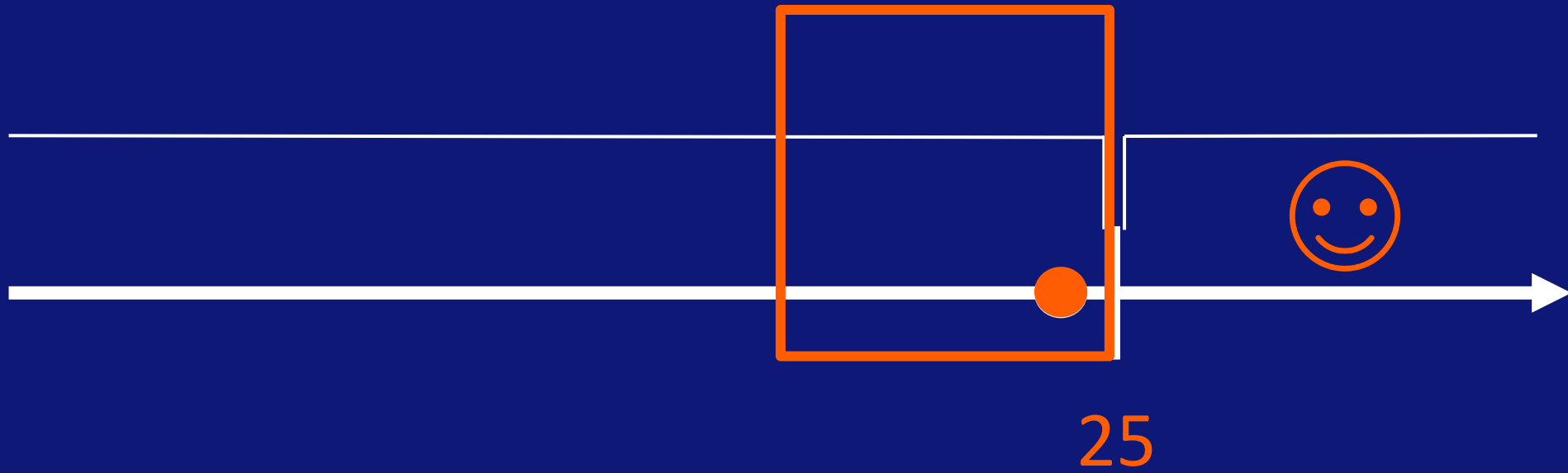


SYSTEMY WYNAGRODZEŃ, KTÓRE NAPĘDZAJĄ RENTOWNOŚĆ, EFEKTYWNOŚĆ I JAKOŚĆ



Michał Wąsik
Sales Director Europe







$$a=b$$

$$E=mc^2$$

$$\bar{x} = \frac{\sum fx}{N}$$

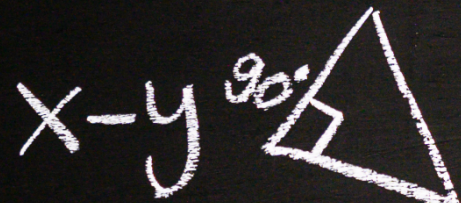
$$F=m \cdot y$$



$$\sqrt{b^2 - 4ac}$$



$$F=k$$



$$a^0 = 1$$

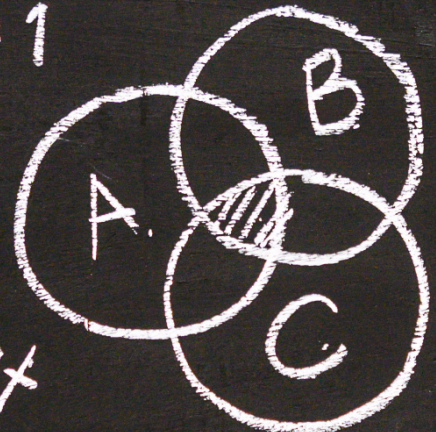
$$\frac{AD}{AB} = \frac{DE}{BC}$$

$$\sqrt{a^2 + b^2}$$

$$xy = ab^2$$

$$g(x) = \sqrt{x}$$

$$a^2 + b^2 = c^2$$

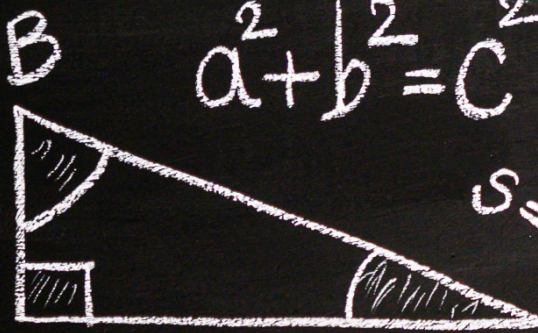


$$\hat{ACB} = \frac{2}{5} \hat{ABD}$$

$$xy = ab^2$$

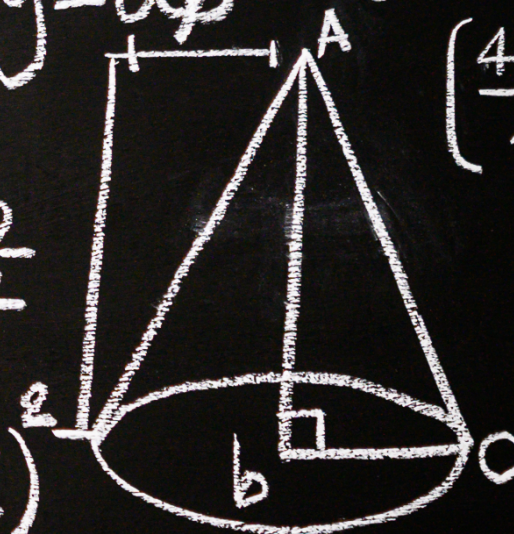
$$\left(\frac{4+4}{4^3}\right)\left(\frac{4}{4^3}\right)$$

$$\frac{(a+x)y}{y}$$



$$s = \sqrt{x}$$

$$x = \sqrt{\frac{b^2}{c} + c - \frac{b}{2}}$$



$$x + y = a^2 b$$

$$P = S(1 - n \cdot d)$$

$$P \Delta ABC \sim \Delta ADC$$

$$S = \frac{n!}{1 - n \cdot d}$$

$$\frac{n!}{r!(n-r)!}$$



$$\sum_{i=1}^n (x_i - \bar{x})$$

$$H_0 \frac{\partial^2 \Omega}{\partial u^2}$$

$$\lim_{x \rightarrow \infty}$$

$$\overline{ABCD} \quad [a_1, a_1]$$

W jaki sposób to zrobić?
Jak wprowadzać zmiany?



OSTROŻNIE!

Cele podstawowe



Rentowność



Efektywność



Jakość

Cele dodatkowe



**Zadowolenie
pracowników**



**Być
atrakcyjnym
pracodawcą
na rynku**



**Przyciągać
i zatrzymywać
najlepszych**

Podstawowe cechy



Proste i
przejrzyste



Progowe



Motywujące



Istotne



Szybkie do
wyliczenia

Grupy wynagrodzeniowe



**Produkcyjni /
Handlowi**



**Kierownictwo /
Menadżerowie**



Administracja

PRODUKCYJNI

Prowizja od indywidualnych wyników

Premia / bonus za realizację celów miesięcznie lub kwartalnie

Bonus / malus za jakość miesięcznie lub kwartalnie

KIEROWNICTWO

Podstawa + premia jako % podstawy

Zadanie liczbowe
Zadania wskaźnikowe
Zadania jakościowe
Zadania operacyjne

ADMINISTRACJA

Podstawa + premia jako % podstawy

Jakość pracy, zadania dodatkowe

Kierownicy

66%

**Wynagradzanych jest jako %
wyniku – najczęściej marży**



Kierownicy

51%

**Nie zależy od osiągniętego zysku
działu**

**Skutek - brak zarządzania
kosztami – brak współmierności
kosztów bezpośrednich do
generowanej marży**

Handlowcy

23%

Nie jest wynagradzanych za odkup

53%

Nie ma celu odkupów

45%

Nie ma postawionego celu sprzedaży akcesoriów

90%

Wynagradza od marży na akcesoriach

Akcesoria – poziom motywacji

10

Liczba sprzedanych samochodów

800

Akcesoria w PLN na sztukę

20%

Marża % na akcesoriach

15%

Prowizja % dla handlowca

240

Prowizja PLN dla handlowca

VS

Wypracowana całościowa marża przez handlowca

100 000

% maksymalnej prowizji

15%

Maksymalna prowizja

15 000

Waga akcesoriów (spełnienie celu)

15%

Prowizja PLN dla handlowca

2 250

Handlowcy - karta wyników miesięcznych

Imię i nazwisko:				Jan Kowalski		
Miesiąc:						
Wypracowana marża				100 000 zł		
% Prowizji				10%		
Podstawa wyliczenia prowizji				10 000 zł		
Lp.	Składowa	Plan	Wykonanie	Zaliczenie	Waga	Prowizja
1	Zamówienia	12	12	Tak	30%	3 000 zł
2	Produkty finansowe	50%	50%	Tak	25%	2 500 zł
3	Produkty ubezpieczeniowe	80%	80%	Tak	15%	1 500 zł
4	Akcesoria	850	850	Tak	15%	1 500 zł
5	Trade:in	30%	30%	Tak	15%	1 500 zł

Handlowcy – model agencyjny



Konwersje



**Powtórna
sprzedaż**



**Odkup i usługi
dodatkowe**

BDC - Operator

Imię i nazwisko:				Jan Kowalski		
Kwartał				I		
Podstawa miesięczna				5 000 zł		
% Premi				30%		
Podstawa wyliczenia premii				4 500 zł		
Lp.	Składowa	Plan	Wykonanie	Zaliczenie	Waga	Prowizja
1	Penetracja klimatyzacji	40%	40%	Tak	30%	1 350 zł
	Realizacja ilości kontaktów dziennie	70	85	Tak	30%	1 350 zł
2	Akcja sezonowa	40%	40%	Tak	40%	1 800 zł
Lp.	Składowa	Sztuki		Ryczałt		Premia
1	Umówiony klient do salonu	10		200 zł		2 000 zł
2	Umówiony klient do blacharni	10		100 zł		1 000 zł
				Do wypłaty		7 500 zł

Poprzez efektywny system wynagrodzeniowy



Przyciągaj
najlepszych

Zatrzymaj
najlepszych

Motywuuj

Stymuluj

Rozwijaj



Kreuj postawy



Bądź zyskowny



Dbaj i jakość



Urozmaicaj



Zarządzaj