**58集团本地服务事业群（LBG****）**

**直销及电销业绩管理规范**

**业绩管理部**

**2023年06月01日修订**

**总 则**

**（一）目的**

为助力集团战略发展目标的实现，规范业务售卖行为、明确各类产品业绩计入指标及口径，特制定《58集团本地服务事业群（LBG）本地服务产品直销及电销业绩管理规范》。

**（二）适用范围**

58集团本地服务事业群（LBG）本地服务直销及电销全体销售人员。

**（三）业绩用途**

1. 绩效工资分配；
2. 评优奖惩；
3. 职务等级升降；
4. 员工培训。

**目 录**

[一、 产品及客户定义 1](#_Toc172651658)

[1.1 产品定义及分类 1](#_Toc172651659)

[1.1.1 会员 1](#_Toc172651660)

[1.1.2 推广币 1](#_Toc172651661)

[1.1.3 信息服务 1](#_Toc172651662)

[1.2 客户定义 1](#_Toc172651663)

[二、 产品业绩计入规则 2](#_Toc172651664)

[2.1 会员业绩 2](#_Toc172651665)

[2.1.1 会员业绩计入条件 2](#_Toc172651666)

[2.1.2 会员业绩计入类型 2](#_Toc172651667)

[2.1.3 会员业绩计入时间 3](#_Toc172651668)

[2.2 推广币业绩 3](#_Toc172651669)

[2.2.1 单售推广币业绩 3](#_Toc172651670)

[2.2.2 打包推广币业绩 4](#_Toc172651671)

[2.3 信息服务业绩 5](#_Toc172651672)

[2.3.1 单售信息服务业绩 5](#_Toc172651673)

[2.3.2 打包信息服务业绩 5](#_Toc172651674)

[2.4 会员单数（BI显示为网邻通个数） 5](#_Toc172651675)

[2.5 框架业绩 6](#_Toc172651676)

[2.6 T+3M消耗业绩（仅适用于非东北直销销售） 7](#_Toc172651677)

[三、 业绩归属规则 7](#_Toc172651678)

[3.1 员工层 7](#_Toc172651679)

[3.1.1 归属销售 7](#_Toc172651680)

[3.1.2 归属部门 8](#_Toc172651681)

[3.1.3 假退重提业绩 9](#_Toc172651682)

[3.2 管理层 9](#_Toc172651683)

[四、 其他规则 10](#_Toc172651684)

[五、 业绩展示、查询方式及异常处理流程 11](#_Toc172651685)

[5.1 业绩查询方式 11](#_Toc172651686)

[5.1.1 业绩查询入口 11](#_Toc172651687)

[5.1.2 业绩查询报表 11](#_Toc172651688)

[5.1.3 业绩查询时间 11](#_Toc172651689)

[5.2 常规业绩问题反馈及受理流程 11](#_Toc172651690)

[5.2.1 业绩调整范畴 11](#_Toc172651691)

[5.2.2 业绩问题反馈及受理流程 12](#_Toc172651692)

[5.2.3 业绩反馈时间及周期 12](#_Toc172651693)

[5.2.4 业绩反馈申请表模板 13](#_Toc172651694)

[5.3 其他业绩问题反馈通道 13](#_Toc172651695)

[六、 附则 13](#_Toc172651696)

# 产品及客户定义

## 产品定义及分类

### 会员

58集团本地服务业务板块会员类产品，是58集团为本地服务企业提供的VIP服务，是客户开启会员身份特权的开端和途径，可全面享受会员成长、各类会员权益及自由购买和搭配本地服务资源，助力本地服务结果的达成。目前，LBG直销直销售卖的会员产品包括但不限于生活网邻通、招商加盟网邻通、二手交易网邻通、跳蚤网邻通。

### 推广币

用于在58集团本地服务业务板块产品消费的虚拟货币，客户可根据自身宣传需求，使用推广币自由选择购买增值产品资源，提升推广效果。根据是否与会员产品组合售卖，分为单售推广币和打包推广币。

### 信息服务

58集团为客户提供的用于提升本地服务效果及效率的常规类或企服类信息服务产品，主要包括但不限于：小程序、服务保障计划、朋友圈置顶、会员刷新、优先推送、企服卡、产品操作指导、天展点、视频服务。根据是否与会员组合打包售卖，分为单售信息服务和打包信息服务。

## 客户定义

客户分为公司客户和个人客户。

公司客户：指58CRM商机系统中的企事业单位主体名称，以企业营业执照或事业单位法人证书上的【统一社会信用代码】作为唯一标识；

个人客户：以身份证号码作为唯一标识。

# 产品业绩计入规则

## 会员业绩

### 会员业绩计入条件

会员业绩计入必须满足会员产品为非0元提单，否则不计入。

### 会员业绩计入类型

（1）新签会员： 同一客户在58财务系统扣款成功（且审核通过）时往前180天[[1]](#footnote-1)（含[[2]](#footnote-2)）内不存在同一产品线会员服务算新签。

（2）续费会员：同一客户在58财务系统扣款成功（且审核通过）时往前180天（含）内存在同一产品线会员服务算续费。

注：

1. LBG直销只有黄页一条产品线；电销分为三条产品线，具体分为黄页，二手和创新。
2. 同一天同一客户购买多笔同一产品线会员，新续类型保持一致。
3. 如果同一客户下有多个账号，多个账号统一进行新签续费的判定

### 会员业绩计入时间

#### 新签会员业绩计入时间

以产品实际服务开始时间作为业绩计入时间。

#### 续费会员业绩计入时间

（1）若扣款成功（且审核通过）时间和服务开通时间间隔大于或等于180天，以实际服务开始时间往前推180天作为业绩计入时间。

（2）若扣款成功（且审核通过）时间和服务开通时间间隔小于180天，以扣款成功（且审核通过）时间作为业绩计入时间。

计入时间公式如下：

续费会员业绩计入时间=MAX(扣款成功且审核通过时间，服务开始时间-180天)。

## 推广币业绩

### 单售推广币业绩

#### 单售推广币业绩计入条件

单售推广币业绩计入须满足以下任一条件：

1. 充值当天[[3]](#footnote-3)， 同一用户ID成功购买过非0元订单且订单来源类型[[4]](#footnote-4)为直销的本地服务板块会员产品。
2. 充值当天，同一用户ID成功购买非0元预开通会员订单且订单来源类型为直销的本地服务板块会员产品

#### 单售推广币业绩归属

客户充值当天存在与该笔单售推广币的业务线属性一致的会员服务（非0元会员）或充值当天有购买预开通会员，计入CRM绑定销售业绩。

#### 单售推广币业绩计入类型

（1）新签单售推广币：同一客户在充值当天往前推365天（含）内推广币累计业绩小于或等于0，即为新签类型。

（2）续费单售推广币：同一客户在充值当天往前推365天（含）内推广币累计业绩大于0，即为续费类型。

注：推广币累计业绩包括：单售推广币、打包推广币。

#### 单售推广币业绩计入时间

（1）若充值当天存在同一用户ID成功购买过订单来源类型为直销的本地服务板块会员产品，且不存在同一用户ID历史购买过、当天仍在服务中的订单来源类型为直销的本地服务板块会员产品，该单售推广币业绩计入时间与充值当天购买的本地服务板块会员产品的业绩计入时间保持一致。

（2）除上述情形外，均以单售推广币扣款成功时间作为业绩计入时间。

### 打包推广币业绩

#### 打包推广币业绩计入类型

会员套餐内打包推广币业绩的新续类型与会员套餐内会员业绩的新续类型一致。

#### 打包推广币业绩计入时间

打包推广币充值成功后，与会员套餐内会员业绩计入时间保持一致。

## 信息服务业绩

### 单售信息服务业绩

#### 单售信息服务业绩计入类型

（1）新签单售信息服务：同一客户在58财务系统扣款成功（且 审核通过）时往前推180天内不存在同一产品线信息服务，即为新签类型。

（2）续费单售信息服务：同一客户在58财务系统扣款成功（且审核通过）时往前推180天内存在同一产品线信息服务，即为续费类型。

#### 单售信息服务业绩计入时间

以实际服务开始时间作为业绩计入时间。

### 打包信息服务业绩

#### 打包信息服务业绩计入类型

会员套餐内信息服务业绩的新续类型与会员套餐内会员业绩的新续类型一致。

#### 打包信息服务业绩计入时间

若打包信息服务实际服务开始时间早于或等于会员服务开始时间，则打包信息服务业绩计入时间与会员业绩计入时间保持一致；若打包信息服务实际服务开始时间晚于会员服务开始时间，则以打包信息服务实际服务开始时间作为业绩计入时间。

## 会员单数（BI显示为网邻通个数）

1. 统计周期内所有满足计入业绩规则且按照核算规则计算后的网邻通的个数总和（订单维度）。会员单数包含新签会员单数和续费会员单数。
2. 判定条件：依据订单实际服务时长，会员+打包推广币金额，资源城市综合判定。负业绩规则和正业绩判定规则一致。
3. 以下为详细规则，规则由HR-策略支持-业务激励组制定。

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 产品线 | ①服务时长 | ②商品单价 | 满足①② | 不满足① |
| 黄页 | 12个月≤X | 0=X | 0 | 0 |
| 12个月≤X | 0<X<1900 | 0.5 | 0 |
| 12个月≤X | 1900≤X<10000 | 1 | 0.5 |
| 12个月≤X | 10000≤X<17000 | 1.5 | 1 |
| 12个月≤X | 17000≤X | 2 | 1.5 |
| 转转 | 12个月≤X | 0=X | 0 | 0 |
| 12个月≤X | 0<X<1900 | 0.5 | 0 |
| 12个月≤X | 1900≤X<10000 | 1 | 0.5 |
| 12个月≤X | 10000≤X<17000 | 1.5 | 1 |
| 12个月≤X | 17000≤X | 2 | 1.5 |
| 创新 | 12个月≤X | 0=X | 0 | 0 |
| 12个月≤X | 0<X<1900 | 0.5 | 0 |
| 12个月≤X | 1900≤X<10000 | 1 | 0.5 |
| 12个月≤X | 10000≤X<17000 | 1.5 | 1 |
| 12个月≤X | 17000≤X | 2 | 1.5 |
| 宠物 | 12个月≤X | 0=X | 0 | 0 |
| 12个月≤X | 0<X<1900 | 0.5 | 0 |
| 12个月≤X | 1900≤X<10000 | 1 | 0.5 |
| 12个月≤X | 10000≤X<17000 | 1.5 | 1 |
| 12个月≤X | 17000≤X | 2 | 1.5 |

## 框架业绩

1. 指客户签订框架合同后按照合同约定在一定时期内（一般为一年）充值的推广币业绩。客户必须为本地服务会员才能签订框架合同
2. 框架业绩不分新签续费。
3. 业绩归属：框架合同生效后，客户首次的充值业绩归属为客户最近一次购买会员套餐时CRM绑定的直销销售。

## T+3M消耗业绩（仅适用于非东北直销销售）

1. 指客户购买会员套餐且服务开通当天为第一天开始统计90天内的打包和单售信息服务消耗业绩。
2. 业绩归属：业绩计入会员扣款时CRM绑定的直销销售。

# 业绩归属规则

## 员工层

在统计周期内，员工总业绩为计入业绩系统的所有产品的正、负业绩之和。

（1）正业绩：客户购买产品成功后且满足业绩计入规则产生的业绩为正业绩。

（2）负业绩：因客户退款、监察违规扣除、判单业绩划转等原因产生的需要扣减的业绩为负业绩。

### 归属销售

#### 正业绩归属销售

##### 线上提单

客户通过58会员商城自助提单（无提单销售信息）方式购买产品，业绩归属销售如下：

CRM系统：以扣款当时客户账号CRM绑定销售为准。

注：如客户账号在CRM系统无销售绑定关系，该业绩计入虚拟账号。

##### 线下提单

客户通过电子合同等方式提单（有提单销售信息）方式购买产品，业绩归属以提单销售为准（当线下提单销售与CRM绑定销售不一致时，仍以提单销售为准）。

#### 负业绩归属销售

违规/退款/判单等负业绩归属人追溯正业绩归属销售。

### 归属部门

#### 正业绩（即时开通）归属部门

正业绩（即时开通）归属部门以扣款时销售所在部门为准，并按层级架构自动汇总。

#### 正业绩（预约开通）/负业绩归属部门

根据业绩计入时销售及部门状态具体情况，正业绩（预约开通）及负业绩归属部门规则如下：

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **销售状态** | **原部门ID状态** | **归属部门** |
| 在职/离职 | 有效 | 原部门 |
| 在职 | 失效 | 现部门 |
| 离职 | 失效 | 城市虚拟账号所在部门 |

注：（1）原部门：指扣款时销售所在部门；若原部门ID在H+系统存在，则为“有效”，否则为“失效”。

（2）现部门：指业绩计入时销售所在部门；

### 假退重提业绩

客户因对会员套餐的认知偏差、操作失误等原因需要更换套餐，在退费后重新进行提单，重提订单业绩归属及业绩类型计入规则如下：

#### 业绩归属

退费的负业绩归属人为对应正业绩归属人。

#### 业绩类型

1. 若重提订单扣款时间-首次订单扣款时间<=30天：重提正业绩类型与首次订单业绩类型一致。
2. 若重提订单扣款时间-首次订单扣款时间>30天：重提正业绩类型计为续费。

## 管理层

按照业绩计入当月人事系统（EHR）架构从员工层级向上部门归集，主管取其管辖部门内所有员工层业绩及主管个人业绩的总和，经理取其最大管辖部门业绩（包含虚拟账号业绩），若有多个管辖部门则汇总多个最大管辖部门业绩。

若员工晋升主管后，发生其作为员工或主管时的订单产生了正、负业绩，该部分业绩将按照以下规则计入：

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **晋升主管场景** | **订单状态** | **员工层（个人业绩）** | **管理层（团队业绩）** |
| 张三本部门内/跨部门晋升（a、由A部员工晋升为A部主管；b、由A部员工晋升为B部主管） | 订单扣款时间早于晋升生效时间 | 正负业绩均计入张三本人的个人业绩 | 正负业绩均计入A部团队业绩,上级管理按管辖部门依次汇总 |
| 订单扣款时间等于或晚于晋升生效时间 | 不计入张三本人个人业绩 |

# 其他规则

1. 统计周期：常规指每个自然月1日00:00:00至当月最后一天23:59:59。
2. 活动优惠/赠送部分不计入业绩，如发生退费，赠送优惠已消耗部分的客户偿还支付也不计入正业绩。
3. 推广币退费产生的负业绩以剩余未使用的推广币转58现金的金额为准，而非实退金额。
4. 非国家政策或公司政策调整原因产生的退费，受益人及对应的部门、区域、产品线承担 100%的责任。
5. 渠道订单不参与直销会员业绩的新续判定及业绩计算。
6. 如遇渠道与直销城市切换调整，客户在渠道代理商服务时期付款并预约开通端口，但端口开通时已改由直销或电销团队服务，切换之前提单的业绩归渠道所有。
7. 以上业绩规则适用于通过电子合同、58会员商城及封装链接提单产生的业绩。

# 业绩展示、查询方式及异常处理流程

## 业绩查询方式

### 业绩查询入口

查询业绩请登录Magic BI（<https://magic.58corp.com/>）

### 业绩查询报表

（1）销售业绩：【Y05D-销售业绩详情】

（2）主管业绩：【直销管理层业绩报表】

（3）S8及以上业绩：【直销管理层业绩报表】

### 业绩查询时间

业绩T+1[[5]](#footnote-5)延迟显示，应选择查询当日之前的日期

## 常规业绩问题反馈及受理流程

### 业绩调整范畴

业绩管理组受理统计周期（自然月）内的正业绩、退费业绩、违规扣除业绩及跨线判单业绩。

（1）正业绩/退费业绩：因系统原因造成业绩归属销售、归属部门、商品类型、计入时间、新续类型、业绩金额等计入不准确或业绩缺失，可申请调整业绩。

（2）违规扣除业绩：违规业绩的扣减或返还只受理业务监察组提供的违规业绩明细或返还业绩明细，不受理分公司报备的违规和返还业绩。

（3）跨线判单业绩：只受理本地服务判单组确认的跨业务线判单业绩划转。

### 业绩问题反馈及受理流程

（1）业绩问题反馈：员工如对业绩显示结果有异议，可以采取邮件形式向所在城市助理申请业绩调整。城市助理核实并确认业绩有问题后，可以邮件形式向集团业绩管理部提交申请表。业绩管理组受理邮箱：[yxzx-sjfx@58.com](mailto:yxzx-sjfx@58.com) ，业绩反馈对接人：马奎（makui03）

（2）业绩反馈受理：业绩管理组接到申请后，在24小时内（工作日）做出申请处理答复。如经调查确认为系统原因或其他客观原因造成的业绩问题，可对业绩进行调整处理。但对于申请事项无客观事实依据、仅凭主观臆断的申诉或个人原因造成的业绩问题，将不予受理。

### 业绩反馈时间及周期

一般为每周一上午12：00前反馈上一周问题数据，次月1号12：00前反馈上月底问题数据。受节假日影响，以上时间可能会有变化，具体以每月业绩管理组公邮yjgl@58.com所发《业绩调整反馈时间》规定时间为准。

特别提示：反馈业绩问题应为当月周期内的，例如系统计入时间为4月的业绩，无法修改为3月业绩，超期反馈系统锁定无法处理。

### 业绩反馈申请表模板

申请表内容包括：编号、申请日期、城市、业务线、问题类型、具体问题描述、现状（归属销售OA、归属部门）、应转入（应转入销售OA、应转入部门）、用户名、产品类型、合同编号/订单ID、业绩金额、业绩申请人邮箱。具体格式见附表一。

## 其他业绩问题反馈通道

如反馈问题涉及投诉违规、判单、续费报备、银行汇款等，需要由其他部门受理，具体对接部门及反馈邮箱如下：

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **反馈类型** | **对接部门** | **反馈邮箱** |
| 投诉违规 | 监察组 | jc\_lbg@58.com |
| 判单/报备续费/在线自助业绩归属 | 判单组 | lbg-pd@58.com |
| 银行汇款 | 余额组 | yue-58@58.com |
| 业绩规则相关 | 城市助理 |  |

# 附则

1. 本文档由人力资源部-策略支持部-业绩管理组提出、归口并负责解释。
2. 本文档依据当前LBG直销在售产品确定计入业绩的产品范围并制定对应业绩计入规则，业绩管理组将视后续售卖产品更迭、业绩考核指标变化及计入规则调整情况，不定期修订本文档。在更新文档正式下发业务线前，先行以电子邮件方式通知。
3. 如特殊项目规则与本文档规则存在冲突，具体按实际项目审批规则为准。
4. 本制度自发布之日起实施。
5. 附件：

附表一：《员工业绩调整申请表》

附表二：《文档历史》

**附表一：《员工业绩调整申请表》**

员工业绩调整申请表

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **编号** |  | **申请日期** |  | **城市** |  |
| **业务线** |  | | | | |
| **问题类型** |  | | | | |
| **具体问题描述** |  | | | | |
| **现状** | **归属销售OA:** | | | | |
| **归属部门:** | | | | |
| **应转入** | 应转入销售OA： | | | | |
| 应转入部门： | | | | |
| **用户名** |  | | | | |
| **产品类型** |  | | | | |
| **合同编号/订单ID** |  | | | | |
| **业绩金额** |  | | | | |
| **业绩申请人邮箱** |  | | | | |

**附表二：《文档历史》**

文档历史

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **版本** | **起草日期/更新日期** | **起草** | **修改** | **更新说明** | **文档状态** |
| V1.5 | 2013 | 皮俊章 |  |  | 起草 |
| V2.0.0 | 2014-11-10 |  | 数据组 |  | 修订 |
| V3.0.0 | 2014-12-26 |  | 数据组&黄页、 招聘、房产、二 手车事业部 |  | 修订 |
| V4.0.0 | 2015-4-14 |  | 数据组 |  | 修订 |
| V7.0.0 | 2015-12-16 |  | 业绩管理组 |  | 修订 |
| V8.0.0 | 2016-6-23 |  | 业绩管理组 |  | 修订 |
| V11.0.0 | 2017-7-5 |  | 业绩管理组 | 余额 3.0 | 修订 |
| V12.0.0 | 2018-6-6 |  | 业绩管理组 |  | 修订 |
| 2018 年 10 月 | 2018-10-17 |  | 业绩管理组 |  | 修订 |
| 2018 年 12 月 | 2018-12-6 |  | 业绩管理组 |  | 修订 |
| 2019 年 9 月 | 2018-9-11 |  | 业绩管理组 |  | 修订 |
| 2022年5月 | 2022-5-1 |  | 业绩管理组 | 规则修订 | 修订 |
| 2022年7月 | 2022-5-1 |  | 业绩管理组 | 规则修订 | 修订 |
| 2023年7月 | 2023-6-1 |  | 业绩管理组 | 业绩查询入口修订 | 修订 |
|  |  |  |  |  |  |

1. 本文档中涉及到时间单位为“天”的，均指自然日。

   2 往前推180天内，包含“扣款日期-180天”这一天，但不含扣款当天。 [↑](#footnote-ref-1)
2. [↑](#footnote-ref-2)
3. 3本文档中涉及到时间单位为“天”的，均指自然日。

   4往前推180天内，包含“扣款日期-180天”这一天，但不含扣款当天。 [↑](#footnote-ref-3)
4. [↑](#footnote-ref-4)
5. “T”指业绩计入当日，“T+1”指业绩计入的次日。 [↑](#footnote-ref-5)