

# 外包团队激励方案(精选5篇)

为有力保证事情或工作开展的水平质量，预先制定方案是必不可少的，方案是有很强可操作性的书面计划。方案的格式和要求是什么样的呢？以下是小编为大家收集的方案范文，欢迎大家分享阅读。

## 外包团队激励方案篇一

“重赏之下必有勇夫”。新车上市会，第一个订车奖励现金1000元，第一个交车奖励现金1000元，两项可以累加。如果第一个订车同时也是第一个交车再额外奖励现金1000元，各位想想看，真金白银3000元啊。所以，当销售经理把这个激励方案公布了以后，整个销售部门都沸腾了，所有的销售顾问都自觉的拿起电话给每一个准客户一遍一遍打电话，销售经理再也不担心有关心新车型的客户被冷落了。还有如果销售顾问既不是第一个订车，也不是第一个交车，但是只要是在新车上市会上定了新车型，并在一周内交车，每台车可以得到1000元的销售提成。不仅有奖励还有处罚哦，在新车上市会订车量排在末位的两位销售顾问，即便一周内交车，每台车的提车也只有500元。事实证明这个绩效方案还是非常有效的，在新车上市会的前一周，整个销售部门再也没有人偷懒了，大家都积极主动的寻找一切机会接待客户，自觉加班给客户打邀约电话。重点是上市会当天，销售顾问们个个“斗志昂扬”，绝不放过一个有可能成交的客户。

“阶梯奖励法”。新车上市会的当天，在享受单车提成的同时，第一个订车奖励1000元，第二个订车奖励800元，第三个订车奖励500元。（附加条件是必须要在10天内交车）。

“团队奖励法”。以团队设立目标，每个团队都设立一个销售能手作为新车销售的“谈判专家”，当团队成员遇到意向很强但是自己又把握不住的客户的时候，就请“谈判专家”

出面协助，以月为考核时间，本月完成新车指标最高的团队可以得到专项奖励。

“捆绑销售法”。新车上市后，如果新车销售情况好，就和库存量大的车型捆绑考核，如果新车销售情况不好，就和“热销车型”捆绑考核。

“真金白银法”。新车上市会的前一周开夕会，让销售顾问自己定指标：打算在新车上市会定几台车。按照销售顾问自己的指标，夕会现场提前下发新车奖励提成。只要新车上市会定车，并在10天内完成交车，销售顾问即可得到全数到手的现金。如果新车上市会定车数不足，或未在10天内完成交车，销售顾问到月底再将“到手”的现金退回。俗话说“领钱容易，退钱难”，所以我们的销售顾问们为了自己的目标也会奋力拼搏的！

所有的提成计算模型会从三个方面考虑：销售额、毛利、净利。

## 销售额

单纯依靠销售额计算提成，会出现这样的问题：销售人员采用各种方法来提高销售额，价格控制的特别低，这将导致公司的利润非常低。

所以，不建议采用以销售额计算提成。

## 毛利、净利

在毛利和净利方面，建议用净利来计算提成。

从净利方面考虑，有以下几点好处：

c□ 相关人员通过同一个模型获得奖励，能够站在同一个角度

思考问题；

d□纯粹以结果导向，相对公平。很难做到绝对公平，尽量做到相对公平；

e□激励长期有效，推动产品的改进。如果产品长期销量很好，这需要产品经理长期跟进，不断改进产品。

利润计算公式

以上提到的“毛利润”和“净利润”，并非严格意义上财务所讲的毛利润和净利润，是单指跨境电商方面的。

## 外包团队激励方案篇二

为了加强团队的文化建设，以及自由、开放、创新的团队氛围的形成，提高团队成员的工作积极性和竞争力，从而更客观、准确地评价团队成员工作的职责和任务的情况，特制定本制度。

本方案的最终目的是为了提高团队和每个团队成员的整体竞争力。

### 1、民主投票制度

当团队内的成员单独完成或合作完成一个项目内短期的任务或阶段性项目时，由所有成员讨论决定是否应给与奖励，奖励金额的基数多少。具体实施方案如下：

团队成员总数，最低通过票数

3□2

4□3

5□3

6□4

...□...

即：是否奖励由团队所有成员中大多数成员同意即可通过。

奖励金额基数最低为100元，不设上限。具体的金额基数视该任务难度大小、时间长短、完成度如何而定，也由成员提议、所有成员讨论决定。

暂设5个级别的奖金基数□a□100元； b□200元； c□300元； d□500元； e□其他金额基数，即特别贡献奖，金额不定，奖励给做出突出贡献的团队人员。

## 2、评分制度

为做到奖励方案的开放与公正，特决定选择评分制度决定完成任务的实际嘉奖金额。

具体方案如下：

实际奖励金额=奖励系数×奖励金额基数（奖励系数：0~1.5）

实际奖励金额=（自评分数×40%+团队评分×60%）×奖励金额基数

评分标准包括完成度、完成时间长短、是否按时完成、任务的难度等作为参考项目。分别由成员自评分数，占40%；团队评分，占60%。最终得到一个奖励系数（系数范围为0~1.5）。具体评分标准有待讨论制定。

## 外包团队激励方案篇三

通过本次旅游商品大赛，以市场为导向，以精品为目标，挖掘开发一批有较高品位、富含科技含量、独具地方特色、市场前景广阔的旅游商品，积极培育xx旅游商品的客源市场，进一步完善旅游商品的研发、生产、销售及宣传等一条龙服务体系，不断壮大我区旅游商品的产销队伍，树立xx旅游的品牌意识，做大做强xx的旅游业。

### 20xx年xx区“xx杯”旅游商品开发大赛

(待定)

组长：张祥生xx区人民政府副区长

冯天民xx区群艺馆馆长王金城xx书画院院长

王文明xx区旅游局副局长胡宗密xx区博物馆馆员党寿山xx区博物馆馆员黎大祥xx区博物馆馆员办公室设在xx区旅游局，主任由陈德正同志担任，陈耿、许天才同志具体负责落实活动的各项工作。

1、旅游商品的范围：文物仿制品：在遵守国家关于文物仿制有关规定的情况下，开发、设计、制作的xx各历史时期文物的仿制品及设计样品。工艺品、纪念品：立足多种材质开发的雕塑、编织、镶嵌、刺绣、饰品、剪纸、木雕、奇石等具有纪念意义和鉴赏收藏价值的各类工艺品、纪念品(包括纪念币)。服装、生活用品：具有xx地方特色的服装制品、生活用品及设计样稿等，包括亚麻、地毯等系列产品。绿色食品：围绕xx农副产品开发的保健品、营养补品、绿色饮品、名优土特产品。书画作品：反映xx悠久历史和深厚文化的各类书法、绘画、篆刻、刻字作品。图书、音像制品：反映xx历史文化、民俗风情、旅游资源的书刊、画册、邮票、明信片

片、歌曲、光碟等公开出版发行或内部印制的各类图书、音像制品。

2、评奖办法：本次旅游商品大赛设以下奖项：特等奖1名，奖人民币1000元；一等奖1名，奖人民币800元；二等奖2名，奖人民币500元；三等奖5名，奖人民币100元；另外，设优秀奖20名，最佳创意奖1名，最佳组织奖10名，均颁发给xx区人民政府验印的获奖证书。

3、参赛要求：

(1) 参赛作品应能够体现xx文化特色、地域特色和人文特色；

(2) 参赛作品应能够代表本类产品，且具有一定的知名度和品牌价值；

(3) 参赛作品或设计稿应具备较强的创意，富含文化内涵。

(4) 凡参赛作品，要按统一要求，保送实物及设计创意说明，并填写旅游商品开发大赛报名表一式二份。说明材料要求文字精练，要点清晰，说明作品的设计构想及创意，字数不超过400字，用二号楷体字打印在a4纸上。

## 外包团队激励方案篇四

通过本次旅游商品大赛，以市场为导向，以精品为目标，挖掘开发一批有较高品位、富含科技含量、独具地方特色、市场前景广阔的旅游商品，积极培育凉州旅游商品的客源市场，进一步完善旅游商品的研发、生产、销售及宣传等一条龙服务体系，不断壮大我区旅游商品的产销队伍，树立凉州旅游的品牌意识，做大做强凉州的旅游业。

20xx年凉州区“杯”旅游商品开发大赛

组长：张祥生凉州区人民政府副区长

王文明凉州区旅游局副局长胡宗密凉州区博物馆馆员党寿山凉州区博物馆馆员黎大祥凉州区博物馆馆员办公室设在凉州区旅游局，主任由陈德正同志担任，陈耿、许天才同志具体负责落实活动的各项工作。

1、旅游商品的范围：文物复仿制品：在遵守国家关于文物复仿制有关规定的情况下，开发、设计、制作的凉州各历史时期文物的复仿制品及设计样品。工艺品、纪念品：立足多种材质开发的雕塑、编织、镶嵌、刺绣、饰品、剪纸、木雕、奇石等具有纪念意义和鉴赏收藏价值的各类工艺品、纪念品(包括纪念币)。服装、生活用品：具有凉州地方特色的服装制品、生活用品及设计样稿等，包括亚麻、地毯等系列产品。绿色食品：围绕凉州农副产品开发的保健品、营养补品、绿色饮品、名优土特产品。书画作品：反映凉州悠久历史和深厚文化的各类书法、绘画、篆刻、刻字作品。图书、音像制品：反映凉州历史文化、民俗风情、旅游资源的书刊、画册、邮票、明信片、歌曲、光碟等公开出版发行或内部印制的各类图书、音像制品。

2、评奖办法：本次旅游商品大赛设以下奖项：特等奖1名，奖人民币1000元；一等奖1名，奖人民币800元；二等奖2名，奖人民币500元；三等奖5名，奖人民币100元；另外，设优秀奖20名，最佳创意奖1名，最佳组织奖10名，均颁发给凉州区人民政府验印的获奖证书。

3、参赛要求：

(1)参赛作品应能够体现凉州文化特色、地域特色和人文特色；

(2)参赛作品应能够代表本类产品，且具有一定的知名度和品牌价值；

(3) 参赛作品或设计稿应具备较强的创意，富含文化内涵。

(4) 凡参赛作品，要按统一要求，保送实物及设计创意说明，并填写旅游商品开发大赛报名表一式二份。说明材料要求文字精练，要点清晰，说明作品的设计构想及创意，字数不超过400字，用二号楷体字打印在a4纸上。

旅游商品开发大赛策划方案的延伸阅读——活动方案写作注意事项

一定要按企业的属性确定要做什么活动。

为什么要做活动，活动的目的是什么？在策划整个案子中时刻想这目的，每个细节都向目标靠拢，跟目标没有关系的一概砍去，这样才能主题明确。活动无非两个目的：销售产品和提升企业形象，是为产品与企业服务，不要搞成个人的秀场，自恋的裹脚布大家都恶心。

策划案中有抑有扬，最好明晰活动的三个阶段。

小说有铺垫有高潮，四季有酝酿有收获，人生有汲取有绽放，活动也如此，如果都是高调参与者会疲惫。活动的三个阶段就是铺垫期(也叫传播期)；执行期；降温期。

铺垫期。告诉参与者要做什么，他们能得到什么好处，慢慢传播，好处一次比一次多，慢慢升温，这个时期想各种办法过勾引，勾引起参与者的兴趣，尽量让他们期待。

活动期。期待中，高潮终于来了。饿了半天，给碗炒米饭，真好吃。这个活动中的主要阶段一定好有亮眼的点子，对这个点子是否亮眼，就看者是高手还是衰手。

降温期(后续阶段)。这个阶段也很重要，通过活动让参与者对产品或企业产生了好感，这个阶段是完成购买的阶段，趁



热再给点好处，就能达到活动的目的。

活动的三个阶段有明确的记忆点，每个阶段的记忆点一个就好。举个演出例子说，铺垫期——发门票了，凭门票还可领礼品；活动期——那个歌真好听，让我想起了我初恋或让我回到了从前；降温期——主办方说产品打折还要持续10天，下个星期天去商场看看，买个回来。

综上所述记忆点是：第一阶段(把目标消费者勾引来)——到哪里去领个不错的演出门票；第二阶段(勾引来了要有让他们念念不忘的东西)——一定要有出彩的参与者喜欢的点；第三阶段：(利用他们的好感完成销售)——手里那张票没舍得仍，留者去商场看看他们打折情况，买一个回来。

在提案的过程中，客户短时间内无法判断你的大智慧大策略，于是细节就成为成败的关键。这个细节包括提案文件的格式，段起头是否空格，用词是否准确，有没有错字等。

另外一个细节就是案子的执行时间、流程、工作分工等是否细致科学。我有过这样的经历：我把活动执行明晰到一张表格中，细到客户拿到这张表格就能一目了然地知道自己每天要做什么事情，也就是把方案支解到日历中，客户非常高兴，他认为我非常专业，这是个很讨好的招。

当然，要确保执行的精彩，就必须考虑到每一个细节，真正把每个细节做到表中，提醒自己和配合的其他部门做好每个细节，方案执行就没有什么大问题了。

## 外包团队激励方案篇五

每日、周必须有工作总结，每月必须做工作总结。有效的绩效管理应达到下面的目标：

1. 直属上级必须每天、每星期、每月指导和督促员工，而不

是等到实际考核的那一天。

2. 在考核期内，为员工提供有效而直接的反馈信息，并对员工的优秀表现表示认可。
3. 把员工表现好的地方以及需要改进的地方清晰而准确地传达给员工。
4. 激励员工，使员工朝着经理及公司对他们的要求方向发展。
5. 建立下一阶段的发展目标，明确新项目的目标和发展方向。
6. 业绩与奖励（薪酬/提升/发展机会）相结合。

年度优秀评选：

2每年进行一次优秀员工评选，本部、各分公司分别评选一名优秀员工（评选办法另定），除通报表扬外，公司予以一次性奖励。

3员工每（周月）都要写自我表扬或自我批评的一封信！让员工自己来选择自我表扬或自我批评！

4除公司规定的奖项外，每月每个部门都要选出本月最优秀的员工给予奖励！（奖励金额元---元）（业绩服务意识团队合作意识日常行为表现）

6每天早晨开晨会时喊营销团队口号来调动激发员工的积极性！

7石兰集团营销团队口号：相信自己，相信伙伴！因为自信，所以成功！成功决不容易，我要加倍努力！营销中心永不言退，我们是最好的团队！

8每周六下午为集体学习日（激发潜能、团队意识沟通技巧类）

（每周设一个小时：下午四点半到五点半，每部门留一个人值班，）

9周日为欢乐周末（游戏组织表演活动等，调动员工的互动能力同时让员工释放压力公司可设卡拉ok厅）

（每周设两个小时：下午四点到六点，每部门留一个人值班）