

终端管理管控管控相关相关计划

一、终端发展战略

随着市场竞争的越演越烈，消费者素质水平的提高，终端拦截战已处白热化阶段，分析

原因主要有以下几点：

- 1、 厂家对营销网络的普遍重视；
- 2、 零售业的发展，零售终端数目的快速增长，同类品牌间的竞争，零售商之间的竞争；
- 3、 消费者行为和态度的变化，消费者消费心态日趋成熟，追求更合理的性价比；
- 4、 媒介环境“恶劣”：广告成本不断提高，且广告的泛滥造成促销效果下降等。

以上种种原因迫使品牌发展战略的重要步署落在了终端拦截工作上，**企业提出“决胜

终端”的战略口号，为更有效实现该品牌战略，终端的运作要点主要有以下四点：

- 1、 标准化终端：不论大的，小的终端，不论是一级还是二级、三级市场，其终端Logo

视觉形象、服务、促销及管理管控管控等必须是一致的、统一的。

管理管控管控目标：

A类市场终端达标率95%以上(含95%)

B类市场终端达标率90%以上(含90%)

C类市场终端达标率80%以上(含80%)

2、 多元化终端：主要指宣传点的多元化和销售点的多元化。宣传点的多元化指商业场所内外，有消费者视觉可到之处，均可增设宣传 POP、商场外橱窗情景展示等，广告媒体宣传可通过更多的形式传播，可以是时尚类书刊杂志、各类公益事业的支持等。销售点的多元化是通过增设各类形式的销售点以求增大产品市场覆盖率，可以是健身房、泳馆、高级酒店、高级写字楼、商场电梯口、商场中厅以及任何其它可以发掘和引导消费者购买的场所。

管理管控管控目标：

计算公式：销售点数量/可开发销售点总和×100%=产品市场覆盖率

情景展示点数量/可开发终端总和×100%=宣传覆盖率

A 类市场产品覆盖率达到70%以上(含70%)，宣传点覆盖率达到80%以上(含80%)

B 类市场产品覆盖率达到60%以上(含60%)，宣传点覆盖率达到70%以上(含70%)

C类市场产品覆盖率达到50%以上(含50%)，宣传点覆盖率达到60%以上(含60%)

备注：各类市场专卖店的增设及达标标准以《市场管理管控管控规范》中终端考核相关

相关项目表为准，今年专卖店管理管控管控目标是终端开发及合格率为80%以上。

3、生动化终端：实行售点规范生动化布置，如短裤包装陈列台、羊绒展示柜、泳装架等的合理利用，旗舰店(柜)现场要求增设影视设备闹活终端氛围。进行有效促销和平面宣传相结合，终端现场氛围布置完整支持时段促销活动。

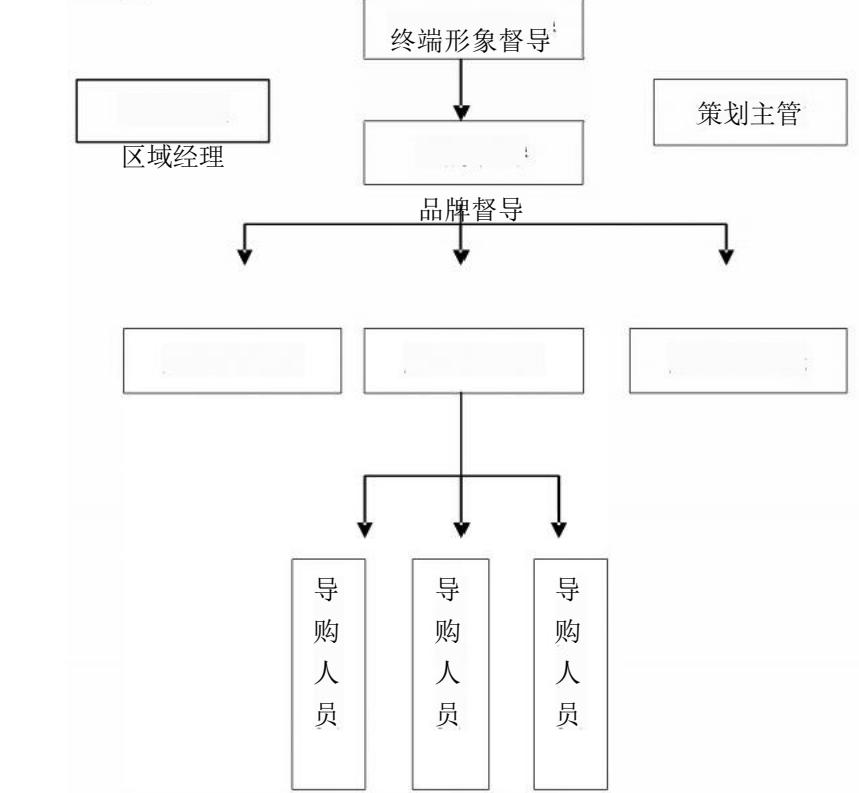
4、互动化终端：建立客户基本资料档案，把客户信息资料按类型、行业等进行分类，资料存档，准确地把握品牌与客户的关系信息，建立独立终端客户服务系统，实现客户会员制管理管控管控，设立800专线服务及投诉电话，在终端现场设立客户服务告示牌等；终端实现公司主题促销+经销商区域促销方式相结合，即相同主题，不同区域不同形式。

管理管控管控目标：至2003 年末，全国市场终端网络资料的完成率为60%，建立整套完整VIP 顾客资料的终端达80%，增设VIP 顾客俱乐部的区域达60%。总部实现800专线服务，全国终端设立顾客服务告示牌完成率为100%。

二、终端管理管控管控细则

1、管理管控管控组织架构图及职能描述

1-1 架构图



1-2 岗位终端职能描述

终端形象督导岗位职责：

- ① 负责终端陈列标准的编写及督导实施；
- ② 督导全国各网点终端形象的统一达标；

- ③ 把握终端形象的设计理念；
- ④ 负责全国区域经理、品牌督导、导购员终端相关培训资料编写及培训工作；
- ⑤ 负责全国经销商促销活动的审批、监控及效果评估；
- ⑥ 完成上级交办的其它任务。

市场策划的终端管理管控职责：（辅助功能）

- ① 各类终端促销活动的实施程序时间表的制定；
- ② 各类终端促销活动相关执行人员的培训；
- ③ 各项促销活动执行情况的效果评估。

区域经理的终端管理管控职责：（辅助功能）

- ① 监督各区域品牌督导，如实完成各类终端表格并即时反馈至市场部；
- ② 负责各区域竞品信息调查表及市场信息的每月即时反馈；
- ③ 协助终端形象督导做好各区域终端督查工作；
- ④ 对区域品牌督导的工作指导和帮助。

品牌督导的职责：

- ① 负责导购人员的日常管理管控管控工作，包括：售点的建设和管理管控管控、销售量的督导和统计、考勤管理管控管控、人员管理管控管控、报表管理管控管控、档案管理管控管控、建立信息反馈制度、每周固定一次的例会制度，并作详细的会议记录；
- ② 对导购人员反馈的有关产品、质量、顾客、商场、竞争对手等方面的信息应及时汇总；
- ③ 必须把握品牌终端形象的设计概念和管理管控管控规范并严格实施；
- ④ 具体管理管控管控各终端 POP 宣传品的摆放，指引导购人员保持终端或展架上产品摆放整齐、清洁、有序；
- ⑤ 导购日常管理管控管控制度的制定和实施，考核合适的合适的方案的制定和实施；
- ⑥ 各类促销活动的执行和终端宣传的配合工作；
- ⑦ 就导购管理管控管控及终端售点管理管控管控提出合理化建议；
- ⑧ 上级交办其它工作的完成。

店、柜长工作职责：___

- ① 严格遵守导购人员行为规范守则；
- ② 培养、提高专卖店专柜内所有员工的专业服务素质，并进行有效培训和督查；
- ③ 对专卖店专柜所有员工在销售技能上提供帮助并作出相应指引；

④ 爱护公物，维护营业场所里一切物品的安全，维护品牌形象；

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/406100130112010135>