

## 第一某些 市场部及各岗位职责

### 一、市场部职责

市场部重要职责有十五大方面。

- 01、制定年度营销目的筹划。
- 02、建立和完善营销信息收集、解决、交流及保密系统。
- 03、对消费者购买心理和行为调查。
- 04、对竞争品牌产品性能、价格、促销手段等小收集、整顿和分析。
- 05、对竞争品牌广告方略、竞争手段分析。
- 06、做出销售预测，提出将来市场分析、发展方向和规划。
- 07、制定产品企划方略。
- 08、制定产品价格。
- 09、新产品上市规划。
- 10、制定通路筹划及个阶段实行目的。
- 11、促销活动策划及组织。
- 12、合理进行广告媒体和代理上挑选及管理。
- 13、制定及实行市场广告推广活动和公关活动。
- 14、实行品牌规划和品牌形象建设。



15、负责产销协调工作。

市场部在产品不同阶段侧重点各有不同。

1. 在产品导入期，市场部职责重点有：对消费者购买心理行为调查；制定产品上市规划；制定通路筹划及个阶段实行目的；制定产品价格；制定产品企划方略。

2. 在产品成长期，市场部职责重点有：建立和完善营销信息收集、解决、交流及保密系统；制定年度营销目的筹划；负责产销协调工作。

3. 在产品成熟期，市场部职责重点有：对竞争品牌广告方略、竞争手段分析。对销售预测，提出将来市场分析、发展方向和规划。制定产品企划方略。制定广告方略。实行品牌规划。

## 二、市场部经理职责

市场部经理全面负责市场部门业务及人员管理，其详细职责是：

01、全面筹划、安排、管理市场部工作。

02、制定年度营销方略和营销筹划。

03、协调部门内部与其它部门之间合伙关系。

04、制定市场部工作规范、行为准则及奖励制度。

05、指引、检查、控制本部门各项工作实行。

06、配合人力资源部对市场人员培训、考核、调配。

07、拟订并监督执行市场规划与预算。

08、拟订并监督执行公关及促销活动筹划，筹划安排年、季、月及专项市场推广策划。

09、制定广告方略，涉及年、季、月及特定活动广告筹划。

10、对市场进行科学预测和分析，并为产品开发、生产及投放市场做出准备。

11、拟订并监督执行市场调研筹划。

12、拟订并监督执行新产品上市筹划和预算。

13、制定各项费用申报及审核程序。

### **三、市场调研主管职责**

01、负责市场调研筹划制定及实行。

02、建立健全营销信息系统，制定内部信息、市场情报收集、整顿、分析、交流及保密制度。

03、为本部门和其他部门提供信息决策支持。

04、协助市场部经理制定各项市场营销筹划。

05、组织进行宏观环境及行业状况调研。

06、组织对公司内部营销环境调研。

07、组织对消费者及顾客调研。

08、对配销渠道调研。

09、收集竞争厂家市场情报和各级政府、业界团队、学会发布行业政策和信息。

10、提出新产品开发提案。

#### **四、市场部营业企划主管职责**

01、制定各种不同通路配备筹划。

02、负责竞争产品信息整顿与分类。

03、制定产品分销筹划。

04、制定通路当前与培训、勉励和控制政策。

05、定期分析、评估通路。

06、与销售部及时沟通每月销量筹划并适量安排生产。

07、控制产成品、包装式样和库存数量。

08、控制物流并适时同胞促销筹划。

#### **五、市场部产品企划主管职责**

01、依照公司发展规划，鉴定产品年度、阅读性规划。

02、负责产品开发，并与研发、生产、采购、财务等部门共同进行产品商业化运作企  
划。

03、负责产品全方位企划，涉及价格企划、包装企划、通路企划、延伸企划。

04、协助广告及促销企划部门进行产品广告及促销企划。

#### **六、市场部广告企划主管职责**

- 01、制定年、季、月度广告费用筹划。
- 02、负责公司各项产品、公关活动策划与执行。
- 03、对的地选取广告公司。
- 04、督导广告及制作代理公司工作。
- 05、制定产品不同步期广告方略。
- 06、进行广告检测与记录，并保持与生产调研主管业务沟通。
- 07、及时进行广告、公关活动效果评估。

#### **七、市场部促销企划主管职责**

- 01、依照公司整体规划，进行年度、季度、月度及节假日各种促销活动。
- 02、负责拟订各种促销方案，并监督各种促销方案实行与效果评估。
- 03、指引、监督个区域市场促销活动筹划拟订和实行，制定市场促销活动经费申报以及审批程序，并对该项程序予以监督。
- 04、促销品设计、制作及发放管理。
- 05、区域销量分析记录及提出推动筹划。
- 06、制定不同步期、不同促销活动各项预算，并根据预算控制促销经费使用。

#### **八、市场部推广制作主管职责**

- 01、制定年度推广筹划。

02、负责个商场专柜、专卖店美术设计与制作以及 POP 设计与制作。

03、负责各种推广方案制定。

04、推广制作费用预算与控制。

05、负责各种推广方案实行，并对方案实行予以监督，并进行销售评估。

## **九、市场部经理职责**

01、安排固定走街拜访线路。

02、直接拜访零售店客户。

03、完毕商品化陈列工作，有效进行陈列位置、空间位置、地面陈列管理。

04、进行有效第购买点援助器材张贴、悬挂及陈列。

05、哺育零售商店对于商品化陈列工作积极态度和对深度分销较多结识。

06、积极理解并获得竞争对手各种信息，积极运用有效渠道对有关信息进行反馈并提出建议。

07、建立良好客户关系，保持亲善态度，树立公司专业形象。

08、积极有效运用促销资金，以最经济方式运作并保持高效率。

09、完整、精确、及时地制作、呈报各类报表。

10、在市场代表指引下，管理促销人员。

## **十、市场部与销售部配合**

市场部应将如下企划提供销售部，并作必要阐明、培训及研讨：

01、销售增进筹划。

02、促销活动/公关活动筹划及安排。检查及沟通终端市场活化状况。

03、POP 投放筹划。促销/公关礼物发放筹划。

04、年、季度、月销售目的制定。

05、产品市场占有率及品牌推广筹划。

销售部应将如下工作向市场部提供：

01、终端产品陈列状况。

02、产品理货状况。

03、POP 发放状况。

04、网点开发、覆盖率状况。

05、终端销售状况。

06、终端促销信息反馈。

07、区域销售状况。

08、竞争品牌市场信息反馈。

09、客户反馈。



销售部不但要完毕每月销售筹划，还要反馈市场信息状况及竞品状况，以便市场部依照不同步期变化指数预测将来市场产品需求走向，制定下月及调节下季度生产筹划。

销售部在完毕把产品有效送达销售终端同步，要配合市场部达到有效推广，使消费者不但能看到产品，并且可以产生购买欲望。因此，对销售终端活化宣传，如产品摆放、促销活动配合、POP 配合宣传都是销售部人才工作范畴，也是与市场部沟通较多环节之一。

产品理货是业务代表最基本工作，它好坏直接影响产品在末端销售，同步也会影响产品在消费者心中信誉，因此它已经不单纯是简朴销售问题，与品牌形象关于，也是涉及市场部管理内容，因而要有这方面沟通。

总之，销售部在市场前沿涉及品牌及公司长期性发展因素，销售部要与市场人员进行正常沟通。

## 第二某些 市场活动管理及策划

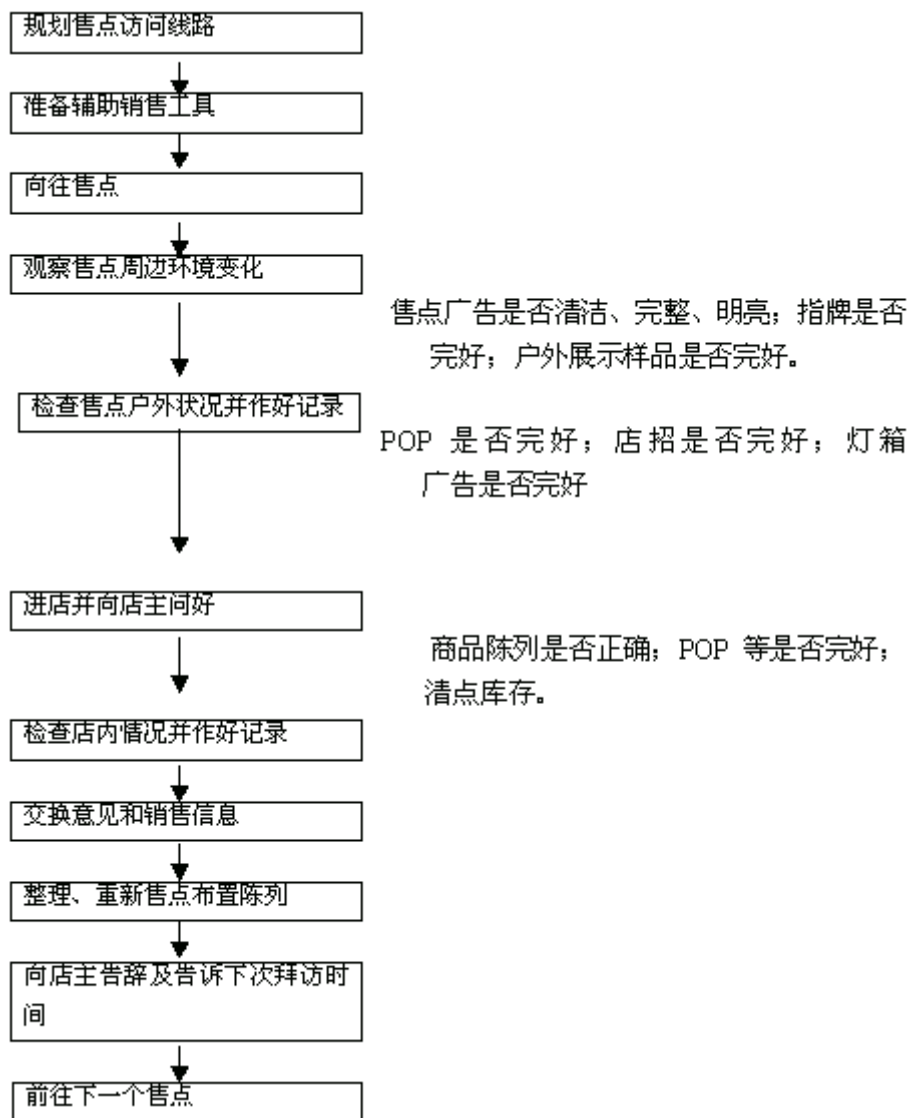
### 一、市场生动化管理

市场生动化，是指通过有效环境规划、氛围营造、商品陈列等手段使公司产品在末端通路即销售点更加能吸引消费者光临，刺激消费者购买欲望，最后促成消费者购买，实现整体销售迅速提高。

#### 1、市场生动化管理原则

- 1) 创造购买环境。创造性产品和市场广告格式与位置，将直接刺激购买欲望。
- 2) 改进卖场形象。咱们广告把咱们产品最新信息告知公众，信息新鲜与精确以及别具一格陈列将使卖场不同于它竞争对手。
- 3) 增长销售和利润。这是咱们销售工作最后目的。

## 2、市场生动化管理流程



## 3、市场生动化管理普通技巧

陈列商品循环：要切合整体运营工作目的和规定，保持陈列新鲜感和时令性。

陈列商品摆放：按品种系列安排，依分销重点依次摆放，每个品种陈列面不低于 6 个，陈列产品禁止缺货，所有陈列产品商标一致面向消费者。

对的使用现场展示工具：陈列产品与展示工具应充分派合，新展示工具应用于样品上。

**明显价格标记：**价格标记应精确、统一；所有陈列品种均应有价格标记，标记上应标明产品名、价格、产地、规格等（产品名---xx,价格-----x 元，公司名称----xx 有限公司出品，规格-----）。

**产品及场地清洁：**任何时候都应当保持产品及陈列货架清洁，防止灰尘及污渍。避免影响销售。

**存货管理：**恰当存货将防止脱销、维持分销并直接影响现场消费心理。

**对的使用 POP 广告：**POP 广告应置于店内合理摆放明显位置，不可被其他物品挡住，插卡、海报与贴纸应接近水平视线；不可过高或过低；产品应保持格调和诉求方面统一性，及时更换受损和过时广告产品。

**店内陈列位置：**与店方人员保持良好客情关系，力求明显产品陈列位置。

### **市场生动化管理检查要点**

产品必要陈列于消费者刚入店时所能看到最佳位置；

主推产品及畅销新品必要占有所有陈列空间 70%陈列面积；

家店等产品样品必要除去外包装后陈列；

每次拜访零售店时必要清理更换损失产品及演示材料、POP；

所有陈列产品必要有清晰价格标记；

及时补充新产品，新产品补充要遵守先进先出原则；撤换裁减旧样品；

保持产品陈列及展示工具清洁；

产品必要集中陈列；

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/677143051104006066>