

湖南恒运建筑科技发展有限公司文件

湘恒运司字[2019]8号

湖南恒运建筑科技发展有限公司 市场营销管理制度

第一章 总 则

第一条 根据湖南省第三工程有限公司《市场营销管理细则》。以“防控风险，规范行为，激发活力，提质增效”为主导思想，特制定本制度。

第二章 机构职能

第二条 机构设置及主要职能

(一) 机构设置

公司市场营销管理工作由总经理全面负责，公司经营副总经理分管负责，对公司营销系统实行统一领导，统一协调，统一指挥。

1. 公司设市场营销部，内含市场营销、商务管理、内务管理、

物资供应等四个职能；

2. 市场营销部统一管理公司在全国范围内开展的所有项目的营销活动。

（二）主要职能

市场营销处：

1. 认真贯彻国家法律、法规，严格执行国家、省、市各项管理制度；

2. 及时了解国家宏观经济政策，掌握市场经济走向、政策趋势；

3. 制定公司营销目标计划，报经总经理批准后分解实施，确保公司年度各项营销指标全面完成；

4. 负责收集、整理、甄别营销信息和跟踪落实，重点关注优质项目，积极拓展市场。

商务管理处：

1. 负责公司所有合同的起草、评审、法律风险防控、签订及归档管理；

2. 负责建立完善公司销售台账、经营报表等；

3. 配合相关部门对公司营销人员、造价人员、合同管理人员进行培训；

4. 负责申报国家、省、市“守合同重信用单位”工作。

品牌推广处：

1. 负责公司整体形象打造、品牌包装；

2. 负责公司宣传画册、产品说明书及各类宣传资料的统一制作管理，商务策划书的统一编制；

3. 负责公司所有市场营销活动（推介会、交流会、知识讲座等）的策划与实施。

招投标中心：

1. 负责公司所有招投标工作；

2. 负责公司所有投标文件的编制（包括技术标、商务标、经济标），公司投标资料（含招投标法律法规、招标文件、投标文件、资审文件、专业软件、信息、公司业绩资料等）信息库的建立和管理，保证投标时出示的相关资料的一致性；

3. 负责所有投标文件的封面、页眉页脚等显示企业形象版面的统一制作、更新；

4. 配合公司相关部门组织对投标编制人员进行培训。

第三条 公司证照管理

公司营业执照副本、资质证书副本、安全生产许可证副本，由市场营销部负责成套使用并管理。

第三章 业务承接范围

第四条 营销区域

装配式建筑构件供应暂定为长沙、株洲、湘潭、益阳、娄底等区域，预制管廊、生态护坡、海绵城市等构件销售暂定湖南省内，技术咨询、技术合作和模具租赁等业务面向全国市场。

第五条 营销模式

原则上采用自主营销模式。

1. 装配式建筑：5种模式，即专项EPC总承包、构件供应、设计及技术咨询、设计及构件供应、构件供应及施工；

2. 管廊、生态护坡：3种模式，即自主营销、城市合伙人、代理商。

第六条 风险防控

1. 工期严重不合理，经公司技术研发部、生产质安部、项目管理部等相关职能部门评定为难以实现且对工期严格限制的项目，经讨论形成书面意见，原则上不予承接；

2. 招标文件规定的合同条件苛刻，有明显营销风险、施工风险，对施工方有明显的不公正待遇的项目，原则上不予承接；

3. 投标预期利润率低于10%的项目原则上不予承接；

4. 所承接项目的预付款比例区间应为10-20%，进度款应按月结算，且支付比例不低于75%，质保金有效期不超过一年，且不超过3%。

第四章 营销流程

第七条 营销流程包括前期交流、来访接待、方案对接、投标评估、参与投标、售后回访等6个环节。

第八条 前期交流和来访接待由专职营销人员负责对接；方案对接分为设计方案、生产方案、和施工方案三部分，由市场营销部分别组织技术研发部、生产质安部和项目管理部进行，并形成书面意见；

1. 前期交流：根据对接进度，及时更新《项目信息台账》（附件一），如实填写《客户咨询服务表》（附件二）和《谈判侧写》（附件三），每周报送营销副总经理和总经理审阅；

2. 来访接待：原则上按照统一形式，采用统一资料，参观采

用统一路线，接待层次规模视情况而定；

3. 方案对接：待项目达成初步意向后，出具部分前期技术方案和意见建议；

4. 投标评估报价：投标评估按《湖南恒运建筑科技发展有限公司项目评估表》（附件四）实行，投标报价按《投标报价审批表》（附件五）实行；标书制作由投标中心负责编制；

5. 售后回访：严格按照《产品售后服务表》（附件六）实行，由项目管理部负责并记录在案。

第九条 跨部门对接

合同签订后，由市场营销部出具由部门负责人签字确认的《工作流转单》（附件七），流转至设计研发部，进行深化设计和工艺拆分。

第五章 合同签订与管理

第十条 合同评审与签订

1. 合同评审内容包括但不限于：

合同工期、质量、职业安全健康、机械设备、周材、竣工资料能否满足合同要求；

资金（含保证金、垫资资金等）能否满足合同要求；

付款方式是否合理，合同中写明的银行帐号是否可控；

经济效益（中标价格、合同价款、结算办法）能否满足公司效益规定要求（不低于企业成本）；

合同主体是否符合法律规定；

合同纠纷处理条款是否明确；

文本条款是否齐全，条款术语是否准确。

2. 技术研发部针对客户要求与客户技术部门对接，确定技术方案，下达技术文件通知生产质安部。生产质安部针对客户质量标准，对生产能力进行评审，满足客户对产品数量和交货期限的要求；

3. 合同审批严格按照公司《合同审批表》（附件八）执行，并附证照、资质；

4. 合同签订严格执行《合同法》规定，按照湖南建工集团统一版本签订；

5. 合同盖章由商务处负责办理。

第十一条 项目评估

市场营销部作为销售的归口管理部门，负责组织和实施项目的评估，召集技术研发部、生产质安部、项目管理部、财务资产部相关人员同步会审，以审批表形式进行。

第十二条 合同专用章管理

公司合同专用章（含法定代表人签字章）是企业营销活动中对内、外行使权力、签订合同，承担法定义务的凭证。合同专用章按以下程序进行管理：

（一）合同专用章（含法定代表人签字章）由公司综合办公室统一刻制，任何部门和个人不得刻制合同专用章。

（二）合同专用章执管：公司合同专用章由综合办公室保管，履行为公司法定代表人亲自签字或委托代理人（有法定代表人签署的委托书）签字的合同盖章的义务。

（三）盖章原则：合同专用章必须在规定范围内使用，空白

文本或未经审查、批准的合同文本不得加盖合同印章。

第十三条 合同归档资料分类

(一) 必须归档到合同档案库的资料

1. 合同（含主合同、变更合同、补充协议等）盖有正副本印章的正本原件，或未盖正副本印章的原件。

2. 中标通知书原件（如有）。

3. 施工合同公证书原件（如有）。

4. 以下与施工合同配套的合同原件：①安全生产合同；②廉政合同；③其他与建设单位签订的合同。

5. 合同谈判形成的盖有发承包方印章的会议纪要（如有）等文件资料原件。

6. 项目评估报价等资料

(二) 组成合同的其他资料

1. 各种标准、规范及有关技术文件。

2. 施工图纸。

3. 工程量清单。

4. 工程预结算书。

5. 有关工程洽商资料。

第十四条 合同归档

(一) 必须归档到合同档案室的资料由公司商务处进行登记、编号、立卷、保管。

(二) 组成合同的其他资料在施工期间存放项目管理部，待工程完工后随竣工验收资料一并交回公司商务处。

(三) 因合法需要使用合同存档资料原件时，使用人需经市

市场营销部部长同意，由商务处处长办理借用手续；合同档案资料借用期原则不得超过7天，超过7天扣除部分押金。

第六章 客户管理

第十五条 客户的选择和评定，是市场营销中非常重要的环节，直接关系到公司对客户人、财、物的投入。客户选择以“信誉良好”为首要原则。

第十六条 客户评定

客户评定和分类标准见下表：

考察内容	评定标准和分类				备注
	A(20分)	B(15分)	C(10分)	D(5分)	
市场信誉	很好	良好	一般	较差	
付款条件	按约定	基本按约定	较差	不守约	
知名度	高(国家级)	较高(区域)	一般	无	
企业性质	国有企业	大型民企	中型民企	小型民企	

第十七条 等级认定

根据客户评定表内容，对客户进行评定，并按下表进行分类：

总分	等级认定	等级划分
40分以上	优良客户	A类
33分以上	良好客户	B类
26分以上	一般客户	C类
18分以上	谨慎发展客户	D类
18分以下	不予发展客户	E类

第十八条 发展客户时，首先做出《客户评定报告》（附件

九) 并上交至营销副总, 待审核通过后, 方能进行相关工作。

第十九条 客户管理

建立客户信息台账, 一整套的客户信息应包括《客户咨询服务表》、《谈判侧写》、《供应合同》、《客户回访单》、营业执照、资质证书等。客户资料成型后, 归口到商务处统一保管, 未经营销副总理授权, 任何人不得私自查阅和外传。

第二十条 供货管理

供货坚持“以销定产”的原则进行, 合同签订后, 应由市场营销部根据客户需求、合同工期填写《工作流转表》。工作流转表是工艺拆分、模具采购、组织生产、品质检验、产品发出的唯一指令, 经流出、流入部门负责人双方签字后生效。

第七章 销售责任

第二十一条 接洽礼仪

市场营销部是公司完成营销指标与计划的龙头部门, 也是公司对外联络的门户窗口, 必须注重言谈举止恰如其分、业务洽谈描述准确、待人接物以礼相待。

第二十二条 学习培训

定期对销售人员进行营销知识、业务素质、财务知识、法律知识等专业技能培训, 打造一支高素质的营销团队。

第二十三条 指标任务

- (一) 协助相关部门根据合同约定完成销售回款任务;
- (二) 根据公司年度生产总规划确定销售任务指标, 结合客户分类、区域分布、产品类别等情况, 具体落实分配, 确保责任

到人。

第二十四条 台账管理

市场营销部应建立以下台账：产品出厂台账、销售收入台账、成本分析台账、合同及执行台账、产品销售及资金回收情况表、工程结算清单、材料结算明细表、合同评审表台账及各类合同汇总台账。

第八章 纪律考核

第二十五条 纪律要求

(一) 劳动纪律

1. 严格遵守公司各项关于劳动纪律的规章制度，违者按公司规定处罚；

2. 严格执行公司统一着装的要求，违者按公司规定处罚；

3. 严格执行部门规章制度要求，违者按部门管理制度处罚。

(二) 廉政纪律

1. 严格执行法律法规及公司关于廉政建设、廉洁从业的规定，违者根据公司有关制度处罚，严重者追究个人法律责任；

2. 严格遵守湖南省第三工程有限公司营销管理相关规定，违者依据湖南省第三工程有限公司有关规定追究责任。

第九章 附 则

第二十六条 本制度解释权为公司市场营销部，并报送湖南省第三工程有限公司备案。

第二十七条 本制度自发布之日起生效，原已发相关文件同

时废止。

湖南恒运建筑科技发展有限公司

2019年5月22日



- 附件：
1. 项目信息台账
 2. 客户咨询信息服务表
 3. 谈判侧写
 4. 项目评估表
 5. 投标报价审批表
 6. 产品售后服务表
 7. 工作流转单
 8. 合同评审表
 9. 客户评定报告表