

最新销售人员绩效薪酬方案表(汇总5篇)

为了确保事情或工作得以顺利进行，通常需要预先制定一份完整的方案，方案一般包括指导思想、主要目标、工作重点、实施步骤、政策措施、具体要求等项目。我们应该重视方案的制定和执行，不断提升方案制定的能力和水平，以更好地应对未来的挑战和机遇。以下是小编为大家收集的方案范文，欢迎大家分享阅读。

销售人员绩效薪酬方案表篇一

6、力主抓几项短期效益的工作以树立权威，尤其是在大集团公司

7、以部门经理为主，避免越权

附家具商场总经理助理岗位职责

1、参与制定公司发展战略与年度经营计划；

6、监督公司相关人事制度、商场管理制度的执行情况；

7、监督公司市场策划与促销推广活动的执行与落实；

10、协助总经理开展相关工作，并完成交办的相关事宜，

总经理助理绩效考核重点：

1. 公司计划完成情况

2. 公司制度的执行情况

3. 日常销售额

4. 市场推广与促销管理

5. 各部门日常绩效考核

日常工作事项：

1. 周工作计划执行稽查

2. 公司制度执行稽查

3. 仓库管理执行稽查

4. 现场销售管理稽查

5. 货品防损与修补情况稽查

6. 公司交办其他部门需完成事项的落实情况督查

7. 总经理交办事项落实

(1) 销售量

(2) 回款情况

(3) 对客户拜访情况

(4) 销售费用(含个人差旅费用报表)

(5) 广告和促销活动效果

(6) 重点客户情况

(7) 新客户情况

(8) 异常客户或信誉不佳客户

(9) 待开发客户及其情况

(10) 竞争对手动态

(11) 当地与本公司销售工作相关的政策变动(如城市环保、道路限行)

(12) 问题与合理化建议

(13) 本月客户开发计划

(一) 确保完成全年销售任务，平时积极搜集信息并及时汇总；

(三) 销售报表的精确度，仔细审核；

(四) 借物还货的及时处理；

(五) 客户关系的维系，并不断开发新的客户。

(六) 努力做好每一件事情，坚持再坚持！

最后，想对销售过程中出现的问题归纳

(一) 仓库的库存量不够。虽然库存表上标注了每款产品最低库存量，但是实际却不相符，有许多产品甚至已经断货。在库存不多的情况下，建议仓库及时与生产联系下单，或者与销售联系提醒下单，飞单的情况大多于库存量不足有关。

(二) 采购回货不及时。回货时间总会延迟，对于这种现象，采购人员的态度大多都是事不关己，很少会想着怎么去与供应商解决，而是希望销售人员与客户沟通延缓时间。这样会让客户对我们的信誉度降低。(这种现象非常严重)

(三) 质检与采购对供应商退货的处理。很多不合格的'产品，由于时间拖延，最后在逼不得已的情况下一挑再挑，并当成

合格产品销售，这样对我们“追求高品质”的信念是非常不吻合的。经常有拿出去的东西因为质量问题让销售人员非常难堪。

(四) 财务应定期对销售却未回款的业务进行催款或者提醒。有许多已经回款的业务，财务在几个月之后才告诉销售人员，期间销售人员以为没回款一直都在催，给客户印象非常不好！

(五) 各部门之间不协调。为了自己的工作方便，往往不会太关心他人，不会考虑给他人带来的麻烦。有时候因为一句话或者一点小事情就可以解决了，可是却让销售人员走了许多弯路。

(六) 发货及派车问题。

(七) 新产品开发速度太慢。

销售人员绩效薪酬方案表篇二

文章通过对销售人员绩效考核的现状分析，阐述了目前销售人员绩效考核存在的问题及其原因，并根据销售人员的特点及现代绩效考核理论，提出针对销售人员的绩效考核改进意见。

随着国内市场竞争日趋激烈，市场营销活动在企业活动中的核心地位日渐明显，销售人员作为企业经济效益的直接创造者和实现者，在企业中的地位和作用越来越重要，销售人才目前已成为企业的宝贵财富。但是由于公司的经管不善，没有合理的人力资源系统支撑，企业耗费很大代价招聘、培养的销售人才纷纷跳槽，同时带走了自己的客户，过于频繁的人才流失，给企业造成巨大损失，导致企业最终失去的竞争力，因此留住核心销售人才成为企业关注的重点问题。

要想留住招聘来的人才，除了要加强薪酬的竞争力外，还应加强销售人员的绩效考核管理。资料显示，销售人员跳槽主要原因是认为自己的劳动得不到公司的肯定和积极的评价，希望通过不断跳槽找到更适合自己的工作，以便更好规划自己的职业生涯。在市场竞争激烈的今天，销售人才成为竞争主要力量，公司之间互相挖墙脚已是普遍现象。因此建立科学可行的绩效考核制度是预防销售人才流失的重要措施，也是人力资源管理的手段、前提和依据。

许多企业都在实施绩效考核，并已为其做了大量的工作，却并未取得预期的理想的效果，归根结底就是因为未从销售人员的独特性出发，直接引用国外成熟的绩效考核方法，导致考核流于形式，未能体现绩效考核真正价值。因此在充分考虑销售人员特点及绩效考核中存在问题基础上建立适合销售人员自己的绩效考核方法显得尤为重要。

销售人员作为企业员工中相对独立的一个群体，其特点主要是，工作岗位进入壁垒低，工作环境不固定，工作时间弹性自由，工作对象复杂多样，工作过程灵活独立，工作业绩不稳定等。

正是因为销售人员独立开展销售工作这一特点，管理人员无法直接监督销售人员的行为。销售人员的绩效不仅与其付出的劳动挂钩，而且与现实大小环境相联系。我们无法用行为规范来约束销售人员的行为，只能通过科学可行的绩效考核制度引导销售人员的工作，对其作出公平合理的评价，使销售人员自发地研究销售工作，不断提升工作业绩及成果。

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。

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。

第一，制定销售人员考核指标应以企业营销战略为导向，将公司级的关键绩效指标分解至各部门，再由部门细化分解至销售人员，从众多考核指标中选取最主要的考核指标，确保考核指标具有明显的营销导向，使考核指标的设计与营销战略相一致。如企业战略目标为扩大市场，则设计指标时应以销售量、回款速度、销售利润等为重点；企业战略目标为维持现有市场，则设计指标时应以客户满意度、客户回头率等为重点。再以学习与成长等方面指标为补充，可以有效地鼓励销售人员的成长。

第二，指标的设计应以定性和定量相结合的方式。销售人员的定量指标为销售额、回款完成率、利润额、客户满意度等；定性指标为工作积极性、协作性、责任感、团队精神、创新能力等。只有通过定性与定量的结合，才能更好地控制住销售人员的绩效过程和结果，以期更客观地评价员工的表现，从而提升公司的效益。

第三，合理设置指标权重。考核指标的权重一般在5%~30%之间。权重过高，会使员工过分关注单一指标；权重过低，则不能引起重视。指标权重的设置影响到考核指标的执行情况，因此需根据企业战略目标导向来设置指标权重，与公司级战略目标有直接关系的指标权重应偏大。通过“012法”对指标的重要程度进行排序来确定指标相对权重，再通过“特尔菲法”征询专家意见确定绝对权重。

第四，适时调整考核标准。所有的考核标准都不是一成不变的，销售情况随着经济环境、季节变化、市场区域等都会有所改变，因此需根据不同的经济、季节、区域来调整不同的考核标准。如淡季的销售目标应相应减少，旺季的销售目标应相对增加；经济环境低靡时销售目标应相应减少，经济环境良好时销售目标应相对增加。

第五，将团队绩效与个人绩效挂钩，激励营销人员更注重团队的进步。营销人员若只注重自己的绩效，会导致团队内部过度竞争，影响团队整体绩效，甚至可能影响公司利益。因此绩效考核要将团队绩效与员工绩效紧密结合，使销售人员之间主动学习、互相配合，共同完成部门绩效任务，达到部门绩效和个人绩效提升的目标。

第六，建立制度性的工作例会。上文提到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这一问题，因此必须建立制度性的工作例会。每周进行销售工作的总结和计划，每月进行书面总结汇报，可以使考核者清晰了解、对比各销售人员的工作开展情况，并及时进行客观地监控和指导；同时收集客户对销售人员的满意度调查，建立全面的考核信息收集系统。

第七，建立科学的绩效考核制度。首先要保证考核的公平公正公开性，一切以公开为基础，确保考核过程及结果真实客观；其次建立考核前中后的沟通机制，对销售人员及时进行过程沟通，从绩效目标的设定开始，一直到最后的绩效考核，

都要保持持续不断的沟通，听取销售人员反映的问题，说明改进方法及建议；再次考核主体应多样化，考核者不能仅限于被考核者直接上级，可实行360度多角度全面考核，全面收集考核信息；然后建立考核申诉制度，销售人员认为绩效考核成绩不符合工作实际情况的可提出申诉，确保考核工作合理化；最后绩效考核结果应用到实际，与绩效奖励、岗位晋升、培训开发相结合，无论考核结果应用到哪里，其最终目的都是希望通过这种方式不断纠正销售人员的行为偏差，激发其工作热情，提高个人和团队的绩效，从而实现企业经营目标。

销售工作作为企业经济效益的来源，其工作态度及结果与企业目标有直接关系，因此建立符合销售人员特点的绩效考核体系来调动销售人员工作积极性是很迫切和必要的。

综上，绩效考核作为管理工具，对企业意义重大，对实现企业战略目标起重要作用。目前多数企业都有自己的绩效考核办法，随着内外部环境的变化，现有的考核方法会不能适应企业现状，我们必须与时俱进，经常进行内部协调与沟通，根据需要对考核指标及办法进行合理地动态调整，才能建立科学的绩效考核体系，提高销售人员的积极性。

5. 温静宜. 从传统文化看-中-国企业的绩效考核[j].科技纵横, 2005(4)。

注：查看本文相关详情请搜索进入安徽人事资料网然后站内搜索销售人员绩效考核论文。

销售人员绩效薪酬方案表篇三

2、做好公司人力资源规划工作，协助各部门做好部门人力资源规划。

5、把绩效管理作为公司人力资源管理的重心，对绩效计划、

绩效监控与辅导、绩效考核（目标管理法、平衡计分卡法、标杆超越法□kpi关键绩效指标法）、绩效反馈面谈、绩效改进（卓越绩效标准、六西格玛管理□iso质量管理体系、标杆超越）、绩效结果的运用（可应用于员工招聘、人员调配、奖金分配、员工培训与开发、员工职业生涯规划）进行全过程关注与跟踪。

6、努力打造有竞争力的薪酬福利，根据本地社会发展、人才市场及同行业薪酬福利行情，结合公司具体情况，及时调整薪酬成本预算及控制。做好薪酬福利发放工作，及时为符合条件员工办理社会保险。

7、将人力资源培训与开发提至公司的战略高度，高度重视培训与开发的决策分析，注重培训内容的实用化、本公司化，落实培训与开发的组织管理。

8、努力经营和谐的员工关系，善待员工，规划好员工在本企业的职业生涯发展。

9、公司兼职人员也要纳入公司的整体人力资源管理体系。

2、外协大厦物业管理，交电费、取邮件、咨询物业管理事宜等。

3、协助王伟琴经理做好办公室方面的工作。

4、确保电脑、打印复印一体机正常运行，注意日常操作。

5、为外出跑业务的市场拓展部各位经理搞好各类后勤保障（主要是协助王经理复印、传真、电话、文档输入电脑、报销、购物等）。

6、与王经理分工协作，打招商电话。

1、学习招商资料，对3+2+3组合式营销模式领会透彻；抓好例会学习，取长补短，向出业绩的先进员工讨教，及时领会掌握运用别人的先进经验。

4、继续回访徐州六县区酒水商，把年前限于时间关系没有回访的三个县区：新沂市、丰县、沛县，回访完毕。在回访的同时，补充完善新的酒水商资料。

5、回访完毕电话跟踪，继续上门洽谈，做好成单、跟单工作。

销售人员绩效薪酬方案表篇四

人才是企业最宝贵的资源，一切销售业绩都起源于有一个好的销售人员。没错，先制定出销售人员个人工作计划并监督完成。建立一支具有凝聚力，合作精神的销售团队是我们现在的一个重点。在工作中建立一个和谐，具有杀伤力的销售团队应作为一项主要的工作来抓。

销售管理是企业的老大难问题，销售人员出差，见客户处于放任自流的状态。完善销售管理制度的目的是让销售人员在工作中发挥主观能动性，对工作有强烈的责任心，提高销售人员的`主人翁意识。

培养销售人员发现问题，总结问题目的在于提高销售人员综合素质，在工作中能发现问题总结问题并能提出自己的看法和建议，业务能力提高到一个成熟业务员的档次。

也就是根据我们所了解到的市场情况，对我们公司产品的卖点，消费体，销量等进行适当的定位。

就是找出适合我们公司产品销售的模式和方法。

根据公司下达的销售任务，把任务根据具体情况分解到每月，每周，每日；以每月，每周，每日的销售目标分解到各个销售

人员身上，完成各个时间段的销售任务。并在完成销售任务的基础上提高销售业绩。

就是对一开发的客户如何进行服务和怎样促使他们提高销售或购买；对潜在客户怎样进行跟进。根据我以往的销售过程中遇到的一些问题，约好的客户突然改变行程，毁约，使计划好的行程被打乱，不能完成出差的目的。造成时间，资金上的浪费。我希望领导能多注意这方面的工作！

销售人员绩效薪酬方案表篇五

下面是公司xx年总的销售情况：

从上面的销售业绩上看，我们的工作做的是不好的，可以说是销售做的十分的失败。在河南市场上□xx产品品牌众多□xx天星由于比较早的进入河南市场□xx产品价格混乱，这对于我们开展市场造成很大的压力。

1)销售工作最基本的客户访问量太少。市场部是今年四月中旬开始工作的，在开始工作到现在有记载的客户访问记录有xx个，加上没有记录的概括为xx个，八个月xx天的时间，总体计算三个销售人员一天拜访的客户量xx个。从上面的数字上看我们基本的访问客户工作没有做好。

2)沟通不够深入。销售人员在与客户沟通的过程中，不能把我们公司产品的情况十分清晰的传达给客户，了解客户的真正想法和意图；对客户提出的某项建议不能做出迅速的反应。在传达产品信息时不知道客户对我们的产品有几分了解或接受的什么程度，洛阳迅及汽车运输有限公司就是一个明显的例子。

3)工作没有一个明确的目标和详细的计划。销售人员没有养成一个写工作总结和计划的习惯，销售工作处于放任自流的状态，从而引发销售工作没有一个统一的管理，工作时间没

有合理的分配，工作局面混乱等各种不良的后果。

4)新业务的开拓不够，业务增长小，个别业务员的工作责任心和工作计划性不强，业务能力还有待提高。

三. 市场分析

现在河南xx市场品牌很多，但主要也就是那几家公司，现在我们公司的产品从产品质量，功能上属于上等的产品。在价格上是卖得偏高的价位，在本年销售产品过程中，牵涉问题最多的就是产品的价格。有几个因为价格而丢单的客户，面对小型的客户，价格不是太别重要的问题，但面对采购数量比较多时，客户对产品的价位时非常敏感的。在明年的销售工作中我认为产品的价格做一下适当的浮动，这样可以促进销售人员去销售。

在郑州区域，因为xx市场首先从郑州开始的，所以郑州市场时竞争非常激烈的市场。鉴于我们公司进入市场比较晚，产品的知名度与价格都没有什么优势，在郑州开拓市场压力很大，所以我们把主要的市场放在地区市上，那里的市场竞争相对的来说要比郑州小一点。外界因素减少了，加上我们的销售人员的灵活性，我相信我们做的比原来更好。

市场是良好的，形势是严峻的。在河南xx市场可以用这一句话来概括，在技术发展飞快地今天，明年是大有作为的一年，假如在明年一年内没有把市场做好，没有抓住这个机遇，我们很可能失去这个机会，永远没有机会在做这个市场。

四. 2018年工作计划

在明年的工作规划中下面的几项工作作为主要的工作来做：

1)建立一支熟悉业务，而相对稳定的销售团队。

人才是企业最宝贵的'资源，一切销售业绩都起源于有一个好的销售人员，建立一支具有凝聚力，合作精神的销售团队是企业的根本。在明年的工作中建立一个和谐，具有杀伤力的团队作为一项主要的工作来抓。

2)完善销售制度，建立一套明确系统的业务管理办法。

销售管理是企业的老大难问题，销售人员出差，见客户处于放任自流的状态。完善销售管理制度的目的是让销售人员在工作中发挥主观能动性，对工作有高度的责任心，提高销售人员的主人翁意识。

3)培养销售人员发现问题，总结问题，不断自我提高的习惯。

培养销售人员发现问题，总结问题目的在于提高销售人员综合素质，在工作中能发现问题总结问题并能提出自己的看法和建议，业务能力提高到一个新的档次。

4)在地区市建立销售，服务网点。

根据今年在出差过程中遇到的一系列的问题，约好的客户突然改变行程，毁约，车辆不在家的情况，使计划好的行程被打乱，不能顺利完成出差的目的。造成时间，资金上的浪费。

5)销售目标

今年的销售目标最基本的是做到月月有进帐的单子。根据公司下达的销售任务，把任务根据具体情况分解到每月，每周，每日;以每月，每周，每日的销售目标分解到各个销售人员身上，完成各个时间段的销售任务。并在完成销售任务的基础上提高销售业绩。我认为公司明年的发展是与整个公司的员工综合素质，公司的指导方针，团队的建设是分不开的。提高执行力的标准，建立一个良好的销售团队和有一个好的工作模式与工作环境是工作的关键。

以上是我对2018年销售工作计划的一些不成熟的建议和看法，如有不妥之处敬请谅解。