

品牌代理合同 电器购销合同(通用7篇)

合同是适应私有制的商品经济的客观要求而出现的，是商品交换在法律上的表现形式。合同是适应私有制的商品经济的客观要求而出现的，是商品交换在法律上的表现形式。那么合同应该怎么制定才合适呢？下面是小编给大家带来的合同的范文模板，希望能够帮到你哟！

品牌代理合同篇一

买方： 卖方：

买、卖双方根据 20_ 年3 月 日 设备项目(招标编号□(hnqszb20_0045)招标结果和招标文件的要求，并依据《中华人民共和国合同法》等有关法律、行政法规的规定，同时在平等、公平、诚实和信用原原则下，经双方协商一致，订立本采购合同。

一、合同文件：招标文件、投标文件、技术澄清及询标答复的所有内容是构成合同不可分割的部分，与本合同具有同等法律效力，当文件有相当矛盾之处，以时间后者为准。

二、变压器型号规格参数：

详见招标文件技术要求

三、合同金额(单位：元)

以上价款以人民币进行结算。

四、设备质量要求及卖方对质量负责条件和期限：卖方提供的设备必须是符合招标货物要求的规格型号和技术指标。卖方对设备提供不少于 24个月的保修期(设备另有超过24个月质保规定的按原规定执行)，保修期内非因买方的人为原因而

出现质量问题的，由卖方负责包修、包换或者包退，并承担调换或退货的实际费用。卖方不能修理和不能调换，按违约处理。如因买方使用不当造成故障，卖方负责包修、包换或者包退，费用双方另行协商。

五、交货预约期：30天，如有变动，买方根据工程建设进展情况，需提前交货的，则提前半个月通知卖方交货，卖方必须按买方要求将货物送达指定地点。如需延期交货超过一个月以上，三个月以内，由卖方保管不另收保管费。

六、机组安装调试及技术服务：

6.1 合同所定货物卖方在生产前应向买方确认规格型号参数，买方有权变更招标文件中投标货物的型号规格，价格变更参考原相同或类似的投标型号。

6.2 设备制作过程中，卖方应配合买方监造人员对设备制作过程进行质量检验。

6.3 安装调试按照有关标准执行。

6.4 卖方人员在安装调试期间的费用由卖方负责。

6.5 卖方应随设备向使用单位提交产品使用说明书、产品合格证、保修卡及相关的配件和技术资料，以及免费为使用单位培训维修人员。

七、质量保证：

7.1 卖方送货到工地指定地点后，对设备应妥善保管，以保证安装顺利和延长使用寿命。

7.2 卖方设备安装调试完毕，并在工程竣工经当地技术监督局验收合格后办理移交手续之日起(不少于24个月)内，为买方提

供免费服务.

7.3如发生故障,买方应通知卖方,卖方在收到能知后立即答复,并在24小时内到达买方进行维修.

7.4卖方要对其所提供的设备及其内在安装质量负全部责任.

八、付款方式

8.1签订合同后,卖方提供能够满足设计院设计要求的图纸、资料后十天内,买方支付合同总价的 20%,计 180000 元。

8.2设备到达现场安装检验合格后,并且买方在收到卖方全额17%增值税专用发票并审核无误后一个月内支付合同总价的 65 %,计 585000 元。

8.4余款 15%,计 135000 元作为质量保修金,设备安装调试完毕投运24个月内,在此期间产品因设计和制造质量问题损坏,卖方负责更换,更换后,设备质量保证期(24个月)满后,无质量问题,买方七天内支付。

九、验收

9.1验收标准见招标文件第三部分和卖方提供的设备验收标准、安全技术规范。

9.2设备到达工地现场后,由买方会同卖方、接收方和监理单位共同参与设备验收。

9.3设备安装调试经自检合格后,由买方、安装公司、监理公司及当地质检部门负责验收。

十、保修期

保修期自工程竣工验收合格办理移交手续之日起计,总共 24

个月。

十一、违约责任：

卖方所交付的品种、型号、规格、数量、质量不符合合同规定标准的，买方有权拒绝。由此造成逾期交货的(包括未按合同约定的交货期限交货)还应承担逾期交货的违约责任，违约金为合同总价款的日千分之五；同时，买方将罚没履约保证金，同时保留追究赔偿的权利。

十二、买卖双方的任何一方由于不可抗力的原因不能履行合同，应及时向对方通报不能履行或不能完全履行的理由，并在取得有关部门的证明后，可以全部或部分免除对方责任。

十三、因设备的质量问题发生争议，由开封市市技术监督局或其指定的技术单位进行质量鉴定，该鉴定结论是终局的。

十四、本合同发生争议，双方协商解决，协商不成由开封市仲裁委员会仲裁。

十五、本合同一式六份，买卖双方各执三份，均具有同等效力。

十六、本合同未尽事宜，双方可以补充协议的形式加以补充。补充协议与本合同具有相同的法律效力。

品牌代理合同篇二

甲方：

乙方：

甲乙双方经协商，在协议供货有效期内达成以下条款：

第一条：采购商品清单及协议价格

乙方保证提供如下内容的合格产品： 金额单位：元

第二条：质量标准和要求

乙方保证本协议中所供产品质量具有iso9001国际质量管理体系认证，并通过3c中国强制性产品认证。

第三条：权利瑕疵担保

1. 乙方保证对其出售的货物享有合法的权利。
2. 乙方保证在其出售的货物上不存在任何未曾向甲方透露的担保物权，如抵押权、质押权、留置权等。
3. 乙方保证其所出售的货物没有侵犯任何第三人的知识产权和商业秘密等权利。
4. 如使用该货物构成上述侵权的，则由乙方承担全部责任。
5. 乙方负责安装，并承担验收合格前发生的安全责任

第四条：包装要求

1. 乙方所出售的全部货物均应按标准保护措施进行包装，这类包装应适应于远距离运输、防潮、防震、防锈和防野蛮装卸等要求，以确保货物安全无损地运抵指定现场。
2. 每一个包装箱内应附有出厂标准配置的有关技术、质量、三包等资料。

第五条：供货对象及供货期限

乙方负责在供货协议生效之日起至20xx年9月30日期间产品的供应。

第六条：供货方式

在供货期限内，乙方在甲方签署《电器采购合同》(以下简称《合同》)后，保证在 5 个工作日内派人免费送货至指定地点并安装完毕。

第七条：验收

乙方将电器送货至甲方指定地点后，由甲方根据货物的技术规格要求和质量标准，对货物进行检查验收。

货物的数量不足或表面瑕疵，甲方应在验收时当面提出;对质量问题有异议的应在安装调试后7个工作日内提出。

在验收过程中发现数量不足或有质量、技术等问题，乙方应负责按照甲方的要求采取补足、更换或退货等处理措施，并承担由此发生的一切费用和损失。

甲方在乙方按合同规定交货和安装、调试后，无正当理由而拖延接收、验收或拒绝接收、验收的，应承担由此而造成的乙方直接损失。

第八条：售后服务

乙方承诺售后服务按照产家产品的服务承诺实施。

第九条：履约保证金

乙方须缴纳履约质量保证金壹万元，到期后无息退回。

第十条：货款的支付

经审查无误后，在15个工作日内全额支付货款。

第十一条：辅助服务

乙方应提交所提供货物的技术文件，包括相应的中文技术文件，例如：产品目录、图纸、操作手册、使用说明、维护手册和(或)服务指南。包装好随同货物一起发运。

乙方还应提供下列服务：

(1) 货物的现场安装、调试、启动监督及技术支持；

(2) 在厂家和(或)项目现场就货物的安装、启动、运营、维护对甲方操作人员进行培训。 辅助服务的费用应包含在协议价中，甲方不再另行支付。

第十二条：质量保证

乙方所供产品应严格履行产品质量保证承诺。

在质量保证期内，如果货物的质量或规格与协议不符，或证实货物是有缺陷的，包括潜在的缺陷或使用不符合要求的材料等，甲方可以根据本协议第14条规定以书面形式向乙方提出补救措施或索赔。

乙方在约定的时间内未能弥补缺陷，甲方可以采取必要的补救措施，但其风险和费用将由乙方承担，甲方根据协议规定对乙方行使的其他权利不受影响。

第十三条：补救措施和索赔

1. 甲方有权根据质量检测部门出具的检验证书向乙方提出索赔。

2. 在质量保证期内，如果乙方对缺陷产品负有责任而甲方提出索赔，乙方应按甲方同意的下列一种或多种方式解决索赔事宜：

(1) 乙方同意退货并将货款退还给甲方，由此发生的一切费用

和损失由乙方承担。

(2) 根据货物的质量状况以及甲方所遭受的损失，经过甲乙双方商定降低货物的价格。

(3) 乙方应在接到甲方通知后1天内负责采用符合合同规定的规格、质量和性能要求的新零件、部件和设备来更换有缺陷的部分或修补缺陷部分，其费用由乙方负担。同时，乙方应在约定的质量保证期基础上相应延长修补和(或)更换件的质量保证期。

3. 如果在甲方发出索赔通知后7天内乙方未作答复，上述索赔应视为已被乙方接受。如果乙方未能在甲方发出索赔通知后7天内或甲方同意延长的期限内，按照上述规定的任何一种方法采取补救措施，甲方有权从应付货款中扣除索赔金额，如不足以弥补甲方损失的，甲方有权进一步要求乙方赔偿。

第十四条：履约延误

1. 乙方应按照《合同》规定的时间、地点交货和提供服务。

2. 在履行《合同》过程中，如果乙方可能遇到妨碍按时交货和提供服务的情况时，应及时将拖延的事实、可能拖延的期限和理由通知甲方。甲方在收到乙方通知后，应尽快对情况进行评价，并确定是否同意延长交货时间或延期提供服务。

3. 如乙方无正当理由而拖延交货，经协商无效，甲方有权追究乙方的违约责任。

第十五条：不可抗力

1. 如果协议各方因不可抗力而导致协议实施延误或不能履行协议义务，不应该承担误期赔偿或不能履行协议义务的责任。

2. 本条所述的“不可抗力”系指那些双方不可预见、不可避免、不可克服的事件，但不包括双方的违约或疏忽。这些事件包括但不限于：战争、严重火灾、洪水、台风、地震、国家政策的重大变化，以及双方商定的其他事件。

3. 在不可抗力事件发生后，当事方应尽快以书面形式将不可抗力的情况和原因通知对方。协议各方应尽可能继续履行协议义务，并积极寻求采取合理的措施履行不受不可抗力影响的其他事项。协议各方应通过友好协商在合理的时间内达成进一步履行协议。

第十七条：争议的解决

在发生所供商品的质量、售后服务等问题时，甲方有权直接向乙方索赔，签订必要的书面处理协议。如协商开始10天内仍不能解决，可以向上饶市仲裁委员会提请调解。调解不成，任何一方有权在上饶市选择仲裁或诉讼的途径解决。

第十八条：本合同一式两份，甲乙双方各执一份。

甲方(公章)：_____乙方(公章)：_____

法定代表人(签字)：_____法定代表人(签字)：_____

_____年___月___日_____年___月___日

品牌代理合同篇三

(以下简称甲方)与就一事，特委托律师事务所(以下简称乙方)的律师为其代理人，经双方协商，订立下列条款，以资共同遵照履行：

一、乙方接受甲方委托，指派律师为甲方的代理人。

二、乙方律师必须认真负责，依据事实和法律，维护甲方的合法权益。

三、甲方必须如实地向律师叙述案情，提供本案的有关资料。乙方在接受委托后，如发现甲方担造事实，弄虚作假，乙方有权终止代理，依本合同所收费用不予退还。

四、如乙方无故终止代理，所收律师费用经报批退还甲方；如甲方中途终止委托，所缴纳的律师费用不予退还。

五、乙方接受甲方委托从事民事（行政、仲裁）事务，代理权限为本条第款：

1、特别授权：

2、一般授权：

六、根据律师收费标准，甲方应向乙方缴纳代理费人民币（差旅费除外）（大写：_____元），代理费应于本协议签订之日一次性给付。

七、本合同有效期限：自至

八、特别约定条款：

根据双方合作需求，特订立如下内容：

九、本合同一式三份，甲方一份，乙方二份，具同等法律效力，经双方签字或盖章生效。

甲方： 乙方：

年月日 年月日

将本文的word文档下载到电脑，方便收藏和打印

推荐度：

点击下载文档

搜索文档

品牌代理合同篇四

- 1、精于专，立于诚。
- 2、用心，专心，诚心。
- 3、富迪电器，美好生活。
- 4、专卖大小家电，乐享万户千家。
- 5、家电选富迪，服务零距离。
- 6、富迪之行，凯旋之旅。
- 7、电器新时尚，富迪新形象。
- 8、集时尚家电，汇四海商机。
- 9、让家变得更完美。
- 10、我们更专业。

- 11、家电时尚地标，品味生活向导。
- 12、服于民，诚于理，品于质。
- 13、承诺为您，为您承诺。
- 14、富迪生活，电器王国。
- 15、富迪，让电器更艺术。
- 16、让家变得更气派。
- 17、用心服务零距离。
- 18、因专而诚，因城而善。
- 19、诚信铸就品牌，用心开创未来。
- 20、领·富迪电器，秀·万家满意。
- 21、富迪服务，伴您一路。
- 22、领航家电新时代。
- 23、倾于心，立于诚。
- 24、富迪，缔造生活之美。
- 25、真诚之鉴，专业所见。
- 26、沟通零距离，服务百分百。
- 27、新时尚、新生活。
- 28、倾情于心，倾尽于信。

- 29、成就大器（气）生活。
- 30、连锁卖场千百家，大小家电到我家。
- 31、以品质为富，以诚信启迪。
- 32、幸富家电专卖场，迪造美好新生活。
- 33、富迪家电，电器专家。
- 34、以专业呈现诚信。
- 35、立信义，成大器。
- 36、时尚家电海洋，快乐由我引航。
- 37、富迪品质，用诚信说话。
- 38、家电集散地，品牌联合国。
- 39、精益求精，品质服务。
- 40、倾诚意之心，见专业之盛。
- 41、一品富迪，诚信不移。
- 42、服务于心，诚信于然。
- 43、家电选富迪，生活自然美。
- 44、家电无需东奔西走，富迪卖场应有尽有。
- 45、开启美好新时代。
- 46、美好新生活，家电卖场有我。

将本文的word文档下载到电脑，方便收藏和打印

推荐度：

点击下载文档

搜索文档

品牌代理合同篇五

甲方：（以下简称甲方）

乙方：（以下简称乙方）

经甲乙双方友好协商，就乙方地区代理销售达成如下协议：

一、代理产品、区域、期限：

1、甲方授权乙方为甲方产品在地区内独家排他代理，并保障乙方在销售区域内的长期利益。具体区域指：

2、代理期限为年，从本协议签订之日起至20xx年11月1日止。合同期结束后，双方可续约。

二、双方责任、权利：

1、甲方保证不在乙方区域内授权其他代理商；

- 2、甲方保证乙方产品供应，并提供相关的证书文件及其他产品宣传资料；
- 3、甲方应免费对乙方进行技术咨询、培训、指导；
- 4、甲方应当提供设备维护和售后服务的技术支持。
- 5、乙方保证按时支付货款。
- 6、乙方保证不向代理区域外销售。若需销售需得到甲方书面同意。
- 7、双方互有为对方保守商业和技术机密之义务。

三、经销条件：

- 1、乙方在本协议签字之日起七日内，首批进货2台台式电脑,1台笔记本电脑。（基本出样机型）
- 2、协议签定3个月内为产品推广期，不计销售任务；之后每个月按前3个月的销量平均数计算。
- 3、甲方首批支持乙方 2节展柜，（展柜收取其价值的50%的押金，合作1年后退回），后期根据销量和合作时间提高支持额度，及其他相关支持。

四、产品质量及售后服务：

- 1、甲方保证产品及配件的质量，对直接用户产品承诺所有产品及配件均为厂家正规货源，享受厂家规定的3包政策。
- 2、甲方的产品及配件的技术和售后服务标准以产品说明书和保修卡所列条款为准。

五、价格：

1、所有单价均为人民币不含税价格，若市场价格变化，由甲乙双方根据市场需要另行商定进行调整。

甲方应保证乙方所获得价格**厂家规定销售价格，乙方如发现其他代理商的低于其获得的销售价时，乙方有权利按照此最低价执行，乙方并有权要求返还之前的价差。

甲方如需调整售价，需在 3 日前通知甲方，如甲方未通知的，甲方涨价则乙方继续执行原来价格。

2、结算方式：基础出样机型为现款结算，节假日，及其他销售旺季，甲方根据实际情况短期提供其他机型货源，其结算方式是出货后付款，但当甲方该产品库存不足，乙方应立即还回。

六、售后服务八、违约责任：

1、若一方违约应承担相应的违约责任，给对方造成损失的按国家有关法规承担相应的赔偿责任。

七、其它：

1、因履行本协议所发生的一切争议应通过友好协商解决。如协商不能解决争议，则由甲方所在地法院管辖。

2、本协议从签字盖章之日起生效。

3、本协议一式两份，甲、乙双方各执壹份，具有同等法律效力。

甲方： 乙方： 代表人或代理人： 代表人或代理人：

年月 日

品牌代理合同篇六

甲方必须向乙方提供符合国家行业标准的同品质产品(具体标准参照国家现行国家行业标准)，如因甲方原因造成的产品出现批次问题，甲方实行召回并承担该批货物的往返运费。

第六条售后服务

广州杰爱威电器集团实行双服务体系，全年无休假服务，及自建服务网络和四川长虹快益点服务网络，在全国设有统一的客服中心，已经开通400-7168-168，800-830-1402免费服务电话，配备有专业的售后服务专员，原则是公司产品销售到哪里，服务网点就建到哪里，在空白的山区如果是公司售后网络覆盖不了的，代理商必须配合建立维修网点。

第七条补充条款

- 1、本公司产品和经营品牌在各个流通领域产生的行政纠纷及证件问题所产生的费用由我公司负责。
- 2、乙方所做的品牌宣传须先得到甲方的认可。
- 3、本公司液晶产品保价时间为：15天。
- 4、甲方公司产品质量必须按国家标准，保证消费者应用安全，否则引起一切后果将由甲方承担。

本协议一式两份，双方签字盖章后生效，合作期间双方共同遵守如有争议应协商解决，协商不成由签约地法院裁决。

甲方(公章)：_____乙方(公章)：_____

法定代表人(签字)：_____法定代表人(签字)：_____

_____年____月____日_____年____月____日

电器代理合同范文3

甲方：

乙方：_____；

为了保护甲乙双方的合法权益，根据国家有关法律法规规定，在公正、合理、自愿、平等的条件下，经甲乙双方友好协商特签定此品牌合同。

一、合同期限

自年____月____日起，至____年月____日止。

二、代理区域

甲方授权乙方为“兆尔”品牌在_____省(直辖市/自治区)_____市(区)_____县(乡镇)的品牌代理商。

三、区域销售任务

品牌代理期内乙方应按计划按月份完成年以下所制定的区域销售任务。

四、供货价格

具体详见《兆尔电器代理商价格表》。如涉及调整，甲方需及时告知乙方并做出解释。

五、经营原则

4. 乙方连续3个月未达到合同任务目标的80%，即视为乙方不

能履行品牌代理商职责和义务。甲方有权缩小乙方经营的品类及区域，乙方不配合的，甲方将以书面方式通知乙方，乙方区域的品牌代理权将自动失效。

5. 如乙方提出不再继续经营，并放弃本区域品牌代理权时，必须以书面形式陈述合理理由并提前一个月通知甲方，甲方按要求收回其区域品牌代理权。对乙方未开箱的兆尔库存产品按历史最低进价的70%回收，在乙方退回展柜并拆除有关兆尔标识后将退货款项付给乙方。

6. 乙方在品牌代理过程中，应不定期向甲方提供品牌代理区域内的市场需求、价格信息、同类产品新动向、市场评估及用户反馈信息等，以便双方协作，制定新的销售策略。

7. 为稳定市场价格，控制市场倾向，确保乙方利益，甲方应执行统一供货价；乙方在经营中应严格执行甲方制定的统一零售价。若市场原因，甲方有权调整全部产品或部分产品的供货价格。新产品上市价格由甲方销售部门另行书通知。按甲方所规定的统一供价执行。

8. 各地的燃气公司、房地产配套、团购及其它工程项目，若因乙方在甲方协助下与之商洽未能合作，甲方有权直接介入。

六、结算方式

1. 现金支付，款项结清后发货；

2. 按甲方指定的银行和账号转账汇款，款项确认后发货；详见合同附件《兆尔电器指定银行帐户》。

七、要货计划和调换原则

2. 乙方调换的商品应符合以下a□b条件，否则甲方不予调换(批量产品质量问题除外)

a.未开箱的不影响第二次销售的原包装产品。

b.当期前两个月内所提的型号、数量产品。

3. 乙方需调换的商品按当前实际进价执行，以再提货冲抵方式办理，甲方不予支付款项。

八、发货及运输

1. 乙方每次提货可采取快捷方式现款汇款甲方，甲方计划、财务部门严格执行款到发货的原则。

2. 若委托甲方送货，应先付清货款后甲方方可送货(甲方除认可乙方当日直接钱货两清交付给财务人员的现金外，与甲方业务人员的现金来往视为乙方的单方面个人行为，甲方不对此负责)，此为不可更改的财务原则，乙方不得作延付要求。

九、货物验收

1. 乙方在收货时即进行验收，如发现产品品种、数量及质量不符时，乙方必须在收货后3个工作日内向甲方书面提出异议，否则视为乙方无异议。

2. 乙方保管不当及运输原因(甲方送货除外)或乙方委托方保管运输过程中造成产品破损、碰伤、短少等质量问题则由乙方自行负责。

3. 甲方交货产品不符合乙方所定购有关型号种类时，乙方可要求甲方退货。

十、售后服务及配件政策

1. 乙方取得经销权后即有义务承担售后服务责任，售后配件的发放按乙方当前进货额的1%支持发放，超过额度部分按

《兆尔产品零配件价格表》收取费用。

2. 公司规定部分主要配件(电机、阀体)可以旧换新不列入配件额度内，但未返还更换的旧配件则在配件额度内扣除。

3. 若乙方不履行售后服务责任、义务和权力，乙方则自动丧失经销权。

十一、其它补充事项

本合同未尽事宜，可由双方协商制定合同补充协议，补充协议与本合同具有同等的法律效力。

十二、纠纷处理

在本合同执行过程中发生的一切纠纷，由双方友好协商解决。如双方协商仍不能解决时，由合肥市法院为第一管辖法院。

本合同一式两份，甲乙双方各执一份，具有同等法律效力。甲乙双方在本合同签字、盖章后，立即生效。

甲方(公章)：_____乙方(公章)：_____

法定代表人(签字)：_____法定代表人(签字)：_____

_____年___月___日_____年___月___日

品牌代理合同篇七

空调市场连续几年的价格战逐步启动了。二、三级市场的低端需求，同时随着城市建设和人民生活水平的不断提高以及产品更新换代时期的到来带动了一级市场的持续增长幅度，从而带动了整体市场容量的扩张[]20xx年度内销总量达到1950

万套，较20xx年度增长11.4%。20xx年度预计可达到2500万-3000万套。根据行业数据显示全球市场容量在5500万套-6000万套。中国市场容量约为3800万套，根据区域市场份额容量的划分，深圳空调市场的容量约为40万套左右，5万套的销售目标约占市场份额的13%。

目前格兰仕在深圳空调市场的占有率约为2.8%左右，但根据行业数据显示近几年一直处于“洗牌”阶段，品牌市场占有率将形成高度的集中化。根据公司的实力及20xx年度的产品线，公司20xx年度销售目标完全有可能实现。20xx年中国空调品牌约有400个，到20xx年下降到140个左右，年均淘汰率32%。到20xx年在格力、美的、海尔等一线品牌的“围剿”下，中国空调市场活跃的品牌不足50个，淘汰率达60%。20xx年度lg受到美国指责倾销；科龙遇到财务问题，市场份额急剧下滑。新科、长虹、奥克斯也受到企业、品牌等方面的不良影响，市场份额也有所下滑。日资品牌如松下、三菱等品牌在20xx年度受到中国人民的强烈抵日情绪的影响，市场份额下划较大。而格兰仕空调在广东市场则呈现出急速增长的趋势。但深圳市场基础比较薄弱，团队还比较年轻，品牌影响力还需要巩固与拓展。

二、工作计划

根据以上情况在20xx年度计划主抓六项工作：

1、销售业绩

根据公司下达的年销任务，月销售任务。根据市场具体情况分解到每月、每周、每日。以每月、每周、每日的销售目标分解到各个系统及各个门店，完成各个时段的销售任务。并在完成任务的基础上，提高销售业绩。主要手段是：提高团队素质，加强团队管理，开展各种促销活动，制定奖罚制度及激励方案（根据市场情况及各时间段的实际情

况进行) 此项工作不分淡旺季时时主抓。在销售旺季针对国美、苏宁等专业家电系统实施力度较大的销售促进活动, 强势推进大型终端。

2□k/a□代理商管理及关系维护

针对现有的k/a客户、代理商或将拓展的k/a及代理商进行有效管理及关系维护, 对各个k/a客户及代理商建立客户档案, 了解前期销售情况及实力情况, 进行公司的企业文化传播和公司20xx年度的新产品传播。此项工作在8月末完成。在旺季结束后和旺季来临前不定时的进行传播。了解各k/a及代理商负责人的基本情况进行定期拜访, 进行有效沟通。

以上是我对20xx年个人销售工作计划, 有计划固然是好, 我会根据自己所制定的计划去完成, 在以后的工作中会有很多不足, 还望请领导提醒。