**环渤海会议纪要(20100111)**

## 上午

1. 同之前给出的市场管理参考软件相比，其实现的功能仅能满足基本需要，此次开发的软件要考虑有一些亮点内容(同时也是不易控制之处)，预计如下：
2. 招商方式: 考虑多种方式，可以作为提升条件
3. 商户评价体系：同行业的其他软件中，其标准差异较大，希望推出一个比较有效地评价体系(需要市场调研)，其主要作为决策层的一个参考依据，用于考虑是否和该商户签订续租合同等。
4. 客户沟通：
5. 担心问题：需求膨胀，且膨胀的该部分需求在实际应用中作用不大。
6. 需求作为方向体现，无法看出原型，有原型会比较直观。
7. 将同行业的多款软件拿来参考，实现1+1>2的效果。
8. 功能特点提炼：
9. 参考软件中的大部分功能只是属于基本功能。
10. 利用环渤海的实际管理经验及现有数据，把管理范围再做的适用性更强一些，不只针对家装建材市场，对于商品批发市场也适用，例如：大胡同批发市场。

3）招商方法上的细化，待设计有一些与众不同之处。

4） 完善商户评价体系，其中包括该商户的盈利能力、投诉信息。为决策层提供参考依据，决定是否同商户续约、提升租金等。要订一套评分标准且可以维护。

1. 月评价 – 为下月如何管理提供参考
2. 年评价 – 为明年如何管理、是否续约提供参考。
3. 提高软件的易用性。
4. 摊位图显示：通过市场调研，发现现有的软件中，有的是普通的网格方块化显示，有的可以动态编辑摊位图形状、大小(更人性化)。
5. 在查询功能中，模仿Google建议的效果。即输入部分查询关键字，可以给出有关联的其他查询关键字提示。
6. 考虑加入证照管理？
7. 相关通知单、报表做得更细一些，报表中的数据用图形化来显示，为决策层使用起来方便些。
8. 其他：
9. 提到的部分同行业竞争者：方法科技、杰特
10. 一线城市(上海、广州)的客户市场，其管理方式的更新速度较快，二线城市的管理模式还相对原始。
11. 关于招商管理：
12. 商户编号 – 作为系统增量ID的形式出现，非人为定义的编号
13. 助记符 – 拼音缩写，对于助记符重复的商户，由管理人员对其进行维护，在助记符后面添加编号。
14. 招商管理的信息中需要包含如下：
15. 经销级别（总代理还是厂家直销），现有店面（其他商铺位置，规模，经营情况），招商信息的来源，需求意向（价位区间，面积区间）, 商户、厂家所在地
16. 如果是自己请商的话，只可有很少的信息，即商户名称、联系方式。
17. 招商信息同商户信息的关系：

招商管理所涉及的信息只是为招商评审提供参考数据，故其信息并不够详尽，并不包含商户的详细信息。关于商户的详细信息，应该出现在商户管理中，即在某招商信息通过评审成为签约的正式商户后，要在商户管理中录入该商户的各项信息：包括商户详细信息、证照信息等。

1. 2010-01-15追加：

原来招商管理和商户管理中均涉及到商户信息，已经发生了数据冗余，此处将其合并，即将商户信息分为如下三部分：

[1]招商信息：即商户信息的基本部分

--- 主要是在招商管理时录入，用于对商户的资质进行审核，当然这也并不绝对，若有必要也可在招商时录入商户的详细信息或证照信息，作为参考。其中可以包含商户的核心证照信息，例如：营业执照等，但不包含其他个性化证照。

[2]商户详细信息: 主要是对于签约后的商户进行进一步的信息丰富。

--- 在招商过程中维护或成为正式商户后再维护均可以。

[3]商户证照信息，专门用于管理商户的各种证照

--- 关于商户的各种证照信息，因为证照种类多种多样，无法统一管理，当有需要时可以选择添加新的证照，并将其作为商户信息的一部分。

注：

1. "商户基本信息表、商户详细信息表、商户证照信息表"的关系为1 : 1 : N。
2. 总结“招商信息”中应有的字段：

[1] 经营品牌，企业名称，联系人，联系方法，经销级别（总代理还是厂家直销），现有店面（其他商铺位置，规模，经营情况），招商信息的来源，需求意向（价位区间，面积区间）

[2] 如果是自己请商的话，只可有很少的信息，即商户名称、联系方式。

[3] 商户、厂家所在地也需要。

[4] 我添加的：是否缴纳保证金，保证金金额，是否缴纳诚意金，诚意金金额

1. 扩展：提到了资源管理：
2. 对目标摊位有管理：包括现有的、和到期未及时缴费的（自动转入招商系统）！
3. 在资源管理中，需要对摊位资源添加状态，为上述操作（未及时缴费）提供依据。
4. 由于目前的商户编号是作为系统增量ID的形式出现，即使重名商户也无法用其区分，解决方法如下：
5. 输入商户名称时，给出一些相关的现有商户的名称提示？？（类似注册邮箱时的现有名称提示）
6. 后续要有人工筛选以避免重复，主要是通过企业名称、经营品牌、联系方式等来去区分彼此，也可通过联系来确认对方身份。
7. 关于招商确认的简要说说明：
8. 评审 – 达成合同意向 – 缴费确认
9. 关于欠费问题：
10. 先发欠费通知单，在指定期限内未缴费的，该商户所占用的商户资源被自动转入招商流程，可以对其进行新一轮的招商。合同到期时自动收回其占用的资源。
11. 对此类商户的区分及被占用资源重新回归待招商状态的过程，要在招商管理系统有体现。

## 下午.

1. 由招商确认流程引发的讨论，涉及合同管理及缴费确认：



1. 对于招商信息，目前分为5个状态：
2. 未确认

--- 数据尚处于海量信息中，由于该信息的来源渠道很广泛，必然存在诸多垃圾信息或重复信息，录入后尚待确认。

1. 已确认

--- 当需要进行招商操作时，招商人员从未确认的招商信息中进行初步筛选，选中一些预期商户，并对其信息进行人工核实及完善。在确认无误后，将其状态置为已确认，一旦某商户被确认过，就无需再重复确认(即使未成为正式商户，其确认的状态一直保留)。

1. 待评审

--- 对于某招商户信息，其由已确认状态变为待评审状态，有如下几种情况：

1. 如果招商方式为拍卖方式，则需要先由招商人员从有效招商信息中圈定一部分符合要求的潜在正式商户，然后向有意向参与评审的商户收取保证金，只有在商户缴纳了保证金并且得到财务确认后，其才可以进入评审范围，其状态变为待评审。如果该商户最终成为正式商户，该保证金可以被计入租金等；如果该商户最终没有成为正式商户，则其被重新置为已确认的有效商户，同时退换其保证金。

--- 关于保证金这部分是否也必须在系统中体现，并不是十分确定，真正需要退保证金时，也并不以系统记录为依据，只是将其作为临时的历史记录！？

1. 如果招商方式为请商方式，则无需缴纳保证金了，即直接由招商人员将其列入评审范围。此类商户往往是大商家，期望其能加入卖场。
2. 准商户（合同已签订，但尚未缴费）
3. 某招商信息经过评审委员会的评审后，既可以与之签订合同，并生成合同的缴费通知单，此时商户的状态为准商户，即已建立合同，但尚待缴费确认。
4. 合同对缴费期限应该有约定，即逾期不进行缴费确认的话，合同自动终止( 合同管理中应有所涉及)，合同的缴费通知单上也应该有此类说明。此时该招商信息也由准商户的状态退回到有已确认的状态，其要想再次签订合同，除非再次参加一次招商过程。即重走一遍流程。
5. 虽然此时没有进行缴费确认，但合同已经生效，如果始终没有缴费，则合同会在规定期限后被终止。
6. 正式商户（合同已经过缴费确认）
7. 准商户持合同缴费通知单到财务部门进行缴费，待财务部确认通过后，自动将该商户的状态由准商户变为正式商户。
8. 如果之前该商户缴纳了诚意金或保证金，可以将其记入租金，具体可以商定。
9. 关于诚意金

--- 简要说明如下，但其作用不大，也许后续会去掉。

1. 每次需要招商时，先通过公示，商户可以表达诚意，即预先缴纳一些诚意金，要诚意金的目的是觉得这样的流程比较像评审的流程。
2. 诚意金的作用不大，其起作用的范围仅仅是从海量有效信息到是否将其列入评审范围的过程中，仅能表达一下诚意，真正决定其是否能进入评选范围的还是要看其资质的(决定性条件！)
3. 没有入选评审范围的商户，要退换其诚意金。对于诚意金，仅在系统中有个记录，作为一个参考数据即可，但并不以此作为退款的依据。
4. 关于删除招商信息
5. 只有在招商信息处于未确认的状态下，才可对其进行删除。一旦其被确认后就不允许删除了。
6. 招商信息被确认后，如果对其数据有异议或有发现其有错误，可以修改或注销，但无法删除。
7. 关于修改招商信息：
8. 合同签订后，即商户变为准商户后，关于该招商信息就不可再被修改了！
9. 在“海量信息 – 未确认”状态时，可以修改招商信息的任意部分。
10. 在“海量信息 – 已确认”状态时，只可修改非核心数据，诸如：招商信息的来源等，无法修改核心数据或状态。
11. 在“待审核”，“准商户”状态时，只可修改招商信息的状态，无法修改其他任何信息。
12. 关于招商信息状态的变化：
13. 录入招商信息后，其初始状态为“未确认”。（默认自动）
14. 当有需要招商时，招商人员会通过检索选中预期数据，并进行人工确认。确认通过后，其状态将置为“已确认”。（人工修改）
15. 招商人员从已确认的招商信息中进行筛选，圈定一批目标商户以供评审，其状态将置为“待评审”。（人工修改）
16. 某招商信息经过评审，合同管理人员在录入该合同信息并确认合同后，会同时生成相关的缴费通知单，其状态将置为“准商户”。（确认合同时自动修改）。
17. 商户拿缴费通知单到财务处缴费，财务在做确认缴费的操作后，其状态将置为“正式商户”。（确认缴费时自动修改）。
18. 关于注销招商信息：

某招商信息，在进入待审核状态之后就不可以被注销了，在此之前是可以被注销的！

补充：

1. 需要增加在线编辑合同模板的功能

--- 在线编辑word文档，然后将其打印出来，其中的具体合同内容可以通过拖拽的方式引入、排除（需要增加合同模板管理功能）。

2）在合同管理的合同创建功能中，在填写乙方的商户信息时，这部分可以采用自动关联引入的方式，即从已有的商户信息中选中要签订合同的商户，则该商户的信息自动被填入到合同模板中，然后将其创建、打印即可！

1. 关于营业员管理：
2. 系统统一管理营业员信息的目的：

--- 营业员由商户自行面试录用，由于营业员的表现将影响卖场形象，故必须由市场管理部门统一管理！

--- 商户在录用某营业员后，必须将其信息上报到市场部，否则一经查出，会对商户进行处罚。

1. 营业员管理中，除了要维护营业员的基本信息外，还要维护营业员的奖惩信息，营业员的表现是和其工资实际挂钩的，目前营业员50%的工资是由市场管理部分控制发放的，其来自于从商户缴纳的相关款项中扣除。
2. 营业员信息中需要增加身份证号、工作证号
3. 对于营业员信息的维护基本好控制，另外主要是记录对营业员的奖惩记录。
4. 对于营业员奖惩记录的维护，主要是通过如下三种方式实现的：
5. 日查馆内巡查中记录营业员的表现

--- 市场管理员每日巡查，并维护当日信息。

1. 检查出勤

--- 商户提交该部分数据，然后手动录入到系统中，作为评审营业员的参考依据（此方法是否实际可行，待定！？）。

1. 客户针对营业员的投诉 --- 放在售后管理中！
2. 对于营业员的评分，采取扣分制的：

--- 营业员身份证号 日期 录入人 惩罚原因(违反条例) 扣分 备注

1. 扩展说明：关于日常巡查的介绍：

--- 日常巡查的检查内容：营业员表现，商铺装修等各项指标是否符合要求。

1. 对商铺的日常巡查记录，应记录商户管理中，其是直接通商户挂钩的。店铺管理，可能影响对商户的评价，影响续租的可能性。
2. 店铺管理属于日常管理的一部分，日常管理属于商户管理的一部分。
3. 扩展说明：关于售后管理中的投诉流程！
4. 商品类投诉- 品牌投诉、商家投诉
5. 服务类投诉- 针对营业员的投诉

--- 投诉处理过程：日常投诉以调节为主，基本可以挡回了，还处理不了的就转入投诉部门进行处理，此时会将投诉信息录入到系统中，投诉部在处理完成后，还要返回到市场部进行确认。

1. 投诉信息记录：

--- 投诉类型、投诉内容、投诉人、投诉人联系方式、预订解决方案、经办人、经办日期、备注、销售单据编号(如果是商品投诉，要记录购物的销售单据号)、

处理结果

注：品类即商品的大分类，即卫浴、瓷砖等；二级品类即品类的再次细分，即浴缸、水龙头等。

1. 关于赔付
2. 投诉管理 – 如果不涉及钱，则可以直接处理。
3. 投诉管理 – 如果涉及钱，则需要到市场部管理（由其管理商户的信用体系等） - 经确认后开单子到财务部门取赔偿金！

--- 如果投诉内容比较简单，则市场管理部门就直接处理了；如果市场管理部门无法解决或消费者不满意而要求继续投诉，则可以转到投诉部进行处理，投诉部门处理完毕后，要回到市场管理部门进行审批。

--- 目前关于投诉赔偿、退货的业务，很难做到完全规范化的管理，系统中只记录投诉信息，而实际处理则系统无法控制，这部分由人工解决。

3）对于已裁定的赔付，如果商户拒绝赔付或商户已撤了，可以用商户的质量保证金来赔付，一般商户在撤离一年后，才能退换其质量保证金。此部分实际操作属于业务流程，系统可以做记录，但很难人为控制。

14. 关于删除营业员

1）对于录入的商户信息，如果其已经有了关联的商户，则无法对其进行删除，只可注销；如果尚未关联则可以删除。

--- 根据身份证号来检索员工，有必要修改时再修改没有修改时再删除。

1. 检索营业员，是根据其身份证号进行的！

--- 在营业员尚未关联商户的情况下，可以修改该商户的任意信息；

--- 在营业员关联商户的情况下，仅可修改商户的非核心信息，其核心信息(身份证号)不可修改。