销定价管理制度 / 91
- 三、私营公司营销价格策略管理表格 / 94
8. 定价管理用表 / 94
9. 成本估价单 (A) / 95
- 成本估价单 (B) / 96
- 成本估价单 (C) / 97
10. 成本估价卡 / 98
11. 产品定价分析表 / 99
12. 产品价格分析表 / 100
13. 产品售价计算表 / 101
14. 产品价格调整表 / 102
15. 产品价格调整分析表 / 103
16. 产品价目分类表 / 104

#### 第四章 私营公司营销渠道管理 / 105

在日趋激烈的市场竞争条件下,企业营销渠道的培育显得尤为重要。营销渠道策略就是指企业在适当的时间,以适当的方式从不同角度和不同层次满足消费者的一种方式。营销渠道培育管理文案一般包括营销渠道系统计划书,营销渠道系统诊断书,批发、零售管理文案等。

- 一、私营公司营销渠道管理文案 / 105
1. 营销渠道计划书 / 105
2. 营销渠道诊断书 / 109
3. 零售商管理计划书 / 111
4. 批发商管理计划书 / 111
5. 零售事务常用文书 / 112

## 二、私营公司营销渠道管理制度 / 116

6. 特约店组织制度 / 116

7. 批发商管理制度 / 120

## 三、私营公司营销渠道管理表格 / 126

8. 销售计划表 / 126

9. 应收账款日记表 / 128

10. 未收款项报告表 / 129

11. 收款日报表 / 130

12. 工作日报表 (A) / 131

工作日报表 (B) / 132

13. 业绩统计比较表 / 133

14. 业绩月累计比较表 / 134

15. 业务员销售统计表 / 134

16. 销售目标完成率计算表 / 135

17. 收款票据损益增长统计表 / 136

18. 销售利润增长统计表 / 136

19. 绩效指标构成表 / 137

20. 业务员作业时间统计表 / 137

21. 业务活动分析表 / 138

## 第五章 私营公司营销促销管理 / 139

私营公司营销促销管理,是私营公司在开展促销活动时所运用的一种综合管理制度。所谓的促销主要指企业为使既有客户及潜在客户进一步购买而制定的一种销售活动。

### 一、私营公司营销促销管理文案 / 139

1. 促销计划书 / 139

2. 促销策划书 / 146

3. 销售计划书 / 150

4. 广告策划书 / 154

5. 广告文稿 / 165

6. 销售人员培训方案 / 167

7. 营业推广规划方案 / 174

8. 营业推广促销活动策划书 / 177

二、私营公司营销促销管理制度 / 182

9. 营销促销管理制度 / 182

10. 促销宣传管理制度 / 184

11. 促销奖励管理制度 / 193

三、私营公司营销促销管理表格 / 204

12. 市场促销申请表 / 204

13. 市场促销活动计划表 / 205

14. 宣传业务报告书 / 206

15. 广告预投及实施报告表 / 207

16. 广告费用补贴申请表 / 208

17. 促销申请表 / 209

18. K/A 促销申请表 / 210

19. 促销活动申请表 / 211

20. 促销活动成果汇总表 / 212

**第六章 私营公司营销产品战略管理 / 213**

私营公司营销产品战略管理是根据自身实际情况,并充分结合市场调研制定的经营战略和措施,旨在迅速适应变化发展的市场环境,为企业的整体营销和有效经营提供有力的帮助。

一、私营公司营销产品战略管理文案 / 213

1. 新产品开发可行性分析报告 / 213

2. 新产品开发报告 / 219

3. 新产品开发决策报告 / 220

4. 产品设计可行性分析报告 / 222

5. 产品技术任务书 / 223

6. 产品市场开拓计划 / 224

7. 产品说明书 / 226

8. 产品商标管理文书 / 228

9. 新产品商标注册申请书 / 229

10. 专利申请书 / 231

二、私营公司营销产品战略管理制度 / 235

11. 产品开发管理制度 / 235

12. 产品试制制度 / 243

- 13. 产品投产制度 / 246
- 三、私营公司营销产品战略管理表格 / 247
- 14. 产品改良申请书 / 247
- 15. 产品开发计划 / 248
- 16. 开发工作记录表 / 249
- 17. 开发研究预算表 / 250
- 18. 产品开发报告书 / 251

## 第七章 私营公司质量管理 / 252

在市场经济条件下,质量就是企业的生命。尤其是中国加入WTO之后,质量问题显得尤为突出。事实上,企业的产品或服务能否适销对路,能否迅速占领市场,说到底还是个质量问题。本章汇集了大量中外质量管理精典案例,意在抛砖引玉。

### 一、私营公司质量综合管理文案 / 252

- 1. 质量成本报告书 / 252
- 2. 质量检查分析报告 / 254

### 二、私营公司质量管理制度 / 256

- 3. 质量管理制度 / 256

### 三、私营公司质量管理表格 / 265

- 4. 质量管理工作计划表 / 265
- 5. 内部质量审核计划表 / 266
- 6. 质量管理用表 / 267
- 7. 品质检验标准表 / 268
- 8. 检验规范设(修)订表 / 269
- 9. 检验委托单 / 270
- 10. 检验通知单 / 271
- 11. 品质抽样检测结果 / 272
- 12. 检验作业日报表 / 273
- 13. 检验科日报表 / 274
- 14. 质量异常处理管理用表 / 275
- 15. 制程质量异常处理单 / 275
- 16. 品质抽查记录表 / 276
- 17. 品质因素变动表 / 277

- 18. 品质追查单 / 277
- 19. 品质改善分析表 / 278
- 20. 品质改进通知单 / 279
- 22. 品质改善交办单 / 280
- 22. 申请国际标准产品认定报告书 / 281
- 23. 国际标准产品认定报告书 / 282

## 第八章 私营公司售后服务管理 / 283

如今的市场竞争早已超越了产品本身竞争的范围, 良好的售后服务更是产品优越品的真正体现。因此, 企业在为客户提供商品的同时, 必须有规范而高效的售后体系作保障。本章就售后服务所涉及的各种文案进行重点的介绍。

### 一、私营公司售后服务管理制度 / 283

- 1. 售后服务管理制度 / 283

### 二、私营公司售报服务管理用表 / 298

- 1. 售后服务日报表 / 299
- 2. 售后服务报告表 / 300
- 3. 客户提案表 / 301
- 4. 客户抱怨处理表 (A) / 302
- 客户抱怨处理表 (B) / 303
- 5. 客户抱怨处理报告表 / 304
- 6. 客户投诉记录表 / 305
- 7. 客户投诉处理通知书 / 306
- 8. 客户投诉处理表 / 307
- 9. 客户投诉处理日报表 / 308

## 第九章 私营公司客户关系管理 / 309

客户是企业的重要资源, 是市场营销的重要环节, 企业的其他环节都是紧紧围绕这一环节而进行的。在当今的市场经济条件下, 客户就是上帝。企业要想在竞争中取得优势, 就要以客户为中心, 即要注重客户的开发, 更要注重客户的维护, 从而最终形成良好的客户关系, 确保企业的健康发展。

### 一、私营公司客户开发管理制度 / 309

1. 客户开发管理办法 / 309
2. 售后服务管理办法 (一) / 312  
售后服务管理办法 (二) / 315
3. 客户投诉管理办法 / 316
4. 客户维护管理办法 / 322
5. 客户信息管理办法 / 325
- 二、私营公司客户关系管理用表 / 329
6. 客户开发程序表 / 330
7. 客户开发评价表 / 331
8. 新客户相关要素调查表 / 331
9. 新开发客户报告表 / 332
10. 新客户认定申请表 / 333
11. 重要客户对策表 / 334
12. 原有客户交易对策表 / 334
13. 问题客户检查表 / 335
14. 客户升级评审表 / 335
15. 客户信用调查表 / 336
16. 客户信用评判表 / 337
17. 客户信用分析表 / 338
18. 客户信用审核表 / 339
19. 客户资料卡 / 340
20. 客户等级分类表 / 342
21. 客户地址分类表 / 343
22. 客户区域分类表 / 344
23. 客户登记表 / 345
24. 客户信息日报表 / 346
25. 客户管理卡 / 347
26. 客户分析表 / 348
27. 客户分布状况一览表 / 349
28. 客户统计表 / 350
29. 客户销售资料一览表 / 351
30. 客户信用管理卡 / 352

## 第十章 私营公司营销人员管理 / 353

在当今的市场竞争条件下,销售人员的作用更加突出,销售人员对企业的发展有着举足轻重的作用。这就要求企业经营者在经营管理时,对销售人员要进行有层次、有重点的管理和培训,从而达到企业的利润最大化。

### 一、私营公司营销人员管理办法 / 353

1. 营销人员管理办法 / 353
2. 营销人员业绩管理办法 / 371

### 二、私营公司营销人员管理用表 / 375

3. 人员人际关系评估表 / 375
4. 营销人员时间管理表 / 376
5. 人员工作职责明细表 / 377
6. 销售人员工作实绩综合记录表 / 378
7. 销售人员业务洽谈演练评价表 / 379
8. 销售人员销售额统计表 / 380

## 第十一章 私营公司市场营销常用合同 / 382

合同是调整横向经济协作关系的重要法律形式,是管理经济的有效手段。推行经济合同制度,有利于加强国民经济的计划化;有利促进企业的经济核算,提高经济效益;有利于国家对企业的监督管理,加强经济领域中的社会主义法制;有利于发展对外贸易,合理引进和充分利用外资。本章就市场营销过程所需的合同作以简单的介绍。

1. 保管合同 / 382
2. 仓储合同 / 385
3. 运输合同 / 387
4. 委托合同 / 388
5. 代理合同 / 389
6. 购销合同 / 392
7. 外贸进口合同 / 394
8. 外贸出口合同 / 398
9. 加盟连锁合同 / 400

10. 广告合同 / 402
11. 补偿贸易合同 / 404
12. 经销商合同 / 405
13. 批发销售合同 / 409
14. 出口合同 / 409
15. 售后服务协议 / 414

## 第十二章 私营公司营销常用信函 / 417

在市场营销过程中, 信函往往不被人们所重视, 很多商务信函写法简单, 随意, 常给客户一种轻浮的感觉。殊不知, 很多成千上万的大额生意往往是从这些“貌不惊人”的信函开端的。

1. 推销产品函 / 417
2. 希望建立贸易关系函 / 418
3. 联系销售函 / 419
4. 答复客户建立贸易关系函 / 420
5. 询价函 / 421
6. 回复商业询购函 / 422
7. 报价函 / 423
8. 还价函 / 424
9. 接受函 / 424
10. 订购函 / 425
11. 确认订购函 / 426
12. 交易磋商函 / 427
13. 催款函 / 429
14. 装运通知函 / 430
15. 包装磋商函 / 431
16. 索赔函 / 432
17. 理赔函 / 433
18. 投诉处理函 / 434

# 第一章 私营公司营销战略规划管理

为保证企业有效经营和高速发展、企业需要不断地对市场进行调研和分析,并结合自身情况,有目的、有步骤地制定出相应的战略和决策,以适应不断变化的市场需求。私营企业营销战略规划管理通常包括营销战略规划管理文案、营销战略管理表格和营销战略规划管理制度。

## 一、私营公司营销战略规划管理文案

### 1. 营销计划书



#### 概念解说

营销计划书是企业按照预先计划的经营目标,对商品销售活动从时间、空间、人力、财力等方面上具体安排时所形成的文字材料。

市场营销计划的基本内容通常包括:商品计划、成本计划、渠道计划、销售结构组织计划、销售数额计划以及促销计划、行销方案等。营销计划的一般格式有表格式、文件式、表格文件结合式3种。



#### 编写要点

营销计划的编写通常包括计划概要、当前经营情况、威胁与机会、营销目标、营销策略、营销方案、活动预算、营销监控等方面。



## 范文

### × × 公司营销计划书

为帮助分销商迎接新的挑战，全面推进分销商的生意，本公司在××××年×月推出了“分销商 2005 计划”。2005 计划指明了分销商的市场定位和发展方向，详细地介绍了公司帮助分销商向市场定位和发展方向过渡的措施。

#### 第一章 分销商的定位和发展方向

##### 第一条 现代化的分销储运中心

分销商是向其零售和批发客户提供宝洁产品与服务的首要供应商，通过提供有价值的产品和服务（产品储运、信用等），分销商可从客户处赚取合理的利润。未来分销商将具备完善的基础设施、充足的奖金、标准化的运作、高效的管理机制，并能够向其客户提供更新鲜、更稳定、更及时的产品。

##### 第二条 向厂商提供覆盖服务的潜在供应商

分销商向厂商提供覆盖服务，根据覆盖服务水平，相应地获得厂商提供的覆盖服务费。分销商负责招聘、培训、管理覆盖队伍。

##### 第三条 向中小客户提供管理服务的潜在供应商

分销商将通过向中小客户提供电子商务管理、店铺宣传、品类管理、促销管理等服务，收取相应的管理服务费用。

#### 第二章 分销商的特点

##### 第四条 规模

在分销和覆盖生意领域，规模的竞争是显而易见的。

##### 第五条 效率

效率是利润的来源。技术的运用和生意方式的变革是效率提高的主要途径。降低成本、提高劳动生产率是追求的目标。

##### 第六条 专业服务

建立专业形象，提供专业服务，让商店满意，让公司满意是分销商的