

最新销售部门的绩效考核方案(通用5篇)

确定目标是置顶工作方案的重要环节。在公司计划开展某项工作的时候，我们需要为领导提供多种工作方案。方案书写有哪些要求呢？我们怎样才能写好一篇方案呢？以下就是小编给大家讲解介绍的相关方案了，希望能够帮助到大家。

销售部门的绩效考核方案篇一

销售员的考核主要通过工作任务考核书分阶段进行考核。作为过程管理的核心措施——填写销售岗位工作任务考核书即是实现绩效这个目的的有效措施。要求每个销售人员每个月都必须填写，在召开销售例会时，销售经理和销售人员必须明确自己下月度的工作任务，并思考完成工作任务的措施。

一、工作任务考核书的考核要求。

1. 工作任务与目标

按公司年度销售任务层层分解落实，形成各销售人员的月度销售计划。各销售人员根据本地区计划分解，填制全部可预见的工作任务、目标等内容计划，包括常规性工作与非常规性工作。具体含5类任务：年度列入公司大事分解为本岗位的岗位任务；公司上级领导下达的任务；日常工作和月初可预见的所有工作(本月目标)；本岗位应建立健全的文档或管理制度；以岗位说明书规定的年度常规工作内容为基础，本着每月应有新的提高与创新的原则，提出当月5~7个重点解决的问题。

2. 工作步骤与措施

针对第一栏对应的工作列出具体工作步骤，制定出实现该目标的具体对策或措施。

3. 完成时间

体现工作任务的时间进度要求，跨月工作应在工作任务内容与目标栏列出本月准备完成部分的工作内容。

4. 设定分值

按工作的重要程度对各项工作划分分值。总分为100分。

二、工作任务书的审核

销售员本人完成工作任务书的填写后，交由考评者进行审核，保证目标实现、措施切合实际和各岗位协调一致。最终尽量形成可行的、具体的、量化的和可衡量的岗位工作任务，其中量化包括具体时间、数额和是否结束。

三、工作任务书的实施与控制

销售员必须严格按照工作任务书的要求进行工作，考评者要经常检查各岗位工作任务的实施情况，发现问题进行具体指导，以保证各项工作的进展，并作为考评依据。

四、工作任务书的评议

考评者根据被考评者的岗位工作目标任务和工作完成情况，进行最终考核评分。

指导意见由考评者记录，目的是促进上下级之间的沟通，提高和改进下属的工作能力和工作方式，使整个团队形成协调、团结、互助的工作氛围。考评者将被考评者日常工作中的主要事件(积极与消极事件)记录下来，写出考评意见。月末将结果反馈给被考评者，如被考评者不理解，可经过协商与沟通，尽量达成共识。指导意见旨在促进沟通、积累原始记录，并有利于定性评价一个人的能力与业绩。

表扬加分、差错扣分(此部分销售经理和销售员均适用)

一、表扬加分。

鼓励所有员工为公司和本部门的发展出谋划策、尽心尽力，对于能够提高公司经济效益和管理水平以及研发水平的创新方法和行为进行奖励加分。

1. 出色完成工作受到公司级嘉奖，加15分；
2. 出色完成工作受到公司级表扬，加10分。

表扬加10分，由部门领导报公司分管副总经理确定；加15分报公司总经理办公会研究决定。所有公司级表扬，均需有正式文件公布，表扬加分汇总下发给人力资源部，由人力资源部登记入档后制作工资单转财务部兑现。

二、差错扣分

为保证日常工作尽量不出现差错，必须设立差错扣分项目。包括两类：一是工作效果低于设定的岗位定额指标标准；二是违反公司规章制度。

1. 严重工作失误给企业造成损失或不良影响受到全公司通报批评的，扣100分。
2. 工作失误给企业造成损失或不良影响受到批评的，扣20分。
3. 违反管理标准、规章制度的，扣15分。管理标准、规章制度中规定罚款数额的，按规定执行。
4. 工作任务书填报质量不好的，扣10分。包括：公司年度计划没有分解到本岗位；本岗位常规工作任务偏离岗位说明书规定；任务目标没有量化；任务措施不具体；重点不突出，表现为每项任务的分值平均化。

填报质量由企业管理部审定后，报主管副总经理批准后下发给人力资源部，由人力资源部登记入档后制作工资单转财务部兑现。

销售人员绩效考核现状

销售在企业中的地位是不言而喻的，销售的好坏直接决定了企业效益的好坏。因此企业销售人员的绩效考核已得到广泛重视，但销售人员绩效考核体系还存在着很多问题：

第一，考核指标制定不全面，标准不科学，各指标所占权重不合理，指标的设置及权重不随企业战略及发展变化。并且考核指标设计上偏重销售指标的定量化，如考核销售人员的销售量、市场占有率等指标，从而忽略定性的考核指标，导致销售人员的目标是使自己的销售量最大化，仅注重于短期的销量，忽视长期的企业效益。

第二，考核方法简单，未能体现公平性。多数企业采用上级考核下级的形式，主观因素很大，直接上级的个人偏好直接影响销售人员的绩效考核结果。而且销售人员的工作特点导致考核者本身缺乏对被考核工作过程的了解，考核信息的缺失使考核结果不客观，令人难以信服，更甚至会影响上下级关系。

第三，考核重视结果但不重视对考核前中后的过程控制。绩效考核是一个持续沟通的过程，很多企业往往不重视考核前中后的沟通，考核流于形式。对于管理者，绩效沟通使其不仅能够及时了解销售人员的工作结果，而且能够掌握销售人员的工作过程。对于销售人员，考核前沟通有利于销售人员对绩效指标和标准的认同，考核中沟通有利于提高考核的准确性，考核后反馈有利于改进销售人员工作中存在的问题，进而执行相应的改进策略。

第四，考核目的不明确，给销售人员错误的导向。有的企业

为了惩罚而考核，而不是为了引导更好的行为，导致销售人员行为重点在于不犯错；有的企业仅仅考核销售量，销售人员的绩效是以取得的销售数量来衡量和付酬的，导致销售人员为了自己的销售量最大而忽略商品对客户的价值的企业的利益。

第五，考核的频率过高或过低。过频的考核不仅使销售人员产生心理上的压力，有抵触情绪，而且降低销售人员和管理人员的工作效率；低频的考核使销售人员产生心理上的惰性，不能最好发挥绩效考核的作用，不利于提升企业的销售业绩。

第六，考核结果不能应用于实际。很多企业制定和实施了绩效考核，但是对考核结果却不重视，不能充分利用起来，花费了大量人力物力后却不了了之。

四、导致销售人员考核现状的主要原因

第一，绩效考核在我国处于起步阶段，发展历史较短，很多企业不能形成能够实际运用的较为成熟的考核体系，还需要较长时间去将理论与实际结合。

第二，管理者对考核的重视不够，并且存在认识上的偏差。有的管理者认为考核仅仅是一种惩罚手段，不能利用考核不断纠正员工的行为偏差，使员工更称职，团队更优秀；有的管理者考核较为平庸，考核仅走形式，考核成绩平均主义，使绩效考核很难真正的贯彻落实。

第三，由于竞争激烈，很多企业为了经济效益从而忽略企业内部管理，将精力专注于市场开拓和产品研发上，不能着眼于未来，待企业绩效考核已经一团乱的时候才想到治理。

第四，考核过程不能做到公平公正公开，很多企业由于受传统的封闭式管理制度影响，缺少企业与员工的沟通，由考核者个人直接对员工进行考评，员工只知道考核结果，无法了

解考核过程和考核者评语，更无法通过考核改进工作。

销售部门的绩效考核方案篇二

一、考核时间：

20__年10月

二、考核适用范围

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。

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。