2023年如何多劳多得的激励方案(优质5篇)

无论是在个人生活中还是在组织管理中，方案都是一种重要的工具和方法，可以帮助我们更好地应对各种挑战和问题，实现个人和组织的发展目标。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。下面是小编帮大家整理的方案范文，仅供参考，大家一起来看看吧。

如何多劳多得的激励方案篇一

许多从事服装的老板认为，只要能给导购提供更高的薪酬、更好的待遇就可使员工快乐，达致激励效果。然而，虽然薪酬是留住员工的重要因素，但我们永远不能保证我们给的工资是最高的，只要导购能力强，总有这样那样的竞争对手希望高薪把人挖走，其实金钱并不总是唯一的解决办法，在许多方面它也不是最好的解决办法。原因很简单，金钱所起到的激励作用具有短时性，激励的效果会在现金被导购花掉之后非常短的时间内很快被遗忘。而我们所希望的激励应是长期性的。事实上，一些非现金的手段却能有效激励员工，并使之成为长期推动卖场业绩的催化剂。

方法一：经常认可

什么是人才最基本的感性需求？我认为是认可。其实在导购完成业绩指标时，最需要得到的便是主管对其工作的肯定。这种认可就是对其工作成绩的最大肯定，我们发现导购在每天辛勤的工作中总是听到这样那样否定的声音，心理学告诉我们人是有被认同需求的。然后在实践中，我们发现认可却是最易被老板忽视的激励方法，大多数的老板并没有对导购的成绩给予足够认可，到时每当导购出现错误时不忘责备。当然认可也是一把双刃剑，如果用得太多，价值将会减少，

导购会变得轻浮自大，但如果使用恰当，其激励的效果是相当显著的。如果认可是来自于更高一层的主管时，对导购的激励作用会上升几个等级。采用的方法可以诸如送一份感谢信给导购，或是一次意外的与老总午餐的认可对话。

方法二、制造梦想

梦想为何重要？1928年红军宣言“你想翻身吗？你想发财吗？你想睡地主的小老婆吗？跟我走吧”；就是一样一句带有梦想的话，共产主义在中国创造了一个神话。其实绝大多数导购都有这样一个普遍的想法“只要我头上有个店长，我就没有上升的空间”，正因为他们没有梦想看不到希望，于是产生了每天得过且过的行为。其实，错不全在导购，如果企业能够给导购规划明确的职业生涯，让他们看到清晰地希望和梦想，我相信那多数导购还是愿意付出全部的努力的；其实导购也是希望了解自己的潜力是什么，他们所在的企业能有哪些成长的机会，他们可以在今后的工作中达到什么样的成就。在激励导购的重要因素中，导购的职业生涯问题经常被遗忘。在一些成功的服装企业组织内部为员工设计职业生涯可以起到非常明显的激励效应。如果内部出现职缺时总是最先想到内部员工，将会给每一名导购传递积极的信号：我在这个公司是有发展的。人才总是会留在有前景的公司之中，当企业有进一步的发展规划，或者每当获得一定的成就时，千万不要吝啬宣传给你的一线员工，“画饼”有的时候是需要的，告诉他们你所在的是最棒的企业，告诉他们你能给他们带来梦想——“你想致富吗？你想成功吗？你想从导购成长为老板吗？跟着我好好干吧”。

方法三、荣誉与头衔

常言道：树要皮，人要脸。几乎所有的人都有面子需求，导购能否感觉自己在老板眼中被关注是其工作态度和员工士气的关键因素。组织在使用各种工作头衔时，要有创意一些，除了通常组织结构中的必要头衔也可以增加一些临时性的头

衔，例如：星巴克使用精致的小徽章来激励表现出色的员工，肯德基定期聘选优秀员工，采用轮换组长机制增加每个导购参与管理的可能性。头衔是在成就一种荣誉感，荣誉产生积极的态度，而积极的态度则是高效工作的推动力。

方法四、和谐团队

环境影响人，人又反作用于环境；一个和谐积极向上的团队，可以无形地推动激励每一个一线员工。创造团队交流的机会，共同感悟，将团队业绩荣辱与个人荣辱对应起来，就可以创造一个以团队为导向的一线队伍。此外，也可以将团队活动以及工作情景拍成照片，张贴悬挂在很显眼的位置。使导购将自己视为团队的一部分，当预算允许的条件下进行不定期的聚会与团队活动可以增强凝聚力，同时反过来也有助于增强团队精神，而这样做最终会对工作环境产生影响，营造一个积极向上的工作氛围。如中秋节前夕的晚会、元旦前的野餐、重阳节的爬山、三八前的出游、夏日的拓展、导购的生日聚餐等。这些美好的回忆会让员工感受到团队的温馨以促进团队感情。此外，在工作中，尽量设定以团队驱动力为导向的目标。让导购依赖团队，也让团队信赖每一个导购。

方法五、安抚员工的家庭

现在商场活动繁多，导购节假日加班频率也日趋频繁，然而当你的员工在为你创造节假日的`高额销售的同时，却要面对极大的家庭压力；一次到2、3点的加班，很可能造成一场家庭夫妻争吵的导火线，帮助导购安抚其家庭，获得其家人的支持，解决其后顾之后，其实可以极大地激发其积极的工作动能，同时也能让导购体会到企业物质关系背后的人情味，减少其流动性。例如：每年给导购的家属写一封感谢信；不定期地进行家访，告知其家属导购日常优异的表现，并送上些生活常用品等。

方法六、假期

为争取一年里一两天的假期，导购会像争取现金的奖励一样努力工作。在许多情况下，员工在假期与现金的抉择中，往往会选择前者，而适当的假期又能帮助导购调整其身心状态，并提高其之后的工作状态。当然在假期的设计竟可能与销售高峰与旺季错开，以便将其对业绩的损失控制在最小的范围内。

方法七、额外的责任

在组织中对于那些较有能力以及愿意接受额外责任的导购，可以赋予额外的责任。有的人以责任为荣，当赋予责任时，其会感觉到特殊性，起到一定的激励效果。例如：带其参加总公司的定货会，让她参与整个定货抉择的过程，这本身就是对于导购极大的肯定与激励。

方法八、主题竞赛。

组织内部的主题竞赛不仅可以促进导购绩效的上升，更重要的是，这种方法有助于保持一种积极向上的环境，对减少员工的人事变动率效果非常明显。一般来说，可将各个大型节日促销活动作为一些竞赛的主题。给予竞赛相对有难度的目标和非常客观的回报，将有助于提升竞赛的刺激性与导购的主观能动性。

如何多劳多得的激励方案篇二

导购员是产品实现最终销售的推动力，是在一线竞争中取胜的重要因素,在产品销售过程中起到十分重要的作用。由于现在市场渠道扁平化，终端战争的决胜关键就是导购员，如何才能激励好导购员更好的服务呢？这里从文化、制度、技能三个方面分享：

一、从文化方面为导购人员建立信心、归属感

导购的代名词就是引导消费者购买产品，因此导购人员要具有能动性-----这都来自于企业的培养和支持，由此企业就要培养导购人员的归属感，而这又来源于对企业的文化的认可，和对企业产品的信赖；现在的营销是团队的营销，没有所谓意义上的销售能人，而只有很好的企业流程和模式。

所以需要给导购人员以压力又有悬念的待遇，促使其完成下达的各项指标、任务；通过对导购员选聘、培训、考核、感情投入等，（企业的感情投入会被导购人员作为附加值送给我们企业的消费者，这就实现了产品的增值感）培养增强导购员对企业的忠诚度，不断强化导购员对企业品牌、理念的认识促进其融入企业的文化氛围，提升其促销技能和素质，以打造战斗有力的高素质促销员团队。也就是说，促销员团队的素质高低决定了本品牌产品所在地区是否能够达到或超过与本品牌整体市场相匹配的销量和市场份额，同时导购人员的心态也是决定了当日产品销量的主要因素；也决定着在终端销售的销量有多少的问题。

二、制定导购人员的发展空间及合理的薪资分

“授之以鱼，不如授之以渔”，强迫性地要求导购人员去执行销售计划工作，还不如告诉她们所执行工作的目的、用途，给其一种销售的方法。学习各种促销技巧是每导购人员都需要的，因此，除了健全的教育培训实施外，也要有经常性对比的激励管理办法，是能够满足导购人员对促销技能掌握的心理需求，为此要想让导购人员能迅速融入企业文化与有强烈的团队荣誉感就需要完善以下几个方面：

建立良好的管理制度

a□建立完善的《导购人员管理制度》，就有了一切行动以制度为导向目标。

b□建立合理的员工薪资分配制度，能让导购员每天都知道她

的每份付出所换来了多少回报率，并且能够清楚地计算出个人的’收入状况，同时保障人员的稳定性，给她提高持续不断的发展环境，激励其做的更优秀。

c□制度要求透明化；让导购人员能够知道每天完成的具体事项、促销目标清晰。

培训是不可缺少重要的环节；

b□不定期地安排培训计划，（产品知识、销售技巧、现场模拟）--提升导购人员的“以店为家”的意识；要求导购人员进入专营店的角色就需要学习阶段才可以达到导购的要求。

c□给导购员树立发展方向，提供发展平台、升迁机会、树立其个人远景观

d□分专题分阶段实施培训，并由经验丰富业绩突出的优秀导购人员标兵负责对导购人员进行岗位培训和岗位跟踪。

4

让导购人员能够清楚地知道实施独特的促销会激励你对产品销量的信心；

a□导购在促销的过程中需要谨记；比如：在促销的过程中需要谨记：产品在销售与促销过程中有二大类型产品：求利润产品；（推出单品毛利率更高的产品；扩大总体销售量以提高总体利润贡献，保障专营店的盈利空间）求人气产品；（销售量最大；吸引的人流量最大，是专营店聚人气的有力工具）做到诚信经营的口碑，并善于经常性的单品或者平民化产品促销的炒作，以次带来专营店的美誉度。

b□做到诚信经营的口碑；

c、善于经常性的单品或者平民化产品促销的炒作，以次带来专营店的美誉度。

d、在产品销售的过程中，导购员要学会与消费者讲故事；让顾客产生联想、再购买的念头。

三、激励导购人员在销售中的方法与手段

对产品买点的分析与掌握能力能有一针见血的效果；

由于品牌之间竞争的恶劣，顾客消费群体的意识再提高，产品成交的难度也愈加之重。面对众多同质化产品，导购如何扬长避短，巧析自我产品的优势或劣势，成为成交的关键。

学会引导消费者对产品的兴趣产生购买欲望；

a、抛却自身主观意识或爱好

b、精于剖析产品卖点并延伸到顾客需求的思维意识。

c、察言观色，交流产品以外的东西。如家装布置、美学知识、风土人情、友情关系等等都是产品以外的话题。

不过导购也要因人而异，抓住不同顾客的审美情趣与爱好，因势利导促进购买。

给自己定下每天销售目标，以满足其完成任务后的成就感；

在计划的促销中，除了需要完成的任务额外，而且要将总任务进行分解到每天的完成计划中，同时导购人员最好在任务划分的每天进行阶段性中促销，在每天任务的完成时或没有达标时一定要懂得总结、分析、并从中获取信心与鞭策，不断地反省自己在促销的利与弊。

如何多劳多得的激励方案篇三

(一)会议总体方案的含义

会议总体方案是对所要举办的会议进行总体安排的策划文案，是会议预案的一种。

(二)会议总体方案的基本内容

1.会议的名称。

会议名称的确定一般采用揭示会议主题、主办者、功能、与会者、范围、时间和届次、地点、方式等特征的方法。

2.会议的目标和指导思想。

3.会议的主题、议题和议程。

4.会议的对象、规格和规模。会议对象要分清正式成员、列席成员、特邀成员、旁听成员。

5.会议的时间。包括会议时机的选择，会议的起讫时间，会期和日程安排。

6.会议的地点。一是选择合适的.举办地，如国际性会议要考虑选择在什么国家或地区以及什么城市举行;二是选择合适的场馆(包括会场、宾馆的规格及布置要求等)。

7.主办、协办单位以及拟设立的会议组织机构，如主席团、组织委员会、指导委员会、执行委员会、学术委员会、秘书处、筹备组的构成等。

8.会议的举行方式、配套活动以及辅助活动的日程安排，如参观、游览、娱乐、聚餐等。

9.会议的接待、后勤保障措施和技术手段。

10.会议的宣传方式，如召开新闻发布会、编写会议简报、邀请记者采访、发送新闻稿件等。

11.会议经费的预算以及筹集经费的渠道和方式。

12.其他应当说明的事项。

(三)会议总体方案的结构与写法

1.标题。

2.主送机关。

3.正文。开头部分可用一段文字写明制定方案的目的和依据，然后用序号编排各个层次。表述有两种方法：一种是详述法，详细表述各项具体安排。另一种是简述法，对所涉及的各方面的计划作原则性的安排，具体实施的要求通过各个专题策划文案来表述。直接上报请求批准的方案，结尾处要写“以上方案请审批”等字样。

正文写作要做到总揽全局、目标清楚、思路清晰、分工明确、综合协调。

4.附件。如有附件，在正文下方写明附件的名称和序号。

5.落款。署制定机构名称。经审批下发执行的总体方案也可署审批机关的名称。

6.成文时间。写正式提交的日期。

如何多劳多得的激励方案篇四

2.活动的目的及意义

3.活动参加人员,具体负责组织人员

4.活动内容概述

5.活动过程

6.活动对象意见(如社区意见等)

7.结果与讨论

8.结论与建议

详细

主题：（大标题）

前言：（概述）

开展活动意义：（为什么开展活动）

活动内容：（详情讲述该项活动的步骤及活动项目）

活动执行时间：（包括时间段）

活动范围：（观看所针对的对像、区域）

人员配置：（按职就分，所有的工作任务细分至每位工作人员身上）

前期准备：（做好对活动前期的调查、宣传推扩、活动设备的安排等）

工作内容：（提出工作要求，细分工作任务以及提出所完成

要求）

活动目的：（做出所想达到的效果）

效果评估（效益分析）：（预想活动后所得到的反应及达到的效果）

物料清单：（对所有用到的宣传材料、物品等做好登记）

实例方案

开幕式文艺晚会策划方案

一、活动名称

蔚蓝船说——20xx年广东国际旅游文化节暨泛珠三角旅游推介大会开幕式文艺晚会，活动方案格式。

二、活动时间

20xx年11月。

三、活动地点

中国广州，天河体育场。

四、组织机构

主办□xxxx

承办□xxxx

协办：赞助企业。

五、文化背景

所谓活力，一是文化的发展力，一是文化扩张力。广东文化是在交流与碰撞中形成的，故而有着持续发展的文化自觉，这是广东文化本体发展的内在活力；同时，南风北渐，基于殷实经济基础之上的广东文化具有强大的榜样扩张力，甚至在某些时候主导着现代中国的文化主流，这是广东文化外放的活力体现。

交流与碰撞是岭南文化活的灵魂。以原生百越文化为基点，广东文化在吸纳中原文化（客家迁徙）、西方文明（海上贸易）、南洋文化（华侨交流）等多种文化形态的基础上，派生出一种特有的文化表达。广府人、客家情、潮汕韵、南海风、百越神，透过这些广东特有文化符号，我们希望通过这台晚会溯源广东文化的源头活水，彰显广东文化不断发展的活力。

另一方面，近代以降，广东文化的蓬勃活力如核爆一般以一种近乎侵略的姿态迅速得到传播扩散。忽如一夜南风来，举国尽吹广府风。一如当年北伐一般，新鲜活泼的广东文化强势冲击着四平八稳的中原文明，广东文化也因此成为近现代中国文化中最有时代特色的文化因子，规划方案《活动方案格式》。这是广东文化活力的外在表现，同样也是这台晚会题中应有之意。

六、主题说明

从广东文化的特征出发，我们以“蔚蓝船说”作为晚会主题，是基于以下几个方面的意思：

首先，蔚蓝是一种空澈纯净的颜色，蔚蓝文明其实就是海洋文明的形象表述。广东是中国南部沿海省份，地域因素使广东文化与海洋文明有着天然的联系。海上丝绸之路是广东文化交融碰撞的蔚蓝色纽带，咸湿的. 南海风也给广东文化以蔚蓝的新鲜与活力。

其次，蔚蓝也是天空的颜色。从海洋到天空，人类交流融合碰撞的目力始终指向蔚蓝。纯澈蓝天，茫茫瀚宇，一个来自蔚蓝天空的传说与蔚蓝的海洋文明的对接，注定我们要找到蔚蓝——这种诗意的颜色来作为我们的主题。

再次，船是人类文明交流碰撞的符号性文化代表，从“歌德堡”号到“南海一号”，古代的海上丝绸之路是以船来联系的。从大型商船到到宇宙飞船，船始终是人类文明交流与融合的载体，因而具有线索性意义和标志性意义。

另外，船还是团队精神的象征。在怒海狂涛当中拼搏，惟有船员是最团结之群体，而这种众人划桨开大船的团队精神，也构成了广东文化所特有的强烈的团队意识。

最后，船说与传说谐音，暗示我们将由一个传说来结构整个晚会，这个故事由一艘船带来，并将随着另一艘船的出水而得到传唱，随着宇宙飞船的升空而得到升华。

七、策划思路

以歌舞的形式演绎一部充满传奇的多幕大写意史诗剧。定义“蔚蓝”为某种图腾性符号颜色，定义船为线索性符号代表，以“船说”为基点，结构篇章。将广东的民俗风情集中到舞台交流来体现。以交流和融合为该剧的中心思想，全景铺开岭南文化从古至今不断对外交流的画轴。从海上丝绸之路到西风东渐之窗，全剧落幅将交流的主题拔升到人与宇宙的对话，表现广东积极探索和开放吸纳的胸怀。

八、剧情梗概

公元20xx年，南海海底，人们在进行“南海一号”的科考研究时发现一件有着神秘图腾花纹的瓷器。由此衍生了一个传说：

很久很久以前，一颗蕴藏着巨大能量的陨星在坠落的过程中分为两半，一半落在欧洲大陆，一半落在中国广东。据说当这两块石头重新聚合之后，人类将获得通向宇宙的钥匙。为了这个传说，王子带着他的船队沿着海上丝绸之路来到中国广东。在美丽的岭南，王子得到了百越王的盛情接待，百越王向其展示了岭南独特的民俗风情，王子也将各国的风情播撒到广东。

九、晚会线索

经线：以时间为纵轴，表现广东文化从古至今的传承和不断发展的活力。

纬线：以故事情节串接东西方文化以及广东各地民俗文化。

十、明星阵容

如何多劳多得的激励方案篇五

谈到如何提升产品销量？大部分做运营的人绞尽脑汁，也想不出什么好的办法，赢在移动为你推荐一种可操作性强、易执行、成本低，并且短期内就能提升产品销量的解决方案“导购红包系统开发导购卖货码上拿提成”，通过奖励机制，激励店员积极销售商品，激励消费者主动传播品牌。

金牌导购系统

1、导购红包系统，一物一码标签

商家可以通过赢在移动开发的导购红包系统，以一物一码二维码标签为载体，贴到商品上，让每个商品都拥有一个独立的二维码“身份证”。

2、导购红包系统，店员扫码拿提成

店员每销售一个商品，微信扫一扫二维码标签就能领取现金红包，或者获取积分，计算提成。

如果你的商品是覆盖全国各个城市，每个城市的商超、专门店都卖你的商品，然后，通过导购红包系统，你可以直接给推销你产品的店员发红包、送积分，计算提成。让所有的店员都积极、主动、优先推荐你的商品，迅速提升销量。

3、导购红包系统，消费者扫码领红包

购物送积分、购物送优惠券、购物送红包……，是产品促销很有效的方式，一码通通过一物一码技术，赋予商品独立的二维码标签，消费者购物查防伪，还可以领现金红包，让8亿微信用户主动来扫码，商家可同时获取用户大数据，做精准营销。

4、企业用好导购红包系统销量轻松翻几番

赢在移动研发的导购红包系统，具有“管理营销”的双重功能，更重要的是，能够帮助商户获取用户行为大数据。换言之则是，这套系统能够帮助门店做拓客营销的'同时，还能帮助门店进一步实现精准营销。

（1）店员拓客：系统内置店员激励功能，即店员每销售一个商品，微信扫二维码标签就能领取红包或积分，计算提成。商家还可以实时掌握每个店员的业绩情况，打造专属的金牌导购员。

（2）全民营销：内置微分销功能，全民分销拓客，通过商品码的分享来确定顾客之间的上下级分销关系。根据分销级别、顾客消费金额等，对拓客进行返佣奖励，实现全民分销。

（3）大数据分析：导购红包系统，赋予每个商品一个唯一的商品码，即一品一码，消费者扫商品码，商家便能获得用户

行为大数据，为精准营销、决策支持提供数据依据。

导购红包系统开发，促销员红包系统开发，促销员积分系统开发。