

武汉长印房地产开发公司

营销管理手册



版本号：

发布日期： 2023年4月6日

发放编号：

持有者：

武汉长印房地产开发有限公司

目 录

营销管理关键节点	327
1. 营销推广策划管理工作内容	327
1.1制订年度销售目的与财务目的	327
1.2制订营销推广年度控制计划	328
1.3销售代理、广告公司招投标	328
1.4统筹制订营销推广总案	329
1.5营销推广总案向董事会报告	330
1.6统筹制订营销推广执行计划	330
1.7执行、监控、调整	331
2. 营销执行管理	332
2.1广告执行管理	332
2.2公关活动执行要点	333
2.3现场包装执行管理	334

<u>3专业公司管理办法</u>	335
<u>3.1广告公司管理办法</u>	335
<u>4. 销售代理公司管理办法</u>	339
<u>管理办法条文</u>	339
<u>5、营销管理流程</u>	341
<u>1. 对客户公开文献发布工作流程</u>	341
<u>2 房产营销策划工作流程</u>	342
<u>3房产销售准备工作流程</u>	343
<u>4房产销售过程控制工作流程</u>	344
<u>5楼宇认购书及商品房买卖合同范本编制程序</u>	345
<u>6协议修订特例审批程序</u>	346
<u>7场调研工作流程</u>	347
<u>8商铺租赁工作流程图</u>	348
<u>9 商铺销售工作流程</u>	349
<u>10客户投诉解决工作流程</u>	350
<u>11广告工作流程</u>	352
<u>12现场包装工作流程</u>	353

<u>13推广工作流程</u>	354
<u> 相关文献格式和表格</u>	355
<u>1对客户公开文献目录</u>	355
<u>2对客户公开文献审批表</u>	357
<u>3营销策划方案审批表</u>	358
<u>4销售现场平常检查登记表</u>	359
<u>5销控日记</u>	360
<u>6意向客户登记表</u>	361
<u>7客户来访登记表</u>	362
<u>8销售特例审批表</u>	363
<u>9销售特例折扣登记表</u>	365
<u>10更名审批表</u>	366
<u>11 没收房产审批单</u>	367
<u>12销售退换房审批表</u>	368
<u>13销售协议登记表</u>	369
<u>14销售协议文献会签表</u>	370
<u>15销售协议特例修订审批表</u>	371

<u>16</u> 商铺排号客户登记表.....	372
<u>17</u> 客户投诉解决登记表.....	373
<u>18</u> 整合推广整改告知书.....	374
<u>19</u> 设计文献变更文献清单.....	375
<u>20</u> 广告来电来访登记表.....	376
<u>21</u> 客户反馈登记表.....	376
<u>22</u> 供货单位考评表.....	378
<u>23</u> 媒体信息名录.....	379
<u>24</u> 媒体考察登记表.....	380
<u>25</u> 广告投放任务书.....	381
<u>26</u> 月度项目调查清单.....	382
<u>27</u> 变更文献清单.....	383
<u>28</u> 设计图纸收图清单.....	384
<u>29</u> 设计图纸发图清单.....	385
<u>30</u> 方案会审/交底记录单.....	386
<u>31</u> 推广策划部结算意见.....	387
<u>32</u> 目的完毕情况评估表.....	388

[33设计跟踪检查记录单](#).....389

[34方案跟踪检查记录单](#).....390

[35方案输出文献审查报告](#).....391

A. 第八部分：营销管理

营销管理关键节点

1. 营销推广策划管理工作内容

1.1制订年度销售目的与财务目的

内容界定：为年度的营销推广工作制订目的，重要涉及：品牌目的、销售目的、财务目的。

负责部门：项目总经理

执行部门：营销副总为主、财务总监为附

决策层级：董事会

标准文献：年度营销推广目的计划书

工作环节：

营销总监对整体市场进行调查分析，并根据项目的进度情况，提出年度预计的

销售目的及总费用预算，并提交项目总经理；

项目总经理与财务总监共同来自www.3722.cn中国最大的资料库下载审议，财务

总监并根据公司的年度的财务目的提供意见，并最终形成一份《年度营销推

广目的计划书》，以项目公司名义提交董事会审议；

董事会根据集团（或公司）自身战略的发展规定，对《年度营销推广目的计划

书》进行审议，并提出具体批复意见；

如项目公司提交的目的计划与董事会提出的目的规定相差较大，项目总经理应

与董事会进行商议，并最终以董事会决议为准；

董事会最终形成《年度营销推广目的决议》，交项目总经理执行。

1.2制订营销推广年度控制计划

内容界定：根据董事会决议，制订《营销推广年度控制计划》。

负责部门：营销总监

执行部门：营销总监

决策层级：项目总经理

工作环节：

营销总监根据董事会决议，制订《营销推广年度控制计划》，重要涉及；营销推广总案形成时间及负责人、营销推广执行计划形成时间及负责人、公开发售时间、相关部门的相应配合规定；

营销总监提交《营销推广年度控制计划》给项目总经理审议；

项目总经理召集相关部门开协调会，最终定案；

营销总监与下属部门沟通，并安排工作。

1.3销售代理、广告公司招投标

内容界定：根据控制计划的规定，通过销售代理、广告公司招投标，选择合适的销售代理、广告公司。

负责部门：营销总监

执行部门：销售部经理、广告部经理

标准文献：销售代理招标文献、广告代理招标文献

工作环节：

销售部经理和广告部经理分别制定销售代理、广告代理招投标计划与招标文献，提交营销总监审阅；

营销总监根据部门内部最终敲定的计划，向项目总经理报告。

销售部经理、广告部经理具体执行招投标工作。

1.4 统筹制订营销推广总案

内容界定：选定销售代理、广告公司后，统筹两家公司合作制订营销推广总案。

负责部门：营销总监

执行部门：销售部经理、广告部经理

决策层级：项目总经理/营销总监

标准文献：营销推广总案

工作环节：

营销总监组织销售代理、广告代理公司开协调会，依据年度的品牌目的、销售

目的及营销推广年度控制计划提出具体规定；

销售部经理、广告部经理与销售代理、广告公司一起形成统一思绪及总案框架

，向营销总监报告；

营销总监通过后，销售代理、广告公司一起形成营销推广总案；

销售代理、广告公司形成营销推广总案后，一方面向营销总监、项目总经理报

告，营销总监通过后，准备向董事会报告。

1.5 营销推广总案向董事会报告

内容界定：制订营销推广总案后，向董事会报告。

负责部门：项目总经理

执行部门：营销总监、销售部经理、广告部经理

决策层级：项目董事会

工作环节：

营销总监负责组织安排营销推广总案报告会；

董事会听取营销推广总案报告，并提出具体意见；

假如通过，则开始制订营销推广执行计划；假如存在异议，营销总监负责统筹

销售代理、广告代理公司进行调整。

1.6 统筹制订营销推广执行计划

内容界定：根据营销推广总案，统筹制订具体的执行计划。

负责部门：营销总监

执行部门：销售部经理、广告部经理

决策层级：项目总经理、营销总监

标准文献：营销推广执行文献

工作环节：

销售部经理、广告部经理统筹销售代理、广告代理公司制订具体的执行计划，

涉及：广告执行计划、销售执行计划、公关活动执行计划、现场包装执行计划；

销售部经理、广告部经理对执行计划进行总体协调，提交营销总监审阅；

营销总监应就营销推广执行计划与工程总监协调，检查计划是否符合项目的工程进度的实际情况；

营销总监通过执行计划后，提交项目总经理审阅；

项目总经理就计划召开营销、工程、财务三个部门的协调会，对营销推广执行计划进行讨论，并统一三方的步调及计划；

营销推广执行计划的最终定案

1.7执行、监控、调整

内容界定：根据营销推广执行计划，推动项目的营销推广工作

负责部门：营销总监

执行部门：销售部经理、广告部经理

决策层级：项目总经理、营销总监

监控内容：

广告执行监控；

公关活动执行监控；

销售执行监控。

2. 营销执行管理

2.1 广告执行管理

提出需求

由策划部、营销中心等需要设计制作用品的部门提出需求。需求中应涉及需求目的、大体方式、到位时间、地点、数量、质量等。

策划部拟定设计与制作的大体方向与预算，经总经理认可（可口头报告与批准，一般不需要形成书面报告）。

选定合作公司

本流程根据具体物料选择不同的合作公司：VI系统、楼盘效果图、楼书插页、报纸广告、电视广告、户外广告、车身广告、销售资料、网页、导视系统、模型、围墙、服装及其他设计制作；

经办人选取意向合作者，发出招标书；

与合作单位进行询盘、考察、洽谈合作细节，合作者应有固定营业场合，良好过往业绩、能保证质量和工期，价格公道；

经办人筛选二至三家有实力的单身合作者，交由部门经理亲自洽谈。明确工作具体内容、规定、价格是对方最终报价；

草拟协议。原则上协议条款宜由我方撰写。协议条款符合协议法规定。对公司有利。必须保存对方的样品。

出设计样稿

根据具体标底不同，存在出设计稿并认可设计稿、制作样品或打样，各调研人员按调研计划执行。一般情况下，调研的侧重点有如下要点（具体应根项目不同而异）：

设计稿类：VI系统、楼盘效果图、楼书插页设计、报纸广告、电视广告、网页、服装及其他设计；

打样类：楼书插页与销售资料印刷、户外广告、导视系统制作等；

样品类：模型、礼品、物品等。

样稿样板审核

设计稿、打样稿、样等必须有部门经理审核签字，相关部门会签，并经公司领导认可；

审核同时可附上付款的报批件，支付部分设计或制作费用。

制作

经办人必须全程跟踪制作过程，支持对方制作时所必须的物料。

经办人必须负责将开发、销售、工程、采购、综合、客服、财务、物业等具体使用者的意见实话到具体制作的监控工作中

。

经办人严格按照公司规定办事，如发现合作公司制作与我司规定有偏差，必须及时提出改善意见，并上报领导。

成品交付使用

经办人负责联系好送货环节。必须事先告知相关部门的签收人，保证成品送到并安装完毕；

如需相关部门支持的事宜（如物业管理公司派车），需提前向经理报告；

经办人应负责成品款额支付工作。

2.2 公关活动执行要点

营销活动需求分以下几类：

由策划公司根据年度营销计划或阶段性任务安排开盘活动封顶活动、展览会活动、品牌推广活动；

由营销中心根据销售需要提出促销活动需求；

客服中心、物业等提出入伙活动、节令活动等需求；

综合部等提出公司内部营销活动。

制订活动计划

活动计划应涉及活动目的、时间、地点、内容、程序、物料清单、礼品或奖品安排、表演节目内容、支持

单位、媒体宣传安排、广告设计任务、相关预算与费用、活动效果等。

部分活动计划的方式可由策划部召开相关部门的讨论会议，最终形成报批文献的形式上报领导批准。

选取合作公司

根据具体活动的不同，按相关物料准备类别选定合作公司（见设计制作类），礼仪公司的选取原则参见“设计制作流程

”。

礼仪公司细化的活动方案必须成为协议附件，且必须通过部门经理审核后，方可执行。

策划部可为执行活动任务向相关部门请求支援，临时借用人员配合。

物料准备

经办人必须全程跟踪活动过程，支持对方制作时所必须的物料。

经办人必须负责将开发、营销中心、工程、采购、综合、客服、财务、物业等具体使用者的意见实话到具体制作的监控工作中。

经办人严格按照公司规定办事，如发现合作公司制作与我司规定有偏差，必须及时提出改善意见，并上报部门领导。

经办人要负责为公司领导和嘉宾撰写讲稿。

经办人应安排广告公司对具体物料制作进行品质监控。

举办活动

经办人负责联系好礼仪物料的送货环节必须事先告知相关部门的签收人，保证成品送到，并安装完毕。

如需相关部门支持的事宜（如物业管理公司派车、综合部管车、管饭等），需提前向经理报告，并联系相关部门。

经办人必须做好现场维护工作；

经办人应负责成品款额支付工作。

经办人负责监督礼仪公司清场工作。

活动结束后，经办人就名片和文字资料，做好宣传报道工作。并做好撰写总结报告、修改活动流程。

2.3现场包装执行管理

工地现场形象管理规定

为了更好地树立项目的物业形象，发明安全、文明、整洁、优良的宣传推广和正式发售工作的顺利进行，迎接广大业主和看楼人士的参观，特制定项目工地现场形象管理的若干规定。

凡参与项目工程建设的单位以及与本项目有业务关系的任何单位与个人，在项目范围内均应严格执行本规定。

工地内提倡安全、文明施工、人员进入施工现场必须戴好安全帽。

在项目规划的各出入口、主干道3米内必须保持畅通、不得堆放任何东西。

建筑材料、施工机械等应有秩序地整齐摆放，不得随意零散摆放。

各施工单位悬挂各种标语、横幅必须向房产公司市场部申请，经批准后方可按市场部相关规定和规定悬挂。

任何人不得损坏已竣工的建筑、园林绿化（涉及草坪、花草树木、雕塑小品、游泳池等），否则将追究当事人及其单位相应的责任和经济补偿。

凡由房产公司批准制作的各类招贴、广告牌、彩旗、横幅等宣传物、任何人不得以任何理由擅自撕毁、搬动、损坏，否则将追究相关负责人。

任何单位或个人不得在工地范围内拍照、摄像，如确有必要拍照或设想，需先到房产公司市场部办理相关手续。

3专业公司管理办法

3.1广告公司管理办法

为加强公司针对各广告合作单位的管理，提高工作效率，提高工作质量，增强营销资金运用的计划性、合理性和有效性，特制订“广告合作单位管理办法”如下：

1、广告合作单位的监控与评估

资质评估：考核合作公司的综合能力，是否具有合作资格，以及相关经验、服务人员素质等。

策划力：根据目前行业对前瞻性、创新力的需求，考察合作公司是否具有较强的策划能力。

表现力：考察合作单位（特别是策划与设计合作的单位）是否对产品有充足透彻的了解，文案、平面及策略性表述是否准确、精彩。

客户服务：合作单位应有较好的跟进服务，高效率和应变能力，成熟的客户服务便于双方良好的沟通协调。工作效率的加快，使工作事半功倍，相得益彰。

成本：我们致力寻找优秀的服务单位。我们将以综合费用成本的高低和工作效率最大化作为衡量合作的前提，结协议类公司收费情况，和提供服务综合能力的情况进行严格把关。

2、提请合作

根据工作规定，需新增合作单位支持，经考虑符合规定后，填写新增合作申请表。

新增合作合用范围：

档案中没有相同单位的。

具有其他单位不可代替的能力（实力、创意、价格、独立媒体）

主管部门引荐，经考虑可合作的。

合作单位申请可由使用部门提出，经财务、协议预算、使用部门共同考核通过，由营销部总监核准后执行。

3、终止合作

在合作过程或合作完毕阶段，根据双方情况可提请终止合作。

终止合作合用范围：

合作公司不具有合法资质。

合作公司客户服务不能满足管理需要。

合作公司作品表现力经修正后仍达不到使用规定。

合作公司成品制作质量存在问题。

合作公司收费不合理。

合作公司自身因素规定终止协议。

终止合作可分别由使用部门提出申请，说明终止因素，经财务部经理、协议预算部经理

、营销部总监核准，总经理、总裁批准后执行。

4、规范协议

制订符合公司规定、法律组支持的各类规范协议，保障本司利益，提高工作效率。

标准协议类别：

印刷协议（采用原集团印刷协议格式文本）

创作、设计协议（文本本分另行制订）

制作协议（附表5）

广告发布协议（附表6）

代理协议

活动推广协议

营销部须对所有涉及广告范畴的协议进行存档。

5、验收

当制作公司完毕协议规定工作后，应严格根据协议细则进行验收、评估。

验收表由使用部门填写，余款支付申请须附上验收表，并交营销部存档。

验收表将作为对合作单位定期考核评估的依据。

6、合作单位分类档案

类别：

电视

电台

杂志

报纸

全面代理广告公司（含广告策划、文案创意、平面设计、活动策划等项目）

调查分析公司

媒介策划投放公司

户外广告制作公司

影视制作公司

印刷制作公司

礼品制作公司

礼仪服务公司

多媒体制作公司

监播代理公司

管理登记表（附表7/7-1）

a. 名称

法人代表

注册资金

联络电话、传真、手提电话

电邮地址

曾服务项目

曾合作项目

备注

另付公司简介资料

定期整理、更新。

每月

季度

年度

7、报价

媒介报价：媒体对外标准报价

广告代理报价

佣 金 制：重要是就媒介代理的收费标准而言。

协商佣金制：按照协定的比率，广告公司按实际协商的收费比率提取佣金。

实 费 制：按实际的成本支出与实际的劳务支出来支付整个广告代理费用。

效益分派制：将代理的责任联系在一起，把代理的利益与销售效果联系在一起

，规定广告公司承担代理的销售风险。广告公司从广告主所产生

的实际销售中，分取一定的利润比例，如不能产生实际的销售，

则不能取得相应的利润。

议定收费制：根据具体的广告运动个案，对代理的时间成本和外付成本作事先的预估，在预估的基础上，与广告公司共同议定一个涉及代理报酬在内的总金额，在运作过程中，或赚钱或亏损，广告主不再过问。

8、广告作品档案

策划推广方案

投标比稿方案（策划、平面表现等）

平面成品集（报纸、杂志、单张、贺卡。。。。。。）

有关物料成品（如礼品等立体成品）

照片资料成册

电子文献（MO、光盘）

电台宣传带、电视广告片

宣传报导文章

4. 销售代理公司管理办法

管理办法条文

为加强项目公司对各销售代理合作单位的管理，提高工作效率，提高工作质量，增强营销资金运用的计划性、合理性和有效性，制定本办法。

对销售代理合作单位的进行管理的执行部门是项目公司的销售部。

销售代理合作单位应当符合下列基本条件：

成立时间在三年以上；

具有适合销售代理且较为完整的组织架构；

规模应在15人以上；

最近两年在本市内的销售量排名不低于第五；

完整的销售人员现场管理制度；

完整的销售人员培训体系。

销售代理公司的引入，需要通过代理招标，具体程序参考《销售代理合作单位引入程序》。

销售代理合作单位的评核参考《销售代理合作公司评核表》。

销售代理合作单位在投标的同时，应当提交下列证件（复印件）及资料给销售部存档：

销售代理合作单位的《营业执照》（复印件，盖公章）；

销售代理的收费标准、支付方式；

销售代理合作单位的公司简介。

销售代理协议的签定须严格按照《销售代理协议签订程序》进行。

销售代理合作单位须有专人负责与销售部门进行沟通。

销售部负责对销售代理合作单位进行季度考评，考评表格参考《销售代理合作单位季度考评表》。

销售佣金的支付须严格按照《销售代理协议》的约定进行，且同时按照《销售代理佣金支付程序》执行。

销售代理合作单位有下列行为之一的，由销售部门提出终止协议：

隐瞒或提供不真实的资历证明及相关资料；

违反销售代理协议条款；

未经项目公司批准，向其他个人或组织提供项目的商业机密，涉及：土地成本、综合开发成本、销售情况、客户来源、客户资料等等；

销售代理公司的公司行为或个人行为，直接或间接对项目品牌做成不良影响；

服务质量未能满足销售管理规定，季度考评得分低于60分。

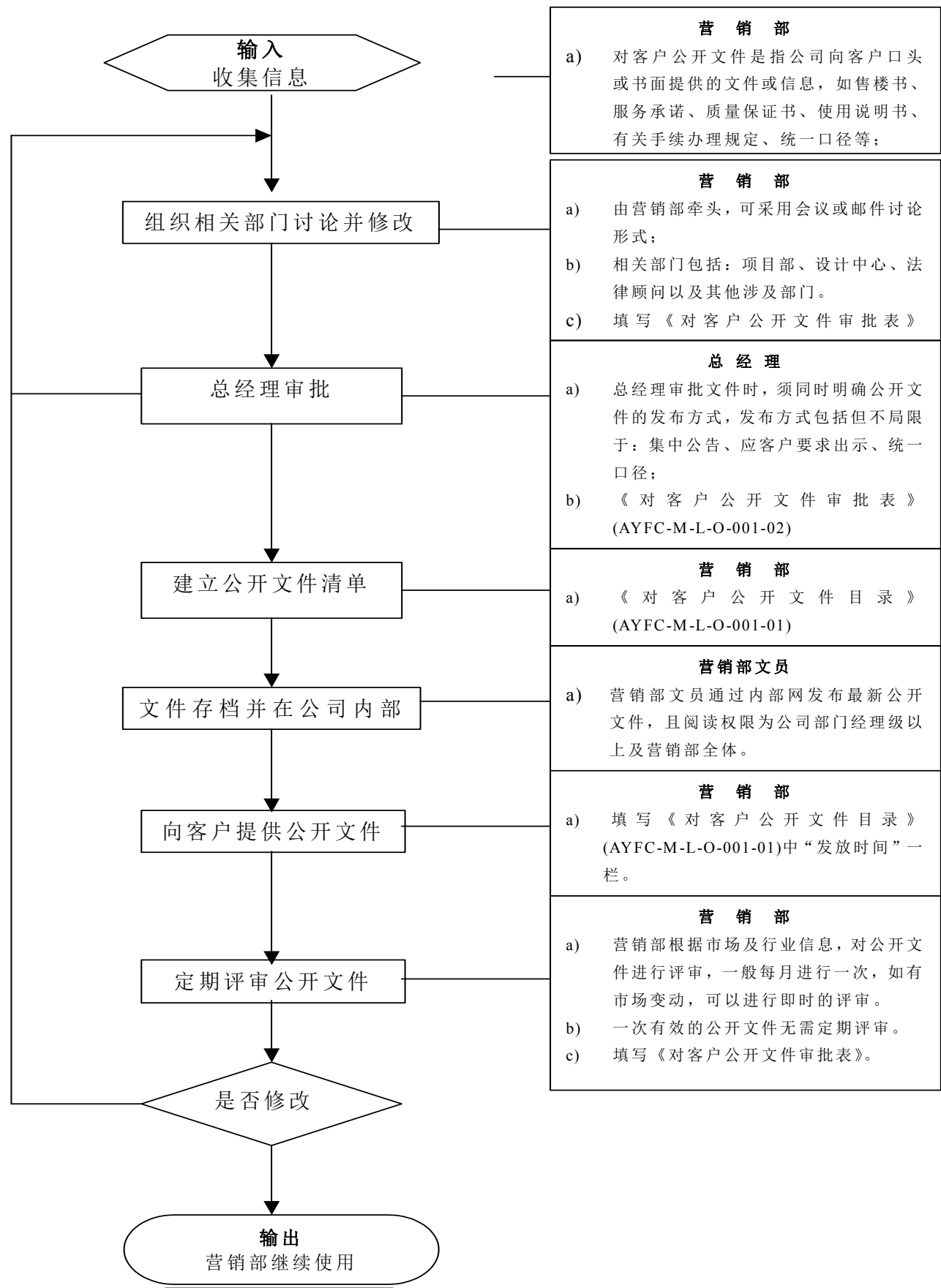
终止销售代理协议须严格按照《销售代理协议终止程序执行》。

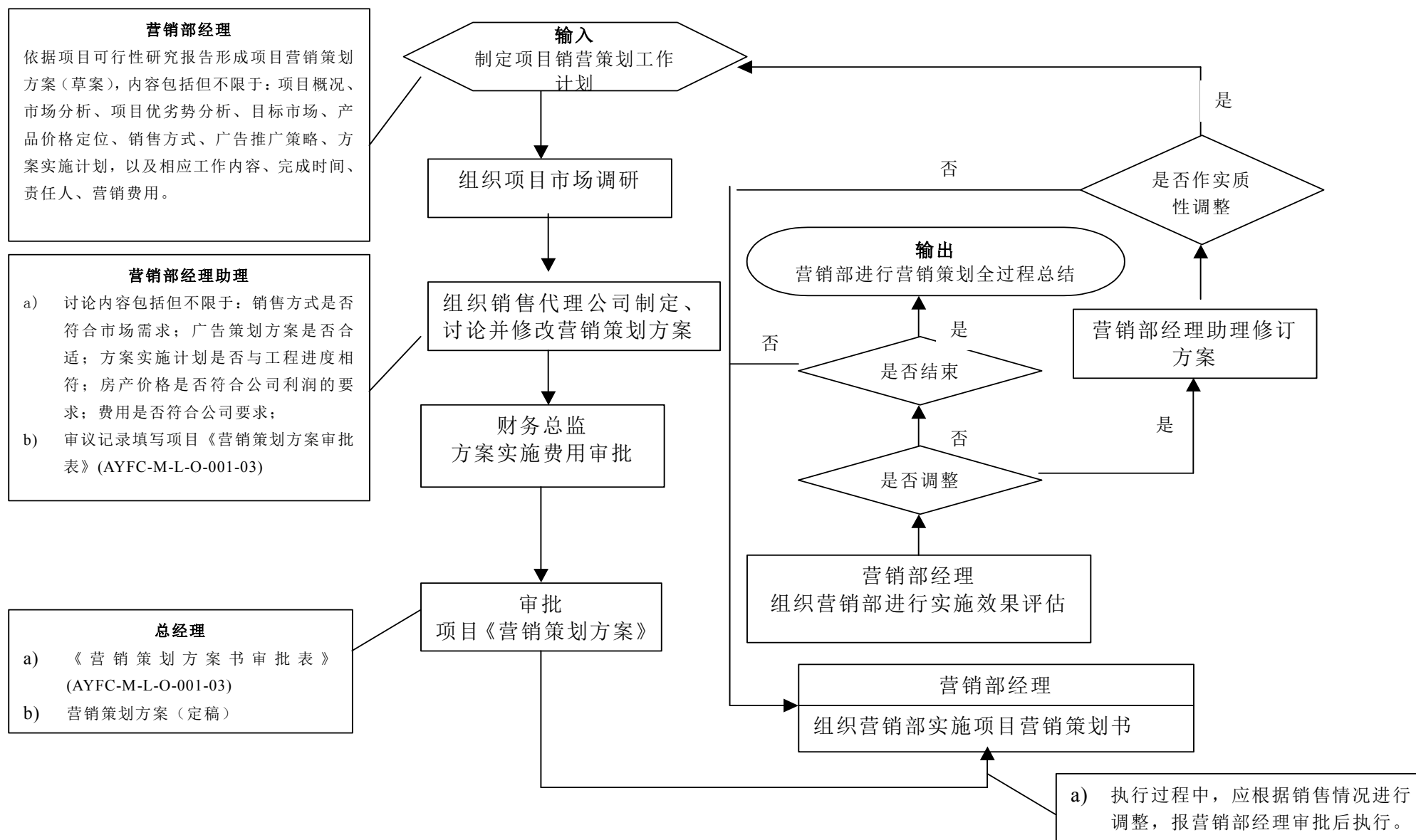
销售部门可以根据本办法制定实施细则。

本办法由项目公司负责营销的副总经理负责解释。

5、营销管理流程

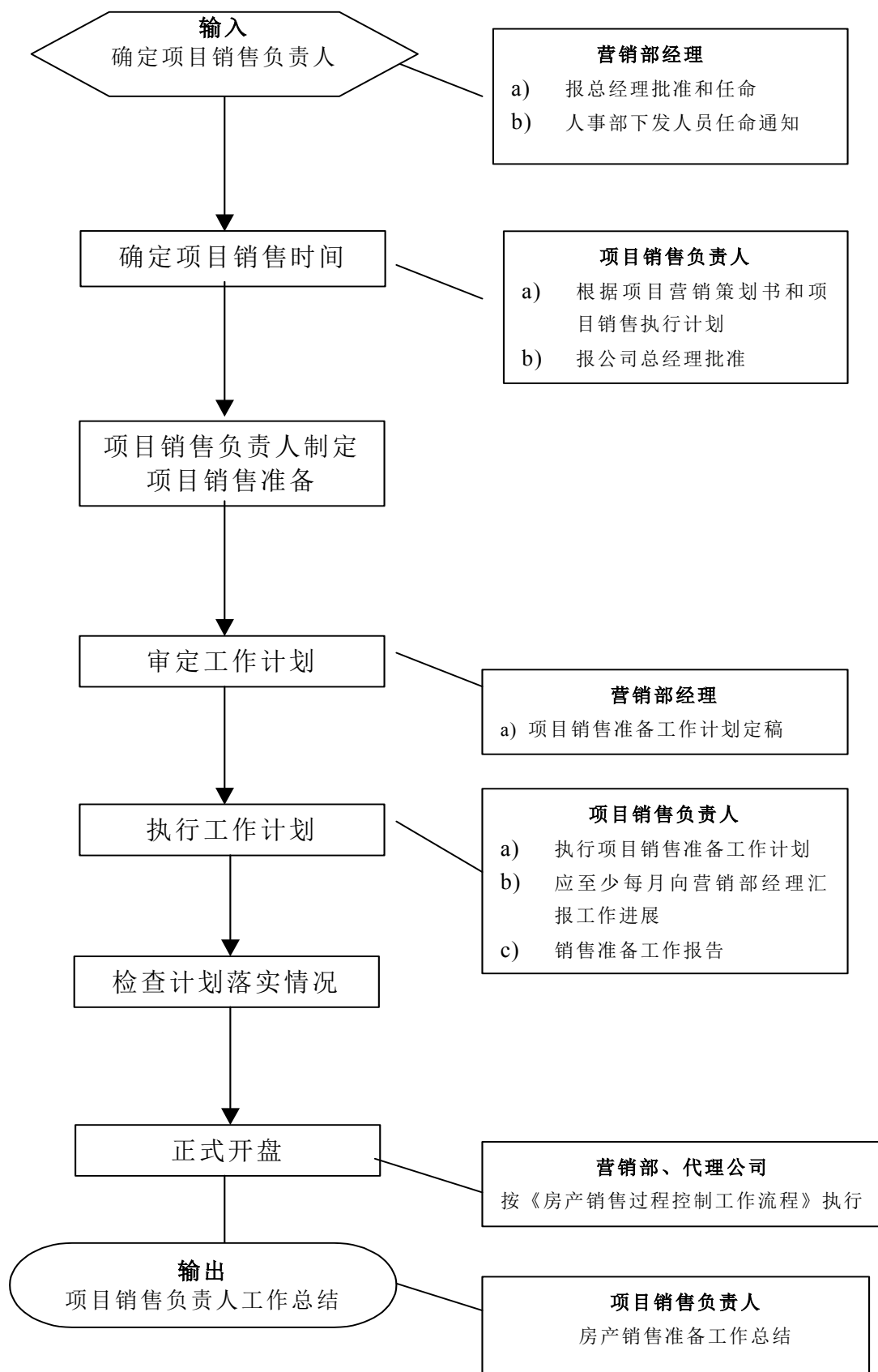
1. 对客户公开文献发布工作流程



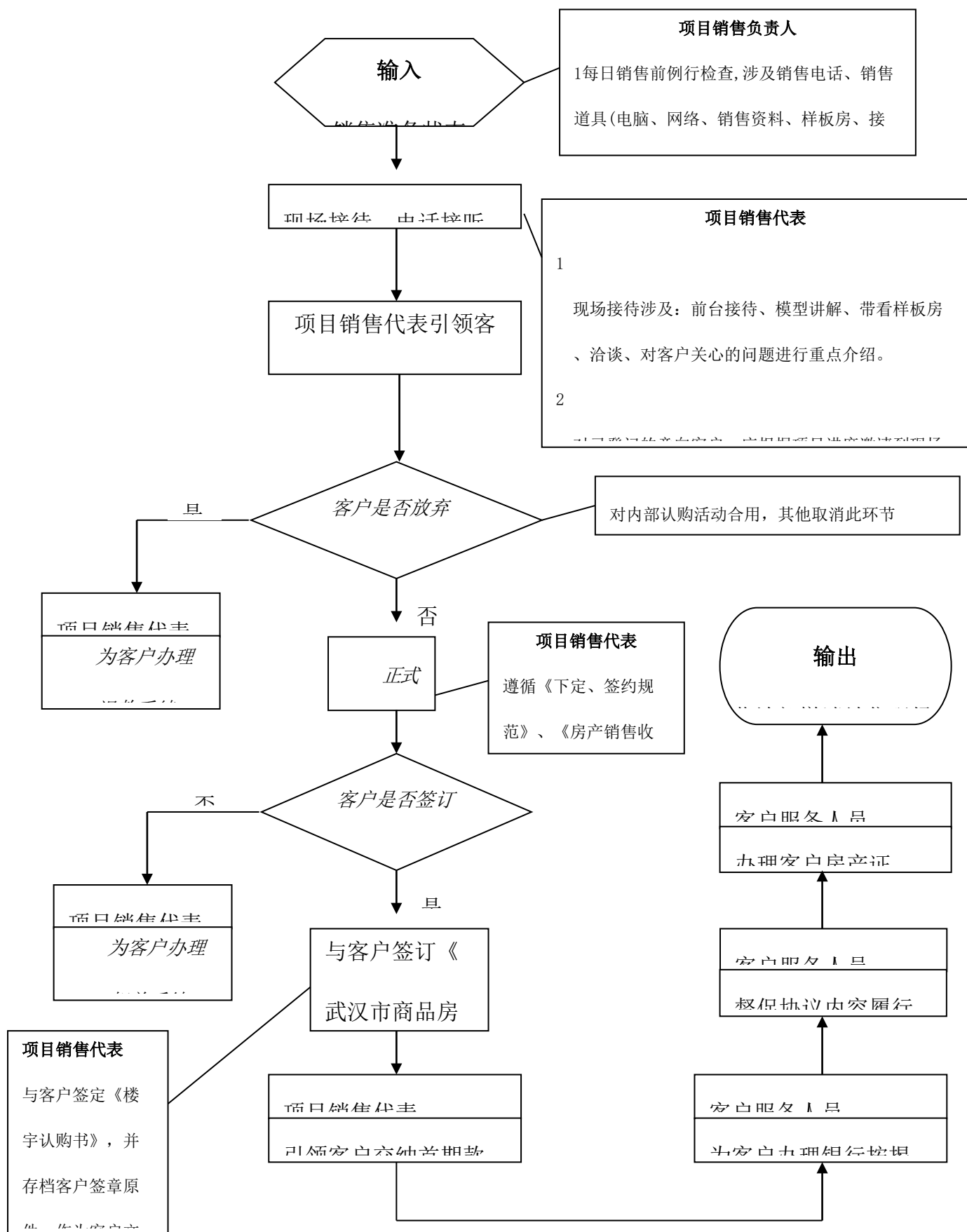


2 房产营销策划工作流程

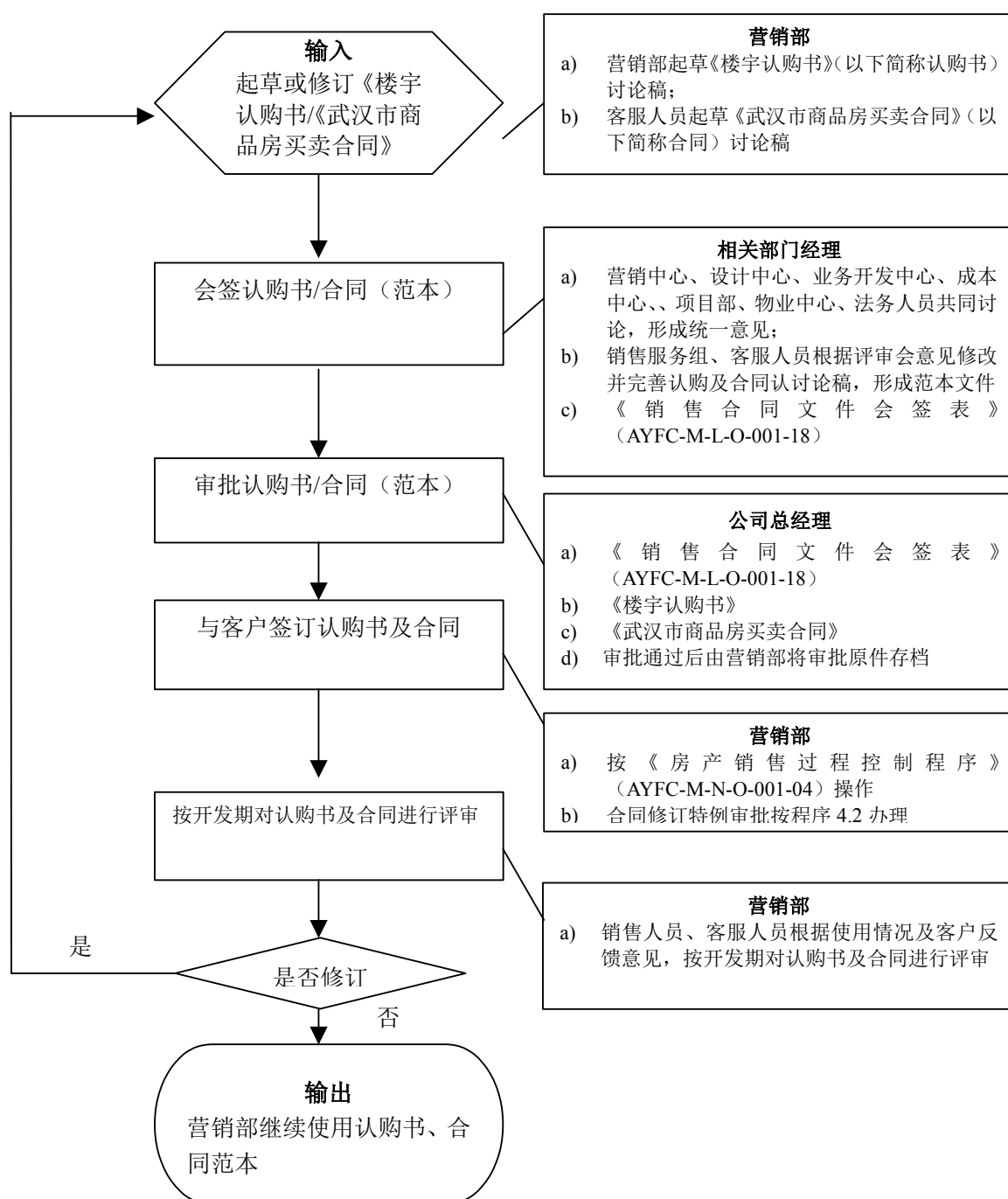
3房产销售准备工作流程



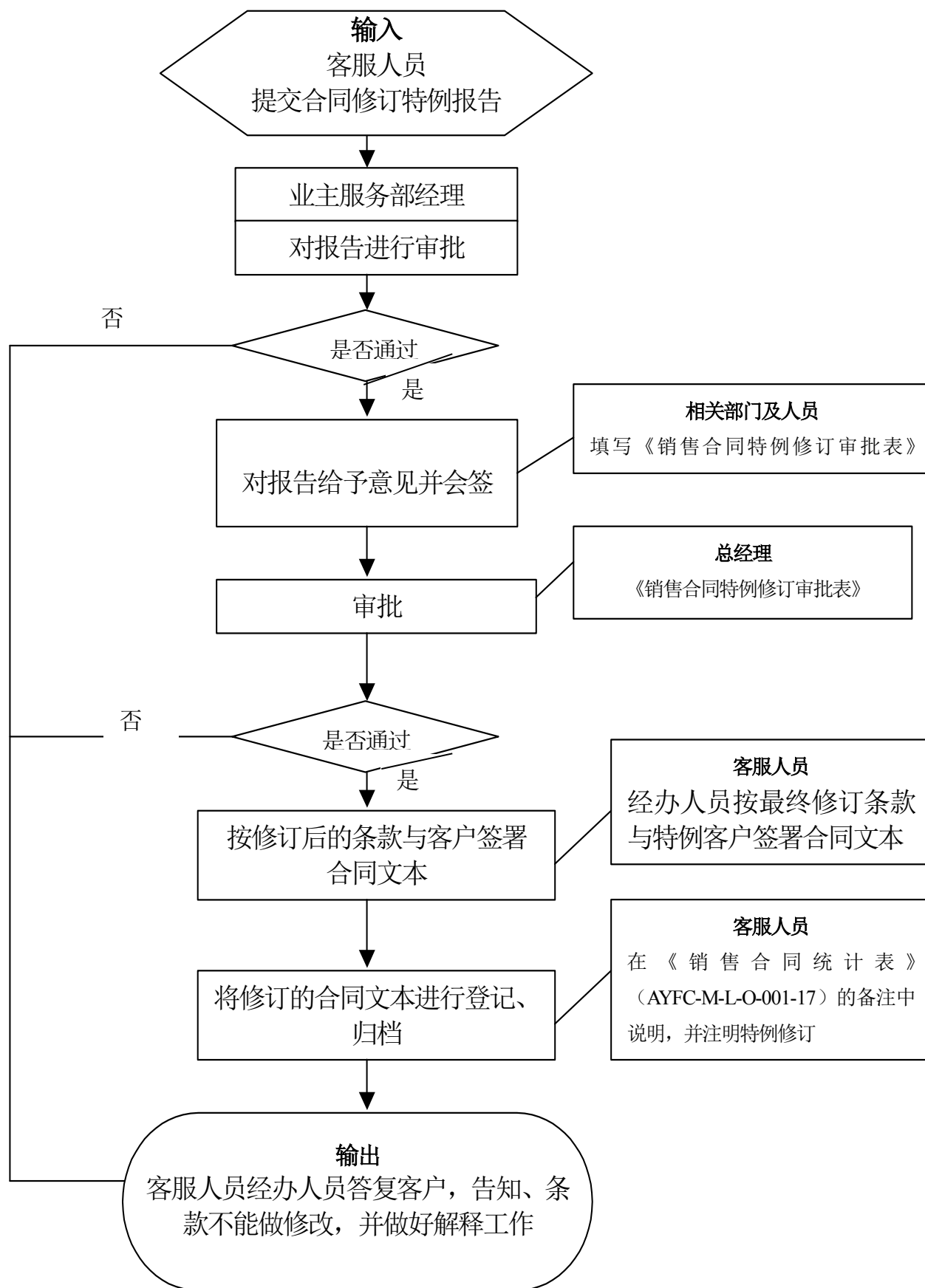
4房产销售过程控制工作流程



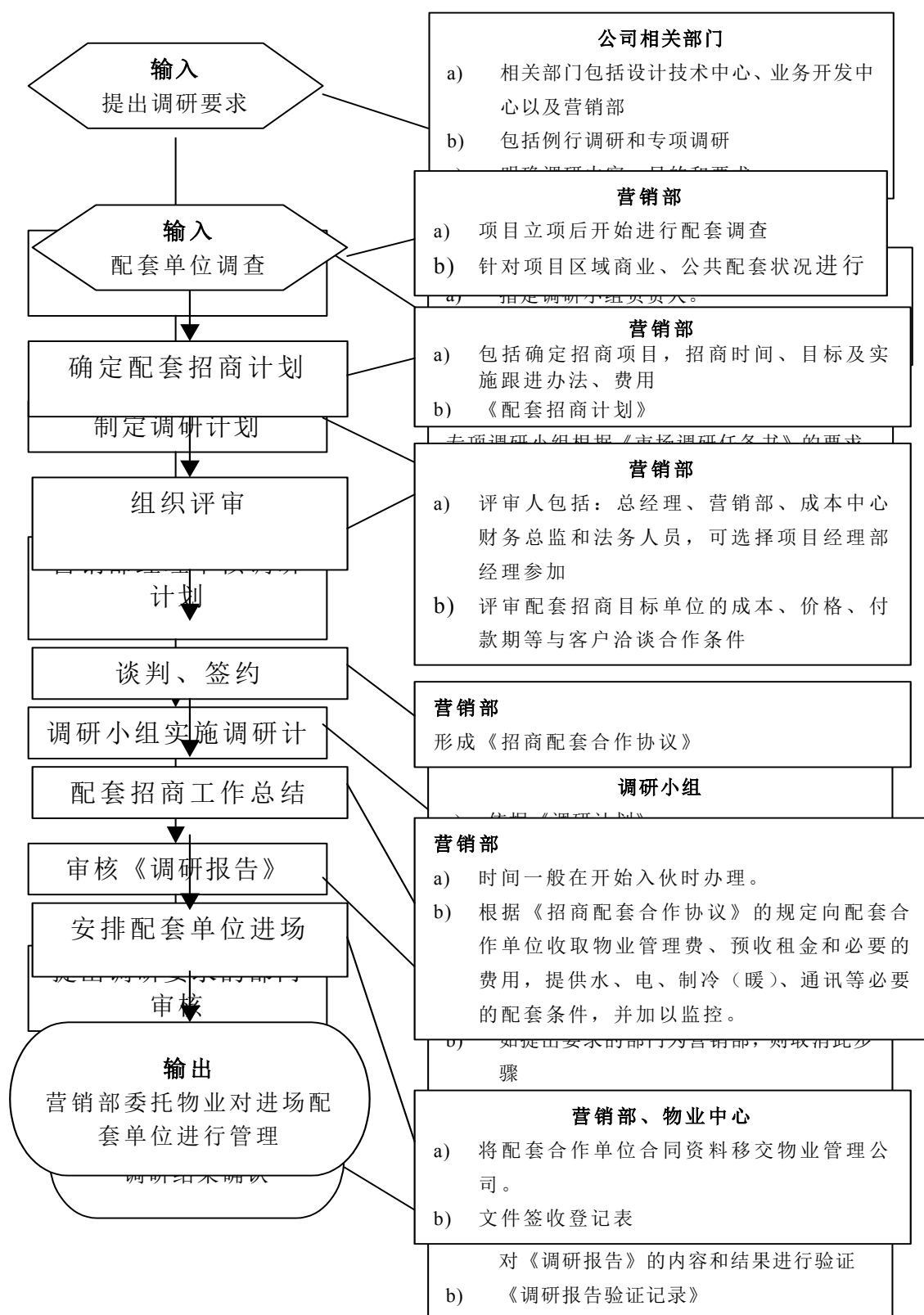
5楼宇认购书及商品房买卖合同范本编制程序



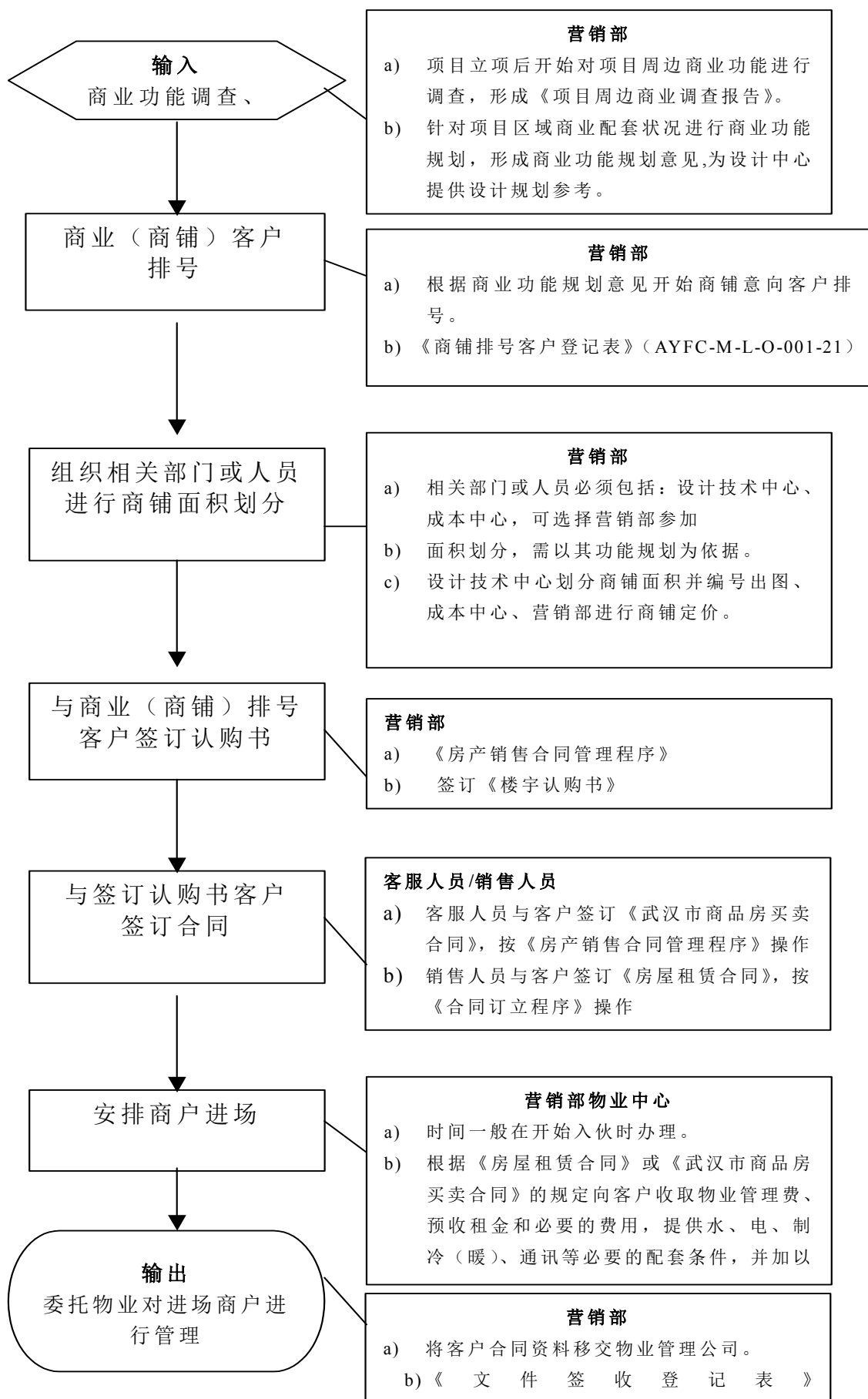
6协议修订特例审批程序



7场调研工作流程

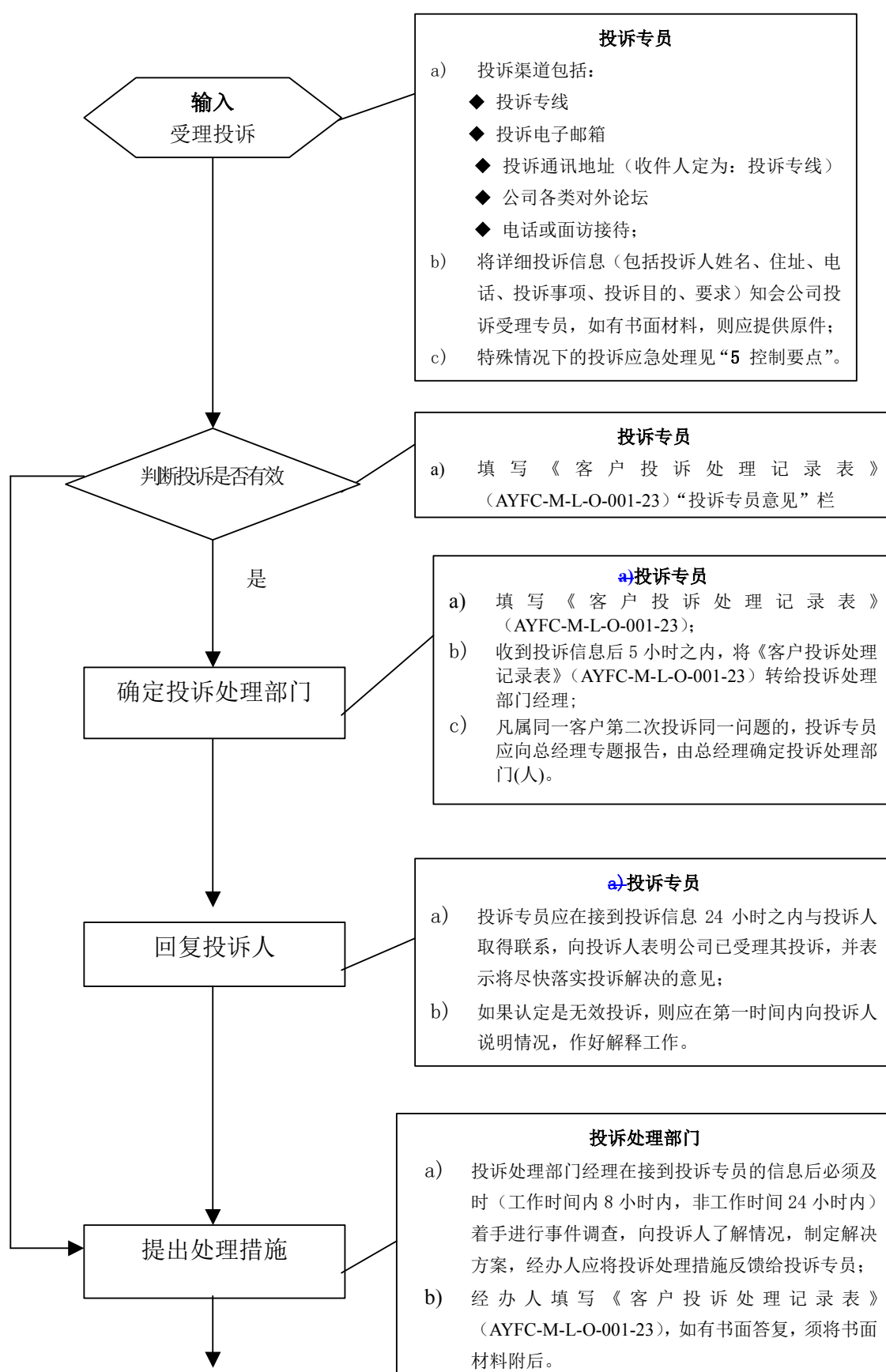


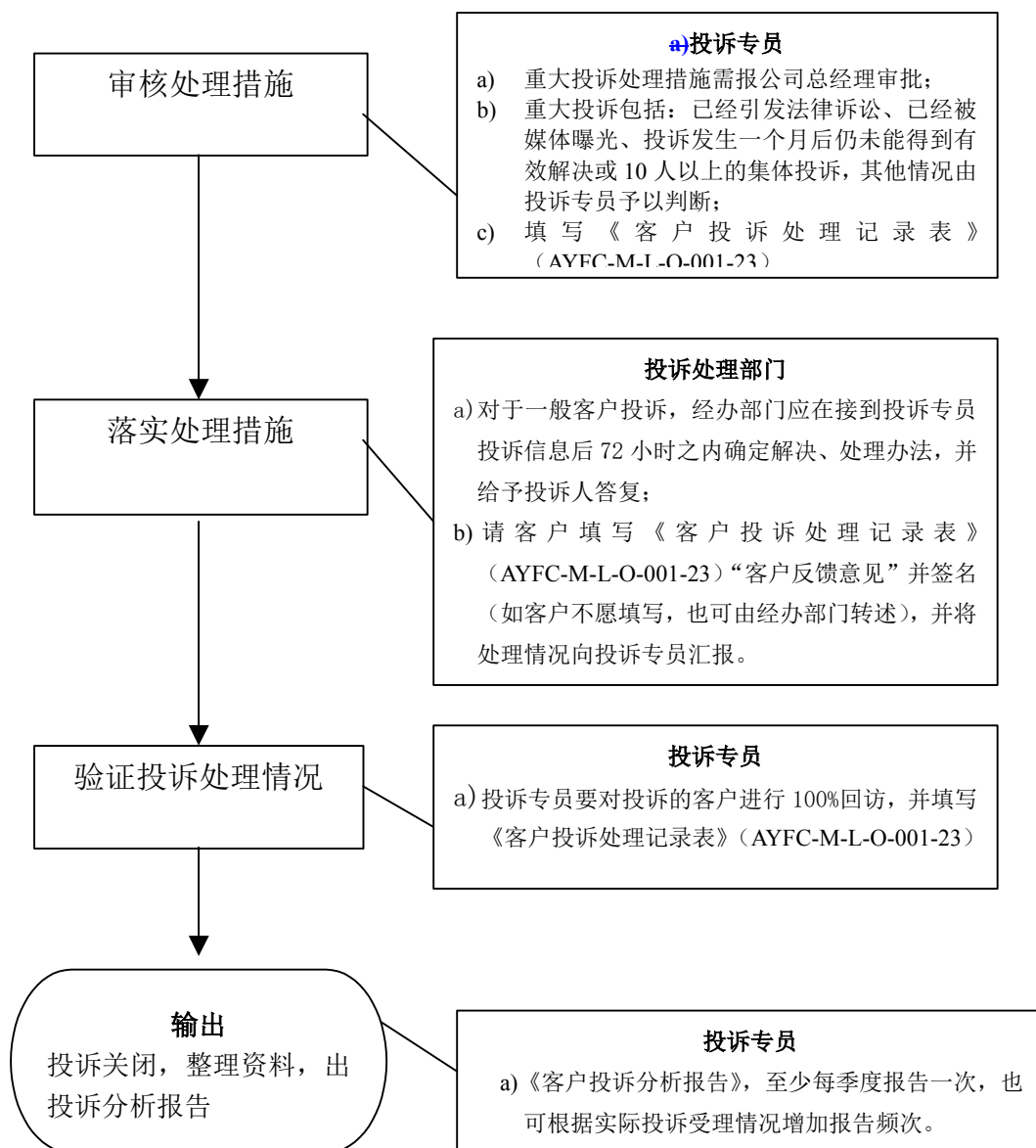
8 商铺租赁工作流程图



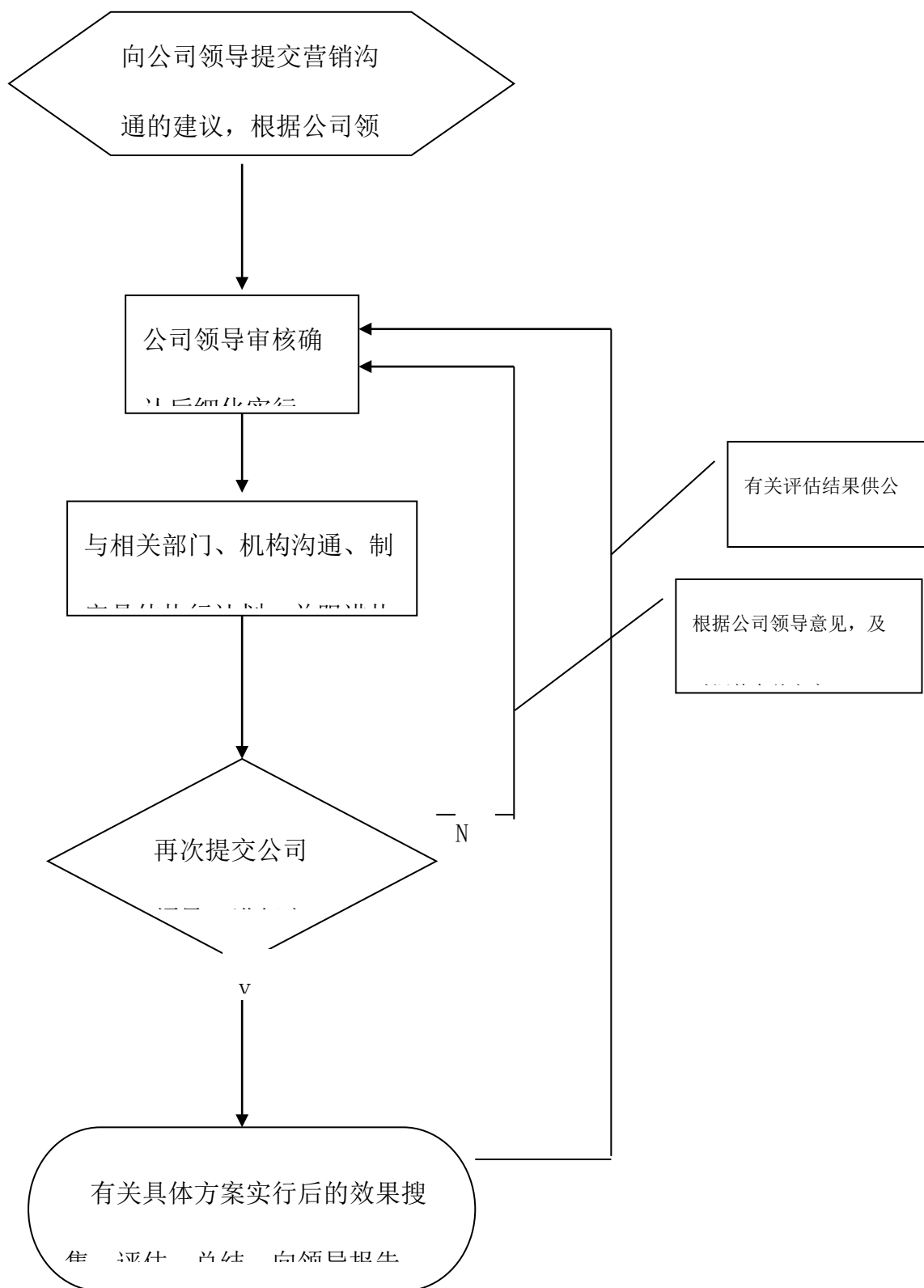
9 商铺销售工作流程

10客户投诉解决工作流程

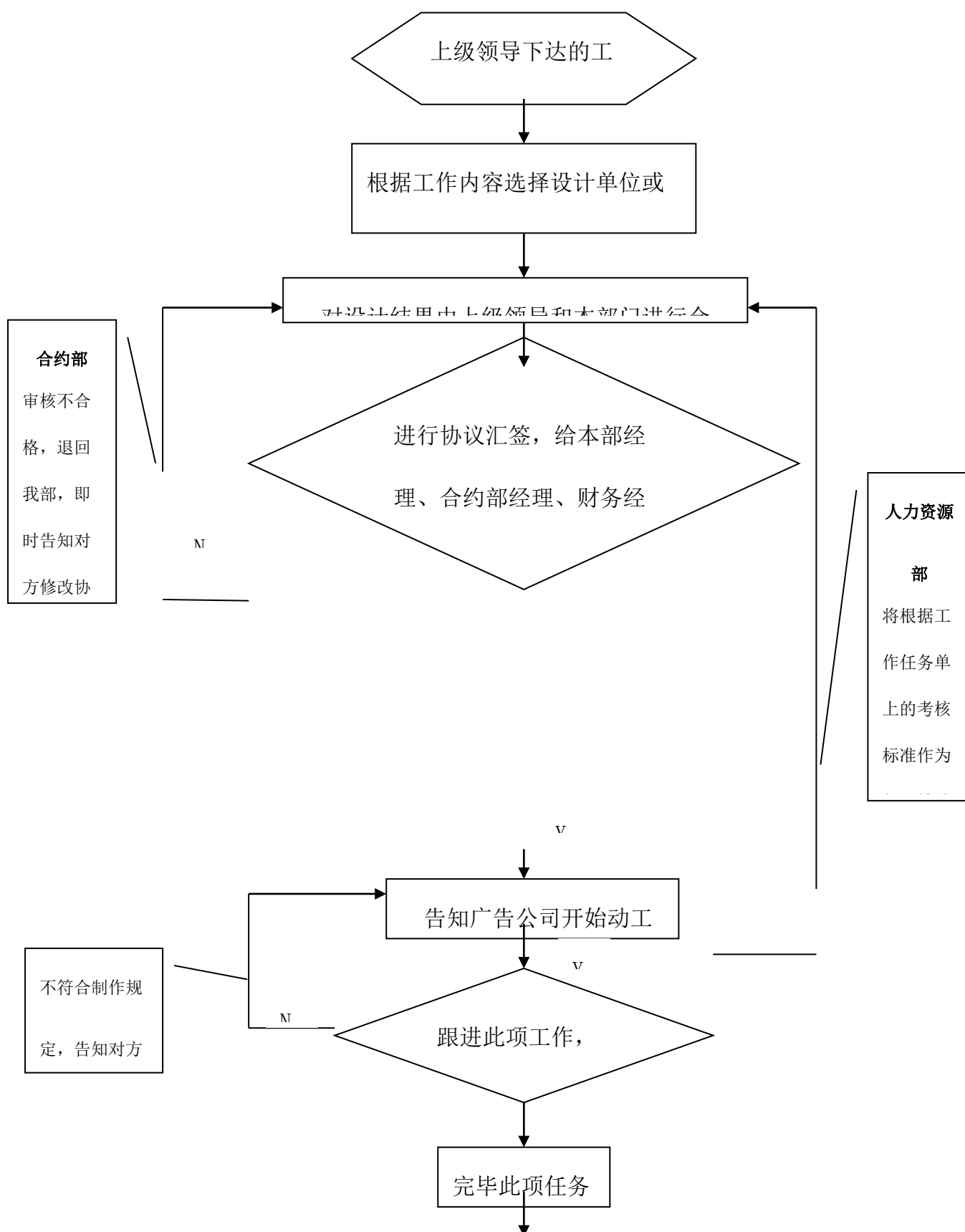




11广告工作流程



12现场包装工作流程



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/578121015130006075>