

| 直接上级 | 事业部经理 | 直接下级 | 岗位代码 | |
|----------------------------|-----------|--|------|--|
| 岗 位 职 责 | 客户关系管理 | 1、维护现有客户关系，跟进学校研学需求，建立与客户长期合作关系，协助战略合作学校研发研学课程，确保客户满意度和客户黏度。 2、根据所负责的客户区域，进行联络拜访工作，拓展新客户群体，包括收集客户信息、分析研学需求、参与投标、推介研学产品、邀请客户考察体验、促成签约意向。 | | |
| | 签约销售 | 3、根据收集的招标信息进行投标工作，准备投标文件及报价。 4、完成合同签订、销售收款等流程，确保达成销售指标。 | | |
| | 监督协调团上运作 | 5、根据客户需求，安排操作人员组织实施研学活动方案。 6、监督团上流程运作按公司质量要求执行，及时沟通协调客户需求与资源方的问题，确保活动顺利进行。 | | |
| | 审核单团业务及核算 | 7、确定合同价格，确保价格合理且具有竞争力。 8、审核操作人员选择的资源质量和价格，对单团毛利负责，确保完成销售指标要求。 9、按公司规定完成核算及结账。 | | |
| | 产品制作 | 10、根据公司资源和客户需求，与课程编辑部共同调研市场信息；完成课程方案与行程安排的组合，最终形成具有吸引力的研学产品。 11、定期与校方课程老师共同采集研学线路，设计适合不同学段的研学线路及课程，完善研学旅行接待方案。 | | |
| | 其他 | 12、领导交办的其他工作。 | | |
| 考 核 标 准 | 客户关系管理 | 1、维护类客户的出行频率（同产品类型比较）不低于同期水平的 80%。（近 3 年均值）。 2、每学期至少拜访 3 家新客户，其中至少 1 家实现签约。 3、每月有效拜访（时长≥1 小时）≥20 次，每次客户拜访后，24 小时内 3.0 客户管理模块中填写标准化拜访纪要，包含客户需求、潜在商机、下一步计划。 4、由拜访产生的、并录入系统作为“商机”跟进的数量，占拜访总数的比例≥30%。 5、每学期组织客户实地考察≥5 次，考察后成单次数≥4 次。 6、每学年至少与 1 家战略合作学校开展课程共建，研发定制化研学课程≥1 套。 7、及时更新 3.0 客户管理中的客户基本信息及交往记录，系统记录每次联络信息，形成客户需求档案；学校发生重要联系人变更需及时更新，建立新的联络。 | | |
| | 签约销售 | 8、投标文件一次性通过率≥80%（无需修改补充）。 9、新客户（近 2 年未发生交易）投标量：每学期参与针对新客户的投标项目≥2 个。 10、年度总中标率不低于部门平均；其中，老客户（2 年内发生交易）投标中标率≥60%。（中标率按次数统计，客户同一次发布多条线路，中一条即为该次中标） 11、投标文件提交及时率 100%，不得弃标。 12、季度销售毛利完成额在四档及以上的次數≥3 次（一年 4 次）。 13、合同回款周期≤30 天。（特殊条款除外） 14、根据公司业务流程和财务制度进行签约，出团前与校方活动负责人签订《研学旅行委托合同》；家长在游学网上签订《研学旅行合同》同时也应与校方签订委托合同。 15、跟踪销售指标完成情况，每月与合作财务会计进行销售数据分析，提出改进措施≥1 项目并取得成效。 | | |
| | 监督协调团上运作 | 16、客户对活动执行评价为满意及以上。 17、因执行问题导致的客户投诉≤1 次/学期。 18、突发需求协调解决时间≤2 小时；客户反馈问题 24 小时内解决；供应商问题处理时效≤4 小时。 19、落实沟通环节：在活动前与客户确认最终方案，确认双方负责人了解详细的执行计划；活动期间保持与客户沟通，协调解决突发问题，确保活动顺利进行；活动结束后，每月 | | |

研学旅行事业部 【客户经理】岗位说明书

(版号：20260225)

| | | | |
|---------------|------------------|---|---|
| | | 组织至少 1 次复盘会议，总结经验教训，优化未来活动流程。 | |
| | 审核单团业务及核算 | 20、在合同签订前，对成本进行预算，预算偏差率≤10%（偏差率=实际成本/预算成本）。 21、单团毛利率不低于公司同类产品同期毛利率的 90%（特殊情况除外）。 22、遵守业务流程和质量控制要求，执行偏差≤1 次/月。 23、管理系统中上传文件齐全、准确，单团核算错误率≤3 次/月（以财务复核为准）。 24、单团结束后 1 个月内与财务完成对账。 | |
| | 产品制作 | 25、每学期至少与课程编辑部进行 1 次市场调研，收集最新市场信息，包括客户课程意向、资源方产品信息、同行信息（客户、产品、销售价格、资源供给）等，并形成书面报告。 26、每学期完成至少 3 个研学产品的设计（或优化升级），并完成产品计划销售目标。 27、每年参与公司“标准产品沟通会”，提交并被采纳的新产品路线及维护产品升级建议≥2 条。 28、每周向运营部提供新媒体渠道宣传素材，素材有明确的宣发目的。 | |
| | 其他 | 29、按时间、结果要求完成交办工作。 | |
| 岗位权限 | | 1、在授权范围内与客户应标、签约、收款、处理投诉等代理权。 2、授权范围内对公司资源的知情权、使用权、维护权。 3、有作为团长的单团指挥、操作、审核权。 4、对部门或公司经营管理的建议权。 | |
| 任职资格 | 职业素养 | 1、认同公司企业文化并贯彻执行，积极传播和践行公司价值观。 2、品德优良，遵纪守法，爱岗敬业，廉洁奉公，具备良好的职业道德和职业操守，注重客户隐私和公司商业秘密保护。 3、具备高度的责任心，对研学工作认真负责。 4、具备较强的沟通能力和团队协作精神，能够与客户和同事建立良好的关系。 5、有较高的情商和服务意识，为客户提供有效情绪价值。 6、适应旺季加班、日常外出考察等工作；有较强的抗压能力，有效应对各种突发情况，在压力下保持冷静，果断决策。 | |
| | 技能要求 | 1、熟悉研学市场动态和产品销售流程，具备市场营销相关知识。 2、具备谈判技能，对客户和供应商有一定的议价能力。 3、了解国家有关合同、旅游方面法律、法规、教育部委相关文件和动态。 4、具备较强的数据分析能力和市场调研能力，能够准确判断市场需求和趋势。 5、熟练掌握 Excel、word、PPT、AI 办公软件和项目管理工具，提高工作效率。 | |
| | 工作经验 | 2 年研学或相关领域销售工作经验，熟悉研学行业特点和运作模式；有成功拓展客户和销售项目的案例，能够独立完成销售任务和目标。 | |
| | 学历、职业资格证书 | 专科及以上学历，旅游管理专业。 | |
| 岗位收入 | 月度 | 工资 | 1、基础工资+本职岗位津贴+交通津贴+通讯津贴+本企业工龄工资+其他-个人缴存部分（养老、医疗、失业、住房公积金）-个人所得税； 2、加班工资（国家法定节假日当天加班，按 3 倍日基础工资发放）； |
| | | 考勤奖金 | 3、考勤奖； |
| | | 绩效奖 | 4、月度工作绩效考评； 5、部门奖励； |
| | 季度 | 指标奖金 | 6、完成季度销售毛利指标的奖金；7、单团操作费； |
| | 年终 | 加班工资 | 8、当年度的存休未在次年春节前后安排倒休的，发放加班工资； |
| 超额身股分红 | | 9、签约身股赠予协议并完成超额销售毛利指标的分红。 | |
| 福利待遇 | 社会保险及公积金 | 1、社会保险（养老、医疗及生育、失业、工伤） 2、入职满一个自然年享有补充医疗保险； 3、住房公积金； | |
| | 过节福利 | 4、春节 5、五一劳动节 6、十一国庆节 | |

研学旅行事业部 【客户经理】岗位说明书

(版号：20260225)

| | |
|--------|---------------------------------------|
| 休假 | 7、国家法定节假日 8、本企业工龄 1 年以上享有相应天数的带薪年假； |
| 免费工作三餐 | 9、公司食堂提供的工作餐：早餐、午餐、以及加班餐。 |
| 工会活动 | 10、全年工会组织的活动（电影、工会集体活动等）；11、员工家属优惠旅游； |
| 党团活动 | 12、全年公司党支部组织的党团活动。 |
| 培训、讲座 | 13、培训及讲座课程。 |

本人确认以上《岗位说明书》的相关内容，并已在培训期间进行了全面的学习和理解，承诺按照相关要求完成工作任务，若未达到上述要求视为不符合公司录用条件，公司有权解除劳动关系。

本人签字：_____

签字日期：_____年____月____日