

销售团队奖励方案(精选5篇)

方案是指为解决问题或实现目标而制定的一系列步骤和措施。方案书写有哪些要求呢？我们怎样才能写好一篇方案呢？以下是我给大家收集整理方案策划范文，供大家参考借鉴，希望可以帮助到有需要的朋友。

销售团队奖励方案篇一

销售绩效方案如同企业的其它管理制度一样，没有统一的标准，也没有绝对的“好”与“坏”。绩效方案优劣的判断标准，应看其是否适合于特定企业发展的需要。由于企业所处的行业、发展阶段、营销策略、市场目标等不同，销售绩效方案的设计也应有所不同。本文将简要地谈一下销售绩效方案设计所需考虑的一些因素，可供参考。

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。

销售团队奖励方案篇二

【摘要】近年来随着经济的飞速发展，各种知识、技术不断更新换代，许多行业的竞争日趋激烈，社会需求向着多样化趋势发展，人们在工作中面临着更加复杂的环境。这种情况需要人们组成团队，并要求团队成员之间积极协作，建立合作团队来解决错综复杂的问题，并进行必要的行动协调，开发团队应变能力和持续的创新能力，依靠团队合作的力量创造奇迹。

【关键词】 人力资源计划 团队建设 员工需求 团队激励 领导力

对于任何一个项目，人是最重要的因素，所有的活动都离不开“人”。能否管好“人”，对项目的成败有着至关重要的作

用。据统计，全世界所有项目的成功率为25%，项目失败的重要原因就是人的原因。一个项目的成功与否在很大程度上取决于良好的项目团队管理。项目团队管理的作用就是为了有效发挥所有项目参与人员作用的过程。

本文将着重讨论项目团队管理相关的问题。其一，一般项目团队管理的包括的内容。其二，如何激励项目团队并提高项目绩效。

一、一般团队管理的包括的内容

项目团队管理的一般包括：制定人力资源计划、组建项目团队、建设项目团队和管理项目团队。

(一) 制定人力资源计划

人力资源计划编制，是决定项目参与者角色、职责和汇报关系的过程，根据项目具体的时间计划及活动资源需求，通过组织机构图与职位描述等工具制定出的。人力资源计划一般包括较完善的项目组织架构图、各职位的职责记录、人力资源招聘与配置、薪酬管理、绩效考核以及带有人员招募和遣散时间表的人员配备管理计划，它可能还包含培训需求、团队建设策略、认可与奖励计划、合规性考虑、安全问题以及人员配备管理计划对组织的影响。

通过编制人力资源计划，能够识别出拥有项目所需技能的人力资源，调动员工的积极性。有助于组织控制人工成本，是项目管理的重要依据。注意在人力资源计划中，力求角色和职责的清晰，避免在项目实话过程中的职责不清和相互推诿。

(二) 组建项目团队

项目团队是企业为了完成特定的产品或服务而组成的功能团队。项目团队是一个由少数能力互补的人员组成的小组，所

有成员被委托以共同的目的、行为目标和工作方法，并互相负责。它能够大大提高产品生命周期的各阶段人员之间的相互信息交流，促进协同工作。

组建项目团队就是一个获取项目成员资源的过程。可以采取的策略是各种途径并用，不同人员采用不同方式获取。例如，核心人员是预先分配的。需求数量大的根据资源计划需要向结算部门申请，结合每个人员的背景分配到项目的组织结构图中。无法满足的通过人事招聘来不及的可通过其他途径解决，如软件外包临时聘用，以满足项目需要。

(三) 项目团队建设

项目团队组建完成之后，为了提高项目组成成员的能力，增强项目组整体的凝聚力和战斗力，并最终按时保质地完成项目目标，在项目的不同阶段采用不同的团队建设方法来保持项目组的热情。

例如，在项目团队建设的初期，由于团队成员均是初次参与到同一个项目中来，各自分别拥有不同的工作背景、组织环境甚至不同的公司文化背景，具有截然不同的个性，很难在短时间内形成具有凝聚力的团队，并共同努力完成大家都没有做过的工作。因此，项目经理首先要进行的就是培训，目的是把松散的一群人组织起来一起工作。培训形式多种多样，如项目启动大会、专题讲座、项目互动讨论等。通过培训团队成员相互结识，了解项目背景、项目目标、项目的交付成果等，最终实现上级与下级间的承诺并达成共识。

为了保证大家的沟通效率，且方便与客户方进行沟通和讨论，项目组成员最好集中办公。为了让大家尽快进入状态，可以安排较多的技术培训和小组讨论会，这对快速解决问题和知识共享非常有用。

如果项目进度控制有压力，长期强制项目组成员加班，不仅

会大量增加成本，而且容易引起项目成员的抵触情绪，工作效率也会比较低。因此，可以在可支配范围内给项目组承诺，只要按时或提前完成相应里程碑任务的小组，可获得一定的物资奖励。因此，各小组在遇到进度落后的情况下，都自行安排加班，小组内成员也互帮互助和鼓励。

团队建设是一项贯穿项目始终的工作，是项目经理最重要的工作之一。项目团队随着项目生命周期是动态变化的，遵循五阶段规律：形成阶段、震荡阶段、规范阶段、执行阶段和解体阶段。项目经理要通过团队建设，运用多种管理方法和技术激励、维护自己的团队以最好的状态走过每一个阶段。

(四)管理项目团队

管理项目团队主要就是注意团队的行为、提供反馈、管理冲突、解决问题并管理变更，以优化团队成员的绩效。对于团队成员的行为，一定要多注意观察和多交谈，一旦发现情绪不对，要及时进行一些非正式的谈话，了解背后真实的原因，以便提供疏导和帮助。对于成员之间的冲突，更是要及时进行妥善处理，避免影响到更大范围，对项目组造成不可控制的风险。处理冲突时，最重要的原则就是对事不对人。

二、如何激励项目团队并提高项目绩效

(一)发掘员工需求，设定共同的目标

在团队建设管理中，不同角色的成员的目标是不一致的。团队中不同角色由于地位和看问题的角度不同，对工作的目标和期望值，也会有很大的区别。对于项目经理，负责项目的整体业务，需要按照承诺，保质保量地按时完成项目要求的产品或报务。而对于项目成员来讲，应该高质量完成任务，如果能学到新知识新技能就更好了。那么，员工需要什么？在调查中发现，下面所列是员工认为的最重要的五件事情：

有学习的机会和选择任务的权利。员工看中能够从中获得某些技能的学习机会，以此来提高自身的市场价值。他们渴望有选择任务的能力。

更多的自主权及权力。更大的自主性说明，组织信任员工独立开展工作，而不需要经过别人的同意。灵活的工作时间。员工看中他们的工作时间和个人时间。灵活的工作时间可以让他们平衡个人责任及工作责任的冲突。

个人赞扬。员工需要自己的工作成果被予以肯定，他们的工作是有价值的。

与管理人员接触。管理人员与员工们在一起，意味着对员工的认可。通过聆听员工的心声，回答他们的问题，提供建议，可以为他们提供支持。

因此，项目经理应善于捕捉成员间不同的心态，理解他们的需求，帮助他们树立共同的奋斗目标。共同且远大的目标可以令团队成员振奋，与项目的目标相契合，充分发挥个人的潜能，创造出非凡的成果，从而在学习中学会工作的意义，追求心理的成长与自我实现。

(二)有效的绩效考核制度，针对性的激励政策

1. 建立公平的绩效考核制度

绩效考核是一种激励和检验。它既可以检验团队成员的工作成果，也是检验团队绩效的重要工具。在绩效考核过程中，要坚持公平公正的原则；做到把年度考核和日常考核结合起来；根据考核结果，对员工进行奖励和处罚。考核评估的结果要及时向员工进行反馈，帮助他们寻找自身不足和团队目标的差距，从而激发员工不断改进工作品质，提高服务质量，达到团结进步的目的。

摩托罗拉公司将绩效管理上升到战略管理的层面，并给予高度重视。他们把绩效管理下的定义是：绩效管理是一个不断进行的沟通过程，在这个过程中员工和管理者以合作伙伴的形式就下列问题达成一致：(1) 员工应该完成的工作；(2) 员工所做的工作如何为组织的目标实现做贡献；(3) 用具体的内容描述怎样才算把工作做好；(4) 员工和管理者怎样才能共同努力帮助员工改进绩效；(5) 如何衡量绩效；(6) 确定影响绩效的障碍并将其克服。从这个定义里可以看出，绩效管理在摩托罗拉的地位。绩效管理关注的是员工绩效的提高，而员工绩效的提高又是为组织目标的实现服务的，这就将员工和企业的发展绑在了一起，同时也将绩效管理的地位提升到了战略性的层面，战略性地看待绩效管理，战略性地制定绩效管理的策略并执行策略。

另外，还特别强调了员工和管理者是合作伙伴的关系，这种改变是深层次的观念创新，给了员工更大的自主和民主，员工和管理者的关系将更加和谐，之间将会有更多的互助、互补提高、共同进步，这也是绩效管理致力要做到的工作和完成的任务。同时，也强调了具体的可操作性。工作内容的描述要具体，衡量的标准要具体，影响绩效的障碍要具体，只有具体的东西都有可操作性。并且，进一步强调绩效管理是一个系统，用系统的观点看待绩效管理，将绩效管理置于系统之中，使其各个组成部分互相作用，并以各自独立的方式一直工作去完成既定的目标。

2. 有针对性的激励政策

激励是现代管理的主要职能，有助于激发和调动员工的工作积极性；有助于将员工的个人目标导向项目目标的轨道；有助于增强项目的凝聚力，促进项目成员协调统一。

项目经理作为项目的“灵魂人物”，要充分了解团队成员的内心需求，从而采取有效的激励措施。建立具有针对性的激励政策，可以开发员工的潜在能力，促进在职员工充分的发

挥其才能和智慧。需要兼顾企业和员工的利益，考虑到大多数人的利益，广泛听取基层员工意见，制定出合理的分配制度。

(三)有效的领导

所谓领导力是把个人的愿景提升到更高的高度，把个人的绩效提升到更高的水平。也就是说，领导是最大限度地使他人发挥潜能，完成共同的目标，以创造最好的绩效。从更宽泛意义上讲，领导力不仅指领导者的领导能力，也包括员工的领导力。无论是领导的领导力还是员工个人的领导力都要求在“能否做正确的事情”方面发挥作用以提高绩效。

团队需要决策的问题有很多：如何安排工作日程，需要开发什么技能，如何解决冲突，如何做出和调整决策。在决定各成员在具体任务内容并使工作任务适于成员个体的技能水平方面，都需要团队领导和团队结构发挥作用。这些事情可以由管理层直接来做，也可由团队成员自己来做。有证据表明，自我管理的工作团队常常比正式指派领导者的团队完成工作的效果更好。当领导干涉自我管理团队的工作时，会阻碍他们的工作绩效水平。因此，建立自我管理的团队，发挥个人的主观能动性，创造更好的绩效。

三、结语

有效的团队建设与管理，需要根据项目情况制定详尽的人力资源计划，通过了解团队成员的需求，制定出科学、有效、公平的绩效考核制度和激励政策，通过有效的领导，在项目实施过程中创造高效的业绩。通过项目人力资源管理，有效地减少项目的风险，使项目可以按期、高质量的交付，同时也提高的客户满意度。拥有好的项目团队建设与管理，公司取得快速发展的同时员工也取得同步的发展。好的项目团队建设与管理，公司取得成绩也是必然的结果。

参考文献

[1] 王利平. 管理学原理[m].3版. 北京: 中国人民大学出版社, 2009.

[2] _p.罗宾斯 蒂莫西.a.贾奇. 组织行为学[m].12版. 李原, 孙健敏, 译. 北京: 中国人民大学出版社, 2008.

[3] 唐k.战略劳动关系管理[m].上海: 复旦大学出版社, 2011.

[4] (美)项目管理协会. 项目管理知识体系指南[m].4版. 王勇, 张斌译. 北京: 电子工业出版社, 2009.

销售团队奖励方案篇三

为了确保部门完成20-年8亿销售收入目标, 充分调动团队所有人员的工作积极性, 特制定此激励政策。

本方案适应于公司部门所有人员。

1. 生产部、物流部、综合保综部年终奖金与201x年销量挂钩;2. 技术部年终奖金与新项目产值目标5000万和20-年销量挂钩, 新项目奖励按项目奖励制度执行, 不纳入此范畴。

3. 市场部设季度奖和年终奖金, 季度奖按(方案一)中的季度销售收入目标和毛利率达成情况进行核算和发放, 年终奖按全年达成销售收入目标和毛利率达成情况进行核算和发放。

1. 保利润激励措施

20-年改性材料外销平均毛利率为约, 20-年部门平均毛利率目标为, 建议按销售产品牌号毛利率的不同进行奖励。

2. 市场部与技术部保销量激励措施

销售费用结余奖励

20-年1-11月总销售费用351万元，占销售收入比例的，加上12月份销售费用全年预计400万元，20-年把销售费用占销售收入的比例提高，由部门通过精细化管理和费用控制，将节省销售费用部分金额用于对业务、技术、管理等人员的激励。

销售与技术人员实行提成制

以毛利率为做为基数，毛利率低于的按10元/吨提成，毛利率高于的按20元/吨提成。在接订单时财物考核价格为准，按月执行，按季度兑现。

其它人员按方案一中第三点进行激励。

销售团队奖励方案篇四

无论怎样，任何组织模式都需要以领导核心。领导与被领导之间的区别是领导可以创造一个良好的工作环境，带领大家走向成功。在营销团队的领导核心选择上要求更严格，因为团队核心的工作和领导风格将决定团队建设方向。另外，在营销团队的管理中，很多是体现合作协调的管理，而不是行政管理。所以营销团队领导人需要良好的协调管理能力、业务能力、团队建设意识。在实际工作中，有很多业绩突出的业务经理，每天不停地忙碌，业绩可能上来了，但其手下对工作不知如何开展，甚至把完成销售报表当作主要工作，这样团队的力量就没得到发挥。当该领导调动时，团队里很难找到合适的顶替者。另外有一种情况，区域经理每天忙于各种总部的报表和会议，很少参与业务工作，对下属的工作也没有很好的指导和监督，团队的建设没有得到执行。究竟营销团队核心该如何进行团队建设呢？我认为可以从如下3个

方面入手：

1、树立核心形象与威信

很明显，公司任命的区域市场负责人就是团队的领导核心。任命的依据是这个人的历史业绩，也可以理解为他的业务能力。有了业绩和能力，下一步就是把业绩与能力升华为威信。把你的工作经验传授给你的手下，尤其时那些业务新手。假如你的手下把你当作教练，他没有理由不尊重和接受你的指导。销售工作客户对业务员的抱怨是常常遇到的，这可能是工作做得不到位，或者是客户无理取闹。这时是你树立威信的好时机，去承担你手下可以原谅的失误和客户的抱怨。可在实际工作中，就有很多区域负责人在接到客户的抱怨时，不加思考地顺着客户的抱怨来责怪自己的手下。这是非常失误的。在工作中承担更多的责任，有利于你树立威信。

2、创造一个良好的沟通环境

对于沟通的力量，是不容置疑的。有意见、有矛盾，不说出来会积怨；出现问题相互推诿，可能出现更大的问题，这些都是沟通不够的表现。我一直都相信解决问题的办法肯定存在，假如大家有充分的沟通合作。为什么会沟通障碍呢？我认为有如下几个方面的原因[a]领导核心官僚化，做事武断，认为自己总是对的。这种情况一般出现在业务能力比较强的领导核心身上。具体表现是团队成员对领导人的称呼上，假如只有5个人的团队，成员对领导的称呼是什么“经理”、“主任”之类的。我敢肯定这个团队的沟通不是很顺畅，称“领导”、“老大”次之，最好就是互相称姓名。我这里有一个大家都熟悉的例子，“联想”公司老总杨元庆，为了更好地与“联想”的员工沟通，要求每一个员工不要称呼他老总，统一叫他的名字“元庆”。可想而知“联想”的沟通会怎样顺畅。当然，我并不是要求每一个团队都必须这样，可以根据你公司的企业文化和工作方式来决定这称呼[b]建立沟通平台，一般销售工作有很多的例会，可以通过这种会议来进行很好

的沟通。本人建议在销售会议中不仅仅是寻找市场出现的问题，还要多一些表扬与肯定的声音。另外，还可以每月约定时间来单独交流。听听团队成员的想法，多一些集体活动，很多外企在这方面做得很好。一方面可以加强员工的归属感，另一方面可以加深相互间的了解。这也是团队文化建设的一个重要内容。

3、合理分工各尽其才

在营销行业里流行着这么一句话；只有优秀的团队，没有优秀的个人。而我的理解是：优秀的团队里，每个一人都优秀。经过20多年的市场经济，很多行业都进入了相对的品牌消费时代，也就是说营销工作主要是在终端市场的精耕细作——勤。在大的营销规划方面都有公司总部营销高层的工作指引。这也是营销由“营销英雄”时代进入“制度模式”时代的标志。在这种情况下，团队领导的日常工作就是对区域市场的销售任务进行规划、指导、监督。但要发挥团队每一个成员的潜力体现到团队合作的高度，是一件不容易的事情。一般来说，区域细分操作、分品类是目前比较流行的两种分工模式。但这不能发挥个人的特点，最好的方式就是“纵横分工”，即是在区域细分、分品类的基础上，根据个人的业务特长而进行跨区域、跨品类合作。比如现场促销活动、客户人员培训、销售数据整理等。这就需要团队领导了解队员的特长，协调好队员的工作，以充分各自的才能。

二、制度建设与执行

无规矩不成方圆，制度的建设可以规范团队的工作开展，以形成一个共同的工作目标。制度的制定需要团队的共同讨论，而不是团队领导自己决定。它的内容包括：日常考勤制度、会议制度、各种台帐制度和激励制度。而且是可以执行的。我了解到有这么一个营销中心，它的日常工作要求每天(冬季)早上8：30准时到办公室，制定的依据是公司总部要求早上7：00起床，7：30晨读。我认为这是很难执行的，也是没

有必要的。要知道营销工作是介于体力劳动和智力劳动之间的工作。不要说遇到出差的情况，就是前一晚的业务应酬，就不能保证这个工作时间。可想而知这个制度的执行结果是什么。在这里我并不是说早上8：30上班是一个错误，而是说明制度的可执行性。

在这里我阐述一下各种制度的目的和内容：1、考勤制度，目的是为了保证工作时间。内容包括办公室考勤与出差考勤。2、会议制度，目的是讨论解决工作中的问题和提供学习的平台。内容是周例会、月例会、公司例会。3、台帐制度，目的是对工作的监督与跟踪。内容是工作计划、工作日记和其他与销售工作相关的台帐。4、激励制度，目的是保持团队的工作热情。内容有正负激励之分，正激励一般有：公司高层的表扬与肯定；经济奖励；提升奖励以及公费旅游等。

三、团队文化建设

俗话说：态度决定人生的成功高度，而团队文化就像这人生的“态度”，它决定团队效力是否1+12。团队文化是对公司的企业文化和发展战略认同的前提下，形成一种积极、易沟通、学习的精神状态。团队文化的外在表现是团队有共同的工作目标、集体活动开展情况以及学习制度的执行情况。共同的工作目标是指团队全体成员愿意把自己的才能奉献给团队，以争取取得良好的业绩。而集体活动的开展可能让许多的销售经理忘记了，这是可以理解的，总部给你高薪是有高要求的。但这集体活动是团队文化建设的重要内容，我们不可偏废。其实这集体活动的开展并不是很难，在每次例会后举行一场足球赛、篮球赛并不是过分的要求。或者一次ok□一次晨跑也是好的。但很多的团队领导宁愿跟商家喝到胃出血都不会组织一次集体活动。学习也是团队文化建设的重要内容，共同学习，共同进步。学习公司的销售政策、学习新品知识、学习彼此优势等。只有学习型的团队才能取得好的业绩。，因为学习的态度反映团队的精神面貌，是团队工作技能的保证，是沟通的需要。

四、个人与团队共同进步

不想做将军的士兵不是好士兵。做销售的人都是生意人，不可否认加薪或者升职是工作的动力之一。一个优秀的团队，应给队员提供个人的发展平台。合理的人员流动，是非常必要的。从另一个方面看，业务工作有强烈的态度需求，在一个地方工作久了，换一个工作区域未尝不是一个让激情再次燃烧的方法。假如，在你的团队有优秀的人才，团队就应给他激励的考核。在这个时候，团队的领导就应该向公司推荐人才，并给予培训指导。一个优秀的团队应是个人与团队共同进步，个人在团队工作中，应把自己的职业规划跟团队业绩相结合。

综上所述，营销团队的建设需要一个既有业务能力，又有团队建设意识的领导。团队负责人的工作风格将决定团队的发展。在这里，我主要强调的是团队的工作沟通水平和团队文化的建设。无论从事什么工作，工作中的乐趣是最重要的，它可以让人最大可能地发挥潜能，这是公司与个人双赢的结果。

团队建设方案的注重点就是个人与团队共同进步，团队文化建设，制度建设与执行，树立核心形象与威信等等，这些都是团队建设方案的中心思想，也是团队建设方案必备的武器之一。

[销售团队建设方案]

销售团队奖励方案篇五

第一条为规范社区卫生服务机构管理，完善服务功能，充分调动工作人员积极性，提高服务质量和工作效率，体现社区卫生服务公益性质，切实使群众受益，依据《xxx关于印发医药卫生体制改革近期重点实施方案（20xx—20xx年）》和《xxx关于卫生事业单位实施绩效考核的指导意见》，制定本

办法。

第二条社区卫生服务机构绩效考核是指卫生行政部门依据绩效考核指标体系，运用科学适宜的方法，对社区卫生服务机构的运行管理、功能实现、服务模式和服务效果等进行客观、公正的综合评价。

第三条本办法考核对象为卫生行政部门登记注册的社区卫生服务中心和社区卫生服务站。实行一体化管理的社区卫生服务中心和社区卫生服务站作为整体接受考核。

第四条考核原则：

（一）科学、规范、有序。科学制订社区卫生服务机构绩效考核内容及标准，规范绩效考核工作流程与方法，有序开展考核工作。

（二）公平、公正、公开。不同举办主体的社区卫生服务机构平等参与考核。统一考核内容、标准与方法，公开考核结果，接受社会监督。

（三）简便、适宜、高效。简化考核程序，将日常考核与年终考核相结合，采用适宜方法，提高工作效率。

（四）激励、促进、有效。发挥考核作用，奖励先进、改进不足，调动工作人员积极性，促进机构持续、健康发展，保证群众受益。

第五条地方各级卫生行政部门要加强对社区卫生工作领导，积极协调相关政府部门，完善和落实社区卫生服务相关政策，加强对社区卫生服务机构的监督管理，保障社区卫生服务机构正常运转，为绩效考核提供条件。

第六条考核内容：

（一）机构管理，包括机构环境、人力资源管理、财务资产管理、药品管理、文化建设、信息管理和服务模式等。

（二）公共卫生服务，包括居民健康档案管理、健康教育、预防接种，妇女、儿童和老年人健康管理，高血压、2型糖尿病和重性精神疾病患者管理，传染病和突发公共卫生事件报告和处置、卫生监督协管，计划生育技术指导等。

（三）基本医疗服务，包括医疗工作效率、医疗质量、合理用药、医疗费用、康复服务等。

（四）中医药服务，包括中医治未病、中医医疗服务。

（五）满意度，包括服务对象和卫生技术人员满意度。

第七条考核指标体系：

（一）遵循科学性、重要性和可获得性原则制订绩效考核指标体系。

（二）考核指标分为一级指标、二级指标和三级指标，明确考核指标内容、权重、标准以及评分办法。

（三）地方卫生行政部门可对指标体系进行适当调整，并根据当地实际情况确定指标标准及评分办法。

（四）社区卫生服务站的考核指标体系由地方卫生行政部门根据当地实际情况进行调整。

第八条考核方式方法：

采取日常考核与年终考核相结合、定性考核与定量考核相结合、内部考核与外部考核相结合、综合考核与专业考核相结合方式，通过现场查看、资料查阅、现场访谈与问卷调查等方法进行考核。

第九条考核主体：

（一）区（市、县）级卫生行政部门会同有关部门组织本辖区所有社区卫生服务机构的绩效考核。

（二）设区的市级卫生行政部门对区（市、县）考核结果抽取一定比例进行复核或组织统一考核。

（三）xxx和国家中医药管理局、省级卫生行政部门和中医药管理部门对社区卫生服务机构绩效考核工作进行督导检查。

第十条考核组织：

（一）设区的市、区（市、县）级卫生行政部门应当成立社区卫生服务机构绩效考核领导小组，负责绩效考核工作的领导与组织协调。

（二）成立绩效考核工作组，成员可由政府相关部门、医疗卫生机构、专业公共卫生机构、行业组织及社区居民代表等组成。

（三）鼓励有条件的地区委托第三方开展社区卫生服务机构绩效考核。

（四）原则上考核周期为一年。

第十一条考核程序：

（一）组织准备。确定考核实施机构和考核人员，明确考核程序和工作安排。如委托第三方实施考核，应当签订相关协议。

（二）具体实施。制订考核方案，考核工作组根据方案对社区卫生服务机构进行考核，并将考核结果上报绩效考核领导

小组。

（三）公示公布。绩效考核领导小组将考核结果以适当形式公示公布。

（四）沟通反馈。领导小组对被考核机构取得的成绩和存在的问题进行反馈，提出改进建议。

第十二条考核工作要求：

（一）卫生行政部门要保证绩效考核工作经费，用于绩效考核组织与实施。

（二）建立绩效考核制度。制订本地社区卫生服务机构绩效考核办法，明确考核主体、考核内容和标准、考核程序和方法以及考核结果应用，完善绩效考核结果反馈机制。

（三）建立绩效考核责任制，明确考核相关人员职责和纪律要求，考核过程中尽可能不影响被考核机构业务的正常开展。

（四）被考核机构确保提供信息真实、准确，积极配合绩效考核工作。

第十三条绩效考核结果分为优秀、合格、不合格三个等次，各地根据实际情况自行确定各个等级的绩效分值。考核结果作为社区卫生服务机构资金拨付和负责人聘任的重要依据。对考核成绩优秀的社区卫生服务机构予以表彰或奖励；对考核成绩不合格的要求限期整改，整改后仍不合格的给予警告直至取消机构资格。

第十四条社区卫生服务机构应当结合本办法建立和完善内部绩效考核制度，根据不同岗位职责和要求对工作人员实施分类考核，将考核结果作为工作人员绩效工资及人员聘用的重要依据。

第十五条根据考核结果，总结推广先进经验，整改存在问题，调整考核指标体系，完善和规范日常管理，提高机构服务质量和效率。

第十六条本办法由xxx负责解释。

第十七条地方各级卫生行政部门根据本办法制订本地区社区卫生服务机构绩效考核具体实施方案。

第十八条本办法自发布之日起30日起施行。