# 业务员业绩考核方案

来源：网络 作者：玄霄绝艳 更新时间：2024-08-06

*业务员业绩考核方案为鼓舞销售人员工作热情，提高工作绩效，积极拓展市场，促进公司产品的营销，维护公司的正常发展，特制订本方案。本方案采用定性与定量相结合的方法，用公平、公正、合理的方式来评估考核公司各营销人员，以提倡竞争、激励先进、鞭策落后。...*

业务员业绩考核方案

为鼓舞销售人员工作热情，提高工作绩效，积极拓展市场，促进公司产品的营销，维护公司的正常发展，特制订本方案。

本方案采用定性与定量相结合的方法，用公平、公正、合理的方式来评估考核公司各营销人员，以提倡竞争、激励先进、鞭策落后。

一、营销人员的底薪

公司营销人员的薪资构成主要是底薪+业务提成+绩效奖金。

底薪是维持业务员基本生活保障和开展业务工作所必须的支出。底薪的确定可以由公司和营销人员协商确定并实施，并作为以后新进业务员的底薪标准。

二、业绩考核办法

本业绩考核办法分为月度考核、季度考核和年度考核三项。

（一）月度考核

1、业务员月度业务指标的制定

业务员每个月都应该制定自己的业务计划，根据公司本月的营销目标，设定本月的业务量。公司根据业务员设定的业务量，结合公司本月的营销目标确定本月度每个业务员的基本业务指标。

基本业务指标是每个业务员必须完成的业务量，是业务员获得基本底薪的必要条件。业务员只要完成基本业务指标量的80%以上，才可以获得基本底薪。没有达到基本业务指标量80%，只能获得80%的底薪。

2、业务员完成当月基本指标量，除全额享受底薪外，还可以获得提成，提成计算以业务员开发的客户当月酒水进货额度为准，提成额度为普通酒水产品进货额度的1.5%，红酒进货额度的3%。超出基本业务指标量部分，普通酒水提成2%，红酒提成3.5%。未完成基本业务指标量的80%以上的，当月没有提成。

3、基本业务指标量是指：开发新客户的数量，包括餐饮、团购、婚宴、下线批发商等较大量的采购者。而个人的大宗购买不再此列。而提成按照客户的消费额度来结算。新客户的消费额按年度在年底统一结算，所以业务员的提成也是在年底统一结算。

4、业务员开发的个人大宗购买，在完成基本业务指标量的前提下，也可以享受提成，提

成额按照该客户年度总消费额的提成，统一年末结算。

5、一些不确定的变数

A业务员本月有已经达成意向的客户，但尚未正式确定的B业务员本月花费相当大的精力完成了一个重量级客户，没有精力开发其他新客户的C业务员本月有其他突发情况不能完成任务的针对以上情况，公司不应以单月的成绩来评定业务员的业务水平。

（二）季度考核

1、季度考核的目的季度考核是在月度考核的基础上，针对业务工作的特点而设立的。由于营销工作很多时候不能明确的按月计算，为了公平公正起见，也为了更好的激励营销人员，充分发挥业务员的能力，所以季度考核就有了存在必要。三个月也是对业务员的基本考核期限。

2、季度考核办法

季度考核主要是将季度内三个月份的基本指标加权，再综合每个营销人员该季度内每月业绩和总的业绩，确定营销人员的考核成绩。

3、季度考核等级及奖惩

l季度内三个月都完成基本指标的，评定为合格。

l季度内三个月有一个月未完成，但总体完成的，评定位合格。l

季度内三个月有两个月未完成，但总数完成的，评定为合格。

l季度内三个月都完成基本指标，并有1-2个月超额完成的，评定为良好。l

季度内三个月都未完成的，评定为不合格。l

季度内三个月都超额完成的，评定为优秀。

公司对不合格营销人员，将予以解聘。对良好和优秀等级业务员予以奖励。

奖励办法如下：

1，良好等级的营销人员，奖励；

2，优秀等级的营销人员，奖励。

3，根据具体的业务完成量，确定获得“季度明星营销人员”荣誉的人选。

（三）年终考核

年终考核是总结一个年度营销工作开展的重要工作。年终考核主要是在季度考核的基础上，综合本年度四个季度的考核情况，结合营销人员的其他表现，对营销人员的工作作出一个综合评分，以此作为年终提成和奖励的主要依据。

1、年终考核的等级划分

每个季度都评定为合格的，年终评定为合格。

一年内有1个季度为良好或者优秀，其余为合格的，年终评定为合格。l

一年内有2个季度为良好或者优秀，其余为合格的，年终评定为良好。l

一年内有2-3个季度为优秀，其余为良好的，年终评定为优秀。l

一年内有3个季度为良好，其余为合格的，年终评定为良好。l

一年内4个季度都评定为良好的，年终评定为优秀。l

一年内4个季度都评定为优秀的，年终评定为“超级明星”......如此等等，就是按照一年的综合表现，确定等级。

2、年终考核的奖惩措施

A

年终本年度提成全部兑现，每个月应得的提成额度累加。（也可以按季度发放）

B

年终奖金与年终考核等级挂钩，等级高奖励多。

（四）非营销人员的业务提成公司鼓励员工为公司多开发业务，非营销人员在完成本职工作的情况下，也可以从事业务开发工作，也可以获得提成，提成额为业务总金额的。单笔单提，同时计入个人工作成绩考核。

以上考核办法既适用于单个业务员，也适用于对营销小组的考核（小组内部的具体考核办法和小组成员自己制定并报公司备案）。主要是针对基层的营销工作而设立的，针对营销领导层的考核不在此列。

三、营销工作开展的费用补贴

营销人员开展营销工作，必然会产生一些列的费用。这些费用是应该由公司承担的。一方面公司可以以实报实销的方式补贴营销人员，一方面也可以在营销人员底薪中体现，根据公司的实际情况，结合营销工作开展的需要，参照同行的制度，制定业务工作开展的补贴额。

四、试用期营销人员的薪资

营销人员的试用期一般为三个月，试用期营销人员的底薪为，试用期内没有提成。在试用期内完成公司指定的任务的，转为正式员工。试用期表现优异的，可以提前转正，并给予一定奖励。

五、其他与考核相关的事项

（一）营销人员工作失误的判定和措施

营销人员在工作中由于自身的原因导致的业务流失、泄露商业秘密、公司形象受损、公司蒙受损失等情况，一方面要采取果断措施挽回损失，一方面要追究责任。判定损失的要素主要有：

营销人员自身原因还是公司原因？ l

业务流失量 l

损失程度

不良的社会影响和业内影响

从以上几个方面来判定的责任。一旦造成损失，公司应综合该营销人员的工作业绩和损失情况作出处理意见，并允许营销人员有补救的机会。

出现失误及时补救，尽快总结，避免再次出现同样的问题。

（二）营销人员作息考勤管理及其他

营销人员应严格遵守公司的各项规章制度，也是年终考核的依据之一。

1、营销人员休息时间的规定

根据国家法律法规和公司的实际情况，公司营销人员每周可以休息一天，一般定在周日，如有特殊情况可予以调整。

2、出勤管理

每天在早上八点半以前到公司报到，下午五点半为正常下班时间。下班之前需回公司报道，因开展业务需要，需在业务场所滞留，须当日说明。对于没有来公司报到且没有说明者，予以处罚。

3、请假管理

营销人员有事需请假，需提前向公司说明，并填写请假单报总经理批复，或者事后补办请假手续。如不说明的，按旷营销人员工处理，予以处罚。旷工超过3天/月，公司将予以解聘。

4、营销会议制度

每天一次晨会，每天八点半到公司报到后即由营销总负责人组织召开，简单交流

上一天的工作和当天的工作。

每月一次工作总结会，总结当月工作，核定营销业务的完成情况，制定下月计划。针对一些重要业务项目，可召开业务专题会，探讨攻坚战术。

5、营销人员工作计划及总结制度

每个营销人员都应真实记录自己每天的工作情况，每月做一次工作，并提出下月工作计划，以正式文本形式交公司营销总负责人。公司对营销人员的工作总结和计划作出批复。

6、客户信息汇总制度

营销人员在公司工作期间开发的客户都属于公司所有，每一个营销人员应将开发的客户资料制成客户资料表，以电子文本形式交公司备案。

本文档由站牛网zhann.net收集整理，更多优质范文文档请移步zhann.net站内查找