

最新市场推广合作 市场推广宣传服务合同 (优质5篇)

无论是身处学校还是步入社会，大家都尝试过写作吧，借助写作也可以提高我们的语言组织能力。范文书写有哪些要求呢？我们怎样才能写好一篇范文呢？接下来小编就给大家介绍一下优秀的范文该怎么写，我们一起来看一看吧。

市场推广合作篇一

委托方(以下称甲方):

受托方(以下称乙方):

甲、乙双方本着相互合作、平等互利的原则，经友好协商，就甲方委托乙方提供营销顾问及影音调试服务的相关事宜，达成如下条款，以兹共同遵守：

甲方委托乙方的代理期限为自合同签订之日起至_____年_____月_____日止。本合同届满前一个月，双方可协商续签合同事宜。

委托事项

甲方委托乙方对本项目提供营销顾问服务事宜。

服务内容

营销策划总体方案论证

协助甲方制定ktv营销总体战略、执行策略、年度总体营销推广方向、媒体策略、主要营销阶段计划等。

营销费用的制定

市场推广合作篇二

a□ 一切由执行合同引起或者与合同有关的争议，均应友好协商解决，协商不成时应向甲方所在地人民法院起诉。

b□ 本合同未涉及的部分，均按《中华人民共和国合同法》及其它相关法律法规的有关规定执行。

第八章 协议的生效、终止及其他

a□ 本协议自双方授权代表签字、盖章之日起正式生效，有效期一年。协议期满前一个月若双方均未以书面形式提出异议，则本协议自动延期一年，延期期数没有限制，直到双方提出异议为止。

b□ 本协议及其附件为中文本，共两份原件，均具同等法律效力，双方各执一份为凭。

甲方（盖章）： 乙方（盖章）：

授权签字： 授权签字：

签署时间： 年月日 签署时间： 年月日

电话： 电话：

联系人： 联系人：

市场推广合作篇三

随着国际化产业分工的深入发展和世界加工产业不断向新兴经济体转移的大趋势，21世纪的中国凭借其广阔的市场、庞

大的消费群体、高生活质量的要求等优势，已成为名副其实的“汽车世界”，中国也因此完全融入世界经济体系，成为世界经济体系中不可或缺的重要成员。睿智汽车4s经销店正是在这一背景下，为适应世界潮流而组建的大型企业，着力打造国际化加工产业平台，进一步提升加工产业水平成为我们矢志不渝的奋斗目标。

二连浩特市(简称二连)位于内蒙古自治区正北部，位于208国道起点和集二线终点，与蒙古国扎门乌德市隔界相望，两市相距9公里，距蒙古国首都乌兰巴托810公里，辖区面积4015平方公里，建城区面积18平方公里，现有人口10万人，其中户籍人口万人。二连浩特是我国与蒙古国接壤的唯一铁路、公路口岸，是国家批准的首批十三个沿边开放城市之一。二连面对蒙古国、俄罗斯及东欧国际市场，与蒙古国边境线长公里。是我国向北开放的最前沿;是内蒙古自治区乃至我国重要的进出口物资集散地，是连接欧亚大陆最捷近的大陆桥，交通十分便利被称为“欧亚大陆桥”。为发展边境贸易、加工贸易和服务贸易奠定了良好的基础。

可以预见，在人们生活水平日益提高、中蒙友好发展汽车会逐渐走进千家万户、走进普通老百姓的家里，我们的目标一定能顺利得以实现，为二连浩特市的经济社会协调发展做出我们的贡献。

一、经营业务范围

二、职员构成状况

三、组织架构

四、发展战略

一、主营产品介绍及市场规模与潜力

二、产品市场优势

市场推广合作篇四

- 1、甲方应保证其经营合法性、同时向乙方提供运营相关的合法文件复印件，以及甲方的相关真实的运营数据以供乙方做出更精准的市场分析。
- 2、按照本合同的约定向乙方支付营销策划顾问服务费。
- 3、甲方同意在项目的各种宣传媒体、资料及现场包装物料上印上乙方“***餐饮管理顾问”字样。
- 4、甲方指定 对接人员，此人员有权审核、批准（或不批准）乙方提交的营销策划方案以及其他本合同约定的文件。
- 5、甲方安排专人按时提交门店每天的运营数据给乙方。
- 6、甲方指定人员有义务参与管理乙方的任何合法合理的运营管理事项的执行，并对所有事项执行的结果负责。
7. 甲方需自行承担门店本身运营产生的一切费用。
8. 甲方需对乙方提供的任何策划运营方案以及相关商业信息绝对保密。

市场推广合作篇五

商业物业是房地产业里经济价值的物业形态，在动态的经济大环境中，商用物业疲惫的活跃着——高回报刺激着巨资开发；而经营的艰难加大了风险。要让商业物业从“炙手”向“可热”转化，就要在分析大的物业环境下，结合项目本身，步步为营，攻克风险的城堡。

商铺时代的来临，催化了商业市场的竞争，加速了城市商业的繁荣，新兴商圈挑战传统商圈，随着城市改造步伐的加快和商铺概念的深化推广，市中心商圈和洪城大市场的商圈的局面被打破，香江、鸿顺德纷纷涌现。本项目要在激烈的商战中占据点，就要做好工作中的每一环，而招商在工作环中是关键的一环，它赢与否关系着销售战的再打策略。

要做好招商工作就要有一个好的招商策略来指导。我们的招商策略在“赢了再打”的总策略下，各工作环节环环相扣，做好“赢”的工作后，然后“再打”下一战役。

项目要生存，必须做好招商工作，积累前期客户；而招商的成功要有一个好的策略才能得以保证。但策略不是凭空而生的，是在市场的基础上，对商业准确定位后，在概念上创意不行，在经营上还要有思想。

• 市场工作计划书 • 教学工作计划书 • 会计工作计划书
• 招商工作计划书

• 服装店工作计划书 • 项目计划书 • 企业计划书 • 培训计划书
• 创业计划书模板

第一部分 项目定位

第一章 项目总体定位

一、前期沟通总结

本项目不是一个简单的商业地产或商业经营项目，因而在对它进行评介和探索其商业价值所在时，是在宏观区域市场范畴和大流通领域里寻找恰当的出路。

前期报告在充分的市场调查基础上，深入研究了南昌市的商业发展格局，并创造性的提出了“批发mall”的市场形象定位

概念和物流中心定位。但是在市场定位方面，报告并未提出更多可供参考的选择。没有能够充分体现出本案的相对市场优势，“批发mall”的市场定位同样无法全面体现本案的核心竞争力，缺乏足够的市场引爆力。

鉴于此，我们针对前期市场调研报告中的部分内容进行了深度分析。

针对市场特点和本项目自身的优势，为加强市场引爆力，我司在原方案的基础上进一步对物流中心定位提升出主题物流概念。

二、项目的总体定位

本项目立足于服务周边市场，集批发、零商品展示交易、物流配送功能等为一体，具有强大辐射的大型现代化的主题物流中心。

三、项目的功能定位

1、功能组合

(1)展示、交易功能区