



营销推广激励制度（试行）

签发人：徐利斌

第一条 为激励营销推广人员提高工作效益，特制定本制度。

第二条 营销推广工作实行部门经理负责制，部门实行预算制，部门收支由财务部门负责统一筹划与管理。

第三条 部门完成月度营销目标，发放相应的部门奖励，按月度考核结算，详见附件1《月度奖金对照表》。

第四条 营销推广人员共分五级，不同职级对应不同的薪资和绩效考核标准，按月考核结算，详见附件2《月度薪资对照表》。

第五条 财年营销规划及预算如发生变动，附件1、2中的部门月度营销目标与个人月度推广目标同步调整，届时以更新后的标准为准。

第六条 推广人员工资标准与个人当月推广目标完成情况挂钩，当月结束后，部门将个人所完成的推广目标情况汇总，经签批后，报人力资源部，按完成目标对应的级别结算。

第七条 营销推广的所有工作记录应及时录入到芝麻物联管理平台，以便生成实时的管理数据，最终核算结果以平台数据为准。

第八条 本管理制度自2022年4月1日起开始实行，试行期一年。期间，公司有新政策规定，从其规定。



附件1 月度奖金对照表

业务类型	部门月度营销目标	部门月度奖金 (万元)	个人月度奖金标准	
	月度利润 ≥ 0 万元	月度利润 $\times 15\%$	部门月度奖金*个人贡献比*50%;	
	月度利润 ≥ 1 万元		部门月度奖金*个人贡献比*60%;	
	月度利润 ≥ 2.5 万元		部门月度奖金*个人贡献比*70%;	
网店销售	月度利润 >0 万元	月度利润 $\times 60\%$	部门月度奖金*个人贡献比*50%;	
	月度利润 ≥ 0.8 万元		部门月度奖金*个人贡献比*60%;	
	月度利润 ≥ 1.5 万元		部门月度奖金*个人贡献比*70%;	
备注：				
1、本表利润与财务利润不同，月度利润=销售回款-销售底价-工资总额-0.5万元，销售回款、销售底价以平台记录为准，工资总额为推广部门所属业务类型全部员工的工资总额（含社保和公积金）。				
2、个人贡献比，是指推广人员当月完成营销目标的利润在整个部门中完成利润所占的比重，其计算公式=当月个人利润/当月部门利润。				

附件2 月度薪资对照表

职级	总额	基本工资	职级工资	保密津贴	绩效工资	个人当月推广目标
一级	6000	2200	2200	1000	600	有效线索数量 <30 条
二级	6600	2200	2700	1000	600	有效线索数量 ≥ 30 条
三级	7200	2200	3300	1000	600	有效线索数量 ≥ 40 条
四级	7800	2200	3800	1000	600	有效线索数量 ≥ 55 条
五级	8400	2200	4300	1000	600	有效线索数量 ≥ 75 条