



# 市场部2024年10月份绩效管理计划

# ◆服务市场中心2024年10月绩效目标

服务市场中心-市场部 绩效目标：

岗位	姓名	英文名	指标	权重	目标值	备注
高级市场经理	胡玉雯	Megan	粉丝、阅读量增长（Q4）	40%	20330	微信公众号:阅读量20,000、粉丝量330
			品牌影响力（Q4）	30%	上级评价	根据市场活动质量、品牌曝光情况、行业知名度、品牌宣传活动效果等等维度进行主观评价
			渠道GMV（Q4）	30%	72,000,000	Q4渠道GMV：72,000,000（按照渠道的实际目标制定）
内容编辑	屈雯	Snow	品牌传播力	20%	3130	公众号：阅读量：3000 粉丝量：100 社群： 30
			内容优化	20%	100%	1篇小B端的推文
			新媒体运营	30%	100%	1、两个公众号目录内容的持续更新及优化 2、简介欢迎语修改 3、微信小程序监测 4、微信用户转化链路持续优化 5、品牌助手+社群运营的持续优化
			品牌网站	10%	梳理内容	
			线上活动支持	10%	45	宣传线上活动内容，报名数：45
			团队协同度	10%	上级评价	

# ◆服务市场中心2024年10月绩效目标

服务市场中心-市场部 绩效目标：

岗位	姓名	英文名	指标	权重	目标值	备注
营销策划	邹琴	Claire	线上活动	30%	1、直播线索邀约45人 2、人均在线时长30分钟	
			活动策划	30%	80%	1 优化中英文的嘉宾参会登陆详细文档 2 直播间主持人及课代表形成标准话术 3 直播的课件形成模版式的框架（中英文） 4预热宣传周期提前2周，内容升级视频，海报，EDM推文及社群文案,形成定期的总结案例 5 制定酒店报名机制推动直采集酒店嘉宾自主报名 6 报名机制分为直播前填表单 直播中先进入后填表单机制 7 打通微信服务号预约功能
			品牌网站	30%	100%	1、完成用户体验路径链路的确认 2、网站分子目录的确认
			团队协同度	10%	上级评价	

# ◆服务市场中心2024年10月绩效目标

服务市场中心-市场部 绩效目标:

岗位	姓名	英文名	指标	权重	目标值
活动执行	何倩雯	Kara	线上活动	20%	线上活动10月webinar报名45人
			线下展会	50%	一 ITB新加坡展位设计完成提交 ITB新加坡物料准备完成（手册、折页、社群码、文化衫） ITB新加坡展位搭建付款完成 ITB新加坡展会线索收集统计完成并上传  二 WTM展位设计完成并提交 WTM物料制作并完成（文化衫，伴手礼，宣传资料等）  三 COME UTE宣传物料跟进制作+线索回收
			渠道建设	10%	官网筹备-完成官网负责部分（B2B平台）资料收集，内容梳理成型 -汇智官网海外账号建立完善(FB\INS\TW\LINKIN\YOUTUBE)
			线索管理	10%	FS历史线索清洗（协同兼职伙伴完成） 80%-基础数据表内容填充
			团队协同度	10%	上级评价
设计师	张永清	/	按时交付经过沟通的设计需求	80%	完成率100%
			内部成员沟通协作	20%	上级评价

# ◆各业务部门2024年10月绩效运用方案

考核成绩与奖金关系为：

- 1、每次月度考核完成率低于60%者，免当月绩效奖金；
- 2、年度累积两次月度考核完成率低于60%者，作警告处理；
- 3、连续两次月度完成率低于60%者，纳入绩效改进计划；
- 4、年度累积三次考核完成率低于60%者，公司将无条件对其作调岗、降薪或淘汰处理；
- 5、试用期员工绩效得分作为转正评估依据。