

SALES
COMMISSIONS

留住关键销售人才



销售提成设计 精细化管理

(超值珍藏版)

韩丽微◎编著

设计兼具竞争性、激励性、公平性的销售提成方案

分享8类销售提成体系、69个销售提成方案

17类销售提成案例、12套销售提成制度、16张绩效考核量表



中国工信出版集团



人民邮电出版社
POSTS & TELECOM PRESS

弗布克精细化管理全案系列

销售提成设计精细化管理 全案

(超值珍藏版)

韩丽微 编著

人民邮电出版社
北 京

图书在版编目 (CIP) 数据

销售提成设计精细化管理全案：超值珍藏版 / 韩丽微编著. — 北京：人民邮电出版社，2016.1
(弗布克精细化管理全案系列)
ISBN 978-7-115-41398-7

I. ①销… II. ①韩… III. ①企业管理—销售管理—利润提成制 IV. ①F274

中国版本图书馆CIP数据核字(2015)第300634号

内 容 提 要

不管是采用线下实体店销售模式，还是采用线上销售模式，企业都需要通过优秀的销售人员将产品卖出去。而吸引和留住优秀销售人员的关键之一，就是有一个科学、合理的销售提成体系。本书通过大量的图表、案例，详细解读了销售底薪、销售提成、销售辅助提成、销售提成体系、销售提成方案、销售提成制度、销售提成量化考核设计等内容。同时，为了方便各行业销售管理人员更有效地使用本书，针对房产汽车、医药保健品、服装化妆品、服务业、出版传媒、IT业、家电办公用品、家具装饰材料、外贸、设备工程等行业，分别给出了销售提成设计示例。特别值得一提的是，对于各大企业极为关心的线上销售人员的提成设计也给出了详细的解答和示范。

本书适合企业人力资源管理人员、销售管理人员阅读，也适合企业培训师、咨询师以及高校相关专业的师生阅读。

◆ 编 著 韩丽微

责任编辑 许文瑛

责任印制 焦志炜

◆ 人民邮电出版社出版发行

北京市丰台区成寿寺路11号

邮编 100164 电子邮件 315@ptpress.com.cn

网址 <http://www.ptpress.com.cn>

固安县铭成印刷有限公司印刷

◆ 开本：787×1092 1/16

印张：24

2016年1月第1版

字数：300千字

2016年1月河北第1次印刷

定 价：69.00元

读者服务热线：(010) 81055656 印装质量热线：(010) 81055316

反盗版热线：(010) 81055315

广告经营许可证：京崇工商广字第0021号

前言

林伟从很多年前就开始经营一家电脑装配门市部，团队中有6名业务人员。经过几番销售提成机制的改革，业务员的干劲十足，小门市也经营得红红火火……

近几年，随着“互联网+”如火如荼，实体电脑门市的生意大受影响，经过调查，林伟决定也开家网店，既在网上推广自家的电脑装配服务，也经营些电脑的软硬件销售业务。

在“实体店+网店”的运作模式下，是打造两个不同的销售团队，还是打造一个既能适应网络销售又能适应实体店销售的团队？另外，对做实体销售的业务员与做网店销售的业务员，他们的销售提成机制是有所区别还是保持一致？

林伟面对的难题，是眼下大多数销售管理人员面对的难题，也是我们出版本书的目的。在互联网营销已成常规销售手段的时代，如何设计具有竞争性、激励性、公正性、公平性的销售提成体系？如何才能使自己的企业在激烈的竞争中脱颖而出？如何保持企业利润和对员工的有效激励？基于我们在人力资源领域多年的研究和咨询经验，我们将为您提供最前沿的设计理念和最实用的管理工具。

《销售提成设计精细化管理全案（超值珍藏版）》主要从“方案、案例、流程、制度、工具”五个维度演示销售提成设计精细化管理的全过程，内容集系统性、专业性、实用性、实操性、工具性、精简性、精细化于一体，是企业管理人员应常备的工具书。

本书着重讲述互联网时代下企业所面临的销售提成设计与兑现问题，为企业提供实用的全套解决方案。其主要特色如下。

一、全面展现销售提成设计体系

本书从销售底薪的设计开始，详细叙述了销售提成的比例及兑现方式设计、6种提成模式选择、销售提成实施方案、销售提成管理制度、销售提成量化考核等内容。同时，上述方案及制度等，不仅涉及一线销售人员，还涉及辅助销售人员。

二、针对5大部门设计提成方案

本书从部门底薪设计、提成比例设计原则、提成设计考虑因素等方面出发，分别针对销售部、大客户部、网络销售部、电话销售部以及零售店的销售提成设计事宜，提供适用于部门、事项及人员的提成方案，以便读者参考。

三、列举17大行业的提成事项

本书针对房地产、汽车、医药、保健品、服装、化妆品、服务业、出版、传媒、IT业、家电、办公用品、家居、装饰材料、外贸、设备制造、工程建设共17大行业的销售提成，详细给出设计思路、设计方案、设计工具，并针对各个行业进行提成设计的案例演示，为读者提供更具针对性和实操性的指导。

四、将设计思路落实至实务工具上

本书最大的特色在于通过对销售提成设计思路的分析和细化，将销售提成设计各项工作逐步落实到方案、制度和流程上，以使每一项具体工作都能够按照流程和相关规范有序开展。

本书共涉及8大类销售提成体系、69个销售提成方案、17类销售提成案例、12套销售提成制度、16张绩效考核量表以及多种销售提成设计工具。

此外，在本书编写的过程中，我们采用“图表结合”的形式，对书中部分内容进行了图表化处理，行文精简，方便读者掌握工作重点，节约阅读时间，提高工作效率。

在使用本书时，读者可将书中提及的流程、制度、文案修改后再套用，以使其更符合本企业的实际情况。

在本书编写的过程中，孙立宏、孙宗坤、程富建、王淑燕、刘井学负责资料的收集与整理，贾月、邹霞、贾晶晶负责图表的制作编制，刘伟参与编写了本书的第1章，王淑敏参与编写了本书的第2章，毕春月参与编写了本书的第3章，韩丽微参与编写了本书的第4章，白立影参与编写了本书的第5章，杨彩参与编写了本书的第6章，张天骄参与编写

了本书的第7章，张瀛参与编写了本书的第8章，金成哲参与编写了本书的第9章，黄成日参与编写了本书的第10章，洪冬星参与编写了本书的第11章，李作学参与编写了本书的第12章，程淑丽参与编写了本书的第13章，孙佩红参与编写了本书的第14章，王瑞永参与编写了本书的第15章，权锡哲参与编写了本书的第16章，王海燕参与编写了本书的第17章，刘柏华参与编写了本书的第18章，姚小风参与编写了本书的第19章，王春霞参与编写了本书的第20章，阎晓霞参与编写了本书的第21章，赵全梅参与编写了本书的第22章，陈里参与编写了本书的第23章，全书由韩丽微统撰定稿。

目 录

第1章 销售底薪设计	1
1.1 底薪的设计依据	3
1.1.1 市场水平	3
1.1.2 行业水平	3
1.1.3 企业水平	4
1.2 底薪的层级	4
1.2.1 按照职级定底薪	4
1.2.2 按照资历定底薪	5
1.2.3 按照业绩定底薪	6
1.3 底薪的形式	6
1.3.1 无任务底薪	6
1.3.2 任务底薪	7
1.3.3 混合底薪	7
1.4 底薪的设计方法	7
1.4.1 级差的设计	7
1.4.2 层级的设计	8
1.4.3 底薪与提成的平衡	8
第2章 销售提成设计	11
2.1 提成设计维度与误区	13
2.1.1 提成设计考虑的维度	13
2.1.2 销售提成设计的原则	13

2.1.3 销售提成设计的误区	13
2.2 销售目标设计	15
2.2.1 销售目标确立方法	15
2.2.2 销售目标的分解	16
2.2.3 销售利润的实现	19
2.3 销售提成模式设计	19
2.3.1 直线提成制	19
2.3.2 阶梯提成制	20
2.3.3 累进提成制	21
2.3.4 瓜分提成制	22
2.3.5 “直线式滑梯”提成制	22
2.3.6 “波浪式滑梯”提成制	23
2.3.7 六种提成模式的选择	25
2.4 提成比例设计	25
2.4.1 设计考虑因素	25
2.4.2 比例阶梯设计	26
2.4.3 经营风险防范	29
2.5 提成兑现设计	29
2.5.1 兑现时间设计	29
2.5.2 兑现依据设计	30
2.5.3 兑现风险防范	30
2.6 提成问题处理	31
2.6.1 离职后提成问题	31
2.6.2 税务问题的说明	32
2.6.3 提成纠纷的处理	33
第3章 销售辅助提成设计	37
3.1 辅助提成设计	39
3.1.1 辅助提成的形式	39
3.1.2 辅助提成的设计	40

3.1.3 辅助提成的发放	41
3.2 辅助提成方案设计	42
3.2.1 信息提供者提成方案	42
3.2.2 导购人员的提成方案	44
3.2.3 促销人员的提成方案	46
3.3 市场部提成方案设计	47
3.3.1 需要考虑的因素	47
3.3.2 市场部提成设计方案	48
3.3.3 市场推广人员提成方案	50
3.4 售后服务提成方案设计	51
3.4.1 需要考虑的因素	51
3.4.2 汽车4S店售后服务提成方案	52
3.4.3 电器售后维修服务提成方案	54
3.4.4 软件售后服务人员提成方案	57
3.4.5 设备售后服务人员提成方案	60
第4章 销售提成体系设计	63
4.1 战略导向销售提成体系设计	65
4.1.1 达成战略的销售目标分析	65
4.1.2 激励导向的销售提成设计	66
4.1.3 战略导向的销售提成体系	69
4.1.4 战略导向销售提成体系设计案例	71
4.2 业绩导向销售提成体系设计	72
4.2.1 业绩导向销售提成体系的介绍	72
4.2.2 部门业绩导向的销售提成体系	75
4.2.3 区域业绩导向的销售提成体系	77
4.3 成本利润导向销售提成体系设计	81
4.3.1 成本利润导向的销售提成体系	81
4.3.2 企业统一核算的销售提成体系	83
4.3.3 单独核算项目的销售提成体系	85

4.4	价格导向销售提成体系设计	86
4.4.1	价格导向的销售提成体系介绍	86
4.4.2	销售费用包干型销售提成体系	87
4.4.3	企业承担费用的销售提成体系	88
第5章	销售提成方案设计	91
5.1	不同职级提成方案设计	93
5.1.1	经理级销售提成方案设计	93
5.1.2	主管级销售提成方案设计	95
5.1.3	专员级销售提成方案设计	96
5.2	不同渠道提成方案设计	100
5.2.1	总代理销售提成方案	100
5.2.2	经销商销售提成方案	101
5.2.3	零售商销售提成方案	103
5.2.4	网店成员销售提成方案	106
5.3	不同地域提成方案设计	108
5.3.1	海外市场销售提成方案	108
5.3.2	区域市场销售提成方案	110
5.3.3	新拓市场销售提成方案	111
5.4	不同产品销售提成方案设计	113
5.4.1	老产品新市场销售提成方案	113
5.4.2	新产品新市场销售提成方案	114
第6章	销售提成制度设计	117
6.1	销售提成核算制度	119
6.1.1	核算制度规范的范围	119
6.1.2	核算制度涉及的问题	119
6.1.3	利润提成核算办法	120
6.1.4	成本提成核算办法	121
6.1.5	价格提成核算办法	123

6.1.6 团队提成核算办法	124
6.1.7 项目提成核算办法	126
6.1.8 销售提成核算细则	128
6.2 销售提成发放制度	131
6.2.1 发放制度规范的范围	131
6.2.2 发放制度涉及的问题	132
6.2.3 销售提成发放形式	132
6.2.4 销售提成发放规定	133
6.3 销售提成管理制度	135
6.3.1 管理制度规范的范围	135
6.3.2 管理制度涉及的问题	135
6.3.3 销售部门提成管理制度	136
6.3.4 财务部门提成管理制度	138
6.3.5 销售提成争议处理制度	139
第7章 销售提成量化考核设计	143
7.1 销售提成量化指标	145
7.1.1 销售业绩量化指标	145
7.1.2 销售利润量化指标	145
7.1.3 销售费用量化指标	146
7.1.4 销售回款量化指标	147
7.1.5 销售坏账量化指标	148
7.2 销售提成量化考核表	149
7.2.1 按销售业绩提成的量化考核表	149
7.2.2 按销售利润提成的量化考核表	150
7.2.3 按销售费用提成的量化考核表	151
7.2.4 按销售回款提成的量化考核表	152

第8章 销售部提成设计	155
8.1 部门提成设计	157
8.1.1 设计考虑的因素	157
8.1.2 提成设计的原则	157
8.1.3 提成比例的设计	158
8.2 部门人员销售提成方案设计	159
8.2.1 总监级销售人员提成方案	159
8.2.2 经理级销售人员提成方案	162
8.2.3 主管级销售人员提成方案	163
8.2.4 专员级销售人员提成方案	164
第9章 大客户部提成设计	167
9.1 部门提成设计	169
9.1.1 提成设计考虑的因素	169
9.1.2 提成设计遵循的原则	170
9.2 部门人员销售提成方案设计	170
9.2.1 大客户经理销售提成方案	170
9.2.2 大客户主管销售提成方案	171
9.2.3 大客户专员销售提成方案	173
第10章 网络销售提成设计	175
10.1 底薪与提成设计	177
10.1.1 底薪设计考虑的因素	177
10.1.2 提成设计考虑的因素	177
10.2 网络销售人员提成方案设计	178
10.2.1 网络销售店长提成方案	178
10.2.2 网络销售主管提成方案	180
10.2.3 网络销售客服提成方案	181

第 11 章 电话销售提成设计	183
11.1 底薪与提成设计	185
11.1.1 底薪设计考虑的因素	185
11.1.2 提成设计考虑的因素	185
11.2 电话销售人员提成方案设计	186
11.2.1 电话销售经理提成方案	186
11.2.2 电话销售人员提成方案	186
第 12 章 零售店销售提成设计	189
12.1 提成设计的问题	191
12.1.1 提成依据的设计	191
12.1.2 提成比例的设计	191
12.1.3 提成核算的设计	192
12.1.4 提成发放的设计	194
12.1.5 提成风险的规避	194
12.2 零售店销售提成方案设计	195
12.2.1 零售店店长销售提成方案	195
12.2.2 零售店销售主管提成方案	196
12.2.3 零售店销售专员提成方案	198
第 13 章 房产、汽车业销售人员提成	201
13.1 房产销售人员提成	203
13.1.1 房产销售提成比例设计	203
13.1.2 地产销售人员提成方案	204
13.1.3 中介经纪人员提成方案	205
13.2 汽车销售人员提成	206
13.2.1 汽车销售提成比例设计	206
13.2.2 汽车销售人员提成方案	207
13.2.3 汽车销售提成设计案例	209

第 14 章 医药、保健品销售人员提成	211
14.1 医药销售人员提成	213
14.1.1 医药销售提成比例设计	213
14.1.2 医药销售人员提成方案	214
14.1.3 医药销售提成方案应用	215
14.2 保健品销售人员提成	217
14.2.1 保健品销售提成比例设计	217
14.2.2 保健品销售人员提成方案	219
14.2.3 保健品销售提成设计案例	221
第 15 章 服装、化妆品销售人员提成	225
15.1 服装销售人员提成	227
15.1.1 服装销售提成比例设计	227
15.1.2 服装销售人员提成方案	228
15.1.3 服装销售提成设计案例	230
15.2 化妆品销售人员提成	232
15.2.1 化妆品销售提成比例设计	232
15.2.2 化妆品销售人员提成方案	233
15.2.3 化妆品销售提成方案应用	236
第 16 章 服务业业务提成设计	239
16.1 酒店销售人员提成	241
16.1.1 酒店销售提成比例设计	241
16.1.2 酒店销售人员提成方案	242
16.2 快递公司快递人员提成	243
16.2.1 快递人员提成比例设计	243
16.2.2 快递人员提成设计方案	244
16.3 物流公司销售人员提成	245
16.3.1 物流销售人员提成比例设计	245

16.3.2	物流销售人员提成设计方案	248
16.4	旅行社业务提成	250
16.4.1	旅行社提成比例设计	250
16.4.2	旅行社业务提成方案	251
16.5	培训咨询机构销售人员提成	253
16.5.1	培训咨询销售提成比例设计	253
16.5.2	培训公司销售人员提成方案	254
16.5.3	咨询公司销售人员提成方案	256
16.5.4	律师事务所业务提成方案	257
16.6	中介机构销售提成	260
16.6.1	中介机构提成比例的设计	260
16.6.2	婚姻服务中心销售提成方案	260
16.6.3	家政服务中心销售提成方案	261
第 17 章	出版传媒销售人员提成	263
17.1	广告销售人员提成	265
17.1.1	广告销售提成比例的设计	265
17.1.2	户外广告销售人员提成方案	266
17.1.3	电视广告销售人员提成方案	268
17.1.4	新媒体广告销售人员提成方案	269
17.1.5	传统媒体广告销售人员提成方案	270
17.2	出版销售人员提成	271
17.2.1	出版销售提成比例设计	271
17.2.2	图书销售人员提成方案	272
17.2.3	报纸销售人员提成方案	274
17.2.4	杂志销售人员提成方案	275
第 18 章	IT 业销售人员提成	277
18.1	软硬件销售人员提成	279
18.1.1	销售人员提成比例设计	279

18.1.2	软件销售人员提成方案	280
18.1.3	硬件销售人员提成方案	282
18.2	IT 耗材销售提成	285
18.2.1	销售提成比例的设计	285
18.2.2	IT 耗材销售提成方案	286
18.3	数码产品销售提成	287
18.3.1	数码产品销售提成比例设计	287
18.3.2	台式机、笔记本式计算机销售提成方案	289
18.3.3	照相机、摄像机销售提成方案	291
18.3.4	数码产品销售提成方案应用	293
第 19 章	家电、办公用品销售提成设计	295
19.1	家电销售人员提成	297
19.1.1	家电销售提成比例设计	297
19.1.2	家电销售人员提成方案	298
19.1.3	家电销售提成方案应用	300
19.2	办公用品销售人员提成	300
19.2.1	办公用品销售提成比例设计	300
19.2.2	办公用品销售人员提成方案	303
19.2.3	办公用品销售提成方案应用	305
第 20 章	家具、装饰材料销售提成设计	307
20.1	家具销售人员提成	309
20.1.1	家具销售提成比例设计	309
20.1.2	家具销售人员提成方案	310
20.1.3	家具销售提成设计案例	312
20.2	装饰材料销售人员提成	313
20.2.1	装饰材料销售提成比例设计	313
20.2.2	装饰材料销售人员提成方案	315
20.2.3	装饰材料销售提成设计案例	317

第 21 章 外贸销售提成设计	319
21.1 外贸销售人员提成	321
21.1.1 外贸销售任务分解设计	321
21.1.2 外贸销售提成比例设计	323
21.2 外贸销售提成方案	324
21.2.1 外贸销售提成核算方案	324
21.2.2 外贸销售人员提成方案	326
21.2.3 外贸销售提成设计案例	330
第 22 章 设备、工程销售人员提成	331
22.1 设备销售人员提成	333
22.1.1 设备销售提成比例设计	333
22.1.2 设备销售人员提成方案	334
22.1.3 设备销售提成设计案例	336
22.2 工程销售人员提成	337
22.2.1 工程销售提成比例设计	337
22.2.2 工程销售人员提成方案	339
22.2.3 工程销售提成设计案例	341
第 23 章 销售提成管理实务	343
23.1 销售提成合同范本	345
23.1.1 销售业务提成合同范本	345
23.1.2 销售回款提成合同范本	347
23.1.3 销售利润提成合同范本	351
23.2 销售提成管理流程	353
23.2.1 销售提成管理程序	353
23.2.2 销售提成设计流程	355
23.2.3 销售提成发放流程	356
23.3 销售提成管理工具表单	357