

# 2023年工程部考核方案表完整版(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。方案能够帮助到我们很多，所以方案到底该怎么写才好呢？下面是小编精心整理的方案策划范文，欢迎阅读与收藏。

## 工程部考核方案表完整版篇一

（一）公平性原则。大客户经理薪酬标准的制订应以大客户经理岗位所创造的企业价值为依据，结合凉山邮政的实际情况给予与其他岗位工资水平相当的待遇，体现薪酬水平的公平性。

（二）激励性原则。大客户经理工程公司薪酬管理制度的制订应与其工作业绩和营销业绩紧密结合，充分发挥薪酬的激励作用。

（三）竞争性原则。大客户经理工程公司薪酬管理制度的制订应参考市场上竞争性行业同类或相近岗位的工程公司薪酬管理制度或标准，按照“多劳多得，多贡献多得”的原则，做到具有竞争性，更好地激发客户经理的工作主动性和创造性。

从本质上说，大客户中心是一个以市场为中心的部门，是凉山邮政参与市场竞争的先头部队，其工程公司薪酬管理制度应该与市场上竞争性行业同类或相近岗位的工程公司薪酬管理制度相符合。为此，凉山邮政目前采用的“保底工资绩效工资”的工程公司薪酬管理制度已不再适宜大客户经理岗位职责的客观要求，借鉴社会上竞争性行业大客户经理工程公司薪酬管理制度的经验，结合凉山邮政实际情况，大客户经

理的薪酬可以采用“业绩工资营销奖励外勤津贴”的方式发放。

**业绩工资：**大客户经理的工作职责一般包括：基础工作（大客户资料、市场信息的收集）、大客户服务和维护、信息反馈（根据掌握的市场信息向企业提供适合邮政开发的业务项目）、大客户营销四部分。我们可以将大客户经理这四部分工作列为四项指标，根据指标工作质量的好坏核发业绩工资，业绩工资基数为800元/月。

**营销奖励：**为更好的发挥薪酬对大客户经理的激励作用，充分激发大客户经理业务揽收的积极性，州局可以按照大客户经理揽收业务种类和收入对企业贡献的大小，以一定的业务收入比例，给予核发一次性营销奖励（如某一位客户经理一次性揽收特快10000元，按收入的5%给予奖励，应核发一次性营销奖励500元）。对于大客户经理揽收到的对企业有突出贡献的长期合作项目（如帐单、邮资门票），除给予第一笔业务收入一定比例的营销奖励外，还可根据贡献大小，再予核发金额不定的突出贡献奖。

**外勤津贴：**考虑到大客户经理的外勤工作性质，各局可根据本局实际情况和当地的消费水平，制订具体的大客户经理交通费、通信费的津贴标准和发放办法。州局可按150元/月核定。

大客户经理“业绩工资营销奖励外勤津贴”薪酬结构中的外勤津贴部分是根据大客户经理的外勤工作性质而发放的固定补助，一般不予考核，可考核的薪酬实际上只有业绩工资与营销奖励两部分。

**业绩工资的考核：**既然大客户经理的工作职责包括基础工作、大客户服务和维护、信息反馈、业务揽收四项指标，我们就可以按总分100分的原则给每一项指标设定一个分值，由相关部门按照每个工作指标完成质量的好坏给予评分，根据大客

户经理得分多少核发业绩工资。

## 1、指标设置及分值

(1) 基础工作：20分

(2) 大客户服务和维护：30分

(3) 信息反馈：20分

(4) 大客户营销：30分

## 2、评分原则及评分标准

### 基础工作

原则：根据大客户档案建设的质量及市场信息收集的多少评分。

标准：差：0—8分；一般：8—15分；较好：15—18分；好：18—20分

### 大客户服务和维护

原则：根据大客户回访次数及大客户满意度评分。

### 信息反馈：

原则：根据大客户经理汇报的邮政可开发业务项目的数量和质量评分。

标准：差：0—8分；一般：8—15分；较好：15—18分；好：18—20分

### 大客户营销：

原则：根据大客户经理所服务的大客户用邮量的增减情况评分。

### 3、考核办法

将四项工作指标的得分加总后除以100，乘以业绩工资基数800元/月，就是大客户经理当月实得的业绩工资。

如：假设相关部门某月给某大客户经理评分为：基础工作：15分；大客户服务和维护：30分；信息反馈：15分；大客户营销：30分，则该大客户经理当月业绩工资为  
$$\frac{15+30+15+30}{100} \times 800 = 720 \text{元}$$

营销奖励的考核：营销奖励是按大客户经理揽收的每一笔业务收入的一定比例给予核发，对营销奖励的考核主要集中在业务揽收成功后的售后服务上。考核的原则为大客户经理揽收的业务，凡出现客户向邮政局反映对邮政信誉和服务工作不满意的情况，视情况对邮政企业的影响及大客户经理的责任大小，以不定比例扣减营销奖励，最大可扣减为零。

## 工程部考核方案表完整版篇二

营销人员是公司获取利润的直接工作者，如何稳定优秀的营销人员，建立一套合理有效的工程公司薪酬管理制度是非常重要的。本文旨在探究若干既能不断激励员工创造工作业绩，又能满足员工工作成就感的工程公司薪酬管理制度方案，以便使企业能够选择适合自己的制度，从而更好地适应市场变化。

1、营销工作的特性：岗位进入壁垒，就是非本人岗人员转换到本岗位并从事本岗工作的难易程度。和财务人员、研发人员、生产人员、技术人员等岗位相比，营销工作的平均岗位进入壁垒较低，就有可能转到销售岗位上，所以说销售岗位的岗位进入壁垒低。

2、从事市场营销工作的人员特点：营销人员工作时间自由，单独行动多，工作绩效可以用具体成果显示出来，但是不够稳定；营销人员独立开展销售工作，很难受到管理人员的全面监督，其工作绩效在很大程度上取决于愿意怎样付出劳动和钻研销售；营销人员对工作的安定性需求不在，经常想通过跳棋来改变自己的工作环境或寻找最适合自己的工作以规划自己的未来职业生涯。

合理而有效的工程公司薪酬管理制度可以将员工的利益和企业的目标和发展紧密有机地结合起来，在制定工程公司薪酬管理制度时，应该遵循以下几个原则。

**公平原则。**企业员工对于薪酬待遇的公平感，即对薪酬待遇是否公正的判断和认识，是企业在制定工程公司薪酬管理制度的，首先要考虑的因素。公平的薪酬包括三个涵义：外部公平、内部公平、个体公平。

**激励原则。**每个人的能力各不相同，企业在制定工程公司薪酬管理制度时，应该根据劳动的复杂程度、技能要求、繁重程度、以及劳动条件等因素，使企业内部员工之间的薪酬待遇适当拉开差距，从而能够充分调动员工积极性，达到有效激励的效果。

**战略原则。**薪酬战略是企业薪酬管理的重要内容。在制定薪酬战略的时候，应该在企业基本经营战略、发展战略、和文化战略的指导下，几种反映各项战略要求，使得企业的薪酬激励在有效地迎合企业的宏观战略需要。

另外，在设计工程公司薪酬管理制度时，有时也要遵循合法原则、竞争原则、平衡性原则、参与性原则等。

营销人员的薪酬是企业对员工为企业所做的贡献，包括他们实现的绩效、付出的努力、时间、学识、技能、经验与创造支付的相应的回报和答谢。不同行业领域、处于不同发展阶

段的企业等对市场营销人员会采取不同的薪酬方案。

1、纯佣金制：这是一种高弹性模式的薪酬方案。在本方案中，营销人员的收入完全由销售结果决定，通常是以销售额、回款额或销售利润来衡量。这种方案通常用在那些难度较高、市场广阔而很难界定营销范围的销售行业，如直销公司、人寿保险、汽车公司、房地产公司等销售队伍中，在这种方案下无效率的销售人员最终会主动提出辞职因为他们的全部工资来自于销售佣金。

薪酬计算方法：薪酬=销售额/销售利润 $\times$ % $\square$ 其中 $x$ 根据产品的价格、销售量、推销的难易程度确定 $\square$  $x$ 可以固定的，也可以变化的，如提成百分比随着销售额的增加逐渐直线增加或分段增加。

这是一种高稳定模式的薪酬方案。营销人员报酬的主要形式是薪资，偶尔也可能获得红利、销售竞赛奖之类的奖励。营销人员接受固定的薪酬，不随着销售额、市场份额以及其它销售指标的变动而变动。这种方案适合于其营销人员的销售业绩与员工的个人发挥并无直接关系或不能用量化指标显示的企业，如公司的主要目标是从事开发性工作（包括寻找新顾客），而且计划实施很好：或者销售人员主要从事事务性工作；或者参与国家与当地的贸易展销活动等等。最常用的是在销售技术类产品的行业。

薪酬计算方法：薪酬=基本工资+各种津贴+福利+ $x$  $\square$ 其中 $x$ 是偶尔的资金或红利等)

3、生活费加佣金制：生活费加佣金制，即提前给营销人员提取一部分生活费，生活费有两种形式，一种是公司先借给销售人员，等赚了销售款之后再偿还；另外一种是不偿还的，但是双方要约定一定的期限，比如说一年之后，如果营销人员还不能达到一定的销售额，则取消合同。

4、提成分摊制：由于营销人员在不同营销季节中的业绩常常会因季节变动而起伏，从而造成收入波动，这就可能造成营销人员的跳槽或者营销旺季时的过分竞争。因此，许多企业采取了提成分摊的方法来支付营销人员报酬。也即使，将营销人员开始几个月的提成分摊到以后几个月支付，以保证营销人员的薪酬稳定。

结语：对于一个特定的企业而言，它究竟选择哪种薪酬支付方案取决于多方面的因素，企业不仅要考虑譬如自身所处的行业、公司产品的生命周期、销售的季节性、组织以往的做法等因素，还要根据营销人员的能力与职位特点设计与其相匹配的薪酬模式，对各层次营销人员进行细分，合理运用上述各种薪酬方案，发挥它们的优点，避其缺点，并辅以建立科学的绩效考核标准和薪酬管理体系，达到实用、合适、经济的要求，充分体现公正、公平、竞争和效能最大化的原则，才能最大限度地调动营销人员的积极性，稳定、激励营销人员，为企业创造最大的利润价值。

## 工程部考核方案表完整版篇三

工程项目管理是建筑施工企业的管理核心，是建筑施工企业创造经济效益及创建品牌的关键，亚泰建筑公司的管理体系是以项目部的目标管理为工作重点，围绕项目部的各项管理目标而开展工作。因此，如何引入薪酬分配、绩效考核等竞争机制，激发项目部的活力，调动项目部的积极性，是公司持续健康稳定发展的重要保证。

实践证明，项目部管理人员的薪酬分配、绩效考核必须和工程项目的各项管理目标挂钩，特别是利润挂钩，否则项目部就会缺少竞争动力，公司就会缺少发展活力。因此建立一个新型的、科学的绩效挂钩薪酬分配机制势在必行。

### （一）项目部薪酬管理体系建立的原则

3、不搞“形式”。在项目管理中，要重视过程控制，重视量化管理，对因不可抗力而导致项目目标难以实现或计划目标过低，应及时调整目标，使每个项目承包管理者既感到风险压力，又能充满信心，公司的经济利益又能得到保证。

## （二）项目部管理人员薪酬标准

公司依据上述原则，按集团公司以“职位（岗位）工资+效益工资+奖金”为薪酬管理方法，管理思想，对建筑公司项目部管理人员的薪酬管理体系进行重新规划。即根据集团公司的岗位职位评价制度，依据项目部管理人员的岗位、学历、职称、职位确定岗位、职位工资标准；依据项目规模、工程造价、施工期间、未施工期间制定效益工资标准；根据产值、利润等指标的完成情况，确定奖金分配。内容包括以下几方面：

### 1、职位（岗位）工资确定标准

一级项目经理每月工资2700元；二级项目经理2600元；三级项目经理2500元；高级工程师2100元；工程师1900元；技术员1500元，有学历的保管员、材料员450元；没有学历的材料员、保管400元；对于项目经理，工程师一年内，在公司及建筑市场没有竞争到工程，岗位工资按相应的管理人员重新确定，多发放的工资在下年度工资中扣回，连续两年没有工程项目，撤销其岗位。

### 2、效益工资确定的标准

工程造价或产值在800万元以上，项目经理每月效益工资3000元，工程师每月工资1900元，技术员每月工资1600元，保管员、材料员每月工资800元。



## 工程部考核方案表完整版篇四

第一条：为体现公司按劳分配的原则，结合公司的经营管理理念，制定本薪酬管理规定。

第二条：本工程公司薪酬管理制度体现以下基本原则：

- 1、公平、公正、客观的分配原则；
- 2、有效激励的原则；
- 3、在同行业人力市场具竞争力的原则；
- 4、按劳分配，按绩取酬，多劳多得的原则。

第三条：坚持工资增长幅度不超过本公司经济效益增长幅度，员工平均实际收入增长幅度不超过本公司劳动生产率增长幅度的原则。

第四条：公司支付的薪酬，通过工资卡和现金实现。

第一条：本工程公司薪酬管理制度适用对象为公司内从事以常规性工作为特征的岗位，包括：高层管理人员（总经理、副总经理）、中层管理人员（部门经理、助理、主管）、财务、人事、后勤岗位（会计、出纳、采购、人事、行政、文员、后勤、班长、保安）、市场岗位（客服部、大堂、贵宾区、桑拿部、收银）。

第一条：员工的薪酬构成为：

- 1、基本工资；
- 2、绩效工资；

### 3、其它。

第二条：基本工资是指企业为满足员工最基本的生活保障而支付的部分劳动薪酬，具体包括：岗位工资、职级工资、工龄工资。

第三条：绩效工资是指企业为强调多劳多得的公平原则，对员工采取一种业绩及工作效率的考核的基数。

第四条：岗位工资是指企业根据不同岗位所承担的工作责任不同，公司给予支付的部分劳动薪酬。

第五条：职级工资是指企业为激励员工所采取的一种约束机制，以发挥员工的最大主观能动性。

第六条：工龄工资是指企业根据员工的工作年限的不同，对公司所作的贡献不同，而予以支付的部分劳动薪酬。

第七条：岗位补贴是指由于岗位的特殊性，企业给予员工支付的部分生活补助。

## 工程部考核方案表完整版篇五

为激励销售人员更好地完成销售任务，提高销售业绩，提升本公司产品在市场上的占有率。

销售部。

1、公平原则：即所有营销员在业务提成上一律平等一致。

2、激励原则：销售激励与利润激励双重激励，利润与销售并重原则。

3、清晰原则：销售员、部长分别以自己的身份享受底薪。部

长对本部门的整个业绩负责，对所有客户负责。

4、可操作性原则：即数据的获取和计算易于计算。

1、定价管理：公司产品价格由集团统一制定。

2、公司产品根据市场情况执行价格调整机制。

2、指导价格：产品销售价格不得低于公司的指导价格。

1、营销人员收入基本构成：

营销人员薪资结构分底薪、销售提成两个部分(福利待遇根据公司福利计划另外发放)

2、底薪按公司工程公司薪酬管理制度执行。

1、回款率：要求100%，方可提成；

2、销售量：按产品划分，根据公司下达基数计算；

3、价格：执行公司定价销售，为了追求公司利益最大化，销售价格超出公司定价可按一定比例提成。

销售费用按销售额的0.5%计提，超出部分公司不予报销。

营销团队集体计提，内部分配，其分配方案和记发经营营销副总裁审批执行。

1、客户回款率需达到100%，即予提成兑现。

2、公司每月发放80%的提成奖金，剩余20%的提成奖金于年底一次性给予发放。

3、如员工中途离职，公司将20%的提成奖金扣除不予发放。

4、如员工三个月没有销售业绩，公司将根据岗位需求进行调岗或辞退。

按工资发放流程和财务相关规定执行。

### 1、销售量提成：

主产品：铁路发运：基数为吨/月。发运量在吨以内，不予提成；发运量在吨，超出部分按0.5元/吨提成；发运量在吨以上，超出部分按1.0元/吨提成。

副产品：地销副产品基数为吨/月。销售量在吨/月以内，不予提成；销售量超过吨/月的，超出部分按照1.0元/吨提成。

精块(2-4、3-8)：产品基数为吨/月。销售量在吨/月以内，不予提成；销售量超过吨/月的，超出部分按照1.0元/吨提成。

### 2、价格提成：

销售价格高出公司价格开始提成，提成按高出部分的.10%计提。

1、本实施细则自生效之日起，有关提成方式、系数等规定不作有损于销售人员利益之修改，其它规定经公司授权部门进行修订。

2、公司可根据市场行情变化和公司战略调整，制定有别于本提成制的、新的销售人员工资支付制度。

1、本方案自20xx年4月份起实施。

2、本方案由公司管理部门负责解释。