

# 主规则

发布日期: 2023/10/3

## 通用细则

1. 本着公平、公正、透明的原则。
2. 客户报备遵循“先到先得”的规则。
3. 规则即时生效，过往不究。
4. 系统自动审核，严格遵照规则执行。
5. 任何与规则相关的修改都须委员会讨论并通过。
6. 报备基于“先信后查”准则审核。
7. 总代理保留随时审查及依据审查结果做出变更的权利。
8. 总代理保留在合法合规的前提下对合作伙伴的行为进行规范化管理的权利。
9. 商机报备限额依据合作伙伴业务，按年度和对应团队设定；视业务进展和资源增减情况做半年度修正。
10. 商机报备限额设定规则按照合作伙伴过往 4 个季度的整体 ACV 销售业绩决定。
11. 报备基于客户的标准工商企业注册名称做排重检查（含曾用名）。
12. 报备内容包括：客户名称（标准工商企业注册名称）、产品、数量。
13. 审核通过，项目变更为有效报备项目；审核未通过，项目则为无效报备项目。
14. 商机跟踪记录须保持双周有效更新。
15. 更新时须提供能证明项目进展的材料，例如（但不局限）：市场开发项目相关资料，客户拜访记录，证明拜访客户的材料，会议纪要，项目建议书等。
16. 如未能及时更新，该商机报备会自动失效。
17. 在商机有效期结束或结单后的一个月內，原合作伙伴不能重复报备。
18. 商机结单后，在 30 日內客户再次增购，结单合作伙伴可申请特殊商机下单。
19. 确认失效的虚假商机（包括但不限于抢占商机、不实商机等）不返还本财年商机额度；原合作伙伴在 30 日內不能重复报备。
20. 合作伙伴可自行决定商机失效。标识为输单状态后，商机额度即刻释放；该客户商机在随机天数后，释放。
21. 密码月度强制更新。
22. 续约合作伙伴数据每两周进行更新，以厂商数据为依据。
23. 市场开发项目资金挖掘出来的项目，须填写批复编号。
24. 个人用户以及一些企查查/天眼查中无法查到的用户的报备，以个人客户性质报备商机。
25. 不能按系统规则自动批复的商机，视为特殊商机，按特定的规则申请及流程执行。
26. 按照规则不能判断，需要厂商协助核查的项目，由总代理启动一议流程；若对一议结论有异议者，由厂商渠道经理启动二议流程；若对二议结论有异议者，由厂商渠道负责人启动终议流程。
27. 商机进展更新内容将作为合作伙伴冲突的最重要判定依据，即一议、二议及终议时，双周更新中提及的内容将优先作为判定依据。

## 大客户商机管理细则

客户所属团队	项目有效期	新购商机激励细则	
大客户 (M 团队)	3+3+3* (月)	前三个月 (自动系统准入)	登记客户基本信息，以及能够证明孵化该项目的材料，项目初始状态为阶段 1。
			按双周频率，持续更新项目进展的材料，例如且不限与客户沟通的记录（电话记录，会议纪要（参加人，头衔，日期，话题，后续行动计划），客户拜访记录，项目建议书等等）；并更新状态为阶段 2。
			<b>注意：</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 若上述信息存在虚假信息，一经查实，会第一时间通知对应的合作伙伴；</li> <li>● 若 3 个工作日内，不能提供相应证明文件，该登记项目视作无效；</li> <li>● 虚假商机失效后不返还本财年商机额度。</li> <li>● 若三个月到期后，项目状态依然为阶段 1，则商机自动失效，返还商机额度。</li> <li>● 对于高价值产品（P/M/A/V），新购项目报备可以并存，但下单产品需保持一致。</li> <li>● 总代签约合作伙伴(开放型合作伙伴)只能报备开放型产品。</li> </ul>
	备注：*需要邮件申请	后三个月 (系统判定规则)	须提交客户跟进策略及计划，且项目状态为阶段 2，系统自动审核，满足要求，通过。
			按双周频率，持续更新项目进展的材料，并按照项目进展状况正确标识项目所在阶段。
			<b>注意：</b> 后三个月到期后，项目状态未达到阶段 3，该登记项目失效，返还商机额度。
		再三个月 (延期规则)	须有确定的采购方案，合作伙伴最晚须在后三个月到期前 <b>五个工作日</b> 提交申请延期的邮件；总代理收到申请后，会由 <b>对应的区域/渠道经理</b> 核查，若理由属实，会在到期日前审核通过。
		项目额度	见补充细则。
行业	事项	续约商机激励细则	
大客户 (M 团队)	判定标准	以单一续约项目 ACV 金额大小为参数进行判定。	
		<ul style="list-style-type: none"> <li>● 续约项目自动登记当前有效的续约合作伙伴。</li> <li>● 若续约期内有孵化新购商机，续约合作伙伴须报备新购项目；该新购项目遵循新购商机有效期政策。</li> </ul>	
		若非当前有效的续约合作伙伴报备新购商机，见补充细则第一点。	
	续约期	ACV>=US\$10K: 自订单进入系统生效之日期——续约到期日后 50 日历日。 ACV<US\$10K: 续约到期之日前 90 日历日——续约到期日后 50 日历日。	

## 战略客户商机管理细则

客户所属团队	项目有效期	新购商机激励细则	
战略客户 (S 团队)	3+3 (月)	前三个 月（自动系统 准入）	登记客户基本信息，以及能够证明孵化该项目的材料，项目初始状态为阶段 1。
			按双周频率，持续更新项目进展的材料，例如且不限与客户沟通的记录（电话记录，会议纪要（参加人，头衔，日期，话题，后续行动计划），客户拜访记录，项目建议书等等）；并更新状态为阶段 2。
			<b>注意：</b> <ul style="list-style-type: none"><li>● 若上述信息存在虚假信息，一经查实，会第一时间通知对应的合作伙伴；</li><li>● 若 3 个工作日内，不能提供相应证明文件，该登记项目视作无效；</li><li>● 虚假商机失效后不返还本财年商机额度。</li><li>● 若三个月到期后，项目状态依然为阶段 1，则商机自动失效，返还商机额度。</li><li>● 对于高价值产品（P/M/A/V），新购项目报备可以并存，但下单产品需保持一致</li><li>● 总代签约合作伙伴(开放型合作伙伴)只能报备开放型产品。</li></ul>
		后三个 月（系统判定 规则）	须提交客户跟进策略及计划，且项目状态为阶段 2，系统自动审核，满足要求，通过。
			按双周频率，持续更新项目进展的材料，并按照项目进展状况正确标识项目所在阶段。 <b>注意：</b> <ul style="list-style-type: none"><li>● 后三个月到期后，该报备项目失效。</li><li>● 失效商机返回商机额度。</li></ul>
		项目额度	见补充细则
<b>备注：</b> <ul style="list-style-type: none"><li>● 实行母公司商机覆盖子公司的机制，最多下探四级（以企查查/天眼查为依据，且占股 50%以上），例如，合作伙伴报备了第一级母公司 A 公司，B 为 A 的子公司，C 为 B 的子公司，D 为 C 的子公司，则对 A 公司的报备意味着最深可包含到对 D 公司的报备。</li><li>● 分公司报备，系统自动升级为母公司。</li><li>● 如果遇到分公司有不同新商机的情况，可启动特殊商机申请流程。</li></ul>			

区域客户商机管理细则

客户所属团队	项目有效期	新购商机激励细则	
区域客户 (T 团队)	3+3 (月)	前三个月 (自动系统准入)	登记客户基本信息，以及能够证明孵化该项目的材料，项目初始状态为阶段 1。
			按双周频率，持续更新项目进展的材料，例如且不限与客户沟通的记录（电话记录，会议纪要（参加人，头衔，日期，话题，后续行动计划），客户拜访记录，项目建议书等等）；并更新状态为阶段 2。
			<b>注意：</b> <ul style="list-style-type: none"><li>● 若上述信息存在虚假信息，一经查实，会第一时间通知对应的合作伙伴；</li><li>● 若 3 个工作日内，不能提供相应证明文件，该登记项目视作无效；</li><li>● 虚假商机失效后不返还本财年商机额度。</li><li>● 若三个月到期后，项目状态依然为阶段 1，则商机自动失效，返还商机额度。</li><li>● 对于高价值产品（P/M/A/V），新购项目报备可以并存，但下单产品需保持一致</li><li>● 总代签约合作伙伴(开放型合作伙伴)只能报备开放型产品。</li></ul>
		后三个月 (系统判定规则)	须提交客户跟进策略及计划，且项目状态为阶段 2，系统自动审核，满足要求，通过。
			按双周频率，持续更新项目进展的材料，并按照项目进展状况正确标识项目所在阶段。
			<b>注意：</b> <ul style="list-style-type: none"><li>● 后三个月到期后，该报备项目失效。</li><li>● 失效商机返回商机额度。</li></ul>
		项目额度	见补充细则

续约商机管理细则

客户所属团队	事项	续约商机激励细则
非大客户	适用项目 (ACV>=US\$5K)	以单一续约项目 ACV 金额大小为参数进行判定。
		<ul style="list-style-type: none"><li>● 续约项目自动登记当前有效的续约合作伙伴。</li><li>● 若续约期内有孵化新购商机，续约合作伙伴须登记新购项目，该新购项目遵循新购商机有效期政策。</li></ul>
		若非当前有效的续约合作伙伴报备新购商机，见补充细则第一点。
	续约期	Renew 到期之日前 90 日历日——到期日后 50 日历日

## 高价值产品商机管理细则

客户所属团队	项目有效期	新购商机激励细则	
高价值产品(P/M)部门 (D 团队)	3+3+3* (月)  备注：* 需要邮件申请	前三个月 (自动系统准入)	登记客户基本信息，以及能够证明孵化该项目的材料，项目初始状态为阶段 1。
			有相关专业化的合作伙伴可以对应申报 P/M 产品的商机，此商机独立于其他团队。
			按双周频率，持续更新项目进展的材料，例如且不限与客户沟通的记录（电话记录，会议纪要（参加人，头衔，日期，话题，后续行动计划），客户拜访记录，项目建议书等等）；并更新状态为阶段 2。
			<b>注意：</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 若上述信息存在虚假信息，一经查实，会第一时间通知对应的合作伙伴；</li> <li>● 若 3 个工作日内，不能提供相应证明文件，该登记项目视作无效；</li> <li>● 虚假商机失效后不返还本财年商机额度。</li> <li>● 若三个月到期后，项目状态依然为阶段 1，则商机自动失效，返还商机额度。</li> <li>● 对于高价值产品（P/M/A/V），新购项目报备可以并存，但下单产品需保持一致</li> <li>● 总代签约合作伙伴(开放型合作伙伴)只能报备开放型产品。</li> </ul>
		后三个月 (系统判定规则)	须提交客户跟进策略及计划，且项目状态为阶段 2，系统自动审核，满足要求，通过。
			按双周频率，持续更新项目进展的材料，并按照项目进展状况正确标识项目所在阶段。
			<b>注意：</b> 后三个月到期后，项目状态未达到阶段 3，该登记项目失效，返还商机额度。
		再三个月 (延期规则)	须有确定的采购方案，合作伙伴最晚须在后三个月到期前 <b>五个工作日</b> 提交申请延期的邮件；总代理收到申请后，会由 <b>对应的区域/渠道经理</b> 核查，若理由属实，会在到期日前审核通过。
		项目额度	见补充细则。

附 录

商机阶段定义

商机种类	商机状态
1	阶段 1:
	● 有签单可能
2	阶段 2:
	● 客户对我们的解决方案有兴趣
	● 或者能确认客户有购买需求
3	阶段 3:
	● 确认客户有预算，需求明确，并且有预期结单日期
	● 或者客户有意愿立项采购
4	阶段 4:
	● 客户明确表态选择推荐的解决方案
5	阶段 5:
	● 进入商务谈判阶段
6	赢单
7	输单

# 补充细则

发布日期: 2023/10/3

## 定义:

- 合作伙伴 A: 现续约合作伙伴。
- 合作伙伴 B: 需要特殊商机的合作伙伴。
- 高价值产品: P/M/A/V。
- 续约失败: 指续约合作伙伴未能在续约有效期内(前 90 天~后 10 天)签订续约合同。
- 增量: 是指超出续约有效期内所有续约项目 (ACV/Billing), 以及续约合作伙伴在续约有效期内已有的新购商机 (ACV/Billing)。
- 关联公司是指占股 50%以上的母、子公司。

## 一、特殊商机的补充细则

### 1. 非续约合作伙伴申请新购商机的流程:

- 1.1 非当前续约合作伙伴申请新购商机, 需同时满足以下条件:
  - a) 确保当前续约及续约合作伙伴的新购业务不受影响, 且能带来增量;
  - b) 增量+续约有效期内的续约项目+续约有效期内的新购项目 Billing 和 ACV 均  $\geq$  (2024 财年建议零售价) \* 1.15。
  - c) 如果续约产品中有 A/3/M 产品, 增量需至少新增 5 套以上(含 5 套)。
- 1.2 合作伙伴 B 须邮件承诺总代理, 保证做到合作伙伴 A 的续约 Base 和续约有效期内新购商机的 Billing/ACV, 以及增量。
- 1.3 总代理在收到合作伙伴 B 的承诺邮件后, 告知合作伙伴 A。
- 1.4 合作伙伴 A 承诺能做到合作伙伴 B 承诺的增量, 则合作伙伴 B 不能获得这个新购商机; 但如果合作伙伴 A 没有做到增量, 合作伙伴 A 需支付合作伙伴 B 增量的激励返点。
- 1.5 合作伙伴 A 不能承诺做到合作伙伴 B 承诺的增量, 总代理会同意合作伙伴 B 的新购商机报备;
  - 1.5.1 合作伙伴 B 没有做到或者部分做到增量, 同时导致合作伙伴 A 丢失/缩减续约和/或续约有效期内新购商机; 合作伙伴 B 支付合作伙伴 A, 增量+丢失/缩减续约和/或续约有效期内新购商机的激励返点。
  - 1.5.2 合作伙伴 B 没有做到或者部分做到增量, 但合作伙伴 A 完成续约和/或续约有效期内新购商机; 合作伙伴 B 支付合作伙伴 A 增量的激励返点。
  - 1.5.3 合作伙伴 B 做到增量, 但总 billing/ACV 未达到目标; 则合作伙伴 B 支付合作伙伴 A 增量+丢失/缩减续约和/或续约有效期内新购商机的激励返点。
  - 1.5.4 合作伙伴 B 做到增量, A+B 的 billing/ACV 达到目标, 但 A 续约商机和/或续约有效期内新购商机丢失/缩减, 合作伙伴 B 支付合作伙伴 A 续约商机和/或续约有效期内新购商机丢失/缩减的激励返点。
  - 1.5.5 合作伙伴 B 做到增量, A+B 的 billing/ACV 达到目标, A 续约商机和/或续约有效期内新购商机也成功完结, 合作伙伴 B 无需支付合作伙伴 A。

- 1.6 合作伙伴 A 续约有效期内原新购商机金额的认定，需参照报备配置，商机跟踪记录的更新，以及原厂或合作伙伴 A 与用户的沟通邮件，三个信息来源的相互印证。如不能相互印证，则以所报备的合作伙伴 A 有资质销售的产品最小单位计算。

备注：

- 续约项目 ACV/Billing 的金额是续约有效期内所有续约项目金额之总和。
- 多家合作伙伴都是有效续约合作伙伴的情况，有效续约合作伙伴申请新购商机不需特批；即可能存在续约项目有多家有效续约合作伙伴的情况。
- 有多家有效续约合作伙伴的项目，总代理会与多家有效合作伙伴逐一核实。
- 本条不适用纯新购商机（即无续约有效期并存的新购商机）。
- 若合作伙伴 B 欲挑战合作伙伴 A 的纯新购商机，须在新购商机 Billing US\$300K 以上的前提下，上会申请。该商机获批后，与 Partner A 的原商机并存。
- 具体流程参见《非续约合作伙伴新购商机挑战流程》。

## 2. 有关联公司的新商机申请流程

- 增加含关联公司的新购商机。
- 合作伙伴 A 在报备商机时，按格式通过邮件形式提交关联公司（不可后补）。
- 关联公司需与企业查或天眼查的公开数据一致。
- 系统视该客户的关联公司为同一商机。
- 此类商机需厂商对应团队的负责人批准。
- 赢单或失效后，所有客户，含关联公司统一释放。
- 赢单或商机过期后，所提交关联公司，同一报备合作伙伴 30 日内不能再次报备，或再次将其作为关联特殊商机的关联公司。
- 关联公司加入时，不检查是否在续约保护期内，是否已有新购商机，关联公司不影响其续约合同的下单，也不影响其已有商机的下单，但关联期间不接受新的报备。
- 如果合作伙伴改用关联公司下单，须检查续约有效期和已有新购商机，即关联公司项目以关联公司名称下单时，受续约有效期或其它合作伙伴已有的新购商机限制。
- 关联公司项目暂时只适用于区域客户。
- 具体流程参见《有关联公司的新商机申请流程》。

## 3. 项目制的新商机申请流程

- 针对集采类项目增加项目制商机。
- 项目制商机有效期和项目有效期一致。（通常只有一个季度）
- 项目制商机不占商机额度。
- 项目制商机以项目形式，标识项目内容中的所有目标客户为特殊商机。
- 项目商机需有厂商对应业务部门团队及渠道负责人批准。
- 项目有效期截止，赢单或未失效的项目，统一关闭并释放。
- 项目中的目标客户已做新购商机排重处理。
- 如果项目制商机存在项目进行过程中因为进入有效续约窗口期失效的情况，参照非续约合作伙伴新购商机挑战流程。
- 所提交的公司，同一报备合作伙伴赢单或过期后 30 日内不能再次报备。
- 具体流程参见《项目制的新商机申请流程》。



## 二、合作伙伴商机额度设置规则， 以及增减或临时增减规则

- 按过往 4 个季度的新购 ACV 数据计算；其中**高价值产品(P/M)部门**按 8 个季度。
- 每年的 2 月底和 9 月底做半年期修正。
- 每年的 8 月份做年度商机额度审查。
- 具体计算公式：
  - M 团队: (过往 4 个季度新购 ACV 的和 / 上一财年平均订单的 ACV) \*2.5  
合作伙伴最小拥有商机额度为 5 个
  - S 团队: (过往 4 个季度新购 ACV 的和 / 上一财年平均订单的 ACV) \*1.25  
合作伙伴最小拥有商机额度为 5 个
  - T 团队: 过往 4 个季度新购 ACV 的和 / 上一财年平均订单的 ACV ) \*3  
行业产品合作伙伴最小拥有商机额度为 10 个
  - D 团队: M 产品和 P 产品额度分别计算  
M 产品: 过往 8 个季度新购 ACV 的和 / 上一财年平均订单的 ACV ) \*1.5  
P 产品: 过往 8 个季度新购 ACV 的和 / 上一财年平均订单的 ACV ) \*3  
合作伙伴最小拥有商机额度为 10 个
  - A/V 产品: 按过往 4 个季度订单数作为商机额度，在 M 团队额度上增加
- 增设以合作伙伴的实际订单数代替过往 4 个季度新购 ACV 的和 / 上一财年平均订单的 ACV 的选项，采用较大值。

备注：

- 若合作伙伴有升级，专业化或区域增加的情况，会按照合作伙伴人员投入情况，商业计划，参考对应的 MPR 及平均订单金额，增加相应额度。反之，减少。举例：对 S 团队有专门投入计划的合作伙伴，按投入专职销售人员（专职销售人员只负责且仅负责 S 团队客户的业务），经厂商 S 团队销售总监批准，可以获得 20 客户商机/销售的额外额度。

## 三、3+3 后商机延期审核的规则

- M/D 团队的第三个延期，合作伙伴需发延期申请邮件，需能证明有确定的采购方案，比如：客户确认邮件，招标文件，六个月的商机详细跟踪记录或其他能证明方案已确定的材料；
- 总代理收到邮件后，会与厂商对应的客户顾问核实，若属实，批准。
- 若厂商客户顾问认为合作伙伴消极跟进商机，拒绝批复合作伙伴继续跟进该商机，须上会讨论，获得厂商管理层批准。
- 合作伙伴最晚须在有效期结束至少五个工作日前提交申请延期的邮件。

备注：

- S/T 团队的项目，若总计六个月的商机有效期到期后，进入采购流程阶段，合作伙伴需发延期申请邮件，需能证明有确定的采购方案，做特殊商机申请，经厂商业务团队和渠道团队负责人批准后，再延长一个月。

#### 四、系统判定的新商机的规则及商机跟进记录核查的规则

- 商机跟进记录包括以下内容中的至少三项：
  - 两周内和客户交互的邮件或电话记录
  - 会议纪要（参加人，头衔，日期，话题，后续行动计划），
  - 客户拜访记录
  - 项目建议书
  - 等等
- 总代理每周抽查 10%商机的双周更新。
- 判定不合格的，记录在案，并发邮件提示并催促合作伙伴。
- 合作伙伴收到邮件后，须在 3 个工作日内更新。
- 期限内未改进的，该商机失效，并取消该商机额度。

#### 五、系统账户申请的规则

- 实名账户。
- 一个账户一个人。
- 合作伙伴可申请多个账户。
- 账户用户须获得厂商认证，且在合作伙伴中心有记录，且状态为激活状态。
- 按格式提交账户申请。
- 申请须合作伙伴 GM 批准，并提交申请。
- 若合作伙伴有人员离职，须即刻通知总代理取消其账户，否则信息泄露，后果自负。