

<<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：9787115275592

10位ISBN编号：7115275599

出版时间：2012-4

出版时间：人民邮电出版社

作者：程淑丽

页数：674

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>

<<市场营销精细化管理全案>>

内容概要

《市场营销精细化管理全案（第2版）》从市场营销部门的岗位设置出发，通过流程、制度、方案、文案“四位一体”的整合，细化了营销调研、营销计划管理、营销策划、产品上市管理、广告执行、促销管理、销售管理、网络营销管理、客户关系管理、大客户管理、渠道管理、营销人员管理共12大工作事项，可以帮助企业对市场营销工作进行精细化管理，具有很强的操作性。

《市场营销精细化管理全案（第2版）》适用于企业市场营销管理人员、市场营销一线人员，以及市场营销培训师、咨询师和高校相关专业师生阅读、使用。

<<市场营销精细化管理全案>>

书籍目录

第1章 市场营销职能机构设置精细化管理

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
- 1.1.13 销售办事处岗位设置

1.2 各职能部门经理级别岗位职责

- 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 客服部经理岗位职责
- 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 网络销售部经理岗位职责
- 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 销售办事处主任岗位职责

1.3 各职能部门主管级别岗位职责

- 1.3.1 市场调研主管岗位职责
- 1.3.2 市场策划主管岗位职责
- 1.3.3 市场拓展主管岗位职责
- 1.3.4 市场公关主管岗位职责
- 1.3.5 促销推广主管岗位职责
- 1.3.6 促销培训主管岗位职责
- 1.3.7 促销督导主管岗位职责
- 1.3.8 客户开发主管岗位职责
- 1.3.9 客户维护主管岗位职责
- 1.3.10 客户投诉主管岗位职责
- 1.3.11 售后服务主管岗位职责
- 1.3.12 大客户主管岗位职责
- 1.3.13 客户信息主管岗位职责
- 1.3.14 呼叫中心主管岗位职责
- 1.3.15 品牌策划主管岗位职责

<<市场营销精细化管理全案>>

- 1.3.16 品牌运营主管岗位职责
- 1.3.17 电子商务主管岗位职责
- 1.3.18 电话销售主管岗位职责
- 1.3.19 销售内勤主管岗位职责
- 1.3.20 销售主管岗位职责
- 1.3.21 产品主管岗位职责
- 1.3.22 媒介主管岗位职责
- 1.3.23 创意主管岗位职责
- 1.3.24 渠道主管岗位职责
- 1.4 各职能部门专员级别岗位职责
 - 1.4.1 商务助理岗位职责
 - 1.4.2 销售专员岗位职责
 - 1.4.3 市场调研专员岗位职责
 - 1.4.4 市场公关专员岗位职责
 - 1.4.5 促销专员岗位职责
 - 1.4.6 渠道专员岗位职责
 - 1.4.7 文案专员岗位职责
 - 1.4.8 销售内勤岗位职责
- 1.5 市场营销各职能部门绩效指标
 - 1.5.1 市场部绩效指标
 - 1.5.2 销售部绩效指标
 - 1.5.3 企划部绩效指标
 - 1.5.4 促销部绩效指标
 - 1.5.5 客服部绩效指标
 - 1.5.6 广告部绩效指标
 - 1.5.7 品牌部绩效指标
 - 1.5.8 大客户部绩效指标
 - 1.5.9 区域市场部绩效指标
 - 1.5.10 网络营销部绩效指标
 - 1.5.11 电话营销部绩效指标
 - 1.5.12 销售分公司绩效指标
- 1.6 市场营销各职能部门管理制度
 - 1.6.1 市场部管理制度
 - 1.6.2 销售部管理制度
 - 1.6.3 企划部管理制度
- 1.7 市场营销各职能部门管理文案
 - 1.7.1 市场部工作计划
 - 1.7.2 市场部工作总结
 - 1.7.3 销售部工作计划
 - 1.7.4 销售部工作总结
- 第2章 营销调研精细化管理
 - 2.1 营销调研业务流程
 - 2.1.1 调研方案设计流程
 - 2.1.2 调研问卷设计流程
 - 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

<<市场营销精细化管理全案>>

- 2.2 营销调研工作制度
 - 2.2.1 市场调研管理制度
 - 2.2.2 调研实施管理办法
 - 2.2.3 市场调研信息管理规定
 - 2.2.4 竞争对手调研管理办法
 - 2.2.5 营销调研人员操作规范
- 2.3 营销调研工作方案
 - 2.3.1 产品市场需求调研方案
 - 2.3.2 新产品上市市场调研方案
- 2.4 调研问卷范本
 - 2.4.1 品牌认知度调研问卷
 - 2.4.2 产品网络营销调研问卷
 - 2.4.3 出版行业市场调研问卷
 - 2.4.4 食品行业消费者调研问卷
 - 2.4.5 服装行业市场调研问卷
 - 2.4.6 家电行业消费调研问卷
 - 2.4.7 电子行业市场调研问卷
 - 2.4.8 玩具行业市场调研问卷
 - 2.4.9 快递行业市场调研问卷
 - 2.4.10 旅游服务行业调研问卷
 - 2.4.11 家政服务市场调研问卷
 - 2.4.12 日用化工行业市场调研问卷
 - 2.4.13 特许经营渠道客户调研问卷
 - 2.4.14 地产项目开发市场调研问卷
- 2.5 调研报告大纲
 - 2.5.1 产品目标市场调研报告大纲
 - 2.5.2 产品销售渠道调研报告大纲
 - 2.5.3 服装行业市场调研报告大纲
 - 2.5.4 房地产项目市场调研报告大纲
 - 2.5.5 婴幼儿用品行业市场分析报告大纲
- 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 营销战略管理流程
 - 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 营销计划工作制度
 - 3.2.1 营销计划管理制度
 - 3.2.2 营销计划制订规定
 - 3.2.3 销售预算管理制度
 - 3.3 营销计划方案设计

<<市场营销精细化管理全案>>

- 3.3.1 公司年度营销计划书
- 3.3.2 公司年度销售计划书
- 3.3.3 分公司年销售计划书
- 3.3.4 产品年度营销计划书
- 3.3.5 产品月度营销计划书
- 3.3.6 超市月度营销计划书
- 3.3.7 产品区域营销计划书
- 3.3.8 渠道销售工作计划书
- 第4章 营销策划精细化管理
 - 4.1 营销策划业务流程
 - 4.1.1 营销策划管理流程
 - 4.1.2 市场重新定位流程
 - 4.1.3 产品定价企划流程
 - 4.1.4 产品价格调整流程
 - 4.1.5 品牌定位工作流程
 - 4.1.6 品牌管理工作流程
 - 4.1.7 品牌延伸工作流程
 - 4.1.8 公关活动策划流程
 - 4.1.9 广告策划管理流程
 - 4.1.10 网络广告策划流程
 - 4.2 营销策划工作制度
 - 4.2.1 产品定价管理办法
 - 4.2.2 产品价格调整制度
 - 4.2.3 产品品牌管理办法
 - 4.2.4 危机公关管理办法
 - 4.2.5 广告策划管理办法
 - 4.3 营销策划方案设计
 - 4.3.1 产品营销策划方案
 - 4.3.2 服务营销策划方案
 - 4.3.3 项目营销策划方案
 - 4.3.4 市场营销推广方案
 - 4.4 价格策划方案设计
 - 4.4.1 产品定价方案范本
 - 4.4.2 项目定价方案范本
 - 4.4.3 产品调价方案范本
 - 4.5 品牌策划方案设计
 - 4.5.1 品牌策划推广方案
 - 4.5.2 产品品牌建设方案
 - 4.5.3 品牌战略规划方案
 - 4.5.4 品牌重塑实施方案
 - 4.5.5 品牌创新战略方案
 - 4.6 公关策划方案设计
 - 4.6.1 危机公关处理方案
 - 4.6.2 新闻发布会实施方案
 - 4.7 广告策划方案设计
 - 4.7.1 广告策划案脚本设计方案
 - 4.7.2 平面广告策划案设计方案

<<市场营销精细化管理全案>>

4.7.3 影视广告策划案设计方案

第5章 产品上市精细化管理

5.1 产品上市业务流程

5.1.1 新产品目标市场选择流程

5.1.2 新产品市场定位工作流程

5.1.3 新产品上市计划制订流程

5.1.4 新产品包装决策工作流程

5.1.5 新产品上市定价管理流程

5.1.6 新产品上市管理流程

5.2 新产品上市工作制度

5.2.1 市场细分管理规定

5.2.2 目标市场选择规范

5.2.3 市场定位管理细则

5.2.4 产品组合管理办法

5.2.5 产品包装管理办法

5.2.6 新产品定位管理办法

5.2.7 新产品定价管理办法

5.2.8 新产品上市管理制度

5.3 新产品上市设计方案

5.3.1 目标市场选择方案

5.3.2 市场定位策划方案

5.3.3 产品组合方案范本

5.3.4 产品生命周期组合方案

5.3.5 新产品定价指导方案

5.3.6 新产品上市定价方案

5.3.7 新产品上市策划方案

5.3.8 新产品上市推广方案

5.3.9 新产品上市发布会策划方案

第6章 广告执行精细化管理

6.1 营销广告执行流程

6.1.1 广告媒介选择流程

6.1.2 广告费用预算流程

6.1.3 广告合同签订流程

6.1.4 广告合同执行流程

6.1.5 广告创意表现流程

6.1.6 影视广告制作流程

6.1.7 广告效果评估流程

6.1.8 广告宣传品制作流程

6.2 营销广告执行制度

6.2.1 广告宣传管理制度

6.2.2 广告费用管理制度

6.3 广告执行管理方案

6.3.1 广告计划书编写方案

6.3.2 广告发布委托合同设计

6.3.3 广告整体代理协议设计

6.3.4 广告效果调查评估方案

6.3.5 网络广告投放方案

<<市场营销精细化管理全案>>

第7章 促销精细化管理

7.1 促销业务流程

- 7.1.1 年度促销计划流程
- 7.1.2 促销方案制定流程
- 7.1.3 年度促销预算流程
- 7.1.4 促销计划执行流程
- 7.1.5 人力促销管理流程
- 7.1.6 促销效果评估流程

7.2 促销工作制度

- 7.2.1 促销活动管理规定
- 7.2.2 促销现场管理细则
- 7.2.3 促销人员管理规定

7.3 促销方案设计

- 7.3.1 产品年度促销方案
- 7.3.2 消费者年度促销计划
- 7.3.3 经销商年度促销计划
- 7.3.4 卖场节假日促销方案
- 7.3.5 节假日抽奖促销方案
- 7.3.6 产品周末促销方案
- 7.3.7 应节产品促销方案
- 7.3.8 应季产品促销方案

第8章 销售精细化管理

8.1 销售业务流程

- 8.1.1 营销控制管理流程
- 8.1.2 区域市场构建流程
- 8.1.3 区域市场管理流程
- 8.1.4 直营店管理工作流程
- 8.1.5 电话销售工作流程
- 8.1.6 订货工作管理流程
- 8.1.7 发货工作管理流程
- 8.1.8 调货工作管理流程
- 8.1.9 退货工作管理流程
- 8.1.10 销售合同管理流程
- 8.1.11 销售费用管理流程
- 8.1.12 费用预算控制流程
- 8.1.13 销售回款管理流程
- 8.1.14 预付款项结算流程
- 8.1.15 问题账款处理流程
- 8.1.16 销售信息收集工作流程
- 8.1.17 销售信息分析工作流程
- 8.1.18 销售信息保密管理流程

8.2 销售工作制度

- 8.2.1 区域市场管理办法
- 8.2.2 电话销售管理制度
- 8.2.3 发货管理实施细则
- 8.2.4 销售回款管理制度
- 8.2.5 销售费用控制细则

<<市场营销精细化管理全案>>

- 8.3 销售方案设计
 - 8.3.1 区域市场筹建方案
 - 8.3.2 销售回款管理方案
 - 8.3.3 销售回款催收方案
- 8.4 销售合同范本
 - 8.4.1 商品销售合同样例
 - 8.4.2 软件销售合同样例
 - 8.4.3 设备销售合同样例
 - 8.4.4 代理销售合同样例
 - 8.4.5 连锁加盟合同样例
 - 8.4.6 直销经营合同样例
 - 8.4.7 办公设备销售合同样例
 - 8.4.8 家电代理销售协议样例
- 第9章 网络营销精细化管理
 - 9.1 网络营销业务流程
 - 9.1.1 网络营销管理流程
 - 9.1.2 网络营销策划流程
 - 9.1.3 网络营销推广流程
 - 9.1.4 网络营销评估流程
 - 9.1.5 网络广告策划流程
 - 9.1.6 微博危机事件排查流程
 - 9.2 网络营销工作制度
 - 9.2.1 网络营销策略管理制度
 - 9.2.2 网络营销实施管理制度
 - 9.2.3 微博营销运营管理制度
 - 9.2.4 网络推广实施管理规定
 - 9.2.5 网络营销评估管理制度
 - 9.2.6 网络广告宣传管理制度
 - 9.3 网络营销方案设计
 - 9.3.1 网络营销策划方案
 - 9.3.2 网络营销品牌建设方案
 - 9.3.3 产品网络营销推广方案
- 第10章 客户关系精细化管理
 - 10.1 客户关系业务流程
 - 10.1.1 客户接待工作流程
 - 10.1.2 客户开发工作流程
 - 10.1.3 客户关系维护流程
 - 10.1.4 客户投诉处理流程
 - 10.1.5 客户回访工作流程
 - 10.2 客户关系工作制度
 - 10.2.1 客户开发管理制度
 - 10.2.2 客户关系管理办法
 - 10.2.3 客户信息管理制度
 - 10.2.4 售后服务管理办法
 - 10.2.5 客户投诉处理规则
 - 10.3 客户开发设计方案
 - 10.3.1 客户开发通用方案

<<市场营销精细化管理全案>>

- 10.3.2 团购客户开发方案
- 10.4 客户关系设计方案
 - 10.4.1 客户参观接待方案
 - 10.4.2 客户接待费用方案
 - 10.4.3 客户档案管理方案
 - 10.4.4 客户关系维护方案
 - 10.4.5 客户投诉处理方案
 - 10.4.6 客户评估管理方案
 - 10.4.7 客户提案管理方案
 - 10.4.8 客户满意度评价方案
 - 10.4.9 客户数据库管理方案
 - 10.4.10 客户当面回访管理方案
 - 10.4.11 客户电话回访管理方案
- 第11章 大客户精细化管理
 - 11.1 大客户业务流程
 - 11.1.1 大客户筛选流程
 - 11.1.2 大客户拜访流程
 - 11.1.3 大客户建议处理流程
 - 11.1.4 大客户级别变化流程
 - 11.1.5 大客户资格审核流程
 - 11.2 大客户工作制度
 - 11.2.1 大客户综合管理制度
 - 11.2.2 大客户开发管理制度
 - 11.2.3 大客户关系维护制度
 - 11.3 大客户管理方案
 - 11.3.1 大客户开发方案
 - 11.3.2 大客户服务方案
 - 11.3.3 大客户信用管理方案
 - 11.3.4 大客户流失管理方案
 - 11.3.5 大客户信息管理方案
- 第12章 渠道精细化管理
 - 12.1 营销渠道业务流程
 - 12.1.1 营销渠道设计流程
 - 12.1.2 渠道控制管理流程
 - 12.1.3 渠道成员管理流程
 - 12.1.4 经销商开发工作流程
 - 12.1.5 经销商选择审核流程
 - 12.1.6 经销商管理工作流程
 - 12.1.7 销售渠道窜货管控流程
 - 12.1.8 加盟商加盟管理工作流程
 - 12.2 营销渠道工作制度
 - 12.2.1 渠道销售管理规定
 - 12.2.2 连锁加盟店管理制度
 - 12.3 营销渠道方案设计
 - 12.3.1 分销渠道策划方案
 - 12.3.2 窜货管理控制方案
 - 12.3.3 渠道招商会操作方案

<<市场营销精细化管理全案>>

- 12.3.4 连锁加盟店招募方案
- 12.3.5 分销商管理控制方案
- 12.3.6 经销商年终奖励方案
- 12.3.7 分销渠道信誉评价方案
- 12.3.8 分销渠道冲突解决方案
- 12.3.9 分销渠道窜货预防方案
- 第13章 营销人员精细化管理
- 13.1 营销人员管理业务流程
- 13.1.1 销售人员培训管理流程
- 13.1.2 销售人员薪酬设计流程
- 13.1.3 销售人员考核管理流程
- 13.2 营销人员培训管理方案
- 13.2.1 营销人员培训计划书
- 13.2.2 市场部人员培训方案
- 13.2.3 销售人员培训实施方案
- 13.2.4 汽车销售人员培训方案
- 13.2.5 服装销售人员培训方案
- 13.2.6 酒店销售人员培训方案
- 13.2.7 广告销售人员培训方案
- 13.2.8 电话销售人员培训方案
- 13.2.9 房产销售人员培训方案
- 13.3 营销人员绩效管理方案
- 13.3.1 营销人员考核实施方案
- 13.3.2 销售人员绩效考核方案
- 13.3.3 市场调查人员考核方案
- 13.3.4 房产销售人员考核方案
- 13.3.5 销售团队考核实施方案
- 13.4 销售人员薪酬管理方案
- 13.4.1 房产销售人员薪酬设计方案
- 13.4.2 销售人员奖金管理方案
- 13.4.3 销售团队奖金实施方案

<<市场营销精细化管理全案>>

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>