

# 最新产品销售绩效考核与薪酬方案的区别 (精选5篇)

方案是从目的、要求、方式、方法、进度等都部署具体、周密，并有很强可操作性的计划。方案的制定需要考虑各种因素，包括资源的利用、风险的评估以及市场的需求等，以确保方案的可行性和成功实施。下面是小编为大家收集的方案策划范文，供大家参考借鉴，希望可以帮助到有需要的朋友。

## 产品销售绩效考核与薪酬方案的区别篇一

1. 各分支机构的部门经理级、副经理级人员；
2. 隶属于分支机构的分公司经理级、副经理级人员；
3. 岗位重要的科级人员。

### 二、考核程序

- 2、岗位重要的科级人员第一考核人为部门经理，总经理为考核成绩调整人。

### 三、考核方法

- 2、述职报告：须按规定时间要求交书面述职报告给所属考核领导；
- 3、上级评价：采用级别评价法，即直接领导初评打分、考核领导复评打分的方法。

### 四、考核时间

- 2、年度考核：于每年12月25日前将个人全年工作述职报告及下年度个人工作计划交直接上级，直接上级于12月30日前完

成上级评价并交所属考核人总经理审核终评后，报管理小组并交本机构人资人员处备案。

注：由分支机构的人资人员将考核资料整理归入员工个人档案。以年度考核成绩为准核发年终奖金。试用期员工不参加年终考核。

## 五、考核内容

1. 岗位职责考核指对被考核管理人员要担当本职工作、完成上级交付出的任务中所在地表现出的业绩进行评价。基本要素由工作目标、工作质量、工作交期和工作跟进等构成。
2. 能力考核指对具体职务所需要的基本能力以及经验性能力进行测评。基本要素包括担当职务所需要的理解力、创造力、指导和监督能力等经验性能力以及从工作中表现出来的工作效率、方法等。
3. 品德考核指对达成工作目标过程中所表现出的工作责任感、工作勤惰、协作精神以及个人修养等构成。
4. 学识考核指对达成工作目标过程中所表现出的相关知识进行测评。基本要素包括担当职务所需要的管理学识、专业知识以及其他一般知识等。
5. 组织纪律考核指对达成工作目标过程中所表现出的纪律性以及其他工作要求等进行测评。基本要素包括遵纪守法、仪表仪容、环境卫生等。

## 六、考核等级

1□a级(优秀级)95—100分工作成绩优异，有创新性成果；

2□b级(良好级)85—94分工作成果达到目标任务要求标准，且

成绩突出；

3□c级(合格级)75—84分工作成果均达到目标任务要求标准；

5□e级(极差级)64分以下工作成果均未达到目标任务要求标准，经督导而未改善的。

## 七、考核结果的应用(工资指基本工资)

1、季度考核成绩将作为被考核管理人员年终评比以及职务和工资升降与奖金的重要依据。当本分支机构编制内各级岗位遇有空缺或扩编增加员工额时，凡考核成绩优异人员将予先递补。

1.1考核成绩为a级者，当月工资额多发原有工资的5%；

1.2考核成绩为b级者，当月工资额多发原有工资的2%；

1.3考核成绩为c级者，享受全额工资；

1.6连续3个季度考核成绩为a□或全年累计3个a者，下年工资额增加5%；1.7全年业绩考核成绩达到4个a者，下年度工资额增加10%。

2、年度绩效考核年度考核成绩主要应用于被考核管理人员职位升降使用，公司原则上每年进行一次升降考核。

2.1年度考核成绩为a级者，享受a类年终奖；

2.2年度考核成绩为b级者，享受b类年终奖；

2.3年度考核成绩为c级者，原有职务、工资不变，享受c类年终奖；

2.4年度考核成绩为d级者，给予留用察看二个月处理，不享受年终奖；

2.5年度考核成绩为e级者，辞退，不享受年终奖。

## 八、考核纪律

4、扣分必须要有依据，做到认真、客观、公正；

5、弄虚作假者，一律按总分的50%扣分。

## 产品销售绩效考核与薪酬方案的区别篇二

为了提升6月份整体销售目标，充分调动与激发销售团队的积极性与突破性，现作出调整销售团队工作态度、工作心态的措施，现以营销中心两位负责人为表率，划分两个市场各自分配团队人员进行为期一月的突击营销，具体方案如下：

1、销售业绩完成目标的%

2、销售利润完成目标的%考核激励：

1、两位负责人工资抽出元作为考核工资

2、未完成销售目标、销售利润或两组对比失败的一组扣除考核工资

3、完成销售目标及销售利润的除考核工资全额发放外，公司另拿出现金作为激励。

4、如两组均未达到销售业绩、利润目标要求的，则取销售业绩、利润目标高的一组执行第三项规定。

5、如两组均达到销售业绩、利润目标要求的，则取销售业绩、利润目标高的一组执行第三项规定。

6、如两队均未达到销售目标及销售利润的%，均不发放考核工资。

7、两位负责人针对所负责市场选派区域业务人员亲自带队进行。

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。

## 激励比例

公司赚的钱主要用于哪些方面呢？

公司运营；

给员工发奖励；

再投入，买货；

老板提高生活水平。

### 第一种：内部电话销售技能大赛

大赛要有明确的活动规则，评委点评，奖励方法，提倡以物质奖励为主，大赛的优胜者需要后期对全公司销售团队进行电话销售技能培养。大赛可以设置多种奖项，比如最佳“电话销售脚本奖”，“最佳新人奖”，“季度销售冠军”等等。

### 第二种：提供多种竞升和学习的机会。

在联通地市在初期整合团队的时候，可以将那些在电话销售能力突出的电话经理培养成内部培训师或者是班组长，希望他们能够带领出更多优秀的电话经理，对于这些培训师或者是班组长，可以给更多地学习机会，做为奖励的一种，比如外派培训，公司组织的培训优先考虑这些人员参加等等。

### 第三种：公司高层对整个电话营销团队的重视

在电话销售团队激情不足的'时候，地市公司各层营销老总要

重视，要去现场进行鼓励，我们会发现在移动和联通公司，客服的重视程度是比较低的，主要是非利润中心的原因，当我们有了电话营销团队，能够产生业绩的时候，能够有新的信息源传递给公司的时候，公司营销老总肯定会重视，要去鼓励这些电话销售成员勇于拼搏、积极创新。当然，电话营销主管要坚持每天的例会，可以将这些电话经理碰到的问题及时发现，现场解决，这也是非常有效的激励手段。只有上下一致关注电话营销团队成长的时候，整个团队才会发展得更成熟、健康。

#### 第四种：创建学习型组织

将优秀的电话销售人员组织起来，结合各地市实际业务情况，汇编电话营销操作手册和考核手册，充分调动他们学习积极性，同时这些活动的参与和年终考评挂钩。在电话营销团队中，还可以建学习园地，比如电话营销团队期刊，以黑板报、内部刊物等形式宣传，优秀的文章进行上报表扬，营销团队的学习氛围对电话销售工作有很大的帮助。

#### 第五种：持续有效地团队活动

几乎所有的激励都会谈及到团队活动，比如外出旅游、集体烧烤、聚会等一些活动，来加强团队成员的合作和认识，让大家在平时工作中更加默契、有效。但团队活动的激励持续时间并不会太长，所以一定要有活动规划，包括各个时间段的团队活动，这样才能充分保证团队的凝聚力。

### 产品销售绩效考核与薪酬方案的区别篇三

一、

全面加强医院管理，建立以“病人为中心”和“以临床为重点”的医疗服务模式，进一步提高医院的社会效益和经济效益。

二、

组长：

副组长：

办公室：

成员：院办、医教部、护理部、经营部、人力资源部、财务部、医保办、客户服务部、后勤部及各临床医技科室主任、护士长。

医疗质量：主要由业务院长会同医教部、护理部、经营部监督考核，由医教部组织；

客户关系：主要由经营部、医教部、护理部、人力资源部、客户服务部监督考核，由经营部组织。

学习培养：主要由人力资源部、医教部、经营部、护理部等部门科室监督考核，由医教部组织。

三、

国家政府相关法规；医院各项管理制度（《深圳恒生医院规章制度汇编20xx□□》和会议精神；各部门岗位职责和 workflows；各部门责任目标和经营任务指标等。

四、

以医院下达的任务为标准，按照节余和亏损给予奖励与处罚。

（一）、临床科室：

工作数量（即住院部医师每人每月完成出院人数或总床日数，门诊医师完成的日诊人次数、收入院人数），门诊和住院业



务收入等内容□20xx年业务收入总体目标2900万元，分解到各临床科室年度和季度目标，并按之实行考核和奖惩：

1、以门诊量和收入院人次为目标，全年年门诊量目标23200人次，全年收住院目标880人次，保持门住比超过3.8%。超出门诊量季度奖按4.5元/人次奖励，年度奖按7.5元/人次奖励，超出收住院人次季度奖按110元/人次，年终奖按185元/人次奖励。门住比如果不达标季度按差额每人110元扣罚，年度按每人185元扣罚，扣罚奖励金额到零为止。

2、科室奖励分配原则□a□单人科室全额奖励给个人，出勤不满按出勤比例发放□b□大科室：科主任30%，护士长10%，其他60%由科主任和护士长根据考勤和工作表现来分配给科室员工，如果科主任和护士长出勤不满奖励周期，按实际出勤发放部分奖金，其余转入科室员工分配。员工分配最好按个人系数，个人系数即是按个人职称职务而确定的分配基数。

3、各科室年度目标：妇产科878万元，外科475万元，内科290万元，儿科160万元，康复科145万元，五官科150万元，皮肤科40万元，口腔科35万元，肝病科30万元，体检中心200万元，泌尿男性科400万元，急诊科门诊量23200人次，收住院880人次。

4、各科室季度目标：

说明□a□门诊收入以门诊收费室实收金额计算；

c□结算单以当月25日前到帐的金额计算。

（二）、医技、行政后勤、职能部门的绩效工资分配系数为临床科室人均分配额的。此类部门人员绩效工资=临床科室人均分配额0.8\*个人系数+质量考核结果。

质量考核总配分100分。当绩效考核结果100分时，绩效工资=

财务指标\*个人系数；当绩效考核结果大于或小于100分时，则会影响绩效工资分配，则绩效工资=财务指标\*个人系数+质量考核结果。

《深圳恒生医院规章制度汇编20xx》和本方案的奖惩相同，即1分=10元（或对应业绩所得100%，每扣1分即扣罚1%）；而《深圳恒生医院规章制度汇编20xx》仅有奖罚款的条款除了实际奖罚款外，在绩效考核里不再奖罚分数。

当考核扣分超过该项配分额的，扣至当项配分额全完为止，不再涉及其他项。

：配分：100分

1、坚决服从上级指示，服从领导安排，忠于职守。配分25分，否则扣25分；

2、遵守医院各项制度，遵循各项管理流程。配分25分，否则扣25分；

3、遵守行政纪律，按时上传下达，令行禁止。配分25分，否则扣25分；

4、及时圆满完成各项任务指标及临时任务。配分25分，否则扣25分。

5、对于执行中的先进部门科室或个人，另外给与奖励。

基本配分：100分

在医疗质量方面出现严重问题的，将根据客观事实和情节，除扣分外还可追究其它责任。

配分：100分

(2) 登记制度：清晰可查，可追溯，保存完好。否则每次扣10分；

(3) 会议活动：遵守晨会、周会等各种会议制度，并有记录可查。否则每次扣20分；

(4) 安全管理：科室及楼道的消防等应急设备设施完好，并能熟练操作。否则每次扣10分。

(5) 团结合作：科室内外关系融洽，协作良好，团队意识强。否则扣20分。

(6) 卫生秩序：整齐清洁，规范有序。否则扣10分

(7) 劳动纪律：遵守上班时间，遵守请假制度，遵守工作流程，按时完成各项工作任务。否则按相关制度处理，并每次加扣20分。

基本配分：100分

客户关系一是指医疗临床医技科室对病人服务全过程的质量，二是指行政后勤管理部门对医疗一线科室的支持与服务全过程的质量，也包括医院部门科室之间以及医院与外界的各种关系的融洽程度及状态。

(1) 仪表仪态：仪表端庄、服饰整洁，上班必须穿工作服并佩戴工牌。否则每次扣10分。

(2) 服务态度：说话和蔼、举止文明，待人热情大方，努力为客户着想，尽量使客户满意。否则扣10分。

(3) 服务技能：有良好的专业技能，能顺利地解决客户的需求。否则扣10分。

(4) 服务及时：对上级、客户的需求凡是当时能解决的必须当

时解决，不能当时解决的必须及时地解释清楚。对于有时间限制（约定）的，必须在限制（约定）的时间内完成。对于上级、客户没有明确时间概念的，可以在三个工作日内完成；比较复杂的事情可延至七个工作日完成，特别复杂的必须在15个工作日完成。在完成的过程中，有特殊原因不能按时完成的，要跟上级、客户说明。否则每次扣30分，情节严重的另外追究责任。

(5) 对于得到病人的感谢信、锦旗或其他形式表彰的，按规定另外给予奖励。

(6) 客户满意度调查合格率必须在85%以上。不足85%者每下降百分点按照绩效百分点相应扣除。若是接受病人红包礼请或者遭到病人、外界、内部投诉甚至医患纠纷的，将根据客观事实和情节，除扣分外还将追究其它责任。

1、绩效工资=业绩指标提成\*个人系数+质量考核奖惩结果

2、如果医疗质量和客户关系项目中出现严重问题的，可以一票否决，即扣除全部绩效工资，并追究其他责任。

3、本考核方案一般针对科室，科室再行二级考核分配。各科室可在一定的原则下制定更细致的考核细则，但需要通过医院批准备案。

4、考核的形式主要是上级对下级、主管部门科室对从属部门科室。

6、年终考核则是在季考核的基础上全面综合，年终考核中的先进单位和个人另外给予奖励。

## 产品销售绩效考核与薪酬方案的区别篇四

作为理论研究，各种方法有着自身严格的理论界限和体系框

架，但作为一个咨询者，嘉合智博更关注它们之间的共性，每一种工具的价值所在，它们给予企业管理者和咨询者的启示。综合起来，可以概括以下几个方面：

首先，企业的目标是核心。无论哪一种方法，管理的内容是目标，管理的目的是保证目标的实现。

其次，系统的内在逻辑。公司、部门和具体岗位，高层、中层和基层，都是一个神经系统，压力的传递，责任的追踪，绩效伙伴，谁也离不开谁。

第三，同样的smart原则。明确的、可衡量的、量化的、务实的、有时间表的，这些原则，这些要求是业绩管理操作性强的根本。

第四，管理的80/20法则。关键的20%创造了80%的绩效。所以业绩管理所关注的是关键业绩指标。

第五，关注未来和发展。目标本身就是关注未来发展的，它体现了企业的追求；考评是手段，激励是目标，改善是根本。业绩管理所追求的是企业的持续发展。

第六，双向沟通，持续改善。

设定目标要沟通，考评结果要沟通，如何改善要沟通。业绩管理很简单，就是目标+沟通。

的确，平衡计分卡是设定企业目标再科学不过的工具；关键业绩指标的分解方式在设定个人目标的时候，是那么精细；标杆其实就是每一项考核指标最好的指标和标准来源。

## **产品销售绩效考核与薪酬方案的区别篇五**

第1条为规范公司各部门、各岗位员工薪资标准及计算发放办

法，增强激励和考核功能，充分发挥薪酬体系的激励作用，根据公司的实际情况和管理需求，特制定本制度。

第2条本制度适用于公司全体员工。

第3条指导原则如下。

- 1、以年薪和绩效考核作为定薪调薪的主要依据。
- 2、以贡献度、价值创造为薪酬激励的核心。
- 3、客观、公正、保密。
- 4、薪酬水平在同地区或同行业中具有一定的竞争力。

第4条公司办公室是公司薪酬管理工作的归口管理部门，其主要职责如下。

- 1、薪酬制度与激励制度的制定、修订、解释和执行。
- 2、薪资、奖励的计算、审核、发放及解释。
- 3、员工薪酬水平的调查、员工薪酬标准的建议与核定。