

销售计划方案(通用5篇)

为保证事情或工作高起点、高质量、高水平开展，常常需要提前准备一份具体、详细、针对性强的方案，方案是书面计划，是具体行动实施办法细则，步骤等。那么方案应该怎么制定才合适呢？接下来小编就给大家介绍一下方案应该怎么写，我们一起来了解一下吧。

销售计划方案篇一

各地纷纷松绑限购的利好似乎尚未传导到楼市。北京中原地产研究部统计数据显示，截至本周一，25家房企7月单月合计销售额747.9亿元，相比6月的11158.58亿元下调了35.4%，也低于之前5月的860.67亿元。25家企业前7个月同比业绩有9家为下调。

7月房企业绩下滑

近一个时期，有将近40个城市调整或放松限购政策，但房企业绩上并未及时收效。数据显示，包括万科、恒大在内的一线房地产开发企业，7月销售额均呈现环比下滑趋势。

8月1日发布的《20xx年7月百城价格指数报告》显示，多城市调整限购令并没有引发楼市价格反弹，新建住宅和二手房平均价格以跌为主，而多城市限购政策的调整，并未在7月当月的市场业绩中体现出来。

数据显示，7月全国100个城市住宅平均价格为10835元/平方米，环比上月下跌0.81%，为连续第三个月下跌，跌幅扩大0.31个百分点。从涨跌城市个数看，76个城市环比下跌，24个城市环比上涨。

业内人士分析，就目前市场而言，放开限购对市场成交的影

响并不明显，仅个别明文调整限购城市成交量回升。虽然限购放开，但限贷政策依然严格，银行出于当前房地产市场风险和资金收益的考虑，对于个人住房贷款业务仍较谨慎。在这种情况下，消费者的购买力并没有实质性改善，房企销售量短期不能得到有效提升。

但就前7个月统计来看，25家房企中前7月业绩有16家同比上涨，其中上涨三成的有富力、新城控股、融创、雅居乐、奥园、旭辉、花样年，而恒大则上涨52%、碧桂园同比涨62%。而9家同比下调的是龙湖下调10%，深圳控股下调19%、中渝置地下调39%、瑞安下调56%、恒盛地产下调54.2%、招商下调14.4%、首开下调28.3%、金地下调12.5%。

部分房企以价换量

面对低迷的市场，不少开发商主打以价换量的销售策略。

相关人士透露，目前北京一些楼盘项目已经开始降价。大部分促销楼盘的降幅在5%-10%之间，部分楼盘的降价幅度甚至接近20%。由此，部分刚需得以释放，7月以来北京楼市有小幅反弹迹象。来自北京市住建委的数据显示，今年7月北京新建住宅合计签约套数为6200套，环比上涨21.5%，为最近3个月的高点。但业内人士表示，成交数据中受自住房集中成交影响不容忽视。

业内人士表示，以价换量成为近期北京楼市的主旋律。8月以来，北京楼市成交量出现回升态势，从全国范围来看，这种持续回暖并不多见。此外，北京还涌现出一些变相价格优惠措施，包括购房送面积、购房送物业费、“一成首付”等等。

8月业绩仍不乐观

业内人士表示，北京市场的表现不能代表全局，从一些上市房企的统计监测来看，销售情况不容乐观。8月7日，保利地

产公布20xx年7月销售简报，当月，公司实现签约面积54.91万平方米，同比减少12.36%；实现签约金额66.16亿元，同比减少4.2%；万科7月业绩为110亿元，而其6月销售业绩为194亿元，以此统计，7月较6月环比下降43%，同比下降21%；招商地产简报显示，6月招商地产实现签约销售面积20.73万平方米，同比减少16.48%；签约销售金额35.74亿元，同比减少34.69%。

北京中原地产研究部统计数据显示，截至目前，从公布销售业绩的一线房企单月销售业绩来看，已经出现至少连续3个月下挫现象。业内预计，限购的松绑并未有效提高置业人群的购买能力，若信贷持续收紧，房企业绩在8月出现逆转的可能性不大。

销售计划方案篇二

酒吧消防演习计划书

消防演习计划书为了加强员工对消防知识的了解和认识，增强消防意识，体现预防为主，防消结合的消防方针，灌输群防，群治的意识，经研究决定开展一次全员的消防演习。

一、演习的时间，地点：

时间□xxxx年xx月xx日

地点：一楼大厅、二楼包厢

二、演习组织机构和参与人员：

为了更好的协调和组织演习，成立演习领导小组，小组成员如下：

组长□xxx

组员□xxx□xxx□xxx□xxx□xxx□xxx□

演习警戒组：全体保安员。

参与人员：酒吧全员。

三、演习准备：大铁桶三个，小铁桶三个，木柴2公斤，废油1公斤，烂棉被1床，泡沫灭火器三个，水带两盘。

四、演习步骤：

- 1、全员性的消防疏散到达指定地点集合。
- 2、观看保安队消防演练。
- 3、保安队两盘水带连接演练。
- 4、指导员工现场操作灭火器。
- 5、演习结束并进行相关安全知识的讲评。

五、演习操作步骤：

- 1、保安队在指定时间内启动酒吧消防警铃（没警铃吹哨）后，设备组应按照《火灾应急预案》停止酒吧电力运行、每部门（保安部、服务部、营销部）应各指派2人负责疏散秩序，使疏散人员到指定位置集合（在疏散过程中、有警戒组指引疏散路线，途中有相应的疏散指示标志），各部门疏散路线如下：服务部服务员和后区客人从后门疏散，吧台、收银和前区客人从前门疏散，公主和客人从二楼后门疏散，阁楼客人和工作人员从前门疏散，办公室人员从后门疏散。
- 2、演习开始：在铁桶中点火；报警；按照《火灾应急预案》对救火突击队分组；下达战斗任务；实施灭火；现场警戒；

保安队连接两盘水带表演；清理现场。

3、保安队员指导公司员工操作灭火器。

六、演习结束，公司安全主任对演习情况进行讲评。

七、员工按顺序带回工作岗位正常开展工作，演习结束。

xx酒吧

20xx年xx月xx日

保安部□xxx

抄送营运部□xxx

抄送总经办□xxx

将本文的word文档下载到电脑，方便收藏和打印

推荐度：

[点击下载文档](#)

[搜索文档](#)

销售计划方案篇三

一：市场定位及市场调查：

二、选址：

就地理位置看，**的酒吧主要集中在以下区域：**周边，**附近，**路段。这么多的酒吧相对集中在三四个区域，于城市文化来说，可形成酒吧一条街等商业人文特色景观；于泡吧一族来说，可方便的找到休闲好去处；但于商家来说既有处于商业圈的地理优势，又处在激烈的市场竞争环境的劣势。

三、装修的特点：

可以引进专门的设计公司或是找相对有特色的人员来对酒吧的改建来作出详细的计划书，然后综合意见选出最佳的方案。现在的大众市场差不多都是千变一律，只是音响灯光上和场地面积有所不同。所以在迎合大众层次的口味上对原有的风格进行加工和改进，让酒吧有独家的经营模式和特色的项目。

四、广告宣传：

(2) 其它广告媒体：

例如灯箱广告、路牌广告、宣传牌、宣传单、横幅等

(3) 广告语创作(部分)

a□万种风情，尽在xx□

b□有品味的你，选择有品质的。

c□累了，请将心靠岸，苦了，也不要后悔，笑了，才体会喜悦，醉了，才知道销魂。

d□你寂寞吗，你苦恼吗，你惆怅吗，请来酒吧。你轻松了吗，你发泄了吗，你尽兴了吗，请记住酒吧。

e□无论你走到哪里，你的'心总和我在一起，无论黄昏时的树影有多长，它总和树根连在一起，无论你是谁，总会满足您。

五、招聘员工和员工培训：

(二)：员工培训策划

1、员工基本服务规范的培训与考核。

2、酒吧文化、酒水知识、茶艺知识的培训与考核。

3、对服务人员和公关人员的礼仪知识、形体训练、交际与推销，说服技能、合作与团队精神，全员营销理念，全员“pr”(它是一门要求团结，外求发展的经营管理科学和艺术，他通过有计划的积极的持久努力，使本机构的各项政策符合广大公众的需求，从而在公众中树立良好的形象，并在此基础上建立和维护组织与公众之间的互相了解，争取相互合作，以获得共同利益。)管理理念的培训与考核。

4、酒吧品牌特色的培训与考核。

5、各项培训的目标、标准的制定，执行并实施、考核、评比与效果评估。

六、酒吧所需的器具、原料和酒水单的设计：

(一)器具：调酒器具、拉花壶、咖啡机、各种酒杯、咖啡杯、咖啡勺、制冰机、冰箱、展示柜、消毒柜、果汁机、碎冰机、等....

(二)产品原料：各种酒水(啤酒、红酒、洋酒)、各种果粉(如：

草莓、柳橙等...)、各种果汁(如：草莓、柳橙等...)各种咖啡豆(南山、巴西等...)、各种茶(绿茶、红茶、普洱茶、乌龙茶等...)各种水果及小吃....

(三)酒水单的设计：酒水单的制作除了要根据市场需求，目标市场设计还要注意以下几点：

1. 考虑产品的成本和获利率，分析产品的销售量同类型产品的影响。
2. 考虑产品的丰富多采，并与酒吧的经营特色相符。
3. 考虑产品的原料供应是否有保障，以及储存方面的原因。
4. 考虑酒单的图片、文字、产品程序编排等因素，有利于产品的销售，并成为酒吧的宣传媒介。

销售计划方案篇四

月销售业绩工作计划书【1】

20xx年已经过去一大半了，在上个月底我们公司也开了半年的销售会议，公司领导在会议上也做了半年的工作总结，给我们更深的了解了我们公司半年来的工作情况，还总结了一些经验供我们分享。

所以在这会议之后，领导要求我们也来给自己半年的工作做个总结，希望通过总结我们能够更好的认识自己和向优秀的同事学习经验，从而更好的开展下半年的工作。

现在我对我这半年来的工作心得和感受总结如下：

一、塌实做事，认真履行本职工作。

首先自己能从产品知识入手，在了解技术知识的同时认真分析市场信息并适时制定营销方案，及时的跟进客户并对客户资料进行分析，其次自己经常同其他业务员勤沟通、勤交流，分析市场情况、存在问题及应对方案，以求共同提高。

要经常开发新客户同时要不断的对手中的客户进行归类，把最有可能用到我们产品的客户作为重要的客户，把近期有项目的客户作为重点跟进客户，并根据他们的需求量来分配拜访次数。

力求把单子促成，从而达到销售的目的。

分析客户的同时，必须建立自己的客户群。

根据我们产品的特点来找对客户群体是成功的关键。

在这半年来我手中所成交的客户里面，有好几个都是对该行业不是很了解，也就是在这个行业上刚刚起步，技术比较薄弱，单子也比较小，但是成功率比较高，价格也可以做得高些。

像这样的客户就可以列入主要客户群体里。

他们一般都是从别的相关行业转行的或者是新成立接监控项目的部门的，因为他们有这方面的客户资源，有发展的前景，所以如果能维护好这部分客户，往后他们走的量也是比较可观的。

二、主动积极，力求按时按量完成任务。

每天主动积极的拜访客户，并确保拜访质量，回来后要认真分析信息和总结工作情况，并做好第二天的工作计划。

拜访客户是销售的基础，没有拜访就没有销售，而且因为人与人都是有感情的，只有跟客户之间建立了感情基础，提高客户对我们的信任度之后方有机会销售产品给他们。

主动协助客户做工作，比如帮忙查找资料，帮忙做方案，做预算，这都是让客户对我们增加信任度的方式之一，也是推

我们产品给他们的最好机会。

即使当时没有能立刻成交，但是他们会一直记得你的功劳的，往后有用到的都会主动找到我们的。

三、做好售后服务

不管是多好的产品都会有次品，都会有各种各样的问题出现，如此售后就显得尤其重要，做好售后是维护客情的重要手段，是形成再次销售的关键。

当客户反应一个问题到我们这里来的时候，我们要第一时间向客户详细了解情况，并尽量找出问题的所在，如果找不出原因的，也不要着急，先稳定客户的情绪，安慰客户，然后再承诺一定能帮他解决问题，让他放心，再把问题跟公司的技术人员反应，然后再找出解决的方案。

在我成交的客户里，有反应出现问题的也不少，但是经过协调和帮忙解决以后，大多客户都对我们的服务感到很满意。

很多都立刻表示要继续合作，有项目有需要采购的都立刻跟我们联系。

四、坚持学习

人要不断的学习才能进步。

首先要学习我们的新产品，我们的产品知识要过关；其次是学习沟通技巧来提高自身的业务能力；再有时间还可以学习一些同行的产品特点，并跟我们的作个比较，从而能了解到我们产品的优势，从而做到在客户面前扬长避短。

五、多了解行业信息

了解我们的竞争对手我们的同行，了解现在市场上做得比较

好的产品，了解行业里的相关政策，这些都是一个优秀的业务员必须时刻都要关心的问题。

只有了解了外面的世界才不会成为坐井观天的青蛙，才能对手中掌握的信息做出正确的判断，遇到问题才能随机应变。

六、后半年的计划

在半年销售总结会议上，我的数据跟同部门的同事xx的数据差距很大，她半年的销售额是15万多，回款是8万多，而我只有两万多的销售额，远远的落后了，所以我要在下半年迎头赶上。

虽然她比我早一段时间进公司，但是大家面对的同一个人市场，手中也是同样多的客户，这之间的差距只有人与人之间的差距，往后我要多向她和其他同事学习销售技巧，要努力提高自己的销售量，争取赶上他们。

我要给自己定一个明确的目标，在后半年里争取做到15万，即每个月要做3万左右。

同时要制定一个销售计划，并把任务分配到手中的客户里面，大方向从行业分，小到每一个客户。

这样才能每天都明确的知道自己的任务，才能明确自己拜访客户的目的，提高拜访的质量。

由于我上半年工作计划做得不详细，拜访客户比较盲目，对产品也不是特别熟悉，以至销量比较少，所有在后半年要改变办法，要努力提高销量，要努力完成公司分配的任务。

最后我要感谢我们的领导和我们同事在上半年对我工作的支持和帮助，希望往后通过大家一起努力，让我们能够在下半年再创佳绩。

201x年已经过去一大半了，在上个月底我们公司也开了半年的销售会议，公司领导在会议上也做了半年的工作总结，给我们更深的了解了我们公司半年来的工作情况，还总结了一些经验供我们分享。

所以在这会议之后，领导要求我们也来给自己半年的工作做个总结，希望通过总结我们能够更好的认识自己和向优秀的同事学习经验，从而更好的开展下半年的工作。

现在我对我这半年来的工作心得和感受总结如下：

一、塌实做事，认真履行本职工作。

首先自己能从产品知识入手，在了解技术知识的同时认真分析市场信息并适时制定营销方案，及时的跟进客户并对客户资料进行分析，其次自己经常同其他业务员勤沟通、勤交流，分析市场情况、存在问题及应对方案，以求共同提高。

要经常开发新客户同时要不断的对手中的客户进行归类，把最有可能用到我们产品的客户作为重要的客户，把近期有项目的客户作为重点跟进客户，并根据他们的需求量来分配拜访次数。

力求把单子促成，从而达到销售的目的。

分析客户的同时，必须建立自己的客户群。

根据我们产品的特点来找对客户群体是成功的关键。

在这半年来我手中所成交的客户里面，有好几个都是对该行业不是很了解，也就是在这个行业上刚刚起步，技术比较薄弱，单子也比较小，但是成功率比较高，价格也可以做得高些。

像这样的客户就可以列入主要客户群体里。

他们一般都是从别的相关行业转行的或者是新成立接监控项目的部门的，因为他们有这方面的客户资源，有发展的前景，所以如果能维护好这部分客户，往后他们走的量也是比较可观的。

二、主动积极，力求按时按量完成任务。

每天主动积极的拜访客户，并确保拜访质量，回来后要认真分析信息和总结工作情况，并做好第二天的工作计划。

拜访客户是销售的基础，没有拜访就没有销售，而且因为人与人都是有感情的，只有跟客户之间建立了感情基础，提高客户对我们的信任度之后方有机会销售产品给他们。

主动协助客户做工作，比如帮忙查找资料，帮忙做方案，做预算，这都是让客户对我们增加信任度的方式之一，也是推我们产品给他们的最好机会。

即使当时没有能立刻成交，但是他们会一直记得你的功劳的，往后有用到的都会主动找到我们的。

三、做好售后服务

不管是多好的产品都会有次品，都会有各种各样的问题出现，如此售后就显得尤其重要，做好售后是维护客情的重要手段，是形成再次销售的关键。

当客户反应一个问题到我们这里来的时候，我们要第一时间向客户详细了解情况，并尽量找出问题的所在，如果找不出原因的，也不要着急，先稳定客户的情绪，安慰客户，然后再承诺一定能帮他解决问题，让他放心，再把问题跟公司的技术人员反应，然后再找出解决的方案。

在我成交的客户里，有反应出现问题的也不少，但是经过协调和帮忙解决以后，大多客户都对我们的服务感到很满意。

很多都立刻表示要继续合作，有项目有需要采购的都立刻跟我们联系。

四、坚持学习

人要不断的学习才能进步。

首先要学习我们的新产品，我们的产品知识要过关；其次是学习沟通技巧来提高自身的业务能力；再有时间还可以学习一些同行的产品特点，并跟我们的作个比较，从而能了解到我们产品的优势，从而做到在客户面前扬长避短。

五、多了解行业信息

了解我们的竞争对手我们的同行，了解现在市场上做得比较好的产品，了解行业里的相关政策，这些都是一个优秀的业务员必须时刻都要关心的问题。

只有了解了外面的世界才不会成为坐井观天的青蛙，才能对手中掌握的信息做出正确的判断，遇到问题才能随机应变。

六、后半年的计划

在半年销售总结会议上，我的数据跟同部门的.同事xx的数据差距很大，她半年的销售额是15万多，回款是8万多，而我只有两万多的销售额，远远的落后了，所以我要在下半年迎头赶上。

虽然她比我早一段时间进公司，但是大家面对的同一个人市场，手中也是同样多的客户，这之间的差距只有人与人之间的差距，往后我要多向她和其他同事学习销售技巧，要努力提高

自己的销售量，争取赶上他们。

我要给自己定一个明确的目标，在后半年里争取做到15万，即每个月要做3万左右。

同时要制定一个销售计划，并把任务分配到手中的客户里面，大方向从行业分，小到每一个客户。

这样才能每天都明确的知道自己的任务，才能明确自己拜访客户的目的，提高拜访的质量。

由于我上半年工作计划做得不详细，拜访客户比较盲目，对产品也不是特别熟悉，以至销量比较少，所有在后半年要改变办法，要努力提高销量，要努力完成公司分配的任务。

最后我要感谢我们的领导和我们同事在上半年对我工作的支持和帮助，希望往后通过大家一起努力，让我们能够在下半年再创佳绩。

月销售业绩工作计划书【2】

1、9月份北大销售部共实现销售4台，其中解放卡车2台。

江淮和悦1台、江淮悦悦1台。

远远没有完成公司制定的销售任务。

2、进行了多次市场走访工作，尤其针对延吉市内进行了不间断的市场走访工作，收到的效果良好。

经过不间断的走访成交了江淮和悦1台。

3、本月实施了多次延吉市内的小型车展活动，在金达莱广场、彩虹桥广场、阿里郎美食广场等多个地点进行了小型车展活动。

特别是在阿里郎的美食节车展上成交了江淮悦悦1台。

取得了明显的效果。

4、本月由于汽博会的举行，公司的客户进店数量又出现了下降，导致江淮汽车的销量不断下滑。

不过由于延吉高速铁路开工建设，本月的卡车咨询数量明显提高，但是长春等地的一级经销商互相争抢客户，价格都让到最低价，基本没有什么利润可言，使公司的解放销量也遇到明显阻力。

5、分析销量低迷的主要原因，我认为还是出在北大店面的形象问题上。

很多客户还是不知道我公司经营江淮汽车品牌，我们已经上报的公司外部形象的设计样稿，希望公司领导如果觉得可行，请尽快批复。

如此进行下去，时间不等人，我们会损失很多客户的。

6、本月公司商品车资源(江淮悦悦、瑞鹰、和悦)等资源严重不足，始终没有到货，尤其是悦悦车型，时间跨度太长。

迟迟不到车，会严重影响销量。

另外公司的调车流程混乱，库存控制力下降也影响着销量。

7、公司目前的活动太少，屈指算来，跟去年同期相比，公司本年度的车展活动、巡展活动、市内展示等等活动基本没有，客户来电数量又不断下降，分解的销售部缺乏团结和向心力，这些都是目前急需解决的问题。

长此以往，势必使公司受到损失。

1、9月份北大销售部共实现销售4台，其中解放卡车2台。

江淮和悦1台、江淮悦悦1台。

远远没有完成公司制定的销售任务。

2、进行了多次市场走访工作，尤其针对延吉市内进行了不间断的市场走访工作，收到的效果良好。

经过不间断的走访成交了江淮和悦1台。

3、本月实施了多次延吉市内的小型车展活动，在金达莱广场、彩虹桥广场、阿里郎美食广场等多个地点进行了小型车展活动。

特别是在阿里郎的美食节车展上成交了江淮悦悦1台。

取得了明显的效果。

4、本月由于汽博会的举行，公司的客户进店数量又出现了下降，导致江淮汽车的销量不断下滑。

不过由于延吉高速铁路开工建设，本月的卡车咨询数量明显提高，但是长春等地的一级经销商互相争抢客户，价格都让到低价，基本没有什么利润可言，使公司的解放销量也遇到明显阻力。

5、分析销量低迷的主要原因，我认为还是出在北大店面的形象问题上。

很多客户还是不知道我公司经营江淮汽车品牌，我们已经上报的公司外部形象的设计样稿，希望公司领导如果觉得可行，请尽快批复。

如此进行下去，时间不等人，我们会损失很多客户的。

6、本月公司商品车资源(江淮悦悦、瑞鹰、和悦)等资源严重不足，始终没有到货，尤其是悦悦车型，时间跨度太长。

迟迟不到车，会严重影响销量。

另外公司的调车流程混乱，库存控制力下降也影响着销量。

7、公司目前的活动太少，屈指算来，跟去年同期相比，公司本年度的车展活动、巡展活动、市内展示等等活动基本没有，客户来电数量又不断下降，分解的销售部缺乏团结和向心力，这些都是目前急需解决的问题。

长此以往，势必使公司受到损失。

销售计划方案篇五

绩效考核是现代企业管理的重要环节，绩效考核的实施作用关键在于绩效考核结果的应用。绩效考核通常也称为业绩考评，它是考核主体根据岗位工作说明书和绩效考核标准，运用各种科学的方法，针对企业中每个员工所承担的工作、行为的实际效果及其对企业的贡献或价值进行周期性的考核和评价，并将评定结果反馈给员工的过程。它服务于管理和发展两个方面，目的是增强组织的运行效率、提高员工的职业技能、推动组织的良性发展，最终使组织和员工共同受益。

绩效考核结果可以为人力资源管理和其他管理决策提供大量有用的信息，最显而易见的用途是为员工调整工资、职务变更提供依据，在人力资源规划、招聘与选拔、改进工作绩效、员工的培训与开发等方面更是离不开绩效考核的结果。绩效考核结果可以让员工明白企业对自己的评价，明确自己的优势、不足和努力的方向，这对员工改进自己的工作有很大的好处。另外，通过对绩效考核结果的反馈，还可以为管理者和员工建立起一个正式沟通的桥梁，促进管理者和员工的理解和协作。根据中心现有的特点以及现状，重点阐述对中心

的管理和发展有利的几点：

一、改进工作绩效

工作绩效是指员工在一定时间、空间等条件下完成某一任务所表现出的工作行为和所取得的工作结果，是员工素质与工作对象、工作条件等相关因素相互作用的结果。绩效改进就是引导员工的绩效朝着管理者所期望的方向努力。对于值得肯定的绩效或行为，管理者应给以正面的强化，鼓励其继续保持并发扬光大；对于必须纠正的行为或绩效，就要给以负面强化，去除某种不愉快的刺激，促进所希望的行为出现。在执行与管理的过程中，必须依据不同对象和具体情况采取不同程度的强化行为。比如有的人看重物质奖励，就以奖金等为相应刺激物；而有的人看重机会，就可以培训、职务晋升等作为刺激物。这里，正强化比负强化更加有效。而且，考虑到对象的实际能力经验等因素，目标的达成也最好是分阶段性的，不要指望员工能一次获得成功。经过一段时间的激励、强化与指导，员工的绩效就有可能朝着与管理者所期望的方向前进。对于员工每一次的小成功，管理者都应予以表扬与肯定。

绩效的改进从本质上说是促进一些符合期望的行为发生或增加出现的频率，或者减少或消除不期望出现的行为。通过沟通，管理者向员工传递了需要改进绩效的方面，并共同探讨出改进绩效的手段。随后，就应该促使员工用强化的方法来使绩效得以改善。

二、薪酬奖金的分配和调整

薪酬奖金是指个人参与企业劳动从企业得到的各种酬劳的总和，包括直接以货币形式支付给员工的劳动报酬和可以转化为货币形式的劳动报酬。而薪酬奖金的分配和调整主要的参考是绩效考核结果，如企业实行的计件工资、销售提成工资、效益工资，都是员工的薪酬奖金直接与绩效考核结果挂

钩。

绩效考核为每位员工做出一个考核结论，这个结论不论是描述性的还是可以量化的，都可以为员工的绩效调整、奖金发放提供重要的依据，这也是绩效考核结果一种非常普遍的用途。考核结果对员工本人是公开的，并且获得员工的认同。所以，以它作为依据是非常有说服力的。一般来说，为了增强报酬的激励效果，在员工的报酬体系中有一部分是与绩效挂钩的。对于从事不同性质工作的人，这部分与绩效挂钩的薪酬所占的比例不同。例如，销售人员的报酬中较大的比例是和绩效挂钩的，而行政人员的报酬体系中只有较小的比例和绩效挂钩。

另外，薪资的调整也往往由绩效来决定，如果绩效考核结果说明该员工表现突出，则增加其薪资，企业通常以奖金的形式发给员工，如果该员工表现差，则减少其薪资，至少不增加其薪资。

三、职务的调整

员工的职务调整包括晋升、降职、调岗，甚至是辞退。影响职务调整的因素是多方面的，甚至领导的人情、喜好都会影响职务调整，但绩效考核的结果是重要的因素，绩效考核的结果会客观地对员工是否合适岗位的工作作客观评价。基于这种评判而进行职务调整，往往会让员工本人和其他员工容易接受和认同。绩效考核的结果经常被用来作为员工职务调整的依据，当员工工作表现突出，绩效考核结果良好，就可以让其承担更多的责任或者对其提升；当员工在某方面的绩效考核结果不尽如人意，很可能是目前所从事的职位不适合他，可以通过降级或调整职务的调整方式，使员工从事更合适的工作。如果员工经过多次的考核和职位调整，都无法达到绩效标准，则可以考虑将其解雇。

四、员工的培训与开发

员工培训是指企业为开展业务及培育人才的需要，采用各种方式对员工进行有目的、有计划培养和训练的管理活动。其目的是使员工不断地更新知识，开拓技能，改进员工的工作动机、态度和行为，使其适应新的要求，更好地胜任现职工作或担负更高级别的职务，从而促进企业效率的提高和企业目标的实现。员工培训也是很多员工看重的，他们非常希望企业能提供学习与提高的机会。员工的培训和开发要有针对性，即要有效地了解员工的不足和薄弱环节，使培训的内容为员工所急需的知识和技能。而要了解员工的优势和劣势，就要通过员工的绩效考核来获得，绩效考核的结果为员工的培训和开发提供了决策依据。此外，通过绩效考核结果也可以用来判定培训的效果。通过培训，如果绩效有显著提高，则说明培训是有效的；如果绩效变化不大，则可能是培训没有组织好或者员工没有很好地接受培训。