

深圳市福田区
有色大厦1302
18040
755-83472680
755-83474026
ipsinfo.com.cn
广州市天河区
4号都市华庭
630
-38803920
-38803739
福州市营迹路
B-5G
003
-87278463
-87278461
南宁市七星路
夏2617-2618室
022
-2634720
-2634713
郑州市东风路
单元5楼东
002
-63506441
-63506441
成都市青羊区
花园3栋15
041
86112732
86112732
重庆市渝州路
32-12-6号
041
66889735
68573612
南京市山北
园8号楼4单
014
-88904569
-88904569
昆明市环城南
路B1709室
11
-3530760
-3530760
沙市向韶村
401室
11
-4141588
-4125288
长沙市洪都中
路花园D座2
02
-8520257
-8520370
湖北省武汉市
号鹏程国际
室
70
51854551
51854552
北京市海淀区苏
国际公寓B
080
82873110
82873116

齐普生信息

热烈祝贺
公司荣获华为
3Com 2005年
度“最佳总代理”奖!

深圳市齐普生信息科技有限公司主办·第七期 2006年2月28日 星期二 网址: WWW.CHIPSINFO.COM.CN

销售额和客户满意度双双居首

齐普生信息获华为3Com“最佳总代理”奖



意度继续保持第一的位置,显示了齐普生信息科技有限公司在客户满意度方面一直有稳定的表现,因此,此次齐普生取得“最佳总代理”奖可以说是实至名归。

综合实力续增

2005年,齐普生人继续努力,所有员工均发挥“亮剑精神”,不但超额完成任务,同时在管理上、运营上、资金运用上、人员激励上、市场拓展上、分销领域的发展上均有了明显的飞跃,使公司在网络行业的运作上真正走向了专业化的道路。公司今年再获此殊荣,更加证实了齐普生的实力,也更坚定了发展的信心。

2006年,齐普生信息科技有限公司将继续本着“立事于行,服务于心”的经营理念,加强企业内部管理,加大企业形象宣传,朝着专业的增值分销商方向继续努力。

(唐珊珊)

本报讯 2月23日,华为3Com“携手同心,增值共赢”2006年度渠道峰会在杭州召开,在这次会议上,凭借在2005年取得销售额和客户满意度双第一的骄人业绩,齐普生信息科技有限公司在华为3Com公司总代中脱颖而出,获得华为3Com颁发的2005年度“最佳总代理”奖。这是本次峰会上的几十个奖项中最主要的压轴大奖。

连续两年获重奖

2005年1月16日,也是在这样的场合,齐普生信息科技有限公司以销售额第一的成绩与和光商务并列,获得了2004年度的“最佳分销总代理”奖。

齐普生信息科技有限公司连续两年获得华为3Com公司的重奖,反映了齐普生信息科技有限公司在网络产品分销领域表现

出稳定增长的势头,企业运作稳健,发展势头良好。

销售额排名居首

2005年,国内分销市场竞争呈现白热化。在华三总代中,随着威达的退出,陆续有分销业界大鳄进入这块领域:目前新加入的产品总代理中的神州数码、佳杰、紫光,这些都是在业界排在前五名的分销商。

竞争与机遇并存,在

压力面前,齐普生信息科技有限公司不但没有掉队,反而取得了辉煌的战绩:2005年度,公司销售额近8亿元,在几家总代中销售额最高,从自身来说,继续保持了行业项目的优势,并比2004年增长53%;

而在公司2004年比较薄弱的环节——分销上,销售额翻了两番,分销业绩比重也大幅度提高,从

2004年不到10%的销售额占有,到2005年占有21%的份额,实现了质的变化。

客户满意度最高

去年,在华为3Com公司组织的第三方外调中,齐普生信息科技有限公司客户满意度最高。而在今年华为3Com公司委托第三方对几家总代的综合满意度的调查中,齐普生信息科技有限公司综合满

齐普生信息续获三项总代理资质授权

本报讯 新年伊始,齐普生信息科技有限公司得到华为3Com授权,继续担任华为3Com分销总代理、华为3ComSOHO产品总代理、华为3Com语音视讯产品总代理。

华为3Com公司以往都是较晚进行资质授权,今年华为3Com公司改在新的一年伊始进行资质授权,更方便了总代开展工作,对于市场拓展将产生更加积极的影响。

将这三重资质同时授予齐普生信息科技有限公司,标志着华为3Com对齐普生信息科技有限公司在过去一年里取得的成绩的认可。在2005年度激烈的市场竞争中,齐普生信息科技有限公司积极进取,不但蝉联“最佳总代理”称号,而且战绩斐然:分

销售业绩成倍增长,SOHO销售额稳居全国之首,就连新加入的语音视讯产品,也以强劲的势头进入市场。这些成绩都为今年得到继续授权提供了强有力的保障。

能够继续将这三类产品的总代理资格授予齐普生,也彰显出华为3Com公司对齐普生信息科技有限公司今年继续完成任务,站稳市场的信心,更是对齐普生信息科技有限公司的考验。

据公司领导透露,2006年度,齐普生信息将在分销、SOHO、语音视讯等方面加强市场开拓和渠道维护,完成年初制定的目标,不但稳住销售第一的优势,更要成为最强的专业分销公司。

(唐珊珊)

本报讯 新春伊始,万象更新。公司高层在总结过去的基础上,提出了今后一个阶段的发展目标:不但要做大,更要做强,做最强的增值服务商。

已见转折点

经过公司的持续努力,公司已经走到从做大到做强的转折点。

首先,提出做强的发展目标是市场决定的。

2005年度,随着华为3Com的发展,许多业界知名的分销公司都看好这个市场,争相加入华为3Com产品分销行列。目前新加入的三家产品总代中,神州数码、佳杰、紫光在分销业界中分列第一、第三和第四,可以说,整个分销行业升级了,竞争也更激烈。与分销巨头相比,齐普生信息科技有限公司仍有继续做大的需要,搞分销需要保证一定的规模,规模上不

公司提出今年发展目标——

做最强的增值服务商

去就会有被淘汰的危险。

但在分销巨头之间的竞争中,仅有规模优势是不够的,还需要做强,需要有强大的核心竞争力,需要有综合实力做保障。

其次,提出做强的发展目标也是根据公司发展的实际决定的。

经过几年的持续努力,齐普生信息科技有限公司已经走过初级阶段,解决了生存问题,进入到发展阶段。去年公司实现销售额近8亿元,销售额和客户满意度双第一的事实说明,公司已经具备了一定的规模。但在成绩面前要看到不足,要看到公司在适应市场变化方面还有差距,还有不适应的地

方,公司要做到与市场变化同步作出反应,争取没有时间差,做到以变应变;要看到公司在分销渠道、企业管理等方面与分销巨头的差距。市场竞争是企业综合实力的竞争,公司必须全面地向分销巨头看齐,才能在市场竞争中站稳脚跟。

做强就是苦练内功

公司高层分析,公司今年规模仍会有较大的增长空间,公司也提出了具体的发展目标。但公司认为,增长的比例并不是最重要的,而是健康平稳发展,公司做大不容易,要受到包括内部和外部的诸多因素影响,而做强,最重要的是苦练内功,全面

提升企业的整体竞争力。

公司高层强调,企业要苦练内功,在企业管理方面下决心继续改进。公司高层指出,细节决定成败,战略决定成败,公司的发展规模越大,对企业管理的要求就越高。必须站在战略的高度来看待企业的管理工作,不能让管理工作拉公司发展的后腿,不能让管理工作不力而增大企业发展的风险。

前两年是公司的起步阶段,是市场拉动公司管理发展,现在,公司已进入发展阶段,现阶段的重点就是在抓住市场机会的同时狠抓后台管理,使市场开拓与内部管理并进。目前,公司(下转第二版)

市场是生存之本
客户是衣食父母

2006年2月28日 星期二

齐普生信息 市场大观

维护热线
电话: 83472680
83472681

2

咬定青山不放松

——评华为3Com总代队伍的变迁



年年岁岁花相似，岁岁年年人不同。拿这句话来形容华为3Com总代阵容的变化是比较贴切的。

在华为3Com公司召开的“携手同心，增值共赢”2006年度渠道峰会上，我们熟悉的一些“老面孔”不见了，取而代之的是一些“新面孔”，市场就是这样残酷。如今的华为3Com总代出现了“升级换代”，国内分销巨头开始扎堆华为3Com总代。

竞争层次提升了

华为3Com公司的分销总代队伍竞争一直很激烈，2005年威达正式退出，原来的5家总代就只剩下和光商务和齐普生信

息科技有限公司了。随着威达的退出，在国内分销领域位居第三的佳杰进来了，在国内分销领域位居第一的神州数码、位居第四的紫光也进入华为3Com产品总代行列。如今的华为3Com总代队伍可以说是巨头云集，现在的市场竞争层次提升了，激烈程度可想而知了。

齐普生的选择是正确的

诸多分销巨头扎堆华为3Com总代，说明齐普生信息科技有限公司的选择是正确的。齐普生信息科技有限公司从一开始就认定华为和3Com公司的发展前景，与华为、与3Com公司结成战略合作伙伴关系，与华

为、与华为3Com公司风雨同舟，见证了华为和3Com公司的发展历程。几年的发展事实证明，齐普生信息科技有限公司的判断是正确的。从一定意义上说，齐普生信息科技有限公司的成功，就是华为3Com分销策略的成功；而华为3Com分销策略的成功，也造就了齐普生信息科技有限公司的成功。齐普生信息科技有限公司一直都是坚定地执行华为3Com的分销策略，深入理解华为3Com的产品市场，成为华为3Com产品市场推广的“急先锋”。而今华为3Com网络产品的发展前景和产品市场商机得到了广泛的认同，国内分销巨头扎堆华为3Com总代，正说明他们开始看好这块市场，说明齐普生信息科技有限公司的选择是有先见之明的，是正确的。

齐普生是在竞争中成

长的

齐普生信息科技有限公司不是在“温室”里长大的，从一开始就是在市场严酷的竞争中成长起来的。近两年华为3Com公司总代队伍更迭很快，齐普生信息科技有限公司却成为市场竞争的胜者。如今，齐普生信息科技有限公司在华为3Com公司总代中占有最大的销售份额，客户满意度也最高，这是齐普生信息科技有限公司发展成就的最好说明。放眼国内分销行业，齐普生信息科技有限公司虽然仅做华为3Com公司一家总代，但在国内分销行业也已占有重要的位置，就公司的核心竞争力来讲，已经位居前列，产生了很大的影响力。

是挑战，更是机遇

国内分销巨头扎堆华为3Com公司总代，对于齐普生信息科技有限公司来说，既是挑战，更是机

遇。

可以预见，今后的市场竞争会更加激烈，甚至是残酷，但齐普生信息科技有限公司一直就是在竞争中成长的，一直就是在强手如林的环境中壮大的。与国内分销巨头一起竞争，可以更快地提升齐普生信息科技有限公司的综合实力，使齐普生信息科技有限公司实现更大的发展。齐普生信息科技有限公司愿意和更多更强的竞争伙伴共存共荣，一起把华为3Com公司总代的竞争做大做强。在更加激烈的市场竞争中，齐普生信息科技有限公司首先是要做到不掉队，并继续保持领先优势。

继续加强核心竞争力

在竞争激烈的分销市场上，齐普生信息科技有限公司之所以能够坚持下来，并且越做越大，越做越强，是因为齐普生信息科技有限公司逐渐形成了

自己的核心优势。

首先，齐普生信息科技有限公司有着坚强的领导集体，认定了的事，就咬定青山不放松，绝不动摇；齐普生信息科技有限公司有着简明快捷的决策机制，根据市场变化快速决策，保证第一时间抓到战机。

在市场营销上，齐普生信息科技有限公司与华为3Com公司合作时间长，对华为3Com公司产品和市场战略领会深刻，反应迅速，态度坚决；齐普生信息科技有限公司一直在行业项目上占有优势，在分销方面也后来居上；齐普生信息科技有限公司不但在产品分销方面形成自己的优势，还在IT运行维护服务方面打开了局面，形成了“两条腿走路”的发展格局；齐普生信息科技有限公司坚持贴近市场，落地服务的经营理念，建立了广泛的“根据地”，可以为客户提供及时到位的服务。

面对市场形势的变化，齐普生信息科技有限公司将咬定青山不放松，继续加强自己的核心竞争力，在激烈的市场竞争中继续获得持续的发展，全力争取更好的前景。(方舟)

公司召开2006年业务规划会议

本报讯 2月19日，深圳市齐普生信息科技有限公司在杭州宏都宾馆召开了2006年度业务规划会议。活动以圆桌会议的形式进行，主要参与的有公司领导、各产品线经理、区域总监、市场部经理。会议由常务副总经理王春明主持，主要议程以2006年的业务规划为核心，旨在提高公司的渠道管理能力和计划控制能力。

王总首先阐述了今年公司的整体发展目标，之

后各产品线经理分别讲解了各部门今年的总目标与目标的分解。每位发言者讲解完毕，在座的所有人都针对每个人的计划和工作中问题提出适当的建议。这个方式非常有利于大家认识各自工作中的不足，不断提高业务能力、管理能力。会议持续了两天。齐普生信息通过最近两年的飞速发展，业务带动了管理，公司领导非常重视内部管理，此次会议应该算是管理的一个转

变，计划性和执行性将变得更强，管理上的转变也

会更好的支持快速发展的业务。



与华为3Com携手前行

——参加渠道峰会观感

2月22日，华为3Com召开了2006年度总代理大会，总体给我们的感觉是来的人更多了，地方更大了。华为3Com的总代理规模越来越大更给了所有人更大的信心。

大会介绍了2005年的业务情况：2005年华为3Com销售额近70亿人民币，同比提高了53%，SOHO业务同比增长了57%，华为3Com的业绩依然是个奇迹。在2005年的工作总结中，华为3Com对我公司给予比较大的认可和鼓励。在客户满意度的调查中，我公司评比第一，在各项产品销售中，都名列前茅，在市场活动中，我公司做的市场活动是最多的。对于华

为3Com的产品，我公司全面投入，是业界做华为3Com产品最为专业和的一家，这仍然是我公司的无可替代的优势。

2005年过去了，厂家给予我们更大的鼓励和支持，更希望我们能够起到渠道的中坚力量，发挥良好的带头作用，配合着华为3Com的业务共同成长。在总代会期间，我们也学习到了很多其他总代的劣势，也看到了我们的优势。通过与华为3Com以及其他总代的沟通，更让我们明确了2006年应该努力的方向。此次我公司获得“最佳总代理”的称号，我们必将在2006年伴随着华为3Com业务的增长，更上一层楼。

(上接第一版)的商务管理基本上实现了流程化，如资金流、物流的管理，信息流的对接等方面，进步比较明显。今后将进一步加强细节的注重，尤其在物流方面，会配合华为3Com做好条码管理。在市场管理方面，公司成立了分销管理部，SOHO、路由器、SMB等业务都责任到人，并为今年3个亿的分销任务建立起了一支专门的队伍。

贴近市场 落地服务

另一方面，公司要继续突出自己的竞争优势，公司不但要有存活的空间，不但不能掉队，还要

做最强的增值服务商

争取保持第一。

虽然竞争对手强大，销售平台广，但我们的优势就是贴近市场，目前我们所推行的落地服务已充分发挥作用，全国各省市，包括偏远地区都有齐普生信息的代表进驻，这就取得了市场先机。另外我们还有传统的优势项目行业项目，齐普生信息是最早进入华为3Com分销领域的总代之一，多年的

合作，使得齐普生信息能够针对华为3Com市场政策及时适应领悟执行，而多年的耕耘，已经使齐普生信息有了一个稳定的分销渠道。

做最强的增值服务商

谈到2006年的发展规划，公司高层强调，公司2006年的重点就是健康、平稳地发展。谈到2006年公司的战略部署，公司提出三点：一、内部管理再上个台阶，逐步做到规范

化管理；二、增值服务再上个台阶，通过服务能力加强销售人员的市场开拓能力；三、产品销售的平稳发展。

总之，公司目前已有了一定的基础，基本实现了业内最大这个目标，接下来，公司将为实现“最强”这个目标而继续努力，将齐普生信息建设成为IT界最强的增值分销商。

(唐珊珊)

上海办事处

通讯地址：上海路228弄金轩公寓
邮编：20003
电话：021-62003
传真：021-62003

杭州办事处

通讯地址：杭州万塘路古荡湾元501室
邮编：31001
电话：0571-5711
传真：0571-5711

合肥办事处

通讯地址：合肥28号纺织品进楼313室
邮编：23006
电话：0551-5511
传真：0551-5511

南京办事处

通讯地址：南京街59号裕华新
邮编：21001
电话：025-825-8
传真：025-825-8

西安办事处

通讯地址：西发区西区科技园C座3-702室
邮编：71007
电话：029-87100
传真：029-87100

乌鲁木齐办事处

通讯地址：乌市北路104号大厦公寓楼29
邮编：83000
电话：0991-83000
传真：0991-83000

贵阳办事处

通讯地址：贵神奇路粮贸大
邮编：55000
电话：0851-8511
传真：0851-8511

呼和浩特办事处

通讯地址：内特市新城北区号楼2单元6门
电话：0471-0471

天津办事处

通讯地址：天津江苏路13号60
电话：022-2022

石家庄办事处

通讯地址：石路自由港恋辰
邮编：05000
电话：0311-0311

长春办事处

通讯地址：长园3栋4门708室
邮编：13000
电话：0431-0431
传真：0431-0431

兰州办事处

通讯地址：兰民勤街62号11
邮编：73000
电话：0931-0931
传真：0931-0931

太原办事处

通讯地址：太路122号新苑
邮编：03000
电话：0351-0351
传真：0351-0351

市南丹东
寓3号2003
0
868270
988036
685967
市西湖区
苑2幢1单
3
8923629
8856061
市金寨路
出口大厦3
1
7119022
7119022
市凤凰西
村4栋204室
8
6608185
6668645
市高新开
路34号.欧锦
5
8314020
8314020
处
市齐市新
山新世纪
层C1室
2
6118456
8881680
6118234
州省贵阳市
夏416房
01
5803759
—5803759
处
蒙古呼和浩
昌平小区1
4915639
市和平区
2
3112882
家市和平
座5楼C2
00
—85119075
市宽平花
3
12
—5969881
—5969881
市城关区
元701
00
—8836874
—8836874
市新建南
商务楼501室
12
—7246588
—7246588

一丝不苟
精益求精

2006年2月28日 星期二

齐晋生信息 商务论坛

服务热线
电话:83424280

3

2006年华为3Com新商务政策简介

跨入2006年度以来,华为3Com出台了一系列关于总代新的商务政策,与先前的商务政策相比,这些新政策的操作方法和流程有了显著的变化,下面着重介绍新的条码政策及项目订单监控政策。

一、关于条码政策:

华为3Com新的条码政策规定:从2006年1月1日起,将以渠道条码系统作为总代业绩、返点核算的基础数据。这一规定与先前的政策相比,变化主要体现在以下两个方面:第一,之前对总代业绩核算的基础数据是CHIP数据,而对条码并不要求做到一一对应,现

在,我司所有的出入库条码必须与华三条码系统提供的条码一一对应;第二,之前不需每周提交条码周报,只需每周提交一周的出货的CHIP数据即可,现在每周必须向华为3Com提交条码周报。

与CHIP不同的是,条码具有唯一性,即每件货物的条码都是唯一的,两件不同的货物的条码不可能相同,同一型号的产品条码也不可能相同,因此对我司相应的商务操作流程也有了更高的要求。这些更高的要求主要有以下几点:

第一,对货物出入库时条码扫描的要求更高

了,所有出入库的货物都必须进行条码扫描,而且不能多扫、不能漏扫,更不能错扫。只有这样才能完整、准确地采集到所有的条码。

第二,对出货的要求更加严格,对于项目的货物,只能用于项目销售,对于分销库存的货物,只能用于分销销售以及SMB单和分销产品订单等规定类型的出货。

第三,对退货的要求和控制将更加严格,所有退回货物的退货条码必须与出库条码完全一致,否则,坚决不允许退货。

二、关于项目监控政策:

除了新的条码政策,华为3Com还出台了新的项目监控政策,新政策规定:对华为3Com下发给我司的所有项目订单,我司必须必须在两个工作日内以邮件形式回复是否接单,如不接单,须说明不接单的理由;如接单,则必须在接下来的三个工作日内签订购销合同,五个工作日内下单采购,并且在货物备好后五个工作日内完成提货工作。与先前的政策相比,变化也是显著的,主要有以下几点:

第一,对于是否接单的反馈要求更加严格,不管是否接单,都必须在两个工作日邮件正式回复,

超过两个工作日不反馈的,视为接此单,后果由我司承担。

第二,对销售合同签订期限有了明确的规定,即在订单通知下发后三日内必须与二代签订销售合同,这样就对销售人员提出了更高的要求,销售人员必须在规定的时间内与客户协商好相关合同的付款及交货条款,对于异常情况,也必须在更短的时间内反馈和处理。

第三,对于下单采购的期限也进行了硬性规定,即只要是确定已下单的项目,则必须在订单通知下发后的五个工作日内向华为3Com下单采购,

对于逾期不下单采购的,我司将会受到处罚。因此,对办事处不按规定时间向总部采购组提交采购申请的,总部采购组将直接向华为3Com下单采购,而相应的办事处则会受到处罚。

第四,货物备好后,五个工作日内必须完成提货,这也对销售人员有了更高的要求,对于已提货或即将提货的项目,销售人员必须尽快与客户沟通好出货时间、地点、到货方式等,以便在货物提回后尽快办理货物出库手续。

这些新的商务政策的变化,直接关系到我司平时的商务操作流程的更新,同时与公司的利益也是密切相关的,而且也会间接地影响到二代的业绩和返点等,在这里介绍给大家,希望大家了解。

(陈剑波)

应收帐款管理的理论、方法与实践 (二)

3.认识对帐单的重要性

定时确认每一时间段业务的具体金额;

- 及时提醒客户付款;
- 强有力的债权证明;
- 中断延长诉讼时效的法律文件;
- 及时发现内部人员的舞弊行为。

4.客户拖欠的理由和信号举例

- 周转困难
- 我们的客户没有付款
- 总经理出差了
- 还没收到发票
- 明天一定让财务去办

- 货物质量有问题
- 交易额突然增大
- 付款方式变更
- 客户排位下降
- 推翻已有的付款承诺

5.债务人赖帐的常见手法

- “躲”——躲着不见面、不回复留言电话传呼、告诉别人“他不在”、变更经营场所等
- “赖”——以货物、合同规格、品质不符或价格太高为理由,拒绝付款或以此要求降价拖延时间

“推”——以未收到对帐通知单、客户的汇款未到、前任没有交代、企业已更换等理由推托责任。

“拉”——以老朋友、老客户自居,要求相信他,帮助他,发誓赌咒一定还清欠款(但遥遥无期)等

“拖”——以生意不好无利可图,货物难销,正出差在外、会计人员不在等理由要求下次再来对帐收款

“磨”——不断提出不同的理由来拖延支付,使债权人疲于追讨;或多次承诺支付,但从未履行。

应收帐款催收与管理

1. 应收帐款催收的方法与步骤

- 了解客户拖欠的真实原因
- 债务处理中的一些基本问题
- 选择有效的追讨手段
- 采取有效手段进行追收

2. 应收帐款催收基本策略

- “快”:对意外事情的反应要快
- “勤”:催讨的频率要高
- “粘”:不轻易答应客户的要求,对有松动的要及时达成还款承诺。

“缠”:对债务人的交涉要层层逼近

“逼”:对客户的弱点直接施压,适当提高施压等级

3. 债务特征分析:影响应收帐款追回的可能性因素

● 债权特征:债权文件、债务确认、债务关联及债务认

● 拖欠特征:拖欠时间、拖欠地点、交易内容及拖欠性质

● 债务人特征:债务人背景、信用状况、偿债能力及偿债意愿

● 催讨特征:自行追讨、司法追讨、专业机构追讨或协商状况

4. 应收帐款基本催收程序

● 信用期内:定期走访、电话联系,及时解决客户提出的问题。在最佳收款时间内,向客户发出清晰准确的书面对帐通知,约定付款时间并定时拜访。

● 逾期15天以上:发出书面《催款函》,并打电话给对方负责人询问情况,了解其付款意愿,并要求对方提供付款承诺书,经签字盖章后将原件交回公司信用管理部。同时,将有关情况通知公司

领导及商务部。

● 逾期30天未付款:

销售人员应将有关前期和客户沟通,催收记录情况交公司信用管理部建档管理,信用管理部与客户取得联系催收欠款,如有必要可对客户进行巡访。同时,信用管理部可考虑停止供货,取消其信用额度,发出律师函,并可直接按合同规定申请仲裁或提起诉讼。

● 超过45天的欠款:

公司根据具体情况和有关制度,对没有按照公司规定执行和明显失职的销售人员或有关人员给予相关处罚,并可追究相应责任。同时,信用管理部督促销售人员填写《司法解决回款申请表》,报商务经理、副总经理、总经理审批同意后作专案处理,可委托专业追账机构追讨或提请法律诉讼直至判决执行。

1. 常用的应收帐款催收方式

● 电话:电话具有迅速直接的优点。电话能加强收帐人员和客户的关系,协助收帐人员了解客户付款的情况和延期付款的理由,甚至可以解决小问题。缺点是不太正式,且债务人的电话承诺容易

被忽略或忘记。

● 信函:信函比较正式,可以签发给大量客户。设计规范专业的信函会给客户留下良好的形象。大量的帐款可以通过信函催回。信函有时容易被忽略,如果这时用电话跟进更能引起客户的重视。

● 付款通知:付款通知可以通过对帐单、发货单或发票形式进行。付款通知的内容一般应包括:客户定单号、发货单号、金额、付款时间等。

2. 电话催收技巧介绍

- 明确首要和次要的电话;
- 准备应付了解不付款的托词;
- 稳定情绪,不能分心;
- 了解债务人的决策者是谁?
- 公司对该货款催收做了怎样的努力?
- 客户是否清楚把款汇到哪里?
- 查清发生争议的原因(发票?对帐?质量?)
- 下决心要坚定,但要有技巧;
- 要对方明白你是谁,打电话的目的是什么?
- 同一时间只能提一

个问题,问完后保持沉默;

● 不要自己回答自己的问题;

● 确保应收款的准确性及明确自己的权限范围;

● 打电话之前应先与公司内部有关人员事先沟通。

3. 面访催收的技巧

● 通常,少数几个客户占公司大部分的销售额,他们是关键的或主要的赊销债务人,应通过经常的面访以增加关系;此时面访的目的应不仅仅在于收回一次货款,而是通过与客户交谈搞清付款延迟的原因。

● 面访催收是追帐过程中给客户压力最大的一种,决不能使面访显得冷淡。精心的计划与安排、深入的讨论、以及搞清双方公司运转的方方面面都会有助于加速未来的付款。

● 提前与合适级别的人预约好,并准时到访。

● 态度及语气适中,切忌与客户争吵。

● 面访完毕回到办公室,就给客户回个电话,确认一下双方讨论的要点;必要时向客户传真一份会谈纪要。(刘亚玲)