

红酒搞活动内容 促销员合同优选(通用5篇)

随着法律观念的日渐普及，我们用到合同的地方越来越多，正常情况下，签订合同必须经过规定的方式。那么合同应该怎么制定才合适呢？这里我整理了一些优秀的合同范文，希望对大家有所帮助，下面我们就来了解一下吧。

2023年红酒搞活动内容 促销员合同优选大全篇一

乙方：

一、甲方聘用乙方到已有销售甲方产品的商场_____（卖场）（下简称丙方）作为推广员，工作期

限：_____乙方必须身体健康，符合食品生产厂家所要求，如有隐瞒等行为，乙方将负全部责任。如丙方有需要提供健康证的，乙方应无条件提供。

二、由于乙方工作岗位工作性质特殊，乙方须遵守丙方的一切管理制度，因乙方个人原因所造成的丙方对甲方或乙方的处罚，均由乙方负责承担。因乙方的原因造成甲方和丙方合作损失的，甲方有向乙方追究应负赔偿责任的权利。

三、乙方应遵守丙方的工作时间规定，乙方的工作时间为每天____到____点，如遇特殊情况，乙方应适当延长工作时间或调整工作时间。乙方必须按照甲方的工作计划和要求，完成工作任务。

四、在合同期内，甲方按 的标准向乙方支付工资。

五、乙方在甲方工作期间，应遵守甲方的劳动纪律，保守甲方的商业秘密。如果乙方存在违反法律法规或劳动纪律的行为，甲方有权辞退乙方；乙方违反法律法规或劳动纪律给甲方

造成损失的，应负赔偿责任。

六、在合同期内乙方要求解除促销工作的，需提前向甲方提出申请，经甲方同意批准后乙方方可离岗；乙方没有提前申请或甲方没有批准而不正常上班者，按自动离职处理，甲方不予结算工资。

八、本合同未尽事宜，双方协商解决。

九、本合同一式二份，甲、乙双方各执一份，自双方签订之日生效，自工作期限结束后失效。

甲方(公章)：_____乙方(公章)：_____

2023年红酒搞活动内容 促销员合同优选大全篇二

建立合理而公正的薪资制度，以利于调动员工的工作积极性。

员工的薪资由底薪、提成及奖金绩效构成。

发放月薪=底薪+提成+奖金绩效

试用期底薪为2500元月(包括话费以及车费补贴)，试用期考核为两个月，业绩总额做到50000后转正(转正后直接奖励现金800元)，转正后销售额做到50000月底薪为3000元月，未能完成50000扣除相应奖金与绩效。

底薪发放，发放日期为每月1号，遇节假日或公休日提前至最近的工作日发放。

1. 提成实行分段式提成

2. 基本业务提成为1%(执行公司最低价格标准成交)标准量：10万

业务提成随底薪一起发放，以合同订单为准计算，结算后次月发放，发放日期为每月1号，遇节假日或公休日提前至最近的工作日发放。

1. 年终公司整体业绩达标

2. 年终个人业绩达标

3. 年终业绩超过标准定额及年终个人业绩超过定额，按超过部分的百分之一，予以奖励。

1. 每月业绩超过标准定额，按超过部分利润百分之一予以奖励。

1. 年终发放日期为：每年年底公司整体统计后发放。

2. 每月发放日期为：每月一号，于节假日和公休日前发放。

根据个人工作表现及销售业绩，每月考核，适当做出调整。

发放日期：每月一号

第十一条相关行政及管理人员为销售做出贡献享受的总业绩提成。

第十二条本规则自20xx年x月x日起开始实施。

2023年红酒搞活动内容 促销员合同优选大全篇三

众所周知，春节是红酒销售的黄金时间，各个酒厂都在绞尽脑汁制定春节促销活动方案，来实现产品销量的大化。商超渠道一直都是红酒春节销售渠道的一个重要战场，结合红酒产品特点和商超实际情况。只有未雨绸缪，做好商超春节促销前期准备工作，才能确保在春节销售大战中斩获佳绩。

一、提前做好春节红酒促销方案

由于卖场销售的计划性很强，所以红酒厂家要至少提前一个半月和卖场确定活动的内容和档期，因为每个卖场堆头和端架的黄金陈列位置是有限的(一般只有2—3个位置)，堆头好的位置依次为酒类主通道、酒类货架中间区、商场堆头区和收银台堆头四个位置。各个卖场在两节期间一般会把堆头和dm的档期分为三档或更多，档为圣诞期间(多为红酒)，第二档为元旦期间、第三档为春节期间，目的是以丰富的促销活动内容来吸引广大消费者的购买兴趣，也同时让厂家提供各种费用的支持。所以厂家应该提前做好相应的各项准备，做好明确的促销活动方案和投入预算。

(一) 促销活动主要分为以下两种形式

1、人员买赠(针对商超采购课长、店长的活动)

a□对有订货权的采购人员实行订货销售奖励，即按照春节期间主推产品订了多少货设置阶梯奖励(春节卖场退完货后根据实际订货数量执行奖励)。奖励根据实际订货(节前订货—节后退货)按件数或订货金额来计算。奖励可以分为旅游或现金提成的方式，目的是确保卖场在春节期间不断货，有充足的货源销售，对卖场压货，迫使卖场销售大化。

b□销售奖励：针对卖场执行具体活动的课长展开的销售奖励。采购将促销产品的货订进来了，花了陈列费用将堆头摆出来做了海报，如何将产品卖给消费者主要看卖场主管怎么来推动，要对卖场陈列有直接决定权的课长或经理实行销售阶梯奖励，在节后根据卖场的实际销售件数提成(方法同上)，以此来带动卖场负责人的积性，引起对我们产品的强烈关注和重视。

c□将我们对客户的团购政策要对接到各商场具体门店的团购部或者是课长那里，再单给政策，可以给到顾客也可以给到

操作团购的商超管理人员，以此提高产品销量。

a□返券：返给顾客的购物券(凭收银条兑换)；

b□返现：返给顾客的现金(凭收银条兑换)；

e□达到一定金额或数量送本品、小酒、光瓶酒、红酒、高档礼品(茶具、工艺品、钱夹)。

二、商超备货(总部订货和门店订货)

促销活动方案制定完成后，结合每个门店的销售情况和此次促销产品品种，进行提前备货，以应对春节期间的销量井喷导致的缺货或品种残缺。

(1) 由于每个商超系统都有库存天数考核和库存容量考核，谁先把货备到商超的仓库，春节销售就可以事半功半，因此我们的活动要早点与卖场确定，尽早把促销活动的产品送到卖场指定的仓库。

(2) 11月底前完成商超促销产品的送货是好的时间点，迟12月10日前必须将货送到卖场指定仓库，否则将影响春节期间的陈列及销售。(正常年份如此，今年要稍晚点)

(3) 要协调好经销商的送货，同时承诺卖场大量备的货如果在春节后销售不好，将无条件及时给卖场退货，以此来减少卖场备货人员的压力和工作风险。

(4) 节后没有卖完的货要积协助卖场要求经销商及时退货，并对之前提出的订货和销售奖励及时兑现，为第二年的春节做好铺垫。

三、促销人员招聘与培训

由于红酒的淡旺季比较明显，考虑到投入产出的问题，红酒厂家一般在市场的淡季3—8月份只在商超渠道里保留很少的导购人员。而在市场的旺季特别是在春节期间在商超增加导购人员和促销人员，所以导购人员的队伍很不稳定。为此要求各个市场经销商及业务员要建立临时促销员的档案库，收集备份临时促销人员的联系方式、工作情况等信息，以便在用人之时可以及时招聘到合适促销代表。

(一) 招聘要求及建议

选择合适的促销人员是促销活动成功与否的关键之一，在招聘促销人员时，要参照公司相关标准的同时，也要注意其年龄、学历、形象、声音以及谈吐等，促销人员的综合素质往往会成为其工作状况和工作业绩的主要影响因素。

建议在两节促销期间多使用一些30岁左右的女士。原因有三，一是这个岁数的人有一定的生活压力比较珍惜工作达到的机会，哪怕是短期的。二是红酒两节期间销售量较大，上货需要一定的“体力”，在这方面年轻的女孩承受不起。三是商超一般都把厂家的导购当作自己的员工一样使用，盘货时要加班加点，还要倒早晚班，大多数年轻女孩吃不了这个苦。

(二) 培训内容

1、企业文化培训：作为促销人员，应该了解公司的历史、成长过程、公司的价值观等，这样促销人员在商超工作的时候才有明确的行为标准。

2、产品知识培训：在促销活动开始前，一定要对促销人员进行产品知识培训，包括产品的卖点、目标客户是什么人、产品有多少种、每种产品的特点、价位，促销人员务必要做到对产品的各个方面了如指掌。

3、工作程序培训：如促销员几点到达促销地点、着装、午餐

如何安排、报销量等。因为商超的环境千变万化，对促销员的工作程序要越明确越好，这样可以尽可能的减少突发事件对促销活动影响。

4、岗位职责培训：包括促销员的销售讲解、活动的讲解、定期报销量、及时预先补货等。

5、促销方案培训：包括销售任务、促销时限、方式、赠品发放等。

(4) 有时可以适当的赞美对方为专家等。

四、商超氛围营造及注意事项

(一) 商超氛围形式

1、pop海报——商超氛围常见的，大多以减价、折让、优惠销售为主要诉求内容，借以奖励、吸引消费者购买，另一类则以形象诉求为主，其内容为大众传媒广告的浓缩。

2、包柱广告。主要是真对商超中的柱子进行氛围营造的一种形式，通常有包柱酒柜陈列和单纯的包柱广告，前者的效果会远远优于后者。

3、灯箱看板。利用在商超的店内制作室内灯箱和在酒柜陈列架上制作kt看板等进行氛围营造和宣传。

4、电梯楼梯。商超的电梯和楼梯是商超人流量大的地方，也是常见进行氛围宣传的好场所，电梯楼梯广告主要包括电梯的扶手内外壁和电梯上面的吊牌。

5、个性广告制作。可以结合商超空间的特点以及公司的广告vi进行个性化广告制作。

6、视听广告：如商超内的电视、广播等，我们经常可以在商超看见电视在宣传某商品的特性，或者广播里在说某种商品的特点。

(二)堆头位置注意事项

- 1、卖场入口正面；
- 2、卖场入口右边个堆头位置；
- 3、卖场促销区逆时针首排位置；
- 4、收银台前促销位；
- 5、墙壁货架的转角处。

很多时候我们会遇到好位置但价格很高，而手上没有那么多费用预算，或者这个好位置已经被竞品给预定了，那怎么办？退而求其次，在选择堆头位置的时候我们要尽量避免以下的情况。

- 1、尽量避免与同类、相似而且价格低于本品的产品相邻；
- 2、尽量避免在仓库、卫生间出入口及黑暗的角落设立堆头；
- 3、尽量避免在店门口两侧的死角设立堆头；这个花了钱不能取得良好的效果。
- 4、尽量避免在气味强烈的商品旁设立堆头，遇到气味强烈的商品，消费者大都会选择绕道而行。
- 5、破旧包装上陈列是堆头的大忌。破旧包装上陈列也是营销人员经常犯的错误。

(三)堆头打造要点

1、主题鲜明：主题要结合节日及特定推广的产品，主题要鲜明易懂，且意义表达直观；效果色彩要鲜明，要具有视觉冲击力。

2、堆头的包装材料：一般上方采用吊牌，侧面用kt板包装。

3、根据不同形式、不同大小的堆头采用不同的堆头包装方式：

a□靠墙的堆头要重视上方吊牌的品牌、产品、促销信息输出内容；如果周围比较宽阔，堆头下方边缘可制作48—60cm的地贴以增强视觉冲击。

b□若堆头长度小于2米，宽度小于1.5米，则堆头上方采用大型kt板吊牌，以扩大视觉效果、突出堆头阵容。

4、还要根据终端的销售产出、客流量、堆头的位置等，合理投入

a□若该终端的堆头位置在通道并占据前沿位置，平时产出不大，则可考虑适当包装(上方吊牌，地贴)。

b□若该终端客流量较大，销售产出大，即使位置不佳，也可考虑全面包装(上方吊牌，地贴，侧面kt板)有力针对竞品，吸引顾客。

c□若该终端客流量少，堆头位置差，月销售产出较低，则重点将产品堆放整齐，使用过的包装物料也可再次使用，不必重复制作。

在进入卖场和商超后，要善于塑造情景终端，“活化”产品陈列，因为每个卖场和商超的堆头和端架的黄金陈列位置是有限的，在占领黄金地段后，需要通过堆头设计或者配合一些相关的主题推广活动，再以丰富的促销活动内容来吸引广大消费者的购买兴趣，通过塑造情景终端来吸引消费者的眼

球，实现销量大化。

五、春节红酒促销活动在商超的落实

春节期间的红酒促销活动方案，一般要提前一个半月与商超的相关部门开展谈判工作争取卖场的支持，全国性的促销活动要与大型连锁超市的全国采购经理进行协商。目前除了与大型全国连锁商超签订统一的协议外，其各个门店也有很大的权利。比如：你和有的零售商在总部谈妥了促销活动，又交了各项的费用，可是无法在具体门店得到很好的执行，或者有的即使执行，你也占不到好的堆头位置和门店的主动配合（往往是店内为了应付总部的命令而勉强作个样子），这就要去各个门店的工作，因为你把钱交到了总部，店内没有得到好处，怎么会有积性拿出好的位置来配合你的促销活动呢？所以如果在商超允许的情况下可以与总部谈促销方案，再与门店直接洽谈费用有时可以起到意想不到的效果。综上所述要明确了解商超的内部情况，争取少走弯路才能起到事半功倍的效果。

六、商超费用的控制

在商超开展的促销活动要交纳一定的费用，如：导购员的管理费、堆头费、端架费等，这就要求我们要及时了解商超的费用结构。很多时候采购等人员的费用是可以谈的，通过良好的沟通达成一个双方都可以接受的价格，才是各自的目的。但记住要把有限的钱花在刀刃上，要把销量和费用挂钩，把费用放在好的卖场里，才能取得理想的销量。

总之，春节商超促销是一个系统的工程，需要考虑到方方面面的工作和细节，凡事预则立不预则废，充分地做好春节促销前期的各项准备工作，在此基础上开展好促销活动，才能在竞争激烈的卖场实现自身产品销量的大化。

2023年红酒搞活动内容 促销员合同优选大全篇四

乙方(受托方)□xxx有限公司

由于业务需要，现甲方委托乙方进口代理一批葡萄酒，经双方友好协商，就此进口代理合作事宜达成如下条款，届时双方执行。

- 1、由甲方自行选择酒商或酒庄，并与供应商确定所购产品的类型、规格、质量、数量等有关事项，乙方根据甲方的具体要求对外签订进口购买合同，因此，乙方对此货物的技术标准、条件及质量等概不负任何责任。
- 2、乙方根据进口发票金额向甲方收取_____ %的代理服务费。
- 3、乙方负责办理进口相关事宜，包括报关、加贴中文背标等。在收到国内客户货款后，开具增值税发票给客户，货款的`差价部分的增值税由甲方承担。有关进口产品数量清点、质量确认及提货均由甲方负责，乙方不负任何货物风险。
- 4、甲方收货后，应积极回笼货款资金，严格履行涉外合同条款，及时将货款汇入乙方帐户便于乙方及时办理对外t/t汇付手续，并在规定期限内与外商结清帐目。若甲方逾期拖欠，由甲方自行与供货商协商，乙方不负任何出款风险和债务责任。
- 5、进口代理手续完毕后，乙方及时向甲方开列《进口商品结算单》，并将余款退回甲方。
- 6、未尽事宜双方协商解决。

甲方□xxx有限公司

日期： 年 月 日

乙方□xxx有限公司

日期： 年 月 日

2023年红酒搞活动内容 促销员合同优选大全篇五

甲方：（以下简称甲方）

乙方：（以下简称乙方）

甲、乙双方本着平等互利、相互尊重的原则，经双方友好协商，订立本合同。

乙方提供葡萄酒在甲方酒店由甲方进行销售。

1、甲方须遵守国家法律和法规进行市场销售工作，甲方有义务和责任维护乙方的产品形象。

2、甲方不得对外公开乙方商品供价。

3、甲方须确保乙方所供商品品种齐全完整，库存充足。

4、甲方合同期内有权要求乙方对其有保质期的库存商品，在距保质期限3个月时更换商品。

1、乙方有义务向甲方服务人员提供葡萄酒知识培训及乙方所供葡萄酒的相关知识、文化介绍。

2、乙方可根据甲方的销售状况制定合理的销售政策提高乙方产品销量。

3、乙方送货人员进入甲方场地送货时，应着装整洁，个人卫

生良好，运输工具保持清洁。

4、乙方所供商品品种价位若有调整应提前15日通知甲方。

5、乙方负责在甲方要货24小时内将货送到甲方指定地点。

6、乙方向甲方提供符合国家或行业标准的合格产品及相关资料文件，具体如下：“海关报关单”、“卫生证书”等。

1、商品的送货计划，应由甲方向乙方以传真或电话的方式报送送货计划。

2、乙方须按甲方规定的商品交验程序办理交货手续。

3、甲方在验收商品时，如发现所供商品的品种、规格、数量、质量与验收要求不符，甲方有权要求无条件更换或补送。

1、本合同结算货币为人民币，付款以现金、银行转帐或转帐支票方式支付。

2、结算方

式：_____。
_____。

1、本合同有效期限从_____年_____月_____日到_____年_____月_____日，合同到期30天内，乙方向甲方提出续约书面申请，经甲方审查合格后，予以续签。

2、本合同未尽事宜，双方协商解决，若协商不成，双方提交西安市仲裁机构进行仲裁。

3、本合同壹式贰份，甲乙双方各执壹份。经甲、乙双方签字、盖章后生效。

甲方(盖章)：

乙方(盖章):

签约时间: