

“建立销售代表绩效制度”



公司背景以及概况

- ◆ ××公司是一家从事进口便利食品、饮料、相关日用品，并在国内展开分销工作的公司。公司销售分公司成立于1999年，员工30余人。分公司设有总经理1名，副总经理1名，行政部3人，财务部3人，人力资源部3人，项目部2人，销售部20



◆ 公司本着：“为人才提供创造的无限空间”这一观念，使公司拥有一支充满活力、锐意进取、高素质、专业化的员工队伍，通过他们把健康和快乐带到千家万户，造福于千千万万的大众！

◆ 企业经营理念

以客户为上帝，致力于中国百姓餐桌的革命。

◆ 企业精神

求实： 实事求是，崇尚科学理性，迅速反应，立即行动

创新： 解放思想，永远保持对新事物的敏感和激情，以改革作为企业发展的推动力

真诚： 诚实、正直、富于责任感并尽心尽力
尽职尽责

坚毅： 善于忍让和放弃，坚忍不拔地追求远大目标

团结： 同心同德，相互尊重关心，不断提高团队凝聚力

◆ 企业目标

将××公司发展为集进口、销售为一体的现代商业企业，用几年时间使企业成为天津地区进口食品行业的领先者，并具备可持续发展的能力

◆ 企业任务

怀着对生命的敬畏和热爱之心，企业全心全意地关怀人类的生命健康，致力于提高人类的生活质量和生活环境，让人类之树永葆生机与活力。

企业绩效层级结构



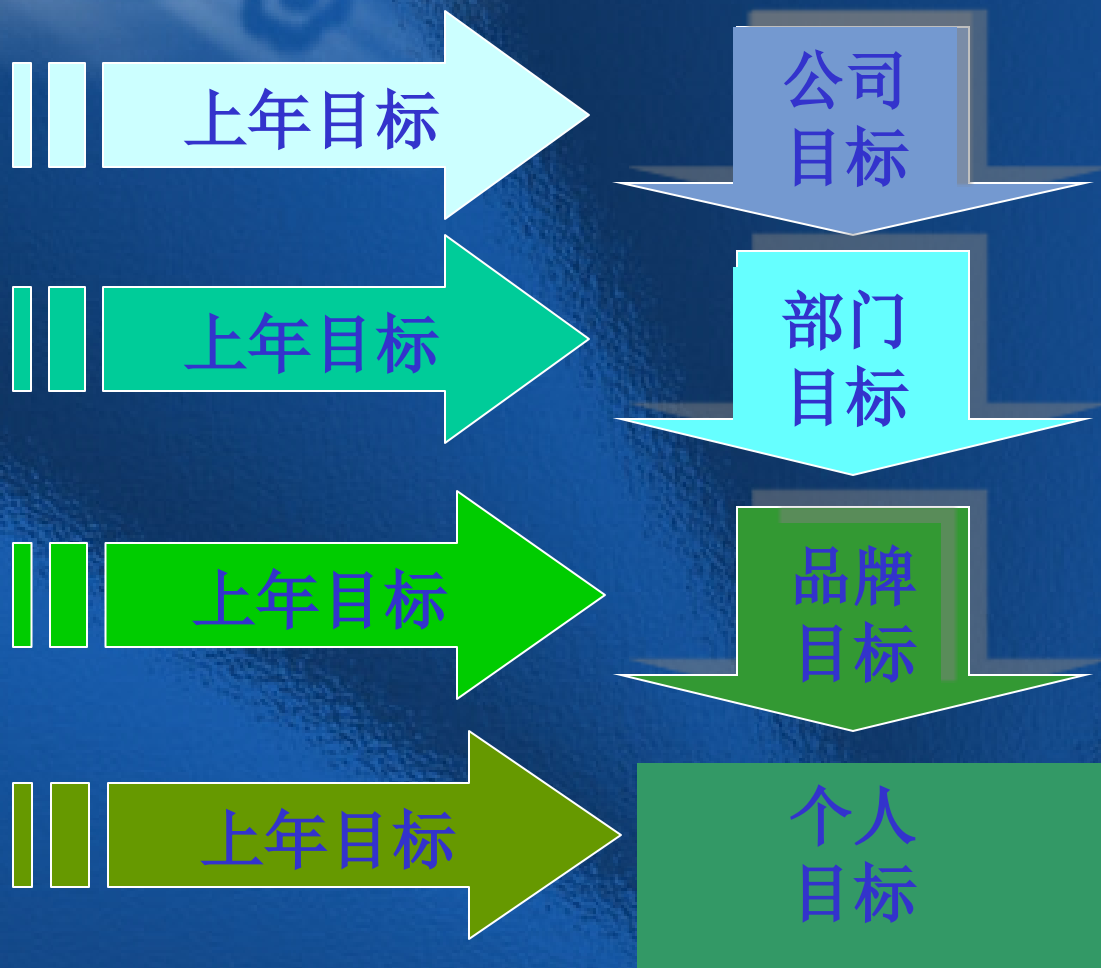
I、评价流程概要

1、评价的整体框架图



2、目标设立的程序和方法

(1) 目标树立的整体程序



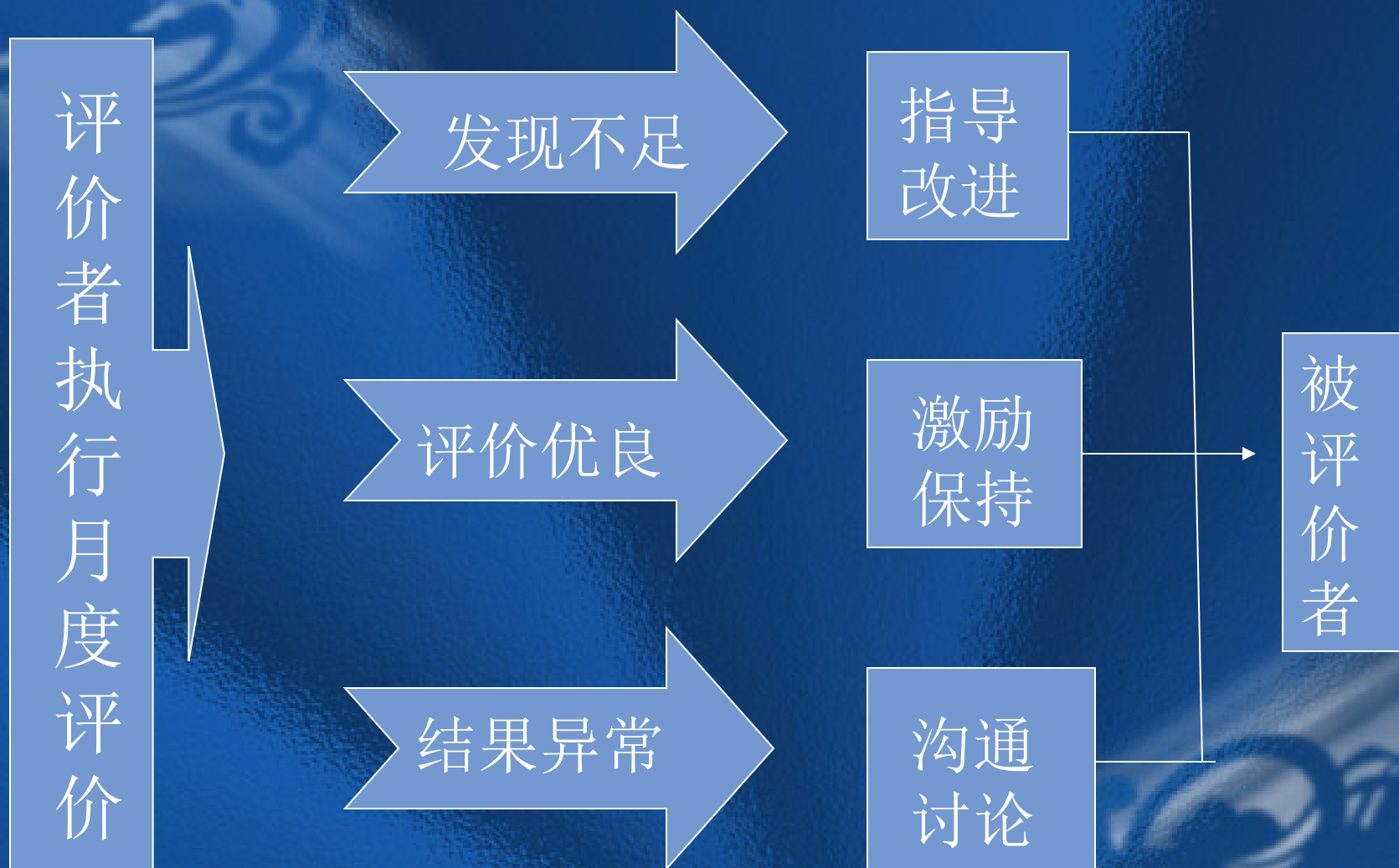
(2) 目标设立的原则——SMART五项原则

- 🍷 S——Strategic: 目标要反映战略导向性
- 🍷 M——Measurable: 可以量化的目标必须量化
- 🍷 A——Applicable: 目标必须与实际相符合
- 🍷 R——Reasonable: 目标必须是合理可实现的
- 🍷 T——Time limit: 目标必须是有阶段性的，在一定时间内可以实现

(3) 目标设立的合议

- ❁ 目标分解的方法：MBO
- ❁ 公司目标=Σ 部门目标=Σ 品牌目标=Σ 个人目标
- ❁ 目标分解注意的问题——用SMART方法进行提问：
 - ◆ 是否符合公司的战略目标？
 - ◆ 是否尽量的可量化？是否将人为因素的影响降到最低？
 - ◆ 是否与实际相符合？是否脱离实际？
 - ◆ 是否可以通过努力实现？是否停滞不前？
 - ◆ 是否符合限定的时间要求？

3、月度评价和改进



4、季度评价与运用

- ◆ 定酬加薪（绩效奖金）
- ◆ 晋升惩处
- ◆ 绩效改进
- ◆ 培训、非培训手段



II、详细的评价方法

1、评价对象——销售代表



2、评价的时限——考评月份的下一月度前三天和考评季度的下一月份前一周

3、评价基础：KSAIBs分析——销售代表的职位分析.doc

不适用情况列举：

例如，1月份的绩效考核，在2月1日~2月3日执行。新加入员工未足月者不适用该评价体系

◆ 特殊事件考虑：

(1) 请假超过一周者要扣除假期的份额

(2) 降职或者处分者成绩要按照应得成绩降一个等级

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/385104021230011132>