

2023年家庭医生团队绩效考核方案 项目 团队绩效考核方案(通用8篇)

活动策划需要对市场环境和竞争状况进行深入分析和研究，以制定出有竞争力的策略和方案。这是一篇具有故事性的婚礼策划范文，向读者展示了一个美妙而令人难忘的婚礼场景。

家庭医生团队绩效考核方案篇一

1. 从项目进度、项目质量、项目成本、文档提交情况四个方面进行考核, 各项考核内容和相应权重见下表:

拟订《项目工作目标/考核表》(见附件一), 经领导审核后, 共同签字确认。

《项目工作目标/考核表》是项目考核的标准和依据。

领导核查无误后在《工程项目进度确认单》上签字确认。

1. 由成员所在部门经理考核。

2. 项目成员考核指标包括工作业绩考核(80%)和工作表现考核(20%)。

3. 工作业绩考核是对《项目任务单》(见附件三)的一个汇总和分析

(1) 直接上级对每项工作安排通过《项目任务单》的形式进行的, 在每项工作结束后, 直接上级对该项工作进行评分。

(2) 在《项目任务单》中明确每项任务的相对重要程度, 作为工作业绩考核中权重的分配标准。

(3)项目结束，由项目成员的直接上级根据项目任务单完成情况的汇总与分析评价，形成

《工作业绩考核表》（见附件四）确定项目成员的工作业绩考核结果

4. 工作表现指标通过严格认真、客户意识、主动高效、团队协作、和学结五个方面对员工的工作态度、发展潜力以及个人价值观的进行考核评价的指标（详见附件五《工作表现考核表》）。

第6条 项目风险金

项目参与者各拿出30%~50%的月工资作为项目风险金，其中部门经理拿出50%，员工拿出30%。项目如期保质保量完成，则公司予以退还，否则予以扣留。

第7条 考核结果的运用

考核结果作为发放项目奖金的依据。

一. 项目奖金总额

初步确定各项目奖金总额(b1)为 ，项目奖金总额与项目完成情况挂钩，确定调整系数k值，采取奖金总额与项目考核得分挂钩方式，其中项目评分(p)=项目周期考核得分x30% + 项目预算考核得分x30% + 项目质量考核得分x30%+文档提交情况得分*10%。

二. 部门奖金额

对于组成项目的不同部门在项目中所起的贡献不同，在项目初期，由公司考评小组和项目经理等共同确定不同部门对奖金额的不同分成比例，结合项目部门的考核分数给予奖励。

三. 成员奖金额

由各部门经理根据成员的考核分数给予奖励。

家庭医生团队绩效考核方案篇二

项目团队的考评也要由内部考评和外部考评相结合。首先，团队成员对本怨怩的哦你工作进行一个全面系统的评价，这是一个经验的过程。其次，更要考虑外部对团队成绩的评价，例如，客户的评价，总公司的评价等。对团队总体成绩的考评之后，需要确立一个个人成果与团队成果挂钩的方法，例如采用分摊的方法，或者论功行赏，或者是集体奖励等。

3) 团队对总公司的影响

项目团队是总公司的一部分，其对总公司的影响作用可由组织中的其他主体进行考评。这也是对团队整体的一种评价方式，评估的中心并非对团队本身的工作考评，而是评价其对整个组织的作用、对公司整体的表现等。

1.4 团队绩效考评制度的设计

1) 在团队成立之初，就应建立绩效考评制度，并且将其贯穿于团队运行的全过程。在项目团队的发展的整个过程中，结合出现的变化，考评标准将有所调整，但调整不应该过于频繁，并要由专门机构如团队领导部门负责。团队成员对制度的认识关系到评估的效果，并可能影响到团队的协作。

2) 团队评估是全方位、全过程的，而且考评过程中需要全体队员及其他关系的共同参与，在评估的全过程中都要求成员充分了解规范和流程，即进行三百六十度的评价。

3) 评估制度的实施不得讨价还价。在实施过程中，要严格执行评估制度，不能随意更改，不恰当的问题应由专门机构负

责调整。通常，绩效评估制度的简历需要注意几个问题：

?与团队目标相结合?考虑团队文化的影响?注重团队的长远发展

第二章项目团队的激励机制

考评制度和激励制度相互联系、贯穿于整个团队的运行过程中，因此，在第二章我将介绍项目团队的激励制度。

有效的激励机制是项目团队发展的推进器。当对队员成功的完成了项目任务或解决了项目中重大的技术难关时，你是给予其一定的物质奖励还是准备委以更大的职责呢？项目成员到底需要什么呢？如何才能调动他们的积极性？不仅管理界在探索人的欣慰方式和需求心理，就连众多的普通管理者也在积极地寻求有效的激励机制，面对此类问题，项目经理常常陷于迷茫的境地。

2.1 激励方式的选择

物质激励和精神激励，在不同时期，对不同对象所起的作用很不一样，甚至相差很大。对团队的某一个个体而言，外人很难把握它的真正需求。团队的发展既强调个人，更重视整体，所以团队的激励方式，更多的表现在两种方式的综合运用上。故此，选择有效的激励方式需要考虑下列因素：

1) 团队队员的需要

把握团队队员的需求是激励机制设计的先决条件。在项目管理的实践中，要对队员实施有效的激励，是以对人的认识为基础的。首先，市场经济使一种经济关系，利益是其集中表现，对人的激励奥承认不同队员的经济利益，在生产发证水平较低、收入较低的阶段，队员对利益的要求尤为明显；其次要结合团队队员的素质，队员个人的发展与项目团队的发

息息相关。

2) 项目团队的整体要求

团队的发展需要一个相对稳定的环境，团队成员之间也需要相互默契的配合和协作，这一特性决定了激励方式的独特性。

3) 社会环境因素

激励的最终目的是，以一定的表达方式，表现出对人的工作绩效的肯定，从而鼓励他今后做出更好的成绩。

2.2. 激励机制的设计

项目团队在进行激励机制设计室需要考虑如下因素：

?将个人因素和诱导因素相结合

?团队目标体系和行为规范?分配制度?信息沟通

总结

项目团队是为实现一个共同目标而协同工作的一组个体集合，团队工作就是团队工作就是团队成员为实现这一共同目标而努力。因此，项目团队并不是一个机械的、简单的组合，它与群体有着本质的区别。

项目团队的工作气氛对工作绩效有着深刻的影响，这主要取决于团队整体的情绪水平。时间表明，那些善于控制自己、能敏锐察觉他人情绪的队员才更容易与团队河和谐相处、取得更大的成绩。

绩效管理的目的是：提高员工的工作实绩；发现员工的不足开发的潜能，为员工的培训开发指明方向；为甄别高绩效员工和低绩效员工，为组织的奖励系统提供依据，从而确定奖

金和晋升机会在员工个人之间的分配。

就像生活在一起的家庭成员一样，团队队员也会产生冲突。由于项目目标、资源配置、利益分配等关系，以及队员们的个性价值观的差异，队员之间很可能发生矛盾和冲突。因此团队的情绪不容忽视。团队的情绪的高低反映了团队队员之间的和谐程度，它是团队整体所具有的认知、调节和控制团队情绪的能力。

参考文献：

家庭医生团队绩效考核方案篇三

- 1、規範公司網店客服組日常銷售工作，明確工作範圍和工作重點。
- 2、使公司對客服組工作進行合理掌控並明確考核依據。
- 3、鼓勵先進，促進發展。

網店客服組

採取月度考核為主的方法，對網店客服組人員當月的工作表現進行考核，考核實施時間為20__年6月7日起。

(一) 績效考核的內容

1、服務類

旺旺溝通(諮詢轉化率、平均響應時間、客戶流失率)

訂單類(訂單總金額、有效訂單比重、付款比例、退款比例、平均客單價)

其他類(顧客投訴比重、異常訂單比重)

2、管理類

公司報表上交及時性、報表數據真實性、報表整體質量。

(二)考核指標數據來源

1、相關績效軟件實時監控。

2、對客服組進行抽訪問。

(三)考核指標

網店客服組人員績效考核表見表二，總分為100分。

1、考核分為自評、店長考核兩種，兩類考核主體所佔的權重及考核內容如下表所示。

考核者權重考核重點

被考核人本人30%工作任務完成情況

店長70%”工作績效、工作能力

工作協作性、服務性”

2、績效考核指標

1、每月評比綜合排名第一名，獎勵100元;綜合排名最後一名，提成中扣100元。

2、月考核評比綜合排名后兩名，仔細分析落後原因，針對落後原因，尋找改進措施，並在月績效考核通報下發后的一周內，提交整改方案。

3、連續3個月(季度)評比綜合排名最後一名，考慮調崗。績效考核方案主要包含客戶服務部各崗位kpi考核標準、客服部kpi績效考核標準、奧迪客服專員績效考核模板、客戶服務主管績效標準、客戶經理的考核與激勵機制、客戶管理員績效考核表、客戶服務主管績效標準、客戶經理的考核與激勵機制等等。

家庭医生团队绩效考核方案篇四

为提高厨师的业务技能水平，充分调动员工工作积极性，进一步稳定厨师队伍，餐饮部定于4月8日下午2：30在金阁厨房举行厨师烹饪技术考核。此次考核作为厨师考评的重点内容，将本着公平、公正、公开竞争的原则，其中个人技术特长占70%，平时工作表现占30%，给每位厨师评比打分，结果张榜公布。

1、餐饮部厨师□1f□2f□20f□全部参加此次考核考评（管理人员、外聘厨师除外）。

2、炉灶厨师主要考核出品质量、口味（色、香、味、型）及特色菜、熟练程度、卫生标准。

3、配菜厨师主要考核刀工、配菜花式、熟练程度（丝、片、丁、块、条）等。

4、早茶面点厨师主要考核点心的口感、皮、馅料、形状、熟练程度。

5、凉菜师傅主要考核刀工、形状、口味、拌菜的特点（丝、片、丁）。

6□1f明档厨师主要考核本档口的`风味特色。

1、炉灶厨师考核“豆芽炒肉丝”、“麻辣鸡丁”，时间30分

钟。

2、切配厨师考核切配“莴笋丝”、“肉丝”，时间30分钟。

3、早茶厨师考核“酥盒”、“蒸饺”，时间30分钟。

4、凉菜厨师考核“凉拌莴笋丝”、“自选凉菜一道”，时间20分钟。

5、明档厨师考核各自档口临时做的食品，具体如下：

7、蒸菜考评鸡汁蒸萝卜丝、肉饼蒸鸡蛋。

6、打荷人员考评应变能力（什么菜用什么碟子，用什么装盘）。

1、本次活动将本着公平、公正的竞争方式，采取抽签的形式进行。

2、评委采用5人进行打分，去掉最高分和最低分，余下3人的平均分数乘以70%（个人技术特长）加上平时工作表现分乘以30%，即为最后的总成绩。

3、规定时间内不能完成操作过程的扣除总成绩的20%。

4、评委在评分时不能随意乱打分，做记号，否则此菜不予评分。

5、考核不写姓名，只有编号，评总分时公布员工姓名、成绩。

家庭医生团队绩效考核方案篇五

通过每月对各级、各岗位保安员仪容仪表、工作纪律、当月工作等情况进行具体的考核，使评审员及被考核保安员做到

有据可依，有证可查，确保考核工作公平、公正、公开。

适用于公司所有保安。

- 1、保安部负责监督各管理处、项目组的每月保安员考核情况。
- 2、管理处主任负责对本单位队长、副队长每月工作的具体综合考核及监督管理处保安员考核情况。
- 3、保安队长或主持工作副队长负责对保安班长、副班长的每月工作考核及监督各班组保安员考核情况。
- 4、保安班长或主持工作副班长负责对班组保安员的每月工作考核。

1、公司各项规章制度

2、保安工作手册

3、各管理处制定的管理制度

1、首先，每月初普通保安员考核由各保安组班长或主持工作副班长根据公司制定的各岗位考核标准对本班组保安员当月工作进行综合考核，然后将考核情况汇总报保安队长或主持工作副队长。

2、其次，保安队长或主持工作副队长在月初对每个班组班长、副班长当月工作情况综合考核，同时监督各班组的考核情况是否正常，有无存在瞒报、有失公平、公正之处，然后将总体考核情况汇总报管理处主任。

3、管理处主任对保安队长、副队长的当月工作情况进行综合考核，并监督检查保安队的整体综合考核情况。

4、考核分数实行百分制，各级保安员当月工作成绩突出

得100分以上者，每分奖励5元，当月考核96分(不含96分)至100分者不进行处罚，考核分数96分至90分(不含90分)者，按照考核标准每分5元正常处罚，当月考核90分至85分(不含85分)者，按照考核标准双倍进行处罚，当月考核85分以下者除进行3倍处罚以外，再进行下岗培训一个星期，下岗期间拿试用期工资，培训后不合格者予以辞退。连续两个月考核分低于85分的予以辞退，当月考核低于80分(含80分)以下者予以辞退。同时每季度对各管理处全体保安进行全面考核一次，对季度考核总分第一名者授予”明星保安”称号，考核总分末位保安予以辞退。

一个季度的个人总考核分、军事、业务考试分相加。

家庭医生团队绩效考核方案篇六

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。

家庭医生团队绩效考核方案篇七

绩效考核制度是公司重要的管理制度之一，不同的公司都有不同的绩效考核方案，下面提供了一则公司员工的绩效考核方案，仅供参考。

一、考核目的

1、作为晋级、解雇和调整岗位依据，着重在能力、能力发挥和工作表现上进行考核。

2、作为确定绩效工资的依据。

3、作为潜能开发和教育培训依据。

4、作为调整人事政策、激励措施的依据，促进上下级的沟通。

二、考核原则

1、公司正式聘用员工均应进行考核，不同级别员工考核要求和重点不同。

2、考核的依据是公司的各项制度，员工的岗位描述及工作目标，同时考核必须公开、透明、人人平等、一视同仁。

3、制定的考核方案要有可操作性，是客观的、可靠的和公平的，不能掺入考评人个人好恶。

4、提倡考核结果用不同方式与被评者见面，使之诚心接受，并允许其申诉或解释。

三、考核内容及方式

1、工作任务考核(按月)。

2、综合能力考核(由考评小组每季度进行一次)。

3、考勤及奖惩情况(由行政部按照《公司内部管理条例》执行考核)。

四、考核人与考核指标

1、成立公司考评小组，对员工进行全面考核和评价。

2、自我鉴定，员工对自己进行评价并写出个人小结。

3、考核指标，员工当月工作计划、任务，考勤及《内部管理条例》中的奖惩办法。

五、考核结果的反馈

考绩应与本人见面，将考核结果的优缺点告诉被评人，鼓励其发扬优点、改正缺点、再创佳绩。

六、员工绩效考核说明

(一)填写程序

1、每月2日前，员工编写当月工作计划，经部门直接上级审核后报行政部；

5、工作计划未进行、进行中(阶段性工作)项请在计划完成情况栏内文字说明原因。

(二)计分说明

1、工作绩效考核表总分90分，日常工作类5项每项8分占40分，阶段工作类5项每项10分占50分，其它类每项附加分8分，意见与建议如被公司采纳，附加分10分；其中个人评分、职能部门评分、直接上级评分所占工作绩效考核得分比例分别是30%、30%、40%。（个人评分突破90分者，个人评分无效，按直接上级评分减10计算；职能部门评分从两方面考评：成本意识、职业规范。分别由财务部和行政部考评。）

2、综合绩效考核由考评小组季度进行一次，员工每季度填写一份《员工考核表》和一份《员工互评表》，具体时间由行政部另行通知；《员工考核表》由被考核员工和考评小组填写，《员工互评表》由员工以无记名方式填写后投入公司投票箱；其中自我考评、员工互评、考评小组考评所占综合绩效考核得分比例分别是30%、30%、40%。

3、工作绩效考核季度得分为3个月的平均分，占季度绩效考核得分的.60%；综合绩效考核得分占季度绩效考核得分的40%，季度最终绩效考核得分即为两者之和。

(三) 季度绩效工资内容

季度绩效工资=绩效考核奖+绩效季度奖

(1) 绩效考核奖由三部分组成：

a□员工季度预留岗位工资10%的考核风险金；

b□员工的第13个月月工资的四分之一；

c□公司拿出该岗位10%的年岗位工资的四分之一作为激励。

员工季度考核为优秀的发放全额季度绩效考核奖金；考核为合格的只发a项和b项；考核不合格者无季度绩效考核奖金。

(2) 绩效季度奖金是总经理根据员工在公司的整体表现，参考员工的考核情况在季度末以红包形式发放。

(四) 增减分类别：

3、没有按期编写当月工作计划和填报工作绩效考核表，每逾期一天扣1分，以此类推。

4、季度内考核为合格的员工，其季度内个别月份考评为优秀的，每评为优秀一次加绩效工资2%，以此类推；其季度内个别月份考评为不合格的，每不合格一次减绩效工资4%，以此类推。

5、奖惩计分：

(2) 季度内警告一次减绩效工资2%、记过一次减绩效工资4%、记大过一次减绩效工资6%。

注：查看本文相关详情请搜索进入安徽人事资料网然后站内

搜索创业团队绩效考核方案。

家庭医生团队绩效考核方案篇八

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，应尽量简单直接，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。