

最新老员工奖励方案(优秀6篇)

为了确保事情或工作有序有效开展，通常需要提前准备好一份方案，方案属于计划类文书的一种。我们应该重视方案的制定和执行，不断提升方案制定的能力和水平，以更好地应对未来的挑战和机遇。下面是小编为大家收集的方案策划范文，供大家参考借鉴，希望可以帮助到有需要的朋友。

老员工奖励方案篇一

增值业务是指除了数字电视普通机顶盒和数字电视普通收视包以外的公司其他产品，包括高清机顶盒、收费频道、宽带能各项产品。增值业务在数字电视整转开始后即可根据情况进行销售，在数字电视整转完成后，增值业务的销售将会成为我公司销售的主要方向。

增值业务的销售根据其特性，由市场客服部负责，各片区在成立营业厅之前协助市场客服部完成销售工作，在成立营业厅之后在本区域内承担一定销售任务。具体分工如下：

- 1、市场客服部负责增值业务的宣传、推广以及销售工作，各片区负责协助市场客服部在本区域内的宣传推广工作。
- 2、各片区负责人在片区营业厅建立之后负责本区域内营业厅管理以及增值业务的推广和销售工作。
- 3、公司所有员工均可参与增值业务的宣传、推广和销售工作。
- 4、技维部负责增值业务的`技术支持工作。

1、增值业务销售根据公司年度销售目标制定，市场客服部根据增值业务销售任务制定本部门销售工作，各营业网点根据市场客服部下达任务制定本年度销售工作。

2、增值业务销售采取开放式销售政策，即：不划定销售区域，公司任何营销人员都可以在全县范围内推销公司增值业务。

3、增值业务销售额作为市场营销部主要考核内容计入销售人员绩效考核，作为重要考核内容计入市场客服部其他人员绩效考核。

4、增值业务销售对营销人员采取销售责任制：即在市场客服部内部根据客户和潜在客户把用户划分为不同类型和不同区域，由专门销售人员来负责这一类型的客户或者这一区域的客户，并对销售人员下达一定销售任务由其独立完成。

5、对非销售人员采取目标激励制，即：对不同项的增值业务设定

不同的最低销售目标，任何非营销人员只要完成这一目标即可取得一定提成奖励。

6、无论是任何人完成的增值业务销售其客户资料和后期服务均由市场客服部负责。

1、销售人员的激励措施参见市场客服部各项管理规定以及提成和奖励办法。

2、非销售人员在完成最低销售销售目标后即可获得10%销售提成。

3、无销售任务员工积极进行增值业务销售并取得一定业绩的，公司在年终考核中不得评选为不及格，在评选优秀员工中予以加分。

4、公司在年终设立专门的增值业务销售奖励，分为销售组合非销售组，各组别冠军分别获得物质和精神奖励。

- 1、销售人员的激励措施参见市场客服部各项管理规定。
- 2、非销售人员如全年无增值业务销售业绩的，年终考评不得评优，如全年不能达到最低销售标准的则不得参与评选优秀员工，在年终考评中扣分。
- 3、市场客服部或者各营业网点年度销售任务不能完成的，部门经理或者各营业网点负责人年度考评为不及格。

老员工奖励方案篇二

为提高酒店的管理水平和服务质量，进一步的提高和调动员工的积极性，树立德、能兼备的先进典型，充分发挥“优秀员工”的示范效应，弘扬尊重服务、重视服务、珍惜人才的时代风尚；酒店决定开展评选“优秀员工”的活动，特拟订此方案：

酒店各管理处基层服务人员。

- 1、有良好的职业道德和思想素质，遵纪守法。
- 2、热爱本职工作，积极主动地为宾客提供优质服务，代表酒店的窗口形象。
- 3、服务热情，耐心接待宾客，对工作有强烈的责任感，工作积极勤奋。
- 4、使用文明用语，服务语言温馨，态度和蔼亲切。
- 5、积极维护酒店荣誉，在宾客中树立了良好酒店形象和口碑，有特殊服务技能或突出事迹。
- 6、一切行为以酒店利益和声誉为重。

7、积极参与酒店组织的各类培训，培训考核合格。

1、优秀员工：每月有奖励；

2、连续三次评选为优秀员工，年终有机会评选“星级员工”，并有丰厚奖励。

3、连续三次被评为优秀员工，可优先作为星级员工评选候选人入围。

老员工奖励方案篇三

为了规范员工年终奖金发放的管理，合理核算年终奖金发放的数额。本着激励员工的工作热情和积极性，提高员工的忠诚度和归属感；按照绩效优先、兼顾公平的原则进行奖金分配。

1、本车间在编员工年终奖金的发给，按本规定办理；

2、本规定以车间编制内的人员为限，财务顾问、试用人员、临时人员均不适用（视情况另行发给）。

4、全年度绩效考核事宜由裁决小组督导，行政人事部执行，各部门配合。

（一）年终奖涉及因素

年终奖=奖金基数(j)x岗位对应系数(g)x年终绩效考核系数(k)x工龄对应系数(n)

（三）年终奖涉及项目与数据对应关系

1、奖金基数

奖金基数=

员工固定工资x效益系数

2、全年实际毛利

(效益系数,是指部门全年毛利完成情况)

全年指标毛利

3、年终绩效考核系数

年终绩效考核系数=abcde考核系数 \square abcde考核系数:

注:考核期内刚入职没有纳入考核的.部门员工,则系数为0;、考核结果为12个月度绩效考核数据的平均分数。

4、工龄与系数对应关系

5、特殊情况说明

下列员工不参与年终奖金分配

(1)、临时工;

(2)、企业外聘的专家、顾问;

(3)、待岗员工;

(4)、年终奖金分配前与车间解除劳动关系或离职的员工不享有年终奖。

(6)、员工休产假期间不享有年终奖。

3、财务负责核实、核算年终奖金的金额与发放工作。

1、裁决小组有权对所有部门核算结果进行监督。

2、行政人事部需在第一时间知会被考核人年终考核系数。

3、员工在年终奖核算后2日内可向车间提出申诉。

1、车间各部门负责人，秉着认真负责、实事求是的原则，递交全年实际毛利额、全年指标毛利额，严禁瞒报、虚报、误报的现象发生。

2、考核者或被考核者人徇私舞弊，一经发现将作严肃处理。、凡违反上述规定之一者，给予100元乐捐的`行政处罚。

老员工奖励方案篇四

营销员的奖励和报酬制度一直是人力资源系统中的一个棘手的问题。缺乏报酬与业绩挂钩的制度将无法激励销售增长。但另一方面，报酬与业绩紧密联系的制度又会产生其他许多负面效应，例如内部公平问题。该项目分析了不同公司中的销售奖励制度，以求较深入地地了解营销员奖励制度的特点。

对销售业绩超过预定标准的营销员给予奖励和财务激励令实际销售能力最大化，是目前公司普遍采用的方法。为了竞争，目前许多公司越来越注重与消减成本、机构重整提高销售业绩相关的基于业绩的报酬制度，这是情理之中的事。

此外，销售激励计划中对报酬与业绩挂钩的日益注重也已在提高销售队伍质量和积极性计划的趋势中成为定式。这些计划的目的在于让营销员将企业及其目标视同己出。这样，将他们的报酬与其业绩更直接地挂钩，将他们看作是企业的合作伙伴就显得更为合理。

1、销售报酬计划的种类

销售报酬计划一般主要取决于奖励或销售佣金，尽管会因行业不同而有所区别。以烟草业为例，营销员的报酬全员来源

于佣金收入，而在交通运输设备行业中，营销员的收入主要为较为固定的薪金。但最为普遍的做法还是薪金加佣金。

这种销售奖励机制的依据是：传统习惯、绝大多数销售工作的无监控特点以及认为需要给予营销员奖励以激励他们的观点。薪金、佣金以及薪金加佣金的组合计划的利弊将在后面进行讨论。

2、薪金为主的报酬计划

就以薪金为主的报酬计划而言，营销员领的报酬为固定的薪金，当然，偶尔也会有奖金、销售竞赛等奖励。

直接采用薪金作为报酬的依据是：如你的主要目标是开发客户或主要从事客户服务工作，诸如为经销商的营销员制定和实施产品培训计划，或参加全国及地方性的贸易会展，则这种方法就行之有效。这类工作常见于销售技术产品的行业。这就是为什么航空和交通运输设备行业相对主要采用薪金报酬计划的原因之一。

直接基于薪金的报酬计划有以下优点：

营销员预先知道自己的收入，而对雇主来，营销员费用也是固定而可预测的。

使得改换推销区或修改销售定额或是重新布置营销员变得简便易行，且有助于加强营销员组织的忠诚。

采作佣金有可能使营销员将注意力放在如何提高销售额而非开发和培养长期客户上。

有利于取得长远利益。

但其缺点在于薪金计划并不取决于业绩状况。事实上，薪金

高低常常取决于工龄而非业绩，这会打击那些业绩良好的营销员的积极性。

3、佣金为主的报酬计划

佣金为主的报酬计划直接根据营销员的销售额来支付营销员报酬：报酬与业绩且只与业绩挂钩。该计划有以下优点：

营销员有可能获得最高的奖励，且有利于吸引业绩优良的营销员，让他们觉得努力工作肯定会得到奖励。

销售成本并非固定不变，而是与销售额成一定比例，从而降低了公司的销售固定成本。

基于佣金的报酬更加易于计算和理解。

但该计划也有一些缺点：

营销员注重于销售额和销量大的产品；而培养忠诚客户和努力推销路差的产品则可能会被忽视。

营销员间会出现很大的收入差距，这可能导致营销员认为这种报酬计划不够公平。

更为严重的是会鼓励营销员忽视诸如小客户提供服务这类非销售任务。

此外，效益好的时期，报酬常常很高，而萧条期报酬则非常低。

4、薪金加佣金组合报酬计划

大多数公司以薪金加佣金作为其营销员的报酬，且在大多数此类计划中，薪金的比重往往很大。一项调查表明，最常见的组合方法是80%的底薪加20%的奖金。其次是70：30，再次

为60：40的组合方法。

薪金加佣金的组合报酬计划综合了以上两种计划的优点，同时也附带了缺点。优点包括：营销员有底薪收入。

老员工奖励方案篇五

员工是企业一切活动的核心，企业的发展离不开员工才能的发挥，而激励是员工努力工作的动力源泉。于是，如何对员工实施恰当的激励便成为企业关注的首要问题。

正是因为深知激励的巨大作用，众多世界知名企业在管理中纷纷把激励作为“点金石”，如美国联合航空公司、通用电气公司、沃尔玛等大公司成功的背后无不有独特的激励术在发挥着巨大的作用，创造着高效率和高利润。

一、理论分析

1、人的行为受两大动力体系的驱动。一是自我动力，二是超我动力。这两大动力的平衡关系，决定了人的行为方向。组织中对人的管理，就是想办法将两大动力维持在较高的水平并共同指向组织目标。

2、“自我动力”的启动，主要靠个人利益的吸引。具体方式就是提供三个激励：报酬激励、成就激励、机会激励。

3、“超我动力”的启动，主要靠组织目标、事业理想、企业精神、核心理念与价值观。

4、公司员工因为受到的教育程度较高，因此，其自我和超我强度要高于一般员工。针对知识员工的激励策略必须适应这种较高的自我与超我动力。

二、激励体系与激励作用

1、激励体系

2、激励作用

三、把激励作为公司企业文化建设的一个内容长期坚持下去。企业文化与员工激励的关系如下图所示：

一、建立报酬激励、成就激励、机会激励三位一体的自我激励机制

（一）完善福利

1、为员工上三险。

2、为辛苦工作一年的员工提供5天带薪休假，不够一年的满一个季度提供1天带薪休假。

3、20xx年每一个季度为员工发放一次卫生洗涤用品（洗衣粉、香皂、洗发水）。每名员工的卫生洗涤用品年度预算为200元人民币，以70名员工计算，年预算为1.4万元。

4、五一、十一和元旦分别为员工发放200元过节费（成本 $70 \times 200 \times 3 = 42000$ 元）。

5、培训

季度培训需求分析，并根据培训需求调查每月制定培训计划。将培训作为员工的一项福利，作为公司的企业文化来发展，通过培训来建立学习型企业。

（三）成就激励制度

1、授权

（1）上司对下属适当放权，提高员工的责任感；增强每个员

工工作的挑战性。

作动力。企业员工渴望能够在工作中自由地展示他们的才华，发挥其聪明才智，这意味着领导不应告诉员工去做什么，而是在员工“迷途”时给予支持和指导。

(3) 这项工作在确定岗位说明书时与各部门协商进行。

2、业绩竞赛

□1□20xx年销售、软件开发和系统集成三大业务部门每季度对部门员工在本季度的表现用数据显示成绩和贡献，进行排名，并逐一表扬优秀员工。

(2) 销售部门比当季度实现的销售额；软件开发部比当季度开发或测试任务的完成情况；系统集成部比当季度每个员工实施的客户数量和质量。

(3) 公司在server1上设立“业绩竞赛”专栏，张贴每季度三大业务部门的竞赛结果，只公布各部门优秀的前5名。

(4) 各部门内部公布全体员工排名，并帮助排名靠后员工分析原因。

(5) 用数据显示成绩和贡献，能更有可比性和说服力地激励员工的进取心。

3、目标任务沟通

(1) 在项目、任务实施的过程中，经理应当为员工出色完成工作提供信息。

(2) 这些信息包括公司的整体目标任务，需要专业部门完成的工作及员工个人必须着重解决的具体问题。

(3) 公司每周召开一次办公会，每月第一周周一召开办公会，运营总监与各部门经理沟通公司当月的整体目标任务，以及需要各部门完成的工作。

(4) 各部门每月第一周周二与本部门员工沟通本部门当月的工作任务以及员工个人必须着重解决的具体问题。

4、群策群力

做实际工作的员工是这项工作的专家。所以，经理必须听取员工的意见，邀请他们参与制定与工作相关的决策。坦诚交流不仅使员工感到他们是参与经营的一分子，还能让他们明了经营策略。如果这种坦诚交流和双向信息共享变成经营过程中不可缺少的一部分，激励作用更明显。

5、表扬员工

(1) 当员工出色完成工作时，经理当面表示祝贺。这种祝贺要及时，要说得具体。

(2) 如果不能亲自表示祝贺，经理应该写张便条，赞扬员工的良好表现。书面形式的祝贺能使员工看得见经理的赏识，那份“美滋滋的`感受”更会持久一些。

(3) 某个项目成功后，公司要开会庆祝，鼓舞士气。庆祝会不必隆重，只要及时让团队知道他们的工作相当出色就行了。

(4) 经理还应该公开表彰员工，引起更多员工的关注和赞许。

有些经理喜欢私下称赞、公开批评。事实上恰恰相反，只有公开称赞、私下批评。才更能激励员工。

对于表现不佳的员工，有时候主管必须做的是帮助他们建立信心，给予他们较小、较容易的任务，让他们尝到成功的滋

味，并给予他们正面的回馈。之后再给予他们较重要的任务，以逐渐引导出好的表现。

（5）只重结果，不重过程。

管理者在对员工进行鼓励时，应该鼓励其工作成果，而不是工作过程。有些员工工作很辛苦，管理者可以表扬他的这种精神，但并不能作为其他员工学习的榜样。否则，其他员工就可能会将原本简单的工作复杂化，甚至做一些表面文章，来显示自己辛苦，获取表扬。从公司角度而言，公司更需要那些在工作中肯动脑子的员工，所以，公司应该鼓励员工用最简单的方法来达到自己的工作目标。总之，工作成果对公司才是真正有用的。

（6）企管顾问史密斯[gregorysmith]于《ceorefesher》杂志指出，每名员工再小的表现，若能得到认可，都能产生激励的作用。拍拍员工的肩膀，写张简短感谢纸条，这类非正式的小小表彰，比公司一年一度召开盛大的模范员工表扬大会，效果可能更好。

6、将绩效评估和员工发展紧密结合

将工作态度、表现和绩效与个人薪资、晋升挂钩，成正比关系。

（四）机会激励

1、3月31日前人力资源部与各部门协商岗位说明书时，人力资源部和各部门经理根据员工的工作技能，把员工安排到相应的岗位，一是做好公司员工队伍建设，培养后备干部；二来也是对员工职业生涯的规划。

2、员工职业生涯规划管理这一激励措施是基于组织与员工共同成长、共同发展和共存共荣的观念的，是人本管理思想的

最佳实现方式。它具有深层次的激励效应。

3、人力资源部制定和实施培训计划，增加员工学习的机会。

二、构造“理念共享、愿景共建”的超我激励机制

1、知识员工较强的超我动力使他们具有更强的社会化动机。

2、赋予员工工作崇高的使命

(1) 公司结合企业文化建设，用企业使命塑造员工崇高的使命感，形成潜藏于员工内心的强大内驱力，并把这种文化内驱力指向企业目标。

(2) 例如，当一个以清理污水维生的员工，认为他的工作是“拯救日益污染的环境”时，他的工作士气便会提高许多。缺乏这种使命感，即使再高薪的工作，可能也只是另一份忙碌的工作。

3、用企业愿景激励员工

(1) 现在提倡转自由人为社会人，转经济人为企业人，那么对于员工来讲，企业就成为他们的依靠、是他们生活的重心，因此企业的发展前景就极为重要了，就好像是队伍最前面的旗帜，起到定方向、激励和领导的作用。

(2) 如果企业的发展目标很清晰，每个阶段的发展步骤很有计划，而且这些都很明确很清晰地告诉员工，让员工坚信他们的选择是对的，他们所在的企业是会成功的，企业的成功会带来他们个人的成功。如此，员工才会勇往直前，因为他们坚信只要奋斗，前途是光明的，而且是可以实现的。

4、构造超我激励机制的一个有力武器就是公司内刊。

(1) 从2季度开始，人力资源部负责建设公司内刊，在各部

门建立通讯员队伍。

(2) 稿酬为：每字5分，每张照片10元。

(3) 内刊每季度出版一次，为网页形式。

三、构造公司内部人文环境

(一) 关怀激励。

1、了解是关怀的前提，作为一名部门经理，对下属员工要做到“八个了解”即员工的姓名、籍贯、出身、家庭、经历、特长、个性、表现；此外，还要对其他一些情况心中有数，即工作情况有数、身体情况有数、学习情况有数、住房情况有数、家庭状况有数、兴趣特长有数、社会关系有数。

2、部门经理要了解员工的实际困难与个人需求，设法满足。这会大大调动员工的积极性。

3、员工过生日，公司要表示祝贺！出差在外的员工人力资源部要打电话表示慰问。

4、员工家里有红白喜事，公司要表示慰问，人力资源部要到场，并送人民币200元。

(二) 团结协作氛围激励

公司内部鼓励团结、协作、勤奋、自律、创新，人人为实现公司愿景而努力奋斗，让“背后捅刀子”、“办公室的政治纷争”等不良行为去死吧！

(三) 领导行为激励。

1、一个好的领导行为能给员工带来信心和力量，激励员工朝着既定的目标前进。

2、而激励效应更多的来自非权力性因素。包括领导者的品德、学识、经历、技能等方面，而严于律己、率先垂范、以身作则等，是产生影响力和激励效应的主要方面。

（四）集体荣誉激励

1、公司每年通过绩效考核，都要评选两个优秀部门，授予“年度优秀部门称号”。

2、公司要在办公区设立专栏，对年度优秀部门的业绩和员工进行介绍，同时要张贴员工的照片。

3、通过给予集体荣誉，培养集体意识，从而产生自豪感和光荣感，形成自觉维护集体荣誉的力量。

4、评选两个优秀部门，一是让优秀部门之间有竞争；二来也能在公司内营造典型示范效应，使其他部门向优秀部门看齐。

（五）年终激励

每年年终，公司总裁都要亲自给每一位员工送一本精美包装的、有意义的书，书上有总裁的亲笔祝福和签名。

（六）外出游览

每年春季和秋季，公司要组织两次外出旅游，以增强员工的团结协作精神。

四、把员工视为“合伙人”

（一）公司致力于建立与员工的合伙关系，以将爱生谊联所有员工团结起来，将整体利益置于个人利益之上，共同推动爱生谊联向前发展。

（二）“员工是合伙人”这一政策具体分为二个计划：

1、利润分享计划

(1) 员工工资每年在爱生谊联工作满一年的员工都有资格分享公司当年的利润。

(3) 应分得的利润以年终奖的形式发放。

2、雇员持股计划

(1) 在目前公司还没有上市的情况下，根据管理的2：8原则，可以让公司关键的20%的员工分享一部分股份。

(2) 等公司上市后，所有员工都可以通过工资扣除或其他方式，以低于市价15%的价格购买公司股票。

老员工奖励方案篇六

为提升专卖店销售、更好提升各专卖店人员销售热情及附带推荐能力，做到淡季不淡。特制定连带销售奖励方案。

一、连带销售奖励评周期为一星期一次。

二、最大单评选办法：

选取销售件数2件（含2件）以上、金额最大的一张销售单据。

三、每周一选出上一周最大销售小票给予20元/次奖励。

四、奖金直接从费用备用金中拿取，周一开交接班会时公布最大单并当场给予奖励。

五、连带销售奖励获得者应在交接会上分享心得作为对其他员工的激励。

六、销售奖金作为费用核算，将最大单取出作为费用单据。

七、各店负责人在本周评比期内应及时公布目前最大单金额并张贴在醒目位置，以促进员工销售热情。

一、每周一中午12点前店长将最大单销售（金额）（件数）（人名）获奖单据编号发至熊大姐处报备。

二、出现最大单后应及时多打印小票一张，在周一发放完奖励后应让获得奖励人员在小票上签字确认并将该小票作为费用单据按正常报销程序报销（没有单据将不予以报销）。

三、最大单销售件数必须在2件（含2件）以上的最大金额小票方才有效，否则无效。

四、本次奖励方案目的为带动员工销售积极性和连带销售能力，希望各店员工做到公平公正。如发现拼单、让单等情况将对店长进行50元罚款，并对当事人取消本次奖励并且处罚10元。

五、如本周末出现符合要求的. 销售小票则本轮销售奖金继续累计到下一周。

六、如连续一月未出现符合要求的销售小票则之前多有累计奖励全部取消，奖励从新开始计算。并且将对专卖店负责人进行一定处罚。