# 产品经理绩效考核方案

来源：网络 作者：独坐青楼 更新时间：2024-08-28

*.产品经理绩效考核方案方案名称产品经理绩效考核方案受控状态编号一、考核目的基于以下三个目的，定期对产品经理实施绩效考核。1.产品经理的业绩情况、工作能力、工作态度的评定。2.产品经理动态工资的发放。3.产品经理的晋升或降职、提薪或降薪。二、...*

.产品经理绩效考核方案

方案名称

产品经理绩效考核方案

受控状态

编

号

一、考核目的基于以下三个目的，定期对产品经理实施绩效考核。

1.产品经理的业绩情况、工作能力、工作态度的评定。

2.产品经理动态工资的发放。

3.产品经理的晋升或降职、提薪或降薪。

二、考核主管人员与考核对象

1.考核主管人员为人力资源总监、产品管理部主管副总。

2.考核对象为产品经理。

三、考核周期及具体时间

1.上半年绩效考核，具体时间为7月1日至7月15日。

2.下半年绩效考核，具体时间为第二年度的1月1日至1月15日。

四、考核指标设置

根据产品经理的工作职责，核查其年初与公司签订的经济责任书的达成情况，设置相应的考核指标。具体考核指标如下表所示。

产品经理绩效考核量表

考核对象：产品经理

考核周期：

\*\*\*\*年\*\*月\*\*日~

\*\*\*\*年\*\*月\*\*日

考核项目

定量指标

权重

指标值

考核得分

加权得分

工作业绩

新产品利润贡献率（A）

15%

产品品牌知名度（B）

15%

新产品开发周期（C）

15%

考核项目

定性指标

权重

自评得分

考评得分

加权得分

公司不同产品线的产品规划

产品市场的调查与研究

8%

新产品开发需求的准确性

10%

产品结构的合理性

8%

产品计划的明确性

8%

产品价格政策的制定及调整

价格政策的合理性和明确性

8%

价格政策调整的及时性

8%

部

门

管

理

部门内部人员管理情况

5%

综合得分

重要记录

期初备注

期末说明

人力资源部审核

被考核人：

签名：

日期：

被考核人：

签名：

日期：

签名：

日期：

考核人：

签名：

日期：

考核人：

签名：

日期：

注：定量指标按指标值与目标值的差距进行打分；定性指标的评分标准则详见“产品经理绩效考核指标等级定义表”中的规定。

产品经理绩效考核定性指标等级定义表

指标

等级

评分标准

产品市场的调查与研究

＜6分

能够收集并研究行业、用户、竞争对手、渠道、产品等方面的市场信息，但分析报告内容空泛，分析结果不能够对公司产品规划决策提供支持

6分

能够收集并研究行业、用户、竞争对手、渠道、产品等方面的市场信息，分析报告内容缺乏针对性，分析结果不能够对公司产品规划决策提供应有的支持

7分

及时收集并研究行业、用户、竞争对手、渠道、产品等方面的市场信息，能够对客户和市场需求提出分析，分析结果可对公司产品规划决策提供一般性的支持

8分

及时收集并研究行业、用户、竞争对手、渠道、产品等方面的市场信息，能够对客户和市场需求提出分析，分析结果能够对公司产品规划决策提供支持

9分

及时收集并研究行业、用户、竞争对手、渠道、产品等方面的市场信息，分析报告的内容具有针对性，分析结果能够对公司产品规划决策提供支持

10分

及时充分收集并研究行业、用户、竞争对手、渠道、产品等方面的市场信息，分析报告内容充实、合理、针对性强，对产品规划决策具有强有力的支持

新产品开发需求准确性

＜6分

根据调研结果，向研发部提供的新产品研发需求内容模糊，过程改动频繁

6分

根据调研结果，向研发部提供的新产品研发需求内容明确，过程改动较多

7分

根据调研结果，向研发部提供的新产品研发需求内容明确清晰，但过程改动较多

8分

根据调研结果，向研发部提供的新产品研发需求内容明确清晰，过程改动较少

9分

根据调研结果，向研发部提供的新产品研发需求内容明确清晰，过程改动少，对现有产品和新产品的设计缺陷能够提出改进意见（事后证实部分合理）

10分

根据调研结果，向研发部提供的新产品研发需求内容明确清晰，过程改动很少，对现有产品和新产品的设计缺陷能够提出改进意见（事后证实合理）

产品结构的合理性

＜6分

不同产品线的发展战略、具体策略和实施步骤有重大缺陷

6分

不同产品线的发展战略、具体策略和实施步骤不能有效兼顾市场变化和公司战略

7分

不同产品线的发展战略、具体策略和实施步骤基本兼顾市场变化和公司战略

8分

不同产品线的发展战略、具体策略和实施步骤基本能兼顾市场变化和公司战略，但反应滞后

9分

不同产品线的发展战略、具体策略和实施步骤能及时兼顾市场变化和公司战略

10分

不同产品线的发展战略、具体策略和实施步骤能及时有效地兼顾市场变化和公司战略，反应也较快

产品计划的明确性

＜6分

不能平衡市场需求、库存、产品策略的关系，产品的月度滚动计划和年度规划很差

6分

能平衡市场需求、库存、产品策略的关系，产品的月度滚动计划和年度规划欠佳

7分

能及时平衡市场需求、库存、产品策略的关系，产品的月度滚动计划和年度规划欠佳

8分

能及时平衡市场需求、库存、产品策略的关系，产品的月度滚动计划和年度规划合理

9分

能及时平衡市场需求、库存、产品策略的关系，产品的月度滚动计划和年度规划合理，能够减少相关费用（相对往年同期）

10分

能准确及时地平衡市场需求、库存、产品策略的关系，产品的月度滚动计划和年度规划合理有效，明显减少相关费用，对公司获得利润方面贡献显著（相对往年同期）

价格政策合理性和明确性

＜6分

财务与市场数据不准确，计算结果脱离实际，不可执行

6分

财务与市场数据准确，计算结果合理性欠佳，执行有难度

7分

财务与市场数据准确，计算合理，易于执行

8分

财务与市场数据准确，计算合理，针对性强，易于执行

9分

财务与市场数据准确，计算合理，明确针对竞争对手的价格政策，易于执行

10分

财务与市场数据准确，计算合理，针对性很强，符合公司战略，易于执行

价格政策调整的及时性

＜6分

不能及时调整产品价格策略（定价、调整、大单协作定价等）

6分

根据产品市场和竞争对手的变化，有时能调整产品价格策略（定价、调整、大单协作定价等），但无目的性

7分

根据产品市场和竞争对手的变化，基本会平衡公司实际状况，有时能及时调整产品价格策略（定价、调整、大单协作定价等），但目的性不明确

8分

根据产品市场和竞争对手的变化，平衡公司实际状况，及时调整产品价格策略（定价、调整、大单协作定价等），但目的性不明确

9分

根据产品市场和竞争对手的变化，平衡公司实际状况，及时、适时调整产品价格策略（定价、调整、大单协作定价等），目的性明确

10分

根据产品市场和竞争对手的变化，平衡公司实际状况，及时、适时调整产品价格策略（定价、调整、大单协作定价等），确保销售目标的实现和市场竞争地位的确立

部门内部人员管理情况

＜6分

对本部门的人力资源管理不重视，对开展绩效考核缺乏应有认识

6分

对本部门的人力资源管理认识不够清楚，绩效考核状况不够理想

7分

能对下属工作提供较多指导，定期内部培训，绩效考核状况能够较准确反映实际

8分

能对下属工作提供较全面指导，定期内部培训，绩效考核状况能够较准确反映实际

9分

能对下属工作提供全面的指导，内部培训方式灵活，员工对绩效考核状况基本满意

10分

能够极大地促进下属全面发展，内部培训方式灵活，员工对绩效考核状况很满意

五、考核的实施

①

由公司人力资源总监牵头，人力资源部、财务部、市场部、销售部参加，对产品经理进行目标管理考核，落实上半年或全年目标执行情况，运用“产品经理绩效考核量表”进行评分，并进行汇总。

②

将汇总的评分结果呈交总裁办公会和董事会审定，确认其结果。

③

被确认的考核结果即为产品经理的考核结果，公布于众。

六、考核结果及其应用（略）

相关说明

编制人员

审核人员

批准人员

编制日期

审核日期

批准日期

本DOCX文档由 www.zciku.com/中词库网 生成，海量范文文档任你选，，为你的工作锦上添花,祝你一臂之力！