

# 第一章 销售管理细化执行与模板

## 一、销售政策制订流程与工作细化

### (一) 销售政策制订工作流程

工作目的	知识准备	关键点控制	细化执行	流程图
1. 规范市场销售行为，完善营销服务网络 2. 在维护销售商利益的同时，实现双赢	1. 熟悉销售政策制订的原则 2. 明确销售政策制订的方法 3. 熟悉销售政策的构成	1. 市场环境分析  销售部在制订销售政策前，需对产品和产品面临的市场环境进行分析，涉及社会经济、政治、行业环境等	《产品销售政策汇总表》	<pre> graph TD     A[1. 市场环境分析] --&gt; B[2. 制订产品政策]     B --&gt; C[3. 拟定渠道政策]     C --&gt; D[4. 制订价格政策]     D --&gt; E[5. 明确服务支持政策]     E --&gt; F[6. 拟定客户服务政策]     F --&gt; G[7. 制订销售制度]     G --&gt; H[8. 形成完整的销售政策]           </pre>

4. 清楚销售政策制订的流程			
	2. 制订产品政策	销售部根据市场环境分析的结果拟定产品销售政策，涉及产品组合销售、产品线销售政策等	《产品销售政策》
	3. 拟定渠道政策		
	3.1 销售部需要拟定渠道成员加入的条件，涉及注册资金、客户资源、商业信用等		渠道成员相关资质材料
	3.2 销售部根据国家行政区域的划分标准，综合各地经济发展水平的差别，划分代理级别设定代理权限		
	3.3 销售部根据“双赢”的原则，综合地区差异，拟定具体的，可供选择的合作方式		《渠道政策》
	4. 制订价格政策	销售部负责编制价格政策，涉及商品名称、渠道成员价、建议销售价、双方维护价格政策的义务等	《价格政策》
	5. 明确服务支持政策	销售部拟定的服务支持政策涉及提供产品支持、营销与广告支持、信息平台支持等	《服务支持政策》

		<p>6. 拟定客户服务政策</p> <p>销售部拟定客户服务政策涉及发货和回款等内容</p>	<p>《客户服务政策》</p>	
		<p>7. 制订销售制度</p> <p>销售部制订具体的《销售制度》以保证上述政策的施行</p>	<p>《销售制度》</p>	



合 计								

主管：

填表人：

制表日期：

### (三) 销售分析表

销售员 姓名	本年销 售目的	第一季度		第二季度		第三季度		第四季度	
		金额	比重 (%)						
合 计									

## 四、订货管理执行工具与模板

### (一) 商品订货单

订单号码		客户名称	
客户地址			
品 名		规 格	
批号等级		订货数量	
分批交货数量			
用 途		包 装	
完毕日期		出货日期	
色 号	箱 数	箱 号	毛 重 净 重

总计				

主管：

制表人：

(二) 订货登记表

接单日期		制造单号	客户名称	产品名称	数量	单价	金额	预定交货日期		信用情况	生产日期		装运日期		押汇日期		运费	退单	税凭	
月	日							月	日		月	日	月	日	月	日				月

(三) 订货登记表

客户名称				负责人		
地址				联系方式		
品名	规格	单价	数量	订货月份	总额	
合计						

## 五、发货管理执行工具与模板

### (一) 商品发货单

编 号：		<input type="checkbox"/> 一次交货 <input type="checkbox"/> 分批交货			
客户名称					
交货日期					
订单号码					
客户地址					
序 号	产品名称	产品编号	数 量	单 价	金 额

仓管员：

主管：

核准：

填单：

### (二) 商品装箱单

箱号	长×宽×高 (cm)	每箱重量		内装货品 名 称	商品 编号	数量	单价	总价	其他
		毛重	净重						
1									
2									
...									
总 计									

### (三) 发货日报表

填表日期：      年 月 日

序 号	客户名称	品 名	规 格	数 量	单 价	金 额	备 注
1							
2							
合 计							

#### (四) 发货月报表

填表日期： 年 月 日

订购日期	提货单编号	单价	上月结欠		本月订货		本月发货		本月结欠		备注
			数量	金额	数量	金额	数量	金额	数量	金额	

复核：

填表人：

## 六、回款管理执行工具与模板

### (一) 催款告知单

致\_\_\_\_\_公司财务部：

贵公司下列欠款已经超过借款期，请尽快安排汇款事宜。

货品名称	规格	数量	金额	发货日期	欠款期	到期日	超期天数
合计							

注：1. 我公司已是第\_\_次向贵公司催款。

2. 贵公司已是第\_\_次未按协议规定准时结款。

\_\_\_\_\_公司财务部

年 月 日

(二) 收款告知单

编号:

时间: 年 月 日

客户名称	发货单号码	摘 要		金 额	备 注	
合 计						
出票人	银行名称	账 号	票据号码	到期日	金 额	附 件





审批人：  年 月 日
-------------------

注：预备协议为未签字盖章的协议。

**(二) 销售协议登记表**

序号	销售专员姓名	协议编号	签订日期	货品编号	数量	单价	成交金额
合 计							

**(三) 协议履行跟踪表**

协议号：

客户名称：

履行时间	商品名称	数量			金额			履行情况说明
		未发	已发	总量	未付	已付	总额	

**八、销售费用控制执行工具与模板**

**(一) 销售费用预算表**

部门：

单位：元

品 种	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	总额
工资													
办公费													
通信费													
水电费													
差旅费													
修理费													
销售佣金													
运送费													
广告费													
招待费													
仓储费													
租赁费													
包装费													
保险费													
其他费用													
合 计													

销售部经理：

销售主管：

填表人：

**(二) 销售费用分析表**

月份：

费用项目	预算数	实际数		差 额	原 因
		金 额	占总费用比重		
工资					
办公费					
通信费					
水电费					
差旅费					
修理费					

销售佣金					
运送费					
广告费					
招待费					
仓储费					
租赁费					
包装费					
保险费					
其他费用					
合 计					

销售部经理：

销售主管：

填表人：

## 第二章 渠道管理细化执行与模板

### 一、渠道管理流程与工作细化

#### (一) 渠道管理工作流程

工作目的	知识准备	关键点控制	细化执行	流程图
------	------	-------	------	-----

<p>1. 保证产品或服务安全、迅速的被消费</p> <p>2. 实现公司营销目的</p>	<p>1. 熟悉渠道选择方法</p> <p>2. 掌握渠道管理的技巧</p>	<p>1. 分析客户需要</p> <p>营销人员通过对客户的调查，了解目的客户“喜欢购买什么商品”、“在哪里购买”、“何时买”等，为渠道设计提供必要的支持</p>	《客户调查问卷》	<pre> graph TD     A[1. 分析客户需要] --&gt; B[2. 拟定渠道设计目的]     B --&gt; C[3. 制订《渠道选择方案》]     C --&gt; D[4. 渠道选择方案评估]     D --&gt; E[5. 选择渠道成员]     E --&gt; F[6. 激励渠道成员]     F --&gt; G[7. 评价渠道成员]     G --&gt; H[8. 实行渠道改善] </pre>
		<p>2. 拟定渠道设计目的</p> <p>渠道设计目的因产品的特性而异，重要涉及预期达成的客户销售水平及中间机构要发挥的作用等</p>	渠道设计相关资料	
		<p>3. 制订《渠道选择方案》</p> <p>渠道经理负责制订渠道选择方案，其具体内容涉及商业中间机构的类型、商业中间机构的数量、每个加入成员的条件及其互相责任等</p>	《渠道选择方案》	
		<p>4. 渠道选择方案评估</p> <p>营销部门组织物流、生产、财务等部门对渠道选择方案实行评估，评估内容涉及渠道成本、渠道控制、渠道与营销政策的符合限度等</p>	《渠道选择方案》	
		<p>5. 选择渠道成员</p> <p>渠道部门在渠道设计完毕后，需选择渠道成员，考虑的因素涉及经商年数、经营的其他产品、成长和赚钱记录等</p>	渠道成员相关资料	



9	签订协议											
---	------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

(二) 渠道成员注册登记表

经销商编号				归档编号			
基本资料	公司全称			公司成立时间			
	联系电话		传真		电子邮件		
	营业地址			邮编			
	收货地址			联系人			
资信情况	上级主管部门			税号			
	开户行			账号			
	经营性质		注册资金		固定资产		
	流动资金			可用资金			
人员情况	公司法人		性别		身份证号		联系电话
	总经理姓名		性别		身份证号		联系电话
	重要联系人		性别		身份证号		联系电话
	公司总人数		管理人员数		财务人员数		
	销售人员数		技术人员数		服务人员数		
	现主营产品与营业额比例						
	经营方式	<input type="checkbox"/> 行业销售 <input type="checkbox"/> 个人市场零售 <input type="checkbox"/> 批发 <input type="checkbox"/> 其他					
	重要客户群						
	重要销售区域(含分销区域)						
	店面地点						
渠道专员意见							
渠道经理意见							
总经理意见							

(三) 渠道关系加强对策表

对策				强化对策	时间表	备注
----	--	--	--	------	-----	----

客户	推动的影响 力	同竞争对手 间的关系	本公司负责 人员			
总经理						
相关负责人						
财务经理						
其他人员						
备注						

### 三、零售管理执行工具与模板

#### (一) 店铺销售明细表

店长		地区		日期		天气	
订单号	商品	型号	颜色	数量	单价	实销价格	备注
合计							

#### (二) 销售情况月报表

填写日期：

品号	品名	上月库存额		购入金额		合计金额		销售金额		损益	营业 费	营业 利润	备注
		数量	金额	数量	金额	数量	金额	数量	金额				

#### (三) 店铺绩效评分表

考评项目		考评明细	分值	分数
店面	货区卫生	1. 货架清洁无灰尘		

卫生		2. 灯箱画, 形象背板无灰尘、手印		
----	--	--------------------	--	--

		3. 店内装饰品干净整洁，无灰尘		
		4. 地板无脏物、杂货		
	货品卫生	货品整洁，没有线头，浮尘		
	办公卫生	1. 收银台、展示台明亮整洁		
		2. 办公用品摆放整齐		
		3. 报表、帐本及无关销售的个人用品不堆放在台面上		
	休息区卫生	1. 桌椅干净，椅套清洁，无损伤		
		2. 画册保持最新版，无遗失，无损坏		
销售和 服务	仪容仪表	1. 个人仪容仪表要符合公司规定，发型整齐大方，不披头散发或梳怪异发型		
		2. 化淡妆、不涂有颜色的指甲油		
		3. 不配带醒目夸张的戒指，最多只能佩戴一个		
	招呼客户	1. 必须和每一位进店的客户打招呼，根据情况说不同的问候语		
2. 在上货、点数时碰到客户进来，先招呼客户，凡是以客为先				
整体 印象				

## 四、直销管理执行工具与模板

### (一) 直销人员申请表

申请人		性别		相 片
学历		职业		
联系电话				
身份证号码				

户口所在地		
现住址		
<b>声 明</b>		
<p>本人郑重声明：本人是中华人民共和国公民且年满 18 周岁，不属于全日制在校学生、教师、医务人员、公务员和现役军人，本人也不属于____公司正式职工或法律法规规定不得从事兼职的人员。同时，保证上述所填写的资料所有属实，如有虚假，本人乐意承担一切法律责任。</p> <p style="text-align: right;">申请人署名：_____</p> <p style="text-align: right;">日期：    年    月    日</p>		
<p>审批：</p> <p>单位盖章：</p> <p>年    月    日</p>		

**(二) 重点行动目的表**

\_\_\_\_月

经理		主管		本人	
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	
1.		1.		1.	
2.		2.		2.	
3.		3.		3.	

**(三) 每周行动计划表**

第    周

重点目的						
重点销售商品						
重点拜访客户名单						
重点行动目的	星期一	星期二	星期三	星期四	星期五	星期六
1.						
2.						

3.						
1.						
2.						
3.						
1.						
2.						
3.						

## 五、代销管理执行工具与模板

### (一) 代理申请表

公司 基本 信息	公司名称		地址	
	法人代表		联系方式	
	注册资金			
	公司规模			
	主营业务			
	公司性质			
经营	经营业务	营业额	(与上一年度相比) 增长幅度	

情况			
员工构成 情况			
申请人声明			
代理等级			
申请代理 区域			
市场部： 年 月 日	财务部： 年 月 日	总经理： 年 月 日	

(二) 代理店调查表

代理店名称		地址	
成立日期		联系方式	
法人代表		出生日期	
员工	姓名	职位	学历
经营状况	主营品种	重要供应商	重要客户
往来银行			
备注			

## 六、连锁加盟管理执行工具与模板

### (一) 连锁加盟申请表

机构 基本 信息	机构名称		地址	
	法人代表		联系方式	
	机构规模			
经营场地	<input type="checkbox"/> 自有 <input type="checkbox"/> 租用 <input type="checkbox"/> 办公房 <input type="checkbox"/> 店面 <input type="checkbox"/> 住宅 <input type="checkbox"/> 其他			
办公设备	<input type="checkbox"/> 电脑 <input type="checkbox"/> 打印机 <input type="checkbox"/> 传真机			
申请类别	<input type="checkbox"/> 品牌加盟 <input type="checkbox"/> 创业加盟			
其他说明				
申请人声明	申请人签字：  年 月 日			

### (二) 连锁店装修审批表

工程名称	
工程造价	
建设单位	
渠道经理审批	
营销总监审批	

# 第三章 促销管理细化执行与模板

## 一、促销方案制订流程与工作细化

### (一) 促销计划制订工作流程

工作目的	知识准备	关键点控制	细化执行	流程图
1. 编制的促销计划合理、可行 2. 促销计划符合总体营销战略	1. 掌握促销预算编制的方法 2. 熟悉促销计划制订的环节	1. 拟定营销战略  由市场部负责起草，营销总监完善并经总经理办公会讨论通过的营销战略是编制各项营销计划的基础	《营销战略》	<pre>             graph TD               A[1. 拟定营销战略] --&gt; B[2. 拟定销售目的]               B --&gt; C[3. 论证促销的可行性]               C --&gt; D[4. 初步拟定促销总体预算]               D --&gt; E[5. 设计促销方案及预算]               E --&gt; F[6. 拟定促销计划及促销重点]           </pre>
		2. 拟定销售目的  市场部根据公司的营销战略，制订年度销售目的	《年度销售目的》	
		3. 论证促销的可行性  市场部根据市场竞争的剧烈程度及竞争对手的竞争策略，组织相关人员论证实行促销的可行性	促销论证的相关材料	
		3.1 假如论证结果认为可行则进行相关的准备工作		
		3.2 假如论证结果认为不可行，则结束本流程		

		<p>4. 初步拟定促销总体预算</p> <p>市场部根据促销费用的历史使用情况、竞争对手信息以及媒体费用变化的数据等资料拟定促销的总体预算，并报营销总监、总经理审批</p>	<p>《促销费用预算表》</p>	
--	--	---	------------------	--

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。

如要下载或阅读全文，请访问：

<https://d.book118.com/405040341242011232>