

CRM 招标

招标编号：

招标项目： CRM 销售管理项目

招标单位：（中国）药业集团

二〇一五年八月

目 录

目 录	2
第一部分、投标邀请书	3
第二部分、投标须知	4
一、注意事项	4
1.4 合用范围	4
本招标文献仅合用于（中国）药业集团 ERP 系统（涉及软件产品、项目实行）。	4
二、投标文献	4
三、投标保证金	6

四、投标文献的签署	6
五、投标文献的递交	7
六、开标和评标	7
第三部分、招标内容	9
一、概述	9
二、具体内容	9
2.2 项目目的与功能	10
总体规定	10
本次项目重要工作：	10
本次项目实行的范围如下：	10
2.5 技术服务规定	11
2.5.3 技术支持	11
2.5.4 技术培训	12
2.6 投标人实行团队稳定性规定	12
2.6、投标人需保证在项目实行过程中投标方项目经理和重要核心实行人员稳定，人员经双方拟定后，未经招标人认可，不得擅自变更项目经理实行人员。如发生特殊情况，确需变更相关人员，需招投双方协商一致后签署备忘录。	12
第四部分、附件——投标文献格式	13
附件一：投标函	13
附件二：法定代表人授权书	14
附件三：报价清单	15
附件四：商务&技术指标偏离表	16
附件 5:关于资格的声明函	17

附件 6:投标方的资格声明	18
正在研发的产品	18
职工（雇员人数）	18
附件 7：实行、代理公司的资格声明	20
附件 8：研发制造商出具的授权函	22
附件 9：参与投标确认函	23

第一部分、投标邀请书

为配合（中国）药业集团全国战略，完善与公司规模相匹配的财务管控方式，实现从各级公司不同的财务系统和环境下快速、准确获取信息，提高合并报表工作效率和提高公司整体管理能力，（中国）药业集团拟对已实行的 ERP 系统进行优化，现真挚邀请贵公司参与投标，请按招标文献的规定编写投标文献，准时提交。

为配合（中国）药业集团全国战略，实现万德玛销售全方位管理，使得销售数据化、透明化，统一资源，提高效率，增强分析，运用数据实现精确化营销，现真挚邀请贵公司参与投标，请按招标文献的规定编写投标文献，准时提交。

招标单位： （中国）药业集团

招标编号：

招标内容： CRM 销售管理项目

投标文献发放时间： 2023-8-8

投标地点： *

投标联系人： *

联系电话： *

传真： -800

E-MAIL： *

邮政编码： 202331

投标时间：

投标截止时间： 2023 年 8 月 10 日

开标时间：（待定）

第二部分、投标须知

一、注意事项

1.1、合格投标单位

1.1.1 凡符合本招标文件资格规定并接到投标邀请书的公司，均为合格的投标单位。

1.1.2 假如投标单位授权代表不是法定代表人，需持有《法定代表人授权证书》（统一格式）。

1.2、在投标之前，投标单位须仔细阅读招标文件，如发现有任何疑问、冲突，投标单位须向招标方征询。

1.3、无论投标过程中的流程和结果如何，投标单位自行承担投标活动中所发生的所有费用。

1.4 合用范围

本招标文件仅合用于（中国）药业集团 CRM 销售管理系统服务。

二、投标文献

2.1、投标文献

2.1.1 投标单位应仔细阅读招标文件中的所有内容，按照招标文件规定编制投标文献，并保证投标文献的对的性和真实性，所有文献资料必须是针对本次投标。

2.1.2 不按招标文件的规定提供的投标文献将也许导致被拒绝。

2.1.3 投标单位须对招标文件中涉及到的专利负责，并保证不伤害招标方的利益。

2.1.4 在法律范围内，所有文字、商标和技术侵权导致的相关费用，招标方概不负责。

2.2、投标文献的组成

2.2.1 技术标组成

1) 技术标的标书（含按技术规范规定提供的相关技术文献）

2) 解决方案设计书

3) 项目实行计划书

- 4) 拟参与本项目人员的简历, 涉及项目经理以及团队成员整体配备情况和资质。具体资料如下: 姓名、学历、专业、职务、业务专长、工作经历, 以及在相关项目中承担的任务和在本项目组中的角色
- 5) 针对本投标书的点对点应答
- 6) 提供三个或以上同等或以上规模的项目案例

2.2.2 商务标组成

- 1) 投标函 (附件一)
- 2) 法定代表人授权书 (附件二)
- 3) 投标产品价格表 (附件三)
- 4) 商务和技术指标偏离表 (附件四)
- 5) 营业执照及税务登记证复印件, 注册资金规定 500 万人民币 (含) 以上
- 6) 优惠条件
 - a、投标单位给予招标单位的各种优惠条件, 涉及产品价格、各项费率、技术服务、售后服务承诺、质量保证期、到货期等方面的优惠;
 - b、当优惠条件涉及“投标项目价格表”中的各项费用时, 必须与投标价格相统一。
- 7) 相关资质证明和介绍
 - a、供应商基本信息, 资质和奖项;
 - b、若投标人提供的产品及服务不是投标人生产或拥有的, 则必须得到产品制造商和/或技术拥有者向中华人民共和国提供该种产品的正式授权;
 - c、产品的国际及中国认可的品质检查合格证明文献;
 - d、投标人具有履行协议所需的财务、技术和生产能力;
 - e、投标人应有能力履行招标文献中协议条款和技术规定规定的由卖方履行的其它技术服务的义务
 - d、近三年来, 产品使用情况和实行经验;
- 8) 投标方针对本项目的承诺。

2.3、投标书格式

投标单位应按照招标文献中所规定的格式填写投标书、招标产品一览表、投标价格表及产品实行解决方案简要说明一览表，注明提供的服务简介、计价方式和价格等并装订成册。

2.4、投标报价

2. 投标报价必须为符合所有技术及商务规定前提下的报价。在商务标的报价清单中必须以备注的形式明确予以说明。**投标方若对技术指标和商务条款有任何偏离或不满足，请具体填写附件四的商务和技术指标偏离表。**

2.4.2 报价规定及其它

投标价格表（见附件3）填写时应注意下列规定：

1) 报价应为CRM销售管理项目所需的所有费用，涉及征询、系统开发、安装、调试、培训及其它附带服务的费用、以及其他后续服务费用等，需要区分一期报价和二期报价，区分一次性投入和后续每年投入。

2) 供货人提供在中华人民共和国制造的，或已在中华人民共和国境内的国外产地的已经进口的产品的国内投标，其产品的交货价，涉及产品已付的所有关税、销售税和其他税（其关税和其他税不分别填写，计入货价内即可）。

3) 如条件允许，在标明“总价”的同时，应相应提供“单价”和“数量”信息。

4) 一旦投标人中标，投标人不得以任何借口向招标人提出增长费用规定，否则，投标人将承担因此导致的一切法律责任。

2.5、投标应答

投标单位的应标书中，规定对本招标书所提出各项规定进行逐条逐项答复、说明和解释，一方面对实现或满足限度明确做出“完全满足”、“部分满足”、“不满足”等应答，然后做出具体、具体的说明。不得使用“明白”、“理解”

等词语。在答复中，规定明确满足的限度，凡采用“详见”、“参见”方式说明的，应指明参见文档的具体章节或页码。

2.6、招标单位规定分类报价是为了方便评标，但在任何情况下不限制买方以其认为最合适的条款签订协议的权利。

三、投标文件的签署

4.1、投标文件的正本需打印或用不退色的墨水填写，并注明“正本”字样。副本可以复印。

4.2、投标文件需由投标单位盖章并由投标单位法定代表人或法定代表人授权代表签署，投标单位应写全称。

4.3、投标文件的份数

按招标文件规定提供的各种文献，均提供一式四份，其中正本一份，副本三份，分别装订成册。

4.4、投标文件不得涂改和增删，如有错漏必须修改，修改处须由同一签署人签字或盖章。

4.5、投标文件若笔迹模糊或在关键的技术、商务内容上意义表达不清将也许导致不被接受。

四、投标文件的递交

5.1、投标文件的密封及标记

5.1.1 投标文件应按以下方法分别装袋密封：

密封袋内装投标文件正、副本一式四份。密封袋上应有**投标单位公章**，并注明**招标项目名称、招标单位名称、邮政编码、招标方地址、投标单位名称、通讯地址、邮政编码、投标联系人、联系电话、投寄人**。并注明“**投标文件**”、“**开标时启封**”字样。

5.1.2 假如投标单位未按上述规定密封及加写标记，招标方对投标文件的误投和提前启封不负责任。

5.2、投标截止时间

5.2.1 投标文件必须在规定的投标截止时间前电子邮件到达药业，纸质文档在电子文档到达2天内邮寄到达或派人送达指定的投标地点。

5.2.2 招标方如因故推迟投标截止时间，将应以书面形式告知所有投标单位，在这种情

况下，招标方和投标单位的权利和义务将受到新的截止时间的约束。

5.3、无效投标：发生下列情况之一的投标文献被视为无效

5.3.1 在投标截止时间以后邮寄到达或送达的投标文献。

5.3.2 未密封的投标文献。

5.3.3 由于包装不妥在邮寄途中严重破损或失散的投标文献。

5.3.4 与招标文献有重大偏离的投标文献。

五、开标和评标

6.1、开标

招标方组织评标小组进行开标，如有必要，招标方将告知投标方参与并当场限定期间述标。

6.2、投标文献初审

6.2.1 开标后，招标方对投标文献进行初审，初审内容为：

1) 投标文献是否符合招标文献的规定，内容是否完整，文献签署是否齐全。

2) 价格构成有无计算错误。

6.2.2 初审时发现价格计算有误，将按下述原则修正：

1) 单价之和不等于总价，以单价为准修正总价。

2) 如以文字表达的数据与数字表达的有差别，以文字为准修正数字。

6.3 对投标文献的评估和比较

6.3.1 招标人的评标小组将对实质性响应的投标文献进行评估和比较。

6.3.2 评标时除考虑投标价外，还将考虑以下因素：

1) 投标文献中所报交货期及付款方式；

2) 产品的技术水平、功能、性能和实行（客户化开发）能力；

3) 产品的质量及合用性；

4) 投标人对产品安装、调试、开通的能力和费用；

5) 投标人在中华人民共和国境内为其所供产品售后服务的也许性；

6) 技术规格所规定的有关服务的费用；

7) 从外国进口的货应付的关税和其它进口税（如需要的话）。

8) 其他特殊规定因素（如安全及环保等）。

6.4、投标文件的澄清

为有助于对投标文件的比较和评议,必要时招标方可规定投标单位对投标文件进行澄清,并做出书面答复。书面答复须有投标单位全权代表签字并作为投标内容的一部分。

6.5、评标

6.5.1 招标方将组织评标小组,对具有实质性响应的投标文件进行评估和比较。

6.5.2 评标小组按照招标文件的规定和条件进行评标,同时考虑投标价格的竞争性和合理性等因素。

6.6、定标:

6.6.1 招标方在对投标单位进行最终审查后,向招标领导小组推荐最佳投标者,由招标领导小组决标。

6.6.2、中标条件

- 1) 投标文件基本符合招标文件规定;
- 2) 投标单位有很好的执行协议的能力;
- 3) 投标单位可以提供质量价格占优势的产品及服务。
- 4) 招标方将把中标通知书授予最佳投标者,但最低报价不是中标的保证。

6.7、诚信承诺: 投标单位提供的信息必须是真实可靠,并能在价格有效期内忠实履行的,中标单位须承诺在双方签定的协议中有以下条款: 如经买方查实,卖方在投标时针对本项目提供不实信息,买方有权延迟应付卖方货款一年,如由此给买方带来损失,还应补偿买方损失。

6.8、解释权与修改权: (中国) 药业集团对该招标书享有解释权和修改权。

第三部分、招标内容

一、概述

招标人：（中国）药业集团，以下简称“买方”。

投标人：被邀请参与本次招标的软件商，以下简称“卖方”。

服务：（中国）药业集团 CRM 销售管理项目所需的征询、程序开发、培训等相关服务

产品：（中国）药业集团 CRM 销售管理项目相关的软件、服务及程序开发需求

二、具体内容

2.1 项目背景

万德玛是药业旗下的药品销售平台，其销售药品涉及自产药品和 OEM 药品，销售范围覆盖全国；销售模式以代理为主，但也有自建团队；销售队伍按照终端区分高端医院和广阔市场；原有数据收集以 Excel 为主。

药业的 CRM 系统将采用整体规划，分步实行的方法。

2.2 项目目的与功能

第一期

1. 代理商管理需求：

- 代理商基本档案管理：公司名称、地址、联系电话、联系人、联系人电话、微信、QQ 等；
- 代理商协议管理：销售的产品、区域、终端、价格、数量等，经销商相应的业务员
- 代理商实际发货：提货量（部分数据可来源于 ERP 对接）、流向终端名称、价格和数量（通过流向数据获取），发货与协议比较等
- ➤代理商回访记录
- ➤代理商销售分析

2. 终端管理：

➤

可以有全国医院名录导入；根据目前代理商覆盖医院情况，拟定空白市场；有新代理商时，可鉴定此终端是否空白

➤ 可以根据流向对终端进货情况进行跟踪与分析

3. 流向管理：

➤ 对于我方收集的流向数据可以进行清洗和展示分析

➤ 可以对渠道流向进行进销存、串货等情况进行分析

4 资源配置：

➤ 客户与业务员、业务员与区域或军种的匹配，有时间戳，发生变化时，看历史可以用历史资源配置看，看新的用新的资源配置看。

5. 数据分析：

➤ 可以按单产品、按省、按销售人员、按大区、按军种查询和导出数据

6. 绩效评价

➤ 可以设定区域、人员绩效指标，并根据终端结果汇总进行结果记录，与指标比较。

7. 招标管理：

➤ 按省进行设定的可查询的全产品以及竞品信息：产品中标价格（是否中标、中标价格）、基药、低价药、医保（是否医保、医保编号）、物价价格等

第二期

1. 业务员行为管理：

➤ 可以实现拜访计划、拜访结果记录等，拜访客户可以是代理商、商业公司、医院、药店等

2. 协议、协议会签

➤ 可以实现协议、协议的多人会签，而不是串行审批

3. 标准化文档管理

➤ 可以实现文档统一管理，授权查看

4. 市场活动管理

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：

<https://d.book118.com/155212231012011222>

5.