

最新绩效管理工作方案(模板5篇)

方案在解决问题、实现目标、提高组织协调性和执行力以及提高决策的科学性和可行性等方面都发挥着重要的作用。方案的制定需要考虑各种因素，包括资源的利用、时间的安排以及风险的评估等，以确保问题能够得到有效解决。下面是小编为大家收集的方案策划书范文，仅供参考，希望能够帮助到大家。

绩效管理工作方案篇一

在制定岗位说明书的基础上，提炼绩效考核指标。岗位职责说明书上的工作有轻重缓急之别，贡献有大小之异，在实际工作中应该分配给的时间和精力也就是不一样的。绩效考核指标的提炼关注于贡献度最大的工作和花费更多时间的工作，每个岗位的关键考核指标不应太多，3到5个最好，否则会使被考核人丧失工作重点。我们的建议是，重要的事情要考核，不考核的事情要靠文化、教育、培训和训练，将其内化为员工的习惯或潜意识。比如，某酒店企业不考核员工的公共卫生意识，而是在新员工入职培训时训练员工低头捡纸屑和垃圾上千次，直到大家对此形成习惯和条件反射为止。

绩效管理工作方案篇二

在绩效管理过程中，公司战略目标没能做到内容和要求具体化，不能安排实施战略和行动计划的具体工作程序，也没有自上而下层层展开，自下而上层层保证。因而，无法分解落实到各部门、各员工。各部门、各员工从本位角度出发，各自为政，来适应绩效管理，缺乏长远观念、全局观念。导致员工的日常行为与公司战略相脱节。

绩效管理能提高开发能力，改进工作，增强企业的持续竞争力。绩效考核不仅仅是对员工做得如何等进行考核，而且要

指出员工存在的弱点和不足，根据绩效考核结果，对员工的工作态度、专业知识、工作能力、基本素质、工作方法、工作思路、工作经验等方面进行评价和分析。具有对员工潜能开发的目的是，其作用也从单纯的绩效考核扩展到对员工绩效的日常管理上。通过评价找出原因，明确下一个考核期改进目标和措施，使每个员工工作一年比一年做得好，能力一年比一年提高。

绩效管理是一项异常复杂的工作，在实际工作中要想面面俱到是一件困难的事，也往往是不可能做到的。有些企业制定了很多制度、设计很多表格，考核指标面面俱到，也运用了先进的工具和技术，认为这样问题就可以得到解决。但却忽视企业存在的关键问题，没有突出工作重点，分散了工作精力，这样会使绩效管理流于形式，其结果不尽如人意。

在企业中，各级主管都认识到绩效管理的重要性，但在执行中，员工未能对绩效管理本身重要性、复杂性和紧迫性有充分的思想准备，会产生畏难和抵触情绪。在体系设计时，往往只注重物质上的激励，只考虑如何根据考核结果进行利益分配，忽略员工的差异化需求，特别是自我价值的实现。如此，员工难以把自己的多元化需求和发展与绩效管理结果相联系，致使绩效管理的有效性大打折扣。

绩效考核结果与预期出现偏差，往往是因为考核过程不合理或没有及时调整，在现差异时，要积极沟通，及时改进，事后公开，使企业、部门和个人能达成共识，让员工能真正体会到绩效管理的益处和优越性。

绩效管理工作方案篇三

同事之间要相互帮助，每发现一次不配合扣除5分。

要服从尊重部门领导，按时完成部门领导交付的其他工作任务，每出现一次不尊重或顶撞领导扣除5分。

圆网车间原材料仓库管理：

物料摆放混乱一次扣5分。

物料标识不清一次扣5分。

物料无标识一次扣10分。

库存数量即将达到安全库存量时未及时预警扣除10分。

保持仓库整洁无异物，每发现一次扣5分。

严禁脚踏或坐在物料上，每违反一次扣5分。

同事之间要相互帮助，每发现一次不配合扣除5分。

要服从尊重部门领导，按时完成部门领导交付的其他工作任务，每出现一次不尊重或顶撞领导扣除5分。

加分细则：

2、出勤：超勤30分/天

(二)工作态度指标(生产部门参与考核，总分100分)

(三)工作能力指标(考评小组考核，总分100分)

基本能力、协调能力、执行能力、学习能力、管理统筹能力各20分，优良中差4级，分值分别为20、15、10、5分。

三、考核实施

采购部人员的考核过程分为三个阶段，构成完整的考核管理循环，这三个阶段分别是计划沟通阶段、计划实施阶段和考核阶段。

(一) 计划沟通阶段

1、考核者和被考核者进行上个考核期目标完成情况和绩效考核情况回顾。

2、考核者和被考核者明确考核期内的工作任务、工作重点，需要完成的目标。

(二) 计划实施阶段

1、被考核者按照本考核期的工作计划开展工作，完成工作目标。

2、考核者根据工作计划，指导、监督、协调下属员工的工作进程，并记录重要工作表现。

(三) 考核阶段

考核阶段分绩效评估、绩效审核和结果反馈三个步骤。

1、绩效评估

考核者根据被考核者在考核期内的工作表现和考核标准，对被考核者评分。

2、结果审核

人力资源部负责对考核结果进行审核，并负责处理考核评估过程中出现的争议。

3、结果反馈

人力资源部负责将审核后的结果反馈给考核者，由考核者和被考核者进行沟通，并讨论绩效改进的方式和途径。

四、绩效结果运用

(一)绩效面谈

(二)绩效结果运用

1、采购部人员工资与绩效考核结果直接挂钩，具体以下标准。

(1)采购部每月的绩效考核工资是300元

(2)考核总分300分

(3)每分为1元，绩效工资将以最后的考核得分为标准

(4)绩效工资将和每月的基本工资一起发放。

2、培训

年度绩效考核得分在80分以上的人员，有资格享受公司安排的提升培训；年度绩效考核得分在60分以下的人员，必须参加由公司安排的适职培训，培训后不能胜任本工作者，给予降级或劝退处理。

[采购部门绩效考核方案]

绩效管理工作方案篇四

1、为了公平、有效地评价客服人员的工作业绩、工作能力和工作态度，及时纠正偏差，改进工作方法，激励争先创优，优化整体客服团队，从而全面提升客服质量和企业效益，特制定本考核方案。

2、对客服人员进行的业绩考核结果将作为本公司进行人员薪资调整、培训规划、职位晋升和岗位调动的决策依据。

3、将绩效考核融入公司管理过程，在考核中形成员工与公司双向沟通的平台，增进管理效率、推动公司良好运作。

本着公平、公正、引导、激励的原则实施考评，客服人员的考评结果将与公司业绩和个人业绩直接挂钩，业绩考评也将作为薪资的主要参考依据，直接决定着个人收入。

以业绩考核为主，多元考核形式并用来进行综合考量，以求考核效益最大化。

本方案适用于本公司所有的客服人员，请相关部门负责人遵照实施，予以认真落实，如有特殊情况不便按时实施的，需及时告知，另做考虑。

基于客服岗位特质，客服人员的绩效考核将实行月度考核，每一月作为一个考核单位，具体考核时间待商议（每月的月末或下月月初）。

绩效考核指标是员工工作业绩、工作能力的量化形式，通过各量化指标的考量可以体现客服人员的工作业绩、能力和态度。基于客服岗位自身的工作性质和工作内容，客服人员绩效考核指标主要分为以下几个方面：

1、指标完成率。指标完成率，即特定月内通过客服人员实际完成的销售额与计划所要完成的销售额之间的比率，表示为实际销售额/计划销售额，如a万/月。

2、询单转化率。询单转化率，即顾客向客服询单服务的人数到最终下单人数的个比率，表示为最终下单人数/询单人数。

3、最终下单成功率。最终下单成功率，即顾客下定单的人数到最终付款人数之间的`比例，表示为最终付款人数/下单人数。

4、客单价。客单价，即特定时间内每个客户购买本店商品的额度，是本旺旺落实且最终付款的销售总额与下单付款的客户总人数之间的比例，表示为特定时期内销售总额/付款客户人数。它充分体现了客服人员的客户亲和度和工作能力。

5. 旺旺回复率。旺旺回复率，即客服人员通过旺旺作出回复的客户数与总接待的客户数之间的比率，表示为回复客户数/总接待客户数。如对所有接待的客户都予以回复，则回复率为100%。

6、旺旺响应时间。旺旺相应时间，指每一次自客户询单到客服作出回应这一过程之间的时间差的均值。一般来说，40秒的响应时间是相对正常的，做的熟练的客服会把响应时间控制在20~30秒，它直接关系到对客户态度和客户关系的维持。

7、协助跟进服务。本项只作为一种工作情况的参考，会根据具体情况做具体调整。

8、执行力。执行力，即客服人员特定时间内所完成上级主管交代任务的情况，本项则由上级主管基于客服人员工作实情作出考量，赋予分值。

上述各项指标主要依据客服人员的实际工作情况，依据客服绩效管理系统（如：赤兔名品）所对应数据进行统计。此外，在实际考评中除了主管结合客服人员实际工作表现作出评价外，客服人员自身也有自评的权力和权利。最终的考核结果将是对上述各个指标考评结果的综合评价。

1、考核者必须熟悉绩效考核制度、量化指标及考核流程，熟练使用绩效考核工具，并在考核、赋值的过程中及时与被考核者（客服人员）沟通，力争客观、公正地完成考评工作，保证考评工作的顺利、有效开展。

2、考核者依照制定的考核指标及标准，根据各客服人员所对

应的各项指标数据及工作表现予以评估、打分，赋予各项指标以具体分值。

整个客服评估满分100分，其中指标完成率占30%（30分），询单转化率占30%（30分）、下单成功率占10%（10分）、客单价占5%（5分）、旺旺回复率占5%（5分）、旺旺响应时间占5%（5分）、协助跟进服务占5%（5分）、执行力占10%（10分）。

以上程序完结后，还需要员工做出自我评定，主管负责人也需要结合员工工作成绩及平时表现对员工做出客观评定。员工自评和主管评定也将作为个人最终等级评定及奖惩的参考依据。

3、对各个被考评者的各指标考核分值进行加总，并由高到低作出排序。根据加总分值，将客服人员分为初级客服、中级客服和高级客服三个等级。其中两次考评中，分值都在90分以上的，该客服人员客服等级将被定为高级客服；两次考核分值都在80分~90分之间的，客服等级定为中级客服；两次都在70~80分的，则视为初级客服。被考核者其中一次考核总分低于70分者将给予提醒并进行深度访谈，经指导仍低于70分者将予以淘汰。客服人员考核等级不同，所对应的薪资水平、岗位奖金等不同，旨在鼓励创优争先。

4、补充建议（待商议）：

每一季度或每一年度还将基于本阶段内客服员工的总体工作业绩，评选出季度或年度“最佳客服专员”、“优秀客服专员”若干名，其中最佳客服专员占全体客服人员的比例不得超过5%，优秀客服专员比例不得超过10%。获得此类奖项者将给以特别奖励，如颁发特别鼓励奖或奖励旅游。

为保证客服考核制度的完善和考核结果的有效、公正，特此设定考核申诉这一特殊程序。对于部门及主管负责人做出的

考评结果，如有异议，员工可直接向部门主管提出申诉，先由部门主管进行协调，经协调仍有异议的，可向公司人事部门提出申诉，由人事部进行具体调查，予以协调，切实保证考评结果的客观、公正。

对于生产部门员工的绩效考核工作，尽管很多企业都在积极推进和努力实践，基层班组也分别制定了员工工作业绩考核制度、规定和办法，然而在实际运作中，由于认识、理解和方法的差异，往往存在着诸多盲点和误区：

- (1) 绩效考核不能和班组自身特点相结合。
- (2) 绩效考核内容设置不合理、不科学。
- (3) 不注重绩效考核过程中的监督作用。
- (4) 劳动报酬和实际付出相脱节等。

这种种因素在一定程度上造成了员工个人在业绩评价与实际工作境况上显现出诸多不一致，从而使班组绩效考核没有真正起到应有的激励作用。

为了满足员工渴望公正评价的要求，在绩效考核中生产管理者应确立以下基本原则：

- 1、客观公正、实事求是。根据考核条件和标准，实事求是、客观公正地对被考核班组作出恰如其分的评价。
- 2、注重实绩。在对被考核班组进行全面考核的基础上，以完成工作实际效益为主。
- 3、明确公开。考核标准、程序以及对考评责任者的规定在班组内部应当对全体员工公开。这样才能使员工对绩效考核工作产生信任感，对考核结果也易持理解、接受的态度。

4、及时反馈。考核的结果(评语)一定要及时反馈给被考评者本人。在反馈考评结果的同时，应当向被考评者就评语进行说明解释，肯定成绩和进步，说明不足之处，提供今后努力方向的参考意见等。

绩效考核除了要遵循上述四个原则外，还要对考评主管进行充分的训练，使他们尽量不受主观因素的影响，对考评标准有一个准确的、统一的理解，这对有效推行绩效考核是非常重要的。

要使绩效考核发挥其应有的作用，就得制定相应的绩效考核制度。在制定生产部门员工绩效考核制度时，最重要的就是考核内容和考核方式的设计。下表是班组绩效考核中常用的考核内容及考核方式，生产管理者应熟练掌握。

生产员工的绩效考核应以真正能调动他们的积极性和创造性为目的。要衡量生产员工的业绩，就务必把各种工作要素加以量化。因此，在考核项目的设置上要突出重点和生产车间的核心利益，如要考核员工的主要业绩等。

河南某铝厂在铁路运输班组实行了“以量计奖”的绩效考核方案，即组员的奖金与当月完成的运输量和任务数相挂钩，该方法极大地调动了员工的积极性。

该厂的内燃机车检修班组采用的是组员奖金与技术能力挂钩的模式，也就是把组员处理机车故障的技能、次数等作为主要考核指标打分核算。这就让技术能力强、处理故障多的组员多劳多得，同时也激发了其他组员钻研技术的积极性和工作的热情。

一套好的考核制度必须是经过大多数员工认可的。在制定绩效考核制度时，务必结合本生产部门的组织结构、人员结构等实际情况，多方位地征求员工的意见和建议，并在此基础上反复修改，达成共识后再实施。

绩效管理工作方案篇五

针对当前广告公司薪酬体系构建中存在的问题进行分析，主要表现在薪酬激励体系不够健全，绩效考核模式不够全面，职业规划工作未能开展以及公司培训活动较为匮乏等方面，并基于广告公司的实际需要特征，提出一些广告公司薪酬体系优化方案及绩效考核方式，以期能够不断提升广告公司的综合管理质量。

随着现代经济的快速发展，我国广告公司的发展速度越来越快，然而当前快速发展的时代背景下，也对广告公司的发展提出了更高的要求。知识经济时代下，人才成为了影响广告公司发展的关键性因素，然而当前很多广告公司中却没有完善的薪酬体系与绩效考核方案，直接影响了广告公司员工工作的热情与积极性。在当前的发展背景下，必须要全面认识到薪酬体系优化与绩效考核的重要价值，基于广告公司的实际发展需求进行管理方式设计，以期能够不断提升广告公司薪酬管理的质量，促进广告公司的全面发展。

广告公司薪酬体系管理中，普遍存在着薪酬激励体系不够健全，绩效考核模式不够全面，职业规划工作未能开展以及公司培训活动较为匮乏等问题。

1. 薪酬激励体系不够健全

当前我国很多广告公司在实际发展的过程中，普遍存在着员工工作积极性较差、责任心不强等问题，这些因素均成为了限制广告公司发展的关键性因素。构建全面的广告公司薪酬体系优化方案，有助于提升广告公司人力管理的效果。

有效的薪酬管理制度能够增强员工的企业归属感，提升员工的工作质量，转变员工的工作态度，为广告公司的发展奠定良好的基础。反之，则会阻碍广告公司的发展，造成人才大量流失的问题。全面的薪酬激励体系，是广告公司发展所需

要考虑的重要问题。基于大量的实践调查研究能够看出，当前广告公司薪酬体系管理不够健全这一项问题中，具体表现在在薪酬管理不够公平，薪酬对外影响力较小，薪酬制度模式不够科学以及薪酬激励效果不够突出等方面。

（1）薪酬管理不够公平。大量的实践调查研究中显示，当前很多员工认为薪酬管理中存在着不公平的现象，很多员工提出了质疑，这些质疑会直接影响员工的工作热情、工作积极性。

（2）薪酬对外影响力较小。薪酬管理中，需要结合公司的实际管理情况进行综合分析，提升广告公司薪酬管理中的对外影响力，吸引更多的广告人才。但是实际管理中，广告公司的薪酬管理方式对外影响力却相对较小，易于造成人才流失等问题，无法真正发挥广告公司薪酬管理的实际价值。

（3）薪酬制度模式不够科学。基于大量的实践调查研究能够看出，广告公司中的层级管理方式会直接影响员工的工作热情度，但是当前很多广告公司人力资源管理中，却存在着职业之间的层次划分不够清晰等问题。员工的实际工作能力、工作年限等没有和其薪资相互联系，这些问题会在一定程度上影响员工的工作质量、工作态度等等。

（4）薪酬激励效果不够突出。薪酬激励的价值在于最大限度提升员工工作质量、工作积极性与工作效率，但是当前实际的广告公司薪酬管理中，实际的薪酬激励效果却不够突出，没有切实展现工作效率与工作能力对员工薪资的较大影响，进而也会降低广告公司员工工作的积极性。

2. 绩效考核模式不够全面

绩效考核对现代企业的发展能够产生重要的影响，科学的绩效考核管理方式能够保证考核的公平性与有效性，促进广告公司的全面发展。但是当前广告公司在实际管理的过程中，

虽然很多公司已经认识到绩效考核的重要性，但是实际的管理效果仍然不够理想。产生这种问题的原因主要在于绩效考核模式不够健全，没有基于广告公司的实际需求进行管理方式的创新，难以真正展现广告公司的实际发展需求，影响着广告公司员工工作的积极性，不利于广告公司的全面发展。

3. 职业规划工作未能开展

每一位员工的实际的公司活动中，均希望能够得到晋升与发展，但是当前的广告公司管理过程中，却普遍存在着职业规划工作未能开展的问题。广告公司比较注重经济方面的管理，企业文化管理，但是对员工的个人价值、个人发展规划关注程度不足，具体问题表现在两个方面。

(1) 优秀人才发展受到阻碍。优秀人才是广告公司的巨大财富，但是广告公司实际管理过程中却存在着忽视优秀人才发展规划的问题，没有为广告公司的优秀人才制定明确的'个人职业生涯发展规划，这些问题会直接影响广告公司人才的发展与人才的管理效果。

(2) 公司晋升制度不够健全。晋升管理的制度，会直接影响广告公司员工工作的热情度，但是当前广告公司中晋升制度没有直接与人才发展相互联系，一些广告公司中甚至存在着晋升制度不公开透明问题、对于员工个人的晋升国家职称问题单位零管理等，长此以往则会对广告公司的发展产生较大影响。

4. 公司培训活动较为匮乏

知识经济时代下，每一个企业都需要认识到培训的重要价值，通过积极的培训活动，增强员工工作的能力与工作的质量，为广告公司的全面发展奠定良好的基础。但是在广告公司实际管理的过程中，却普遍存在着广告公司管理人员比较关注员工工作的能力、绩效考核的情况，但是却忽视公司培训活

动的问题。缺乏有效的培训活动，会直接造成员工知识、能力与其实际工作、发展难以有效搭配的问题，不利于广告公司的全面发展。

知识经济时代下，广告公司可以通过明确公司发展客观需求，设计薪酬管理模式，通过公司绩效考核方式的创新等策略，全面提升管理质量，不断促进公司发展，满足广告公司的实际发展需求。

1. 明确公司发展客观需求，设计薪酬管理模式

薪酬管理制度的设计，需要基于广告公司的实际发展需求、未来发展需要，结合员工的特点进行针对性管理。在广告公司薪酬体系设计的过程中，需要遵循着公开、公平与公正的原则，保证薪酬管理的透明度，使每一位员工都能够认识到薪酬与个人能力直接的密切联系，使员工保持良好的工作态度与工作积极性，保证广告公司内部管理的公平性。

在绩效管理的过程中，可以基于广告公司各个部门的实际工作要求、岗位特点进行综合分析，引入绩效考核等相关管理要求。比如广告公司对员工销售人员的实际销售能力、绩效水平要求较高，则可以将广告公司员工销售人员个人的工作能力、工作态度以及工作质量等直接与其薪资水平相互联系。积极创新薪酬管理制度，将员工的工作年限等与其薪资水平同样保持联系，比如某员工工作年限高于1年，底薪则可以增加100元，员工工作年限2年，则可以底薪增加200元等，保持员工的职业稳定性，降低员工离职等问题为广告公司带来的直接损失。薪酬体系的设计，还需要适当增加员工的带薪休假、定时体检等内容，比如可以为工作高于1年的员工，每年开展一次身体检查活动，工作年限高于5年则可以拥有一次公司出资的旅游或者是外出学习活动等等，使员工能够对公司保持一定的归属感，感受到公司对他们的关心与支持。薪酬管理的过程中，可以适当增加员工之间的薪酬差距。比如绩效水平相对较强的员工，则其薪资水平也会显著高于绩效水

平相对较差的员工，通过拉开薪资水平的方式，留住更多的优秀人才，为广告公司的全面发展奠定良好的基础。

在此基础上，广告公司还可以适当增加一定的对外竞争优势。比如可以基于其他广告公司的薪资待遇，增加本广告公司中的福利待遇，使更多的优秀人才能够涌入到广告公司当中，促进广告公司的发展。

2. 创新公司绩效考核方式，全面提升管理质量

公司绩效考核管理的方式，也是直接影响公司发展的关键性因素，基于当前广告公司的特点以及广告公司绩效考核中普遍存在的问题，广告公司可以通过基于实际发展需求，创新绩效考核模式，全面提升绩效考核管理的质量。

(1) 构建完善的绩效考核管理指标。基于需要特征的广告公司绩效考核管理目标，需要包含针对性、个性化以及发展性的特点，明确各项管理要求，从实际出发，从细节入手，将广告公司实际管理中的各项事物引入其中，制定完善的绩效考核管理指标，全面展现员工的实际绩效水平。例如可以将员工的工作能力、工作态度、合作能力、独立完成工作能力等等相关因素融入到综合考核活动中。比如在为员工位置某项广告设计工作后，员工个人设计的总体时间、客户满意度等等，将这些元素融入薪资体系管理过程中。

(2) 及时反馈绩效评价的具体情况。及时反馈绩效评价的具体情况，有助于深入分析问题、及时解决问题，真正展现绩效考核的实际价值。在当前的广告公司发展过程中，需要制定完善的公司绩效考核评价反馈制度，基于广告公司的绩效考核评价情况进行针对性分析，提升广告公司的整体竞争能力，使广告公司能够在激烈的市场竞争环境下保持良好的发展态势。

(3) 制定针对性的绩效考核管理方法。针对性的绩效考核管

理方法，主要是基于不同的部门发展需求、工作需求，进行制度的设计与全面管理。广告公司实际发展的过程中，不同的部门也会具有不同的员工管理需求，比如市场部门需要重点考察员工的语言沟通能力、表达能力，市场部门则可以将员工销售能力引入绩效考核中；设计部门则比较注重员工的设计能力、思维能力以及合作能力等等，设计部门则可以将员工的广告设计数量、客户满意度等融入总体绩效考核中。通过针对性的绩效考核管理办法，提升广告公司的整体考核效果，增强广告公司团队凝聚力。

（4）开展奖惩结合的绩效考核模式。奖惩结合的绩效考核方式，能够在激励员工的同时，保持良好的公司管理模式，及时惩处具有不良工作态度的员工，发挥激励的价值，保证公司的全面发展。

3. 注重员工职业生涯规划，减少优秀人才流失

职业生涯规划是一个人职业发展过程中的目标，对人才的发展能够产生重要的影响。缺乏有效的职业生涯规划，会使人才的发展出现一定的盲目性特点，不利于人才个人的发展，同时也对公司的发展产生了一定的阻碍性影响。在当前知识经济时代下，广告公司需要注重员工职业生涯规划的重要意义，通过职业生涯规划，为员工提供发展的舞台，将员工个人的发展与广告公司的愿景密切联系，为每一位优秀人才制定职业生涯规划，实现优秀人才与广告公司的全面、同步发展。

比如广告公司可以结合公司的战略发展计划，为优秀人才打造个性化的职业发展路径，比如可以在优秀人员进入公司1年以内，制定成为公司优秀员工的计划；优秀员工进入公司3年内，成为公司的骨干；优秀员工进入公司10年内成为业界精英等等，使每一位优秀人才都能够明确自身的职业生涯规划，积极参与各项公司管理与发展活动，提升员工工作的积极性与职业自豪感。

4. 开展员工培训教育活动，不断促进公司发展

全面的员工培训活动能够不断提升员工的知识与技能掌握能力，对员工综合工作质量的提升能够产生重要的影响。当前知识经济时代下，广告公司相关管理人员需要充分认识到员工培训的重要价值，基于广告公司的实际需要特征，开展各式各样的教育与培训活动，并使培训活动能够具有针对性、层次性特点，使培训活动能够成为常态。

比如广告公司可以基于不同部门的员工发展需求，开展各式各样的教育与培训活动，注重培养员工的职业道德，深层次提升员工个人素质，使员工接受企业文化和先进技术的熏陶。可以采取培训效果评估与内训讲师工作改进方法即：针对培训内容吸收的中期培训效果评估，以内容回顾及直接领导评价为主，针对培训后行为改善程度的长期效果评估，以培训内容内部分享与转化，业绩提升的考量为主，目的是为了充分发挥培训的最终效用。可以采用激励机制即：在公司建立内部讲师制。公司内部选拔业务优先的员工作为内部讲师，推行激励包括按课时发放的月度培训津贴及依据年度考核授予的年终工作奖励考量。培训结束后，高管要做好后续反馈、跟踪工作，为以后的培训提供参考。这种方式有助于不断提升广告公司综合管理的效果，切实发挥员工培训教育活动的价值，同时也对员工的全面发展能够产生重要的影响。

综上所述，知识经济时代下薪酬管理的价值与绩效考核的作用越来越突出，在当前激烈的市场竞争环境下，每一个广告公司都需要充分认识到人力资源管理的重要性。在实际的管理过程中，可以通过明确公司发展客观需求，设计薪酬管理模式；创新公司绩效考核方式，全面提升管理质量；注重员工职业生涯规划，减少优秀人才流失以及开展员工培训教育活动，不断促进公司发展等方式，改善当前广告公司薪酬管理与绩效考核中所存在的问题，制定完善的公司绩效考核评价反馈制度。在未来的广告公司人力资源管理过程中，需要基于广告公司的绩效考核评价情况进行针对性分析，注重管

理方式的持续性完善，使每一位广告公司员工都能够明确积极参与各项公司管理与发展活动，提升员工工作的积极性与职业的自豪感，在科学、规范性的广告公司发展理念下，构建良好的广告公司人力资源管理模式，提升广告公司的整体竞争能力，使广告广告公司能够在激烈的市场竞争环境下保持良好的发展态势。