

<<市场营销管理职位工作手册>>

图书基本信息

书名：<<市场营销管理职位工作手册>>

13位ISBN编号：9787115191465

10位ISBN编号：7115191468

出版时间：2009-1

出版时间：程淑丽 人民邮电出版社 (2009-01出版)

作者：程淑丽

页数：363

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>

<<市场营销管理职位工作手册>>

前言

弗布克管理职位工作手册系列图书旨在解决中国企业管理的执行和工作规范问题。

本套图书将企业日常管理的某类工作进行目标化、制度化、工具化和流程化，为岗位任职者提供各种可以借鉴的范例、模板、流程和工具表单。

中国企业一直没有停止对先进管理理念的探索，但相比理念而言，企业在执行的过程中更急需的是实务性的工具。

只有执行到位、有效执行、规范执行、按照制度和标准执行，才能提高企业的执行速度和运营效率，才能使企业更加具有竞争力。

<<市场营销管理职位工作手册>>

内容概要

本书从工作目标、工作事项描述、工作细化执行三个层面，对市场营销管理的各项工作，包括营销组织管理、营销战略与计划管理、营销调研管理、市场预测与决策管理、市场细分与市场定位管理、产品品牌与包装管理、定价管理、销售管理、促销管理、客户管理、营销控制、营销渠道管理、营销信息系统管理13项内容进行了详述。

“工作目标+制度模板+工具表单+工作流程”是本书的四大特点，实务性、操作性、工具性是本书的三大特性。

本书适合市场营销管理从业人员、企业中高层管理人员、咨询及企业培训人员、相关专家学者阅读。

<<市场营销管理职位工作手册>>

书籍目录

第一章 市场营销部职责描述 1第一节 市场营销部的职能、工作目标与工作职责 2一、市场营销部的职能 2二、市场营销部的工作目标 2三、市场营销部的工作职责 3第二节 市场营销部各岗位工作职责 4一、营销总监 4二、市场经理 5三、销售经理 7四、客服经理 8五、区域销售经理 9六、市场策划主管 10七、公共关系主管 11八、促销主管 12九、销售主管 13十、客户关系主管 14十一、市场调研员 15十二、市场策划员 16十三、促销专员 17十四、销售专员 18第二章 市场营销部组织管理 21第一节 工作目标与工作事项描述 22一、组织管理工作目标 22二、达成目标的2个工作事项 22(一)营销组织结构设计 22(二)营销管理制度设计 23第二节 市场营销部组织管理细化执行 24一、组织管理工作知识准备 24(一)市场营销组织的性质 24(二)市场营销组织的构成要素 25(三)构建市场营销组织应考虑的因素 25(四)构建市场营销组织应遵循的原则 26(五)市场营销部与其他部门的关系 26二、市场营销部组织管理工作模板 27(一)职能型市场营销组织模板 27(二)区域型市场营销组织模板 28(三)产品型市场营销组织模板 29(四)客户型市场营销组织模板 30(五)大客户型市场营销组织模板 30(六)市场营销部组织管理制度模板 32(七)企业销售管理制度设计模板 37三、市场营销组织管理工具表单 39(一)销售系统确定计划表 39(二)地区销售人员配备表 40第三章 营销战略与计划 41第一节 工作目标与工作事项描述 42一、营销战略与计划工作目标 42二、达成目标的2个工作事项 42(一)营销战略规划 42(二)营销计划管理 43第二节 营销战略与计划工作细化执行 43一、营销战略与计划工作知识准备 43(一)影响营销战略的环境因素 43(二)企业营销计划的主要内容 43(三)影响营销计划执行的因素 45(四)制定销售策略需考虑的问题 46二、营销战略与计划管理工作模板 46(一)销售计划管理制度模板 46(二)企业年度销售计划模板 47三、营销战略与计划管理工具表单 50(一)企业年销售目标预测表 50(二)月度商品销售额计划表 51(三)单位/客户别销售计划表 52(四)产品区域市场销售计划表 52(五)按人员细分的销售目标表 53(六)按时间、损益和产品细分的销售目标表 53(七)按时间、区域和产品细分的销售目标表 54(八)按时间、部门和产品细分的销售目标表 55四、营销战略与计划管理工作流程 56(一)销售计划制订工作流程 56(二)营销策略制定、审批流程 57(三)营销环境机会评价流程 58第三节 销售预算管理 59一、销售预算管理工作知识准备 59(一)销售预算的内容 59(二)销售预算的方法 61二、销售预算管理工具表单 62(一)销售费用预算表 62(二)营销费用预算表 63三、销售预算管理工具表单 64(一)销售预算编制管理流程 64(二)零基预算法预算编制流程 65第四章 市场调研 67第一节 工作目标与工作事项描述 68一、市场调研工作目标 68二、达成目标的3个工作事项 69(一)调研工作规划 69(二)调研工作实施 69(三)研究分析, 提出建议 69第二节 市场调研管理工作细化执行 69一、营销调研工作知识准备 69(一)市场营销调研的内容 69(二)市场调研的工作方法 71(三)调研报告的撰写格式 73二、营销调研管理工作模板 74(一)市场调查业务规程模板 74(二)产品市场调查报告模板 77三、营销调研工具表单 79(一)市场总容量调查估计表 79(二)市场绝对占有率分析表 79(三)市场相对占有率分析表 80(四)新商品销路调查分析表 80(五)经销商信用程度调查表 80(六)营销管理工作调查表 81(七)销售管理工作调查表 82(八)竞争品牌市场调查表 83四、营销调研工作流程 84(一)营销调研管理流程 84(二)实地调研实施流程 85(三)调查问卷设计流程 86第五章 市场预测与决策 87第一节 工作目标与工作事项描述 88一、市场预测与决策工作目标 88二、达成目标的2个工作事项 89(一)市场预测 89(二)市场决策 89第二节 市场预测工作细化执行 89一、市场预测工作知识准备 89(一)销售预测的过程 89(二)市场预测的方法 90二、市场预测工作模板 92三、市场预测工具表单 93(一)年度销售预测表 93(二)未来三年销售预测表 94四、市场预测工作流程 94(一)市场预测工作流程 94(二)销售预测工作流程 95第三节 市场决策工作细化执行 96一、市场决策工作知识准备 96(一)市场决策的工作方法 96(二)市场决策方案的内容 97二、市场决策工作模板 98(一)确定型决策报告模板 98(二)未确定型决策报告模板 99三、市场决策工作流程 100第六章 市场细分与市场定位 101第一节 工作目标与工作事项描述 102一、市场细分与市场定位工作目标 102二、达成目标的2个工作事项 102(一)市场细分与目标市场选择 102(二)市场定位 103第二节 市场细分工作细化执行 103一、市场细分工作知识准备 103(一)市场细分的依据 103(二)市场细分的方法 104二、市场细分工具表单 104(一)竞争分析作业表 104(二)机会分析作业表 104(三)市场细分作业表 106三、市场细分工作流程 107第三节 选择目标市场工作细化执行 108一、选择目标市场的工作知识准备 108(一)确定目标市场的方式 108(二)选择目标市场应考虑的因素 108二、选择目标市场工具表单 109(一)目标市场特征调查分析表 109(二)目标市场需求满足程度

<<市场营销管理职位工作手册>>

分析表 110三、选择目标市场工作流程 111第四节 市场定位工作细化执行 112一、市场定位工作知识准备 112(一)市场定位的方法 112(二)市场定位的类型 113二、市场定位工具表单 114三、市场定位流程 115(一)市场定位工作流程 115(二)市场再定位流程 116第七章 产品品牌与包装管理 117第一节 工作目标与工作事项描述 118一、产品、品牌与包装管理工作目标 118二、达成目标的3个工作事项 118(一)产品管理 118(二)品牌管理 119(三)包装管理 119第二节 产品管理工作细化执行 119一、产品管理工作知识准备 119(一)产品差别化指标 119(二)产品组合策略 120(三)企业可选择的组合策略 121二、产品管理工作模板 121(一)产品管理办法模板 121(二)新产品上市管理制度 127三、产品管理工具表单 129(一)产品决策作业表 129(二)产品市场分析表 130(三)新产品开发计划表 131四、产品管理工作流程 133(一)新产品开发管理流程 133(二)新产品上市管理流程 134第三节 品牌管理工作细化执行 135一、品牌管理工作知识准备 135(一)品牌战略的类别 135(二)品牌管理的内容 135(三)品牌建设工作事项 136二、品牌管理工作模板 136(一)企业商标管理办法 139(二)企业品牌管理规定 139三、品牌管理工作工具表单 140(一)品牌形象分析表 140(二)产品品牌评估表 140(三)品牌维护计划表 141(四)品牌生命力调查表 141四、品牌管理工作流程 142(一)品牌定位流程 142(二)品牌管理流程 143第四节 包装管理工作细化执行 144一、包装管理工作知识准备 144(一)包装设计的要求 144(二)包装策略 144二、包装管理制度模板 146三、包装管理工具表单 147(一)包装使用表 147(二)产品包装表 148第八章 定价管理 149第一节 工作目标与工作事项 150一、定价管理工作目标 150二、达成目标的2个工作事项 150(一)价格体系的构建 150(二)产品价格调整 150第二节 定价管理工作细化执行 151一、定价管理工作知识准备 151(一)定价目标的选择 151(二)定价时应考虑的因素 152(三)定价策略的选择 153(四)产品定价方式 156二、定价管理工作模板 157(一)产品定价管理制度 157(二)降价销售管理制度 159三、定价管理工具表单 160(一)价格决策作业表 160(二)竞争产品价格调查表 161(三)成本估价单 162(四)产品定价分析表 163(五)产品降价申请表 164(六)产品价格变动记录表 164(七)产品价格变动分析表 165四、定价管理工作流程 166(一)产品定价管理流程 166(二)产品价格调整流程 167第九章 销售管理 169第一节 工作目标与工作事项描述 170一、销售管理工作目标 170二、达成目标的4个工作事项 171(一)客户开发及过程管理 171(二)货物的发、存、送管理 171(三)销售回款管理 171(四)销售考核管理 171第二节 客户开发工作细化执行 172一、客户开发工作模板 172(一)客户开发管理制度模板 172(二)客户开发建议管理制度模板 174二、客户开发工具表单 176(一)周行动计划表 176(二)客户访问步骤表 177(三)客户开发记录表 177(四)重点客户开发计划表 177(五)客户访问实情日报表 177(六)销售效率分析报告表 178三、客户开发工作流程 179(一)大客户开发工作流程 179(二)经销商开发管理流程 180(三)客户拜访管理工作流程 181第三节 订货管理工作细化执行 182一、订货管理工作模板 182(一)订货管理规定 182(二)订货合同模板 183二、订货管理工具表单 184(一)订货单 184(二)订货明细表 184(三)订货登记表 185(四)订货统计表 185三、订货管理工作流程 186(一)客户订货工作流程 186(二)销售合同管理流程 187第四节 发货管理工作细化执行 188一、发货管理工作模板 188(一)发货管理规定模板 188(二)销售线路管理制度模板 189二、发货管理工具表单 190(一)商品发货单 190(二)发货明细表 190(三)发货月报表 191(四)发货汇总表 191(五)退货申请单 191三、发货管理工作流程 192(一)发货工作流程 192(二)调货工作流程 193(三)退货工作流程 194第五节 回款管理工作细化执行 195一、回款管理工作模板 195(一)货款回收管理办法模板 195(二)催款通知书模板 197二、回款管理工具表单 198(一)回款计划书 198(二)收款通知单 199(三)回款明细统计表 199(四)客户回款月报表 199(五)货款回收分析表 200(六)应收账款年度分析表 200三、回款管理工作流程 201(一)销售回款工作流程 201(二)预付款结算流程 202(三)问题账款处理流程 203第六节 销售费用控制工作细化执行 204一、销售费用控制管理工作模板 204二、销售费用控制管理工作流程 206(一)销售费用管理流程 206(二)销售费用预算控制工作流程 207第七节 销售提成管理工作细化执行 208一、销售提成管理工作模板 208二、销售提成管理工具表单 210(一)销售业绩统计表 210(二)销售提成申请表 210三、销售提成管理工作流程 211第八节 销售考核管理工作细化执行 212一、销售考核管理工作模板 212(一)销售考核管理制度模板 212(二)销售人员绩效考核方案模板 213二、销售考核管理工具表单 217(一)销售经理月度考核表 217(二)市场主管月度考核表 217(三)客户主管月度考核表 218(四)区域经理月度考核表 218三、销售考核管理工作流程 219(一)销售人员考核流程 219(二)促销奖惩工作流程 220第十章 促销管理 221第一节 工作目标与工作事项描述 222一、促销管理工作目标 222二、达成目标的4个工作事项 223(一)促销工作规划 223(二)促销实施与评估 223第二节 促销与促销组合管理工作细化执行 223一、促销与促销组合管理工作知识准

<<市场营销管理职位工作手册>>

备 223(一)促销的主要方式 224(二)促销预算的方法 224(三)促销决策实施的步骤 226二、促销与促销组合管理工作模板 226(一)促销工作管理制度模板 226(二)促销计划制订指导书模板 230三、促销与促销组合管理工具表单 236(一)促销工作计划表 236(二)促销活动计划书 236(三)促销决策作业表 237(四)促销成本分析表 237(五)促销活动效果反馈表 238(六)重点经销店促销方案表 238(七)促销活动执行方案传阅表 239四、促销与促销组合管理工作流程 240(一)促销计划制订管理流程 240(二)促销活动实施管理流程 241

第三节 广告管理工作细化执行 241一、广告管理工作知识准备 242(一)广告决策的过程 242(二)广告媒体组合策略 245(三)广告效果测定内容 246二、广告管理工作模板 247(一)广告宣传管理规定模板 247(二)户外广告管理细则模板 248(三)广告业务管理规定模板 250三、广告管理工具表单 252(一)广告费用预算表 252(二)广告预算分配表 252(三)广告媒介评价表 254(四)广告费用月度报告单 254(五)广告效果测试评价表 255四、广告管理工作流程 256(一)广告策划工作流程 256(二)广告预算编制流程 257(三)广告媒体选择流程 258

第四节 公共关系管理工作细化执行 259一、公共关系管理工作知识准备 259(一)公共关系的宣传手段 259(二)公共关系的促进形式 259二、公共关系管理工作模板 260(一)公关事务管理规定模板 260(二)对外公关宣传管理制度模板 262三、公共关系管理工作流程 265(一)公关活动策划流程 265(二)公共关系管理流程 266

第五节 人员推销工作细化执行 267一、人员推销工作知识准备 267(一)人员推销的特点 267(二)人员推销的形式 267(三)推销人员的任务 267(四)推销人员的工作步骤 268二、人员推销管理工作模板 269(一)促销员管理规定模板 269(二)直销员管理规定模板 271三、人员推销管理工具表单 272(一)推销管理表 272(二)推销员日报 272四、人员推销管理工作流程 273(一)人员推销方案设计流程 273(二)人员有效推销工作流程 274

第六节 营业推广工作细化执行 275一、营业推广工作知识准备 275(一)营业推广的种类 275(二)营业推广的使用时机 277二、营业推广管理工具表单 277(一)赠品领取登记表 277(二)赠品发放统计表 278(三)门店赠品回收表 278三、营业推广管理工作流程 279

第十一章 客户管理 281

第一节 工作目标与工作事项描述 282一、客户管理工作目标 282二、达成目标的3个工作事项 282(一)客户信息管理 282(二)客户关系维护 283(三)客户投诉管理 283

第二节 客户管理工作细化执行 283一、客户管理工作知识准备 283(一)客户管理的内容 283(二)客户管理的原则 284(三)客户管理的工具 285(四)客户分析的方法 286二、客户管理工作模板 287(一)客户服务管理办法模板 287(二)客户信息管理制度模板 289(三)客户提案处理办法模板 294(四)客户投诉处理规则模板 295三、客户管理工具表单 297(一)客户资料表 297(二)客户信用评定表 300(三)信用额度变更表 300(四)客户增减分析表 301(五)客户投诉记录卡 301(六)投诉处理报告单 302(七)客诉登记追踪表 302四、客户管理工作流程 304(一)客户管理分析流程 304(二)客户访问工作流程 305(三)客户接待工作流程 306(四)客户投诉处理流程 307(五)全程信用管理流程 308(六)售后服务管理流程 309

第十二章 营销控制 311

第一节 工作目标与工作事项描述 312一、营销控制的工作目标 312二、达成目标的5个工作事项 312(一)营销战略控制 312(二)年度计划控制 312(三)盈利能力控制 313(四)营销效率控制 313(五)营销审计管理 313

第二节 营销控制管理工作细化执行 313一、营销控制管理工作知识准备 313(一)营销控制的类型 313(二)营销控制的措施 314二、营销控制管理工作模板 314(一)营销计划控制方案大纲模板 314(二)营销审计方案大纲模板 315三、营销控制管理工具表单 318(一)营销效益评价表 318(二)营销审计记录表 320(三)营销审计报告书 322四、营销控制管理工作流程 324(一)营销控制工作流程 324(二)营销审计工作流程 325

第十三章 营销渠道管理 327

第一节 工作目标与工作事项描述 328一、营销渠道管理工作目标 328二、达成目标的3个工作事项 328(一)营销渠道设计 328(二)营销渠道建设 329(三)营销渠道控制 329

第二节 营销渠道管理工作细化执行 329一、营销渠道管理工作知识准备 329(一)营销渠道功能 329(二)影响营销渠道选择的因素 329(三)营销渠道的长度和宽度 330二、营销渠道管理工作模板 332(一)经销协议书模板 332(二)代理商管理制度模板 335(三)连锁加盟管理制度模板 341(四)经销商培训管理办法模板 343(五)经销商会议策划方案模板 345三、营销渠道管理工具表单 347(一)代理商申请表 347(二)经销商资料卡 347(三)营销渠道开发规划表 348(四)渠道成员业绩统计表 348四、营销渠道管理工作流程 349(一)营销渠道设计流程 349(二)渠道成员管理流程 350

第十四章 市场营销信息系统 351

第一节 工作目标与工作事项描述 352一、市场营销信息系统管理的工作目标 352二、达成目标的2个工作事项 353(一)营销信息管理 353(二)营销信息系统管理 353

第二节 市场营销信息系统管理工作细化执行 353一、市场营销信息系统管理工作知识准备 353(一)市场营销信息系统的组成 353(二)市场营销信息系统功能 356二、市场营销信息系统管理工作模板 356(一)客户情报报告管理办法模板 356(二)市场营销信息管理制度模板 357三、市场营销信息系统管理工具表单 359(一)

<<市场营销管理职位工作手册>>

市场信息报告表 359(二)店铺情报汇总表 360(三)企业信息来源分析表 360(四)负面情报分析改善表 361(五)营业状况情报报告书 361四、市场营销信息系统管理工作流程 362(一)营销信息系统建立流程 362(二)市场信息传递管理流程 363

<<市场营销管理职位工作手册>>

章节摘录

插图：

<<市场营销管理职位工作手册>>

编辑推荐

《市场营销管理职位工作手册》适合市场营销管理从业人员、企业中高层管理人员、咨询及企业培训人员、相关专家学者阅读。

职责清晰：明确所在岗位的责任和任务并知道做什么，工作有序：知悉所要完成任务的具体步骤和 workflow，执行有力：精确地把管理落到各个岗位和具体事项上，提供工具：为企业各项工作提供规范化的制度和工具。

<<市场营销管理职位工作手册>>

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>