

# 2023年营销绩效方案(精选5篇)

为有力保证事情或工作开展的水平质量，预先制定方案是必不可少的，方案是有很强可操作性的书面计划。方案的制定需要考虑各种因素，包括资源的利用、风险的评估以及市场的需求等，以确保方案的可行性和成功实施。以上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。

## 营销绩效方案篇一

根据新的体系业务考核要求，加强部员工考核管理工作，从而准确、客观的评价部员工履行岗位职责和工作任务的情况，特制定本制度。

### 一、考核的目的和用途

绩效考核(以下简称“考核”)是指用系统的方法、原理，评定、测量员工在职务上的工作行为和工作效果。

- 1、考核的最终目的是改善员工的工作表现，以达到企业的经营目标，并提高员工的满意程度和未来的成就感。
- 2、考核的结果主要用于工作反馈、薪酬管理、职务调整和工作改进。

### 二、考核的原则

#### 一“三公”原则

公平：考核标准公平合理，人人都能平等竞争。

公开：考核实行公开监督，人人掌握考核办法。

公正：考核做到公正客观，考核结果必须准确。

## 二 “四严” 原则

严格考核标准：即考核要素的标准必须明确、具体、客观、合理。

严格考核方法：即考核的形式和方法必须符合科学、严谨的要求。

严格考试制度：即考核的流程和考核的准则要严格，使考核工作有法可依、有章可循。

严肃考核态度：即考核的思想要端正，态度要认真，反对好人主义和不负责任的态度。

### 考核的内容

考核的内容分为业绩考核、工作态度考核二部分。绩效考核成绩为这个二部分考核成绩总和。

#### 一业绩考核

所谓业绩考核是对每位员工在担当岗位工作、完成工作任务方面进行的考核。其中岗位工作的范围为该岗位职责说明书中描述的工作内容。对岗位工作的考核包括工作效率和工作质量两方面。

#### (二) 工作态度考核

态度考核是对工作态度和工作热情的评价，具体包括本职工作内的日常工作、职业道德、协作精神、工作积极性、责任感等。根据员工工作态度及协作等进行相应的奖惩计分。

具体内容及评价标准如下：

1、无故迟到、早退15分钟扣除1分，30分钟以上2分。无故旷

工或私自调休一天扣除5分。

2、办公室大声喧哗，造成投诉扣除1分。上班时不配戴工作牌和不按规定穿工作服的扣除1分。

3、未能正确服从工作指示引起的工作失误或不服领导工作安排，视情况扣除1-5分。

4、无正当理由、无事先预告的情况下手机关机、停机扣除1分。

5、受理单页或收费确认单填写(用户信息准确性、发票号码、产品金额、礼品登记等)不规范，责任人每单扣除0.5分，引起投诉扣除1分。其它业务操作不规范引起用户投诉，视情况每单业务扣除0.5-1分。

6、社区经理责任收费区域人为原因造成收费拖欠超过24小时(滨江下沙48小时)或引起投诉每单扣除1分(上城区钱一俊负责;江干区(下沙除外)严伟俊负责;拱墅区及下沙胡朋飞负责;西湖区胡亮负责;)。社区经理不能及时递交工作周报，每次扣除0.5分。

7、业务内勤当天未能及时派发收费单子而造成的相关问题及投诉，每单扣除1分。

8、业务内勤在处理业务投诉时，由于未能主动处理或延误处理而引起的投诉升级，每单扣除1分。业务内勤录单错误(1-5分)，派单调度错误(1分)，发票管理错误(1-5分)，做帐及交帐错误(1-5分)。

9、人员在销售过程中应该注意数据保密(违反扣除1分)，及时递交日报(违反扣除1分)，因个人失误引起用户投诉扣除1分。

## 10、奖励部分：

有实据的市场信息反馈，根据价值奖励1-2分。

协助部门完成公司指派的形象化现场或其它营销宣传活动奖励1-2分。

优秀营销方案及建议采纳奖励1-5分。

当月全勤(无迟到、早退、请假、调休)奖励1-5分。

接受培训新人任务，协助新员工顺利上手独立工作奖励5-8分。

## 四、考核方法及评分标准说明

### 一)底薪方面：

试用期员工底薪为800元/月

试用期合格后签订前程无忧外包劳动合同。转正后所有员工底薪为1000元/月；

其中：

1、电话预催人员岗位工资为200元，每天保质完成120个用户的电话预催工作及数据。(话务员预催用户效率，每人每月预催数据分开进行预催，次月将续费结果对应进行考核。根据考核结果发放岗位工资。内勤审核联系量，如有发现造假处罚力度大点。)

2、内勤人员岗位工资为200元，对应完成相应的岗位工作。同时根据业绩考核情况进行奖金发放。

所有员工工资统一在次月10日左右发放到员工工资卡中。

说明：

1、试用期内业务类人员每月新开户保底指标10户(包年1户抵1户、短期2户抵1户、续费3户抵1户)，未能完成保底指标或工作态度不积极不予以录用。

2、转正业务类人员每月新开户保底指标20户(包年1户抵1户、短期2户抵1户、续费3户抵1户)。当月新开+续费未到10户，待岗；连续2个月新开+续费未到15户，待岗；连续3个月新开+续费未到20户，待岗；工作业绩连续未达标及态度恶劣予以辞退处理，且无任何经济补偿金。

二)相关费用补贴：

所有人员每月交通费用补贴为50元/月(上门收费人员100元/月)。通讯费用胡亮、张青青、俞刘姬手机内网补贴费用为20元/月，俞杰为30元/月。在公司可以免费提供食堂中餐。夏天高温费发放标准为每年7、8、9三个月发放200元/人。

三)业绩提成方面：(主要适用于人员、社区经理业绩管理)

销售业绩考核成绩按照销售人员每月业务量完成指标情况进行综合评估计分产生。(备注：每月业绩由内勤统计，主管审核。销售业绩考核成绩最高考核分为100分。)

部每月针对销售人员的态度考核、业务考核后计分总和相应就是综合绩效考核成绩(x%)[]将综合绩效考核成绩乘以该月业务佣金就是销售人员业绩提成金额。

例如小王1月份销售业绩考核成绩为98分(完成指标计分+态度考核计分)，而该月业务佣金为3000元，那小王1月份的业务提成为 $3000*70%*98%=2058$ 元。

所有员工销售提成在每月部门的业绩佣金考核完毕之后发

放(大约在下下中)。按“三公原则”做到佣金的透明发放。

#### 四) 年终奖励

在年终部门根据收入情况，以员工本年度业绩贡献情况为依据发放年终奖励。

## 营销绩效方案篇二

为明确销售人员绩效工资、晋升及年终奖金的计算、发放标准，并激励销售人员的积极性、主动性和创造性，特制定销售人员绩效考核办法。

适用对销售人员的考核。

财务部、仓储物流部提供销售人员的绩效数据给人事部。

行政部根据各部门提供的数据计算绩效奖金和年终奖金，绩效奖金随工资发放。年终奖金由财务部负责发放。

行政部负责提供销售人员晋级、降级所依据的数据。

销售人员绩效考核内容：

销售人员绩效考核表解释说明：

(2) 产品售价由公司统一制定价格政策，特殊情况低价销售，必须报请总经理同意；

(3) 月度毛利提成率= (月度绩效工资×60%) / 月度计划毛利总额；

(4) 月度销售提成率= (月度绩效工资×40%) / 月度计划销售总额；

(5) 回款提成率=回款率70%

(6) 回款率=(月初回款+当月销售一月末未回款)/月末未回款\*100% (大于1时, 按1计算)

(8) 新客户有效期: 一年。(老客户间隔一年以上重新采购的产品也算新客户)。由业务员独立开发的新客户做额外奖励。

(9) 因为市场发生突然变化, 或者其他意想不到的原因, 导致年度销售计划出现重大偏差。如果实际销售额超出计划的50%, 公司有权对毛利提成和销售提成进行封顶, 以年度计划的倍为上限; 如果非个人原因导致实际销售额低于计划的50%, 业务员可以申请调整计划指标, 经公司认可后调整提成率。业务员独立开发的新市场, 提成不封顶。

(10) 财务部于每月号之前将上月销售人员除物流费用之外的其他费用、办事处费用、超期账款提报给行政部, 由行政部负责汇总。销售内勤于每月号之前将上月销售人员销售数据及超期库存提报给行政部。行政部于每月号之前将上月销售人员实际销售额、销售利润、新客户新品销售额、费用汇总、超期账款、超期库存、销售计划、提成系数及绩效奖金计算结果提报总经理。由总经理进行复核。各项提报数据均需提报部门经理签字确认。

销售人员晋级。

晋级标准:

降级标准:

(1) 连续六个月总体计划完成率

不可抗力导致的计划完成率

(2) 连续六个月总体计划完成率

(3) 连续六个月总体计划完成率

(4) 连续六个月总体计划完成率

(1) 符合晋级标准的销售人员，由部门在一个月內提出申请。超过时效不予审批；

(2) 业务素质、素养较高者经评议审批后，可直接定级；

(4) 因严重违纪或个人原因给公司造成重大损失者，由销售总监决定降级标准。

销售人员年终奖金发放办法：

关于30%绩效奖金的. 发放：每半年以现金形式发放一次。每年9月份发放当年1—6月份的奖金，次年2月发放7—12月的奖金。

关于年终奖金的发放：

(2) 每年1月底对各销售组销售毛利与去年进行对比，如果毛利高于去年，对超额部分按照%对销售小组进行奖励。

(3) 对于销售人员独立开发的重大客户，由销售人员提报具体信息，经公司认定后，对销售人员给予纯利%—%的奖励。

(4) 年终奖金发放时间：次年农历春节以前计算、发放完毕，如因时间关系无法取得12月份绩效数据，则发放前11个月的奖金。

(5) 以上奖金由财务部负责发放。



## 营销绩效方案篇三

为了更好的调动营销人员工作积极性，提高酒店整体业绩，打造一支更加专业、高效的营销团队，根据目前营销部现实情况，就营销部绩效考核方案提出如下调整建议：

客房方面：

- 1、除营销部外的酒店其他人员均不得向客人提供酒店包括：协议价、订房公司建议售价等协议、合同类合作价格；已接待过的各类会议及团队价格以及与现行价格体系中不符的所有价格。
- 2、各部门经理均享有前台价售价8.5折的最低价格权限；总值经理可视当日酒店入住情况最低可享有现行协议价的折扣权限，但必需留下客人的姓名、单位、有效联系方式（如手机等），以便营销部进行跟进。
- 4、如遇特殊价格必需请总经理批示。

餐饮方面：

- 1、各部门经理及营销部销售主任以上级别员工均享有最低至8.5折的价格权限（烟、酒、海鲜除外）。
- 2、各类团队餐及宴席一经商定均不允许打折。
- 3、特殊价格必需请总经理批示。

娱乐方面：

- 1、各部门经理及营销部销售主任以上级别员工均享有最低至8折的价格权限（烟、特饮除外）。

2、如遇特殊价格必需请总经理或副总经理批示。

注：以上各类折扣优惠均不与酒店当时、当季促销活动同时享有。

营销部业绩考核范畴应包括：

1、客房：会议团队、旅行社团队、协议散客、网络订房、司提等一切由营销部进行开发、接待、维护的客人的用房。

2、餐饮：会议团队、旅行社团队、经营销部预订的散客餐、协议客户散客餐等一切由营销部进行开发、接待、维护的客人的用餐。

备注：业绩考核范畴不包括返佣金额。

1、部门根据20xx年9月—20xx年12月客户消费排名，将排名前100名的客户平均分配给各销售经理/销售主任跟进。

2、客户须将前期自己负责的已划入其他销售经理/销售主任销售区域的客户进行交接，由专人进行跟进维护工作（由特殊原因造成的跨区销售由部门内部协商解决）。

3、以下销售信息需报部门经理，由部门经理进行调配：

a□自来的非协议客户（含亲自来店、电话咨询等）；

b□异地客户；

1、工资结构（人民币）

工资=底薪+提成+补贴

（其中底薪=70%业绩工资+30%行政工资）

注：1、补贴包括交通补贴+通讯补贴+误餐费。

2、业绩工资与每人销售任务完成比例相关；行政工资与每日拜访量、新签协议量、行政考核等相关。

3、业绩工资行政工资发放比例见下表2。

## 2、部门内各职务工资标准

销售经理：任务底薪1200+（实际完成一个人任务）×提成比例+补贴300元

销售主任：任务底薪1000元+（实际完成一个人任务）×提成比例+补贴200元

销售文员：底薪1000元+话费补贴100元

试用期销售经理：任务底薪1100元+补贴200元

试用期销售主任：任务底薪900元+补贴100元

试用期销售文员：底薪900元

## 3、个人任务分配

1、所有销售经理每月销售总任务10万元。其中餐饮任务3万元，客房任务7万元（含会议室）；销售主任每月销售总任务8万元。其中餐饮任务2万元，客房任务6万元（含会议室）。

2、新进销售经理试用期为三个月，第一个月不进行业绩考核，但可按实际业绩的5%予以奖励。第二个月任务为4万元，超额部分按1%进行提成；第三个月任务为8万元，超额部分按2%进行提成。试用期销售经理月任务不进行客房、餐饮分解。

3、新进销售主任试用期为三个月，第一个月不进行业绩考核，

但可按实际业绩的5%予以奖励。第二个月任务为4万元，超额部分按1%进行提成；第三个月任务为7万元，超额部分按2%进行提成。试用期销售经理月任务不进行客房、餐饮分解。

4、销售主任升任销售经理试用期为2个月，第一个月任务9万，第二个月任务10万。

## 营销绩效方案篇四

企业所处的发展阶段不同，销售人员在企业发挥的作用是不同的。通常，一个企业处于发展初期时，公司的品牌力还非常薄弱，营销组织功能还不完善，销售的实现很大程度上依靠销售人员的单兵作战能力。随着企业的发展壮大，企业的品牌力大幅提升，市场营销功能不断完善，销售人员更多的是按着成熟的销售模式与商务流程，在整个营销团队的支持配合下，进行客户的开发与维护工作，销售人员个体对销售实现的重要性逐渐降低。

### 1、对于处于发展初期阶段的企业

在设计销售绩效方案时，应突出个人业绩对企业的贡献，激励个人创造更多的业绩，比如可以采用“基本工资+高提成”、“底价包干”等方式。绩效考核的计算办法，应尽可能的简单直接，弱化利润、产品结构、团队等指标，让销售人员充满斗志去获取高额的收入。基本工资也不宜设的过底，至少应满足销售人员的基本需求，否则将造成销售人员流动过于频繁、难以吸引优秀人才等问题。

### 2、对于相对成熟的企业

在设计销售绩效方案时，应综合考虑企业的策略导向、团队配合、执行力等指标，依靠整体营销能力，来达到推动销售的目的，比如可以采用“基本工资+绩效奖金+特别奖金”的等方式。在绩效奖金考核方面，可以由多个指标综合评分共

同构成，包括结果性指标和过程性指标。结果性指标，如销售额指标、利润额指标等；过程性指标，如客户开发数量、市场占有率、销售执行力等衡量指标。特别奖金，是为了引导销售人员按照公司战略与策略目标方向努力，而设定的特别奖励：如新产品特别奖励，新区开拓奖、团队利润超额奖励等。

不同的行业销售模式，对销售人员的要求也是大不一样的，因此需要采用不同的绩效方案去引导销售人员的行为。比较典型的行业销售模式有：针对行业客户销售的解决方案营销（如，大型工业用品、集成系统解决方案等），针对快速消费品的渠道销售（如，食品、消费电子产品等），针对服务、金融等行业的直销模式（如，广告公司、咨询培训、保险公司等）。

## 1、针对行业客户的解决方案营销

解决方案营销，具有项目周期长、技术复杂、决策链复杂、项目管理复杂等特点，在设计销售绩效方案时，应注意：第一、合理且较具吸引力的底薪，以适应项目周期长的特点，同时吸引、留住优秀的专业人才。第二、在设计绩效考核方案时，除了以销售业绩为主要考核指标外，还应考虑：（1）项目的过程性推进指标，引导销售人员加强项目的过程管理；（2）利润率、费用率指标，销售人员的努力不同，同一个项目会产生不同的利润率和费用率；（3）项目回款指标，项目销售的回款周期一般都比较长，对回款应予以特别重视。

## 2、针对快速消费品的渠道销售

快速消费品的特点是，以渠道分销为主。销售业绩的好坏，除了销售人员本身的努力，还取决于区域的竞争差异性、产品的品牌影响力等因素，部份产品的季节性差异也很大（如，啤酒行业）。因此，针对快速消费品，一般适宜于用“基本工资+绩效奖金”，而非“基本工资+提成”的绩效方案。如

果采用销售提成的方式，就很容易由于区域性、季节性等差异造成的员工绩效奖金的不平衡。绩效考核指标以销售额为主，再辅以终端开发与维护、生动化达标率等过程性指标。为了促进公司阶段性营销目标的达成，也可增设一些特别的激励措施，如针对新产品渠道开发而制定的特别激励制度。

### 3、针对服务、金融等行业的直销模式

销售过程相对简单，采用简单明了的激励方式即可，如“基本工资+业绩提成”。同时，为了鼓励超额完成目标，可以设定销售底线、目标超额特别奖励、销售评比奖励等。

不同层级的销售人员在销售组织中发挥的作用、工作的重点是不同的，绩效考核的侧重点也应有所不同。

1、对于高层销售管理人员（如，销售副总），主要从宏观上制定整个公司的销售策略、建立销售管理体系、推动销售执行落地，适用于年薪制，年终绩效考核以销售额、利润额、回款额等结果性指标为主。

2、对于中层销售管理人员（如，区域经理），主要推动公司的整体销售策略在区域的执行落地、研究区域的销售策略及具体战术、区域团队的管理与销售指导等。适宜于“基本工资+阶段性绩效奖金”绩效方案，以结果性指标考核为主，再辅以团队建设、市场开发等过程性指标考核。

3、对于基层销售人员（如，业务代表），主要是销售策略具体执行和实施。绩效考核应以业绩为导向，力求简单明了，避免设置一些销售人员上不可控、也难以评估的过程性指标。

在实际制定销售绩效方案时，还有许多需要注意的细节问题，这里大致列举一些通常需注意的事项，供大家参考。

#### 1、避免面面俱到，重点不突出

在实际制定绩效方案时，我们经常为了考虑全面，将绩效方案设计得非常复杂，例如：考核指标过多、计算办法繁杂、绩效奖金兑现条件设置苛刻等。这种绩效方案看似完善，但销售人员看得一头雾水，相应的激励效果也就不明显了，也背离绩效方案设计的初衷。

## 2、避免随意调整，注重严肃性与延续性

很多中小企业，由于市场变化或部份人员的反馈意见，随意调整绩效方案。有些企业，甚至在一年内连续出台好几种考核方案，让考核者与被考核者都变得无所适从。在制定销售绩效方案时，受民企老板的个人思想左右，一会想搞销售提成、一会又想搞销售包干、一会又想搞年薪制等；不去认识分析企业的自身特点，仅凭偶然接触到的一些新的观念，便要对绩效方案进行大刀阔斧的改革。

当然，对绩效方案进行适当修订是必要的，尽量不要在一个考核年度内调整绩效方案。如果确需调整的话，可以通过补充规定的形式对其中部份的内容进行修订；或在与原绩效方案不冲突的前提下，增加额外的激励措施。同时，不同年度的绩效方案，所采用基本考核的方法也应保持一定延续性。在企业自身或外部市场环境没有发生重大变化的情况下，仅对其中的部分指标、实施细则进行修订；在企业自身或外部市场环境发生重大变化时，确实需要对绩效方案作大的调整时，也应考虑到原绩效方案中可延续的内容，以及原方案与新方案可能产生的冲突（如原方案中涉及的跨年度的项目执行、跨年度绩效奖金兑现等内容）。

## 3、对绩效方案里面涉及的概念界定清楚

在绩效方案中，经常涉及到很多特定概念，为了方便计算绩效奖金、避免绩效纠纷，应事先将一些特定概念的具体含义界定清楚。例如：对销售额目标考核，销售额的统计是以签订合同、发货、还是收款为准。

#### 4、杜绝绩效方案中的漏洞

在销售绩效方案定稿之前，应事先设想，在实际执行过程中，可能出现的各种情况及其对绩效结果的影响；对于存在制度漏洞予以弥补，以免产生不良的影响。例如，某一新产品刚投放市场时，由于目标基数小、对市场的判断不准确等原因，就有可能出现实际销售额是目标销售额的数十倍甚至上百倍的情况；那么，我们就应该通过事先设置一些限定或调节指标，来降低由于目标设置不合理所引起的绩效考核不公平。

### 营销绩效方案篇五

为了实现公司产品销售目标，最大化拓展市场销售空间，公司对销售人员实行以下绩效考核办法：

#### 一、销售部设：

经理一名，销售人员定岗四名，销售部内勤一名：

#### 二、职能分工：

销售部经理主要负责实施公司产品销售年度计划和本部门销售员工的销售市场拓展、定位、任务量化、售后等考核和销售员培训工作，展会组织安排，并定时向总经理汇报企业销售业绩情况。

#### 三、销售人员绩效挂钩：

1、公司实行区域逐步拓展的市场营销模式，通过市场细分找准切入点，以培植和建立代理商为基础的销售网络，规范代理商网络，最终实现高效地电子商务平台。

2、销售人员按区域同代理商捆绑，实现以效益为中心的企业宗旨，具体业绩考评如下：



a□完成基本销售目标3万元/月，落实签约代理商或经销商3家，每月可领取基本底薪600元，差费按公司财务报销标准执行，报销旅差费及通讯费600元；未完成此任务者，按销售目标折算发放。

b□超额业绩按公司产品销售价2%计发绩效工资及奖金，合同高出公司价格部分，公司扣除税金后，50%奖励销售员，不再报销旅差费及其它费用。

c□重大商业合同和商业谈判需公司出面时，成交额可比照上条情况，不再奖励高出价格部分，扣除费用后执行。销售人员绩效考核表d□销售人员必须做好市场的开发、考查、资源利用和维护工作，销售代理商网络原始资料，必须交由公司销售部备档。

e□公司财务严格实行不欠帐销售制度，每笔销售合同必须全款回收，财务监督，归档管理，落实到人，确有实际情况需由公司总经理签字同意后方可酌情执行。

f□合同回全款必须作为销售人员第一责任考核，销售部除内勤统计管理外，每人必须和绩效工资奖励办法挂钩。

g□属公司经理安排的考查和其它任务时，旅差费用按公司财务报销制度执行。销售年终奖，按完成年任务40万以上奖励1%，40万以下奖励0.5%，公司根据每年个人对公司的贡献及综合表现进行评定。

四、销售人员必须同公司管理部门保持紧密联系，每星期必须要有工作汇报和业绩书面报告备案。

五、销售人员给公司反馈的各项信息必须真实可靠，不得有虚假，以备公司联络。

六、对公司销售任务和市场开发有突出贡献和优异成绩者，

经公司董事会研究将给予重奖和晋升。

七、销售人员必须按照公司各项规章制度严格要求自己，做好企业形象的代表，不得兼职，不得从代理商处谋取个人私利，不得有违法乱纪行为，不得侵害公司利益。对于销售人员跳槽、泄漏公司商业机密或有伤害公司利益的行为，公司将依照员工管理制度追究个人经济责任，直至开除。

八、此制度作为公司销售人员暂行考核制度，在实施过程中根据发展情况可作修订完善。