

# 营销经理、市场总监 2011 年度

## 《 企 业 营 销 管 理 百 宝 箱 》

营销具体工具 复制即可使用

### 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.mh.jy.net>

电子邮箱：[xchy007@163.com](mailto: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.mh.jy.net](http://www.mh.jy.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](mailto: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](mailto: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。

第一章 市场方面岗位说明书	1
1.1 市场营销总监岗位说明书	2
2. 工作内容	2
3. 权力范围	3
4. 工作关系	3
1.2 市场总监岗位说明书	4
1. 任职资格	4
2. 工作内容	4
3. 权力范围	5
4. 工作关系	5
1.3 市场调研经理岗位说明书	6
1. 任职资格	6
2. 工作内容	6
3. 权力范围	7
4. 工作关系	7
1.4 品牌推广经理岗位说明书	8
1. 任职资格	8
2. 工作内容	8
3. 权力范围	8
4. 工作关系	9
1.5 公关策划经理岗位说明书	10
1. 任职资格	10
2. 工作内容	10
3. 权力范围	11
4. 工作关系	11
1.6 广告管理经理岗位说明书	12
1. 任职资格	12
2. 工作内容	12
3. 权力范围	12
4. 工作关系	13
1.7 市场调研专员岗位说明书	14
1. 任职资格	14
2. 工作内容	14
3. 工作关系	14
1.8 品牌推广专员岗位说明书	15
1. 任职资格	15
2. 工作内容	15
3. 工作关系	15
1.9 公关策划专员岗位说明书	16
1. 任职资格	16
2. 工作内容	16
3. 工作关系	16
1.10 广告管理专员岗位说明书	17

1. 任职资格	17
2. 工作内容	17
3. 工作关系	17
<b>第二章 市场管理流程</b>	18
2.1 市场调查管理流程	19
2.2 市场预测管理流程	20
2.3 调研问卷设计流程	21
2.4 产品定价管理流程	22
2.5 产品价格调整流程	23
2.6 宣传物品制作流程	24
2.7 广告预算确定流程	25
2.8 广告媒体投放流程	26
<b>市场管理表格</b>	27
5.1 市场调查管理表格	28
5.1.1 市场调查计划表	28
5.1.2 市场调查报告表	29
5.1.3 市场调查状况月报表	30
5.1.4 市场开拓分析表	31
5.1.5 市场占有率分析表	32
5.1.6 各销售区域销量统计表	33
5.1.7 各区域竞争产品对比表	34
5.1.8 同类产品价格查研表	35
5.1.9 畅销产品分析表	36
5.1.10 经销商调查表	37
5.1.11 竞争对手调查登记表	38
5.1.12 消费者购物情况流水记录表	39
5.1.13 消费者购物习惯分析表	40
5.1.14 顾客流量调查表	41
5.1.15 顾客构成调查表	42
5.1.16 顾客购买情况登记表	43
5.1.17 顾客咨询内容登记表	44
5.1.18 产品营销分析表	45
5.1.19 产品单价登记表	46
5.1.20 产品市场调查分析表	47
5.1.21 产品形象分析表	48
5.2 市场营销推广管理表格	49
5.2.1 市场营销费用预算表	49
5.2.2 市场营销方案执行表	50
5.3 产品价格管理表格	51
5.3.1 成本估价表	51
5.3.2 竞争产品价格表	52
5.3.3 产品价格变动影响表	53
5.3.4 产品市场价格统计表	54
5.3.5 产品降价申请表	55



5.3.6	产品售价表	56
5.3.7	产品报价单	57
5.3.8	产品计价单	58
5.3.9	产品价格分析表	59
5.3.10	产品价目表	60
5.5	广告管理表格	61
5.5.1	广告策划调查表	61
5.5.2	广告预算分配表	62
5.5.3	媒体投放评估表	63
5.5.4	广告效果反馈表	64
<b>销售方面岗位说明书</b>		65
6.1	销售总监岗位说明书	66
1.	任职资格	66
2.	工作内容	66
3.	权力范围	67
4.	工作关系	67
6.2	销售计划经理岗位说明书	68
1.	任职资格	68
2.	工作内容	68
3.	权力范围	68
4.	工作关系	69
6.3	区域管理经理岗位说明书	70
1.	任职资格	70
2.	工作内容	70
3.	权力范围	70
4.	工作关系	71
6.4	促销管理经理岗位说明书	72
1.	任职资格	72
2.	工作内容	72
3.	权力范围	72
4.	工作关系	73
6.5	销售运作经理岗位说明书	74
1.	任职资格	74
2.	工作内容	74
3.	权力范围	74
4.	工作关系	75
6.6	客户关系管理经理岗位说明书	76
1.	任职资格	76
2.	工作内容	77
3.	权力范围	77
4.	工作关系	77
6.7	渠道管理经理岗位说明书	78
1.	任职资格	78
2.	工作内容	78
3.	权力范围	78

4. 工作关系	79
6.8 客户服务管理经理岗位说明书	80
1. 任职资格	80
2. 工作内容	80
3. 权力范围	80
4. 工作关系	81
6.9 销售计划专员岗位说明书	82
1. 任职资格	82
2. 工作内容	82
3. 工作关系	82
6.10 区域管理专员岗位说明书	83
1. 任职资格	83
2. 工作内容	83
3. 工作关系	83
6.11 促销管理专员岗位说明书	84
1. 任职资格	84
2. 工作内容	84
6.12 销售运作管理专员岗位说明书	85
1. 任职资格	85
2. 工作内容	85
6.13 客户关系管理专员岗位说明书	86
1. 任职资格	86
2. 工作内容	86
3. 工作关系	86
6.14 渠道管理专员岗位说明书	87
1. 任职资格	87
2. 工作内容	87
3. 工作关系	87
6.15 客户服务管理专员岗位说明书	88
1. 任职资格	88
2. 工作内容	88
3. 工作关系	88
销 售 管 理 流 程	89
7.1 营销计划制定流程	90
7.2 营销费用编制流程	91
7.3 销售费用管理流程	92
7.4 销售提成管理流程	93
7.5 促销计划制定流程	94
7.6 促销计划实施流程	95
7.7 订货管理流程	96
7.8 发货管理流程	97
7.9 退货管理流程	98
7.10 销售回款管理流程	99
7.11 延期付款管理流程	100
7.12 逾期付款管理流程	101



## 目录

7.13	客户关系管理流程	102
7.14	客户投诉处理流程	103
7.15	客户投诉接待流程	104
7.16	客户资料管理流程	105
7.17	客户信息综合管理流程	106
7.18	客户信用制度制定流程	107
7.19	客户信用调查流程	108
7.20	客户访问管理流程	109
7.21	客户拜访区域规划流程	110
7.22	客户开发管理流程	111
7.23	客户接待管理流程	112
7.24	客户关系维护管理流程	113
7.25	客户调查管理流程	114
7.26	客户注销管理流程	115
7.27	产品经销管理流程	116
7.28	渠道管理流程	117
7.29	店铺补货流程	118
7.30	店铺盘点流程	119
7.31	大客户满意度调查流程	120
7.32	大客户关系维护流程	121
7.33	大客户服务管理流程	122
7.34	售后服务管理流程	123
7.35	售后服务方案制定流程	124
7.36	售后服务业务流程	125
7.37	呼入业务管理流程	126
7.38	呼出业务管理流程	127
7.39	呼叫中心运行流程	128
<b>销 售 管 理 表 格</b>		129
10.1	销售综合管理表格	130
10.1.1	产品销售计划表	130
10.1.2	销售计划分析表	131
10.1.3	销售目标预测表	132
10.1.4	销售费用预测表	133
10.1.5	销售费用预算表	134
10.1.6	销售季节因素调整表	135
10.1.7	市场交易记录表	136
10.1.8	销售日报表	137
10.1.9	销售明细表	138
10.1.10	销售目标与实绩对照表	139
10.1.11	销售人员实绩统计表	140
10.1.12	产品销售计划表	141
10.1.13	销售统计表	142
10.1.14	销售部经理考核表	143
10.1.15	销售主管考核表	144
10.1.16	销售专员考核表	145

## 目录

10.1.17	销售人员毛利统计日报表	147
10.1.18	区域销售分析表	148
10.1.19	渠道销售统计表	149
10.1.20	分类销售对比表	150
10.1.21	客户访问工作报表	151
10.1.22	门店营业目标管理表	152
10.1.23	产品供货计划表	153
10.1.24	货款回收计划表	154
10.1.25	市场销售报表	155
10.1.26	市场销售调查表	156
10.1.27	市场营销分析表	157
10.1.28	收付款条件变动表	158
10.1.29	竞标结果报告表	159
10.1.30	营销人员作业记录表	160
10.1.31	营销工作人员业绩报表	161
10.1.32	营销工作人员业绩报表	162
10.1.33	营销人员周别行动计划表	163
10.2	产品促销管理表格	164
10.2.1	促销活动申请表	164
10.2.2	促销活动计划表	165
10.2.3	促销成本统计表	166
10.2.4	促销活动效果预估表	167
10.2.5	促销活动总结表	168
10.2.6	促销活动分析表	169
10.3	客户关系管理表格	170
10.3.1	客户销售份额统计表	170
10.3.2	客户销售统计表	171
10.3.3	客户登记表	172
10.3.4	客户馈赠申请表	173
10.3.5	客户收款状况统计表	174
10.3.6	客户数量变动分析表	175
10.3.7	特殊客户优惠申请表	176
10.3.8	客户公司信用度分析表	177
10.3.9	新开发客户记录表	178
10.3.10	客户购货订单表	179
10.3.11	客户订单明细表	180
10.3.12	客户商品送货单	181
10.3.13	客户年度销售额明细表	182
10.3.14	客户销售计划执行统计表	183
10.3.15	客户营业效率分析表	184
10.3.16	客户赊销款余额管理表	185
10.3.17	客户绩效管理表	186
10.3.18	客户资料表	187
10.3.19	客户招待申请表	189
10.3.20	客户开发计划表	190
10.3.21	客户拜访计划表	191

## 目录

10.3.22	客户拜访记录表	192
10.3.23	客户联络计划表	193
10.3.24	重点客户管理表	194
10.3.25	客户销售分析表	195
10.3.26	客户区域分析表	196
10.3.27	客户调查明细表	197
10.3.28	市场开发评估表	198
10.3.29	市场营销动态分析表	199
10.3.30	大客户汇总评定表	200
10.3.31	大客户分析表	201
10.3.32	大客户问卷调查表	202
10.3.33	大客户经理考核表	203
10.4	渠道管理表格	204
10.4.1	专卖店资料登记表	204
10.4.2	产品存货统计表	205
10.4.3	产品进销存管理表	206
10.4.4	产品库存周报表	207
10.5	零售管理表格	208
10.5.1	试销状况调查表	208
10.5.2	滞销商品调查分析表	209
10.5.3	销售折让呈核表	210
10.5.4	一周业务报告统计表	211
10.5.5	商品返修单	212
10.5.6	季节因素统计表	213
10.5.7	调拨申请单	214
10.5.8	出货单	215
10.5.9	送货单	216
10.5.10	店铺销售明细表	217
10.5.11	店铺奖金核定表	218
10.5.12	店铺商品盘点表	219
10.5.13	店铺业绩考核表	220
10.6	售后服务管理表格	221
10.6.1	售后服务登记表	221
10.6.2	客户投诉处理回复表	222
10.6.3	客户投诉案件统计表	223
10.6.4	产品维修报告单	224
10.6.5	产品退换货汇总表	225
10.6.6	产品故障维修统计表	226
10.6.7	维修人员工作月报表	227
10.6.8	售后服务评价表	228
10.6.9	售后服务例行检查表	229
10.6.11	客户投诉案件追踪表	231
10.6.12	客户投诉登记表	232
10.6.13	客户投诉调查表	233
10.6.14	呼入记录表	234

# 第一章 市场方面岗位说明书

## 1.1 市场营销总监岗位说明书

### 1. 任职资格

- (1) 教育背景：本科以上学历，市场营销专业或硕士以上学历更佳。
- (2) 职业经验：10 年以上的市场营销或销售工作经验。至少有 3 年以上市场策略、策划、市场综合营销管理经验，并有过至少 1 年从事营销总监或类似职务的经验。
- (3) 技能与素质：
  - 1) 在组织、计划、控制、协调等方面有较强能力，有人际交往能力及沟通谈判技巧。
  - 2) 有极强的市场策划和运作能力。有能力带领团队进行高效的营销工作。
  - 3) 十分熟悉本行业业务和产品流通渠道，并对本行业的市场发展有深刻的理解。
  - 4) 对于各种商业合同比较熟悉，能代表公司对外谈判并签订合同或协议。
  - 5) 能够独立制定市场开发及推广实施的计划。
  - 6) 能够制定并实施营销策略并管理预算，以及对相关人员进行培训和督导。
  - 7) 英语听写说能力强，并熟悉计算机操作。
- (4) 个性特征：对于市场要有敏锐的洞察力和出色的决策能力。具有出色的人际沟通能力，极强的开拓精神和组织能力；具有高度的敬业精神。

### 2. 工作内容

- (1) 通过分析市场趋势，制定总体的市场发展战略目标及计划，组织分解落实相应的市场推广和销售管理策略以及具体实施方案。
- (2) 组织并管理企业的营销工作。
- (3) 制定市场营销部门的管理制度和流程，提高管理效率。
- (4) 管理并监督市场营销部门的正常运作。
- (5) 制定销售预算及相关人力计划。
- (6) 协调市场部门与销售部门及公司其他部门的各个合作环节。
- (7) 制定营销资金使用及产品供应计划，降低销售成本，加速资金流转。

- (8) 参与建立企业的分销体系。
- (9) 负责对各个销售区域的运作进行评估、跟踪与管理。
- (10) 对下属进行培训指导，提高员工素质。
- (11) 负责对营销中心各部门负责人以及各驻外办事处负责人工作绩效和工作能力的考核。
- (12) 其他相关工作。

### 3. 权力范围

- (1) 有对市场营销费用的支出进行总体控制的权力。
- (2) 有对公司市场营销方面的计划进行制定或修改的权力。
- (3) 有对产品与服务的推广、促销、价格调整等各项事宜进行建议的权力，并拥有审核权与否决权。
- (4) 有对营销中心各部门经理及各办事处负责人提出任免建议的权力。
- (5) 有对营销机构的设置、调整和撤销做出决定的权力。
- (6) 有权力按照制度奖惩营销中心的员工。
- (7) 有对下属员工的考核权。

### 4. 工作关系

- (1) 汇报工作：总经理。
- (2) 监督：营销各部门。
- (3) 合作者：各部门总监。
- (4) 外部关系：与市场拓展、营销相关的公共关系。



## 1.2 市场总监岗位说明书

### 1. 任职资格

- (1) 教育背景：本科以上学历，市场营销专业或硕士以上学历更佳。
- (2) 经验：有市场管理工作 8 年以上的经验，有 3 年以上市场策划，市场推广，品牌管理等综合性管理经验，并有出任过市场总监或类似职务至少 1 年。
- (3) 技能与素质：
  - 1) 在组织、计划、控制、协调等方面有较强能力，有人际交往能力及沟通谈判技巧。
  - 2) 有极强的市场策划和运作能力。有能力带领团队进行高效的市场管理工作。
  - 3) 对本行业的市场发展及品牌定位有深刻的理解。
  - 4) 能够独立制定市场开发及推广实施计划。
  - 5) 能够制定并实施市场推广策略并管理预算，以及对相关人员进行培训和督导。
  - 6) 英语听写能力强，并熟悉计算机操作。
- (4) 个性特征：对于市场要有敏锐的洞察力和出色的决策能力。具有出色的人际沟通能力，极强的开拓精神和组织能力；具有高度的敬业精神。

### 2. 工作内容

- (1) 通过分析市场趋势，协助市场营销总监制定总体的市场发展战略目标及计划，并组织分解落实相应的市场推广活动。
- (2) 制定市场部门的管理制度和流程，提高管理效率。
- (3) 管理市场推广预算及相关人力计划。
- (4) 配合企业年度经营目标，进行市场推广活动的策划。
- (5) 配合新产品的上市，策划推广活动。
- (6) 进行产品及其服务的市场销售调查，搜集行业信息。
- (7) 市场部工作任务的布置，监督与管理。
- (8) 对下属进行指导培训，提高员工素质。
- (9) 其他相关工作。

**3. 权力范围**

- (1) 有对市场推广费用的支出进行总体控制的权力。
- (2) 有对公司的市场计划进行制定及修改的权力。
- (3) 有对产品与服务的推广、促销、价格调整等各项市场管理事宜进行建议的权力，和审核的权力。
- (4) 有权力按照制度奖惩市场部员工。
- (5) 有对下属员工的考核权。

**4. 工作关系**

- (1) 汇报工作：营销总监或总经理。
- (2) 监督：市场部下属部门。
- (3) 合作者：各部门总监。
- (4) 外部关系：与市场拓展、媒体、供应商的公共关系。

## 1.3 市场调研经理岗位说明书

### 1. 任职资格

- (1) 教育背景：本科以上学历，市场营销专业或硕士以上学历更佳。
- (2) 经验：有市场管理工作 5 年以上的经验，并有 2 年以上市场调研、竞争对手分析、市场环境分析、消费者行为分析等方面的经验，并出任过同等级别职务至少 1 年。
- (3) 技能与素质：
  - 1) 在组织、计划、控制、协调等方面有较强能力，有人际交往能力及沟通谈判技巧。
  - 2) 善于把握市场信息，有较强的逻辑性，能够从市场的各种信息中挖掘出重点。有能力带领团队进行高效工作。
  - 3) 对本行业的市场环境有深刻的理解。
  - 4) 能够独立制定市场调研方案和计划，进行有效实施，并对相关人员进行培训和督导。
  - 5) 英语听写说能力强，并熟悉计算机操作。
- (4) 个性特征：具有敏锐的市场洞察力及逻辑分析能力，具有良好的团队建设能力与敬业精神。

### 2. 工作内容

- (1) 针对市场环境，消费者行为变化，品牌推广的结果进行调研。
- (2) 根据市场部整体计划，策划市场调研项目，制定市场调研计划。
- (3) 收集整理各类市场信息及相关行业政策与信息，为本部门和其他部门提供信息决策支持。
- (4) 组织进行宏观环境及行业状况调研，对企业内部营销环境及消费者进行调研。
- (5) 管理市场调研预算及相关人力计划。
- (6) 确定相对于竞争产品本公司产品与服务的优势。
- (7) 协助市场总监制定各项市场调研计划。
- (8) 撰写调研报告，并向管理层提供建议。
- (9) 市场调研部工作任务的布置、监督与管理。
- (10) 对下属进行指导培训，提高员工素质。
- (11) 其他相关工作。

**3. 权力范围**

- 1) 有对市场调研费用的支出进行控制的权力。
- 2) 有对市场调研计划进行制定或修改的权力。
- 3) 根据市场调研结果，对产品与服务的市场推广有建议权。
- 4) 有按照制度奖惩内部员工的权力。
- 5) 有按计划审批市场调研部工作中所需资金并对超出计划资金提出方案，同时向市场总监报批的权力。
- 6) 有对下属员工的考核权。

**4. 工作关系**

- (1) 汇报工作：市场总监。
- (2) 监督：市场调研部下属员工。
- (3) 合作者：各部门经理。
- (4) 外部关系：与市场调研供应商、咨询机构的公共关系。

## 1.4 品牌推广经理岗位说明书

### 1. 任职资格

- (1) 教育背景：本科以上学历，市场营销专业或硕士以上学历更佳。
- (2) 经验：有事市场管理工作 5 年以上的经验，并有 2 年以上品牌管理、促销推广、品牌定位与策划等方面的经验，并任同等级别职务至少 1 年。
- (3) 技能与素质：
  - 1) 在组织、计划、控制、协调等方面有较强能力，有人际交往能力及沟通谈判技巧。
  - 2) 善于把握市场信息，策划能力强。有能力带领团队进行高效工作。
  - 3) 对本行业的市场环境有深刻的理解。
  - 4) 能够独立负责品牌发展的相关事宜，策划品牌宣传活动，进行有效实施，并对相关人员进行培训和督导。
  - 5) 英语听写说能力强，并熟悉计算机操作。
- (4) 个性特征：具有敏锐的市场洞察力、组织和策划能力，具有良好的团队建设能力与敬业精神。

### 2. 工作内容

- (1) 制定品牌发展策略和计划。确定品牌定位并规划品牌发展方式。
- (2) (2) 策划，组织并落实各项品牌宣传活动。
- (3) (3) 规划、制作促销计划及促销品，安排好促销计划，并监督促销品的发放。
- (4) (4) 规划产品推广渠道。
- (5) (5) 管理品牌发展预算及相关人力计划。
- (6) 设计并落实产品包装。
- (7) 协助市场总监制定各项品牌推广计划。
- (8) 撰写品牌发展计划，并向管理层提供建议。
- (9) 对品牌推广部的工作任务进行布置，监督及管理。
- (10) 对下属进行指导及培训，提高从业人员素质。
- (11) 其他相关工作。

### 3. 权力范围

- (1) 有对品牌发展费用的支出进行控制的权力。
- (2) 有对品牌发展计划进行制定及修改的权力。
- (3) 有根据品牌运作情况，对品牌发展战略进行建议的权力。
- (4) 有按照制度奖惩内部员工的权力。
- (5) 有按计划审批品牌推广部门工作中所需资金，并对超出计划的资金提出方案，向市场总监报批的权力。
- (6) 有对下属员工的考核权。

#### 4. 工作关系

- (1) 汇报工作：市场总监。
- (2) （2）监督：品牌推广部下属员工。
- (3) （3）合作者：各部门经理。
- (4) （4）外部关系：与广告公司、促销公关公司的公共关系。



## 1.5 公关策划经理岗位说明书

### 1. 任职资格

- (1) 教育背景：本科以上学历，市场营销专业或硕士以上学历更佳。
- (2) 经验：有市场管理工作 5 年以上经验，并有 2 年以上公关策划及市场活动组织等方面的经验，并拥有一定媒体关系。出任同等级别职务至少 1 年。
- (3) 技能与素质：
  - 1) 在组织、计划、控制、协调等方面有较强能力，有人际交往能力及沟通谈判技巧。
  - 2) 善于协调公共关系，有较强的组织策划能力。有能力带领团队进行高效工作。
  - 3) 对本行业的市场环境有深刻的理解。
  - 4) 能够独立制定公关策划方案和计划，有效组织和实施活动，协调媒体关系，并对相关从业人员进行培训和督导。
  - 5) 英语听写说能力强，并熟悉计算机操作。
- (4) 个性特征：具有极强的公关能力和策划能力，具有良好的团队建设能力与敬业精神。

### 2. 工作内容

- (1) 策划并组织市场推广的公关活动并对重要公关及促销活动进行现场指挥。
- (2) 评估媒体价值及监督广告效果。
- (3) 收集媒体及市场反馈，为本部门和其他部门提供信息决策支持。
- (4) 负责接待重要客户，并维护媒体关系。
- (5) 管理公关策划预算及相关人力计划。
- (6) 处理品牌危机，建立产品公众形象。
- (7) 协助市场总监制定各项公关策划方案。
- (8) 撰写公关策划报告，并向管理层提供建议。
- (9) 公关策划部门工作任务的布置，监督与管理。
- (10) 对下属进行指导培训，提高从业人员素质。
- (11) 其他相关工作。

**3. 权力范围**

- (1) 有对公关策划费用的支出进行控制的权力。
- (2) 有对公关策划方案进行制定及修改的权力。
- (3) 有根据公关活动的反馈，对品牌战略进行建议的权力。
- (4) 有按照制度奖惩内部员工的权力。
- (5) 有按计划审批公关策划部门工作中所需资金，并对超出计划的资金提出方案，向市场总监报批的权力。
- (6) 有对下属员工的考核权。

**4. 工作关系**

- (1) 汇报工作：市场总监。
- (2) 监督：公关策划部下属员工。
- (3) 合作者：各部门经理。
- (4) 外部关系：与广告公司、公关公司、媒体的公共关系。

## 1.6 广告管理经理岗位说明书

### 1. 任职资格

- (1) 教育背景：本科以上学历，市场营销专业及硕士以上学历更佳。
- (2) 经验：有市场管理工作 5 年以上经验，有 2 年以上广告策划、广告创意、媒体投放等方面的经验，出任同等级别职务至少 1 年。
- (3) 技能与素质：
  - 1) 在组织、计划、控制、协调等方面有较强能力，有人际交往能力及沟通谈判技巧。
  - 2) 善于把握消费者观念，创意能力强。有能力带领团队进行高效工作。
  - 3) 对本行业的市场环境有深刻的理解。
  - 4) 独立制定广告推广和媒体投放计划，进行有效实施，并对相关人员进行培训和督导。
  - 5) 英语听写能力强，并熟悉计算机操作。
- (4) 个性特征：具有敏锐的市场洞察力和创意能力，具有良好的团队建设能力与敬业精神。

### 2. 工作内容

- (1) 根据品牌定位，拟定广告计划，推广品牌文化。
- (2) 设计企业以及品牌视觉形象并落实实施。
- (3) 收集市场反馈，为本部门和其他部门提供信息决策支持。
- (4) 针对消费者观念，进行广告创意。
- (5) 管理广告预算及相关人力计划。
- (6) 制定广告投放方案并定期对投放效果进行评估。
- (7) 协助市场总监制定广告管理的相关计划。
- (8) 广告管理部门工作任务的布置，监督与管理。
- (9) 对下属进行指导培训，提高员工素质。
- (10) 其他相关工作。

### 3. 权力范围

- (1) 有对广告费用的支出进行控制的权力。
- (2) 有对广告设计及投放方案进行制定和修改的权力。
- (3) 有根据市场反馈情况，对品牌推广的战略及广告宣传规划进行建议的

权力。

- (4) 有按照制度奖惩内部员工的权力。
- (5) 有按计划审批广告管理部工作中所需资金，并对超出计划资金提出方案，向市场总监报批的权力。
- (6) 有对下属员工的考核权。

#### 4. 工作关系

- (1) 汇报工作：市场总监。
- (2) 监督：广告管理部下属员工。
- (3) 合作者：各部门经理。
- (4) 外部关系：与广告公司、媒体的公共关系。

## 1.7 市场调研专员岗位说明书

### 1. 任职资格

- (1) 教育背景：大专以上学历，市场营销专业或本科以上学历更佳。
- (2) 经验：有市场管理工作 2 年以上经验，具有市场调研，竞争对手分析，市场环境分析，消费者行为分析等方面的经验。如无相关经验但具有潜力的优秀人才亦可考虑培养。
- (3) 技能与素质：
  - 1) 具有良好的沟通技巧和协调能力。并有人际交往能力。
  - 2) 能够把握市场信息，逻辑性强，善于归纳总结。
  - 2) 对本行业的市场环境有一定的理解。
  - 3) 能够有效协助上级制定市场调研方案和计划，有较强的实施能力。
- 4) 英语听写说能力较强，并熟悉计算机操作。
- (4) 个性特征：具备一定的市场洞察力和逻辑分析能力，具有良好的团队合作精神和敬业精神。

### 2. 工作内容

- (1) 协助上级对市场环境，消费者行为变化及品牌推广结果进行调研。
- (2) 参与策划市场调研项目，负责实施市场调研计划。
- (3) 收集各类市场信息及相关行业政策与信息，为本部门上级提供信息决策支持。
- (4) 协助市场调研经理制定各项市场调研计划。
- (5) 撰写调研报告，及时上交市场调研经理审批修改。
- (6) 接收市场调研部经理所安排的其他相关工作。

### 3. 工作关系

- (1) 汇报工作：市场调研经理。
- (2) 合作者：本部门员工。
- (3) 外部关系：与市场调研供应商、咨询机构的公共关系。

## 1.8 品牌推广专员岗位说明书

### 1. 任职资格

- (1) 教育背景：大专以上学历，市场营销专业或本科以上学历更佳。
- (2) 经验：有市场管理工作 2 年以上经验。具有品牌管理、促销推广、活动策划等方面的经验。如无相关经验但具有潜力的优秀人才亦可考虑培养。
- (3) 技能与素质。
  - 1) 具有一定的协调能力，并有较好的人际交往能力和沟通技巧。
  - 2) 能够把握市场信息，策划能力强，善于归纳总结。
  - 3) 对本行业的市场环境有一定的理解。
  - 4) 能够有效协助上级制定品牌推广方案及计划，并协助进行具体实施。
  - 5) 英语听写说能力较强，并熟悉计算机操作。
- (4) 个性特征：具备一定的市场洞察力和组织策划能力，具有良好的团队合作精神和敬业精神。

### 2. 工作内容

- (1) 协助上级制定品牌发展策略和计划，规划品牌发展方式。 并进行相应的实施。
- (2) 组织并落实各项品牌宣传活动。
- (3) 参与制定促销计划，组织促销活动。规划及制作促销品，并监督促销品的发放。
- (4) 参与规划产品渠道。
- (5) 设计并落实产品包装。
- (6) 协助上级制定各项品牌推广计划。
- (7) 接收品牌推广部经理所安排的其他相关工作。

### 3. 工作关系

- (1) 汇报工作：品牌推广经理。
- (2) 合作者：本部门员工。
- (3) 外部关系：与广告公司、促销公关公司的公共关系。



## 1.9 公关策划专员岗位说明书

### 1. 任职资格

- (1) 教育背景：大专以上学历，市场营销专业及本科以上学历更佳。
- (2) 经验：市场管理工作 2 年以上经验，具有公关策划、市场活动组织、媒体关系管理等方面的经验。如无相关经验但具有潜力的优秀人才亦可考虑培养。
- (3) 技能与素质：
  - 1) 具有一定的协调能力，并良好的人际交往能力和沟通技巧。
  - 2) 能够协调公关关系，具有较强的组织策划能力，善于归纳总结。
  - 3) 对本行业的市场环境有一定的理解。
  - 4) 能够有效协助上级制定公关策划方案和计划，协助进行具体实施。
  - 5) 英语听写说能力较强，并熟悉计算机操作。
- (4) 个性特征：具备一定的公关能力和策划能力，具有良好的团队合作精神和敬业精神。

### 2. 工作内容

- (1) 参与策划、组织公关活动，对重要公关、促销活动进行现场协调。
- (2) 收集媒体反馈、监督广告效果。
- (3) 协助上级接待重要客户，维护媒体关系。
- (4) 参与品牌危机的处理。
- (5) 协助上级制定各项公关策划方案。
- (6) 接收公关策划部经理所安排的其他相关工作。

### 3. 工作关系

- (1) 汇报工作：公关策划经理。
- (2) 合作者：本部门员工。
- (3) 外部关系：与广告公司、公关公司、媒体的公共关系。

## 1.10 广告管理专员岗位说明书

### 1. 任职资格

- (1) 教育背景：大专以上学历，市场营销专业及本科以上学历更佳。
- (2) 经验：有市场管理工作 2 年以上经验，具有广告策划、广告创意、媒体投放等方面的经验。如无相关经验但具有潜力的优秀人才亦可考虑培养。
- (3) 技能与素质：
  - 1) 具有一定的协调能力、人际交往能力和沟通技巧，能够把握消费者观念，创意能力强，善于归纳总结。
  - 2) 对本行业的市场环境有一定的理解。
  - 3) 能够有效协助上级制定广告推广和媒体投放计划，并协助进行具体实施。
- (4) 英语听写说能力较强，熟悉计算机操作。
- (4) 个性特征：具备一定的市场洞察力和创意能力，具有良好的团队合作精神与敬业精神。

### 2. 工作内容

- (1) 参与商品的广告计划设计，及参与品牌文化的推广。
- (2) 参与企业品牌的视觉形象设计和具体实施。
- (3) 了解消费者观念并将其融入广告创意。
- (4) 参与制定广告投放方案，定期对广告投放效果进行评估。
- (5) 协助上级制定广告管理相关计划。
- (6) 接收广告管理部经理所安排的其他相关工作。

### 3. 工作关系

- (1) 汇报工作：广告管理经理。
- (2) 合作者：本部门员工。
- (3) 外部关系：与广告公司、媒体的公共关系。

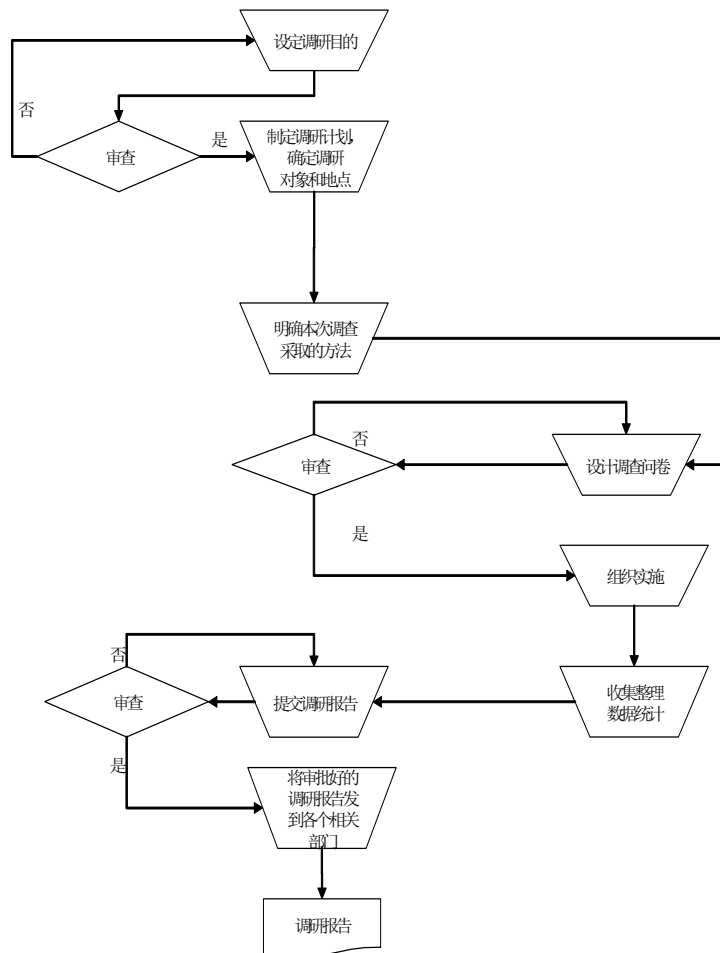
## 第二章 市场管理流程

## 2.1 市场调查管理流程

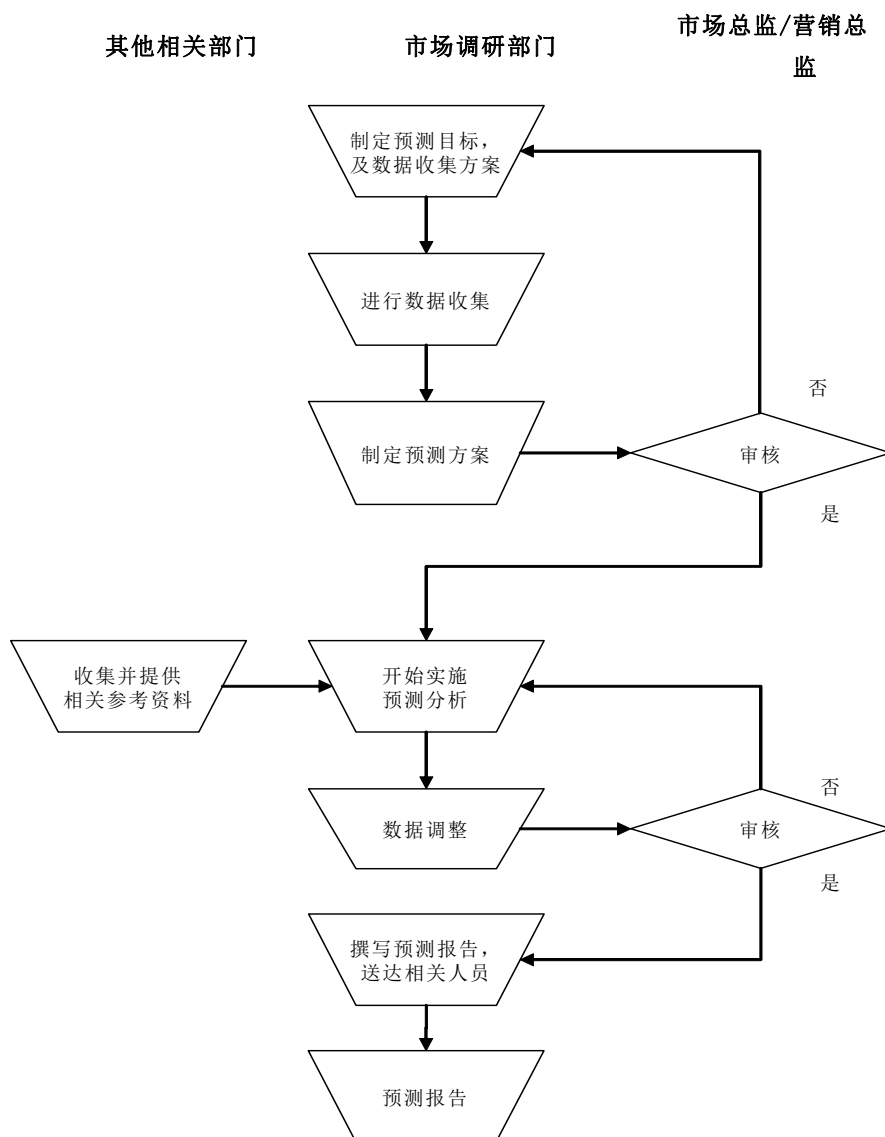
市场总监/营销  
总监

市场调研经理

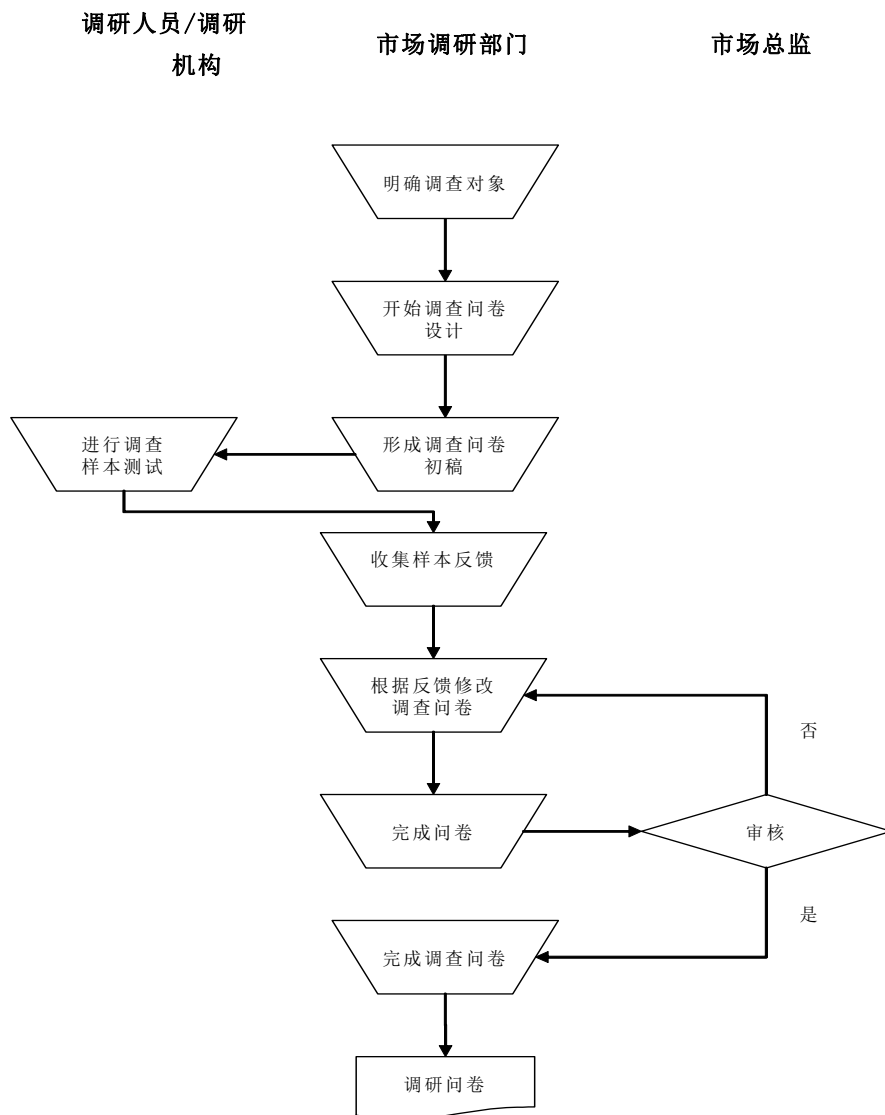
市场调研专员



## 2.2 市场预测管理流程

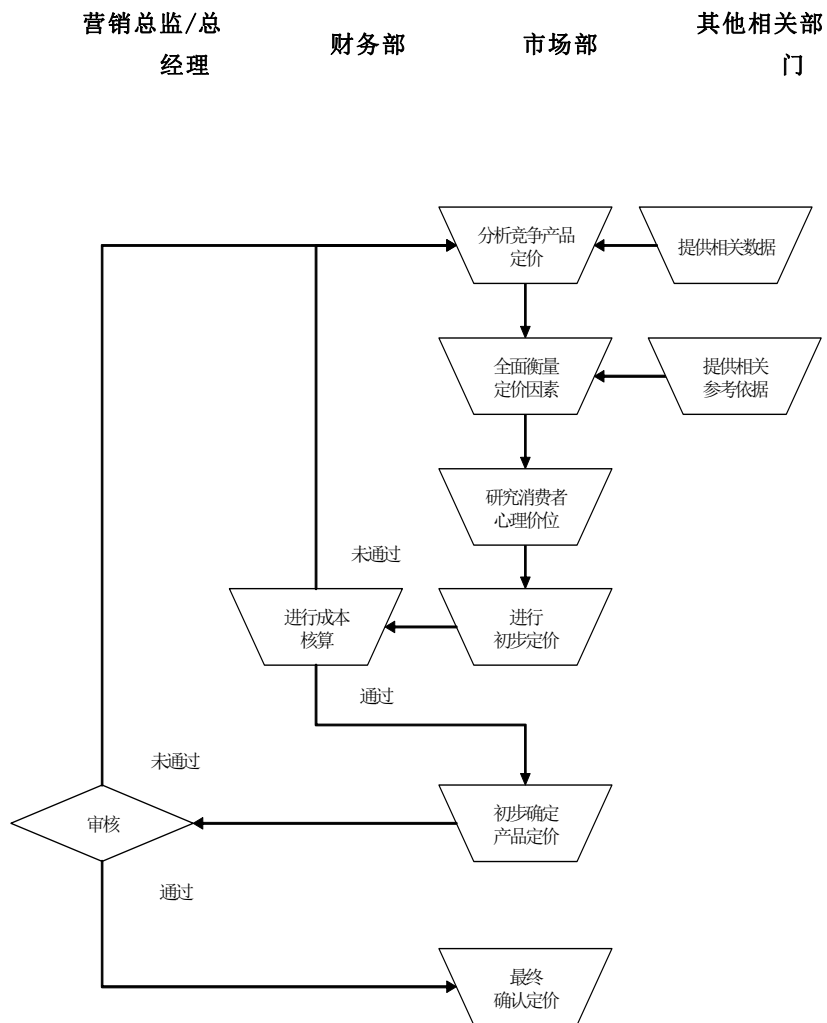


## 2.3 调研问卷设计流程

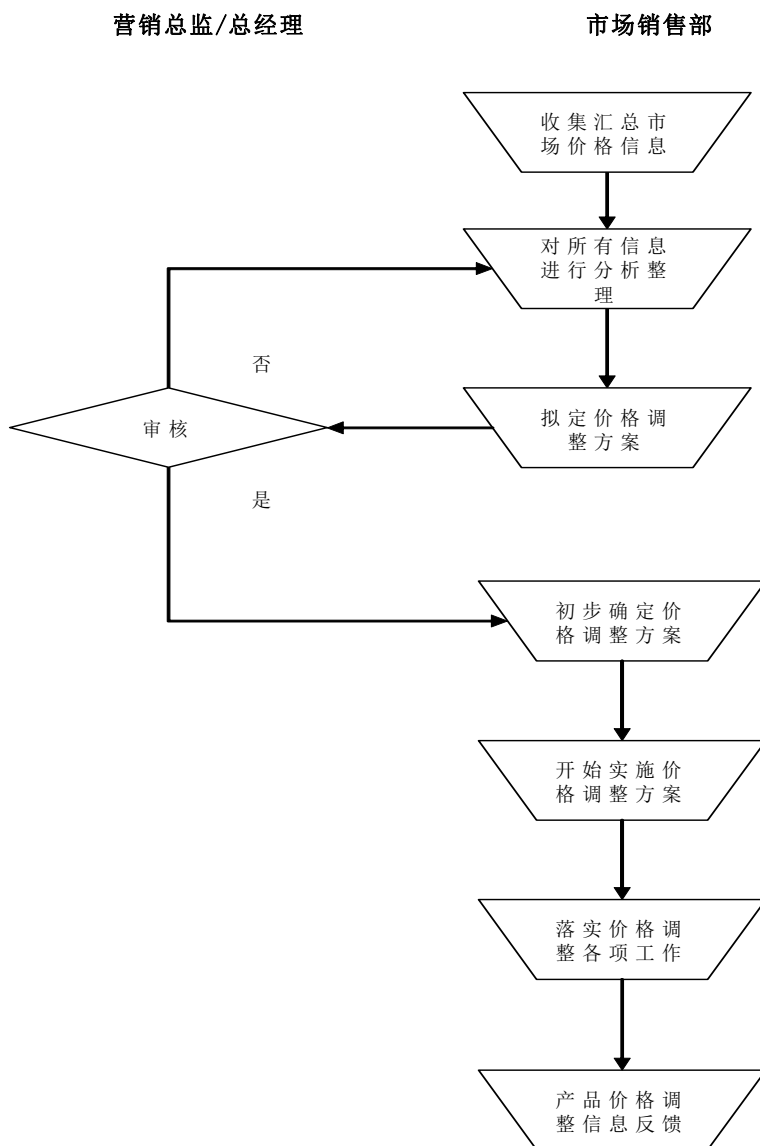




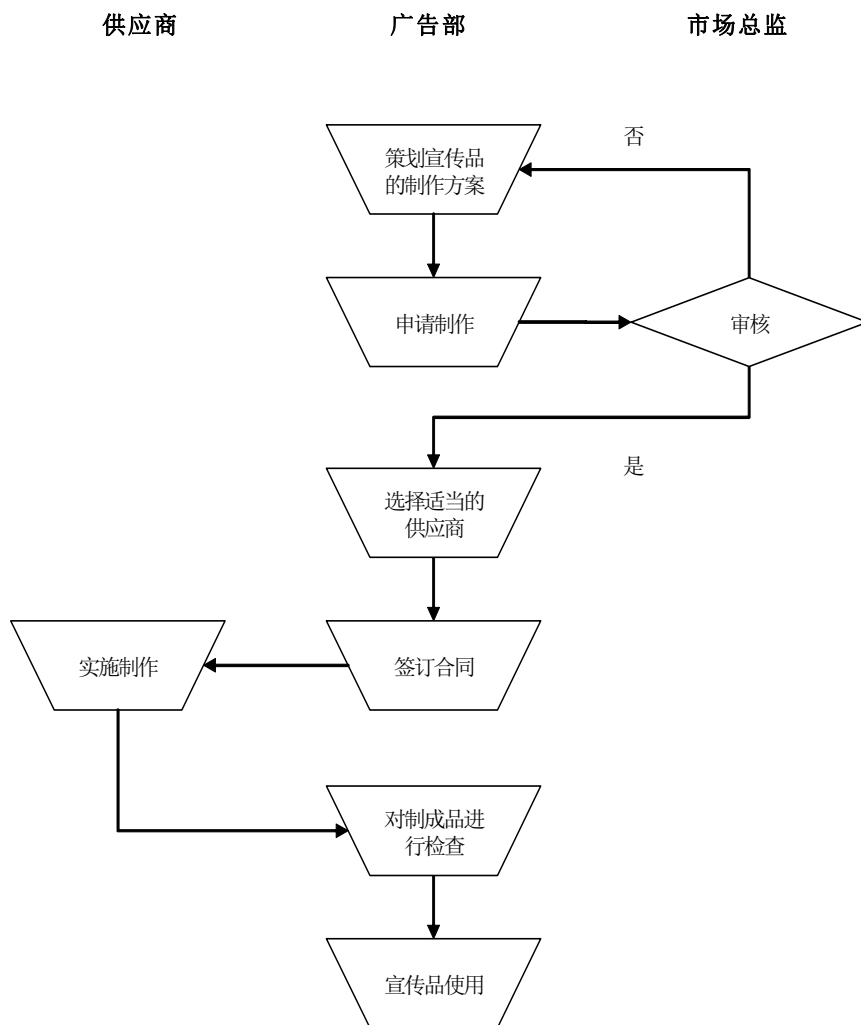
## 2.4 产品定价管理流程



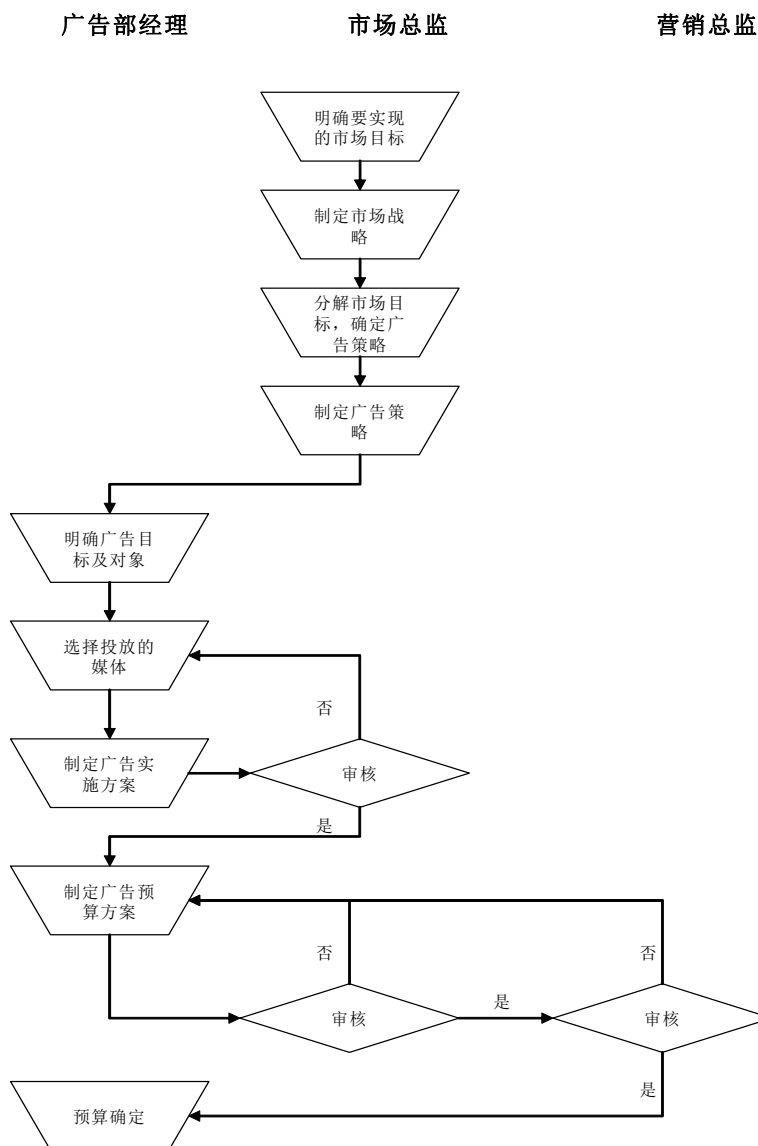
## 2.5 产品价格调整流程



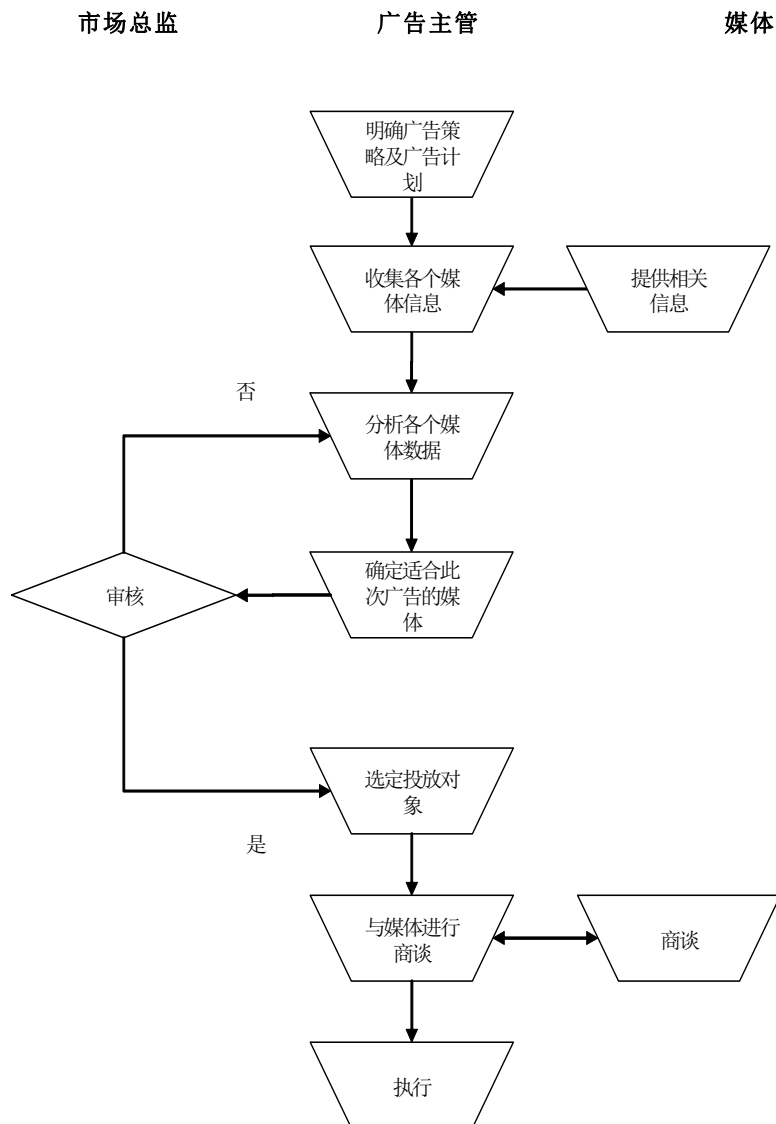
## 2.6 宣传物品制作流程



## 2.7 广告预算确定流程



## 2.8 广告媒体投放流程



## 第五章 市场管理表格

5.1 市场调查管理表格

5.1.1 市场调查计划表

项目负责人：_____日期：_____	
调查区域	
调查时间	
调查目标	
调查内容	
调查因素	
调查方法	
调查进度	
人力分配	
调查预算	
其他事项	

5.1.2 市场调查报告表

<p>_____ 部门经理，</p> <p>以下为××市场调研报告分析，请阅读后给予反馈意见并配合相关事项的 实施。</p>	
调查内容	
调查对象	
调查目标	
调查流程	
调查动向	
统计数据	
初步结论	
后续事项	



5.1.3 市场调查状况月报表

区域: _____ 日期: _____ 项目负责人: _____	
竞争对手本月销量	
竞争对手本月促销活动	
竞争对手本月新品上市	
本品牌本月销量	
本品牌本月促销活动	
本品牌本月新品上市	
渠道对本品牌 本月业绩的反馈	
本月消费者对 本品牌的反馈	
其他需要报告的事项	
备注	

5.1.4 市场开拓分析表

区域: _____ 项目负责人: _____		
市场情况	市场规模	
	目标群体	
	消费者需求	
	市场进入壁垒	
行业现状	竞争状况	
	技术发展	
	营运制度	
	市场领先者分析	
可行性分析	目标占有率	
	目标消费额	
	收支盈亏预算	
	人力配备情况	
市场分析结论		
备注与前提假设		

5. 1. 5 市场占有率分析表

区域：		项目负责人：			制表日期：			
月份	本品牌		主要竞争品牌 1		主要竞争品牌 2		主要竞争品牌 3	
1								
2								
3								
4								
5								
6								
7								
8								
9								
10								
合计								
备注								

5. 1. 6 各销售区域销量统计表

项目负责人：_____								
产品/ 区域	区域 1		区域 2		区域 3		区域 4	
	销售 额 (元)	增长 率 (%)	销售 额 (元)	增长 率 (%)	销售 额 (元)	增长 率 (%)	销售 额 (元)	增长率 (%)
产品 1								
产品 2								
产品 3								
产品 4								
产品 5								
产品 6								
产品 7								
产品 8								
产品 9								
产品 10								
产品 11								
备注								

5.1.7 各区域竞争产品对比表

区域: _____ 负责人: _____	
调研地点 (卖场/超市)	
地址	
品牌名称	
品牌功能与特点	
产品规格	
陈列	
包装样式	
零售价 (元)	
陈列数量 (件)	
备注	

5.1.8 同类产品价格查研表

区域：_____项目负责人：_____				
产品名称	规格	品牌	单价（元）	价格数据来源
备注				

5.1.9 畅销产品分析表

区域：_____项目负责人：_____调查商品名：_____		
条件		销量
门市	大型超市	
	百货公司	
	杂货店	
时间	平时营业时间	
	假日营业时间	
年龄	0—20 岁	
	20—30 岁	
	30—50 岁	
	50 岁以上	
项目		特点描述
柜台环境		
促销活动		
产品品种		
产品价格（元）		

5.1.10 经销商调查表

经销商名称			
注册地址		注册资金	
成立日期		联系电话	
经营地点		联系电话	
年销售收入(万元)		员工人数	
法人代表		日常联系人	
经营项目			
经营能力		卖场数量	
地域分布		库存情况	
合作方式			
主要供应商			
合作意向			
促销方式		促销投入	
合作目标		支持条件	
业内评价及市场定位			
备注			



5.1.11 竞争对手调查登记表

区域：_____项目负责人：_____	
竞争对手名称	
主要产品	
新产品	
重点客户	
研发动态	
促销活动	
其他事项	

5. 1. 12 消费者购物情况流水记录表

区域：_____项目负责人：_____制表日期：_____			
产品\顾客分类	购买	询问但并未购买	仅仅随意浏览
产品 1			
产品 2			
产品 3			
产品 4			
产品 5			
产品 6			
产品 7			
产品 8			
产品 9			
产品 10			
产品 11			
产品 12			
产品 13			
产品 14			

## 5.1.13 消费者购物习惯分析表

区域：\_\_\_\_\_项目负责人：\_\_\_\_\_

消费者构成分析	
消费者年龄构成	
消费者性别构成	
消费者收入范围	
企业应对策略：	
消费者观念分析	
消费者个性分析	
消费者价值观分析	
消费者购物理念分析	
公司应对策略：	
消费者需求分析	
消费者工作需求分析	
消费者生活需求分析	
消费者文化需求分析	
公司应对策略：	

5. 1. 14 顾客流量调查表

区域：_____项目负责人：_____			
时间	人数	时间	人数
8:00		8:30	
9:00		9:30	
10:00		10:30	
11:00		11:30	
12:00		12:30	
13:00		13:30	
14:00		14:30	
15:00		15:30	
16:00		16:30	
17:00		17:30	
18:00		18:30	
19:00		19:30	
20:00		20:30	
21:00		21:30	
备注			

5.1.15 顾客构成调查表

区域: _____		项目负责人: _____					
项目\产品		产品 1	产品 2	产品 3	产品 4	产品 5	产品 6
性 别	男						
	女						
年 龄	0—10 岁						
	10—20 岁						
	20—40 岁						
	40—60 岁						
	60 岁以上						
身 份	中小學生						
	大学生及以上						
	普通工人						
	白领/企业主						
	家庭主妇						
	其他						
备注							

5.1.16 顾客购买情况登记表

区域：_____项目负责人：_____			
产品名称\登记项目	产品单价（元）	人均购买量	人均消费额（元）
产品 1			
产品 2			
产品 3			
产品 4			
产品 5			
产品 6			
产品 7			
产品 8			
产品 9			
产品 10			
产品 11			
产品 12			
产品 13			
备注			

5. 1. 17 顾客咨询内容登记表

区域：_____项目负责人：_____			
产品名称	询问内容	答复内容	待处理问题
备注			

5. 1. 18 产品营销分析表

区域：_____ 项目负责人：_____		
产品分析项目	本品牌	市场主要竞争者
功能（%）		
品质稳定度（%）		
外观时尚美观度（%）		
耐用程度（%）		
故障率（%）		
使用难易（%）		
营销力度（%）		
广告投入（万元）		
促销投入（万元）		
原料成本（万元）		
辅助材料成本（万元）		
人力成本（万元）		
制造费用（万元）		
利润率（%）		
备注		



5. 1. 19 产品单价登记表

项目负责人：_____						
时间	区域	供应商	单价 (元)	付款方式	进货量	预计售 价 (元)
备注						

5.1.20 产品市场调查分析表

区域：_____项目负责人：_____	
项目	内容
推出日期	
销售年数	
利润率（%）	
市场占有率（%）	
价格（元）	
品质	
外观	
竞争优势	
竞争劣势	
技术发展	
行业现状	
综合分析	
备注	

5. 1. 21 产品形象分析表

区域：_____日期：_____项目负责人：_____					
项目	1 分(最差)	2 分	3 分	4 分	5 分(最好)
品质					
颜色					
味道					
香味					
外形					
包装					
个性					
价格					
陈列					
性能					
时尚					
总体形象					
总体改进 方案					

5.2 市场营销推广管理表格

5.2.1 市场营销费用预算表

月份	广告费 (元)	公关费 (元)	通信费 (元)	差旅费 (元)	招待费 (元)	合计 (元)	销售额 (元)	比例 (%)
1								
2								
3								
4								
5								
6								
7								
8								
9								
10								
合计								
备注								

时间	项目	进度完成情况
审批		
策划经理		
市场总监		
营销总监		
相关财务人员		
备注		

5.3 产品价格管理表格

5.3.1 成本估价表

名称：_____规格：_____					
数量：_____日期：_____					
项目	名称	规格	单价（元）	数量	金额（元）
原料 1					
原料 2					
原料 3					
原料 4					
原料 5					
包装用料					
损耗					
人力成本					
管理费用					
促销费用					
其他费用					
合计					
备注					

5.3.2 竞争产品价格表

区域：_____	日期：_____
竞争产品名称	
对应本公司产品名称	
规格	
包装	
陈列数量	
陈列位置	
对质量的评价	
售价（元）	
正在进行的促销	
活动	
备注	

5.3.3 产品价格变动影响表

产品	产品规格 1	产品规格 2	产品规格 3	产品规格 4	合 计
营业收入（元）					
产品成本（元）					
毛利（%）					
营业费用（元）					
人员费用（元）					
促销费用（元）					
营业利润（%）					
其他费用（元）					
净利润（元）					
变动影响					
分析					
备注					



日期：\_\_\_\_\_制表人：\_\_\_\_\_

5.3.5 产品降价申请表

申请人：_____日期：_____	
客户名称	订单编号
产品名称	
产品规格	产品数量
申请降价幅度	
申请降价原因	
处理建议	
审核	
客户确认	
备注	

5.3.6 产品售价表

日期：_____制表人：_____			
产品名称			
产品规格			
	1		
	2		
产品说明	3		
	4		
	5		
	销售条件	售价范围（元）	定价人
产品售价			
备注			

5.3.7 产品报价单

报价产品：\_\_\_\_\_

日期：\_\_\_\_\_

交货日期：\_\_\_\_\_

产品 名称	产品 规格	数量 (件)	单价 (元)	金额 (元)	报价 有效期	付款 条件	说明
----------	----------	-----------	-----------	-----------	-----------	----------	----

备注

5.3.8 产品计价单

品名：_____日期：_____						
规格：_____编号：_____						
		名称	规格	数量 (件)	单价 (元)	金额 (元)
	制造					
原料						
	包装					
	合计					
	工序 1				原料	
	工序 2				人力	
人力				成本汇 总	其他费 用	
	工序 3					
	工序 4				合计	
售价 (元)						
外箱尺 寸						
毛重/净 重						
备注						

5.3.9 产品价格分析表

编号													
名称													
规格													
月份	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
售价(元)													
月销售额(元)													
原料成本(元)													
材料成本(元)													
包装费用(元)													
人工费用(元)													
制造费用(元)													
销售费用(元)													
成本合计(元)													
单位利润(元)													
总利润(元)													
备注													

日期：\_\_\_\_\_制表人：\_\_\_\_\_

[illegible]

## 5.5 广告管理表格

### 5.5.1 广告策划调查表

项目名称: _____ 日期: _____ 区域: _____		
	调研因素	调研内容
市场分析	相关法律法规	
	市场环境	
	消费者构成	
	消费者需求	
产品分析	产品生命周期	
	市场占有率	
媒体分析	过去使用的媒体效果	
	新型媒体的研究	
竞争对手分析	竞争对手选择的媒体	
	竞争对手广告投放效果	
消费者分析	消费者对广告的印象	
	重点促销的季节	
	重点促销的区域	
	其他影响因素	
	备注	



5.5.2 广告预算分配表

日期: _____		
预算项目	内容	费用 (元)
广告供应商		
电视广告		
广播广告		
报纸		
杂志		
户外广告		
楼宇广告		
网络广告		
设计制作		
市场调研		
印刷		
公关活动		
代言人		
临时费用		
备注		

日期: \_\_\_\_\_

投放广告名称	投放广告内容	投放广告效果
1. 品牌广告	品牌广告是指企业为了提升品牌知名度、美誉度和忠诚度而投放的广告。品牌广告通常具有长期性和持续性，旨在建立品牌与消费者之间的长期联系。	品牌广告的效果通常难以量化，但可以通过品牌知名度、美誉度和忠诚度等指标来衡量。品牌广告的成功与否取决于广告内容、投放渠道和投放时间等因素。
2. 效果广告	效果广告是指企业为了获取销售线索、促进销售而投放的广告。效果广告通常具有短期性和针对性，旨在通过精准投放广告来吸引潜在客户。	效果广告的效果可以通过转化率、销售线索数量和销售金额等指标来衡量。效果广告的成功与否取决于广告内容、投放渠道和投放时间等因素。
3. 品牌广告与效果广告的结合	品牌广告与效果广告的结合是指企业将品牌广告与效果广告相结合，以实现品牌建设和销售促进的双重目标。这种结合方式通常具有长期性和持续性，旨在通过品牌建设和销售促进来实现企业的长期发展目标。	品牌广告与效果广告结合的效果可以通过品牌知名度、美誉度、忠诚度、销售线索数量和销售金额等指标来衡量。这种结合方式的成功与否取决于广告内容、投放渠道和投放时间等因素。

媒体投放费用

媒体	时间	频率	费用（元）
----	----	----	-------

费用 (元)

### 投放效果评价

公众反应 (%)

当期销售增长

知名度 (%)

美誉度 (%)

日期: _____	
广告名称	
广告总投入	
预计效果	
订单数量	
销售数量	
广告投放前	电话
客户访问量	柜台
	网站
订单数量	
销售数量	
广告投放后	电话
客户访问量	柜台
	网站
综合评价	
备注	

## 第六章 销售方面岗位说明书

## 6.1 销售总监岗位说明书

### 1. 任职资格

- (1) 教育背景：本科以上学历，市场营销专业或硕士以上学历更佳。
- (2) 经验：有销售管理工作 8 年以上经验。有 3 年以上销售策略、渠道管理、客户管理、销售队伍发展等综合性管理经验。出任销售总监或类似职务至少 1 年。
- (3) 技能与素质：
  - 1) 具有非常强的组织、计划、控制、协调、人际交往能力和沟通谈判技巧。
  - 2) 具有非常强的销售管理和运作能力，业绩突出，有能力带领团队进行高效的市场管理工作。
  - 3) 对本行业的市场发展，品牌定位有深刻的理解。
  - 4) 能够独立制定销售计划，发展销售渠道，进行客户管理。
  - 5) 能够有效进行各项销售管理业务并有效管理销售预算。
  - 6) 能够很好地对相关人员进行培训和督导。
  - 7) 英语听写说能力强，熟悉计算机操作。
- (4) 个性特征：具有积极进取的市场开拓能力和出色的决策能力，具有出色的人际沟通能力、极强的开拓精神和组织能力；具有良好的团队建设能力以及高度的敬业精神。

### 2. 工作内容

- (1) 分析销售策略，拓展销售渠道，协助营销总监制定总体的销售发展战略、计划、目标，并组织分解落实相应的销售管理活动；
- (2) 制定销售部的管理制度和流程，提高管理效率；
- (3) 管理销售预算及相关人力计划；
- (4) 配合企业年度经营目标，分解销售指标，制定销售计划；
- (5) 策划新的渠道发展和客户开发；
- (6) 监督管理销售的日常运作，控制库存，提高存货周转；
- (7) 监督销售的回款周期；
- (8) 了解各种合同，并参与重大合同的谈判和签订，负责一般合同的审批；
- (9) 拜访重点客户，进行客户开拓和维护；
- (10) 销售部工作任务的布置、监督与管理；

- (11) 对下属进行指导培训，提高从业人员素质；
- (12) 其他相关工作。

### 3. 权力范围

- (1) 有对销售预算进行总体控制的权力；
- (2) 有对销售计划进行制定、修改的权力；
- (3) 有对销售制度、渠道策略、客户拓展计划、库存管理、销售回款等销售管理事宜有建议权、审核权；
- (4) 有按照制度奖惩市场部员工的权力；
- (5) 有对下属人员的考核权。

### 4. 工作关系

汇报工作：营销总监/总经理；

监督：销售部下属部门；

合作者：各部门总监；

外部关系：与经销商、分销商、卖场、商场以及各类客户的公共关系。

## 6.2 销售计划经理岗位说明书

### 1. 任职资格

- (1) 教育背景：本科以上学历，市场营销专业或硕士以上学历更佳。
- (2) 经验：有销售管理工作 5 年以上经验，有 2 年以上销售计划管理、销售业绩分析、销售指标跟进等方面的经验，出任同等级别职务至少 1 年。
- (3) 技能与素质：
  - 1) 具有较强的组织、计划、协调、人际交往能力和沟通技巧；
  - 2) 善于管理销售计划，有能力带领团队进行高效工作；
  - 3) 对本行业的销售渠道、区域特点有深刻的理解；
  - 4) 能够独立制定销售计划，进行有效实施，并对相关人员进行培训和督导；
  - 5) 英语听写能力强，并熟悉计算机操作；
- (4) 个性特征：具有较强的规划能力和分析能力，具有良好的团队建设能力与敬业精神。

### 2. 工作内容

- (1) 根据上期销售业绩预计下一期销售目标，并制定下一期的销售计划；
- (2) 对销售计划进行分解，落实在相应的岗位上和区域中；
- (3) 跟踪销售计划的实施，不断调整计划；
- (4) 对当期销售业绩进行分析，并按照分析结果调整计划；
- (5) 管理销售计划部预算及相关人力计划；
- (6) 对重点客户、重点区域进行重点督促和监控；
- (7) 协助销售总监制定各项销售计划；
- (8) 撰写销售业绩分析报告，并向管理层提供建议；
- (9) 销售计划部工作任务的布置、监督与管理；
- (10) 对下属进行指导培训，提高从业人员素质；
- (11) 其他相关工作。

### 3. 权力范围

- (1) 有对销售计划费用的支出进行控制的权力；
- (2) 有对销售计划进行制定及修改的权力；

- (3) 有根据销售业绩分析结果，对产品与服务的销售渠道及销售指标管理的建议权力；
- (4) 有按照制度奖惩内部员工的权力；
- (5) 有按计划审批销售计划部工作中所需资金，并对超出计划资金提出方案，向销售总监报批的权力；
- (6) 有对下属人员的考核权。

#### 4. 工作关系

汇报工作：销售总监；

监督：销售计划部下属员工；

合作者：各部门经理；

外部关系：与经销商、零售商、代理商的公共关系。



## 6.3 区域管理经理岗位说明书

### 1. 任职资格

- (1) 教育背景：本科以上学历，市场营销专业或硕士以上学历更佳；
- (2) 经验：有销售管理工作 5 年以上的经验，有 2 年以上区域管理、客户管理、销售谈判等方面的经验。出任同等级别职务至少 1 年；
- (3) 技能与素质：
  - 1) 具有较强的组织、计划、协调、人际交往能力和沟通技巧；
  - 2) 能管理区域范围内的各类销售活动，并有能力带领团队进行高效工作；
  - 3) 对本行业的销售渠道及区域特点有深刻的理解；
  - 4) 能够独立进行区域管理，并对相关人员进行培训和督导；
  - 5) 英语听写说能力强，并熟悉计算机操作。
- (4) 个性特征：具有较强的区域管理能力和统筹能力，具有良好的团队建设能力与敬业精神。

### 2. 工作内容

- (1) 拟定区域销售计划，确定销售指标、市场开发计划；
- (2) 定期巡查所管辖区域，跟踪销售工作的发展；
- (3) 指挥区域内大型销售活动的执行；
- (4) 与重点客户保持沟通和联络，制定重点客户发展计划；
- (5) 管理区域预算及相关人力计划；
- (6) 对经销商进行管理制定相应的发展计划；
- (7) 协助销售总监制定区域发展策略；
- (8) 撰写区域发展报告，并向管理层提供建议；
- (9) 区域范围内工作任务的布置及监督与管理；
- (10) 对下属进行指导培训，提高从业人员素质；
- (11) 其他相关工作。

### 3. 权力范围

- (1) 有对区域管理费用的支出进行控制的权力；
- (2) 有对区域发展计划进行制定、修改的权力；
- (3) 有根据区域内产品销售情况，对产品与服务的销售渠道及销售指标管

理的建议权力；

- (4) 有按照制度奖惩内部员工的权力；
- (5) 有按计划审批区域工作中所需资金，并对超出计划资金提出方案，向销售总监报批的权力；
- (6) 有对下属人员的考核权。

#### 4. 工作关系

汇报工作：销售总监；

监督：区域办公室下属员工；

合作者：各部门经理；

外部关系：与经销商、零售商、代理商的公共关系。

## 6.4 促销管理经理岗位说明书

### 1. 任职资格

- (1) 教育背景：本科以上学历，市场营销专业及硕士以上学历更佳；
- (2) 经验：有销售管理工作 5 年以上经验，有 2 年以上促销计划制定、促销活动策划、促销人员管理等方面的经验。出任同等级别职务至少 1 年；
- (3) 技能与素质：
  - 1) 具有较强的组织、计划、协调、人际交往能力和沟通技巧；
  - 2) 善于管理促销活动，能够带领一个团队进行高效工作；
  - 3) 对本行业的销售渠道及区域特点有深刻的理解；
  - 4) 能独立制定促销计划，进行有效实施，并对相关人员进行培训和督导；
  - 5) 英语听写说能力强，并熟悉计算机操作。
- (4) 个性特征：具有较强的策划能力和统筹能力，具有良好的团队建设能力与敬业精神。

### 2. 工作内容

- (1) 根据销售目标，制定促销计划；
- (2) 策划促销活动，评估促销活动的效果；
- (3) 协助各区域拟定促销计划，督促区域促销活动的落实；
- (4) 设计并发放促销品；
- (5) 管理促销管理部预算及相关人力计划；
- (6) 负责促销人员的招募和培训以及薪金管理；
- (7) 协助销售总监制定各项促销计划；
- (8) 撰写促销评估报告，并向管理层提供建议；
- (9) 促销管理部工作任务的布置并监督与管理；
- (10) 对下属进行指导培训，提高从业人员素质；
- (11) 其他相关工作。

### 3. 权力范围

- (1) 有对促销费用的支出进行控制的权力；
- (2) 有对促销计划进行制定及修改的权力；
- (3) 有根据促销评估结果，对产品与服务的销售渠道及销售指标管理的建

议权力；

- (4) 有按照制度奖惩内部员工的权力；
- (5) 有按计划审批促销管理部工作中所需资金，并对超出计划资金提出方案，向销售总监报批的权力；
- (6) 有对下属人员的考核权。

#### 4. 工作关系

汇报工作：销售总监；

监督：促销管理部下属员工；

合作者：各部门经理；

外部关系：与广告供应商、经销商、零售商、代理商的公共关系。

## 6.5 销售运作经理岗位说明书

### 1. 任职资格

- (1) 教育背景：本科以上学历，市场营销专业及硕士以上学历更佳；
- (2) 经验：有销售管理工作 5 年以上的经验，有 2 年以上销售报表管理、销售合同签署、销售信息统计、产销管理、库存管理以及发货运输管理等方面的经验。出任同等级别职务至少 1 年；
- (3) 技能与素质：
  - 1) 具有较强的组织、计划、协调、人际交往能力和沟通技巧；
  - 2) 善于进行销售日常管理，有能力带领团队进行高效工作；
  - 3) 对本行业的销售渠道及区域特点有深刻的理解；
  - 4) 能够独立运作销售日常业务，进行有效实施，并对相关人员进行培训和督导；
  - 5) 英语听写说能力强，并熟悉计算机操作。
- (4) 个性特征：具有较强的统筹管理能力，处理问题细致仔细，具有良好的团队建设能力与敬业精神。

### 2. 工作内容

- (1) 负责日常销售的统计，汇总销售报表，并将统计信息反馈其他相关部门；
- (2) 负责销售合同的审核，统计客户让利等合同关键信息；
- (3) 根据市场销售情况与生产部有效沟通，共同制定产销计划；
- (4) 管理销售账期，促进客户回款。调查客户资信状况，以避免坏账；
- (5) 管理销售日常管理部预算及相关人力计划；
- (6) 制定合理的库存计划，在保证产品供应的基础上，控制合理库存；
- (7) 协助销售总监督管理各项销售的日常事务；
- (8) 进行产品的发货、调拨与运输管理；
- (9) 销售日常管理部工作任务的布置及监督与管理；
- (10) 对下属进行指导培训，提高从业人员素质；
- (11) 其他相关工作。

### 3. 权力范围

- (1) 有对销售日常管理费用的支出进行控制的权力；

- (2) 有对销售日常管理流程进行制定及修改的权力；
- (3) 有根据销售报表，对产品与服务的销售渠道及销售指标管理的建议权力；
- (4) 有按照制度奖惩内部员工的权力；
- (5) 有按计划审批销售日常管理部工作中所需资金，并对超出计划资金提出方案，向销售总监报批的权力；
- (6) 有对下属人员的考核权。

#### 4. 工作关系

汇报工作：销售总监；

监督：销售日常管理部下属员工；

合作者：各部门经理；

外部关系：与经销商、零售商、代理商的公共关系。

## 6.6 客户关系管理经理岗位说明书

### 1. 任职资格

- (1) 教育背景：本科以上学历，市场营销专业或硕士以上学历更佳；
- (2) 经验：有销售管理工作 5 年以上经验，有 2 年以上客户拓展、客户关系维护、客户服务等方面的经验。出任同等级别职务至少 1 年；
- (3) 技能与素质：
  - 1) 具有较强的组织、计划、协调、人际交往能力和沟通技巧；
  - 2) 善于维护客户关系，能够提高客户满意度，有能力带领团队进行高效工作；
  - 3) 对本行业的销售渠道及区域特点有深刻的理解；
  - 4) 能够独立管理客户关系，并对相关人员进行培训和督导；
  - 5) 英语听写说能力强，熟悉计算机操作。
- (4) 个性特征：具有较强的客户管理能力和问题解决能力，具有良好的团队建设能力与敬业精神。

## 2. 工作内容

- (1) 制定客户拓展计划，负责市场开发；
- (2) 与客户签订合作项目，挖掘与客户之间的潜在合作机会；
- (3) 定期进行客户拜访，接待客户，维护客户关系；
- (4) 处理客户疑问，提高客户满意度；
- (5) 管理客户关系部预算及相关人力计划；
- (6) 为客户提供售后服务，解决客户的问题；
- (7) 协助销售总监制定各项客户关系管理计划；
- (8) 撰写客户分析报告，并向管理层提供客户发展建议；
- (9) 客户关系管理部工作任务的布置、监督与管理；
- (10) 对下属进行指导培训，提高从业人员素质；
- (11) 其他相关工作。

## 3. 权力范围

- (1) 有对客户关系管理费用的支出进行控制的权力；
- (2) 有对客户关系维护计划进行制定及修改的权力；
- (3) 有根据客户合作情况，对产品与服务的销售渠道及销售指标管理建议权力；
- (4) 有按照制度奖惩内部员工的权力；
- (5) 有按计划审批客户关系管理部工作中所需资金，并对超出计划资金提出方案，向销售总监报批的权力；
- (6) 有对下属人员的考核权。

## 4. 工作关系

汇报工作：销售总监；

监督：客户关系管理部下属员工；

合作者：各部门经理；

外部关系：与各类客户、经销商、零售商、代理商的公共关系。



## 6.7 渠道管理经理岗位说明书

### 1. 任职资格

- (1) 教育背景：本科以上学历，市场营销专业或硕士以上学历更佳；
- (2) 经验：销售管理工作 5 年以上经验，有 2 年以上渠道拓展、渠道网络管理、渠道经销商培训等方面的经验。出任同等级别职务至少 1 年；
- (3) 技能与素质：
  - 1) 具有较强的组织、计划、协调、人际交往能力和沟通技巧；
  - 2) 善于制定渠道策略，拓展渠道网络，有能力带领团队进行高效工作；
  - 3) 对本行业的销售渠道、区域特点有深刻的理解；
  - 4) 能够独立制定渠道发展计划，进行有效实施，并对相关人员进行培训和督导；
  - 5) 英语听写说能力强，并熟悉计算机操作。
- (4) 个性特征：具有较强的规划能力和分析能力，具有良好的团队建设能力与敬业精神。

### 2. 工作内容

- (1) 根据企业营销战略，制定渠道发展策略；
- (2) 渠道网络的拓展与管理；
- (3) 对新渠道中的重点客户进行开拓，制定合作方案；
- (4) 培训渠道经销商，帮助经销商快速发展；
- (5) 管理渠道管理部预算及相关人力计划；
- (6) 协助销售总监制定各项渠道发展计划；
- (7) 撰写渠道分析报告，并向管理层提供建议；
- (8) 渠道管理部工作任务的布置、监督与管理；
- (9) 对下属进行指导培训，提高从业人员素质；
- (10) 其他相关工作。

### 3. 权力范围

- (1) 有对渠道管理费用的支出进行控制的权力；
- (2) 有对渠道发展计划进行制定及修改的权力；
- (3) 有根据渠道发展分析结果，对产品与服务的销售渠道及销售指标管理有建议权；

- (4) 有按照制度奖惩内部员工的权力；
- (5) 有按计划审批渠道管理部工作中所需资金，并对超出计划资金提出方案，向销售总监报批的权力；
- (6) 有对下属人员的考核权。

#### 4. 工作关系

汇报工作：销售总监；

监督：渠道管理部下属员工；

合作者：各部门经理；

外部关系：与经销商、零售商、代理商的公共关系。

## 6.8 客户服务管理经理岗位说明书

### 1. 任职资格

- (1) 教育背景：本科以上学历，市场营销专业或硕士以上学历更佳；
- (2) 经验：有销售管理工作 5 年以上经验，有 2 年以上客户投诉管理、客户意见处理、客户服务等方面的经验。出任同等级别职务至少 1 年；
- (3) 技能与素质：
  - 1) 具有较强的组织、计划、协调、人际交往能力和沟通技巧；
  - 2) 善于处理客户投诉事件，有能力带领团队进行高效工作；
  - 3) 对本行业的销售渠道及区域特点有深刻的理解；
  - 4) 能够提供高效的客户服务，并对相关人员进行培训和督导；
  - 5) 英语听写说能力强，熟悉计算机操作。
- (4) 个性特征：具有较强的问题解决能力，处理事务耐心细致，具有良好的团队建设能力与敬业精神。

### 2. 工作内容

- (1) 负责建立客户投诉管理制度及客户投诉处理流程；
- (2) 定期对客户投诉事件受理情况进行跟踪检查；
- (3) 培训客户投诉专员，提高客户投诉业务受理效率；
- (4) 对客户服务质量进行评估；
- (5) 管理客户投诉部预算及相关人力计划；
- (6) 处理突发客户投诉事件；
- (7) 协助销售总监制定各项客户投诉处理制度；
- (8) 客户投诉部工作任务的布置及监督与管理；
- (9) 对下属进行指导培训，提高从业人员素质；
- (10) 其他相关工作。

### 3. 权力范围

- (1) 有对客户投诉处理费用的支出进行控制的权力；
- (2) 有对客户投诉制度进行制定及修改的权力；
- (3) 有根据客户反馈，对产品与服务的改善的建议权力；
- (4) 有按照制度奖惩内部员工的权力；
- (5) 有按计划审批客户投诉部工作中所需资金，并对超出计划资金提出方

案，向销售总监报批的权力；

(6) 有对下属人员的考核权。

#### 4. 工作关系

汇报工作：销售总监；

监督：客户投诉部下属员工；

合作者：各部门经理；

外部关系：与客户、媒体的公共关系。

## 6.9 销售计划专员岗位说明书

### 1. 任职资格

- (1) 教育背景：大专以上学历，市场营销专业或本科以上学历更佳；
- (2) 经验：有市场管理工作 2 年以上经验，具有销售计划管理、销售业绩分析、销售指标跟进等方面的经验。如无相关经验但具有潜力的优秀人才亦可考虑培养；
- (3) 技能与素质：
  - 1) 具有一定的协调能力、人际交往能力和沟通技巧；
  - 2) 能够管理销售计划，善于归纳总结；
  - 3) 对本行业的销售渠道、区域特点有一定的理解；
  - 4) 能够有效协助上级制定销售计划，协助进行实施；
  - 5) 英语听写说能力较强，熟悉计算机操作。
- (4) 个性特征：具备一定的规划能力和分析能力，具有良好的团队合作精神和敬业精神。

### 2. 工作内容

- (1) 协助上级预测下一期销售目标，并制定下一期的销售计划；
- (2) 协助上级跟踪销售计划的实施，提出调整方案；
- (3) 协助上级对当期销售业绩进行分析；
- (4) 对重点客户及重点区域进行重点督促和监控，向销售计划经理反馈数据；
- (5) 协助上级制定各项销售计划；
- (6) 接收销售计划部经理所安排的其他相关工作。

### 3. 工作关系

- (1) 汇报工作：销售计划经理；
- (2) 合作者：本部门员工；
- (3) 外部关系：与经销商、零售商、代理商的公共关系。

## 6.10 区域管理专员岗位说明书

### 1. 任职资格

教育背景：大专以上学历，市场营销专业或本科以上学历更佳；

经验：有市场管理工作2年以上经验，具有区域管理、客户管理、销售谈判等方面的经验。如无相关经验但具有潜力的优秀人才亦可考虑培养；

技能与素质：

- 1) 具有一定的协调能力、人际交往能力和沟通技巧；
- 2) 能够协助上级管理区域范围内的各类销售活动，善于归纳总结；
- 2) 对本行业的销售渠道及区域特点有一定的理解；
- 3) 能够协助上级制定区域发展计划，协助进行实施；
- 4) 英语听写说能力较强，熟悉计算机操作。

个性特征：具备一定的统筹能力，具有良好的团队合作精神与敬业精神。

### 2. 工作内容

- (1) 协助区域经理拟定区域销售计划与市场开发计划；
- (2) 定期巡查所管辖区域，跟踪销售工作的发展，向区域经理汇报；
- (3) 参与区域内大型销售活动的执行；
- (4) 与重点客户保持沟通和联络，对于重点客户的发展计划给出意见；
- (5) 对经销商进行管理，参与经销商发展计划的制定；
- (6) 接收区域经理所安排的其他相关工作。

### 3. 工作关系

汇报工作：区域管理经理；

合作者：本部门员工；

外部关系：与经销商、零售商、代理商的公共关系。

## 6.11 促销管理专员岗位说明书

### 1. 任职资格

- (1) 教育背景：大专以上学历，市场营销专业或本科以上学历更佳；
- (2) 经验：有市场管理工作 2 年以上经验，具有促销计划制定，促销活动策划及促销人员管理等方面的经验。如无相关经验但具有潜力的优秀人才亦可考虑培养；
- (3) 技能与素质：
  - 1) 具有一定的协调能力、人际交往能力和沟通技巧；
  - 2) 能够管理促销活动，善于归纳总结；
  - 3) 对本行业的销售渠道及区域特点有一定的理解；
  - 4) 能够有效协助上级制定促销计划，协助进行实施；
  - 5) 英语听写说能力较强，熟悉计算机操作。
- (4) 个性特征：具备一定的策划能力和统筹能力，具有良好的团队合作精神和敬业精神。

### 2. 工作内容

- (1) 协助上级制定促销计划；
- (2) 协助上级策划促销活动，并落实促销活动的实施；
- (3) 参与设计及发放促销品；
- (4) 现场跟进促销活动，解决突发事件；
- (5) 招募促销人员，协助上级培训促销人员，并管理促销人员的薪金发放；
- (6) 接收促销管理经理所安排的其他相关工作。

### 3. 工作关系

- (1) 汇报工作：促销管理经理；
- (2) 合作者：本部门员工；
- (3) 外部关系：与广告供应商、经销商、零售商、代理商的公共关系。

## 6.12 销售运作管理专员岗位说明书

### 1. 任职资格

- (1) 教育背景：大专以上学历，市场营销专业及本科以上学历更佳；
- (2) 经验：有市场管理工作 2 年以上经验，具有销售报表管理、销售合同签署、销售信息统计、产销管理、库存管理以及发货运输管理等方面的经验。如无相关经验但具有潜力的优秀人才亦可考虑培养；
- (3) 技能与素质：
  - 1) 具有一定的协调能力、人际交往能力和沟通技巧；
  - 2) 能够进行销售日常管理，善于归纳总结；
  - 2) 对本行业的销售渠道及区域特点有一定的理解；
  - 3) 能够有效协助上级进行销售日常管理；
- 4) 英语听写说能力较强，熟悉计算机操作。

个性特征：具备一定的统筹管理能力，处理问题细致仔细，具有良好的团队合作精神与敬业精神。

### 2. 工作内容

- (1) 进行日常销售的统计，汇总销售报表；
- (2) 协助上级审核销售合同，统计客户让利等合同的关键信息；
- (3) 与生产部工作人员沟通，协助制定产销计划；
- (4) 管理销售账期，促进客户回款。调查客户资信状况，以避免坏账；
- (5) 协助上级制定合理的库存计划，在保证产品供应的基础上，控制合理库存；
- (6) 协助上级进行产品的发货、调拨与运输管理；
- (7) 接收销售日常管理经理所安排的其他相关工作。

### 3. 工作关系

- (1) 汇报工作：销售日常管理经理；
- (2) 合作者：本部门员工；
- (3) 外部关系：与经销商、零售商、代理商的公共关系。



## 6.13 客户关系管理专员岗位说明书

### 1. 任职资格

- (1) 教育背景：大专以上学历，市场营销专业或本科以上学历更佳；
- (2) 经验：有市场管理工作 2 年以上经验，具有客户拓展、客户关系维护、客户服务等方面的经验。如无相关经验但具有潜力的优秀人才亦可考虑培养；
- (3) 技能与素质：
  - 1) 具有一定的协调能力、人际交往能力和沟通技巧；
  - 2) 能够维护客户关系，提高客户满意度，善于归纳总结；
  - 2) 对本行业的销售渠道及区域特点有一定的理解；
  - 3) 能够有效协助上级进行客户关系管理；
  - 4) 英语听写说能力较强，熟悉计算机操作。
- (4) 个性特征：具备一定的客户管理能力和问题解决能力，具有良好的团队合作精神与敬业精神。

### 2. 工作内容

- (1) 协助上级制定客户拓展计划，促进市场开发；
- (2) 协助上级与客户签订合作项目，挖掘与客户之间的潜在合作机会；
- (3) 定期进行客户拜访，接待客户，维护客户关系；
- (4) 处理客户疑问，提高客户满意度；
- (5) 为客户提供售后服务，解决客户的问题；
- (6) 接收客户关系管理部经理所安排的其他相关工作。

### 3. 工作关系

- (1) 汇报工作：客户关系管理经理；
- (2) 合作者：本部门员工；
- (3) 外部关系：与各类客户、经销商、零售商、代理商的公共关系。

## 6.14 渠道管理专员岗位说明书

### 1. 任职资格

- (1) 教育背景：大专以上学历，市场营销专业或本科以上学历更佳；
- (2) 经验：有市场管理工作 2 年以上经验，具有渠道拓展、渠道网络管理、渠道经销商培训等方面的经验。如无相关经验但具有潜力的优秀人才亦可考虑培养；
- (3) 技能与素质：
  - 1) 具有一定的协调能力、人际交往能力和沟通技巧；
  - 2) 能够收集渠道发展信息，分析渠道网络，善于归纳总结；
  - 3) 对本行业的销售渠道、区域特点有一定的理解；
  - 4) 能够有效协助上级制定渠道发展计划，协助进行实施；
  - 5) 英语听写说能力较强，熟悉计算机操作。
- (4) 个性特征：具备一定的规划能力和分析能力，具有良好的团队合作精神和敬业精神。

### 2. 工作内容

- (1) 协助上级制定渠道发展策略；
- (2) 协助上级进行渠道网络的拓展与管理；
- (3) 对新渠道中的重点客户进行开拓，向上级反馈新的客户发展机会；
- (4) 培训渠道经销商，帮助经销商快速发展；
- (5) 接收渠道管理部经理所安排的其他相关工作。

### 3. 工作关系

- (1) 汇报工作：渠道管理经理；
- (2) 合作者：本部门员工；
- (3) 外部关系：与经销商、零售商、代理商的公共关系。

## 6.15 客户服务管理专员岗位说明书

### 1. 任职资格

- (1) 教育背景：大专以上学历，市场营销专业或本科以上学历更佳；
- (2) 经验：有市场管理工作 2 年以上经验，具有客户投诉管理、客户意见处理、客户服务等方面的经验。如无相关经验但具有潜力的优秀人才亦可考虑培养；
- (3) 技能与素质：
  - 1) 具有一定的协调能力、人际交往能力和沟通技巧。
  - 2) 能够管理客户投诉事件，善于归纳总结。
  - 3) 对本行业的销售渠道及区域特点有一定的理解。
  - 4) 能够有效协助上级提高客户服务质量。
  - 5) 英语听写说能力较强，熟悉计算机操作。
- (4) 个性特征：具备一定的问题解决能力，处理事务耐心细致，具有良好的团队合作精神和敬业精神。

### 2. 工作内容

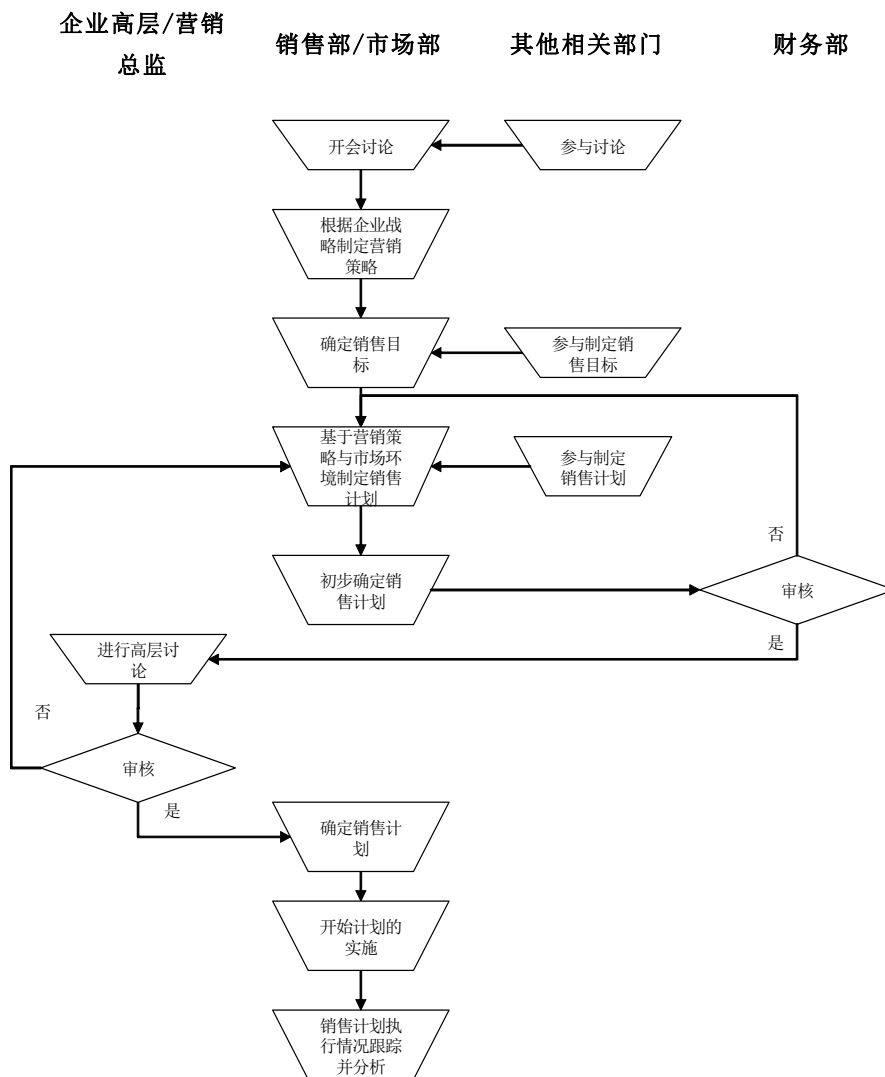
- (1) 协助上级建立客户投诉管理制度、客户投诉处理流程；
- (2) 处理客户投诉事件；
- (3) 反馈客户投诉处理进展；
- (4) 对客户服务质量进行评估；
- (5) 处理突发客户投诉事件；
- (6) 接收客户投诉部经理所安排的其他相关工作。

### 3. 工作关系

- (1) 汇报工作：客户服务经理；
- (2) 合作者：本部门员工；
- (3) 外部关系：与客户、媒体公共关系。

## 第七章 销售管理流程

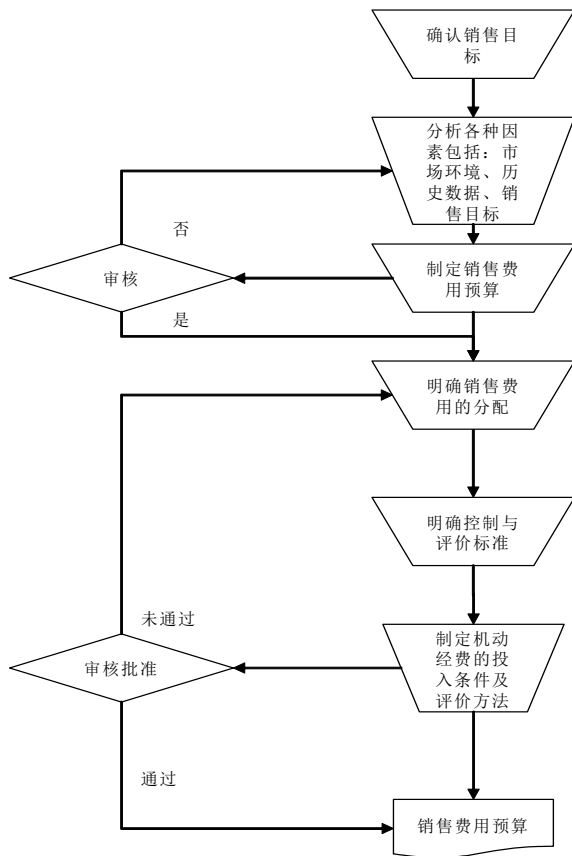
## 7.1 营销计划制定流程



## 7.2 营销费用编制流程

总经理/营销总监

市场销售部



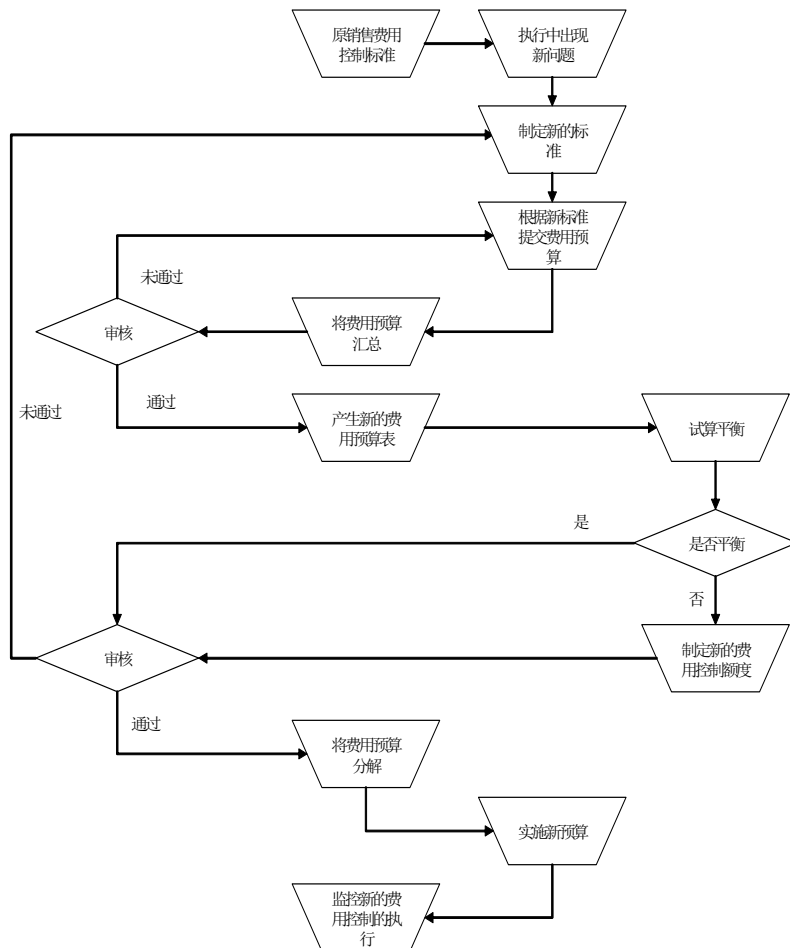
### 7.3 销售费用管理流程

营销总监/总经理

销售部

销售专员

财务部



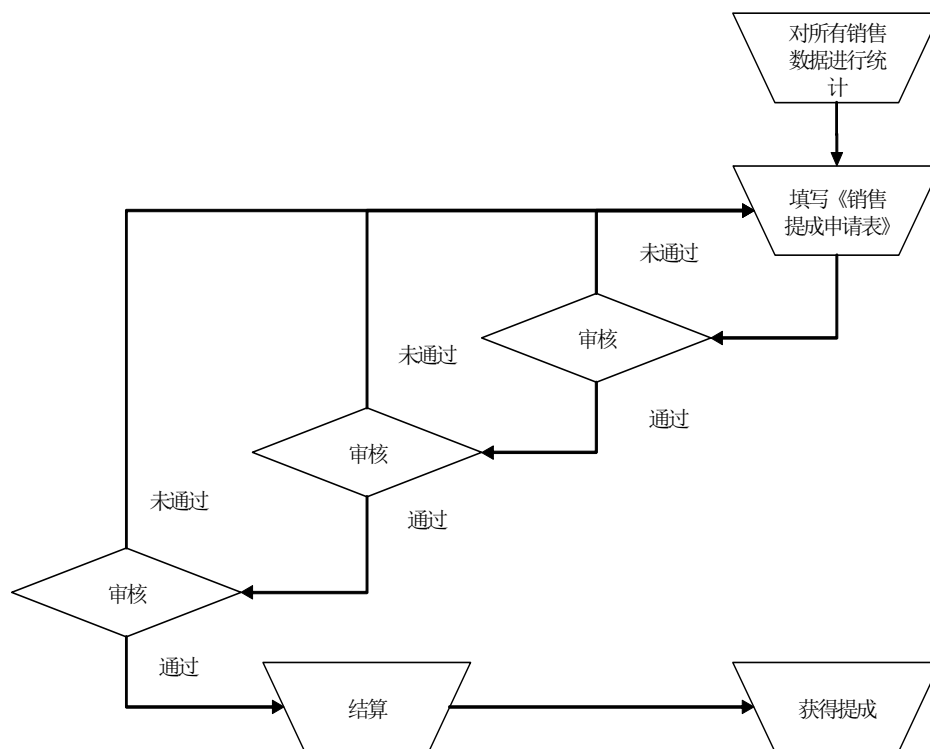
## 7.4 销售提成管理流程

销售总监/营销  
总监

财物部

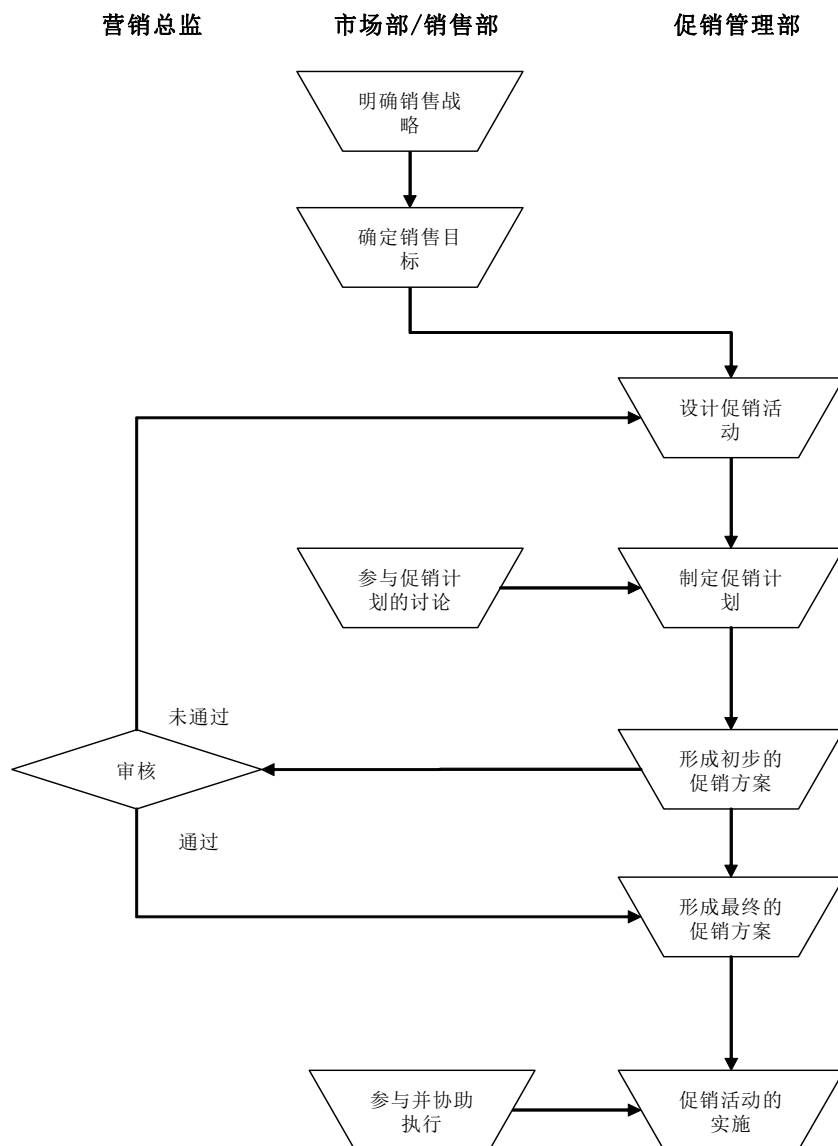
销售经理

销售专员

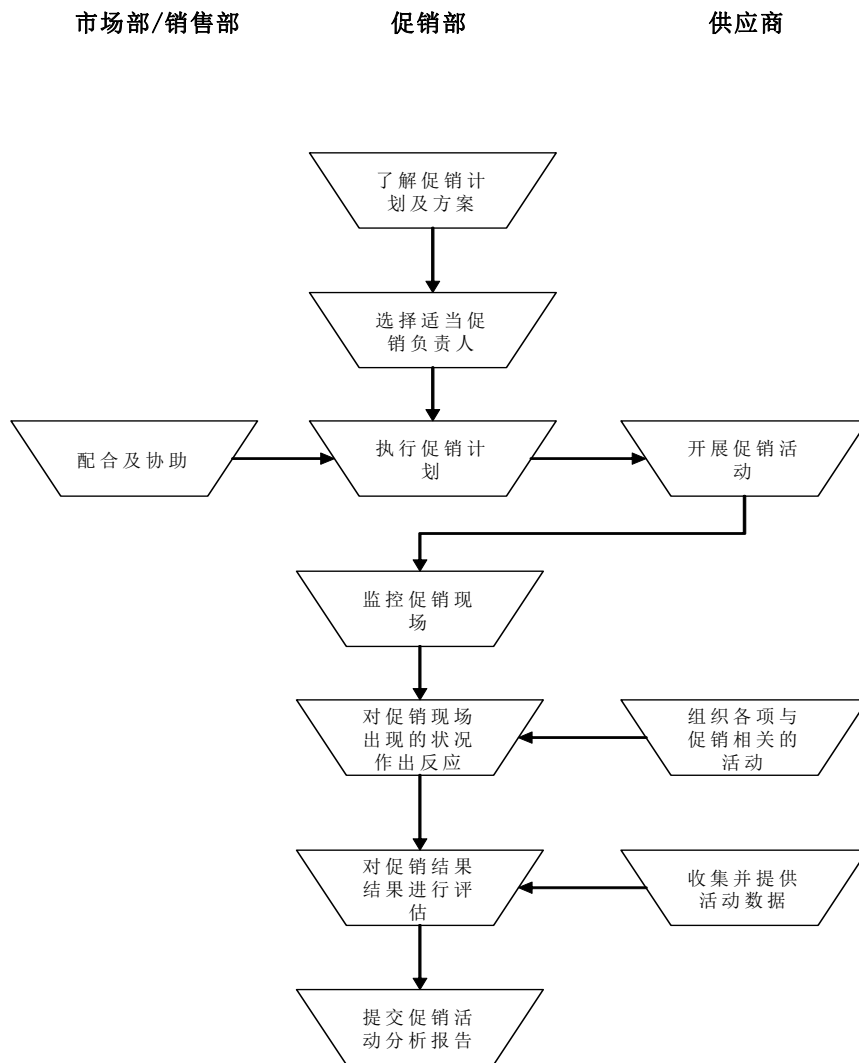




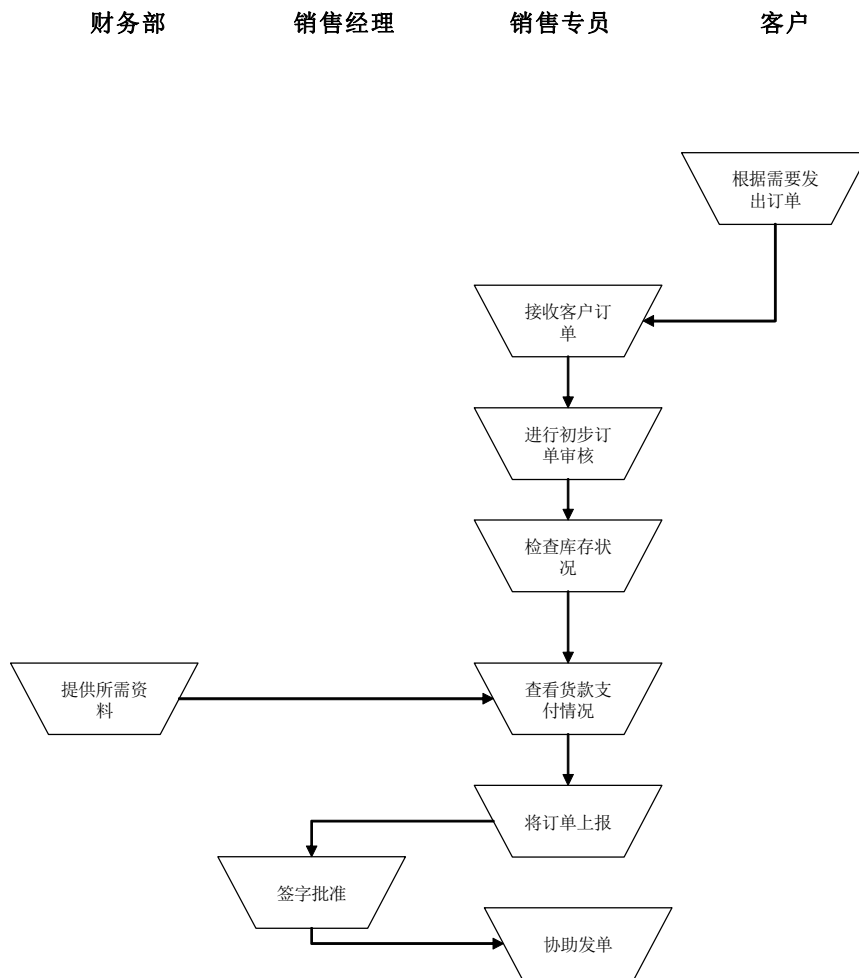
## 7.5 促销计划制定流程



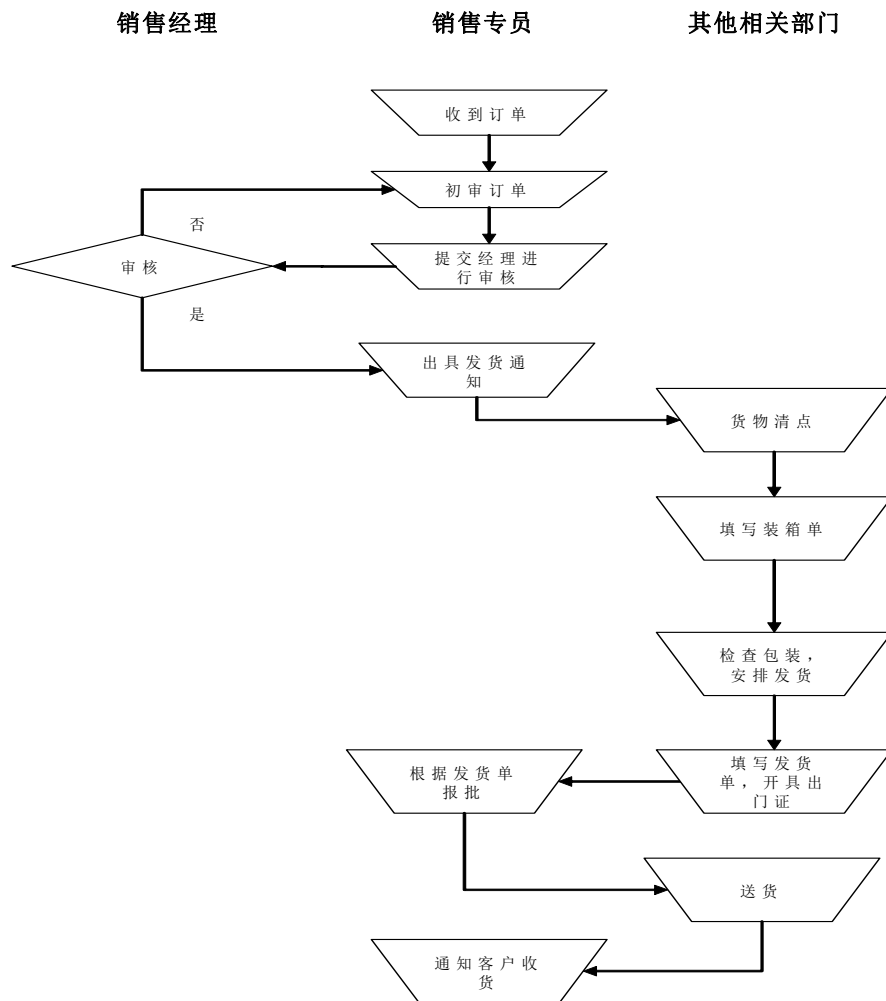
## 7.6 促销计划实施流程



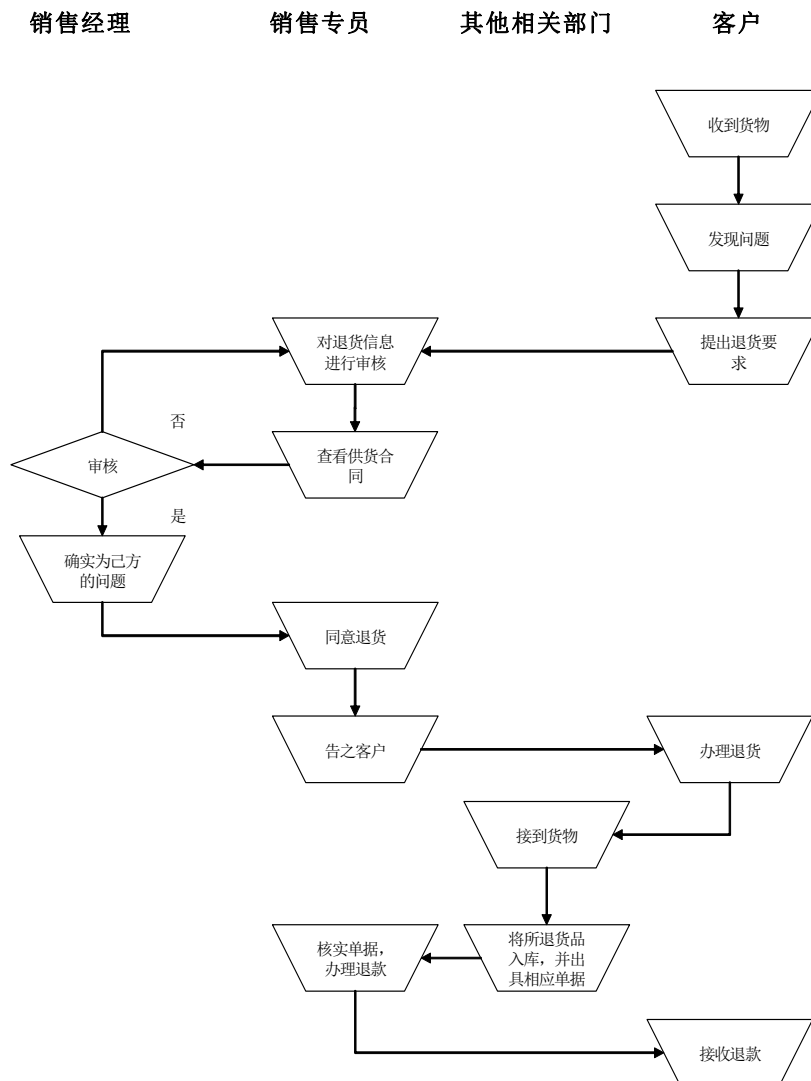
## 7.7 订货管理流程



## 7.8 发货管理流程



## 7.9 退货管理流程



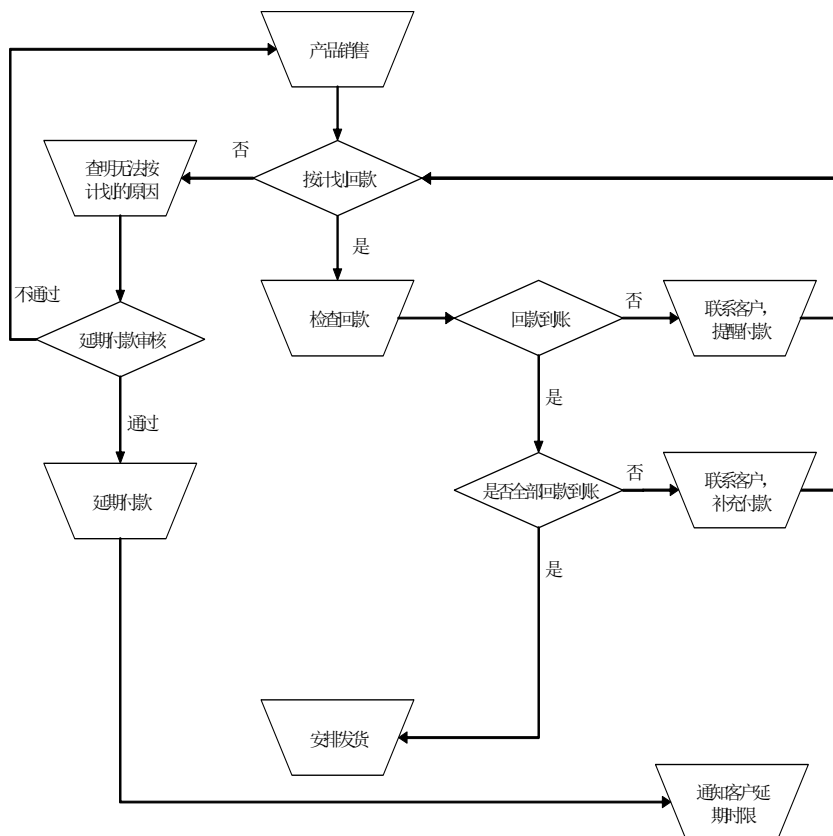
## 7.10 销售回款管理流程

销售经理

销售专员

财务部

客户

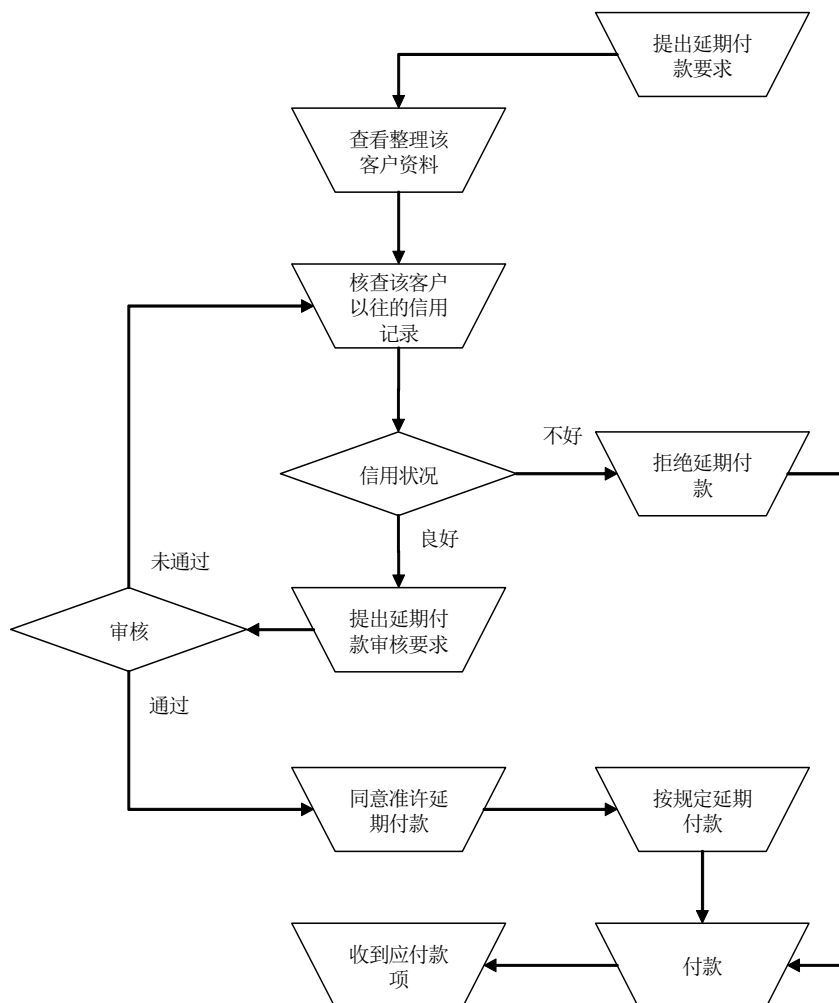


### 7.11 延期付款管理流程

销售总监/营销总监

销售部

客户



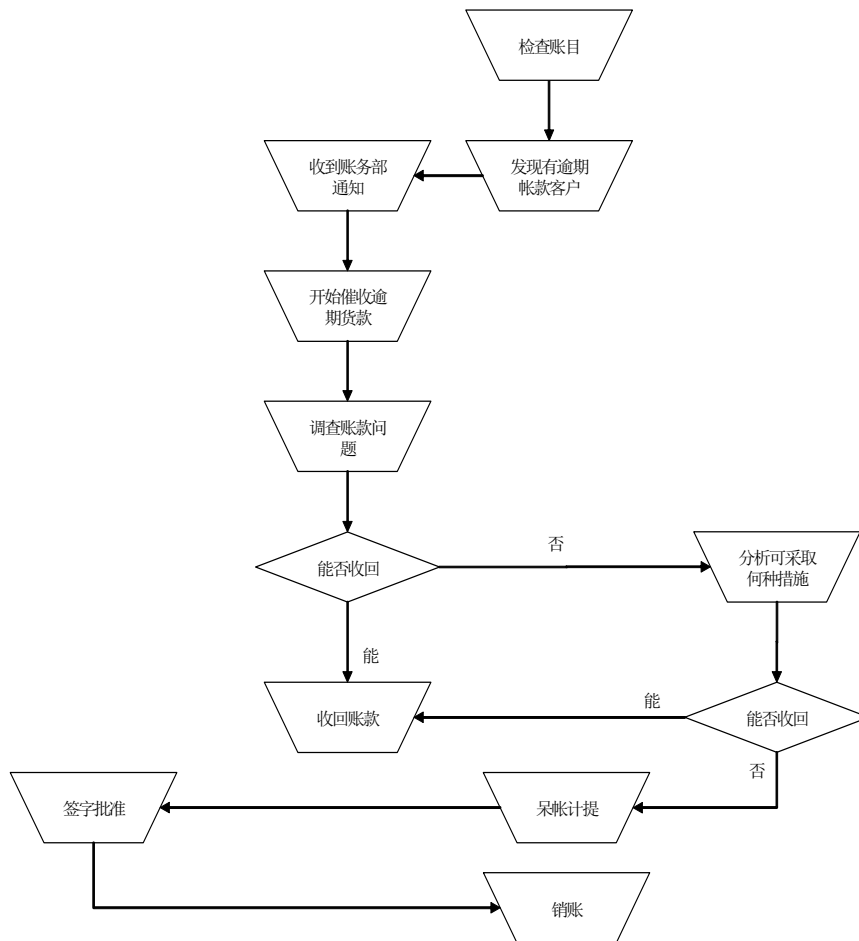
## 7.12 逾期付款管理流程

营 销 总 监 / 销 售  
经 理

销 售 部

财 务 部

法 务 部 门



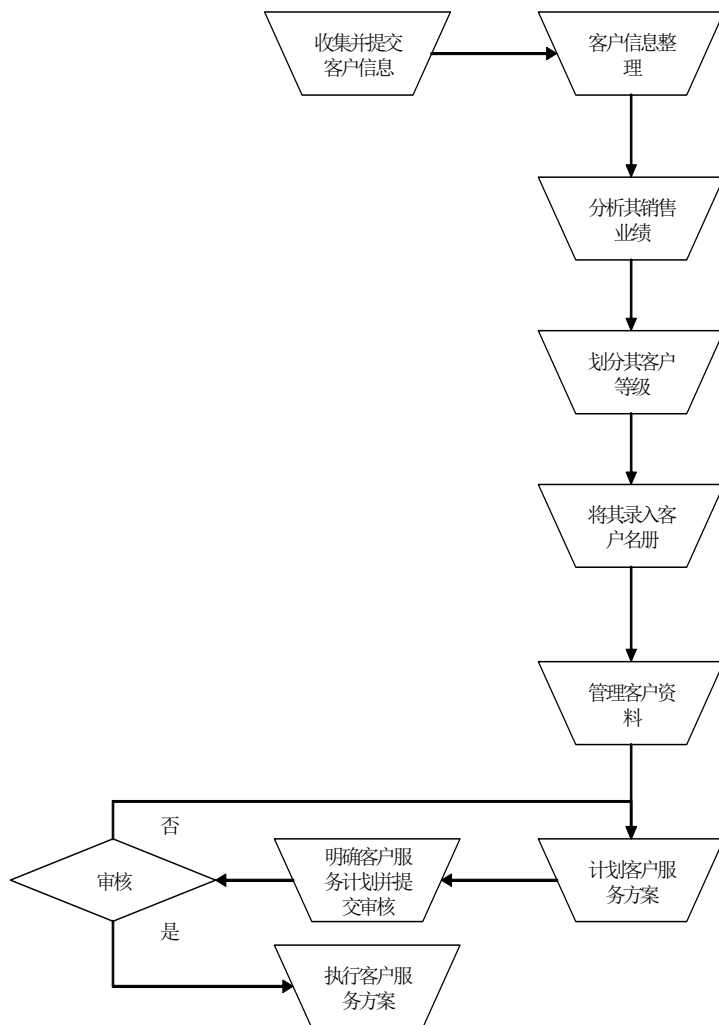


### 7.13 客户关系管理流程

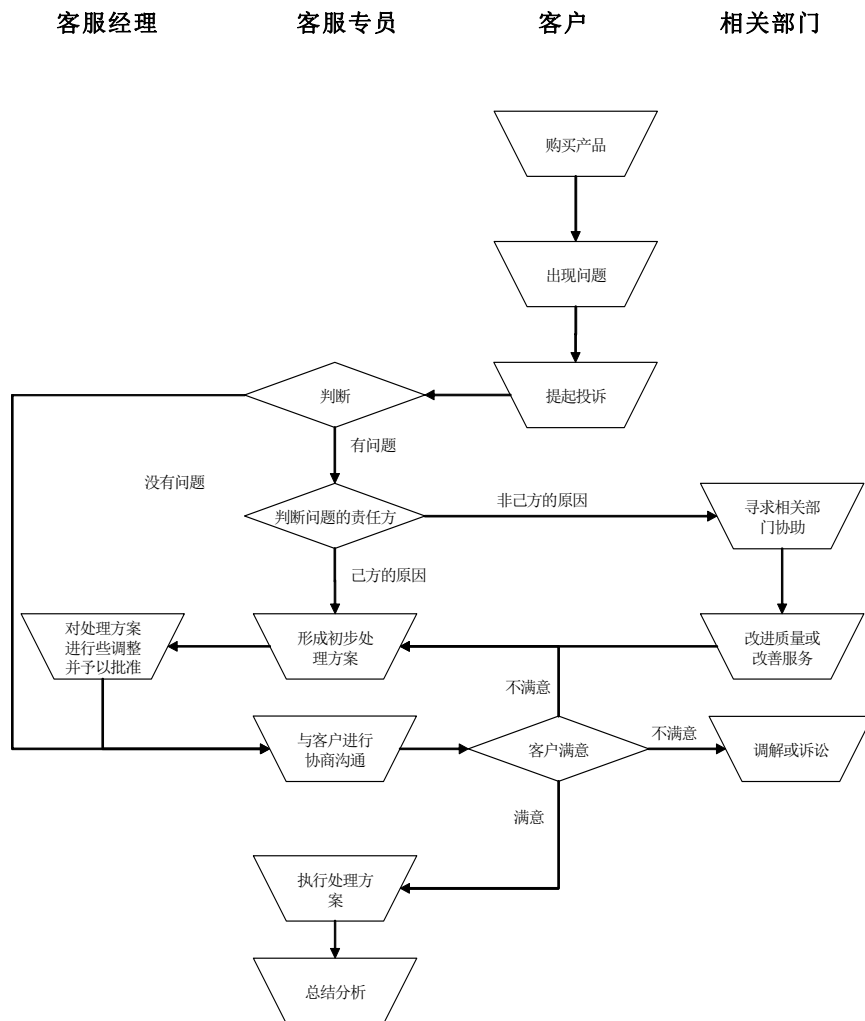
销售总监/销售经理

销售人员

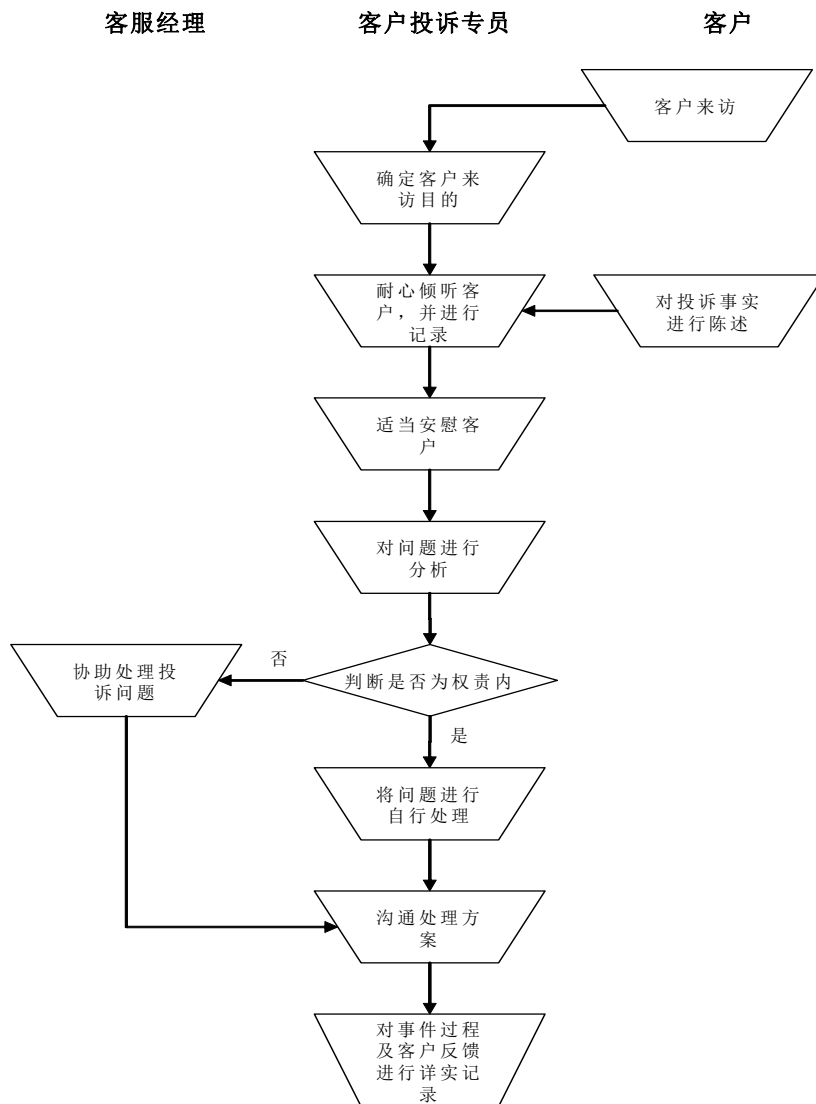
客服专员



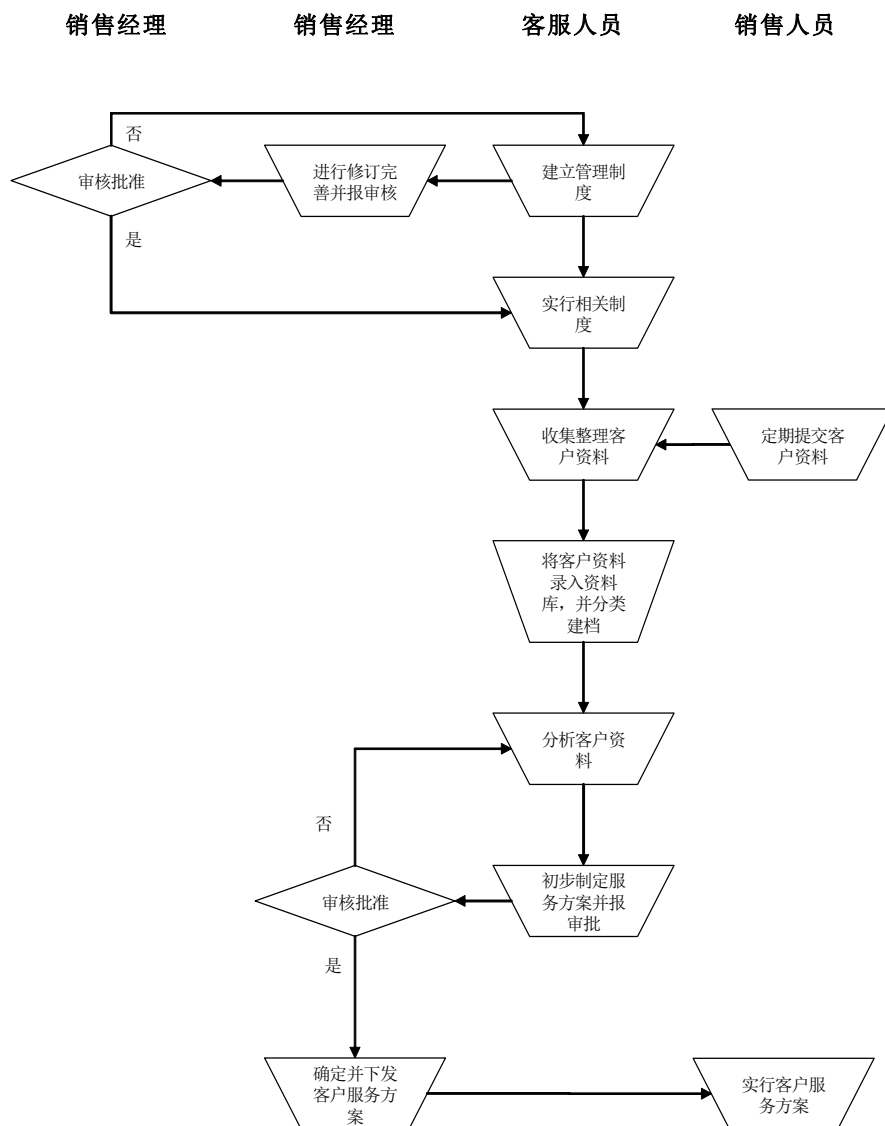
## 7.14 客户投诉处理流程



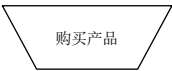
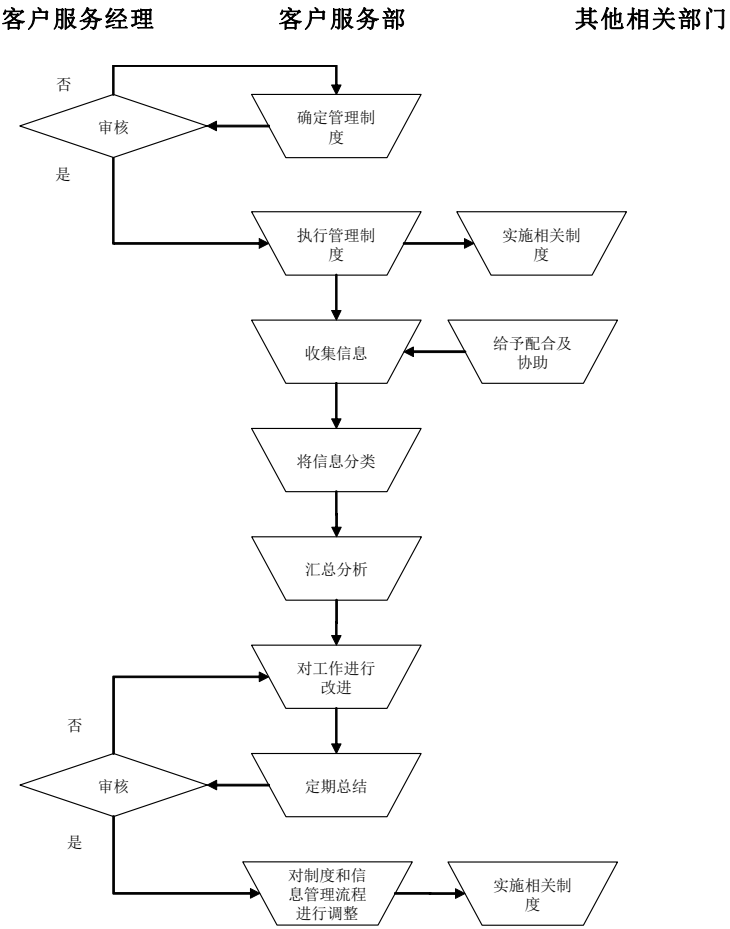
## 7.15 客户投诉接待流程



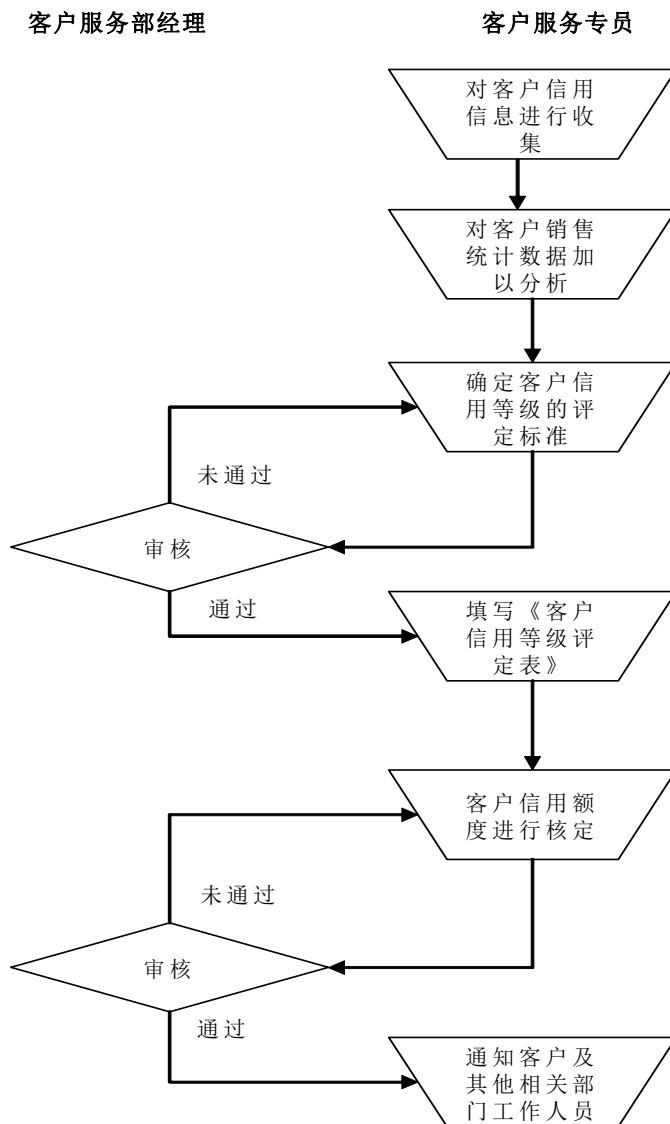
## 7.16 客户资料管理流程



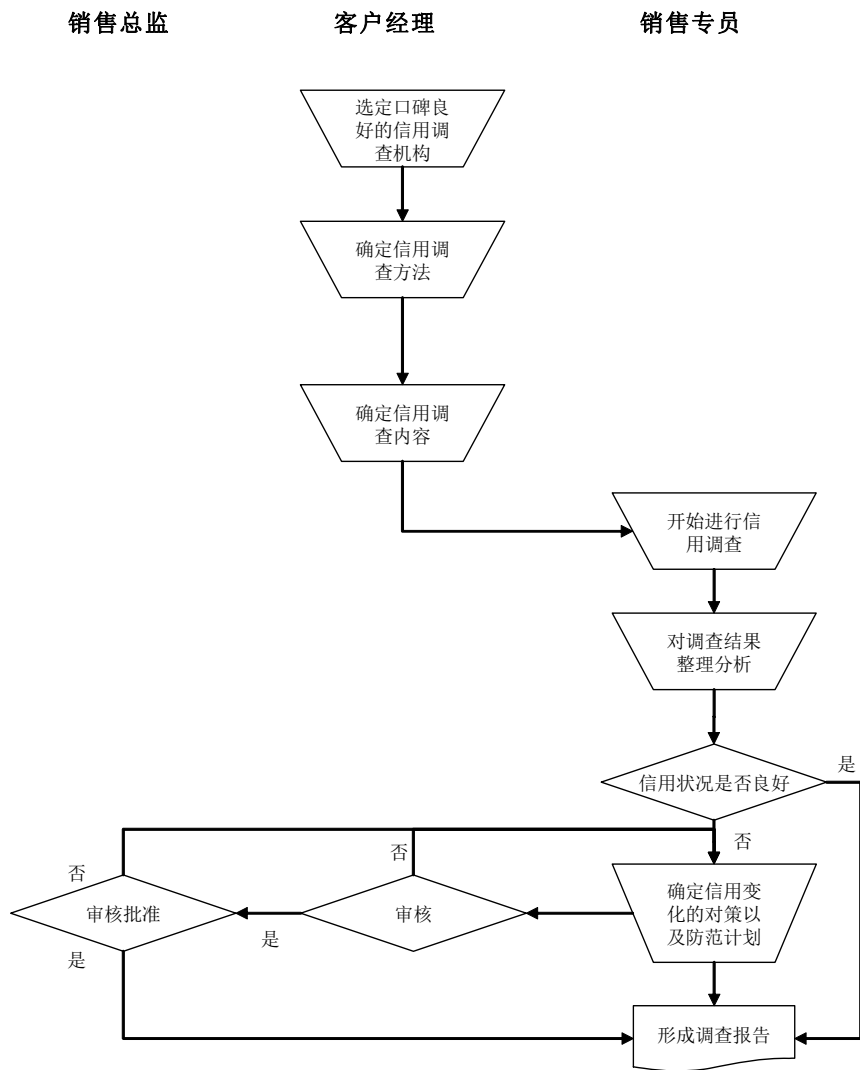
7.17 客户信息综合管理流程



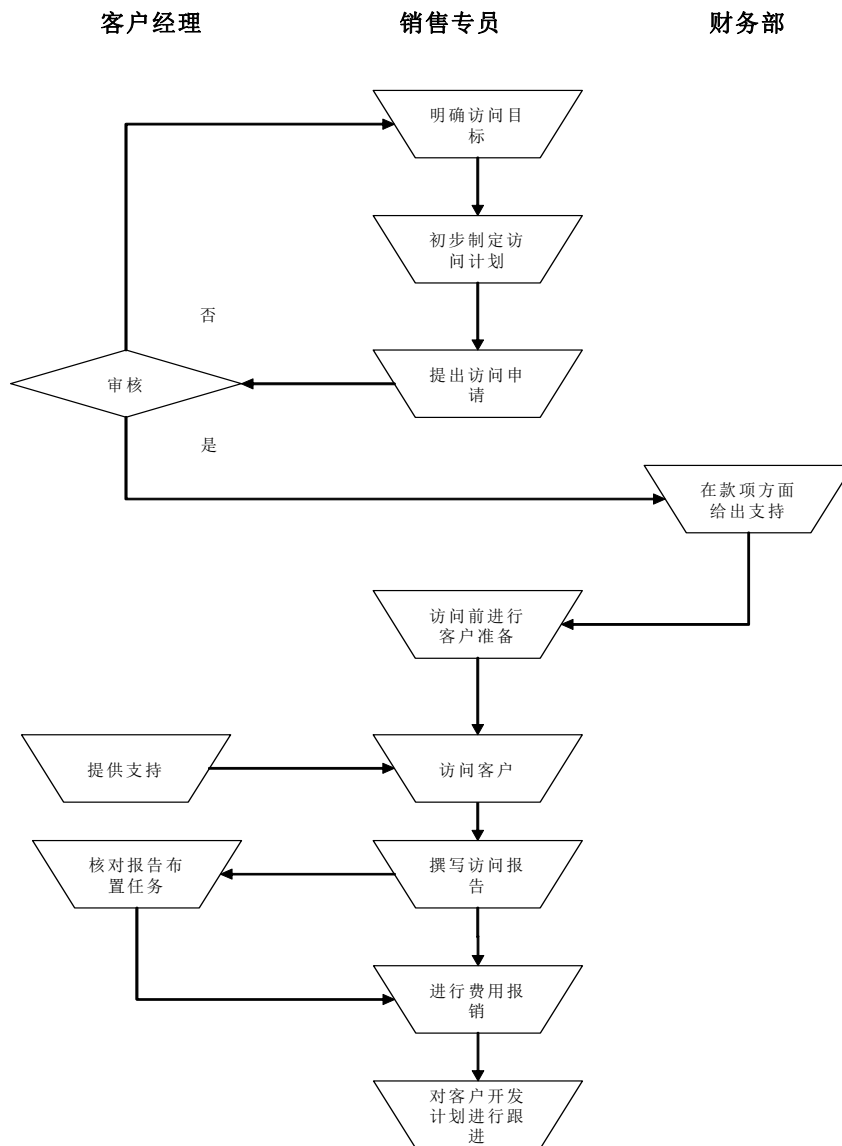
## 7.18 客户信用制度制定流程



## 7.19 客户信用调查流程



## 7.20 客户访问管理流程



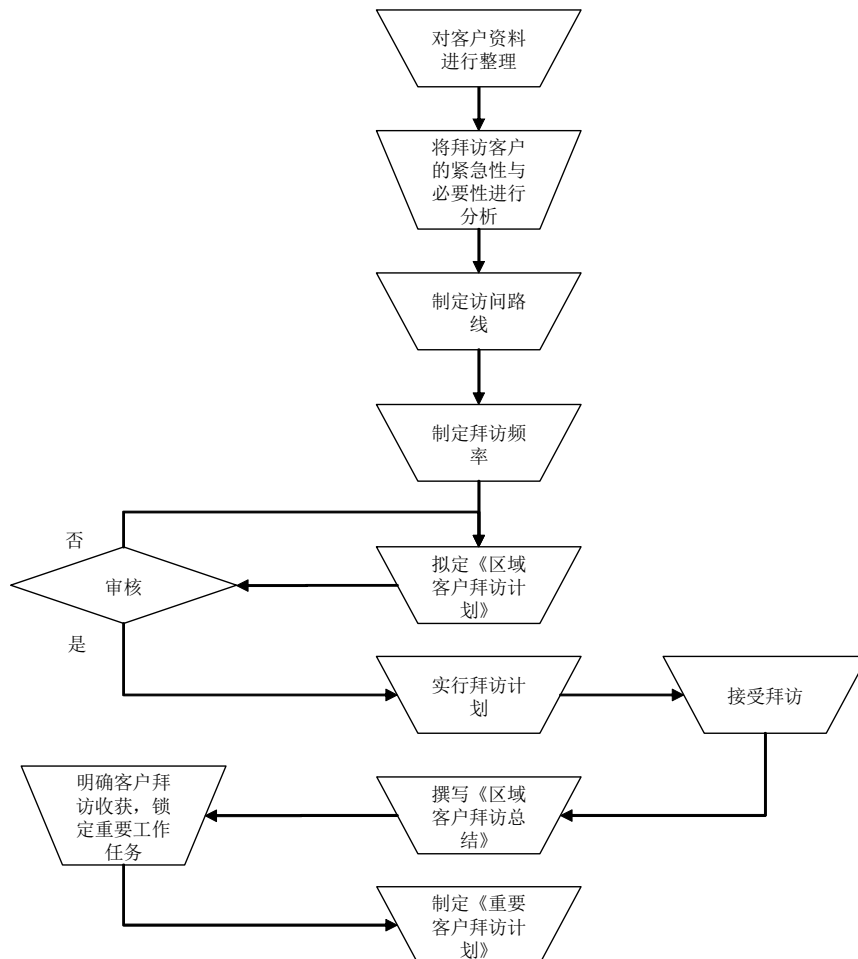


## 7.21 客户拜访区域规划流程

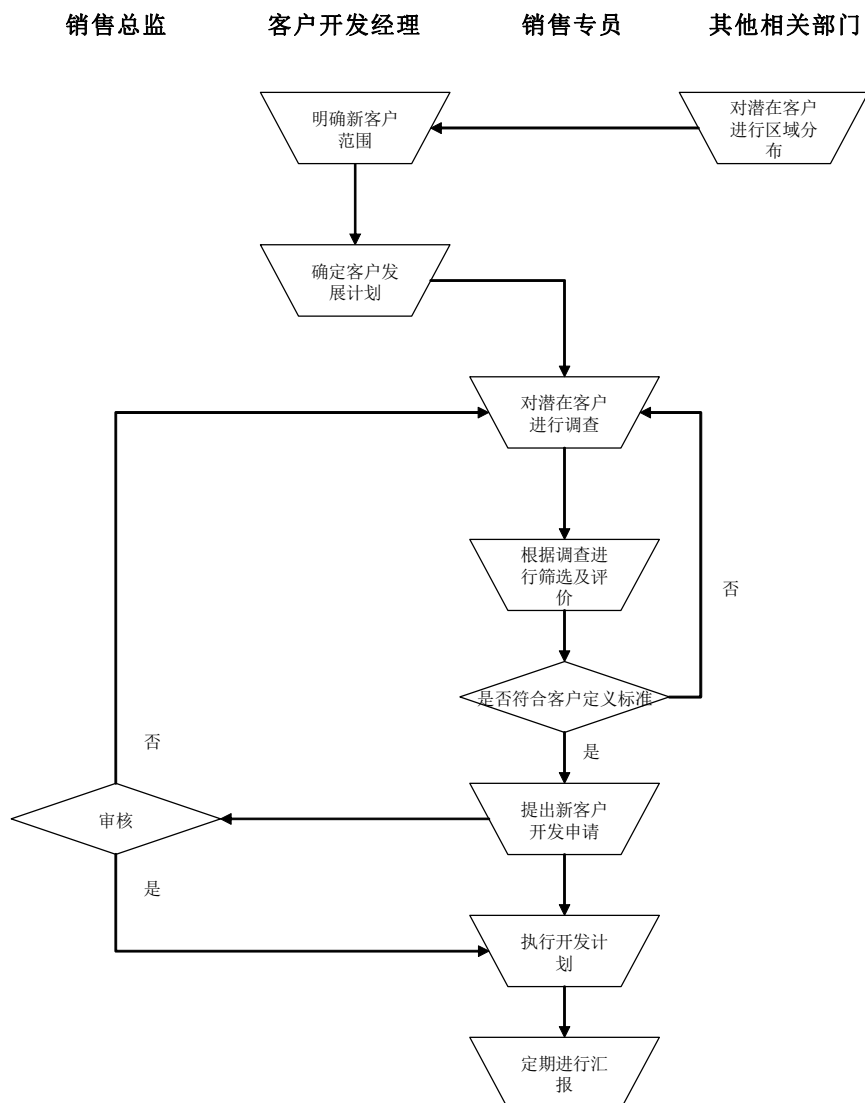
区域销售经理

客户关系专员

客户



## 7.22 客户开发管理流程

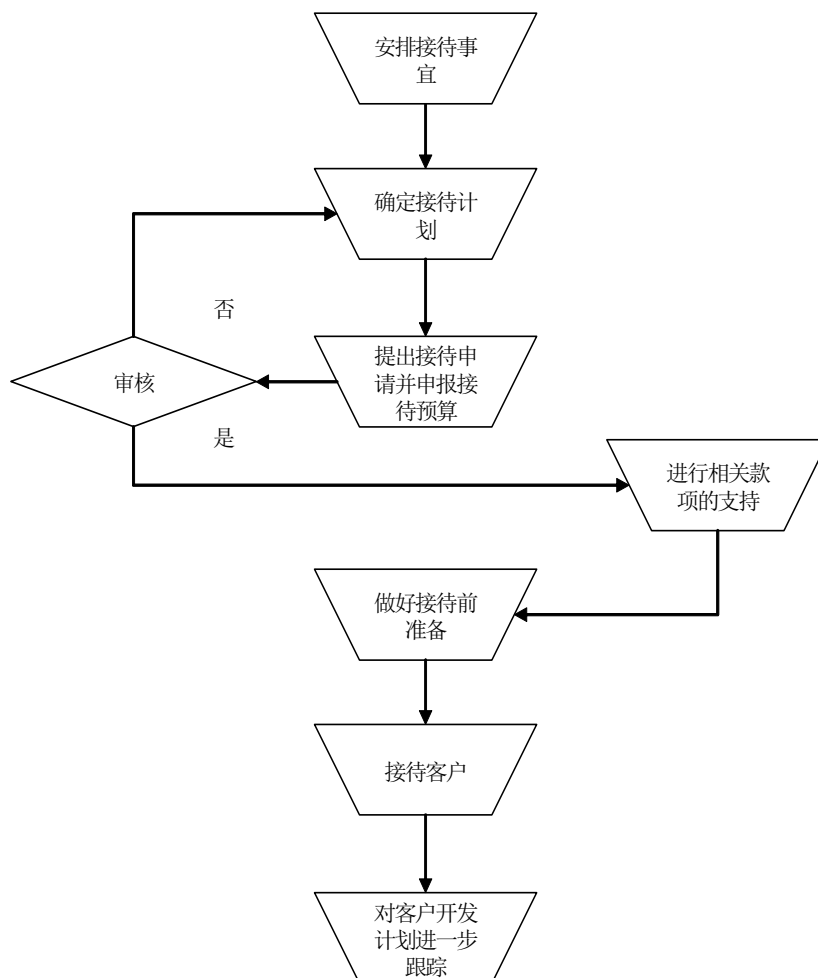


## 7.23 客户接待管理流程

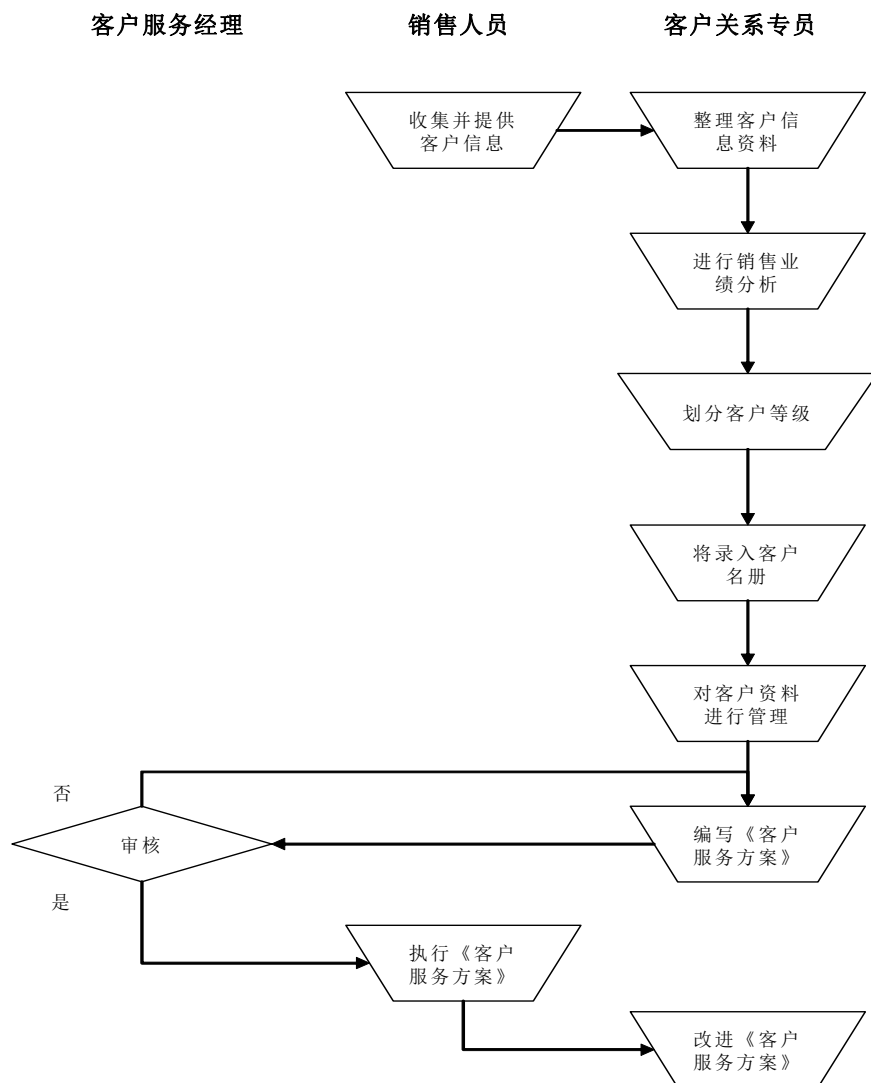
客户经理

销售专员

其他相关部门



## 7.24 客户关系维护管理流程

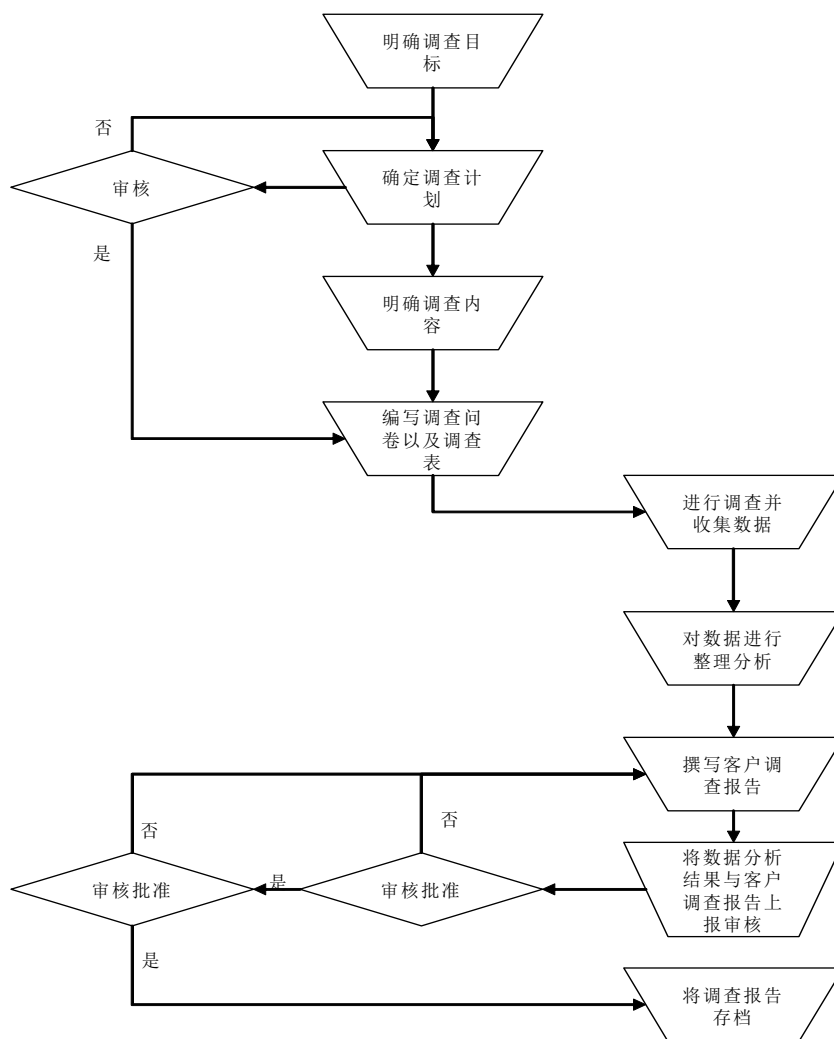


## 7.25 客户调查管理流程

客户服务经理

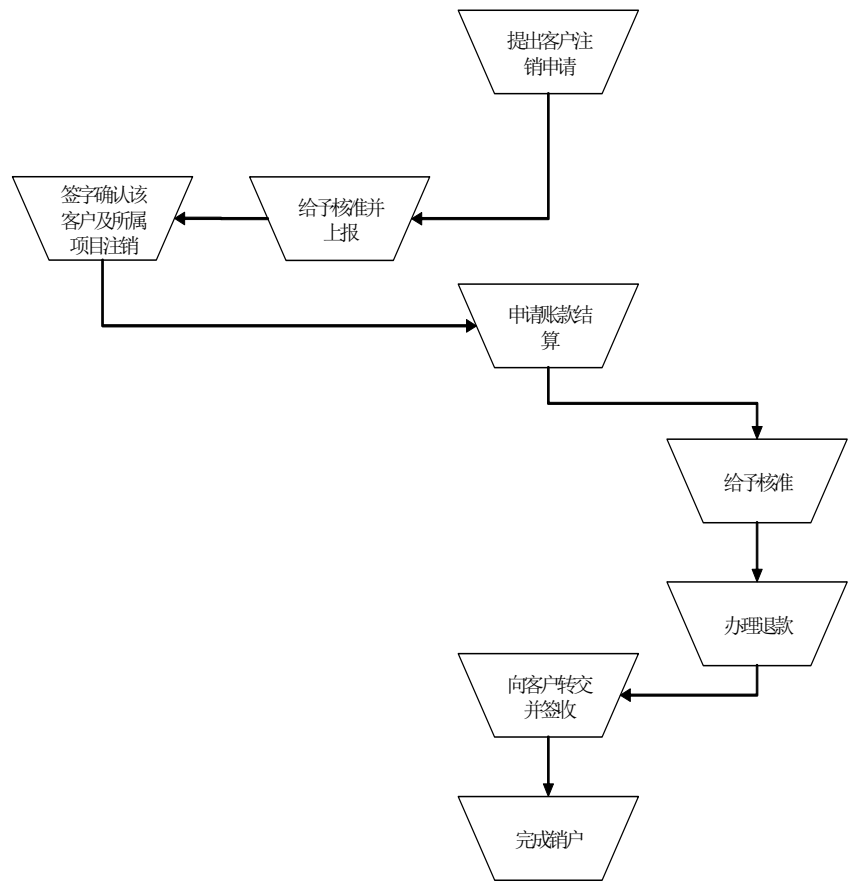
客户调查主管

客户调查专员

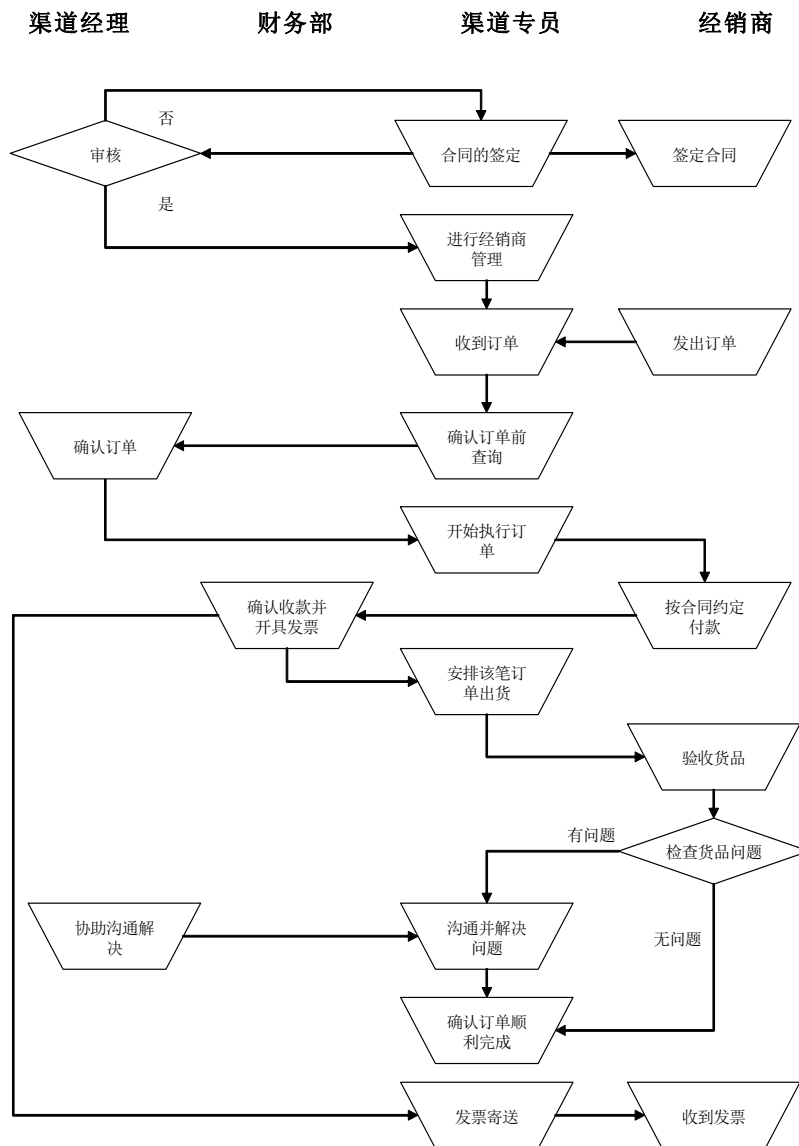


7.26 客户注销管理流程

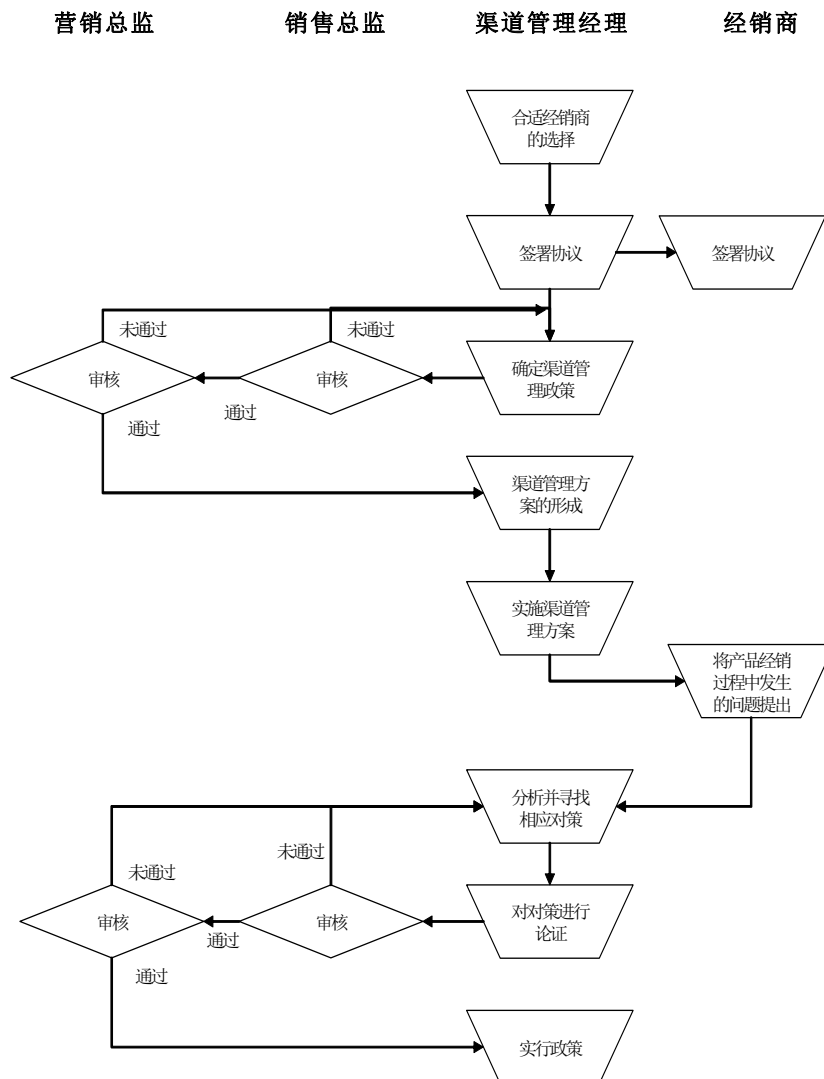
销售总监          客户服务经理          客户信息专员          财务部



## 7.27 产品经销管理流程

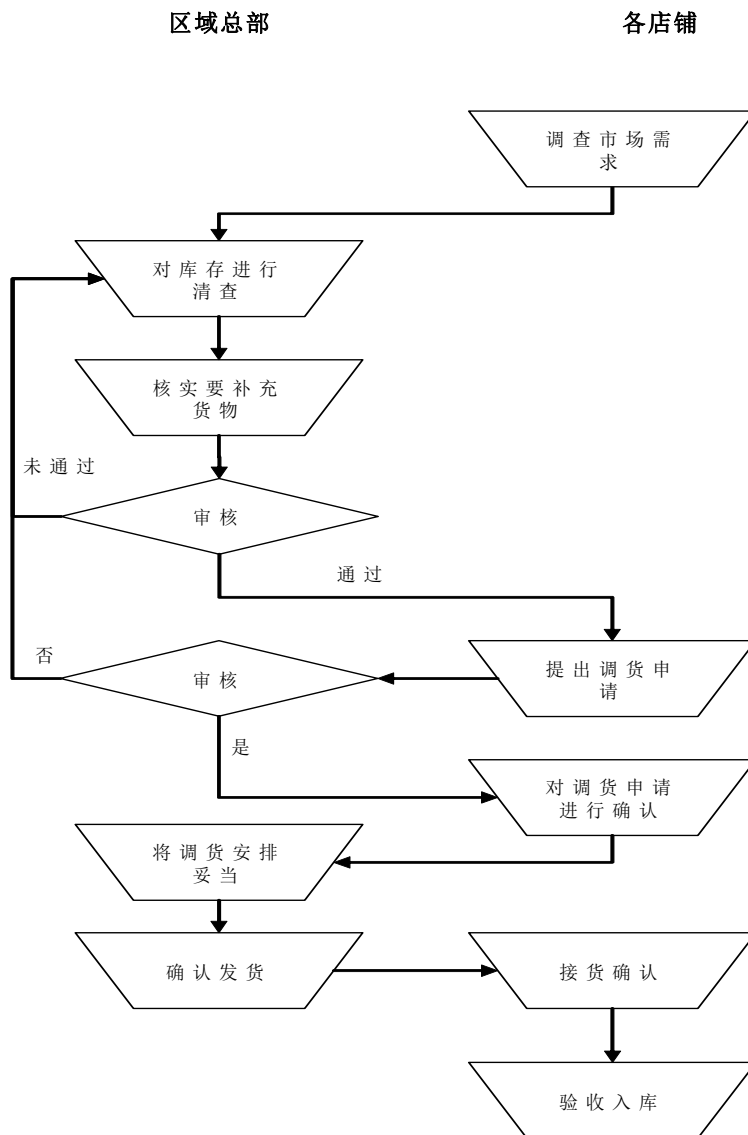


## 7.28 渠道管理流程

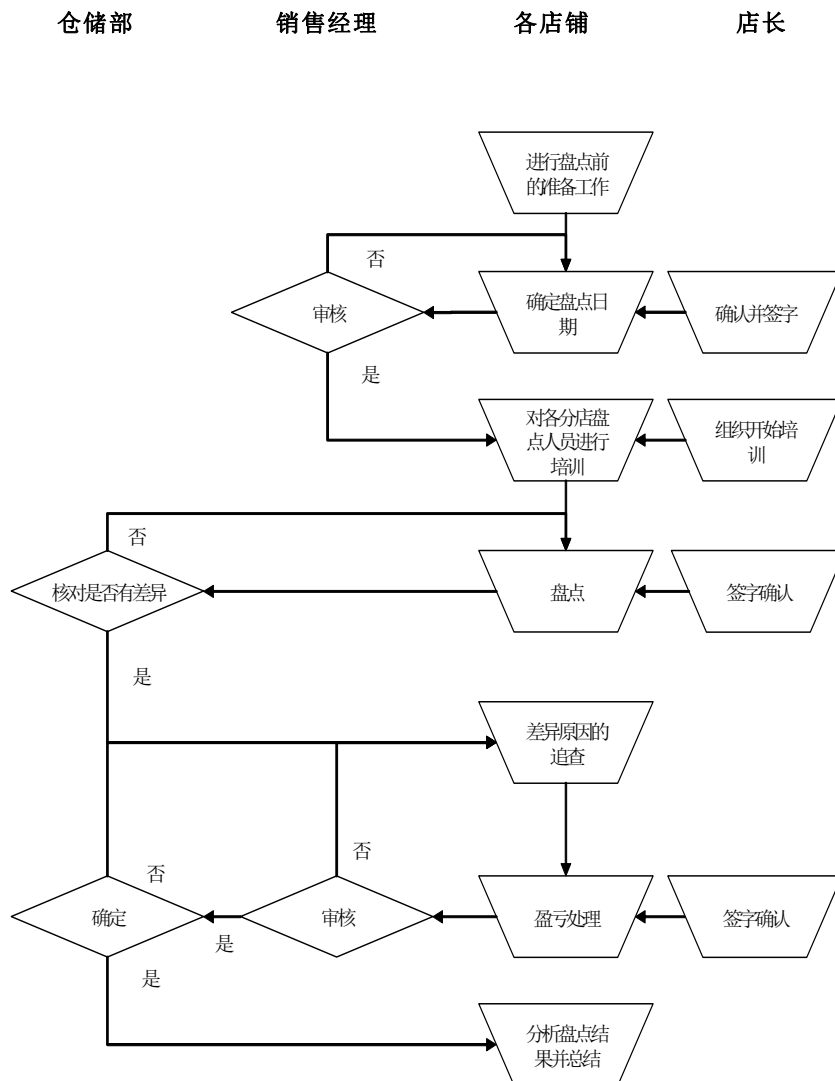




## 7.29 店铺补货流程



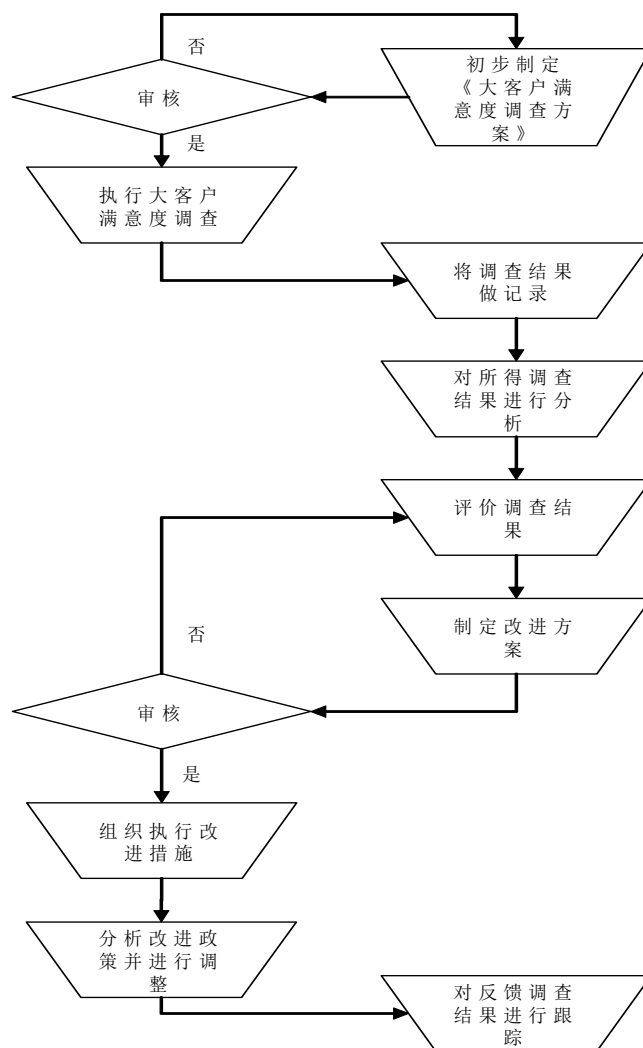
### 7.30 店铺盘点流程



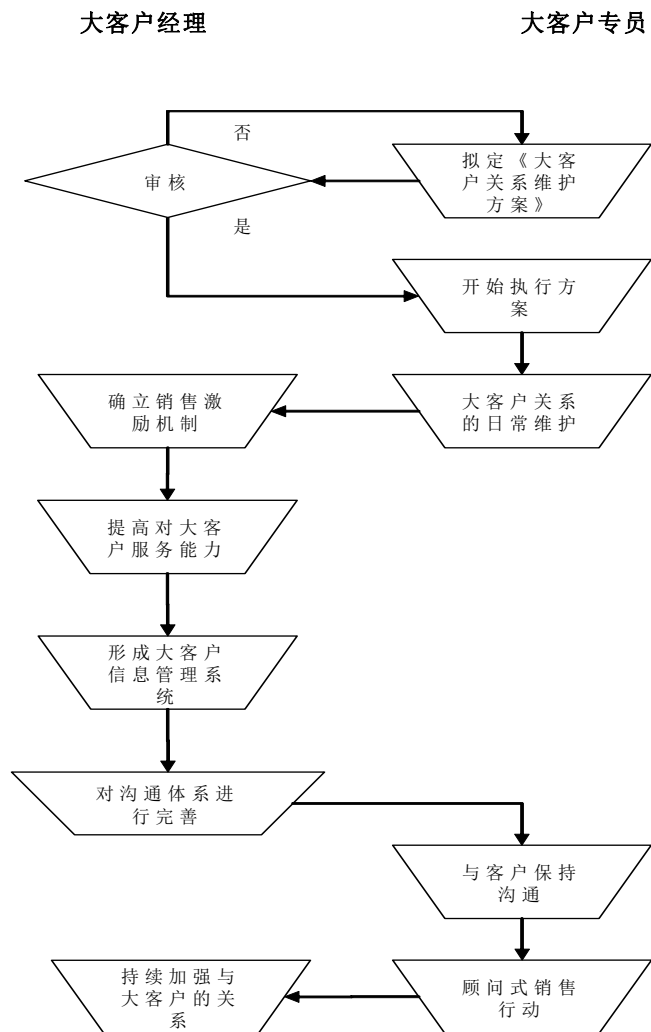
### 7.31 大客户满意度调查流程

大客户经理/大客户主管

大客户专员



### 7.32 大客户关系维护流程



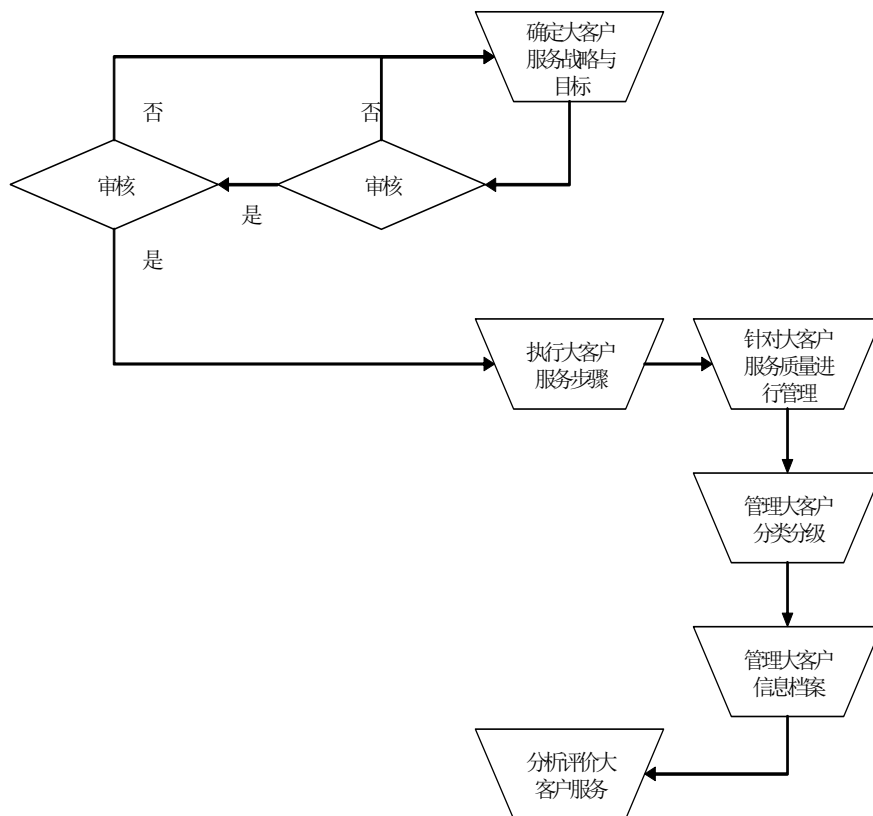
### 7.33 大客户服务管理流程

销售总监

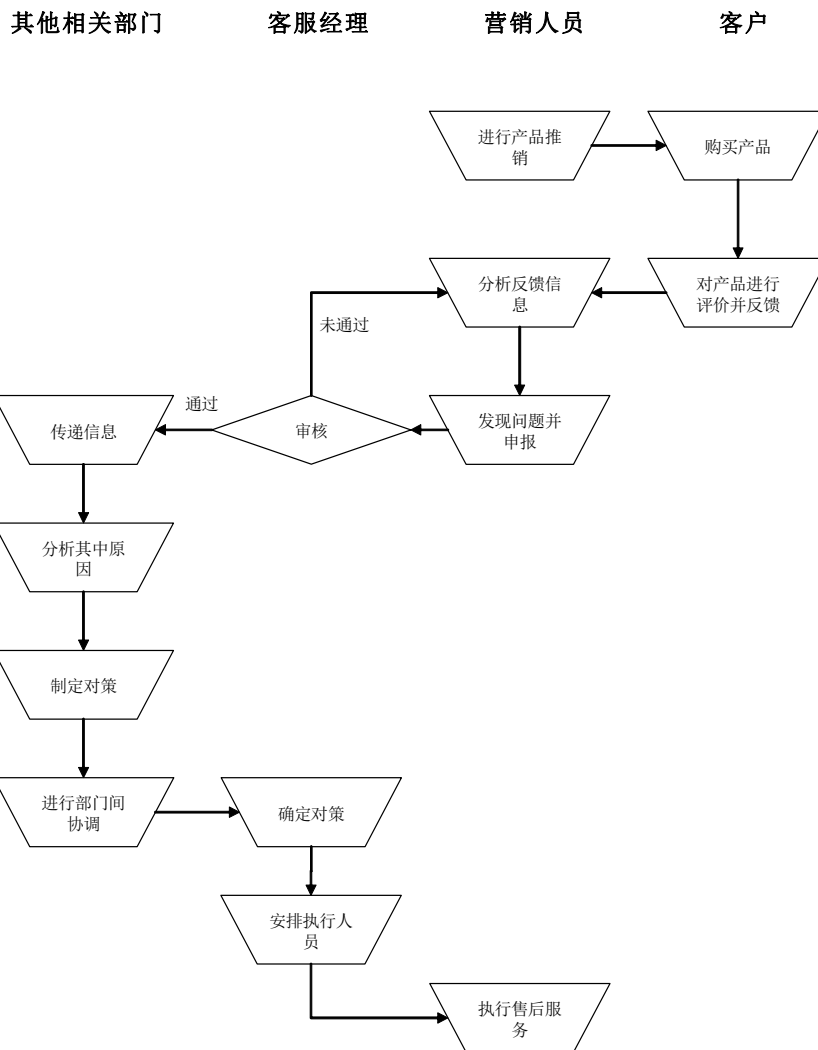
客户服务经理

大客户主管

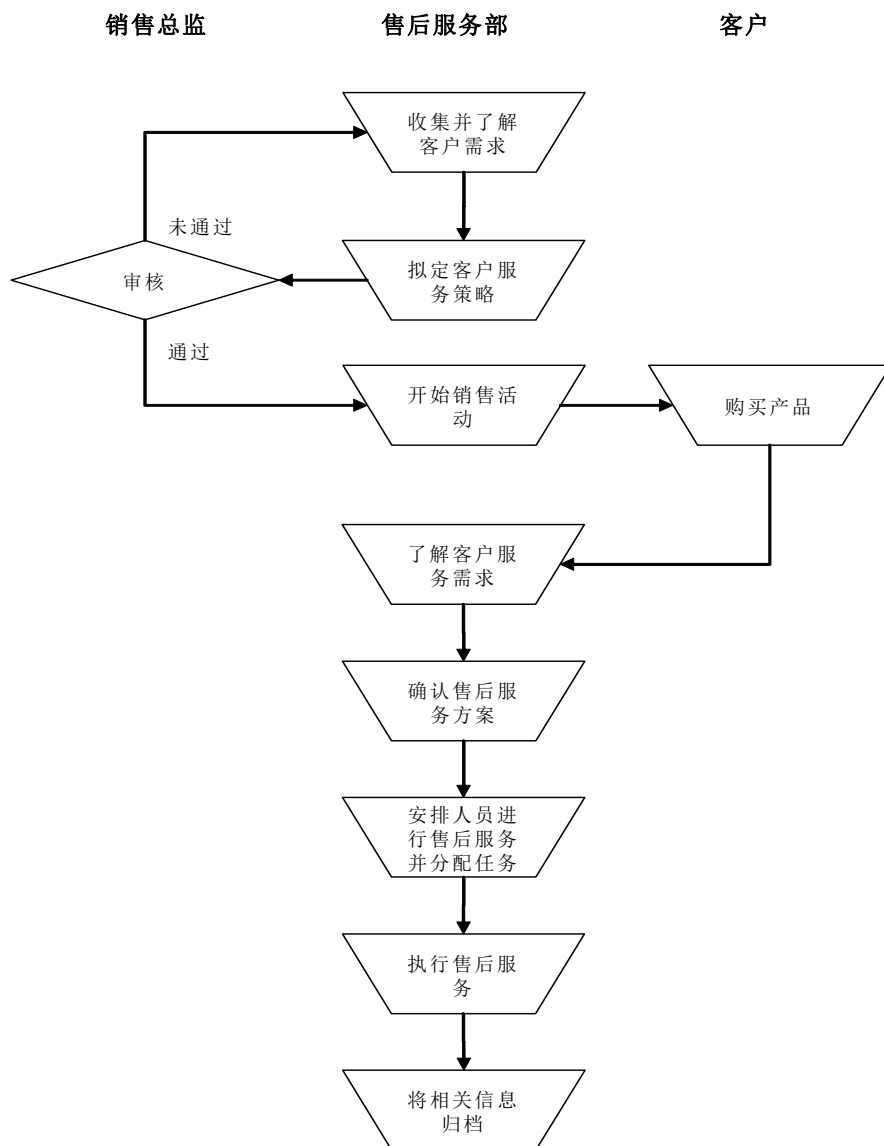
大客户专员



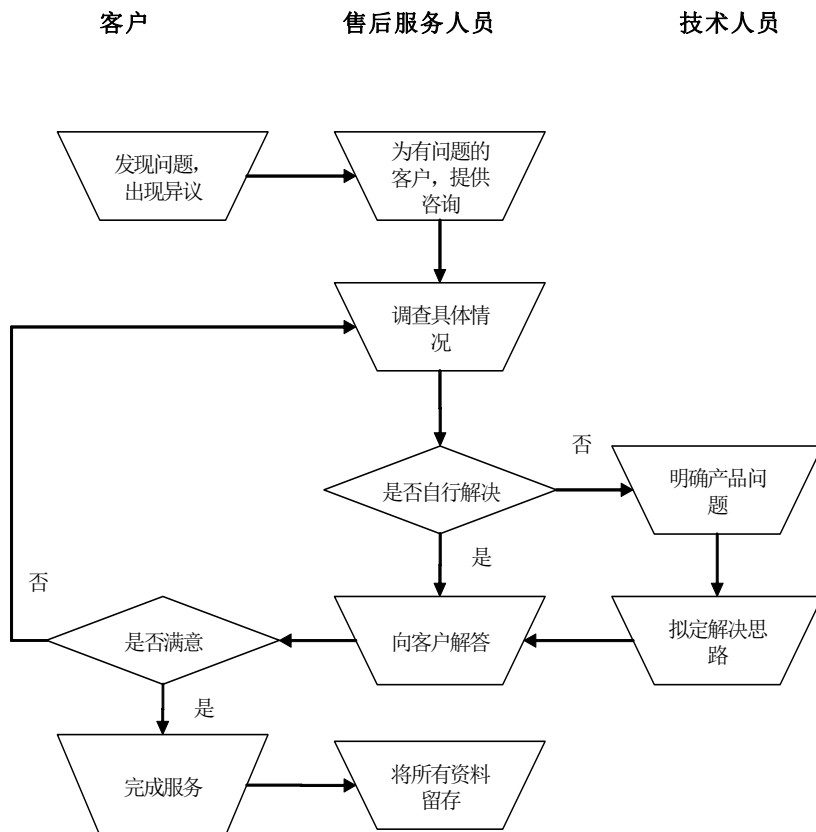
### 7.34 售后服务管理流程



### 7.35 售后服务方案制定流程

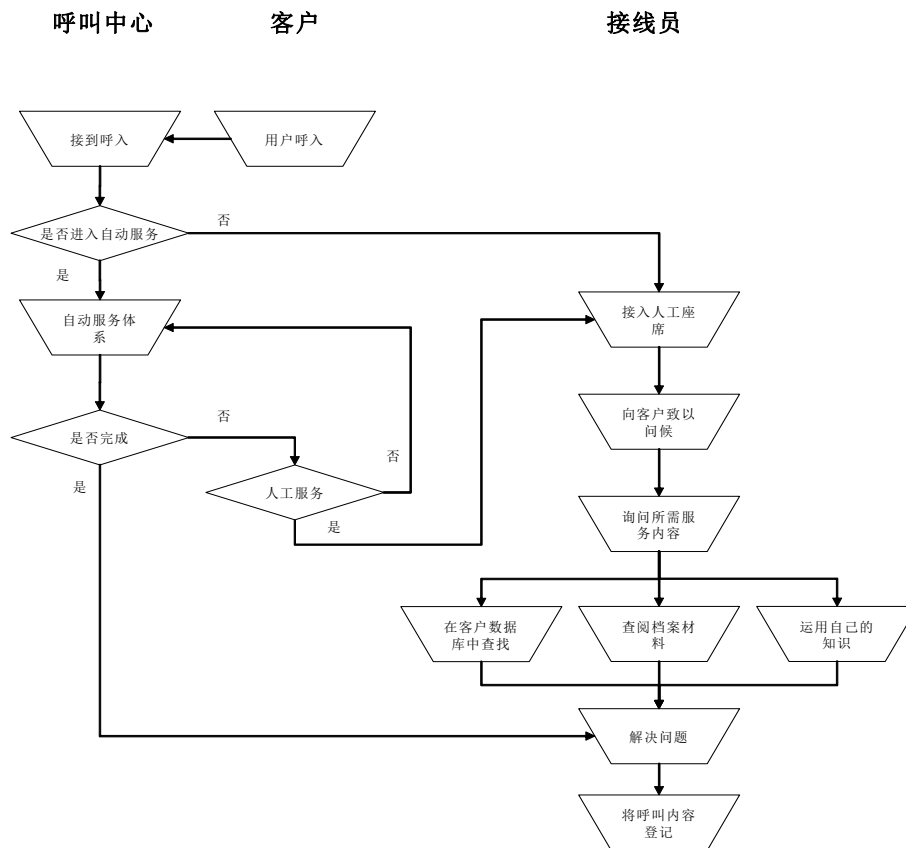


### 7.36 售后服务业务流程





### 7.37 呼入业务管理流程



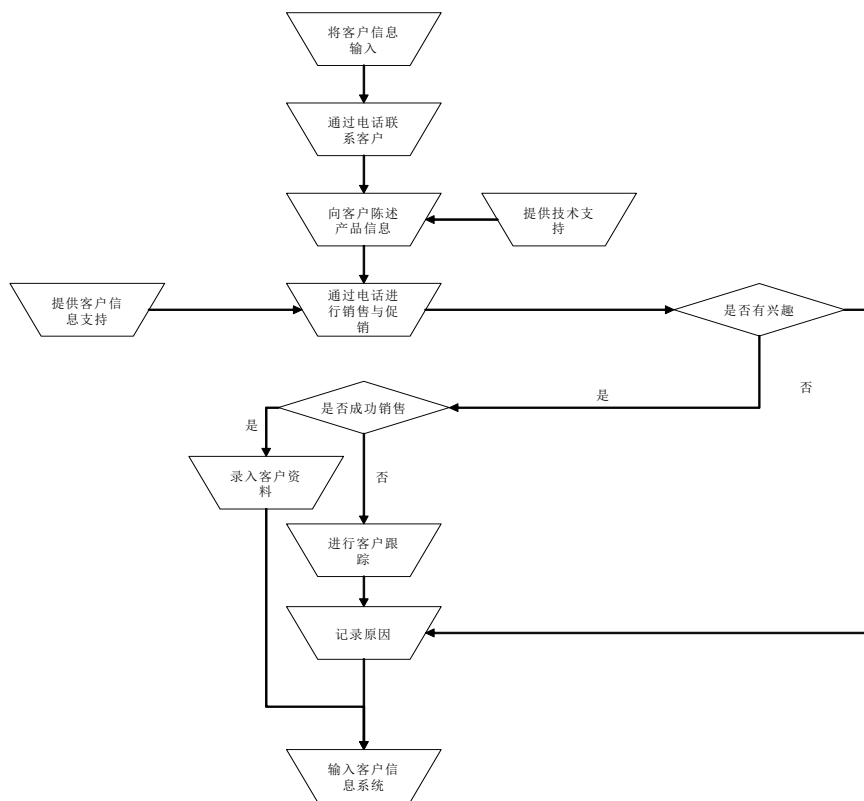
### 7.38 呼出业务管理流程

客户服务部

呼叫中心专员

呼叫中心

客户

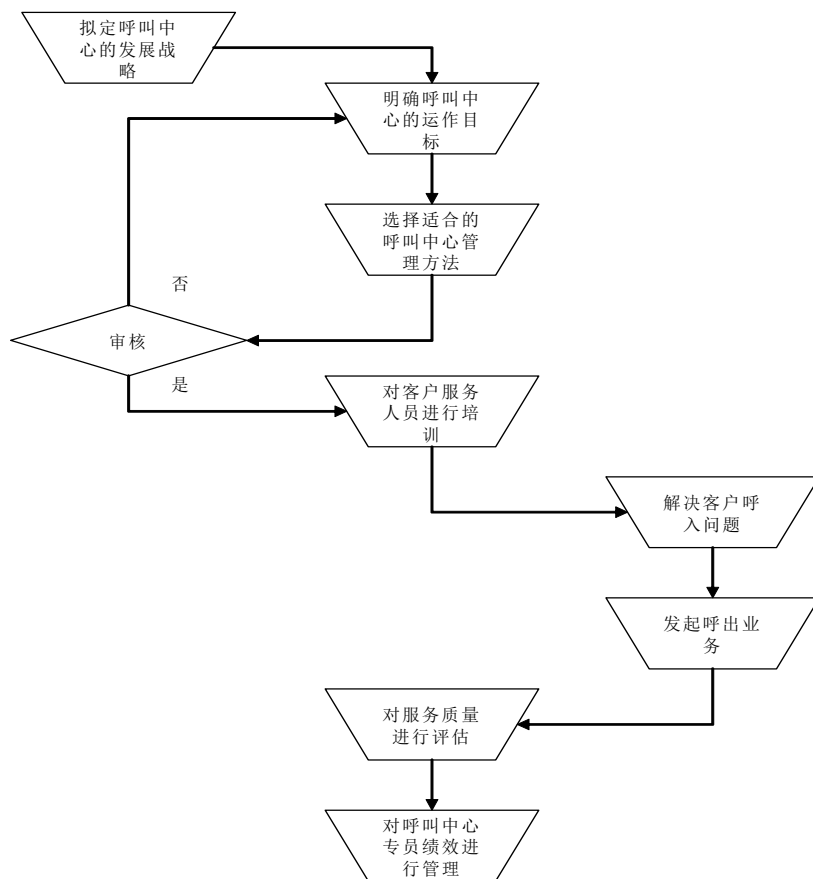


### 7.39 呼叫中心运行流程

客户服务经理

呼叫中心主管

呼叫中心专员



## 第十章 销售管理表格

10.1 销售综合管理表格

10.1.1 产品销售计划表

相关统计区域：	_____	日期：	_____
制表人：	_____	单位：	元

产品编号	产品名称	产品规格	产品单价	上年度销量		月计划	
				淡季	旺季	销量	销售额

备注



相关统计区域：\_\_\_\_\_日期：\_\_\_\_\_

制表人：\_\_\_\_\_单位：元

10.1.4 销售费用预测表

相关区域：_____日期：_____								
制表人：_____单位：元								
月份	人员 费	广告 费	交通费	邮电费	差旅费	公关费	营业 额预 计	比率 (%)
1								
2								
3								
4								
5								
6								
7								
8								
9								
10								
11								
合计								



10.1.5 销售费用预算表

相关区域: _____		日期: _____		制表人: _____	
		年度合计		××月	
科目		金额	销售比重	金额	销售比重
		(元)	(%)	(元)	(%)
1 销售佣金					
2 运费					
销	3 包装费				
售	4 保费				
变	5 燃料费				
动	6 促销费				
费	7 广告宣传费				
用	8 消耗品费				
	9 其它费用				
	小计				
销	销 1 工资				
售	售 2 奖金				
费	人 3 福利费				
用	员 4 老保费				
	费 5 其他费				
	用 小计				
固	1 交通费				
定	销 2 招待费				
费	售 3 通信费				
用	固 4 折旧费				
	定 5 保险费				
	费 6 利息费用				
	用 小计				
	合计				
备注					

10.1.6 销售季节因素调整表

产品名称：_____日期：_____相关统计区域：_____								
月别\说明	年份 1	年份 2	年份 3	年份 4	平均值	比率 (%)	调整比率 (%)	本年销售预计
1								
2								
3								
4								
5								
6								
7								
8								
9								
10								
11								
合计								
备注								

10.1.7 市场交易记录表

区域：_____日期：_____制表人：_____									
编号	订购日期		出货日期		批号	产品 名称	数量 (件)	金额 (元)	备注
	月	日	月	日					

10.1.8 销售日报表

相关区域：_____日期：_____制表人：_____									
编 号	客 户 名 称	接 洽 人	订 货 单 号	等 级	数 量 (件)	单 价 (元)	金 额 (元)	交 货 日期	其 他 接洽 记录
1									
2									
3									
4									
5									
6									
7									
8									
9									
今日访问数			本月累计访问数		明日预定访问客户				
本月营业目标			当日收款总计						
已完成营业目标累计			未完成营业目标累计						
市场反应									
备注									

10.1.9 销售明细表

相关区域：_____		日期：_____		制表人：_____	
客户名称		代理商		制造号码	
商品名称		商品规格		出口条件	
数量		单价	总价	佣金率	
		(元)	(元)	(%)	
包装规格		交货地点			
制造说明：					
		预定出口 期			
包装说明：					
		装车标记			
注意事项：					
备注					

10.1.10 销售目标与实绩对照表

相关区域：_____日期：_____制表人：_____					
月份	目标	实绩	增（减）	差额	内容
1					
2					
3					
4					
5					
6					
7					
8					
9					
10					
11					
12					
合计					
备注					

10. 1. 11 销售人员实绩统计表

相关区域：_____日期：_____制表人：_____																
姓名	销售 额	销 售 退 货	销 货 折 让	销 货 报 损	销 货 净 额	成 本	毛 利	个人费用				部 门 分 摊	净 利 益	收款 记录  收款 应 收	收款 记录  实 收	绩 效
								新 津	旅 费	其 他	合 计					

10.1.12 产品销售计划表

相关区域：	_____	日期：	_____	制表人：	_____
-------	-------	-----	-------	------	-------

产品编 号	产品名 称	产品规 格	产品单 价	上年度销量		月计划	
				淡季	旺季	销量	销售额

备注



区域：\_\_\_\_\_ 门店：\_\_\_\_\_

日期：\_\_\_\_\_ 日期：\_\_\_\_\_

制表人：\_\_\_\_\_ 单位：元

10.1.14 销售部经理考核表

区域: _____ 日期: _____ 制表人: _____			
指标	指标	分值	实际
定性 指标	1.物流管理情况	5	
	2.销售合同管理情况	5	
	3.资金预算、费用控制、货款回收管理与考核情况	10	
	4.营销通路日常管理情况	2	
	5.销售业绩管理、分析与考核情况	5	
	6.应收账款账期长短情况及坏账控制情况	3	
定量 指标	1.当月应收账款周转率	10	
	2.当月存货周转率	10	
	3.当月销售净利率	10	
	4.当月销售目标完成率	10	
	5.当月销售增减率	10	
	6.当月销售回款增减率	10	
	7.当月销售费用增长率	10	
合计		100	
备注			

10.1.15 销售主管考核表

相关区域: _____ 日期: _____ 制表人: _____			
指标类别	指标	分值	实际
定性指标	1.营销政策实施情况	5	
	2.营销企划案实施情况	5	
	3.报表和业绩分析情况	10	
	4.销售专员管理情况	10	
定量指标	1.当月办事处应收账款周转率	10	
	2.当月办事处存货周转率	10	
	3.当月办事处销售净利率	10	
	4.当月办事处销售目标完成率	10	
	5.当月办事处销售增减率	10	
	6.当月办事处销售回款增减率	10	
	7.当月办事处销售费用增长率	10	
合计		100	
备注			

10.1.16 销售专员考核表

区域: _____		日期: _____		制表人: _____									
出勤	迟到	旷工	产假	事假	病假	婚嫁	丧假	警告	小过	大过	嘉奖	小功	大功
奖励	次	日	日	日	日	日	日	次	次	次	次	次	次
加分	-	-		-	-			-	-	-	+	+	+

考勤总体得分

项目	考核内容	自行评分	初核评分	复核评分	评语
项目达标	能迅速达到目标				
	工作努力, 能完成目标				
	努力程度尚可, 目标达成率良好				
	目标达成率一般				
	目标达成还需努力				
客户开拓	开拓能力很好, 说服力强, 工作积极				
	开拓能力好, 说服力强, 有积极性				
	开拓能力较好, 工作较积极				
	开拓能力一般				
	开拓能力有待提高				
调查能力	深入调查, 能掌握客户的信用状况				
	能积极调查, 博闻广见				
	在工作中注意收集信息, 掌握一般的商业信息				
	缺乏收集信息的思想, 掌握信息的能力一般				
	草率, 屡生事端				
协调	善于协调, 能主动与他人合作				
	能与他人协调沟通, 顺利完成任务				

合 作	较能与他人合作，达成工作要求
	协调不善，使工作发生困难
	无法与他人协调，使工作无法进行
	专业知识丰富，能够充分发挥，圆满完成
专 业 知 识	成任务
	有相当专业知识，能顺利完成任务
	有一般专业知识，能符合职责所需
	专业知识不足，影响到工作的开展
责 任 感	缺乏专业知识，无成效可言
	有很强的责任心，能彻底完成任务，可放心交付工作
	有责任心，能够顺利完成任务，可交付工作
	有较强的责任心，能如期完成任务
分 析 判 断 力	责任心不强，需他人督促才能完成工作
	缺乏责任心，督促也不能完成工作
	有高度的分析能力，能做出正确的判断
	有一定的分析能力，也能做出正确的判断
工 作 态 度	稍有分析能力，能够凭经验判断
	在有限的范围内，能够自行判断
	只有依靠指示才能正确执行
	对工作很感兴趣，认真积极
综 合 评 语	能够接受批评指导，勇于改过
	对工作较积极，执行能力稍差
	见异思迁，对工作不积极
	漠视工作，懒散无度
综合评语	
备注	

10.1.17 销售人员毛利统计日报表

相关区域：_____日期：_____								
制表人：_____单位：元								
编 号	姓 名	当日 销售 额	当日 毛利 率（%）	当月 销售 目标	当月销 售额累 计	完成率 （%）	当月 毛利 率（%）	利润 率（%）

10.1.18 区域销售分析表

日期：_____制表人：_____						
内容\区域		区域 1	区域 2	区域 3	区域 4	区域 5
推销 员	员工人数					
	能力水平					
	培训成果					
客户	交易客户数					
	客户水平					
	潜在客户数					
促销	商品企划					
	广告宣传					
	促销活动					
销售 管理	技术服务					
	销售事务					
	交货运送					
	销售回款					
综合评价						
备注						

10.1.19 渠道销售统计表

相关区域：_____日期：_____制表人：_____				
	年度统计累 计销售额(%)	平均月销售 额(%)	年度目标销 售额(%)	已完成客户 占销售额比 例(%)
渠道 1				
渠道 2				
渠道 3				
渠道 4				
渠道 5				
渠道 6				
渠道 7				
渠道 8				
渠道 9				
渠道 10				
渠道 11				
渠道 12				
备注				



10.1.20 分类销售对比表

日期：_____		制表人：_____					
不同地区	不同客户	去年同期业绩		本月业绩		下月计划	
		销售比重（%）	销售金额（元）	销售比重（%）	销售金额（元）	销售比重（%）	销售金额（元）
×××	A级客户	1					
		2					
		3					
		小计					
	区域	1					
×××	B级客户	2					
		小计					
		合计					
		1					
	A级客户	2					
3							
小计							
区域		1					
×××	B级客户	2					
		小计					
		合计					
		1					
	A级客户	2					
3							
小计							
区域		1					
×××	B级客户	2					
		小计					
		合计					
		1					
	A级客户	2					
3							
小计							
区域		1					
×××	B级客户	2					
		小计					
		合计					
		1					
	A级客户	2					
3							
小计							
区域		1					
×××	B级客户	2					
		小计					
		合计					
		1					
	A级客户	2					
3							
小计							
区域		1					
×××	B级客户	2					
		小计					
		合计					
		1					
	A级客户	2					
3							
小计							
区域		1					
×××	B级客户	2					
		小计					
		合计					
		1					
	A级客户	2					
3							
小计							
区域		1					
×××	B级客户	2					
		小计					
		合计					
		1					
	A级客户	2					
3							
小计							
区域		1					
×××	B级客户	2					
		小计					
		合计					
		1					
	A级客户	2					
3							
小计							
区域		1					
×××	B级客户	2					
		小计					
		合计					
		1					
	A级客户	2					
3							
小计							
区域		1					
×××	B级客户	2					
		小计					
		合计					
		1					
	A级客户	2					
3							
小计							
区域		1					
×××	B级客户	2					
		小计					
		合计					
		1					
	A级客户	2					
3							
小计							
区域		1					
×××	B级客户	2					
		小计					
		合计					
		1					
	A级客户	2					
3							
小计							
区域		1					
×××	B级客户	2					
		小计					
		合计					
		1					
	A级客户	2					
3							
小计							
区域		1					
×××	B级客户	2					
		小计					
		合计					
		1					
	A级客户	2					
3							
小计							
区域		1					
×××	B级客户	2					
		小计					
		合计					
		1					
	A级客户	2					
3							
小计							
区域		1					
×××	B级客户	2					
		小计					
		合计					
		1					
	A级客户	2					
3							
小计							
区域		1					
×××	B级客户	2					
		小计					
		合计					
		1					
	A级客户	2					
3							
小计							
区域		1					
×××	B级客户	2					
		小计					
		合计					
		1					
	A级客户	2					
3							
小计							
区域		1					
×××	B级客户	2					
		小计					
		合计					
		1					
	A级客户	2					
3							
小计							
区域		1					
×××	B级客户	2					
		小计					
		合计					
		1					
	A级客户	2					
3							
小计							
区域		1					
×××	B级客户	2					
		小计					
		合计					
		1					
	A级客户	2					
3							
小计							
区域		1					
×××	B级客户	2					
		小计					
		合计					
		1					
	A级客户	2					
3							
小计							
区域		1					
×××	B级客户	2					
		小计					
		合计					
		1					
	A级客户	2					
3							
小计							
区域		1					
×××	B级客户	2					
		小计					
		合计					
		1					
	A级客户	2					
3							
小计							
区域		1					
×××	B级客户	2					
		小计					
		合计					
		1					
	A级客户	2					
3							
小计							
区域		1					
×××	B级客户	2					
		小计					
		合计					
		1					
	A级客户	2					
3							
小计							
区域		1					
×××	B级客户	2					
		小计					
		合计					
		1					
	A级客户	2					
3							
小计							
区域		1					
×××	B级客户	2					
		小计					
		合计					
		1					
	A级客户	2					
3							
小计							
区域		1					
×××	B级客户	2					
		小计					
		合计					
		1					
	A级客户	2					
3							
小计							
区域		1					
×××	B级客户	2					
		小计					
		合计					
		1					
	A级客户	2					
3							
小计							
区域		1					
×××	B级客户	2					
		小计					
		合计					
		1					
	A级客户	2					
3							
小计							
区域		1					
×××	B级客户	2					
		小计					
		合计					
		1					
	A级客户	2					
3							
小计							
区域		1					
×××	B级客户	2					
		小计					
		合计					
		1					
	A级客户	2					
3							
小计							
区域		1					
×××	B级客户	2					
		小计					
		合计					
		1					
	A级客户	2					
3							
小计							
区域		1					
×××	B级客户	2					
		小计					
		合计					
		1					
	A级客户	2					
3							
小计							
区域		1					
×××	B级客户	2					
		小计					
		合计					
		1					
	A级客户	2					
3							
小计							
区域		1					
×××	B级客户	2					
		小计					
		合计					
		1					
	A级客户	2					
3							
小计							
区域		1					
×××	B级客户	2					
		小计					
		合计					
		1					
	A级客户	2					
3							
小计							
区域		1					
×××	B级客户	2					
		小计					
		合计					
		1					
	A级客户	2					
3							
小计							
区域		1					
×××	B级客户	2					
		小计					
		合计					
		1					
	A级客户	2					
3							
小计							
区域		1					
×××	B级客户	2					
		小计					
		合计					
		1					
	A级客户	2					
3							
小计							
区域		1					
×××	B级客户	2					
		小计					
		合计					
		1					
	A级客户	2					
3							
小计							
区域		1					
×××							

相关区域: \_\_\_\_\_ 日期: \_\_\_\_\_ 制表人: \_\_\_\_\_

## 意见

10.1.22 门店营业目标管理表

相关区域：_____日期：_____门店编号：_____					
营业所		店长		负责人	
月份目标与实绩					
	目标	实绩	达成率	与上月比较	实绩累计
销售额					
(元)					
毛利(元)					
回收率(%)					
本月目标					
活动报告					
事项记载					
下月目标					
	本月差额	下月目标	下月活动计划报告		
销售额(元)					
毛利(元)					
回收率(%)					

10. 1. 23 产品供货计划表

日期：_____制表人：_____					
产品（线）	供应商	平均购买 价格（元）	平均配送 时间	额外费用 （元）	付款期限
产品线 1					
产品 1					
产品 2					
产品线 2					
产品 1					
产品 2					
产品线 3					
产品 1					
产品 2					
产品 3					
产品 4					
产品 5					
备注					

10.1.24 货款回收计划表

日期：_____		制表人：_____						
		回收计划						
月 份	销售计 划金额 (元)	现金 (元)	90 天 内票据 (张)	90 天 以上票 据(张)	合 计	客户赊 款余额 (元)	回收率 (%)	无法回 收率 (%)
1								
2								
3								
4								
5								
6								
7								
8								
9								
10								
11								
12								

10. 1. 25 市场销售报表

客 户 编 号	客 户 名 称	销 售 额 (元)	退 货 比 例 (%)	收款金额		收 款 余 额 (元)	债 券 余 额 (元)	毛 利 (元)	毛 利 率 (%)	回 收 率 (%)	计划达 成率	
				现 金 (元)	票 据 (张)						销 售 (%)	毛 利 (%)

备注

10.1.26 市场销售调查表

相关区域：_____日期：_____制表人：_____							
编号	调查对象	部门	负责人	地址	调查时间	调查动机	经过进展
1							
2							
3							
4							
5							
6							
7							
8							
9							
10							
11							
12							
备注							

10.1.27 市场营销分析表

日期：			时间段：			制表人：		
项目\区域	区域 1	区域 2	区域 3	区域 4	区域 5	合计		
营业额(元)								
退货额(元)								
退货率(%)								
毛利率(%)								
人均营业额(元)								
营业费用(%)								
营业费用率(%)								
人均营业费用(元)								
营业费用/量								
本期净利润(%)								
本期人均净利(元)								
应收账款率								
存货								
存货率(%)								
备注								



10. 1. 28 收付款条件变动表

日期：_____制表人：_____		
客户名称	资本金额	行业
信用等级	产品经销种类	
原收款条件		
现收款条件		
相关供应厂 商		
原付款条件		
现付款条件		
条件实施日 期		
备注		

10.1.29 竞标结果报告表

标的：	_____	日期：	_____
-----	-------	-----	-------

招标 厂商	投标 日期	开标 日期	投标 者姓 名	投标金额 (元)	再投标金额 (元)	落标金额 (元)	备 注
----------	----------	----------	---------------	-------------	--------------	-------------	--------

10.1.30 营销人员作业记录表

相关区域：	日期：	制表人：
-------	-----	------

日期\项目	准备与计划	联络耗费时间	交通时间	接洽时间	洽谈时间	整理记录时间	合计
-------	-------	--------	------	------	------	--------	----

合计

平均

使用说明：

- 1 营销人员所耗用的总计时间，由本人或营销经理填写
- 2 如以月为记录时间，须在上、中、下旬结束的3日内填妥资料
- 3 本表可求得该部门作业时间的平均值

销售金额

10. 1. 32 营销工作人员业绩报表

相关区域：_____		日期：_____	制表人：_____
姓名			
销售额			
销货退回			
销货折让			
销货报损			
销货净额			
成本			
毛利			
个 人	薪金		
费用	旅费		
	其他		
	合计		
净利益			
收 款	应收		
记录	实收		
	未收		
绩效			

10. 1. 33 营销人员周别行动计划表

相关区域：_____日期：_____					
营销额 (元)		上级区域经 理			
重点目标					
重点销售商品					
重点拜访客户名单					
重点行动 目标	星期一	星期二	星期三	星期四	星期五
1					
2					
3					
1					
2					
3					
1					
2					
3					
备注：					

10.2 产品促销管理表格

10.2.1 促销活动申请表

相关区域：_____日期：_____制表人：_____	
申请人	经理意见
举办理由	
促销商场	
促销对象	
促销办法	
商场租赁费（元）	
场地位置	
供应商服务费（元）	
宣传制作费（元）	
费用	促销人员工资奖金（元）
	设备租赁费（元）
	礼品费（元）
	摄影与后期制作（元）
	其他
预计收获	
签字确认	

10.2.2 促销活动计划表

相关区域：\_\_\_\_\_日期：\_\_\_\_\_制表人：\_\_\_\_\_

促销 编号	针对 产品	促销 方式	促销时 间		主管	配合事项	预计经费 (元)	逾期 效果
			起	止				

备注



10.2.3 促销成本统计表

活动名称: _____		日期: _____	制表人: _____	
	项目内容	规格、数量	费用 (元)	完成时间
终端现场宣传	条幅			
	挂幅			
	背景板			
现场布置费用	场地租赁			
	场地布置			
	音响设备			
促销品	桌椅、地毯			
	促销卡			
	礼品			
人工成本	饮料			
	餐厅			
	促销人员工资			
其他费用	摄影费			
	安全管理费			
	合计			
	备注			

10.2.4 促销活动效果预估表

活动名称:		日期:	评分人:					
序号	预估因素	权数	得分					分值
			很好	好	一般	差	极差	
1	选择了合适的时间		<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 1	
2	选择了合适的地点		<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 1	
3	明确了促销的对象		<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 1	
4	活动力度		<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 1	
5	赠品样品的选择		<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 1	
6	顾客参与便利数		<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 1	
7	现场布置完善性		<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 1	
8	适当的媒介宣传相配合		<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 1	
9	为顾客提供独特的购买利益		<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 1	
10	针对竞争对手的弱点设计了活动		<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 1	
11	活动有清晰的、便于衡量的目标		<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 1	
12	提供了明确的活动指引，各方明确各自的职责		<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 1	
13	活动配套措施和准备工作完善		<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 1	
14	参与活动的中间商和零售终端有合理的利益		<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 1	
15	活动具有可操作性		<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 1	
16	活动过程便于控制		<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 1	
合计								
改进建议								

## 10.2.5 促销活动总结表

活动主题			活动内容	
活动日期			活动地点	
活动成果（包括对产品销售的影响、对竞争对手的影响、对消费者的影响、对中间商的影响等）				
对促销活动 的分析	活动 主题	对活动主题的评价	<input type="checkbox"/> 非常好 <input type="checkbox"/> 较好 <input type="checkbox"/> 一般 <input type="checkbox"/> 较差 <input type="checkbox"/> 极差	
		原因分析		
		改进意见		
	活动 形式	对活动形式的评价	<input type="checkbox"/> 非常好 <input type="checkbox"/> 较好 <input type="checkbox"/> 一般 <input type="checkbox"/> 较差 <input type="checkbox"/> 极差	
		原因分析		
		改进意见		
	活动 时机	对活动时机的评价	<input type="checkbox"/> 非常好 <input type="checkbox"/> 较好 <input type="checkbox"/> 一般 <input type="checkbox"/> 较差 <input type="checkbox"/> 极差	
		原因分析		
		改进意见		
	活动 地点	对活动地点的评价	<input type="checkbox"/> 非常好 <input type="checkbox"/> 较好 <input type="checkbox"/> 一般 <input type="checkbox"/> 较差 <input type="checkbox"/> 极差	
		原因分析		
		改进意见		
	人员 表现	对人员表现的评价	<input type="checkbox"/> 非常好 <input type="checkbox"/> 较好 <input type="checkbox"/> 一般 <input type="checkbox"/> 较差 <input type="checkbox"/> 极差	
		原因分析		
		改进意见		
	准备 工作	对准备工作的评价	<input type="checkbox"/> 非常好 <input type="checkbox"/> 较好 <input type="checkbox"/> 一般 <input type="checkbox"/> 较差 <input type="checkbox"/> 极差	
		原因分析		
		改进意见		
执行 过程	对执行过程的评价	<input type="checkbox"/> 非常好 <input type="checkbox"/> 较好 <input type="checkbox"/> 一般 <input type="checkbox"/> 较差 <input type="checkbox"/> 极差		
	原因分析			
	改进意见			
活动效果的总体评价			<input type="checkbox"/> 非常好 <input type="checkbox"/> 较好 <input type="checkbox"/> 一般 <input type="checkbox"/> 较差 <input type="checkbox"/> 极差	
附上促销活动的总结报告				

10.2.6 促销活动分析表

日期：\_\_\_\_\_制表人：\_\_\_\_\_

促销活动内容

	销售金额
	(元)
目标达成状	销售数量
况	(件)
	铺货率(%)
	所卖产品
	陈列位置
销售活动	陈列示意图
	陈列材料
广告宣传活	促销前
动支持	促销期间
	业务人员
反映	专卖店
	消费者
存在问题	方案问题
	实施问题
	预算(元)
经费	实际费用
	(元)

总体评价

备注：

### 10.3 客户关系管理表格

### 10.3.1 客户销售份额统计表

区域: \_\_\_\_\_ 日期: \_\_\_\_\_  
制表人: \_\_\_\_\_ 单元: 元

客户编号	客户名称	上年度销售量		今年累计销售量	
		金额	所占比率	金额	所占比率
		(元)	(%)	(元)	(%)

备注

10.3.2 客户销售统计表

客户名称：_____ 客户地区：_____										
日期：_____ 制表人：_____										
单位：元；                数量单位：件/金额										
月份\	产品 1		产品 2		产品 3		产品 4		产品 5	
产品	销售	销售	销售	销售	销售	销售	销售	销售	销售	销售
名	数量	金额	数量	金额	数量	金额	数量	金额	数量	金额
1 月										
2 月										
3 月										
4 月										
5 月										
6 月										
7 月										
8 月										
9 月										
10 月										
11 月										
12 月										
合计										
备注										

10.3.3 客户登记表

相关区域：_____日期：_____制表人：_____						
客户名 称	负责人 员	经营项 目	年交易 额	优惠产 品	优惠价 格（元）	备注

10.3.4 客户馈赠申请表

相关区域：	_____	日期：	_____
制表人：	_____	单位：	元

客户编号	客户名称	负责人	姓名	交易 现状	拟赠 礼品	礼品 数量	预算价 值(元)
------	------	-----	----	----------	----------	----------	-------------

备注



相关区域：\_\_\_\_\_日期：\_\_\_\_\_

制表人：\_\_\_\_\_单位：元

10.3.6 客户数量变动分析表

相关区域：_____日期：_____										
制表人：_____单位：元										
销售 金额 等级	大客户数量					普通客户数量				
	原有	新增	减少	现有	实际 增减	原有	新增	减少	现有	实际 增减

10.3.7 特殊客户优惠申请表

相关区域：_____日期：_____							
制表人：_____单位：元							
公司 名称	负责人	经营 项目	去年交易 金额	今年预计 交易金额	拟给予价 格优惠	批示	备注

## 10.3.8 客户公司信用度分析表 177

客户名称: _____		日期: _____	制表人: _____
市场环境	业务往来企业的市场环境状况如何		
	当今国际环境下与业务发展如何		
	金融环境如何		
	业界的长期展望如何		
经营素质	业务往来企业的经营是法人还是个人		
	资本资金如何		
	同行评语如何		
	总公司、关系企业、主要银行的信誉如何		
评语	劳资关系如何		
	是否有不正当交易传言		
	与外部团体的联系如何		
	是否有经营有问题的传言		
市场	税务是否正当		
	主营的商品的利润是多少		
	销售战略是否困难		
	批发商或零售商品是否安全		
财务状况	库存管理、交货措施是否健全		
	过去的平均利益如何		
	公司的资产怎样		
	贷款是否适当		
评价	过剩投资是否安全		
	是否有不良的债权		

10.3.9 新开发客户记录表

相关区域：_____		日期：_____	制表人：_____
客户名称		电话	
公司地址		电话	
负责人			
推销产品			
第一次交易			
额			
第一次交易			
商品名称			
开发经过			
备注			
批示			

---

姓名	编号	电话			
邮件	地址				
货品名称	货品编号	数量	价格	售货额	累计额

总售货额

累计总价

备注

相关区域：\_\_\_\_\_日期：\_\_\_\_\_

制表人：\_\_\_\_\_单位：元

制表人：\_\_\_\_\_单位：元

订单号	客户名称	
产品名	客户地址	
规格	联系电话	邮件
批号等级	订货数量	
交货方式	L/C	
交货数量	APP NO	
用途	包装	
完成日期	出货日期	

色号	箱数	箱号	净重量	毛箱重
----	----	----	-----	-----

合计

备注

10.3.12 客户商品送货单

相关区域：_____日期：_____制表人：_____					
顾客姓名			住址		
E-mail			电话		
订货日期			送货日期		
货品名称	货品规格	数量（件）	单价（元）	总金额 （元）	备注

合计

说明：此收据为上列购物开出。请注明住址和电话



10. 3. 13 客户年度销售额明细表

相关区域：_____日期：_____							
制表人：_____单位：元							
月别\期别		××××年度		××××年度		××××年度	
		预计	实绩	预计	实绩	预计	实绩
1	金额						
	比率						
2	金额						
	比率						
3	金额						
	比率						
4	金额						
	比率						
5	金额						
	比率						
6	金额						
	比率						
7	金额						
	比率						
8	金额						
	比率						
9	金额						
	比率						
10	金额						
	比率						
合计	金额						
	比率						

10.3.14 客户销售计划执行统计表

相关区域：_____日期：_____						
制表人：_____单位：元						
月别\产品 名称	产品 1	产品 2	产品 3	产品 4	产品 5	合计
1	预计					
	实绩					
2	预计					
	实绩					
3	预计					
	实绩					
4	预计					
	实绩					
5	预计					
	实绩					
6	预计					
	实绩					
7	预计					
	实绩					
8	预计					
	实绩					
9	预计					
	实绩					
10	预计					
	实绩					
	实绩					

10.3.15 客户营业效率分析表

相关区域：		日期：		制表人：			
项目\区别	本月	本年每月平均	与每月平均的比率 (%)	去年同月	与去年的比率 (%)	今年累计	与去年累计的比率 (%)
销售额							
客户数量							
每个客户 销售额							
员工数量							
员工人均 销售额							
销售人员 数量							
人均销售 额							
市场面积							
每平方米的 销售额							
每平方米的 库存							
备注							

10.3.16 客户赊销款余额管理表

相关区域：_____日期：_____制表人：_____									
本月回收额									
客户名称	上月余额(元)	本月赊销额(%)	现金存款(元)	应收票据	折扣(%)	退货	扣除	合计	本月余额(元)

10.3.17 客户绩效管理表

客户名称:	日期:	制表人:
项目\月份		
本月交易客户数量		
预计受订总金额 (元)		
实际受订总金额 (元)		
取消受订总金额 (元)		
实际受订金额 (元)		
达成率 (%)		
占总营业额比率 (%)		
本月未收账款 (元)		
收款率 (%)		
货款延长天数		
税额 (%)		
重大贡献		
重大过失		
新开客户		
到账记录		

## 10.3.18 客户资料表

客户	地址	电话	
	经营者情况		
姓名	性别	年龄	
学历	语言	籍贯	
其他职位		曾倒闭否	
以往荣誉			
法人代表	实权者	与经营者关系	
	金融状况		
往来银行	账号	记事	兑现情况

资金状况： 丰裕 充足 紧张 短缺 危险

付款情况

付款态度： 爽快 普通 尚可 延迟 为难 欠款

其他说明：

经营概况

经营方针 1、积极 2、保守 3、坚实 4、平常 5、凌乱 6、投机

业务状况 1、兴隆 2、渐盛 3、常态 4、衰退 5、危险

营业种类

进货对象 1、牌占 % 2、牌占 % 3、牌占 %

销售种类 1、门市 % 2、门市 % 3、门市 % 4、其他 %

销售范围 1、本地 2、其他

销售价格 1、合理 2、略低 3、略高 4、削价

营业性质 1、专营 2、兼营

每月平均销售实绩

每月平均销售力

最高	进货	最低	进货
月额	销售	月额	销售
	存货		存货

一般概况

组织 1、独资 2、合资 3、股份公司

门市面积 1、大 2、中 3、小

## 第十章 销售管理表格

开业时间	年 月 日
门市部置	1、好 2、普通 3、可以 4、不好
仓库	1、大 2、中 3、小 4、无
退货习惯	1、无 2、合理 3、不正常 4、正常
财务管理	1、佳 2、普通 3、恶劣 4、无
存货管理	1、佳 2、可以 3、一般 4、劣
店铺	1、自由 市价 2、租用 租金
店址	1、闹市 2、商店街 3、住宅街 4、工矿区 5、郊区
车辆	1、轿车 2、大客车 3、三轮车 4、摩托车
同行业中的地位	1、领导力 2、影响力 3、一流 4、二流 5、三流
员工情况	店员 名 推销员 名 修理员 名 临时工 名
对国际名牌的认知	1、了解 2、略知 3、熟知 4、不知 5、感兴趣
最近半年来的实绩变化：	以往每月平均实绩 概况 预测
与其他厂家的特殊关系：	
保全关系	
担保品	名称 所有权 记事 登记价格 实际价格 抵押手续
店保	商号 资本额(元) 营业执照号 店 负责人 身份证 担保手续
个人保	姓名 身份证号 住址 记事 担保手续
经销	
资深机构提供资料	
结论	
最高信用程度	
批示	
总经理	营销总监 销售经理 销售主管
备注	

10. 3. 19 客户招待申请表

相关区域：_____日期：_____制表人：_____									
申请人	部门		申请日期						
客户名称	宴请场所		宴请日期						
客户方面同席人员		招待费用预算	会议	用餐	交通	礼品	其他	合计	
本公司同席人员		金额（元）							
招待事宜安排人员		实际支出（元）							
招待目的		费用说明							
注意事项									
上级领导审核									
区域负责人审核									
财务部审核									



[illegible]

10.3.21 客户拜访计划表

相关区域：	_____	日期：	_____	客户专员：	_____
-------	-------	-----	-------	-------	-------

访问客户

编号	公司名 或工厂 名	访问 时间	面谈 者	所属 部门	电话	约定	访问要点准 备	分类
----	-----------------	----------	---------	----------	----	----	------------	----

10.3.22 客户拜访记录表

相关区域：_____日期：_____制表人：_____	
	客户名称
	详细地址
	拜访对象
	成长率
	信用度
注 意 事 项	总利润率
	综合评价
	顺序评价
	业界地位
	其他
已解决的问题	
注意事项	
备注	



10.3.24 重点客户管理表

相关区域：_____日期：_____制表人：_____						
	销售额前 10 名		销售增长前 10 名		销售利润前 10 名	
序号	客户名称	销售额 (元)	客户名 称	增长率 (%)	客户名称	利润率 (%)
1						
2						
3						
4						
5						
6						
7						
8						
重点管理客户	销售额目标		将其设为重点客 户的原因		实现目标的行动措 施	

客户经理建议

营销总监建议

10.3.25 客户销售分析表

相关区域：	_____	日期：	_____	制表人：	_____
-------	-------	-----	-------	------	-------

客户名	A 产	B 产	C 产	D 产	E 产	F 产	G 产	合计
称 \ 产	品	品	品	品	品	品	品	
品								

合计



10.3.27 客户调查明细表

相关区域:		日期:		制表人:			
客户名称		电话		地址			
负责人		年龄		文化程度			
接洽人员	厂长	年龄		文化程度			
接洽人		职称		负责事项			
经营方式							
业务发展情况							
业务范围							
经济状况	销售对象						
价格		旺季	月	月销量	淡季	月	月销量
企业性质		<input type="checkbox"/> 股份有限公司		<input type="checkbox"/> 有限公司	<input type="checkbox"/> 合伙店铺		<input type="checkbox"/> 合资
组织员工人数		职员	人	管理层	人	合计	
付款期							
付款条件	方式						
手续							
与本公司往来	年度	主要采购产品			金额(元)	旺季每月	淡季每月



10.3.28 市场开发评估表

相关区域：_____		日期：_____	制表人：_____
		现存问题	解决难度
	业务代表 1		
	业务代表 2		
	业务代表 3		
	主管人员		
	其他相关人员		
	可行性判定		
	业务代表		
对 策	主管人员		
	区域负责人		
	备注		

10.3.29 市场营销动态分析表

相关区域：_____日期：_____制表人：_____			
原有状况	变更情况	变更时间	主管人员
公司名称			
组织形态			
控股关系			
资金来源			
财务能力			
其他			
批示			
备注			

10. 3. 30 大客户汇总评定表

相关区域：	_____	日期：	_____	制表人：	_____
-------	-------	-----	-------	------	-------

客户编号	客户名称	客户等级	信用程度	设定条件	年度目标
------	------	------	------	------	------

备注

10. 3. 31 大客户分析表

相关区域:		日期:		制表人:				
				董事长	总经理	直接主管		
客户名称								
客户地址								
主营业务				销售合同	<input type="checkbox"/> 已签订 <input type="checkbox"/> 正签订 <input type="checkbox"/> 未签订			
总部地址				电话				
分企业				电话				
法人代表		从业时间		出生年月				
业务银行		注册资金		成立时间				
资金状况	<input type="checkbox"/> 充足 <input type="checkbox"/> 一般 <input type="checkbox"/> 不足 <input type="checkbox"/> 紧张			信用状况	<input type="checkbox"/> 佳 <input type="checkbox"/> 一般 <input type="checkbox"/> 差 <input type="checkbox"/> 很差			
在同行中的	<input type="checkbox"/> 领先 <input type="checkbox"/> 居中 <input type="checkbox"/> 落后			员工	男	女	合计	
地位				人数				
月均销售量				库存				
				土地	建筑物			
不动产	面积		自有	租赁	面积	层数	自有	租赁
总部								
分部								
近半年平均每月收入								
销售额	成本	管理费	销售费	营业利	利息支	折扣	损益	盈利
(元)	(元)	用(元)	用(元)	润(元)	付(元)	(%)	额(%)	率(%)

客户名称:	日期:	制表人:		
			上次评分	本次评分
	调查项目			差异分析
	您对本公司的印象如何			
公司	您是否了解本公司的业务和资费情况			
	您对本公司提供的服务是否满意			
	本公司提供的产品是否稳定			
	您对故障处理的响应速度是否满意			
产品和服务	本公司是否提供了令您满意的解决方案			
	本公司提供的产品是否满足了贵公司的业务需求			
	本公司提供的产品服务是否达到了您的期望			
	客户经理是否了解贵公司的业务情况			
	客户经理是否能和您愉快交流			
人员	客户经理是否能为您解答疑问			
	客户经理是否能为您提出合理的建议或给予帮助			
客户反馈信息				
备注				

10.3.33 大客户经理考核表

员工：_____		上级签字：_____		部门确认：_____	
姓名		所在部门		审核人	
职位		入职时间		审核时间	
公司目标			部门目标		
提高销售额			扩张市场分额		
提高现金流指标			提高回款率，缩短回款周期		
加强成本控制			控制销售成本		
保留现有优质客户，提高整体客户质量			提高客户每单位营业额与利润率		
维护旧客户，确保客户忠诚度			提高客户满意度，缩短客户咨询回复周期		
			提高客户对明星品牌的认知度、美誉度		
个人绩效	权重	衡量指标	指标值	行动方案	
目标					
保留优质客户	10%	制定优质客户维护计划并实施	3月完成计划全年实施并不断完善		
	30%	大客户流失率	0		
开发目标大客户	20%	通过市场分析，确定目标大客户，正式签订业务合同	确定10个，签订合同5个		
	10%	目标大客户下单量	×××万		
提升现有普通客户潜力	20%	提升现有普通客户成为大客户	5个		
加强办事处管理	10%	各办事处投诉（非业务原因）次数	不超过5次		

## 10.4 渠道管理表格

## 10.4.1 专卖店资料登记表

店名：_____地址：_____						
制表人：_____日期：_____						
经营形态		资本额		法人代表		
员工	办事人员		结算日期		往来银行	
	临时人员					
	管理人员					
	合计					
经营产品的种类比例	产品	百分率：%	产品	百分率：%	产品	百分率：%
销售	销售方针			销售方法		
	平均每月销售额			月平均费用		
摘要：						
1.						
2.						
3.						
5.						
备注：						

10.4.2 产品存货统计表

相关区域：_____专卖店/经销商：_____									
日期：_____制表人：_____									
产品 名称	存货 地点	存货记录							
		日期	数量	日期	数量	日期	数量	日期	数量



10.4.3 产品进销存管理表

相关区域：_____专卖店/经销商：_____						
日期：_____制表人：_____						
日期	摘要	凭单 编号	进库 数量	售出 数量	结构 数量	备注

10.4.4 产品库存周报表

区域/专卖店：		日期：		制表人：			
品名	规格	平均单价	库存量	库存额	最大安全存量	周销售记录	
						单号	数量

10.5 零售管理表格

10.5.1 试销状况调查表

相关区域：_____日期：_____制表人：_____					
产品名称		客户名称			
	日期	销售量	金额（元）	平均售价（元）	备注
试销实绩说明					
合计					
出现的问题					
顾客意见及建议					
备注					

10.5.2 滞销商品调查分析表

相关区域：_____日期：_____制表人：_____			
销售时间		自 年 月 日至 年 月 日	
商品名称	销售目标	销售实绩	达成率（%）
项目	问题	原因	对策
1、品质			
2、规格			
3、价格（元）			
4、包装			
5、推荐程度			
6、广告			
7、铺货率（%）			
8、顾客意见处理			
9、促销活动			
10、其他品牌竞争			
11、市场需求度			
12、本公司销售关 心度			

业务主管：\_\_\_\_\_日期：\_\_\_\_\_制表人：\_\_\_\_\_

原开发票明细
折让明细

10.5.4 一周业务报告统计表

相关区域：_____		日期：_____		制表人：_____	
销售目标		销售实绩		完成率(%)	
达成(或未达成)销售					
目标的原因					
销售佳的商 品		销售佳的理由		销售不佳的商 品	
1、				1、	
2、				2、	
顾客投诉情 况					
缺货商品或 顾客要求的 商品					
急需补充的商品		数量		需回收的商品	
1、				1、	
2、				2、	
区域问题					
销售人员 或经销商 的问题					
竞争情况					
下周工作 重点					
对本公司 (部门) 的期望					

10.5.5 商品返修单

相关区域：_____日期：_____制表人：_____										
商品名称										
姓名		住址			完成日期					
电话		交付日期			处理方式		<input type="checkbox"/> 入库 <input type="checkbox"/> 客户取向			
					机型					
故障部位					机号					
					数量					
					购买日期					
故障现象及原因		检修内容			制造日期					
					回库方式		重流		回修	
品管/生技确认		返工处理记事			附件					
					备注					
厂长	生产	生技	品管	生管	仓管	经理	科长	组长	送修员	

10.5.6 季节因素统计表

相关区域：_____日期：_____制表人：_____							
产品名称							
月份\项目	年	年	年	平均	比率（%）	调整 比率 （%）	本年 销售 预测
1							
2							
3							
4							
5							
6							
7							
8							
9							
10							
11							
合计					100%	100%	
备注							



10.5.7 调拨申请单

相关区域：_____日期：_____
制表人：_____主管：_____

申请单位

调拨原因

项次	商品名称	型号	数量
1			
2			
3			
4			
5			
6			
7			
8			
9			
10			

备注

10.5.8 出货单

客户名称：	客户编号：	出货日期：
-------	-------	-------

编号	名称	规格	订单 号	数量	单价 (元)	总价 (元)	出库 单号	备注
----	----	----	---------	----	-----------	-----------	----------	----

合计

运输方法

主管	主办	经理	组长	制表
----	----	----	----	----

10.5.9 送货单

相关区域：_____日期：_____制表人：_____							
客户名称		客户编号		负责人			
地址		邮编					
电话		传真					
订货日期		订货单号					
送货明细							
项次	品名	型号	数量	单位	价格	总价	备注
1							
2							
3							
4							
5							
6							
7							
8							
9							
合计							





区域：\_\_\_\_\_店名：\_\_\_\_\_

盘点负责人：\_\_\_\_\_日期：\_\_\_\_\_

盘点负责人：\_\_\_\_\_日期：\_\_\_\_\_

10.5.13 店铺业绩考核表

区域: _____ 店名: _____		
考核人: _____ 日期: _____		
考核项目	考核指标	评分
业绩类考核指标	营业额达成率 (%)	
	营业额增长率 (%)	
	毛利率 (%)	
	营业费用率 (%)	
	每平方米销售额 (元)	
	库存周转天数	
	商品损耗率 (%)	
	店铺费用控制 (元)	
	员工培训计划完成	
	安全事故发生率 (%)	
备注	根据初期制定的指标对应打分, 按照完成度分为 1-5 分。	

10.6 售后服务管理表格

10.6.1 售后服务登记表

日期：_____制表人：_____	
客户名称	联系方式
客户需要解决的问题	
工作人员所提供的服务	
处理结果	
客户满意度评价	



地址

## 产品规格

问题发生部门

制造日期

制单号码

订购数量 (件)

处理期限

客户要求或希望:

公司对策实施要领及实施确认：

10.6.3 客户投诉案件统计表

相关区域：_____日期：_____制表人：_____												
客户投诉		客户名称	品名规格	交运日期		不良数量	投诉内容	责任部门	处理理方式			损失金额(元)
日期	编号			日期	编号				赔款(元)	退货	折价(%)	

备注

10.6.4 产品维修报告单

制表人：\_\_\_\_\_

制表日期：\_\_\_\_\_

客户姓名	购买产品	购置产品的型号
购买时间	产品保修期	报修日期

产品故障描述

初步原因分析

维修情况（由  
维修 人员填写）

部门主管审核

日期：\_\_\_\_\_制表人：\_\_\_\_\_

10. 6. 6 产品故障维修统计表

制表人：	_____	日期：	_____
------	-------	-----	-------

产品 名称	购买 时间	报修 时间	产品故 障描述	处理 情况	负责人	备注
----------	----------	----------	------------	----------	-----	----

## 制表人：\_\_\_\_\_日期：\_\_\_\_\_

维修产品	其他	工时	出勤
------	----	----	----

10.6.8 售后服务评价表

日期:		
客户姓名	联系方式	客户地址
使用公司生产的何种产品		
产品满意度	产品质量	<input type="checkbox"/> 满意 <input type="checkbox"/> 比较满意 <input type="checkbox"/> 一般 <input type="checkbox"/> 不满意 <input type="checkbox"/> 非常不满意
	产品价格	<input type="checkbox"/> 满意 <input type="checkbox"/> 比较满意 <input type="checkbox"/> 一般 <input type="checkbox"/> 不满意 <input type="checkbox"/> 非常不满意
	产品包装设计	<input type="checkbox"/> 满意 <input type="checkbox"/> 比较满意 <input type="checkbox"/> 一般 <input type="checkbox"/> 不满意 <input type="checkbox"/> 非常不满意
	服务态度	<input type="checkbox"/> 满意 <input type="checkbox"/> 比较满意 <input type="checkbox"/> 一般 <input type="checkbox"/> 不满意 <input type="checkbox"/> 非常不满意
	服务方式	<input type="checkbox"/> 满意 <input type="checkbox"/> 比较满意 <input type="checkbox"/> 一般 <input type="checkbox"/> 不满意 <input type="checkbox"/> 非常不满意
服务评价	服务流程	<input type="checkbox"/> 满意 <input type="checkbox"/> 比较满意 <input type="checkbox"/> 一般 <input type="checkbox"/> 不满意 <input type="checkbox"/> 非常不满意
	服务效率	<input type="checkbox"/> 满意 <input type="checkbox"/> 比较满意 <input type="checkbox"/> 一般 <input type="checkbox"/> 不满意 <input type="checkbox"/> 非常不满意
	工作技能	<input type="checkbox"/> 满意 <input type="checkbox"/> 比较满意 <input type="checkbox"/> 一般 <input type="checkbox"/> 不满意 <input type="checkbox"/> 非常不满意
	服务人员综合素质	<input type="checkbox"/> 满意 <input type="checkbox"/> 比较满意 <input type="checkbox"/> 一般 <input type="checkbox"/> 不满意 <input type="checkbox"/> 非常不满意
	产品出现质量问题后的处理结果	<input type="checkbox"/> 满意 <input type="checkbox"/> 比较满意 <input type="checkbox"/> 一般 <input type="checkbox"/> 不满意 <input type="checkbox"/> 非常不满意
其他建议或意见		

10.6.9 售后服务例行检查表

制表人:		日期:	
公司名称		负责人	联系电话
公司地址		邮编	
设备名称	设备型号	出厂编号	交货日期
安装调试日期		安装调试人员	
上次养护日期		上次服务人员	
近期运行情况			
设备保健记录			
序号	配件名称	指标	
1			
2			
3			
售后服务人员设备情况评述			
售后服务人员签字		售后服务主管签字	
请从以下两个方面对售后服务人员的服务做出评定			
用户评定	1、是否对损耗配件的定期更换和设备保养的方法进行说明		
	2、是否耐心解答了您所提出的有关设备的问题，且服务态度是否让您满意		
	对售后服务人员的服务打分		(100 分制)
	用户：(签字)		
年 月 日			



10. 6. 10 客户投诉处理表

制表人：_____日期：_____			
客 户	订 单 编 号	制 造 部 门	交 货 日 期 及 编 号
品名及规格	单位	交货数量（件）	金额（元）
投 诉 内 容	投诉理由		投诉情况
	客户要求	<input type="checkbox"/> 赔款_____元 <input type="checkbox"/> 折扣（%） <input type="checkbox"/> 退货数量_____ <input type="checkbox"/> 其他	
	经办人意见		签字
销售人员意见			
销售部门意见			
制造部意见			
质检部意见			
财务部意见			
销售总监批示			

10. 6. 11 客户投诉案件追踪表

制表人:		日期:								
件数	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
日期										
受理										
字号										
客户										
交货单编号										
品名规格										
日期										
交货 数量										
金额										
不良数量										
投诉内容										
处理方式										
损失金额										
责任归属										
个人处罚										

10. 6. 12 客户投诉登记表

制表人：		日期：	
受理编号		受理日期	
投 诉 客 户 姓 名	投诉类型	<input type="checkbox"/> 商品	<input type="checkbox"/> 服务
		<input type="checkbox"/> 其他	
客户地址		电话	
投诉缘由			
客户要求			
投诉受理	<input type="checkbox"/> 受理	承诺办理期限	
	<input type="checkbox"/> 不予受理	理由	
备注			

## 建议

## 工作改进

10. 6. 14 呼入记录表

制表人：_____日期：_____			
呼入单位		开始时间	结束时间
呼入者	姓名	接听者	姓名
	职位		编号
呼入内容			
备注			

10. 6. 15 呼出记录表

制表人：_____日期：_____			
呼出单位		开始时间	结束时间
呼出者	姓名		姓名
	编号	客户	职位
呼出内容			
处理意见			

