



# 浙科跨专业综合实训平台软件 操作手册

市场部营销总监

浙江航大科技开发有限公司

ZHEJIANG HANGDA TECHNOLOGY DEVELOPMENT CO.,LTD

## 目录

第一章	软件概述.....	4
第二章	功能详解.....	5
第一节	个人中心.....	5
1.1	首页.....	5
1.2	个人资料.....	6
1.3	当前实验.....	7
1.4	实验记录.....	9
1.5	知识库.....	9
1.6	我的好友.....	10
1.7	站内短信.....	12
1.8	企业注册演练.....	13
1.9	安全退出.....	31
第二节	我的文档.....	32
2.1	公司制度.....	33
2.2	部门制度.....	34
2.3	组织机构.....	35
2.4	部门员工.....	36
2.5	员工奖励申请单.....	36
2.6	员工处罚申请单.....	38
2.7	我的营销计划.....	40
2.8	专员营销计划.....	41
2.9	我的劳动合同.....	41
2.10	门户网站新闻.....	42
第三节	市场调查.....	45
3.1	市场调查策划.....	45
3.2	市场细分.....	48
3.3	市场细分报告.....	49
3.4	SWOT 分析.....	51

3.5 SWOT 分析报告 .....	53
3.6 市场调查报告 .....	55
3.7 竞争对手调查策划 .....	57
3.8 竞争对手调查 .....	59
3.9 竞争对手调查报告 .....	61
<b>第四节 产品定位 .....</b>	<b>62</b>
4.1 公司产品 .....	63
4.2 新产品策略 .....	64
4.3 产品调整方案 .....	68
4.4 价格策略 .....	69
<b>第五节 营销策划 .....</b>	<b>72</b>
5.1 宣传策略 .....	73
5.2 宣传策略实施 .....	76
5.3 促销策略 .....	77
5.4 促销策略实施 .....	80
5.5 服务策略 .....	81
5.6 服务策略实施 .....	84
5.7 渠道策略 .....	85
<b>第六节 相关审核 .....</b>	<b>87</b>
6.1 审核专员产品策划 .....	88
6.2 审核产品调整方案 .....	90
6.3 审核专员定价策略 .....	90
6.4 审核专员宣传策略 .....	91
6.5 审核专员渠道策略 .....	92
6.6 审核专员促销策略 .....	93
6.7 审核专员服务策略 .....	94
6.8 审核市场调查策划书 .....	95
6.9 审核市场细分报告 .....	96
6.10 审核 SWOT 报告 .....	97
6.11 审核市场调查报告 .....	98

6.12 审核对手调查策划书.....	98
6.13 审核对手调查报告.....	99
<b>第七节 营销统计.....</b>	<b>100</b>
7.1 上市产品.....	100
7.2 价格趋势统计.....	100
7.3 策略情况统计.....	101
<b>第八节 协同办公.....</b>	<b>102</b>
8.1 通知公告.....	103
8.2 会议室.....	103
8.3 文件传递.....	105
8.4 网络寻呼.....	107
8.5 专题讨论.....	108
8.6 任务发布.....	110
8.7 工作汇报.....	112
<b>第九节 辅助功能.....</b>	<b>113</b>
9.1 我的好友.....	113
9.2 新闻中心.....	115
9.3 小秘书.....	115
9.4 帮助.....	115
<b>第十节 门户网.....</b>	<b>115</b>
<b>第十一节 邮件服务.....</b>	<b>116</b>
<b>第十二节 搜索引擎.....</b>	<b>117</b>

# 第一章 软件概述

随着现代信息技术的发展，社会对人才综合素质要求的不断提高，现有单一专业的实训已不能满足需要，需要更新实训内容、实训方式和手段。本平台是专门针对此而建立的仿真社会经济环境下的跨专业综合实训平台。平台是以生产制造企业为核心、以制造业各部门业务流程为驱动、以行政办事单位和金融单位等服务性机构为依托，生产业务链、流通业务链、资本运作业务链相互交织、高度整合的网络状仿真综合运作内容体系。

跨专业平台主要由搭建平台运行环境、制造企业运营、行政业务和金融业务等几大部分组成。以现代制造行业为蓝本，设置总经理办公室、销售部、生产部、采购部、仓储部、外贸部、市场部、财务部、人才资源部、企业投资融部等十大制造企业职能部门；真实模拟行政办事部门，提供工商局、税务局、会计事务所、银行、物流、保险公司、贷代公司等办事场所；系统虚拟扮演公安局、质量与技术监督局、劳动与社会保障局、原材料供应商、海关、商检、外汇管理局、船公司等服务性部门行业。囊括了与制造行业有关的所有相关行政办事部门和服务性行业。

通过平台的实训拓展学生专业知识面，开发、训练学生综合运用本专业及相关专业的知识解决实际问题的能力，使学生得以在企业经营行为模拟基础上融会主修专业知识和相关辅助知识，着重开发、训练学生从事经济管理的综合决策能力、综合执行能力，对处于复杂市场环境下的企业经营进行大规模的仿真运作。

## 第二章 功能详解

### 第一节 个人中心

进入浙科跨专业综合实训平台首页登录页面，选择“学生端”，学生通过管理员提供的用户名和密码登录系统，如下图所示，点击【登入】进入个人中心。



个人中心菜单栏包括首页、个人资料、当前实验、实验记录、知识库、我的好友、站内短信、企业注册演练和安全退出几个模块。

#### 1.1 首页

首页的页面包括个人资料、当前实验、实验记录、知识库和最新公告几个模块。点击各个模块可进入相关页面。



左边当前实验栏显示当前实验名称、用户所属单位及岗位信息。

## 1.2 个人资料

进入实验前需要市场部营销总监完善个人资料，才能进入实验。点击菜单中的【个人资料】，包括个人基本信息和个人身份证两部分，操作包括修改头像和编辑资料。



### (1) 修改头像

点击【修改头像】，如下所示，点击【浏览】上传事先准备好的头像图片（图片支持 JPG、JPEG、GIF、BMP 和 PNG 文件，最大不超过 4M），点击【上传头像】，新头像设置成功。



## (2) 编辑资料

点击【编辑资料】，进入如下页面，输入相关信息，点击【保存修改】按钮，资料编辑成功。



## 1.3 当前实验

点击菜单中的【当前实验】，可查看当前实验的基本介绍。



浙科跨专业综合实训平台

当前实验 CURRENT EXPERIMENT

2013年实验

2013年实验  
 虚拟日期：日期换算：1天 = 5分 开始日期：2013-01-01  
 实验班级：2013金融专业A班 2013财政学A班 2013市场营销A班  
 涉及行业：箱包 家电 生活  
 系统订单量：

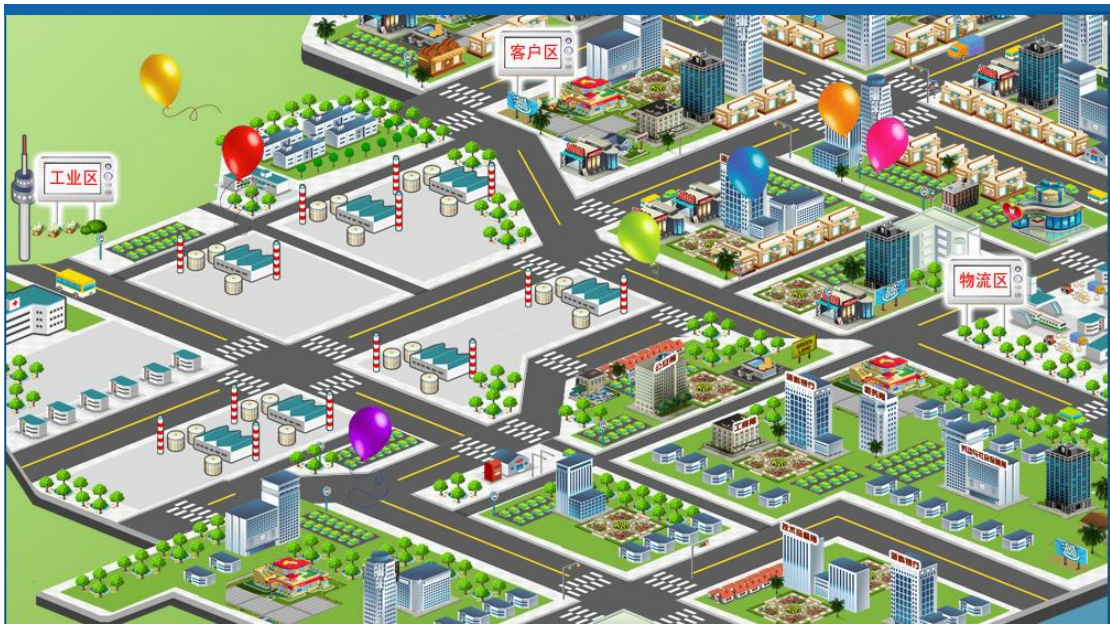
系统产品	每月固定订单量	每月竞争订单问题
电动剃须刀	1,500 个	30,000 个
空气净化器	1,000 台	25,000 台
音响	800 台	15,000 台

潘佳一 女  
 专业：财政学专业  
 班级：2013财政学A班

最新公告 more>>

[进入实验](#)

点击【进入实验】进入区域地图选择界面，如下图：

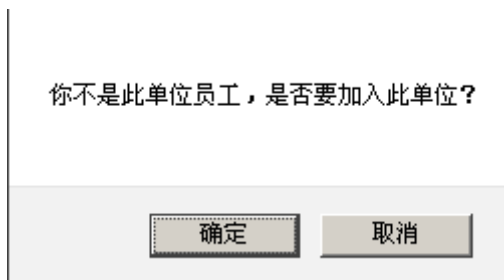


点击【工业区】，进入工业区域地图，

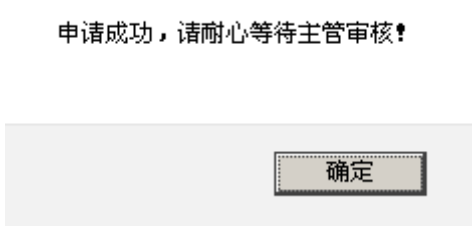


进入工业区地图，在城区下拉框中选择城区，在工业区地图中选择希望加入企业，点击

该企业图标，提示“你不是此单位员工，是否要加入此单位？”



点击【确定】按钮，提示“申请成功，请耐心等待主管审核！”



点击【确定】按钮，等待总经理岗位分配以后，才能进入实验。

## 1.4 实验记录

记录进行中和已经结束的实验，可看到虚拟日期的长度、开始日期以及实验说明。



## 1.5 知识库

学生用户在知识库模块学习管理员发布的教学资源，点击菜单中的【知识库】，进入资源类别分类，如下图：



选择要学习的资源类别，点击该类别后的【more>>】按钮进入资源管理列表，列表包括标题和发布日期，直接点击标题即可进入相应的教学资源进行查看学习。

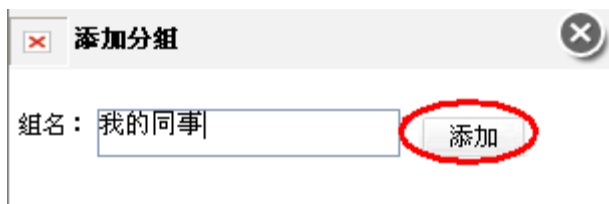
## 1.6 我的好友

点击菜单栏的【我的好友】进入好友管理页面，如下图所示。我的好友实现平台内成员间的沟通交流，可进行的操作包括添加组和添加好友。



### (1) 添加组

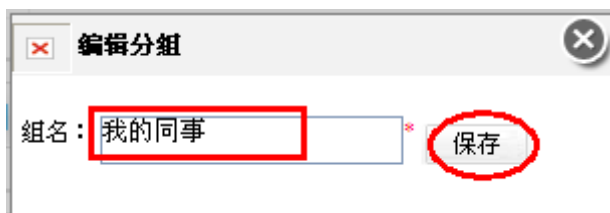
点击【添加组】按钮，系统跳出添加分组页面。如下图，输入组名点击【添加】。



添加后的分组可以进行修改和删除。



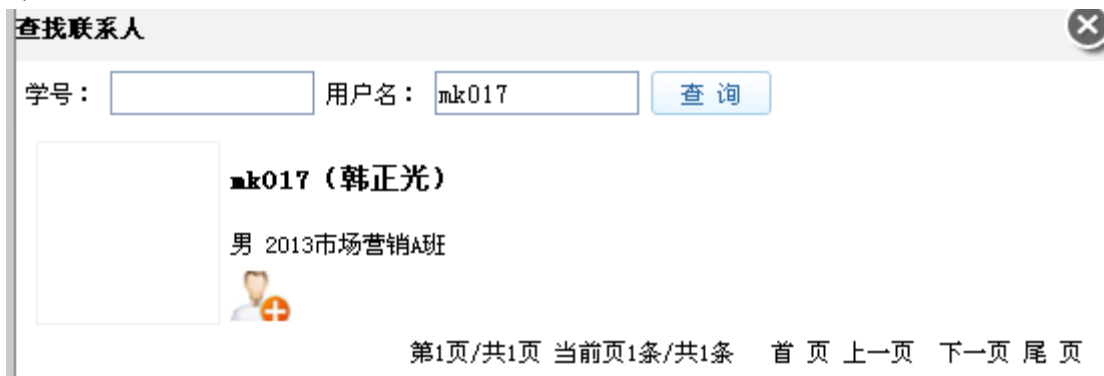
编辑：点击【编辑】按钮，如下图，直接在我的组名后进行修改，修改完点击【保存】。




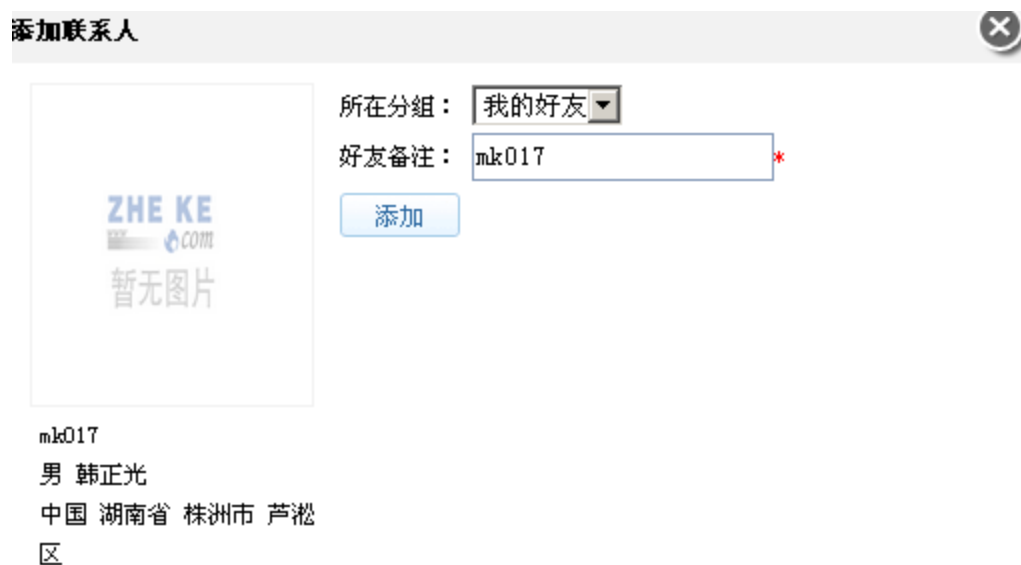
删除：直接点击【删除】按钮就可删除成功。

## (2) 添加好友

点击【添加好友】按钮，系统跳出添加好友页面。如下图，输入学号或用户名，点击查询。



在查询后的用户中，选择要添加好友的人，点击头像，出现如下图操作，选择分组，修改备注，点击【添加】即可。



添加成功的学生可进行聊天、详情和删除操作。

我的好友

[添加组](#) [添加好友](#)

**我的好友 [0]** MORE >

	昵称：mk017 姓名：韩正光 性别：男 操作： <a href="#">聊天</a> <a href="#">详情</a>
--	---

**黑名单 [0]** MORE >

**同事 [0]** [编辑](#) [删除](#) MORE >

聊天：点击 **【聊天】**，弹出聊天对话框，如下图，可直接进行对话。



详情：点击 **【详情】**，查看联系人的基本信息。

删除：点击 **【删除】**，可直接删除好友。

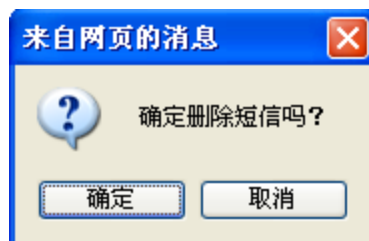
## 1.7 站内短信

站内短信提醒用户查看相关的系统信息和聊天信息，点击菜单栏的 **【站内短信】**，如下

图所示。



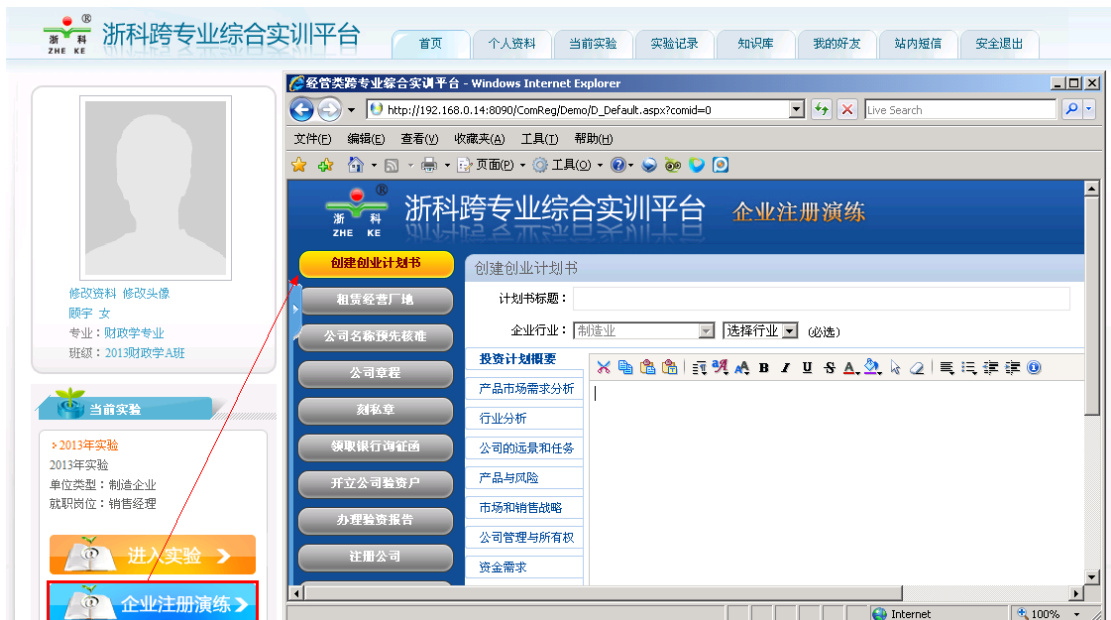
点击【删除】按钮，可以及时清理站内短信，系统弹出“确定删除短信吗？”提示。



点击【确定】按钮，站内短信删除成功。

## 1.8 企业注册演练

营销总监个人中心页面点击【企业注册演练】按钮，弹出企业注册演练页面，如图：



企业注册演练是除总经理外其他角色进行企业注册操作的演练。企业注册演练包括 15 个步骤。

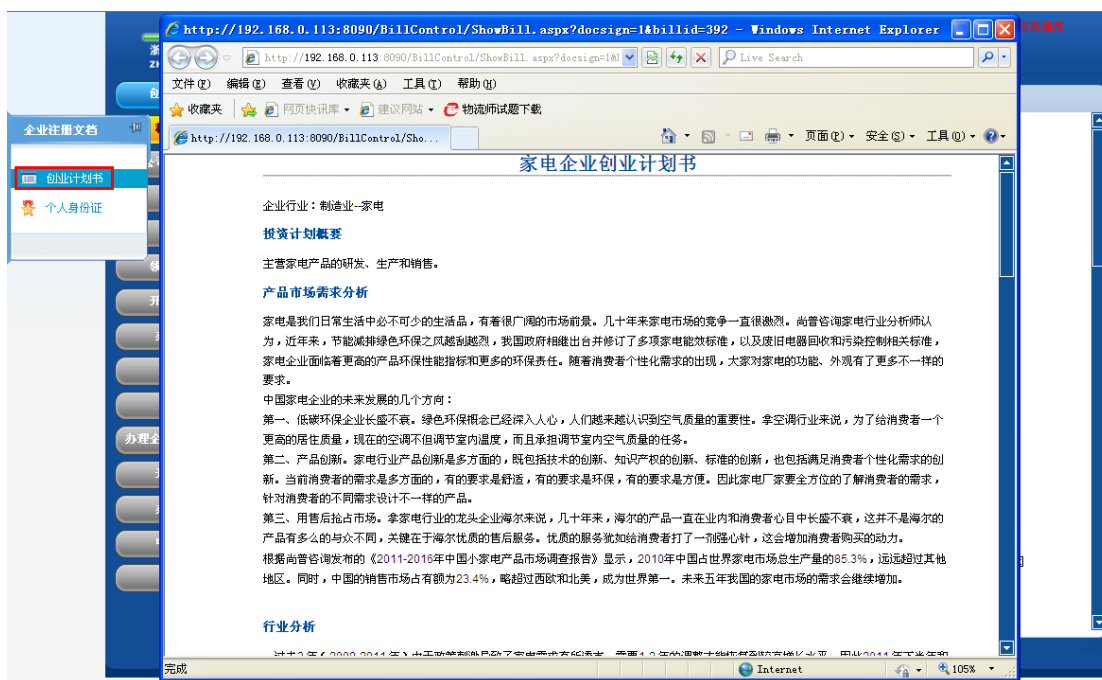
### (1) 创建计划书

企业注册演练第一个模块为创建计划书，默认显示为计划书填写页面，如图：



需手动填写计划书标题、投资计划概要、产品市场需求分析、行业分析、公司的远景和任务、产品与风险、市场和销售战略、公司管理与所有权、资金需求、财务分析；企业行业通过下拉的方式选择所需行业，行业信息由系统设置。

创业计划书填写完成后点击【提交】按钮，创业计划书提交成功，自动跳转到租赁经营场地模块操作页面。点击【创建创业计划书】按钮，可查看创业计划书的详细信息；点击左边企业文档中【创业计划书】按钮，也可查看创业计划书详细信息，如图：



## (2) 租赁经营场地

创业计划书未完成前，点击【租赁经营场地】按钮，操作无效；创业计划书完成后自动跳转到租赁经营场地操作模块，如图：



租赁经营厂地前需通过“所在城市”下拉选项，选择需租赁的城区，城区由系统设置。城区选择完成后点击【搜索】按钮，进入所选城区。在可租赁的区域点击【租赁】按钮，进入租赁厂地信息查看页面，如图：



点击【签合同】按钮，进入厂房租赁合同签订页面，如图：



租房厂房

租房列表 >> 0004 >> 签合同

### 厂房租赁合同

甲方：浙科房产有限公司（出租人）  
乙方：胡云（承租人）

双方经友好协商，根据《合同法》及国家、当地政府对厂房租赁的有关规定，就租赁厂房一事达成以下协议：

第一条 甲方保证向乙方出租的厂房系本人拥有完全所有权和使用权，乙方确保了解该厂房全貌，并以现状为准。

第二条 出租厂房坐落于：广东佛山市枫云区0004号，厂房建筑面积：5000平方米，厂房门窗完好，水、电、气、暖供应正常。

厂房租赁期限：2014-1-1 至 2019-1-1

第三条 租金每周人民币1000元（因该家属院管理费和垃圾费等，均由乙方承担）。

第四条 租金每周支付一次，自本合同生效之日起，乙方应先行向甲方支付一周的租金合计1000元整；以后应在一周后的前1日内付清下半年度的租金。租金以现金支付，甲方收取租金时向乙方出具收条，乙方还应向甲方交纳押金10000.00元，和首次租金一并交付，合同到期后乙方对厂房现状如无损毁，该押金全额退还给乙方，如有损毁，按实际损毁程度或按照损毁物品价值原价予以扣除，不足的，乙方予以补足。该押金无利息。

第五条 租赁期间，乙方因正常生活之需要的煤气费、水电费、暖气费、电话费、有线电视费、网络使用费、治安费等均由乙方承担；

第六条 租赁期间，乙方不得将厂房转租给第三方使用，否则，甲方有权单方终止合同，并收回厂房，且可以追究乙方的违约责任。

第七条 租赁期间，甲方应负责厂房的正常维修，或委托承租方代行维修，维修费由甲方承担。甲方应保证厂房能满足乙方正常使用和居住之需要。

第八条 租赁期间，如厂房发生非因乙方原因造成的自然损坏，或人为损坏，或屋面漏水等，影响乙方正常居住生活事由的，甲方应及时通知乙方，并由甲方自行修缮，超过15日乙方有权自行修缮，修缮费用由甲方承担。

点击厂房租赁合同最下面的【签订合同】按钮，确定签订，厂房租赁成功。页面自动跳转到公司名称预先核准操作页面。点击【租赁经营厂地】按钮或企业文档中【租赁合同】，可查看厂房租赁合同的详细信息。

### （3） 公司名称预先核准

租赁经营厂地操作完成后，自动跳转到公司名称预先核准操作页面，如图：



浙科跨专业综合实训平台

企业注册演练

欢迎！胡云 | 重新登陆

创建创业计划书

租赁经营厂地

公司名称预先核准

公司章程

刻私章

领取银行询证函

开立验资账户

办理验资报告

注册公司

刻章备案

办理企业组织机构代码证

开立基本账户

办理税务登记

申请领购发票

办理社保

提交企业名称预先核准申请书

### 企业名称预先核准申请书

申请企业名称： \* 有限责任公司

备选企业名称1： 有限责任公司

(请选用不同的字号) 2： 有限责任公司

3： 有限责任公司

许可经营项目：

经营范围：一般经营项目：

注册资本（万元）： 500

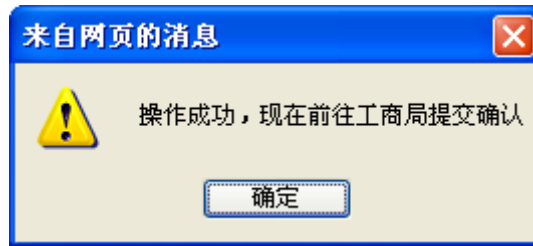
企业类型： 有限责任公司

住所所在地： 广东佛山市

指定代表或者委托代理人： 胡云

版权所有 浙江航大科技开发有限公司

企业名称预先核准申请书中，带“\*”号为必填项，填写完成后点击单据最下面的【提交】按钮，确定提交申请书后，弹出提示信息如图：



进入工商局后点击提示箭头，弹出提示信息，如图：



提示信息点击【确定】按钮，名称预先核准申请书提交成功后，进入下一步：撰写公司章程。

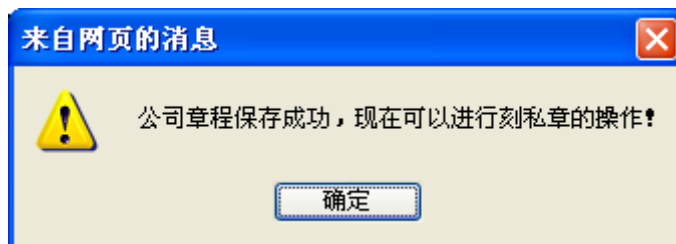
预先核准申请书提交成功后工商局自动处理了申请，点击【公司名称预先核准】按钮，或企业文档中【企业名称核准通知单】按钮，可查看到工商局自动处理后返还的企业名称预先核准通知书。

#### (4) 公司章程

企业名称预先核准处理完成后自动进入公司章程填写页面，如图：



章程标题和章程内容填写完成后点击【提交】按钮，提示信息如图：



点击【公司章程】按钮或企业注册文档中点击【公司章程】按钮，可查看企业章程的详细信息。

### (5) 刻私章

公司章程填写完成后，自动跳转到刻私章页面，如图：



刻私章页面显示私章的图片，点击【生成私章】按钮，刻私章操作成功。

#### (6) 领取银行询征函

刻私章操作完成后自动跳转到领取银行询征函操作页面，如图：



会计事务所页面点击指示箭头，弹出银行询征函页面，如图：

领取银行询证函

---

**银行询证函**

编号: \_\_\_\_\_

致 \_\_\_\_\_ 银行:

本公司(筹)聘请的会计事务所 \_\_\_\_\_ 正在对本公司(筹)的注册资本实缴情况进行审验。按照国家有关法规的规定和中国注册会计师审计准则的要求,应当询证本公司(筹)出资者(股东)向贵行缴存的出资额。下列数据及事项如与贵行记录相符,请在本函下端“数据及事项证明无误”处签章证明;如有不符,请在“列明不符事项”处列明不符事项。有关询证费用可直接从本公司(筹) \_\_\_\_\_ 存款账户中收取。回函请直接寄至会计事务所 \_\_\_\_\_ 会计师事务所。

回函地址: 广东佛山禅城区平远南街4号新发通信大楼8层 \_\_\_\_\_  
 电话: 0757-27652258 \_\_\_\_\_ 传真: 0757-27653155 \_\_\_\_\_  
 联系人: 董杰 \_\_\_\_\_ 邮编: 528200 \_\_\_\_\_

截至 \_\_\_\_\_ 止,本公司投资者(股东)缴入的出资额列示如下:

缴款人	缴入日期	银行帐号	币种	金额(万元)	款项用途	备注
金额合计(大写)						

\_\_\_\_\_ 公司(筹)  
 法定代表人或委托代理人: \_\_\_\_\_  
 填写日期: \_\_\_\_\_

以下仅供被询证银行使用  
 4/21/13

点击银行询征函最下面的【领取】按钮,提示信息如图:



点击【领取银行询征函】按钮可查看到银行询证函的详细信息。

**(7) 开立公司验资户**

银行询证函领取成功后自动跳转到开立公司验资户页面, 如图:

浙科跨专业综合实训平台 企业注册演练

欢迎! 胡云 | 重新登陆

创建创业计划书  
租赁经营场地  
公司名称预先核准  
公司章程  
刻私章  
领取银行询证函  
**开立公司验资户**  
办理验资报告  
注册公司  
刻章备案  
办理企业组织机构代码证  
开立基本账户  
办理税务登记  
申请领购发票  
办理社保

开立公司验证户

[结算账户申请书](#) [现金缴款单](#) [业务费用支付方式](#)

### 企业结算账户申请书

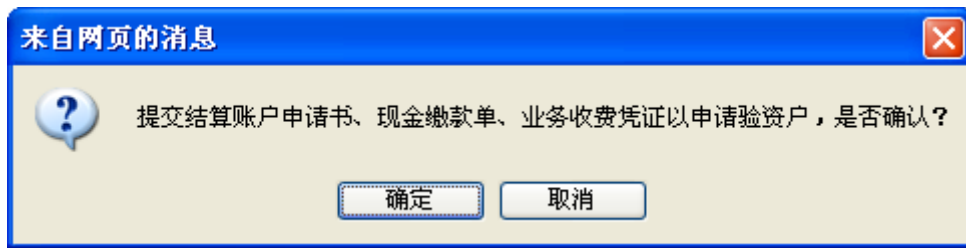
存款人	胡云		电话	0757-85595558	
地址	广东佛山市顺德区0004号		邮编	528000	
存款人类别	制造企业		组织机构代码		
法定代表人 <input checked="" type="checkbox"/>	姓名	胡云			
单位负责人 <input type="checkbox"/>	证件种类	身份证			
行业分类	A <input type="checkbox"/>	B <input type="checkbox"/>	C <input checked="" type="checkbox"/>	D <input type="checkbox"/>	E <input type="checkbox"/>
	F <input type="checkbox"/>	G <input type="checkbox"/>	H <input type="checkbox"/>	I <input type="checkbox"/>	J <input type="checkbox"/>
	K <input type="checkbox"/>	L <input type="checkbox"/>	M <input type="checkbox"/>	N <input type="checkbox"/>	O <input type="checkbox"/>
	P <input type="checkbox"/>	Q <input type="checkbox"/>	R <input type="checkbox"/>	S <input type="checkbox"/>	T <input type="checkbox"/>
注册资金	500 万元		地区代码	440600000000	
经营范围					
证明文件种类	身份证		证明文件编号	61030419780715851X	
税务登记证编号 (国税或地税)					
关联企业	关联企业信息填写在“关联企业登记表”上				
账户性质	<input type="radio"/> 基本 <input type="radio"/> 一般 <input type="radio"/> 专用 <input checked="" type="radio"/> 临时				
资金性质			有效期至		
以下为存款人上级法人或主管单位信息：					
上级法人或主管单位名称					

版权所有 浙江航大科技开发有限公司

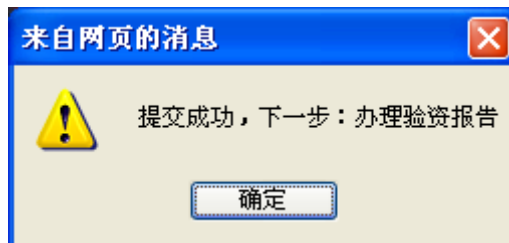
开立公司验资户需要填写结算账户申请书、现金缴款单和业务费用支付方式，单据中带“\*”号为必填项，单据填写完成后点击页面最下面的【提交】按钮，进入银行办理业务，页面如图：



点击银行柜台前的指示箭头，弹出提示，如图：



点击确定办理，提示信息如图：



点击【开立公司验资户】按钮，可查看到银行返还的结算账户申请书、账户管理协议、现金缴款单和业务收费凭证。

### (8) 办理验资报告

开立公司验资户完成后进入办理验资报告页面，如图：



点击会计事务所页面的指示箭头，弹出办理验资报告所需的文件，如图：

办理验资报告

租赁合同 公司章程 企业名称核准通知单 个人身份证

### 厂房租赁合同

甲方：浙科房产有限公司（出租人）  
乙方：胡云（承租人）

双方经友好协商，根据《合同法》及国家、当地政府对厂房租赁的有关规定，就租赁厂房一事达成以下协议：

第一条 甲方保证向乙方出租的厂房系本人拥有完全所有权和使用权。乙方确保了解该厂房全貌，并以现状为准。

第二条 出租厂房坐落于：广东佛山市，厂房建筑面积：5000 平方米，厂房门窗完好，水、电、气、暖供应正常。

厂房租赁期限：2014年1月1日至2019年1月1日

第三条 租金每周人民币1000.00元（因该家属院管理费和垃圾费等，均由乙方承担）。

第四条 租金每周支付一次；自本合同生效之日起，乙方应先行向甲方支付一周的租金合计1000.00元整；以后应在一周后的前1日内付清下半年度的租金。租金以现金支付，甲方收取租金时向乙方出具收据。乙方还应向甲方交纳押金10000.00元，和首次租金一并交付，合同到期后乙方对厂房现状如无损毁，该押金全额退还给乙方，如有损毁，按实际损毁程度或按照损毁物品价值原价予以扣除，不足的，乙方予以补足。该押金无利息。

第五条 租赁期间，乙方因正常生活之需要的煤气费、水电费、暖气费、电话费、有线电视费、网络使用费、治安费等均由乙方承担；

需提交租赁合同、公司章程、企业名称核准通知单和个人身份证。点击页面最下面的【提交】按钮，操作成功，验资报告办理成功。点击【办理验资报告】按钮或企业注册文档中【验资报告】按钮，可查看验资报告详细信息。

### （9） 注册公司

验资报告办理完成后，自动进入注册公司页面，如图：

浙科跨专业综合实训平台 企业注册演练

欢迎！胡云 | 最新实训

注册公司

登记申请表 股东(发起人)名单 董事经理监事 法人代表登记表

#### 公司注册登记申请表

名称	三鑫电器有限公司		
名称预先核准通知书文号	HT00000030	联系电话	0757-28911529 / 13958019857
住 所	广东佛山市	邮政编码	528000
法定代表人姓名	胡云	职务	董事
注册资本	500（万元）	公司类型	有限责任公司
实收资本	500（万元）	设立方式	发起设立
经营范围	许可经营项目：经营各类中小型家电 一般经营项目：生产和销售各类中小型家电		
营业期限	20 年	营业执照副本	个
本公司依照《公司法》、《公司登记管理条例》设立，提交材料真实有效，谨此对真实性承担责任。 <div style="text-align: right;">           法定代表人签字：胡云            2014年01月01日         </div>			

注：  
 1、手工填写表格和签字请使用黑色或蓝色钢笔、毛笔或签字笔，请勿使用圆珠笔。2、公司类型应当填写“有限责任公司”或“股份有限公司”，其中，国有独资公司应当填写“有限责任公司（国有独资）”；一人有限责任公司应当注明“有限责任公司（自然人独资）”或“有限责任公司（法人独资）”。3、股份有限公司应在“设立方式”栏选择填写“发起设立”或者“募集设立”。  
 4、营业期限：请选择“长期”或者“XX年”。

版权所有 浙江航大科技开发有限公司

公司注册时需要提交登记申请表、股东（发起人）名单、董事经理监事和法人代表登记表，如图：



注册公司

登记申请表 股东(发起人)名单 董事经理监事 法人代表登记表

### 公司注册登记申请表

名称	三鑫电器有限责任公司		
名称预先核准通知书文号	HT00000030	联系电话	0757-28911529 / 13958019857
住所	广东佛山市	邮政编码	528000
法定代表人姓名	胡云	职务	董事
注册资本	500 (万元)	公司类型	有限责任公司
实收资本	500 (万元)	设立方式	发起设立
经营范围	许可经营项目：经营各类中小型家电 一般经营项目：生产和销售各类中小型家电		
营业期限	20 年	营业执照副本	↑个

本公司依照《公司法》、《公司登记管理条例》设立，提交材料真实有效。谨此对其真实性承担责任。

法定代表人签字：胡云  
2014年01月01日

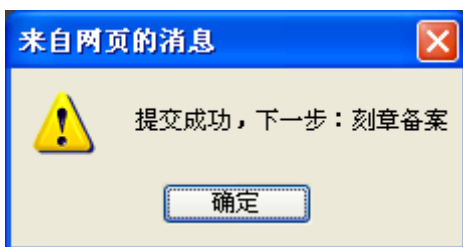
注：  
 1、手工填写表格和签字请使用黑色或蓝黑色钢笔、毛笔或签字笔，请勿使用圆珠笔。  
 2、公司类型应当填写“有限责任公司”或“股份有限公司”。其中，国有独资公司应当填写“有限责任公司（国有独资）”；一人有限责任公司应当注明“有限责任公司（自然人独资）”或“有限责任公司（法人独资）”。  
 3、股份有限公司应在“设立方式”栏选择填写“发起设立”或者“募集设立”。  
 4、营业期限：请选择“长期”或者“XXX年”。

提交

登记申请表中需要填写营业执照副本数，填写完成后点击页面最下面的【提交】按钮，前往工商局进行办理。进入工商局页面，点击指示箭头，弹出提示信息，操作如图：



操作确定提交单据，弹出信息如图：



注册公司办理完成后自动跳转到刻章备案页面，点击【注册公司】或企业注册文档中点击【营业执照】按钮，可查看到企业的营业执照。

### (10) 刻章备案

注册公司办理完成后进入刻章备案页面，如图：



刻章备案页面显示企业公章、财务专用章、合同专用章和发票专用章，点击【刻章】按钮，确定刻章后，刻章操作成功。

### (11) 办理企业组织机构代码证

刻章备案操作完成后自动跳转到办理企业组织机构代码证页面，如图：



填写申领组织机构代码证基本信息登记表，带“\*”号为必填项，填写完成后点击单据最下面【办理】按钮，办理成功。点击【办理企业组织机构代码证】按钮或企业注册文档中点击【组织机构代码证】按钮，可查看到企业组织机构代码证。

### (12) 开立基本账户

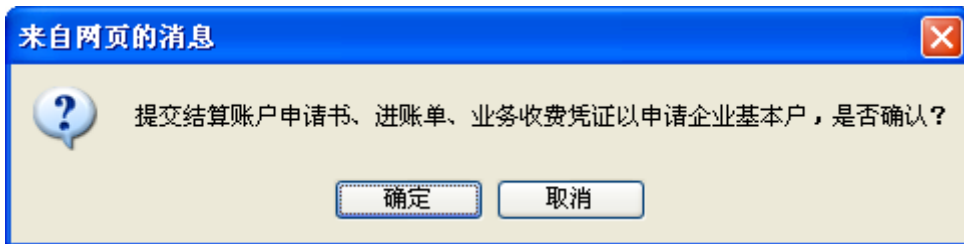
办理企业组织机构代码证操作完成后自动跳转到开立基本账户页面，如图：



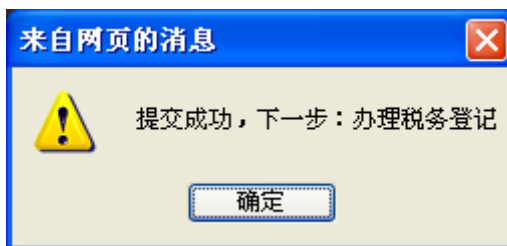
开立基本账户需提交结算账户申请书、进账单和业务手续费，单据中带“\*”号为必填项，填写完成后点击页面中【确定】按钮，进入银行操作界面，页面如图：



点击银行柜员前的指示箭头，弹出提示信息如图：



操作确定提示，提示信息如图：



开立基本账户办理完成后点击【开立基本账户】按钮或点击企业注册文档中【企业账户许可证】和【企业账户管理协议】按钮，可查看银行返还客户的企业开户许可证和企业账户管理协议的内容。

### (13) 办理税务登记

开立基本账户操作完成后自动跳转到办理税务登记页面，如图：

浙科跨专业综合实训平台 企业注册演练

办理税务登记证

办理税务登记证申请表

申办人名称(法定代表人): 胡云

三鑫电器有限公司 公章

胡云 法定代表人或业主印章

申请日期: 2014-1-1

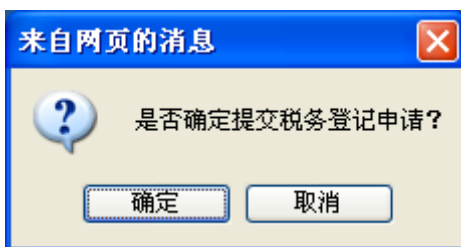
纳税人名称:	三鑫电器有限责任公司	联系电话:	
主管单位:		行业:	
经营场所:	广东佛山市枫云区0004号	从业人数:	
所在市场:		登记注册类型:	有限责任公司
投资总额 (500)万元	投资各方名称	投资金额 万元	投资比例
	胡云	260	52%
	浙江航大有限公司	240	48%
财务负责人:		办税人员:	
		核算形式:	记账凭证

版权所有 浙江航大科技开发有限公司

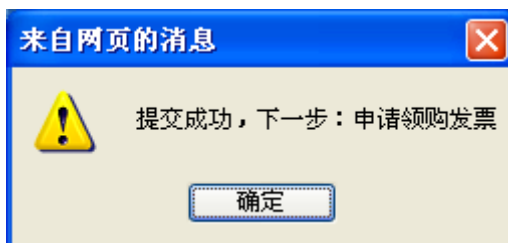
办理税务登记需填写办理税务登记证申请表，申请表填写完成后点击【提交】按钮，进入税务局办理业务，页面如图：



税务局页面点击指示箭头，弹出提示如图：



操作确定提交申请表，提示信息如图：



税务登记办理完成后点击【办理税务登记】按钮或企业注册文档中【税务登记证】按钮，可查看税务登记证。

#### (14) 申请领购发票

办理税务登记完成后自动跳转到申请领购发票页面，如图：

浙科跨专业综合实训平台 企业注册演练

申请领购发票

税务行政许可申请表

申请人	姓名	胡云	身份证件	61030419780715851X
	电话	13735579785	邮政编码	528000
	住址	广东省佛山市顺德区北滘镇广教工业开发区		
	单位		法定代表人	胡云
	邮政编码	528000	电话	13735579785
	地址	广东省佛山市顺德区北滘镇广教工业开发区		
受托代理人	住址		身份证件	
			电话	

申请事项

(在申请事项前划“√”)

- 指定企业印制发票；
- 对发票使用和管理的审批；
- 对发票领购资格的审核；
- 对增值税防伪税控系统最高开票限额的审批；
- 建立收支凭证粘贴簿、进货销货登记簿或者使用税控装置的审批；
- 印花税票代售许可。

受理人(审核人)： 收到日期：

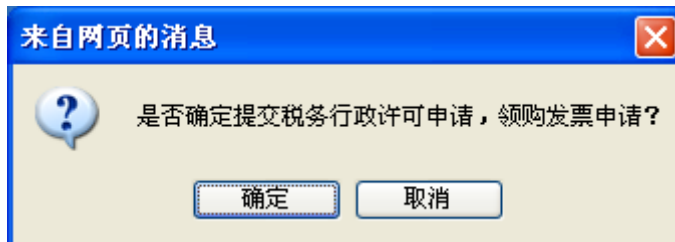
提交

版权所有 浙江航大科技开发有限公司

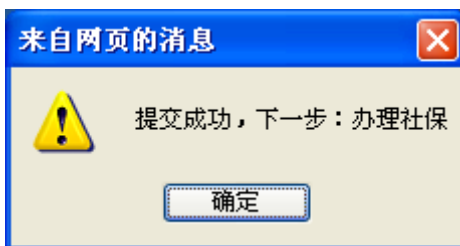
申请领购发票客户需提交税务行政许可申请和发票领购簿申请，页面中点击【提交】按钮，进入税务局办理申请领购发票业务，页面如图：



税务局页面点击指示箭头，弹出提示信息如图：



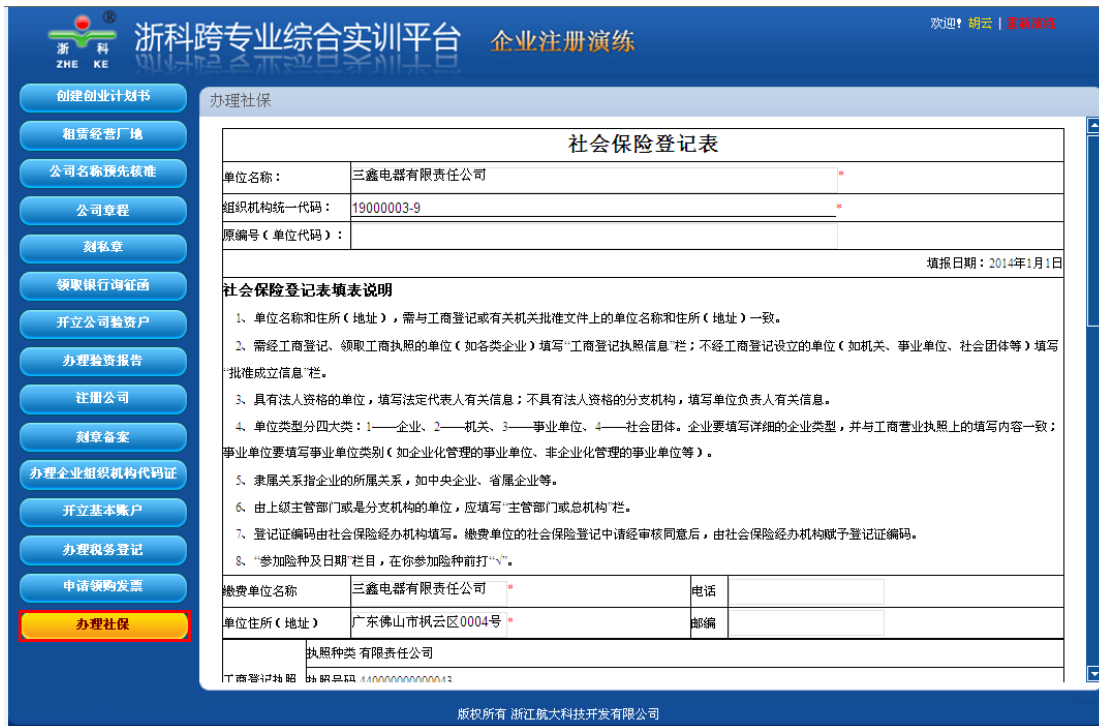
点击确定提交，提示信息如图：



申请领购发票操作成功后点击【申请领购发票】按钮或企业注册文档中点击【发票领购簿】，可查看到发票领购簿。

### (15) 办理社保

申请领购发票操作完成后自动跳转到办理社保页面，如图：



填写社会保险登记表，填写完成后点击页面最下面的【提交】按钮，企业社保办理成功，页面自动跳转到企业演练结束页面，如图：



点击【重新演练】按钮，可重新从创建创业计划书开始，进行企业注册演练。  
 点击【办理社保】按钮或企业注册文档中点击【社保证】按钮，可查看社会保险登记证。

## 1.9 安全退出

选择菜单栏的【安全退出】按钮，系统弹出“确定要退出吗？”提示，点击确定。



## 第二节 我的文档

[功能] 我的文档、市场调查、产品定位、营销策划、相关审核。

营销总监负责公司的整体市场营销工作，对营销专员进行业务指导和专业审核。营销总监角色登录后，进入总监管管理界面，如图：



我的文档由公司制度、部门制度、组织机构、部门员工、员工奖励申请单、员工处罚申请单、我的营销计划、专员营销计划、我的劳动合同、门户网新闻十个模块构成。



## 2.1 公司制度

可浏览公司制度。点击“我的文档>>公司制度”，弹出公司制度窗口，如图：

公司制度 <span style="float: right;">关闭</span>		
标题	创建时间	操作
公司制度	2013-06-11	查看

第1页共1页 当前页1条共1条 首页 上一页 下一页 尾页

公司制度列表中显示的是由总经理添加的公司规章制度，营销总监只能进行查看操作。点击操作栏中的【查看】按钮，可浏览公司制度详细信息，如图：

公司制度
关闭

编制人：范致哈 编制时间：2013-6-11

相关附件：[下载](#)

为加强公司的规范化管理，完善各项工作制度，促进公司发展壮大，提高经济效益，根据国家有关法律、法规及公司章程的规定，特制订本公司管理制度。

一、公司全体员工必须遵守公司章程，遵守公司的各项规章制度和决定。

二、公司倡导树立“一盘棋”思想，禁止任何部门、个人做有损公司利益、形象、声誉或破坏公司发展的事情。

三、公司通过发挥全体员工的积极性、创造性和提高全体员工的技术、管理、经营水平，不断完善公司的经营、管理体系，实行多种形式的责任制，不断壮大公司实力和提高经济效益。

四、公司提倡全体员工刻苦学习科学技术和文化知识，为员工提供学习、深造的条件和机会，努力提高员工的整体素质和水平，造就一支思想新、作风硬、业务强、技术精的员工队伍。

五、公司鼓励员工积极参与公司的决策和管理，鼓励员工发挥才智，提出合理化建议。

六、公司实行“岗薪制”的分配制度，为员工提供收入和福利保证，并随着经济效益的提高逐步提高员工各方面待遇；公司为员工提供平等的竞争环境和晋升机会；公司推行岗位责任制，实行考勤、考核制度，评先评优，对做出贡献者予以表彰、奖励。

七、公司提倡求真务实的工作作风，提高工作效率；提倡厉行节约，反对铺张浪费；倡导员工团结互助，同舟共济，发扬集体合作和集体创造精神，增强团体的凝聚力和向心力。

八、员工必须维护公司纪律，对任何违反公司章程和各项规章制度的行为，都要予以追究。

**员工守则**

一、遵纪守法，忠于职守，爱岗敬业。

二、维护公司声誉，保护公司利益。

三、服从领导，关心下属，团结互助。

四、爱护公物，勤俭节约，杜绝浪费。

五、不断学习，提高水平，精通业务。

六、积极进取，勇于开拓，求实创新。

[返回](#)

## 2.2 部门制度

总监督管理本部门制度。点击“我的文档>>部门制度”，弹出部门制度窗口，如图：

部门制度
关闭

[添加](#)

标题	创建时间	操作
市场部管理制度	2013-06-11	<a href="#">查看</a> <a href="#">修改</a> <a href="#">删除</a>

第1页共1页 当前页1条共1条 首页 上一页 下一页 尾页

### (1) 添加部门制度

点击【添加】按钮，进入部门制度添加页面，如图：

部门制度 关闭

标题: 市场部管理制度

内容:

上传附件:  浏览... 请上传 doc,txt 格式文件

添加 返回

标题默认本部门制度，可修改标题，输入部门制度内容，点击【浏览】按钮，选择需上传附件的路径，选择完成后，点击【添加】按钮，部门制度添加成功。

### (2) 修改部门制度

若部门制度需编辑，可点击操作栏中的【修改】按钮，进入部门制度修改页面，如图：

部门制度 关闭

标题: 市场部管理制度

内容:

一、总则  
为进一步开拓市场，做好公司产品的宣传、推广、销售以及公司的形象宣传，提高工作效率，并加强市场部的管理，严肃纪律，特制定本制度。所有市场部员工及相关人员均应以本制度为依据开展工作。

二、市场部管理制度

1. 市场部人员牢固树立公司、部门与个人之间利益相一致的观念，坚持以质量求生存，以信誉作保证，向市场要效益，充分挖掘、发挥个人能力，群策群力，薄利多销，在公司领导下开展工作。
2. 市场部人员必须对公司负责，严守公司机密，严格遵守公司各项规章制度。
3. 市场部人员应严格遵守合同法，严肃公司的合同使用，施行合同领用登记手续，采用合同编号。未经公司许可，市场部人员不得利用公司合同或公司名誉开展与公司无关的业务，否则将追究其经济及法律责任。
4. 市场部人员每年进行一次书面总结，将该年度业务进展情况及合理化建议上报公司，并交市场部主管人员存档。

上传附件:  浏览... 请上传 docx 格式文件

修改 返回

可修改部门制度标题、内容及上传附件，修改完成后，点击【修改】按钮，部门制度修改成功。

### (3) 查看部门制度

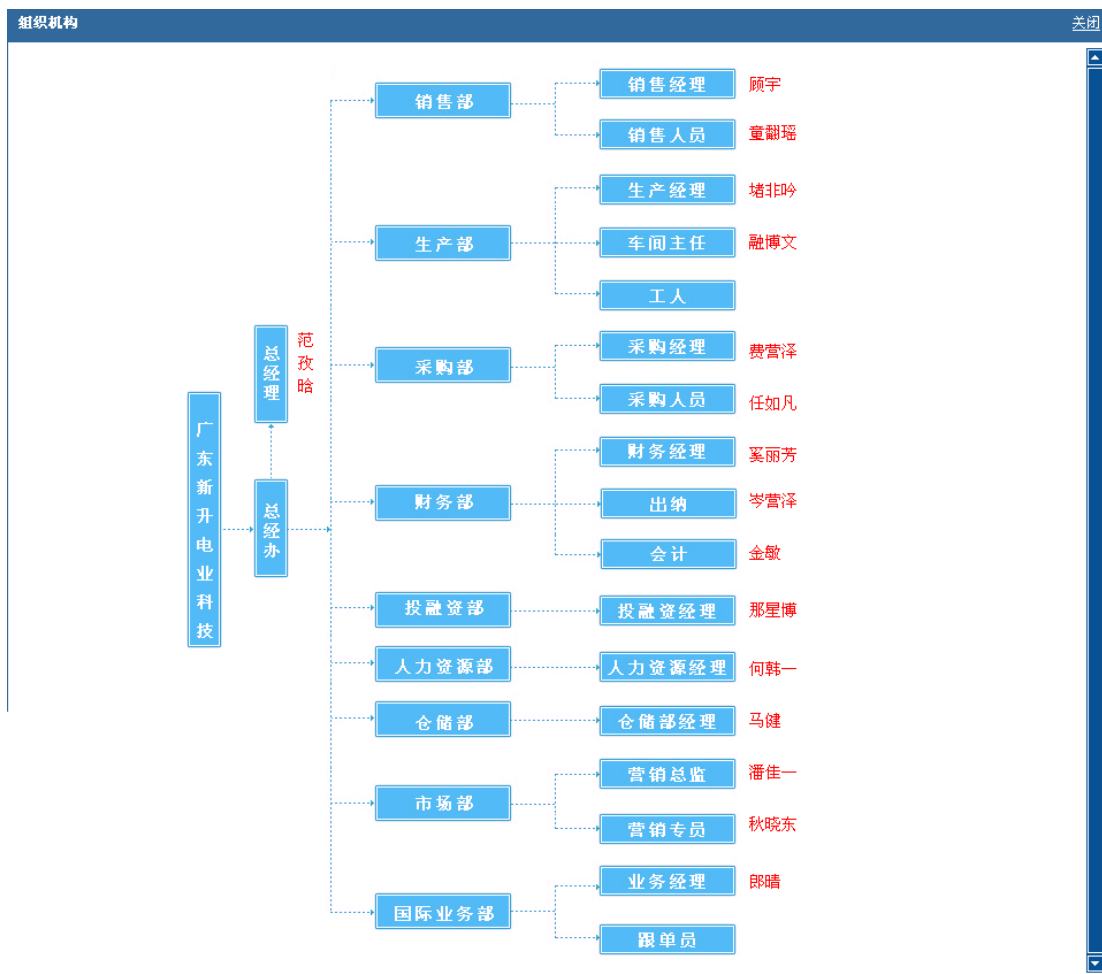
点击操作栏中的【查看】按钮，可浏览本部门制度详细信息。

### (4) 删除部门制度

若该制度不合理，可点击操作栏中的【删除】按钮，部门制度删除成功。

## 2.3 组织机构

可查看该企业的组织机构图。点击“我的文档>>组织机构”，弹出组织机构窗口，如图：



组织机构页面显示公司所有部门和各部门岗位结构图。

## 2.4 部门员工

可查看该企业市场部的所有员工。点击“我的文档>>部门员工”，弹出部门员工窗口，如图：

员工编号	员工姓名	性别	岗位	学历	操作
0738	潘佳一	女	营销总监	未知	<a href="#">查看</a>
0733	秋晓东	男	营销专员	未知	<a href="#">查看</a>

第1页共1页 当前页2条共2条 首页 上一页 下一页 尾页

点击操作栏中的【查看】按钮，可查看市场部员工的详细信息。

## 2.5 员工奖励申请单

可对市场部员工进行奖励申请。点击“我的文档>>员工奖励申请单”，弹出员工奖励申请窗口。如图：

员工奖励申请 <span style="float: right;">关闭</span>				
添加申请   历史记录 <span style="float: right;">添加申请</span>				
奖励申请名称	员工姓名	奖励类型	状态	操作
表扬申请	潘佳一	表扬	新申请	查看 修改 删除 上报

第1页共1页 当前页1条/共1条 首页 上一页 下一页 尾页

该员工薪资项目中有设置特别奖金，方可制定员工奖励申请。

### (1) 制定员工奖励申请

点击【添加申请】按钮，进入员工奖励申请添加页面，如图：

员工奖励申请 <span style="float: right;">关闭</span>	
添加申请   历史记录 <span style="float: right;">添加申请</span>	
<b>市场部奖励申请单</b>	
名称：	
员工姓名：	潘佳一
奖励类型：	请选择奖励类型--
奖金金额：	0.00 *元
说明：	
	*输入字数不能大于200*
	<input type="button" value="添加"/> <input type="button" value="返回"/>

输入员工奖励申请名称，在员工姓名下拉框中选择需奖励的员工，奖励类型下拉框中选择奖励类型，输入奖金金额以及奖励说明，输入完成后，点击【添加】按钮，市场部奖励申请单添加成功。

制定成功的奖励申请单显示在奖励申请页面，如图：

员工奖励申请 <span style="float: right;">关闭</span>				
添加申请   历史记录 <span style="float: right;">添加申请</span>				
奖励申请名称	员工姓名	奖励类型	状态	操作
员工表扬申请	潘佳一	表扬	新申请	查看 修改 删除 上报

第1页共1页 当前页1条/共1条 首页 上一页 下一页 尾页

### (2) 修改员工奖励申请

若该员工奖励申请单需编辑，可点击操作栏中的【修改】按钮，进入员工奖励申请修改页面，如图：

员工奖励申请 <span style="float: right;">关闭</span>	
添加申请   历史记录 <span style="float: right;">添加申请</span>	
<b>市场部奖励申请单</b>	
名称：	表扬申请 *
员工姓名：	潘佳一
奖励类型：	表扬
奖金金额：	100 元
说明：	该员工乐于助人
	*输入字数不能大于200*
	<input type="button" value="确定修改"/> <input type="button" value="返回"/>

可修改奖励申请名称，奖励类型、奖励金额及奖励说明，修改完成后，点击【确定修改】按钮，员工奖励申请单修改成功。

### (3) 查看员工奖励申请

点击操作栏中的【查看】按钮，可查看市场部员工奖励申请单的详细信息。

### (4) 删除员工奖励申请

若该员工奖励申请单不合理，可点击操作栏中的【删除】按钮，员工奖励申请单删除成功。

### (5) 上报员工奖励申请

若该员工奖励申请单合理无误，可点击操作栏中的【上报】按钮，员工奖励申请单上报成功。上报至总经办，总经办审批完成的员工奖励申请单显示在员工奖励申请列表中。

注：上报的员工奖励申请只可查看操作。

### (6) 执行员工奖励申请

总经办审批通过的员工奖励申请单可执行奖励申请操作。

员工奖励申请 <span style="float: right;">关闭</span>				
添加申请   历史记录		添加申请		
奖励申请名称	员工姓名	奖励类型	状态	操作
表扬申请	潘佳一	表扬	等待执行中	查看 <b>执行</b>

第1页共1页 当前页1条共1条 首页 上一页 下一页 尾页

点击操作栏中的【执行】按钮，执行成功。

## 2.6 员工处罚申请单

若市场部员工违规本部门制度，可进行员工处罚申请。点击“我的文档>>员工处罚申请单”，弹出员工处罚申请窗口。如图：

员工处罚申请 <span style="float: right;">关闭</span>				
添加申请   历史记录		添加申请		
处罚申请名称	员工姓名	奖励类型	状态	操作
轻微警告	潘佳一	警告	新申请	查看 修改 删除 上报

第1页共1页 当前页1条共1条 首页 上一页 下一页 尾页

### (1) 制定处罚申请单

点击【添加申请】按钮，进入员工处罚申请页面，如图：

员工处罚申请 <span style="float: right;">关闭</span>	
添加申请   历史记录 <span style="float: right;">添加申请</span>	
<b>市场部处罚申请单</b>	
名称：	
员工姓名：	潘佳一
惩罚类型：	--请选择处罚类型--
处罚金额：	0.00 *元
说明：	<div style="border: 1px solid gray; height: 40px;"></div>
	*输入字数不能大于200!
	<input type="button" value="添加"/> <input type="button" value="返回"/>

输入员工处罚申请名称，在员工姓名下拉框中选择需处罚的员工，惩罚类型下拉框中选择惩罚类型，输入处罚金额以及处罚说明，输入完成后，点击【添加】按钮，市场部处罚申请单添加成功。

制定成功的处罚申请单显示在处罚申请页面，如图：

员工处罚申请				
处罚申请名称	员工姓名	奖励类型	状态	操作
轻微警告	秋晓东	警告	新申请	查看 修改 删除 上报

第1页共1页 当前页1条共1条 首页 上一页 下一页 尾页

### (2) 修改处罚申请单

若该员工处罚申请单需编辑，可点击操作栏中的【修改】按钮，进入员工处罚申请修改页面，如图：

市场部处罚申请单	
名称：	轻微警告 *
员工姓名：	秋晓东
处罚类型：	警告
罚款金额：	50.00 元
说明：	该员工最近违规部门制度。 *输入字数不能大于200*
<input type="button" value="确定修改"/> <input type="button" value="返回"/>	

可修改处罚申请名称，处罚类型、处罚金额及处罚说明，修改完成后，点击【确定修改】按钮，员工处罚申请单修改成功。

### (3) 查看处罚申请单

点击操作栏中的【查看】按钮，可查看市场部员工处罚申请单详细信息。

### (4) 删除处罚申请单

若该处罚申请单不合理，可点击操作栏中的【删除】按钮，市场部处罚申请单删除成功。

### (5) 上报处罚申请单

若该处罚申请单合理，可点击操作栏中的【上报】按钮，处罚申请单上报成功。上报至总经办，总经办审批通过的员工处罚申请单显示在员工处罚申请列表中。如图：

员工处罚申请				
处罚申请名称	员工姓名	奖励类型	状态	操作
轻微警告	秋晓东	警告	等待执行中	查看 执行

第1页共1页 当前页1条共1条 首页 上一页 下一页 尾页

注：上报的员工处罚申请只可查看操作。

### (6) 执行员工处罚申请

等待执行的员工处罚申请单，可点击操作栏中的【执行】按钮，执行成功。



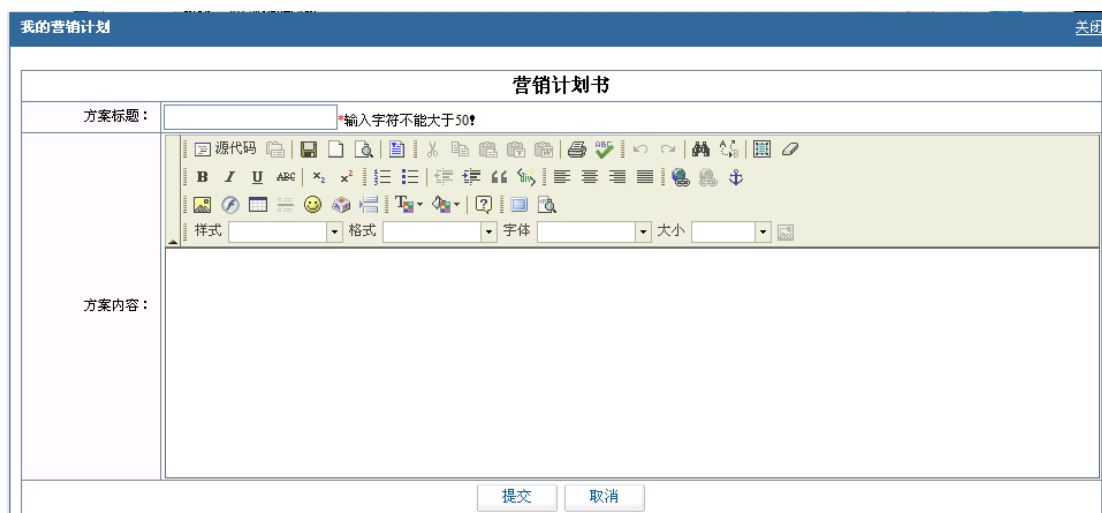
## 2.7 我的营销计划

可制定自己的营销计划书。点击“我的文档>>我的营销计划”，弹出我的营销计划窗口，如图：



### (1) 制定计划书

点击【添加计划书】按钮，进入营销计划书添加页面。如图：

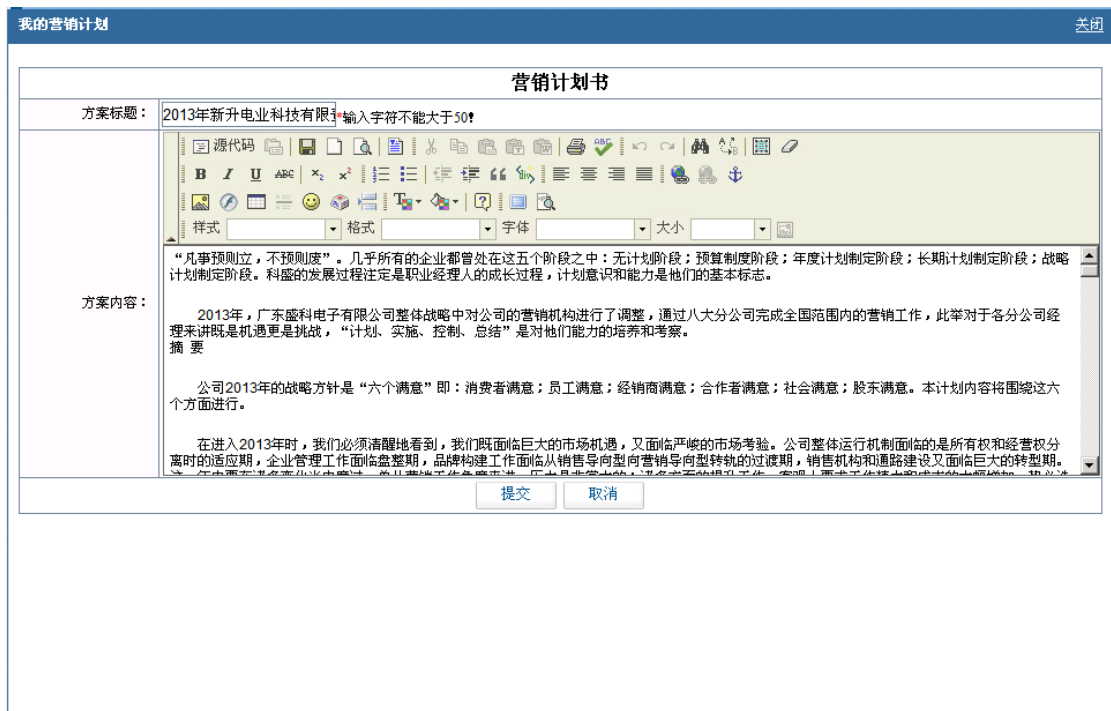


在方案标题输入框中输入标题，编辑框中输入方案内容，输入完成后，点击【提交】按钮，计划书提交成功。

### (2) 修改计划书



可对添加成功的营销计划进行修改操作。点击操作栏中的【修改】按钮，进入营销计划修改页面，如图：



可修改方案标题和方案内容，修改完成后，点击【提交】按钮，计划书修改成功。

### (3) 查看计划书

点击操作栏中的【查看】按钮，可浏览计划书的详细信息。

### (4) 删除计划书

若该计划书不合理，可点击操作栏中的【删除】按钮，计划书删除成功。

### (5) 确认计划书

若该计划书合理，可点击操作栏中的【确认】按钮，提示确认成功，则该计划书已确认。

注：确认后的计划书只可查看操作。

## 2.8 专员营销计划

可浏览专员营销计划书。点击“我的文档>>专员营销计划”，弹出专员营销计划窗口，如图：



点击操作栏中的【查看】按钮，可查看专员营销计划书的详细信息。

## 2.9 我的劳动合同

可签订自己的劳动合同。未拟定合同，点击“我的文档>>我的劳动合同”，弹出对话框，如图：



人力资源部拟定合同后，方可签订合同。

拟定合同后，点击“我的文档>>我的销售合同”，弹出我的劳动合同窗口。如图：

我的销售合同 关闭

### 劳动 合 同

根据《中华人民共和国劳动法》和《xx市劳动合同条例》等有关规定，经甲乙双方协商一致，同意签订本劳动合同。

甲方：广东新升电业科技有限责任公司  
地址：广东新升电业科技有限责任公司

乙方：秋晓东 工号：0733

第一条 本合同为有固定期限的劳动合同。合同期限从 2013-06-11 起至 2023-06-30 止。

第二条 工作内容及要求 乙方安排在市场部 部门，从事营销专员 工作。乙方须根据甲方规定的岗位职责和要求，按时、按质、按量完成本职工作。

第三条 劳动保护和劳动条件

甲乙双方都必须严格执行国家有关安全生产、劳动保护、职业卫生等规定。甲方应为乙方的生产工作提供符合规定的劳动保护设施、劳动防护用品及其他劳动保护条件。乙方应严格遵守各项安全操作规程。甲方必须自觉执行国家有关女职工劳动保护和未成年工特殊保护规定。

第四条 工作时间和休息休假 工作时间按下列第 (1)项确定：

(1) 实行标准工时制。乙方每日工作 8 小时，每周工作 40 小时，休息两天。

(2) 1、根据生产特点实行不定时工作制的综合计算工时工作制等其他工作和休息办法。其办法需报劳动部门备案。

2、甲方由于生产经营需要而延长乙方工作时间的，应按《劳动法》第四十一条的规定执行。

第五条 劳动报酬及支付方式与时间

1、乙方试用期（熟练期、培训期、见习期）间的月工资为 2000 元。

2、乙方的月工资为 4000 元。甲方支付给乙方的月工资不得低于当地政府规定的最低工资。

3、甲方的工资发放日为每月 10 日。甲方不得无故拖欠。

4、乙方工资的增减，奖金、津贴、补贴、加班加点工资的发放，以及特殊情况下的工资支付等，均按相关法律法规及甲方依法制定的规章制度执行。

第六条 社会保险和福利待遇

1、甲、乙双方必须依法参加社会保险，按月缴纳社会保险费。乙方缴纳部分，由甲方在其工资中代扣代缴。

2、乙方的公休假、年休假、探亲假、婚丧假、女职工孕期、产期、哺乳期待遇以及解除（终止）劳动合同时乙方经济补偿金（生活补助费）、医疗补助费的发放等，均按国家有关法律、法规、政策以及甲方依法制定的规定执行。

3、乙方患职业病或因工受伤的待遇、因工或因病死亡的丧葬费、一次性抚恤费、供养直系亲属生活困难补助费等均按国家有关法律、法规、规章、政策执行。

4、乙方患病或受伤的医疗期及其待遇、乙方供养直系亲属的医疗待遇等均按国家有关法律、法规、规章、政策和甲方依法制定的规定执行。劳动纪律 > 甲乙双方应严格遵守国家的法律、法规、规章和政策。乙方必须遵守甲方依法指定的规章制度和劳动纪律。

第七条 劳动合同变更、解除、终止的条件、具有下列情形之一，经甲乙双方协商一致，可以变更本合同的相关内容：

(1) 本合同订立时所依据的客观情况发生重大变化，致使本合同无法履行的；

(2) 乙方不能胜任原工作岗位的，在试用期间被证明不符合录用条件的，严重违反劳动纪律或者甲方依法制定的规章制度的；

(3) 严重失职、营私舞弊，对甲方利益造成重大损害的；

(4) 被依法追究刑事责任的。

第八条 双方需要约定的其他事项

双方需要约定的其他事项 双方需要约定的其他事项

第九条 其他

1、本合同在履行中发生争议，任何一方均可向企业劳动争议调解委员会申请调解，也可以向劳动争议仲裁委员会申请仲裁。

2、本合同未尽事项，按国家有关法律、法规执行。

3、本合同条款如与今后国家下达的法律法规相抵触时，以国家新的法律法规为准。

4、本合同依法订立，即具有法律效力，双方必须严格履行。

5、本合同一式三份，甲乙双方各执一份，乙方人事档案存档一份。

甲方签字：广东新升电业科技有限责任公司 乙方签字：\_\_\_\_\_

签约日期：2013-06-11

生效日期：2013-06-11

签约地点：广东佛山

若劳动合同合理无异议，可点击合同页面的【签订】按钮，即合同签订成功。

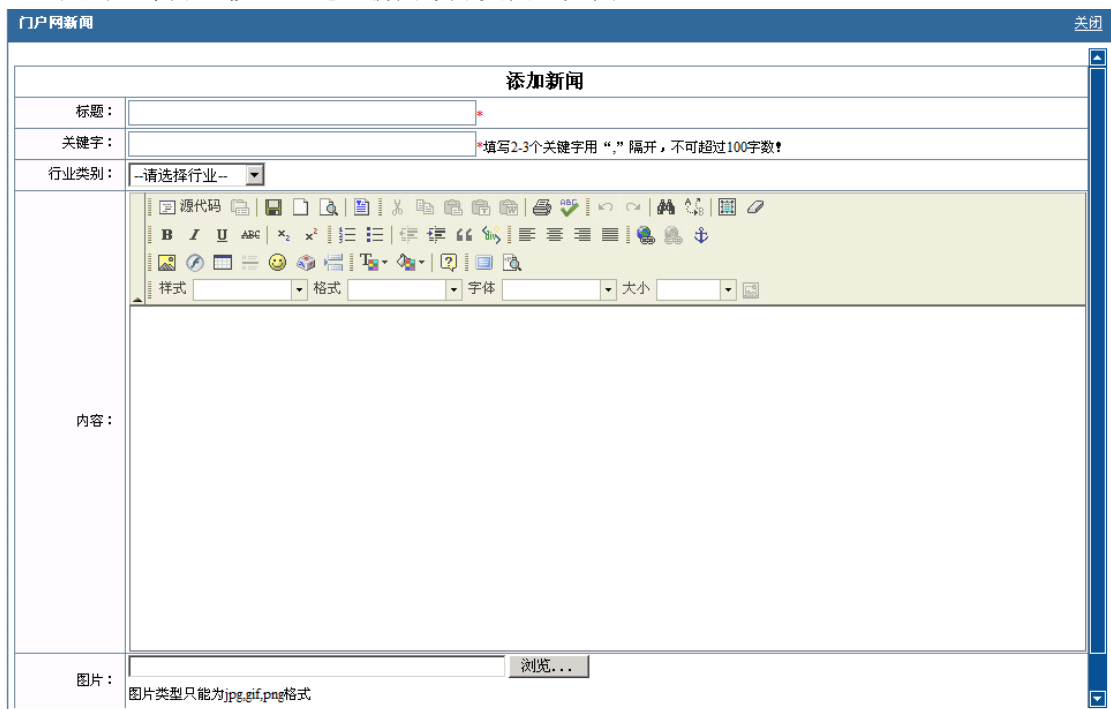
## 2.10 门户网新闻

门户网为所有与企业有关的人提供企业相关的信息与服务。点击“我的文档>>门户网新闻”，弹出门户网新闻窗口，如图：



### (1) 添加新闻

点击【添加】按钮，进入新闻添加页面，如图：



输入新闻标题、关键字，输入完成后，在行业类别下拉框中选择行业，输入新闻内容，在图片栏中点击【浏览】按钮，上传该新闻的附属图片，上传成功后，点击【添加】按钮，门户网新闻添加成功。

添加成功的新闻显示门户网新闻列表中（默认已发布状态，已发布的新闻门户网站有显示），如图：



### (2) 取消发布新闻

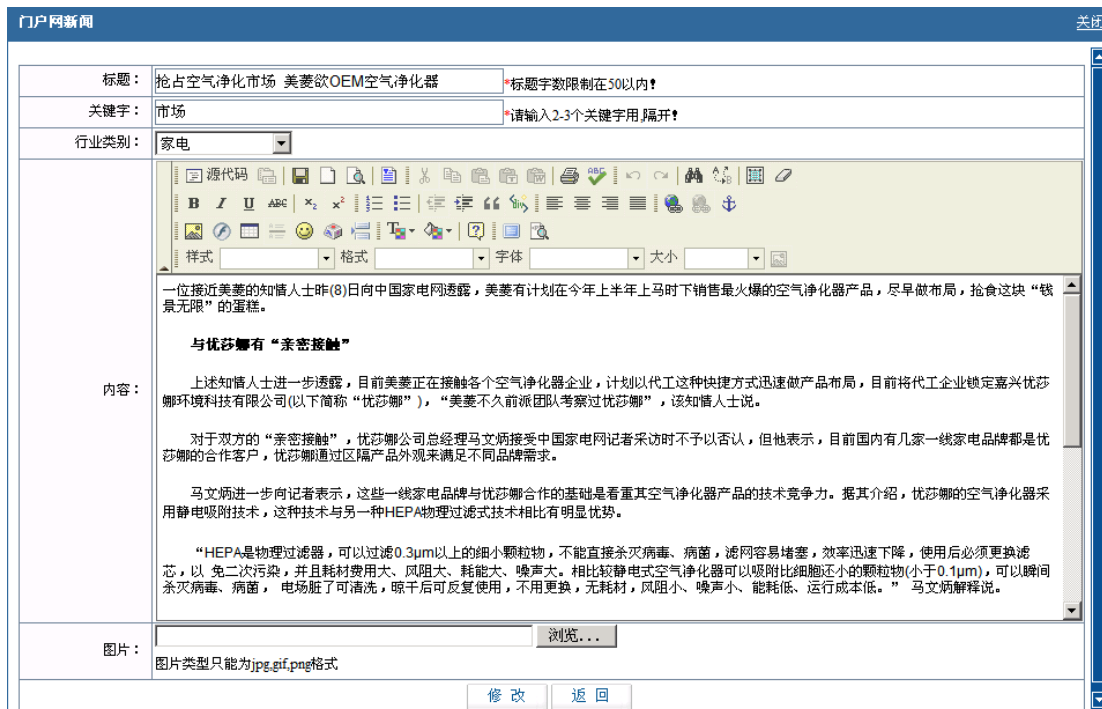
若该新闻不需发布，可点击操作栏中的【取消发布】按钮，该新闻为未发布状态，如图：



未发布的新闻可修改、删除、查看、发布操作。

### (3) 修改新闻

若该新闻需编辑，可点击操作栏中的【修改】按钮，进入新闻修改页面，如图：



可修改新闻标题、关键字、行业类别及新闻内容和图片，修改完成后，可点击【修改】按钮，新闻修改成功。

### (4) 查看新闻

点击操作栏中的【查看】按钮，可浏览该条新闻的详细信息。

### (5) 删除新闻

若不需该条新闻，可点击操作栏中的【删除】按钮，该条新闻删除成功。

### (6) 发布新闻

若该条新闻需发布，可点击操作栏中的【发布】按钮，该条新闻发布成功。

### (7) 查询新闻

可根据行业类别查询门户网新闻。



在请选择行业下拉框中选择行业，选择完成后，系统自动筛选出该行业下的所有门户新闻。

### 第三节 市场调查

市场调查可以分析市场情况，了解市场的现状及其发展趋势，为市场预测和营销决策提供客观的、正确的资料。

市场调查由市场调查策划、市场细分、市场细分报告、SWOT 分析、SWOT 分析报告、市场调查报告、竞争对手调查策划、竞争对手调查、竞争对手调查报告九个模块构成。



#### 3.1 市场调查策划

可制定市场调查策划。点击“市场调查>>市场调查策划”，弹出市场调查策划书窗口。如图：

编号	标题	策划人	状态	添加时间	操作
MC00000023	家电（一）市场调查策划书	潘佳一	编辑中	2013-06-15	查看 修改 开始调查 删除

第1页共1页 当前页1条共1条 首页 上一页 下一页 尾页

##### (1) 制定市场调查策划

点击【制定策划】按钮，进入制定策划书页面，如图：

\*市场调查策划书

编号：MC00000005

日期：2014-1-1

调查背景：	
	输入字数不能大于1000!
调查目的：	
	输入字数不能大于1000!
调查范围：	
	输入字数不能大于200!
调查人员：	
	输入字数不能大于200!
调查内容：	<input type="checkbox"/> 人口数量 <input type="checkbox"/> 需求量 <input type="checkbox"/> 产品种类 <input type="checkbox"/> 产品价格 <input type="checkbox"/> 产品宣传 <input type="checkbox"/> 产品促销 <input type="checkbox"/> 销售服务
调查方法：	选择调查方案 <span style="border: 1px solid black; padding: 2px;">▼</span>
预算：	0.00 元

策划人：楼皓

增加  
返回

输入市场调查策划书标题，在调查背景、调查目的、调查范围以及调查人员输入框中输入调查信息，在复选框中勾选调查内容，勾选完成后，在下拉选项框中选择调查方法，调查方法选择完成后自动显示预算金额。市场调查策划书填写完成后，点击【增加】按钮，市场调查策划书添加成功。

添加成功的市场调查策划书显示在市场调查策划页面，如图：

市场调查策划						关闭
编号	标题	策划人	状态	添加时间	操作	
MC00000018	家电（一）市场调查策划书	潘佳一	编辑中	2013-06-12	查看 修改 开始调查 删除	

第1页共1页 当前页1条共1条 首页 上一页 下一页 尾页

## （2）修改市场调查策划

若该市场调查策划书不明确，可点击操作栏中的【修改】按钮，进入调查策划修改页面，如图：

市场调查策划
关闭

当前策划 | 策划记录 | 所有策划
制定策划

家电（一）
\*市场调查策划书

编号：MC00000018
日期：2013-6-12

调查背景：	期望通过对美容产业产品和通路的调查，能使复合膳食纤维在美容市场形成通路。掌握经销商，竞争产品，消费者情况。立足消费者，市场，竞争者来进行调研。 <small>输入字数不能大于1000!</small>
调查目的：	通过市场调研，了解市场情况。制定膳食纤维在美容行业的销售通路。为制定营销规划提供参考依据。 <small>输入字数不能大于1000!</small>
调查范围：	1、竞品的渠道情况，市场策略。 2、经销商销售产品的诉求点。 3、消费者情况调查。 <small>输入字数不能大于200!</small>
调查人员：	王丽

可修改调查策划书的标题、调查背景、目的、范围、人员以及调查内容和方法，修改完成后，点击【修改】按钮，策划书修改成功。

### （3）删除市场调查策划

若该调查策划不合理，可点击操作栏中的【删除】按钮，该市场调查策划删除成功。

### （4）查看市场调查策划

点击操作栏中的【查看】按钮，可浏览该市场调查策划详细内容。

### （5）开始调查

若该调查策划合理，可点击操作栏中的【开始调查】按钮，开始调查成功。开始调查的市场调查策划显示在策划记录列表中，如图：

编号	标题	策划人	状态	添加时间	操作
MC00000018	家电（一）市场调查策划书	潘佳一	筹款中	2013-06-12	查看

第1页共1页 当前页1条共1条 首页 上一页 下一页 尾页

筹款中的调查策划只可查看操作。出纳人员支付调查费用成功后，该调查策划可开始分析操作，如图：

编号	标题	策划人	状态	添加时间	操作
MC00000018	家电（一）市场调查策划书	潘佳一	调查中	2013-06-12	查看 开始分析

第1页共1页 当前页1条共1条 首页 上一页 下一页 尾页

点击操作栏中的【开始分析】按钮，提示该策划开始分析成功。

### （6）所有策划

在所有策划列表中，总监可查看专员和自己的市场调查策划。



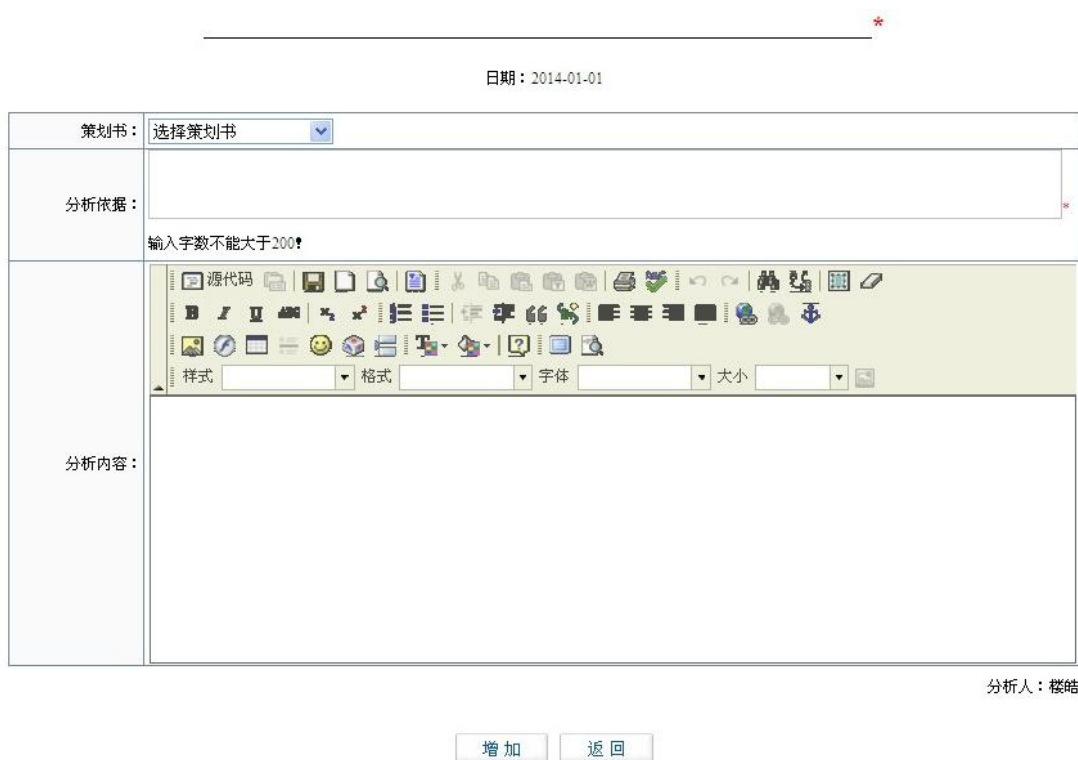
## 3.2 市场细分

可对分析中的市场调查策划进行市场细分。点击“市场调查>>市场细分”，弹出市场细分窗口，如图：



### (1) 添加市场细分

点击【添加细分】按钮，进入市场细分添加页面，如图：

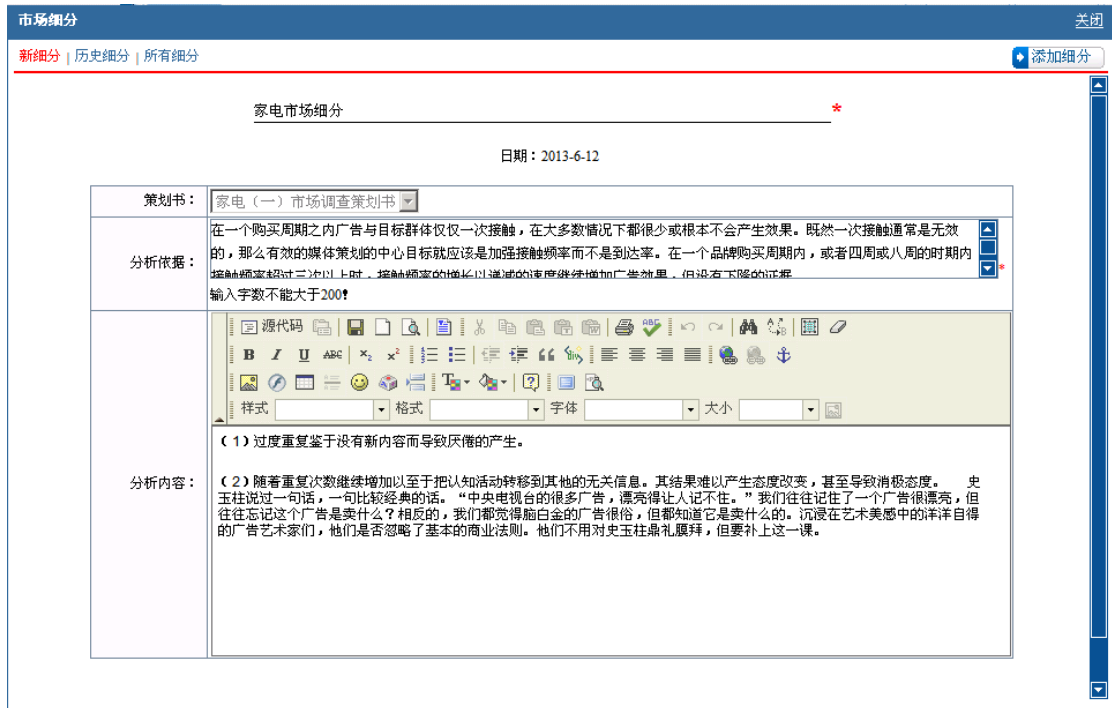


输入市场细分标题，在策划书下拉框中选择市场调查策划书，对所选策划书进行市场细分。选择完成后，输入分析依据和分析内容，点击【增加】按钮，市场细分添加成功。添加成功的市场细分显示在新细分列表中，如图：



### (2) 修改市场细分

若市场细分不明确，可点击操作栏中的【修改】按钮，进入市场细分修改页面，如图：



可修改市场细分标题，分析依据及分析内容，修改完成后，点击【修改】按钮，市场细分修改成功。

### (3) 查看市场细分

点击操作栏中的【查看】按钮，可浏览市场细分的详细信息。

### (4) 删除市场细分

若市场细分不合理，可点击操作栏中的【删除】按钮，市场细分删除成功。

### (5) 确认市场细分

若该市场细分合理，可点击操作栏中的【确认】按钮，市场细分确认成功。已确认的市场细分显示在历史细分列表中。

### (6) 所有细分

在所有细分列表中，总监可查看专员和自己的市场细分。点击操作栏中的【查看】按钮，可查看市场细分的详细信息。

### (7) 查询市场细分

在新细分、历史细分和所有细分列表中，都可根据市场调查策划书查询市场细分。

## 3.3 市场细分报告

可对已确认的市场细分制定市场细分报告。点击“市场调查>>市场细分报告”，弹出市场细分报告窗口。如图：



### (1) 制定市场细分报告

点击【制定报告】按钮，进入添加市场细分报告页面，如图：

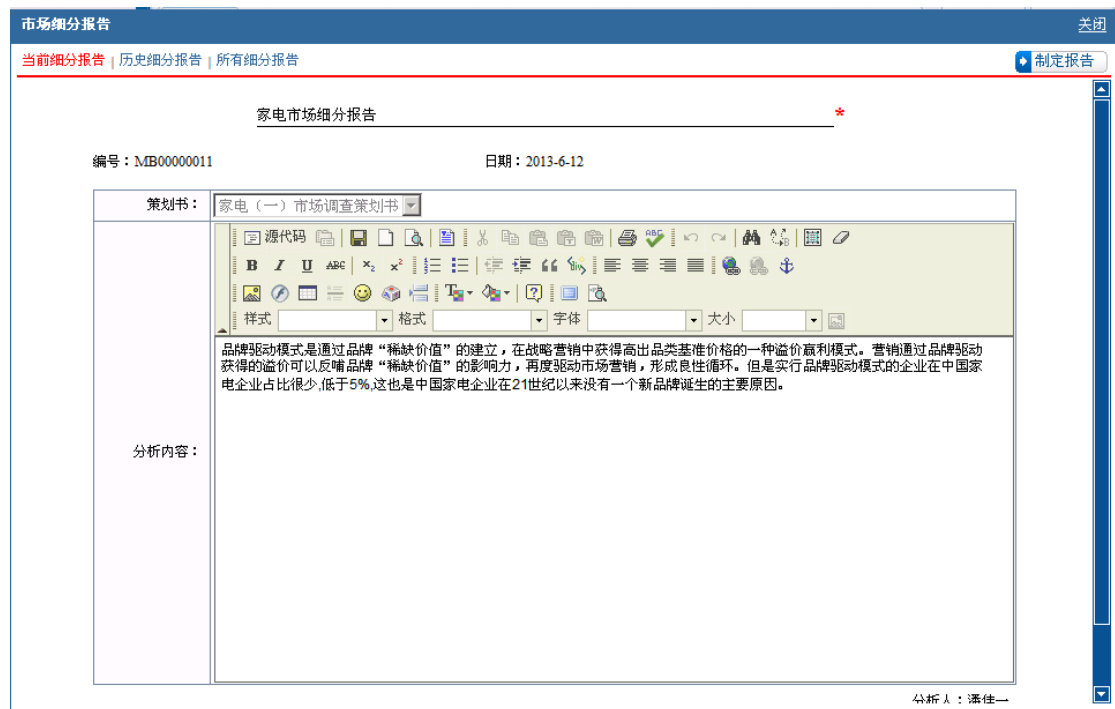
输入市场细分报告标题，在策划书下拉框中选择市场调查策划书，输入分析内容，输入完成后，点击【增加】按钮，市场细分报告添加成功。

添加成功的市场细分报告显示在当前市场细分报告列表中，如图：

编号	标题	策划书	分析人	状态	添加时间	操作
MB000000011	家电市场细分报告	家电（一）市场调查策划书	潘佳一	编辑中	2013-06-12	查看 修改 确认 删除

## (2) 修改市场细分报告

若该市场细分报告不明确，可点击操作栏中的【修改】按钮，进入市场细分报告修改页面，如图：



可修改市场细分报告标题和分析内容，修改完成后，点击【修改】按钮，市场细分报告修改成功。

### （3）查看市场细分报告

点击操作栏中的【查看】按钮，可查看市场细分报告的详细信息。

### （4）删除市场细分报告

若该细分报告不合理，可点击操作栏中的【删除】按钮，市场细分报告删除成功。

### （5）确认市场细分报告

若该市场细分报告详细合理，可点击操作栏中的【确认】按钮，市场细分报告确认成功。即市场细分报告已完成，已完成的市场细分报告显示在历史细分报告列表中。

### （6）所有细分报告

在所有细分报告列表中，总监可查看专员和自己的市场细分报告。

### （7）查询市场细分报告

在当前细分报告、历史细分报告和所有细分报告列表中，都可根据市场调查策划书查询市场细分报告。

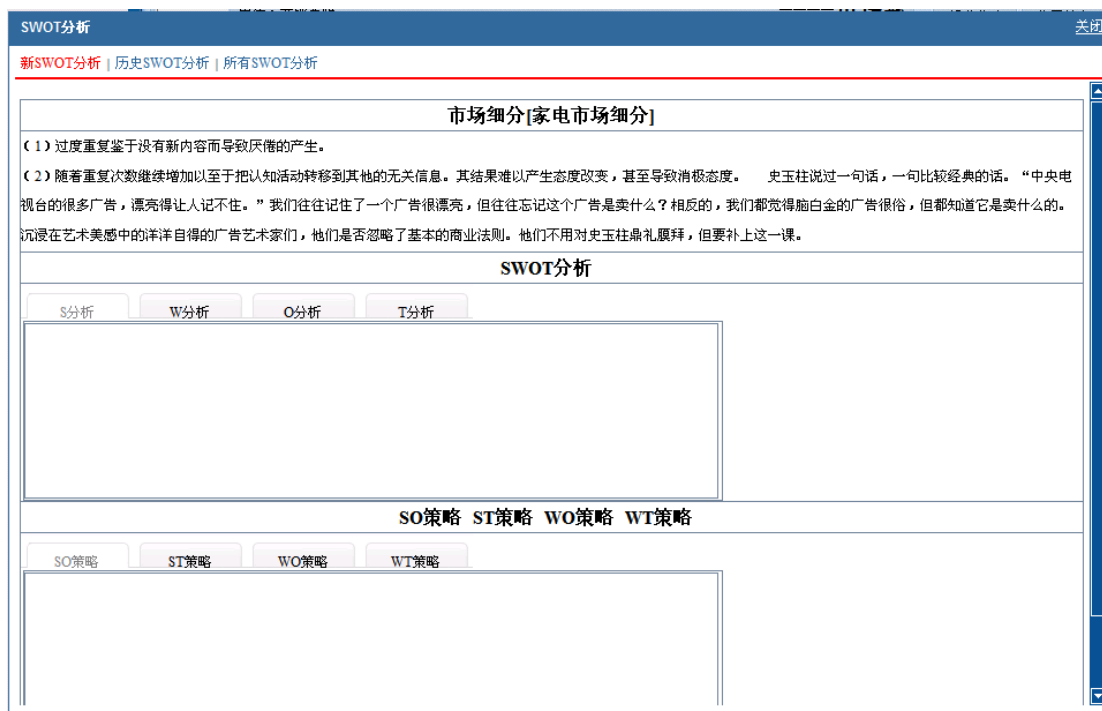
## 3.4SWOT 分析

可对已确认的市场细分进行 SWOT 分析操作。点击“市场调查>>SWOT 分析”，弹出 SWOT 分析窗口，如图：



### (1) SWOT 分析

在新 SWOT 分析列表中，选择需分析的市场细分，点击该条细分操作栏中的【分析】按钮，进入 SWOT 分析页面，如图：



在 SWOT 分析表中，分别输入 S 分析（优势）、W 分析（劣势）、O 分析（机会）、T 分析（风险）；在 SO 策略 ST 策略 WO 策略 WT 策略表中分别输入策略信息，输入完成后，点击【保存】按钮，SWOT 分析保存成功。保存成功的记录显示在新 SWOT 分析列表中，如图：

SWOT分析				
新SWOT分析   历史SWOT分析   所有SWOT分析				
选择策划书		查询		
策划书	细分标题	分析人	状态	操作
家电（一）市场调查策划书	家电市场细分	潘佳一	编辑中	分析 确认

第1页/共1页 当前页1条/共1条 首页 上一页 下一页 尾页

### (2) SWOT 分析确认

若 SWOT 分析不明确，可再次点击【分析】按钮，修改 SWOT 分析；若 SWOT 分析明确合理，可点击操作栏中的【确认】按钮，该 SWOT 分析确认成功。

已确认的 SWOT 分析显示在历史 SWOT 分析列表中，如图：

SWOT分析				
新SWOT分析   历史SWOT分析   所有SWOT分析				
选择策划书		查询		
策划书	细分标题	分析人	状态	操作
家电（一）市场调查策划书	家电市场细分	潘佳一	确认	查看

第1页/共1页 当前页1条/共1条 首页 上一页 下一页 尾页

### (3) 所有 SWOT 分析

在所有细分报告列表中，总监可查看专员和自己的市场细分报告。如图：

SWOT分析				
新SWOT分析   历史SWOT分析   所有SWOT分析				
选择策划书		查询		
策划书	细分标题	分析人	状态	操作
家电（一）市场调查策划书	家电市场细分	潘佳一	确认	查看
13年C市场调查策划书	13年市场细分一	秋晓东	确认	查看
13年A市场调查策划书	专员市场细分一	秋晓东	确认	查看

第1页/共1页 当前页3条/共3条 首页 上一页 下一页 尾页

### (5) 查询 SWOT 分析

在新 SWOT 分析、历史 SWOT 分析和所有 SWOT 分析列表中，可根据策划书查询相应的 SWOT 分析。在选择策划书下拉框选项中选则策划书，选择完成后，点击【查询】按钮，查询出相应的 SWOT 分析。

## 3.5 SWOT 分析报告

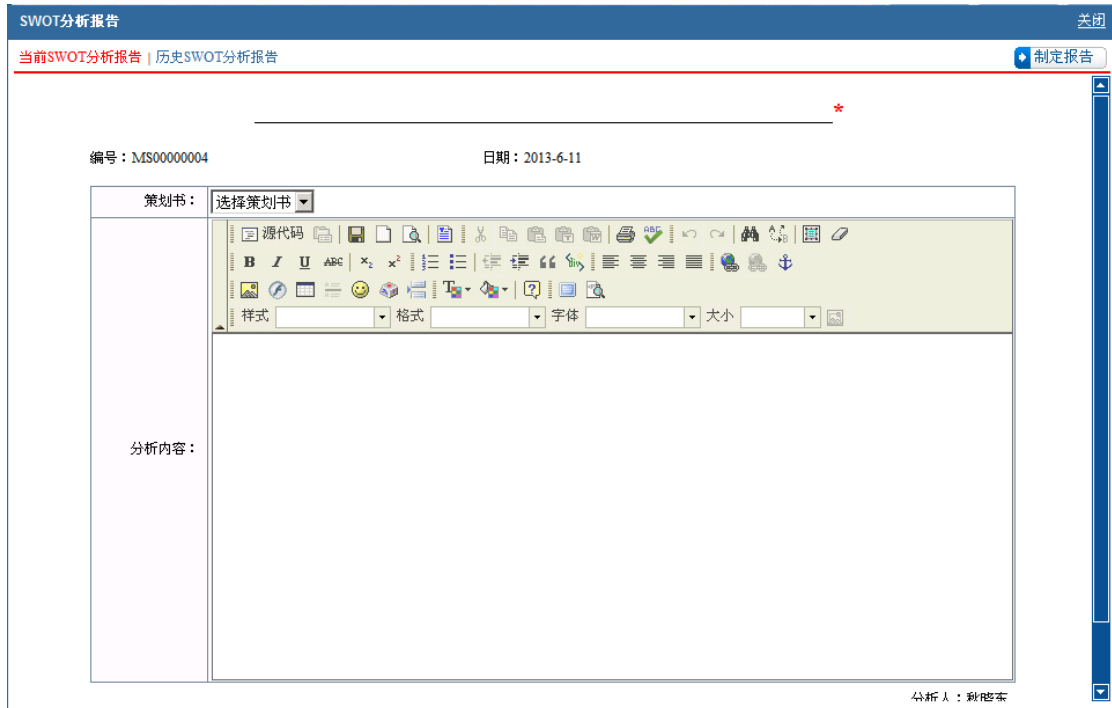
可对已确认的 SWOT 分析制定 SWOT 分析报告。点击“市场调查>>SWOT 分析报告”，弹出 SWOT 分析报告窗口，如图：

SWOT分析报告						
当前SWOT报告   历史SWOT报告   所有SWOT报告						
选择策划书		查询				
编号	标题	策划书	分析人	状态	添加时间	操作
MS00000011	家电SWOT分析报告	家电（一）市场调查策划书	潘佳一	编辑中	2013-06-12	查看 修改 确认 删除

第1页/共1页 当前页1条/共1条 首页 上一页 下一页 尾页

### (1) 制定 SWOT 分析报告

在 SWOT 分析报告窗口中，点击【制定报告】按钮，进入 SWOT 分析报告添加页面，如图：



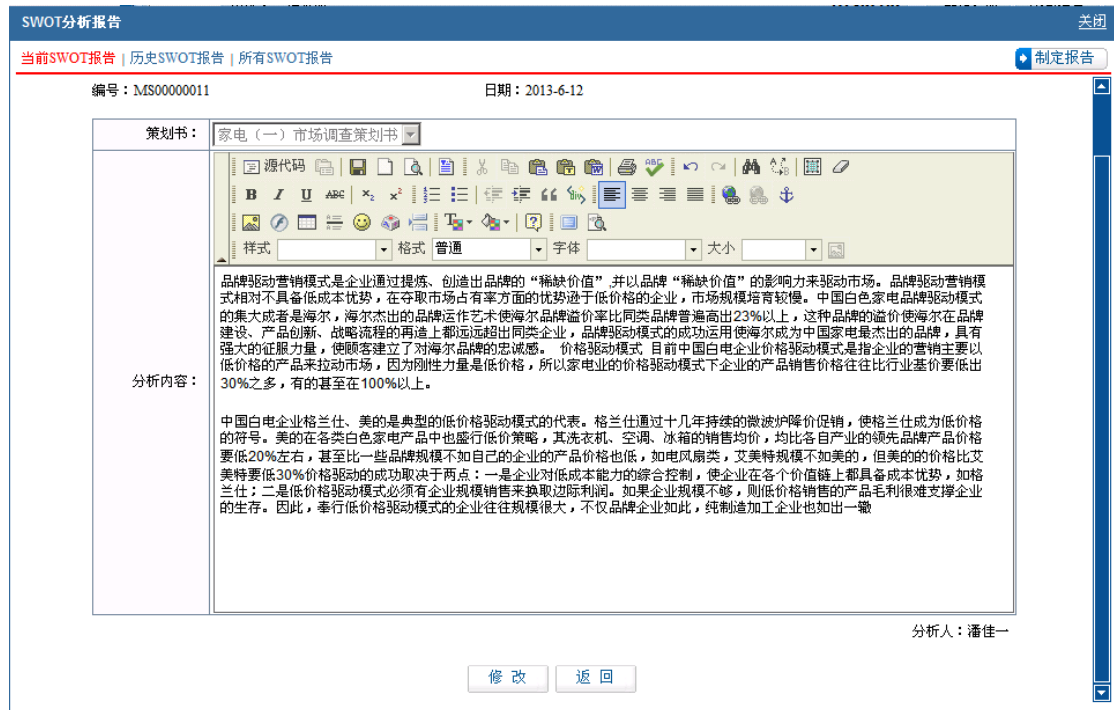
输入 SWOT 分析报告标题，在策划书下拉框中选择市场调查策划书，输入分析内容，输入完成后，点击【增加】按钮，SWOT 分析报告制定成功。

制定成功的 SWOT 分析报告显示在当前 SWOT 分析报告列表中，如图：



## （2）修改 SWOT 分析报告

若 SWOT 分析报告不详细，可点击操作栏中的【修改】按钮，进入 SWOT 分析报告修改页面，如图：



可修改 SWOT 分析报告标题和分析内容，修改完成后，点击【修改】按钮，SWOT 分析报告修改成功。

### (3) 查看 SWOT 分析报告

点击操作栏中的【查看】按钮，可浏览 SWOT 分析报告的详细信息。

### (4) 删除 SWOT 分析报告

若该 SWOT 分析报告不合理，可点击操作栏中的【删除】按钮，SWOT 分析报告删除成功。

### (5) 确认 SWOT 分析报告

若该 SWOT 分析报告合理，可点击操作栏中的【确认】按钮，SWOT 分析报告确认成功，即 SWOT 分析报告完成。

### (6) 所有 SWOT 分析报告

在所有报告列表中，总监可查看专员和自己的市场调查报告。

## 3.6 市场调查报告

市场细分报告和 SWOT 分析报告在已完成的状态下，才可制定市场调查报告。点击“市场调查>>市场调查报告”，弹出市场调查报告窗口，如图：



### (1) 制定市场调查报告

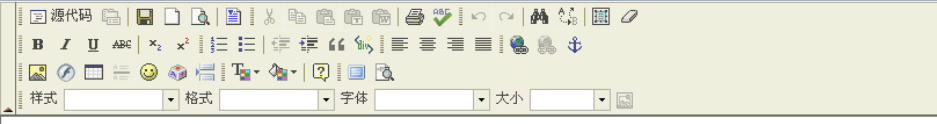
在市场调查报告窗口中点击【制定报告】按钮，进入市场报告添加页面，如图：



市场调查报告
关闭

当前报告 | 历史报告
制定报告

### 市场调查报告书

报告编号:	MT00000006
选择策划书:	请选择
标题:	<input style="width: 90%;" type="text"/>
报告内容:	<div style="border: 1px solid #ccc; padding: 5px; min-height: 150px;">  </div>
策划日期:	2013-6-11
策划人:	秋晓东

在选择策划书下拉框中选择市场调查策划书，选择完成后，输入调查报告标题和报告内容，点击【提交】按钮，市场调查报告制定成功。

制定成功的调查报告显示在当前报告列表中，如图：

市场调查报告
关闭


当前报告 | 历史报告 | 所有报告
制定报告

编号	标题	策划书	策划人	状态	添加时间	操作
MT00000023	家电调查报告	家电（一）市场调查策划书	潘佳一	编辑中	2013-06-12	查看 修改 确认 删除

第1页共1页 当前页1条共1条 首页 上一页 下一页 尾页

## （2）修改市场调查报告

若市场调查报告不明细，可点击操作栏中的【修改】按钮，进入市场调查报告修改页面，如图：

市场调查报告		关闭
<a href="#">当前报告</a>   <a href="#">历史报告</a>   <a href="#">所有报告</a> <span style="float: right;"><a href="#">制定报告</a></span>		
<b>市场调查报告书</b>		
报告编号：	MT00000023	
选择策划书：	家电（一）市场调查策划书	
标题：	家电调查报告	
报告内容：	<div style="border: 1px solid #ccc; padding: 5px;">  <p>报告中对于灶具行业的产量、销量、价格及利润率进行了历史的统计，分析了灶具行业的市场需求结构和影响因素，重点研究了国内七大区域灶具行业的市场状况和灶具进出口态势。作为灶具行业几个代表性的细分市场的规模、客户群特征、发展前景在报告中也进行了关键阐述，深入讨论了上、下游行业的发展现状及可能对于灶具市场造成的影响。作为市场分析中必不可少的竞争情况研究，报告中也有所体现，针对灶具行业的竞争格局、行业集中度、重点企业及其市场份额进行了分析。最后对于灶具行业未来发展趋势做出了尚普咨询的专业预测</p> </div>	
策划日期：	2013-6-12	
策划人：	潘佳一	
<span style="margin-right: 20px;">提交</span> <span>取消</span>		

可修改调查报告书的标题和报告内容，修改完成后，点击【提交】按钮，市场调查报告修改成功。

### （3）查看市场调查报告

点击操作栏中的【查看】按钮，可浏览市场调查报告的详细信息。

### （4）删除市场调查报告

若该市场调查报告不合理，可点击操作栏中的【删除】按钮，市场调查报告删除成功。

### （5）确认市场调查报告

若该市场调查报告明确合理，可点击操作栏中的【确认】按钮，市场调查报告书确认成功。即该市场调查报告已完成，记录显示在历史报告列表中。

### （6）所有市场调查报告

在所有报告列表中，总监可查看专员和自己的市场调查报告。

## 3.7 竞争对手调查策划

竞争对手调查有利于企业更加深入的了解他的竞争对手，辨析企业目前所处的竞争环境，结合企业的自身情况调整营销战略。

### （1）制定竞争对手调查策划

点击“市场调查>>竞争对手调查策划”，弹出竞争对手调查策划窗口，如图：

竞争对手调查策划					关闭
<a href="#">当前策划</a>   <a href="#">策划记录</a>   <a href="#">所有策划</a> <span style="float: right;"><a href="#">制定策划</a></span>					
编号	标题	状态	添加时间	操作	
MD00000024	家电竞争对手调查策划	编辑中	2013-06-12	查看 修改 确认 删除	
第1页/共1页 当前页1条/共1条 首页 上一页 下一页 尾页					

在竞争对手调查策划的窗口中点击【制定策略】按钮，进入竞争对手调查策划书添加页面，如图：

编号：MD00000007

日期：2014-1-1

调查背景：	
	输入字数不能大于1000!
调查目的：	
	输入字数不能大于1000!
调查内容：	<input checked="" type="checkbox"/> 产品信息 <input checked="" type="checkbox"/> 产品生产量 <input type="checkbox"/> 产品生产能力 <input type="checkbox"/> 国外总销量 <input type="checkbox"/> 国内总销量 <input type="checkbox"/> 企业资产负债 <input type="checkbox"/> 企业客户信息 <input type="checkbox"/> 企业营销情况
调查企业：	<input checked="" type="checkbox"/> 科达电子有限责任公司 <input type="checkbox"/> 广东新升电业科技有限责任公司 <input type="checkbox"/> 双峰有限责任公司
预算：	10,000.00 元
调查人员：	
	输入字数不能大于200!
调查时间：	1 天

策划人：楼皓

输入竞争对手调查策划标题，在调查背景和调查目的输入框中输入调查的背景和目的，输入完成后，在调查内容和调查企业复选框中勾选调查对手及调查内容，勾选完成后，系统自动带出预算金额，在调查人员输入框中输入调查人员，输入完成后，点击【增加】按钮，竞争对手调查策划书添加成功。

注：调查时间系统默认为 1 天。

### (2) 修改竞争对手调查策划

若该竞争对手调查策划书需修改，可点击操作栏中的【修改】按钮，进入竞争对手调查策划修改页面，如图：

竞争对手调查策划

当前策划 | 策划记录 | 所有策划

制定策划

家电竞争对手调查策划 \*

编号: MD00000024 日期: 2013-6-12

调查背景: 客户为一著名家电生产企业。为了了解其主要竞争对手新研发产品的竞争现状, 益调为其进行了全方位的竞争对手调研

调查目的: 1. 市场规模及市场占有率(过去3年)  
2. 全部产品线及产品价格, 各产品系列的定位及消费群体  
3. 新产品的定位及消费群体, 新产品表现、布货情况  
4. 新产品销售渠道和销售团队, 及各销售渠道的销售比例  
5. 新产品营销策略

调查内容:  产品信息  产品生产量  产品生产能力  国外总销量  国内总销量  企业资产负债  企业客户信息  企业营销情况

调查企业:  科达电子有限责任公司  创维股份有限公司  双峰有限责任公司

预算: 14,800.00 元

调查人员: 李仁

可修改竞争对手调查策划标题、调查背景、目的、内容和企业及调查人员, 修改完成后, 点击【修改】按钮, 竞争对手调查策划修改成功。

### (3) 查看竞争对手调查策划书

点击操作栏中的【查看】按钮, 可查看竞争对手调查策划的详细信息。

### (4) 删除竞争对手调查策划书

若竞争对手调查策划书不合理, 可点击操作栏中的【删除】按钮, 竞争对手调查策划书删除成功。

### (5) 确认竞争对手调查策划

若竞争对手调查策划书合理, 可点击操作栏中的【确认】按钮, 该竞争对手调查策划为待调查状态。如图:

编号	标题	状态	添加时间	操作
MD00000024	家电竞争对手调查策划	待调查	2013-06-12	查看

第1页共1页 当前页1条共1条 首页 上一页 下一页 尾页

### (6) 所有策划

在所有策划列表中, 总监可查看专员和自己的竞争对手调查策划。

## 3.8 竞争对手调查

可对已确认的竞争对手调查策划开始调查。点击“市场调查>>竞争对手调查”, 弹出竞争对手调查窗口, 如图:

编号	标题	开始时间	结束时间	状态	操作
MD00000024	家电竞争对手调查策划	2013-06-12	2013-06-13	待调查	查看 开始调查

第1页共1页 当前页1条共1条 首页 上一页 下一页 尾页

点击操作栏中的【查看】按钮，进入竞争对手调查策划详细页面，如图：

竞争对手调查
关闭

返回

### 家电竞争对手调查策划

编号：MD00000024

**调查背景**  
客户为一著名家电生产企业。为了了解其主要竞争对手新研发产品的竞争现状，益澜为其进行了全方位的竞争对手调研

**调查目的**  
1. 市场规模及市场占有率（过去3年） 2. 全部产品线及产品价格，各产品系列的定位及消费群体 3. 新产品的定位及消费群体，新产品表现、布货情况  
4. 新产品销售渠道和销售团队，及各销售渠道的销售比例 5. 新产品营销策略 6. 广告投放情况和预算 7. 主要研发动向和其他相关课题 8. 公司发展计划（销售计划、生产计划等）

**调查内容**  
产品信息、产品生产量、生产能力。

**调查企业**  
创维股份有限公司。

**调查人员**  
李仁

调查时间：1天  
预算：14,800.00元  
当前状态：待调查

策划人：潘佳一  
策划日期：2013-6-12

浏览完成后，可点击【返回】按钮，返回到竞争对手待调查记录页面。

### (1) 开始调查

若竞争对手调查策划详细无误，可点击操作栏中的【开始调查】按钮，开始调查成功。

### (2) 执行调查

在开始调查对手前，出纳人员需处理对手调查策划费用，处理成功后，竞争对手调查的记录状态为“调查中”，如图：

竞争对手调查策划					关闭
编号	标题	状态	添加时间	操作	
MD00000024	家电竞争对手调查策划	调查中	2013-06-12	查看	

第1页共1页 当前页1条共1条 首页 上一页 下一页 尾页

### (3) 调查结果

执行调查一天后，（系统时间经过一天）可在竞争对手调查列表中查看到调查结果。如图：

竞争对手调查						关闭
编号	标题	开始时间	结束时间	状态	操作	
MD00000024	家电竞争对手调查策划	2013-06-12	2013-06-13	待分析	查看 调查结果 分析	

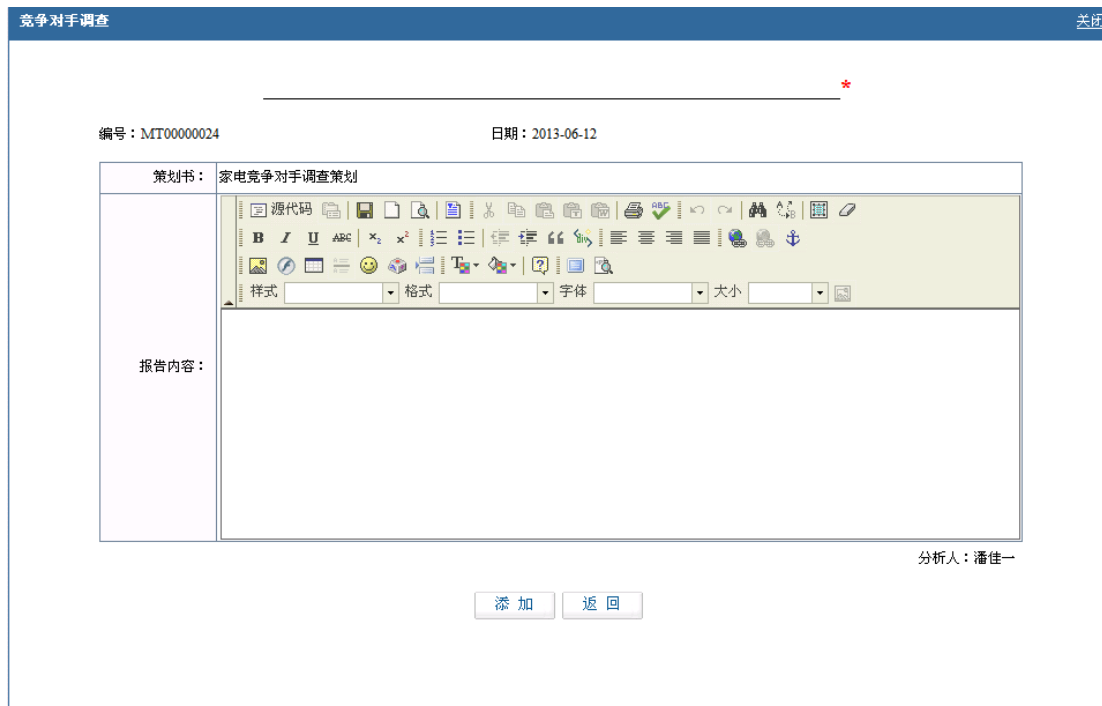
第1页共1页 当前页1条共1条 首页 上一页 下一页 尾页

点击操作栏中的【调查结果】按钮，可查看到竞争对手调查结果的详细信息，如图：

竞争对手调查				关闭
产品名称	产品属性	当前价格(元)	当前库存	
松下电动剃须刀	剃剪胡须,防水干湿剃系统,弹力网膜刀头系统,LED显示屏,创新声波系统;	1500.00		
山水音响	数字化技术;自动化技术;环境声化技术;立体声化技术;Hi-Fi化技术;高频降噪技术;低音扩展技术;自带功放技术;电子分频技术;	2800.00		

#### (4) 分析，制定报告

可根据竞争对手的调查结果，进行分析操作，来制定竞争对手调查报告。  
 点击操作栏中的【分析】按钮，进入竞争对手调查报告添加页面，如图：



输入对手调查报告标题及报告内容，点击【添加】按钮，竞争对手报告添加成功，即分析完成。添加成功的记录显示在竞争对手调查报告列表中。

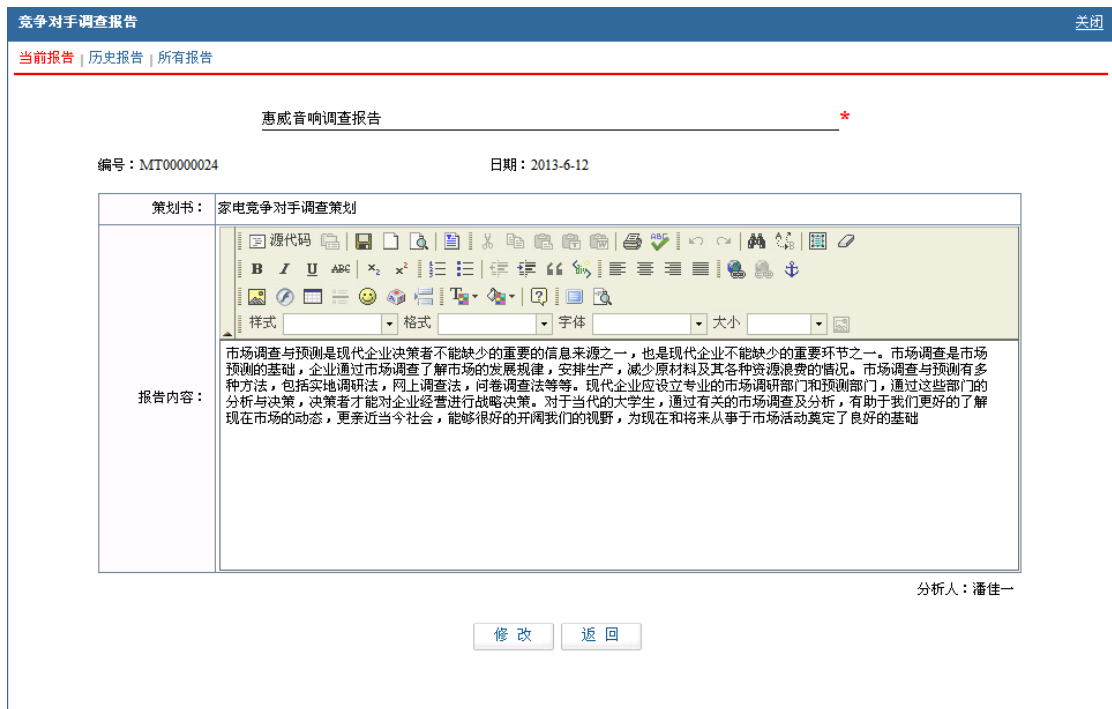
### 3.9 竞争对手调查报告

点击“市场调查>>竞争对手调查报告”，弹出竞争对手调查报告窗口，如图：



#### (1) 修改对手调查报告

若调查报告内容不明细，可点击操作栏中的【修改】按钮，进入对手调查报告修改页面，如图：



可修改对手调查报告的报告标题和报告内容，修改完成后，点击【修改】按钮，对手调查报告修改成功。

#### (2) 查看对手调查报告

点击操作栏中的【查看】按钮，可查看对手调查报告的详细信息。

#### (3) 删除对手调查报告

若对手调查报告不合理，可点击操作栏中的【删除】按钮，对手调查报告删除成功。

#### (4) 确认对手调查报告

若对手调查报告合理，可点击操作栏中的【确认】按钮，对手调查报告确认成功。即竞争对手调查报告已完成。

## 第四节 产品定位

产品定位可塑造产品或企业的鲜明个性或特色，以及在市场上一定的形象，从而使目标市场上的顾客了解和认识本企业的产品。

产品定位由公司产品、新产品策略、产品调整方案和价格策略四个模块构成。



## 4.1 公司产品

可查看该企业下的所有产品。

点击“产品定位>>公司产品”，弹出公司产品窗口，如图：

产品编号	产品名称	型号	当前价格/单位	档次	状态	操作
CP00000001	飞利浦电动剃须刀	PT725	650.00 元/个	低	上市中	查看 修改
CP00000002	惠威音响	M200MKIII	0.00 元/台	低	已退市	查看 修改

第1页/共1页 当前页2条/共2条 首页 上一页 下一页 尾页

点击操作栏中的【查看】按钮，可浏览该产品的详细信息，如图：



公司产品		关闭
产品名称：	飞利浦电动剃须刀	产品型号：
产品编号：	CP00000001	系统产品名称：
计量单位：	个	当前库存：
单位存储量：	5	基本生产成本：
基本竞争力：	9	产品状态：
上市时间：	2013-06-12	下市时间：
产品长度：	70 (cm)	产品宽度：
产品高度：	188 (cm)	产品净重：
产品毛重：	0.500 (kg)	产品等级：
包装单位：	箱	销售单位：
计量英文单位：		
产品图片：		产品包装图片： 
<input type="button" value="返回"/>		

若某产品信息需编辑，可点击操作栏中的【修改】按钮，进入产品修改页面。如图：

公司产品		关闭
产品名称：	飞利浦电动剃须刀	
产品型号：	PT725	
产品编号：	CP00000001	
系统产品名称：	电动剃须刀	
计量单位：	个	
当前库存：	0	
单位存储量：	5	
基本生产成本：	611.30	
基本竞争力：	9	
产品状态：	已退市	
上市时间：	2013-06-12	
下市时间：	2013-06-12	
产品等级：	低	
产品英文名称：	Electric shaver *	
计量英文单位：	piece *	
产品长度：	70 *(cm)	
产品宽度：	134 *(cm)	
产品高度：	188 *(cm)	
产品净重：	0.380 *(kg)	
产品毛重：	0.500 *(kg)	
包装单位：	箱 *	

可修改产品的详细参数以及产品包装和产品图片，修改完成后，可点击【修改】按钮，公司产品修改成功。

## 4.2 新产品策略

### (1) 制定产品策略

点击“产品定位>>新产品策略”，弹出新产品策略窗口，如图：

新产品策略 关闭

策划中的策略 | 策略记录 | 所有策略 制定策略

标题	状态	操作
惠威音响策略	新策略	<a href="#">查看</a> <a href="#">修改</a> <a href="#">上报</a> <a href="#">删除</a>

第1页共1页 当前页1条共1条 首页 上一页 下一页 尾页

点击【制定策略】按钮，进入制定产品策略页面，如图：

新产品策略 关闭

策划中的策略 | 策略记录 制定策略

\*  
日期：2013-06-12

选择产品类别：	--商品--
参考报告编号：	(编号之间以,相隔) <a href="#">调查报告</a>
方案内容：	<div style="border: 1px solid gray; padding: 5px;"><p>源代码</p><p><b>B</b> <i>I</i> <u>U</u> ABC   x<sub>2</sub> x<sup>2</sup>   三三   列表   链接   表格   插入   格式</p><p>样式： 格式： 字体： 大小：</p></div>
<b>新产品设计</b>	
<input type="button" value="提交"/> <input type="button" value="取消"/>	

输入新产品策略标题和方案内容，在选择产品类别下拉框中选择商品，选择商品完成后，系统自动带出新产品设计的详细资料，根据调查报告中的内容，输入参考报告编号。产品参数填写页面如图：

飞利浦电动剃须刀策略

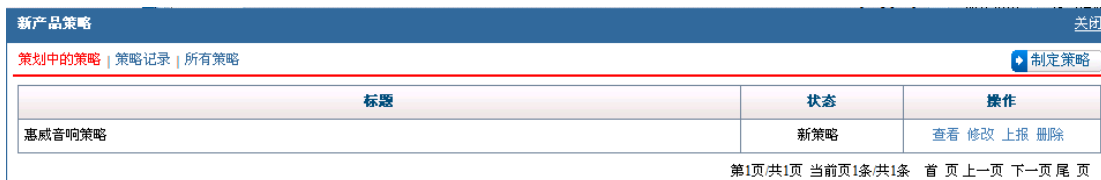
日期: 2014-01-01

选择产品类别:	电动剃须刀
参考报告编号:	(编号之间以逗号) 逗号报告
方案内容:	<div style="border: 1px solid #ccc; padding: 5px;">  </div>
<b>新产品设计</b>	
产品名称:	*
产品英文名称:	Electric shaver *
产品英文名称:	Electric shaver *
产品型号:	*
产品长度:	*(cm)
产品宽度:	*(cm)
产品高度:	*(cm)
产品净重:	*(kg)
产品毛重:	*(kg)
产品等级:	低
包装单位:	CTN
销售单位:	pcs
选择产品组成原料:	外壳: 普通塑料外壳 电动机: 马达050SB-09250 网罩: 网膜网罩355 内刀片: 水洗网罩 充电器: 快速充电器 清洁刷: 小毛刷 电池: 充电电池
产品属性:	基本属性: 剃须剃须 附加属性: <input type="checkbox"/> 创新声波系统 <input type="checkbox"/> 弹力网膜刀头系统 <input type="checkbox"/> 防水干湿剃系统 <input type="checkbox"/> LED显示屏 <input type="checkbox"/> 三级剃须系统 <input type="checkbox"/> ActiveLif技术 <input type="checkbox"/> 可充电
产品包装:	--选择包装图片-- 
产品图片:	--选择产品图片-- 
产品的基本生产成本:	元
<input type="button" value="提交"/> <input type="button" value="取消"/>	

输入产品的详细参数，在选择产品组成原料栏中选择该产品的原料，产品属性栏中勾选

产品的附加属性,产品包装和产品图片下拉框选项中选择包装和图片。根据产品所选原材料、属性、和包装自动计算产品的基本生产成本(产品的生产成本=直接人工费用 + 原材料费用 + 包装费用 + 产品属性 + 制造费用)。新产品策略填写完成后,点击【提交】按钮,新产品策略制定成功。

注:产品等级是系统根据所选择的产品组成原料来计算该产品的所属等级。  
制定成功的产品策略显示在新产品策略列表中,如图:



标题	状态	操作
惠威音响策略	新策略	查看 修改 上报 删除

第1页共1页 当前页1条共1条 首页 上一页 下一页 尾页

### (2) 修改产品策略

若该产品策略需编辑,可点击操作栏中的【修改】按钮,进入产品策略修改页面,如图:



日期: 2013-06-12

选择产品类别: 音响

参考报告编号: MT00000005 \* (编号之间以相隔) 调查报告

方案内容:

本设计方案的主要特点特色

- 1.采用计算机辅助声学设计 可以较为准确地计算出系统安装完毕后的扩声效果 使系统具有很高的可实施性
- 2.选用最优秀的音箱 具有多重控制及保护功能 确保系统的关键部分
- 3.采用数字音频控制及处理 有力地抑制声反馈 提高传声增益
- 4.配置多种话筒 无线手持、无线领夹 可完成多种用途的拾音
- 5.高亮度显示屏可在较高亮度环境下使用 符合多种功能的使用要求
- 6.系统设备均采用各厂家所长的产品 性能价格比好 配套性强
- 7.系统具有较强的扩展性 为今后系统的升级准备了条件。

本次多功能厅系统设计包括以下子系统

- 1.大屏幕投影显示系统
- 2.音响扩声系统

**新产品设计**

产品名称: 惠威音响

产品英文名称: Loudspeaker \*

可修改产品策略的标题、参考报告编号、产品参数、产品组成原料、产品属性、产品包装和产品图片及方案内容,修改完成后,可点击【修改】按钮,产品策略修改成功。

### (3) 查看产品策略

点击操作栏中的【查看】按钮,可查看该产品策略的详细信息。查看页面可查看到产品的竞争指数,产品的竞争指数由系统自动计算,竞争指数会影响渠道订单的订单量。

### (4) 删除产品策略

若该产品策略不合理,可点击操作栏中的【删除】按钮,产品策略删除成功。

### (5) 上报产品策略

若该产品策略合理,可点击操作栏中的【上报】按钮,产品策略上报成功。上报至总经办,总经办审批完成的产品策略显示在策略记录列表中。

### (6) 所有策略

在所有策略列表中,总监可查看专员和自己的产品策略。

## 4.3 产品调整方案

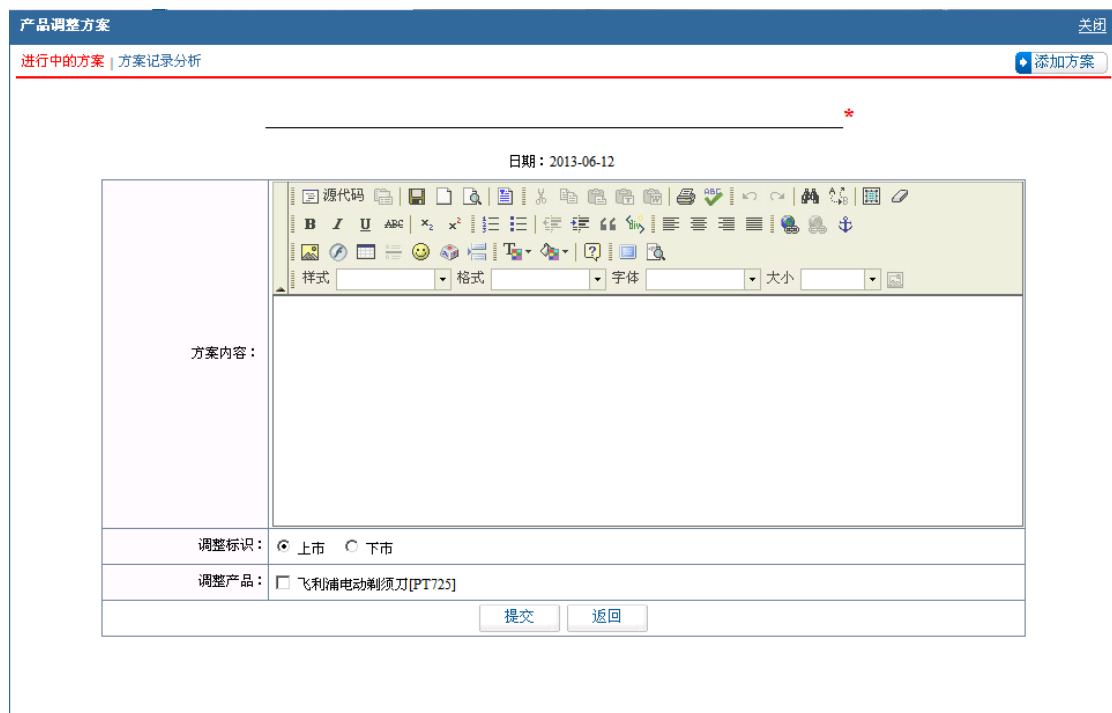
可对新增加的产品进行方案调整。

### (1) 添加方案

点击“产品定位>>产品调整方案”，弹出产品调整方案窗口，如图：



点击【添加方案】按钮，进入添加产品调整方案页面，如图：



输入产品调整方案的标题和方案内容，在单选按钮中选择调整标识，在复选框中勾选要调整的产品，勾选完成后，点击【提交】按钮，产品调整方案添加成功。

注：上市——产品进入市场；下市——产品已退市。

### (2) 修改产品调整方案

若需编辑产品调整方案，可点击操作栏中的【修改】按钮，进入产品调整方案修改页面，如图：

产品调整方案 关闭

进行中的方案 | 方案记录分析 | 所有方案记录 添加方案

---

惠威音响产品调整方案 \*

日期: 2013-06-12

方案内容:	<div style="border: 1px solid #ccc; padding: 5px;"> <p>源代码</p> <p>格式 字体 大小</p> <p>1 合适的响度 响度是实际听音的强度感觉 它与扩声系统的最大声压级指标有直接关系 足够的响度是十分重要的 只有合适的响度 人的听音才不会 感到疲劳 才能很好的感受音乐或理解会议的内容。系统输出功率、音箱的摆放方法等将决定听音区域响度状态。</p> <p>2 足够的丰满度 为了使声音达到良好效果 具有良好的丰满度的多功能厅 可以使声音饱满、浑厚、温暖胆怯声系统中 通过采取使用音响周边设备对声音信号进行处理、合理地选用音箱等电声措施 多功能厅声音的丰满度能够达到要求。</p> <p>3 高的清晰度 一套好的音响扩声系统 语言的清晰度是非常重要的 这在国家标准中有明确的说明 在电声系统设计时要充分考虑提高语言清晰扩声设备的本底噪声和系统的抗干扰性决定系统语言的清晰度。</p> <p>4 声场分布均匀 声音在厅内的各个区域要求会场均匀 没有死区 也没有明显的声音不平衡感。在电声系统中合理利用音箱的辐射角度覆盖全场可以使声音分布均匀。</p> </div>
调整标识:	<input checked="" type="radio"/> 上市 <input type="radio"/> 下市
调整产品:	<input checked="" type="checkbox"/> 惠威音响[M1200MKIII]
<input type="button" value="提交"/> <input type="button" value="返回"/>	

可修改产品调整方案标题、方案内容、调整标识和所需调整产品，修改完成后，点击【提交】按钮，产品调整方案修改成功。

### (3) 查看产品调整方案

点击操作栏中的【查看】按钮，可查看产品调整方案的详细信息。

### (4) 删除产品调整方案

若该产品调整方案不合理，可点击操作栏中的【删除】按钮，该产品调整方案删除成功。

### (5) 上报产品调整方案

若该产品调整方案详细得当，可点击操作栏中的【上报】按钮，调整方案上报成功。上报至总经办，总经办审批完成的产品调整方案显示在方案记录分析列表中。

### (6) 所有方案记录

在所有方案记录列表中，总监可查看专员和自己的调整方案。

## 4.4 价格策略

根据产品策略和产品调整方案，方可制定产品价格策略，已下市的产品不能制定价格策略。

点击“产品定位>>价格策略”，弹出价格策略窗口，如图：

价格策略 关闭

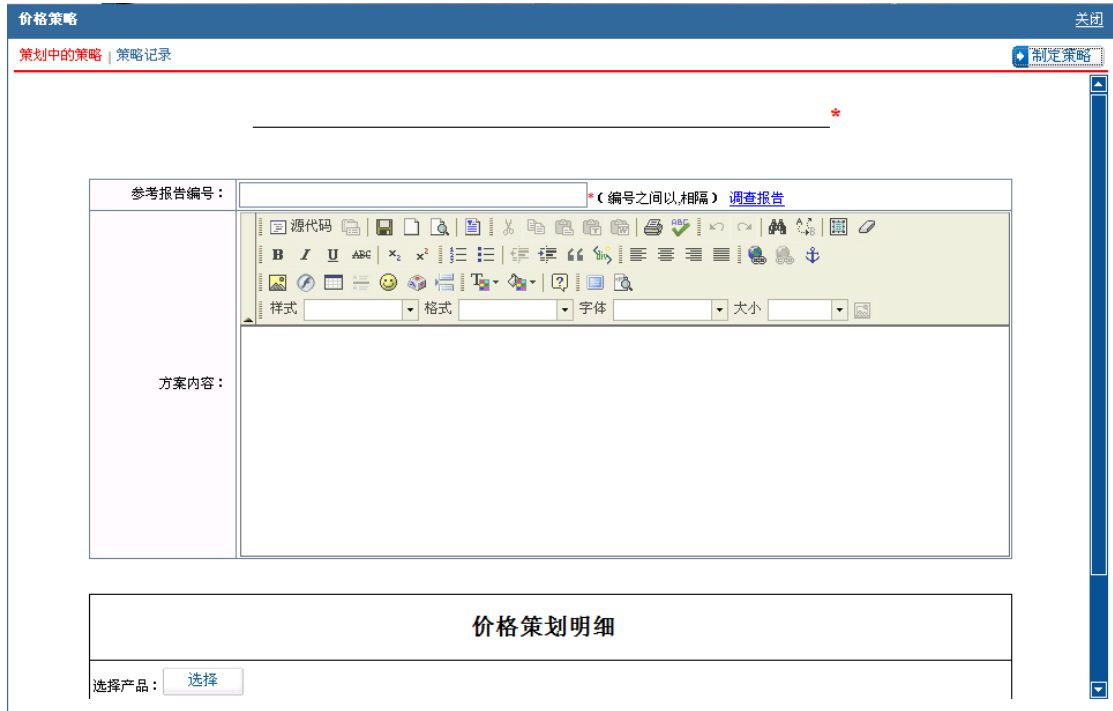
策划中的策略 | 策略记录 | 所有策略 制定策略

方案标题	状态	策划时间	操作
惠威音响价格策略	新策略	2013-06-12	查看 修改 上报 删除

第1页共1页 当前页1条共1条 首页 上一页 下一页 尾页

### (1) 制定策略

点击【制定策略】按钮，进入制定价格策略页面，如图：

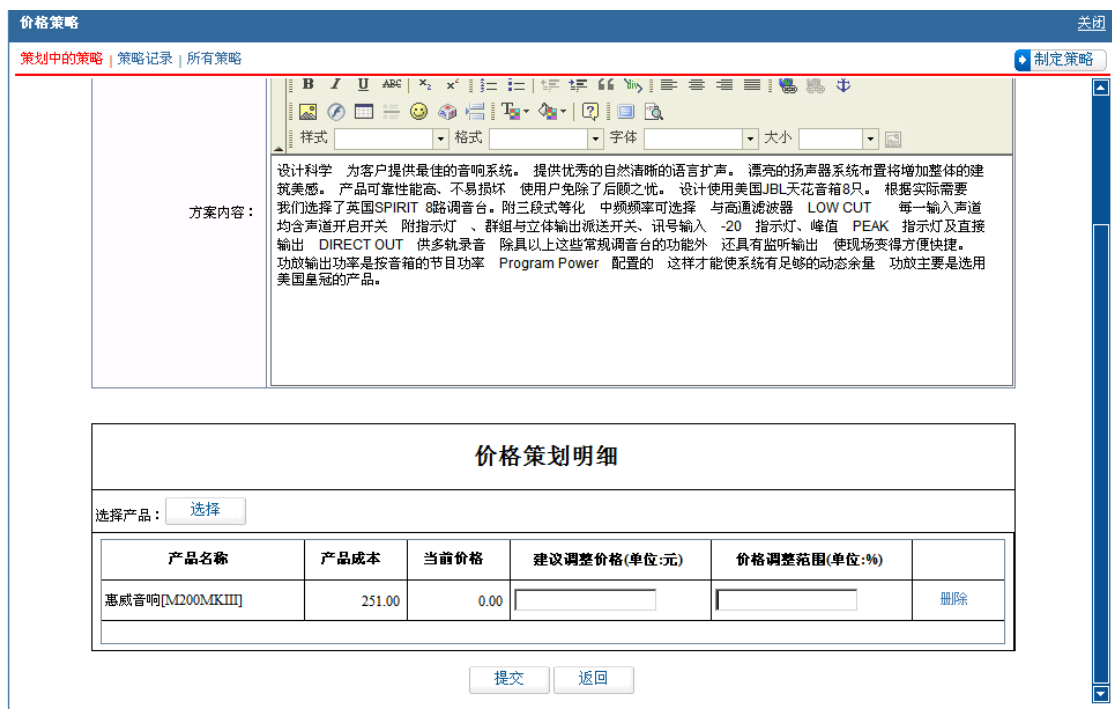


输入价格策略标题，根据调查报告输入参考报告编号，方案内容，在价格策划明细表中选择产品，点击【选择】按钮，弹出需要定价商品的窗口，如图：



	产品名称	产品成本(元)	当前价格(元)
<input type="checkbox"/>	飞利浦电动剃须刀[PT725]	611.30	650.00
<input type="checkbox"/>	惠威音响[M200MKIII]	251.00	0.00

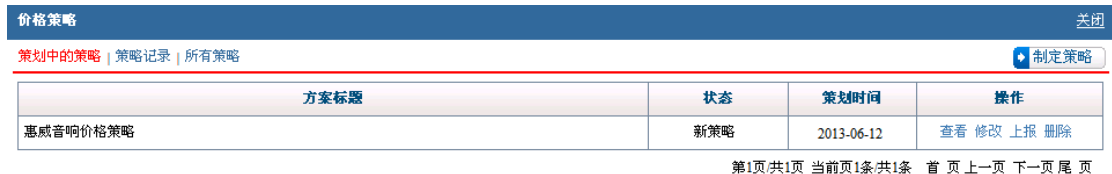
在商品列表中勾选需定价的商品，勾选完成后，点击【确定】按钮，该产品显示在价格策划明细表中，如图：



在价格策划明细表中输入建议调整价格（必须大于成本价格）和价格调整范围，输入完成后，点击【提交】按钮，价格策略添加成功。

若不需定价该商品，可在价格策划明细表中点击【删除】按钮，该条记录删除成功。

添加成功的价格策略显示在策划中的策略列表中，如图：



## (2) 修改策略

若该价格策略不合理，可点击操作栏中的【修改】按钮，进入价格策略修改页面，如图：





可修改价格策略标题、参考报告编号、方案内容及需定价的商品，修改完成后，点击【提交】按钮，价格策略修改成功。

### (3) 查看策略

点击操作栏中的【查看】按钮，可查看该价格策略的详细信息。

### (4) 删除策略

若该价格策略不合理，可点击操作栏中的【删除】按钮，价格策略删除成功。

### (5) 上报策略

若该价格策略得当合理，可点击操作栏中的【上报】按钮，价格策略上报成功。上报至总经办，总经办审批完成的价格策略显示在策略记录列表中。

### (6) 所有策略

在所有策略列表中，总监可查看专员和自己的价格策略。

## 第五节 营销策划

营销策划有机组合策略的各要素，最大化提升品牌资产。

营销策划由宣传策略、宣传策略实施、促销策略、促销策略实施、服务策略、服务策略实施、渠道策略七个模块构成。



## 5.1 宣传策略

宣传策略可促进产品的推销。点击“营销策划>>宣传策略”，弹出宣传策略窗口，如图：

方案标题	审核状态	实施情况	实施人	策划时间	操作
惠威音响宣传策略	新策略	未实施		2013-06-12	查看 修改 上报 删除


第1页共1页 当前页1条/共1条 首页 上一页 下一页 尾页

### (1) 制定宣传策略

点击【制定策略】按钮，进入宣传策略添加页面，如图：

日期：2014-01-01

参考报告编号： \* (编号之间以相隔) [调查报告](#)

报告内容：  


宣传产品： 山水音响【MOTO025】

宣传策略媒体				
选择媒体： <input type="button" value="选择"/>				
媒体名称	价格(元)/单位	宣传有效度(%)	投放量	操作
				合计：0.00元

策划人：楼皓

输入宣传策略标题、参考报告编号和报告内容，输入完成后，在复选框中勾选需宣传的产品（已上市的产品），在宣传策略媒体表中，选择媒体，点击【选择】按钮，弹出选择媒体窗口，如图：

**选择媒体** ✖

选择媒体 ▼

选择	媒体名称	价格(元)/单位	宣传有效度(%)	最少投放时间(天)
<a href="#">选择</a>	户外电子屏广告	450.00/个	3	1
<a href="#">选择</a>	公共交通广告	100.00/个	1	1
<a href="#">选择</a>	灯箱广告	600.00/个	2	1
<a href="#">选择</a>	路牌广告	500.00/个	2	1
<a href="#">选择</a>	霓虹灯广告	1000.00/个	3	1
<a href="#">选择</a>	瑞丽	600.00/版/周	3	1
<a href="#">选择</a>	大都市杂志	300.00/版/周	2	1

第1页/共7页 当前页7条/共47条 [首页](#) [上一页](#) [下一页](#) [尾页](#)

在选择媒体窗口中选择需宣传的媒体，选择完成后，关闭窗口，已选择的媒体显示在宣传策略媒体表中，如图：

宣传策略
关闭

策划中的策略 | 策略记录 | 所有策略
制定策略

报告内容：

整个室内设备种类较多，有显示系统、发言系统、音响系统等，免不了对多个设备进行操作控制。如果对每个设备进行单独的控制，不仅效率低下，浪费大量的精力，而且容易出错，不利于对各个系统的协调。针对这种情况，因此我们提出了中央控制系统的解决方案。将室内的设备控制集中到一套中央控制系统上，室内所有系统的控制通过一个触摸屏方式提供给用户。用户可以在触摸屏上集中控制如影碟机、录像机、电脑切换、摄像、大屏幕投影及设备电源等。操作人员的劳动强度大大减轻了，管理复杂程度也极大的降低了。在智能系统控制下，只需轻按触摸屏即可有条不紊地控制整个会议室的所有局面。

宣传产品：

飞利浦电动剃须刀【PT725】  惠威音响【M200MKIII】

### 宣传策略媒体

选择媒体：

媒体名称	价格(元)/单位	宣传有效度(%)	投放量	操作
公共交通广告	100.00/个	1.00	<input type="text" value="2"/>	<a href="#">删除</a>
大都市杂志	300.00/版/周	2.00	<input type="text" value="1"/>	<a href="#">删除</a>
				合计：500元

可在投放量列中输入该宣传媒体的投放量（最少投放量由管理员端设置，必须大于等于最少投放量），输入完成后，点击【创建】按钮，宣传策略制定成功。若该宣传策略无误，可点击【创建并上报】按钮，宣传策略创建并上报成功。

创建成功的宣传策略显示在策划中的策略列表中，如图：

宣传策略
关闭

策划中的策略 | 策略记录 | 所有策略
制定策略

方案标题	审核状态	实施情况	实施人	策划时间	操作
惠威音响宣传策略	新策略	未实施		2013-06-12	<a href="#">查看</a> <a href="#">修改</a> <a href="#">上报</a> <a href="#">删除</a>

第1页共1页 当前页1条共1条 首页 上一页 下一页 尾页

## （2）修改宣传策略

若该宣传策略需编辑，可点击操作栏中的【修改】按钮，进入策略修改页面。如图：

宣传策略 关闭

策划中的策略 | 策略记录 | 所有策略 制定策略

惠威音响宣传策略 \*

日期: 2013-06-12

参考报告编号:	MT00000005 <small>(编号之间以#相隔) 调查报告</small>
报告内容:	<div style="border: 1px solid #ccc; padding: 5px;"> <p>源代码</p> <p><b>B</b> <i>I</i> <u>U</u> ABC x<sub>2</sub> x<sup>2</sup>   列表   段落   链接   插入   删除   撤销   重做   打印   帮助</p> <p>样式: [下拉] 格式: [下拉] 字体: [下拉] 大小: [下拉]</p> <p>整个室内设备种类较多 有显示系统、发言系统、音响系统等 免不了对多个设备进行操作控制 如果对每个设备进行单独的控制 不仅效率低下 浪费大量的精力 而且容易出错 不利于对各个系统的协调 针对这种情况 因此我们提出了中央控制系统的解决方案 将室内的设备控制集中到一套中央控制系统上 室内所有系统的控制通过一个触摸屏方式提供给用户 用户可以在触摸屏上集中控制如影碟机、录像机、电脑切换、摄像、大屏幕投影及设备电源等 操作人员的劳动强度大大减轻了 管理复杂程度也极大的降低了。在智能系统控制下 只需轻触触摸屏即可有条不紊地控制整个会议室的所有局面。</p> </div>
宣传产品:	<input type="checkbox"/> 飞利浦电动剃须刀【PT725】 <input checked="" type="checkbox"/> 惠威音响【M200MKIII】

宣传策略媒体

可修改宣传策略标题、参考报告编号、报告内容及宣传的产品和媒体，修改完成后，点击【修改】按钮，宣传策略修改成功。

### (3) 查看宣传策略

点击操作栏中的【查看】按钮，可查看该宣传策略的详细信息。

### (4) 删除宣传策略

若该宣传策略不合理，可点击操作栏中的【删除】按钮，该宣传策略删除成功。

### (5) 上报宣传策略

若该宣传策略合理得当，可点击操作栏中的【上报】按钮，宣传策略上报成功，上报至总经办，总经办审批完成的宣传策略显示在策略记录列表中。

注：上报的宣传策略只可查看操作。

## 5.2 宣传策略实施

总经办审批通过的宣传策略，可自己实施，也可指派专员实施操作。

点击“营销策划>>宣传策略实施”，弹出宣传策略实施窗口，如图：

宣传策略实施 <span style="float: right;">关闭</span>					
方案标题	审核状态	实施情况	实施人	策划时间	操作
惠威音响宣传策略	总经办审批通过	未实施		2013-06-12	查看 实施 指派

第1页共1页 当前页1条共1条 首页 上一页 下一页 尾页

点击操作栏中的【查看】按钮，可查看宣传策略的详细信息。

点击操作栏中的【实施】按钮，进入策略实施页面，如图：

宣传策略实施 关闭

### 惠威音响宣传策略

整个室内设备种类较多 有显示系统、发言系统、音响系统等 免不了对多个设备进行操作控制 如果每个设备进行单独的控制 不仅效率低下 浪费大量的精力 而且容易出错 不便于对各个系统的协调 针对这种情况 因此我们提出了中央控制系统的解决方案 将室内的设备控制集中到一套中央控制系统上 室内所有系统的控制通过一个触摸屏方式提供给用户 用户可以在触摸屏上集中控制如影碟机、录像机、电脑切换、摄像、大屏幕投影及设备电源等 操作人员的劳动强度大大减轻了 管理复杂程度也极大的降低了。在智能系统控制下 只需轻按触摸屏即可有条不紊地控制整个会议室的所有局面。

宣传产品：惠威音响【M200MKIII】

媒体名称	价格(元)/单位	宣传有效度(%)	投放量
公共交通广告	100.00/个	1.00	2
大都市杂志	300.00/版/周	2.00	1
			合计：500.00元

市场调查报告：[MT00000005](#)  
当前状态：总经办审批通过

策划人：潘佳一  
策划日期：2013-06-12

总监审核

审核人：                      审核时间：

总经办审批通过

策略详细得当，可点击【实施】按钮，该宣传策略实施成功，等待出纳付款。出纳人员支付成功后，该宣传策略已实施。

若指派专员实施，可点击操作栏中的【指派】按钮，弹出指派专员窗口，如图：

指派专员 ✕

员工编号	员工姓名	操作
0733	秋晓东	添加

第1页/共1页 当前页1条/共1条 首页 上一页 下一页 尾页

选择所要指派的人员，点击操作栏中的【添加】按钮，指派专员成功。专员可实施操作。

### 5.3 促销策略

促销策略针对消费者的消费行为、消费习惯而采取的促进产品快速实现从厂家到消费者手中转变的策略。

点击“营销策划>>促销策略”，弹出促销策略窗口，如图：

促销策略 关闭

我的策略 | 策略记录 | 所有策略 制定策略

名称	审核状态	实施状态	策划时间	操作
惠威音响促销策略	新策略	未实施	2013-06-14	查看 修改 上报 删除

第1页/共1页 当前页1条/共1条 首页 上一页 下一页 尾页

#### (1) 添加促销策略

点击【添加策略】按钮，进入促销策略添加页面，如图：

关闭

促销策略

---

我的策略 | 策略记录 添加策略

日期: 2013-6-12

参考报告编号:  \* (编号之间以,相隔) 调查报告

源代码
打印
查找
撤销
重做
复制
粘贴
删除
格式刷
背景色
前景色
链接
断开链接
插入
表格
帮助

B
I
U
ABC
x<sub>2</sub>
x<sup>2</sup>
列表
段落
缩进
行距
背景
前景
链接
断开链接
插入
表格
帮助

样式
格式
字体
大小

报告内容:

促销产品:  飞利浦电动剃须刀【PT725】

输入促销策略标题、参考报告编号和报告内容，输入完成后，在复选框中勾选需促销的产品，在促销策略方案表中，选择促销方案，点击【选择】按钮，弹出选择促销方案窗口，如图：

关闭

选择促销方案

选择	促销方案名称	促销费用(元)	影响购买率(%)	是否可与其他方案同时选择
选择	附送赠品策略	20000	20	是
选择	返券	15000	15	是
选择	凭证优惠策略	5000	8	否
选择	集点换物策略	2000	4	否
选择	抽奖促销策略	3000	5	是
选择	刷卡刷出优惠	48000	13	是
选择	抢先优惠，平安入袋	40000	15	是

第1页/共1页 当前页7条/共7条 首页 上一页 下一页 尾页

在选择促销方案窗口中点击【选择】按钮，选择所需促销方案，选择完成后，关闭窗口，已选择的方案显示在促销方案表中，如图：

促销策略 关闭

我的策略 | 策略记录 | 所有策略 制定策略

报告内容:

格昂贵,加工不易,常用于极品音箱中,次之为花柳木、枣木、梓木等,以比重大,木质均匀者为佳。新材潮湿易变形,需干燥处理后方可应用。

二、中密度纤维板 此类板材采用最多,成本低,材料易购,加工方便,但实际制作中,发现其强度较差,易产生声染色,起哄,且材质细碎松软,不能用木螺钉结合,而只能钉以铁钉,在高压下可能被震松,刚性亦差,不利于箱体的坚固性。

三、中密度刨花板 亦称为压模板,强度较高,成本亦低,加工不太方便,很多商品音箱,包括许多日本套装机配套音箱均用此材料,但有人反映其压结不实,含气隙较多,隔音性能差,最好能作特殊处理,提高隔音能力。

四、高密度纤维板、刨花板以及胶合板 强度很高,隔音性能好,材料较易找,乃业余制作优质发烧音箱的首选材料,只是成本稍高,加工亦不容易,需要专用工具,特别是高密刨花板,硬度很高,不易着钉,本人制作中常拧断螺钉尖头而使映奈何,应用手电钻预打稍细孔后再上紧固螺钉。

五、无机物 如有混凝土浇筑成形,用石质板料(大理石、混凝土板、花岗岩石板、石膏板等)以特殊工艺成形,或干脆用厚重的大陶罐作箱体,具有音染小,声场稳定等优点,常为发烧高手采用,只是太重,移动调音甚为不便,并且箱壁须作特殊处理。

六、工程塑料、聚丙烯、增强改性环氧树脂、厚有机玻璃板等高密度高聚物(高分子聚合物)秉承现代先进的科技材料技术,许多欧美专业音箱厂商均用此技术创制出高档、高质量音箱,如JBL MM系列音箱以高密度塑料做箱体,更有大名鼎鼎的JBL PROJECT K2竟以厚达数英寸的有机玻璃制造高音量,业余条件下断难实现。

促销产品:  飞利浦电动剃须刀【PT725】  惠威音响【M200MKIII】

### 促销策略方案

选择方案:

方案名称	促销次数	促销费用(元/次)	影响购买率(%)	促销间隔(天)	开始促销时间	操作
合计: 0元						
集点换物策略	<input type="text"/>	2000	4	5天	<input type="text"/>	<a href="#">删除</a>

在促销方案表中,输入促销次数,可在促销间隔下拉框中选择促销间隔的天数,选择开始促销时间(促销时间大于当天),选择完成后,点击【创建】按钮,促销策略制定成功。若该促销策略无误,可点击【创建并上报】按钮,促销策略创建并上报成功。

创建成功的促销策略显示在我的策略列表中,如图:

促销策略 关闭

我的策略 | 策略记录 | 所有策略 制定策略

名称	审核状态	实施状态	策划时间	操作
惠威音响促销策略	新策略	未实施	2013-06-12	<a href="#">查看</a> <a href="#">修改</a> <a href="#">上报</a> <a href="#">删除</a>

第1页共1页 当前页1条共1条 首页 上一页 下一页 尾页

## (2) 修改促销策略

若需编辑该促销策略,可点击该促销策略的【修改】按钮,进入促销策略修改页面,如图:



促销策略

我的策略 | 策略记录 | 所有策略

制定策略

惠威音响促销策略

日期: 2013-6-12

参考报告编号: MT00000005 \* (编号之间以,相隔) 调查报告

源代码

源内容

报告内容:

一. 优质木材 如红木、花梨木、桃木、檀木等名贵硬木,最好是无缝的整板,为音箱制作的顶级材料,但材料难觅,价格昂贵,加工不易,常用于极品音箱中,次之为花柳木、枣木、梓木等,以比重大,木质均匀者为佳,新材潮湿易变形,需干燥处理后方可应用。

二. 中密度纤维板 此类板材采用最多,成本低,材料易购,加工方便,但实际制作中,发现其强度较差,易产生声染色,起哄,且材质细碎松软,不能用木螺钉结合,而只能钉以铁钉,在高压下可能被震松,刚性亦差,不利于箱体的坚固性。

三. 中密度刨花板 亦称为压模板,强度较高,成本亦低,加工不太方便,很多商品音箱,包括许多日本套装机配套音箱均用此材料,但有人反映其压结不实,含气隙较多,隔音性能差,最好能作特殊处理,提高隔音能力。

四. 高密度纤维板、刨花板以及胶合板 强度很高,隔音性能好,材料较易找,乃业余制作优质发烧音箱的首选材料,只是成本稍高,加工亦不容易,需要专用工具,特别是高密度刨花板,硬度很高,不易着钉,本人制作中常拧断螺钉尖头而徒唤奈何,应用手电钻预打稍细孔后再上紧固螺钉。

五. 无机物 如有混凝土浇铸成形,用石质板料(大理石、混凝土板、花岗岩石板、石膏板等)以特殊工艺成形,或干脆用厚重的大陶罐作箱体,具有音染小,声场稳定等优点,常为发烧高手采用,只是太重,移动调音甚为不便,并且箱壁须作特殊处理。

六. 工程塑料、聚丙稀、增强改性环氧树脂、厚有机玻璃板等高密度高聚物(高分子聚合物)秉承现代先进的科技材料。

促销产品:  飞利浦电动剃须刀【PT725】  惠威音响【M200MKIII】

可修改促销策略的标题、参考报告编号、报告内容和促销产品及促销方案,修改完成后,点击【修改】按钮,促销策略修改成功。

### (3) 查看促销策略

点击操作栏中的【查看】按钮,可查看促销策略的详细信息。

### (4) 删除促销策略

若该促销策略不合理,可点击操作栏中的【删除】按钮,该促销策略删除成功。

### (5) 上报促销策略

若该促销策略详细得当,可点击操作栏中的【上报】按钮,促销策略上报成功,上报至营销总监,总监审核通过后上报给总经办,总经办审批完成的促销策略显示在策略记录列表中。

注:上报的促销策略只可查看操作。

## 5.4 促销策略实施

总经办审批通过的促销策略,可自己实施,也可指派专员实施操作。

点击“营销策划>>促销策略实施”,弹出促销策略实施窗口,如图:

名称	审核状态	实施状态	实施人	策划时间	操作
惠威音响促销策略	总经办审批通过	未实施		2013-06-12	查看 指派 实施

第1页共1页 当前页1条共1条 首页 上一页 下一页 尾页

点击操作栏中的【查看】按钮,可查看促销策略的详细信息。

浏览完成后,该促销策略详细得当,可点击操作栏中的【实施】按钮,进入策略实施页面,如图:

促销策略实施 关闭

### 惠威音响促销策略

促销产品：惠威音响【M200MKIII】

方案名称	方案执行次数	方案执行间隔/天	方案开始执行时间	促销费用(元/次)	影响购买率(%)
集点换物策略	2	5	2013-06-13	2,000.00	4
合计：4,000.00元					

市场调查报告：[MT00000024](#)  
 当前状态：总经办审批通过

策划人：潘佳一  
 策划日期：2013-06-13

---

总监审核

审核人：潘佳一      审核时间：2013-06-12

审核通过

---

总经办审批

审批人：范政晗      审批时间：2013-06-12

策略详细得当，可点击【实施】按钮，该促销策略实施成功，等待出纳付款。出纳人员支付成功后，该促销策略已实施。

若指派专员实施，可点击操作栏中的【指派】按钮，弹出指派专员窗口，如图：

指派专员 关闭

员工编号	员工姓名	操作
0733	秋晓东	添加

第1页/共1页 当前页1条/共1条 首页 上一页 下一页 尾页

选择所要指派的人员，点击操作栏中的【添加】按钮，指派专员成功。专员可实施操作。

## 5.5 服务策略

服务策略使服务资源与变化的环境相匹配，实现企业长远发展的动态体系。

点击“营销策划>>服务策略”，弹出服务策略窗口，如图：

服务策略 关闭

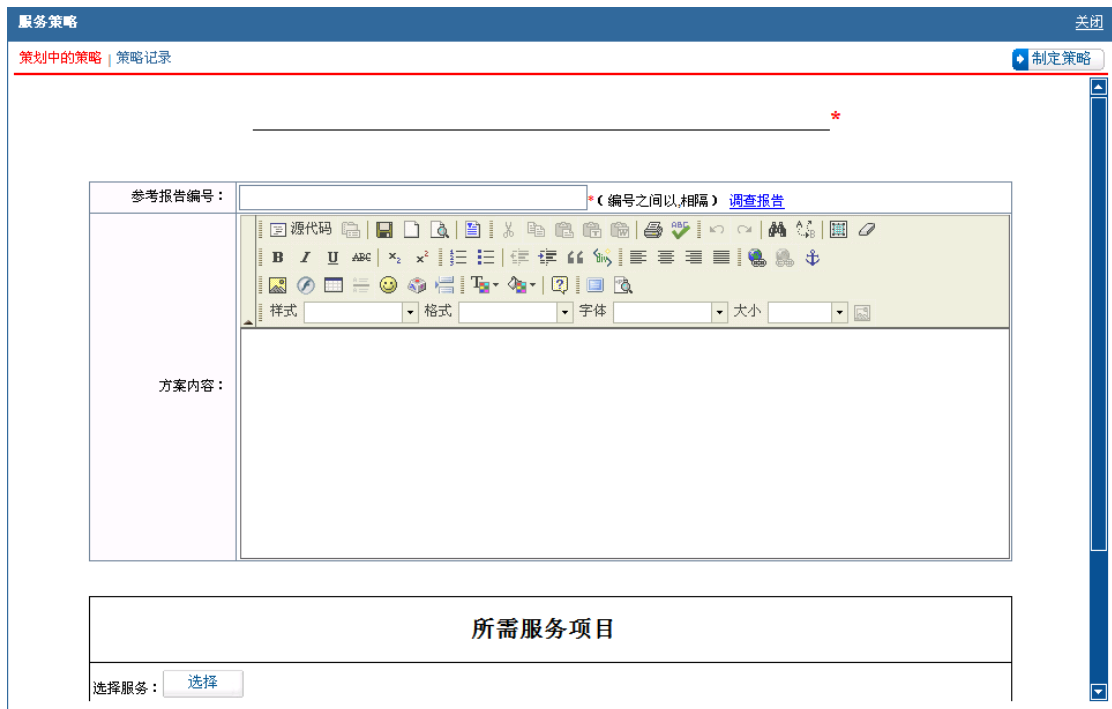
策划中的策略 | 策略记录 | 所有策略 制定策略

方案标题	审核状态	策划时间	实施人	实施情况	操作
惠威音响服务策略	新策略	2013-06-12		未实施	查看 修改 上报 删除

第1页/共1页 当前页1条/共1条 首页 上一页 下一页 尾页

### (1) 制定策略

点击【制定策略】按钮，进入服务策略添加页面，如图：



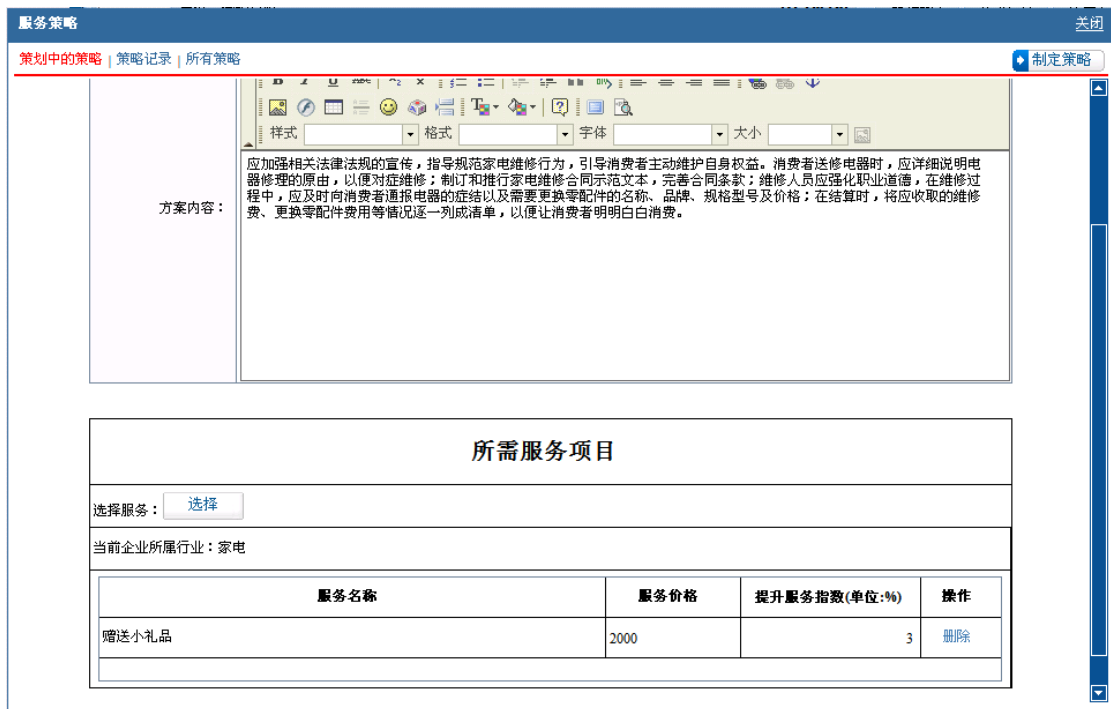
输入服务策略标题、参考报告编号和报告内容，输入完成后，在所需服务项目表中，选择服务项目，点击【选择】按钮，弹出选择所需客户服务项目窗口，如图：

**选择所需客户服务项目**

当前企业所属行业：家电

	服务名称	服务价格	提升服务指数(单位:%)
<input type="checkbox"/>	开通免费服务电话	20000	2
<input type="checkbox"/>	统一销售服务终端形象设计	80000	3
<input type="checkbox"/>	建立顾客档案系统	25000	7
<input type="checkbox"/>	免费送货	10000	2
<input type="checkbox"/>	产品7天内无条件免费更换	30000	3
<input type="checkbox"/>	全国连锁跟踪销售	60000	4
<input type="checkbox"/>	年终返利服务	70000	4
<input type="checkbox"/>	售后服务跟踪	60000	2
<input type="checkbox"/>	赠送小礼品	2000	3

在复选框中勾选所需客户服务的项目，勾选完成后，点击【确定】按钮，已选择的服务项目显示在所需服务项目表中，如图：

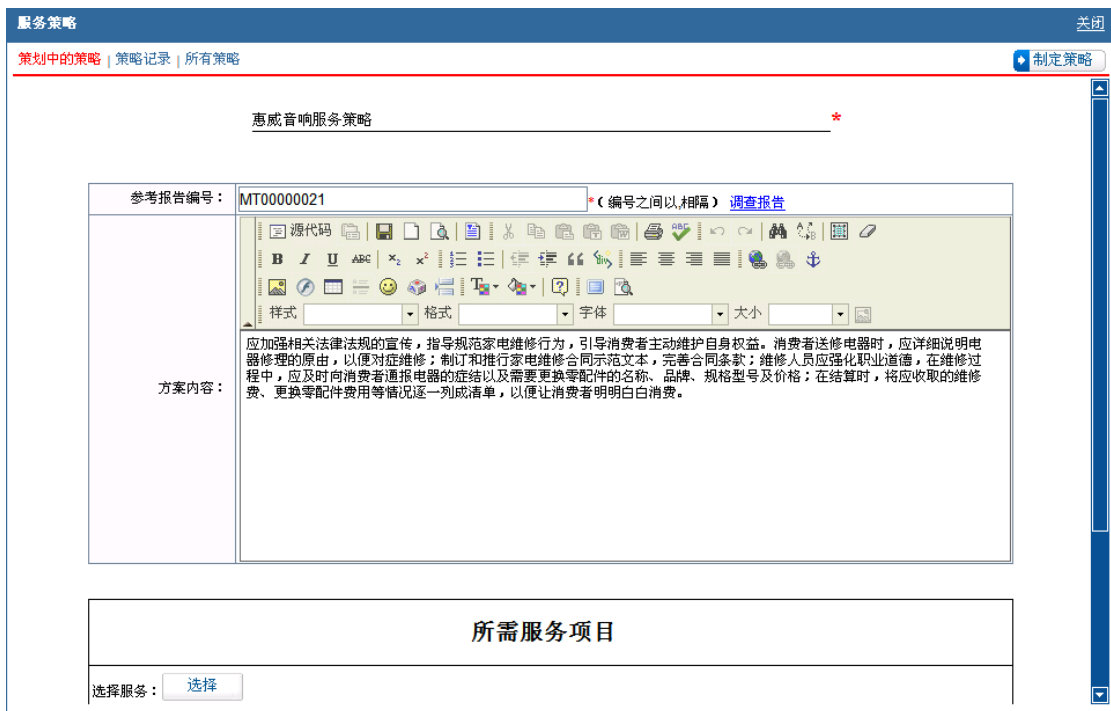


点击【提交】按钮，服务策略创建成功。创建成功的服务策略显示在策划中的策略记录列表中，如图：



## (2) 修改策略

若该策略需编辑，可点击操作栏中的【修改】按钮，进入服务策略修改页面，如图：



可修改服务策略的标题、参考报告编号、报告内容及所需服务项目，修改完成后，点击【修改】按钮，该服务策略修改成功。

### (3) 查看策略

点击操作栏中的【查看】按钮，可查看服务策略的详细信息。

### (4) 删除策略

若该服务策略不合理，可点击操作栏中的【删除】按钮，该服务策略删除成功。

### (5) 上报策略

若该服务策略合理得当，可点击操作栏中的【上报】按钮，服务策略上报成功，上报至总经办，总经办审批完成的服务策略显示在策略记录列表中。

注：上报的服务策略只可查看操作。

## 5.6 服务策略实施

总经办审批通过的服务策略，可自己实施，也可指派专员实施操作。

点击“营销策划>>服务策略实施”，弹出服务策略实施窗口，如图：

方案标题	审核状态	策划时间	实施人	实施情况	操作
惠威音响服务策略	总经办审批通过	2013-06-12		未实施	查看 实施 指派

第1页共1页 当前页1条/共1条 首页 上一页 下一页 尾页

点击操作栏中的【查看】按钮，可查看促销策略的详细信息。

浏览完成后，该服务策略详细得当，可点击操作栏中的【实施】按钮，进入策略实施页面，如图：

### 惠威音响服务策略

应加强相关法律法规的宣传，指导规范家电维修行为，引导消费者主动维护自身权益。消费者送修电器时，应详细说明电器修理的原因，以便对症下药；制订和推行家电维修合同示范文本，完善合同条款；维修人员应强化职业道德，在维修过程中，应及时向消费者通报电器的症结以及需要更换零配件的名称、品牌、规格型号及价格；在结算时，将应收取的维修费、更换零配件费用等情况逐一列成清单，以便让消费者明白消费。

服务名称	服务价格(元)	提升服务指数(单位:%)
赠送小礼品	2000	3

参考报告编号：[MT00000021](#)  
 当前状态：总经办审批通过

策划人：潘佳一  
策划时间：2013-06-12

---

总监审核

审核人：                      审核时间：

---

总经办审批通过

总经办审批

审批人：范政略                      审批时间：2013-06-12

服务策略合理，可点击【实施】按钮，该服务策略实施成功，等待出纳付款。出纳人员支付成功后，该服务策略已实施。已实施过的服务策略不能再次进行实施。

若指派专员实施，可点击操作栏中的【指派】按钮，弹出指派专员窗口，如图：

指派专员

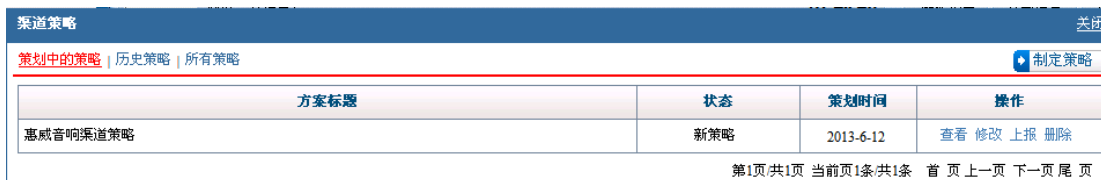
员工编号	员工姓名	操作
0733	秋晓东	添加

第1页/共1页 当前页1条/共1条 首页 上一页 下一页 尾页

选择所要指派的人员，点击操作栏中的【添加】按钮，指派专员成功。专员可实施操作。

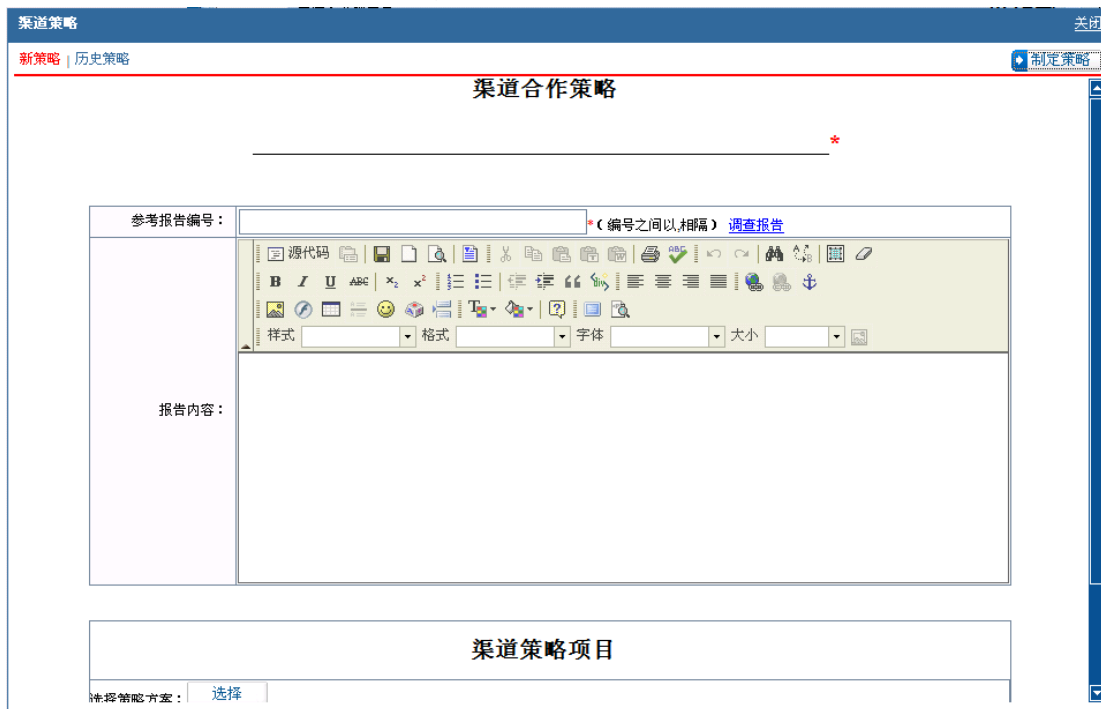
## 5.7 渠道策略

渠道策略可降低企业成本，并且可提高企业竞争力。点击“营销策划>>渠道策略”，弹出渠道策略窗口，如图：



### (1) 制定策略

点击【制定策略】按钮，进入渠道策略添加页面，如图：



输入渠道策略标题、参考报告编号和报告内容，输入完成后，在渠道策略项目表中，选择合作渠道，点击【选择】按钮，弹出选择渠道窗口，如图：

选择渠道

选择	渠道名称	商品名称	价格要求(≤)	产品档次
<a href="#">选择</a>	家乐福	电动剃须刀	30元/个	低
<a href="#">选择</a>	世纪联华	空气净化器	1600元/台	低
<a href="#">选择</a>	大润发超市	空气净化器	800元/台	中
<a href="#">选择</a>	欧尚	空气净化器	1600元/台	高
<a href="#">选择</a>	物美	空气净化器	280元/台	低
<a href="#">选择</a>	好又多	音响	300元/台	低
<a href="#">选择</a>	麦德龙	空气净化器	1600元/台	高
<a href="#">选择</a>	好又多	音响	800元/台	中
<a href="#">选择</a>	西子电器	空气净化器	2200元/台	低
<a href="#">选择</a>	好又多	音响	1600元/台	高
<a href="#">选择</a>	五星电器	空气净化器	280元/台	低
<a href="#">选择</a>	太平洋电器	空气净化器	1600元/台	高
<a href="#">选择</a>	银泰商场	音响	320元/台	低

在选择渠道窗口中选择需合作的渠道，选择完成后，关闭窗口，已选择的渠道显示在渠道策略项目表中，如图：

渠道策略

策划中的策略 | 历史策略 | 所有策略

制定策略

报告内容：

该区消防工作人员表示，近年来，有关家电维修类的投诉居高不下，约占总投诉的10%以上。其中绝大多数投诉都与小病大修、随口定价等有关。究其原因：一是小病大修利润空间大，消费者普遍存在技术障碍，维修人员可以浑水摸鱼多盈利；二是以换代修更省事，更换零件与冗繁维修相比，既简单又便捷，最终都是消费者买单，维修人员不心疼；三是小到电熨斗、电风扇，大到电视、洗衣机、冰箱等电器，都有各种零配件，家电维修店不可能将价格一一公示出来，因此，消费者只能由维修人员说了算。

添加时间：2013-06-12

渠道策略项目

选择策略方案：[选择](#)

渠道名称	商品名称	价格要求(≤)	产品档次	选择产品	合作价格	合作数量	操作
好又多	音响	≤800/台	中	--选择产品--	800		<a href="#">删除</a>
航华商场	音响	≤320/台	低	--选择产品--	320		<a href="#">删除</a>

在选择产品列中选择需合作的产品，系统自动带出合作价格，可修改合作价格，合作数量列输入合作的产品数量，输入完成后，点击【创建】按钮，渠道策略创建成功。若该渠道策略无误，可点击【创建并上报】按钮，渠道策略创建并上报成功。

创建成功的渠道策略显示在新策略列表中。

## (2) 修改策略

若该策略需编辑，可点击操作栏中的【修改】按钮，进入渠道策略修改页面，如图：



可修改渠道合作策略的标题、参考报告编号、报告内容及合作的渠道策略项目,修改完成后,点击【修改】按钮,该渠道策略修改成功。

### (3) 查看策略

点击操作栏中的【查看】按钮,可查看渠道合作策略的详细信息。

### (4) 删除策略

若该渠道策略项目不合理,可点击操作栏中的【删除】按钮,该渠道合作策略删除成功。

### (5) 上报策略

若该渠道合作策略合理得当,可点击操作栏中的【上报】按钮,渠道策略上报成功,上报至总经办,总经办审批完成的渠道策略显示在历史策略列表中。

注:上报的渠道策略只可查看操作。

### (6) 所有渠道策略

在所有策略列表中,可查看自己和专员的渠道策略。

点击操作栏中的【查看】按钮,可查看渠道策略的详细信息。

## 第六节 相关审核

相关审核由审核专员产品策划、审核产品调整方案、审核专员定价策略、审核专员宣传策略、审核专员渠道策略、审核专员促销策略、审核市场调查策划书、审核市场细分报告、审核 SWOT 报告、审核市场调查报告、审核对手调查策划书、审核对手调查报告十三个模块构成。





## 6.1 审核专员产品策划

点击“相关审核>>审核专员产品策划”，弹出审核专员产品策划窗口，如图：

审核专员产品策划			
策略标题	状态	添加时间	操作
飞利浦剃须刀策略一	总监审核中	2013-06-14	审核
产品策略2	总监审核中	2013-06-12	审核

第1页共1页 当前页2条共2条 首页 上一页 下一页 尾页

点击操作栏中的【审核】按钮，进入产品策划审核页面，如图：

### 飞利浦剃须刀策略一

电动剃须刀采用MSP430 value line方案，除去更低待机功耗外（静态电流20uA），该方案具有快速充电功能，一小时左右充电完成；具有即插即用功能；当电池电量不足和充满时，能够报警，在使用和充电时具有全面安全保护功能，完善的充电方法，以避免在充电过程中因为欠充或者过充使电池受损。在不工作时采用阶段充电法：预充；大电流充电；脉冲式涪流充电。充电终止的判定采用了综合判定法。即通过充电电压的变化率dV；电池温度的变化率dT；充电电压的最大值Vmax；最高温度Tmax；充电时间的最大值tmax五个条件综合判断。同时该方案可扩展成触摸式，如用滑条来控制开关和电机的转速。

产品名称：	电动剃须刀
产品英文名称：	Electric shaver
产品型号：	ddTx_01
产品长度：	30 (cm)
产品宽度：	30 (cm)
产品高度：	50 (cm)
产品净重：	30.000 (kg)
产品毛重：	30.000 (kg)
产品等级：	低
包装单位：	CTN
销售单位：	pcs
产品组成原料：	普通塑料外壳, 马达050SB-09250, 网膜网罩355, 水洗网罩, 快速充电器, 小毛刷, 充电电池.
产品属性：	基本属性：剃须刀。 附加属性：创新声波系统,弹力网膜刀头系统,ActiveLift技术.
产品包装：	
产品图片：	
产品的基本生产成本：	729.30
产品的竞争指数：	10

参考报告编号：[MT00000024](#)

当前状态：总监审核中

策划人：秋晓东  
时间：2013-6-14

总监审核

\*输入字数不能大于200\*

审核人：潘佳一

审核时间：2013-06-14

总经办审批

审批人：

审批时间：

通过

不通过

返回

若产品策划书通过，可在总监审核栏中输入审核意见，输入完成后，点击【通过】按钮，该产品策划书审核通过；若产品策划书不通过，可点击【不通过】按钮，该产品策划书审核不通过。

## 6.2 审核产品调整方案

点击“相关审核>>审核产品调整方案”，弹出产品调整方案审核窗口，如图：

产品调整方案审核 <span style="float: right;">关闭</span>					
方案标题	编制人	编制时间	当前步骤	审批结果	操作
剃须刀调整方案	秋晓东	2013-06-14	总监审核中	审批中	审核

第1页共1页 当前页1条共1条 首页 上一页 下一页 尾页

点击操作栏中的【审核】按钮，进入审核页面，如图：

产品调整方案审核 关闭

### 剃须刀调整方案

每个剃须刀（8+4运费）额外再收25美金清关费1个。数量可能会有限制。周一才能具体答复我。走Z渠道的我们可能会补助一部分，由于还在谈判。目前尚未得到最终底线。

调整标识上市  
产品名称：电动剃须刀[d4Tx\_01]

---

总监审核 审核人：潘佳一

---

总经办审批 审批人：

---

若审核通过，点击【通过】按钮，该产品调整方案审核通过；若审核不通过，可点击【不通过】按钮，该产品调整方案不通过。

## 6.3 审核专员定价策略

点击“相关审核>>审核专员定价策略”，弹出审核专员定价策略窗口，如图：

审核专员定价策略 <span style="float: right;">关闭</span>			
方案标题	状态	策划时间	操作
飞利浦电动剃须刀价格策略2	总监审核中	2013-06-12	审核

第1页共1页 当前页1条共1条 首页 上一页 下一页 尾页

点击操作栏中的【审核】按钮，进入审核页面：

审核专员定价策略 关闭

### 飞利浦电动剃须刀价格策略2

根据提高产品的价值途径可知，成本略提高，功能大大的提高，其价值也会提高。因此，我们将通过这种方法来提高剃须刀的价值。  
增加的零部件功能定义：

- 镜子—方便外出使用
- 小刀头—清洁更加彻底
- 小型消音器—减小噪音污染

产品名称	成本价格(元)	当前价格(元)	建议价格(元)	调整范围(%)	确认价格(元)
飞利浦电动剃须刀[PT725]	611.30	650.00	700.00	2	0.00

参考报告编号：[MT00000014](#)  
当前状态：总监审核中

策划人：秋晓东  
策划时间：2013-06-12

---

总监审核

审核人：                      审核时间：

---

总经办审批

审批人：                      审批时间：

若审核通过，在总监审核栏中输入审核意见，输入完成后，点击【通过】按钮，该定价策略审核通过；若审核不通过，可点击【不通过】按钮，该定价策略审核不通过。

## 6.4 审核专员宣传策略

点击“相关审核>>审核专员宣传策略”，弹出审核专员宣传策略窗口，如图：

审核专员宣传策略 关闭

方案标题	审核状态	实施情况	实施人	策划时间	操作
剃须刀宣传策略1	总监审核中	未实施		2013-06-14	<a href="#">查看</a> <a href="#">审核</a>

第1页共1页 当前页1条/共1条 首页 上一页 下一页 尾页

点击操作栏中的【查看】按钮，可查看专员宣传策略详细信息。浏览完成后，可进行审核。

点击操作栏中的【审核】按钮，进入审核页面，如图：

审核专员宣传策略 关闭

### 剃须刀宣传策略1

这款剃须刀集成了众多剃须领域的创新功能，其中值得一提的是全新的“震动按摩功能”，代表飞科家电王国世界领先的科技精华，使你赶上时代科技的潮流。有人说这是领先世界的创举，在这里我们称之为“时尚全天候，动感随身行”。节省时间，提高效率，带来移动剃须的全新生活乐趣；新的剃须刀，新的功能，新的乐趣，更证明了飞科剃须刀“一切为用户着想”的企业理念；也证明飞科剃须刀囊括了剃须刀家族最诱人的两大模块—时尚与功能，充分体现了“时尚全天候，动感随身行”的未来剃须刀的发展趋势和人艾个性。

宣传产品：飞利浦电动剃须刀【PT725】

媒体名称	价格(元)/单位	宣传有效度(%)	投放量
大都市杂志	300.00版/周	2.00	1
公共交通广告	100.00个	1.00	1
			合计：400.00元

市场调查报告：[MT0000028](#)

策划人：秋晓东  
策划日期：2013-06-14

总监审核

输入字数不能大于200!

审核人：潘佳一    审核时间：2013-06-14

总经办审批

审批人：    审批时间：

若宣传策略合理，可在总监审核栏中输入审核意见，输入完成后，点击【通过并上报】按钮，

该宣传策略审核通过并且上报给总经办；若宣传策略不合理，可点击【不通过】按钮，该宣传策略审核不通过。

## 6.5 审核专员渠道策略

点击“相关审核>>审核专员促销策略”，弹出审核专员促销策略窗口，如图：

审核专员渠道策略 关闭

待审核 | 已审核

方案标题	状态	策划时间	操作
剃须刀渠道合作策略	营销总监审核中	2013-6-14	<a href="#">查看</a> <a href="#">审核</a>

第1页共1页 当前页1条/共1条 首页 上一页 下一页 尾页

点击操作栏中的【查看】按钮，可查看专员制定的渠道策略详细信息。浏览完成后，可进行审核。

点击操作栏中的【审核】按钮，进入审核页面，如图：

审核专员渠道策略
关闭

待审核
已审核

### 剃须刀渠道合作策略

知名品牌营销策划传播机构把网络营销渠道策略分为三大功能：订货功能、结算功能和配送功能。

策略名称	合作产品	合作价格	确认合作价格	合作数量	确认合作数量
剃须刀渠道合作策略	飞利浦电动剃须刀	30	<input type="text"/>	2	<input type="text"/>
剃须刀渠道合作策略	飞利浦电动剃须刀	32	<input type="text"/>	2	<input type="text"/>

参考报告编号：[MT0000028](#)

策划人：秋晓东  
策划日期：2013-6-14

总监审核

输入字数不能大于200!

审核人：      审核时间：

通过 通过并上报 不通过 返回

可在确认合作价格栏中输入合作的价格，确认合作数量栏中输入与该渠道合作的数量，在总监审核栏中输入审核意见，输入完成后，点击【通过】按钮，渠道策略审核成功；点击【通过并上报】按钮，渠道策略审核成功并上报给总经办；点击【不通过】按钮，渠道策略审核不通过。

## 6.6 审核专员促销策略

点击“相关审核>>审核专员促销策略”，弹出审核专员促销策略窗口，如图：

审核专员促销策略
关闭

名称	提交人	审核状态	实施状态	策划时间	操作
电动剃须刀促销策略	秋晓东	总监审核中	未实施	2013-06-14	<a href="#">查看</a> <a href="#">审核</a>
惠威音响促销策略	潘佳一	总监审核中	未实施	2013-06-12	<a href="#">查看</a> <a href="#">审核</a>

第1页共1页 当前页2条共2条 [首页](#) [上一页](#) [下一页](#) [尾页](#)

点击操作栏中的【查看】按钮，可查看专员制定的促销策略详细信息。浏览完成后，可进行审核。

点击操作栏中的【审核】按钮，进入审核页面，如图：

审核专员促销策略 关闭

[返回](#)

### 电动剃须刀促销策略

采取折价策略的优点非常明显，就是生效快、在短期内可以快速拉动销售，增加消费者的购买量，对消费者最具有冲击力和诱惑力，经销商很感兴趣，本企业的业务员也非常乐意。同时，采取折价策略可以快速反应，令竞争对手措手不及，可以使自己处于比较主动的竞争地位。

促销产品：飞利浦电动剃须刀【PT725】

方案名称	方案执行次数	方案执行间隔/天	方案开始执行时间	促销费用(元/次)	影响购买率(%)
焦点换物策略	1	5	2013-06-15	2,000.00	4
合计：2,000.00元					

市场调查报告：[MT00000023](#)  
当前状态：总监审核中

策划人：秋晓东  
策划日期：2013-06-15

总监审核

审核人：潘佳一      审核时间：2013-06-14

总经办审批

审批人：      审批时间：

[通过并上报](#) [不通过](#)

若促销策略合理，可在总监审核栏中输入审核意见，输入完成后，点击【通过并上报】按钮，该促销策略审核通过并上报给总经办；若促销策略不合理，可点击【不通过】按钮，该促销策略审核不通过。

## 6.7 审核专员服务策略

点击“相关审核>>审核专员服务策略”，弹出审核专员服务策略窗口，如图：

审核专员服务策略 关闭

方案标题	审核状态	策划时间	实施人	实施情况	操作
飞利浦电动剃须刀服务策略	总监审核中	2013-06-14		未实施	审核 查看

第1页共1页 当前页1条共1条 首页 上一页 下一页 尾页

点击操作栏中的【查看】按钮，可查看专员制定的服务策略详细信息。浏览完成后，可进行审核。

点击操作栏中的【审核】按钮，进入审核页面，如图：

审核专员服务策略 关闭

### 飞利浦电动剃须刀服务策略

传统营销渠道一样，以互联网作为支撑的网络营销渠道也应具备传统营销渠道的功能。营销渠道是指与提供产品或服务以供使用或消费这一过程有关的一整套相互依存的机构，它涉及到信息沟通、资金转移和事物转移等。一个完善的网上销售渠道应有三大功能：订货功能、结算功能和配送功能。

服务名称	服务价格(元)	提升服务指数(单位:%)
赠送小礼品	2000	3

参考报告编号：[MT00000021](#)  
 当前状态：总监审核中 添加时间：2013-06-14

---

总监审核 审核人：潘佳一      审核时间：2013-06-14

---

总经办审批 审批人：      审批时间：

若服务策略合理，可在总监审核栏中输入审核意见，输入完成后，点击【通过】按钮，该服务策略审核通过；若服务策略不合理，可点击【不通过】按钮，该服务策略审核不通过。

## 6.8 审核市场调查策划书

点击“相关审核>>审核市场调查策划书”，弹出审核市场调查策划书窗口，如图：

审核市场调查策划书 关闭

编号	标题	策划人	状态	添加时间	操作
MC00000021	13年市场调查策划书	秋晓东	待审核	2013-06-12	查看 审核

第1页共1页 当前页1条共1条 首页 上一页 下一页 尾页

点击操作栏中的【查看】按钮，可查看专员制定的市场调查策划书详细信息。浏览完成后，可进行审核。

点击操作栏中的【审核】按钮，进入审核页面，如图：



审核市场调查策划书
关闭

## 13年市场调查策划书

编号：MC00000021

**调查背景**  
 电动剃须刀虽然使用人群有限，但是作为男士们的生活常备电器，其市场走向却也折射出我国小家电市场的发展情况。电动剃须刀市场需求量不断扩大，中高端产品在整个市场中的占比逐步增大。在整体经济形势向好的背景下，电动剃须刀市场也渐渐显示出复苏迹象，表现得更为活跃。中国电动剃须刀市场正处于上升通道，市场规模扩大、消费群体增加。  
 2011年上半年男用电动剃须刀线上市场规模达到125万台，同比增长率达66%，其占全国市场，线下和线上的份额从2010年上半年的10%上升至2011年上半年的13%，上升了3个百分点。

**调查目的**  
 了解剃须刀所在地区的运输状况及行业竞争的运输状况分析，为剃须刀运输提出改进方案

**调查内容**  
 人口数量、需求量；

**调查范围**  
 中年男子

**调查人员**  
 张伟 黎笋 王铮

**调查方法**：抽样市场调查  
**预算**：6500.00元

策划人：秋晓东  
 策划日期：2013-6-12

---

总监审核

输入字数不能大于200!

审核人：潘佳一    审核时间：2013-06-12

开始调查
不通过
返回

若调查策划书合理，可在总监审核栏中输入审核意见，输入完成后，点击【开始调查】按钮，该调查策划书审核通过并且开始调查；若调查策划书不合理，可点击【不通过】按钮，该调查策划书审核不通过。

## 6.9 审核市场细分报告

点击“相关审核>>审核市场细分报告”，弹出审核市场细分报告窗口，如图：

编号	标题	策划书	分析人	状态	添加时间	操作
MB00000010	专员市场细分报告二	13年B市场调查策划书	秋晓东	待审核	2013-06-11	<a href="#">查看</a> <a href="#">审核</a>

第1页共1页 当前页1条共1条 首页 上一页 下一页 尾页

点击操作栏中的【查看】按钮，可查看专员制定的市场细分报告详细信息。浏览完成后，可进行审核。

点击操作栏中的【审核】按钮，进入审核页面，如图：

审核市场细分报告
关闭

### 专员市场细分报告二

编号：MB00000010  
 策划书：13年B市场调查策划书  
 从国际电动剃须刀发展、国内电动剃须刀政策环境及发展、研发动态、进出口情况、重点生产企业、存在的问题及对策等多方面多角度阐述了电动剃须刀市场的发展，并在此基础上对电动剃须刀的发展前景做出了科学的预测，最后对电动剃须刀投资潜力进行了分析。

分析人：秋晓东  
分析日期：2013-6-11

---

总监审核

输入字数不能大于200!

审核人：潘佳一      审核时间：2013-06-12

通过
不通过
返回

若审核通过，可在总监审核栏中输入审核意见，输入完成后，点击【通过】按钮，该市场细分报告审核通过；若审核不通过，可点击【不通过】按钮，该市场细分报告审核不通过。

## 6.10 审核 SWOT 报告

点击“相关审核>>审核 SWOT 报告”，弹出审核 SWOT 报告窗口，如图：

审核 SWOT 报告
关闭

编号	标题	策划书	分析人	状态	添加时间	操作
MS00000013	专员市场SWOT分析报告	13年市场调查策划书	秋晓东	待审核	2013-06-12	<a href="#">查看</a> <a href="#">审核</a>

第1页共1页 当前页1条共1条 首页 上一页 下一页 尾页

点击操作栏中的【查看】按钮，可查看专员制定的 SWOT 报告详细信息。浏览完成后，可进行审核。

点击操作栏中的【审核】按钮，进入审核页面，如图：

审核 SWOT 报告
关闭

### 专员市场SWOT分析报告

编号：MS00000013  
 策划书：13年市场调查策划书  
 采用多种定性定量研究方法（如电话调查、入户访问、网上调查、专家意见法、深度访谈法……等等），对剃须刀市场进行全面、深入的调查统计，对所有剃须刀产品相关的市场数据进行采集、分析、论证，再结合国家统计局、海关、工商、税务以及相关行业协会的统计数据，运用多种专业、科学的分析模型（如细分市场研究模型、消费者行为研究模型、新产品测试模型……等等），进而确定剃须刀市场的各项经济运行数据，包括：总体市场规模、细分市场规模、市场饱和度、竞争格局、主要竞争品牌、市场集中度、销售渠道、价格、消费者特点、重点企业发展状况、产业链上下游……等等（具体内容请参看下面的报告目录），对剃须刀市场的发展状况进行专业、系统地分析研究，并对剃须刀市场未来3-5年的发展趋势进行了研究预测，报告最后还对剃须刀行业的营销、投资、应对国内外经济形势等给出了权威的专家意见。

分析人：秋晓东  
分析日期：2013-6-12

---

总监审核

输入字数不能大于200!

审核人：潘佳一      审核时间：2013-06-12

通过
不通过
返回

若审核通过，可在总监审核栏中输入审核意见，输入完成后，点击【通过】按钮，该 SWOT 分析报告审核通过；若审核不通过，可点击【不通过】按钮，该 SWOT 分报告审核不通过。

## 6.11 审核市场调查报告

点击“相关审核>>审核市场调查报告”，弹出审核市场调查报告窗口，如图：

审核市场调查报告 <span style="float: right;">关闭</span>						
编号	标题	策划书	策划人	状态	添加时间	操作
MT00000010	专员市场调查报告一	13年A市场调查策划书	秋晓东	待审核	2013-06-11	<a href="#">查看</a> <a href="#">审核</a>

第1页共1页 当前页1条/共1条 首页 上一页 下一页 尾页

点击操作栏中的【查看】按钮，可查看专员制定的市场调查报告详细信息。浏览完成后，可进行审核。

点击操作栏中的【审核】按钮，进入审核页面，如图：

审核市场调查报告 关闭

### 专员市场调查报告一

编号：MT00000010  
 策划书：13年A市场调查策划书  
**调查内容**  
 状态：待审核

策划人：秋晓东  
 日期：2013-6-11

---

总监审核

输入字数不能大于200!

审核人：秋晓东      审核时间：2013-06-11

若审核通过，可在总监审核栏中输入审核意见，输入完成后，点击【通过】按钮，该市场调查报告审核通过；若审核不通过，可点击【不通过】按钮，该市场调查报告审核不通过。

## 6.12 审核对手调查策划书

点击“相关审核>>审核对手调查策划书”，弹出审核对手调查策划书窗口，如图：

待审核对手调查策划书 <span style="float: right;">关闭</span>				
编号	标题	状态	添加时间	操作
MD00000029	13年对手调查策划A	待审核	2013-06-13	<a href="#">查看</a> <a href="#">审核</a>

第1页共1页 当前页1条/共1条 首页 上一页 下一页 尾页

点击操作栏中的【查看】按钮，可查看专员制定的对手调查报告详细信息。浏览完成后，可进行审核。

点击操作栏中的【审核】按钮，进入审核页面，如图：

### 13年对手调查策划A

编号: MD00000029

**调查背景**  
竞争对手分析通常包括如下表所示的内容:研究方法包括资料调查法、神秘顾客调查法、深度访问法、渠道访问法以及相关的内部调查等。通过实地调查了解被调查企业的真实信息,通过不同的途径获取被调查公司的内部情报,通过专业的分析评估被调查公司的整体实力。

**调查目的**  
了解竞争对手的详细信息

**调查内容**  
产品信息,产品生产量,

**调查企业**  
创维股份有限公司,

**调查人员**  
秋晓东

调查时间: 1天  
预算: 10,000.00元  
当前状态: 待审核

策划人: 秋晓东  
策划日期: 2013-6-13

若审核通过,点击【通过】按钮,该对手调查策划审核通过;若审核不通过,可点击【不通过】按钮,该对手调查策划审核不通过。

## 6.13 审核对手调查报告

点击“相关审核>>审核对手调查报告”,弹出审核对手调查报告窗口,如图:

编号	标题	策划书	策划人	状态	添加时间	操作
MT00000028	对手调查报告	13年对手调查策划A	秋晓东	待审核	2013-06-14	<a href="#">查看</a> <a href="#">审核</a>

第1页/共1页 当前页1条/共1条 首页 上一页 下一页 尾页

点击操作栏中的【查看】按钮,可查看专员制定的对手调查报告详细信息。浏览完成后,可进行审核。

点击操作栏中的【审核】按钮,进入审核页面,如图:

### 对手调查报告

编号: MT00000028

策划书: 13年对手调查策划A [调查结果](#)

采用多种定性定量研究方法(如电话调查、入户访问、网上调查、专家意见法、深度访谈法……等等),对剃须刀剃市场进行全面、深入的调查统计,对所有剃须刀剃产品相关的市场数据进行采集、分析、论证,再结合国家统计局、海关、工商、税务以及相关行业协会的统计数据,运用多种专业、科学的分析模型(如细分市场研究模型、消费者行为研究模型、新产品测试模型……等等),进而确定剃须刀剃市场的各项经济运行数据,包括:总体市场规模、细分市场规、市场饱和度和、竞争格局、主要竞争品牌、市场集中度、销售渠道、价格、消费者特点、重点企业发展状况、产业链上下游……等等(具体内容请参看下面的报告目录),对剃须刀剃市场的发展状况进行专业、系统地分析研究,并对剃须刀剃市场未来3-5年的发展趋势进行了研究预测,报告最后还对剃须刀剃行业的营销、投资、应对国内外经济形势等给出了权威的专家意见。

分析人: 秋晓东  
分析日期: 2013-6-14

---

审核信息

输入字数不能大于200!

审核人: 潘佳一      审核时间: 2013-06-14

若审核通过,输入审核信息,点击【通过】按钮,该对手调查报告审核通过;若审核不通过,可点击【不通过】按钮,该对手调查报告审核不通过。

## 第七节 营销统计

营销统计由上市产品、价格趋势、策略情况三个模块构成。

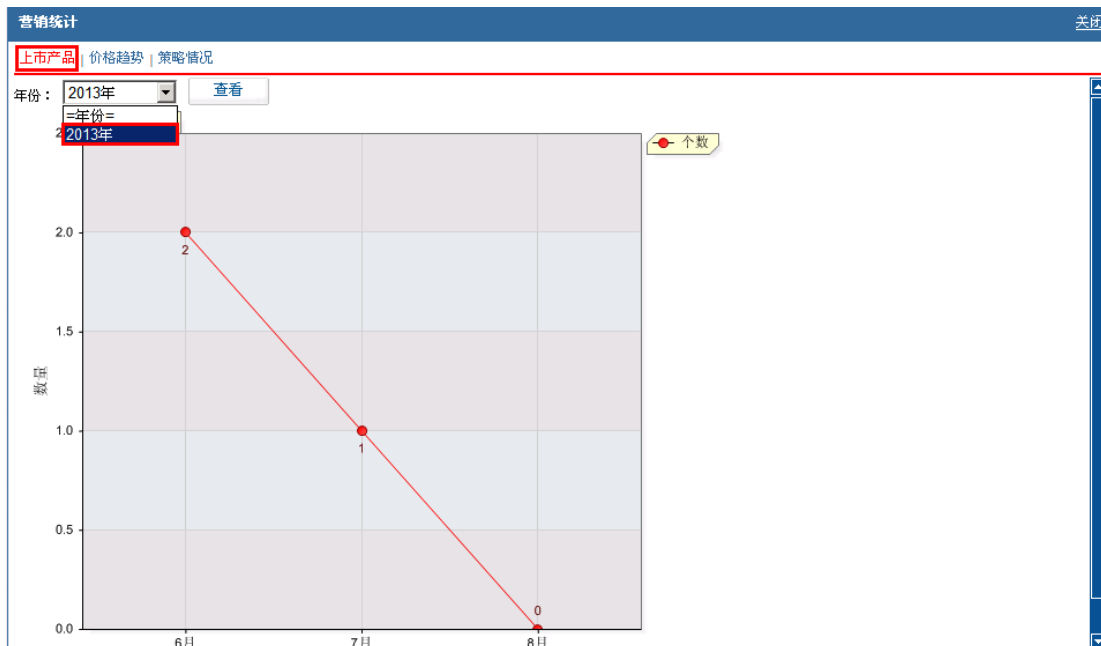


点击营销总监，弹出营销统计窗口。如图：



### 7.1 上市产品

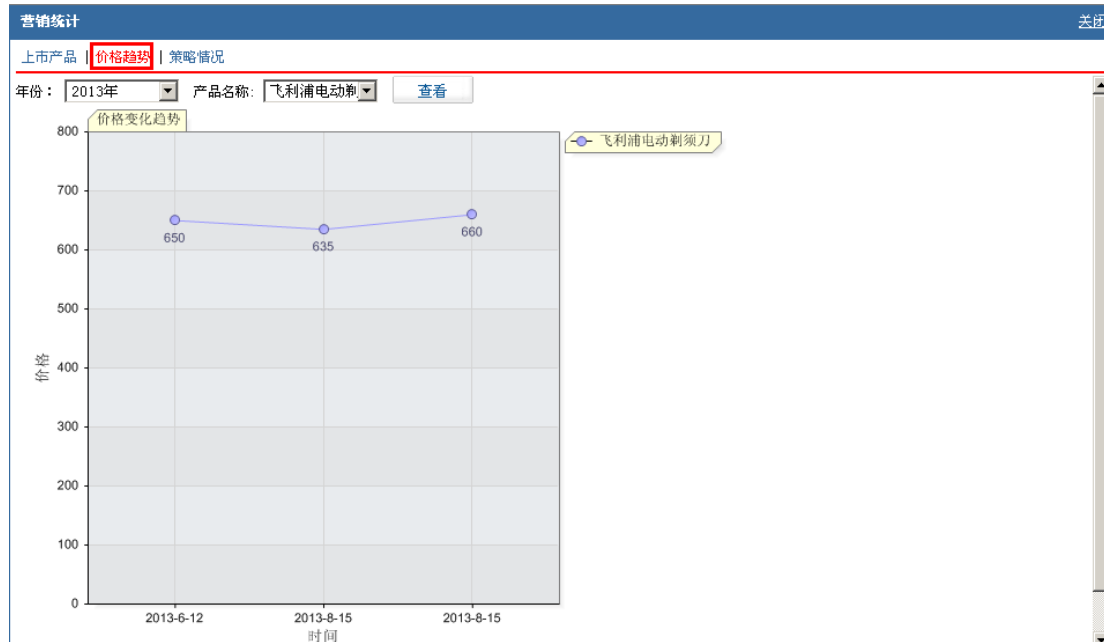
点击【上市产品】选项卡，在年份下拉框中选择年份，点击【查看】按钮，显示上市产品统计图，如图：



显示 2013 年 6 月份上市产品 2 个，7 月份上市产品 1 个。

### 7.2 价格趋势统计

点击【价格趋势统计】选项卡，在年份下拉框中选择年份，点击【查看】按钮，显示价格变化趋势图。

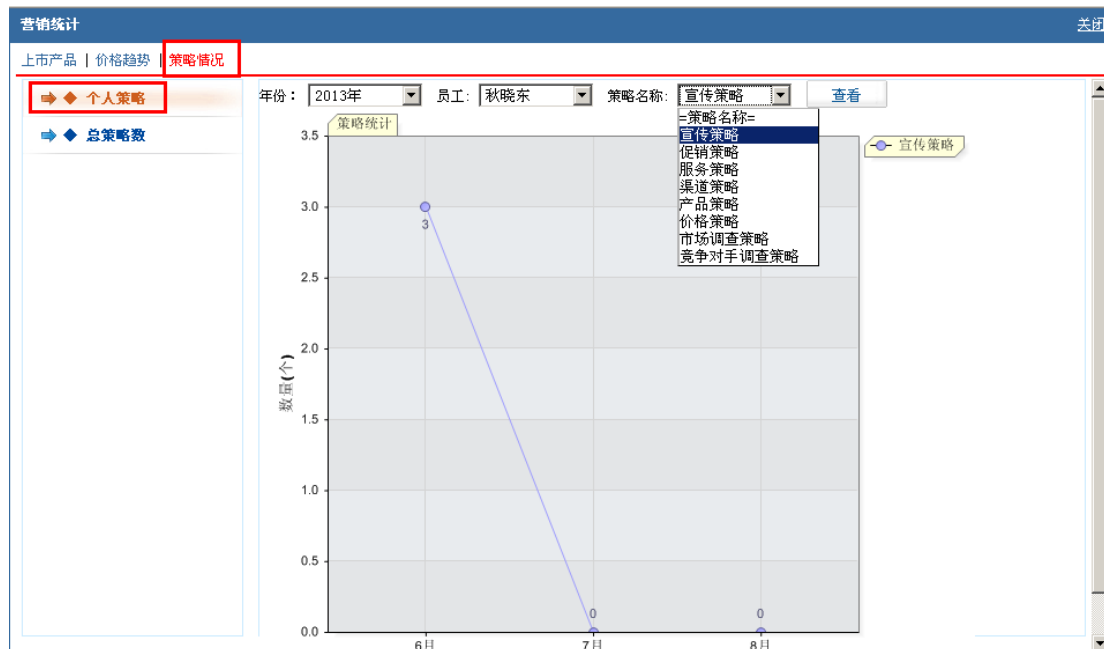


显示电动剃须刀在 2013 年 6 月份至 8 月份之间的价格趋势。

### 7.3 策略情况统计

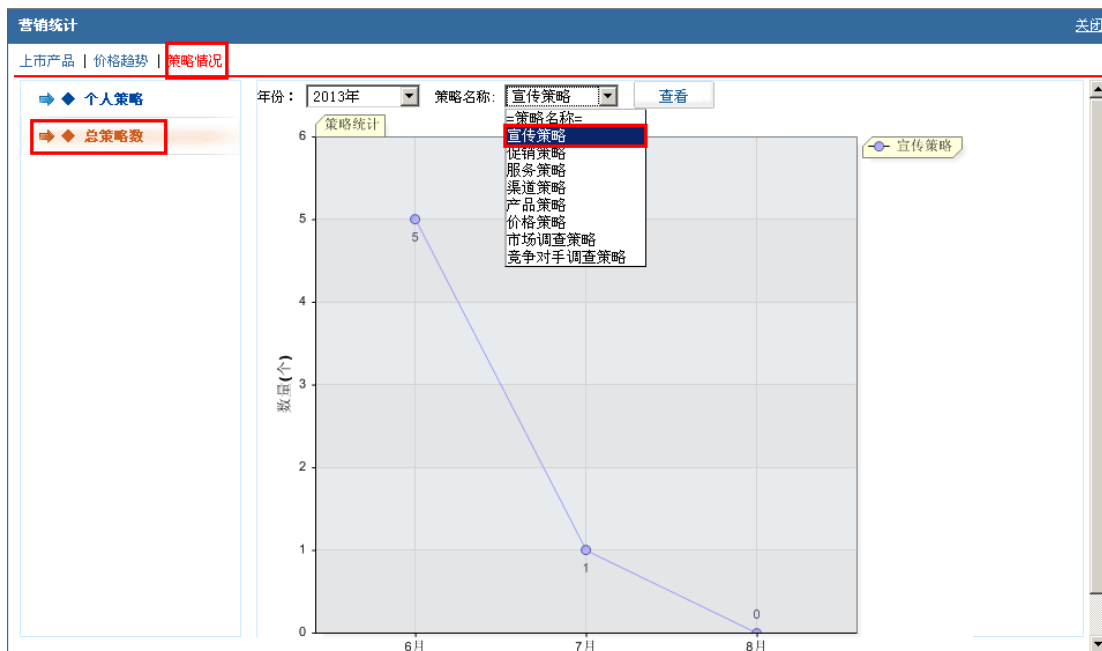
点击【策略情况】选项卡，在年份下拉框中选择年份，点击【查看】按钮，显示个人策略和总策略数统计图。

点击左侧【个人策略】，在年份下拉框中选择年份，员工下拉框中选择营销人员，策略名称下拉框中选择需统计的策略，点击【查看】按钮，显示个人策略统计图：



显示 2013 年六月份秋晓东制定的宣传策略总共 3 个。

点击左侧【总策略数】，在年份下拉框中选择年份，策略名称下拉框中选择需统计的策略，点击【查看】按钮，显示总策略统计图：



显示 2013 年 6 月份宣传策略总策略数 5 个，7 月份宣传策略总数 1 个。

## 第八节 协同办公

协同办公系统是为企业内部提供智能化管理办公的综合性管理应用平台，功能包括通知公告、会议室、文件传递、网络寻呼、专题讨论、任务发布、工作汇报等七大功能，可实现多人沟通，网络会议发布与参与，数据资源的共享，部门经理任务发布，部门员工的工作汇报。



在实验操作界面点击【协同办公】按钮，进入网上办公平台，如下图所示，包括通知公告、会议室、文件传递、网络寻呼、专题讨论和工作汇报。

通知公告	会议室	文件传递	网络寻呼	专题讨论	工作汇报
<b>通知标题</b>					
关于召开2010年品牌培育工作座谈会	沈杰伟	2012-12-14	查看		
关于组织推荐科技成果转化项目通知	沈杰伟	2012-12-14	查看		
公司股东大会	沈杰伟	2012-12-14	查看		
2013年第一季度工作会议	沈杰伟	2012-12-14	查看		
第一次企业员工大会	沈杰伟	2012-12-13	查看		

第1页共1页 当前页5条共5条 首页 上一页 下一页 尾页

## 8.1 通知公告

点击【通知公告】进入通知管理列表，列表包括通知标题，发布人和发布时间。通知只能由总经办发布，营销总监只能查看。

通知公告   会议室   文件传递   网络寻呼   专题讨论   任务发布   工作汇报			
通知标题	发布人	发布时间	操作
关于开通支付宝网上直销业务的公告	范致晗	2013-4-26	查看

第1页共1页 当前页1条共1条 首页 上一页 下一页 尾页

选择某一条通知，点击操作栏【查看】按钮，进入相关的通知页面进行查看，如下图，点击【返回】回到通知列表。

通知公告   会议室   文件传递   网络寻呼   专题讨论   任务发布   工作汇报	
<b>关于开通支付宝网上直销业务的公告</b> 发布人：范致晗 发布时间：2013-04-26 内容：为进一步方便个人投资者通过网上直销交易方式投资广发基金管理有限公司(以下简称“本公司”)旗下的开放式基金,本公司与支付宝(中国)网络技术有限公司(以下简称“支付宝公司”)合作开通网上直销业务,开立支付宝基金专户的个人投资者,可通过本公司网上交易系统办理本公司旗下开放式基金的交易及查询等各项业务。 <div style="text-align: center; margin-top: 10px;"> <input type="button" value="返回"/> </div>	

## 8.2 会议室

点击会议室选项卡进入会议管理页面，包括会议管理和参与中会议。会议室由业务人员召开会议。

### (1) 会议管理

会议管理页面主要管理还未开启的会议室，会议列表包括会议室名称、创建人、状态和创建时间。功能操作包括增加和开启会议室。

通知公告   会议室   文件传递   网络寻呼   专题讨论   任务发布   工作汇报				
会议管理   参与中会议				增加会议室
会议室名称	创建人	状态	创建时间	操作
紧急会议	潘佳一	未开始	2014-01-01	开启

- 增加会议室

点击上图中的【增加会议室】按钮，如下图所示，输入会议名称，选择参加本次会议的成员，输入会议说明。



通知公告 **会议室** 文件传递 网络寻呼 专题讨论 任务发布

会议管理 参与中会议 增加会议

会议名称:

会议成员:

- 总经办  周峰[总经理]
- 销售部  马秀丽[销售经理]  周栋梁[销售人员]
- 生产部  李军[生产经理]  周栋梁[车间主任]
- 采购部  张克[采购经理]  李宗着[采购人员]
- 财务部  蒋玄玄[财务经理]  丁晓党[会计]  鲁悠悠[出纳]
- 投融资部
- 人力资源部  董杰[人力资源部经理]
- 仓储部  丁晓报[仓储部经理]
- 市场部  周权[营销专员]  度梦[营销总监]
- 国际业务部  赵娜[跟单员]  张克[业务经理]

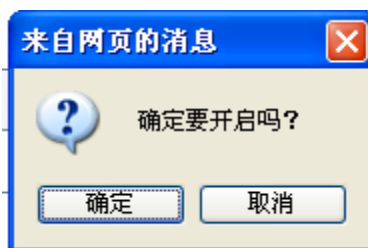
会议说明:

点击【增加】按钮，系统跳出“会议室信息添加成功！”提示，点击确定返回会议管理页面。



● 开启

会议室添加后，在会议列表的操作栏下点击【开启】，系统弹出“确定要开启吗？”点击确定开启成功，同时所开启的会议也进入参与中会议页面的列表中。



(2) 参与中会议

选择会议室下面的参与中会议，集中管理用户正在参与的会议，会议列表包括会议室名称、创建人、状态和创建时间。功能操作包括讨论和退出。

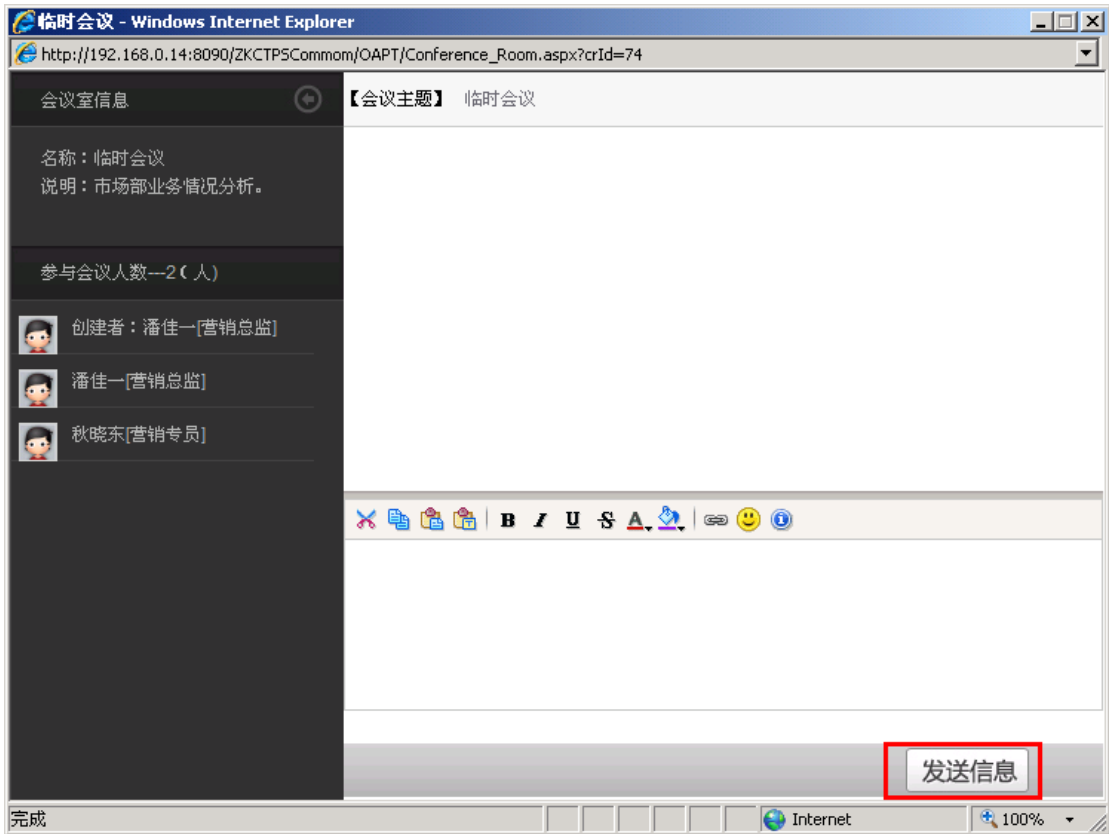
通知公告 **会议室** 文件传递 网络寻呼 专题讨论 任务发布 工作汇报

会议管理 参与中会议

会议室名称	创建人	状态	创建时间	操作
临时会议	潘佳一	会议中	2014-01-01	讨论 退出

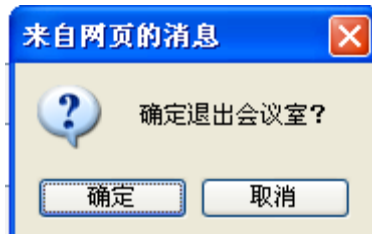
● 讨论

点击会议列表中操作栏下的【讨论】按钮，进入如下页面，所有参会人员都可以在这交流。



- 退出

点击会议列表中操作栏下的【退出】按钮，系统弹出“确定退出会议室”提示，点击确定退出成功，此会议也将从会议管理列表中消失。



### 8.3 文件传递

点击【文件传递】进入如下页面，包括发送文件和接受文件。文件传递主要实现文件共享，公司各个成员间一对一或者一对多的文件传递。

#### (1) 发送文件

发送文件主要用于管理历史发送文件和传送文件，文件管理列表包括文件名、接收人和发送时间，已传送的历史文件包括查看和下载。



- 传送文件

在上图的页面直接点击【发送文件】按钮，如下图所示，选择接收人和文件，输入文件

说明，点击【确定】按钮传送成功。

接收人：	<input type="checkbox"/> 销售部 <input type="checkbox"/> 高福乐(销售经理) <input type="checkbox"/> 仰黎(销售人员) <input type="checkbox"/> 生产部 <input type="checkbox"/> 岳朋(生产经理) <input type="checkbox"/> 赵晓强(车间主任) <input type="checkbox"/> 采购部 <input type="checkbox"/> 颜心(采购经理) <input type="checkbox"/> 孔玲(采购人员) <input type="checkbox"/> 财务部 <input type="checkbox"/> 傅明熙(会计) <input type="checkbox"/> 李浩(出纳) <input type="checkbox"/> 韦嘉隆(财务经理) <input type="checkbox"/> 投融资部 <input type="checkbox"/> 郑膺富(投融资经理) <input type="checkbox"/> 人力资源部 <input type="checkbox"/> 欧馨平(人力资源部经理) <input type="checkbox"/> 仓储部 <input type="checkbox"/> 苏惠(仓储部经理) <input type="checkbox"/> 市场部 <input type="checkbox"/> 施明旭(营销总监) <input type="checkbox"/> 何伟博(营销专员) <input type="checkbox"/> 国际业务部 <input type="checkbox"/> 汤新荣(业务经理) <input type="checkbox"/> 章德懋(跟单员)
选择文件：	<input type="text"/> <input type="button" value="浏览..."/>
文件说明：	<div style="border: 1px solid gray; height: 40px;"></div>
<input type="button" value="确定"/> <input type="button" value="取消"/>	

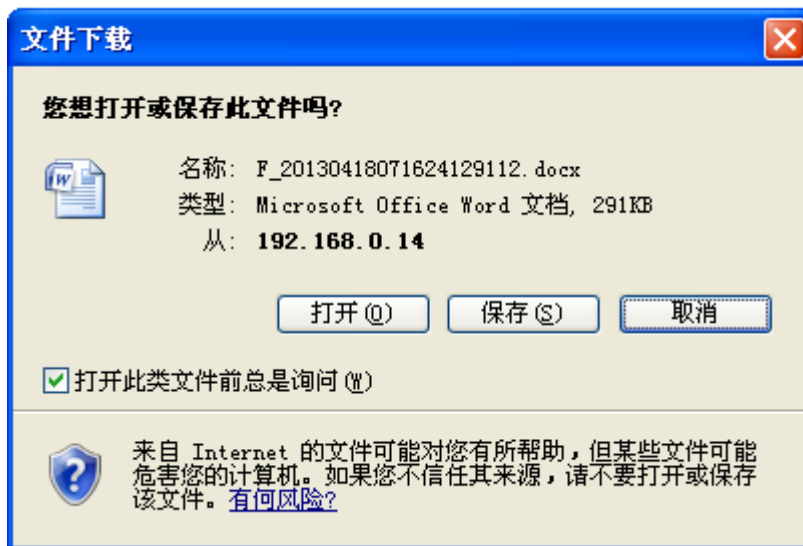
● 查看文件

在发送文件页面点击文件列表中操作栏下的【查看】按钮，可查看文件详细信息，如下图。

发送文件   接受文件		▶ 传送文件
<b>总经理.docx</b>		
新文件名：	F_20130418071624129112.docx	<a href="#">附件下载</a>
发送时间：	2013-6-29	
发送人：	沈杰伟	
文件说明：	<div style="border: 1px solid gray; height: 20px;"></div>	
<input type="button" value="返回"/>		

● 下载文件

在发送文件页面点击文件列表中操作栏下的【下载】按钮，进入文件下载地址，用户可以选择打开、保存或取消操作，如下图。



(2) 接受文件

点击文件传递下的接受文件，进入接受文件管理，如下图。文件管理列表包括文件名、发送人和发送时间。可进行的操作包括查看和下载，查看和下载的操作方法与发送文件中的一致。



## 8.4 网络寻呼

网络寻呼包括发送寻呼、接受寻呼和已发寻呼，网络寻呼让用户实现实时交流，每个公司内部的员工可以随时呼叫一个或多个同事以便及时通信。

### (1) 发送寻呼

选择【发送寻呼】，如下图，输入寻呼标题、选择该寻呼的接收人，输入寻呼内容、添加附件，点击【发送】寻呼发送成功。



### (2) 接受寻呼

选择【接受寻呼】，进入接受的寻呼管理页面。管理列表包括发布部门、发布人、标题、时间和是否阅读，如下图。鼠标移到标题栏，直接点击可以查看具体的寻呼内容，已阅读的寻呼在最后一栏会显示已阅读状态。



### (3) 已发寻呼

选择【已发寻呼】，进入发送的寻呼管理页面。管理列表包括发送人、标题、接收人和发送时间，如下图。鼠标移到标题栏，直接点击可以查看具体的寻呼内容。



## 8.5 专题讨论

点击【专题讨论】进入如下页面，包括进入专题讨论、我的专题和创建新专题。专题讨论平台可实现部分成员见就某项工作专题实现在在线讨论，所有成员均可创建专题讨论，在【创建新专题】中创建要讨论的专题后在【我的专题】进行发布，发布后在【进入专题讨论】中可以开始进入讨论。

### (1) 进入专题讨论

选择【进入专题讨论】，如下图，列表包括回复次数、主题和发布者。可进行进入讨论和详情操作。

通知公告 会议室 文件传递 网络寻呼 <b>专题讨论</b> 任务发布			
进入专题讨论   我的专题   创建新专题			
回复次数	主题	发布者	操作
1	新产品研发	周峰	进入讨论 详情

第1页共1页 当前页1条共1条 首页 上一页 下一页 尾页

#### ● 进入讨论

点击上图的【进入讨论】按钮进入讨论平台，如下图所示，输入内容，点击【回复】即可回复成功。

进入专题讨论 | 我的专题 | 创建新专题

新产品研发

销售部、采购部和市场部一起讨论新产品的研发方向。

周峰

2013-7-1

输入意见

第1页共1页 当前页1条共1条 首页 上一页 下一页

回复

#### ● 详情

点击专题管理列表的【详情】按钮可查看专题讨论的详细内容，如下图。

进入专题讨论 | 我的专题 | 创建新专题

**新产品研发**

发布者：周峰 发布时间：2013-4-19

销售部、采购部和市场部一起讨论新产品的研发方向。

返回

### (2) 我的专题

选择【我的专题】进入专题管理页面，如下图，列表包括标题、时间和状态。刚创建的专题可以进行修改、查看、发布和删除操作。发布后的专题可以查看和删除。



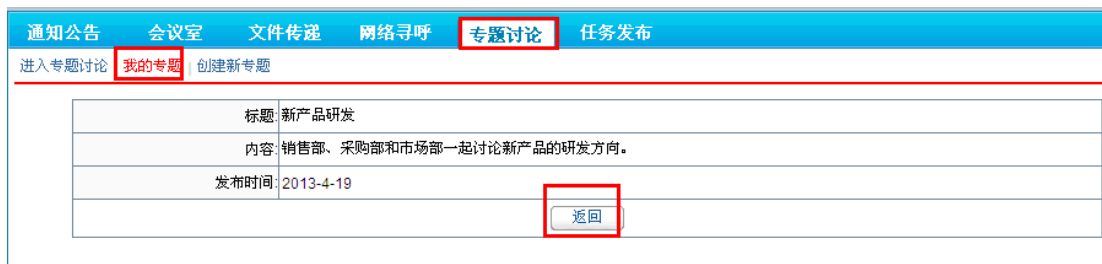
● 修改

点击【修改】按钮，进入专题修改页面，如下图，编辑完毕点击【修改】系统弹出修改成功提示。



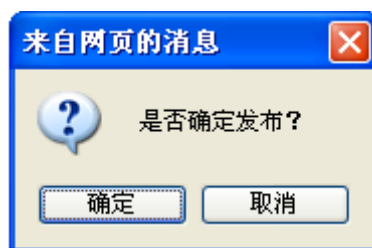
● 查看

点击【查看】按钮可查看专题的详细内容，查看完毕点击【返回】回到专题列表页面。



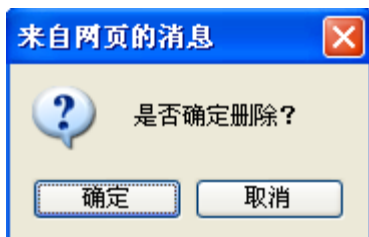
● 发布

点击【发布】按钮，系统弹出“是否确定发布？”提示，点击确定发布成功。发布后的专题可开始进入讨论。



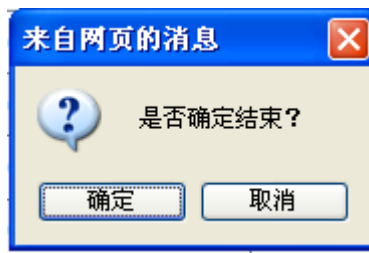
● 删除

点击【删除】按钮，系统弹出“是否确定删除？”提示，点击确定删除成功。



● 结束

点击专题管理列表操作栏下的【结束】按钮，系统跳出“是否确定结束？”提示，点击确定结束成功，结束后的专题在对应操作栏下删除。



### (3) 创建新专题

创建新专题页面如图：

进入专题讨论 | 我的专题 | [创建新专题](#)

标题：		标题字数限制在 100 以内！
内容：		
选择讨论人员：	<input type="checkbox"/> 总经办 <input type="checkbox"/> 吴程杰[总经理] <input type="checkbox"/> 销售部 <input type="checkbox"/> 王甜甜[销售经理] <input type="checkbox"/> 朱瑾[销售人员] <input type="checkbox"/> 生产部 <input type="checkbox"/> 吴超[生产经理] <input type="checkbox"/> 邱心志[车间主任] <input type="checkbox"/> 采购部 <input type="checkbox"/> 胡云[采购经理] <input type="checkbox"/> 廖余伟[采购人员] <input type="checkbox"/> 财务部 <input type="checkbox"/> 杜敏捷[财务经理] <input type="checkbox"/> 刘崇礼[会计] <input type="checkbox"/> 米卉[出纳] <input type="checkbox"/> 投融资部 <input type="checkbox"/> 方小燕[投融资经理] <input type="checkbox"/> 人力资源部 <input type="checkbox"/> 袁博[人力资源部经理] <input type="checkbox"/> 仓储部 <input type="checkbox"/> 李浩[仓储部经理] <input type="checkbox"/> 市场部 <input type="checkbox"/> 楼皓[营销总监] <input type="checkbox"/> 马佩宁[营销专员] <input type="checkbox"/> 国际业务部 <input type="checkbox"/> 张峥[业务经理] <input type="checkbox"/> 成文斌[跟单员]	
<input type="button" value="添加"/>		

手动填写专题的标题和内容；要选择的讨论人员前的选择框中打勾，部门名称前打勾，全选该部门下所有人员。专题信息填空完成后点击【添加】按钮，新添加的专题信息自动保存到我的专题列表中。

## 8.6 任务发布

本模块实现上级向下级发布任务。下级在接受任务后按任务要求开展工作，并定期反馈工作进展。点击【任务发布】进入如下页面，分为添加任务和所有任务。

通知公告 会议室 文件传递 网络寻呼 专题讨论 **任务发布** 工作汇报

添加任务 | 所有任务 发布任务

任务内容:  \*输入字数不能大于200!

任务附件:  浏览...

开始时间:

结束时间:

选择执行人员:  市场部  秋晓东[营销专员]

### (1) 添加任务

- 添加

点击【发布任务】，进入新建任务页面。输入任务内容，可上传附件，设置任务开始和结束时间选择任务执行人，点击【添加】新建任务成功。

- 修改

点击【修改】按钮，进入任务修改页面，如下图，编辑完毕点击【修改】系统弹出更新成功提示。

通知公告 会议室 文件传递 网络寻呼 专题讨论 **任务发布** 工作汇报

添加任务 | 所有任务 发布任务

任务内容: 本月策划方案需调整 \*输入字数不能大于200!

任务附件:  浏览...

开始时间: 2014-1-1 0:00:00

结束时间: 2014-1-3 0:00:00

选择执行人员:  市场部  秋晓东[营销专员]

- 发布

点击【发布】按钮，确定发布后的任务可以随时查看执行情况并进行评价，如下图：

任务内容	执行人	发布时间	状态	操作
本月内完成业绩。	秋晓东[营销专员]	2014-01-01	发布	取消 评价 查看

第1页/共1页 当前页1条/共1条 首页 上一页 下一页 尾页

- 取消

点击【取消】本次工作任务取消。

- 评价

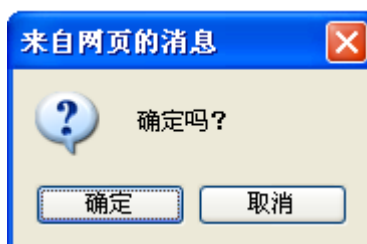
点击【评价】可查看工作执行情况并评价。

执行人	执行状态	操作
秋晓东[营销专员]	未执行	评价 查看

- 删除



点击【删除】按钮，系统弹出“确定吗”提示，点击确定删除成功。



- 查看

点击【查看】按钮可查看任务的详细内容，查看完毕点击【返回】回到任务列表页面。



## (2) 所有任务

点击【任务发布】下的【所有任务】可查看已发布的任务列表，列表包括任务内容、执行人、发布时间和状态。



点击上图中的【查看】可查看任务详细内容，如下图：



## 8.7 工作汇报

本模块实现向上级汇报任务完成情况，点击【工作汇报】进入如下页面。可进行的操作包括工作汇报、确认完成和查看。已经过确认完成的只能进行查看。

通知公告 会议室 文件传递 网络寻呼 专题讨论 任务发布 工作汇报			
任务内容	发布人	发布时间	操作
本月内完成业绩。	潘佳一	2014-01-01	工作汇报 确认完成 查看

第1页/共1页 当前页1条/共1条 首页 上一页 下一页 尾页

### (1) 工作汇报

直接在任务列表查看任务内容，如内容太长可先进行【查看】操作，点击【工作汇报】按钮进入汇报工作页面，如下图，根据工作完成情况填写汇报内容，可上传汇报附件，执行进度取值为 1-100。

通知公告 会议室 文件传递 网络寻呼 专题讨论 任务发布 工作汇报	
汇报内容	<input type="text"/>
汇报附件	<input type="text"/> 浏览...
执行进度	<input type="text"/>
<input type="button" value="返回"/> <input type="button" value="确定"/>	

### (2) 确认完成

工作完成后点击【确认完成】按钮，系统弹出“确定吗？”提示，点击确定确认完成。

### (3) 查看

点击【查看】按钮可查看任务的详细信息和任务汇报及评价情况，查看完毕点击【返回】回到任务列表页面。

通知公告 会议室 文件传递 网络寻呼 专题讨论 工作汇报			
查看任务信息			
任务内容: 本月内完成业绩。	结束时间: 2014-1-1	状态: 发布	发布人: 潘佳一
任务汇报及评价情况			
汇报内容: 任务完成了50%。	汇报人: 秋晓东 [营销专员]	汇报附件: <a href="#">附件下载</a>	执行进度: 50%
评价内容: 需要努力。	汇报内容: 业绩完成60%。	汇报附件: <a href="#">附件下载</a>	执行进度: 60%
<input type="button" value="返回"/>			

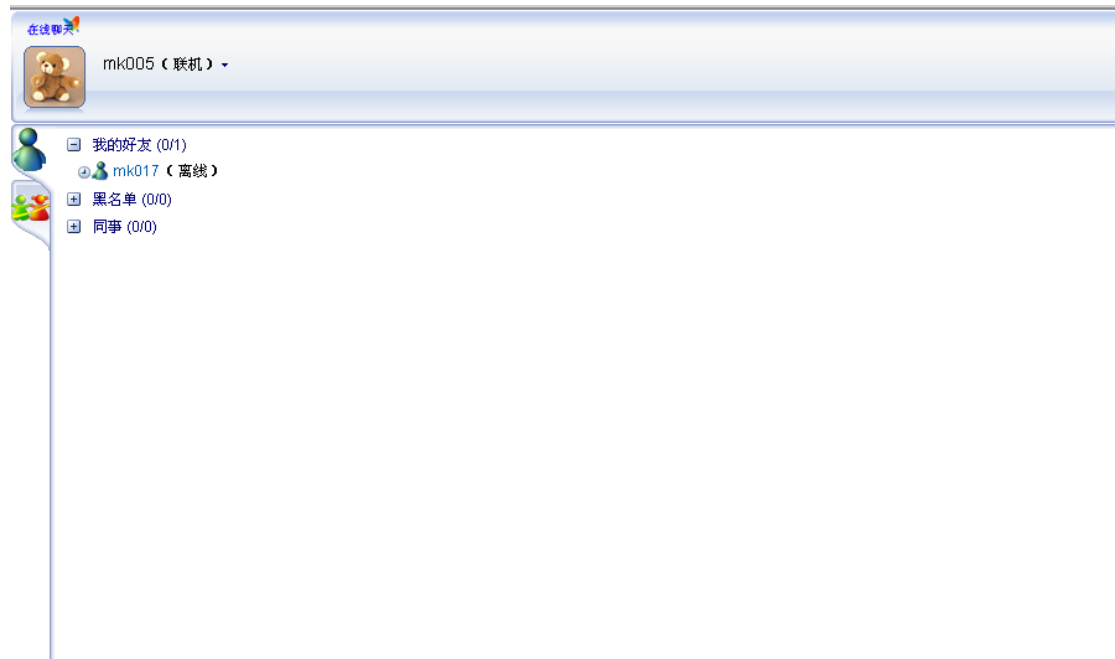
## 第九节 辅助功能

### 9.1 我的好友

我的好友是系统提供的即时消息软件，可以与你的朋友进行文字交流。点击图标



，进入我的好友聊天室，



点击好友，可以打开与好友的聊天室，向好友发送文字消息。



## 9.2 新闻中心



新闻中心是查看管理员端发布的通知、提醒、警告信息。点击图标，打开新闻中心弹出框。

[公告] 物价指数调整通知	2012-12-25
[警告] 仓储管理原则	2012-12-20

第2页 / 共2页 当前页2条 / 共16条 首页 上一页 下一页 尾页


## 9.3 小秘书

小秘书主要协助用户完成业务，右上方小秘书栏，主要提示用户当前需要执行的业务。



## 9.4 帮助

操作帮助是对营销总监操作功能的一个说明，供操作人员查看。点击菜单区内的帮助图

标，帮助操作在系统操作区显示。

## 第十节 门户网

网络离不开门户，网络中的门户网站是公共信息服务的平台，是网络中访问最为集中的服务区域之一。对门户网站访问的集中性，使得它也成为企业宣传的必争之地。门户网站提供的网络广告、调研活动、新闻动态等等的发布管理，是企业通过互联网这个来宣传企业，开拓市场，并开展一系列的电子商务活动获得更多的利润的有效途径。



## 国语卷 中国声音 中国警句

[首页](#)
[行业信息](#)
[环境信息](#)
[市场调查](#)
[实训成果](#)
[企业间贷款](#)
[利率查看](#)

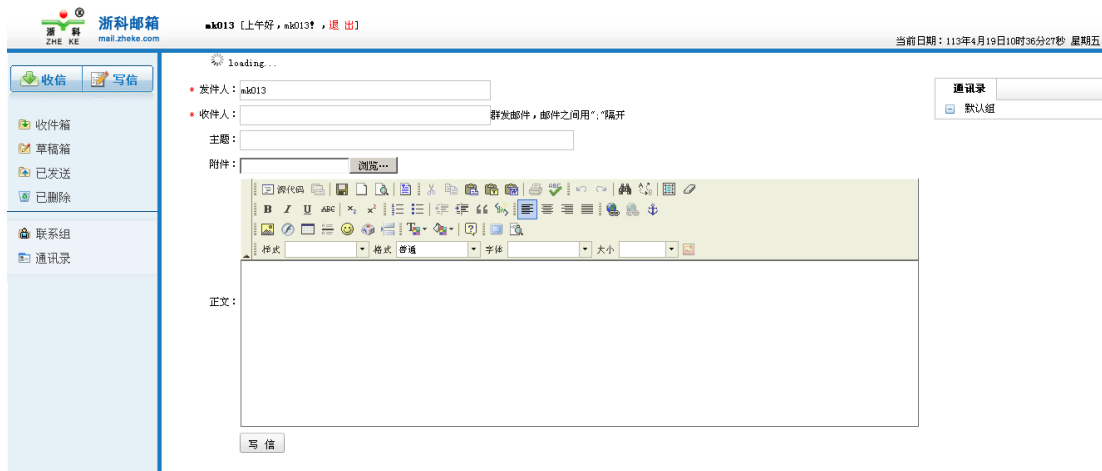
<p><b>行业信息</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>2014-10-01原材料价格调整</li> <li>2014-09-11原材料价格调整</li> <li>2014-09-10原材料价格调整</li> <li>2014-09-01原材料价格调整</li> <li>2014-08-31原材料价格调整</li> <li>2014-08-18原材料价格调整</li> <li>2014-07-09原材料价格调整</li> <li>2014-07-06原材料价格调整</li> <li>2014-07-01原材料价格调整</li> </ul>	<p><b>精选推荐 FOCUS</b></p> <div style="display: flex;"> <div style="flex: 1;">  </div> <div style="flex: 2;"> <p><b>影响铂金价格多少一克的因素</b></p> <p>影响铂金价格的因素主要是产量和市场需求两方面。铂金是比黄金还要稀有的贵金属，全球总储量只有1.4万吨，有60多个国家发现和开采铂金矿，然后，多是集中在南非和俄罗斯，这两个国家铂金储量占了全世界的98%。据说全球每年铂金的开采量仅85吨，只有黄金的5%。而且，铂金的加工工序更为繁琐，以一盎司铂金为例，铂金从矿石里提炼出来，到获得这31.1克重的铂金，需要长达8周左右的时间，需要处理10吨左右的矿石，才能从铂金...</p> <p><a href="#">[详细&gt;&gt;]</a></p> </div> </div>	<p><b>环境信息 COLLECTION</b></p>
<p><b>民间贷款利率</b></p> <p>民间贷款利率 2%</p>	<p><b>新闻</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>双峰有限责任公司</li> <li>创维股份有限公司</li> </ul> <p><b>最新企业</b></p>	<p><b>银行存款利率 Observation</b></p> <p>活期存款利率 0.35%</p> <p>定期3月 2.60%</p> <p>定期6月 2.80%</p> <p>定期1年 3.00%</p>

## 第十一节 邮件服务

Email 的出现给传统的书信通讯带来了极大的冲击。在电子商务的时代，Email 不仅是作为一种网络通信手段，更是作为一种网络资源，Email 营销已经是企业网络营销的重要组成。系统中的 Email 模块完全独立，在注册成为系统正式用户之前就可以注册自己的 Email，但在进入系统后首先需要通过设置 Email，把注册好的 Email 地址设置到用户的个人资料。



Email 系统提供了网络邮箱常用的各种服务功能，包括邮件的发送和接收，草稿箱、联系组、通讯录。

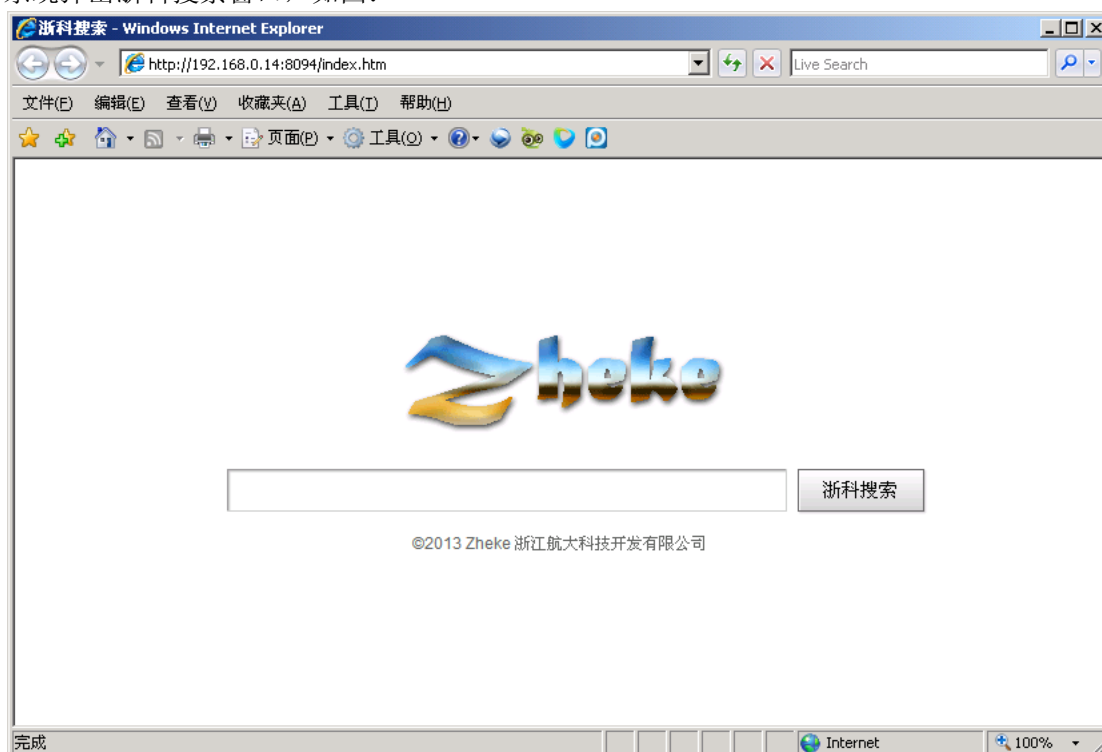


## 第十二节 搜索引擎

搜索引擎是指根据一定的策略、运用特定的计算机程序从互联网上搜集信息，在对信息进行组织和处理后，为用户提供检索服务，将用户检索相关的信息展示给用户的系统。



跨专业平台为用户提供了方便、快捷的搜索网站。点击营销总监桌面的系统弹出浙科搜索窗口，如图：



可搜索商贸网、外贸网、BBS、门户网、企业网、招标网六个网站的信息。在搜索输入框中输入检索信息，点击【浙科搜索】按钮，系统显示用户搜索的详细信息，点击信息标题，进入检索信息详细页，可查看搜索内容的详细信息。如图：

