

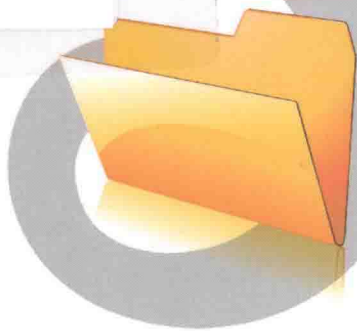
GENDAN XINSHOU
RUMEN BIDU

跟单新手 入门必读

李俊怡·主编

——优秀跟单员手册

- 来自一线的经验
- 提供更多的资讯、观点和方法
- 晋升、加薪和跳槽的敲门砖



广东出版集团
广东经济出版社

GENDAN XINSHOU
RUMEN BIDU

跟单新手 入门必读

李俊怡·主编

← 优秀跟单员手册

广东省出版集团
广东经济出版社
·广州·

图书在版编目 (CIP) 数据

跟单新手入门必读: 优秀跟单员手册 / 李俊怡主编. —广州: 广东经济出版社, 2014. 1

ISBN 978-7-5454-2691-5

I. ①跟… II. ①李… III. ①对外贸易—市场营销学—手册
IV. ①F740.4-62

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2013) 第 206141 号

出版 发行	广东经济出版社 (广州市环市东路水荫路 11 号 11~12 楼)
经销	全国新华书店
印刷	广州佳达彩印有限公司 (广州市员村五横路大坦工业区 3 号楼首层)
开本	889 毫米×1194 毫米 1/32
印张	10.25 1 插页
字数	194 000 字
版次	2014 年 1 月第 1 版
印次	2014 年 1 月第 1 次
书号	ISBN 978-7-5454-2691-5
定价	18.00 元

如发现印装质量问题, 影响阅读, 请与承印厂联系调换。

发行部地址: 广州市环市东路水荫路 11 号 11 楼

电话: (020) 38306055 38306107 邮政编码: 510075

邮购地址: 广州市环市东路水荫路 11 号 11 楼

电话: (020) 37601950 营销网址: <http://www.gebook.com>

广东经济出版社新浪官方微博: <http://e.weibo.com/gebook>

广东经济出版社常年法律顾问: 何剑桥律师

• 版权所有 翻印必究 •



前言

我们正置身于一个急剧变革的时代，面对激烈的职场竞争，个人要想生存、发展，进而获得事业上的成功，就必须拥有持久的竞争优势，而唯一持久的竞争优势便是比竞争对手学得更快，掌握更多的管理及操作技能。

基于此，《HOW-TO企业人手册》系列丛书为企业人提供了一个极佳的不断学习及自我提升的机会。本丛书旨在将企业人塑造成其所在岗位的“专家”，不仅积累知识、增长才干，更重要的是通过学习本岗位手册使得业绩提升，从而获得晋升。

本丛书着重于企业人在各个专业岗位上如何较快地熟悉和适应工作，提高管理和业务能力，将各个专业岗位大量的重复性工作，按照实际操作要求，找出规律性来，规定其标准的工作程序和工作方法，用流程图与制度、表单的形式固定下来，从而使业务管理更加科学、合理，有条不紊，忙而不乱，大大提高工作效率，保证工作的准确性、及时性和全面性。

本丛书于2005年推出了第一辑：分别为《优秀品管员手册》《优秀仓管员手册》和《优秀采购员手册》，引起了读者的强烈反响，认为该套丛书浅显易懂，注重细节，切中各岗位工作中的关键，可操作性极强，非常适合职场人士通过自我学习的方式提升工作技能，建议我们多出版一些相关岗位的图书。因而，我们将本丛书延展，策划出版了第二辑，也是为三个岗位而设



计的——《优秀报关员手册》《优秀外贸员手册》和《优秀跟单员手册》。

《优秀报关员手册》首先介绍报关员的基本类型、基本职责、义务及其工作细节，再以报关通关业务为主线，介绍各个环节具体的工作，如申报、查验、缴纳税费、放行及报关单证的填写等的操作步骤、方法、技巧及注意事项。

《优秀外贸员手册》首先介绍外贸业务流程、外贸员的工作内容、任职要求和细节，再以外贸业务流程为主线，充分介绍各个环节，如寻找客户（从展销会上、从互联网上）、外贸合同洽谈与签订、出口合同履行、货款收回等的各项事务及其处理步骤、方法、技巧及注意事项。

《优秀跟单员手册》首先介绍优秀跟单员的工作内容和细节要求，再以客户订单跟踪为主线，全面介绍接单签单、订单处理、备货跟单、出货跟踪及客户管理与服务等各个环节的主要事务及其处理步骤、方法、技巧与注意事项。

另外，在本丛书的编辑过程中，一些培训机构、咨询公司的顾问老师及企业一线的相关人员参与了编写和修改工作，具体为：张静萍、苟宏、李恒芳、田均平、刘鹏生、廖小丽、向壮丽、匡炳焕、匡粉前、谢国雄、叶镇武、王刚伟、王永强、孙妍、何加喜、朱少军、崔玉琴、侯建国、赵梓君、张洪艳、刘金培等。

《HOW-TO企业人手册》丛书

编委会

目 录

第1章 优秀跟单员任职要求

第一节 跟单业务与工作职责 / 2

- 一、什么是跟单 / 2
- 二、跟单员的定义 / 3
- 三、跟单员的角色 / 4
- 四、跟单业务流程 / 6

第二节 跟单员工作细节 / 17

- 一、要熟悉产品 / 17
- 二、及时把订单变成生产计划 / 18
- 三、要了解跟催对象 / 18
- 四、跨部门跟单要有诀窍 / 20
- 五、善用开会来解决问题 / 23
- 六、始终抓住生产计划 / 24
- 七、掌握跟单手法 / 26
- 八、做好当时的记录 / 28
- 附一 跟单事务跟踪表 / 30



附二 订单变更追踪表 / 31

附三 会议记录表 / 32

第2章 接优质单

第一节 订单的认识 / 34

一、订单的关键要素 / 34

二、优质订单的特点 / 37

第二节 接单过程中的日常事务 / 40

一、寄产品目录 / 40

二、客户询价处理 / 41

三、制样与寄样 / 42

四、资料整理 / 46

五、客户到访接待 / 46

第三节 接单的技巧 / 48

一、接单的步骤 / 48

二、借助第三方力量接单 / 49

三、靠诚信接单 / 50

四、特殊单的对待 / 51

五、定金的处理 / 54

附一 订货受理办法 / 56

附二 客户送样承认作业规定 / 61

附三 内销业务处理规定 / 63

附四 外销业务处理制度 / 75

附五 未出货订单记录表 / 85



附六	已出货订单记录表 / 86
附七	产品相关资料记录表 / 87
附八	样品制造通知单 / 88
附九	样品管制单 / 89
附十	样品提取登记表 / 90
附十一	样品寄送记录表 / 91
附十二	快递清单 / 92
附十三	订单接单统计表 / 93
附十四	订单交期统计表 / 94

第3章 订单处理

第一节 审单与分单 / 96

- 一、客户下订单的方式 / 96
- 二、订单的表现形式 / 96
- 三、订单的审核 / 97
- 四、将订单分类 / 100
- 五、建立好订单清单 / 101
- 六、分发订单 / 102
- 七、用追踪表跟进订单 / 103

第二节 订单评审 / 104

- 一、订单评审时机 / 104
- 二、评审内容 / 105
- 三、评审方式 / 105
- 四、评审结果处理 / 106



优秀

跟单员手册

第三节 订单安排 / 108

一、协助生管人员制定生产计划 / 108

二、把握生产能力 / 112

三、做好生产日程安排 / 117

四、及时制作三单 / 121

五、客户订单变更的处理 / 123

六、插单、急单的应急处理 / 124

附一 订单评审办法 / 126

附二 订单清单 / 130

附三 订单评审表 / 131

附四 外购订单 / 132

附五 订购单 / 134

附六 月生产计划表 / 137

附七 周生产计划表 / 138

附八 订单生产安排表 / 139

附九 生产通知单 / 140

附十 仓库发料通知单 / 141

附十一 材料耗用明细表 / 142

附十二 订货通知单 / 143

附十三 订货变更通知单 / 144

第4章 备货跟单

第一节 生产进度跟单 / 146

一、生产进度跟单的基本要求 / 146



- 二、生产进度跟踪的方法 / 146
- 三、常用的进度控制工具 / 160
- 四、生产进度改善措施 / 160
- 五、跟进生产进度的注意措施 / 162

第二节 生产质量跟单 / 164

- 一、交期与质量的矛盾处理 / 164
- 二、准确传达质量要求 / 166
- 三、现场巡视发现品质问题 / 167
- 四、监控品质检验环节 / 169

第三节 生产物料跟催 / 178

- 一、确保物料如期到货 / 178
- 二、物料采购跟催的原因 / 180
- 三、物料采购跟催的流程 / 180
- 四、跟催物料的方法 / 181
- 五、跟催中常用的措施 / 182
- 六、物料进度落后的措施 / 184
- 七、客供料的跟催 / 184

第四节 订单交期管理 / 186

- 一、交期管理的必要性 / 186
- 二、交期管理重点 / 187
- 三、缩短交期的方法 / 188
- 四、交期延误改善的对策 / 188
- 五、与客户商讨延误的解决办法 / 192
- 附一 生产计划变更管理规定 / 193



- 附二 生产进度控制办法 / 196
- 附三 交期延误管理办法 / 201
- 附四 订单首件检验办法 / 206
- 附五 客户提供物料控制规定 / 209
- 附六 生产进度跟踪表(1) / 213
- 附七 生产进度追踪表(2) / 214
- 附八 生产日报表 / 215
- 附九 交期达成跟踪与检讨 / 216
- 附十 物料跟催表 / 217
- 附十一 客户供料通知单 / 218
- 附十二 客户供料异常处理单 / 219
- 附十三 交期变更通知单 / 220
- 附十四 交期延误报告书 / 221
- 附十五 交期变更联络书 / 222

第5章 出货跟单

第一节 出货前的准备 / 224

- 一、让客户确认装箱资料 / 224
- 二、确认出货单及货物状态 / 224
- 三、安排托运 / 225
- 四、制作装箱单 / 227

第二节 商品报验 / 230

- 一、出口商品检验的情况 / 230



二、商品检验的地点和时间规定 / 232

三、出口商品报验手续 / 232

四、出口商品预检验 / 237

五、申请免检 / 239

六、原产地证的办理 / 241

第三节 报关和保险 / 244

一、出口货物报关 / 244

二、办理保险手续 / 251

第四节 出货前后的跟踪 / 254

一、出货前后工厂要跟紧 / 254

二、出货后要及时反馈与跟踪 / 256

三、出货统计分析 / 258

附一 出货检验规定 / 260

附二 出货通知单 / 266

附三 出货单 / 267

附四 出库单 / 268

附五 出货检验日报表 / 269

附六 出货检验报告 / 270

附七 装箱单 / 271

附八 提货单 / 272

附九 客户出货追踪表 / 273

附十 收货确认单 / 274

附十一 _____月客户出货统计表 / 275



第6章 客户关系管理

第一节 客户管理 / 278

- 一、客户的含义 / 278
- 二、客户分类管理 / 278
- 三、客户信息与跟踪 / 281

第二节 客户服务 / 287

- 一、客户的访问 / 287
- 二、客户的跟踪 / 288
- 三、客户的满意度跟踪 / 288
- 四、客户投诉的接受与处理 / 290
- 附一 客户投诉管理制度 / 295
- 附二 客户信息收集表 / 307
- 附三 客户登记表 / 309
- 附四 客户(企业)资料卡 / 310
- 附五 客户地址分类表 / 311
- 附六 与本企业交易客户一览表 / 312
- 附七 客户订单跟踪表 / 313
- 附八 客户产品跟踪表 / 314
- 附九 客户投诉记录表 / 315

参考文献 / 316

第

1

章

优秀跟单员任职要求



■ 跟单业务与工作职责

■ 跟单员工作细节



第一节

跟单业务与工作职责

一、什么是跟单

跟单就是跟进或追踪、追随订单，是企业管理的一种行为。企业为确保各部门能按计划开展工作，最终保质、保量、保交期地完成某项订单，需要对各个部门各个环节采取一系列的跟催措施，采取这些措施的过程就是跟单。

跟单的工作性质与特点随着企业的规模与性质、跟单的対象和核心事务的不同，可分为业务跟单和生产跟单。

1. 业务跟单

业务跟单又称“业务跟进”，是对客户进行跟进，尤其是对已对本公司的产品有了兴趣，或有购买意向的人进行跟进，其目的是缔结业务，签订合同。业务跟单员的岗位称呼有业务经理、业务员或业务助理等。

2. 生产跟单

生产跟单主要是对已接来的订单进行生产安排。对生产进



度进行跟踪，确保按期将货物送到客户手中。生产跟单员的岗位称呼一般是业务经理、生产主管、总经理助理或物控员、计划员。

总之，不管是外贸公司的跟单员，还是工厂企业里的跟单员，他们的基本职责都是由“业务跟单”和“生产跟单”两部分构成。

二、跟单员的定义

跟单员是指在企业业务流程运作过程中，以客户订单为依据，跟踪产品（服务）运作流向并督促订单落实的专业人员，是各企业开展各项业务，特别是外贸业务的基础性人才之一。

这是一个通俗的定义，主要包含了四个层面的意思，具体是：

第一个层面：工作的依据是订单，这是基础原则，假如脱离了订单，那就不是跟单员的工作了。

第二个层面：工作的形式是跟踪并督促落实，这也是工作方法的体现，并能显示工作的深度。这是因为实际中有些人只能做到跟踪，并不会督促落实；而有些人却在跟踪的同时还能确保督促落实到位。

第三个层面：工作的对象是企业运作流程中的各种业务，这是工作宽度，界定了具体的范围。特点有两个：一是企业的运作流程以及按这个流程所区分出来的岗位责任制及其内容；



二是其中的各种业务而不是各种事务，即要重点强调交接业务而不是具体去从事事务，也就是要求人员要从管理的角度去跟单。

第四个层面：跟单员是专职人员。但是要注意，这里的专职是一个相对概念，即相对于其他工作来说，跟单工作需要由专人去实施，而不是实施的人只做跟单工作，不做其他事情。所以，专职不是唯一的指向，而是包含却不限定。

三、跟单员的角色

1. 跟单员是业务员

跟单员是企业的业务员，其工作不仅仅是被动地接受订单，而是主动地进行业务开拓，对准客户实施推销跟进，以达成订单为目标，即进行业务跟单。为此，跟单员必须：

(1) 寻找客户。跟单员通过各种途径寻找新客户或跟踪主要客户。

(2) 设定目标。跟单员应决定怎样在准客户与现实客户中分配工作时间。

(3) 传播信息。跟单员应熟练地将企业产品的相关信息传递出去。

(4) 推销产品。跟单员应与客户接洽，演示产品，回答顾客的疑问并达成订单。

(5) 提供服务。跟单员要为客户提供各种服务，提供咨询