

电商绩效考核方案

电商绩效考核方案

为了确保我们的努力取得实效，就经常需要事先预备方案，方案是书面方案，是详细行动实施方法细则，步骤等。优秀的方案都具备一些什么特点呢？下面是我为大家整理的电商绩效考核方案，仅供参考，盼望能够关心到大家。

电商绩效考核方案 1

1、考核目的

为确保产品研发目标的达成，推动研发项目的进展，提升研发部整体研发水平和研发工程师的工作效率，提高研发人员的工作主动性，特设定此绩效考核方案。

2、考核原则

公正公正原则

3、薪资结构

3.1 工资结构

工资结构=标准工资+项目绩效奖金

3.2 项目绩效奖金

为鼓舞公司研发部门的员工不断进行技术改良及创新，加强公司的研发力气及竞争力，对公司年度准备项目设立项目绩效奖金。项目负责人及成员参与项目奖金支配。

4、绩效考核方案

项目绩效以项目完成状况进行考核，项目绩效在项目完成后一个月内进行评审，并发放奖金，长周期项目设置项目关键节点进行评审。具体操作方案如下：

4.1 项目绩效

4.1.1 研发项目以项目负责人负责的形式进行工作；为检验项目研发的成果及效益，为项目维护及改善供应依据，设立项目绩效考核制度。

4.1.2 由项目研发部门拟定项目准备书，内容包括项目研发进程准备、项目达成目标准备、项目研发经费预算等内容。报送总裁审批，人力资源部门进行项目备案。

4.1.3 项目完成后即对项目进行考核，考核指标主要分为五部分：项目本钱改良、项目完成进度把握、项目完成质量、项目研发费用把握、项目技术难度。其中：

A 项目本钱改良：本钱降低百分比，参考本钱降低的难度。

B 项目完成进度把握：由考评人依据项目的实际研发进度与准备进度时间进行对比；综合考评整个项目的完成状况。如项目研发的某个阶段受到不行预见的因素影响，导致阶段研发进度无法达成，但整个项目在准备内完成的，不影响考核结果。

C 项目完成质量把握：由考评人依据项目目标实际达成

率进行考评。

D 项目研发费用把握：结合财务中心的数据，对比实际支出的研发费用占准备费用的比例进行考评。

E 项目技术难度：从技术冗杂性、技术创新性和技术通用性三个方面进行评价。

F 部门负责人担当项目考评人，对考核各项标准进行严格把控，并对各项考核标准负责。

4.1.4 项目负责人负责对项目成员进行项目奖金比例支配，要求做到公正，公正。能够真实的反应每位成员在项目中所起到的作用。个人项目奖金=项目实际奖金 x 支配系数

项目负责人支配系数=2x 研发人平均支配系数

研发人员支配系数由项目负责人提出，经研发总监审核备案。

4.1.5 项目绩效考核结果将作为员工晋升、薪资调整等人事变动的重要参考因素之一。

5、综合绩效考核

5.1 研发部关键绩效考核

研发部关键绩效考核是评价研发部工作重要指标，每年进行一次，依据评价结果调整下一年度工作准备。

5.2 研发部负责人关键绩效考核

研发部负责人关键绩效考核是评价研发部负责人工作重要指标，每年进行一次，评价结果作为调整薪金和人事变

动的重要依据。

5.2 研发人员关键绩效考核

研发人员关键绩效考核是评价研发人员工作重要指标，每年进行一次，评价结果作为调整薪金和人事变动的重要依据。

电商绩效考核方案 2

一、 考核目的：

规范和提高员工的服务意识、服务标准，通过考核提升员工的工作力气、工作主动性，利用经济这一杠杆作用，推动服务质量、管理水平和经济效益的不断提高，确保总公司制定的各项工作目标顺当完成。

二、 考核原则：

- 1、 服务行为的标准化、规范化；
- 2、 逐级考核、统一考核；
- 3、 公正、公正、公开。

三、考核对象：物管处全体员工。

四、考核细则：

1、考核人：各项目主管为主要考核人；公司品保部、人力资源部负责考核项目日常工作跟进、监督和执行。

2、考核周期：每月一次。

3、考核依据：公司各项规章制度、各操作手册的规范文件；评价个人当月重点工作的完成状况。

4、考核内容：

劳动纪律：出勤上有无迟到、早退、旷工等现象，遵守公司规章制度方面状况；

工作状况：工作量、工作看法、工作实绩及业主满意度；

平安方面：工作过程中有无事故发生；

执行力：对公司的准备任务完成状况及执行中的'创新完善状况；

礼仪形象：举止是否文明、服务用语是否恰当、穿着是否得体；

成品爱惜：设备有无丢失、缺陷，公共设施维护状况；

领导力、决策力：对日常事务和突发大事的处理，对部门人力物力财力时间的指挥调度，本部门的整体战斗力，本部门重大活动的决断与调整；

5、检查方式：主管每天检查，物业主任每周不定期随机检查，公司品质保障部和其他职能部门随机抽查。

特别说明：在检查过程中如消逝阻碍检查或弄虚作假者，经确认状况属实的将对其加倍惩处。

6、考核程序：

每月 25 日各项部门主管将汇总，并报主任审核后公布；

品保部将检查、拍照记录，其他相关职能部门随机考核记录交专人汇总，计算分值后报人资部，最终由人资考评汇总。

电商绩效考核方案 3

1. 目标方案

方案：以 1 年为周期方案实施前期目标：

目标：打响网站品牌

任务：形成稳定的销售模式、培育客户的黏性 策略：

网站平台建设、资源整合、网站推广、市场开拓、团队机制建设，电商运营方案怎么写。

第一阶段：网站平台完善期(1 个半月)：20~30 天的平台基本建设阶段，依据网站 需求特色，为会员供应功能强大的网上商务平台。

该平台是一个开放式 **BTOB**电子商务平台，以产品为核心，将买家、产品、卖家三个商品交易的基本元素有机地结合起来，用户可以通过各种途径轻松地在网上找到贸易合作伙伴，实现网上议价、网上签约、网上支付等贸易活动。

商务平台能够为企业在线供应供需信息发布和查询以及网上议价谈判、拍卖招标、 合同跟踪、客户管理等一整套完善的交易功能，并为交易双方供应多种完善安全的在线支付 解决方案。

企业无须离开该平台就可以完成整个交易过程。

包括网站流程的优化以及页面美化；20~30 天的信息搜集，每天 50 条活动的完整信息录入，保证网站初期网站内容的信息量。

目的：保证网站的流畅、稳定运转，网站内容的基本完整。

其次阶段：网站试运营期(2 个半月)：其实这个阶段也可以说是网站运营初期或者 是内容的完善期，网站运营结果更具有真实性和具有劝说力，这个阶段的主要任务是：网站的 初步推广和网站性能的进一步完善。

目的：形成自己的网站风格、提高网站的流量。

第三阶段：网站运营中期(5 个月)：这个阶段的由于前期的宣扬和推广，为网站的 带来了肯定的流量，所以这个阶段的重点应当放在网站会员商家的拓展和网站用户的转换 上，让一般的活动查看用户转化成活动发布用户，准时有效的搜集用户反馈信息，另外网站 的线上和线下推广还需要进一步的跟进。

在网络营销方面，初步开展一些线上、线下商务活 动，主要是：网络广告、网站合作、联合商家线下推广。

目的：提高用户转化率、培育客户的黏性、提高网站会员商家的数量。

第四阶段：网站运营后期(3 个月)：建立网站品牌价值是这个阶段的首要任务，在 前面两个阶段的运营过程中，提高了网站的流量的同时，积累了较多用户资源，规划方案《电商运营方案怎么写》。

因此在连续 做网站推广和内容建设开发的同时，网站

的营销活动的进一步开展，将是我们工作的重点。

主要是：对网站数据进行分析，提高网络营销市场开拓，进一步完善网站功能，拓展网站产目的：市场开拓、为占据市场做预备。

2. 任务安排 (1) 网站内容和服务 网站的内容建设和服务包括：网站内容的编辑工作、网站的产品和功能分析、以及线 上推广活动。

(2) 业务开拓推广 网站业务开拓：网站产品和服务推广(主要是线下推广)、保持和用户、商家的有效 沟通、提高网站活动场地的掩盖率。

a) 网站推广 负责网站的市场推广活动的策划和管理工
作，以及网站品牌推广。

推广工作包括：活 动推广、网站宣扬推广、商家联合
的推广。

b) 客户信息分析 了解客户需求、搜集客户需求信息，
反馈给网站编辑人员，进行整理。

(3) 客户服务 准时解答用户对于网站的疑难问题，协作
好市场人员，搜集市场反馈过来的信息，同 时将市场反
馈过来的信息整理后准时给网站策划编辑人员，做好对网
站的功能和内容的策 划、组织工作。

此外，同时审核活动信息、商家信息。

(4) 技术维护 技术维护方面，包括网站的页面设计、美

工和网站的程序开发、数据库维护等。

网站美工和 技术人员，应协作好网站编辑人员的改版和栏目结构设计要求，即使完善网站的一些功能贯 联和界面的设计美观。

同时网站美工方面在公司的线下推广方面的宣扬材料的设计上面与市 场和编辑人员保持协作。

3. 团队建设 网站团队的建设对于网站运营供应最基础的保障。

团队基本结构包括：市场推广部、 网站技术部、网站编辑部。

市场推广部负责网站项目的市场推广活动的策划和管理 工作，负责市场推广、地面宣扬、开 展活动，以及公司品牌推广，开拓网站会员商家，准时收集用户户信息，开拓客户资源。

网 站技术部要为网站运营平台供应安全、稳定等方面的保障，准时协作公司的维护决策。

网站编辑部负责网站内容的建设，网站栏目的策划、网站产品和服务设计，以及一些线上的推广 活动，同时对于网站内容的充实，网站文字的编辑和资料的审核工作。

详细人员配置如下： 市场推广部：市场推广人员 2 网
站技术部：网站技术人员 2 名，一名偏重网站功能模块的建设，一名偏重网站页面 的技术实现；网站美工 2 名，其中一

网站编辑部：网站编辑人员 2 4. 网站培训网站最需要的培训：网站定位和运营思路培训、网站服务学问培训、其它详细运营时 涉及的临时性培训。

5. 沟通机制 沟通机制包括：市场与市场之间的沟通、市场与技术部门之间的沟通，规划人员与执行人员的沟通、技术人员内部沟通。

电商绩效考核方案 4

为了加强，对厨师队伍的考核管理力度，提高厨师厨艺水平，更好的满足宽阔员工的用餐需求，特制订如下考核方法。

一、管理原则和目标

以人性化管理为原则，以群众伙食为主题，促进厨师厨艺水平的提高，满足员工的饮食需求。

二、考核小组

组长：王顺当 副组长：吕志雄 成员：陈超蒙志伟

三、考核细则

依据技能、平常表现、员工看法三个方面对厨师每月进行百分考核。

1. 技能(70 分)

分为理论学问(15 分)、实际操作力气(55 分)

(1) 理论学问考核接受口头问答的方式进行。理论学问

口打饭时的文明用语、《食堂职工个人卫生制度》、《食堂卫生平安制度》共五道题，每题 3 分，共 15 分。

(2) 实际操作力气考核。以群众菜肴为主进行实际操作，表达

在平常的菜品制作商，考核小组进行统一考核。

2、平常表现(10 分)

平常表现由伙管员和主管领导进行考核。

(1) 不听从领导的支配，如对布置的工作不予理睬、不接受、公然顶撞，一次扣一分。

(2) 不保持工作区域内的卫生，如所负责的范围卫生不洁，发觉一次扣 0.5 分。

(3) 上班时仪容仪表不洁净，一次扣 0.5 分。

(4) 上班时间内串岗、在操作间吸烟，发觉一次扣 0.5 分。

(5) 不节约能源，如发觉铺张行为，一次扣 0.5 分。

(6) 上班期间干私活，不团结同事，挑拨离间，发觉一次扣 1 分。

3、员工看法(20 分)

员工看法由伙管会定期收集、汇总，员工对厨师的投诉看法安以下标准进行扣分：

(1) 原材料搭配不合理，一次扣 1 分

菜油用量不达标，一次扣 1 分

(3) 肉用量不达标，一次扣 1 分

(4) 菜口感过咸，味精过浓，酱油味过重等状况，一次扣 2 分

(5) 菜品颜色不美观，消逝灰黑、锅巴、粘糊等状，一次扣 2 分

(6) 打饭时对员工看法恶略，对员工合理要求不予理睬的，一次扣 5 分

(7) 对员工看法没有准时改正的，发觉一次扣 1 分

4、加分

为了增加花色品种，更好的满足宽阔员工的用餐需求，伙管会鼓舞厨师进行创新，新增的花色品种由厨师上报伙管员，并由考核小组商议 确有推广价值的，每个加 5 分。

5、奖惩处法

厨师每月考核成果分为优秀、良好、较差三档，每月考核总分在 90 分以上为优秀，80—89 分为良好，80 分以下为较差。其中考核成果优秀的员工每人每月嘉奖现金 50 元，良好的不予奖惩，成果较差的罚款 50 元。

电商绩效考核方案 5

前 言

20xx 年 11 月 11 日，淘宝全网销售突破 52 亿元，农产品电商成为其中主力，电商部运营方案。 2023 年，淘宝天

52 亿上升到 350 亿，翻了近 7 倍；2023 年，中国大部分区县的特色农产品电商，仍处于起步及待开发状态；与浙江的丽水、江苏的高淳相比，常州武进、金坛、溧阳的农产品电商，已经处于落后一拍的态势，急需赶超。

一边是高速增长、潜力无穷的网购市场；一边是急需触网、亟待开发的农产品市场；

一边是鱼龙混杂的民营主导的网购平台，一边是规范严谨的供销社系统；一边是从 4 亿城市买家向 10 亿农村买家进军，急需解决农村网点与物流配送问题；一边是依托 21602 个基层社、职工 367.44 万人的中国供销合作总社.....

2023 年 6 月，常州市供销合作总社与常州天目湖南山竹海食品有限公司、浙江老猫电商启动“常州特色农产品电商”规划合作，借助“天目湖南山竹海风景区”在长三角乃至全国的影响力，以“天目湖南山竹海”品牌作为常州特色农产品在网络电商平台的品牌突破口；通过整合常州全市供销社系统的特色农产品资源及网点平台资源，在电商格局风云变幻的 2023 年坚决出击，实施全网 B2C 平台入驻与区域 O2O 相结合的运营战略，独辟蹊径的走出一条产业电商之路。

在江苏省供销合作总社领导及常州市各级领导的关怀支持下，常州市社、金坛市社、溧阳市社、天目湖南山竹海、

品电商项目，力争成为供销合作社体系推动科学进展、坚持改革的市场取向，坚持为农服务的进展方向的一次创新与突破。

第一章：总论

1.1 项目概要

1.1.1 项目名称：常州特色农产品全网及 O2O 电商运营

1.1.2 规划单位：常州市供销合作总社

金坛市供销合作总社

溧阳市供销合作总社

1.1.3 项目筹建：常州天目湖南山竹海食品有限公司

浙江老猫网络科技有限公司

1.1.4 实施单位：江苏省南山竹海农产品电子商务有限公司(筹)

1.1.5 项目筹备负责人：易超 毛文彬

1.1.6 投资规模：500 万元

本项目首年启动投资规模约为 500 万元，3 年整体规划投资规模为 1.5 亿元。其中，天猫、京东、1 号店等全网电商建设运营启动资金约 100 万元；首年全网电商推广经费约 300 万元；研发与流淌资金 100 万元。首期建成后将实现月销售 100 万元，首年全网电商平台销售总额约 1500 万元；总共在首个 5 年规划期内实现年平均销售额 1.5 亿元，净利润总

5 亿元。

1.1.7 项目开发运营单位介绍：

项目建设单位：

常州天目湖南山竹海食品有限公司：

常州天目湖南山竹海食品有限公司成立于 2023 年 1 月，是集土特产、茶叶、休闲食品经营、酒店会所管理、电子商务运营、餐饮连锁开发管理等为一体的综合型涉农产业集团公司，是“第

八届中国花卉博览会”唯一指定食品供应商，规划方案《电商部运营方案》。现有员工 300 多名，直营和加盟销售网点 300 余家。

“诚信经营、尽善服务”的理念为公司迎来了中国电信、中国邮政、常州电视台、常州广播电台、常州日报社等一批优秀的合，并成为中国电信**地区唯一农产品销售战略合作伙伴。2023 年 8 月 26 日，由常州天目湖南山竹海食品有限公司提倡组建的江苏新合作常新特农农产品销售专业合作社正式成立，有武进、金坛、溧阳、天宁、钟楼及新北区的 53 家农民专业合作社加入，公司被推选为理事长单位。专业合作社以“抱团进城、直销产品、服务市民、做响品牌”为经营宗旨，在政府部门的政策引导与大力支持下，更好地为各地市民供应优质安全、物美价廉的农副产品。

公司旗下拥有 8 个自主品牌：天目湖南山竹海、道也茗

茶、椿桂坊、中粽坊、观前街、苏合电商等，多年的市场推广积累了丰富的品牌价值，得到了社会各界和广阔消费者的认可。目前产品掩盖范围为北京、上海、江苏、浙江、山东、安徽、云南、福建等省市，成为区域知名品牌。

浙江老猫网络科技有限公司：

该公司系是一个以农产品电商整体运营为主的技术开发及专业运营企业。

总公司为天搜科技股份有限公司(对外又称天搜或天搜网)，创立于 2023 年，是集无线应用、无线软件研发 和移动信息化解

决方案实施于一体的大型高科技股份制企业。

创立至今，天搜素以推动中国移动信息化产业进展为己任，凭借雄厚的移动信息技术实力和对市场的深化发掘为企业及各类用户供应 最全面的移动信息化应用解决方案。

1.1.8 项目建设内容、规模、目标：

本项目将建成两个自主研发、推广、运营体系：跨平台的全网特色农产品电商运营体系及区域生鲜特产 O2O运营体系。前者针对天猫、京东、1 号店等主流电商平台上的买家为主；后者针对微信、客户端等移动互联网买家为主。同时基于天目湖南山竹海公司在常州地区的 6 家旗舰店、1 家餐饮店，以“天目湖南山竹海”为核心品牌，由线上向线下进展加盟连锁，为常州地区供销社、合作社及投资人建立品牌

特色农产品专卖店供应整体支持。

1.1.9 项目启动阶段日期

本项目首期建设拟从?年 8 月至?年 9 月，启动期共计 12 个月。

1.2 项目可行性讨论主要结论

1.2.1 项目市场前景：

目前服装、3C、家居等行业的电商市场已经进入充分竞争阶

电商绩效考核方案 6

一、考核目的

1. 为了公正、有效地评价客服人员的工作业绩、工作力量和工作态度，准时订正偏差，改进工作方法，激励争先创优，优化整体客服团队，从而全面提升客服质量和企业效益，特制定本考核方案。

2. 对客服人员进行的业绩考核结果将作为本公司进行人员薪资调整、培训规划、职位晋升和岗位调动的决策依据。

3. 将绩效考核融入公司管理过程，在考核中形成员工与公司双向沟通的'平台，增进管理效率、推动公司良好运作。

二、考核原则

本着公正、公正、引导、激励的原则实施考评，客服人员的考评结果将与公司业绩和个人业绩直接挂钩，业绩考评也将作为薪资的主要参考依据，直接打算着个人收入。

三、考核形式

以业绩考核为主，多元考核形式并用来进行综合考量，以求考核效益最大化。

四、适用对象

本方案适用于本公司全部的客服人员，请相关部门负责人遵照实施，予以仔细落实。

电商绩效考核方案 7

第一章 总则

第 1 条 目的

1. 客观公正评价员工的工作业绩，工作力量及工作态度，促使员工不断提高工作绩效和自身力量，提升公司的整体运行效率和经济效益。

2. 为员工的薪酬决策、培训规划、职位晋升、岗位轮换等人力资源管理工作供应依据。

第 2 条 适用对象

本制度适用于公司电商部门全部员工，但考核期内未到岗累计超过 20 天(包括请假及其他缘由缺岗)的员工，不参加当期考核。

其次章 绩效考核内容

第 3 条 工作业绩

工作业绩主要是从月销售额和对上级主管支配的工作完成状况等多个维度来表现。

第 4 条 工作力量

依据本人实际完成的工作成果及各方面的综合因素来评价其工作技能和水平，如学问把握程度、团队协作力量、任务执行力量、个人学习力量、创新力量等。

第 5 条 工作态度

主要对员工平常的表现赐予评价，包括客户纠纷、乐观性、主动性、责任感、信息反馈的准时性、对公司忠诚度等。

第三章 绩效考核的实施

第 6 条 考核周期

依据岗位需求，对员工实施月度考核，其实施时间分别是本月__日至下个月__日。

第 7 条 考核实施

1. 考核者依据指定的. 考核标准和评价标准，对被考核者的工作业绩、工作力量、工作态度等方面进行评估，并依据考核分值确定其考核等级。

2. 考核者应熟识绩效考核制度及流程，熟识使用相关考核工具，准时与被考核者沟通，客观公正地完成考核工作。

第四章 结果应用

第 8 条 个人底薪及提成标准

依据员工的考核结果，将其划分等级，主要应用于职位晋升、培训需求、绩效提成发放、岗位工资调整等方面。

第 9 条

连续 3 个月考核排名第一的，赐予一次性嘉奖 200 元，上不封顶，连续 3 个月考核不及格的，自动请辞。

第 10 条 职位晋升

职位晋升将直接影响到个人底薪和提成点数，考核周期为二个月，由部门主管、运营总监、总经理综合考评。

新员工入职默认为一般等级，提点及底薪按一般等级计算。

电商绩效考核方案 8

为调动员工的工作乐观性，改善员工的工作表现，以达到公司的销售目标，增加企业活力；提高员工的满足程度及工作成就感，特制订实行本制度，以实现对商务人员的工作量化考核。

一、考核对象：

全部商务人员。

二、考核人员与流程设置：

1、员工的直接上级为该员工的考评负责人，详细执行考评程序；

2、考评工作由人事部统一支配与监督；考评实施细则由人事部、考评负责人及被考评人共同争论制定。

3、员工进行自评，自评不计入总分；

4、考评结束时，考评负责人须与该员工单独进行考评

沟通；

三、考核原则：

公正、公正、公开，被考核人回避的原则，如考评商务部经理时，本人需回避。

四、考核频率及数据来源：

每月、季、年末召开会议分别对被考核人进行考核，其中考核数据来源由部门经理在会前收集整理，并在会上予以争论通过；

五、保密原则

1、考评结果只对考评负责人、被考评人、人事负责人、(副)总经理公开；

2、考评结果每月 10 日前报销售总(副)经理审核，由人事部核准汇总，最终送总经理批准；考评文件由人事部存档；任何人不得将考评结果告知无关人员。

六、考核指标及权重：

考核指标分为定量指标及定性指标二类，本制度列出各指标项并分别给出权重，其中部门经理与员工在内容及方式各有侧重，故在考核的指标及权重上有不同。

电商绩效考核方案 9

电子商务的库房流程基本上大同小异，但针对不同海外仓储库房系统及商品管理上，在操作的细节上差别还是很大的，此外每个人的管理风格不一样，大家可以就此参考下。

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/917166041012006160>