

现代零售连锁企业经理人案头手册系列丛书

营销企划部

零售企业经理人进行高效率、规范化管理的参照范本

Yingxiao&Cehuabu

经理案头手册

JING LI AN TOU SHOU CE

- ◆细化工作，掌控作业内容
- ◆提供工具，实现拿来即用

陈明星◎主编

广东省出版集团
广东经济出版社

现代零售

系列丛书

营销企划部

零售企业经理人进行高效率、规范化管理的参照范本

Yingxiao&Cehuabu

经理案头手册

JING LI AN TOU SHOU CE

- ◆细化工作，掌控作业内容
- ◆提供工具，实现拿来即用

陈明星◎主编

广东省出版集团
广东经济出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

营销策划部经理案头手册 / 陈明星主编. —广州: 广东经济出版社, 2012. 9

(现代零售连锁企业经理人案头手册系列丛书)

ISBN 978—7—5454—1472—1

I. ①营… II. ①陈… III. ①零售企业—连锁企业—营销策划—手册 IV. ①F713. 32—62

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2012) 第 188948 号

出版发行	广东经济出版社 (广州市环市东路水荫路 11 号 11~12 楼)
经销	全国新华书店
印刷	惠州报业传媒印务有限公司 (惠州市江北文华 1 路惠州日报社)
开本	787 毫米×1092 毫米 1/16
印张	14.5 2 插页
字数	284 000 字
版次	2012 年 9 月第 1 版
印次	2012 年 9 月第 1 次
印数	1~5 000 册
书号	ISBN 978—7—5454—1472—1
定价	30.00 元

如发现印装质量问题, 影响阅读, 请与承印厂联系调换。

发行部地址: 广州市环市东路水荫路 11 号 11 楼

电话: (020) 38306055 38306107 邮政编码: 510075

邮购地址: 广州市环市东路水荫路 11 号 11 楼

邮购电话: (020) 37601950 邮政编码: 510075

营销网址: <http://www.gebook.com>

广东经济出版社常年法律顾问: 何剑桥律师

• 版权所有 翻印必究 •

编委会名单

主 编 陈明星

编 委 戴 玄 张 伟 庞海波 王美玉 季福林
杨 微 熊 威 马兴欢 连海安 姚秋华
舒朝普 彭 鑫 谢 进 郭海平 徐宝良

目 录

第1章 营销策划部概述

第2章 营销策划部人员配置与岗位职责

- 2.1 营销策划经理 / 5
- 2.2 工程技术经理 / 5
- 2.3 新店拓展经理 / 6
- 2.4 市场策划经理 / 7
- 2.5 公关经理 / 8
- 2.6 广告企划经理 / 9
- 2.7 促销主管 / 10
- 2.8 营销策划经理助理 / 11
- 2.9 售后服务主管 / 12
- 2.10 跟踪回访员 / 12
- 2.11 促销管理员 / 13
- 2.12 文案策划 / 14
- 2.13 媒体宣传员 / 15
- 2.14 内刊、网站编辑 / 15
- 2.15 美术师 / 16
- 2.16 美工 / 17
- 2.17 内勤文员 / 17
- 2.18 前台接待员 / 18
- 2.19 团体促销员 / 19
- 2.20 促销服务员 / 19
- 2.21 广播员 / 20
- 2.22 建档录入员 / 21
- 2.23 投诉接待员 / 22





第3章 营销策划部工作规范

- 3.1 营销策划经理工作规范 / 24
- 3.2 营销策划经理助理工作规范 / 24
- 3.3 售后服务主管工作规范 / 25
- 3.4 文案策划工作规范 / 25
- 3.5 促销管理员工作规范 / 26
- 3.6 媒体宣传员工作规范 / 26
- 3.7 内刊及网站编辑工作规范 / 27
- 3.8 促销主管工作规范 / 27
- 3.9 美术师工作规范 / 28
- 3.10 美工工作规范 / 28
- 3.11 内勤文员工作规范 / 29
- 3.12 前台接待员工作规范 / 29
- 3.13 团体促销员工作规范 / 30
- 3.14 促销服务员工作规范 / 31
- 3.15 广播员工作规范 / 31
- 3.16 核算员工作规范 / 32
- 3.17 投诉接待员工作规范 / 32
- 3.18 营销策划部工作人员职业道德规范 / 34
- 3.19 促销企划案的制作和实施规范 / 34
- 3.20 企业文化理论体系构建规范 / 36
- 3.21 企业文化推广规范 / 37
- 3.22 商场内刊管理规范 / 38
- 3.23 新闻奖惩条例规范 / 39
- 3.24 品牌商广告（促销）收费管理规范 / 40
- 3.25 促销活动组织与培训工作规范 / 41
- 3.26 促销活动组织实施规范 / 41
- 3.27 礼品（券）审批程序规范 / 42
- 3.28 礼品（券）领用工作规范 / 42
- 3.29 礼品（券）发放与登记规范 / 43
- 3.30 礼品（券）退还流程规范 / 43
- 3.31 档期活动报表管理规范 / 43
- 3.32 礼品（券）发放及核算错误处理规范 / 44
- 3.33 楼层及品牌促销活动管理规范 / 44
- 3.34 促销服务员一日工作流程规范 / 45
- 3.35 促销核算员工作流程规范 / 47

3.36	VI 基础要素规范 / 48
3.37	VI 应用推广要素范围规范 / 49
3.38	VI 应用推广管理规范 / 50
3.39	形象审核管理规范 / 51
3.40	美陈计划实施工作规范 / 52
3.41	广告服务范围 / 53
3.42	卖场广告事宜办理工作规范 / 53
3.43	展柜形象整改管理规范 / 54
3.44	卖场商铺形象管理规范 / 54
3.45	违反形象管理条例处罚规范 / 54
3.46	商户进场装修审批流程 / 55
3.47	广告发布管理及处罚规范 / 55
3.48	广播文稿审批流程规范 / 56
3.49	广播稿件分类工作规范 / 57
3.50	背景音乐播放工作规范 / 57
3.51	淘汰、破损音带处理规范 / 58
3.52	音带购买申请流程规范 / 58
3.53	音乐制品管理与保管规范 / 58
3.54	广播室设备维修规范 / 59
3.55	广播室员工管理及处罚规范 / 59
3.56	广播室一日工作流程规范 / 60
3.57	促销广播办理流程规范 / 61
3.58	商场促销审批流程规范 / 61
3.59	顾客跟踪服务规范 / 62
3.60	客服小组岗位设置规范 / 64
3.61	电脑录入工作流程规范 / 65
3.62	调度人员工作流程规范 / 65
3.63	电话回访客服员工作流程规范 / 66
3.64	电脑录入客服员工作流程规范 / 66
3.65	寄送人员工作流程规范 / 67
3.66	咨询服务管理规范 / 67
3.67	代售服务管理规范 / 67
3.68	退、换货服务工作规范 / 68
3.69	促销赠品退货处理规范 / 68
3.70	退、换货与厂家协调工作规范 / 69
3.71	前台接待员工作流程规范 / 69
3.72	前台接待员处罚规范 / 71





- 3.73 组织升旗活动管理规范 / 73
- 3.74 会员卡 (VIP 卡) 发行工作规范 / 74
- 3.75 会员卡 (VIP 卡) 录入工作规范 / 74
- 3.76 会员卡 (VIP 卡) 管理工作规范 / 75
- 3.77 投诉处理工作规范 / 75
- 3.78 商场投诉接待工作规范 / 76
- 3.79 投诉范围制定规范 / 76
- 3.80 可受理投诉项目确认工作规范 / 77
- 3.81 纠纷、投诉处理规范 / 77
- 3.82 投诉、纠纷接待流程规范 / 78
- 3.83 商品维修工作规范 / 78
- 3.84 商品换货服务工作规范 / 79
- 3.85 商品退货服务工作规范 / 79
- 3.86 商品退、换货服务流程规范 / 80
- 3.87 服装类商品退、换货及维修工作规范 / 81
- 3.88 鞋类商品退、换货及维修工作规范 / 81
- 3.89 化妆品类商品退、换货及维修工作规范 / 82
- 3.90 针棉、内衣类商品退、换货及维修工作规范 / 82
- 3.91 床上用品类商品退、换货及维修工作规范 / 83
- 3.92 儿童用品类商品退、换货及维修工作规范 / 83
- 3.93 钟表类商品退、换货及维修工作规范 / 84
- 3.94 黄金、珠宝、玉器及人造饰品类商品退、换货及维修工作规范 / 85
- 3.95 皮具、箱包类商品退、换货及维修工作规范 / 86
- 3.96 运动用品类商品退、换货及维修工作规范 / 86
- 3.97 工艺制品类商品退、换货及维修工作规范 / 86
- 3.98 商品退、换货全程服务工作规范 / 87
- 3.99 商品退、换货全程服务奖惩规范 / 87
- 3.100 开店选址参照因素 / 88
- 3.101 卖场色彩设计规范 / 89
- 3.102 促销管理规范 / 91
- 3.103 卖场商品色彩搭配规范 / 92
- 3.104 二次商装入场形象审核及管理流程 / 93
- 3.105 商装单据传递规范 / 94
- 3.106 商装要求规范 / 95
- 3.107 商装图纸审批流程 / 97
- 3.108 商装全程管理规范 / 98



- 3.109 二次商装验收工作规范 / 98
- 3.110 卖场规划和品牌布局规范 / 99
- 3.111 卖区规划图纸和品牌布局图纸管理规范 / 99
- 3.112 综合卖场选址评估规范 / 100
- 3.113 卖场选址策略 / 104
- 3.114 卖场布置规范 / 106
- 3.115 卖场促销目标 / 106
- 3.116 卖场促销方案制定规范 / 107
- 3.117 连锁卖场企业形象管理规范 / 107
- 3.118 商圈考察全程操作规范 / 108
- 3.119 商场选址考察工作规范 / 108
- 3.120 商场选址工作规范 / 109
- 3.121 商场选址流程 / 110
- 3.122 卖场选址原则 / 110
- 3.123 卖场经营方案制定规范 / 111
- 3.124 店面广告设计工作规范 / 112
- 3.125 卖场内部环境设计工作规范 / 112
- 3.126 策划组工作规范 / 113
- 3.127 设计组工作规范 / 114
- 3.128 制作组工作规范 / 115

第4章 营销策划部工作制度模版

- 4.1 商场广告管理制度 / 117
- 4.2 营销策划部市场调查制度 / 119
- 4.3 决策信息整理制度 / 122
- 4.4 会员卡（VIP卡）管理制度 / 123
- 4.5 会员卡（VIP卡）运行管理制度 / 126
- 4.6 会员卡（VIP卡）积分返利管理制度 / 129
- 4.7 营销策划部的内、外沟通制度 / 130
- 4.8 商场营销策划部员工培训制度 / 132
- 4.9 美陈及广告物品管理制度 / 136
- 4.10 顾客跟踪服务小组管理制度 / 138
- 4.11 商场咨询服务管理制度 / 142
- 4.12 商场雨伞租借管理制度 / 143
- 4.13 商场存寄服务管理制度 / 144
- 4.14 广告发布及新闻推广管理制度 / 144
- 4.15 商品退、换货管理制度 / 146



- 4.16 商场包装服务管理制度 / 148
- 4.17 公关及社会活动管理制度 / 148
- 4.18 营销策划部文案管理制度 / 150
- 4.19 企划案的保管及保密制度 / 152
- 4.20 商场集团购买制度 / 153
- 4.21 商场促销活动管理制度 / 155
- 4.22 商场有价证（券）管理制度 / 158
- 4.23 商场促销管理制度 / 162
- 4.24 广播室管理制度 / 164
- 4.25 二次商装图纸设计及审批制度 / 165
- 4.26 二次商装的形象、材质、施工质量及工艺要求制度 / 167
- 4.27 二次商装的审核、验收、整改及修缮制度 / 170

第5章 营销策划部工作实用图表举例

- 5.1 VIP卡申请登记表 / 172
- 5.2 会员卡（VIP卡）问题卡统计表 / 172
- 5.3 会员卡（VIP卡）发放统计表 / 173
- 5.4 促销赠券交班记录 / 173
- 5.5 卡片接收情况一览表 / 173
- 5.6 邮寄明细表 / 174
- 5.7 会员消费明细表 / 174
- 5.8 商场商品特卖审批表 / 175
- 5.9 商场广告发布、促销活动分类及收费明细表 / 176
- 5.10 花车、H架使用申请单 / 176
- 5.11 广告发布、制作、促销活动申请表 / 177
- 5.12 广播稿件审批表 / 178
- 5.13 客户交易记录表 / 178
- 5.14 客户投诉处理表 / 179
- 5.15 卖场促销年度计划表 / 179
- 5.16 促销成本分析表 / 180
- 5.17 促销商品登记表 / 181
- 5.18 促销活动计划表 / 182
- 5.19 促销活动反馈表 / 182
- 5.20 促销商品评估表 / 183
- 5.21 促销计划表 / 184
- 5.22 促销工作计划表 / 184
- 5.23 客户促销计划表 / 185

- 5.24 店内促销商品规划表 / 186
- 5.25 店内促销商品统计表 / 187
- 5.26 促销经过报告表 / 188
- 5.27 促销实绩统计表 / 189
- 5.28 促销状况统计表 / 189
- 5.29 促销效率分析表 / 190
- 5.30 营销促销成本评估表 / 191
- 5.31 广告预算明细表 / 192
- 5.32 产品广告实施报告表 / 193
- 5.33 促销人员奖惩登记表 / 193
- 5.34 厂商赞助费用汇总表 / 194
- 5.35 厂商携入（出）物品明细表 / 195
- 5.36 报价单 / 196
- 5.37 变价申请单 / 197
- 5.38 赠品盘点月报表 / 198
- 5.39 顾客档案卡 / 198
- 5.40 新年、圣诞贺卡 / 200
- 5.41 致谢贺卡 / 200
- 5.42 生日贺卡 / 201
- 5.43 致歉贺卡 / 201
- 5.44 教师节贺卡 / 202
- 5.45 建军节贺卡 / 202
- 5.46 对客寄送工作完成登记表 / 202
- 5.47 顾客投诉意见处理单 / 203
- 5.48 生日鲜花派工单 / 203
- 5.49 顾客跟踪服务处理单 / 204
- 5.50 客服工作完成情况月度报表 / 205
- 5.51 生日鲜花派送明细表 / 206
- 5.52 致谢鲜花派送明细表 / 206
- 5.53 客服工作完成情况年度报表 / 206
- 5.54 《消费者权益保障基金》使用单 / 207
- 5.55 顾客建议（意见）表 / 208
- 5.56 顾客投诉（建议）登记表 / 209
- 5.57 商品质量问题分类表 / 210
- 5.58 第×期顾客建议奖评选结果登记表 / 211
- 5.59 顾客投诉（建议）明细表 / 211
- 5.60 贺卡统计（月）报表 / 212





- 5.61 贺卡统计（周）报表 / 212
- 5.62 处理供应商意见反馈单 / 213
- 5.63 消费者投拆（退、换货）案例登记表 / 214
- 5.64 贺卡邮寄情况明细表 / 214
- 5.65 交接班记录表 / 215
- 5.66 客服员各岗位竞赛评比一览表 / 215
- 5.67 礼品领用单 / 216
- 5.68 商品退货表 / 217
- 5.69 投诉（退、换货）处理报表 / 217
- 5.70 装修工程项目审批表 / 219
- 5.71 夜间临时施工申请单 / 220
- 5.72 装修工程验收报告 / 221

第 1 章

营销策划部概述



营销策划部，是企业探寻市场，获得市场信息，供决策者决策参考的重要部门；是解决企业经营方向的部门；是企业能否获得更好发展，获得更多市场份额的部门；是最贴近市场，具有较高市场敏感度的部门。

营销不只是经营销售，简单地说，营销就是为了满足客户的合理要求，为使公司赢利而进行的一系列经营、销售活动。营销的核心是围绕满足客人的合理要求，最终达到为公司赢利的目的。营销策划部是零售企业经营管理的核心部门，也是决定企业经济效益与市场竞争实力大小的关键部门。

市场营销不仅仅是单一的推销模式，它涉及的面广而深，包含市场营销的调查，零售商品设计、开发和定价，产品推销，产品流通等等方面的内容。

零售企业的营销是一个现代化的、理论化的、系统化的科学，同时又是灵活、复杂和多样的。

随着零售业市场竞争的加剧，每个卖场的营销意识都在迅速提高。成功的营销是企业激烈的市场竞争中处于不败之地的有力保证。

营销策划部是“内求团结，外求发展”的经营管理部门，它在经营管理的各个环节中都能够发挥作用，这对于提高企业知名度，树立与发展企业形象，提高企业管理和处理问题的能力，维系人心，提高企业整体凝聚力等都起着重要的作用。

营销策划部在总经理的直接领导下，以扩大客源，增加企业收益，树立企业品牌形象为中心开展工作，既是企业对外营销和宣传的窗口，也是企业外联和广告宣传的中枢。其功能是协助总经理制定企业营销计划，分解落实营销指标，保证营销计划的正确贯彻执行。

营销人员在部门经理的直接领导下，负责广告宣传，树立公众形象，收集内外相关信息，协助部门经理做好每月营销策划部市场综合分析报告，提出相应措施，供领导参考。

1. 规范企业的营业管理

(1) 制定企业营业管理的各项规范性制度，报领导审批后下发各部门、各分店，并监督执行。

(2) 总结营业管理的经验与教训，提出管理对策。

(3) 统一、规范各分店营业工作操作流程。

2. 营业销售管理

(1) 编制企业年度、季度、月度销售计划，并监督计划的完成情况。

(2) 调查企业主要竞争对手的情况，并提出销售策略、意见。

(3) 负责大客户的开发、管理和关系维护，为其提供更好的服务；组织各分店制订自己的销售目标，协助其分析优势、劣势，并给出相应工作指导。



(4) 负责销售合同的签订、履行与管理工作,应收账款的催收工作,并不断总结经验教训。

(5) 建设和管理销售队伍,对员工的业务工作、管理技能、工作态度等进行有针对性的培训,并实施考核。

3. 指导分店经营活动

(1) 根据企业制定的销售计划与策略,指导分店实施。

(2) 深入调查顾客需求和市场变化情况,提出经营对策,指导分店引进适销商品,同时组织布置、规划店内的商品布局。

(3) 定期总结分店的营业工作,针对出现的问题提出改善策略。

(4) 协调店内人员的工作,合理安排分工,及时处理有关矛盾。

4. 协调与沟通

(1) 向企业领导反馈各分店的经营管理情况和制度的执行情况。

(2) 协调分店与分店之间的工作,组织各分店之间的交流与竞赛。

(3) 协调分店与其他职能部门的工作。

(4) 协调分店与所在地相关管理部门的关系,努力创造良好的外部经营环境。

5. 顾客服务

(1) 制定顾客服务政策规范,严格监督执行,并根据实际情况不断完善。

(2) 建立顾客服务系统,对重要顾客、会员顾客等实行建档管理,并定期检查、更新数据库。

(3) 及时了解顾客需求,听取顾客的意见和建议,完善服务项目,不断改进服务方法。

(4) 设立顾客服务中心,解决顾客的退、换货及物品存放等问题。

第 2 章

营销策划部人员配置与岗位职责



2.1 营销策划经理

营销策划经理的岗位职责与任职资格，如表2-1所示。

表2-1

营销策划经理的岗位职责与任职资格表

直接上级：总经理	
直接下级：营销策划经理助理、工程技术经理、新店拓展经理、市场策划经理、公关经理等	
岗 位 职 责	1. 负责营销策划部整体工作的把握和部署 2. 负责拟订本部各阶段工作计划，并使各项工作有计划地开展 3. 负责根据商场不同阶段的需要，组织、策划和实施各类大型社会公关活动和促销活动 4. 负责组织、建立企业文化，推广企业文化，组织各类文化活动 5. 负责研究、掌握、了解市场动态、宏观经济。定期进行市场调研和分析，并针对市场的变化和竞争的需要提出应对策略 6. 负责开展本部门员工业务的培训，指导和帮助本部门员工的工作，不断强化和提高员工的素质 7. 负责为企业重大经营决策提供信息、方案和建议 8. 负责危机公关及重大突发事件的处理 9. 负责组织全体员工树立和推广企业文化 10. 负责指导本部门员工建立顾客档案，积极开展各项公关活动，培养商场的忠实顾客 11. 负责组织考核和考评本部门员工，调动员工的工作积极性，加强本部门员工的凝聚力
任 职 资 格	1. 具有大专以上学历程度，从事商业工作3年以上，有丰富的营销知识和商业知识 2. 有良好的职业道德和敬业精神 3. 有较强的领导能力、组织能力和协调能力，善于处理各方面的关系 4. 深刻领会公司的经营理念、服务理念，准确把握公司的市场定位，并能真正贯彻落实 5. 熟悉商场的各项基本环节，掌握经营管理的基本要领 6. 严格履行岗位职责，敬业尽职，保守公司商业秘密 （注：对工作经验年限的要求应根据所属企业实际情况而定）

2.2 工程技术经理

工程技术经理的岗位职责与任职资格，如表2-2所示。