

<<市场营销管理体系设计全案>>

图书基本信息

书名：<<市场营销管理体系设计全案>>

13位ISBN编号：9787115292957

10位ISBN编号：7115292957

出版时间：2012-10

出版时间：人民邮电出版社

作者：韩庆龄

页数：557

字数：237000

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

## <<市场营销管理体系设计全案>>

### 内容概要

《市场营销管理体系设计全案》采用“岗位职责+制度+流程+工具+表单+方案”的结构模式，对市场营销管理、市场调研管理、营销策划管理、产品价格管理、广告管理、促销管理、渠道管理、销售业务、客户服务管理、区域管理、销售团队建设共11项市场营销工作内容进行了系统化设计，并提供了一些市场营销管理问题的分析与解决工具。

《市场营销管理体系设计全案》适合企业高层管理人员、市场销售管理人员、咨询师、培训师及高校相关专业师生阅读使用。

# <<市场营销管理体系设计全案>>

## 书籍目录

### 第1章 市场营销管理体系

- 1.1 市场营销管理体系设计
  - 1.1.1 市场营销管理体系10大模块
  - 1.1.2 市场营销管理各模块的构成
- 1.2 市场营销管理各模块体系设计
  - 1.2.1 岗位职责设计
  - 1.2.2 管理制度设计
  - 1.2.3 工作流程设计
  - 1.2.4 执行工具设计
  - 1.2.5 实用表单设计
  - 1.2.6 实施方案设计
- 1.3 市场营销管理流程体系设计
  - 1.3.1 市场流程体系设计
  - 1.3.2 销售流程体系设计
- 1.4 市场营销管理制度体系设计
  - 1.4.1 市场制度体系设计
  - 1.4.2 销售制度体系设计

### 第2章 市场调研管理体系

- 2.1 市场调研管理体系设计
  - 2.1.1 市场调研管理体系设计维度
  - 2.1.2 市场调研管理体系设计要素
- 2.2 市场调研岗位设计
  - 2.2.1 市场调研主管岗位职责
  - 2.2.2 市场调研专员岗位职责
- 2.3 市场调研制度设计
  - 2.3.1 市场调研工作制度
  - 2.3.2 调研实施管理细则
  - 2.3.3 竞争对手调研办法
  - 2.3.4 调研信息管理规定
- 2.4 市场调研流程设计
  - 2.4.1 调研计划编制流程
  - 2.4.2 调研问卷设计流程
  - 2.4.3 市场调研实施流程
  - 2.4.4 调研数据处理流程
  - 2.4.5 市场预测管理流程
- 2.5 市场调研工具设计
  - 2.5.1 市场调研数据收集
  - 2.5.2 市场调研数据分析
  - 2.5.3 市场调研数据处理
  - 2.5.4 市场调研质量控制
  - 2.5.5 市场调研预测分析
- 2.6 市场调研表单设计
  - 2.6.1 市场调研计划表
  - 2.6.2 竞争对手调查表
  - 2.6.3 经销商户调查表

## <<市场营销管理体系设计全案>>

- 2.6.4 畅销产品分析表
- 2.6.5 市场调研报告表
- 2.6.6 市场容量预测表
- 2.6.7 市场占有率预测表
- 2.7 市场调研方案设计
  - 2.7.1 某产品市场需求调研方案
  - 2.7.2 房地产项目市场调研方案
- 第3章 营销策划管理体系
  - 3.1 营销策划管理体系设计
    - 3.1.1 营销策划管理体系设计维度
    - 3.1.2 营销策划管理体系设计要素
  - 3.2 营销策划岗位设计
    - 3.2.1 营销策划主管
    - 3.2.2 营销策划专员
  - 3.3 营销策划制度设计
    - 3.3.1 营销策划工作管理制度
    - 3.3.2 企业危机公关管理办法
  - 3.4 营销策划流程设计
    - 3.4.1 营销策划工作流程
    - 3.4.2 品牌管理工作流程
    - 3.4.3 市场推广策划流程
    - 3.4.4 促销活动策划流程
    - 3.4.5 公关活动策划流程
    - 3.4.6 公共关系管理流程
  - 3.5 营销策划工具设计
    - 3.5.1 营销定位策划分析
    - 3.5.2 营销策划绩效评估
    - 3.5.3 客户品牌认知路径
    - 3.5.4 品牌命名准则与方法
    - 3.5.5 企业形象策划的内容
  - 3.6 营销策划表单设计
    - 3.6.1 营销策划方案审查表
    - 3.6.2 营销策划方案执行表
    - 3.6.3 营销策划报告书模板
  - 3.7 营销策划方案设计
    - 3.7.1 市场营销推广方案
    - 3.7.2 品牌策划推广方案
    - 3.7.3 新产品上市策划方案
- 第4章 产品价格管理体系
  - 4.1 产品价格管理体系设计
    - 4.1.1 产品价格管理体系设计维度
    - 4.1.2 产品价格管理体系设计要素
  - 4.2 产品价格管理岗位设计
    - 4.2.1 产品主管岗位职责
    - 4.2.2 产品专员岗位职责
  - 4.3 产品价格管理制度设计
    - 4.3.1 产品定价管理办法

## <<市场营销管理体系设计全案>>

- 4.3.2 产品价格调整规定
- 4.4 产品价格管理流程设计
  - 4.4.1 产品定价管理流程
  - 4.4.2 价格信息处理流程
  - 4.4.3 产品价格预测流程
  - 4.4.4 产品价格调整流程
  - 4.4.5 应对竞争降价流程
- 4.5 产品价格管理工具设计
  - 4.5.1 价格/质量战略图
  - 4.5.2 定价方法的选择
  - 4.5.3 本量利定价模型
  - 4.5.4 定价策略的确定
  - 4.5.5 价格敏感性分析
- 4.6 产品价格管理表单设计
  - 4.6.1 产品成本估价表
  - 4.6.2 竞争产品调查表
  - 4.6.3 产品降价申请表
  - 4.6.4 产品定价分析表
  - 4.6.5 价格决策作业表
  - 4.6.6 价格变动影响表
- 4.7 产品价格管理方案设计
  - 4.7.1 新产品定价指导方案
  - 4.7.2 新产品上市定价方案
- 第5章 广告管理体系
  - 5.1 广告管理体系设计
    - 5.1.1 广告管理体系设计维度
    - 5.1.2 广告管理体系设计要素
  - 5.2 广告管理岗位设计
    - 5.2.1 广告主管岗位职责
    - 5.2.2 广告专员岗位职责
  - 5.3 广告管理制度设计
    - 5.3.1 广告管理控制制度
    - 5.3.2 广告费用预算规定
  - 5.4 广告管理流程设计
    - 5.4.1 广告宣传管理流程
    - 5.4.2 广告媒体选择流程
    - 5.4.3 宣传物品制作流程
    - 5.4.4 广告合同制定流程
    - 5.4.5 广告合同执行流程
    - 5.4.6 影视广告制作流程
  - 5.5 广告管理工具设计
    - 5.5.1 广告促销开展程序
    - 5.5.2 广告媒体的选择工具
    - 5.5.3 广告投放策略的选择
    - 5.5.4 广告效果的测量模型
    - 5.5.5 广告传播效果测定模式
    - 5.5.6 广告效果评估体系模型

## <<市场营销管理体系设计全案>>

- 5.5.7 广告效果评估指标体系
- 5.6 广告管理表单设计
  - 5.6.1 年度广告计划表
  - 5.6.2 广告预算分配表
  - 5.6.3 广告效果分析表
  - 5.6.4 广告效果反馈表
  - 5.6.5 媒体利用评价表
  - 5.6.6 广告展示效果比较表
  - 5.6.7 广告效果追踪分析表
- 5.7 广告管理方案设计
  - 5.7.1 广告策划方案
  - 5.7.2 网络广告投放方案
  - 5.7.3 广告计划书编制方案
  - 5.7.4 广告效果调查评估方案
- 第6章 促销管理体系
  - 6.1 促销管理体系设计
    - 6.1.1 促销管理体系设计维度
    - 6.1.2 促销管理体系设计要素
  - 6.2 促销管理岗位设计
    - 6.2.1 促销主管岗位职责
    - 6.2.2 促销专员岗位职责
  - 6.3 促销管理制度设计
    - 6.3.1 促销工作管理制度
    - 6.3.2 促销现场管理办法
  - 6.4 促销管理流程设计
    - 6.4.1 促销计划制订流程
    - 6.4.2 促销计划实施流程
    - 6.4.3 促销活动评估流程
    - 6.4.4 促销奖惩管理流程
  - 6.5 促销管理工具设计
    - 6.5.1 促销实施五要素
    - 6.5.2 推动/拉引策略模型
    - 6.5.3 选择促销方式的模型
    - 6.5.4 促销实施监督与控制
    - 6.5.5 促销效果评估方法选择
  - 6.6 促销管理表单设计
    - 6.6.1 促销工作计划表
    - 6.6.2 促销活动申请表
    - 6.6.3 促销活动计划表
    - 6.6.4 促销成本统计表
    - 6.6.5 促销活动总结表
    - 6.6.6 促销效果评估表
  - 6.7 促销管理方案设计
    - 6.7.1 某服装年度促销方案
    - 6.7.2 中秋节月饼促销方案
    - 6.7.3 商场“五一”促销方案
    - 6.7.4 元旦购物抽奖促销方案

## <<市场营销管理体系设计全案>>

### 第7章 渠道管理体系

#### 7.1 渠道管理体系设计

##### 7.1.1 渠道管理体系设计维度

##### 7.1.2 渠道管理体系设计要素

#### 7.2 渠道管理岗位设计

##### 7.2.1 渠道经理岗位职责

##### 7.2.2 渠道主管岗位职责

##### 7.2.3 渠道专员岗位职责

#### 7.3 渠道管理流程设计

##### 7.3.1 直销商管理流程

##### 7.3.2 经销商开发流程

##### 7.3.3 加盟商管理流程

##### 7.3.4 渠道成员管理流程

##### 7.3.5 渠道控制管理流程

#### 7.4 渠道管理制度设计

##### 7.4.1 直销商管理制度

##### 7.4.2 经销商管理制度

##### 7.4.3 店铺管理工作制度

##### 7.4.4 渠道管理控制制度

##### 7.4.5 连锁加盟店管理制度

#### 7.5 渠道管理工具设计

##### 7.5.1 销售渠道结构的设计

##### 7.5.2 不同产品的渠道策略

##### 7.5.3 渠道促销方式的选择

##### 7.5.4 渠道促销的5W2H 法

##### 7.5.5 终端促销策略的选择

##### 7.5.6 终端促销的评估方法

##### 7.5.7 渠道窜货的管理工具

##### 7.5.8 经销商管理控制工具

##### 7.5.9 批发商管理控制工具

#### 7.6 渠道管理表单设计

##### 7.6.1 代理商申请表

##### 7.6.2 直销人员申请表

##### 7.6.3 连锁加盟申请表

##### 7.6.4 渠道业绩统计表

##### 7.6.5 渠道开发进度表

##### 7.6.6 渠道关系加强对策表

##### 7.6.7 渠道成员注册登记表

##### 7.6.8 渠道专卖卖场建设申报资料表

#### 7.7 渠道管理方案设计

##### 7.7.1 渠道激励方案

##### 7.7.2 渠道建设方案

##### 7.7.3 渠道窜货预防方案

##### 7.7.4 连锁加盟店招募方案

### 第8章 销售业务体系

#### 8.1 销售业务体系设计

##### 8.1.1 销售业务体系设计维度

## <<市场营销管理体系设计全案>>

- 8.1.2 销售业务体系设计要素
- 8.2 销售业务岗位设计
  - 8.2.1 销售主管岗位职责
  - 8.2.2 销售专员岗位职责
- 8.3 销售业务制度设计
  - 8.3.1 新客户开发管理制度
  - 8.3.2 客户订货管理规定
  - 8.3.3 公司发货管理制度
  - 8.3.4 销售回款管理办法
  - 8.3.5 差旅费的控制制度
  - 8.3.6 销售订单管理规定
  - 8.3.7 销售合同评审办法
- 8.4 销售业务流程设计
  - 8.4.1 客户开发管理流程
  - 8.4.2 客户订货管理流程
  - 8.4.3 销售发货管理流程
  - 8.4.4 客户退货管理流程
  - 8.4.5 销售回款管理流程
  - 8.4.6 逾期付款管理流程
- 8.5 销售业务工具设计
  - 8.5.1 回款政策的制定方法
  - 8.5.2 回款的绩效评估标准
  - 8.5.3 销售合同的内容管理
  - 8.5.4 账款催收的控制内容
  - 8.5.5 坏账形成与控制方法
  - 8.5.6 销售费用的构成项目
  - 8.5.7 销售费用的控制方法
- 8.6 销售业务表单设计
  - 8.6.1 客户开发计划表
  - 8.6.2 客户开发报告表
  - 8.6.3 客户开发统计表
  - 8.6.4 客户订货登记表
  - 8.6.5 年度订货统计表
  - 8.6.6 公司发货管理表
  - 8.6.7 客户退货管理表
  - 8.6.8 销售合同统计表
  - 8.6.9 应收账款明细表
  - 8.6.10 应收账款年度分析表
  - 8.6.11 应收账款收款安排表
- 8.7 销售业务方案设计
  - 8.7.1 订货会实施方案
  - 8.7.2 销售回款奖励方案
  - 8.7.3 市场开发计划方案
  - 8.7.4 应收账款催讨方案
- 第9章 客户服务管理体系
  - 9.1 客户服务管理体系设计
    - 9.1.1 客户服务管理体系设计维度



## <<市场营销管理体系设计全案>>

- 9.1.2 客户服务管理体系设计要素
- 9.2 客户服务岗位设计
  - 9.2.1 客户服务主管岗位职责
  - 9.2.2 客户服务专员岗位职责
- 9.3 客户服务制度设计
  - 9.3.1 客户服务管理办法
  - 9.3.2 客户信用管理规定
  - 9.3.3 客户投诉管理制度
  - 9.3.4 客户信息管理制度
  - 9.3.5 售后服务管理制度
- 9.4 客户服务流程设计
  - 9.4.1 客户关系管理流程
  - 9.4.2 客户信用调查流程
  - 9.4.3 客户投诉接待流程
  - 9.4.4 客户投诉处理流程
  - 9.4.5 客户资料管理流程
  - 9.4.6 售后服务管理流程
- 9.5 客户服务工具设计
  - 9.5.1 客户满意度的衡量工具
  - 9.5.2 提高客户忠诚度的方法
  - 9.5.3 不同等级忠诚度的维护
  - 9.5.4 客户投诉处理模型
  - 9.5.5 客户关怀方法的选择
  - 9.5.6 大客户关系发展模型
  - 9.5.7 大客户关系维护技巧
  - 9.5.8 客户信息管理的应用
  - 9.5.9 售后服务人员的能力
  - 9.5.10 呼叫中心的绩效考核
- 9.6 客户服务表单设计
  - 9.6.1 客户资料管理表
  - 9.6.2 客户区域分析表
  - 9.6.3 客户拜访记录表
  - 9.6.4 客户关系评估表
  - 9.6.5 客户信用分析表
  - 9.6.6 客户信用评价表
  - 9.6.7 客户投诉登记表
  - 9.6.8 客户投诉分析表
- 9.7 客户服务方案设计
  - 9.7.1 客户信用评级方案
  - 9.7.2 客户投诉处理方案
  - 9.7.3 客户回访工作方案
- 第10章 区域管理体系
  - 10.1 区域管理体系设计
    - 10.1.1 区域管理体系设计维度
    - 10.1.2 区域管理体系设计要素
  - 10.2 区域管理岗位设计
    - 10.2.1 区域经理岗位职责

## <<市场营销管理体系设计全案>>

- 10.2.2 区域主管岗位职责
- 10.3 区域管理制度设计
  - 10.3.1 区域市场构建规定
  - 10.3.2 区域市场管理制度
  - 10.3.3 分公司/办事处管理制度
- 10.4 区域管理流程设计
  - 10.4.1 区域市场构建流程
  - 10.4.2 区域市场管理流程
- 10.5 区域管理工具设计
  - 10.5.1 进入区域市场方式
  - 10.5.2 区域市场管控内容
  - 10.5.3 销售分公司的管控
- 10.6 区域管理表单设计
  - 10.6.1 区域市场规划表
  - 10.6.2 分公司设立申请表
  - 10.6.3 分公司/办事处开户计划表
- 10.7 区域管理方案设计
  - 10.7.1 区域市场筹建方案
  - 10.7.2 区域市场营销方案
- 第11章 销售团队建设体系
  - 11.1 销售团队建设体系设计
    - 11.1.1 销售团队建设体系设计维度
    - 11.1.2 销售团队建设体系设计要素
  - 11.2 销售团队管理岗位设计
    - 11.2.1 营销总监岗位职责
    - 11.2.2 销售部经理岗位职责
  - 11.3 销售团队管理制度设计
    - 11.3.1 销售人员招聘管理制度
    - 11.3.2 销售人员培训管理制度
    - 11.3.3 销售人员薪酬管理制度
    - 11.3.4 销售人员考核管理制度
  - 11.4 销售团队管理流程设计
    - 11.4.1 销售人员招聘管理流程
    - 11.4.2 销售人员培训管理流程
    - 11.4.3 销售人员薪酬管理流程
    - 11.4.4 销售人员绩效考核流程
  - 11.5 销售团队管理工具设计
    - 11.5.1 销售人员招聘设计
    - 11.5.2 销售人员薪酬设计
    - 11.5.3 销售人员培训设计
    - 11.5.4 销售人员绩效设计
    - 11.5.5 销售团队组织管理
  - 11.6 销售团队管理表单设计
    - 11.6.1 人员需求申请表
    - 11.6.2 人员面试记录表
    - 11.6.3 培训需求申请表
    - 11.6.4 培训效果评估表

## <<市场营销管理体系设计全案>>

- 11.6.5 员工薪资调整表
- 11.6.6 业绩奖金核定表
- 11.6.7 月度绩效考核表
- 11.6.8 年度绩效考核表
- 11.6.9 绩效面谈记录表
- 11.7 销售团队管理方案设计
  - 11.7.1 销售人员绩效考核方案
  - 11.7.2 销售人员业绩奖励方案
- 第12章 市场营销管理问题分析与解决工具
  - 12.1 市场营销管理问题分析工具
    - 12.1.1 鱼骨图分析法
    - 12.1.2 五个“为什么”
    - 12.1.3 “是-非”矩阵法
    - 12.1.4 问题树分析法
    - 12.1.5 4W1H 分析法
  - 12.2 市场营销管理问题解决工具
    - 12.2.1 德尔菲法
    - 12.2.2 KT决策法
    - 12.2.3 头脑风暴法
    - 12.2.4 决策树分析法
    - 12.2.5 8D问题解决法

## <<市场营销管理体系设计全案>>

### 编辑推荐

你是否还在为企业如何应对激烈的市场竞争而苦恼？

市场营销管理究竟要管理什么？

怎么管理？

各营销岗位的岗位职责和管理制度有哪些？

是否有可以参照的执行工具和实用表单？

阅读《市场营销管理体系设计全案(附光盘)》，您将获得并了解有关于市场营销管理问题的分析与解决工具，帮助您实现市场营销管理的体系化、精细化和实务化，通过学习和掌握书中给出的大量管理范例和模板，结合企业实际加以修改套用，将大大节省您的工作时间，提高工作效率。

同时，《市场营销管理体系设计全案(附光盘)》配有光盘。

光盘内容为《市场营销管理体系设计全案(附光盘)》配套培训学习PPT课件，方便大家进一步学习和使用。

<<市场营销管理体系设计全案>>

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>