

<<营销管理工具箱>>

图书基本信息

书名：<<营销管理工具箱>>

13位ISBN编号：9787111334323

10位ISBN编号：7111334329

出版时间：2011-3

出版时间：机械工业

作者：许进//张鹤

页数：796

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

## <<营销管理工具箱>>

### 内容概要

《营销管理工具箱（第2版）》全方位地介绍了企业最新营销管理制度，也介绍了管理中必须用到的管理表格和实用文书。

具体涉及营销规划、营销价格、营销渠道、促销管理、营销终端和广告管理六个环节。

还对比较棘手的营销财务管理和营销人力资源管理的制度、表格和文书作了细致的梳理和全貌展示。

《营销管理工具箱（第2版）》是营销从业人员必备的案头工具书，所编选的制度、表格和文书是经过实践证明的行之有效的工具，可以现学现用、现用现查。

《营销管理工具箱（第2版）》附赠光盘，将书中内容电子化，方便读者高效率的应用。

## &lt;&lt;营销管理工具箱&gt;&gt;

## 书籍目录

前言第1篇 营销流程第1章 营销规划管理2管理制度范例2营销方案制定准则范例2营销计划报审管理细则范例4营销计划管理制度范例4销售促进计划管理制度范例6年度销售计划管理制度范例8市场营销调查计划范例10管理表格范例12营销策略评估表范例12营销策略分析与决策表范例12新产品上市战略规划表范例13盈亏核算表范例14销售计划表范例15年度销售计划分析表范例15年度销售计划表范例16半年度销售计划表范例16月度销售计划表范例17部门与客户销售额计划表范例17销售收款计划表范例18销售费用计划表范例19促销计划表范例20销售人员年度销售计划表范例20管理文书范例21市场营销战略计划书内容要点21公司市场营销计划23营销改进建议书范例26新产品开发可行性分析报告内容要点29市场环境分析报告范例33市场细分策略范例34市场细分具体操作方案范例35第2章 价格管理40管理制度范例40销售价格管理办法范例40集团公司产品定价制度范例42估价的操作规则范例43商品估价管理制度范例44商品削价处理规程范例44公司降价销售管理规定范例45订货价格制定范例47价格竞争管理办法范例49价格调整管理制度范例50管理表格范例51成本核算表范例51估价单范例52产品定价策略表范例53目录营销管理工具箱（第2版）Marketing Management Kit产品定价分析表范例54价格确定表范例55产品报价单范例56产品售价表范例57产品售价单范例58产品价目分类表范例59产品单价变动记录表范例60特价申请表范例61管理文书范例62成本导向定价方案范例62产品地理定价实施方案范例66需求导向定价方案范例68产品生命周期定价方案范例72市场竞争导向定价方案范例74公司价格竞争策略书范例77公司产品调价分析书范例78第3章 营销渠道管理79管理制度范例79公司渠道管理制度范例79公司渠道商申请制度和程序范例82公司加盟运作制度范例83代理店、特约店管理制度范例85特约店促销管理制度范例88特约店管理制度规定范例92代理商管理制度范例94专卖店考核管理细则范例96食品专卖店（加盟店）管理制度范例97加盟代理店的奖励规定范例97连锁店的营运体制规范范例98连锁店管理制度范例100连锁店卖场管理规则范例101连锁店协约通则范例103经销商管理制度范例104地区总经销商管理制度范例106经销商评估办法范例110经销店技术服务奖励办法范例112经销店分期付款奖励办法范例114经销店店面陈列奖励办法范例115经销商年度奖励办法范例116直销公司业务运营管理规定范例119公司二级批发商管理制度范例122直销、经销与批发业务的要求范例123窜货和价格管理制度范例127窜货的处罚规定范例128经销商滞销产品退换货管理办法范例129管理表格范例130渠道人员绩效评估表范例130销售网点业绩评估周报表范例132订货单范例133订单登记表范例133订货登记表范例134订货统计表范例135退货单范例136取消订单损失报告范例137提货单范例137出货通知单范例138发货月报表范例138送货单范例139送货统计表范例140交货单范例140交货控制表范例141交货进度追踪表范例142渠道决策表范例142经销商选择表范例143经销商综合信用评估表范例143返利系统设计表范例144供应商供货评价表范例145产品供应渠道表范例145渠道人员月/周别行动计划表范例146管理文书范例147营销渠道系统诊断书范例147公司渠道冲突处理方案范例150窜货预防方案范例151公司分销商建设计划方案范例156公司产品代理体制建设方案范例158加盟连锁店招募方案范例159产品特许经营招募书范例161招商文案范例163第4章 促销管理165管理制度范例165商场促销宣传管理制度范例165××商厦促销花车管理制度范例165商场促销团购管理制度范例167厂聘员工及厂家促销人员的现场管理制度范例169大宗宣传促销品招标办法范例170公司促销管理制度范例170管理表格范例172促销宣传事项报告表范例172促销企划表范例173促销工作计划表范例173K/A促销计划表范例174客户促销计划表范例175推广促销活动预算表范例176推广活动实施费用预算表范例177促销成本评估表范例178促销专柜申请表范例178促销赠品申请表范例179促销记录表范例179重点客户促销报告表范例180促销实绩统计表范例181促销利率统计表范例181促销成果汇总表范例182促销效率分析表范例182促销活动反馈表范例183管理文书范例183销售促进分类管理方案范例183超市促销活动计划书范例184第5章 营销终端管理189管理制度范例189终端导购人员日常管理范例189终端陈列原则范例190终端销售规则范例191终端销售日常工作范例192终端管理工作细则范例193终端铺货制度范例195铺货机构工作人员职责范例195管理表格范例196铺货记录表范例196铺货率汇总表范例197铺货进度追踪表范例197铺货失败记录表范例198市场跟踪服务表范例199导购代表月度考评表范例200市场部巡店报告范例201管理文书范例202产品销售终端管理方案范例202第6章 广告管理205管理制度范例205广告宣传业务规定范例205新产品促销宣传规定范例206年度市场推广广告战略管理办法范例209广告业务廉洁管理规定范例210店面广告制作

## &lt;&lt;营销管理工具箱&gt;&gt;

管理制度范例211代理商广告促销管理制度范例212管理表格范例214传媒调查分析表范例214广电媒体调查分析表范例215媒体年度计划安排表范例216广告宣传表范例217广告投入申请表范例218代理商广告申请表范例218广告费用表范例219广告与促销预算表范例219广告实施报告表范例220广告补贴申请表范例221广告投放效果评价表范例221广告效果反馈表范例222广告计划方案表范例222管理文书范例223公司广告预算分配方案范例223广告策划书(整体框架)内容要点范例225公司广告策划书范例235广告实施的具体执行方案范例246公司产品上市广告计划书范例248全国市场广告促销策划书范例252网络广告预算方案范例259广告与媒体应用策划书范例262广告宣传方案范例265第2篇 情报与信息第7章 市场调研管理268管理制度范例268客户调查管理办法范例268客户信用度评估细则范例270客户满意度调查办法范例271市场调查实施程序要点范例273市场调查操作流程范例275市场调查员管理制度范例277公司竞争对手调查操作规则范例279面谈调查实施细则范例281管理表格范例284市场调查表范例284市场调研计划表范例284市场客户巡回调查日报表范例285市场巡回调查状况月报表范例285市场开拓可行性调查表范例286市场开拓可行性分析表范例287市场调查研究情况表范例287客户信用调查总表范例288客户信用调查明细表范例289顾客咨询内容记录表范例290顾客购买数量调查表范例290畅销商品调查表范例291滞销商品调查分析表范例292销售点购买率调查表范例293销售利润调查表范例294消费者购买动向调查表范例295产品使用情况调查表范例296同类产品竞争厂商调查表范例296管理文书范例297问卷调研法实施方案范例297公司市场前景调查问卷分析报告范例300外观包装调查方案范例302第8章 信息管理制度305管理制度范例305公司订单情报管理制度范例305客户信息管理章程范例306客户需求信息处理制度范例307市场信息统计管理办法制度范例308制作客户资料要点范例311客户调查资料处理制度范例314管理表格范例316人、财、物的流动分析率范例316市场销售业务负面信息分析改善表范例316市场月度信息反馈报告表范例317市场区域分析明细表范例318市场占有率比较分析表范例318产品营销分析表范例319商品需求预测表范例320商圈分析表范例320消费者信息分析表范例321负面情报分析表范例322客户信用评估总表范例322客户信用状况变化分析表范例323客户信用分析表范例324客户信用管理表范例325销售策略检讨表范例326客户延迟付款分析表范例326市场营销动态分析表范例327销售网点比较分析表范例328竞争对手营销战略分析表范例328销售额变化分析表范例329企业畅销产品分析表范例330新产品销路调查分析表范例331竞争产品特性分析表范例331月度销售比例分析表范例332销售区销售状况分析表范例332销售网点销售效率分析表范例333管理文书范例334营销信息管理方案范例334市场前景动态分析报告范例338公司营销组合评估文案范例339定性销售预测工作实施方案范例341第3篇 客户服务第9章 客户关系管理346管理制度范例346新客户开发管理实施细则范例346客户名册管理制度范例347客户销户管理制度范例348客户参观接待管理办法范例350客户接待费用管理规定范例350客户招待会实施程序范例352客户档案立档管理制度范例353客户档案保管使用制度范例355客户资料保密管理制度范例357客户投诉案件具体处理办法范例359客户投诉经济处罚规定范例361客户投诉行政处罚规定范例362客户服务实施办法范例363客户退换商品处理办法范例365客户索赔处理规定范例366售后服务管理办法范例367送货服务程序范例369管理表格范例370客户资料表范例370客户资料卡范例371客户档案表范例372客户管理表范例373客户年度销售额明细表范例374重点客户登记表范例375潜在客户开发表范例376客户升级考评表范例377客户联络计划总表范例377客户款待报告表范例378问题客户检查表范例378客户问题分析表范例379客户分类表范例380客户等级分类表范例381售后服务报告表范例381售后服务日报表范例382客户意见处理表范例382客户索赔一览表范例383客户投诉防范表范例384客户投诉登记追踪表范例384客户投诉案件统计表范例385客户投诉管理表范例386客户投诉处理报告表范例387管理文书范例387客户投诉处理报告范例387第4篇 营销财务管理第10章 账款管理390管理制度范例390公司应收票据管理办法范例390收款业务实施细则(一)392收款业务实施细则(二)394货款回收管理办法范例395营销债权管理制度范例396应收款项管理制度范例400客户缴款管理制度范例402逾期账款管理制度范例404问题账款管理制度范例405呆、坏账处理制度范例407呆、坏账催讨办法范例410客户对账管理制度范例411客户信用限度确定办法范例412财务报销制度范例413公司营销中心办事处财务管理制度范例414管理表格范例416财务年度预算报告表范例416收款通知书范例417收款通知单范例418收款凭单范例419销售款状况日报表范例419销售收入月报表范例420费用支出月报表范例421销售返利情况表范例422销售总利润增减分析表范例422销售利润增长统计表范例423缴款单范例423零用金记账表范例424零用金报销清单范例424收款月报表范例425收

## &lt;&lt;营销管理工具箱&gt;&gt;

款日报表范例426收款状况报告表范例426客户赊款回收计划表范例427赊销货款余额管理表范例428销售收款状况分析表范例429欠款催账单范例430应收账款日报表范例431应收账款票据日报表范例432应收账款票据月报表范例432应收账款催收单范例433应收账款预测表范例434账款异常报告表范例434收款异常报告表范例435应收账款变动表范例436客户问题账款报告表范例437呆账统计表范例437销售额、回收额统计一览表范例438管理文书范例439公司营销组合财务预算书范例439公司营销战略实施费用控制报告范例443第5篇 营销人力资源管理第11章 营销组织管理制度448管理制度范例448销售组织管理制度范例448营销分公司组织管理规定范例454营销公司驻外分公司（办事处）管理制度范例455营销中心业务分担制度范例458客服部工作细则范例459营业部管理细则范例459人事管理制度范例461第12章 营销部岗位管理469管理制度范例469市场部职能与岗位管理办法范例469销售部职能与岗位管理办法范例473储运部职能与岗位管理办法范例475营销总监岗位职责范例475营销总监工作权限规范范例476营销主管工作职责标准范例477分公司销售经理的职责与权限范例480销售人员岗位职责范例483集团营销总部大区管理部工作手册范例484管理表格范例490销售人员岗位职责明细表490销售工程师岗位职责范例491管理文书范例492营销人员职位说明书范例492营销主管任职资格描述范例493第13章 营销人员薪酬管理495管理制度范例495营销人员薪酬管理制度范例495销售人员工资管理规定范例497销售人员业绩薪酬管理办法范例498营销系统薪酬、绩效考核管理制度范例499业务薪酬及考核晋升制度范例503促销员评级和薪酬制度范例504导购代表工资管理规定范例505导购代表及导购小组长工资506计算办法范例506销售公司内勤人员薪酬管理制度范例509管理表格范例511销售人员工资表范例511销售人员薪资核准表范例512销售人员工资明细表范例513销售人员统一薪金等级表范例513销售人员提成比例一览表范例514兼职销售人员奖金提成核定表范例515销售经理奖金核定表范例516名次绩效奖金表范例517管理文书范例517国内部销售人员薪酬激励方案范例517营销人员薪酬制度组合范例526第14章 市场销售人员管理530管理制度范例530销售人员管理制度范例530销售人员行为守则范例534销售人员标准作业手册范例535卖场销售人员管理制度范例545销售经理管理准则范例554客户经理管理制度范例568销售工作日报表审核制度范例573销售人员考核办法范例574销售人员奖惩办法范例575销售人员出差制度范例577促销员管理办法范例578市场促销员考核办法范例579销售人员客户拜访管理规范范例581销售人员客户拜访管理办法范例584销售人员客户拜访规划管理办法范例585销售拜访作业计划查核细则范例587业务接洽追踪办法范例588客户开发人员业绩考核制度范例590客户开发奖励制度范例593业务员开发新客户奖励办法范例594业务员职责范例596客户开发提案改善制度范例598客户开发提案建议管理办法范例600管理表格范例601销售登记表范例601营业收入明细表范例602营业日报表范例603销售额统计表范例604销售季报表范例605销售月报表范例（一）606销售月报表范例（二）607部门销售管理月报表范例608销售周报表范例609销售日报表范例610销售人员工作实绩综合记录表范例611业绩评价报告表范例612年度绩效考核表范例613销售部绩效考核表范例614绩效指标构成表范例614销售人员考绩表范例（一）615销售人员考绩表范例（二）616销售人员考绩表范例（三）617销售员销售毛利日报表范例617销售实绩统计表范例618业务人员业绩增减月报表范例619完成效益奖励表范例620销售人员奖惩登记表范例620业务员评价表范例621月度销售计划表范例622月度重点行动计划表范例622周销售计划表范例623销售人员日报表范例624拜访客户日报表范例625销售计划执行情况统计表范例626优惠销售申请表范例627销售人员工作效率自检表628营销人员业务情况掌握表范例628管理文书范例629营销人员推销手册内容要点范例629销售人员标准用语范例630人员推销具体操作实施方案范例632销售人员激励方式实施方案范例648销售人员销售目标责任书范例649营销人员绩效评估文案范例651营销人员激励管理实施方案范例653营销人员业务奖励方案范例654营销人员非物质激励实施方案范例655销售人员销售区域管理方案范例658销售文书范例659商品推销函范例659报价函范例660应征为代理函范例660接受代理申请函范例661还价函范例661交易条件磋商函范例662答复建立贸易关系函范例663产品订购函范例663促销函范例664寄报价单函范例664客户查询函范例665第15章 营销人员培训管理666管理制度范例666营销人员培训制度范例666新业务员教育培训办法范例667导购代表管理培训规定范例668销售员培训制度范例672管理表格范例674营销人员培训计划表范例674销售人员业务洽谈演练评价表范例675营销人员培训实施表范例675营销人员培训考核表范例676管理文书范例677公司营销人员培训计划书范例677第6篇 营销综合管理第16章 综合管理制度682管理制度范例682营销管理制度范例682分公司销售业务工作流程范例686营销中心办事处销售目标计划管理范例690营销中心办事处物流与仓储管理范例691

<<营销管理工具箱>>

营销公司安全检查制度范例695管理表格范例697产品记录表范例697销售额季节变动指数计算表范例698历年销售业绩比较表范例699销售管理费用分解表范例700销售绩效管理表范例701新品开发准备期工作掌控表范例702管理文书范例702产品市场开拓计划书范例702产品推介书范例704目标市场营销方案范例707第7篇 销售合同第17章 销售合同管理710管理制度范例710销售合同管理细则范例710管理表格范例722合同登记表范例722合同变更申请单范例723管理文书范例724经销服务协议范例724经销商合同范例725企业与经销商合作合同范例728直销经销商合同范例731直销营业代表合同范例734总代理协议书范例736总代理合同范例740一般代理协议书范例743公司代理店合同书范例745独家代理协议书范例747代理佣金合同范例748连锁加盟合同范例751公司特约店交易合同书范例763订货协议范例764赊销协议范例765试用买卖合同范例766凭样买卖合同范例767商品代销合同范例768委托代销合同范例769一般商品买卖合同范例770售后服务协议书范例771营销赔偿协议书范例774公司营业代表合同范例775国际售货合同范例778国际总代理合同范例780国际租赁合同范例783航空运输合同范例788水路运输合同范例789债务和解协议书范例790经济纠纷法律文书范例792起诉状范例792答辩状范例792上诉状范例793申诉状范例794反诉状范例794参考文献796

## 章节摘录

版权页：插图：对大多数公司而言，采用随行就市定价法比较重要。

竞争越激烈，这种定价法的运用价值就越高。

第一，普遍价格水平可保证各公司都能获得平均利润；第二，较易与同行竞争者和平相处，避免价格战和竞争者之间的报复，也有利于整个行业的稳定发展；第三，采用随行就市定价既可以为公司节省许多调研时间和费用，又避免了因贸然变动价格所带来的经营风险，是一种较为稳妥的定价方法。

值得注意的是，运用该定价法时，公司必须把握具有代表性的市场价格或平均价格，以便采取相应的价格对策。

在市场上，公司还要考虑一定价格条件下的汇率变动、支付手段、交易方式等情况，否则，公司就会在竞争中处于不利境地。

公司应该同时将竞争者的价格、非价格竞争与一定的价格水平结合起来进行分析。

因为在随行就市定价时，当市场上价格竞争减弱，非价格竞争就会成为主要的竞争手段。

如公司通过付款条件、服务、质量、信誉、价格折扣、广告宣传、销售渠道等开展竞争，这常常比价格竞争更隐蔽、更有效。

二、排他型定价法采用随行就市定价法的出发点是谨慎维持与竞争者之间的价格关系，避免直接的价格竞争。

而排他型定价则是以价格作为竞争手段，定价的目的就是要通过价格竞争进而排挤打压竞争对手，扩大自身的市场占有率。

排他型定价可以分为两种情况：一是当前市场上已经有大量的竞争者，公司采用排他型定价就是要排挤这些已存在的竞争者；二是公司进入一个新的产业，开发了一种新的产品或服务，市场上还没有任何有实力的直接竞争者。

但不论是出于何种情况，公司在采用排他型定价时，都必须对竞争形势、产品特点及公司自身实力等有十分清醒的认识，否则，公司采用排他型定价就是十分危险的。

公司必须在认真评估竞争形势，并且认定自身具有一定价格优势的情况下，再采用排他型定价。

否则，不但无法通过定价获益，反而会招致严重的损失。

在考虑排他型定价的同时，也要考虑到产品特点等因素。

## <<营销管理工具箱>>

### 编辑推荐

《营销管理工具箱(第2版)》特点：适用性强。

适合从事营销管理工作的从业人员使用，有助于提高工作效率，做好业务工作。

实用性佳。

内容完全根据营销管理流程设计，符合实际工作需要。

随书附赠光盘，包括所有图表内容，可方便快捷地打印出效果完美的报表。

涵盖面广。

结合营销管理业务的特点，分类整理、归纳提炼出包括业务流程、业务表单和模型工具在内的所有实务内容。

把每一个制度都加以重新整理、归纳.工作规范更加清晰明了。

资料量大。

包含经过作者认真筛选、设计的数百个表格、工具和流程图等。

超级实用的营销管理工具、表单和范例营销从业人员必备的案头实务手册



版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>