

最新绩效考核的调查报告论文题目(模板5篇)

随着社会不断地进步，报告使用的频率越来越高，报告具有语言陈述性的特点。那么我们该如何写一篇较为完美的报告呢？下面我给大家整理了一些优秀的报告范文，希望能够帮助到大家，我们一起来看看吧。

绩效考核的调查报告论文题目篇一

绩效考核是一种正式的员工评估制度，采取科学的方法，它通过系统的原理和方法来评定和测量员工在职务上的工作行为和工作效果，绩效考核的结果可以直接影响到薪酬调整、奖金发放及职务升降等诸多员工的切身利益。绩效考核的最终目的是引导和激励员工承担工作责任和积极贡献，使员工的行为符合企业核心理念要求，在企业中形成“竞争、激励、淘汰”的良性工作氛围，在实现企业经营目标的同时，提高员工的满意程度和成就感，从而确保企业战略目标的有效实现，最终达到企业和个人发展的“双赢”。绩效考核是人力资源管理工作重点之一，其最终作用表现在员工工作能力发展潜力的提高，它是企业充分利用资源、培育核心竞争力、获取竞争优势的重要途径，这对企业实现制度性的、可持续发展起着显著的支持作用。

在绩效考核过程中，主要的参考点是未来。我们不是为了解释过去如何，而是要将考核结果作为一种资源去规划某项工作或某个职工未来的新可能性，这就是对职工及工作的开发。可以说，考核目标的实现最终表现在组织整体效益的提高。

绩效考核管理是人力资源管理的枢纽和闸门，贯穿于企业招聘、薪酬、培训、升迁、员工发展等整个人力资源管理过程中，是企业人事决策的重要依据。作为一种现代化的管理工具与手段，有效的绩效考核管理体系能够帮助企业达成使命，

体现企业战略执行的能力，创造高业绩，并成为企业成长发展的持续动力源泉。只有以有效而卓越的绩效考核体系作为手段，以提高员工的积极性、创造性为目的，形成独具特色的人力资源管理体系，才是其他公司无法模仿的优势，也才能在企业间激烈地竞争中立于不败之地。

绩效考核的应用范围很广。将绩效考核的结果应用于人力资源计划、招聘、选拔、薪酬、晋升、调配、辞退等各项具体工作，有助于企业做出正确的人力资源管理决策；应用于人力资源开发，可以提供员工优劣势的信息，帮助员工在现有岗位上创造更佳的业绩，加强员工的针对性培训，为员工的职业生涯和职业道路设计提供建议。

实施绩效考核，关注绩效改进是企业不断自我提升和达成战略目标的重要保证，绩效考核通过将企业的战略目标逐级分解并层层传递给各级部门直至个体员工，以及对绩效考核结果持续反馈和改进，使得部门及个人的绩效聚焦，共同支撑企业战略目标的实现。

有效绩效考核的措施与办法

绩效考核是一种有效的管理途径，但在设计和推进中发生失误，会遭遇员工的抵制，老板也因此责难。在绩效考核中，应如何确定其目标和范围？如何走出考核的常见误区使之更加行之有效？笔者认为，应在以下方面做出努力。

1. 在不断变化的市场和组织环境中分配资源。为了在高度竞争的环境中生存，企业需要发掘高绩效的员工或团队，以便将更好的组织资源倾斜分配，才能获得最大效益的产出。若是将资源平均分配，势必造成资源浪费或低效益回报。
2. 激励和奖励员工。这是绩效考核的主要目标之一。当资源是可见时，容易监控；人力资源及智力是不可控的，管理的难度增加，激励变得尤其重要；只有通过考核，才有激励和奖励

员工的依据，通过一个增强的环路回馈，使高绩效员工保持高绩效，令后进者向往和主动改善绩效。

3. 给予员工有关工作情况的反馈。考核不是为了考核而考核，而是为了改善，绩效考核关键在于过程监控。员工如果能定期得到其工作情况的评价反馈，才有可能探讨改进之道。

4. 培训和发展员工。通过考核了解员工的“短板”所在，从而有针对性地设计实施培训改善计划，帮助员工的成长和发展。同时，通过考核，了解员工的潜质，为储备后备干部或人员配置建立库源。

[绩效考核在人力资源管理中的作用]

将本文的word文档下载到电脑，方便收藏和打印

推荐度：

点击下载文档

搜索文档

绩效考核的调查报告论文题目篇二

“神秘顾客”的调查方法具有一定的技术要求和实施时质量控制具有较高的难度，一般分为三步曲：第一步曲是挑选专业市场调查公司，第二步要综合消费者、从业人员以及专家学者的意见，形成具体、科学、可测量的服务考核标准，第

三步则是严格挑选神秘顾客，并加以培训，使其具备“上岗条件”。

为保证数据及信息的客观性和真实性，华北销售分公司将此次“神秘顾客”活动交由一家国内知名的管理咨询公司开展，这家公司是在众多投标公司中脱颖而出的，此次“神秘顾客”访问从服务程序、员工形象、服务态度、服务语言、服务效率、商品价格、油品数质量管理、安全保障管理、前庭环境、收银及便利店服务、洗车服务、洗手间卫生共计12个方面79项考核标准进行详细测评，每项考核标准按照0~5分测评，测评结果在0.5~1.5区段为“差”，在1.5~2.5区段为“较差”，在2.5~3.5区段为“一般”，在3.5~4.5区段为“较满意”，在4.5~5区段为“满意”。每个加油站的具体得分为79项得分的平均值，各省市公司得分为访问所属加油站的平均值，华北销售分公司的得分为所有省市公司得分的平均值。

各个省市公司的客户群相对不同，“神秘顾客”的挑选必须具有代表性，才能真实地反映其客户群的整体情况。华北销售分公司加油站管理处处长张岩告诉记者，该分公司充分考虑到这一点，比如针对北京市场高端用户相对较多，在北京的“神秘顾客”中，有意识地挑选了一些“金领”、“白领”顾客，在山西这个产煤大省，拉煤司机也成为颇具代表性的“神秘顾客”。为了让这些普通消费者迅速进入角色，成为“服务质量007”，华北销售分公司派出服务督导，协同管理咨询公司在短时间内将“准神秘顾客”练就一双火眼金睛。

11月至4月，在华北销售分公司所属的5省2市分公司（湖北、河南、河北、山西、湖南省分公司，北京、天津2市分公司）的1221座加油站，神秘顾客已“不固定时间、不固定人员、不现场公开”地悄悄进行了两次访问，第一次有效访问加油站708座，第二次有效访问加油站723座，形成有效调研反馈表1100余份。

让我们用一组镜头记录神秘顾客在加油站的工作：他开车到了加油站口，已经开始观察：入口处是否方便出入，车道、绿化带、价目牌是否清洁，站内交通是否畅顺，当他打亮转向灯进站时，加油员有没有及时做出进站引导，他打开车门或车窗，听到加油员的问候了吗？加油员介绍的油品情况令他满意吗？加油前有无请他复核数字，在加油的时候，他开始查看地面、加油岛的清洁情况，这时，有员工过来做简单的擦车服务，擦得怎么样？车加完油了，他来到加油站便利店，他伸手摸摸货架、商品有无灰尘，他想买包口香糖，但不知该挑哪种，便利店的员工做了推荐吗？他最后来到卫生间，比较着与他带儿子去麦当劳时进的洗手间有何差距。他要离开加油站了，有没有人欢迎他下次光临？在车上，他已经开始按接受培训时所知的标准给这个加油站打分了。

这和企业内部的常规检查是否有相似之处？是否会有人认为，近年来两大石油集团在硬件、软件上对网络建设都可谓倾力投入，效果斐然，企业内部检查已足矣！对此，张岩告诉记者，神秘顾客的调查方式不同于企业内部常规检查。企业内部检查是站在企业管理者的角度上看问题，侧重于企业内部的管理规范、操作手段、行为准则等方面，被调查单位和员工在事先做了充足的准备，令真实的情况不容易暴露。而神秘顾客是以普通消费者的亲身感受进行检测，他的神秘性使加油站难设防备，检测结果相对比较客观公正。更重要的意义还在于，通过倾听神秘顾客发出的“不满的声音”，促使企业改进工作方法和业务流程，从而真正提高客户满意程度。

绩效考核的调查报告论文题目篇三

第一：现场销售人员在某种程度上扮演着：产品专家“的角色。所以，神秘顾客调查的第一重点是考察现场销售人员“产品知识”。当然产品知识不仅包括着产品技术参数、基本性能，更重要的是现场销售人员应该能够阐明产品性能对于消费者使用的利益点，同时产品主要卖点上与竞争对手

相比较的优势也是考察重点。

第二：由于耐用消费品的消费者对于购买产品有售后服务的担心，所以销售人员对于企业背景 and 售后服务支持应该有一定的了解。神秘顾客对企业的售中和售后服务可以起到很好监督作用。

第三：近年来耐用消费品的行业竞争异常激烈，主要表现在价格战非常严重，在耐用消费品行业各种形式的促销活动也是层出不穷，所以现场销售人员应该清楚明了的解释企业的促销活动内容，同时了解竞争对手的卖场活动。

第四：对于销售人员的态度、易容仪表也会给消费者留下印象分，也是调查的内容之一。当然在神秘顾客调查的同时还可以收集相关的卖场信息，对于企业掌握零售卖场的情况非常有帮助。为了使神秘顾客调查真正达到检查监督的作用，在设计该项目是应注意访员要有计划的更换，以免被现场销售人员识破，另外神秘顾客到达卖场的时间应在高峰时间和低峰时间都有安排，才能全面检查到现场销售人员的服务状况。

神秘顾客有何作用

神秘顾客调查可以提高销售执行力，促使网点销售人员始终保持在兴奋状态。加速销售进程，缩短营销计划执行周期。增进网点交流，提高网点销售人员销售技巧。

规范网点表现，使所有销售服务网点的表现规范，统一，保持良好品牌形象。

监督市场策略执行，市场信息反馈及时迅速，保证各种市场措施落实到位

改善服务质量，发现服务问题，改善服务细节，提升顾客满

意度，忠诚度及回头率。

神秘顾客的优点：

在神秘顾客角色里可以与顾客打成一团，能够客观观察服务人员、普通顾客的真实反应；神秘顾客获得的信息比较客观、准确。

神秘顾客的'缺点：

神秘顾客带有目的，受自身约束力大，无法得到真实的动机和行为的原因；神秘顾客观察时间短，带有主观性，观察到的只是现在行为，不能代表将来的行为。

神秘顾客调查有助于企业发现很多平时难以发现的隐性问题。企业采用神秘顾客调查的另外一个初衷是更好的获取客户对企业、产品和服务的反馈，因为神秘顾客访问员本身就是企业的客户或潜在客户，只是带着一中更为专业的眼光来看待这次服务体验过程。以上就是我们对神秘顾客调查的做的调查，希望对大家能够有所帮助，更多调查资讯了解可以直接登入查看。

绩效考核的调查报告论文题目篇四

神秘顾客调查的内容有哪些方面呢？

1. 销售人员在某种程度上扮演着产品专家的角色。所以神秘顾客的调查，第一重点是考察现场销售人员的产品知识。当然产品知识不仅包括产品的技能和性能更重要的是现场销售人员应该能够阐述购买产品的利益点。

2. 耐用消费品的消费者对于购买产品时有售后服务的担心，所以销售人员对于企业背景和售后服务支持应该有一定的了解。神秘顾客对企业的售中和售后服务可以起到很好的监督

作用。

3. 近年来各行业竞争异常激烈，主要表现在价格战非常严重，各行业各种形式的促销活动也层出不穷，所以现场销售人员应该能够清楚明了的解释企业的. 促销活动内容，同时了解竞争对手的卖场活动。

4. 销售人员的态度、仪容仪表也会给消费者留下印象分，也是调查的内容之一。当然在神秘顾客调查的同时还可收集相关的卖场信息，对于企业掌握零售卖场的情况非常有帮助。为了使神秘顾客调查真正达到检查监督的作用，在设计项目的时候要注意访员要有计划的更换，以免被现场销售识破。另外神秘顾客到达卖场的时间应在高峰时间和地缝时间都有安排，才能全面检查到现场销售人员的服务状况。

神秘顾客调查采用的方法有哪些呢？

问卷调查法是现在很多研究中最常使用的一种方法，只需花费很少的时间和费用收集相关资料，问卷法是请被调查的消费者书面回答问题的方式进行的调查，也可以变通为根据预先编制的调查表请消费者口头回答、由调查者记录的方式。

访谈法是调查者通过与受访者的交谈，以口头信息传递和沟通的方式来了解消费者的动机、态度、个性和价值观念等，对产品和劳务消费观念、态度等采取的一种研究方法，它包括个体和小组访谈。

观察法是指调查者在自然条件下通过对消费者有目的、有计划地观察消费者的语言、行为、表情等，分析其内在的原因，进而记录并收集研究资料的研究方法。观察法不直接向调查者提出问题，而是在调查者不知道实情的条件下进行，所以观察法是这些方法中最一般、最方便实用、结果较真实的研究方法。

实验法对消费者心理的调查简易方便，它是一种在严格控制的条件下有目的地对被试者给予一定的刺激，从而引发被试者的某种反应，进而加以研究。在整个过程中只要准备好资料，把被试者找来同意即可，最后找出有关心理活动规律的调查方法。

就提供了这方面的调查平台，提前对神秘顾客做好培训就更有利于掌握消费者的动态信息。

绩效考核的调查报告论文题目篇五

。加上市场变化迅速，无论是对于技术支持型、售后服务型还是外包型的呼叫中心，由于其工作的特殊性，均要求客户代表们始终保持较高的服务水平和业务素质。

从人性的角度出发，任何人都有自己的思想、行为方式，而人类潜在的“惰性”会影响其行为的改变。呼叫中心的每位客户代表在上岗前，都要经过大量的礼仪知识、沟通技巧、服务流程、业务知识等内容的培训；工作中要遵从严格的规章制度；而从人性的角度出发，人的情绪有时很容易受其它因素干扰，如长期工作的压力、客户的投诉、个人私事等问题都会影响客户代表工作中的表现；这时就需要采取一些办法来保证客户代表们的精神状态和服务表现。

在当前服务行业纷纷以追求客户满意为服务理念，也就是以客户为中心的服务思想。呼叫中心常规采取专门的质检部门和值班长通过质检座席进行同步监听，及时发现客户代表存在的问题，并进行纠正，甚至处罚；或者采用更为人性化的管理，加大激励机制、完善服务技巧培训等。

在当前以客户为中心的服务体系中，服务要遵从客户的需求，更贴近客户的需要和感受，

质检人员往往是客户代表中选拔的优秀人员，她们同其它客

户代表一样接受的是同样模式和内容的培训，也就是说客户代表和质检人员是在同样的环境中成长。质检人员在长期的工作当中积累了丰富的宝贵经验，但由于其工作的特殊性，对客户代表的监听和指导更偏重专业性，对有些客户代表来说，久而久之服务会更偏重质检人员的个人感受，在强调服务规范的同时，就极有可能会忽视广大客户的感受；质检人员对客户代表服务促进的积极作用就会受到影响，尤其新的客户代表在成长中受质检人员的影响就更大。有的呼叫中心质检人员与客户代表一直同处在一个工作场所，时间长了，监督的力度就有所下降。笔者认为，在当前服务竞争越来越激烈的情况下，引入“神秘客户”进行质检会对呼叫中心的服务质量提高带来很大的益处。

“神秘顾客”的暗访监督，在与奖罚制度结合以后，可以加大企业的监督管理机制，可以改进服务人员的服务态度，加强内部管理。

“神秘顾客”以其身份的隐蔽性，可以给客户代表无形的督促；引发他们主动提高自身的业务素质、服务技能和服务态度，促使其为顾客提供优质的服务，而且持续的时间较长。

值得注意的是即使是“神秘顾客”也要经过严格的培训，包括服务流程、礼仪、业务知识等项目的培训，具备了一个客户代表的基本素质，才能保证监督工作的有效性。最重要的是“神秘顾客”从客户的角度出发，感受服务质量的优劣，提高客户满意度，从而帮助企业留住老顾客，发展新顾客。