电话销售考核标准

一、 岗位目的：

明确电话销售的岗位职责及考核办法，激励本岗位人员工作的积极性，为公司的业务 发展发挥出应有的价值。

二、 岗位职责：

1. 根据公司提供的客户列表，进行电话外呼，挖掘销售机会并提供给Out-sales跟进。
2. 管理好所有的销售机会，根据Out-sales的反馈情况做好销售机会的跟进与更新。
3. 配合好Out-sales,完成销售任务。
4. 做好客户信息的更新及维护。

三、 考核指标：

1. 电话外呼量：拨打的电话数量

标准：100个/日（最低标准：6 0个/日）

1. 成功电话量：成功联系上对口关键负责人的电话数量

标准：20个/日（最低标准：12个/日）

1. 潜在机会量：电话中接受Out-sales拜访，且有实力的客户数量

标准：1个/日（最低标准3个/周）

1. 有效机会量：经Out-sales确认后，判断为有效机会的客户

标准：2个/周

1. 客户覆盖量：每月对所有成功电话进行除重后的客户数量

标准：300个/月（最低标准：200个/月）

四、考核机制：

1. **完成情况预警机制：**每项的任务完成情况低于规定指标60%时，会给出红色预警。低于 100%时给出黄色预警。高于100% （含100%）会给出绿色标识。

举例：某电话销售人员本周（5个工作日）电话外呼量250个，成功电话量80个，潜在机 会3,有效机会1个，贝IJ：

以上文为例：结合“基本指标”的规定，可以给出如下的周报公示：

1. **综合评分：**总分10分，各项指标在不同阶段调整分值，以此来调整电话销售人员的工作 重点。

例如：In-sales前半年的工作重点是挖掘“潜在销售机会”，其综合评分的加权方式可以设 定如下：

电话外呼量2分；成功电话量2分；潜在机会量5分；有效机会量1分

以上文为例此人本周的综合评分如下表

五：公示办法：

1. 周报：

考核的指标：电话外呼量、成功电话量、潜在机会量、有效机会量、综合评分

1. 月报

考核的指标：客户覆盖量、潜在机会量、有效机会量、综合评分

六、奖惩机制：

1. 奖励：潜在机会指标超额完成，并为公司拉动了的销售额，公司可以给出相应的奖金以作 鼓励。
2. 惩罚：综合评分连续两月出现红色预警，在公司的协助下仍不能达标的，公司将考虑转岗 或辞退。