

2011 职业经理必备工具

《企业实用管理表格大全-八大部门》

拿来就用 省时省力

《营销管理实用工具书》

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 工业工程师等高级资格认证。

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

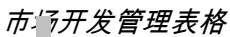
- 第一章 市场开发管理表格
- 第二章 市场调查分析管理表格
- 第三章 价格评估与促销表格
- 第四章 销售日、月报表



第一章 市场开发管理表格

一、营业方针设定表

项 目	现 状	问题检查	对应政策
主要商品			
新 商 品			
目 标			
新 客 户			
营业能力			
促销活动			
其 他			



二、营销动态分析表

年	月 日	动态资料	业务	主管	年	月 日	动态资料	业务	主管	动态资料 包括：公司 名称组织、 形态变更、 各厂牌关系 的变化、资 金周 转 来 源、财务能 力的重估等
					年度					
					业 绩 统 计	上半年				
						下半年				
						合计				
						% 名次				
					阅 览					
					签名					
					日期					

三、市场区域分析表

[illegible]

四、销售计划表

客户名称	目·实·差	活动计划	促销计划	制造通路	其他	讨论
	目标					



	实绩 差异					
	目标 实绩 差异					
	目标 实绩 差异					
	目标 实绩 差异					
	目标 实绩 差异					
	目标 实绩 差异					

五、销售目标估算表

步骤	项 目	金 额
①	直接人事费用	
②	未来预计增加的估算额	
③	直接人工总费用	
④	间接人事费用	
⑤	人事费用总额	
⑥	劳动目标分配率	
⑦	实际总利润额	
⑧	目标销售额	

六、强化客户关系计划表

顾客名称：

顾客	推动的 影响力	和竞争同 业间的关系	本公司 负责人员	强化对策	时间表	检查对策
总经理						



副经理						
主管姓名						
负责人员 姓名						
其他姓名						
备注						

七、标准客户开发步骤表

编号 步骤 顾客名称	1	2	3	4	5	6
	自我介绍	搜集资讯	提示来意	当场演示	预估完成率	预约



八、一周行动计划表

月度 第 周

负责人员：

项目 内容 顾客名称	情况				推进			促进				决定				援助				营业				下周	
	同 业 消 息	销 售 动 向	地 区 消 息	成 功 案 例	销 售 调 查	制 订 销 售 计 划	调 查 库 存 量	新 产 品 介 绍	Q C 促 进	成 立 商 圈	促 销 活 动	D M 提 供	干 部 同 行	企 划 提 出	提 供 样 品	资 料 提 供	陈 列	广 告 援 助	投 诉 处 理	同 行 访 句	接 受 订 单	回 收	指 导	出 货	行 动 计 划 的 预 备

九、销售额提高率表

顾客 编码	销 售 额			提高率	顺位	上下 判定
	本期	前期	前二期			
1						
2						
3						
4						
5						
6						
7						
8						

十、竞争同业动向一览表

竞争同业 名称	主要商品	新商品	重点顾客名	新开发 动向	投入营业 比例	促销	其他
------------	------	-----	-------	-----------	------------	----	----



十一、区域性密切配合表

月	1	2	3	4	5	6
日						
区域活动						
情报管理						
其他						
月	7	8	9	10	11	12
日						
区域活动						
情报管理						
其他						

十二、重要客房对策一览表

公司名称	销售顺位	问题点	对策



扩大重要客户人数的基本方针			

十三、固定客户交易对策表

公司名称	移动方向	问题点	对策

十四、信用度掌握表

公司名称：

评价要素	评价基准	评分基准	特别事项
经营者的事业心	积极的	10	
	普通	5	
	消极的	2	
经营者的策划能力	策划能力极佳	10	
	普通	5	
	疑问	2	
经营者的事业 专职程度	高等	10	
	普通	5	
	低等	2	



十五、危险企业的判断查核表

项 目	是	不清楚	否
1. 银行依赖性甚高，利息负担很重			
2. 自有资金过少，负债比率过高			
3. 惨淡经营，长期没有利润			
4. 设备投资过于庞大			
5. 开始着手投资新的设备			
6. 开始进行多元化的经营			
7. 库存过多，资金负担增大			
8. 收益少开销多，资金负担增大			
9. 企业的经营年资短浅，变动要素多			
10. 经常出现回收不易的呆账			
11. 经常出现以支票四处调现，弄得焦头烂额			
12. 呈现经营赤字不断增高的现象			
13. 其他事项			

十六、销售人员行动计划表

本月销售方针及计划：		
重点销售商品	重点拜访客户名单	新开拓客户名单

第二章 市场调查分析管理表格

一、新商品销路调查分析表

年 月 日

品名				售价		
购入客户				进价		
引进日	年 月 日			发售日	年 月 日	
状况判断 销售商店	缴纳预估	结果	未购买理由	月份销售预定	备注	
可否销售	月份进货量	一次订购量	标准库存量	最低库存量		
可否						
销售期间						
保管场所						

二、产品营销分析表

产 品 分 析	品质类别	说 明			竞 争 状 况 分 析	厂牌	价格	等级	品质	外观	服务	信誉
	功 能											
	品质等级											
	外 观											
	耐 久 性											
	故 障 率											
	使用难易											
价 格	产品名称 成本项目				市 场 动 态	(顾客评价、 顾客转变状况)						
	原料成本											
	辅助材料成本											
	人工成本											
	制造费用											
	制造成本				评 定							
	期间费用											
	总 成 本											
获 利 率												

三、市场调查计划表

调查目标	
考虑因素	
方法设计	
预定进度	
使用人力	
预算	

四、市场调查报告表

调查日期：
调查内容：
调查对象：
调查方法：
状况：
动向：
统计说明：
竞争厂商趋势：
调查意见：

五、人·物·钱流动分析表

人员的流动	→	年轻市场动向	→	
		女性市场动向	→	
		中老年市场动向	→	
物的流动	→	销 畅 商 品	→	
		长期性销售商品	→	
		流 行 商 品	→	
		受关注商品	→	
		第二代商品	→	
钱的流动	→	金融动向	→	
		证券动向（股票）	→	
		不动产动向	→	
		金钱动向	→	
		外汇动向	→	

六、市场总需要量调查估计表

调查单位：年 月 日

摘 要	品名区分		业 绩						备注
			年	年	年	年	年	年	
统 计 资 料		销售							
		指数							
		销售							
		指数							
		销售							
		指数							

续表

摘要	品名区分		业 绩						备注
			年	年	年	年	年	年	
资料关系		销售							
		指数							
		销售							
		指数							
		销售							
		指数							
景气的动向									
竞争关系的动向									
本公司销售政策重点									

七、同业产品市场价格调查表

年 月 日

品名	规格	厂牌	单价	价格来源根据 (发票或经办人)	对品质价格的批评
说明					

营业主管：

制表：

八、同业产品市场价格调整表

年 月 日

品名	规格	厂牌	单价	价格来源根据 (发票或经办人)	对品质价格的批评
说明					

营业主管：

制表：

九、企业畅销产品分析表

品名：

条件		项 目	内 容	备注
门市条件	地区	靠近车站		
		铁路沿线		
		其他地方		
	门市	大型百货公司		
		综合市场		
		杂货店		
顾客条件	时间	平日营业时间		
		假日营业时间		
	年龄层	10 岁		
		20 岁		
		30 岁		
		40 岁		
		50 岁以上		

续表

条件		项 目	内 容	备注
商 品 条 件	畅 销 商 品	商品种类		
		商品数量		
		销售柜台布置		
		销售柜台环境		
		商品特长		
		包 装		
		品 质		
		价 格		
调 查	议 评	对销售人员的议评		
		对店长的议评		
		对消费者的调查		

十、各地区某种产品批发市场调查表

_____年 △ : 涨 A : 库交 C : 送到使用单位
 × : 跌 B : 厂交

产品名称_____

地区名 产品名										

十一、月份经营利益检核表

检核项目	月份			1 月份至 月份累计		
	目标	实绩	完成率	目标	实绩	完成率
1. 销货净额						
2. 销货成本						
3. 销货毛利=(1) - (2)						
4. 费用						
5. 纯利=(3) - (4)						
6. 总成本						
7. 总资本周转次数=(1)÷(6)						
8. 总资本周转次数=(5)÷(6)						
9. 销货获利率=(5)÷(1)						
10. 员工总数						
11. 平均每人每月销货额=(1)÷(10)						
12. 平均每人每月收益=(5)÷(10)						
分析改进						

十二、零售店调查一览表

区域：_____ 年 月 日

序号	路名	店名	电话	店主	详细地址	类型	有无本品	竞争品牌	销量	价格	进货渠道	备注

类型：◆特渠 ☆大型商场 ★连锁超市 □批发 ●批零兼营 ○零售 ▲移动摊点

十三、消费者意识变化分析表

○总括

消费者意识变化关键重点	公司应对关键重点

○消费者社会构造的变化

(高龄化社会、女权时代、年轻人社会、国际社会、小家庭化、个人社会)

○消费者生活意识的变化

(重视个人生活、重视个性、自我主义)

○消费者生活价值的变化

(女性重视工作、文化提升、健康导向、休闲导向、美食主义)

○公司的应对、分析

十四、竞争厂商价格调查表

调查地点		地 址	
品名 (含 : 进口商)		本公司类似品名	
规 格		包装样式	
零售价		陈列数量	
陈列位置优劣 : <input type="checkbox"/> 优 <input type="checkbox"/> 中等 <input type="checkbox"/> 劣			
备 注			

十五、经销商调查表

销商名称			产权性质		
注册地址			注册资金		
成立日期			电 话		
经营地点			传 真		
销售收入			员工人数		
法人代表	姓名		负 责 人	姓名	
	电话			电话	
经营品种					
银行往来			交易情况		
经营能力			卖场数量		
地域分布			库存状况		
合作方式			合作厂家		
主要供应商			主要客户		
合作意向					
当地市场地位					
促销方式			促销投入		
计划目标			支持条件		
业内评价			综合评价		
备 注					

十六、竞争厂商调查表

地区		姓名		开会讨论日	年 月 日
竞争厂商名称					
公司地址					
工厂地址					
业务人员姓名					
学历、年龄					
服务时间					
业务员的口才					
行销能力					
业务员给客户印象					
业务的方针及做法					
待 遇					
销售的对象					
代理商名称					
产品的种类 (特殊规格)					
产品的性能					
产品的品质					
产品的价格					
市场占有率					
其他特别 人、事、地、物、时					

十七、客户销售收款状况分析表

客户名称	月~月				月~月				月~月			
	销售 额	累 计	本月 收款	尚欠 货款	销售 额	累 计	本月 收款	尚欠 货款	销售 额	累 计	本月 收款	尚欠 货款
合计												

十八、客户增减分析表

销售金额 等级	直接客户家数					间接客户家数					直接客户销售额				间接客户销售额			
	原有	新增	删除	现有	增加	原有	新增	删除	现有	增加	原客 户	新客 户	本期 销售	上期 销售	原客 户	新客 户	本期 销售	上期 销售
万~万																		
万~万																		
万~万																		
万~万																		
万~万																		
万~万																		
万~万																		
万以上																		

合 计																	
-----	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

第三章 价格评估与促销表格

一、估价单

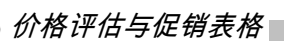
客户名称_____ 日期_____ 类号_____

产品名称编号_____

产品规格_____ 底价_____

直接材料	制 造	品名	规格	数量	单价	金额
	包 装					
合计						
直接人工			成 本 汇 总	直接材料		
				直接人工		
				小计		
				制造费用		
	包装			销售费用		
	小计			成本总计		
拟售 价格				批 示		
包装方法				每日生产打数		
外箱尺寸				件数		CIFT/箱
毛重		KGS		实量		KGS /箱

经理： 厂长： 审核： 估价：



公司 先生 编号

2. 报 价

项 目	说 明	数量	单价	金额	参考资料

4. 付款条件：

经 理

售价类别：

有效日期：

[illegible]



四、价目表

产品类别：

实施日期： 年 月 日至 年 月 日

[illegible]

五、产品售价表

编号：

年 月 日订

产品名称、规格：				
产品说明 及图样				
规定售价	销售条件说明	售价范围	制定者	备 注



总经理：

审核：

拟定：

六、产品价格分析表

外销价_____

内销价_____

产品编号					产品名称规格			
说 明		1	2	3	4	5	6	7
产品售价								
估计月销售量								
月销售额								
单 位 材 料 成 本								
	合 计							
总材料成本								
单位人工成本								
制造费用 (%)								
销售费用 (%)								
单位利润								
估计利润								
利 润 率								
裁决								

总经理：

审核：

拟订：

七、产品售价计算表

编号：年 月 日

产 品 名 称												
	成本项目	用量	售 货 类 别									
			外销 A 价		外销 B 价		外销 C 价		内销	中盘	内销零售	
			单 价	成 本	单 价	成 本	单 价	成 本	单 价	金 额	单 价	金 额
材料成本												
	合 计											
	损 耗											
	材料成品											
其他成本	项 目	单位 成本	用 量	成 本	用 量	成 本	用 量	成 本	用 量	成 本	用 量	成 本
	人工成本											
	制造费用											
	销管费用											
	利 润											
	售 价											



备注	
----	--

总经理：

经理：

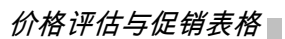
分析人：

八、产品定价分析表

年 月 日

编号_____

产品名称规格：											
顾客类型说明：											
目前本产品销量：											
成本项目		生 产 数 量									
		A 产品	成本 所占 比例 (%)	B 产品	成本 所占 比例 (%)	C 产品	成本 所占 比例 (%)	D 产品	成本 所占 比例 (%)	E 产品	成本 所占 比例 (%)
成本 分 析	原料成本										
	物料成本										
	人工成本										
	制造费用										
	制造成本										
	毛 利										
	合 计		100		100		100		100		100
同 类 产 品 竞 争 状	生产公司	产品名称	品质等级	售价	估计年销售量	市场占有率	备注				
	1										
	2										
	3										
	4										
	5										
	6										



总经理： 经理： 分析人：

年 月 日

425



十、成本估价单

年 月 日

编号：

产品编号或形式		品 名		规 格		估价单编号			
						客 户			
料及物料			原每打用量及单价						备 注
品 名	规 格	单位用量		单 价	单 位		金 额		

续表

日期		第一次	第二次	第三次	第四次	成品略图
区分						
	原 料					
	物 料					
	损耗 (%)					
工 资						
制造费用						
小 计						
利 润						
合 计						
折合外币						



估 计					
-----	--	--	--	--	--

经理：

厂长：

填表：

十一、促销计划执行表

填表日期： 年 月 日

序号	内 容	内容细化	备 注
1	促销目标		
2	促销措施		
3	总体部署		
4	可能出现问题		
5	相应补救措施		
6	可行性分析		
7	实施前提		

制表人：

十二、促销活动费用预算表

项目	费 用				
	规格	数量	单价	总价	备注

制表：_____

填表日期：_____年____月____日

十三、促销成本分析表

编号：

日期：

方 式	
做法说明	
期 间	
估计费用	
成本收益分 析	
批 示	

裁决：

审核：

分析人：

十四、促销活动计划表

月~ 日

促销 编号	针对 产品	促销 方式	促销期间		负责人	配合 事项	预计 经营	预期 效果	备注
			起	止					

十五、促销阶段周报表

时 间	上周促	效果评估	原因	本周促	具体安排
-----	-----	------	----	-----	------



月 日	星期	销情况			销目标	
	一					
	二					
	三					
	四					
	五					
	六					
	日					
备 注						

制表：_____

填表日期：_____年____月____日

十六、促销活动广告宣传计划表

时 间	
地 点	
资 料	
操作方式	

续表

媒体选择	
宣传重点	
推广范围	
目 的	
费 用	

制表：_____

填表日期：_____年____月____日

十七、促销效果评估表

项目名称：_____

促销日期	媒体选择	投放力度	重点诉求	来访来电	销售情况
------	------	------	------	------	------

制表：

 填表日期：
 _____年
 _____月
 _____日

十八、客户促销计划

月份：

 日期：

客户类别	销售楼盘类别	月 日	月 日	预计访问次数		协同处理问题	目前促销方式	付款状况	负责人	促销方法
		预计销售额	实际销售额	每周	每月					

主管：

 制表：

第四章 销售日、月报表

一、销售日报

店名：

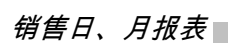
年 月 日

[illegible]

二、销售人员业务预定及实绩报告表

年 月 日

[illegible]



续表

三、货款滞收发生状况报告书

年 月 日

[illegible]



--	--	--	--	--	--	--	--

四、访问客户预定及结果报告书

经办人：

年度：

日期	访问客户						预约	访问结果报告书 (简洁说明进度状况及要点)	分类
	编号	公司名及 工厂名	访问时间	面谈者	所属 部门	电话			
	1								
	2								
	3								
	4							(终了 时 分)	
	1								
	2								
	3								
	4							(终了 时 分)	
	1								
	2								
	3								
	4							(终了 时 分)	

五、宣传业务事项报告书

文件编号：

年 月 日

(A)		(B)				
名称		经费	项目	数量	单价	金额
日期	年 月 日 时					



--	--	--	--	--	--	--

续表

方 法						
		经费合计				
事 后 感 想	有利点	(盈) _____				
		估算合计 (亏) _____				
		变 更 事 项				
	考虑事项					
		备注	附件 <input type="checkbox"/> 有 <input type="checkbox"/> 无			
如实记入报告						
年 月 日 企划部						
考 虑 要 项	1. 同种业务今后仍继续进行 2. 企划方面需要重新考虑 3. 实施方面需考虑 4. 同种业务实施需再考虑 5. 其他	备注	经理	部长	经办人	评价



六、订货统计表

编号：

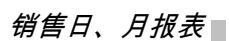
企业名称							负责人								
地 址							电 话								
产品类型	日期	数量	备注	产品 类型	日期	数量	备注	产品 类型	日期	数量	备注				
产品类型	价格	月 份													
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	总计	备注
合 计															

七、订单实绩报告表

单位：

年 月 日

预 定 内 实 绩											预 定 外 实 绩				
预 定				实绩经过											
地 区	客户 名称	品名	金额	品名	金额	决定	其他 公司	内止	延期	分类	地区	客户 名称	品名	金额	区分
当月提出		当月计单额					准确度				完成率		对目标的 完成率		
订单预定 额①		预定内的 订单②		预定外的 订单③		合计	②与① 的比		③与① 的比						

[illegible]



六月	生产											
	销售											

续表

月份	品名											金额
		数量	金额	数量	金额	数量	金额	数量	金额	数量	金额	合计
七月	生产											
	销售											
八月	生产											
	销售											
九月	生产											
	销售											
十月	生产											
	销售											
十一月	生产											
	销售											
十二月	生产											
	销售											
合计	生产											
	销售											

十、推销日报

日期： 天气：

访问顺序	访问对象	洽 谈 类 别				备考	访问费用
		开拓	估价	订货	收款		
记 事							
来访	来 客 名 称			来 访 目 的			

续表续表

年 月 日

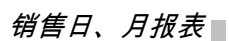
年 月 日



十三、业务情况日报

年 月 日

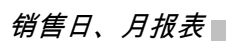
考 勤	部 门	零 售	外 务	仓 库	合 计	销 售	零 件	外 卖	购 物 礼 券	赠 销 金 额	合 计	记 事	
	出 差					进 货	工厂		本店		合 计		
	缺 勤					销 售 品					客 人 来 店 状 况		
	休 假												
接 单	订 购 客 户		品 名	金 额	负 责 人	按 月 付 款	地 区	加 入 者	商 品 种 类		人 数	负 责 人	
出 货	客 户	品 名	来 访 店 名	姓 名		事 件	负 责 人		收 款	收 款 客 户	结 果	负 责 人	
发 报	发 订 单 客 户	事 件				受 信		接 受 订 单 客 户			事 件		
邮 送	地 区		家 数		负 责 人 地 区				家 数	负 责 人	汽 油	机 油	行 走 距 离



十四、销售员实绩综合报告表

年 月

[illegible]

续表

十五、月份销售实绩统计表

[illegible]

十六、商品销售月报表

单位：年 月

品名	容量规格	单位	数量	平均单价	销售金额	平均销售利率	摘要

十七、部门销售管理月报表

单位：年 月

客户	客户	销	退货	收款金额	收款	债权	毛利	毛	回	计划完
----	----	---	----	------	----	----	----	---	---	-----

[illegible]

