

营销系统岗位 KPI 目录

营销总监 KPI 组成表.....	2
市场部经理 KPI 组成表.....	6
销售部经理 KPI 组成表.....	8
销售部营运助理 KPI 组成表.....	12
销售大区督导 KPI 组成表.....	14
销售代表 KPI 组成表.....	16
销售部市场拓展督导 KPI 组成表.....	19
销售部市场拓展专员 KPI 组成表.....	21
销售部客户管理专员 KPI 组成表.....	23
销售部档案管理专员 KPI 组成表.....	25

营销总监 KPI 组成表

KPI	考核周期	考核标准	KPI 说明	权重	计算方式	信息来源	考核目的
公司中长期品牌及市场、销售战略报告	半年	100 分	软指标评分表	40%	软指标评分表	营销总监提交的品牌及市场、销售战略报告	确保公司市场营销的持续和良好发展，保持和提升品牌价值
系统营运分析报告	半年	100 分	软指标评分表	35%	软指标评分表	营销总监提交的系统营运分析报告	确保整个营销系统高效率的良性运转
营销经营计划综合完成情况	半年	100 分	参考销售回款完成率指标和新品经销率指标，评分标准见附表	25%	$W=50\%X+50\%Y$ X, Y 得分见附表	财务部、信息发展部提供数据	确保经营指标完成

备注：W 为经营计划综合完成得分，X 为销售回款完成情况得分，Y 为新品经销率项目得分。

营销总监软指标评分表

表一：公司中长期品牌及市场、销售战略报告评分表（总经理填写）

请针对营销总监上报的公司品牌及市场、销售战略报告综合以下三方面评分

软指标评分项目	权重	得分	加权得分
报告上交的及时性（1月20日、7月20日）	15%		
报告内容的完整性	35%		
报告质量	50%		
总计	100%		

表二：系统运营分析报告评分表（总经理填写）

请针对营销总监提交的系统营运分析评分表综合以下四方面评分

软指标评分项目	权重	得分	加权得分
报告上交的及时性	10%		
整体状况回顾方面的质量	20%		

系统运营效果评价方面的质量	35%		
对系统结构改进建议方面的质量	35%		
总计	100%		

表三：销售回款完成率的评分标准

销售回款完成率 $A = \text{实际销售回款} / \text{计划销售回款} * 100\%$

销售回款完成率 A	得 分 X
$110\% \leq A$	160 分
$105\% \leq A < 110\%$	130 分
$100\% \leq A < 105\%$	110 分
$95\% \leq A < 100\%$	100 分
$90\% \leq A < 95\%$	90 分
$85\% \leq A < 90\%$	80 分

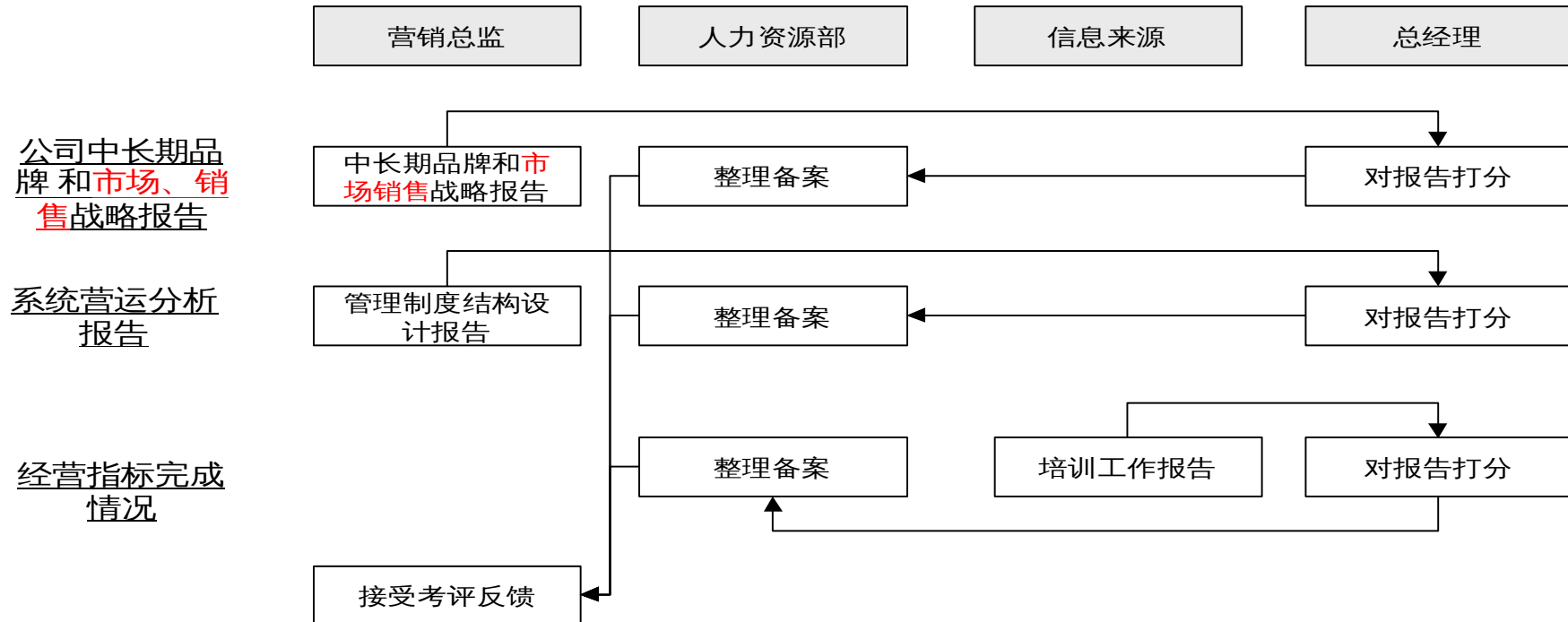
A<85%	0分
-------	----

表四：新产品经销率的评分标准

新产品经销率 $B = \text{综合销售量} / \text{综合生产量} * 100\%$

新产品经销率 B	得 分 Y
$90\% \leq B$	160分
$87\% \leq B < 90\%$	130分
$84\% \leq B < 87\%$	110分
$82\% \leq B < 84\%$	100分
$80\% \leq B < 82\%$	90分
$78\% \leq B < 80\%$	80分
$B < 78\%$	0分

营销总监考核流程



市场部经理 KPI 组成表

KPI	考核周期	考核标准	KPI说明	权重	计算方式	信息来源	考核目的
新产品经销率	半年	100分	新产品经销率 $Y = \frac{\text{综合销售量}}{\text{综合生产量}} \times 100\%$	25%	$92\% \leq Y$ 160分 $89\% \leq Y < 92\%$ 130分 $86\% \leq Y < 89\%$ 110分 $85\% \leq Y < 86\%$ 100分 $82\% \leq Y < 85\%$ 90分 $79\% \leq Y < 82\%$ 80分 $Y < 79\%$ 0分	财务部	保证完成新产品的销售任务 保持新产品的合理库存
库存优化	半年	100分		15%		财务部	保持合理库存结构
品牌定位及市场营销策略报告	半年	100分	营销总监打分	40%	见软指标评分表	本岗位提交报告	提供市场营销策略的初步建议
部门结构评估报告	半年	100分	营销总监打分	20%	见软指标评分表	本岗位提交报告	分析部门运作的效果，提出对部门结构的改革建议

市场部经理软指标评分表

表一：品牌定位及市场营销策略报告评分表（营销总监填写）

请针对市场部经理提交的品牌定位及市场营销策略报告综合以下三方面评分

软指标评分项目	权重	得分	加权得分
内容完整性	20%		
报告质量	70%		
报告上交及时性	10%		
总计	100%		

表二：部门结构评估报告评分表（营销总监填写）

请针对市场部经理提交的部门结构评估报告综合以下三方面评分

软指标评分项目	权重	得分	加权得分
内容完整性	20%		
报告质量	70%		
报告上交及时性	10%		

总计	100%		
----	------	--	--

销售部经理 KPI 组成表

KPI	考核周期	考核标准	KPI 说明	权重	计算方式	信息来源	考核目的
销售计划完成率	半年	100 分	1、销售回款完成率=实际回款金额/计划回款金额 权重 50% 2、期货合同执行率=实际完成金额/期货合同金额 权重 50%	50%	$W=X*50\%+Y*50\%$ X 与 Y 的计算见附表	财务部记录	1. 保证完成销售回款任务 2. 保证一定的期货合同执行率
市场拓展、网络建设的阶段报告	半年	100 分	营销总监打分	15%	见软指标评分表	本岗位提交报告	1. 保证市场拓展的进展 2. 保证网络建设的合理性
区域零售状况总结报告	半年	100 分	营销总监打分	25%	见软指标评分表	本岗位提交报告	分析大客户、零售终端的状况，发现问题，提出建议
培训工作报告	半年	100 分	营销总监打分	10%	见软指标评分表	本岗位提交报告	重视培训工作，保证业务人员业务技能提升

备注：X 为销售回款完成情况得分，Y 为期货合同执行率项目得分，W 为销售计划完成情况得分。

销售部经理软指标评分表

表一：市场拓展、网络建设的阶段报告评分表（营销总监填写）

请针对销售部经理提交的市场拓展及网络建设的阶段报告综合以下三方面评分

软指标评分项目	权重	得分	加权得分
内容完整性	20%		
报告质量	70%		
报告上交及时性	10%		
总计	100%		

表二：区域零售状况分析报告评分表（营销总监填写）

请针对销售部经理提交的区域零售状况分析报告综合以下三方面评分

软指标评分项目	权重	得分	加权得分
内容完整性	20%		
报告质量	70%		
报告上交及时性	10%		

总计	100%		
----	------	--	--

表三：培训工作报告评分表（营销总监填写）

请针对销售部经理提交的培训工作报告综合以下三方面评分

软指标评分项目	权重	得分	加权得分
内容完整性	20%		
报告质量	70%		
报告上交及时性	10%		
总计	100%		

表四：销售回款完成率的评分标准

销售回款完成率 $A = \text{实际销售回款} / \text{计划销售回款} * 100\%$

销售回款完成率 A	得 分 X
$110\% \leq A$	140 分
$105\% \leq A < 110\%$	120 分
$100\% \leq A < 105\%$	110 分
$A = 100\%$	100 分
$95\% \leq A < 100\%$	90 分

90%≤A<95%	70分
A<90%	0分

表五：期货合同执行率的评分标准

期货合同执行率 $B = \text{实际执行销售额} / \text{期货合同销售额} * 100\%$

销售回款完成率 B	得 分 Y
B=100%	140分
95%≤B<100%	120分
90%≤B<95%	100分
85%≤B<90%	90分
80%≤B<85%	70分
B<80%	0分

销售部营运助理 KPI 组成表

KPI	考核周期	考核标准	KPI说明	权重	计算方式	信息来源	考核目的
数据支持报表	季度	完整	数据支持报表主要包括期货合同执行情况表、	20%	报表完整 100分 累计缺少 1-2项 90分 缺少 3-4项 80分 缺少 5项 0分	本岗位提交报表	保证信息数据支持工作准确及时

		准确	客户总发货表、销售回款情况表、上级临时要求数据等	20%	累计 出错次数=0 100分 出错次数=1 90分 出错次数=2 80分 出错次数>=3 0分		
		及时		20%	按时完成 100分 累计延误 1个工作日 80分 2个工作日 0分 (特殊情况报上级批准，最小单位0.5工作日)		

部门协调投诉次数	季度	100分	销售部经理 收集各方反映	20%	投诉次数=0 100分 投诉次数=1, 2 90分 投诉次数=3, 4 80分 投诉次数>=5 0分	销售部经理	保证部门之间配合工作
各类汇总资料、文件	季度	完整	销售部经理 抽查部门资料	20%	资料完整 100分 累计缺少1-2份 90分 缺少3-4份 80分 缺少5份 0分	本岗位提交报告	保证各类资料保管完整

销售大区督导 KPI 组成表

KPI	考核周期	考核标准	KPI 说明	权重	计算方式	信息来源	考核目的
销售计划完成率	季度	100%	1、销售回款完成率 $X = \text{实际回款金额} / \text{计划回款金额}$ 权重 60% 2、销售应收款完成率 $Y = \text{实际应收款} / \text{计划应收款}$ 权重 40%	50%	$W = X * 60\% + Y * 40\%$ 110%= \leq W 140 分 105%= \leq W<110% 120 分 100%<W<105% 110 分 W=100% 100 分 95%= \leq W<100% 90 分 90%= \leq W<95% 80 分 85%= \leq W<90% 70 分 80%= \leq W<85% 60 分 W<80% 0 分	财务部回款记录	4. 保证销售回款及应收款及时 5. 保证销售额稳中有升
店面规范达标率	季度	$\geq 80\%$	销售大区督导提供可抽查名单及其他店铺的整改期限，拓展组按照名单和整改期限，组织进行随机抽查	30%	1. 抽检达标店数量/抽检样本数量 2. 指标值达到 80%，为 100 分 3. 指标值每增加 1%，增加 5 分 4. 指标值每减少 1%，减少 5 分 5. 指标值低于 70%，为 0 分	店铺评估记录	3. 保证店面达到公司标准，维护品牌形象 4. 发现不合格店，督促其整改或取消其经销资格
市场销售分析报告	季度	100 分	销售部经理打分	20%	见软指标评分表	本岗位提交报告	分析现有市场、客户和经销网络状况

备注：X 为销售回款完成率，Y 为销售应收款完成率，W 为销售计划完成率。

销售大区督导软指标评分表

市场销售分析报告评分表（销售部经理填写）

请针对销售大区督导代表提交的市场销售分析报告综合以下四方面评分

软指标评分项目	权重	得分	加权得分
市场分析	30%		
销售情况分析	30%		
问题及建议	30%		
报告上交及时性	10%		
总计	100%		

销售代表 KPI 组成表

KPI	考核周期	考核标准	KPI 说明	权重	计算方式	信息来源	考核目的
销售回款率	季度	100%	计划回款金额由销售部指定	40%	3. 实际回款金额/计划回款金额 4. 指标值达到 100%，为 100 分 5. 指标每减少 5%，减少 10 分 6. 指标值低于 80%，为 0 分	财务部回款记录	1、保证销售回款及时 2、保证销售额稳中有升
店面规范达标率	季度	>=80%	店面抽查由拓展组组织进行并记录	30%	1、抽检达标店数量/抽检样本数量 2、指标值达到 80%，为 100 分 3、指标值每增加 1%，增加 5 分 4、指标值每减少 1%，减少 5 分 5、指标值低于 70%，为 0 分	店铺评估记录	1、保证店面达到公司标准,维护品牌形象 2、发现不合格店,督促其整改或取消其经销资格
市场销售分析报告	季度	100分	销售经理打分	15%	见软指标评分表	本岗位提交报告	分析现有市场、客户和经销网络状况
销售信息报告	季度	100分	大区督导打分	15%	见软指标评分表	本岗位提交报告	收集完整、准确的销售信息和数据

销售代表软指标评分表

表一：市场销售分析报告评分表（销售部经理填写）

请针对销售代表提交的市场销售分析报告综合以下四方面评分

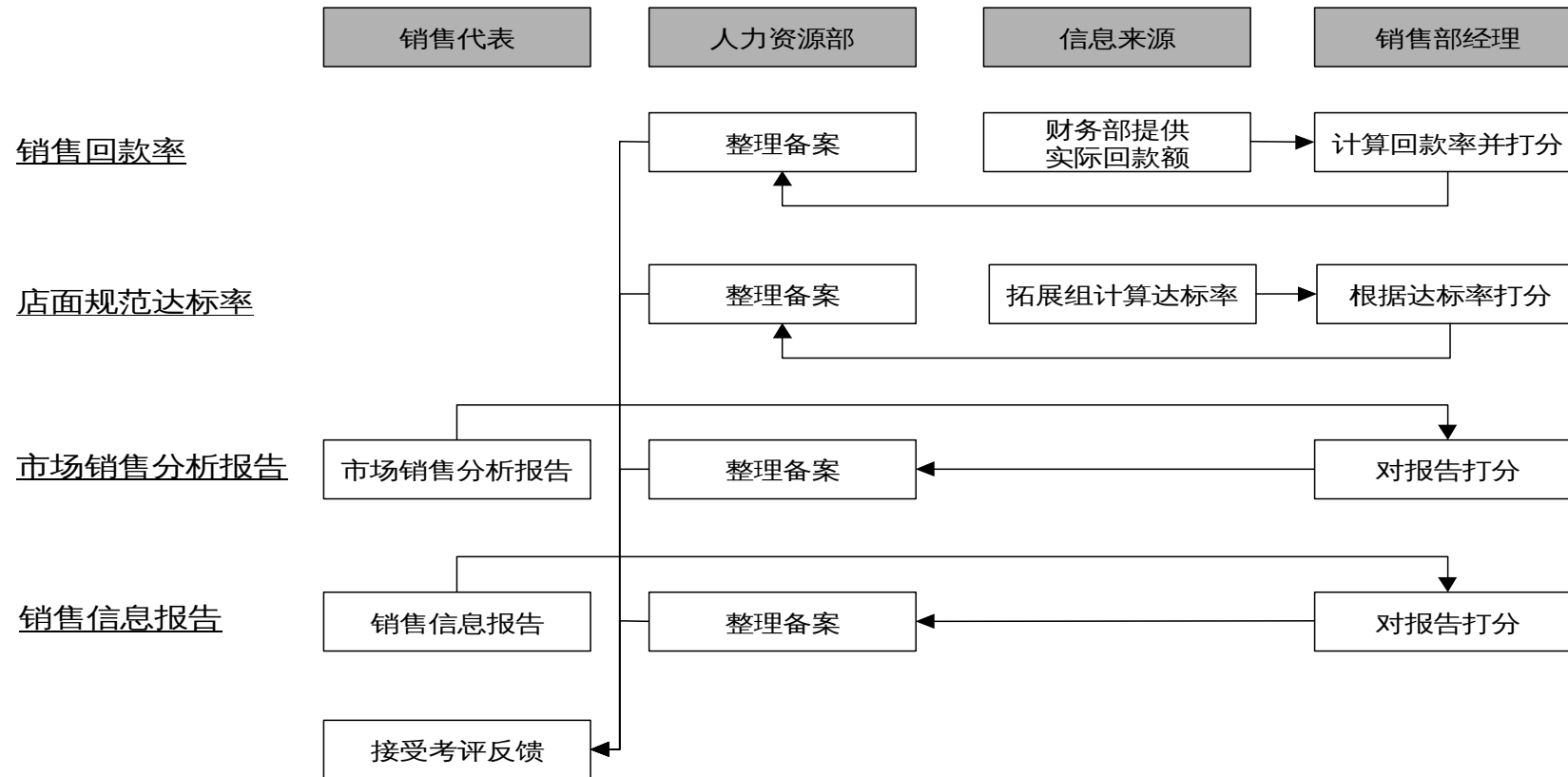
软指标评分项目	权重	得分	加权得分
现有客户状况分析	30%		
市场分析	30%		
网络分析	30%		
报告上交及时性	10%		
总计	100%		

表二：销售信息报告评分表（销售经理填写）

请针对销售代表提交的销售信息报告综合以下四方面评分

软指标评分项目	权重	得分	加权得分
经销商销售额分析	30%		
新开店情况分析	30%		
经销商回款状况分析	30%		
报告上交及时性	10%		
总计	100%		

销售代表考核流程



销售部市场拓展督导 KPI 组成表

KPI	考核周期	考核标准	KPI 说明	权重	计算方式	信息来源	考核目的
网络现状分析报告	半年	100 分	见附表	25%	见软指标评分表	本岗位提交报告	分析网络现状中存在的机会和威胁，为公司决策提供支持
市场拓展实施情况	全年	100 分	从开店数量、销售回款两方面考察，指标为 $X = \text{新店销售额} / \text{实际销售额}$	50%	$5.5\% \leq X < 6.0\%$ 140 分 $5.3\% \leq X < 5.5\%$ 120 分 $5.0\% \leq X < 5.3\%$ 100 分 $4.8\% \leq X < 5.0\%$ 90 分 $4.6\% \leq X < 4.8\%$ 80 分 $X < 4.6\%$ 0 分	财务部	保证市场拓展的进展
市场规范报告	季度	100 分	销售部经理打分	25%	见软指标评分表	本岗位提交报告	分析的状况，发现问题，提出建议

销售部市场拓展督导软指标评分表

表一：网络现状分析报告评分表（销售部经理填写）

请针对市场拓展督导提交的网络现状分析报告综合以下三方面评分

软指标评分项目	权重	得分	加权得分
内容完整性	20%		
报告质量	70%		
报告上交及时性	10%		
总计	100%		

表二：市场规范报告评分表（销售部经理填写）

请针对市场拓展督导提交的市场规范报告综合以下三方面评分

软指标评分项目	权重	得分	加权得分
内容完整性	20%		
报告质量	70%		
报告上交及时性	10%		

总计	100%		
----	------	--	--

销售部市场拓展专员 KPI 组成表

KPI	考核周期	考核标准	KPI 说明	权重	计算方式	信息来源	考核目的
网络现状分析报告	半年	100 分	见附表	20%	见软指标评分表	本岗位提交报告	分析网络现状中存在的机会和威胁，为公司决策提供支持
市场拓展计划完成情况	全年	100 分	从开店数量、销售回款两方面考察，指标为 X=新店销售额/实际销售额	60%	$5.5\% \leq X < 6.0\%$ 160 分 $5.3\% \leq X < 5.5\%$ 130 分 $5.0\% \leq X < 5.3\%$ 100 分 $4.8\% \leq X < 5.0\%$ 90 分 $4.6\% \leq X < 4.8\%$ 80 分 $X < 4.6\%$ 0 分	财务部	保证市场拓展的进展
市场分析总结报告	季度	100 分	市场拓展督导打分	20%	见软指标评分表	本岗位提交报告	分析的状况，发现问题，提出建议

销售部市场拓展专员软指标评分表

表一：网络现状分析报告评分表（市场拓展专员填写）

请针对市场拓展专员提交的网络现状分析报告综合以下三方面评分

软指标评分项目	权重	得分	加权得分
内容完整性	20%		
报告质量	70%		
报告上交及时性（1月1日、7月1日）	10%		
总计	100%		

表二：市场分析报告评分表（市场拓展专员填写）

请针对市场拓展专员提交的市场分析报告综合以下三方面评分

软指标评分项目	权重	得分	加权得分
内容完整性	20%		
报告质量	70%		

报告上交及时性 (1月5日、7月5日)	10%		
总计	100%		

销售部客户管理专员 KPI 组成表

KPI	考核周期	考核标准	KPI说明	权重	计算方式	信息来源	考核目的
特许经营认证、经销商评级投诉数	半年	没有投诉	销售大区督导投诉客户认证资料在客户管理专员环节中耽误的次数，和销售大区督导或SAP组投诉经销商评级有误次数	50%	投诉数=0 100分 投诉数=1, 2 90分 投诉数=3 80分 投诉数=4, 5 60分 投诉数>5 0分	销售大区督导	以特许经营认证的制度规定为标准，保证认证资料在客户管理专员处理及时；保证经销商评级工作的准确和及时
相关制度更新情况	半年	100分	市场拓展督导打分	30%	见软指标评分表	本岗位提交	根据国家有关规定，及时调整和更新相关的制度规定
工作报告	季度	100分	市场拓展督导打分	20%	见软指标评分表	本岗位提交报告	全面分析工作状况

销售部客户管理专员软指标评分表

表一：相关制度更新评分表（市场拓展督导填写）

请针对客户管理专员提交的相关制度综合以下三方面评分

软指标评分项目	权重	得分	加权得分
内容完整性	10%		
是否及时调整	20%		
报告质量	70%		
总计	100%		

表二：工作报告评分表（市场拓展督导填写）

请针对市场拓展专员提交的市场分析报告综合以下三方面评分

软指标评分项目	权重	得分	加权得分
内容完整性	20%		
报告质量	70%		
报告上交及时性（1月5日、7月5日）	10%		

总计	100%		
----	------	--	--

销售部档案管理专员 KPI 组成表

KPI	考核周期	考核标准	KPI 说明	权重	计算方式	信息来源	考核目的
客户档案的整理情况	季度	资料准确完整	主要指客户认证、评级等资料、客户档案的完整及保密情况	20%	档案资料完整 100 分 累计缺少 1-2 项 90 分 缺少 3-4 项 80 分 缺少 5 项 0 分	市场拓展督导抽查，并收集业务人员意见	保证客户资料完整，给业务人员提供良好的资源服务
		资料保密		20%	投诉次数=0 100 分 投诉次数<>0 0 分		
客户管理相关手续办理及时性	季度	客户事务处理及时	按照客户管理规定的要求，及时处理问题	40%	按时完成 100 分 累计延误 1 个工作日 90 分 2 个工作日 80 分 2 个工作日以上 0 分 (特殊情况报上级批准，最小单位 0.5 工作日)	工作交接记录	保证为客户提供及时的优质服务
推广宣传品配发合理情况	季度	配发及时，合理	软指标	20%	见软指标评分表	销售代表	保证推广类产品的及时合理发放

销售部档案管理专员软指标评分表

表一：推广宣传品配发合理性评分表（填写）

请针对提交的相关制度综合以下三方面评分

软指标评分项目	权重	得分	加权得分
计划制定、统计及时性（每月2日） （宣传品计划包括价格、数量、摆放要求等）	40%		
配发合理性	30%		
效果评估	30%		
总计	100%		