

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

## 营销事业部绩效考核指标

指标类别	绩效指标	评价标准		数据来源	监控频率
财务指标	销售收入 (1)	A		财务管理部销售业务统计	月度
		B			
		C			
		D			
		E			
	宣传费用预算完成率 (2)	A	±1 %	财务管理部	季度
		B	±5 %		
		C	±10 %		
		D	±25 %		
		E	±25 %以外		
	非宣传费用比率 (3)	A		财务管理部	季度
		B			
		C			
		D			
		E			
客户指标	经销商满意度				
内部运作指标	销售毛利率	A		财务管理部	月度
		B			
		C	% - %		
		D			
		E			
	应收帐款比例 (4)	A	低于1.5 %	财务管理部	月度
		B	1.5 % - 1.7 %		
		C	1.7 % - 2 %		
		D	2 % - 2.5 %		
		E	高于2.5 %		
	货物和资金损失比例	A		财务管理部、运营保障部	季度
		B			
		C	涉及金额不超过销售收入0.5‰		
		D			
		E			
违规违纪现象 (5)	A		运营保障部	季度	
	B				
	C	涉及金额不超过销售收入0.5‰			
	D				
	E				
创新指标	新产品销售收入比例 (6)	A	超过25 %		季度
		B	15 - 25 %		
		C	15 %		
		D	10 - 15 %		
		E	低于15 %		
<b>综合得分</b>					

- 1 销售收入按实际回款数额计算。基础时年初确定全年和每个月的销售计划
- 2 宣传费用根据月度预算进行考核，考核期宣传费用预算完成率 = 考核期宣传费用支出总计 ÷ 考核期各月预算宣传费用支出总计  
基础是每个月要制定宣传费用预算
- 3 考核期非宣传费用比例 = 考核期非宣传费用实际发生金额 ÷ 考核期销售收入（按照实际回款计算）
- 4 考核期应收帐款比例 = 考核期应收帐款 ÷ 考核期销售收入（按照实际回款计算）
- 5 违规违纪现象仅指职务侵占、贪污挪用货款等
- 6 新产品是指集团新上市一年以内的产品，仅包括OTC、保健品、卫生用品，普药不计在内

考核频率	指标权重		评价结果
半年	15		
半年	10		35
半年	10		
	5	5	
半年	15	50	
半年	15		
半年	10		
半年	10		
半年	10	10	

宣传费用计划支出之和。基