

销售佣金设计

【培训对象】

培训对象:总经理、销售副总、人力资源部负责人、薪酬设计人员、区域经理、销售成本控制人员等

【课程背景】

——欲要赢在销售，必先激励销售尖兵

销售是企业发展的驱动力，销售团队则是驱动力的源泉。当薪酬与激励出了问题，那必然会导致企业发展乏力。拥有高绩效及高昂斗志的团队，其背后必然有一套科学的薪酬方案和激励模式。但现实的情况是，很多企业在设计销售薪酬和激励模式时，往往不能很好的处理以下问题：

- 1、如何针对企业特定的商业模式和销售渠道设计销售佣金体系？
- 2、如何确保人力成本得到控制而不失方案的激励性？
- 3、如何确保工资水平的公平性，又能兼顾各区域不同的市场容量？
- 4、如何兼顾销售量，又能引导销售人员对产品类别进行科学的组合？
- 5、如何通过设定销售提成比例，让销售职位的业绩贡献得到合理的体现？
- 6、销售佣金的设计如何支持销售配额的分配？
- 7、销售人员的薪酬什么情况下该封顶，什么情况下不该封

顶？

8、不同的产品与客户及销售阶段，销售人员的提成该如何设计？

9、当金钱奖励不能满足企业需求时，非货币的激励模式该如何设计？

企业在销售佣金的设计上，需要解决的技术难题有很多。科学合理的设计一套有针对性的销售型薪酬和非货币激励模式，对企业的发展尤为关键。正是要让马儿要跑，更要让马儿吃草；欲赢在销售，必先激励销售尖兵！本次课程由陈啸语老师精心打造，帮你解读企业在新经济时代下的销售人员薪酬设计与激励的难题。

课程目的：

- ◆透析销售人员的货币激励与非货币激励
- ◆掌握销售佣金设计与非货币激励模式的相关工具与方法
- ◆了解销售人员的货币激励与非货币激励的关联知识节点
- ◆学会针对企业的销售环境设计合理的销售佣金与非货币激励模式

课程大纲：

第一模块：货币与非货币激励环境分析

- 1、商业模式与销售佣金设计的关系
- 2、销售渠道设计与销售佣金设计的关系
- 3、组织架构、岗位体系对销售佣金设计的影响

4、绩效体系、销售管控模式对销售佣金设计的影响

5、企业法人文化对激励模式的价值偏好

6、销售员工心智文化对激励模式的价值取向偏好

第二模块：销售佣金设计目标的确定

1、6D 薪酬设计技术在销售佣金设计上的运用

2、不同的企业薪酬设计目标的异同分析

3、机会导向与战略导向下的薪酬设计分析

4、成本导向与效率导向对销售佣金设计的影响

5、激励导向与公平导向在销售佣金设计上的平衡点

6、环境导向与成本导向如何渗透到薪酬设计当中

第三模块：销售佣金设计四大基础性工作

1、外部付酬信息的获取与分析

2、内部人力成本分析

3、销售岗位设置与绩效体系梳理

4、销售岗位评价与分析

第四模块：销售佣金设计实务

1、什么岗位应进入销售佣金激励的范围

2、什么是佣金比例

3、固定佣金与倾斜佣金设计

4、倾斜佣金的两种设计模式

5、佣金与奖金的异同及适用范围

6、与底薪结合的佣金设计方案

- 7、可变比例的销售佣金设计
- 8、关联佣金矩阵模式
- 9、分级佣金比例设计
- 10、保底、封顶、佣金比例付薪起点的设计
- 11、销售佣金发放周期的确定
- 12、销售人员复合型薪酬分析

第五模块：销售佣金设计的关联事项处理

- 1、销售佣金如何与商业模式对接
- 2、销售佣金如何与效体系接轨
- 3、销售配额是如何影响最终的付酬总数
- 4、异常销售波动该如何处理
- 5、非销售岗位在销售上的价值如何得到体现

第六模块：销售佣金下的福利体系设计

- 1、福利的内涵与外延及其在现代企业管理中的激励性运用
- 2、工资、奖金与福利的关系
- 3、企业福利丧失激励性的原因分析
- 4、如何让福利变得更加具有激励性
- 5、弹性福利与员工激励的关系
- 6、如何设计弹性福利
- 7、如何将福利与绩效考核相挂钩

第七模块：销售人员的非货币激励模式分析

- 1、非货币激励概述

- 2、非货币激励平台的打造
- 3、非货币激励模式分析与选择
- 4、情感激励、榜样激励的选择
- 5、企业文化激励与目标激励分析
- 6、晋升激励与授权激励在实际工作当中的应用
- 7、如何在工作中激励员工
- 8、如何开展挫折激励