

<<营销好帮手>>

图书基本信息

书名：<<营销好帮手>>

13位ISBN编号：9787802184077

10位ISBN编号：780218407X

出版时间：2008-7

出版时间：中国宇航出版社

作者：苏慧敏 等编著

页数：230

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>

<<营销好帮手>>

内容概要

本书不讲解最基本的业务知识，而是将这些抽象的知识变成具体的工作内容，运用各种实用模板全面解除营销工作中的困扰。

- (1) 制度模板，帮我们制定了营销中常用管理制度的参考范文。
- (2) 图表模板，帮我们将营销工作中使用的大量图表变成电子版，并通过公式实现自动计算。
- (3) 文案模板，帮我们制作了大量的通知、报告等参考文档。
- (4) 流程图模板，帮我们绘制了大量的营销管理流程图。
- (5) 分析决策模板，运用数学方法帮我们统计分析营销行为，通过数据进行辅助决策。

另外，附录部分运用VBA编程功能帮我们制作了实用的数据录入、查询界面以及数据库管理系统。通过本书从业人员只要输入必要的文字或者数据就能快速处理市场调研与预测、计划管理、策划管理、人员与绩效管理、销售渠道与客户管理、账款管理、行政与费用管理、货物与售后管理、营销实务管理以及分析决策等营销事务，从宏观到细节全面提升营销管理能力和工作效率，全面提高个人的职业能力。

本书内容实用，扩展性强，是从业人员必备的工作手册，适合营销人员、销售人员、企业管理人员和相关专业的学生使用。

光盘附赠全部模板文件，方便读者学习使用。

<<营销好帮手>>

书籍目录

第1章 部门基本建设与基本文案写作	1.1 组织结构图与工作流程图	1.1.1 组织结构图	1.1.2 营
销工作流程图	1.2 常用文档模板	1.2.1 营销管理制度	1.2.2 销售岗位职责描述
告	1.2.4 请柬	1.2.6 闭幕词	1.2.7 条据
1.2.10 启事	1.2.11 工作汇报	1.2.12 其他文案写作	第2章 市场调研、预测与计划管理
常用文档	2.1.1 市场调研管理制度	2.1.2 目标计划管理制度	2.1.3 营销计划管理制度
市场调研工作规范	2.1.5 市场调研方案	2.1.6 市场调研报告	2.1.7 市场预测报告
市场开发计划书	2.2 流程图	2.2.1 市场调研整体操作流程图	2.2.2 市场调研实地工作流程图
2.2.3 市场预测整体操作流程图	2.2.4 市场预测具体工作流程图	2.2.5 市场开发流程图	2.2.6 销售目标设计工作流程图
2.2.7 销售计划制订工作流程图	2.2.8 销售计划体系工作流程	2.2.9 销售计划制订工作流程图	2.2.10 销售费用预算编制工作流程图
2.3.1 调查申请书	2.3.2 市场调查计划表	2.3.3 市场总需求量调查表	2.3.4 人物调查报告
2.3.5 巡回调查报表	2.3.6 试销状况调查表	2.3.7 滞销商品调查分析表	2.3.8 销售点购买率
2.3.9 竞争产品市场价格调查表	2.3.10 竞争厂商调查表	2.3.11 调查结果报告书	2.3.12 年度分区销售计划表
2.3.13 客户销售计划表	2.3.14 客户销售额计划编制表	2.3.15 月份销售计划表	2.3.16 一周行动计划表
2.3.17 季度产品销售预定表	2.3.18 新产品	2.3.19 销售计划推动表	2.3.20 市场巡回日报表
2.3.21 市场信息反馈分类统	2.3.22 预算申请表	2.3.23 预算调整申请表	2.3.24 预算统计表
2.3.25 预算与实际支	2.3.26 用回归法预测数据获得准确预算数据的工具43	2.3.27 两种因素线性预测工具	第3章 策划管理
3.1 常用文档	3.1.1 营销促销管理制度	3.1.2 促销员管理制度	3.1.3 宣传管
3.1.5 定价管理制度	3.1.5 产品定位报告	3.1.6 营销策划书	3.1.7 营销计划书
3.1.8 广告策划书	3.1.9 市场营销报告	3.1.10 营销工作总结	3.2 流程图
3.2.1 营销组织管	3.2.2 营销控制管理流程图	3.2.3 广告调研流程图	3.2.4 广告策划流程图
3.2.5 广告实施流程图	3.2.6 广告评估流程图	3.3 工作表单	3.3.1 营业方针设定表
3.3.2 铺货率指	3.3.3 营销任务实现可能性判定表	3.3.4 产品市场性分析表	3.3.5 产品定价分析表
3.3.6 企业信息来源分析表	3.3.7 消费者意识变化分析表	3.3.8 消费者情报分析表	3.3.9
3.3.10 区域性密切配合表	3.3.11 竞争同业动向一览表	3.3.12 竞争商店比	3.3.13 广告发布监督表
3.3.14 宣传业务事项报告书	3.3.15 营业情报情况报告书	3.3.16 客户促销统计表	第4章 人员与绩效管理
第5章 销售渠道、客户和账款管理	第6章 行政与费用管	第7章 货物与售后管理	第8章 营销实务管理
第9章 分析决策	附录A Excel编程相关技巧	A.1 简单查	A.2 界面开发
A.2.1 程序界面制作——具有录入和查询功能的通讯录	A.2.2 利用工作	A.2.3 利用工具表单直接制作程序界面——成交单录入系统	A.3 集
A.4 安全防护	A.5 不同文件中相同数据的处理		

章节摘录

第1章 部门基本建设与基本文案写作 部门建设是营销部的基础工作。

营销部要在企业统一领导下做好部门管理工作，为部门内员工营造一个良好的自然和人文环境，指导员工按照规定的规则和程序办理各项事务。

员工也要积极参与部门建设，为完善各种规章制度、优化工作流程等献计献策，这样才能提高部门的整体战斗力。

要了解团队和他人再干什么，除了日常观察以外，还要从宏观上了解这个公司组织结构、工作制度和 workflows。

了解自己能干什么，从本职工作做起，通过不断学习和总结，在实践中了解工作，了解自己。

本章将和读者一起探讨如何去解读公司的制度、组织结构和 workflows，以及一般营销人员应掌握哪些最基本的文案写作技巧。

1.1 组织结构与 workflows 了解一个队伍并让自己快速融入这个队伍，最快速的方法就是解读组织结构和 workflows，因为它们不但反映组织成员间的关系和做事的顺序，更能从中解读出组织的构架思想和管理思想。

1.1.1 组织结构图 组织结构图用于表现部门内的分工情况，如图1-1所示，为功能性的组织结构图。

该模板文件是“光盘：\模板\第1章\功能型组织结构图.doc”文件。

想想看，每个部门的职能应该是什么，它们之间应如何配合？

如果一个部门出现了问题，会产生什么样的影响，其他部门是否具有监督职能？

我所在的是哪个部门，我在部门内扮演一个什么样的角色，需要和其他部门合作吗？

<<营销好帮手>>

编辑推荐

《营销好帮手：营销工作实用模板》内容实用，扩展性强，是从业人员必备的工作手册，适合营销人员、销售人员、企业管理人员和相关专业的学生使用。
光盘附赠全部模板文件，方便读者学习使用。

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>