



青岛啤酒营销中心

目 录



啤酒的基本知识

销售的基本知识 终端市场的促销 终端管控介绍 公司成员的岗位职责

青工作流程 岛拜访前的准备工作规范 啤终端拜访规范

酒信息的收集与利用 真客情维护 情终端生动化 真推销技能 义

真

汉

子

:

1



啤酒的基本知识



什么是啤酒,

以麦芽,包括特种麦芽,为主要原料~加酒花~经酵母酿制而成的含有二氧化碳的、起泡的、低酒精度的饮料~包括各类熟、鲜啤酒。定义来自现行国家标准代号GB4927-91,

青



普通啤酒的酿造过程:

岛 麦芽制造,,麦芽汁制造,糖化,,,低温发酵,,过滤灭菌,,包装

啤



酒 啤酒的原料

真 水:水是啤酒的"血液"~啤酒中至少含有90%的水分~水中的无机物的含量、有机物和微生物的存在会直接影响啤酒的质量。一般啤酒厂都需要建立一套酿造情用水的处理系统。也有些啤酒厂采用天然高质量的水源~甚至有些采用冰川雪水

真 来酿造啤酒的。

义 麦芽:除了水之外~麦芽是制造啤酒时比例最大的原料~一般占75%以上~甚至有不用大米或其他粮食等辅料~而全部采用麦芽来酿造啤酒的。麦芽一般用真大麦制成~特殊情况下也有采用其他粮食制作的。

汉

辅料:大米~玉米

子

酵母:自然界存在的酵母很多~但不是所有的酵母都可以用来酿造啤酒;

科学家们把对啤酒发酵有利的酵母称为啤酒酵母~在啤酒生产中酵母需要经过纯粹的培养而获得。啤酒中的酒精和二氧化碳都是啤酒酵母发酵而产生的。

酒花:酒花的主要成分为 α 酸、 β 酸、酒花油。啤酒中清爽的苦味实际上是酒花的贡献~酒花被称为啤酒之魂。酒花能够提供啤酒以独特的香气~并维持啤酒泡沫的稳定。同时可以防止啤酒中腐败菌的繁殖~还能杀死发酵过程中所产生的乳酸菌和酪酸菌沫。在实际啤酒工业中~往往以香型、苦型、兼型酒花来区分酒花。我国的酒花产地主要位于新疆。

2



啤酒的基本知识



啤酒的包装:

瓶装、易拉罐装、塑格装、纸箱装、生啤桶装、扎啤桶装



啤酒的“度”:

青普通的酒一般只有一个“度”~即酒精度~而啤酒却有两个度~一个是酒精度~另一个是糖度~专业术语叫原麦汁浓度~例如一公斤麦汁中含有糖类120克~**岛**即为12度。我们平时所讲的啤酒的度~就是指啤酒的糖度。

啤

根据麦汁浓度的大小~啤酒分为低浓度,6—8度,、中浓度,10—12度,和

酒高浓度,14—20度,三种。

麦汁浓度与酒精浓度也有一定的关系。一般低浓度啤酒的酒精为2度~中浓真度为3.1—3.5度~高浓度啤酒则为4-5度。

情



啤酒的规格：真

现行国家标准中啤酒的规格有18°、16°、14°、12°、11°、10°、8°~义共七个。

真



汉 啤酒的种类

子 根据啤酒的包装容器可分为：

, 瓶装啤酒----国内主要为640ml和350ml两种包装。国际上还有500ml。

和330ml等其他规格。

, 易拉罐装啤酒----采用铝合金为材料~规格多为355ml。便于携带~但成本高。

, 桶装啤酒----材料一般为不锈钢或塑料~容量为30升。啤酒经瞬间高温灭菌~温度为72°C~灭菌时间为30秒。多在宾馆、饭店出现~并专门配有售酒机。由于酒桶内的压力~可以保持啤酒的卫生。



啤酒的基本知识

根据啤酒的色度可分为：

1、淡色啤酒----是啤酒产量最大的一种～色度在5～14 EBC单位。如：

，高浓度淡色啤酒～是原麦汁浓度13%,m/m,以上的啤酒，

，中等浓度淡色啤酒～原麦汁浓度10～13%,m/m,的啤酒，

，低浓度淡色啤酒～是原麦汁浓度10%,m/m,以下的啤酒，

青，干啤酒,高发酵度啤酒,～实际发酵度在72%以上的淡色啤酒，

岛，低醇啤酒～酒精含量2%,m/m,[或2.5%,v/v,]以下的啤酒。

淡色啤酒又分为浅黄色啤酒、金黄色啤酒。浅黄色啤酒口味淡爽～酒花香味啤突出。
金黄色啤酒口味清爽而醇和～酒花香味也突出。

酒2、浓色啤酒----色泽呈红棕色或红褐色～色度在15～40 EBC单位～如：

真，高浓度浓色啤酒～原麦汁浓度13%,m/m,以上的浓色啤酒，

，低浓度浓色啤酒～是原麦汁浓度13%,m/m,以下的浓色啤酒，情，

浓色干啤酒,高发酵度啤酒,～实际发酵度在72%以上的浓色啤酒。

真浓色啤酒麦芽香味突出、口味醇厚、酒花苦味较轻。

义3、黑色啤酒----色泽呈深红褐色乃至黑褐色～产量较低。色度大于40 EBC单位。

黑色啤酒麦芽香味突出、口味浓醇、泡沫细腻~苦味根据产品类型而有较大真
差异。

汉根据啤酒酵母性质可分为：子，上面发酵啤酒----

采用上面酵母。发酵过程中~酵母随CO浮到发酵面上~₂

：发酵温度15-20°C。啤酒的香味突出。

，下面发酵啤酒----

采用下面酵母。发酵完毕~酵母凝聚沉淀到发酵容器底部~发酵温度5-

10°C。啤酒的香味柔和。绝大部分啤酒均采用下面发酵。

4



啤酒的基本知识

根据巴氏灭菌过程可分为：

，熟啤酒----

啤酒包装后~经过低温灭菌,也称巴氏灭菌,的啤酒,保存期一般为三个月以上~最长可达1年

，鲜啤酒----

啤酒包装后~不经过低温灭菌而销售的啤酒~它采用的是硅藻土过滤机~只能滤掉酵母菌~杂菌不能被滤掉~这种啤酒味道鲜美~但容易变

青质~在低温下瓶装保质期7天左右~桶装3天以上

岛,

纯生啤酒----

经过无菌过滤,膜过滤,~不经过巴氏灭菌~其口感新鲜~酒香清醇~口味柔和
~保质期可达180天。纯生啤酒的生产是建立在整个酿造、啤过滤、包装全过程对污染微生物严格控制的基础上~其特点体现在"纯"和"生"

酒这两个字上。

真纯:啤酒是麦汁接入酵母发酵而来~一般的啤酒生产往往容易污染杂菌~影响啤酒品质。纯生啤酒通过严格的过程控制~实现了无菌酿造~杜绝了杂菌情污染~保证了酵母的纯种发酵~使啤酒拥有最纯正的口感和风味。

真生:发酵完经过滤的啤酒仍含有部分酵母~普通啤酒为避免灌装后酒液发

义酵变质~须对灌装后的酒进行巴氏杀菌处理。但啤酒在有氧的条件下进行热处理会损失部分营养物质~并对新鲜口感造成损害~破坏原有的啤酒香味~产生真不愉快的"老化味"。纯生啤酒的生产不经高温杀菌~采用无菌膜过滤技术滤除

汉酵母菌、杂菌~使啤酒避免了热损伤~保持了原有的新鲜口味。最后一道工序

子进行严格的无菌灌装~避免了二次污染。

: 新品啤酒:

, 干啤酒----

80年代末由日本朝日公司率先推出~一经推出大受欢迎。该啤酒的发酵度高~

残糖低~二氧化碳含量高。故具有口味干爽、刹口力强的特点。由于糖的含量低~属于低热量啤酒。

，全麦芽啤酒----

遵循德国的纯粹法~原料全部采用麦芽~不添加任何辅料。生产出的啤酒成本较高~但麦芽香味突出。

，菠萝啤酒----后酵中加入菠萝提取物~适于妇女、老年人饮用。

5



啤 酒 的 基 本 知 识

，小麦啤酒----

最初产自德国~以优质的小麦芽为其主要原料,占总原料40%以上,~采用上面发酵法或下面发酵法酿制的啤酒~生产工艺要求较高~酒的储藏期较短。酒体色泽金黄~清亮透明~泡沫洁白细腻~挂杯持久~营养丰富、苦味轻~口感淡爽~具有独特的果香味。

，头道麦汁啤酒-----由日本麒麟啤酒公司率先推出~即利用过滤所得的麦

青汁直接进行发酵~而不掺入冲洗残糖的二道麦汁。具有口味醇爽、后味干净的特点。目前~麒麟公司在我国珠海的厂中已经推出~名为一番榨。 岛,

黑啤酒----

麦芽原料中加入部分焦香麦芽酿制成的啤酒。具有色泽深、苦啤味重、酒精含量高的特点~并具有焦糖香味。最著名的为司陶特黑啤酒。

酒, 低, 无, 醇啤酒-----

基于消费者对健康的追求~减少酒精的摄入量所推出的新品种。美国规定酒精含量少于2.5%,V/V,的啤酒为低醇啤酒~酒精含真量少于0.5,V/V,的啤酒为无醇啤酒。它们的生产方法与普通啤酒的生产方法情一样~但最后经过脱醇方法~将酒精分离。脱醇的方法较多~目前常用的为蒸

真馏方法脱醇。

, 冰啤酒----

由加拿大拉巴特, Labatt, 公司开发。冰啤既不是冰冻后的啤义酒 ~ 也不是啤酒加冰块 ~ 而是将啤酒冷却至冰点 ~ 使啤酒出现微小冰晶 ~ 然后真经过过滤 ~ 将大冰晶过滤掉。通过这一步处理解决了啤酒冷浑浊和氧化浑浊问

汉题。冰啤的酒精含量在5.6%以上 ~ 高者可达10%。冰啤色泽特别清亮 ~ 口味柔和、醇厚、爽口 ~ 尤其适合年轻人饮用。子, 绿啤酒----

啤酒中加入天然螺旋藻提取液 ~ 富含氨基酸和微量元素 ~ 啤酒: 呈绿色。国内已有生产。

, 暖啤酒----

属于啤酒的后调味。后酵中加入姜汁或枸杞 ~ 有预防感冒和胃寒的作用。

, 白啤酒----

以小麦芽生产为主要原料的啤酒 ~ 酒液呈白色 ~ 清凉透明 ~ 酒花香气突出 ~ 泡沫持久 ~ 适合于各种场合饮用。

, 沙棘啤酒----

啤酒中加入沙棘果汁 ~ 啤酒中有酸甜感 ~ 富含多种维生素、氨基酸。酒液清亮 ~ 泡沫洁白细腻。

6



啤酒的基本知识



饮啤酒的学问

温度和啤酒:啤酒专家们的研究表明,啤酒温度在10℃时泡沫最丰富、既细腻又持久,香气浓郁,口感舒适。要保持这个酒温,需要根据环境温度适当调节啤酒温度,如环境温度在25℃时,啤酒应冷冻到10℃左右,环境温度在35℃时,啤酒应冷冻到6℃最好。

青

玻璃杯要干净,最忌有油腻。

岛

喝啤酒要快,不要浅斟慢酌。

啤



评啤酒三字诀: 酒, 看

真1、 酒体色泽:普通浅色啤酒应该是淡黄色或金黄色,黑啤酒为红棕色或淡褐情色。

2、 看透明度:酒液应清亮透明,无悬浮物或沉淀物。 真3、
看泡沫:啤酒注入无油腻的玻璃杯中时,泡沫应迅速升起,泡沫高度应占

义

杯子的三分之一,当啤酒温度在8-15℃时, 5分钟内泡沫不应消失,同时

真泡沫还应细腻、洁白,散落杯壁后仍然留有泡沫的痕迹 ("挂杯")。 , 闻 汉

闻香气,在酒杯上方,用鼻子轻轻吸气,应有明显的酒花特有的纯净清香,

子 新鲜、无老化、杂异气味及生酒花气味,黑啤酒还应有焦麦芽的香气。

: , 尝

品尝味道,入口纯正,没有酵母味或其他怪味杂味,口感清爽、协调、柔和,略感苦味而消失迅速,无明显的涩味,有二氧化碳的刺激,使人感到刹口。

7



啤酒的基本知识



如何识别变质啤酒

啤酒浑浊变质的原因常见有两种:一种是受寒浑浊~当啤酒处于摄氏零度以下的低温环境时~酒液中就会出现凝聚物~气温如回升后可自行消失。如低温持续过长时间~凝聚物由白色变为褐色~此时气温再回升浑浊也不能完全消失~并且产生变质现象。另一种是氧化浑浊~当盛啤酒的容器长时间敞口开放~**青**或盛器破损漏气~内部空隙太大~啤酒与空气长时间接触~就容易产生变质。

岛啤酒变质后会产生一些异味~主要表现为:

? 氧化味:又呈面包味。主要原因是酒液的氧化和贮存过久。 **啤**

? 馊饭味:主要是因啤酒不成熟~污染上细菌所造成。 **酒**

? 铁腥味:又呈墨水味、金属味。主要是受金属污染。

真? 酸焦味:麦芽干燥处理过头等因素所致。

? 霉烂味:使用发霉原料、瓶塞霉变引起。 **情**

? 苦臭味:感染细菌所致。 **真**

另外~还有一些少见的异味~如化学性味、烂草味、大蒜味、洋葱味、酵

义母味、麦皮味等。凡是发生浑浊 ~ 并有上述异味的啤酒 ~ 都是变质的啤酒。

真



如何分辨啤酒的生产日期

汉

啤酒厂在标识产品生产日期时通常有这些方法：

子

打印日期：在啤酒瓶标签背面打印生产日期，这样需要透过啤酒瓶或者撕下标签才可分辨到，有些啤酒是钢针束打印日期的，直接在标签正面很容易辨认。在：

易拉罐上，是直接在罐底或罐顶打印出来的，容易辨认。

切口形：在啤酒瓶标签上部边缘有一排1- 12

阿拉伯数字，表示日期，标签下部边缘有1 -

31阿拉伯数字，表示日期，在这些数字上有切口处(或其他颜色迹)表示该月该日生产的。

8



啤 酒 的 基 本 知 识



啤酒的营养功用

人们都知道啤酒有“液体面包”的美称 ~ 在生活中 ~ 啤酒到底有哪些作用 ~ 消费者并不十分清楚。

一、卫生

啤酒是由天然原料制成～并在绝对符合卫生标准的条件下产生的～是绝对可

青靠的天然纯食品。

岛二、解渴

啤酒具有较高的水含量,90%,以上～喝起来清火润喉～夏日一杯酒～恰是啤清凉爽
心头～其感觉美不胜收。

酒

三、提神

真啤酒中的CO和有机酸具有清新、提神的功用。一方面适量饮用可减少过度

兴奋和紧张情绪～并能促进肌肉松弛,另一方面～能刺激神经～促进消化。情

四、助消化

真

生产啤酒用的主要原料是大麦、醇类、酒花成份和多酚物质～能增进胃液分

泌～兴奋胃功能～提高其消化吸收能力。

五、利尿 真

啤酒中低含量的钠、酒精、核酸能增加大脑血液的供给～扩张冠状动脉～并

汉通过提供的血液对肾脏的刺激而加快人体的代谢活动。

子 六、减肥

在各种减肥方法中～啤酒能起到很好的减肥效果。这是因为它含有非常少的：
钠、蛋白质和钙～不含脂肪和胆固醇。对抑制体形的过快增长非常有效。喝啤酒

“大肚福体”之说是没有道理的。

七、防病

据美国加州奥克兰大市的帝王永久医疗中心的试验表明:适度饮啤酒的人比禁酒者和嗜酒狂可减少心脏病、溃疡病的机率~而且可防止得高血压和其它疾病。

9



啤酒的基本知识



啤酒消费场所

由于消费场所的不同~啤酒市场划分为两个部分:现饮消费市场~现场买~当场饮~比如餐厅、酒店、酒吧、卡拉OK、夜总会等,家庭消费市场~在外购买~家中饮~比如小店、终端、超市。

青现饮市场:

餐厅、酒店、酒吧、卡拉OK、夜总会等以上五个场所,尤其以高档餐厅为主,岛的啤酒销量~占目前高档啤酒总销量的50%以上,

啤

高档餐厅对中档啤酒的销量~占中档啤酒总销量的20%以上,

酒中、小饭店、餐馆:售出30%以上的高档酒~15%以上的中档酒。

真家庭市场:

终端、便利店售出50%以上的中档酒。情

真

义

真

汉

子

:

10



啤酒的基本知识



消费者喜欢的啤酒:

, 口感好

, 清爽的感觉

, 新鲜

, 清亮的外包装

, 干净美观的瓶子 青



岛 消费者不喜欢的啤酒:

, 出厂时间太长 ~ 不新鲜 啤, 酒色混浊

酒, 瓶盖有锈迹

, 瓶贴破损 真, 瓶体肮脏

情, 品牌印象不佳



真 消费者愿意购买的啤酒:

, 居家最近的小店有购 义, 品牌有好感

真, 店老板的推荐及朋友的推荐

, 价格能够承受 汉, 有额外的利益, 如有促销,

子, 有饮用的习惯



消费者不购买的啤酒: , 小店没有卖, 品牌印象不佳或不熟悉

, 现场的陈列杂乱

, 价格不适合

, 没有促销

, 老板或服务员工不推荐



销 售 基 本 知 识

什么是销售,

, 以前的观点:销售只负责将产品放到消费者能接触到的地方~ 并按规范

进行产品陈列~ 张贴POP海报~ 如何吸引消费者购买是市场的工作。 ,

现在的观点:我们不仅要产品放到所有的销售终端的最佳的位路~ 并

有最佳的生动化的表现~ 要使所有的销售终端人员成为本品牌的朋友~

青成为本品牌旗下所有产品的主动推荐者~ 使每一个销售终端成为本品牌

岛拥有的资源。使本品牌的产品在销售终端产生销售~ 为市场运动提供良

好的基础。 啤销售解决的问题: 酒,

将我们的产品出现在所有的消费者接触点上,销售终端,

真,

原因:啤酒产品的特性~ 份量重~ 不便于携带~ 就近购买啤酒是啤酒购

情买的主要的特点~ 消费者很少会为了自己喜欢的品牌去寻找。因此铺货

率成为啤酒销售的一个主要的的关键~ 同时一个随处可见的品牌本身就是真

一种有效的传播。 义销售的目标:

真,

在所有的终端上有最佳的产品的陈列面、陈列量 ~ 有最佳的POP的张贴

汉及摆设~销售终端的人员积极向前来购买的消费者推荐本品牌。

子 达成以上要求的关键:

, 如何与销售终端的人员建立良好的朋友一般的客情关系~使其成为本品:
牌的“编外员工”。

12



销 售 基 本 知 识

推广的主要手段:。 为人表现、沟通技巧、产品卖点、POP张贴、维护

, 为人表现:销售终端人员首先接受的是销售人员~他,她,们认同“你”的
原因是认同你的为人。

, 沟通技巧:销售终端人员接受你的理由是~因为你的到来~给他,她,们带

来了需要的利益~这种利益需要通过终端人员的沟通~发现其需要~再用青
公司的服务给予满足。

岛,

产品卖点:产品是我们主要销售的对象~也是销售终端利润的来源~但是与

啤

我们相同类的产品有很多~如何使我们销售终端更愿意销售我们的产品~而

酒不是别人的产品~这就需要我们的销售终端人员知道更多的关于本品牌产品

的知识~使他,她,们与我们专业人员一样~了解产品~使之有销售我们产真
品的信心~并有向消费者推荐的依据。

情,

POP张贴、维护:现场醒目的POP能提示、现场诱惑消费者~配合销售终端

真

人员的推荐及产品陈列~加快销售终端的动销。

义

真我们的市场盟友:

汉, 分销商是青岛啤酒的重要组成部分~是青岛啤酒的市场盟友。

子,

分销商的角色:推广员通过拜访~努力使拜访区域中的每一个终端从指定的

:

分销商处进货~分销商协助作好送货服务

13



终端市场的促销

终端市场促销

对终端市场的促销首先要经过终端观察~在进行终端支援。

1(终端观察。终端观察是要观察消费者在店头的购买活动、终端人员对各品牌产品的态度以及各竞争企业的终端市场促销活动～以便收集充分的信息～制定自己的营销对策。青

终端观察的内容包括:

岛

, 消费者生活形态的变化～对购买行为及产品选择的影响,

啤, 了解竞争企业,或终端,的活动～对终端与消费者的影响,

, 观察终端的场地条件、照明、路线规划、服务态度及产品组合等。酒

总之～凡是与消费者购买行动及终端运作有关的信息～都应包括在终端观察

真

的范围内。

情2(终端支援。终端支援包括店外支援和店内支援。

,1,店外支援。是指企业提供给终端人员的各种信息资料～如:消费者资料、真
商圈动态资料、产品信息等,经营上的知识～如销售计划、促

义

销计划、存货控制等,金钱上的奖励～如业绩竞赛、销售奖金

真等～以提高终端的经营效率。

,2,店内支援。内容包括:汉

, 产品展示与陈列。强化品牌在终端的展露度 ~ 以增加销售。如争取更

子

大、更好的陈列位路 ~ 在售点做特殊陈列、改变品牌的陈列方式 ~ 使

: 消费者易拿、易看。

, POP广告。广告张贴与悬挂、传单发送、背景音乐播放等。

, 现场促销活动。折扣、减价、赠送、现场示范等。

14



终端市场的促销

终端市场促销的方法

1(产品化工作:陈列与展示。 所谓产品化工作 ~ 就是在市场上 ~ 把企业生产出

来的“产品” ~ 转化为具有魅力的“产品”让消费者容易看到、容易挑选、

容易拿取 ~ 并在吸引消费者的注意力后 ~ 促使他们购买。简单地讲就是:企

业生产出来的产品 + 在销售现场增添诱人魅力 = 吸引消费者购买 青

产品陈列就是吸引消费者、创造购买欲望的手段。企业生产出来的“产品” ~

岛

通过终端的展示与陈列 ~ 转化为具有附加价值及魅力的“产品”从而促进产

啤品销售。

2(POP广告。 产品销路与POP广告关系密切 ~ 因为POP广告会制造出良好的店酒

内气氛。并且近年来消费者对音乐、色彩、形状、文字、图案等的感觉～越

真

来越表现出浓厚的兴趣。推销员如能有效地使用POP广告～会使消费者享受

情到购物的兴趣～并且购买时的信息会对消费者的购买行为产生影响。因此如

果推销员具备POP广告方面的知识～就会在拜访终端老板时～对终端老板提真

供建议～并给予实际的帮助～这是一种很好的销售支援。

义3(开展现场促销活动。

在销售现场开展促销活动是终端市场促销的重要内容。

真现场促销活动的方法很多～如示范、咨询、现场表演、免费品尝等等。

4(赢得营业员的支持。

终端货架上的产品琳琅满目～新产品层出不穷～并且产汉

品的技术含量越来越高～普通消费者已经很难凭自己的经验和知识对产品的

子

好坏、质量的优劣做出判断。在购买现场～消费者很自然地将营业员看成是

:

这方面的专家。在消费者面对众多的产品犹豫不决时～营业员的一两句评价、

一句简单的提示和介绍～就可能对消费者的购买有决定性的影响。企业要把

营业员视为企业的“第一消费者”～让营业员在了解产品、了解企业的基础

上～对产品、企业和推广员抱有好感。这样～营业员就会积极地向消费者推

荐本企业的产品。



终端管控介绍

深度分销通路模式:

通过人员推广、促销加强终端管控力

青销售终端 厂商 分销商

岛

通过终端管控提升对分销商管控力 啤

酒

整合通路价值链

真

情终端管控的原理——精确营销

真

义细分市场 信息系统 推广系统 分销系统

真

建立行销平台 差异化行销 汉

子

市场预警 精确营销：

16



终端管控介绍

终端管控的目的：

1. 通过导入深度分销这种渠道管理模式～建立青岛啤酒的市场行销体系基础～并使之成为青岛啤酒城市市场开拓的手段
2. 通过建立信息系统～加强青岛啤酒营销快速反应能力～实现精确营销
3. 提高本品销售量。青

终端是实现产品交换价值的场所～唯有终端的销售才是真正的销售。因而终

岛

端管控的最终目的就是要让终端乐得卖,知道如何卖并愿意尽力去卖,～消

啤费者乐得买,让消费者买的轻松～买的愉快～让他好找、好挑、好拿,。 4.

提高企业对销售通路的调控能力～加大分销商对企业的依赖。 酒

要让终端首先认同产品、认同品牌、认同企业～而不是首先认同分销商～企

真

业就有把握在分销商出现问题的时候～把终端切换到新的渠道而不影响销

情售。

真

义

真

汉

子

:

17



成员的岗位职责

推广主管

上级:销售主管

下级:市场推广员

本职:负责重要终端的拜访及各区域的推广管理、分销管理,深度

分销系统下,工作

青职能:

1、 区域推广、客情维护和信息收集等工作的计划 岛2、
协助文员建立和更新分销商和终端档案资料、拜访路线图

啤3、 检查推广员日拜访表填写的规范性、准确性

4、 跟踪竞品促销活动的开展与执行情况 ~ 并适时制定相应的酒

对策

真5、 指导推广员的工作 ~ 并接受其工作汇报 ~ 及时处理推广员

拜访中发现的问题 情6、 指导推广员协助分销商开拓市场

真7、 对推广员的工作进行监督、检查

8、 不定期拜访重要终端 ~ 了解市场动态 ~ 并向经理和主任提义
出对分区市场的营销建议

真9、 不定期拜访分销商 ~ 了解分销状况 ~ 检查分销商库存 ~ 抽

样核对终端进货与分销商出货 汉10、 促销活动的组织、实施

子 11、 汇总本区域投诉 ~ 对在权限内的投诉进行集中处理

12、 参加每周一次例会 ~ 总结、报告上周本区域工作情况 ~ 填：
写信息汇总表

13、 协调终端同推广员之间、分销商与推广员之间的关系 14、
协调分销商之间的关系 ~ 处理分销商之间的矛盾冲突 ~ 规
范分销商的运作

15、 接受公司培训并帮助提高本区域推广人员业务水平

16、 完成上级布置的其它工作

18



成员的岗位职责

市场推广员

上级:推广主管

本职:负责区域内本品的市场推广工作及和信息收集工作

职能:

1、 严格按照规定路线拜访客户 ~ 填写每日拜访报表

青2、 与终端进行良好沟通 ~ 建立稳固、良好的客情关系 ~ 并努力

加以维护 岛3、 做好终端品牌展示与产品展示的检查与维护 ~ 搞好市场生动

啤化工作

4、 收集各项市场动态信息(竞争对手促销活动等), 酒5、
及时发现、预测并解决终端销售过程中出现的问题 ~ 并向主

真管提供解决问题的建议

6、 提供终端订货 ~ 签字确认 情7、
解决销售终端在销售过程中的矛盾与冲突 ~ 超权限时上报

真8、 对终端成员、分销商业务员提供适当的培训

9、 填写分销商进、出货登记表 ~ 交推广主管检查

义10、 协助分销商设立合理库存 ~ 制订合理地送货路线、送货量 11、
在主管的指导下 ~ 协助分销商开拓市场,并配合分销商制订真

终端促销计划 ~ 向管控组提出申请

汉 12、 检查分销商库存 ~ 抽样核对终端进货与分销商出货

13、 承接终端、消费者意见投诉 ~ 并以书面形式向管控组汇报 子 14、
配合管控组开展各项促销活动 ~ 协助终端实施 ~ 并做好一系

： 列活动前的准备工作,包括海报、广告宣传物、礼品等的准

备, 15、 参加每周一次例会 ~ 接受公司的培训

16、 完成上级布置的其它工作

19



工 作 流 程

推广主管工作流程

分销商检查 推广检查

重要客户沟通 推广指导 青

岛 客情关系维护 投诉处理

啤

市场动态信息收集 酒

真

理货和POP

情

真相应对策的制定、申

请与监督执行 义

真

汉

子

:

20



工 作 流 程

推广员工作流程

制定拜访计划、确

定拜访目的

掌握分销商、公司

的促销政策 青

岛分销商库存检查

啤

客情关系维护

酒

终端观察

真 收集动态信息

情 量化数据的收集

真

品牌展示与产品陈

义 列的检查与维护

真

理货与库存检查

汉

订货 子

：解决问题

现场培训

承接投诉

21



拜 访 前 的 准 备 工 作 规 范

物品准备：

, 文件夹,拜访路线图、日拜访报表、信息反馈表,

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/265313124023011300>