

# 2023年免费销售协议简单合同(优质10篇)

现今社会公众的法律意识不断增强，越来越多事情需要用到合同，合同协调着人与人，人与事之间的关系。相信很多朋友都对拟合同感到非常苦恼吧。下面是小编带来的优秀合同模板，希望大家能够喜欢!

## 免费销售协议简单合同篇一

七夕佳节将至，饭店营销部推测：此次七夕将迎来我市饭店婚宴消费的小高潮.为了进一步拉动xx饭店的婚宴及相关的餐饮消费，经饭店的市场营销部及相关部门讨论后决定：现推出以“美满良缘由天赐，满意婚宴在xx”的婚宴营销活动，以促进和拉动xx饭店的婚宴消费.特制定如下xx饭店婚宴营销活动方案(草案).

### 一、主题

美满良缘由天赐满意婚宴在xx

### 二、总体思路

充分发挥饭店自身优势以及超前创新的活动安排，通过一系列的宣传策划，利用x月的黄金季节组织富有实效的“办婚宴，到xx??”为主题的营销活动，使xx饭店真正成为新人婚宴的理想殿堂.

### 三、活动时间

xxxx年xx月至xxxx年xx月

### 四、活动内容

- 1、满十席以上免费提供婚庆音响设施.
- 2、满十席以上免费提供大堂迎宾牌两块.
- 3、满十席以上免费提供创意绢花拱门一道.
- 4、满十席以上免费提供大堂外喜庆横幅一条.
- 5、满十五席以上免费提供宴会大厅喜庆背景喷绘(含新人姓名).
- 6、满十五席以上免费提供豪华婚房一间/夜(含次日精美双早).
- 7、满十五席以上免费提供主桌精美台花(鲜花)一份.
- 8、预定婚宴688元/席以上(含688元/席)达十席之多者婚宴当天将可获赠多层婚庆蛋糕一份.

## 五、婚宴套餐标准

- 1、百年好合宴688/桌(10人)
- 2、金玉良缘宴788/桌(10人)
- 3、珠联璧合宴888/桌(10人)
- 4、龙凤呈祥宴988/桌(10人)
- 5、佳偶天成宴1088/桌(10人)

## 六、宣传推广

- 1、把此次活动内容配以图片说明制作成宣传折页

—报纸夹放

—闹市区人员发放

—与婚纱影楼或婚庆公司以互惠方式合作，并将宣传折页放置在其店内。

—放置在饭店各营业点。

## 2、电梯间pop/大堂pop

把本次活动内容做成宣传海报，挂置在饭店电梯间内，以便于客人了解和推广。

## 七、部门分工

1、营销部负责此次活动的对外联系宣传与制作。

2、餐饮部前厅负责具体的操作与服务及场景布置等事宜。

3、餐饮厨房负责此次活动菜品与菜价的核定工作。

4、总办负责组织员工在闹市区发放宣传折页。

5、房务部负责婚房的准备工作。

6、其他各部门熟知此活动内容，配合饭店做好本活动的宣传推广。

## 八、费用预算

1、绢花拱门：2.35米\*2米=xxx元(可长期使用)

2、普通喷绘喷绘□x元/平方米\*xx平方米=xxx元(姓名处粘贴，整体可重复利用)

- 3、桌花：35元/份\*1份=35元
- 4、婚房：豪华单人间xxx元/间夜
- 5、蛋糕：180元/份
- 7、宣传折页□x/张\*xx张=xxx元
- 8、报纸夹放费□x元/张\*xxx张=xxx元
- 9、电梯间pop□xxx元/幅\*2幅=xxx元

九、附宣传折页样(略)

十、备注

## 免费销售协议简单合同篇二

- 1、传承农产古艺，弘扬生态主义。
- 2、带你走进刀耕火种的岁月。
- 3、鲜香工艺，村姑独道（村姑滋道）。
- 4、宏盛村姑，回归本源。
- 5、发现乡村好东西——宏盛村姑。
- 6、食为安，传为善——宏盛村姑。
- 7、原汁原味原生态，宏盛村姑名世界。
- 8、源于自然，岂止自然。

- 9、回归生活的本色——宏盛村姑。
- 10、道法自然，本质优先。
- 11、生态农特产，真情“e”线牵。
- 12、选择农产品，还是宏盛村姑最靠谱。
- 13、宏盛村姑在指尖，绿色美味在身边。
- 14、吃在嘴里，美在心里。
- 15、以经典，致久远——宏盛村姑。
- 16、初心坚守百年，品位自然非凡。
- 17、穿越食光，来一次原始的旅游。
- 18、回归珍源，心灵享受。
- 19、香农传承，与心同恒。
- 20、村姑情传百年，宏盛艺承四方，农产品源自生态——宏盛村姑。
- 21、地道生态特产，厚道宏盛村姑。
- 22、好山好水好人，美食美客美味。
- 23、传真古味，手作良心。
- 24、故乡的原风景，妈妈的手中味！
- 25、江西生态佳，农产香天下。

- 26、宏盛村姑，健康送给每一家！
- 27、原生风情香飘四海，匠心传承情进万家。
- 28、生态·善待·味来——宏盛村姑。
- 29、醇香味美土特精华——宏盛村姑。
- 30、生态特产找村姑，健康相伴度春秋。
- 31、绿色健康原生态，传统工艺人人爱。
- 32、芯有灵犀一点通，生态美味找村姑。
- 33、一次品味，一生回味。
- 34、传承乡土品质，谨献自然味道。
- 35、乡村天然食品，放心自然美食！
- 36、特别有味，自然骄傲！
- 37、营养丰富绿色健康，宏盛村姑四季飘香。
- 38、工艺悠久，臻于生态。
- 39、做的是乡土，念的是村姑。
- 40、越·乡土，悦·健康！
- 41、村姑也有极品——宏盛村姑。
- 42、村姑才是天然的美——宏盛村姑。
- 43、宏盛村姑，隐于市中。

- 44、宏盛村姑，只为原生态食品而生！
- 45、行走山野，品味时光。
- 46、自然的'馈赠，祖宗的味道。
- 47、传承乡土本质，谨献自然味道。
- 48、土生土长，香里香亲。
- 49、土生土长，自然好吃。
- 50、宏盛村姑，吃出青春健康！
- 51、宏盛村姑，记忆中的味道。
- 52、鼎盛食材原生态，匠心挚爱三百载！
- 53、一方水土一方人，四季农产四季情。
- 54、农产品香，村姑笑。
- 55、心灵手巧，营养地道。
- 56、道法自然，本质至上。
- 57、巧手美味，难忘村姑。
- 58、自然本质，乡土味道。
- 59、生态一站式，特产新品质。
- 60、让味觉来一次心灵的旅行。
- 61、游红都瑞金品农产鼎盛。

62、引领绿色时尚，共享美好时光。

63、我来自有故事的老地方——宏盛村姑。

### **免费销售协议简单合同篇三**

1、南光天香，挑动你的每一个味蕾。

2、好在天然，贵在生态。

3、安徽农特，南光领“鲜”。

4、天然鲜，真的香绿色农产大家享天赐皖南香，地道农家味。

5、造化出南光，蔬果天然香。

6、舌尖皖美尚品，指尖南光天香。

7、天香之汇，尽显荣贵。

8、想健康吃原生态南光天香：青山绿水，自然天成。

9、南光天香，鲜美八方。

10、绿色无污染，天香更健康。

### **免费销售协议简单合同篇四**

尊敬的领导和同志们：

大家好！

我于20xx年6月任个人业务部经理，两年来，在省公司党委、总经理室的正确领导下，在机关各处室、市分公司的大力支

持下，较好地完成了各项工作任务，保险公司个人业务经理总结（述职报告）。在业务发展、队伍管理、教育训练等方面取得了一定成绩。下面就两年来做的主要工作做简要总结，不妥之处请批评指正。

一、努力学习政治、业务理论，不断提高管理水平和岗位技能。

两年来无论工作多么繁忙，没有放松政治和业务理论学习。一方面积极参加省公司组织的各种政治学习活动，同时主动学习江\_的几个重要讲话和纪检部门下发的有关廉政建设的学习材料，培养自己的政治敏感力和廉政意识。对专业理论学习，更是常抓不懈，由于保险市场竞争的日趋激烈和复杂化，深感责任重大，除了积极参加各种培训外，利用了大量的业余时间学习专业理论、法律法规、营销边缘理论及金融专业知识，两年来用业余时间撰写具有业务指导性的文章6篇，分别在总省公司不同刊物上使用，起到了一定的导向作用。

二、狠抓业务发展取得了明显成效。

我想做为业务部门的主要负责人，抓业务发展是我的中心工作，任何时候都不能有丝毫的放松，两年来围绕这个中心抓好几项具体工作：1、科学计划。两年来业务发展计划都是在大量调查研究基础上，根据总公司和省公司党委的指导思想，结合机关相关部门意见制定而成。2、做好推动。业务计划能否落实，关键在推动。两年来先后组织实施了八个重大的业务推动活动，都达到了很好的业务推动效果□200x年5至7月，由于分红险刚刚上市，加之市场又受高息集资的影响余波未尽，分红险上市三个月情况不太好，为了尽快扭转局面，带领工作组经过精心策划和准备，以具有本省特点的产品说明会为突破口，掀起了分红险销售的高潮，最高的一场说明会达千万元□200x年九9、10两个月以分红险销售为主要内容的“非常行动”劳动竞赛，60天保费收入3、9亿，当时超过了广东和上海。“鸿泰杯”企划活动由于策划快、部署快、

行动快，一个半月保费收入23个亿，又一次超过了上海和广东，两年来，我省个险业务的规模和速度均走在了内陆省份的最前列。3、搞好总结。业务计划、业务推动、搞好总结，政策兑现是生产力提高的关键。两年来坚持不失信于人的诚信原则，每一项活动结束后，及时总结并如期安排落实相关政策，特别是竞赛活动中的承诺，没有让一位业务员失望。当去基层公司看望业务员时，他们讲到“我们不是为了别的，我们连续开单十几天就是看看省公司的人说话算不算话。”在一次巡回报告会上曾经承诺凡是在本月能够连续开单十天者，我都要亲自去看望他。由此使我备感诚信的重要性和因此产生的强大能量，基于这一点，两年来在这一方面坚持做到了说到做到，决不失信的人，也正因为如此，在4万名业务员当中建立了良好的信誉，形成比较强劲的凝聚力和向心力。

### 三、抓住队伍管理不放松，全力打造业务发展的生力军。

队伍管理工作是个人业务工作的又一项中心工作之一。张总曾经指出：抓队伍就是抓业务。两年来在队伍管理问题上煞费了心思。200x年的队伍是在前几年业务规模急速扩张时建立起来的，由于人民银行七次降息，保险条款由储蓄型向保障型急速转轨，业务员和客户心理准备不足，业务员的业绩急速下滑，收入大幅下降，队伍出现了非常不稳定的状况。当时感到有千斤压力，面对现状做了以下几个方面的工作：一是全面了解情况。到任的第三天便带领工作组下基层，深入一线和业务安员面对面交谈。数十天的调查研究基本摸清了影响队伍稳定的六大因素即政策棚架、行政干预、条款单一、宣传不力、奖罚不分、制度不严等。二是对症下药。根据上述问题，经总经理室同意，迅速召开代理人管理工作会议，通报情况、研究对策。各级公司根据各自存在的不同问题，有针对性地进行解决，并指出了严格按照“基本法”办事，使营销团队的管理走上制度化。200x年6月，根据市地的工作情况和全系统一年多的思想和制度的准备和成熟情况，省公司下发文件，果断废止了各市地自行的“基本法”，到20xx

年底全拾基本法”达到了相对的统一，为实施新的“基本法”打下了坚实的基矗同时就业务员的相关待遇和奖励问题，省公司连发了相关文件，我部又组成工作组两次进行巡回交叉检查，督促落实，有些问题会同省公司财务部门也有效地得到了落实，在业务员当中引起了强烈反响。这期间还借助推行“两个规范”，增加了活动量，加之后来新险种的上市，业绩攀升，收入增加，队伍稳定，工作得到了有效解决。3、规范行为、赏罚分明：队伍稳定不能一味迁就姑息，一方面正确引导，下发了业务员行为操守和违规违纪处罚办法；一方面又对于不良行为坚决进行处理。特别在200x年下半年竞争最为激烈的时候，对一些人摇摆不定、离心离德，及时提出了“讲清利害、诚心挽留、热情欢送、不再接收”的应对策略，起到一定的稳定作用。后来一些人到同业公司一段时间后又想回来，根据形势变化又提出“可以接收”，对极个别别人坚持拒收。这样有张有弛、区别对待的策略，在最激烈的人才竞争时段起到了重要作用。4、亲情管理。两年来，利用各种机会和条件同全系统一半以上的业务员直接见面和交流。任何时候都以一个兄弟般的身份和亲情对待业务员，最广泛地向他们传承公司的文化、观念和发展前景，结下了深厚的友谊，树立了良好的公司形象。这一切也在队伍管理中也起到了十分重要的作用。5、抓好三支队伍，即组训讲师队伍、主管队伍、精英队伍，通过有效的工作，目前有组训200多人、讲师90余人、高级主管75人、中级主管680人、销售精英近千人。

四、抓紧抓好教育训练工作，为业务发展和队伍管理创造有效的保障体系。

两年来，教育训练始终处于业务发展的前沿，支持着业务发展和队伍管理。一是组训队伍的培训。至今不能忘记的是200x年8月，我省第一期以自己的力量教学，为期14天有116人参加的组训班。由于准备充分、训练严格、内容充实、全程跟踪，培训收到了显著效果，这支队伍目前都作为各级团队中的中坚力量，在支撑着团队的经营。目前组训力量已

达到近200余人。二是主管培训。两年来最大限度的培训主管队伍，近千人接受了不同内容的培训。三是讲师培训。为了使培训制度化、系统化、规范化，同时也为了节约培训成本，经过两年的努力，已建立起省聘讲师47人、省聘见习讲师56人的专兼职讲师队伍，这项工作走在了全系统前列。四是管理人员的培训，协同人事部、教育培训部和信息部，先后举办了不同类别的管理人员培训班，使全省营销管理人员的综合素质得到了有效的提高。

## 五、抓好几项大的基础工作。

为了使我省个人业务工作有一个长足长远的发展，先后抓好几件大的基础工作。一是个人代理人档案管理工作。通过检查、评比，目前近5万人的队伍全部按照总公司和保监办的要求建立了规范的个人档案。二、信息通报工作。自200x年8月创建了“营销快讯”，至今已有近百期，及时通报情况、交流信息，加快了信息传承和互相促进，特别是今年开通了“信息直通车”，受到全系统基层公司的普遍欢迎。三是建立了代理人群众组织。先后建立的代理人业务发展研究会，并于20xx年7月召开第一次年会；成立代理人精英俱乐部，于今年5月正式揭牌；建立了代理人“爱心社”，使代理人有了自己的组织，补充和完善了公司的企业文化。四是建立了完善的表报制度，保证了业务数据分析的科学有效性。五是推行“两个规范”，为业务的长足发展和产能的提高提供了有效的工具。

## 六、新基本法的试点工作的成功，为代理人管理走向正规化、科学化打下坚实基矗

## 七、开好了两个大会。

一是200x年的“双过半”和今年5月份首届高峰会的成功召开，为业务发展和队伍管理起到典范作用。两会的影响力，将持续激励团队和管理者的士气和信心，进而推动生产力的不断

提升。

八、抓好了部室建设，综合素质日渐提高，尽力使部室人员有能力驾驭日益激烈的竞争形势。目前全处同志团结协作、遵守纪律、士气高涨，都能登台讲课，都可以独立工作。

总之，两年来做了一些工作，收到了一些绩效，但要特别感谢的是总经理室和机关各处室，没有他们的支持就不可能有这样的局面，还要特别感谢我的副手对我工作的极大支持和无私奉献，感谢全处同志对我工作的理解和支持，再次谢谢他们。

工作中我还有不少不足之处，比如考虑问题不够深入细致，深入基层不够，加之两年来有一半的时间在外，和同志们沟通交流时间少等，请大家多批评。另一方面我自己也要不断的加以改进。面对日益激烈的市场形势，队伍管理、业务发展任务十分艰巨，愿和同志们共同努力，把我系统的全面建设推向更高层次。

谢谢！

## 免费销售协议简单合同篇五

- 1、绿谷碧湖，只为健康生活。
- 2、绿色无公害，我们不仅挂在嘴上。
- 3、口中有福，绿谷碧湖。
- 4、绿谷碧湖，送您一份生态健康。
- 5、绿谷碧湖——绿色的，健康的。
- 6、绿谷碧湖乡土情，青山绿水自然香。

- 7、绿谷碧湖，可以吃的大自然。
- 8、土的地道，绿的健康。
- 9、食品污染的净土——绿谷碧湖。
- 10、绿谷碧湖，自然的恩赐。
- 11、绿色健康，享受生活。
- 12、都市新桃源，放心绿农产。
- 13、生命活力源于生态健康——绿谷碧湖。
- 14、绿湖畔，碧谷中，品味一抹绿色。
- 15、土特产，原滋原味——绿谷碧湖。
- 16、腾云绿谷，山水碧湖。
- 17、绿谷碧湖，让您吃得舒服。
- 18、绿谷碧湖，带您体验真正的原生态。
- 19、绿谷碧湖，自然天成。
- 20、无公害“绿谷碧湖”，吃出健康来。
- 21、寻农家小吃，品特色美食。
- 22、绿谷上架观，绿色土特产。
- 23、让您的身体绿起来——绿谷碧湖。
- 24、绿谷碧湖，家中的农场。

- 25、绿谷碧湖，走进原生态。
- 26、绿谷碧湖，绿色之家。
- 27、好山好水人人往，尽在绿谷碧湖。
- 28、生态健康，享受生活。
- 29、绿谷碧湖特产，绿色健康之选。
- 30、镜湖碧绿，谷物飘香。
- 31、春风又绿江南岸，绿谷碧湖又来看。
- 32、都市新桃源，放心绿食尚。
- 33、青山绿水中的`健康——绿水碧湖。
- 34、长于青山碧水，自然与众不同。
- 35、享受纯正农家味，成就健康好未来。
- 36、自然留绿谷，健康源碧湖。
- 37、我的生活不能没有你——绿谷碧湖。
- 38、绿谷碧湖，用绿色捍卫健康。
- 39、大自然的关怀——绿谷碧湖。
- 40、大自然之美，美在山青水秀。
- 41、绿谷碧湖，真天然。
- 42、绿谷碧湖，绿色家常菜。

- 43、绿谷碧湖，清新如初。
- 44、纯粹绿色生活，培养健康人生。
- 45、上绿湖碧谷，享自然美味。
- 46、绿谷碧湖原生态农产品，不一样的绿。
- 47、绿谷碧湖，只用便便浇灌。
- 48、绿谷土特产，自然的味道。
- 49、绿谷碧湖——关怀来自大自然。
- 50、食尚领秀，翘楚江南。
- 51、绿谷碧湖——享受自然好回味。
- 52、绿谷碧湖，还您自然之味。
- 53、原生态绿色食品尽在——绿谷碧湖。
- 54、绿谷碧湖：买绿色，送健康。
- 55、你要的绿色，我们全都有。
- 56、绿谷碧湖，绿色生态之家。
- 57、绿谷碧湖，原生态农产品中的极品。
- 58、绿谷食品，如出碧湖。
- 59、绿谷碧湖，为健康品质生活领跑。
- 60、名品佳仁，绿谷碧湖。

- 61、放心绿谷好碧湖，天然的味道。
- 62、绿谷情怡，碧湖如玉，送您健康绿。
- 63、绿谷碧湖，绿野仙踪。
- 64、天然般的感觉——绿谷碧湖。
- 65、绿谷碧湖，把家乡味随身而带。
- 66、让绿谷碧湖还你自然生态。
- 67、鲜笋绿幽谷，灵鱼满碧湖。

## **免费销售协议简单合同篇六**

- 1、绿色养殖种植，健康主食美食。
- 2、嘉成原生态，生活好自在。
- 3、生态有嘉，品质天成。
- 4、嘉成农业，有福同享。
- 5、农业哪都有，绿色唯嘉成。
- 6、福安嘉成，生态田园。
- 7、好山好水福安，嘉成嘉业农商。
- 8、嘉成农业，幸福万家。
- 9、秉承嘉惠，浑然天成。
- 10、绿色时（食）尚，嘉成领航。

- 11、绿色新时代，嘉成更精彩。
- 12、扬嘉成生态，展绿色风采。
- 13、绿色为本，生态嘉成。
- 14、闽农嘉成，天然休闲！
- 15、自然天成，味更佳（嘉）。
- 16、沸腾在田园，欢乐嘉成庄！
- 17、自然决定绿色，嘉城成就健康。
- 18、农情蜜意，乐享生态。
- 19、嘉成谐趣园，万物共欢颜。
- 20、嘉园万事兴，妙趣自然成。
- 21、现代生活源于自然，嘉成农业。
- 22、生态乐园，和谐嘉成。
- 23、家门口的农业，家门口的.大自然。
- 24、福安生态园，嘉成农业造。农产技术化，养殖就靠它。
- 25、现代都市的隐居。
- 26、嘉成农业，生态又美丽。
- 27、嘉成生态，健康未来。
- 28、农业发展找嘉成。

- 29、香港有个李嘉诚，农业养殖找嘉诚。
- 30、田园大村庄，养殖好帮手。
- 31、嘉成农业，领鲜食界。
- 32、天然本真，自然嘉成。
- 33、鲜入为主，吃到是福。
- 34、质优品高，用心更好。
- 35、根植田园，自然领鲜。
- 36、生态产业链，健康看得见。
- 37、牵手嘉成，健康永恒。
- 38、身入嘉成，心静乐之。
- 39、嘉成农业，成于自然，还你想要的生活。
- 40、福安嘉成，天下桑农。
- 41、天然嘉成，依山傍海，和谐万象。
- 42、嘉成农业，自然天香。
- 43、“乡”约嘉成，健康永恒。
- 44、嘉乐天成，欣欣向荣。
- 45、绿色嘉成，生态繁荣。
- 46、嘉成纯有机，健康零距离。

- 47、幸福安康，绿色嘉成。
- 48、天蓝水清，自（天）然嘉成。
- 49、诚信为嘉，自然天成。
- 50、嘉成原生态，自然人人爱。
- 51、树农业典范，立绿色品牌。
- 52、嘉成生态，健康与您同在。
- 53、绿色天然，自然嘉成。
- 54、家喻户晓，成农业典范。
- 55、嘉成农业，田园之家。
- 56、嘉农天成，山海鲜荣。
- 57、山水田园，绿色嘉成。

## **免费销售协议简单合同篇七**

- 1、健康农产品，南光天香。
- 2、身健康，生活香——南光天香。
- 3、绿色健康，南光天香。
- 4、南光天香，绿色自然香。
- 5、心归南野拙园，梦醉农香村烟。
- 6、南光天香，香聚健康。

- 7、舌尖南光天香，心赏诗乡宣城。
- 8、瓜农米农，食品安全我懂。
- 9、南光天香，来自大自然的馈赠。
- 10、想健康吃原生态——南光天香。
- 11、南光天香：青山绿水，自然天成。
- 12、南光天香□e路领鲜。
- 13、好食材，好味来——南光天香。
- 14、南光天香，传统农副。
- 15、安徽农特，南光领“鲜”。
- 16、真绿色，食用康——南光天香。
- 17、南光天香，自然耕耘。
- 18、南国天香，最懂健康。
- 19、南光天香，好吃才是硬道理。
- 20、天香之汇，尽显荣贵。
- 21、南光入口，健康即有。
- 22、皖南天赐之品，担负三餐重任。
- 23、南光天香，天下皆友。
- 24、南光天香，鲜美八方。

- 25、皖美的，碗里的，康养的。
- 26、南光天香，舌尖芬芳。
- 27、农香电商，南光天香。
- 28、食一品，样样优——南光天香。
- 29、天赐色香味，健康新生活。
- 30、天然鲜，真的香——南光天香。
- 31、绿色农产大家享——南光天香。
- 32、天赐皖南香，地道农家味。
- 33、皖南瑰宝，绿色天香。
- 34、舌尖南光天香，心醉山水诗乡。
- 35、舌尖皖美尚品，指尖南光天香。
- 36、皖南绿色明珠，天然健康生活。
- 37、专注品质生活，专享蓝光天香。
- 38、绿色生态，道法自然。
- 39、好在天然，贵在生态。
- 40、农壹品，食极品——南光天香。
- 41、徽动金锄，香飘四海。
- 42、南光天香：源自生态，享受健康。

- 43、南光天天，香纯万家。
- 44、南光天香，“植”得拥有。
- 45、科技携手农业，天香缔造绿色。
- 46、南光天香，下口才知香。
- 47、爱健康生活，品南光天香。
- 48、勤劳一生，天香长久。
- 49、醉卧居田里，一品新鲜。
- 50、南光天香，国人共享。
- 51、吃着碗里的，想着碗外的。
- 52、君子以德服人，南光以质取胜。
- 53、造化出南光，蔬果天然香。
- 54、南光皖美农产品，天香自然上品。
- 55、绿色营养，常飧（享）健康。
- 56、绿色无污染，天香更健康。
- 57、南光天香，天天吃土身体棒。
- 58、南光天香，感受自然之爱。
- 59、南光天香，“食”在健康。
- 60、南光天香，挑动你的每一个味蕾。

61、生命要健康，南光帮你忙。

## 免费销售协议简单合同篇八

地产开发有限公司成立于xx年，在x年的发展历程中，经历了风风雨雨，现今已取得辉煌的成就。在20xx年中，中国的房地产行业经历了被称为“史上最严厉的调控年”，国家不断出台打压房地产的政策，从认房、认贷到提高首套首付款等强硬措施，并屡次在短时间内提高准备金率与银行利率，在相当长的时期内导致全国各地的房产成交低迷，举步为艰，购房者信心严重缺失，持币观望情绪严重。广西南宁在这样不利的大形势下也深受影响，市场前景几度引起各界行业知名人士争议。在这样恶劣的市场环境下□xx地产在董事长xx先生的带领下，发扬xx人的xx精神，兢兢业业，在20xx年，经历了无数个艰苦奋斗的日日夜夜，仍然创造了傲视同业的骄人业绩。

挥别20xx,即将迎来新的篇章，在展望20xx年的同时□xx公司没有忘记为公司辛劳付出、与公司同甘共苦的员工与同仁，在新的一年到来之际□xx公司秉承着公平、公正的原则，在公司利润中划拨巨额资金，用于奖励艰苦奋斗在本职岗位上的优秀员工，以期体现xx公司对同仁们的关怀与厚爱，并与公司全体同仁继往开来，一起超越自我，创造更美好的明天！

20xx年的年终奖金分配方案不是简单的发放年终奖励，其发放的目的应配合公司未来的发展战略，为实现公司、股东、员工等多方共赢的局面，本奖金分配方案应实现以下目标：

- 1、通过发放年终奖金，激励员工士气，满足员工的生存与发展的需要，降低内部矛盾与不公平感，并提升员工满意度与企业归属感，强化对公司文化认同感。

- 2、通过年终奖金分配方案制度的实施，增强xx公司薪酬管理

水平，使之能有效引导员工发展方向，提高员工的工作效率，降低员工流失率，特别是防止高级人才的流动，以短期激励和长期激励相结合的方式，吸引高级人才，从而为企业节约人力资源成本（包括招聘、在职培训、解聘、薪资支出等人力资源成本）。

3、通过将年终奖与公司业绩，员人个人能力、职级、工作表现等指标相挂钩的方式进行合理分配，体现公司绩效考核的权威性，从奖金发放的过程中，对员工进行管理制度的在职指导，增强员工对企业绩效考核制度的服从性与认同度，从而以公司战略管理的角度引导员工积极配合公司未来的战略目标的实施。

因笔者对xx公司原年终奖发放制度缺乏了解，故建议由xx公司从以下各角度对原年终奖发放制度进行分析，以得出需要改进之处，在年终奖金分配方式上有则改之、无则加勉。

xx公司薪酬激励制度现状之探讨：

1□xx公司原年终奖发放制度是否与公司未来的战略目标相符？

2□xx公司原年终奖发放制度是否能提升员工工作效率与个人能力提升？

3□xx公司原年终奖发放制度是否充分体现外部与内部的公平性？

6、员工对原年终奖发放制度的满意度如何？

7、员工对原年终奖发放制度是否充分理解？

年终奖金分配方案是否需要考虑下列问题？

1、年终奖金分配总额是否符合xx公司年度人力资源成本指标？

- 2、年终奖金应如何合理分配方能体现其内部公平性？
- 3、年终奖金发放如何与绩效考核制度充分结合？
- 5、年终奖是否需要考虑同业年终奖金分配水平，以使公司薪资待遇具备竞争力？
- 6、年终奖分配制度的制定是否需要考虑延续性与前瞻性？
- 7、个人年终奖分配金额是否需要考虑员工接受度与满意度？

房地产企业本质上隶属于服务业，企业的发展离不开销售。所以房地产企业的公司行为始终是围绕着工程与销售为核心。20xx年的房地产形势不容乐观，要在新的一年超越过去，再造佳绩，需要公司与员工齐心协力，以专业与勤奋的态势，力创骄人业绩。为配合xx地产在20xx年的战略目标，在年终奖金分配的形式上采用以“业绩为核心”的思路，一切都是为了公司创造效益。所以在本案中，奖金分配的多寡，主要取决于员工为公司创造了多少的销售业绩与日常工作表现。诚然，公司在奖金分配也不能忽略了辅助部门的工作成绩。所以，本案以公司业绩目标为核心点，充分与绩效考核评定紧密联系，结合员工日常工作表现，力争达到在年终奖金分配上实现公平合理、奖勤罚懒的目的。

## 1、内部公平性与外部竞争力相结合的原则

随着东盟概念不断扩张，大量的房地产企业进军广西，高级人材的争夺日趋白热化，奖金的分配上，不能不考虑xx地产的薪酬竞争力，好的待遇一定程度上能吸引大量的人材，从而为xx地产建立起一支强有力的队伍。而良好的薪酬不仅仅是让员工生活富足，而应该是指引员工发展的明灯，用薪酬制度规范指导员工的工作行为，使之能者多得，为公司创造更多效益。

## 2、 因需而变的层级差异性原则

不同层级员工在奖金分配的认知和奖金制定要素偏好方面存在很大差异，所以在具体的奖金分配方案设计中要遵循因需而变的层级差异性原则。具体而言，就是要满足高层管理者的“成就感”、中层管理者的“自豪感”和基层员工的“安全感”。

## 3、 公司利益与个人收益相结合的原则

在年终奖金发放的过程中，应体现公司利益与员工个人利益紧密结合的关系，没有公司利益的长远发展，个人利益的实现也无从谈起。每个部门，每个员工，在过去的一年为公司创造了多少的效益，应该由公司通过年终奖金给予公平的评价，从另一个角度提醒员工，做为公司里的一分子，应以为公司鞠躬尽瘁为己任。

## 4、 奖金分配与绩效考核挂钩的原则

年终奖金的发放不仅仅是给予员工的福利，而是做员工在过去工作表现的整体总结。奖金的多寡取决于员工的能力水平与勤奋努力程度。将奖金分配的标准透明化（奖金额度仍需保密），鼓励员工尊重并严格遵守公司的企业文化与制度，从制度层面强化公司的规范化管理。

## 5、 奖金分配指导员工职业发展的原则

通过层级化、差异化的奖金分配制度，鼓励员工提高业务水平与个人素质，形成良好的职场心态与职业习惯，促使员工为获得更大的收益必须要不断的学习与改进，随着个人能力与业务水平的提高，公司为其创造更多的发展机会，在公司不断发展的过程中，个人收益也随之不断提高。

## 1、 年终奖金总额确定

年终奖金总额可采用以下方式核算：

(1) 从全年营业总额结合公司全年销售目标完成比例按不同档次计提

说明：可按公司全年营业总收入确定基数百分比计提奖金总额，建议比例为0.2-0.5%之间，然后再按实际营业收入与原定目标的完成比例确定实际奖金总额。

举例：假如20xx年完成年度销售额1.2亿元，按0.2%计提， $1.2\text{亿} \times 0.2\% = 24\text{万}$ ，原定销售目标2亿，实际完成比例为60%，奖金分配总额为 $24\text{万} \times 60\% = 14.4\text{万元}$ 。

(2) 按公司全年实现的利润总额完成比例按不同档次比例计提

说明：由财务部核算全年税后净利润，由董事会决定提留股东权益、分红、公司提留资金比例后，按剩余比例乘以目标利润完成比例确定年终奖金总额。

举例：

情况1（未完成目标□：20xx年实现税后净利20xx万元，股东权益、分红、公司提留资金按98%计提，原定利润目标为3000万，完成比例为66.7%，奖金总额= $20\text{xx万} \times$

$(1-98\%) \times 66.7\% = 26.68\text{万}$ （相当总利润1.33%）

情况2（超额完成目标□：20xx年实现税后净利3000万元，股东权益、分红、公司提留资金按98%计提，原定利润目标为20xx万，完成比例为150%，奖金总额= $3000\text{万} \times$

$(1-98\%) \times 150\% = 90\text{万}$ （相当总利润3%）

(3) 按公司全年人工工资成本总额按全年目标完成比例分档次计提

举例:公司总人数20人, 高管4名, 平均月工资1.2万元, 合计6万元。

中层干部5名, 平均月工资5000元, 合计2.5万元。

一线员工11名, 平均月工资2500元, 合计2.75万元。

年度人工工资总额135万元, 按30%提取年终奖, 为40.5万元。

按前例(2), 未完成目标, 年终奖总额为 $40.5\text{万元} \times 66.7\% = 27\text{万元}$

超额完成目标, 年终奖总额为 $40.5\text{万元} \times 150\% = 40.5\text{万元}$

## 2、年终奖金功能结构确定

年终奖金总额确定后, 按奖励功能不同划分比例。如下:

基础奖金:约占60%, 按职能部门职责与重要性的不同, 分配到各部门。

部门奖金:约占20%, 按部门整体考核不同, 以优秀、良好、一般为三个档次, 划分比例, 分配到各部门, 由各部门领导酌情分配到个人或作为部门公共基金。

董事会特别奖金:约占10%, 由董事会在公众场合特别向优异表现的管理层人员专门颁发。

个人优秀表现奖:约占6%, 用于奖励全勤员工、优秀员工、有特殊贡献的员工、及有家庭困难的员工。

福利奖:约占4%, 用于春节福利(如发年货、购物卡等)、或公司年会抽选幸运奖。

## 3、如何按各部门职能划分奖金分配比例

(1) 基础奖金按业务部门与后勤服务部门按比例分配，如下图：

(2) 部门奖金按各部门团队表现按比例分配。

a□由行政部门按公司规定对部门表现进行考核，给予优秀、良好、普通等三个档次评级。评级条件可参考以下因素：

u本部门全年整体出勤率

u本部门任务目标完成比例

u本部门年度、季度、月度工作计划完成度与准时率

u本部门协作其他部门工作频率（非本部门工作职责）

u本部门突出贡献事件次数

b□按评级标准可参考如下部门奖金分配比例：

u优秀部门，1个，部门奖金分配比例40%

u良好部门，2个，部门奖金分配比例各15%

u普通部门，3个，部门奖金分配比例各10%

#### 4、如何按管理层级划分分配奖金额度

各部门基础奖金与部门奖金总额确定后，由主管高管与部门经理结合部门实际情况进行业务层级的奖金比例分配，参考标准如下：

#### 5、如何按岗位职能与个人综合考核核定奖金额度

由部门主管领导确定奖金基数，按岗位职能不同核定基础奖金总额，再根据行政部门与本部门领导出具的年度考核评分系数，最终核定员工的年终奖总额。

岗位职能系数可参考如下：

u管理岗位：奖金基数 × (1+20%)

u技术岗位：奖金基数 × (1+20%)

u辅助性岗位：奖金基数 × 1

u兼职岗位：另加所兼任岗位的奖金基数 × 20

u年度考核因素可参考如下：

u个人考勤

u个人工作完成度

u个人工作差错率

u销售目标完成度（销售人员）

u主管领导评分

u2-3位协同部门同事评分

建议以上因素各占20分，总分为120分，分值作为领取奖金额度的百分比乘以基础奖金，从而得出实际奖金的总额。

其他参考因素：

试用期：如在试用期，只可领取80%的年终奖。

工作年限:不满一年按年度工作日比例领取, 满一年以上可全额领取。

重大违纪事件:按公司规定取消年终奖励。

举例说明:

公司职员小黄, 所属部门为营销部, 职务为推广专员, 营销部共有11人, 分别为副总1名, 经理1名, 市场专员1名, 推广专员1名, 客服主管1名、置业顾问6名□20xx年完成公司任务目标80%, 假定公司确定年终总额为36万。

小黄所属营销部部门评级得“良好”, 部门实分年终奖金为: 基础奖金17.28万元×30%+部门奖金5.76×10%=5.76万元。

副总与部门经理分去60%, 余下40%奖金约2.3万元由9名业务人员平分。如下:

另小黄获全勤奖500元及公司发放价值300元年货与200元购物卡, 小黄总计得到年终奖励为3000元+1000元=4000元。

以上年终奖金未发放的剩余部份可做为员工公共基金, 由行政部统一安排, 可用于员工活动、培训等费用支出。

行政部对部门奖金分配计划进行审验, 如有疑义, 须与部门领导沟通协商, 确认无误, 交由董事会签字确认。

- 1、行政部跟踪奖金发放进度, 务必做到及时、准确的发放。
- 2、行政部随时向员工解释本次奖金分配的方式与个税的扣除方式。
- 3、行政部随机调查员工对本次奖金发放的满意度, 收集员工所提出的意见与建议, 以备日后改进工作。

## 免费销售协议简单合同篇九

- 1、谁买(谁有买东西的决定权)。
- 2、谁付款(谁是最终刷卡的人)。
- 3、确定意见辅佐人(这些人，对销售帮助不大，但是提出反对意见一般会被采纳)。
- 4、通过穿着、谈吐初步判定消费能力。

### 二、询问了解环节

这时客户保持沉默，也没表态买与不买，这时可以开始询问客户情况是否满足逼定条件。

- 1、确定档次需求，以及产品风格落点定位(产品充足的情况下可以直接封杀客户购买欲望)，配合喊控。
- 2、当事人的装修面积，该产品的空间占比。
- 3、询问对方对产品是否满意(风格，颜色，价格，质量，实用性)，如对价格、质量、品牌有异议，需重点说服，重点突破，解决客户异议。
- 4、确认客户付款方式、一次性还是分批次，首付能付多少，什么样的付款途径(刷卡，现金)。
- 5、询问是给谁买，客户本人是否可以现场做决定。

### 三、逼定环节

一流的销售人员总会说：先生，其实相关的重点我们不是已经讨论过吗？

容我真率地问一问：你顾虑的是什么？那么，当客户以“我要考虑一下”为借口时，销售人员该如何应对呢。

## 1紧追不放，等客户做决定

很多时候，客户听完销售人员对产品的介绍后，表示想要考虑一下，或者要求销售人员下次再来。

这时，销售人员该怎么办呢？紧追不放！

要直接对客户说：“\_\_，请您好好考虑吧。我将在这儿等候您考虑后的决定。”并且提醒他，自己必须留在那儿回答他所有问题，直到他做出决定。

## 2巧用问句促使购买

有时，销售人员将产品介绍给客户后，客户很有兴趣，但表示要考虑一下。

这时销售人员就可以说：“好极了！想考虑一下就表示您有兴趣，对不对呢？我知道您是您那个行业的行家，不过呢，在我所经营的产品方面，我可是行家。现在，您最想知道的一件事是什么？”

在这个重要时刻，你应设法知道客户真正的反对理由是什么。销售人员要询问客户要再考虑的缘由，进行针对性解决，促使客户购买。

这时销售人员可以这样问：“先生，很明显，您说您要考虑一下，表明您对我们的产品真的感到有兴趣，对吗？”

这样询问之后，你一定要记得给你的客户留出做出反应的时间，因为他们做出的反应通常都会为你的下一句话起很大的辅助作用。通常情况下，客户都会说：“你说得对，我们确

实有兴趣，我们会考虑一下的。”

接下来，销售人员应该确认客户真的会考虑：“先生，既然您真的有兴趣，那么我可以假设您会很认真地考虑我们的产品，对吗？”值得注意的是，“考虑”二字一定要缓缓地说出口，并且要以强调的语气说出来。

然后，你可以举出一些例子，因为这样能让你分析出提供给他们的好处。最后，你可以这样问：“先生，有没有可能是钱的问题呢？”如果对方确定真的是钱的问题之后，你已经打破了“我会考虑一下”的定律。

### 3提出问题关键

我们常常说：“趁热打铁”，做销售也是如此。

如果客户说出“我要考虑一下”这个借口，销售人员应该在此反对意见刚萌生之际，立即动手，一定不要将话头打住，否则待其滋长下去，购买欲越来越淡，生意就做不成了。这时可以进行以下对话。

销售人员：“实在对不起。”客户：“有什么对不起啊？”

销售人员：“请原谅我不大会讲话，一定是使您有不明了的地方，不然您就不至于说‘让我考虑一下了’，可不可以把您所考虑的事情跟我说一说，让我知道一下好吗？”

这样，既显得销售人员认真、诚恳，又可以把话头接下去，使客户愿意看看样品、操作。

销售人员还可以直接跟客户说：“您先不要这么想，您先看看这个样品，看看再说吧。本产品的特别之处就是……”这就是在进一步激发客户的购买欲，一步一步引导客户购买。

可能客户从你提供的资料介绍中迅速抓住了一些关键疑点，正是这些疑点，使客户下不了决心。这时，销售人员就应该站在客户的角度，从他的利益出发，同客户一道来考虑解决问题的办法。

比如，销售人员可以用暗示性的方法跟客户这样讲：

当客户以“我要考虑一下”为借口时，销售人员应设法摸准客户最后的考虑点是什么。找到客户最后的考虑点之后，销售人员要站在客户的角度讨论问题，与客户共同探讨解决问题的方法。

最终的决定权固然掌握在客户的手中，但是一些成功推销实例中的各项决定，几乎都是由客户与销售人员进行共同决定的，特别是最后的购买决定，大都是在销售人员与客户面对面的沟通中签订的。

销售人员要尽量避免把最后的决定交给客户独自完成，特别是你不清楚客户还要考虑些什么的情况下。

## 免费销售协议简单合同篇十

的主动性、服务意识、关联性商品搭配销售技巧。

重点是食品、用品、纸品各岗位必须有现场导购人员，值班店经理亲自在卖场做现场人员及其他调配，在没顾客的情况下维护排面陈列及货源的补充工作。

协调跟进，商品当天来货必须当天陈列在卖场销售。

门店销售3天合计达成保底预算100%以上参与pk奖励，达成率由高到底进行pk评选。