# 分为3大模块

# 经济管理

# 资格管理

# 行为管理

# 一、市场资源管理

根据工程人员提供面积、位置、图纸，由招商人员进行复核尺寸位置形成市场摊位图，并制定价格和政策。报主管领导审批，作为储备资源进入出租状态。资源管理的原始数据作为决策和考评的基础数据，并根据运营中的情况进行调整。形成新的基础数据。

在资源管理中，要以区域基础数据进行整体管理，以区域为单位进行基础报表统计。

* 1. 主营资源：商铺（位置，编号，价格，面积， 产品分类）、广告位（位置，名称，价格，面积）
  2. 配套资源 办公用房/厂房：办公室、宿舍、库房/冷库、餐厅、停车位、

资源是市场经营的产品，是价格杠杆调整的基础。

* 1. 工作流程：工程人员提供基建的图纸 -> 招商人员形成市场摊位图 -> 制定价格和策略 -> 主管领导审批

# 二、招商管理

通过各种招商方法，把来自各个渠道的商户信息、商户需求进行整理筛选，形成商户待租排队序列。通过有效的评审方法，选择进驻商户，履行签订合同手续，形成固定应收费用，交款后，领取《入驻须知》成为正式商户。

合同签订中如果合同内容超出资源管理定义的招商政策（面积、价格、位置、租期、交款方式），出具申请书，由上级领导审批。

商户准入标准制定：各区域、各品类指标的制定，建立准入标准。包括经营范围、品牌、资质等招商流程:

招商信息库，包括预登记和请商—〉招商筛选（根据海量信息中筛选符合商户信息）—〉确定招商方法

招商方法：

方法1：评审委员会评审—〉确定商户

方法2：请商—〉收取诚意金—〉确定商户（诚意金解决有多少人对市场有兴趣，不同程度对市场的态度）

方法3：拍卖—〉收取保证金—〉确定商户-》

签订合同—〉合同交款（将已确定商户缴纳诚意金、保证金等转入租金，其他商户费用形成退费）—〉根据交款凭证合同盖章成为进驻商户（领取入驻须知后办理进驻手续）

注：招商完成，对竟拍失败的商户退款（诚意金）

诚意金的有效期：签合同后

## 预招商

通过总台、招商办公室、或网站、市场调研等渠道获得商户储备，作为市场预招商资源（招商资源主要关注商户资质，经销级别，商户已有店面情况及目前的经营情况）。。

预登记的商户信息资料：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）

招商优惠：根据招商政策和上级领导授权，可以在签订合同中，给商户一定的优惠方式。

首期赠送：新商户在前1个月或几个月可以免租金（但一般管理费照收）；

隔期赠送：例如交三送一，交3月租金送1个月租期；

租金折扣：在标准租金下给与一定的打折优惠；

优惠处理：不降租金，直接免掉一定金额（通常需总经理签字）。

# 市场管理

## 装修管理

## 商户根据入驻须知办理各项入驻手续，各部门按要求审批后，财务收取装修押金。商户根据押金收据领取装修许可证，进入装修期，转入现场管理，装修后由各部门验收后，到财务退装修押金。

装修审批

安保审批

物业审批

装修押金（财务部）装修后退押金

## 商户档案管理

### 基本信息

* + 1. 商户基本信息：企业名称，区域，企业名称，经营品牌，代理级别，负责人，法人身份证，联系方式（展位电话，移动电话），租赁期限，标准单价，面积（标准面积，租赁面积），租金（标准租金，合同租金），信誉质保金，营业员押金，交款日期，所属商品部，广告位，经营方式（个体，私企，国企……）展位号（有租多个展位的商户），
    2. 商户证照管理：对商户的各种资质及证照进行登记审核。完成核对，建立资质及证照有效期提醒 机制，到期系统自动提醒。
    3. 签约商户信息查询：(分为预租，审核中，准客户，正式)

市场的商户信息比较多，在众多商户信息中，有些商户是没有签约的，有些商户是合同到期不租了，管理人员随时了解市场所有商户中有哪些是正在租赁期内的。

商户奖惩管理:记录商户奖惩信息,为商户信用等级评定提供基础数据（确认奖惩标准）.

商户信息变更:商户信息在经营过程有有更改，但要求保留记录商户信息变更情况.（提交变更后的商户信息（商户信息中和合同有关的信息不需变更，其他需要审核）——>审核）

注：需要保留信息变更的申请

### 上市商品管理（原产品信息）

经营品牌、代理委托、3c认证、商标使用证、品牌登记、授权书、生产厂家执照有效期、执照注册号、注册资本、税务登记证、法人代码证、企业权益、质检报告、生产许可证、进口商品准销证、报关单、备注。

1. 价格、型号、规格（海量)
2. 促销价格需要登记，增加撤销商品需要登记

### 营业员管理

1. 营业员信息：姓名，性别，从业年限、奖惩记录-《营业员管理手册》
2. 营业员上岗审批，面相，气质

# 商户人员管理：

1、商户人员档案登记

记录商户人员资料信息

2、商户考勤情况：

记录商户每天考勤情况。

### 现场管理

日常管理

日常管理（巡查）：发现问题（问题分类

十五项指标。每天进入系统。

发现问题—〉通知区域主管—〉对商户下发整改通知单

着装，

商户评价（租金交付，投诉，市场管理制度管理程度，市场活动参与程度 一年的活动累计次数作为基数），每个评价模型不超过5个维度，利用维度全度来评价

违规商户管理:记录在市场内部的违规商户信息,为市场管理人员提供违规商户信息基础数据,为商户信用等级评定提供基础数据.市场管理人员进行分析，合理为市场引进质量好的商户提供数据基础。

（确认是否有违规等级还是通过手工录入的方式）

~~外部管理~~

抽查（上级领导），互查（部门间）：发现问题—〉对管理部门下发通知单—〉记录问题等待处理结果

投诉管理

投诉管理：售前，售中，售后的投诉分类登记，记录投诉事件，解决投诉方法。给出投诉意见。

消费者投诉—〉投诉登记—〉分析投诉类型—〉记录投诉事件—〉选择被投诉者（产品质量：企业、品牌。服务质量：营业员、市场管理人员）—〉处理意见（写明财务扣情况）—〉打印投诉处理结果—〉扣质保金—〉打印补齐质保金通知

售后，消费者投诉（投诉部、职能部门（公司的，消协）、 媒体投诉），评价不同

属于产品质量问题，服务（与产品服务问题有关的（送货不及时，安装不合格） 和 经营服务行为（促销不真实，价格不规范，虚假承诺））

## 投诉分析：

根据各投诉分析结果，调整对商户的管理和招商、续租政策，并制定新的管理规定。

建立投诉报警机制，系统自动提醒投诉未处理信息。

# 合同管理

1. 合同修改：

出具申请书，上级签字认可，终止合同，重新签订新合同。

合同变更：由招商部门按照政策协商结果对合同进行变更改，（厂家名称，止租日期，商家简称，租金情况等）提交上级审核。审核通过后，财务部门根据合同情况收款。

合同的变更（如果需要变更资源管理的项目）需要向领导提交合同变更申请书，终止旧合同并且存档。重新生成新的合同。

1. 合同续租

打印续租通知单-》是否续租（提前15天）。-二次打印提醒单-是签订新合同，否：提前进入待租状态，进入招商流程。

1. 合同终止

正常终止：进入招商流程

非正常终止：主动终止，书面通知 ->审批 ->终止

非主动终止，法律手续（到法院告商户，法院下通知，合同终止）

合同查询：

商户信息中的与市场合同到期并且不再租赁的商户给筛选出来，以便市场管理人员随时了解市场所有商户

b.到期合同继租查询：提前一个月提示续租。

c.到期合同未继租查询：提前一个月提示未续签合同商户。

# 财务收费管理：

## 1、收费管理

刚进入，没有合同，只有预订单。

先收款后签合同，或反之

依据什么收款，依据合同或者通知单，退款的时候有一个审批的过程

退款，收款，扣款，依据什么进行操作

## A、固定应收费用：合同文本中规定的固定应收项目

打印费用通知单（项目主管部门打印）-> 签订续租合同 -> 打印收款-

财务依据缴费通知单收款，出具交款证明，凭证明换取收据或发票

## B、其他费用

手写通知单，到管理部门缴费

财务人员通过商户催费单收费。财务人员根据单据的应收金额和未收金额。商户的租金如果不是一次性交清，财务人员可以查找下次他应该收取商户多少钱。（确认

1、是否允许分次付款3、预付款的有效期。）

1. 实收定金:财务实际收取商户定金的情况。
2. 实收诚意金：财务实际收取商户诚意金。
3. 实收电费：财务实际收取商户电费情况。
4. 实收租赁费：财务实际收取商户固定应收费情况。
5. 实收管理费：财务实际收取商户管理费情况。
6. 实收水费：实际收取商户水费。
7. 其它实收费：财务实际收取商户其它费用情况（罚款）。诚意金的违约费用
8. 实收酬宾费：财务实际收取商户酬宾非情况。
9. 实收滞纳金：财务实际收取商户滞纳金情况。
10. 实收卫生费：财务实际收取商户卫生费情况。

## 2、退费管理（确认哪些费用可以退）

退还商户的各种费用

1. 退还诚意金：将诚意金退还给商户。
2. 退还固定费：对日常费用进行退费如质保金、租金等。
3. 其它支付：对其它费用进行退费。
4. 退还预付款：将预付款退还给商户。
5. 退还装修押金：将装修押金退还给商户。

市场管理人员，财务人员了解商户的退费情况。

## 3、财务查询

经手人查询：提供出纳人员的每天收费情况如现金、支票等各收多少钱，以便为每天结账提供系统的准确数据。

财务收费费包括

1、固定费用（合同、周期）：

租金、质量保证金、合同押金、广告费、水电费。

2、临时费用

罚金、临时摊位费。

# 销售管理（非统一收银）

管理消费者信息、商户与消费者形成的购买信息并对它们加以分析，掌握销售信息，对商户管理，商品结构及消费者的购买进行有效分析。

首先给商户发放销售票据，只有成功给商户发放销售票据（合同、销售票），商户才可能进行销售单录入。

## 1、票据发放：

销售的合同单和销售票的发放，将合同单和销售票发放到某个摊位，记录商户的信息。销售票据号与商户信息挂钩

## 2、销售登记：

该模块主要的功能是管理消费者信息、商户与消费者形成的购买信息并对它们加以分析，以便更好的把握市场信息，更好地为商户及消费者服务。

首先给商户发放小票，只有成功给商户发放小票，商户才可能进行销售单录入。

**A.家具部合同登记**

家具部合同登记信息

**B.材料部合同登记**

材料部合同登记信息

**C.材料部小票登记**

材料部小票登记信息

**D.家具部小票登记**

家具部小票登记信息

**E.pos管理**

记录商家刷卡信息

**F.退货登记**

记录客户退货情况。

**G.小票发放**

销售的合同单和小票的发放，将合同单和小票发放到某个摊位

**H.小票作废**

填写小票作废信息

**I.小票统计**

统计各个摊位小票发放，剩余，作废情况。

# 统一收银（代收款管理）

市场施行商场化管理，进行统一形象的统一收银。对商户及商品的管理更加准确。给商户发放销售票据（合同、销售票），银台统一收款，盖章鉴证，并以此作为售后凭据。价格需要做接口

## 1、票据发放：

销售的合同单和销售票的发放，将合同单和销售票发放到某个摊位，记录商户的信息。销售票据号与商户信息挂钩

## 2、收款登记：

商户销售开据统一销售票据，到银台交款，鉴证盖章。

## 3、交款方式：

根据消费者交款形式，支票、刷卡、现金进行统计。

## 4.退款登记：

根据退货流程和制度，退货权限进行退货，记录客户退货原因等情况。

## 5.票据作废：

填写票据作废信息

## 6、统计销售额。

整体销售，区域销售，品类销售，商户销售等

## 7、商户返款：

根据制定的返款时间，做出返款明细。报银行返款

## 8、返款查询：

根据返款情况，生成返款信息，可以发布到网上，商户根据自己账户密码查询。

## 9、统计查询

1. 收银员已收情况：记录收款的金额上交情况。
2. 实收统计：根据时间统计收款情况。
3. 返款统计：根据时间统计给商户返款情况。
4. 退款统计：根据时间统计退款情况。
5. 返款人明细记录：统计返款人返款情况。
6. 返款分摊明细：统计每笔收款的费用分摊情况。
7. 促销统计：按活动统计活动期间的促销情况。
8. 收银员收款情况：统计收款人员收款情况。
9. 收银员收款未上交情况：统计收银员收款未上交情况。

# 九、企划及活动管理

## 1、企划活动管理

同样履行合同核心模型

## 2、媒体投放管理

## 3、vip会员管理:对市场的vip客户进行管理，形成回头客户。绑定消费者。

**1）、 会员资料登记**

建立会员资料档案。

**2）、 服务台领卡管理**

登记服务台领卡情况。

**3）、 会员消费情况**

显示会员各个时间的消费情况。

**4）、 会员卡积分查询**

查询每个会员卡目前积分情况。

**5）、 会员礼品管理设置**

设置会员礼品资料信息。

**6）、会员礼品发放**

记录会员兑换礼品情况。

**7）、会员卡活动设定**

记录会员卡活动政策。

# 十、广告管理

### 1、广告位管理

对市场室内、室外广告位进行编号登记租金标准。

### 2.广告合同管理

该模块包括市场广告合同登记、室外商户广告合同登记、室内广告合同登记：

市场广告合同登记：主要实现记录市场对外的广告投放情况（网络、电视、车体、报纸、杂志、户外广告、广播电台）。

室外商户广告合同登记：该模块主要是对商户在市场内室外部投放广告的合同管理。

室内广告合同登记：该模块主要是对商户在市场内室内部投放广告的合同管理。

### 3.广告费应收费管理

对商户广告应收费进行管理。

### 4.广告费实收登记

记录商户广告费实收情况。

### 5.广告供应商资料管理

记录广告供应商资料情况，可上传图片、文档等资料。

### 6．媒体供应商资料管理

记录媒体广告供应商资料情况，可上传图片、文档等资料。

### 7.广告费统计

统计市场对外及商户广告位出租费收取的数据统计。

### 8.商户广告欠费查询

查询商户广告费欠费情况。

# 十一、数据统计与决策

数据分析模型，从哪个角度分析，横向（与基准比）纵向（与历史比）

各个模块都会涉及到数据统计分析，对比数据统计分析，例如

- 合同管理中，合同续约，违约，终止，每项比例

- 按约履行的合同，非按约履行的合同

- 合同按约交款的比例

- 对合同的动态进行统计，在某个时点统计合同执行状态，并给予提醒

- 收费管理统计

- 促销活动，流量分析，统计流量，平时某个时间段某个出入口流量统计，一个活动举行的时候相同时间段相同出入口流量统计，配流量统计仪，及时上传到系统中。

- 收款，超过租金标准，低于租金标准比例

- 投诉 服务类比率，媒体曝光比率，职能投诉比率，市场部投诉比率等

- 商户流动比率，工作人员，营业人员流动率

- 单平米租金贡献率（各种区域分析），即按区域划分租金平均价位

- 统计个体变化与标准对比（例如标准租金150每平米，个体变化为140或160），统计变化是正向或反向

基准数据一年修订一次，执行过程中，与标准不统一的情况，执行审批过程

- 分类分析，执行当中的分析，合同，基准面积是50，合同要4个展位，分析出商户对展位的大小的需求

分析，5个以上展位有多少，2个有多少，每年的数据进行对比，并且在同一个维度下进行对比

- 基准对比分析，结构分析（投诉比率，同年对比，eg商品分类投诉）

- 商户统计分析，没有交个体工商户税，押金缴纳情况对比

## 1.经营分析统计

* + 摊位出租率分析
  + 未出租摊位查询
  + 摊位历史价格变化
  + 平均租金分析
  + 合同到期分析
  + 合同到期查询
  + 商家租赁面积分析
  + 商家入驻时间分析
  + 未出租摊位分析
  + 预登记商户诚意金分析：通过预登记商户摊位诚意金对比，分析商户缴纳诚意金情况分析。从而了解摊位抢占情况。
  + 租金分析：建立实际租金与标准租金对比信息。
  + 商户欠费次数统计：在合同租期内商户的欠费次数情况。
  + 预登记商户结构分析：通过预登记商户信息分析一般商户与诚意商户比例。
  + 商品品牌重复率分析：通过合同数据，分析同一商品品牌重复率。即同一品牌在一定时期内的摊位分布情况。
  + 品牌经营人分布分析：分析同一品牌在一定时期内的经营人分布情况。
  + 投诉分布：分析一定时期内按照品类、品牌、商户等信息分析投诉情况。

## 2.销售分析统计

* 地区客户销售分析
* 年销售分析比较
* 月销售分析比较
* 阶段销售分析
* 营业额分析
* 商品类别销售分析
* 同类产品排名分析
* 商户获利能力分析

## 3.综合查询

### 1）.汇总统计

* + - 1. 已收明细汇总统计：统计相关费用已经收取的费用情况。
      2. 应收明细汇总统计：统计相关费用应收的费用情况。

### 2）.综合收费查询

查询商家所有收费情况。

### 3）.商家综合欠费查询

查询商家所有费用项目的欠费情况。

### 4）.商家分类费用查询

查询商家的某种费用的欠费情况。

* 1. 质保金：查询质保金欠费情况。
  2. 租金：查询租金欠费情况。
  3. 工商管理费：查询工商管理费欠费情况。
  4. 电费：查询电费欠费情况。
  5. 电话费：查询电话费欠费情况。
  6. 水费：查询水费欠费情况。
  7. 滞纳金：查询滞纳金欠费情况。
  8. 酬宾费：查询酬宾费欠费情况。
  9. 卫生费：查询卫生费欠费情况。

# 十二、销售统计

### 1.店面销售统计：对市场的整体销售进行统计

### 2.销售月统计：对市场按照月进行销售统计

### 3.销售日统计：对市场按照日进行销售统计

### 4.酬宾费统计：统计商户参加活动与不参加活动的销售额。

十三、资格管理

资格分为有效与无效

营业执照

进口商品商检

产品合格证，3月到期，商户没有提供3月后的证照

安全认证

海关证，报关单等

若无效，管理部门要求商户补齐相应证照，若到期没有补齐采取相应措施