

业务人员工作手册

目 录

第一章、手册目标

第二章、业务部关键职能

第三章、用户档案管理

第四章、邮件处理

第五章、用户来访制度

第六章、样品跟踪

第七章、产品报价及样品费用管理

第八章、协议管理制度

第九章、生产进度及质量跟踪

第十章、产品出货管理要求

第十一章、货款管理

第十二章、客诉处理

第十三章、安全保密管理

第十四章、资料统计汇总

第十五章、综合能力和素质要求

第十六章、商务礼仪

第一章 手册目标

一、企业业务部致力于达成以下目标：

- 1、构筑合理业务管理机构，确保部门、职员工作连续性、高效性，并致力于管理模式化、操作标准化建设。
- 2、保持企业业务人员操作一致性、统一性。
- 3、努力争取在制度化、标准化前提下，努力完成企业销售目标，并努力争取超越。

二、本手册是规范相关业务操作步骤及制度，以确保目标实现。

三、本手册应依据实际情况改变不停更新和完善。

四、本手册立足培养员工“五心”素质：信心、细心、耐心、恒心、责任心。

第二章、业务部关键职能

1. 建立和完善用户信息资料并划分用户等级
2. 依据用户要求配合打样组制作产品样品
3. 会同核价物料部门做好产品核价和报价工作
4. 和用户签署正规产品销售协议
5. 安排生产部进行大货生产并随时跟踪产品生产情况
6. 按协议约定时限安排出货

7. 立即收回货款
8. 妥善处理用户邮件、电话等沟通工作，定时回访用户
9. 统计汇总产品生产、销售信息
10. 处理好和其它部门、同事间关系，打造企业良好工作气氛
11. 做好相关安全、保密工作，遵守职业道德

第三章、用户档案管理

1、目标

规范企业用户档案管理，为用户分析提供依据和确保。

2、适用范围

适用于扬州动易运动用具用户档案管理。

3、职责

3.1 业务部负责用户档案建立（一户一册）、保留、更新。

3.2 程序员帮助人力资源部负责相关用户档案电子信息拷贝、保留和保护。

3.3 任何人不得随意拷贝调取用户资料，确需调用时，必需经业务经理或总经理同意方可。

4、内容及程序

用户档案管理包含但不仅限于以下内容：用户信息、关键往来邮件、重要电话统计、传真往来、打样统计、交易统计、产品技术资料等。

4.1 用户信息

4.1.1 用户信息包含基础信息、企业概况、联络信息、财务信息、产品信息等内容。

4.1.2 员工和用户首次邮件、电话、接洽后，就应该对用户信息进行整理，在2个工作日内填写《用户基础信息管理表》；伴随沟通、业务不停深入，应立即对用户信息进行不停更新。

4.1.3 员工对企业展会所得信息，依据用户会展现场交流信息，对用户进行分类并进行专题管理。

4.2 用户往来资料

4.2.1 是指用户在往来邮件、电话中包含关键信息或内容，对于此类邮件必需打印存档，这类电话关键内容必需填写《用户会谈统计表》存档；往来传真全部应该作为用户档案保留。

4.2.2 打样统计、交易统计是指用户所下打样单、生产订单统计，具体见《打样跟踪统计表》、《订单跟踪统计表》。

4.2.3 产品技术资料

是指用户所提供电子版技术资料，纸板及样品按摄影关管理要求管理。

5、评价用户信用等级

依据和用户沟通，用户订单数量，合作时间，货款支付是否立即等等，来综合全方面评出用户信用等级。

6、统计及表单

表单名称	保留年限	保留部门
《用户基础信息管理表》	长久	业务部
《用户会谈统计表》	5年	业务部

《打样跟踪统计表》	5 年	业务部
《订单跟踪统计表》	5 年	业务部

第四章、邮件处理

1. 目标:

规范邮件处理程序和日常用语。

2. 适用范围:

适用于扬州动易业务部邮件处理。

3. 职责

业务总负责和用户邮件收发处理。

4. 内容及程序:

4.1 对于用户邮件，员工必需依据用户邮件内容，根据企业既定 E-MAIL 回复模式，经主管领导审核后在一个工作日内处理完成，尤其紧急 E-MAIL，必需在当日处理完成。

备注：既定邮件回复模式包含：产品报价，产品调价，订单确认，和大货交期调整方面。

4.2 外销员工在收到用户邮件时，应立即把英文邮件翻译成汉字邮件，在回复用户邮件时，应先书写汉字邮件，再翻译成英文邮件发送给用户，接收和发出邮件必需将汉字邮件打印并保留，交到业务经理或总经理处。

4.3 员工应统计每个月邮件发送和接收邮件数量，保持和用户

常常联络和沟通。

第五章、用户来访制度

1、目标

规范用户来访接待，统计来访过程，保持良好企业形象，为用户留下美好印象以促成销售达成。

2、适用范围

适用于扬州动易运动用具业务用户来访。

3、职责

业务部负责业务用户来访安排（包含车辆安排和食宿安排）、接待、统计、跟踪。

4、内容及程序

4.1 确定：员工接收信息后，应立即向主管汇报，填写用户来访行程单，主管依据用户来访目标判定接待规格并向经理汇报，需总经理出面接待，由经理向总经理汇报并确定时间方便和用户沟通。

4.2 准备：业务部依据用户来访目标、关键程度、接待规格、参观区域等在用户来访前 1-2 天通知相关部门做好接待准备：生产现场、会议室准备（卫生、整齐、投影设备、茶水、咖啡）、相关参与接待人员，尤其要求跟单人员全程陪同。

4.3 接待

4.3.1 接待人员必需仪容整齐，优雅大方，谈吐得体，行为适当。

4.3.2 根据事先设定访谈预案，主接待人要把握会谈节奏。

4.3.3 会谈统计人要具体统计双方会谈内容。详见《用户会谈统计表》，用户提出要求进入车间参观时，应全程陪同客人参观。

4.3.4 会谈接近尾声，主接待人依据用户来访目标对“达成事项”、“待确定事项”进行必需反复以示强调。

4.3.5 “待确定事项”在用户离开企业后，业务部应立即将其转化为日常跟踪事项并在和用户约定时间前回复用户或和用户达成一致。

4.4 用户会谈统计

会谈结束后，次日整理提交业务经理，关键会谈统计经业务经理确定后，应提交到总经理。

5、相关表单和统计

表单名称	保留年限	保留部门
《用户会谈统计表》	5 年	业务部

第六章、样品跟踪

1、目标

规范企业打样步骤，为用户提供高效、优质服务，满足用户对于产品要求。

2、适用范围

适用于扬州动易运动用具全部产品打样。

3、职责

- 3.1 业务部负责样品打样单制作、下发，样品制作跟踪、评判和验收。
- 3.2 物料部协同打样组负责样品单备料。
- 3.3 生产部打样组负责样品技术资料 and 制作。

4、内容及步骤

- 4.1 员工接到用户打样通知或收到用户样品时，应立即分析材料。并向用户咨询有没有特殊要求及产品含有哪些功效性。关键用户和特殊产品应立即向打样组咨询，同时报备业务经理和总经理。
- 4.2 员工需填写《样品评审表》，交业务部相关经理、生产部、打样组、物料部几方面评审签字，评审形式可采取会议评审或表格评审，其中对有特殊材料或特殊工艺样品由业务部经理提出会议评审，由分管生产副总组织相关部门参与，共同分析样品材质、了解物料情况、确定打样时间。对常规及翻单样品可简化程序，经业务经理签字审核后直接交由分管生产副总签字后下发至打样组，由打样组组长签字确定接收并最终实施。
- 4.3 业务部依据用户要求，结合企业相关部门评审意见，根据实际情况开具《样品制造任务单》，要求员工填写时需要明确，切忌模糊不清。样品单经业务主管、物料部、打样组、业务部经理、分管生产副总及总经理签字确定后下发至生产部或打样组安排制版及制作。
- 4.4 员工必需立即跟踪打样进程，亲密关注物料采购情况，并填写《打样跟踪统计表》。内容包含工艺、纸板、产品尺寸、印刷 LOGO 及颜色、特殊材料等情况跟踪，通常碰到阻碍样品完成或影响打样速度材料或工艺不合理问题，需立即和用户做好沟通协调，同时上报给业务经理。

- 4.5 企业大用户打样，如因企业内部原因无法准期交付样品，员工应立即将信息上报分管生产副总直至总经理，由企业组织相关部门采取对应应及方法。
- 4.6 样品品质评判和验收：样品制作完成后，其品质先由员工依据用户原样品品质比对自检，并填写《样品自检表》，查对用户资料信息，样品、用料、做工，对不符合要求，直接退回打样部门（生产部或打样组）并通知其错误所在，要求重新打样。如确定无误，再交业务部经理确定签字，确定品质能否寄给用户，假如品质达不到用户要求，应书面提出改善要求退给打样部门重新打样，直至符合要求再寄样品。
- 4.7 样品制造完成后，员工需要在打样组相关统计报表上签字领取样品，业务人员需立即给样品挂上吊卡，注明货号、打样时间并查对颜色、工艺、印刷及尺码等。同时需将打样组提供《工艺说明书》做好留存，大货下单时再作为标准和指导文件发给生产部和质检部门参考。
- 4.8 寄样前，员工必需再次仔细查对用户要求，确定无误后开出《样品出样单》，经业务部经理审核确定签字后寄给客人。针对大用户，关键客人或关键样品需总经理亲自审核后寄出。
- 4.9 样品寄出后，员工应继续跟踪样品情况并完善和填写《打样跟踪记录表》，并立即将样品确定或修改意见反馈给质技部和打样组。
- 4.9.1 假如客人提出修改样品造成需要反复打样，请在《样品制造任务单》上面直接注明同之前哪张样品单号相关联，同时附上《产品打样更改通知单》，关键强调此次打样修改关键点。
- 4.9.2 客人修改样品或第一次打样中途修改时，请员工务必在寄样前

对样品进行重新核价，并立即更新报价。

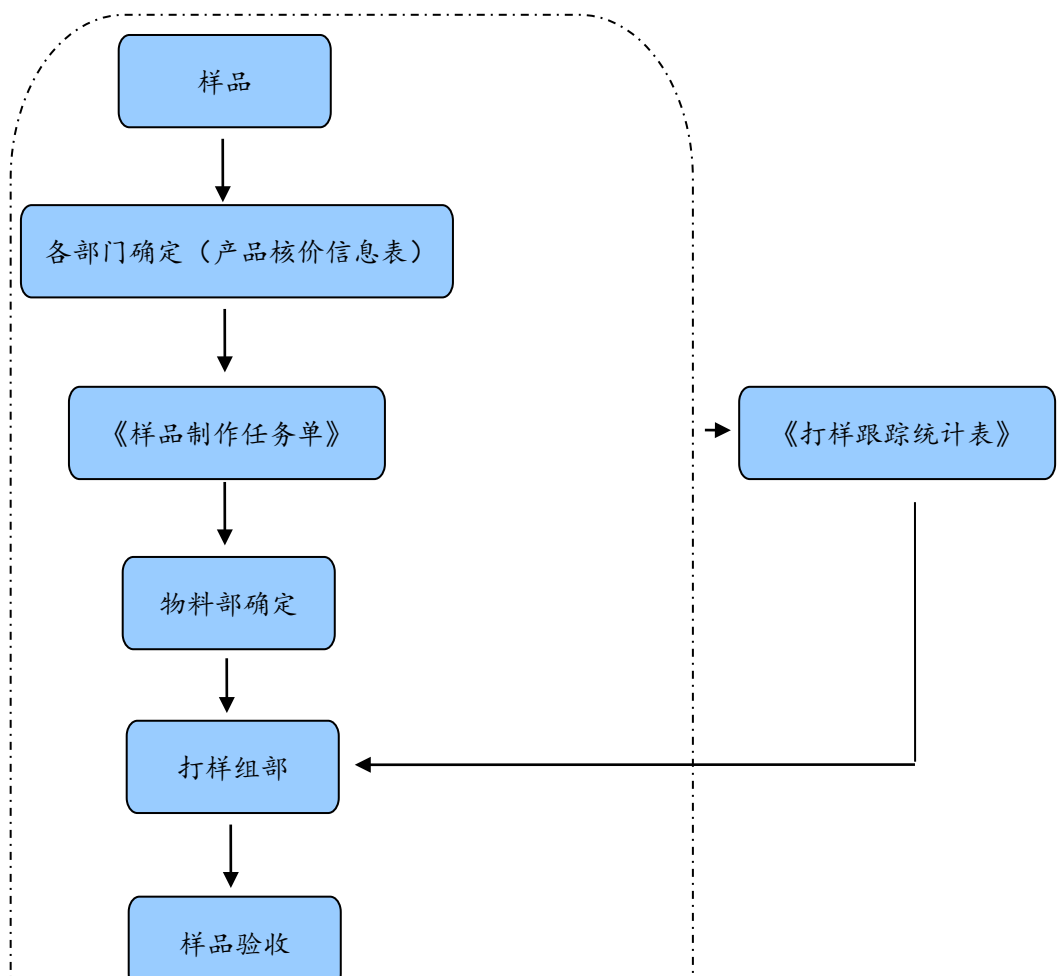
4.10 《样品制造任务单》《样品出样单》单号共用同一个号，单号在业务部共享里自动按次序取号，不得跳号和随意删除。

5、表单和统计

表单名称	保留时间	保留部门
《样品评审单》	5年	业务部
《样品制造任务单》	5年	业务部/开发部
《样品更改通知单》	5年	业务部/开发部
《打样跟踪统计表》	5年	业务部
《样品出样单》	5年	业务部

6、附件

步骤图



第七章、产品报价及样品费管理

1、目标

规范企业核价、报价体系及程序，方便快捷、正确向用户提供所询产品价格，确保对外报价同一性。

2、适用范围

适用于扬州动易运动用具。

3、职责

3.1 业务部负责对外报价及对应样费收取。

3.2 物料部负责内部核价。

4、内容及程序

4.1 产品核价

4.1.1 新产品核价

业务部接到用户样品或用户要求报价信息后，提交业务经理和总经理审核，核定报价材质后填写《用户核价信息表》，随样品一起交物料部。物料部接到《用户核价信息表》和样品以后，将其转化成《产品成本核价单》一起交业务部。

4.1.2 老产品报价

员工接到用户订单后，先审核下单日期是否在之前报价使用期范围内。如报价在使用期范围内但原材料市场价格改变很大，员工必需将用户近三年内销售情况、调价次数、调价幅度和原因一并汇总列出，提交给业务经理或总经理审查报价，必需时重新核实价格。假如超出之前报价使用期或原材料市场价格发生改变，则核价、报价根据新产品步骤办理核价、报价手续后向用户报价。

4.2 产品报价

4.2.1 业务部依据《产品成本核价单》，经总经理签批价格，将其转化为《报价单》（报价单分内销和外销，请注意选择表格）经部门经理或其授权人审批后向用户报价。

4.2.2 报价注意事项。填写《报价单》时候，需注意要标明报价有效期、付款方法、报价包装说明。付款方法方面，外销客人通常采取 T/T 或 L/C 方法；内销客人正常是 30%预付款方法，详情请参考《协议管理制度》

4.3 样品费用管理

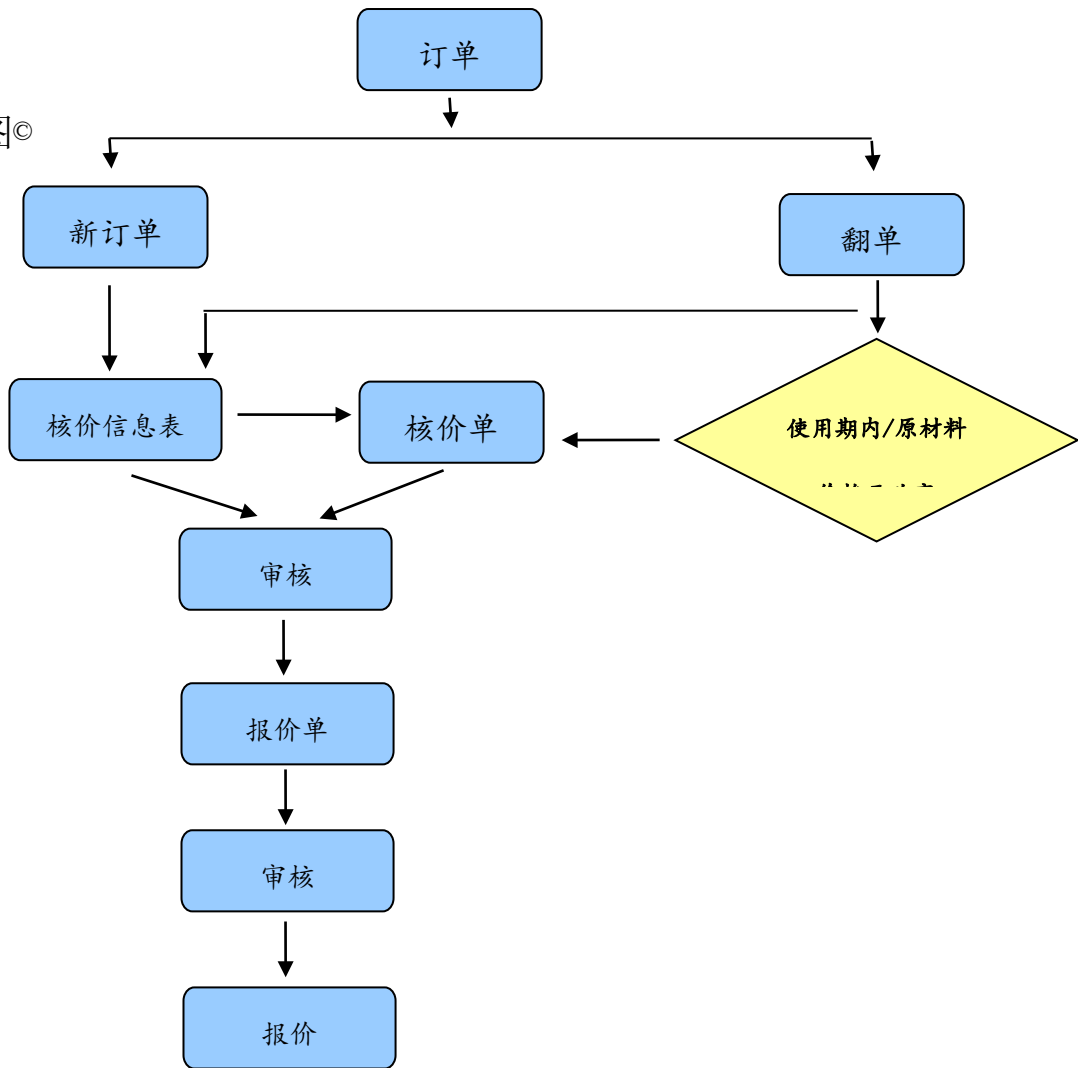
详见《样品费收取措施》

5、相关表单和统计

表单名称	保留年限	保留部门
《用户核价信息表》	5年	业务部
《产品成本核价表》	5年	业务部
《报价单》	5年	业务部

6、附件

步骤图©



第八章、协议管理制度

1、目标

规范企业业务协议审批、签署，有效预防交易风险。

2、适用范围

适用于扬州动易运动用具全部业务（包含外销、内销）协议

签署和管理。

3、职责

业务部负责协议管理过程实施。

财务部负责协议推行过程和结果监督。

4、内容及程序

4.1 准备

4.1.1 员工接到订单后，第一时间复核产品名称、单价、金额、结款方式和用户期望交货时间。

4.1.2 业务部准备《协议评审表》、《生产制造单》初稿，经各部门确定后交部门经理审核签字，进行协议评审，协议评审形式可采取文件会签和会议评审，对大订单及特殊订单需要进行会议评审，最终交总经理审批。

4.1.3 员工应尤其关注付款方法：内销通常是 30%预付款，出货后 15 天结清余款；外销用户通常采取电汇方法，特殊情况下采取信用证方法（尤其关注信用证使用期）；外销单单笔订单额小于 USD5000，应根据企业要求收取操作费；除此之外任何其它特殊情况必需经总经理授权人/总经理确定。

4.1.4 协议评审提交时机：立即评审，各部门评审不能超出二十四小时。

4.2 协议签署

4.2.1 员工依据外销、内销用户制作不一样版本协议文本，连同《合同评审表》经部门主管/经理审核后交总经理签批。

4.2.2 协议经同意后，由本企业财务盖章后扫描发给用户（要求必需是 PDF

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/087106110146006121>