

Using the research method of literature, means of observation, behavioral approach, conceptual analysis
and the pattern of information-seeking of local and overseas were analyzed and compared, Basic pattern
strategies of technology information-seeking

东北财经大学本科毕业论文

改善工程机械代理商销售人员绩效考核之我见

作 者： 康 丽
院 系： 省直电大
专 业： 工商管理
年 级： 2023 年 （秋）
学 号：
指导老师： 陈丽君

内容提纲

绩效考核又称绩效评估、绩效考核、考绩等等。工作绩效考核就是组织各级管理者通过某种手段对其下层的工作完毕状况进行定量与定性评价的过程。这个评价过程的完毕质量不仅仅在于阐明各级员工的工作完毕状况，更重要的是在于通过这些评价去指导员工进行有计划的工作改善，以到达组织发展的规定。

本文以绩效考核的基本理论为基础，首先分析了工程机械代理商行业发展的特点及前景，然后对工程机械代理商的绩效考核现实状况和存在的问题进行了分析，最终从绩效考核制度的基本思想、调整思绪、新的考核构造等几种方面提出了应怎样改善工程机械代理商的绩效考核。

关键词：工程机械行业；销售人员；绩效考核；措施

Abstract

Performance Assessment, also known as performance evaluation, performance appraisal, performance appraisal, and so on. Performance appraisal is the work of the Organization of managers at all levels through the means of some of its lower completion of the work of the quantitative and qualitative evaluation process. The completion of the evaluation process that is not only the quality of staff at all levels of the work is completed, More importantly, through these assessments to guide staff planned to improve the work in order to achieve organizational development.

In this paper, in order to assess the performance of the basic theory, First of all, analysis of the mechanical engineering industry agents and the prospects for the development of the characteristics, Agents of mechanical engineering and performance of the current situation and existing problems are analyzed, From the last performance appraisal system, the basic ideas, ideas adjustment, the new examination structure, and so on several aspects of how the machinery works to improve the performance of agents.

Keywords : construction Machinery Industry ; Salesman ; Performance Assessment ;
Measures

目 录

Commented [番茄花园 1]: 把页码加上，部分标题已改，重新查对。

一、绩效考核的含义.....5

- （一）绩效考核的概念
- （二）绩效考核的作用
- （三）绩效考核措施的选择

二、行业基本状况

- （一）工程机械行业发展现实状况与前景
- （二）工程机械行业销售模式——代理制
- （三）工程机械代理商经营状况分析

三、工程机械代理商销售人员绩效考核的现实状况

（一）目前工程机械代理商销售人员考核绩效模式

（二）目前销售人员绩效考核模式的积极作用

四、工程机械代理商销售人员绩效考核的问题

（一）销售人员缺乏成本意识，代理商销售费用大幅上升

（二）轻易产生个人英雄主义，不利于销售队伍的建设

（三）导致重视工作成果，忽视过程管理

（四）不利于产品市场覆盖率及市场占用率的提高

（五）不能客观全面的评价销售人员的工作效果，为人力资源管理提供根据

五、工程机械代理商销售人员未来绩效考核的思绪

（一）代理制下对销售人员的特殊规定

（二）销售人员与其他人员绩效考核模式的区别

（三）工程机械销售人员与其他行业销售人员绩效考核的特殊性

（四）绩效考核制度的基本思想

（五）绩效考核制度设计的基本思绪

（六）绩效考核制度的构造

（七）绩效考核的实行

（八）关注绩效考核中轻易忽视的问题，提高绩效考核质量。

六、结束语

参照文献

改善工程机械代理商销售人员绩效考核之我见

一、绩效考核的含义

（一）绩效考核的概念

绩效考核又称绩效评估、绩效考核、考绩等等。工作绩效考核就是组织各级管理者通过某种手段对其下层的工作完毕状况进行定量与定性评价的过程。这个评价过程的完毕质量不仅仅在于阐明各级员工的工作完毕状况，更重要的是在于通过这些评价去指导员工进行有计划的工作改善，以到达组织发展的规定。

（二）绩效考核的作用

绩效考核是组织制定调迁、升降、委任和奖惩等人事决策的重要根据，员工培训计划的制定也要以绩效考核的成果为根据，是组织管理、决策和控制的不可缺少机制。详细来说，绩效考核作用有：

1. 在员工个人发展方面的作用，绩效考核可以作为员工对个自身发展进行计划的根据，对员工具有鼓励作用。
2. 在组织管理方面的作用，绩效考核是改善组织工作的一种重要措施；为组织对的用人提供重要前提和根据，进行岗位调配和人员升降提供必要的客观根据；可以有针对性地制定员工培训计划和评介培训效果提供必要条件和根据；尚有，绩效考核的成果也是对员工进行奖惩及确定薪酬的根据。除此之外，绩效考核协助搭建管理者与员工之间的沟通渠道，改善上下级之间的关系。

（三）绩效考核措施的选择

绩效考核模式措施诸多，归纳起来，常用的绩效考核模式有如下几种：

1. 关键绩效指标（Key Performance Indicator，KPI）考核 KPI 考核是通过对工作绩效特性的分析，提炼出的最能代表绩效的若干关键指标体系，并以此为基础进行绩效考核的模式。

2. 目的管理法（Management By Objective，MBO）作为一种成熟的绩效考核模式，始于管理大师彼得·得鲁克的目的管理模式迄今已经有几十年的历史了，如今也广泛应用于各个行业。

3. 平衡记分卡（The Balance Score-Card，BSC）平衡记分卡是从财务、顾客、内部业务过程、学习与成长四个方面来衡量绩效。

4. 360 度反馈（360° Feedback）360 度反馈也称全视角反馈，是被考核人的上级、同级、下级和服务的客户等对他进行评价，通过评论知晓各方面的意见，清晰自己的长处和短处，来达到提高自己的目的。

5. 主管述职评价 述职评价是由岗位人员作述职汇报，把自己的工作完毕状况和知识、技能等反应在汇报内的一种考核措施。

不一样企业规模绩效考核模式措施的选择，每一种绩效考核模式与措施都反应了一种详细的管理思想和原理，都具有一定的科学性和合理性，同步，不一样的模式措施又均有自己的局限性与合用条件范围。

从绩效考核的模式来看，KPI 模式强调抓住企业运行中可以有效量化的指标，提高了绩效考核的可操作性与客观性；MBO 模式将企业目的通过层层分解下到达部门以及个人，强化了企业监控与可执行性；BSC 模式是从企业战略出发，不仅考核目前，还考核未来，不仅考核成果，还考核过程，适应了企业战略与长远发展的规定，但不适应对于初创企业的衡量；360° 绩效反馈评价有助于克服单一评价的局限，但重要应用于能力开发和对中高层经理的考核，不适合迅速变革的企业和讲求推进创新的中中小企业；主管述职评价仅合用于中高层主管的评价。

二、行业基本状况

（一）工程机械行业发展现实状况与前景

工程机械行业发展与 GDP 及固定资产投资的关系：工程机械属于生产资料类，工程机械行业和宏观经济运行状况息息相关，很大程度上取决于 GDP 总量和固定资产投资规模，详见图 1。

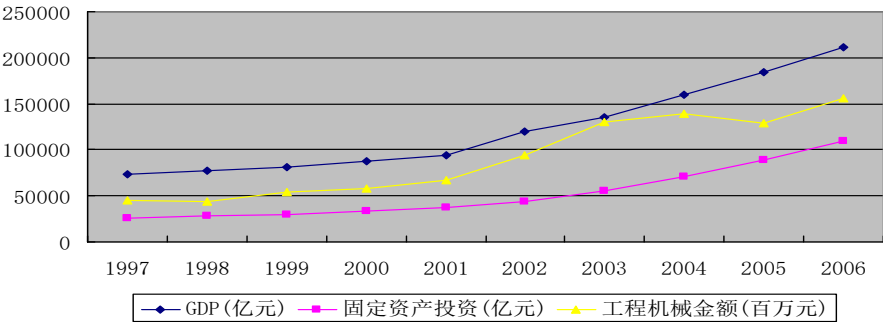


图 1 工程机械与固定资产投资及 GDP 的关系

从上图1中可以看出，工程机械行业投资与GDP总量是成正比的。有关部门记录数据表明，2023 年上六个月，GDP为130619亿元，同比增长10.4%，全社会固定资产投资68402亿元，同比增长26.3%。而从国家未来宏观经济政策上看，GDP保持增长的势头，工程机械行业的迎来前所未有的空间。未来工程机械的年增长率将会到达15%以上，前景可谓一片光明。

（二）工程机械行业实行代理制的原因

在中国，地区广阔，运送成本高，真正有消费能力的顾客群并不集中。工程机械市场千变万化，顾客需求在变，竞争愈演愈烈，新技术新产品层出不穷，这些都足以耗尽制造商的精力，制造商在面临生产领域越来越剧烈的竞争的同步，还要投入相称的人力、物力进行分销网络的建设与运行，势必分散精力。因此，作为产品的提供方——制造商必须顺应渠道变化的趋势，制定符合企业发展目的的渠道方略，依托代理的力量扩大产品的覆盖面。因此，从 90 年代中期到目前，

工程机械行业重要的销售模式是代理制。

（三）工程机械代理商经营状况分析

1. 规模状况分析

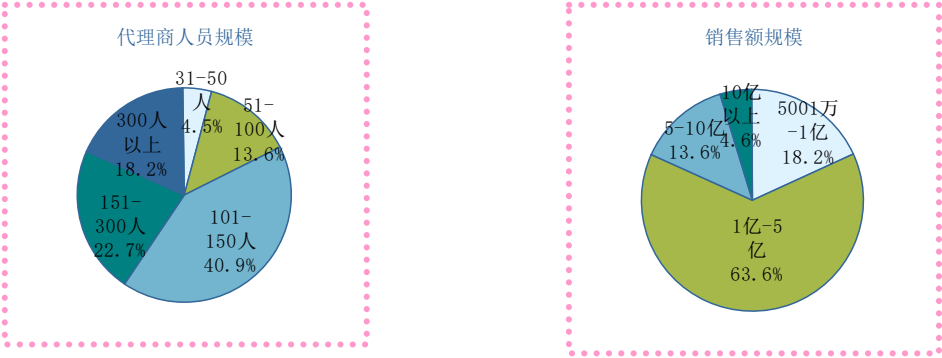
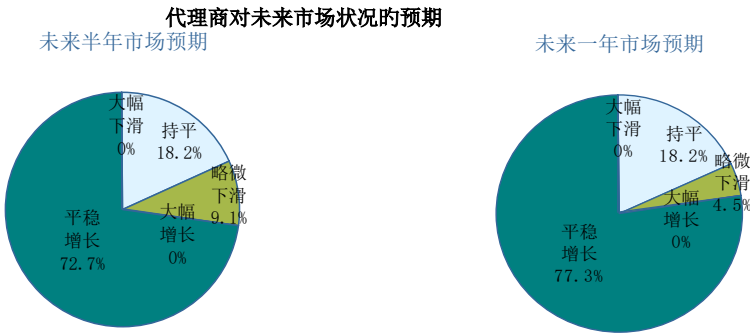


图2 工程机械代理商规模状况分析

从上图可以看出，相比制造商看，代理商的规模普遍偏小，行业集中度不高，在与制造商对话中影响力局限性，代理商规模和其盈利能力有一定有关性，存在规模经济效益，大代理商优势明显。



以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要
下载或阅读全文，请访问：

<https://d.book118.com/228115015044006073>