

***集团营销本部

经销商管理部工作手册

年 月

目 录

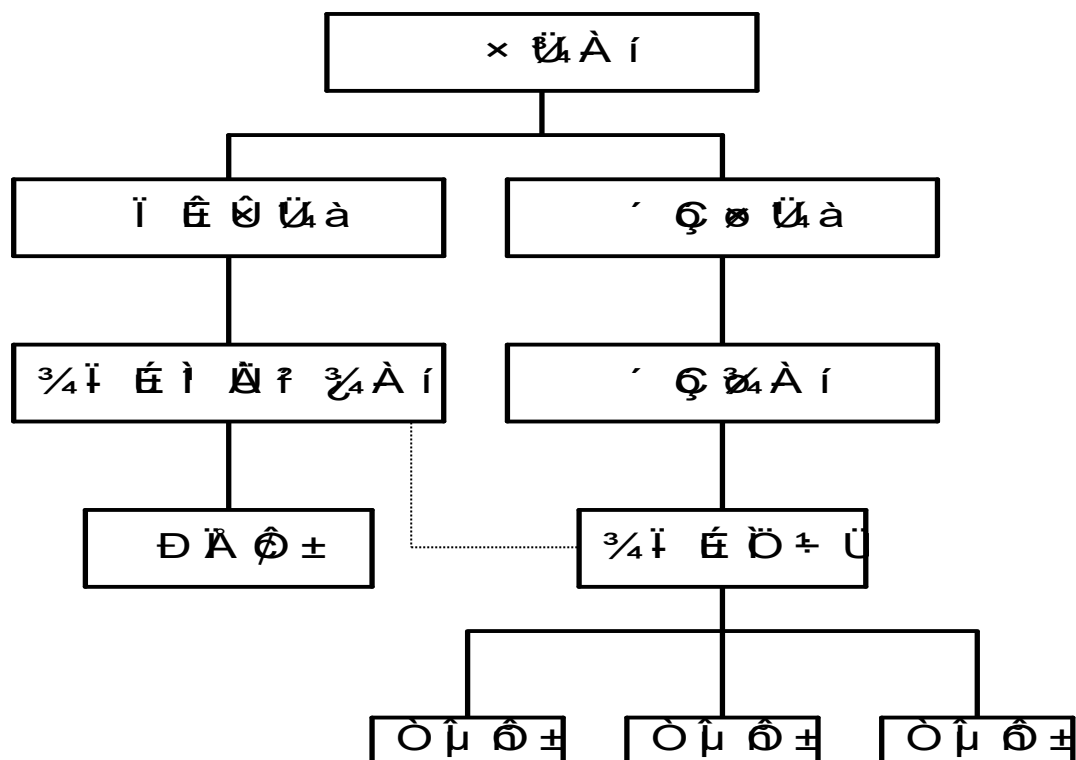
第一章 部门职能与机构设置	32
第二章 岗位职责与任职要求	33
第三章 销售指标及奖励	34
第四章 经销商的选择	35
第五章 经销商的谈判与签约	37
第六章 经销商的供货价格管理	38
第七章 货款结算与回收	38
第八章 订货和发货管理	39
第九章 经销商的销售支持	40
第十章 经销商巡访管理	41
第十一章 定期汇报制度	42
第十二章 例会制度	43
第十三章 业务员出差管理	43
第十四章 业务人员行为规范	43
第十五章 办公室工作管理	44
第十六章 附则	44

第一章 部门职能与机构设置

第一条 经销商管理部职能

1. 以直销店面为依托，通过渠道挖掘，广泛吸引经销商，扩大市场占有率。
2. 通过对经销商的支持与服务，建立起紧密的合作关系，形成全国性的经销商营销网络。
3. 调控价格，协助经销商通过市场竞争，赢得更多的消费者。
4. 努力回款，减少坏帐，降低销售成本，不断为企业创造新的效益。
5. 协助大区开展工作,在业务上进行必要的指导、考核、检查、监督。

第二条 机构设置



第二章 岗位职责与任职要求

第三条 经销商管理部经理

1. 完成公司交给 的各项任务,制定本部门的工作计划并组织
实施检查和监督。
2. 掌握全国重点经销商的情况,对各大区经销商分格的建议与
发展提出规划。
3. 制定本部门各项规章制度和工作程序.
4. 制定本部门资金预算和各项支出计划。
5. 处理本部门疑难问题,协调部内外及客户的合作。

任职要求:

年龄在 45 岁以下,当地正式户口, 个人素质好, 责任心强,
身体健康, 精力充沛, 大学以上学历,五年以上行业经营管理经
验, 由组织策划、管理、协调能力。

第四条 经销商管理部信息员

1. 完成本部门交给的各项工作任务,指定部门的信息收集计划
并负责完成落实
2. 负责部门内外的信息交流和信息资料整理。
3. 负责部门内外和客户的日常往来信息传递和汇报.

任职要求:

年龄 3 5 岁以下,当地正式户口, 身体健康。大专以上学历,
能熟练使用电脑,具有三年以上统计与信息资料管理经验。

第五条 大区业务主管职责

1. 负责本区经销商销售指标的完成,指定本区域的工作计划并

负责落实。

2. 负责对所属区域的经销商考查、选择、报批及签定合同。
3. 负责经销商供货协调工作，按时结算货款。
4. 对经销商的产品展示、销售、售后服务进行指导和协调。
5. 负责所属业务员的管理。

任职要求：

年龄在 40 岁以下，当地正式户口，责任心强，身体健康，精力充沛.大专以上学历，五年以上经销商管理经验，有一定管理、协调能力，有行业工作经历者优先.

第六条 业务员职责

1. 完成业务主管下达的销售指标及交给的各项工作任务。
2. 掌握自己负责区域经销商的状况，不断进行沟通。
3. 负责经销商的供货及货款回收，做好经销商的支持工作。
4. 反馈市场信息及商家消费者对公司产品的意见。

任职要求：

年龄在 30 岁以下，大专以上学历，身体健康,当地正式户口，三年以上销售经验。

第三章 销售指标及奖励

第七条 销售指标

1. 销售指标的确定

根据公司下达的 年度销售指标,确定各大区年度销售指

并将其按月分解下达。

经销商各大区的经销商主管和业务员,将相应承担不同的销售指标.

2. 指标包括销售额指标和区域经销商开发数量指标。
3. 指标按月统计, 由大区经销商主管将完成情况上报大区经理, 经销商管理部进行全国范围的统计与考核工作。

第八条 奖励办法

1. 实行业务员销售全额提成的办法,按月销售额(以到帐为准)提取销售提成,每月由经销商管理部经理核算并上报财务部审核批准。
2. 提成包括: 业绩奖金、业务招待费、佣金、市内交通费等费用。
3. 指标实行按月考核提成, 实行按季发放制, 每季度未发放其该季度各月应发的提成总和。

第四章 经销商的选择

第九条 基本市场的调查

1. 由大区经销主管组织业务员对负责的区域进行基本市场的情况调查, 从而确认销售渠道的发展与趋势。
2. 调查的内容应包括:
 - (1) 区域基本情况: 即人口、经济状况、消费者结构、购买力等。

- (2) 市场容量: 包括现实的与潜在的市场需求.
 - (3) 消费者偏好: 品牌偏好、品种偏好、价格偏好、购买地偏好。
 - (4) 竞争对手情况: 竞争对手实力, 网络体系, 经营业绩等。
 - (5) 经销商情况: 经销商数量、实力、业绩, 经营特点, 经营信誉等.
 - (6) 零售商情况: 零售商的分布、范围以及其他情况。
- 3. 调查结果, 由调查人员写出调查报告, 并对调查结果进行分析, 确定该市场的进入方式。
 - 4. 根据市场基本情况, 确认一定数量可供合作的经销商, 以备调查与选择。

第十条 经销商的调查

- 1. 在深入进行市场调查的基础上, 将所确认的经销商下分类进行调查.
- 2. 调查后填写《经销商调查表》。
- 3. 根据调查结果, 对所调查经销商进行综合评价。
- 4. 由大区经销商主管将调查结果上报大区经理, 大区经理会同经销商管理部对所调查经销商进行优选核审批。
- 5. 经销商选定后, 有关资料包括选定和未选定的都要报经销商管理部存档。

第五章 经销商的谈判与签约

第十一条 谈判原则与策略

1. 一般经销商的谈判由大区经理和大区经销商主管进行,重点经销商的谈判由销售总监及经销商管理部经理出面进行.
2. 因各经销商的具体情况不同,合作意向及详细条件也各不相同,谈判中应坚持公司的根本利益,并注意区别对待,灵活运用。
3. 约束条款必须完备,以防问题一旦出现,给公司造成大损失。
4. 合同期限应适度,一般不宜过长,以便公司根据合作效果及合同执行情况,及时变更和终止合同。
5. 合同起草时,应先让对方提供合同文本,这样可以把对方“亮”在明处,排除对方隐藏的“陷阱”,我方可以争取主动。
6. 合同文本规范双方行为的法律文件,必须慎重推敲,尤其是细节要格外小心,概念含糊不清的条款不能使用,以防今后“扯皮”。
7. 合同签约前双方应提供齐备合法的经营证件,同时要复印存档。

第十二条 合同的审批与签定

1. 双方共同起草的合同定稿后,先上报公司法律部门进行文本审核,若存在问题时要进行再修改.
2. 双方合作合同应统一由公司法人或法人委托代理人来签订,一般应由公司总经理签订.
3. 委托代理人签约时要出具法人委托书,并交对方存档.

4. 有关资料,如房产证明,房屋建筑蓝图,对方的营业证件等,应当有详细的复印件和所签合同一起存档备查。
5. 合同签订后,交经销商管理部统一存档。

第六章 经销商的供货价格管理

第十三条 经销商制定价格方案

1. 经销商的供货价格方案由经销商管理部制订,并上报销售总监,经公司总经理批准后实施。
2. 没有新方案公布前,所有经销商业务一律按既定价格方案执行。

第十四条 供货价格

见公司《本制装修产品市场营销计划》、《分销网络开发与管理实施方案》。

第七章 货款结算与回收

第十五条 货款结算原则

1. 为防止货款拖欠形成死帐,经销商一律采取款到发货的原则。
2. 为防止样品压款造成死帐,经销商一律部提供无偿样品,坚持款到发货的原则。
3. 样品在无破损的前提下,可给预换货优惠,或者经销商再进

货时,对样品价格给予一定的优惠返还。

4. 支票汇款结算,要等货款到帐后,才能发货.

第十六条 货款的回收

1. 经销商的货款回收,由所负责该经销商的业务员直接负责.
2. 货款一律由经销商直接汇到公司帐号上,特殊情况现金结算时,应由店面收银员收款,或直接到公司财务部交款。

第八章 订货和发货管理

第十七条 订货管理

1. 查阅双方签定的经销合同.
2. 查阅交易记录和结算记录。
3. 如无货款结算遗留问题,可进行下次订货。
4. 双方填写订货单一式四份。
5. 订货单交经销商管理部、经销商、财务部和物流部各一份。

第十八条 发货和运输

1. 产品运输一律由经销商自己负责。
2. 如对方运输有困难,我方协助办理运输,各项费用由对方负责。
3. 发货时,经销商要到库房进行货物验收,验收合格后对方要在验货单上签字。
4. 委托我方代办托运时,若对方不来验货,应在订货合同上注明我方不负任何责任。

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/256002231223010104>