

第一页 SEM 部门工作最新调整

说明：为进一步提高 SEM 部门工作效率，把有限的时间和人员精力花在刀刃上，对 SEM 相关工作做以下调整：

1. 下单阶段：

订单下到 SEM 部门前必须有完善的下单资料表，否则不予处理订单；

2. SEM 工作内容—售前支持及销售常见问题处理（不同于正常的前后台交流）；

SEM 部门不接受任何零散的售前支持和销售常见问题，所有销售能自己或者能通过自己的上级帮助来解决的问题，请自行解决，如销售的上级依然也解决不了的，请按照以下流程操作：

1) 售前方案支持类：

- ① 销售发送邮件申请给相应的管理层及孙总；
- ② 孙总批复后，转发丁娟和姚阿竹；
- ③ 姚阿竹安排方案提供；

2) 问题咨询类：

- ① 销售关于 Adwords 有不清楚的地方，直接查阅“SEM 常见问题库”，以后每季度更新；或直接咨询其上级；
- ② 如果销售管理层，直至销售总监都无法对该问题进行回复，提交给丁总监；
- ③ 丁总监安排相关人员进行回复，如有必要，销售内部需要针对此问题进行培训说明，以免同样问题重复问；

3. SEM 工作内容—方案、报告类；

前期投放方案

基本上每个订单都会有，但是个别客户对于投放信息非常明确的，例如：目标市场、预算安排、投放时段等以往方案中包含的信息，这个时候，就不需要再提供方案，可通过电话用最短的时间跟客户确认好相关信息，开始搭建账户，安排投放；

进度报告：原则上一月一份（第一个月因为调整较多，可以为 2 份）

每个订单和客户情况不同，有的客户基本不看账户，平时也不关注，这种除了日常的沟通之外会按正常进度发送报告；

有的客户很关注账户，而且也开通了查看权限，基本上很多问题都在日常的 QQ 和电话中沟通过，对于报告反而不关注，这类客户的进度报告根据情况，可以延长周期或者取消，如该订单销售人员准备拜访客户，可提前 1-2 天跟投放人员进行沟通，给予报告支持；

续费报告：根据账户预算情况提供报告；

发送时间：账户剩余预算为实际消耗 10 天左右的时候

主要对这一阶段的账户情况及取得的进展进行说明，以及下阶段的操作计划和方向，主要配

合销售收款

方案及报告说明：后期的报告可以更有价值，且提高效率，而不是为了发报告而整理报告，在后期服务过程中，前后台可以多沟通交流，多注意相互的反馈，争取把每个工作范围内的报告都用到刀刃上，拒绝从不看邮箱里的报告，但只要需要报告就立刻找后台提供的销售需求；

4. 特殊的客户问题处理；

对于 SEM 部门，每一个客户都是优质客户，可能因为客户的投放额度会有正常的工作量区别，正常的服务区别，但对于正常的投放客户，一般 SEM 人员付出的沟通时间和精力都是一定的，合理范围内的；针对以下客户情况，需要销售人员配合做工作，否则后台拒绝提供多出的额外服务；

每天都要花费几个小时的时间来跟客户沟通汇报账户情况，针对每一个账户内的细微变动都得做出各种解释；若 QQ 来不及回复，则会电话咨询且挂不掉的情况；

类似客户的处理方案：

1. 请前台做客户工作，冷静分析拒绝配合类似服务的理由：耽误大量可以用于账户工作的时间；对其他客户不公平；
2. 如果问题真的很多且很有必要问，请整理到邮件内，SEM 人员集中时间抽空处理；

以上工作，现阶段 SEM 部门耽误时间较多，且性价比较低；希望后期，SEM 投放人员可以用更多的时间来做投放相关的核心工作；请相关部门理解配合；

以上流程于 2016 年 7 月 1 日起正式执行！

第一页-SEM 部门

2016.6.27