

2023年销售绩效考核与薪酬管理方案 销售绩效考核方案(汇总8篇)

对于各类问题，我们可以采取不同的整改措施，如加强培训、改善流程、优化管理等。需要提醒大家的是，营销策划应该在实施过程中不断优化和改进。

销售绩效考核与薪酬管理方案篇一

随着市场经济的日趋发展与完善，企业管理者们越来越清醒地意识到，企业的市场竞争优势不在于企业掌握多少物资资本，而在于企业能够获得多少人力资源，企业必须采取一切科学、合理的手段去获得人才，尤其是企业的销售人才。作为市场的积极参与者，销售人员的价值越来越受到企业管理者的重视。如何最大限度地激励销售人员发挥主观能动性，创造优秀的销售业绩，是目前摆在企业管理者面前的一个难题。

一套行之有效的销售人员薪酬制度，由很多因素构成。总的来说，销售人员的薪酬制度设计需要系统把握、专业构建，首先需要明确应对销售人员实行什么样的薪酬模式。

在现代的市场中，企业对销售人员实行的基本薪酬模式主要可以概括为以下五种：

（一）“纯工资制”

“纯工资制”指的是销售人员的工资就是由企业核定给予其的基本工资，不存在与其销售业绩挂钩的工资收入部分。该薪酬模式设计的依据是平衡企业内部岗位之间存在的相对价值关系。

“纯工资制”能够比较好地体现企业内部的相对公平性，在

保障销售人员的收入水平和企业控制自身的销售成本与费用方面具有良好的效果。但“纯工资制”与销售人员的销售业绩不存在联系，不能够有效调动销售人员主观能动性，且其平均式的分配方式会造成企业销售团队内部出现消极行为，不利于企业销售目标的顺利达成。

（二）“底薪+奖金”

“底薪+奖金”指的是销售人员的薪酬收入由企业按期支付的基本工资和完成一定销售目标的奖金两部分构成。基本工资的获得是稳定的，奖金是指在销售人员完成初期制定的销售目标之后给予的激励奖赏。

这种薪酬模式的优点是在确保销售人员有保障收入基础上，通过奖金激励为销售人员设定的一系列与企业发展相关的指标，引导其合理的销售行为，促进企业的和谐、持续发展。但由于该薪酬模式下销售人员的当期销售额与薪酬并不直接关联，会使销售人员对销售额的获得缺乏必要的动力。

（三）“底薪+业务提成”

“底薪+业务提成”是指销售人员的工资收入由企业按期支付的基本工资和与其销售业绩直接挂钩的销售提成两部分构成。一般情况下，销售越是困难，销售业绩对销售人员的主观能动性依赖越大，则相应的销售业务提成比例就会越高。

该薪酬模式在为销售人员生活提供基本保障的同时，对销售业绩良好的销售人员具有很大的激励性，是目前许多企业广泛采用的一种销售人员的薪酬模式。但是，该薪酬模式会引致销售人员时刻关注自身利益，而忽视了销售团队的凝聚力和企业的整体利益。

“底薪+业务提成”的薪酬模式又可区分为“高底薪+低提成”与“低底薪+高提成”两种薪酬模式。前者更注重的是销

售人员的稳定性，用较高的稳定工资收入稳定销售人员与企业之间的工作关系；后者则以销售人员的工作业绩为导向，以销售人员的业绩核定其绝大部分的工资收入。

（四）“底薪+业务提成+奖金”

“底薪+业务提成+奖金”是指销售人员的薪酬收入由企业按期支付的基本工资、按期根据销售业绩发放的业务提成及完成企业一定销售目标的奖金三部分构成。

该薪酬模式同时综合了基本工资、业务提成和奖金三种报酬的优势，能充分发挥薪酬在调动销售人员主观能动性方面的激励性。其中，业务提成能激励销售人员追求优秀的业绩，而奖金则会促使销售人员更加关注其销售行为。但是该薪酬模式在无形中增加了企业的薪酬管理成本，增加了薪酬制度操作的专业性，并且销售额的核定、业务提成率、奖金发放率等方面的核定也存在较大的困难。

（五）“纯业务提成制”

“纯业务提成制”也叫佣金制，指的是销售人员的工资收入没有固定的部分，全部由浮动工资部分组成，即由销售人员一定比例的业务提成构成。

该薪酬模式的优点显著，激励性很强、操作简便，维护成本低。但是在该薪酬模式下，销售人员面临着全部的销售风险，一旦受经济和市场因素影响，其收入会非常不稳定，并且此种情况下销售人员会受经济利益驱使，热衷于进行有利可图的交易，为了其个人的短期收益甚至会出现损害企业形象及长远利益的情况。同时，该薪酬模式还会导致销售人员之间的恶性竞争，削弱了销售队伍的稳定性和凝聚力。

以上五种薪酬模式都各有其优劣势，在什么情况下采用何种薪酬模式，一般要考虑销售人员的素质和企业销售的产品。

一般情况下，稳定收入较低而浮动收入较高的薪酬模式，比较适合具有丰富的销售经验、个人能力较强的销售人员；稳定收入较高而浮动收入较低的薪酬模式比较适合暂时经验不够，但有销售潜力的销售人员，并且对销售队伍的建设比较有利。

要设计好薪酬制度，除确定薪酬模式外，还必须对销售人员薪酬设计中存在的问题有较为清晰的判断，避免出现问题的积累。从销售人员薪酬制度设计的实践来看，目前销售人员薪酬设计中主要存在以下三个方面的问题：

第一，薪酬设计的理论依据不充分。企业由于未进行有效的市场薪酬调查，不能够了解类似销售人员的薪酬模式及水平，其设计的薪酬方案缺乏实践依据；同时，企业管理者对销售人员的薪酬管理未能随业务及销售人员的变化进行适时的修订，脱离了企业的发展和销售人员成长的现实情况，不能适应快速变化的市场环境。

第二，薪酬设计的目标不明确。许多企业进行销售人员薪酬设计时仅凭经验或照搬同行业其他企业的薪酬模式，没有结合本企业的营销目标及策略，也没有将销售目标与销售人员的工作绩效直接挂钩起来，虽然其薪酬水平支付可能较高，但依然不能实现销售目标。

第三，薪酬设计未与企业的成本与费用管理相结合。许多企业进行销售人员薪酬设计时仅关注销售人员的销售量，对销售支出、货款回收等销售指标关注不够，导致销售人员的费用支出过大，企业欠款又难以回收，侵蚀着企业的销售资本；也有一些企业，照搬行业标杆企业的薪酬方案，未考虑薪酬方案的维护运行成本，直接影响企业的销售利润。

在明确了销售人员的基本薪酬模式和薪酬设计中存在的基本问题，企业在设计科学合理的薪酬制度时，还需遵循以下的薪酬设计原则和考虑以下的薪酬设计因素：

（一）销售人员薪酬设计的原则

1. 目标一致原则。在销售人员的薪酬设计中，必须统筹考虑企业的整体销售目标，通过合理的薪酬导向，引导销售人员的销售行为始终沿着企业的既定销售目标和销售策略前行，在促进销售人员的健康成长同时，有效实现企业的整体销售目标。
2. 有效激励原则。企业需保证销售人员得到有效的薪酬激励，同时，销售人员有效激励的薪酬水平必须参考市场销售人员的收入水平，薪酬水平的高低选择，以有效激励销售人员的主观能动性，并不侵蚀企业利润为基本要征。
3. 成本与费用控制原则。企业销售人员的工资支出和薪酬制度维护成本必须控制在一定的限度内，要在企业年度的成本与费用预算之内。

（二）销售人员薪酬设计考虑的因素

1. 企业或产品的生命周期阶段。一个企业和它的产品都有其生命周期，从创立期、快速发展期、步入成熟期、再到衰退期，企业应根据每个生命周期阶段制订不同的销售目标，并实行不同的薪酬模式。如新产品上市时，因为存在产品销售的不可预期性，销售人员面临的销售风险会很大，在这种情况下，宜采用“纯工资制”或是“底薪+奖金”的薪酬模式；当产品获得市场的认可后，销售人员面临的销售风险降低了，而企业更关注提高产品的市场份额，此时宜采用“底薪+业务提成”；在产品获得足够的市场份额后，品牌将会发挥巨大的销售效应，此时拟采用“底薪+业务提成+奖金”的薪酬模式。
2. 企业或产品的目标市场。针对产品不同的目标市场，应根据目标市场的特点，对销售人员选择不同的薪酬模式。一般情况下，如企业将目标市场锁定在高端客户群，那么企业就

应需要获得具备优良素质与形象的销售人员，而此类销售人员的薪酬宜采用“高底薪+低提成”的薪酬模式；如企业将目标市场锁定在一般大众，这种情况下将会更加注重销售人员的销售技巧，因而宜采用“低底薪+高提成”的薪酬模式。

3. 销售人员的现实需求。针对不同类型的销售人员的现实需求，采用不同的薪酬模式。如是新进的销售人员，不熟悉市场业务，为提高其安全感和归属感，可采用“纯工资制”；当销售人员逐步熟悉销售工作后，为提高其工作主观能动性，可采用“底薪+业务提成”；对销售业绩优秀，开发和维护市场能力较强的销售人员，给与工作的稳定性和激励性能够有效发挥其主观能动性，可采用“高底薪+低提成”的薪酬模式；而对保障性要求较低，对激励性需求很高的销售人员，拟采用“低底薪+高提成”的薪酬模式。

此外，进行销售人员薪酬设计时还需考虑企业所处行业及竞争状况、企业的发展战略、企业的实力、企业文化等因素，在综合考虑各方面因素后，选择适合的薪酬模式。

（三）销售人员薪酬设计与绩效考核的结合

在销售人员的薪酬方案设计中，绩效考核与薪酬的关系是重点，绩效考核指标及相应权重的确定非常重要。若企业未选择合适的业绩指标，而仅以销售额作为考核销售人员业绩的惟一指标，将会导致销售人员的短期化行为，给企业造成重大损失。若企业想使销售人员的注意力关注到销售额和到款率方面，则可以选择销售额、到款率作为考核销售人员业绩的指标，但也会导致销售人员仅重视现有客户，忽视对潜在客户群的培养。为了避免上述情况的发生，企业应采用较为全面的考核指标，如销售额、销售利润、销售回款率、客户满意度等，并采用科学有效的方法确定指标相应权重。

同时，企业进行绩效考核制度设计时，应从企业的实际出发，协调企业与部门及员工之间的利益关系。并在绩效与薪酬的

执行过程中，做好对销售人员工作过程的事实情况记录和保证过程的透明、公正。

在市场经济中，不存在任何一种薪酬模式是绝对可行的，只有企业在适合的时候采用了合适的薪酬制度，并通过这样的一种薪酬机制实现销售人员和企业的和谐可持续发展，这种薪酬制度就是好制度，就是值得企业采取的。销售人员薪酬制度的设计也是这个道理，销售人员认可并接受该种薪酬制度，则表明此制度就是可行的，适宜采用。

销售绩效考核与薪酬管理方案篇二

激励全员，发挥团队协作优势，冲锋销售，提升毛利

所有门店

全体员工、促销员

20xx年x月18日—20xx年x月21日

分组排名奖励

- 1、门店在活动前每天进行培训以及销售演练；
- 2、办公室支援明细；
- 3、销售pk目标及预算；
- 4、销售达成奖励；
 - 1)、重点培训员工的销售技巧，利用不同品类、不同形式的促销方式来引导顾客消费，培训员工的主动性、服务意识、关联性商品搭配销售技巧。

2)、每天安排促销员支援促销活动销售，每天销售高峰时段门店全体人员必须投入到卖场销售中，重点是食品、用品、纸品各岗位必须有现场导购人员，值班店经理亲自在卖场做现场人员及其他调配，在没顾客的情况下维护排面陈列及货源的补充工作。

4)、在活动商品缺货的情况下请联系部门负责人等相关人员进行调货，请部门负责人协助货源的协调跟进，商品当天来货必须当天陈列在卖场销售。

门店销售3天合计达成保底预算100%以上参与pk奖励，达成率由高到底进行pk评选。

为了实现公司销售目标，充分调动销售人员的积极性和创造性，激发员工的工作积极性，必须针对销售部门的管理和销售人员的态度作出调整，为此要从两个方面来做出调整，一是要推动团队气氛的改进，给团队一个积极的气氛，二是要拉动销售人员内心的欲望，让他们从内心迸发出激情。

针对以上的两个思路，提出以下三个激励的层面：

1、情感激励：公司归属感的激励，建立起员工对企业文化的认同；

3、现金激励：激励要不断地重复，更要及时进行。

具体的激励方案如下：

作为一个销售团队，每周必须有一次集体的早会，而这个早会只有一个主题，那就是激励，在早会上可以采用的激励方式主要有：

1、合唱励志歌曲（歌曲最好提前练习过或者是大多数人熟悉的）：《超越梦想》、《真心英雄》、《从头再来》、《飞

得更高》、《风雨彩虹铿锵玫瑰》、《和自己赛跑的人》、《靠近我》、《了不起》、《男儿当自强》、《势不可挡》、《相信自己》、《阳光总在风雨后》、《在路上》、《我的未来不是梦》、《壮志雄心》、《爱的奉献（手语）》、《步步高（手语）》、《感恩的心（手语）》、《我真的很不错（手语）》。

2、团队游戏：抓住机遇等。

3、爱的鼓励：一种有规律的鼓掌方式，爱的鼓励是一种赞美的方式也是一种自我激励的形式。

部门的早会应作为每日的理性工作，而早会的主要内容就是激励、调动气氛，让员工尽快进入工作状态，部门早会的内容可以是以下几点：

1、合唱励志歌曲（同上）

2、团队游戏：参见附件《团队游戏》

3、读励志文章：特别推荐读《世界上最伟大的推销员》（又称《羊皮卷》）

4、部门口号：每天早会作为最后一项内容，不断重复具有激励意义的部门口号，加深印象，增强团队凝聚力，另外一个作用就是心理暗示。

《拿出你的激情》

把竞赛范围引入日常销售工作中，在各个部门之间，在员工之间开展竞赛。

把荣誉给予优秀员工，作为对员工的激励方式。

奖励要及时，奖励要有新鲜感，奖励要有层次，每日小奖、

每周大奖、周月重奖，日奖应以统计数据为颁奖依据，如有效电话量、客户拜访量、有效数据录入量等，周奖以签单金额、签单数为依据，周奖、日奖的目的在于不间断的刺激员工，颁奖是一定要配合爱的鼓励，让没得到奖励的员工得到一些刺激。

注：歌曲、文章、游戏、课件见附件□pk□精英俱乐部、和奖励见实施细则。

销售绩效考核与薪酬管理方案篇三

（一）为了实现本酒店业绩攀升和员工的全面发展，建立有效的绩效考评机制，加强部门之间的配合协作能力，提高酒店经营管理机制，特制定本方案。

（二）本绩效考核方案适合本酒店各部门员工的绩效考核。

目前绩效考核已经成为企业人力资源管理中备受重视的环节，所谓绩效考核就是对“绩”，“效”的考评，“绩”就是员工业绩。在酒店管理工作中，绩效考核的重要作用可以从酒店战略发展层面、人力资源管理层面、经营管理三个层面进行分析：首先，通过绩效考核及相应管理，可以提高酒店核心竞争力，实现酒店经营战略调整，并能确保酒店短期目标与长期目标相联系；其次，它是支撑人力资源管理的有力工具，提供了解员工的途径，作为薪资或奖金调整、奖惩、晋升或降级的依据；再次，它是经营管理必要的沟通渠道，绩效考核将所有员工都纳入到管理活动中，成为管理者更好了解酒店运作、组织现状的门道，也是员工参与本酒店管理的方式之一。希望通过绩效考评这一制度的实施，能够实现酒店本身和员工身的综合绩效考核成绩作为部门每月奖金领取、优秀部门评选、年终发放的依据。

为充分发挥绩效考核对酒店各阶段工作的经营管理状况的信息反馈作用，以及对各部门工作的指引作用，绩效考核应遵循

以下原则：

考评内容、考核标准、评分细则、考评程序和考评结果透明公开，对酒店各部门形成正确指导，在酒店内部形成良性竞争的机制。

绩效评估过程中，考评者应对考评对象做出客观的评价，如实的填写有关考评资料，不应带个人主观因素和感情色彩，做到“用事实说话”，使评估建立在客观事实的基础上，其次要做到被考评者与既定考评标准作比较，而不是人与人之间作比较。

在评估结果出来后，评估的结果及评语一定要及时反馈给考评者本人，否则就起不到对员工的评估的教育作用，在反馈评估结果的同时，还应向被考评者就评语进行解释说明，肯定员工的成绩和进步，说明不足只处，提供今后努力的方向。

（一）考核时间：1. 月度考评：以月份为期限，具体考核工作开展时间为每个月25日至30日。

2. 年度考评：每年12月20—12月25号

（二）根据财务部对酒店经营情况核算，对经营部门制定经营指标绩效奖金，后勤部门按照一定比例提取奖金。

（三）未转正的员工和管理人员不参与月度绩效考评。

（四）考核内容以及标准：

1. 工作态度（每达标一项给4分，总分20分）

a 很少迟到、早退、缺勤，工作态度认真

b 工作从不偷赖、不倦怠

c做事敏捷、效率高

d遵守上级的指示

e遇事及时、正确地向上级报告

2. 基础能力（每达标一项给3分，总分15分）

a精通职务内容，具备处理事务的力

b掌握个人工作重点

c善于计划工作的步骤、积极做准备工作

d严守报告、联络、协商的原则

e在既定

3. 业务水平（每达标一项给4分，总分20分）

a工作没有差错，且速度快

b处理事物能力卓越，正确

c勤于整理、整顿、检视自己的工作

d确实地做好自己的工作

e可以独立并正确完成新的工作

4. 责任感（每达标一项给3分，总分15分）

a责任感强，确实完成交付的工作

b即使是难的工作，身为组织的一员也勇于面对

c努力用心地处理事情，避免过错的发生

d预测过错的可预防性，并想出预防的对策

e做事冷静，绝不感情用事

5. 团队合作精神（每达标一项给3分，总分15分）

a与同事配合，和睦地工作

b重视与其他部门的同事协调

c在工作上乐于帮助同事

d积极参加公司举办的活动

e有集体荣誉感

c是否虚心地听取他人建议、意见并可以改正自己的缺点

d表现热情向上的精神状态、不向外倾诉工作上的不满

e即使是分外的工作，有时也做出思考及提案

（五）考核等级划分：考核结果分为abcd四个等级a级月度考核在85分以上

b级月度考核在75分以上

c级月度考核在65分以上

d级月度考核在65分以下

注：年度考核总分为各月度考核加和之平均分！

（六）特别注意：

1、为鼓励员工能长期为酒店服务，年度考评特对入店一年以上的员工进行加分，服务满一年的员工加10分，服务二年的员工加7分。（此项加分在员工考评总得分基础上再另行加分，不以总分100分为限）

2、员工漏打卡情况可用调休抵（迟到与早退不能抵），调休不再另外享受。

3、年度代表酒店参加各项活动获得荣誉的员工进行加4分。（此项加分在员工考评总得分基础上再另行加分，不以总分100分为限）

（一）人力资源部根据工作计划下发〈年度月度全员考评通知〉。

（二）各部门成立考评小组（由部门第一负责人、执行总经理、总经理组成），对部门员工进行各项考评。

（三）部门依据考核办法使用考评标准量化打分。

（四）考核对象自总结，其他有关各级主管对下级员工准备考评意见。

（五）汇总各项考核分值，该总分在1~100分之间，依此划分abcd四个等级，考核表需附有总结性评语一项。

（六）考核结果上报人力资源部分存入员工档案。

（七）考核之后还需征求考核对象的意见。

(八) 各部门向人力资源部上交员工绩效考评结果。

(九) 各部门考评小组成员在组织考评时应严格按照本公司的绩效考评容与标准组织考评。

(一) 分析考评结果的客观公正性与可信度。

(二) 进一步核查考评结果的准确性，并及时向员工公布考评结果……

(三) 总结考评过程中出现的问题以便在下一次考评之前改进考评方案。

七、结语

以上绩效考评方案自20xx年1月开始实施，希望各部门在规定时间内认真安排考评小组成员认真组织考评，同时也望各员工积极配合参与评工作。

一个公司，一个团队，公司的发展需要靠团队共同努力奋进，希望各部门员工团结合作，在促进公司发展的同时，也让自及得到全面的发展。最后，祝愿我们的团队团结奋进，祝愿我们公司前程美好！

销售部岗位绩效考核方案一、职责

1、专案经理职责：

专案经理实行项目销售全程负责制，全面负责完成公司下达的项目销售任务、销售合同的准确签订、房款的及时回收、房屋的顺利交付等工作。具体职责如下：

(1) 组织、督促销售人员按时完成销售指标；

(2) 督促销售人员在规定时限内办理合同签约，并审核合同，确保准确率100%；

(3) 督促销售人员收缴房款。确保房款准时收缴率100%；

(4) 参与楼盘销售前的市场调研，提出销售方案，营销策划建议；

(5) 组织销售人员参加促销活动；

(10) 带头执行并督促员工执行公司的规章制度及行为规范，维护、发扬公司形象。

(11) 按时完成总经理下达的其它工作。

2、销售代表职责：

销售代表实行销售全程负责制，对本人所售房屋销售合同的准确签订、房款的及时回收、房屋的顺利交付等方面负责。

主要职责是：

(1) 按时完成销售指标；

(2) 按时签订合同契约；

(3) 按时收缴房款，按时收缴按揭资料，按时完成预交付房屋验收工作；

(9) 严格执行公司的规章制度及员工行为规范，保持良好的仪表、形象；

(10) 发扬团队精神，维护公司形象。

1、客户接待

按公司业务规范热情接待来访客户，看房后有意向的应及时交纳意向金，并在三天内补齐定金，签定认购协议。

2、签订认购协议

签定认购协议书，请客户在按揭、付款须知上签字，并确保在认购协议签定的当天交纳足额的定金。

3、正式签订《商品房买卖合同》

在认购协议签定后的十日内签定《商品房买卖合同》。签定契约时应严格按照范本填写，不得在价格、金额、房号、日期、合同主体的姓名等条款处涂、刮、改。原则上不增加补充协议，客户有特殊要求的，须请示专案经理和总经理，个人不作任何超出规定范围的承诺。

4、收缴首期房款

在签定《商品房买卖合同》的当日，必须收齐首期房款。

5、收缴贷款按揭资料

在签定《商品房买卖合同》当日收齐按揭所需资料，并交按揭人员办理按揭。

6、催款

催款分两类：一类是按揭，一类是分期付款和一次性付款。

分期付款和一次性付款：主要由销售代表按合同规定催款。

7、台帐、资料填写、整理

销售各个阶段中及时做好相关台帐的记录，及时整理有关资料，做好存档工作。

8、交房

预交付房屋时，销售代表首先必须提前做好合同，尤其是补充协议的自查工作，对照合同、补充协议仔细检查内容和实际情况的一致性，如发现出入必须向专案经理、总经理汇报，并主动与发展商相关部门联系，在客户发现之前及时解决问题。其次必须做好交房时期客户的接待和解释工作，密切配合发展商相关部门及时解决交房过程中客户提出的一切问题。

1、客户接待顺序由专案经理根据排班表排定。原则上由值班的销售代表接待，若值班的销售代表正在接待客户，则由专案经理代为接待，事后及时移交。当客户到来时，销售代表必须立即迎上前热情问候并接待，不可任由客户等待而无人上前，并问明客户是否来过及以前曾接洽过的销售代表，避免销售代表之间重复接待客户。

2、已由销售代表接待过的客户再次前来时，由原销售代表继续接待，未经原销售代表同意，不得递名片予他人的客户；若遇原销售代表不在，值班销售代表必须与原销售代表联络，得到同意后方可帮助接待，成交后佣金归原销售代表。

3、接待过的客户带新客户来访，已约好的由原销售代表接待，未约好如销售代表在案场可继续接待，如不在案场可以算做新客户，由值班销售代表接待。

4、在其他销售代表接待客户时，除非得到邀请，一般不可自行上前介绍或发表意见。

5、接待时要根据客户性别区别对待，要不卑不亢，恰到好处。

6、介绍情况时可以灵活掌握介绍的深度，根据客户的个人偏好有重点地介绍。

7、在充分了解客户需求后，重点推荐2-3套房源，推荐房源

不宜太多，而且档次要稍微拉开。

8、任何销售代表不得在客户面前争抢客户，对于接待客户而发生的意见分歧或投诉，由专案经理在详细调查后，召开会议，公布调查结果，决定处理方案。

9、客户离开时不管多忙，都要起身送客至大门，目送客户离开；回来后桌椅必须归位，并收拾干净茶杯、杂物等。

10、每日做好《客户来访登记表》交给专案经理归档，资料必须详细(姓名、电话填写清楚)，并且该资料作为一旦发生销售代表之间接待客户冲突的凭证，一般情况下确认给先接待记录的销售代表；另外，如果由于销售代表登记后未及时跟进，致使客户忘记其姓名，则经专案经理核实后，根据销售代表各自工作量判断客户归属。

11、每周日下班前完成《销售代表工作周报》交给专案经理统计，要求将成交客户情况、客户反馈意见写清，专案经理根据销售代表工作态度可以在每月业绩考核中评分。

12、抓紧客户催款工作，如有特殊情况必须及时上报专案经理。接待客户时不做夸大不实宣传，不对客户做不当承诺，不越权降价，严格服从专案经理的领导。

13、客户有特殊要求，尽量学会自行解决；如有困难，必须上报专案经理协同解决；销售代表无权自行为己签约之客户私下转名，在折扣上必须明确回答客户没有额外优惠，不得暗示、启发客户另外找关系打折。如果发现销售代表有上述行为，将严肃处理。

14、客户看样板房及工地必须由销售代表陪同前往，进入施工现场必须携带安全帽。

考评分为三部分：第一部分业绩考核；第二部分根据业务规范

对规章制度、工作执行情况进行考核;第三部分销售提成考核。

1、业绩考核

(1)销售指标由公司按月下达给专案经理，专案经理根据各位销售代表的情况将指标分解落实到人。销售代表以下达的指标为保证数，另加10%作为个人争取数。

(2)公司新招聘的销售代表，实习(试用)期间的工作，业务考核安排如下：凡未从事过房产销售工作的，由专案经理指定专人负责业务指导。在三个月实习期间，一个月在售后服务部熟悉见证、按揭、交房、办证等业务;一个月协助业务指导接洽业务，所成业务算业务指导，期间业务指导必须指导办理至少一份全过程销售手续;一个月自己接洽业务，业务指导负责指导，所成业务归实习人员。实习期间没有业务考核指标，实习期满正式录用后，两个月内下达平均业务指标的50%，第三个月80%，第四个月起100%。凡已从事过房产销售工作的，由专案经理负责业务联系，试用期间第一个月不下达业务指标，第二个月起下达平均业务指标60%，三个月试用期满正式聘用后下达平均业务指标100%。

(3)销售代表销售指标完成的时间按月计算。

(4)销售代表销售指标完成额度按季计算，季的平均月完成额度达到月销售指标的，视同完成指标。

(5)退房则相应减少销售代表完成的销售额度。

(6)销售代表完成销售指标，按月发给基本工资及销售提成(提成按销售到帐款额提取)，成绩突出者由公司给予精神、物质奖励。

(7)销售代表未完成销售指标者，给予下列处罚：

凡当月未完成销售指标者，当月工资扣除200元，并自我检查，找出差距，继续努力。

凡连续3个月未完成销售指标，其中一个月为空白者，应自动辞职或予以解聘。

2、规章制度、工作执行情况考核。

实行月考核，百分制。考评分值见附表。考核办法参照考评总则。

3、销售提成考核。

(1)销售代表的销售提成为总房款的千分之三，其中千分之二按房款到帐金额计提发放，万分之五年终发放，另万分之五留待房屋实际交付之后发放。

(2)销售代表在房屋实际交付之前离开本公司(包括自动离职及公司辞退)，其客户后续工作将由公司指定的其他员工负责，所余万分之五计奖金额无权领取；如销售代表被调至公司其它部门，客户后续工作仍应跟进，其万分之五计奖金额可以领取。

(3)亚东公司员工及公司关系户购房，经总经理签字确认后，负责签订合同及跟进工作的销售代表销售提成为总房款的千分之二，按房款到帐金额计提发放。

(4)客户购房凡通过中介人介绍，在客户购房契约已见证且全款付清后，经销售代表填表，专案经理确认并报总经理书面批准后，可发给中介人一次性中介佣金，金额为总房款的千分之一，其中万分之五由专案经理承担，另外万分之五由销售代表承担。

销售绩效考核与薪酬管理方案篇四

- 1、对销售人员薪酬进行考核，前三个月不考核，自20__年1月1日起执行考核。
- 2、考核参数分为业绩、费用、综合考评三项。
- 3、销售业绩考核以客房、会议、餐饮为主，康体次之。
- 4、考核奖励必须以完成部门整体考核指标为前提。

二、销售人员基本待遇

享受酒店主管级待遇，基本工资为20__元/月-----20__元/月，对外(名片)头衔为销售经理。

三、考核人员

销售经理、部门副经理

四、考核内容

1、业绩考核

每人月销售指标按240万元/10人计为24万元(附销售指标分解)，超出部分按1.5%奖励。

个人业绩组成：

(1)销售员工号下的协议消费总额，包括各自发出的贵宾卡、售出的package□个人下单的零散接待等。

(2)销售员发出的团队、会议单消费(100房夜以上较大型会议消费额按个人90%与部门10%划分)。

(3) 部门经理接洽的会议按销售员划分范围归属给相应销售人员，按个人80%与部门20%划分。

(4) 销售员接洽的宴会、散客餐饮消费。

(5) 应收帐未到帐前不计入个人销售额。

(6) 部门业绩产生的考核结余后留存为部门基金。

2、费用考核(包括交通补贴、招待费、赠券费用等)

(1) 交通补贴：销售经理按200元/月、驻外销售人员按500元/月补贴。

(2) 通讯补贴：销售经理按200元/月、驻外销售人员按350元/月补贴。

(3) 赠券控制：销售人员为600元/月(按消费额5折计)

(4) 招待控制：有重要客户宴请需事先报部门批准，原则上销售经理及部门经理按每周一次轮流宴请客户，每次费用控制600元(按消费额5折计)。

(5) 鼓励合理运用招待费用联系客户，将实惠带给客户，多进行情感交流，每人每月宴请费用不得低于400元/月(按消费额5折计)，不足部分按50%从考核奖励中扣除。

3、综合考评

部门完成酒店指标前提下，个人销售指标超出部分按1.5%奖励，综合考评：

(1) 业绩奖励85%

(2) 团队精神10%

(3) 工作纪律5%

业绩由销售内勤负责统计，团队精神与工作纪律由部门经理考评。

五、其它

1、销售内勤：享受酒店领班级待遇，基本工资为2__元/月，奖励按销售人员平均奖的30%发放。

2、美工：享受酒店主管级待遇，基本工资为2__元/月，工作范围包括平面设计与制作、活动策划与布置、宴会/会议场地布置策划等。

销售绩效考核与薪酬管理方案篇五

为更好地做好餐饮销售，充分调动员工的工作积极性，切实做好全员营销，从而提高餐饮营业收入、增强赢利能力，现对餐饮销售提成方案做出以下规定：

一、婚宴、宴会预订

指酒店员工介绍客人来酒店预订或客人报服务员姓名预订桌数在十桌以上(含十桌)的宴会，以交押金员工姓名为准，提成比例为消费额的2%(不含酒水)；此提成方案执行范围：酒店所有员工。

二、餐厅员工推销红酒提成

指价格在200元以上的红酒每瓶可提成5元/瓶的开瓶费。

餐厅员工提成

指餐厅每月完成经营指标30万后，可给服务员当月每个进客

包厢3元提成(宴会厅按一个包厢算)。东毛老鼠和蛇肉可提成5元/份。其中70%平均分配给服务员，30%平均分配给收银员，传菜员，洗碗工。

茶吧员工提成

指茶吧每月完成经营指标8万后，服务员当月推销的产品可给予的提成如下：(以茶吧茶单和菜单为标准)

价格在200元以上的红酒每瓶可提成5元/瓶。

价格在18元或以上的咖啡和茶可提成0.5元/杯。

价格在58元或以上的菜可提成1元/份。

价格在58元/斤或以上的海鲜可提成3元/份。

价格在48元或以上的果盘可提成1元/份。

东毛老鼠和蛇肉可提成10元/份。

其中提成由茶吧全体员工平均分配。酒店宴会在30桌以上，其它部门来餐饮部帮忙的员工每次给予15元奖励。同时帮忙要把收尾工作做完否则不记入奖励。

三、相关规定：

主要数据来源：由收银员登记每天餐厅营业收入和进客包厢数后交经理和部长签名确认，如在日常服务工作过程中造成宾客投诉者将取消其个人当月全部提成。宴会预订必须如实、准确的进行业绩登记，要求在前台登记本上必须详细记录客人的资料和销售人员的姓名，不允许事后对业绩进行补录和更改；负责运行流程的监督和检查，有义务根据客户资料对销售人员的业绩登记进行抽查式电话回访，但是要注意措辞。

如发现利用职务之便营私舞弊的，如果是餐饮部员工，一经发现立即开除处理并在酒店范围内进行通报，酒店不给予任何补偿；对于餐饮部之外的工作人员，将知会其所在部门负责人并取消其当月提成；执行时间：20__-__-1起；如有调整将提前一周通知个相关部门、相关人员。在收到此提成方案时，请各部门负责人在原稿上签字确认，以方便日后方案的顺利执行，谢谢！

以上制度望大家严格执行，餐饮部将一如既往的为宾客提供优质的菜品和服务，最终达成部门、宾客、员工的三赢！

销售绩效考核与薪酬管理方案篇六

一、考核时间：

__年10月

二、考核适用范围

第八年销售人员安排计划全年所需销售人员数为20人，其中销售主管2人，销售业务员18人。

三、考核目的

1、为了更好的引导员工行为，加强员工的自我管理，提高工作绩效,发掘员工潜能，同时实现员工与上级更好的沟通，创建一个具有发展潜力和创造力的优秀团队，推动公司总体战略目标的实现。

2、为了更确切的了解员工队伍的工作态度、个性、能力状况、工作绩效等基本状况，为公司的人员选拔、岗位调动、奖惩、培训及职业规划等提供信息依据。

四、适用范围

绩效考评主要是对销售员工进行的定期考评，适合公司所有已转正的正式销售人员。新进销售实习员工、见习员工、转岗、晋升、降职等特殊阶段员工的考评另行制定，不适合此考评，但可以引用绩效考评结果的客观数据信息，作为决策的依据。

五、考评分类及考评内容

1、工作态度考评(占绩效考评总成绩的15%)

迟到、早退、事假、加班等考评员工出勤、加班情况；每一次扣一分或每请事假一天扣一分，病假不扣分，为更好地完成工作主动加班一次加1分，任劳任怨服从计划外工作安排一次加1分。

合作精神非曲直各项工作任务协作配合性尤其是临时性工作
任务主动积极承担加1分，无故推卸减1分(典型事件加减分，或定期进行民主评议)

2、基础能力考评(占绩效考评总成绩的15%)

3、业务熟练程度考评(占绩效考评总成绩的20%)

4、责任感考评(占绩效考评总成绩的25%)

星级服务规范履行情况、顾客意见调查结果汇总考评员工服务行为，顾客表扬加分，顾客投诉扣分。

6、协调性考评(占绩效考评总成绩的25%)

六、绩效管理和绩效考评应该达到的效果

4、了解员工培训和教育的需要，为公司的培训发展计划提供依据。

5、公司的薪酬决策、员工晋升降职、岗位调动、奖金等提供确切有用的依据；

6、加强各部门和各员工的工作计划和目标明确性，从粗放管理向可监控考核的方向转变，有利于促进公司整体绩效的提高，有利于推动公司总体目标的实现。

七、附则

1、本制度的解释权归人力资源部。

2、本制度的最终实施权归市场部。

3、本制度生效时间为第八年。

销售绩效考核与薪酬管理方案篇七

1. 业绩考核(定量)+行为考核(定性)。

2. 定量做到严格以公司收入业绩为标准，定性做到公平客观。

3. 考核结果与员工收入挂钩。

二、考核标准

1. 销售人员业绩考核标准为公司当月的营业收入指标和目标，公司将会每季度调整一次。

2. 销售人员行为考核标准。

(1) 执行遵守公司各项工作制度、考勤制度、保密制度和其他公司规定的行为表现。

(2) 履行本部门工作的行为表现。

(3) 完成工作任务的行为表现。

(4) 遵守国家法律法规、社会公德的行为表现。

(5) 其他。

其中：当月行为表现合格者为0.6分以上，行为表现良好者为0.8分以上，行为表现优秀者为满分1分。如当月能有少数突出表现者，突出表现者可以最高加到1.2分。

如当月有触犯国家法律法规、严重违反公司规定、发生工作事故、发生工作严重失误者，行为考核分数一律为0分。

三、考核内容与指标

销售人员绩效考核表如下表所示。

销售绩效考核与薪酬管理方案篇八

- 1、作为晋级、解雇和调整岗位依据，着重在能力、能力发挥和工作表现上进行绩效考核。
- 2、作为确定绩效工资的依据。
- 3、作为潜能开发和教育培训依据。
- 4、作为调整人事政策、激励措施的依据，促进上下级的沟通。

二、员工绩效考核原则

- 1、公司正式聘用员工均应进行考核，不同级别员工绩效考核要求和重点不同。
- 2、考核的依据是公司的各项制度，员工的岗位描述及工作目标，同时考核必须公开、透明、人人平等、一视同仁。

3、制定的考核方案要有可操作性，是客观的、可靠的和公平的，不能掺入考评人个人好恶。

4、提倡考核结果用不同方式与被评者见面，使之诚心接受，并允许其申诉或解释。

三、员工绩效考核内容及方式

1、工作任务考核（按月）。

2、综合能力考核（由考评小组每月进行一次）。

3、考勤及奖惩情况（由行政部按照《公司内部管理条例》执行考核）。

四、考核人与绩效考核指标

1、成立公司考评小组，对员工进行全面考核和评价。

2、自我鉴定，员工对自己进行评价并写出个人小结。

3、绩效考核指标，员工当月工作计划、任务，考勤及《内部管理条例》中的`奖惩办法。

五、企业绩效考核结果的反馈

考绩应与本人见面，将考核结果的优缺点告诉被评人，鼓励其发扬优点、改正缺点、再创佳绩。

文档为doc格式