

微商员工激励问题分析

李统亚

德宏师范高等专科学校, 中国·云南 德宏 678400

【摘要】当今,微商是继淘宝之后推动社会经济发展影响力最广的营销模式,微商从业者利用微信,通过营业账号的朋友圈来进行卖货和产品推广,人脉是营销的最重要的一环,是销售的关键因素。所以,为了产品销售和推广,为了给公司带来更高价值,公司对员工采取激励十分重要。本文通过分析从业人员的性别、年龄和职业特点,结合激励因素和需求因素,得出针对不同特点的从业人员应采取不同的激励方法,企业在满足员工需求的同时还可采取建立合理的薪资结构、支付方式、发放福利和采纳员工认可制度四种激励方式。

【关键词】微信销售; 激励; 人脉; 微商

Analysis on the Motivation of Micro-business Employees

Li Tongya

Dehong Teachers College, Yunnan, China, Dehong 678400

[Abstract] Nowadays, micro-business is the most influential marketing model to promote social and economic development after Taobao. Micro-business practitioners use WeChat to sell goods and promote products through the circle of friends of their business accounts. Networking is the most important part of marketing, is a key factor in sales. Therefore, in order to sell and promote products and bring higher value to the company, it is very important for the company to motivate its employees. By analyzing the gender, age and occupational characteristics of employees, combined with incentive factors and demand factors, this paper concludes that different incentive methods should be adopted for employees with different characteristics. Enterprises can also adopt a reasonable salary structure while meeting the needs of employees. , payment methods, distribution of benefits and the adoption of employee recognition system four incentive methods.

[Key words] WeChat sales; Incentive; Network; Wechat business

1 微商营销模式解读

微商这个词最早起源于2013年的朋友圈代购,发展于2014年的层级代理模式,真正正规的时间是2015年的微商平台化趋势。但是微商真正的起源应该是来源于移动互联网的兴起,根据中国互联网络信息中心就发布的《第34次中国互联网络发展状况统计报告》中显示截止至2014年6月我国移动互联网用户总数达8.38亿户,网民规模已达6.32亿,比去年年底增加了1442万人。同时微商的主要载体微信,截至目前注册用户也突破六亿。也就是因为移动互联网的发展,孕育了微商的诞生。微商和淘宝天猫不同的是:微商基于微信,实现商品的社交分享、熟人推荐和朋友圈展示,商家在公众号上就能和消费者建立买卖关系。当消费者认可产品后可以申请成为微客,分享商品链接到朋友圈、微博、空间等社会化媒体上,实现基于熟人推荐方式的裂变式分销。基于微信销售的特点,怎么利用微信人脉打造吸引人的朋友圈来更好地进行产品销售推广十分重要。

微商和公司实体销售一样,从业者之所以愿意利用自己的朋友圈对产品或服务进行推广和销售,是因为他们能够从中得到报酬和福利。公司里,员工可以通过自己的贡献获得稳定的劳务报酬,通过额外或者更出色的工作,获得额外的奖金和福利。利益最大化是微商的追求。微商管理中采取怎样的员工激励措施与公司发展息息相关。

2 微商员工激励存在的问题

2.1 缺少长期激励

过于注重短期激励,缺少长期激励,从长期发展的角度来看没有任何激励效果。微商团队的建立的基础是合作不是雇佣,靠短期激励很难持续团队的增长与发展,建立有效的长期激励才是长久之计。

2.2 福利项目不完善

福利是一种在传统企业很普遍的激励方式,有助于提高公司成员的凝聚力,在重大节日、国家法定节假日给大家发福利等等,但是在微商团队里似乎并不常见。

没有采用福利这个激励方式团队便难以发挥更大的人力资本,使得团队成员缺少安全感,存在不满情绪。

2.3 收入渠道单一

现在的微商收入都是要么向团队批发产品,要么就是自产自销,靠业绩和销售量获得佣金和收入,钱赚的不多还不稳定,我认为应该让大家参与团队的管理,找到自己的合适领域,充分发挥大家的能力,提高凝聚力,同时,务必给付出者相应的物质奖励,实现多劳多得。

2.4 团队成员晋升渠道单一

微商最普遍的晋升渠道就是成交多少业绩晋升几级代理,成为代理意味着进货成本更低,随之收益增加,这种方法太过于传统了,不仅难适应团队发展,而且如果团队成员投入过大却没有收益的话,很容易造成团队成员对团队的不信任甚至离开。

2.5 培训激励不够系统

对一个企业来说,没有接受培训的售货员就是企业最大的浪费,对微商团队也是一样,没有培训经历想赚钱就是天方夜谈。

培训的方式也仅仅只是通过群里授课的方式我认为不可取,应该采用面对面视频交流、导师细致的讲解完团队相关的一切事宜后,由学员提问,导师再一一解答,采用手把手教学模式,让学员尽快上路,调动团队积极性,强化业务能力。

2.6 团队文化不清晰

马斯洛需求理论告诉我们,人都有归属需求,良好的企业文化是满足归属的重要形式,没有良好的企业文化光靠口

头阐述影响力很低,好的团队文化具有凝聚人心的力量,而拉低团队发展的文化难以留住优秀人才,更难吸引人才。

2.7 绩效考核不完善

绩效考核是价值和结果评价的基础,缺少对整个绩效考核的认知和流程的把握,仅仅把握在对业绩的考核,缺乏对个人综合能力以及实现目标的过程考核,对于考核的结果仅用于代理级别的晋升和额外奖励,没有更好的做好考核,不利于综合目标的实现。

2.8 代理激情下降

刚开始的很多代理加入团队的时候,激情满满,原因是她们对未来充满希望,对微商充满好奇。可是做了一段时间发现,完全与想象的不一樣,不是那么赚钱,也不是那么开心,不是那么轻松,并不像大家说的一样玩手机就可以赚钱。有些人做了一两个月本钱都没有收回,没有卖出什么产品,此时,就开始发牢骚,失去信心,没有激情。从最初的每积极发朋友圈,到后来一条不发,开始的时候与上家积极学习和交流,在代理群里互动及时,到慢慢不再冒泡,甚至消身匿迹,退出微商。

3 如何改变激励政策

面对不同的从业人员,公司需要采取不同的手段提升员工的竞争力,从而提升公司业绩,实现公司利润最大化。但是和传统公司不同的是,微商从业人员本身存在很大的差异性,并且公司在激励过程中采取的沟通管理方式也主要通过平台来完成。基于马斯洛需求层次理论、赫兹伯格双因素理论、公平理论、期望理论和麦克兰需要理论的相应需求因素,本文提出了以下几种激励方式:

3.1 完善薪资结构

薪酬是工作的灵魂,公平理论指出员工的激励程度来源于对自己和参照对象的报酬和投入比例的主观比较。员工的努力程度衡量方式便是薪酬。调查结果表明,大部分微商从业人员抱着获得稳定的生活来源,或者为了额外的收入来提高自身的生活质量的目的而加入微商行业的,所以他们最关心的是薪酬高低。

现在的微商多采用无底薪制度,这种制度不付给微商从业者任何形式的底薪,从业者单纯通过自己销售商品而获得收入。这种薪酬制度有利于微商从业者通过主观驱动来获取预期的收入,对微商自身和微商公司有推动作用。但这种经营方式也可以通过发展下线的方式达成,可是一旦某一环出现问题,那么整个链条就会崩塌。根据马斯洛需求层次理论和赫兹伯格双因素理论,针对员工的保健和激励需求,最佳的薪酬体系就是既按工作的价值付酬(内部公平),又保持在劳动力市场上的相对竞争力。因此微商公司应从自身实际出发,确定一个薪酬基数,限定层级数量,建立自身收入和发展下线无关联的薪酬制度。

3.2 平衡员工期望和绩效

根据期望理论所指员工的需求和目标之间的关系,欲求是和绩效联系在一起的,员工只要好好努力工作就能获得相应的报酬。在成功的薪酬机制引导下,正确的支付方式也为微商从业者更好地经营微商事业增强了信心,如果微商公司采取绩效支付方式,那么从业者的重点就放在了提高自身绩效的方式上,而不同种类公司的绩效发放空间是不一样的,因此这种薪酬支付方式是不可取的。但是,如果微商公司采用计件的方式发放薪酬,那么微商从业者便会把重心放在如何经营自身品牌上,这和公司的目的一致,而且计件薪酬的形式简单容易,省去了绩效考核的麻烦。因此在微商公司采用计件工资这种薪酬支付方式优于绩效工资薪酬支付方式。

同时,员工激励还可以采用考核型激励和奖金激励两种新式。考核型激励就是对于代理以上级别的以月季考核制度为标准,设置奖金发放周期,做到灵活,公平公开,将长期激励与短期激励相结合,保持团队成员的工作热情和积极性。奖金激励就是按周、月、年的发放形式,可以选择分批不定期发放,也可以选择一次性发放达到稳定人心的效果。再者,可以在法定节假日进行团建,促进与团队成员相互交流,听取意见,适当改善管理方式。

3.3 目标激励

人有了梦想有了目标才能为之奋斗,好的动机是行动的标准。当设立一个目标激励的时候,才能调动他人的行动力。首先先设立一个小目标再设立一个大目标,一步步去实现,这里才能激励和诱发微商代理,调动代理的积极性,让代理对自己的团队前途充满信心。可以先设置一年的目标,在设置一个季度,一个月度的目标,然后在根据团队人数和总业绩,个人业绩去细分。

3.4 榜样激励

不管是什么样的团队都会有两种人存在,一种是积极活跃的,一种是默默无闻。以积极活跃的为榜样让他们带动剩下的一部分人。如果作为团队老大也要起带头作用,做到高效完成任务。

3.5 授权激励

释放一些权力也是管理的重要技巧,不管领导多么厉害,也不能一个人全部完成所有事情,一个人管理10个人还行,管理成千上万的人,就不能全部顾及到方方面面。有些不积极的代理就流失掉了。作为团队的领导要成为引路人,培养团队的核心人物,将一部分权力转交给他们,这个团队才能更加强大和壮大。

3.6 沟通激励

团队里也会发生很多困难,这时候就需要沟通,与自己的代理商保持良好的沟通关系带动他的热情,在沟通的基础上包容理解,了解代理们在想什么,也能很快的将矛盾解决,这样团队的代理才不会慢慢流失。在代理沮丧时你可以说:微商时代,每个人都是自己的老板!

4 结语

微商发展的最大优势便是拥有强大的互联网支撑,才能够在近年来迅猛发展。企业在面对微商的崛起,能够针对微信这种自媒体的传播特征采取营销措施,企业与每一个客户、潜在客户摆在平等的位置上,提高微商在企业整体渠道中的地位,不断完善其营销模式,找准企业的营销定位,尊重每个客户的话语权,把握营销时机,这样才能在微商渠道推动企业更好更快地发展,营造良好的营销环境。

参考文献:

- [1] 吕来明,郑国华.电子商务法新规对微商的规制及其影响[J].商业经济研究,2019(5):80-82.
- [2] 俞华.我国微商新业态发展现状、趋势与对策[J].中国流通经济,2016,30(12):47-56.
- [3] 纪妙,王明宇.微商行业分析报告[J].中国商贸,2015(5):55-57.
- [4] 王乐鹏,李春丽,王颖.微商发展面临的问题及对策研究[J].科技广场,2015(6):200-204.

作者简介:

李统亚(1985.11-),讲师,河北深州人,德宏师范高等专科学校资产管理科科长。