

京东云与 AI 事业部

客户管理手册

文件编号:	JDC-S-OP-202101-001	文件类型:	一级流程 – 销售管理流程
-------	---------------------	-------	---------------

审批日期:	2021-01-08	生效日期:	2021-01-08
-------	------------	-------	------------

提交部门:	战略与运营支持部-商务与综合支持组	批准人:	周伯文
-------	-------------------	------	-----

流程版本更新记录

本文件自发布之日起生效，有效期截至新版本发布。

版本号	文件编号	生效日期	更新概述	拟文人	审核人
V1.0	JDC-S-OP-202101-001	2021-01-08	新建	苑芳	王楠 王培暖 门继鹏 曾华 母小海

目录

一、 目的	3
二、 名词解释	3
三、 关系定义	3
3.1 同一客户&商机为一对多规则	3
3.2 同一客户&PIN 码为一对多规则	4
四、 客户规则	4
4.1 客户行业划分	4
4.2 特定行业划分	4
4.3 客户池&客户数量	4
4.4 母子公司规则	5
4.5 客户更换	5
4.6 客户归属争议处理原则	5
五、 PIN 码规则	6
5.1 PIN 管理规则	6
5.2 PIN 归属争议处理原则	6
六、 商机规则	6
6.1 商机管理规则	6
6.2 商机归属争议处理原则	7
七、 附录	8
7.1 行业属性确认	8
7.2 暂不进行划分企业	8
7.3 特殊客户划分规则补充	8

一、目的

为了规范京东智联云用户归属，促进业务的长期、稳定、健康发展，特制定如下制度。

二、名词解释

CRM：客户管理系统（纷享销客）。

客户：CRM 中的基础数据，多种关联数据的主关联对象。同一客户名称（或同一税号）在系统中只能创建一次。

客户负责人：客户首次创建时，创建人为客户负责人；（可以存在联合跟进人）客户被回收公海客户池或各行业市场客户池后，再次领取人为客户负责人。

客户负责人主属部门：客户属性字段，客户对应销售的相关部门（遵循销售组织架构）。

客户联合跟进人：客户属性字段，由客户负责人进行添加、删除、赋予权限的属性字段，可独立新建客户下级数据：

联系人、PIN（需要客户负责人审批后建立）、商机、预测、订单、协议、合同、回款。

商机：客户下的销售机会，客户的下级数据，CRM 中独立模块。

PIN：客户在京东云内账号的唯一标识，客户的下级数据，CRM 中独立模块。

销售订单：合同产品数据，客户的下级数据，CRM 中独立模块。

合同&回款&收入预测：针对合同、回款和收入的预测数据，客户的下级数据，CRM 中独立模块。

协议：基于客户的协议（不涉及金额），客户的下级数据，CRM 中独立模块。

合同：基于客户的合同（涉及金额），客户的下级数据，CRM 中独立模块。

回款：基于客户销售合同的回款，客户的下级数据，CRM 中独立模块。

AR 应收账款：客户在已经签约合同并开始计费后（或交付完成），未完成相应款项支付。

三、关系定义

3.1 同一客户&商机为一对多规则

商机：一个客户可以创建多个商机，每个商机独立存在。客户负责人有权限自行创建商机，联合跟进人有权限自行

创建商机。

3.2 同一客户&PIN 码为一对多规则

PIN 码直客原则上同一客户只建立一个 pin，集团客户或客户有需求可建立多个 pin，但 pin 负责人与客户负责人要保持一致，客户联合跟进人不能建立 pin。客户负责人变更时 pin 负责人要同时变动。

渠道合作伙伴可建立多个渠道的客户 pin。

四、客户规则

4.1 客户行业划分

(客户行业细分见七、附录)

泛互联网所包含行业：视频，游戏，电商，社交，手机、生活服务，在线服务（在线教育，在线医疗，渲染，其他）。

KA 所包含行业：金融，交通物流，能源，融媒，科技服务，汽车，地产等。

消费零售所包含行业：品牌商，零售商，大消费。

公共业务：政府，部委，园区发展的企业上云客户。

SMB&渠道：各行业线未 Name 客户。

4.2 特定行业划分

“机器人”相关 IoT 行业客户归 KA 团队。

“互联网金融”客户“KA 客户组”“泛互客户组”双方均可跟进。

“融媒”客户的网络与视频需求按客户属性划分。

4.3 客户池&客户数量

4.3.1 行业客户池

1) 企业一部 KA、泛互、企业二部行业线销售优先 Name 行业客户（包括新建和领取），每位销售 Name 客户数量上限 50 个（客户行业属性需商务与综合支持组审核）。公共业务部 Name 客户数量不设限制。

2) 企业一部 KA、泛互、企业二部行业客户池不设数量上限。

3) 领取客户 3 个月没有进展 (CRM 系统商机无更新), 系统自动回收至行业客户池。新建客户没有进展可选择手动转移行业客户池。

4.3.2 公海客户池

1) 各部门销售可以在公海领取客户, Name 客户 3 个月没有进展 (CRM 系统商机无更新), 系统自动回收至公海客户池。

2) SMB&渠道销售 Name 客户数量不设限制, 原则上有机才能 Name 客户, 不受行业属性限制, 领取客户 3 个月没有进展 (CRM 系统商机无更新), 系统自动回收至公海客户池, 新建客户没有进展可选择手动转移至公海客户池。

3) SMB&渠道可以在公海和行业客户池 Name 客户 (需商务与综合支持组审核), 行业线销售不可以跨行业线 Name 客户, 若有特殊情况单独讨论处理方案。

4.4 母子公司规则

行业线销售 Name 母公司占用 50 个客户名额, 子公司不占用 50 个客户名额, 但母子公司的行业属性需保持一致 (创建子公司, 母、子公司客户行业属性需商务与综合支持组审核)。

4.5 客户更换

1) 企业一部 KA、泛互、企业二部新建行业线客户原则上 Name 之日起满季度可自主进行客户更换, 更换需经过行业线负责人审核批准。领取客户 3 个月没有进展 (CRM 系统商机无更新) 系统自动回收, 原路退回客户池。

2) SMB&渠道新建客户没有进展可选择手动转移至公海客户池。领取客户 3 个月没有进展 (CRM 系统商机无更新) 系统自动回收, 原路退回客户池。

3) 行业线内部客户更换、交接前与业务运营岗确认更换、交接客户是否有 AR 应收账款。在合同服务期内有应收账款、涉及法律纠纷的客户, 经过部门负责人审批后方可进行更换或接收, 不设置系统自动回收。

4.6 客户归属争议处理原则

1) 客户行业优先原则: 当争议客户所属行业明确, 应该以行业划分优先, 由行业线优先归属、跟进。

2) 决策升级原则：按照高质量收入及转化、标杆案例可复制及客户长期价值，双方各自举证，沟通协商不能达成一致的可由上级部门决策客户归属。

3) 行业线与 SMB&渠道争议时，双方协商评估跟进价值最大化，沟通协商不能达成一致的可由上级部门决策客户归属，电销及官网发现头部客户及商机，应推荐至对应行业线。

五、PIN 码规则

5.1 PIN 管理规则

1) 客户&PIN 一对多规则

直客原则上同一客户只建立一个 pin，集团客户或客户有需求可建立多个 pin，但 pin 负责人与客户负责人要保持一致，客户联合跟进人不能建立 pin。客户负责人变更时 pin 负责人要同时变动。

渠道合作伙伴可建立多个渠道的客户 pin。

2) PIN 进行个人或企业实名后才可提交报备。

3) 智联云内部账号、集团账号通过 XBP 系统报备，服务商账号通过邮件报备，外部客户通过 CRM 提交报备。

5.2 PIN 归属争议处理原则

客户 PIN 通过 CRM 建立并发起报备、转移，客户转移的同时要提交 PIN 转移，当出现 CRM 中数据与运营后台数据不一致的情况以运营后台数据作为基准数据。

六、商机规则

6.1 商机管理规则

1) 客户&商机一对多规则

- 一个客户可以创建多个商机，每个商机独立存在。
- 客户负责人有权限自行创建，联合跟进人有权限自行创建。

2) 商机阶段定义&填写

商机阶段	需求确认	方案制定	商务谈判	签约阶段	赢单
阶段值&赢率	20%	40%	60%	80%	100%
阶段描述	获悉商机，与客户沟通了解需求中	讨论项目实施方案或进行试用/测试，已有明确的产品配置、采购数量	方案已获客户确认，进入商务谈判阶段	提交合同审批流程、完成业务线、财税法、EBS 审核	合同签署归档，进入开票回款、确认收入阶段
销售 (录入规范)	商机满足 BANTCC	修正商机详细信息(必填项)	创建销售订单	与商务团队邮件确认合同终版	销售在“CRM-回款-新建回款”中上传付款凭证，运营支持查询到账；
	创建商机详细信息(必填项)	持续填写商机跟进记录	持续填写商机跟进记录	“CRM-销售合同”上传合同提交申请；	销售在“CRM-发票开具申请”中新建发票申请；
	持续填写商机跟进记录	立项申请\审批(招投标必选)(邮件或 CRM 发起)	价格申请/审批(邮件或 CRM 发起)	-	-
	预估合同\回款\收入预测	修正合同\回款\收入预测	修正合同\回款\收入预测	修正合同\回款\收入预测	修正合同\回款\收入预测

3) 客户负责人&商机负责人规则

- 客户负责人权限为客户完全权限，可操作客户下所有数据。
- 商机负责人权限为子权限，只能针对商机模块进行操作。

4) 联合跟进人规则

- 联合跟进人权限：联合跟进人权限由客户负责人分配赋予，可对客户所有数据进行操作，可独立建立操作商机、联系人、合同及回款。
- 客户负责人有权增减联合跟进人（可通过邮件申请审批，添加联合跟进人）。
- 当不再为联合跟进人时，客户负责人有权收回联合跟进人所建客户下级数据。

6.2 商机归属争议处理原则

- 决策升级原则：按照高质量收入及转化、标杆案例可复制及客户长期价值，双方各自举证，沟通协商不能达成一致的可由上级部门决策客户归属。

2) 客户负责人更换后，客户负责人及所属部门有权评估、判断决定商机有效及是否联合跟进商机（沟通协商不能达成一致的可遵循决策升级原则，由上级部门决策）。

3) 如果为独立商机，添加联合跟进人后。可各位跟进商机及合同，计收后可根据签约合同分配收入业绩（沟通协商不能达成一致的可遵循决策升级原则，由上级部门决策）。

七、附录

7.1 行业属性确认

家装家居和家电制造类行业属性泛零售。

制造类企业根据制造的产品，最终客户是 C 端消费者则属于泛零售，最终客户是 B 端企业则属于 KA。

平台类电商属于泛互；品牌商的电商属于泛零售。

连锁药店类偏零售属性，属于泛零售。

地产类客户属于 KA。

7.2 暂不进行划分企业

企业服务类客户，可能会作为合作伙伴引入，由于目前商场景象均很少，暂不讨论。

手机行业、Shoppingmall 等在做 2021 年规划的时候根据各行业线规划进行讨论确认。

租赁&商务服务、教育、健康医疗、医药制造目前不是主打行业，暂时不做划分。

公安、军队、海关、税务等目前算在政府行业，但实际上还没有开始做，其它行业线如果有机会可以申请做。

7.3 特殊客户划分规则补充

国美、苏宁以线下店数字化转型为主，划归泛零售领域。

海尔、美的等大集团级别的客户，集团不是强管控的情况下需要具体看下级 BG/BU 的部门属性，例如：美的电器和美的医疗分属不同行业，具体情况具体划分。