

Vergütungssysteme



Traditionell werden im Verkauf variable Entlohnungssysteme zur Steuerung der Vertriebsaktivitäten eingesetzt. Über Anreizsysteme mit Zielen und Provisionen/Prämien soll die strategische Ausrichtung der Vertriebsarbeit sichergestellt werden. Wirksam sind solche Systeme aber nur, wenn sie richtig konzipiert werden.

Die typischen Fragestellungen sind:

- Wie ist das Verhältnis zwischen variablem und fixem Teil?
- Wie viele und welche Bemessungskriterien sollen eingesetzt werden?
- Welcher Mindestbetrag pro Kriterium soll festgelegt werden?
- Welche Leistungswerte pro Kriterium werden verprovisioniert?
- Welche Leistungsbandbreite, Sockelbetrag, nach oben gedeckelt?
- Wie und wie oft wird gemessen?
- Wie und wann wird ausgezahlt?
- Simulation, was wäre, wenn?
- In welchen Stufen/Schritten wird das System eingeführt?
- Welche Funktionen sollen berücksichtigt werden?

MERCURI international

Mit unserer einzigartigen Kombination aus Beratung und Training Expertise helfen wir jährlich rund 15,000 Unternehmen, in über 50 Ländern und in über 30 Sprachen weltweit, ihre Vertriebsaktivitäten effizienter und effektiver zu gestalten und damit die notwendigen Verbesserungen ihrer Unternehmensziele zu erreichen.

LESEN SIE MEHR

NÜTZLICHE LINKS

[Datenschutzerklärung](#) [Games](#)

[Impressum](#)

[Board of](#)

[Directors](#)

[Kooperationspart](#)

[Sustainability](#)

[Celemi Board](#)

FOLGE UNS



Please upgrade to a [supported browser](#) to get a reCAPTCHA challenge.

[Why is this happening to me?](#)