

2023年大区经理管理方案 行政经理绩效考核方案(实用8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。通过制定方案，我们可以有条不紊地进行问题的分析和解决，避免盲目行动和无效努力。以下是小编为大家收集的方案范文，欢迎大家分享阅读。

大区经理管理方案篇一

为了加强内部管理，不断增强员工的业务素质与能力，提高服务水平和服务质量。健全完善内部奖惩激励机制，促进员工认真履行工作职责，促进部门整体管理水平的提升，制定本办法。

提高员工工作技能业务水平，满足企业快速发展需求，为奖惩绩效提供重要依据。

本部门工作人员

公平、公正、公开、实事求是原则；全方位考核原则；定量与定性相结合原则；责、权、利相结合原则。

1、职责履行（40分）：按照本岗位职责要求，在实际工作中责任履行的表现及程度，确定员工的履责到位状况和履责的缺陷情况。

3、工作能力（10分）：主要考评被考核人员对本岗位业务知识掌握的深度和广度，履行本岗位职责情况以及根据部门主管领导安排独立开展相关工作的能力。

4、工作态度（10分）：主要考评被考核人员责任心、积极性、主人翁意识和维护公司利益、荣誉意识情况以及坚守工作岗

位，体现主动服务意识，按时出勤等情况。

5、沟通协调能力（10分）：主要考评被考核人员与本部门其他人员、其他部门相关人员、以及与各项目部的人员之间的沟通能力以及协助项目部解决生产过程中实际问题的能力。

6、遵章守纪（10分）：严格遵守、认真执行企业各项规章制度，积极参与各项组织活动，维护企业利益形象。不迟到、不早退、不无故缺勤，确定员工的组织纪律性、团队意识和遵章守纪情况。

1、部门员工的考核，由部门经理具体负责，从考核内容的六个方面按季进行综合评定。

2、季度考核应先由员工对照工作职责，以及综合表现进行自评，并作为部门负责人进行考核时的参考依据。

3、考核由部门所有人员共同评定。被考核人员评定分数为：部门经理评定分数值的30%+部门分管副经理评定分数值的20%+本部门其它人员评定分数平均值的50%。

4、部门员工的考核评定分为优、好、一般、较差四个等级，评定为优者应在基数绩效的基础上增加10——20%的绩效不变，评定为一般者应减发基数绩效的10—20%的绩效工资，评定为差者应扣发基数绩效的50%及其以上绩效工资。

大区经理管理方案篇二

一、销量指标：

上级下达的销售任务30万元，销售目标35万元，每个季度7、5万元

二、计划拟定：

1、年初拟定《珠宝年度销售计划》

2、每月初拟定《珠宝月销售计划表》

三、客户分类：

根据接待的每一位客户进行细分化，将现有客户分为a类客户□b类客户□c类客户等三大类，并对各级客户进行全面分析。做到不同客户，采取不同的服务。做到乘兴而来，满意而归。

四、实施措施：

1、熟悉公司新的规章制度和业务开展工作。公司在不断改革，订立了新的制度，特别在业务方面。作为公司一名部门经理，必须以身作则，在遵守公司规定的同时全力开展业务工作。

2、制订学习计划。学习，对于业务人员来说至关重要，因为它直接关系到一个业务人员与时俱进的步伐和业务方面的生命力。适时的根据需要调整我的学习方向来补充新的能量。专业知识、管理能力、都是我要掌握的内容。知己知彼，方能百战不殆。

3、在客户的方面与客户加强信息交流，增进感情，对a类客坚持每个星期联系一次□b类客户半个月联系一次□c类客户一个月联系一次。对于已成交的客户经常保持联系。

4、在网络方面。

大区经理管理方案篇三

为了能够在竞争日趋激烈的酒店行业中扎根并占有优势，获得更多的客户，提高业绩，为酒店创造更多的效益以及自我的突破，本人制定20xx年工作计划如下：

一、建立完整详细的客户档案以及资料

建立完善的客户档案，对宾客按签单重点客户，会议接待客户，有发展潜力的客户等进行分类建档，详细记录客户的所在单位，联系人姓名，地址，全年消费金额及给该单位的折扣等，建立与保持同政府机关团体，各企事业单位、企业家等重要客户的业务联系，为了巩固老客户和发展新客户，除了日常定期和不定期对客户进行销售访问外，在年终岁末或重大节假日及客户的生日，通过电话、发送信息等平台为客户送去我们的祝福。计划20xx年逐渐筹办客户答谢会，以加强与客户的感情交流，听取客户意见。

二、开拓创新，开拓市场，争取客源

今年销售将配合酒店整体新的营销体制，重新制订并完善20xx年销售任务计划及业绩考核，提高销售代表的工资待遇，激发、调动营销人员的积极性。以月度营销任务完成情况及工作日志志综合考核营销代表。督促营销代表，通过各种方式争取团体和散客客户，稳定老客户，发展新客户，并在拜访中及时了解收集宾客意见及建议，反馈给有关部门及总经理室。

计划人员编制具体为x人，明年加强酒店招聘工作，填补空缺岗位。

强调团队精神，将部门经理及营销代表的工薪发放与整个部门总任务相结合，强调互相合作，互相帮助，营造一个和谐、积极的工作团体。

大区经理管理方案篇四

成立由行长、副行长及各部门、各支行(含筹)主要负责人组成xx分行绩效考核领导小组(以下简称领导小组)，负责xx分行绩效考核工作。领导小组成员如下：

组长：行长

副组长：副行长

成员：各部室、各支行(含筹)主要负责人

领导小组下设办公室，办公室设在综合部，负责绩效的提取、考核与发放。

其他部门相关配合工作，风险管理部负责绩效发放方案的审查。

分行全体人员

绩效考核分业绩考核和职责考核。

绩效考核=业绩考核+职责考核

业务部门业绩考核与职责考核考核占比权重为7:3，职能部门业绩考核与职责考核考核占比权重为3:7。

业务部门为营业部、业务部、兖州，职能部门为风险部、综合部。

为激励创新，奖励为分行发展做出突出贡献的员工，分行将设立特殊贡献基金，用于对为分行发展做出突出贡献的集体及员工做出奖励。

业绩考核含存款业务、机构客户、个人业务、电子银行业务、特约商户业务、市场业务、国际业务、小微贷款业务。(4部室负责人按照绩效考核系数提取绩效，按照已发的业绩考核费用多退少补)

大区经理管理方案篇五

随着我公司在上海地区市场份额的不断扩大，结合本月份的销售情况，考虑到我们面对的客户群体与季节要素，本分店根据总公司的相关要求和文件精神，做出20xx年6月份的如下工作部署：要狠抓销售与管理工作的质与量；剖析并细分市场；有效利用公司的品牌形象和资源优势，掌握客户的物质和心理需求，从细节抓起全力以赴，以销售工作带动本区的品牌运作。

1.x月份工作回顾

根据x月份的销售工作总结，市场反映出来的问题如下：

1.1业绩完成情况

时间□20xx年5月1日~20xx年5月30日

1.2市场方面

1.1.1客户沟通：

(1)工作总结：(需要回答：1. 客户为什么选择买我们的产品；2. 客户如何评价我们；3. 口碑工作是如何开展的？做得怎么样？；4. 还进行了哪些促销活动) (2)问题：(需要回答：1. 产品与客户需求匹配方面存在的问题是什么？；2. 客户服务方面存在的问题是什么？；3. 与客户沟通方面还存在哪些问题?) 1.1.2畅销商品列表及畅销原因：

1.1.3市场动向：(需要回答：1. 商品季节性需求份额与年均月份比较；2. 在上海面包市场的特殊性是什么(消费习惯/消费心理/我告诉的优势)？3. 客户潜在的产品需求有哪些?) 1.1.4

竞争对手：竞争对手列表：

对手月动态:(需要回答:1. 本月他们的主打产品及畅销产品是什么?2. 本月他们做过哪些促销活动?3. 人员调动情况4. 下一步行动预测)

优势与不足比较:(需要回答:1. 人员技术水平比较;2. 资源(产品、客户)比较;4管理制度及水平比较;5、客户及营业额比较)

1. 1. 5客户群体分析:(需要回答: 1、年龄、职业、人流高峰段时间(每天的xx点~xx点钟)、口味、心理特点等)

1. 3管理方面

1. 2. 1制度管理(员工出勤、奖惩情况) 1. 2. 2单据和文件管理

1. 2. 3进出库商品明细表(见附表1), 特殊产品最低库存量
1. 2. 4规范化进出货流程, 确保商品完成正确交接.

1. 2. 5客户花名册(见附表2)□20xx年5月份本店客户的销售曲线示意图(见图1)

1. 4人员变更

5月招进xxxxx人, 负责xxxxx工作;离职xxxxxx人, 负责xxxxx工作□xxxxx人参加培训□xxx人因公出差。

2. 六月份工作重点及目标

总目标(不排除特殊干扰因素): 实现月总营业额:xxxxx万元, 比上月增加xxxx个百分点。

下一页更多精彩“销售经理工作计划”

大区经理管理方案篇六

为更好的提升酒店效益指标，业务指标、服务指标等各项指标，将来一年我有以下工作方案：

1、在酒店各项指标不断更新不断创新不断提升的状况下，我们将时刻更新新的推广信息及新的推广内容，使得每一位客户能够随时了解酒店在不断创新不断提升的信息，让客户始终觉得酒店有探究之处，增加客户消费潜力。

2、在酒店特殊体质范围内，扩大对酒店整体的宣扬与推广；我们将连续利用网络信息产业，电话通讯产业、渠道客户资源、企事业公司资源等各种营销方式，将酒店各项产品信息传递到每一个推广平台和每一家企业公司，力争做到每位客户都知晓青岛神剑楼酒店的详细状况。

3、旅游市场的推广；来年我们将选择适合我们酒店的旅游公司进行合作，将酒店的详细产品资料和新的报价体系大批量的传递给全国各地的旅游公司，提高酒店在旅游市场的份额和知名度，提高酒店的入住率。

因酒店的特殊状况和局限性，我们将针对销售市场进行保底侧重开发方式；将旅游公司作为酒店的垫底资源客户；侧重开发会议市场，婚宴市场，协议散客市场、网络客户资源，各项餐饮市场，把握好酒店的相关客户架构，使客户资源高端化，商务化、稳定化，建立长期固定的客户消费群体。

1、通过宣扬来引导消费者进店消费。

2、通过加强服务来加强消费者消费。

3、通过消费者感观来提高消费者消费。

一个合格的营销人员具备着丰富的综合实力，具备着高素养，

高水准，高效率的综合素养！

- 1、建立完整的销售管理制度和销售工作流程。
- 2、提高营销人员的专业学问，业务技能，个人素养及严以律己的工作责任心和敬业的. 职业操守。
- 3、熬炼每一位营销人员勇于担当责任，不推卸责任，勇往直前，乐于奉献的精神，不因小事斤斤计较，不因工作勾心斗角的良好工作心态。
- 4、提高每一位营销人员的综合形象，严格遵守酒店规章制度；勤于思考，擅长沟通。
- 5、营销人员要严格要求仪容仪表、礼貌礼仪，礼貌用语，礼貌待客的工作态度。
- 6、每一位营销人员必需做到熟知酒店产品学问，生疏酒店周边环境和共享资源，做到客户所问所答，能够娴熟回答客户提出的每一个关于酒店业务方面的问题。
- 7、加强营销人员的考核制度和培训力度；提高营销人员的工作作风。
- 8、对工作敷衍者不认可、对无责任心者不认可、对得过且过者不认可、对作风不正者不认可、对违反原则者不认可、对无道德底线者不认可、对损人利己者不认可、对无事生非者不认可。
- 9、熬炼营销人员乐观乐观的工作心态。贯彻正确科学的营销理念。

以市场为导向，树立市场理念就是要求营销人员了解市场、面对市场和开发市场，了解市场是了解青岛同行业的管理水

平和服务水平、了解竞争对手的状况、了解市场的需求。面对市场，是亲热留意市场进展、变化的动向，尽可能做到酒店产品的销售与市场的需求相适应，以取得的经济效益。开发市场要努力发掘新的市场需求层次和需求领域，引导消费。

服务行业之间的竞争是不行避开的。酒店作为服务行业之间的竞争，实质上是服务质量的竞争、出品质量的竞争，技能水平的竞争、信息的竞争、管理水平的竞争和人才的竞争。同行酒店的竞争导致市场占有率等方面的差异，并由此产生不同的经济效益。

酒店作为盈利性企业，在其经营管理过程中，必需重视经济效益。酒店的营销人员在制定和实施酒店的销售目标时，必需立足于酒店的经济利益，并把经济效益与经营成本进行比较，只有科学正确的销售目标和方法才是可行的。但是，效益的含义并非单一指经济效益，酒店的营销管理人员除了要考虑酒店的经济效益外同时想到酒店的社会效益，应当以满足消费对象日益增长的物质生活和文化生活的需求。

当今时代是信息时代；就要求酒店的营销管理人员具有信息观念，重视信息的作用，不断提高猎取信息、加工信息处理信息和运用信息的力气。酒店所供应的产品价值，不仅随着劳动量增加，而且随着信息量的增加而增加。牢靠、准时的信息可以为酒店带来更大的利润；而失真、过时信息能给酒店带来巨大的损失。

本年度营销部全体员工在上级领导的正确领导下，全力以赴完成目标任务，营销部20xx年年度总指标200万元，基数指标120万元。

部门方案将以上指标分为三个季度完成，分别为，淡季、平季、旺季；再按比例细分到月度方案，做到正确科学的支配比例。

大区经理管理方案篇七

销售经理的职责之重大无可厚非。作为一名销售经理，就必须对公司、对客户及销售人员尽职尽责。对公司而言，销售经理是公司上级领导与销售人员和具体工作之间的纽带，对客户而言，销售经理与销售团队代表着公司的形象与品牌，对销售人员而言，销售经理代表着管理、指令、纪律、执行力以及提高收入、晋升职位的代言者。

我的工作计划：

第一、督导销售人员的工作：

其实要说督导还真不是很确切。首先我要说，每位销售人员都会有自己的一套销售理念。一开始，我是不能够即时知道每位销售人员的特色在哪里，需等完全了解的时候，就应该充分发挥其潜在的优势，如果某个别销售人员存在可挖掘的潜力，我会对其进行相应的督导，帮助他(她)顺利完成公司下达的销售指标，从而来弥补其不足之处。

作为销售经理，需要督导的方面：

1. 分析市场状况，正确作出市场销售预测报批；
2. 拟订年度销售计划，分解目标，报批并督导实施；
3. 拟订年度预算，分解、报批并督导实施；
4. 根据中期及年度销售计划开拓完善经销网络；
5. 根据业务发展规划合理进行人员配备；
6. 汇总市场信息，提报产品改善或产品开发建议；

7. 洞察、预测危机，及时提出改善意见报批；
8. 把握重点客户，控制产品的销售动态；
9. 关注所辖人员的思想动态，及时沟通解决；
15. 根据销售预算进行过程控制，降低销售费用；
11. 参与重大销售谈判和签定合同；
12. 组织建立、健全客户档案；
13. 指导、巡视、监督、检查所属下级的各项工作；
14. 向直接下级授权，并布置工作；
15. 定期向直接上级述职；
16. 定期听取直接下级述职，并对其作出工作评定；
17. 负责本部门主管级人员任用的提名；
18. 负责制定销售部门的工作程序和规章制度，报批后实行；
19. 负责统计成交率、费用率、利润率、月销量以及各类同期比较数据的准确统计；
20. 根据工作需要调配直接下级的工作岗位，报批后实行并转人力资源部备案。

第二、督促销售人员的工作：

作为销售经理，需要督促的方面：

1. 销售部工作目标的完成；

2. 销售网络建设的合理性、健康性；
3. 销售指标制定和分解的合理性；
4. 工作流程的正确执行；
5. 开发客户的数量；
6. 拜访客户的数量；
7. 客户的跟进程度；
8. 独立的销售渠道；
9. 销售策略的运用；
15. 销售指标的完成；
11. 确保货款及时回笼；
12. 预算开支的合理支配；
13. 良好的市场拓展能力；

大区经理管理方案篇八

在原有绩效考核分配方案的基础上，采纳全校教职工的合理建议，经学校工会委员会讨论通过的《江都区实验初中教职工奖励性绩效工资考核分配方案(试行稿)》。

组长：

成员：

杨建华：负责统筹安排。

张建、唐宝泉、曹鹤平：负责教师工作量、质量奖、教科研奖的考核分配工作。

金中：负责干部津贴、班主任津贴及出勤奖的考核分配工作。

刘小明：负责师德及育人奖及优秀班主任奖励的考核分配工作。

吴新华：负责后勤工作人员的考核分配工作。

严秋明：负责解释说明绩效考核方案中的有关内容。

董红梅：负责合成汇总。

1月10日—12日：各考核小组根据方案进行核算；

1月17日—19日：考核结果公示；

1月20日：上报教育局。