

# 公司客户关系管理规定

## 第一章 目的及适用范围

1. 针对中海油田服务股份有限公司目前业务范围广泛、产品线众多的特点，为了更好地加强公司的客户关系管理，集中使用公司的有效资源，真正达到客户关系管理高效、明确、有的放矢、全面兼顾的目标，不断开拓、巩固公司的市场，实现公司的经营目标，根据企业的实际情况制定本管理规定。
2. 本管理规定适用于公司整体（包括分公司和各事业部）的客户关系管理。涉及客户信息管理、客户关怀管理、服务回访、业务介绍和技术交流等四大内容。

## 第二章 定义

3. **各市场营销部门**：包括公司市场营销部，事业部市场营销部，分公司市场营销部以及事业部基地的市场营销岗位。
4. **公司市场营销部**：公司职能部门维度上负责公司整体市场营销运作的部门。
5. **客户信息**：即客户档案内容，分为三部分：
  - 5.1 **商务部分**：客户单位简介，主要联系人、业务能力、队伍状况、技术装备，以往合作状况，信用状况等
  - 5.2 **通讯部分**：地址、电话、手机、传真、电子邮件等
  - 5.3 **背景部分**：照片、家庭、个人经历和背景、爱好与需求等
6. **客户关怀管理**：关怀管理主要是指根据已有的客户信息，在恰当的时机对客户实施拜访、送贺卡、邮寄公司**宣传材料**等行为。
7. **服务回访**：在为客户提供服务期间或服务后定期组织人员（3个月一次或遵循具体规定）拜访客户，以了解客户对已有过的合作项目评价与意见，据此进一步提高服务水平与客户满意度。
8. **业务介绍和技术交流研讨会**：以合作双赢为基础，以感情联络为纽带，把公司形象、服务理念、企业文化、技术水平、经营管理模式、健康、安全、环保程序展示给客户，赢得客户信任的过程。

## 第三章 公司、分公司及事业部的客户管理职责

## **9. 公司市场营销部的职责：**

- 9.1** 负责制定公司客户管理体系的规章制度，建立公司范围内的客户管理系统，监督指导事业部与分公司完成客户管理工作。
- 9.2** 公司市场营销部将当日发生的客户信息形成《客户档案》，汇总事业部与分公司的客户信息，制作《客户信息手册》。
- 9.3** 参考事业部与分公司的回访与关怀计划，结合公司整体客户信息状况，制订公司月/季度/年度回访与关怀计划，指导公司整体客户回访与关怀活动。
- 9.4** 按照回访与关怀计划开展客户回访与关怀活动，形成《服务回访与关怀记录表》。
- 9.5** 汇总分公司与事业部改进方案，结合公司市场营销部自身得到的反馈，提出公司整体的改进方案，指导公司整体管理、技术、服务等方面的提高。
- 9.6** 负责研讨会策划方案的具体实施，在过程当中与公司办公室，行政管理部配合，在事业部，分公司相关人员的支持下完成研讨会的组织工作。
- 9.7** 在研讨会结束后，根据研讨会中与会人员的意见反馈，形成《研讨会意见反馈表》并根据反馈意见向相关部门提出工作上的改进意见。

## **10. 事业部市场营销部的职责：**

- 10.1** 在公司市场营销部指导监督下，根据客户管理规定制订本部门的客户管理制度，完成本部门所负责合同的对应客户的管理工作，并配合公司市场营销部与分公司完成相应的客户管理工作。
- 10.2** 负责将当日发生的客户信息形成《客户档案》存档，并汇总基地定期客户信息形成《事业部月度客户信息汇总表》上报公司市场营销部。
- 10.3** 负责根据各自的《客户档案》制作本部门月/季度/年度回访与关怀计划，提交公司市场营销部。
- 10.4** 按照回访与关怀计划开展客户回访与关怀活动，并形成《服务回访与关怀记录表》。
- 10.5** 根据《服务回访与关怀记录表》反馈的信息作出管理、技术、服务等方面的改进方案，并提交公司市场营销部。
- 10.6** 配合公司市场营销部组织开展研讨会，并组织事业部自身的研讨会。

## **11. 分公司市场营销部的职责：**

- 11.1** 在公司市场营销部指导监督下，根据客户管理规定制订本部门的客户管理制度，完成本部门所负责合同的对应客户的管理工作，并配合公司市场营销部与事业部完成相

应的客户管理工作。

- 11.2** 分公司将当日发生的客户信息形成《客户档案》存档，并汇总基地定期客户信息制作成《分公司月度客户信息汇总表》上报公司市场营销部
- 11.3** 根据各自的《客户档案》制作本部门月/季度/年度回访与关怀计划，提交公司市场营销部
- 11.4** 按照回访与关怀计划开展客户回访与关怀活动，形成《服务回访与关怀记录表》
- 11.5** 根据《服务回访与关怀记录表》反馈的信息作出管理、技术、服务等方面的改进方案，并提交公司市场营销部
- 11.6** 配合公司市场营销部组织开展研讨会

#### 第四章 客户信息管理

#### 12. 客户信息搜集渠道：

- 12.1** 通过收集来的客户名片，对客户的走访，电话、传真往来收集客户联络人的相关信息，包括联络人的职位、部门和联络方法，家庭及社会关系网、个人工作经历背景和需求；
- 12.2** 通过对以往合同和作业记录，收集客户的商务信息，包括银行账号、业务范围、资信和客户忠诚度的相关资料；
- 12.3** 通过客户的公告、通告和商务函件等，收集客户的信息变更；
- 12.4** 通过客户回访和客户关怀，获得更多客户的相关的资料。

#### 13. 客户档案管理：

##### 13.1 三维各市场营销部门的职责：

- 13.1.1** 事业部基地负责将当日发生的客户信息形成《客户档案》存档，并于每月 15 日与 30 日将客户信息传递到事业部市场营销部与分公司市场营销部。
- 13.1.2** 事业部市场营销部负责将当日本部门接触到的客户信息形成《客户档案》存档，并汇总基地定期客户信息形成《事业部月度客户信息汇总表》上报公司市场营销部
- 13.1.3** 分公司负责将当日本部门接触到的客户信息形成《客户档案》存档，并汇总基地定期客户信息制作成《分公司月度客户信息汇总表》上报公司市场营销部
- 13.1.4** 公司市场营销部负责将当日本部门接触到的客户信息形成《客户档案》，汇总事业部与分公司的客户信息，制作《客户信息手册》，作为客户关系管理的指

导

**13.2 《客户信息手册》的制作：**

**13.2.1** 客户档案按照客户单位分类，一个客户单位形成一份独立的《客户信息手册》。

**13.2.2** 一份《客户信息手册》中按照客户单位中与本公司发生业务往来的不同部门划分成多个部分，每个部分都应该包括部门的商务信息，通讯信息，背景信息，与本公司往来业务记录（包括未签订合同、未进行服务的不完整业务往来记录）并附上对该部门的《服务回访与关怀记录表》，《合同运做总结报告》。

**13.2.3** 《客户信息手册》需要根据每日的市场信息与本公司的客户管理活动每半年进行更新。原有客户的信息添加入该客户已有的《客户信息手册》，若是新客户则需制作新的《客户信息手册》并完善其内容。

**13.2.4** 《客户信息手册》为公司三维各市场营销部门必备文件，以参考实施客户管理。

## 第五章 客户关怀管理

**14. 客户关怀计划：**

**14.1** 客户关怀计划是指导公司三维各市场营销部门进行客户关怀活动，使客户关怀形成体系的重要保障。

**14.2** 事业部与分公司市场营销部根据本部门掌握的客户信息与公司《客户信息手册》制订本部门的月/季度/年度客户关怀计划（**建议**）。计划中应包含活动名称、地点、时间、客户人数、主要客户人员名称和职务、策划的礼品、承办方主要人员及职务和总计费用。

**14.3** 公司市场营销部根据事业部与分公司的客户关怀计划，结合公司市场营销部掌握的客户情况制订公司整体的月/季度/年度客户关怀计划。

**14.4** 对每次费用金额大于人民币 30000 元的活动，必须经总部市场营销部批准，财务部门才能核销进对应科目。

**14.5** 公司三维各市场营销部门根据此计划安排具体的客户关怀活动。

**14.6** 对于计划外的客户关怀活动，负责部门应向公司市场营销部临时报批。

**15. 客户关怀具体操作：**

## 15.1 按组织对象和地域的划分

**15.1.1** 燕郊总部：负责股东，北京片的政府要员；

所负责合同相关的各油公司、协作伙伴、重要客人等。

**15.1.2** 分公司：属地内政府或主管部门要员；

所负责合同相关的各油公司、、协作伙伴、重要客人等。

**15.1.3** 各事业部：所负责合同相关的各油公司、协作伙伴、重要客人等，

配合分公司进行政府或主管部门要员的关怀计划。

## 15.2 按照组织层次的划分：

**15.2.1** 对油公司系统的活动安排，燕郊总部主要负责中、高级管理人员。

**15.2.2** 各分公司和事业部主要领导，主要负责中、高级管理人员。

**15.2.3** 各分公司和事业部主要经营人员和技术主管，主要负责油公司技术主管和中级管理人员。

## 第六章 服务回访管理

### 16. 服务回访计划：

**16.1** 服务回访计划是指导公司三维各市场营销部门进行服务回访活动，使服务回访形成体系的重要保障。

**16.2** 事业部与分公司市场营销部根据本部门掌握的客户信息与公司《客户信息手册》制订本部门的月/季度/年度服务回访计划（建议）。计划中应包含时间、对象客户信息、针对内容等。

**16.3** 公司市场营销部根据事业部与分公司的服务回访计划，结合公司市场营销部掌握的客户情况制订公司整体的月/季度/年度服务回访计划。

**16.4** 公司三维各市场营销部门根据此计划安排具体的服务回访活动。

### 17. 服务回访的具体操作：

**17.1** 公司三维各市场营销部门根据各自所负责的合同，就合同相关业务对相应的客户进行服务回访。

**17.2** 燕郊总部主要负责在北京片的油公司系统（含联管会人员）和在北京的总部或分部，总部市场营销部每月至少安排回访活动两次。对有作业的油公司，回访活动应安排在作业结束后一个月之内进行，每年至少两次。通过分公司的安排，拜访各分公司所在

地的油公司系统，根据情况，也可授权当地分公司组织实施回访。

**17.3** 分公司与事业部市场营销部根据《服务回访记录表》反馈的信息作出管理、技术、服务等方面的改进建议与方案，并提交公司市场营销部

**17.4** 公司市场营销部汇总分公司与事业部改进方案，结合公司市场营销部自身得到的反馈，提出公司整体的改进方案，指导公司整体管理、技术、服务等方面的提高

## 第七章 业务介绍和技术交流研讨会管理

### 18. 研讨会计划：

**18.1** 研讨会计划是指导公司三维各市场营销部门开展研讨会活动，使公司业务介绍与技术交流形成体系的重要保障。

**18.2** 事业部与分公司市场营销部根据本部门掌握的客户信息与公司《客户信息手册》制订本部门的年度研讨会计划（**建议**）。计划中应包含活动名称、地点、时间、客户人数、主要客户人员名称和职务、准备的文件材料、策划的礼品、承办方主要人员及职务和总计费用等内容。

**18.3** 公司市场营销部根据事业部与分公司的研讨会计划，结合公司市场营销部掌握的客户情况制订公司整体年度研讨会计划。

**18.4** 公司三维各市场营销部门根据此计划安排具体的业务介绍与技术交流研讨会活动。

### 19. 研讨会具体实施：

**19.1** 业务交流和技术介绍可到对方公司进行，也可以邀请到公司总部、分公司所在地或事业部所在地进行，或邀请到适当的地方进行。

**19.2** 对每次费用金额大于人民币 30000 元的活动，必须经总部市场营销部同意，财务部门才能核销进对应科目。

**19.3** 公司市场营销部的研讨会组织管理：

**19.3.1** 公司市场营销部根据掌握的客户信息与《客户信息手册》与行政管理部一同策划研讨会的开展工作，形成方案，报公司高层审批。

**19.3.2** 公司高层审批通过后，公司市场营销部负责策划方案的具体实施，在过程当中与公司办公室，行政管理部配合，在事业部，分公司相关人员的支持下完成研讨会的组织工作。

**19.3.3** 在研讨会结束后，公司市场营销部根据研讨会中与会人员的意见反馈，形成

《研讨会意见反馈表》并根据反馈意见向相关部门提出工作上的改进意见。

**19.4** 事业部与分公司的研讨会组织管理参照公司市场营销部的模式，根据自身情况，在相关职能部门的配合下组织完成研讨会工作。

## 第八章 客户文档管理

### 20. 《客户档案》管理：

**20.1** 公司三维各市场营销部门记录的《客户档案》为公司机密文件，应由专人负责进行加密管理，任何人不得拷贝，不得外借过夜。

**20.2** 市场营销系统人员具有《客户档案》的查阅权，在查阅时需要进行登记，如需外借过夜，必须经过本部门经理批准并填写外借单据。

**20.3** 三维各市场营销部门经理具有《客户档案》的查阅权，在查阅时需要进行登记，如需外借过夜，必须填写外借单据。

### 21. 《客户信息手册》管理：

**21.1** 《客户信息手册》为公司绝密文件。公司市场营销部，各事业部市场营销部，各分公司市场营销部分别保存一本，部门经理为《客户信息手册》的专门管理人员。任何人不得拷贝，不得外借过夜。

**21.2** 市场营销系统人员具有《客户档案》的查阅权，在查阅时需要进行登记，不得外借过夜。

**21.3** 三维各市场营销部门经理具有《客户档案》的查阅权，在查阅时需要进行登记，如需外借过夜，必须填写外借单据。

**21.4** 《客户信息手册》进行年度更新后，三维各市场营销部门应立即起用新版本的《客户信息手册》，旧版本存库，但查阅管理方法不变。

**22.** 公司三维各市场营销部门进行客户关怀、客户回访、研讨会所形成的各种反馈信息记录表，由执行部门保留原件存档，副本提交上一级管理部门并存档。

**23.** 市场营销系统人员离职必须完成《客户档案》与《客户信息手册》的交接。

**24.** 如发现客户文档资料遗失、泄露等情况，直接追究相关管理人员责任，处以物质或职务处罚。

## 第九章 附则

25. 本规定有关条款若与国家法律、法规和上级合同管理机关有关规定相抵触的，必须依照其规定做出相应的修改。
26. 本管理规定的解释权为公司市场营销部。
27. 本规定所称“日”指工作日，不包括公休日。
28. 本规定自下发之日起执行，同时中海油服原有客户管理规定废止。

附表一：服务回访记录表

回访时间		地点	
客户单位名称			
访问对象		职务	
联系电话		手机	
项目内容概述			
服务执行单位			
客户满意程度	差	中	优
客户评价	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>		
	工作质量与进度：		
	服务态度：		
	反应速度：		
	技术水平：		
	管理水平：		
客户要求、建议	人员素质：		
访问对象签字		访问人签字	
访问人意见	访问人签字： 日期：		
市场营销部经理意见	市场营销部经理签字： 日期：		



附表二：客户关怀记录表

实施时间		地点	
客户单位名称			
对方接待人		联系方式	
关怀内容概述			
交流内容	<p>工作质量与进度：</p> <p>服务态度：</p> <p>反应速度：</p> <p>技术水平：</p> <p>管理水平：</p> <p>人员素质：</p>		
客户要求、建议			
关怀负责人签字			
关怀负责人意见	<p>访问人签字：</p> <p>日期：</p>		
市场营销部经理意见	<p>市场营销部经理签字：</p> <p>日期：</p>		

附表三：研讨会意见反馈表

实施时间		地 点	
主办人			
主要内容			
主要目的			
参加客户个数			
主要客户名单			
意见一	提出单位：		
意见二	提出单位：		
意见三	提出单位：		
意见四	提出单位：		
意见五	提出单位：		
记录人签字			
研讨会负责人 意见	负责人签字： 日期：		
市场营销部经理意 见	市场营销部经理签字： 日期：		