

希波集团

市场部培训手册

全国职业经理MBA双证班

认证系列：职业经理、人力资源总监、营销经理、品质经理、生产经理、物流经理、项目经理、企业培训师、营销策划师、酒店经理、市场总监、财务总监、行政总监、采购经理、企业管理咨询师、企业总经理、医院管理、IE 工业工程管理等高级资格认证。

颁发双证：高级经理资格证书+MBA 高等教育研修结业证书（含 2 年全套学籍档案）

证书说明：证书全国通用、电子注册，是提干、求职、晋级的有效依据

学习期限：3 个月（允许工作经验丰富学员提前毕业） **收费标准：**全部学费 **1280** 元

咨询电话：13684609885 0451- 88342620 **招生网站：**<http://www.mhjy.net>

电子邮箱：xchy007@163.com **颁证单位：**中国经济管理大学 **主办单位：**美华管理人才学校

全国招生 函授教育 颁发双证 权威有效



职业经理 MBA 整套实战教程

MBA 经理教材免费下载 网址：www.mhjy.net

全国Mini-MBA职业经理双证班



精品课程 权威双证 全国招生 请速充电

你可能准备跳槽或者求职, 却为缺少行业经验和专业证书而被用人单位百般挑惕!

你可能目前衣食无忧, 但随着年龄的增长和社会竞争压力的增大, 因为得不到专业的全新培训而失去竞争的机会和面临被淘汰的危机。

美华教育携手中国经济管理大学面向全国举办迷你 MBA 职业经理双证书班, 毕业颁发双证书。

招生专业及其颁发证书

认证项目	颁发双证	学费
全国《职业经理》MBA 高等教育双证书班	高级职业经理资格证书+2 年制 MBA 高等教育研修结业证书	1280 元
全国《人力资源总监》MBA 双证书班	高级人力资源总监职业经理资格证书+2 年制 MBA 高等教育研修证书	1280 元
全国《生产经理》MBA 高等教育双证班	高级生产管理职业经理资格证书+2 年制 MBA 高等教育研修结业证书	1280 元
全国《品质经理》MBA 高等教育双证班	高级品质管理职业经理资格证书+2 年制 MBA 高等教育研修结业证书	1280 元
全国《营销经理》MBA 高等教育双证班	高级营销经理资格证书+2 年制 MBA 高等教育研修结业证书	1280 元
全国《物流经理》MBA 高等教育双证班	高级物流管理职业经理资格证书+2 年制 MBA 高等教育结业证书	1280 元
全国《项目经理》MBA 高等教育双证班	高级项目管理职业经理资格证书+2 年制 MBA 高等教育研修结业证书	1280 元
全国《市场总监》MBA 高等教育双证书班	高级市场总监职业经理资格证书+2 年制 MBA 高等教育研修结业证书	1280 元
全国《酒店经理》MBA 高等教育双证班	高级酒店管理职业经理资格证书+2 年制 MBA 高等教育研修结业证书	1280 元
全国《企业培训师》MBA 高等教育双证班	企业培训师高级资格认证毕业证书+2 年制 MBA 高等教育研修证书	1280 元
全国《财务总监》MBA 高等教育双证班	高级财务总监职业经理资格证书+2 年制 MBA 高等教育研修结业证书	1280 元
全国《营销策划师》MBA 双证书班	高级营销策划师高级资格认证证书+2 年制 MBA 高等教育研修证书	1280 元
全国《企业总经理》MBA 高等教育双证班	全国企业总经理高级资格证书+2 年制 MBA 高等教育研修结业证书	1280 元
全国《行政总监》MBA 高等教育双证班	高级行政总监职业经理资格证书+2 年制 MBA 高等教育结业证书	1280 元
全国《采购经理》MBA 高等教育双证班	高级采购管理职业经理资格证书+2 年制 MBA 高等教育结业证书	1280 元
全国《IE 工业工程管理》MBA 双证班	高级 IE 工业工程师职业资格证书+2 年制 MBA 高等教育结业证书	1280 元
全国《企业管理咨询师》MBA 双证班	高级企业管理咨询师资格证书+2 年制 MBA 高等教育结业证书	1280 元



【授课方式】 全国招生、函授学习、权威双证

我校采用国际通用3结合的先进教育方式授课：远程函授+视频光盘+网络学院在线辅导（集中面授）



【颁发证书】 学员毕业后可以获取权威双证书与全套学员学籍档案

- 1、毕业后可以获取相应专业钢印《高级职业经理资格证书》；
- 2、毕业后可以获取2年制的《MBA研究生课程高等教育研修结业证书》；



【证书说明】

- 1、证书加盖中国经济管理大学钢印和公章（学校官方网站电子注册查询、随证书带整套学籍档案）；
- 2、毕业获取的证书与面授学员完全一致，无“函授”字样，与面授学员享有同等待遇，证书是学员求职、提干、晋级的有效证明。



【学习期限】 3个月（允许有工作经验学员提前毕业，毕业获取证书后学校仍持续辅导2年）



【收费标准】 全部费用1280元（含教材光盘、认证辅导、注册证书、学籍注册等全部费用）

函授学习为你节省了大量的宝贵的学习时间以及昂贵的MBA导师的面授费用，是经理人首选的学习方式。



【招生对象】

- 1、对管理知识感兴趣，具有简单电脑操作能力（有2年以上相应工作经验者可以申请提前毕业）。
- 2、年龄在20—55岁之间的各界管理知识需求者均可报名学习。



【教程特点】

- 1、完全实战教材，注重企业实战管理方法与中国管理背景完美融合，关注学员实际执行能力的培养；
- 2、对学员采用1对1顾问式教学指导，确保学员顺利完成学业、胸有成竹的走向领导岗位；
- 3、互动学习：专家、顾问24小时接受在线教学辅导+每年度集中面授辅导



【考试说明】

1. 卷面考核：毕业试卷是一套完整的情景模拟试卷（与工作相关联的基础问卷）
2. 论文考核：毕业需要提交2000字的论文（学员不需要参加毕业论文答辩但论文中必修体现出5点独特的企业管理心得）
3. 综合心理测评等问卷。



【颁证单位】

中国经济管理大学经中华人民共和国香港特别行政区批准注册成立。目前中国经济管理大学课程涉及国际学位教育、国际职业教育等。学院教学方式灵活多样，注重人才的实际技能的培养，向学员传授先进的管理思想和实际工作技能，学院会永远遵循“科技兴国、严谨办学”的原则不断的向社会提供优秀的管理人才。



【承办单位】

美华管理人才学校是中国最早由教委批准成立的“工商管理MBA实战教育机构”之一，由资深MBA教育培训专家、教育协会常务理事徐传有教授担任学校理事长。迄今为止，已为社会培养各类“能力型”管理人才近10万余人，并为多家企业提供了整合策划和企业内训，连续13年被教委评选为《优秀成人教育学校》《甲级先进办学单位》。办学多年来，美华人独特的教学方法，先进的教学理念赢得了社会各界的高度赞誉和认可。



【咨询电话】13684609885 0451--88342620

【咨询教师】王海涛 郑毅

【学校网站】<http://www.mh.jy.net>

【咨询邮箱】xchy007@163.com



【报名须知】

- 1、报名登记表格下载后详细填写并发送邮件至 xchy007@163.com (入学时不需要提交相片，毕业提交试卷同时邮寄4张2寸相片和一张身份证复印件即可)
- 2、交费后请及时电话通知招生办确认，以便于收费当日学校为你办理教材邮寄等入学手续。



【证书样本】(全国招生 函授学习 权威双证 请速充电)

(高级职业经理资格证书样本)

(两年制研究生课程高等教育结业证书样本)



【学费缴纳方式】(请携带本人身份证到银行办理交费手续，部分银行需要查验办理者身份证)

方式一	学校地址	<p>邮寄地址：哈尔滨市道外区南马路 120 号职工大学 109 室</p> <p>邮政编码：150020 收件人：王海涛</p>
方式二	学校帐号 (企业账户)	<p>学校帐号：184080723702015 账号户名：哈尔滨市道外区美华管理人才学校</p> <p>开户银行：哈尔滨银行中大支行 支付系统行号：313261018018</p>
方式三	交通银行 (太平洋卡)	<p>帐号：40551220360141505 户名：王海涛</p> <p>开户行：交通银行哈尔滨分行信用卡中心</p>
方式四	邮政储蓄 (存折)	<p>帐号：602610301201201234 户名：王海涛</p> <p>开户行：哈尔滨道外储蓄中心</p>
方式五	中国工商银行 (存折)	<p>帐号：3500016701101298023 户名：王海涛</p> <p>开户行：哈尔滨市道外区靖宇支行</p>
方式六	建设银行帐户 (存折)	<p>中国人民建设银行帐户(存折)： 1141449980130106399</p> <p>用户名：王海涛</p>
方式七	农业银行帐户 (卡号)	<p>农业银行帐户(卡号)： 6228480170232416918 用户名：王海涛</p> <p>农行卡开户银行：中国农业银行黑龙江分行营业部道外支行景阳支行</p>
方式八	招商银行 (卡号)	<p>招商银行帐户(卡号)： 6225884517313071 用户名：王海涛</p> <p>招商银行卡开户银行：招商银行哈尔滨分行马迭尔支行</p>

可以选择任意一种方式缴纳学费，收到学费当天，学校就会用邮政特快的方式为你邮寄教材、考试问卷以及收费票据。

第一篇 理念篇

第一章 企业简介

希波集团始建于 1993 年，经过 10 年的建设，目前已发展成为拥有佳木斯市希波食品公司、佳木斯佳佳食品厂、天津市希波食品公司三个全资子公司的集团化企业。集团现拥有肉串、肉丸、肉片、肉卷、涮肚、火锅底料六大系列、五十多个品种，集团注重科研和新产品的开发，已有 22 项技术获得国家级专利，多项技术指标填补了国内的空白，特别是先进的瞬间速冻技术和独特的生产工艺，使产品口味及营养价值极具特色，深受广大消费者青睐。

集团在全国的营销网络，遍布各大中小城市。目前拥有高素质的市场营销人员 500 余人；全资营销分公司、办事处 50 家；优秀、专业的经销商 200 家。集团与上海华联、联华、北京华联、天津家乐等国内大型连锁超市；美国沃尔玛、法国家乐福等国际零售巨头有着长期、稳定、良好的合作关系，拥有零售网点近 2 万家，在全国速冻食品行业中处于领先地位。

集团坚持“塑希波形象，创中国名牌”的宗旨，实施品牌战略。几年来，分别获得国家、省、市荣誉称号 40 余项。目前集团已全面通过 ISO9001:2000 质量管理认证体系认证，产品被国家绿色食品中心认证为绿色食品；连续多年被农行评为信誉 AAA 级企业；在中国食品工业协会全国肉类加工行业速冻肉串制品排序中，“希波”产品连续几年名列全国第一。国家无形资产权威机构评估，“希波”商标等无形资产价值 3.1 亿元人民币。统计表明：仅肉串每天有 80 万只希波肉串被食用，在广大消费者眼里，“希波”就是肉串、肉串就是“希波”。

集团依托于科技进步，坚持以市场为导向的原则，不断进行优化管理，全力把集团构筑成为产品结构多元化、生产技术现代化、人力资源的优质化、企业管理规范化的国际性知名企业。

第二章 希波企业创始人简介

刘平，佳木斯人，1974 年参加工作，历任佳木斯机械局工程公司段长、构件厂厂长、公司副经理。1987 年入党，2003 年 11 月考入哈尔滨市工业大学 EMBA 工商管理硕士。1993 年创办民营企业，现任佳木斯希波集团有限公司董事长兼总经理。同时，他还身兼多个职务，佳市慈善协会理事、佳市私营企业协会副会长、省工商联执委、省私营企业协会副会长、黑龙江省第九次党代会代表，因为业绩突出，党和人民给予他很多称号，市优秀共产党员、市劳模标兵、省劳动模范、省光彩企业家等。

刘平所领导的佳木斯希波集团有限公司是生产速冻肉制食品的大型民营企业，始建于 1993 年 10 月，现已成为闻名全国的跨地区、跨所有制的现代化企业集团，希波产品已覆盖全国各大中城市并已打入香港、澳门市场。希波集团已成为促进地方经济发展的重要力量。

第三章 希波集团的企业文化

企业文化是在一定的社会环境下企业及企业的员工在生产经营和管理活动中逐渐形成的观念形态、文化形式和价值体系的总和。希波的企业文化是对希波的制度上没有规定的部分进行补充和完善，反映了希波集团的发展方向和公司的对员工的基本要求。

【公司宗旨】：塑希波形象，创中国名牌。

希波集团在经历了十年的发展以后，在社会中已经树立了一个良好的希波形象，它具体包括：希波在公众心目中的知名企业的形象，希波产品在消费者心目中的名牌形象。希波的形象是全体希波人在长期的工作共同塑造的，它反映了希波人的凝聚力和奋进进取的精神。

名牌是良好企业形象的缩影，是产品优质的证明；同时，名牌是时尚的凝聚，是企业的无形财富。企业创出名牌，拥有名牌并保持名牌，就能占领市场，这是争夺战略的制高点。企业的知名度高，形象良好，又是企业创造名牌的催化剂，卓越的企业十分重视形象塑造和知名度的提高，以给顾客极大的感染力和吸引力，从而促进名牌产品的创造和推出。名牌名价，名牌是振兴我国民族工业的基石。因此希波将创中国名牌作为企业的志高目标。

【公司精神】：自我加压，争创一流。

希波集团对公司的每位员工在不同时期设立了不同的目标。希波集团的员工在工作中都能感觉到来自工作的压力。但希波的公司精神“自我加压”强调的是做为员工更主要的压力应来源于自己。只有从思想上主动承担压力，才能在工作中做到轻装上阵，达到快乐工作的目的。作为希波的员工应该做到无论在工作中所遇到的压力有多大，公司领导的要求有多高，都能用一颗平常心来面对，真正最大的压力来源于自己。

希波集团的员工无论何时都要进行自我反省，在自我加压的同时为自己设立更高的工作目标，不断的挑战自我，争创一流。在工作中不断挑战自己最高记录，不能满足于自己过去所拥有的成就。因为过去不等于将来，今天的成功不等于明天依然是成功。每位希波人都能把自己的工作做得更好，都有争创一流的共同目标，希波集团的发展才会更加迅速。

【公司目标】：创希波百年基业，办世界一流企业。

希波集团的目标创希波的百年基业，表明了希波人的远大的志向，要把希波集团建设成为像可口可乐、通用电气一样的百年企业，让希波的产品进入更高的消费者的家庭。因此在希波内部建立了员工推荐人才的奖励制度；对录用的人才，为了更好地帮助其发挥才能，集团为各类员工组织安排了系统的培训，人力资源部为其设计了职业生涯的规划，使人才在希波能有一个提高自己才能的机会，同时为各类人才的自身发展提供了一个充分展现的大舞台。

希波集团的目标另一个是办世界一流企业，使希波集团在百年的发展过程中具有更强的

生命力和吸引力。希波的领导人认为这是对“创希波百年基业”的有力补充，希波集团不仅要做到长久发展，更要使集团的规模不断壮大，达到世界一流企业的标准。即西文世界一流企业的昨天就是我们希波人的今天，西文世界一流企业的今天就是我们希波人的明天。

【经营方针】：永远生产社会最需要的产品。

一个好产品，可以给企业带来好的发展前景，甚至带动一个行业的发展。希波肉串在整个希波集团的发展历史中担任了一个非常重要的角色。现在，每天都会有近 80 万支希波肉串被消费者食用。说明希波肉串产品是被广大消费者所接受的并且喜欢的产品，随着公司销售队伍的发展壮大，将会有更多的消费者了解希波，喜欢希波的产品。

为延续企业的生命，就必须重视在新产品上的开发与研制工作。在希波高层领导的正确指导下，通过集团各部门辛苦的工作，希波肉串、肉丸系列产品才能不断地向社会推出新产品，才能满足不同层次消费者的需求，从根本上保证了希波的产品能不断发展，市场份额越来越大的一个总体趋势。希波仅肉串产品就有几十个品种，这是我们竞争的对手所不具备的。不断推陈出新，这也是希波肉串产品能在市场中畅销十年不衰的一个重要的原因。

【销售宗旨】：市场份额第一，经济效益第二。

希波的销售宗旨，一直以市场占有率为中心。市场份额的增加不仅仅是指单纯销售量的增加，更是企业综合实力的一种体现。现代企业的规模优势不是指企业资金的优势，也不是指企业员工数量的优势，而是指企业的市场份额在行业中是否具有优势地位。占据市场份额第一的位置，在行业中会有更大的影响力，对经销商具有更强的吸引力，对消费者具有更高的信誉度。因此，希波在终端渠道的投入非常大，现在共有 20000 多个终端网点。其中一些国际超级卖场的进店等各类费用比较大，甚至超过了希波所得到的利润。但希波人认为，为了更多的消费者能够在第一时间内购买到希波的产品，在这些国际超级卖场里希波的产品一定要有醒目的陈列，让广大的消费者方便购买，同时也是极好的广告宣传作用。只有消费者的利益得到了保障，公司的利益才能得到真正的保障。

【质量原则】：效益服从产品质量。

企业的生命在于产品，而产品的生命在于质量。在当今社会，消费者对产品的质量要求越来越高。高质量的产品就是他们消费的最大的保障。企业要开拓市场，巩固市场，发展市场，必须通过提供给消费者满意的产品和服务才能实现。企业产品的质量就是企业的生命，希波要做长青的企业，所以公司把质量放在生存发展的第一位。1997 年希波公司发给经销商的产品由于发货司机的个人原因，导致产品出现了缓化问题，当时公司的做法是把价值数十万元的产品及时的销毁。公司的效益降低了，但公司的质量保证了，信誉保证了。正是靠这种精神，希波才能在消费者心目中树立了良好的企业形象。

【工作原则】：只可改变过程，不可改变目标。

希波的工作原则，首先是在工作中必须持有的原则和态度，就是在工作中要坚定一个信念，工作目标一定要确保完成。在希波集团工作的每一位员工，都要制订每个月的工作目标、每个星期的工作目标。并且根据这些确定的目标，做出相应的工作计划。在实际的工作中每个人都严格按制定的工作计划执行，工作目标的设立时要注意目标不要过高或过低，使每个人通过努力都能够完成，这样希波集团整体的工作目标才能确保完成，工作效率才能真正提高；其次工作方法要讲求技巧，在希波集团工作，制订的公司目标、部门目标，个人目标都不能轻易改变。在实现目标的过程中，会遇到各种各样的困难。当一种办法行不通时，就要换另外一种办法，要全方位思考，在工作中要具有创新的精神，这样才能确保目标的实现。目标管理会让每位希波人的能力越来越强，希波集团就是在不断的突破创新中，在实现一个个的目标过程中而发展壮大起来的。

【工作方针】：质量第一、发货第二、降耗第三、产量第四。

质量包括产品质量、工作质量和服务质量。希波集团非常注重质量问题，不合格的产品是不能提供给消费者的，否则就会给消费者造成一定的损害，同时会降低希波集团的信誉，造成不良影响。不管市场需求是多少，一定要遵循质量第一的原则，如果产品质量不合格，公司储运部是不能发货的，坚决不能让质量有问题的产品进入流通渠道。其它部门的工作质量，服务质量也是公司很重视的，是第一位的。在保证各方面的质量前提下，就应以市场需求为先，保证经销商的需求，满足市场上消费者的需要，不能只考虑成本而影响正常工作的进度。在保证质量，保证市场需求供应的前提下，还要做到最大限度的节能降耗。如果单纯为了完成任务而是通过增加耗损量得到的，那么这种任务的完成是没有意义的，工作任务的完成量应是在降耗的基础上得到的。其它的部门也是一样，要以工作质量和服务质量为先，然后是保证工作和其它部门的需求，其次是考虑成本，最后才是工作任务的完成量。

【工作心态】：相互沟通，快乐工作。

希波集团员工之间相互理解，相互沟通，这是团队建设的关键。通过沟通达到目标一致、思想一致、行动一致，希波的向心力和凝聚力才能变得更强大，希波的工作效率才能更快速地提高。集团高层领导的战略布置才能真正贯彻执行，制定的各项工作计划才能按时、保质保量地完成。在希波其它的部门也要加强相互沟通，所以在希波实行部门间的换岗工作，让各部门的员工有更多相互了解和沟通的机会。通过沟通在希波的内部就会产生无形的力量，会激励人们以更高的热情，更积极的态度去面对所做的一切，才会营造出愉快的工作氛围。员工就能把工作当成一种乐趣，愿意在希波工作。同时把企业中的每个同事当成自己的兄弟姐妹，真正做到相互关心和相互帮助。而且希波集团为大家办理了养老和医疗保险，为大

家组织了各种层次的培训，开展各种丰富多彩的娱乐活动。真正营造出家庭般的亲情氛围，从而锻造成一支战无不胜的优秀团队。

【做人理念】：以诚为本，实事求是。

这不仅是希波领导者对公司员工的基本要求，也是每位员工做人的基本理念。要想做好事，首先做好人。以人为本，以诚为本。希波的发展不是靠弄虚作假支撑的，是靠每一个希波人实实在在的工作积累起来的，只有这种真实的积累才能经得起考验。在希波的发展过程中，不是一帆风顺的，也有过许多困难，犯过许多错误。但希波今天的发展壮大，是和希波人的这种实事求是的态度分不开的。错误并不可怕，怕的是有了错误不知道悔改，没有一个对待错误的正确态度。尤其对待工作中的失误情况，要敢于第一时间真实的反映，不能因为隐瞒、虚报事实而耽误了解决问题的最佳时机，否则给公司造成的损失是不可估量的。无论企业规模如何，都要以诚为本，实事求是的对待消费者，对待经销商，对待自己公司的员工。

【做事理念】：态度决定一切。

态度对人具有一种魔力，有什么样的态度就会得到什么样的结果。正确的态度，能够指导并帮助员工快速进步，态度在某种意义上讲比方式方法更重要。希波企业领导人刘平董事长对集团公司的态度：企业是大家的，不是自己挣钱的机器。希波员工对集团公司的态度：企业是自己的，是个人施展才华的大舞台。希波的发展壮大凝聚了无数员工的心血，是他们对希波集团的忠诚和无私奉献，造就了希波十年的辉煌。希波员工对工作的态度：工作要认真，敢于承担责任；工作内容要简单化、例行化；工作方法要多样化，敢于创新；在做好本职工作的前提下，出色的完成领导交待的其他工作。

【信誉理念】：世界上最难赚的不是钱。

希波集团的信誉理念是，世界上最难赚的不是钱，而是信誉。中国古代的商鞅正是凭借“城门立竿十两金”为自己、为秦国赢得了极佳的信誉，才使秦国真正的强大起来。而春都集团为了眼前的利益，卖给消费者的是不合格的产品，最终企业失去了信誉，同时也失去了原本属于自己的市场。。希波集团的领导认为企业的信誉是企业的一种无形资产，因此对经销商的信誉、对商场的信誉、对消费者的信誉、对员工的信誉十年来都是非常好的。也正是拥有了良好的企业信誉，希波集团才取得了农业银行的信任，拥有了AAA级的信贷资格。

【成功理念】：人生及事业的道路上，充满了“不”……只有将“不”战胜，迎接你的才是“行”。

在当今社会中任何企业和个人的成功不会是一帆风顺的，只有战胜挫折和困难，才会取得最终的胜利。面对挫折，希波同样采取的是一种积极主动的乐观态度：即在人生及事情的道路上，挫折对于成功者来说是最大的保护屏障。希波人认为没有失败，只有暂时的停止成

功。正如《真心英雄》中所唱到的：“不经历风雨怎么见彩虹，没有人能随随便便成功。”因此希波在十年的发展过程中，虽然经历了许多的磨难，但是希波人仍以一种无畏的精神，克服了各种困难，才取得了今天的成绩。在以后的发展道路中依然会有意想不到的问题，可能会遇到更强大的竞争对手，但我们有决心战胜它们，希波集团今后的发展才会达到百年辉煌。

【领导标准】：每一位领导者都应当具备全面、独立的工作能力，公司所能给予你的只有两条：指标；资金。困难及工作由你来完成。

希波的领导标准，要有扎实的专业知识技能；要有良好的人际沟通能力；要有全面细致的分析判断能力；要有快速的诊断问题解决问题的能力；要有很强的控制自己、控制时间、控制局面的能力。对于希波的领导，公司所能给予你的只有两条：指标；资金。困难及工作由你来完成。这是希波集团赋予每位领导者充分的权力和信任，同时也给予了每位领导者最大的帮助，在资金上给予全力支持，在工作方向上做出明确指导。因此希波集团为每位领导者创造了良好的外部条件，给予了充分的施展才华的舞台和空间，作为领导者就应该带领本部门的全体员工，发挥集体的智慧和力量去战胜各种困难，按时完成公司所制订的任务指标。

【决策方针】：事前调查细致研究；思维超前全面考虑；计划明确清晰具体；周密交底详尽安排；工作结束分析总结。

希波集团的任何决策不是盲目的，新产品的开发、销售策略的制定、产品广告的策划等都是在细致的调查研究基础上作出的。这也表现了希波企业做事的原则，要以事实为依据，体现一种务实的态度。决策要有前瞻性，要考虑到全局，思维敏锐并且要超前。作为希波的决策层的领导者，必然要考虑希波未来五年、十年的发展。有了明确的决策目标，必须相应的制订好的计划来实施。计划要让员工都能够了解，领导者也十分明确具体的计划步骤。在希波公司有八定工作法，对于每一个人做好计划有非常实际的指导意义。对于决策的事情，要按时完成，并及时作出分析总结，成功和失败的经验对于企业来讲是一样的重要。

【投资方针】：项目选择不要考虑投资多少；效果效益比较决定最后选择；具体实施应当节约每一分钱。

希波的投资方针，首先是项目选择要敢于创新，只要是对希波集团的发展有利，就不要考虑资金的问题，就不要考虑投资多少的问题；最重要的是投资效果效益比较决定最后选择；企业的发展需要有好的项目，立项很重要。只有好的可开发的项目，才会赋予企业很强大的生命力并持续发展。希波集团的投资方针，投资时要考虑几套成熟方案，比较选择出最佳方案，实施方案要有详细的预算，实施过程中要有严格的控制，具体实施应当节约每一分钱，使投资的费用效果达到最大化。实施结束后，要进行全面的考核。希波选择项目，关键在于项目的投资对于希波集团的发展有多大的促进作用，投资的质量如何。

第三章 1993 至 2003 年希波十周年大事记

- 1、1993 年 10 月 18 日，希波公司的前身佳佳食品厂在佳木斯正式成立。
- 2、1996 年 4 月，希波产品被国家专利局授予两项发明创造，十一项包装设计专利。
- 3、1996 年 7 月，刘平同志在佳木斯成立了希波食品有限公司，并在同月希波产品在“96 中国新产品博览会”上荣获金奖。
- 4、1996 年 8 月，刘平同志租赁了佳木斯肉联厂，使产销量翻了一番。
- 5、1997 年 1 月 18 日，佳木斯希波食品有限公司荣获省级消费者信得过产品荣誉证书。
- 6、1997 年 6 月，佳木斯希波食品有限公司荣获“重合同，守信用”单位证书。
- 7、1998 年 4 月，佳木斯希波集团有限公司荣获 98 推荐品牌荣誉证书。
- 8、1999 年 1 月 12 日，佳木斯希波集团有限公司荣获黑龙江省十大地方品牌荣誉证书。
- 9、1999 年 6 月 2 日，佳木斯希波集团有限公司被评为黑龙江省百强私营企业。
- 10、1999 年 8 月，农行黑龙江省分行授予佳木斯希波集团有限公司 AAA 信用企业，授信额达 4000 万元人民币。
- 11、1999 年 9 月，佳木斯希波集团有限公司获得使用绿色食品商标标志证书。
- 12、2000 年 3 月 28 日佳木斯希波集团有限公司荣获希波清真肉串、希波清真肉片、希波清真肉丸证书。
- 13、2000 年 6 月 17 日，首批出口香港的希波产品在大连海关顺利通过，希波产品首次打入国际市场。
- 14、2000 年 12 月，刘平同志在天津成立了天津希波食品有限公司。
- 15、2001 年 1 月 3 日，佳木斯希波集团有限公司荣获国家质量达标食品证书。
- 16、2001 年 9 月 25 日，佳木斯希波集团有限公司希波牌肉串、肉片、肉丸荣获黑龙江省名牌产品证书。
- 17、2002 年 10 月 16 日，佳木斯希波集团有限公司荣获国家质量信得过食品证书。
- 18、2002 年 12 月，希波集团有限公司获得 A 级纳税信誉企业称号。
- 19、2002 年 12 月，佳木斯希波集团有限公司获得黑龙江省著名商标证书。
- 20、2003 年 3 月 5 日，佳木斯希波集团有限公司获得绿色食品证书。
- 21、2003 年 3 月 26 日，佳木斯希波集团有限公司获得 2002 年度速冻食品市场综合占有率同类产品前十名荣誉证书。
- 22、2003 年 7 月 1 日，佳木斯希波集团有限公司获得 ISO9001：2000 质量管理体系认证证书。

第二篇 产品篇

一、产品系列：

希波公司产品分六大系列：肉串、肉丸、肉片、涮肚（麻辣烫系列）、肉卷、火锅底料。

二、产品种类：

希波产品依据五种不同的划分方法，主要分为：

1、按原料取材不同分：

牛肉制品、羊肉制品、鸡肉制品、猪肉制品

注：佳木斯佳佳食品厂主要生产非清真的产品。

2、按产品规格（单位：克）不同分：

肉串：主要有 340、216、540、480、240、270、360、90、500、2000 等。

肉丸：主要有 150、210、540、500、2500 等。

肉片：400。涮肚：400、700。肉卷：2500。火锅底料：200。

3、按包装形式不同分：

精装（高档肉串）、盒装、袋装（含简易装）。

4、按口味不同分：

肉串类：分为 A、B、C、D

A 为有子孜的产品，B 为没有子孜的产品，

C 为麻辣无子孜的产品，D 适合儿童和老人口味的香甜产品。

肉丸类：分为鲜香滑嫩、爽脆硬弹、外脆里嫩、无肉产品和特种风味。

5、按品名不同分：见表格。

三、产品的特点：

1、先进的工艺：采用瞬间速冻工艺，最大程度保证产品的鲜度、口味、色泽不变。

2、采取滚揉的技术，通过机械原理改变肉质组织纤维，使产品口感、感观更好。

3、精良的配方，除膻技术的应用。

4、高标准的要求，从原料到辅料，严格按 ISO9001-2000 管理体制的要求检验。无污染、无公害、无药残、无农残。希波系列产品所用原料肉采用从青海、内蒙等地生产的纯天然、无污染的绿色优质牛羊肉。生产年用的 150 余种原辅料都必须经过严格的检验。

5、方便、快捷、的特点。

6、绿色技术，色泽鲜艳。

7、产品无需缓化，直接进行油炸。

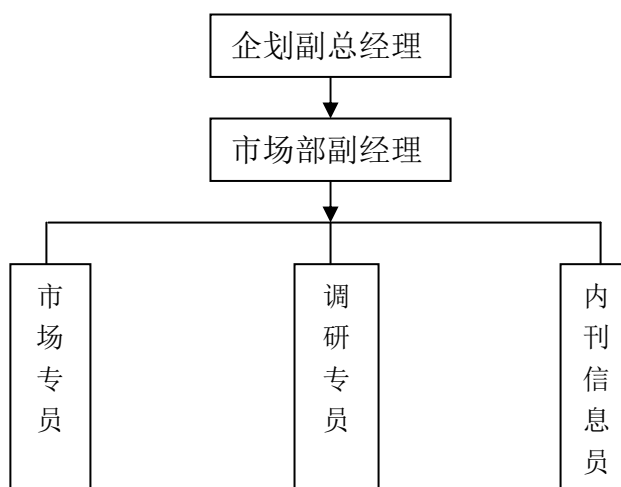
四、希波产品的特点

统计日期为 2003 年 9 月 3 日

产品简介 (适用于 2003。8。12 前生产产品)						
	类别	品名	规格(盒装)	规格(袋装)	口味分类	比 率
肉串	高档	山姆羊肉串	330			盒装 总计为 7%
		新西兰无骨羊排串	330			
		新西兰无骨牛排串	330			
	普通	麻辣牦牛肉串	340\216	540\270	A\B\C	25%—30%
		咖喱牦牛排肉串		540\270	A\B\C	
		咖喱羊肉串	340\216	540\270	A\B\C	
		孜然羊肉串		540\270		
		羔羊肉串		540\270	A\B\C	11%—15%
		咖喱羊排肉串	340	540\270	A\B\C	
		三江猪仔串	340\216	540	A\B	2%—5%
		沙茶鸡肉串	340\216	540\270		
	香甜	牛肉串(香甜小肉串)		360		牛、猪为 2%
		羊肉串(香甜小肉串)		360		
		猪肉串(香甜小肉串)		360		
		鸡肉串(香甜小肉串)		360		
	散装	牛肉串		500\2000		3%
		羊肉串		500\2000		
	普通	特味牛肉丸		210		香甜系列 总计为 1%
		风味羊肉丸		210\2500		
		五彩猪肉丸		210		
		鲜香鸡肉丸		210		
肉丸	客满堂	牛肉丸(客满堂)		500\2500		肉丸总计为 21%—26%
		羊肉丸(客满堂)		150\210\500\2500		
	香 辣	香辣涮烤丸		540		
肉片		麻辣牛肉片		400		
涮肚		麻辣烫涮肚		400\700		
		麻辣烫什锦		700		
肉卷		希波羊肉卷		2500		

第三篇 职责篇

市场部组织架构



第一章 市场部经理职位说明书

第一节 岗位职责

职位名称：市场部副经理

直接隶属：集团企划副总

直接下属：市场专员，调研专员，内刊信息员（兼内勤）

协调部门：集团公司各部门，各分公司

岗位描述：市场部副经理在企划副总的领导下全面负责市场部门的业务及人员管理, 工作内容
包括制定年度营销目标计划； 建立和完善营销信息收集、处理、交流及保密系统；对消费者购
买心理和行为的调查；对竞争品牌产品的性能、价格、促销手段等信息的收集、整理和分析；对
竞争品牌广告策略、竞争手段的分析；做出销售预测，提出未来市场的分析、发展方向和规划；
制定产品企划策略；新产品上市规划；制定通路计划及个阶段实施目标；促销活动的策划及组织；
实施品牌规划和品牌的形象建设；负责产销的协调工作。

岗位职责：

- 1、全面计划、安排、管理市场部工作。
- 2、制定年度营销策略和营销计划。
- 3、协调部门内部与其他部门之间的合作关系。
- 4、制定市场部的工作规范、行为准则及奖励制度。
- 5、指导、检查、控制本部门各项工作的实施。
- 6、配合人力资源部对市场人员的培训、考核、调配。
- 7、拟订并监督执行市场规划与预算。
- 8、拟订并监督执行促销活动计划，计划安排年、季、月及专项市场推广策划。

- 9、组织人员对市场进行科学的预测和分析，并为产品的开发、生产及投放市场做出准备。
- 10、拟订并监督执行市场调研计划。
- 11、拟订并监督执行新产品上市计划
- 12、制定各项市场费用的申报及审核程序。

重点工作流程

（一） 营销方案、公司发展规划

对企划副总下达的市场营销策划、公司发展规划完成后，交企划副总处审批。

（二） 市场促销方案

对由各销区区总签字的市场促销活动申请表中的促销内容进行审核，形成促销方案后，交企划副总处签批。

（三） 市场研究报告

本部门对企划副总下达的市场研究任务，每月形成市场研究报告，交企划副总处审核、批复。

第二节 日常规工作内容

日工作落实

每天对企划副总分配的企划方面的工作任务及时落实，适时跟催相关单位。

室内卫生清扫

每天做好本部门的卫生清扫工作，力求保持室内整洁。

常务工作处理

- 1、每天做好当日市场信息的分析、整理工作。
- 2、每天做好当日行业信息、公司发展战略信息的搜集、整理工作。
- 3、每日按照公司规定的通联程序，及时与市场、公司相关部门进行沟通，以便更好的掌握市场动态和公司发展状况。
- 4、对企划副总签字同意的促销活动申请表，应当日传真至具体销售区域。

填写待办单及日工作总结

- 1、待办单要放在办公桌上的明显位置，便于提醒自己。
- 2、随时记录待办事项，经常查看待办事项，排列好各事项工作顺序，一个工作日的工作完成后，要认真进行总结，并制定次日工作计划，填写待办单。上一个工作日的待办事项未完成，应誊写到次日待办单上。
- 3、将当日工作项目记录，做出总结。

安全检查

- 1、下班后关闭计算机，切断计算机及所有附属设备的电源。

- 2、检查各文件柜是否上锁，关好窗，倾倒垃圾，关灯锁门。

第三节 周期性常规工作内容

周工作例会

每周参加由企划副总召开并主持的部门周工作会议。对市场部工作完成情况，及工作过程中存在的问题向企划副总汇报，并请示解决办法。

撰写市场分析报告

每月对相关市场信息进行分析、整理，并于月末形成月度市场分析报告，为公司领导决策提供依据。

对促销活动申请的审批、管理及评估

- 1、每月接到各销售区域的促销活动申请表后，对具体的促销活动进行审核，并形成部门意见，在 3 日内交与企划副总处审批。
- 2、每月对各销售区域的促销活动申请方面的资料进行归档、管理。
- 3、各销售区域每月的促销活动结束后，须按公司规定将活动过程中的实样照片等相关资料邮寄到集团市场部，市场部依据资料对活动效果进行评估，于月末形成评估报告，并对效果好的促销活动建议在全国范围内进行推广。

市场资料汇总分析

按照企划副总的整体工作部署，每月不定期对利于公司发展的相关项目进行市场调研，同时形成完整的市场调研报告，并按指定日期交与企划副总处审核。

营销方案、公关策划、发展规划的制定与报批

- 1、对公司在不确定时期内的公关活动提供可行性公关活动方案，并负责落实实施。
- 2、根据企划副总的安排，年初对我集团在本年度内的发展状况，制定可行性的战略规划，报企划副总处审核。
- 3、每季度对我集团在该季度的经营、管理提出阶段性的规划方案，报企划副总处审核。
- 4、根据相关市场信息的分析、整理，对各市场的销售、管理在不同时期制定相应的营销方案，报企划副总处审核。

工作总结、周会记录

- 1、每月月末将本月工作情况进行总结，并于每月 1 日前交企划副总。
- 2、主要负责《希波视界》的编辑工作；
- 3、每周一记录部务会会议内容，并在会上汇报上周工作、工作中的困难、整改措施、建议等。

临时性工作会议

按需要召集本部门员工对企划副总下达的营销计划任务进行讨论，集思广益，以便对计划

的完成有更好的方案产生。

第三节 异常工作纠正及预防措施

在工作过程中如果遇到不可抗的因素，导致工作停滞，应及时向企划副总真实汇报发生的情况，并请示解决措施，以便及早使工作恢复正常，减小由于异常工作给公司造成的损失。

第二章 市场调研专员职位说明书

第一节 岗位职责

职位名称：市场调研专员

直接隶属：市场部经理

岗位描述：在市场部经理的直接领导下，负责希波集团市场调研工作。通过对本公司产品及竞品在全国各区域市场的销售情况以及在各业态销售状况进行的调查研究，为确定希波集团的营销政策提供依据；同时，通过对本品与竞品在市场中的份额、排名及营销方式等情况的调查研究，总结希波产品的竞争优势及存在的问题，为集团领导的决策提供基础数据及合理化建议。

岗位职责：

- 1、 维护公司利益，认真贯彻执行公司的各项规章制度；
- 2、 负责本品与竞品的市场信息的调查与研究；
- 3、 负责本品与竞品的市场动态的调查与研究；
- 4、 负责竞品市场的信息收集与研究；
- 5、 负责做好本部门经理安排的其它临时性工作。

主要权利

有权要求各部门为市场调研工作的顺利开展提供有关数据，有关部门应给予大力支持与配合。

第二节 日常规工作内容

- 1、 按市场调研的计划深入各地市场进行调查、研究；
- 2、 填写当日市场调研的总结报告；
- 3、 一个工作日完成后，要认真进行总结，并制订次日的工作计划，填写待办单。

第三节 周期性常规工作内容

- 1、 每周一参加本部门例会（出差期间例外），对前段时间的工作做以汇报，对下一周期工作中存在的困难、问题向本部门经理提出，并请其给予协调解决；
- 2、 每月 5 日前上报《市场调研工作汇报》；
- 3、 每月 5 日前提交本品与竞品的各区域销量情况汇报；
- 4、 每月 5 日前提交《肉串、肉丸市场销量柱状分析图》及其同期对比图表；
- 5、 每月 5 日提交本品与竞品市场各业态占有比例分析，绘制出《肉串、肉丸各品牌在各业

态占有比例扇形图》;

6、在每月 5 日前提交本品与竞品的市场动态的调研报告中, 应包含如下内容:

- (1)、调查了解竞品在各市场中当月热销品种、规格、价格以及其宣传促销方式。
- (2)、调查了解本品在当月所调查市场中经营最好与最差的城市的市场份额、产品销量及原因。
- (3)、了解调查消费者对本品及竞品的意见、建议及对本品与竞品的依赖程度。
- (4)、对本品及竞品的规格、价格、促销产品价格进行调查, 了解规格、价格及促销活动对销量的影响。
- (5)、了解竞品广告宣传、促销导购、营销策略状况以及在此方面新的创意动向。
- (6)、调查本品与竞品在各市场滞销品种、下架产品种以及其产生的原因。
- (7)、了解各地消费习惯, 调查或发现消费者对本行业产品的新需求或新的消费导向。

7、每月 5 日前上报的《市场调研工作汇报》中应体现如下内容:

- (1)、竞品的产品品种、各品种生产量以及各品种库存量。
- (2)、竞品产品结构变化; 产量变化; 内部人员调动。
- (3)、竞品的领导层架构及主要领导人姓名、年龄, 内部关系。

第三章 市场专员职位说明书

第一节 岗位职责

职位名称: 市场专员

直接隶属: 市场部经理

岗位描述: 在市场部经理的领导下, 负责集团市场分析策划, 提供决策参考, 参与品牌管理, 参与营销方案制订及执行, 市场促销方案的督导及效果分析; 同时, 主要执行企业内刊《希波视界》的稿件筛选, 编辑工作。

岗位职责:

1. 维护公司利益, 认真贯彻执行公司的各项规章制度;
2. 负责市场数据的整理的和分析;
3. 对市场管理, 营销政策提出建设性意见和建议;
4. 对各市场提报的促销方案进行初审的完善;
5. 督导促销方案的执行进程, 并及时做出调整和活动后的成效分析;
6. 每期《希波视界》的组稿和编辑;
7. 自觉遵循公司保密制度。

主要权利

1. 有权查阅职务级别所允许的与市场相关资料;
2. 有权参与市场促销活动的进程;

3. 有权向企业员工征求《希波视界》所需稿件；
4. 有权筛选企业员工向《希波视界》的投稿。

第二节 日常规工作内容

1. 每日填写待办单，并放在办公桌明显位置，以便随时提醒自己；
2. 了解市场动态，做出分析预测并及时呈报部门领导，提供参考；
3. 分析产品信息，提出建设性意见和建议；
4. 掌握内刊信息员收集的资料，为出刊做准备；
5. 与市场沟通，了解各项活动执行情况，适时提出意见；
6. 真记录当日工作情况，做出总结。

第三节 周期性常规工作

1. 每月 10 日出版《希波视界》；
2. 每周一参加部门周例会，汇报并请示工作；
3. 每月 5 日前提出本月工作总结；
4. 每月 5 日前做出下月工作计划；
5. 每月 5 日前提报市场动态分析和建议；
6. 每月 5 日前提报市场活动效果分析。

第四章 企业内刊信息员（兼市场部内勤）职位说明书

第一节 岗位职责

职位名称：企业内刊信息员（兼市场部内勤）

直接隶属：市场部经理

岗位描述：负责希波内部刊物《希波视界》所涉及资料的收集，整理，归档；担任市场部内勤工作。

岗位职责：

1. 随时收集每期《希波视界》所需的资料，并分类整理备查和归档；
2. 及时提供《希波视界》编辑过程中所需的分类信息；
3. 保存好每期《希波视界》，以备日后查阅；
4. 收发市场部与其它单位的往来文件；
5. 负责对销售系统、生产公司等机构所提供数据资料的统计和汇总，并担负市场部和各部门的通联工作；
6. 保管市场部日常工作中产生的文件资料；

7. 负责市场部办公设备和办公用品的日常管理，保证其工作状态；
8. 负责市场部办公环境的监督，维护。

主要权利

1. 有拒绝不相干人员查阅资料要求的权力，以防泄密；
2. 有权要求各部门提供市场部所需资料；
3. 申请必要的报纸，期刊或行业资料，供收集《希波视界》文摘资料使用。

第二节 日常规工作内容

1. 填写待办单，并放在办公桌的明显位置，以便随时提醒自己；
2. 接听电话和接发传真；
3. 制做文件档案目录，随时补充目录内容；
4. 领取办公用品，发放至申请人手中；
5. 维护办公区内的环境卫生。

第三节 周期性常规工作内容

1. 每月 28 日前，将本月收集的内刊所需信息汇编成册；
2. 每周一参加部门周例会，汇报并请示工作；
3. 每月 5 日前，提交上月工作总结和下月工作计划；
4. 每月掌握办公费用支出明细，列出办公用品领取和分配清单；
5. 每月更新办公通讯录；
6. 每月将收发的文件整理归档。

第五章 市场监察员职位说明书

第一节 岗位职责

职位名称：市场监察员

直接隶属：企管部经理

直接下属：无

协调部门：销售公司、集团财务部、分公司财务部

岗位描述：在企管部经理的直接领导下，负责市场营销活动中的市场监察工作，通过对本品在各市场营销活动的监察，了解本公司市场活动的合理性、真实性、有效性；同时通过对市场活动的调查与监控，市场广告的监播，市场中本品经销商、市场经理工作的监察，总结希波产品的市场监察情况及存在的问题并进行分析研究，为集团领导决策提供基础数据及合理化建议。

岗位职责：

- 1、维护公司的利益，认真贯彻执行公司的各项规章制度。
- 2、负责对本公司产品市场活动的调查与监控。

- 3、对我公司在各地市场及媒体所做广告的监察。
- 4、对各地经销商、品项经理开展工作情况进行监察。
- 5、月末形成总结材料并如实填写各类报表。
- 6、结合自己的工作情况，为公司发展规划提出合理化建议。
- 7、负责做好本部门经理安排的其他临时性工作。

第二节 主要权利

有对各地的经销商、品项经理、本集团所属员工相关市场监察工作的调查权。

第三节 日常规工作内容

市场活动的调查与监控

- 1、对公司在各市场所聘用人员（促销员、导购员）的工作情况、工资发放情况进行调查，并填写《希波集团市场业务员、理货员工作情况监察表》。
- 2、对我公司在各卖场所做堆头、买赠、品尝及各品种进店等活动的真实性、有效性进行评估、审核，并调查填写《希波集团市场活动监察表》。

市场广告监察

- 1、对我公司在各地市场所做海报、报纸、站牌、广告牌、车体广告等全部广告制作的质量、数量、费用、发布费用时间等进行检验、审核及效果评估，并填写《希波集团广告监察分析》。
- 2、对我公司在央视及各地视所做的电视、电台等广告进行监播监收，填写《希波集团广告监播表》。

本品经销商的调查

- 1、对当地的经销商经营状况进行调查分析，确定其经营能力与发展能力以及对我公司满意度、依赖程度、积极性进行了解并整理上报。
- 2、了解经销商对我公司产品销售投放的力度，以及销售我公司产品有那些困难，对我公司产品销售有哪些建议。
- 3、对我公司市场销售人员的工作质量、素质、状态进行了解。
- 4、填写《希波集团经销商情况调查表》。

对品项经理、区域经理的工作监察

- 1、对品项经理、区域经理的本月及本年度销售完成情况，销售中存在的问题及解决情况进行调查。
- 1、对品项经理、区域经理的各项档案、记录及待办单等情况进行检察。
- 2、对品项经理、区域经理的办事处建设、市场建设与市场维护及市场开发等工作进行监察。

- 4、填写《品项经理、区域经理工作调查表》。

填写待办单及日工作总结

1、随时记录待办事项，经常查看待办事项，排列好各事项工作顺序，一个工作日的工作完成后，要认真进行总结，并制定次日工作计划，填写待办单。上一个工作日的待办事项未完成，应誊写到次日待办单上。

- 2、将当日工作项目记录，做出总结。

第四节 周期性常规工作内容

1、每周一参加本部门例会（出差例外），对前段时间的工作做以汇报，对下一周期工作中存在的困难、问题向本部门经理提出，并请其给予协调解决；

- 2、每月 3 日前，按要求提交上月市场监察报告。

3、每月 4—7 日进行下月市场监察的准备材料，同时提交本月监察计划的路线安排、时间安排及本次监察范围、工作重点。

- 4、准备好监察所需各类表格，做到详尽、全面、系统。

5、市场监察计划批准后，应合理安排路线与时间。监察活动开展期间要经常与集团保持联系，每城市监察工作完成后要进行详细记录，如有发现问题在调查清楚后立即汇报到公司。

- 6、根据对市场监察情况进行分析、总结、整理。每月 10 日前提提交上月市场监察综合报告。

- 7、根据市场监察分析报告，结合公司经营情况对公司发展规划提出建议。

- 8、每月 1 日将个人本月工作总结按公司要求的固定格式填写后上报综合计划部经理。

第四篇 制度篇

第一章 危机事件的处理规定

为防止企业危机事件对企业造成严重的损害，现对危机事件的处理做出如下规定：

一、危机事件的内容：

- 1、在原有的客诉处理内容中投诉人反映强烈涉及到媒体的；
- 2、卫生防疫和技术监督部门的联合检查结果要在报纸、电视、广播公布，对企业不利的；
- 3、消费者因食用我公司产品导致人身损害的，并有医疗证据，在媒体发布的；
- 4、出现的假货产品威胁企业形象并被媒体宣传的；
- 5、在媒体上出现对企业形象有诋毁的和失实报道的；
- 6、企业有质量问题产品流入市场的；
- 7、相关部门检查生产厂出现问题的。

以上的内容被列入危机事件管理程序中。

二、危机事件处理的领导小组：

组 长：刘平

组 员：孙慧敏、金成年、韩爽、杨晓东、廉淑杰、杨晓军、宋君铃

相关部门：与事件有关的部门

三、危机事件处理的原则：

1、所有的危机事件处理必须向总经理汇报(具体时间见处理办法中的时间规定)，总经理在 24 小时内及时批示。根据事件的大小市场部有权安排各级别人员进行事件的具体处理工作。

2、对食用产品导致人身伤害的，处理人员必须冷静对待，应了解受害情况，确认有关的赔偿损失。“人道原则”是处理的大原则。

3、对于危机事件媒体的询问，集团统一由市场部对外发布信息，一般人不得对外随意接受采访，也不能简单拒绝，而必须有礼貌的告诉他们企业对外传播的人和对外新闻热线。

4、只有确切了解事故真相后，才能对外发布消息，不发布猜测和不准确的消息。

5、在危机处理中，重要的原则是“导势“，即通过引导势局，使原来不利于企业的事情向着有利于企业的方向发展，这是企业的危机处理的重要原则。

6、危机发生要掌握报道的主动权，并保持与媒体的良好沟通，要保持传播信息的一致性。

7、在危机的减弱消散期，必须多刊登正面的消息，将负面影响降低到最小程度，树立正面的影响。

四、危机事件的处理办法：

1、市场发生危机事件必须由市场人员在四小时内到达现场，了解情况电话向销售总监汇报，销售总监在一小时内向总经理和市场部说明情况，市场部专人负责与相关部门和人员协调，拿出解决办法向总经理请示，并将总经理指示传达到市场执行，15 天内处理完毕。

2、消费者因食用我公司产品导致人身损害的并有医疗证据的，各市场人员及相关部门人员必须在两小时之内将信息内容传递给销售总监，由销售总监在一小时内向总经理和市场部说明情况，市场部专人负责与相关部门和人员协调，拿出解决办法想总经理请示，总经理在 24 小时内召集小组成员，确定事件的处理办法，市场部将总经理指示传达到市场执行，在 10 天内处理完毕。

如果已经在媒体公布的，还必须由市场部专人负责与媒体沟通，发布新闻稿，向媒体说明情况，告诉新闻界将采取的措施。必要时企业最高领导出面，向公众表明企业对此事的重视态度，并加强可信度。

对于受害者以“人道原则”处理，要冷静倾听他们的意见，了解受害情况，确认有关的赔偿

损失的要求。

3、在媒体上出现对企业形象有诋毁或失实报道的，检查部门检查结果对企业不利并在媒体上公布的、假货产品在媒体公布对企业不利的：

公司所有人员都有责任将事件在两小时内告之市场部，市场部专人在两个小时内向总经理汇报，由市场部专人负责与媒体沟通，并要求媒体更正。当不正确的新闻有向全国扩散的危险时，实在不得已，可以考虑向新闻出版部门详细说明情况，向他们求救。在成熟时间召开记者招待会或新闻发布会，考虑周全并有合理的解释和圆满的答复，用事实说话。

（法定检查部门的结果原则上应控制在媒体公布之前）

4、企业有质量问题流入市场：

生产、品控部门发现有问题的产品流入市场，或市场人员在市场上发现大批量的产品出现质量问题，必须在发现的两小时内通知销售总监和市场部，由市场部专人在两个小时内向总经理汇报，拿出解决办法，并将解决办法告之市场人员。市场人员发现市场有大批量的产品质量问题，首先应将产品暂时封存，不要销售，等待解决办法。

五、危机事件的内部责任认定：

危机事件一旦发生处理后，市场部根据事件的具体情况，会同企管部和相关的部门按照责任归属认定具体的责任人及损失。最后由危机事件处理小组最终确定内部处理办法。

关于增设市场巡视管理职能有关规定的通知

为了进一步加强对市场工作的管理，了解、检查、考核驻外办事机构的日常工作、财务收支、办公设施、物品保管、行为规范等项工作，进而完善有关工作制度，保证销售工作的顺利进行，公司决定增设市场巡视管理职能，现就有关问题通知如下：

一、在企管部设专职市场巡视员，享受部门经理级待遇。

二、市场巡视员在企管部的直接领导下，负责对公司销售市场的巡视、了解、调查，配合销售公司工作，并直接为总经理负责。

三、市场巡视员的职责

1、负责对各销售市场的产品销售量、市场占有率、经销商的经销情况及市场其它有关情况的调查、了解。

2、负责对广告、宣传、导购、赠送、雇工、进店让利等促销工作的工作程序、过程效果及促销专项资金使用情况，进行事中、事后的检查、核查工作。

3、对公司驻外员工的思想素质、工作态度、执行公司规定、完成工作程度，取得的工作业绩、客情关系等情况，负责进行考核。

4、负责公司驻外办事处的办公环境，办公设施，办公用品促销用品，促销用具、办公费用、物耗指标等管理工作进行检查考核，并提出改进处理意见。

5、了解市场动态及竞争对手情况，负责外埠打假、维权工作。

6、根据各地市场具体情况，在综合、平衡的前提下，制定出切合实际的各种费用标准及物耗指标，供公司领导参考、决定。

7、对所掌握了解的市场的各种信息、情况进行分析、归类，及时向销售公司反馈，向公司总经理汇报，并针对所反馈的情况和总是提出建议和解决办法。

四、各相关部门有义务、有责任为市场巡视员提供有关资料、数据。

五、公司驻外机构有责任为巡视员开展工作提供方便，接受检查，反映真实情况。

六、在坚持实用、经济原则的前提下，巡视员的巡视时间、地点、路线根据巡视工作实际情况随时确定。

全国职业经理MBA双证班

认证系列：职业经理、人力资源总监、营销经理、品质经理、生产经理、物流经理、项目经理、企业培训师、营销策划师、酒店经理、市场总监、财务总监、行政总监、采购经理、企业管理咨询师、企业总经理、医院管理、IE 工业工程管理等高级资格认证。

颁发双证：高级经理资格证书+MBA 高等教育研修结业证书（含 2 年全套学籍档案）

证书说明：证书全国通用、电子注册，是提干、求职、晋级的有效依据

学习期限：3 个月（允许工作经验丰富学员提前毕业） **收费标准：**全部学费 **1280** 元

咨询电话：13684609885 0451- 88342620 **招生网站：**<http://www.mhjy.net>

电子邮箱：xchy007@163.com **颁证单位：**中国经济管理大学 **主办单位：**美华管理人才学校

全国招生 函授教育 颁发双证 权威有效



职业经理 MBA 整套实战教程

MBA 经理教材免费下载 网址：www.mhjy.net