

# 目 录

电子文件编码	文 件 名	页码
<b>第一章 营销企划工作标准</b>		
员猿原猿员	市场细分工作标准	猿
员猿原猿圆	产品定位工作标准	源
员猿原猿猿	行销方案规划准则	缘
员猿原猿源	年度销售计划工作标准	愿
员猿原猿缘	销售及生产计划运营执行标准	员猿
员猿原猿远	促销决策工作标准	员苑
<b>第二章 生产企划工作标准</b>		
员猿原猿员	生产实施计划制订工作准则	圆员
员猿原猿圆	生产需求计划工作准则	圆源
员猿原猿猿	生产实绩管理工作准则	圆苑
员猿原猿源	厂房与设备管理工作准则	猿圆
员猿原猿缘	生产技术管理工作准则	猿源
员猿原猿远	生产计划实施工作准则	猿远
员猿原猿苑	生产计划实施工作基准	猿愿
员猿原猿愿	生产计划实施工作准则	猿怨
员猿原猿怨	新产品研究发展规划方案评核标准	源源

电子文件编码	文 件 名	页码
Q/SH 001-2006	产品更新换代处理准则	源苑
Q/SH 002-2006	新产品开发处理准则	缘园
Q/SH 003-2006	产品包装设计标准	缘缘
Q/SH 004-2006	产品包装设计标准程序	缘远
Q/SH 005-2006	产品包装基本原则	缘苑
Q/SH 006-2006	生产方案规划工作标准	缘愿
Q/SH 007-2006	开发研究执行标准	缘愿
Q/SH 008-2006	生产作业计划执行标准	愿园
Q/SH 009-2006	采供计划执行标准	愿源
Q/SH 010-2006	生产计划会议工作标准	愿远
Q/SH 011-2006	产品汰旧换新工作标准	苑园
<b>第三章 财务企划工作标准</b>		
Q/SH 012-2006	财务目标管理工作标准	愿愿
Q/SH 013-2006	预算编制工作标准	愿猿
Q/SH 014-2006	预算编制及控制工作标准	愿苑
<b>第四章 总务企划工作标准</b>		
Q/SH 015-2006	公司人力资源管理基本准则	愿缘
Q/SH 016-2006	工作评价实施标准	愿员
Q/SH 017-2006	总务企划工作标准	愿苑
<b>第五章 悦颜企划工作标准</b>		
Q/SH 018-2006	企业形象系统导入工作标准	愿苑
Q/SH 019-2006	企业 悦颜导入时机选择标准	愿愿
Q/SH 020-2006	企业 悦颜导入条件标准	愿猿
Q/SH 021-2006	企业 悦颜导入标准程序	愿远
Q/SH 022-2006	企业形象系统委员会工作标准	愿员
Q/SH 023-2006	企业形象系统策划人员工作标准	愿园
Q/SH 024-2006	企业导入 悦颜的原则	愿猿
Q/SH 025-2006	企业 悦颜设计的原则	愿源
Q/SH 026-2006	建立企业 悦颜的标准步骤	愿缘

电子文件编码	文 件 名	页码
员蕴京元园	悦作业计划工作标准	园愿
员蕴京元员	悦作业项目及标准程序	园园
员蕴京元园	悦规范化管理工作标准	园缘
员蕴京元猿	规范化管理执行标准	园愿
员蕴京元源	悦规范管理工作的标准	园园
员蕴京元缘	企业 悦建设执行标准	园源
员蕴京元远	悦设计手册管理标准	园远
员蕴京元苑	公司 悦企划工作标准	园愿
员蕴京元愿	企业 灾祸塑造原则	园园
员蕴京元怨	企业标志设计原则	园猿
员蕴京元园	企业员工仪表规范标准	园缘
员蕴京元员	企业员工礼节规范标准	园愿
员蕴京元圆	企业员工道德规范标准	园园
<b>第六章 孕砸企划工作标准</b>		
员蕴京元猿	集团公司公关组织结构标准模型	园猿
员蕴京元园	大型公关组织机构标准模型	园源
员蕴京元猿	中型公关组织机构标准模型	园缘
员蕴京元源	小型公关组织机构标准模型	园远
员蕴京元缘	公关企划标准程序	园苑
员蕴京元远	公关部职能标准	园怨
员蕴京元苑	企业内部公关准则	园园
员蕴京元愿	企业与股东公关准则	园员
员蕴京元怨	企业与客户公关准则	园园
员蕴京元园	企业与经销商公关准则	园猿
员蕴京元员	企业与新闻界公关准则	园源
员蕴京元圆	企业危机处理执行标准	园缘
<b>第七章 企划管理标准文本</b>		
员蕴京元猿	公司经营计划书	园怨
员蕴京元园	战略企划书	园苑
员蕴京元猿	新文化战略企划书	园愿

电子文件编码	文 件 名	页码
员蕴京歪源	企业发展企划书	圆怨
员蕴京歪缘	物业管理战略企划书	圆缘
员蕴京歪远	房地产开发战略企划书	圆猿
员蕴京歪范	洗衣机市场导入企划书	圆缘
员蕴京歪愿	市场定位企划书	圆远
员蕴京歪怨	行销企划书	圆范
员蕴京歪园	影印机广告企划书	圆怨
员蕴京歪员	悦页企划书	圆园
员蕴京歪圆	系统企划书	圆员
员蕴京歪猿	外部信息体系企划书	圆圆
员蕴京歪源	一般企划案	圆源
员蕴京歪缘	行销企划案	圆远
员蕴京歪远	新产品开发企划案	猿园
员蕴京歪范	广告企划案	猿缘
员蕴京歪愿	员工训练企划案	猿愿
员蕴京歪怨	推销员训练企划案	猿园
员蕴京歪园	公共关系企划案	猿源
员蕴京歪员	经营企划案	猿愿

第一章 营销企划  
工作标准



文件名	市场细分工作标准		
电子文件编码	来源	序 码	员 员
<p>一、依据需求选定产品市场范围。产品市场范围应以市场的需求而不是产品特性来定。</p> <p>二、列举潜在顾客的基本需求。可通过“头脑风暴法”从地理变数、行为和心里变数等估算潜在顾客有哪些要求。</p> <p>三、分析潜在顾客的不同需求。依据人口变数做抽样调查,分析不同需求。</p> <p>四、移去潜在顾客的共同需求。共同需求是产品决策的重要依据,但不是市场细分的依据。</p> <p>五、为分市场暂时取名。取名要根据分市场的特点。</p> <p>六、进一步认识各分市场的特点。一是对分市场作再细分,一是重新合并。</p> <p>七、测量各分市场的大小。把各个分市场和人口变数结合起来分析,以测量各分市场潜在顾客的数量。</p>			
执行部门		责任人(签名)	

文件名	产品定位工作标准		
电子文件编码	编制日期	序 码	员原员
<p>一、根据特定的产品特点定位。</p> <p>二、根据效益、解决问题的方法或需要定位。</p> <p>三、根据特殊使用时机定位。</p> <p>四、根据使用者类型定位。</p> <p>五、以对抗其他产品的方式定位。</p> <p>六、产品种类分离定位。</p> <p>七、公司产品的定位必须有利于扩大市场销售 ,准确把握消费群。</p>			
执行部门		责任人( 签名 )	

文件名	行 销 方 案 规 划 准 则		
电子文件编码	编 号	序 码	编 号
<p>一、事业主持人应设法将“ 行销导向 ”的观念灌输给所有员工 ,以提高行销机能在事业经营上的作用。</p> <p>二、事业主持人应担当起公司最高行销人员的角色 ,积极参与公司业务上的开拓事宜。</p> <p>三、事业现有产品及新投资( 或新扩充 )计划中产品的销售事宜 ,皆应备周全的行销方案 ,作为其他机能部门拟订工作方案的基础。</p> <p>四、行销方案的拟订必须有行销研究为前提 ,并以事业的既定目标与策略为根据。</p> <p>五、负责规划行销方案的责任人员 ,应事前设定规划工作的步骤及时间表 ,以便及时提出必要的资料 ,并指引其他机能方案的制订。</p> <p>六、行销方案的内容可依需要情况 ,选取下列适用者 :</p> <p>    ( 员 ) 资料基础及分析</p> <p>        ( 员 ) 经济背景指标( 过去 源年以上及未来 远至 源年以上 )。</p> <p>        ( 圆 ) 市场资料分析( 过去 源年以上 ,目前及未来 远至 源年 ) ,包括 :</p> <p>            ① 每一主要产品的总市场容量及潜力。</p> <p>            ② 市场特性( 含顾客行为 )。</p> <p>            ③ 本事业的市场占有率、销售潜力及期望销售量。</p> <p>            ④ 目前产品的一般行销条件( 含品质水平、定价、推广及配销渠道等 )。</p> <p>    ( 猿 ) 竞争资料与分析( 过去、目前及未来 ) ,包括 :</p> <p>        ① 市场占有率的比较( 过去与目前 )。</p>			
执行部门		责任人( 签名 )	

文件名	行 销 方 案 规 划 准 则		
电子文件编码	YD 000000	序 码	猿 园
<p>②产品接受水准的比较(过去与目前)。</p> <p>③行销条件的比较(含过去与目前的定价、推广、配销渠道等)。</p> <p>④未来可能的变化。</p> <p>(源行销成功关键因素的未来变化分析(每一主要产品市场))。</p> <p>(缘事业所面临行销问题与机会的分析及各部门可用资源的衡量)。</p> <p>(远摘要及综合结论)。</p> <p>园行销目标(长期、中期、年度、季、月)</p> <p>(员总销售量及利润)。</p> <p>(圆各产品及地区的销售量、利润及市场占有率)。</p> <p>猿行销策略(长期、中期、年度)</p> <p>(员产品发展方面)。</p> <p>(圆配销技术方面)。</p> <p>(猿价格方面)。</p> <p>(源推广方面)。</p> <p>(缘其他有关方面)。</p> <p>源园长期行动方案关系说明</p> <p>(员概略的长期方案关系说明(列表或叙述))。</p> <p>(圆简明的中期方案关系说明(列表或叙述))。</p> <p>缘园年度行动方案</p> <p>(员行销部门本身应采取的特定行动与步骤,及人、时、地、物的需求)。</p> <p>(圆配合其他部门应采取的特定行动与步骤,及人、时、地、物的需求)。</p> <p>远园行销方案的经济评估</p>			
执行部门		责任人(签名)	

文件名	行 销 方 案 规 划 准 则		
电子文件编码	编 号	序 码	编 号
<p>七、若已进行经营环境系统的分析与预测及市场供需与投入产出系统的分析时,应尽量将所得资料应用在行销方案的规划中,若未进行该等分析时,则应在规划行销方案时,一并进行。</p> <p>八、为提高行销方案的品质,事业主持人应指示人力发展部门策划各种课程,加强有关行销人员下列各种知识:</p> <p>一般知识:经济学、管理学、心理学、心态学、地理学、社会学、数量方法、一般工程学等。</p> <p>行销知识:产品发展、品牌、包装、广告、人员推销、推广、展览、布置、实体分配、配销渠道、顾客服务、行销研究、顾客心理、行销组织、地点选择知识等。</p>			
执行部门		责任人(签名)	

文件名	年度销售计划工作标准		
电子文件编码	来源	序 码	缘原员
<p>一、基本目标</p> <p>本公司 伊伊伊伊年度销售目标如下：</p> <p>员销售总额目标</p> <p>葬全公司目标 伊伊伊万元以上</p> <p>遭人均日销售额 伊伊伊万元以上</p> <p>糟营业部人均销售额 伊伊伊万元以上</p> <p>圆利润目标(税后利润)伊伊伊万元以上</p> <p>二、基本方针</p> <p>为达到下期销售目标,确立以下方针：</p> <p>员业务机构改革以后,全体员工要安心工作,精通业务,有效地开展工作。今后无特殊情况,不再变革业务机构；</p> <p>圆坚持少而精的原则。职工人数要少、素质要高,实行高效率、高收益、高分配的政策；</p> <p>猿为使各级机构能迅速对市场变化作出反应,实行权限大幅度的下放；</p> <p>源彻底实行责任制度,赏罚分明,有奖有罚；</p> <p>缘制订完备的规定、规则,建立规范的业务管理制度；</p> <p>远根据买方市场的特点,把销售体制逐步从适应卖方市场向适应买方市场转变；</p> <p>苑把促销的重点目标放在发挥小商店、代理店上,在全国扩大销售网点,更直接地面向最终消费者；</p> <p>愿依靠顾客调查卡管理系统,对小商店业绩、总的销售业绩、需求预测等情况进行统计管理；</p> <p>怨与买方市场的特点相适应,要和代理店建立长期契约关系,确认交易条件；</p> <p>员确立连续一贯的传票会计制度；</p> <p>员把上述方针及各计划、规定、制度成文后彻底贯彻下去。</p>			
执行部门	责任人(签名)		

文件名	年度销售计划工作标准		
电子文件编码	来源	序 码	缘由
<p>三、业务机构的计划</p> <p><b>员部机构</b></p> <p>(员)把伊伊服务机构升格为营业所,以促进销售活动;</p> <p>(圆)在伊伊营业所管辖区内,设立新的销售机构;</p> <p>(猿)解散原有的食品部,其所属人员转到伊伊营业所,从事销售促进工作;</p> <p>(源)以上新体制建立后,业务机构不再继续调整,在较长一个时期内须维持现状,并确立严格的责任制度。</p> <p><b>圆部机构</b></p> <p>交易机构及有关制度,以维持公司—代理店—小商店的销售方式为重点。</p> <p>四、小商店的销售促进计划</p> <p><b>员云销售体制</b></p> <p>(员)把全国现有的伊伊伊家小商店按地域、销售产品的不同,建立粤云销售体制。</p> <p>(圆)所谓粤云销售体制,是指由员名推销人员管理猿家左右的小商店,每周一次或隔周一次对这些小商店进行访问、调查、服务、指导,以促进这些小商店为推销公司产品而努力。</p> <p>(猿)使伊伊伊家小商店所推销的本公司商品达到原来的圆倍。</p> <p>(源)将小商店的库存量维持在一个月的销售水平,代理店的库存量维持在圆个月的销售量。</p> <p><b>圆云协会的设立和活动</b></p> <p>(员)在按粤云销售方式促进销售活动的同时,在全国要以影响力较大的小商店为中心,在不同的地域,创设粤云协会。</p> <p>(圆)粤云协会的工作大体如下:</p> <p>葬编发机关杂志;</p>			
执行部门		责任人(签名)	

文件名	年度销售计划工作标准		
电子文件编码	来源	序 码	来源
<p>           遭受承担本公司产品推销任务的店员赠送领带别针；            糟糕在协作店(参加协会的小商店)之间开展竞赛活动；            遭受举办讲习班；            糟糕介绍新产品知识；            遭受其他。            (猿粤云协会采取非正式组织的工作方式。            猿提高小商店职员的工作积极性            (员为使小商店职员对本公司产品给予充分关心,加深理解,增强销售的愿望,要强化以下各项工作：            猿把奖励和促销结合在一起            具体方法可以多种多样,例如,每推销本公司多少元产品,可以给推销的店员一定数量的奖金,以志鼓励。奖金和推销额可以按固定比例确定,也可以用递进的办法确定提取奖金的比例。            猿对 粤云人员的鼓动            ①为使小商店职工提高销售技术及产品知识,粤云人员要在对他们访问时进行指导、教学和说明。            ②通过对小商店负责人的技术指导,间接地对其他职工进行指导。            五、扩大顾客需求的计划            猿广告计划            (员在 粤云销售方式确立后,以 粤云人员访问活动为主的同时,广告宣传也要跟上。            (圆要对广告媒体进行检查分析,在广告预算上,要力求以最小的费用达到最好的效果。广告计划要根据这一原则来制订。            (猿在前二项基本实现后,要认真研究广告宣传的技巧。         </p>			
执行部门		责任人(签名)	

文件名	年度销售计划工作标准		
电子文件编码	来源	序 码	来源
<p>圆购买调查卡的运用</p> <p>(员要认真研究购买调查卡的回收方法和调查方法,以真正成为了解顾客购买动机的一种方式;</p> <p>(圆根据购买调查卡的调查统计、粤动题销售体制和顾客调查卡管理系统,进行需求预测。</p> <p>六、营业实绩管理及统计</p> <p>一般使用顾客调查卡管理系统</p> <p>员根据由各小商店向顾客发送的顾客调查卡,进行销售实绩统计,并按粤动题销售方式推销,这种销售促进工作的专门管理系统,称为顾客调查卡管理系统。这个管理系统的主要工作有:</p> <p>(员对伊伊伊家小商店、营业所和不同的地区统计销售额;</p> <p>(圆对伊伊伊家小商店以外的销售额进行统计;</p> <p>(猿对不同品种商品的销售额,按不同的营业所统计。</p> <p>圆根据上述统计资料,掌握各店的销售实绩、各销售人员的活动实绩以及不同品种商品的销售实绩。</p> <p>七、营业预算的确定和控制</p> <p>员营业预算和经营预算的确定十分重要,经营预算要根据营业实绩,按移动方式进行。</p> <p>圆务预算有关的各种基准、要领,要成文公布,总部要和各事业部交换合同。</p> <p>猿集中确定各事业部的预算和决算,进行对比分析,提出相应的对策。</p> <p>源事业部的负责人要把部门的营业方针以及计划按年、按季、按月分解,然后向总部提出具体方案,该修改的还需修正。</p>			
执行部门		责任人(签名)	

文件名	年度销售计划工作标准		
电子文件编码	来源	序 码	备注
<p>八、提高事业部负责人及其他管理人员的水平</p> <p><b>总部和事业部之间的关系</b></p> <p>(员)事业部负责人(部长或主任)虽然不是一个企业的领导人,但作为经营者,必须管理好事业部的经营工作。</p> <p>(圆)事业部负责人要把年、季、月度的事业部经营方针及计划制订出来。</p> <p>(猿)事业部负责人要把年、季、月度的活动及实绩按规定的要求进行分析,提出与计划的差异,提出下一步对策,并按上述内容向总部报告。</p> <p>(源)要把总部营业部对事业部之间的业务管理制度明确地确定下来,并成文公布。</p> <p><b>圆事业部内</b></p> <p>(员)事业部负责人要按以下业务管理方式开展部内日常的业务:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>①整理账簿、凭证等簿记工具;</li> <li>②制订各种规定、规则;</li> <li>③制订业务计划;</li> <li>④确立指示、命令制度;</li> <li>⑤建立业务报告制;</li> <li>⑥汇报制度;</li> <li>⑦指导教育的实施制度;</li> <li>⑧确立会议制度。</li> </ol> <p>(圆)上述管理方式和内容必须和销售服务相联系,并和预算的执行挂起钩来。</p>			
执行部门		责任人(签名)	

文件名	销售及生产计划运营执行标准		
电子文件编码	来源	序 码	源原员
<p>一、生产为满足销售和消费的要求而进行 ;销售则是为了使公司的生产能力得以利用 ,使企业能够获得收益。</p> <p>二、生产方式可分为两种形态 ,一种是按标准规格而进行的生产 ,这种生产所形成的产品通过代理店等机构销售出去 ;一种是根据订货者的特定要求而进行的生产 ,这种生产所形成的产品 ,由总部的营业部按照直接的订货关系销售出去。</p> <p>三、本公司的产品是以实用高级的技术批量生产的优良产品 ,它以价廉物美而在市场上走俏。以优良品质开拓和维持销路的畅通 ,是取得成功的关键。</p> <p>四、为改良产品 ,或使产品适合使用者的要求 ,营业部要进行研究改良和适用性的研究 ,并让有关的技术人员参加 ,广泛吸收用户的意见 ,在这个基础上 ,制订营业部的提案。 营业部要把有关人员的麻烦、不平、希望迅速地转达给生产制造部门 ,让他们引起重视。</p> <p>五、总部营业部要分析掌握市场行情、材料、劳动力、设备等生产要素的状况 ,检查下月的制造能力、销售能力以及销售计划和制造部的协商 ,决定不同产品的生产计划。 为实现前项要求 ,每月要对代理店的销售计划进行调查。</p> <p>六、营业部要对各品种的销售速度、收益能力、将来的销售能力等进行调查研究 ,企划销售价格、销售数量以及产品品种等问题 ,并和制造部联系。</p> <p>七、试制品的计划以及生产 ,由制造部确定 ,事先征求营业部的意见 ,</p>			
执行部门		责任人(签名)	