第一图书网, tushu007.com

<<市场营销精细化管理全案>>

图书基本信息

书名：<<市场营销精细化管理全案>>

13位ISBN编号：9787115190109

10位ISBN编号：7115190100

出版时间：2008-12

出版时间：人民邮电出版社

作者：程淑丽,无王宏 编著

页数：673

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

前言

弗布克精细化管理全案系列旨在通过职位说明、制度、工具、流程和方案“五位一体”的整合，将执行落实到具体的岗位和具体的人员，从而形成具体执行工作的全案。

为了方便读者“拿来即用”、“改了能用”、“易于套用”，我们对各部分的内容都进行了“模板化”设计，以方便读者进行适合于本企业的个性化使用和修改套用。

《市场营销精细化管理全案》详细地叙述了市场营销各职能部门的组织结构设计、职位说明书、营销调研、营销计划、广告、促销、销售、客户关系、大客户管理、新产品开发与上市、销售人员管理共11个工作大项，基本涵盖了市场营销管理的全部工作内容。

《市场营销精细化管理全案》突破了同类图书简单罗列制度和工具的局限，集系统性、操作性、工具性、全案性和精细化于一体，从职位说明、制度、工具、流程和方案5个角度构建了市场营销精细化管理的全案。

本书共设计12个部门的岗位设置，42个岗位说明书，73个管理业务流程，127个精细管理方案，22套精细管理制度。
通过这些内容的设计，不但构建了市场营销精细化管理的内容框架，而且形成了市场营销精细化管理的内容体系。

本书最大的特色就在于通过对市场营销各职位的描述，将各项工作通过“四性一化”和“五位一体”共10个方面进行逐步落实和精细化，以使得每一项具体的工作能够按照流程和相关规范有序进行。

内容概要

本书提供了“ 职位说明+制度+工具+流程+方案 ”五位一体的市场营销精细化管理操作全案。

本书从职能机构设置开始，通过大量的制度、表格、流程和方案，细化了营销调研、营销计划、广告、促销、销售、客户关系、大客户管理、新产品开发与上市、销售人员管理等具体工作事项，并给出了各部门绩效考核表，真正实现了市场营销的精细化管理，具有很强的实务性与操作性。

本书适合市场营销管理人员、各级营销主管及工作人员以及企业培训师、咨询师和高校教师、学者阅读。

第一图书网, tushu007.com

<<市场营销精细化管理全案>>

书籍目录

第1章　市场营销各职能机构设置与管理方案　1.1　市场营销各职能部门岗位设置　1.1.1　市场部岗位设置　1.1.2　销售部岗位设置　1.1.3　企划部岗位设置　1.1.4　促销部岗位设置　1.1.5　客服部岗位设置　1.1.6　广告部岗位设置　1.1.7　品牌部岗位设置　1.1.8　大客户部岗位设置　1.1.9　区域市场部岗位设置　1.1.10　网络营销部岗位设置　1.1.11　电话销售部岗位设置　1.1.12　销售分公司岗位设置　1.2　市场营销各职能部门岗位职责　1.2.1　市场部经理岗位职责　1.2.2　销售部经理岗位职责　1.2.3　企划部经理岗位职责　1.2.4　促销部经理岗位职责　1.2.5　客户部经理岗位职责　1.2.6　广告部经理岗位职责　1.2.7　品牌部经理岗位职责　1.2.8　大客户部经理岗位职责　1.2.9　区域市场部经理岗位职责　1.2.10　网络营销部经理岗位职责　1.2.11　电话销售部经理岗位职责　1.2.12　销售分公司经理岗位职责　1.2.13　市场调研主管岗位职责　1.2.14　市场策划主管岗位职责　1.2.15　市场拓展主管岗位职责　1.2.16　市场公关主管岗位职责　1.2.17　促销推广主管岗位职责　1.2.18　促销培训主管岗位职责　1.2.19　促销督导主管岗位职责　1.2.20　客户开发主管岗位职责　1.2.21　客户维护主管岗位职责　1.2.22　客户投诉主管岗位职责　1.2.23　售后服务主管岗位职责　1.2.24　呼叫中心主管岗位职责　1.2.25　品牌策划主管岗位职责　1.2.26　品牌运营主管岗位职责　1.2.27　电子商务主管岗位职责　1.2.28　电话销售主管岗位职责　1.2.29　销售内勤主管岗位职责　1.2.30　销售主管岗位职责　1.2.31　产品主管岗位职责　1.2.32　媒介主管岗位职责　1.2.33　创意主管岗位职责　1.2.34　渠道主管岗位职责　1.2.35　商务助理岗位职责　1.2.36　销售专员岗位职责　1.2.37　市场调研专员岗位职责　1.2.38　市场公关专员岗位职责　1.2.39　促销专员岗位职责　1.2.40　渠道专员岗位职责　1.2.41　文案专员岗位职责　1.2.42　销售内勤岗位职责　1.3　市场营销各职能部门绩效指标　1.3.1　市场部绩效指标　1.3.2　销售部绩效指标　1.3.3　企划部绩效指标　1.3.4　促销部绩效指标　1.3.5　客服部绩效指标　1.3.6　广告部绩效指标　1.3.7　品牌部绩效指标　1.3.8　大客户部绩效指标　1.3.9　区域市场部绩效指标　1.3.10　网络营销部绩效指标　1.3.11　电话销售部绩效指标　1.3.12　销售分公司绩效指标　1.4　市场营销各职能部门管理方案　1.4.1　市场部管理制度　1.4.2　市场部工作计划　1.4.3　市场部工作总结　1.4.4　销售部管理制度　1.4.5　销售部工作计划　1.4.6　销售部工作总结　1.4.7　市场调研管理制度　1.4.8　策划中心管理制度　1.4.9　广告宣传管理制度　1.4.10　促销人员管理规范　1.4.11　促销活动管理规定　1.4.12　产品品牌管理办法　1.4.13　渠道销售管理规定　1.4.14　销售费用控制细则　1.4.15　区域市场管理办法　1.4.16　网络营销管理规定　1.4.17　电话销售管理制度　1.4.18　客户关系管理办法　1.4.19　客户信息管理制度　1.4.20　售后服务管理办法　1.4.21　客户投诉处理规则　1.4.22　大客户综合管理制度　第2章　营销调研精细化管理　2.1　调研业务流程　2.1.1　设计调研方案流程　2.1.2　调查问卷设计流程　2.1.3　调研结果使用流程　2.1.4　案头调研工作流程　2.1.5　调研数据处理流程　2.2　调研方案　2.2.1　药品消费市场调研方案　2.2.2　房地产项目市场调研方案　2.2.3　校园产品需求市场调研方案　2.3　调查问卷样例　2.3.1　网络购物调查问卷　2.3.2　杂志市场调查问卷　2.3.3　乳制品消费调查问卷　2.3.4　化妆品市场调查问卷　2.3.5　服装区域市场调查问卷　2.3.6　家用电器消费调查问卷　2.3.7　家政服务市场调查问卷　2.3.8　玩具市场调查问卷　2.3.9　快递行业市场调查问卷　2.3.10　旅游服务市场调查问卷　2.3.11　数码产品市场调查问卷　2.3.12　汽车品牌认知度调查问卷　2.3.13　特许经营渠道客户调查问卷　2.3.14　房地产项目开发市场调查问卷　2.4　调研报告大纲　2.4.1　服装行业市场调研报告大纲　2.4.2　房地产项目市场调研报告大纲　2.4.3　婴幼儿用品市场调研报告大纲　2.4.4　日化产品农村市场调研报告大纲　2.4.5　办公产品销售渠道调研报告大纲第3章　营销计划精细化管理　3.1　营销计划业务流程　3.1.1　战略营销管理流程　3.1.2　市场预测工作流程　3.1.3　销售预测工作流程　3.1.4　营销计划编制流程　3.1.5　营销计划调整流程　3.1.6　营销策略制定流程　3.1.7　销售费用预算流程　3.1.8　零基预算法预算流程　3.1.9　营销环境机会评价流程　3.1.10　阶段性市场政策制定流程　3.2　营销计划方案　3.2.1　企业年度营销计划书　3.2.2　企业年度销售计划书　3.2.3　分公司年度销售计划书　3.2.4　产品年度营销计划书　3.2.5　产品月度营销计划书　3.2.6　超市月度营销计划书　3.2.7　产品区域营销计划书

3.2.8 楼盘项目营销计划书 3.2.9 渠道销售工作计划书 3.2.10 酒店年度营销计划书 第4章 营销企划精细化管理 4.1 营销企划业务流程 4.1.1 营销策划管理流程 4.1.2 选择目标市场流程 4.1.3 市场定位工作流程 4.1.4 市场重新定位流程 4.1.5 产品定价企划流程 4.1.6 产品价格调整流程 4.1.7 品牌定位工作流程 4.1.8 品牌管理工作流程 4.1.9 品牌延伸工作流程 4.1.10 营销渠道设计流程 4.1.11 公关活动策划流程 4.2 市场企划方案 4.2.1 空调市场企划方案 4.2.2 茶饮料市场企划方案 4.2.3 旅行社市场企划方案 4.2.4 购物城市场营销策划方案 4.3 价格企划方案 4.3.1 产品市场定价方案 4.3.2 项目价格企划方案 4.3.3 产品调价方案指导书 4.4 品牌企划方案 4.4.1 品牌策划推广方案 4.4.2 年度品牌规划方案 4.4.3 产品品牌建设方案 4.4.4 品牌重塑实施方案 4.4.5 品牌创新战略方案 4.5 渠道企划方案 4.5.1 产品分销渠道企划方案 4.5.2 医药营销渠道设计方案 4.6 公关企划方案 4.6.1 周年庆典策划方案 4.6.2 危机公关处理方案 4.6.3 新闻发布会实施方案 4.6.4 酒店公关营销企划方案 4.6.5 商场开业庆典策划方案 4.6.6 厂商联谊会活动企划案第5章 广告精细化管理 5.1 广告业务流程 5.1.1 广告策划流程 5.1.2 广告媒介选择流程 5.1.3 网络广告策划流程 5.1.4 广告费用预算流程 5.1.5 广告合同签订流程 5.1.6 广告合同执行流程 5.1.7 广告创意表现流程 5.1.8 影视广告制作流程 5.1.9 广告效果评估流程 5.1.10 广告宣传品制作流程 5.2 营销广告方案 5.2.1 广告计划书编制方案 5.2.2 楼盘项目广告策划书 5.2.3 学习机广告策划书 5.2.4 蒸馏水广告策划书 5.2.5 感冒药广告策划书 5.2.6 女士香水广告策划书 5.2.7 手表网络广告策划书 5.2.8 广告效果调查评估方案 5.2.9 广告发布委托合同书样例 5.2.10 广告整体代理协议样例第6章 促销精细化管理 6.1 促销业务流程 6.1.1 年度促销计划流程 6.1.2 促销方案制定流程 6.1.3 年度促销预算流程 6.1.4 促销计划执行流程 6.1.5 人力促销管理流程 6.1.6 促销效果评估流程 6.2 促销方案 6.2.1 消费者年度促销计划书 6.2.2 经销商年度促销计划书 6.2.3 元旦购物抽奖促销方案 6.2.4 情人节鲜花礼品促销方案 6.2.5 服装商城妇女节促销方案 6.2.6 电器城国际劳动节促销方案 6.2.7 化妆品母亲节促销方案 6.2.8 商场儿童节促销方案 6.2.9 超市端午节促销方案 6.2.10 大卖场夏季促销方案 6.2.11 中秋节月饼促销方案 6.2.12 购物中心国庆节促销方案 6.2.13 饮料产品促销方案 6.2.14 陶瓷产品套餐促销方案 6.2.15 运动服装专卖店促销方案 6.2.16 房地产项目促销建议书第7章 销售精细化管理 7.1 销售业务流程 7.1.1 营销控制管理流程 7.1.2 销售费用管理流程 7.1.3 费用预算控制流程 7.1.4 销售回款管理流程 7.1.5 预付款项结算流程 7.1.6 问题账款处理流程 7.1.7 销售合同管理流程 7.1.8 订货工作管理流程 7.1.9 发货工作管理流程 7.1.10 调货工作管理流程 7.1.11 退货工作管理流程 7.1.12 渠道控制管理流程 7.1.13 经销商开发流程 7.1.14 渠道成员管理流程 7.2 渠道管理方案 7.2.1 渠道招商会操作方案 7.2.2 连锁加盟店招募方案 7.2.3 分销商管理控制方案 7.2.4 经销商年终奖励方案 7.2.5 分销渠道信誉评价方案 7.2.6 分销渠道冲突解决方案 7.2.7 分销渠道窜货预防方案 7.3 电话营销管理 7.3.1 保健品电话销售策划方案 7.3.2 办公用品电话销售方案 7.3.3 电话销售人员礼仪方案 7.4 网络营销管理 7.4.1 手机网络营销策划方案 7.4.2 服装网络营销策划方案 7.4.3 化妆品网络营销策划方案 7.5 区域营销方案 7.5.1 啤酒区域市场营销方案 7.5.2 旅游产品区域市场营销方案 7.5.3 电动自行车区域市场推广方案 7.6 分公司营销方案 7.6.1 家电分公司营销方案 7.6.2 装饰分公司营销方案 7.6.3 白酒分公司营销方案 7.7 销售合同样例 7.7.1 商品销售合同样例 7.7.2 软件销售合同样例 7.7.3 设备销售合同样例 7.7.4 代理销售合同样例 7.7.5 连锁加盟合同样例 7.7.6 直销经营合同样例 7.7.7 办公设备销售合同样例 7.7.8 家电代理销售协议样例 7.8 销售回款方案 7.8.1 销售回款管理方案 7.8.2 销售回款催收方案第8章 客户关系精细化管理 8.1 客户关系业务流程 8.1.1 客户接待工作流程 8.1.2 客户开发工作流程 8.1.3 客户关系维护流程 8.1.4 客户投诉处理流程 8.1.5 客户回访工作流程 8.2 客户开发方案 8.2.1 通用客户开发方案 8.2.2 团购客户开发方案 8.3 客户关系方案 8.3.1 客户参观接待方案 8.3.2 客户接待费用方案 8.3.3 客户档案管理方案 8.3.4 客户关系维护方案 8.3.5 客户投诉处理方案 8.3.6 客户评估管理方案 8.3.7 客户提案管理方案 8.3.8 客户满意度评价方案 8.3.9 客户数据库管理方案 8.3.10 客户当面回访管理方案

8.3.11 客户电话回访管理方案第9章 大客户精细化管理 9.1 大客户业务流程 9.1.1 大客户筛选流程 9.1.2 大客户拜访流程 9.1.3 大客户建议处理流程 9.1.4 大客户级别变化流程 9.1.5 大客户资格审核流程 9.2 大客户管理方案 9.2.1 大客户开发方案 9.2.2 大客户服务方案 9.2.3 大客户信用管理方案 9.2.4 大客户流失管理方案 9.2.5 大客户信息管理方案第10章 新产品开发与上市精细化管理 10.1 新产品开发业务流程 10.1.1 新产品开发工作管理流程 10.1.2 新产品上市计划制订流程 10.1.3 新产品包装决策工作流程 10.1.4 新产品促销工作管理流程 10.2 新产品开发企划 10.2.1 新产品市场开发计划书 10.2.2 新产品开发可行性报告 10.2.3 新产品开发实施方案 10.2.4 男士护理品品牌开发实施方案 10.3 新产品上市企划 10.3.1 新产品上市建议书 10.3.2 新产品上市策划方案 10.3.3 新产品上市推广方案 10.3.4 空调上市推广方案 10.3.5 厨具上市推广方案 10.3.6 饼干新品上市推广方案 10.3.7 护肤品上市解决方案 10.3.8 洗发水上市企划方案 10.3.9 新产品上市发布会策划方案第11章 销售人员精细化管理 11.1 销售人员管理业务流程 11.1.1 销售人员培训管理流程 11.1.2 销售人员薪酬设计流程 11.1.3 销售人员考核管理流程 11.2 销售人员培训管理方案 11.2.1 营销人员培训计划书 11.2.2 市场部人员培训方案 11.2.3 销售人员培训实施方案 11.2.4 汽车销售人员培训方案 11.2.5 服装销售人员培训方案 11.2.6 酒厂销售人员培训方案 11.2.7 酒店销售人员培训方案 11.2.8 广告销售人员培训方案 11.2.9 电话销售人员培训方案 11.2.10 房产销售人员培训方案 11.3 销售人员绩效管理方案 11.3.1 营销人员考核实施方案 11.3.2 销售人员绩效考核方案 11.3.3 市场调查人员考核方案 11.3.4 房产销售人员考核方案 11.3.5 销售团队考核实施方案 11.4 销售人员薪酬管理方案 11.4.1 房产销售人员薪酬方案 11.4.2 销售人员奖金管理方案 11.4.3 销售团队奖金实施方案

编辑推荐

《市场营销精细化管理全案》适合市场营销管理人员、各级营销主管及工作人员以及企业培训师、咨询师和高校教师、学者阅读。
《市场营销精细化管理全案》内含12个部门岗位设置，42个岗位说明书，22套精细管理制度，73个管理业务流程，127个精细管理方案。
细化到每一个工作事项的流程和模板，五位一体的高效执行工具和方案大全。

第一图书网, tushu007.com

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