

中国管理资源网 <http://www.qg68.cn> 海量管理资料免费下载

市场总监绩效指标

方面	关键成功因素	关键绩效指标	指标定义/公式	评估对象	质/量化指标	组织/部门/小组/个人指标
财务方面	1.1.1增加销售收入	销售收入	当期销售收入	公司、销售部、市场部	量化	组织/部门
财务方面	1.1.1.7增加来自新产品的销售收入	新产品销售收入	本期新产品的销售收入	公司、销售部、市场部、研发中心	量化	部门/小组
财务方面	1.1.1.9增加来自新渠道的销售收入	当期来自新渠道的销售收入	当期来自新渠道的销售收入	销售部、市场部	量化	部门/小组
财务方面	1.1.2.5控制与降低销售环节的成本费用	广告、市场调研费用占主营业务收入比率	$(\text{广告费} + \text{各类促销费}) / \text{主营业务收入} * 100\%$	销售部、市场部	量化	部门/小组

财务方面	1.1.3提高利润率	销售毛利率	(销售总收入 - 销售成本 - 销售税金及附加) / 销售总收入	公司、销售公司	量化	组织 / 部门
客户方面	2.1提高市场份额	市场份额	公司销售收入 / 行业销售总额	公司、销售部、市场部	量化	组织 / 部门
客户方面	2.3建立良好的企业和品牌形象	品牌市场价值	神威品牌的市场价值评估值	公司	质 / 量化	组织
客户方面	2.3建立良好的企业和品牌形象	品牌认知度	神威品牌在终端消费者中的认知程度	市场部	质 / 量化	部门
客户方面	2.3建立良好的企业和品牌形象	产品认知度	公司产品在终端消费者中的认知程度	市场部	质 / 量化	部门

客户方面	2.3.1提高品牌在最终用户前出现的频率	广告投放计划执行率	(各时段广告实际投放次数 - 计划投放次数) / 各时段广告计划投放次数	市场部	量化	小组
客户方面	2.4.1提高医院招标投标活动有效性	医院招标投标活动中标率	医院招标投标活动中标数 / 医院招标投标活动应标数	销售部、市场部	量化	部门 / 小组
客户方面	2.4.2提高区域性市场活动有效性	区域性市场活动目标达成率	1 - (实际指标 - 计划指标) / 计划指标	市场部	质 / 量化	部门 / 小组
客户方面	2.4.3提高跨区域市场活动有效性	跨地区市场活动目标达成率	1 - (实际指标 - 计划指标) / 计划指标	市场部	质 / 量化	部门 / 小组

3. 内部营 运方面	3.5建立 并持续改 善公司流 程和制度	有效的流 程和制度 得到实施 的百分率	得到实施 的流程和 制度/适 用的流程 和制度的 总数	所有部门	质/量化	组织/部 门
---------------	-------------------------------	------------------------------	--	------	------	-----------

评估频率	目标值	权数	信息来源
每月		20	损益表
每季		15	销售报告 (ERP系统和统计分析报表)
每月		10	销售报告 (ERP系统和统计分析报表)
每月		10	费用明细科目及销售报告

每月		10	按客户类别的各项利润指标
每年		10	ERP系统销售月报／市场资料
每年		0	第三方专业调查机构
每年		0	第三方专业调查机构
每年		0	第三方专业调查机构

每月		5	品牌广告 播放记录
每季		5	医院招投 标活动项 目总结
每季		5	市场活动 有效性评 估报告
每季		5	市场活动 有效性评 估报告

每半年		5	流程实施 得分
-----	--	---	------------