

羽绒服促销方案(实用7篇)

为了确保我们的努力取得实效，就不得不需要事先制定方案，方案是书面计划，具有内容条理清楚、步骤清晰的特点。大家想知道怎么样才能写一篇比较优质的方案吗？接下来小编就给大家介绍一下方案应该怎么去写，我们一起来了解一下吧。

羽绒服促销方案篇一

为了提升6月份整体销售目标，充分调动与激发销售团队的积极性与突破性，现作出调整销售团队工作态度、工作心态的措施，现以营销中心两位负责人为表率，划分两个市场各自分配团队人员进行为期一月的突击营销，具体方案如下：

一、罗总负责陕西市场

二、潘总负责山西市场（运城客户除外）

1、销售业绩完成目标的%

2、销售利润完成目标的%

1、两位负责人工资抽出元作为考核工资

2、未完成销售目标、销售利润或两组对比失败的一组扣除考核工资

3、完成销售目标及销售利润的除考核工资全额发放外，公司另拿出现金作为激励。

4、如两组均未达到销售业绩、利润目标要求的，则取销售业绩、利润目标高的一组执行第三项规定。

5、如两组均达到销售业绩、利润目标要求的，则取销售业绩、利润目标高的一组执行第三项规定。

6、如两队均未达到销售目标及销售利润的 %，均不发放考核工资。

7、两位负责人针对所负责市场选派区域业务人员亲自带队进行。

羽绒服促销方案篇二

如何在工作中满足员工需求、调动员工积极性以提高员工满意度，实现个人利益与企业利益的双赢是开发人力资源的最高层次目标。

1、物质激励

(1) 薪酬福利：

(2) 津贴：

(3) 年度业绩奖金：

2、精神激励

(1) 关心激励：

(2) 荣誉激励：

3、目标激励

4、创新激励

5、员工发展激励

(1) 晋升激励

(2) 培训激励

6、参与激励：

7、股权激励(待定)

8、负激励（竞争激励）

年度业绩奖金：年度评比公司经营业绩贡献、管理业绩贡献

创新激励：流程改进、工艺提升、节约

参与激励：员工调查、参与公司政策和活动的决策

股权激励：可采用虚拟股权的方式

4.1 关心激励

4.1.1 关心激励----员工结婚

适用对象：入职满一年的员工结婚

措施：公司派人到婚礼现场表示祝贺，并代表公司带结婚礼金200元（随时间变化，取基本值）。公司当月内刊登婚礼照片、发表祝福信息。

4.1.2 关心激励----至亲去世

适用对象：入职满一年的员工至亲去世（配偶或2代以内直系亲属）。

措施：公司派人到丧礼现场进行吊唁，并代表公司带吊唁金100元（随时间变化，取基本值）。关怀询问有无需要公司

帮助的事情。

4.1.3 关心激励——生病慰问

适用对象：所有公司入职员工生病请假超过7天的。

措施：公司派人到病房或家里进行慰问，了解病情，告知员工安心养病，并代表公司采买慰问品（价值50元，随具体情况适时调整）。

4.1.4 关心激励——员工生日

适用对象：入职满半年的员工

措施：公司为员工准备生日蛋糕并在当天晨会部门小范围内为员工唱生日快乐歌。在公司内刊刊登当月过生日的员工名单及日期。

4.1.5 关心激励——优秀员工家庭聚餐

适用对象：被评为年度优秀员工的职员

措施：公司为优秀员工举行家庭聚餐，时间、地点（丰润区范围内）由员工自行决定，期限为一年，参加人员为员工配偶及直系亲属，费用方面由公司承担200元其余由员工承担。在家庭聚餐当日员工享受带薪休假。

4.1.6 关心激励——员工春节家庭拜访

适用对象：各部门骨干员工。

措施：由各部门按照公司通知提前上报本部门骨干员工名单，经总经理签字同意后由人力资源部负责携带慰问品至员工家庭进行拜访，以表达公司对员工辛勤工作表示感谢，对家庭的支持表示感谢。

4.1.7关心激励——棘手问题的帮助解决

适用对象：公司所有员工

措施：各部门主管、经理通过日常观察了解及时发现员工遇到的困难，包括家庭、工作、生活及感情问题，主管、经理初步了解情况后上报人力资源部，由人力资源部安排、寻求解决措施。

4.2荣誉激励

4.2.1荣誉激励——年度优秀员工评比

适用对象：公司所有员工

措施：

- 1、优秀员工占公司总人数的8%左右，具体名额按年度优秀员工评比方案执行；
- 2、分层评比：经理1名，主管1-3名，员工若干；
- 5、评比流程：按照年度优秀员工评比方案执行；
- 6、激励措施：公司对年度优秀员工给予物质奖励（具体金额按评比方案执行）、大会表彰、发放荣誉证书、家庭聚餐、年休假、对优秀主管及经理提供年度外派培训学习机会，如遇晋升机会公司优先考虑优秀员工，内刊表彰。

4.2.2荣誉激励——年度优秀团队评比

适用对象：公司各部门（以车间级别为基本单位）

措施：

1、每年优秀团队评比名额为1名；

4、评比流程：按照年度优秀团队评比方案执行；

5、激励措施：公司对优秀团队给予物质奖励作为团队活动基金，如何使用由团队协商，大会表彰，发放锦旗，内刊表彰等。

4.2.3荣誉激励----见义勇为团队或个人

适用对象：公司各部门（以车间级别为基本单位）公司所有员工

措施：

1、对突出见义勇为表现的团队或个人给予及时表彰、激励；

2、表彰形式：团队代表或个人在表彰大会演讲、物质激励、发放锦旗、内刊发表等。

4.2.4荣誉激励----保护公共财产团队或个人

适用对象：公司各部门（以车间级别为基本单位）公司所有员工

措施：

1、对突出保护公共财产表现的团队或个人给予及时表彰、激励；

2、表彰形式：团队代表或个人在表彰大会演讲、物质激励、发放锦旗、内刊发表等。

羽绒服促销方案篇三

每日、周必须有工作总结，每月必须做工作总结。有效的绩效管理应达到下面的目标：

1. 直属上级必须每天、每星期、每月指导和督促员工，而不是等到实际考核的那一天。
2. 在考核期内，为员工提供有效而直接的反馈信息，并对员工的优秀表现表示认可。
3. 把员工表现好的地方以及需要改进的地方清晰而准确地传达给员工。
4. 激励员工，使员工朝着经理及公司对他们的要求方向发展。
5. 建立下一阶段的发展目标，明确新项目的目标和发展方向。
6. 业绩与奖励（薪酬/提升/发展机会）相结合。

年度优秀评选：

2每年进行一次优秀员工评选，本部、各分公司分别评选一名优秀员工（评选办法另定），除通报表扬外，公司予以一次性奖励。

3员工每（周月）都要写自我表扬或自我批评的一封信！让员工自己来选择自我表扬或自我批评！

4除公司规定的奖项外，每月每个部门都要选出本月最优秀的员工给予奖励！（奖励金额元---元）（业绩服务意识团队合作意识日常行为表现）

6每天早晨开晨会时喊营销团队口号来调动激发员工的积极性！

7石兰集团营销团队口号：相信自己，相信伙伴！因为自信，所以成功！成功决不容易，我要加倍努力！营销中心永不言退，我们是最好的团队！

8每周六下午为集体学习日（激发潜能、团队意识沟通技巧类）

（每周设一个小时：下午四点半到五点半，每部门留一个人值班，）

9周日为欢乐周末（游戏组织表演活动等，调动员工的互动能力同时让员工释放压力公司可设卡拉ok厅）

（每周设两个小时：下午四点到六点，每部门留一个人值班）

羽绒服促销方案篇四

零售业和餐饮业的兴衰成败很大程度上取决于它的客户服务水平，而这些企业的服务员收入却是最低的，流动性也最大。许多以服务为主的企业都以削减员工的福利待遇来压缩经营成本，以谋求短期的利润，而这无疑会导致企业内部凝聚力的下降，人员的流动，从而伴随的是企业核心竞争力的下降，从长期来讲，这会严重影响到企业的品牌声誉。

星巴克意识到员工在品牌传播中的重要性，它认为，星巴克的成功主要是依靠顾客在店内有非常良好的消费体验，而这意味着店员必须非常熟悉公司的所有产品，并能够热诚地向顾客传递公司的咖啡文化，并且有足够的技能和个性提供一致的令人愉快的服务。因此，增进管理层和雇员之间的信任关系，以吸引和激励那些努力工作并有优秀绩效表现的员工显的尤为重要。

为此，星巴克开创了自己的品牌管理方法，将本来用于广告支出用于员工的福利和培训。并于1988年下半年实施了为临时工提供完善的医疗保健的政策。该政策规定所有每周工

作20个小时以上的兼职雇员都有权利享有和全职员工一样的商业保险，与此同时每位员工可获得由星巴克提供75%的医疗费用。随着该项福利的发展，公司所提供的医疗费用范畴也不断增加，覆盖了预防性医疗、健康咨询，牙齿、眼睛、精神治疗等各个医疗保健领域。实际上，由于星巴克的员工大都比较年轻，身体也都比较健康，公司在这项医疗保险上的实际支出并不高，但这份投资，很快得到了巨大的回报。星巴克吸引了好的员工，并使他们留得更长久。

对于一个企业管理者来说，激励制度是多样的，而各种激励制度间存在着有机联系，因此应灵活运用各种激励方式，形成合理化组合显得尤为重要，而星巴克正是意识到了这一点。在星巴克公司，员工不叫“员工”，而是被称作“合伙人”。这不是一种文字游戏，而是有着实在、实惠而又丰富多彩的股票期权计划为支撑的战略安排。在这种安排之下，每一个员工都有机会成为星巴克的股东，因此被称为“合伙人”。

股票投资计划。星巴克在为所有的员工提供工资福利制度的基础上，更进一步开始股权认购计划，使每个员工都持股，都成为公司的合伙人，以将每个员工与公司的总体业绩联系起来。根据这个计划，在每个申购季开始之前，凡是被星巴克连续雇佣90天以上，且每周的工作时间不少于20小时的员工，都有机会以抵扣部分薪水的方式或折扣价格购买公司的股票。在申购即将开始前，公司会将申购资料邮寄到雇员家里，每个员工的申购资金限额为其基础薪酬的1%—10%。而在每个季度结束后，公司会选择一个较低的星巴克股票公开市场价格，将员工所抵扣的工资以低于市场价15%的折扣购买，即以“八五折”的价格购买。

咖啡豆期权计划。在股票期权计划的基础上，星巴克公司有进一步推出了咖啡豆期权计划。而该计划与之前的股票投资计划相比，赋予了更多员工购买并拥有星巴克股票的权利，目的是使员工充分分享公司的经营成果。该计划规定自每年4月1日起至财政年度结束，或者自每个财政年度开始至次年

的3月31日，或者自4月1日开始至该计划当年被正式执行之前，连续被星巴克雇佣且被支付了不少于500个小时的工资的员工，都有权利享受该计划。主管及以上职位的人员不参加“咖啡豆”期权计划，但可以参加专门针对“关键员工”的股票期权计划。

股票期权奖励。在综合考虑公司年度业绩的基础上，公司董事会每年会考虑给予符合条件的人员一定的股票期权作为奖励。员工个人应获得的股票期权数量由以下三个主要因素决定：当年（财政年度）的经营状况及收益率；个人在该财政年度的基础薪酬；股票的预购价格或公司允诺的价格。公司的股票期权待权期为5年，任何满足条件的合伙人都可按照股票购买计划购买股票，合伙人购买股票时可以通过薪水折扣获得15%的优惠，这样只要股票上涨，股票期权就越来越值钱。

随着国际市场的不断发展和完善，企业间的竞争已逐渐演化成人才层面的竞争，有效利用人才、留住人才、激励人才是使企业能在长远的发展中胜出的关键因素，而星巴克正是抓住了这一点，通过有效的奖励政策，创造环境鼓励员工们自强、交流和合作。

餐饮业本是一个人员流失率很高的一个行业，而星巴克却通过福利制度，促使员工愿意留下。并且，通过全面的福利保障，让员工喜欢星巴克，同时在服务的过程中的精神面貌得到了很大的改变，更加尽心尽责，提高服务质量。星巴克的福利投资很快就取得了巨大的回报，为星巴克的发展奠定了坚实稳定的基础。

薪酬分配的原则就是要将企业的效益与个人的效益紧密结合在一起，因此在制度设计时，就必须要注意其内外结合，做到岗酬契合，绩效与薪资符合，体现努力创造绩效才会拿到更多的报酬的真理。如：星巴克在丰富的股票期权计划方面，则既是对员工基础薪酬的有益补充，是对长期为公司服务并做出相应成绩的员工的奖励，又巧妙地将员工的利益和企业

的利益结合在了一起，充分发挥了员工激励组合效用。星巴克这种通过主动与员工建立“利益共同体”的方式，让员工从工作中得到乐趣，形成职工对企业的归属感、认同感，并进一步满足其自我实现的需要。

羽绒服促销方案篇五

股权激励作为重点面对企业高级管理人员和关键员工的一种长期激励机制，它并不是一个孤立的封闭的系统，应该把它放到企业的薪酬分配制度、人力资源管理环境乃至公司治理的框架下去审视和把握。为此，要建立科学有效并符合企业特点的股权激励计划，有必要事先对以下方面进行检查和完善：

“绩效考核”和“业绩条件”，对股权激励计划的公正性和有效性的保障作用和监管层对此的重视。

绩效考核至少在两个环节影响股权激励计划，第一，在“限制性股票”或“股票期权”的授予环节，绩效考核将是对被激励对象的获授资格和获授数量进行确定的重要依据；第二，在“限制性股票”或“股票期权”的兑现或行权环节，能否达到一定的业绩条件将是被激励对象能否兑现收益和在多大程度上兑现收益的判断标准之一。

应当说，以追踪股东价值为特征的股权激励机制本身是含有内在的绩效考核机制的，即：被激励对象的收益通过股权/股票价值的增长来衡量和体现，而股权/股票价值又是股东价值的体现——这也是股权激励的魅力所在。但这种内在的绩效考核机制并不能取代外部的绩效管理体系。

这是由于：

第三，以设置不同绩效门槛作为调节股权激励计划的生效、中止或调整的“阀门”有利于保证股权激励计划的安全性。

更重要的是，长期激励计划应当通过绩效管理体系与公司战略目标对接，使长期激励计划成为公司战略实现的助推器。

通过股权激励计划形成的收益——长期激励收益将成为被激励对象薪酬包中的一个重要组成部分，为此，在设计股权激励计划时，应当对原有的薪酬结构进行重新审视并作出必要的调整，形成新的合理的薪酬结构。

要回答这些问题，就要对公司整体的薪酬策略进行重新审视，对市场的薪酬数据进行分析和研究，对新的薪酬结构和薪酬水平对公司的影响作必要的测算。

设计合理的股权激励方案同样需要岗位管理体系的支持，岗位管理体系是企业人力资源管理体系的基石，包含众多内容，这里的岗位管理体系主要指岗位职责的澄清和岗位价值的衡量，在人力资源管理领域，通常称为工作分析和岗位评估。

岗位评估结果可以应用在长期激励计划的授予方案制订上，首先，岗位评估可以帮助企业甄别什么是企业最需要加以长期激励的岗位或岗位群；其次，岗位评估可以帮助企业合理分配在这些岗位上的激励力度。例如：股票期权在授予的当时，被授予人并没有直接的利益可以兑现，而只是拥有了一种收益的机会，这种收益机会的大小（授予数量）应该与岗位价值联系起来，也就是岗位价值越高、对公司绩效影响越显著的岗位，应当被授予更多的期权。而工作分析既是岗位评估的基础之一，同时又是确定绩效指标的依据。

股权激励事关公司资本结构变动和公众股东的利益，与一般的薪酬方案不同，它需要更加严格的审议和决策机制，独立董事、薪酬委员会在其中应发挥更加积极的作用。上市公司的股权激励计划除了要寻求股东大会特别决议的批准之外，公司外部的律师、独立财务顾问和咨询机构的意见和建议也应得到充分的利用和重视。

此外，在设计股权激励计划时，对其可能对公司造成的潜在的财务影响也应进行必要的估算以帮助股东进行全面判断，虽然在试行办法中对这一点并未作强制性的要求，但从美国 and 香港的经验看，对这一点的要求将越来越严格，据悉，中国财政部也正在就股票期权的相关会计处理方法征求意见。

综上，本文认为，股权激励计划本身的设计无疑是至关重要的，但如果上市公司对此没有一个通盘的考虑和配套制度上的保障和支持，贸然实施股权激励将可能达不到理想的效果甚至是有风险的，美国的安然、世通，中国的伊利、健力宝都是前车之鉴。

羽绒服促销方案篇六

1、对入股前的公司经营不享受权益，不承担风险；入股后与公司股东的股份融合一起，共享收益，共担风险。

2、激励股权不得以任何形式转让给公司股东和公司员工以外的人，员工解除劳动合同以后其所持股权可内部转让。

3、股权激励员工(以下简称激励对象)不参与公司股东会，不参与公司经营管理，不享有公司章程规定的股东权力。

4、在工商登记中，并不进行注册资本和股东的变更登记，股权激励不影响股东结构改变，不影响公司注册资本改变。

1、经员工认可，公司从现有的收入和业务中调剂部分现金以及挑选部分业务，合计1000万元。该部分业务和现金与激励对象的出资融合一起，从20xx年1月1日起共同经营，共享收益，共担风险。

公司此前的融资款形成的业务一并划转过来，与激励对象的出资融合一起共同经营。

2、前款融合一起的资金，由财务单独建账，单独核算，与未划转过来的业务和资金不发生法律效力。未划转过来的业务和资金由公司原有股东承担收益和风险。

3、公司分配给激励对象的股权暂定为300万股。经公司股东会

讨论通过，可以根据公司发展情况增加激励股权。

4、激励对象在认购激励股权的同时，应按照规定向公司融资。融资款原则上不低于激励股权，融资款按照0.5%计付月利息。

首先由公司员工自行申请认购股份，经公司股东会研究后确定可以认购并明确认购数额的员工为激励对象。股东不属于激励对象。

经董事会同意的员工，自行申报认购股份数额。

1、激励对象按照一元一股，自行出资购买公司股份；

2、激励对象认购的股权以一万股为起点，最高认购数额不超过50万股；

3、激励对象与公司解除劳动关系，即丧失激励条件，不享有股权激励权利，不承担激励股权产生的风险。

2、经公司股东会讨论通过，可以根据公司经营情况增加员工激励股权的认购数额。

1、入股后，激励对象的股份与公司股东的股份融合一起，共享收益，共担风险。

2、激励对象对入股前的公司经营、公司资产、公司负债不享受权益，不承担风险。

及激励对象的出资) 进行分配。

1、激励对象出现辞职、辞退或因其他原因导致劳动合同终止时，其所持激励股权只能转让给公司内部员工或股东，在同等条件下，员工比股东享有优先受让权。转让方与受让方自行结算股权受让费用。员工受让他人的股权后，其所持激励股权总额不能超过100万股。

2、激励对象劳动合同终止后将其股权转让给公司股东，受让激励股权的股东的表决权仍按照公司章程办理。

3、公司股东和员工均不愿意受让劳动合同终止后的激励股权，激励对象有权请求公司按照实际经营情况进行结算，公司应在劳动合同解除后一个月内与激励对象完成结算。结算按照本办法确定的原则进行。结算后公司分两次平均退还出资，第一次为结算后的第30天，第二次为结算后的第180天。期间不计息。

在条件成熟的时候，公司股东会可考虑激励股权实行股权代理或委托制，由激励对象委托他人代为持股，进入工商登记，真实行使股东权益。具体期限和实施细则由股东会决定。

羽绒服促销方案篇七

员工股权激励，可以分为上市公司和非上市公司两大类。但是在股权激励方案设计实施的时候，两种企业会有很大不同。上市企业涉及很多股民的利益，所以需要证券管理部门的参与，会有严格的规定，非上市公司，则有较多的自由发挥空间。

因此，本文只探讨非上市公司的员工股权激励问题。

首先，股权激励的最终目标是：

1、提高员工的工作投入度，创造更好的业绩，比较为自己种田与替人种田，工作热情与投入感是完全不同。关键岗位的员工持股，无非是希望员工改变打工心态，把企业当作自己的企业来对待，工作态度会完全不同。

2、能留住优秀员工，让关键岗位的员工长期留在企业工作，与企业一起发展。

只有达到以上两个目标的股权激励方案，才是成功的！

第二：员工持股几种类型：

1、分红股（又叫干股），员工没有实际股份，只是享有一定股份比例的分红，这类股份，员工不用出资购买，主要和业绩挂钩，员工达到一定业绩目标，或工作一定年限，可以享受。分红股，具有人身依附性，员工在企业工作，就享受，离开企业就丧失，也不可转让。也不用承担经营风险，纯属一种福利性激励。

2、期权，期权指的是，在某个时间点，给员工一个约定价格购买一定的股份，约定在未来某个时间点行权（行使购买权），当行权时，实际股份价格超过约定购买价格时，持股员工，就可以享受股份增值的收益。一般来说，员工要行使购买权，必须达到约定的业绩条件，才能行权，如果没有达到约定业绩目标，则丧失行权资格。如果达到行权条件，某些员工没有足够资金购买全部配额股权，则可以允许员工部分转让购买资格，这样期权会更有吸引力。

3、出资购买股份，这类股份是企业实际性股份，而且在当下实施，原则上需要在工商登记。员工以现金购买，按出资比例享受股份收益和承担经营风险。一般来说，企业为了激励员工，可能会采取优惠价格让员工购买，或者半买半送。

在操作上，采取用一定方法对公司股权进行估值，再按照每

股估值价格给予优惠。比如，某公司股本1000万股，每股收益1元。如果按照pe价格，每股大约8-10元，企业可以采取半买半送，或者按者市场价值4-6折，让员工购买。

这类股份，与员工人身没有依附性，即使员工离职，也可以拥有，或者转让。

以上三种持股方式，根据企业实际情况，可以单独采用，或者混合采用。但是在实际操作中，会遇到各种问题。

第三：员工持股操作的十大关键问题：

1、股权激励的前提是，企业要有长期发展战略，方向明确，前景美好，否则，股权对员工吸引不大。一个没有方向的企业，没有前景的企业，薪水高，也不一定留住优秀人才，别说股份了。

2、股权激励，是为了促进企业业绩提升，快速发展，因此所有的股权激励，要和业绩有关联。同时，员工出资购买股份，也可以增加企业资金实力，有助企业更好发展。

3、尽量让员工掏钱购买股权，因为付出代价不同，珍惜度也不同。最后激励效果也不同。

4、员工持股比例，原则上不能超过20%。占比太大，企业后续引进资本时，股权太分散，致使企业缺少控制人，不利于企业发展。

5、员工持股方案，要充分考虑岗位价值，员工工作年限，以及个人能力与业绩表现来分配股份数量，同时，避免全员持股。认购股份，需要资格，如果每个人都可以购买，就没有稀缺价值。

6、持股员工数量过多时，建议采取代持股份的方式，因为公

司法明确规定，有限公司的股东，最多不能超过50人。要规避这个限制，可以考虑股权代持，代持需要签订协议，制定相关操作规则，以避免纷争。

7、企业要实施员工持股计划，财务必须透明，否则对员工的吸引力下降。

8、在考虑员工持股的同时，企业要建立公司治理结构，完善现代企业制度，需要建立股东会、董事会、监事会，并制定股东会议事规则、董事会议事规则、监事会议事规则，以及经营班子的管理规章。员工在拥有公司股权，获得收益的同时，要有机会，不同程度的参与企业经营管理，发挥其积极性，这样员工才有成就感和归宿感。

9、员工持有股份，要真正有吸引力，还是要让股份能在企业内部能流通起来，一个，股份价格根据公司盈利情况而增加，会提高员工对公司盈利能力的关注，第二，股份可以在公司自由买卖或者大股东回购股份，这样员工出资购买时，对购买的股份难以退出的顾虑会降低，有助于提高员工认购股份的积极性。

10、要做好员工股权激励，还得有组织准备，一个要聘请专家顾问协助，提高方案的科学性与可操作性，另一方面，公司要成立相关小组负责方案设计，后续还需要有部门来管理，这要才能使员工股权激励方案真正落地，实现推动企业发展之目的。

以上建议，供广大企业领导人参考。格局，决定成就，舍得分享的企业家，才能打造真正伟大的企业！