# 如何写保险销售心得体会通用(九篇)

来源：网络 作者：紫竹清香 更新时间：2025-05-13

*如何写保险销售心得体会通用一姓名：国籍：中国目前所在地：荔湾区民族：汉族户口所在地：荔湾区身材：165cmkg婚姻状况：已婚年龄：38岁人才类型：普通求职应聘职位：人力资源：培训经理/主管、培训：培训策划、市场/营销：市场企划工作年限：14...*

**如何写保险销售心得体会通用一**

姓名：国籍：中国

目前所在地：荔湾区民族：汉族

户口所在地：荔湾区身材：165cmkg

婚姻状况：已婚年龄：38岁

人才类型：普通求职

应聘职位：人力资源：培训经理/主管、培训：培训策划、市场/营销：市场企划

工作年限：14职称：中级

求职类型：全职可到职日期：随时

月薪要求：面议希望工作地区：广州

公司名称：起止年月：-07～广州精准传媒有限公司

公司性质：私营企业所属行业：通信/电信/网络设备

担任职务：市场企划主管

工作描述：1)负责公司活动策划的企划工作，完成公司布置的日常工作，并向总监汇报工作结果;

2)负责公司大型活动的组织策划及实施细案，制定活动的实施细则;

3)按时完成公司指定个案的策划和个案实施总结。

离职原因：

公司名称：起止年月：-03～-06tvb无线收费电视有限公司

公司性质：外商独资所属行业：通信/电信运营、增值服务

担任职务：培训主管

工作描述：在公司任职期间，主要负责开发培训需求、制定培训方案、编写培训教材及安排员工的培训活动!本人在公司是正式将培训的体系系统化的第一人，这份工作对自己在培训策划方面有全面深入的认识，让我更了解培训这个行业。更是增加了自己的胆识，与工作中的承压能力。

离职原因：个人发展原因

公司名称：起止年月：-10～-03广州城电客户服务有限公司

公司性质：外商独资所属行业：通信/电信运营、增值服务

担任职务：培训导师

工作描述：城市电讯服务有限公司是一家港资企业，主要业务为香港客户提供宽频上网、家居电话等电讯服务。在城市电讯任职期间，主要负责员工(入职前及在职)的产品知识和销售技巧的培训，让员工懂得利用电话寻找目标人物，然后与其进行沟通，介绍自己以及公司的产品和服务，最后达到成功登记的目的!本人在城市电讯初步接触了解培训行业，之前曾从事销售的体验对自己在培训方面有一定的帮助和提升。

离职原因：个人发展原因

公司名称：起止年月：-05～-09金达珠宝金行有限公司

公司性质：外商独资所属行业：会计/金融/银行/保险

担任职务：销售主管

工作描述：负责公司产品的销售，对新员工进行产品功能解说及协助员工完成预计销售目标。这份工作为以后从事培训行业奠定了基础;对自己在表达与沟通方面有一定的锻炼和提升。

离职原因：个人发展原因

公司名称：起止年月：-12～-04六福珠宝金行有限公司

公司性质：外商独资所属行业：会计/金融/银行/保险

担任职务：销售员/销售主管

工作描述：负责公司产品的销售，完成预计销售目标。本人是第一次接受销售工作，在这份工作中学会了销售技巧，包括如何与客户沟通，掌握客户心理等。由于销售业绩出色，由销售员晋升为销售主管。

离职原因：个人发展原因

教育背景

毕业院校：广州市广播电视大学

最高学历：大专毕业日期：

所学专业一：市场营销所学专业二：

起始年月终止年月学校(机构)专业获得证书证书编号

-09--07广州市真光中学高中高中毕业证书

-09--07广州市广播电视大学市场营销大专毕业证书

-12--06劳动和社会保障部职业技能鉴定中心计算机办公软件应用职业资格证书

-12--06广东省新世纪教育培训学校企业培训师企业培训师资格证书

外语：英语一般

国语水平：优秀粤语水平：精通

熟练使用office软件：excel表格制作、word文档处理、powerpoint

**如何写保险销售心得体会通用二**

甲方：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

住址：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

法定代表人：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

联系电话：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

传真：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

乙方：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

住址：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

法定代表人：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

联系电话：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

传真：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

甲、乙双方本着自愿、平等、公平、诚实、信用的原则，经友好协商，根据中华人民共和国有关法律、法规的规定签订本协议，由双方共同遵守。

第一条合作项目与合作方式

协议范围内，双方的关系确定为合作关系。为拓展市场更好地、更规范地服务消费者，根据公司的规划，甲方根据乙方的申请和对乙方的经营能力的审核，同意乙方加入\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_公司的销售网络。同意乙方在\_\_\_\_\_\_\_省（市、自治区）\_\_\_\_\_\_\_\_\_市（地区）\_\_\_\_\_\_\_县（区）\_\_\_\_\_\_\_地点（商场建筑物）（代理、经销、专卖、批发、零售）专属性经营（\_\_\_\_\_\_\_）品牌\_\_\_\_\_\_\_\_系列产品。

第二条合同期限

有效期从\_\_\_\_\_\_\_年\_\_\_\_\_月\_\_\_\_\_日至\_\_\_\_\_\_\_年\_\_\_\_\_月\_\_\_\_\_日，由签约日计。除非本协议提前终止，乙方可在协议有效期满前三个月向甲方提出延长协议合作的书面请求，经甲方同意，可以续签《\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_合作协议书》。

第三条 乙方权利义务

订立本协议的目的在于确保甲、乙双方忠实地履行本协议规定的双方的职责和权利。乙方作为单独的企业法人或经营者进行经济活动。因此，他必须遵守对所有企业法人或经营者共同的法律要求，特别是有关资格的规则以及社会的、财务的商业要求。作为一个企业法人或经营者，乙方应就其活动自负一切风险和从合法经营中获利。乙方不是甲方的代理人，也不是甲方的雇员和合伙人。乙方不是作为甲方委托代表，乙方无权以甲方的名义签订协议，使甲方在任何方面对第三人承担责任，或由甲方负担费用，承担任何义务。订立本协议并未授予乙方任何约束甲方或甲方有关企业之权利，甲方对本协议任何条款有最终的解释权。

第四条 甲方权利义务

甲方为使乙方所辖区域更好地运营、开发和提供适销产品，保证产品质量符合标准，合理定价，最大限度保证乙方的供应。在本协议期间，甲方承诺，积极协助承担市场物流、组织功能乙方按甲方规划进行市场设计和拓展市场网络。甲方承诺在乙方要求下，可为乙方代办货物托运及相应事项，用乙方要求的方式运输到乙方所指定的地点，其运输、保险等费用均由受益人乙方支付。甲方为乙方提供适当的培训和辅导。作为市场开发和业务拓展必备条件，以保证整个系统持续统一。甲方负责组织品牌宣传，并协同承担市场物流、组织功能的乙方开展区域性的促销活动，最大限度地支持乙方的经营。甲方在做出的广告及推广活动之前，须先将有关活动资料通知乙方，以使乙方能于活动前作出适当准备及加以响应。甲方的品牌和产品及相关的灯箱广告、pop广告、店铺内外之装潢设计及陈设，由甲方定出形象设计，并为乙方提供相应辅导。

第五条 乙方保护甲方的商标等知识产权，规范地使用甲方商标标识。乙方有义务协助甲方打假、市场监管。举报、举证假冒伪劣产品、窜货以及其它不正当竞争行为。协同甲方与当地相关的执法部门进行协调、沟通。乙方只能在甲方授权的区域内开展业务，不得在其它区域销售商品，如未有其它分销商经营的区域，乙方如愿发展业务，必须向甲方申请。

乙方只能在甲方所指定的进货渠道进货，不得到其它地方进货。通过市场的细分、有序的管理、合理地分配，有效支持网点商品供应，不得经营其它品牌产品和销售假冒产品。协议有效期内，乙方所属区域内网点的零售价格，在甲方建议价格范围内保持统一，不得随意大幅度调价。乙方有义务为甲方收集所需要的市场信息，或根据甲方的要求进行市场调查，并在规定期限内汇总上报甲方。妥善保存乙方的经营业务记录，以备甲方的核查。

第六条 乙方有使用甲方授权范围内的商标、商标标识、形象设计及甲方提供的适当范围的经营技术和商业秘密的权利。乙方具有从甲方指定进货渠道进货并在协议规定的范围内进行销售的权利。具有因甲方提供的产品本身质量问题可无条件退换的权利，但属乙方经营问题则由乙方自理。获得甲方所提供的培训和指导的权利。独立处理协议约定以外事项的权利。在协议约定的范围内行使甲方所赋予的权利。承担市场物流、组织功能的乙方有权推荐、考核所辖范围内分销商或零售商。但推荐的分销商、零售商必须向甲方申请，签订协议、由甲方颁发证书后方可运营。

第七条 违约责任

在乙方违背本协议即违法经营、制假、售假、恶意窜货、侵犯甲方知识产权等严重侵害甲方合法权益等行为时，本协议视作立即终止。甲方有权采取对乙方的下列措施：

1、责令乙方自行承担费用拆除所有的灯箱及一切有关的装饰用具、店面装修、宣传品等。乙方自行承担软件和硬件设备投资的一切损失。

2、向有关执法机关提出执法请求，封存乙方所有的带有甲方商标标识的商品。

3、依法提请司法和执法机关追索乙方的赔偿责任和法律责任。与此同时乙方必须：

（1）结清与甲方（甲方指定的供货商）的财务往来关系。

（2）不得再进行销售甲方的商品。

（3）必须承担客户后续服务成本，包括退货、维修、索赔等。

第八条 甲方的商标，属甲方所有的知识产权，受国家法律保护。所有相关产品的标识，均属甲方所有。未经甲方事先书面专项授权，乙方不得使用甲方的名称、商标、公司司标等涉及公司知识产权内容、标识进行工商注册、招商、广告等。不得使用甲方提供的标识用于本协议以外的任何交易。乙方承诺不得擅自印刷有关商标、标识及促销广告发布。不得超越本协议所规定的权利范围，擅自制作总经销、总代理、代表处的证书、文件、名片、搁牌、铜牌等进行营业和运作。不得擅自改变统一的形象进行招牌、灯箱和有关标识物的制作和装潢。若乙方违反规定，甲方有权单方面终止协议，乙方除应按规定承担违约责任外，还应赔偿甲方遭受的一切损失。

第九条 协议终止

如双方因不可抗力，或非双方所能控制或所能预见事件的发生，包括自然灾害、战争、政府行为、社会骚乱等情况而不能履行其业务，本协议的履行可以终止。如果发生不可抗力事件，援引不可抗力的当事人必须在15天内或通讯障碍消除之日起\_\_\_\_\_\_\_天内以书面的方式，必要时以传真或电传的方式，立即通知另一方当事人该事件的发生。如果他在上述期限内未能这样做，他将不能继续从本条协议中获益。

第十条 争议解决方式

如果产生有关本协议的存在、效力、履行、解释、终止的争议，双方应通过友好协商解决，如果争议发生之日起三个月内通过协商不能解决的，或者任何一方拒绝协商的，则任何一方均可诉请\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_人民法院裁决。

第十一条 协议签署地为\_\_\_\_\_\_\_\_市。

第十二条 法律

本协议受中华人民共和国法律的管辖。

第十三条 如果某个条文被认为是不适用或无效的，可以在本协议的附加协议中予以更改和修正，该条文不适用或无效不应影响整个协议的效力。同时签署的本协议的附加协议中的更改和修正，与本协议有同等法律效力。

第十四条 本协议一式\_\_\_\_\_\_\_\_份，甲乙双方签字之日起生效。双方各备案\_\_\_\_\_\_\_\_份，复印件无效。乙方兹承认签署本协议，并已阅读及明白本协议所列条款所包含的规定，并同意受其约束。

甲方：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

法定代表人签字：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

签约时间：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_年\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_月\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_日

乙方：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

法定代表人签字：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

签约时间：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_年\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_月\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_日

**如何写保险销售心得体会通用三**

销售合同范本（1）

甲方：\_\_\_\_\_\_\_\_\_

乙方：\_\_\_\_\_\_\_\_\_

甲、乙双方本着平等自愿、互惠互利的原则，根据《民法典》及其他相关法律法规，经甲、乙双方协商并达成以下协议：

一、甲方的权利和义务

1.甲方向乙方提供产品专利证书，以保障乙方所售产品的合法性;

2.甲方向乙方提供特约经销商的授权书;

3.甲方负责专人跟进乙方的工作并尽可能不定期派员到乙方处进行推广培训及促销宣传等指导工作。

4.甲方负责本合约产品的广告宣传活动;并免费向乙方提供产品宣传彩页、图片广告等，以配合乙方做好产品的宣传推广工作;

5.甲方负责按照专卖店的统一供货价向乙方及时供货。

6.甲方向乙方提供技术指导，对安装人员进行培训;

7.甲方保证所供产品的质量符合国家的相关规定，并对乙方销售的产品提供一年保修、终身维修服务的售后服务;

8.按照协议内容，监督乙方的服务和销售价格。

二、乙方的权利和义务

1.按照本协议的内容，要求甲方履行其相应当义务;

2.按照本协议的内容，拒绝甲方提供的不合格的产品及相关服务;

3.按照本协议的内容，拒绝甲方的不合理要求;

4.不得销售其它品牌的同类产品;不得用其他厂商的商品换上甲方的商标或包装进行销售，不得擅自生产并销售仿冒甲方之产品。

5.乙方不得以任何理由和借口拖欠甲方货款。

6.必须保证在销售甲方产品时提供优质的服务;

7.对所安装的客户进行存档，以每月25日为准交予甲方;

8.承担由于自己工作人员操作不当而导致产品损坏等责任，同时不得要求甲方进行更换;

9.履行指导价格，不违反价格体系;

三、价格及结款

1.双方约定甲方供给乙方的\_\_\_\_\_\_\_\_\_自排锁\_\_\_\_\_\_\_\_\_元/组;\_\_\_\_\_\_\_\_\_自排锁\_\_\_\_\_\_\_\_\_元/组;\_\_\_\_\_\_\_\_\_卡档锁\_\_\_\_\_\_\_\_\_元/个。

2.双方约定的结款方式为：\_\_\_\_\_\_\_\_\_.

四、其他约定\_\_\_\_\_\_\_\_\_.

五、协议有效期

1.本协议有效期自\_\_\_\_\_\_\_\_\_年\_\_\_\_\_\_\_\_\_月\_\_\_\_\_\_\_\_\_日至\_\_\_\_\_\_\_\_\_年\_\_\_\_\_\_\_\_\_月\_\_\_\_\_\_\_\_\_日。如协议终止日期到达，且双方均无违约且任何一方没有书面提出终止本协议的，则本协议自动延续一年;

2.本协议自签约之日起，最长的有效期为两年。

六、违约约定及其相关

1.甲方没有履行本协议的约定内容，乙方可立即终止该协议，并要求甲方按照乙方的实际损失予以补偿;

2.乙方没有履行自己的义务，甲方可以警告或者终止协议;

3.本协议终止前，乙方须按照约定的方式或者现金方式结清所有货款。

4.本协议一式两份，双方各执一份，自签之日起生效;

5.本协议未尽事宜，由双方协商解决，协商内容作为本协议的附件，附件同本协议具有同等法律效力;

6.双方若有异议可提请法律诉讼或申请仲裁，诉讼、仲裁地为\_\_\_\_\_\_\_\_\_地方法院或仲裁委员会。

甲方(盖章)：\_\_\_\_\_\_\_\_\_乙方(盖章)：\_\_\_\_\_\_\_\_\_代

表人(签)：\_\_\_\_\_\_\_\_\_代表人(签)：\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_年\_\_\_\_月\_\_\_\_日\_\_\_\_\_\_\_\_\_年\_\_\_\_月\_\_\_\_日

签订地点：\_\_\_\_\_\_\_\_\_签订地点：\_\_\_\_\_\_\_\_\_

销售合同范本（2）

甲方：乙方：

地址：地址：

电话：电话：

传真：传真：

甲、乙双方经友好协商，以自愿、平等互利为原则，就乙方经销甲方之系列产品，根据《民法典》，双方达成如下协议：

一、甲、乙双方的权利和义务

1、甲方是系列产品的供应商，乙方是经销商。

2、销售范围：甲方指定乙方在范围内销售甲方产品。

3、乙方作为甲方的经销商，应尽经销商的责任。在上述区域应按甲方销售策略销售要求，尽最大努力将甲方产品销售。甲方也应保证供应足够的货源。

4、产品的型号由订单、收货单确定，最终以收货单为准。

5、运输及运费计算：甲方将以产品到岸价的形式向乙方供货，即甲方负责将产品发运到乙方所属地区配货站的运费，而乙方将负责货物在当地配货站到乙方仓库的一切费用。

6、甲方应向乙方提供符合国家标准的产品，如乙方发现产品质量不合格，乙方有权向甲方提出调换，但由于乙方保管不慎而导致的质量问题或在销售过程中由于乙方原因造成的一切损坏均有乙方负责，甲方不负任何责任。

7、货物残损、退换：乙方在验收时发现短少或包装上有缺陷，导致影响销售，应立即于送货单上注明，并请送货的部门签名作证;乙方有义务提供有关单证给甲方，以便甲方向保险公司索赔，如乙方没有注明或不履行提供单证义务的，甲方视乙方为全部签收正确。

8、销售任务：乙方应完成总的销售额为：套/年。

9、付款期限：甲方对乙方的付款条件为款到付货，即乙方每次定货需先将货款汇至甲方帐户内，甲方在确认款已到帐后5日内发货(不可抗力因素除外)。

10、甲方负责为乙方提供全面的技术支持，负责为乙方培训售后服务人员(培训设在甲方公司所在地)。

二、乙方的特别义务以及奖励

1、保持甲方产品所有规格一个月销售的库存，甲方有权要求乙方进行库存增减调整。

2、配合行动：当甲方在当地进行产品推广活动资源时，乙方有义务提供人力和借货服务。

3、价格控制：乙方可享受甲方的经销商供货价，乙方须保证按甲方规定的二级批发商供货价及零售商供货价给零售商及批发商。同时，乙方有义务控制其供应的零售商按甲方建议零售价售给终端消费者(二级批发商供货价、零售供货价、零售价由甲方另行通知)

4、对乙方的优惠：

乙方作为经销商，可以享受出厂价元/套;

乙方累计销售台以上时在出货时即可以可享受的优惠;

若乙方销售业绩特别出色，甲方将给乙方更大的优惠，具体优惠措施由甲方另定。

三、合同的变更及终止

1、经友好协商，甲、乙双方可以变更合同。

2、乙方如连续三个月不能达到甲方所定下的销售目标，甲方视乙方为自动终止本协议。

3、本协议期满后，由甲、乙双方协商是否续签本协议，乙方具有优先续签本协议的权利。

四、违约责任：

1、对于乙方的以下行为，甲方可随时中止或终止本协议，如乙方违约(例如存在以下前三项的任一行为)，则追究乙方的违约责任：

(1)乙方超越销售范围销售甲方产品;

(2)乙方违反了结算规定，未按要求付货款;

(3)乙方每月的销售额连续两个月未能达到甲方要求的销售额;

(4)乙方经营遇到巨大困难或管理发生实质性变化，如由他人承包、可能破产，导致甲方的权利无法得到保障时。

2、本协议发生争议，双方以友好协商的方式解决，协商不成时，可申请仲裁或由甲方所在地人民法院管辖，依法处理。

五、附则

1、本协议有效期为：年月日至年月日。

2、其它未尽事宜双方可友好协商。

3、本协议一式两份，双方各执一份，签名盖章后即生效。

4、乙方收货人员确认书是本合同的附件。

甲方：乙方：

法人代表：法人代表：

签约代表：签约代表：

签约日期：签约日期：

编号为合同项下的附件：

收货人员确认书

(乙方)在经营过程中，在经销合同的有效期内，以下所有人员的签收单，即便没有盖章或不是法定代表人签名，均视为是乙方单位的自身行为，有关人员的姓名、身份证号码及笔迹如下：

姓名身份证号笔迹

姓名身份证号笔迹

姓名身份证号笔迹

如果乙方对以上收货人员加以变更，以甲方收到的乙方的书面文件为准;否则，由此引起的法律纠纷，所有责任由乙方承担。

乙方(盖章)：

法定代表人：

**如何写保险销售心得体会通用四**

协议编号：

签约地点：

甲方：

乙方：

销售地区

销售产品：

乙方任务：\_\_\_\_\_\_年销售任务为\_\_\_\_\_\_\_\_万元。

乙方收益

1、完成年度任务所获年终返点如下:

1)年销售在10万2)至35万3)者(含10万4)元)可获扣点1%

5)年销售额在35至50万6)元者(含35万7)元)可获扣点1.5%。

8)年销售额在50至80万9)元者(含50万10)元)可获扣点2%。

11)年销售额在80到100万12)元者(含80万13)元)可获扣点2.5%。

14)年销售额在100至200万15)元者(含100万16)元)可获扣点3%。

17)年销售额在200以上(含200万18)元)可获扣点3.5%。

2、单品销售金额达到15万3、元以上者，4、乙方可申请在所代理产品的包装袋上印乙方的地址和电话，5、作为乙方专用包装，6、改版费用由乙方承担。

7、乙方单次进餐饮产品在5万8、元以上且招集行政总厨级厨师联谊会，9、人员在50人以上，10、甲方派三五味业营销人员具体操作，11、甲方提供5550元费用支持(具体为：餐费5桌，12、每桌400元，13、共计20\_\_元;礼品盒50份，14、每份50元，15、共计2500元;其他礼品费用1050元)，16、价值50元礼品盒包括100克“粒粒香”汤精15袋;，17、《中国调味品大全》一本;《中国火锅》一本;汤精简介一份;公司简介一份，18、汤精四折2份和报纸3份。(举办厨师联谊会的进货量不19、享受年终返点待遇)。

20、由甲方向乙方提供产品样品袋、宣传单、公司简介和其它宣传资料以及产品检验报告、生产许可证副本、卫生许可证副本等相关证件复21、印件。

22、甲方赠送由三五味业董事长王军编著的《探索》、《非公有制企业的探索与实践》、《中国火锅》、《现代企业文化管理》《中国调味品大全》、《企业文化》及三五味业出版的《走进辉煌》大型画册，23、及由著名24、作家刘英武先生编著的描述王军董事长历经三十五年创业历程的纪实文学《寻梦二十年》一书。

25、三五味业正在全力开展宣传企业品牌形象，26、“粒粒香”商标27、已获黑龙江省著名28、商标，29、“粒粒香”如获“国家知名30、品牌”，31、乙方年销售300万32、元以上，33、三五味业将拿出15000元做该地区的促销活动，34、“粒粒香”如获“中国驰名35、商标36、”乙方年销售300万37、以上，38、三五味业将拿出30000元做该地区的促销活动。

五、甲、乙双方职责

甲方保证提供乙方的产品质量。

乙方需保证不得跨区域销售三五味业商品。

乙方不得低于购入价销售三五味业商品。

甲方电脑记帐，月末甲方将乙方销售数量通知乙方。

如一方违约、合同即时终止

六、运输及发货条款：

运费：运费由乙方承担。

如乙方需购买除基础保险以外的货运保险，由乙方自行承担。

七、结算方式：款到五日内发货，先汇款并在一次进货额10000元以上者，可优惠2%，汇款中可直接扣除。

八、产品退换条款

乙方在甲方产品生产日起六个月内可以退货。如乙方因产品长期滞销而造成返货的(到期前6个月)，返货按货款金额扣20%;在距保质期三个月前返货按货款金额扣30%;如新产品在6个月内滞销返货不扣费用;如产品过期则不予退货。运费乙方自己负责。

九、合同有效期间为\_\_\_年，即自\_\_\_\_年\_\_\_月\_\_\_日起到\_\_\_\_\_年\_\_\_\_月\_\_\_\_日止。

十、其它未尽事宜经双方协商解决

十一、纠纷解决办法：甲方所在地人民法院处理。

甲方：

名称：

(加盖合同章或公章)

地址：

邮编：

电话：

监督电话：

传真：

开户行：

帐号：

营业执照号码：

法定代表人：

签约代表：

**如何写保险销售心得体会通用五**

协议编号：

签约地点：

甲方：

乙方：

销售地区

销售产品：甲方生产且指定的产品系列

乙方任务：\_\_\_\_\_\_\_\_年销售任务为\_\_\_\_\_\_\_\_万元。

乙方收益

1、完成年度任务所获年终返点如下:

1)年销售在10万

2)至35万

3)者(含10万

4)元)可获扣点1%

5)年销售额在35至50万

6)元者(含35万

7)元)可获扣点1.5%。

8)年销售额在50至80万

9)元者(含50万

10)元)可获扣点2%。

11)年销售额在80到100万

12)元者(含80万

13)元)可获扣点2.5%。

14)年销售额在100至200万

15)元者(含100万

16)元)可获扣点3%。

17)年销售额在200以上(含200万

18)元)可获扣点3.5%。

2、单品销售金额达到15万

3、元以上者，

4、乙方可申请在所代理产品的包装袋上印乙方的地址和电话，

5、作为乙方专用包装，

6、改版费用由乙方承担。

7、乙方单次进餐饮产品在5万

8、元以上且招集行政总厨级厨师联谊会，

9、人员在50人以上，

10、甲方派某某营销人员具体操作，

11、甲方提供5550元费用支持(具体为：餐费5桌，

12、每桌400元，

13、共计元;礼品盒50份，

14、每份50元，

15、共计2500元;其他礼品费用1050元)，

16、价值50元礼品盒包括100克“粒粒香”汤精15袋，

17、《中国调味品大全》一本;《中国火锅》一本;汤精简介一份;公司简介一份

18、汤精四折2份和报纸3份。(举办厨师联谊会的进货量不

19、享受年终返点待遇)。

20、由甲方向乙方提供产品样品袋、宣传单、公司简介和其它宣传资料以及产品检验报告、生产许可证副本、卫生许可证副本等相关证件复印件。

21、甲方赠送由某某编著的《探索》、《非公有制企业的探索与实践》、《中国火锅》、《现代企业文化管理》《中国调味品大全》、《企业文化》及某某出版的《走进辉煌》大型画册，

22、及由著名

23、作家刘某某先生编著的描述王某某董同事长历经\_\_\_\_\_\_\_\_年创业历程的纪实文学《寻梦\_\_\_\_\_\_\_\_年》一书。

24、某某正在全力开展宣传企业品牌形象，

25、“粒粒香”商标

26、已获\_\_\_\_省著名

27、商标，

28、“粒粒香”如获“国家知名

29、品牌”，

30、乙方年销售300万

31、元以上，

32、某某将拿出15000元做该地区的促销活动，

33、“粒粒香”如获“中国驰名

34、商标

35、”乙方年销售300万

36、以上，

37、某某将拿出30000元做该地区的促销活动。

五、甲、乙双方职责甲方保证提供乙方的产品质量。乙方需保证不得跨区域销售某某商品。乙方不得低于购入价销售某某商品。甲方电脑记帐，月末甲方将乙方销售数量通知乙方。如一方违约、合同即时终止。

六、运输及发货条款：运费：运费由乙方承担。如乙方需购买除基础保险以外的货运保险，由乙方自行承担。

七、结算方式：款到\_\_\_\_日内发货，先汇款并在一次进货额10000元以上者，可优惠2%，汇款中可直接扣除。

八、产品退换条款乙方在甲方产品生产日起六个月内可以退货。如乙方因产品长期滞销而造成返货的(到期前6个月)，返货按货款金额扣20%;在距保质期三个月前返货按货款金额扣30%;如新产品在6个月内滞销返货不扣费用;如产品过期则不予退货。运费乙方自己负责。

九、合同有效期间为\_\_\_\_\_\_\_\_年，即自\_\_\_\_\_\_\_\_年\_\_\_\_月\_\_\_\_日起到\_\_\_\_\_\_\_\_年\_\_\_\_月\_\_\_\_日止。

十、其它未尽事宜经双方协商解决

十一、纠纷解决办法：甲方所在地人民法院处理。

甲方：

名称：(加盖合同章或公章)

地址：

邮编：

电话：

监督电话：

传真：

开户行：

帐号：

营业执照号码：

法定代表人：

签约代表：

返

**如何写保险销售心得体会通用六**

一、20xx年工作总结

20xx年成为尘封的一页已被翻过去了。在过去的一年里，销售部在集团公司的正确战略部署下，通过全体人员的共同努力，克服困难，努力进取，与各公司各部门团结协作圆满完成了全年下达的销售任务。

1、销售目标完成情况：

公司在这一年中经历了高层领导人员小波动后，在公司领导层的正确指导下，有针对性的对市场开展了促销活动，人员建设等一系列工作，取得了可喜的成绩。车辆总计销售1690台、精品销售额496.4万、保险销售额484.5万、车贷手续费及返利43.1万、临时牌销售19.85万。

2、目前存在的问题：

经过大半年的磨合，销售部已经融合成一支精干，团结，上进的队伍。团队有分工，有合作。销售人员掌握一定的销售技巧，并增强了为客户服务的思想，相关部门的协作也能相互理解和支持。目前总体来看，销售部目前还存在较多问题，也是要迫切需要改进的。

1)销售人员工作的积极性不高，缺乏主动性，懒散，自觉性不强。

2)对客户关系维护很差。销售顾问最基本的客户留资率、基盘客户、回访量太少。手中的意向客户平均只有40个。从数字上看销售顾问的基盘客户是非常少的，每次搞活动邀约客户、很不理想。导致有些活动销售不佳。

3)销售流程执行不彻底监督不到位，销售组长的管理职能没能化的发挥，服务意识没能更好的提升，导致部分销售顾问形成固化模式。销售部目前组员，内勤，主管的互动沟通不及时，不能保证及时，全面了解状况，以便随时调整策略。

4)销售人员在与客户沟通的过程中，不能把我们公司产品的情况十分清晰的传达给客户，了解客户的真正想法和意图;对客户提出的一些问题和要求不能做出迅速的反应和正确的处理。在和客户沟通时不知道客户对我们的产品有几分了解或接受到什么程度，在被拒绝之后没有二次追踪是一个致命的失误。

5)内部还是存在个别人滋生并蔓相互诋毁，推诿责任，煽风点火的不良风气，所以从就要提倡豁达的心态，宽容理解的风格，积极坦荡的胸怀面对客户和同事，我们就能更好的前进，两军相遇，智者胜，智者相遇，人格胜。

6)售人员没有养成一个写工作总结和计划的习惯，销售工作处于放任自流的状态，从而引发销售工作没有一个统一的管理，工作时间没有合理分配，工作局面混乱等各种不良后果。而新顾客开拓部够，老顾客不去再次挖掘，业绩增长小，增值业务主动推销性不足，利润增长点小，个别销售人员工作责任心和工作计划性不强，业务能力还有待提高。

7)增值业务开展的不好，现在店内的增长利润点一方面是精品和保险的拉动，另一方面是ssi和厂家政策的推动。销售人员主动去推销精品和保险的主动性不足，如何调动大家的主动性，如何提高大家的综合素质，如何让大家能与公司同呼吸，共命运。

二、20xx年销售部工作计划

(一)销售工作策略、方针和重点

为确保销售工作具有明确的行动方向，保证销售工作计划的顺利开展和进行，销售部特制定了相应策略和方针，用以指导全年销售工作的开展。

1、销售部工作策略：

要事为先，步步为营;优势合作，机制推动。

要事为先：分清问题轻重缓急，首先解决目前销售工作中最重要、最紧急的事情;

步步为营：在解决重要问题的同时，充分考虑到公司的战略规划，在解决目前迫在眉睫的问题同时，做好长远规划和安排，做到有计划的层层推进。

优势合作：充分发挥每个销售人员的能力，利用每个销售人员的能力优势为团队做贡献;

机制推动：逐步建立解决问题和日常工作的常态机制，通过机制推动能力养成、管理改善和绩效提高。

2、销售部工作方针：

以提高销售人员综合能力为基础，逐渐形成销售工作常态机制，并最终提高销售人员和部门的工作绩效。

3、销售部工作重点

1)规划和实施销售技能培训：强化销售人员培训，并逐步形成销售人员成长机制。

2)强化销售规划和策略能力：注重销售的策略性和销售的针对性(每接待一个客户都需要策略)。

3)规范日常销售管理：强化销售日常管理，帮助销售人员进行时间管理，提高员工销售积极性和效率。

4)完善激励与考核：制定销售部日常行为流程绩效考核。

5)强化人才和队伍建设：将团队分组，组长固定化，垂直管理，并通过组长的形式逐步发觉团队中的管理人才。

(二)、销售部工作计划

1、建立一支熟悉业务而相对稳定的销售团队

一切销售业绩都起源于有一个好的销售人员，建立一支具有凝聚力，合作精神的销售团队是企业的根本呢，在明年的工作中建立一个和谐，具有杀伤力的团队作为一项主要的工作来抓。

2、完善销售制度，建立一套明确的业务管理办法。

完善销售管理制度的目的是让销售人员在工作中发挥主观能动性，对工作有高度的责任心，提高销售人员的主人翁意识。因此不能单凭业绩来考核为尺度，应该从以下几方面：

(1)出勤率、展厅5s点检处罚率、客户投诉率、工装统一等。

(2)业务熟练程度和完成度，销售出错率。业务熟练程度能反映销售人员知识水平，以此为考核能促进员工学习，创新，把销售部打造成一支学习型的团队。

(3)工作态度，“态度决定一切”如果一个人能力越强，太对不正确，那么能力越强危险就越大。有再大的能耐也不会对公司产生效益，相反会成为害群之马。

(5)kpi指标的完成度。例如留档率，试乘试驾率，成交率等。

**如何写保险销售心得体会通用七**

甲方：乙方：

地址：地址：

电话：电话：

传真：传真：

甲、乙双方经友好协商，以自愿、平等互利为原则，就乙方经销甲方之 系列产品，根据《中华人民共和国合同法》，双方达成如下协议：

1、甲方是 系列产品的供应商，乙方是经销商。

2、销售范围：甲方指定乙方在 范围内销售甲方产品。

3、乙方作为甲方的经销商，应尽经销商的责任。在上述区域应按甲方销售策略销售要求，尽最大努力将甲方产品销售。甲方也应保证供应足够的货源。

4、产品的型号由订单、收货单确定，最终以收货单为准。

5、运输及运费计算：甲方将以产品到岸价的形式向乙方供货，即甲方负责将产品发运到乙方所属地区配货站的运费，而乙方将负责货物在当地配货站到乙方仓库的一切费用。

6、甲方应向乙方提供符合国家标准的产品，如乙方发现产品质量不合格，乙方有权向甲方提出调换，但由于乙方保管不慎而导致的质量问题或在销售过程当中由于乙方原因造成的一切损坏均有乙方负责，甲方不负任何责任。

7、货物残损、退换：乙方在验收时发现短少或包装上有缺陷，导致影响销售，应立即于送货单上注明，并请送货的部门签名作证；乙方有义务提供有关单证给甲方，以便甲方向保险公司索赔，如乙方没有注明或不履行提供单证义务的，甲方视乙方为全部签收正确。

8、销售任务：乙方应完成总的销售额为： 套/年。

9、付款期限 ：甲方对乙方的付款条件为款到付货，即乙方每次定货需先将货款汇至甲方帐户内，甲方在确认款已到帐后5日内发货（不可抗力因素除外）。

10、甲方负责为乙方提供全面的技术支持，负责为乙方培训售后服务人员（培训设在甲方公司所在地）。

1、保持甲方产品所有规格一个月销售的库存，甲方有权要求乙方进行库存增减调整。

2、配合行动：当甲方在当地进行产品推广活动资源时，乙方有义务提供人力和借货服务。

3、价格控制：乙方可享受甲方的经销商供货价，乙方须保证按甲方规定的二级批发商供货价及零售商供货价给零售商及批发商。同时，乙方有义务控制其供应的零售商按甲方建议零售价售给终端消费者 ( 二级批发商供货价、零售供货价、零售价由甲方另行通知 )

4 、对乙方的优惠：

乙方作为经销商，可以享受出厂价 元/套；

乙方累计销售 台以上时在出货时即可以可享受 的优惠；

若乙方销售业绩特别出色，甲方将给乙方更大的优惠，具体优惠措施由甲方另定。

1、经友好协商，甲、乙双方可以变更合同。

2、乙方如连续三个月不能达到甲方所定下的销售目标，甲方视乙方为自动终止本协议。

3、本协议期满后，由甲、乙双方协商是否续签本协议，乙方具有优先续签本协议的权利。

1 、对于乙方的以下行为，甲方可随时中止或终止本协议，如乙方违约 ( 例如存在以下前三项的任一行为 ) ，则追究乙方的违约责任：

（1）乙方超越销售范围销售甲方产品；

（2）乙方违反了结算规定，未按要求付货款；

（3）乙方每月的销售额连续两个月未能达到甲方要求的销售额；

（4）乙方经营遇到巨大困难或管理发生实质性变化，如由他人承包、可能破产，导致甲方的权利无法得到保障时。

2 、本协议发生争议，双方以友好协商的方式解决，协商不成时，可申请仲裁或由甲方所在地人民法院管辖，依法处理。

1、本协议有效期为： 年 月 日至 年 月 日。

2、其它未尽事宜双方可友好协商。

3、本协议一式两份，双方各执一份，签名盖章后即生效。

4、乙方收货人员确认书是本合同的附件。 相关的合同样本·房地产代理合同·委托购房合同·财务代理委托合同·人事代理协议书·委托协议书·货物运输代理合同

甲方：乙方：

法人代表：法人代表：

签约代表：签约代表：

签约日期：签约日期：

编号为 合同项下的附件：

收货人员确认书

（乙方）在经营过程当中，在经销合同的有效期内，以下所有人员的签收单，即便没有盖章或不是法定代表人签名，均视为是乙方单位的自身行为，有关人员的姓名、身份证号码及笔迹如下：

姓名 身份证号 笔迹

姓名 身份证号 笔迹

姓名 身份证号 笔迹

如果乙方对以上收货人员加以变更，以甲方收到的乙方的书面文件为准；否则，由此引起的法律纠纷，所有责任由乙方承担。

乙方 ( 盖章 ) ：

法定代表人：

年 月 日

**如何写保险销售心得体会通用八**

一、销量指标

带领团队努力完成领导给予的当月销售计划、目标

二、监督，管理销售展厅和销售人员的日常销售工作，制定仪表环境监督卡。

1、仪表着装：统一工作服并佩戴胸卡

2、展厅整洁：每天定期检查展厅车辆，谈判桌的整洁状况。每人负责的车辆必须在9点前搽试完毕，展车全部开锁。随时处理展厅突发情况，必要时上报销售经理。

3、展厅前台接待：如值勤人员有特殊原因离岗，需找到替代人员，替代人员承担所有前台值勤的责任。随时查看销售人员在展厅的纪律。

4、销售人员的日常工作，对于销售人员的客户级别定位和三表一卡的回访度进行提醒督促，对销售员的销售流程进行勘察。对销售人员每天的工作任务和需要完成的任务进行协调，如上牌时间和厂家出现的政策变动等。随时处理展厅突发情况，必要时上报销售经理。每天下午下班前定时把一整天的工作情况和明天需要完成的工作任务上报给销售经理。处理职责范围类的客户抱怨，提升客户满意度。

5、员工请假处理，准假具体安排办法制度。

三、配合市场部，做好销售拓展和市场推广工作

1，对市场部发出来的市场活动进行协调，如外出拍照片等。

2，在销售人员不值班的情况下，可以沟通市场部进行外出市场开拓，由市场部定点，出外发单片。

四、掌握库存，配合销售经理做好销售需求计划

每天对于销售人员的交车，资料交接，开票，做保险等进行盘查。下班前上报销售经理登记。对于时间过长车辆对销售人员进行通报，重点销售;配合销售经理对每礼拜一从厂家订购的车型，颜色进行建议。

五、协助销售经理做好销售人员的培训计划，并组织实施

由于现阶段的管理制度不完善，销售员缺少较好的培训，通过与销售顾问的沟通，他们需求更好的竞品信息，我会想办法找出好的口述(已有思路)，直接影响销售业绩。根据销售经理和销售顾问的具体要求，制定相关的培训材料和计划!初步定在每天早晨培训闲置组。

六、排班安排

根据现排班制度，由于有1组为闲置组，闲散情况严重，组织上午学习培训，每月初月中做竞品调查。

当然，所有的计划在此都是纸上谈兵，所以说，实践是检验真理的唯一标准，在今后的工作中，我定当努力将这些计划付诸于实践中，并在实践中不断的提高自己改善团队，带领团队一起，在最优情况下完成领导下达的任务。

**如何写保险销售心得体会通用九**

甲方：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

地址：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

电话：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

乙方：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

地址：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

电话：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

甲、乙双方经平等协商，以自愿、平等互利为原则，在真实、充分地表达各自意愿的基础上，根据法律规定，就乙方代理销售甲方之\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_系列软件产品，双方达成如下协议，并由双方共同恪守。

一、定义

除非本合同的条款或者内容中另有规定，下列名词应具有如下意思：

1.软件产品：指业已进行商品化工作的、公开发表过的、且甲方作为权利人或权利受让人能够进行授权销售并能够提供技术支持和服务的软件，包括该软件的可执行程序和有关文档等;

2.代理销售：指根据《计算机软件保护条例》第十八条规定的，软件著作权人或者权利受让者许可行使展示、销售软件产品的权利，代理销售包括代销或经销;

3.代销：是指甲方授权乙方销售其产品，产品销售完以后或按照双方约定的期限与乙方结算，乙方可随时将未售完的货物退回甲方的合作方式;

4.经销：是指甲乙双方按照下列条件结算的合作方式

(1)货到付款;

(2)按月结算，即每月底结算当月或在其它约定日期结算约定日期前一个月内的进货;

(3)按批结算，即每批进货时结算上批进货。

(注：上述结算方式由双方协商在补充协议或附件中选择一种。)

5.双方：指甲方和乙方的合称;

6.补充协议：指主合同的补救条款，与主合同具有同样的效力。

二、甲、乙双方的权利义务

1.甲方是\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_系列软件产品的供应商，乙方是代理销售商。

2.销售范围：甲方指定乙方在\_\_\_\_\_\_省\_\_\_\_\_\_市\_\_\_\_\_\_区内销售甲方软件产品，但甲方保留在此区发展新客户的权利。

3.乙方作为甲方的代理销售商，应尽代理销售商的责任。在上述区域应按甲方销售策略销售要求，尽最大努力将甲方软件产品售进所有的大、中、小型零售客户及二级批发客户，如有新的零售店及批发店诞生，也应及时接洽和供货，并确保不出现缺货现象。甲方也应保证供应足够的货源。

4.软件产品的品种、数量由订单、收货单确定，最终以收货单为准。

5.运输及运费计算：使用铁路运输的，甲方将以软件产品到岸价的形式向乙方供，即甲方负责将软件产品发运到乙方所属地区火车站的运费，而乙方将负责货物在当地火车站到乙方仓库的一切装卸杂费;使用其他运输方式的另行约定。

6.货物残损、退换：乙方在验收时发现短少或包装上有缺陷，导致影响销售，应立即于送货单上注明，并请送货的部门签名作证;乙方有义务提供有关单证给甲方，以便甲方向保险公司索赔，如乙方没有注明或不履行提供单证义务的，甲方视乙方为全部签收正确。

如发生软件产品质量问题不能销售时，经甲方质检部门检验并出具证明，凭有关证明由甲方为乙方换货，换货一般\_\_\_\_\_\_个月统一进行一次，具体日期另行通知。对于由于乙方保管不慎或保管不符合规定而导致的质量问题，甲方不予换货。

7.付款期限及欠款上限：

a.自收货当天算起\_\_\_\_\_\_天内，乙方要将所欠货款付给甲方。

b.乙方最多可以拖欠甲方货款为\_\_\_\_\_\_元，超过此限额的货款，不受以上条款约束，乙方取货时得立即付给甲方。

8.乙方要接受甲方的工作指导，必须定期于每月的\_\_\_\_\_\_日向甲方提供销售报告、客户资料。该日也是双方核实乙方销售额的基准日。

三、乙方的特别义务以及奖励

1.保持甲方软件产品所有品种两星期销售的库存，甲方有权要求乙方进行库存增减调整。

2.配合行动：当甲方在当地进行软件产品推广活动时，乙方有义务提供人力和借货服务。

3.价格控制：乙方可享受甲方的代理销售商供货价，乙方须保证按甲方规定的二级批发商供货价及零售商供货价给零售商及批发商。同时，乙方有义务控制其供应的零售商按甲方建议零售价售给终端消费者。

(二级批发商供货价、零售供货价、零售价由甲方另行通知)

4.对乙方的优惠：

乙方作为代理销售商，可以享受零售价\_\_\_\_\_\_\_\_\_折的折扣。乙方要货时一次性以现金、支票或汇票结清，在出货时即可以享受零售价\_\_\_\_\_\_折的折扣。

此外，乙方可以享受当月的奖励按照合同附件规定计算。

四、合同的变更及终止

1.经友好协商，甲、乙双方可以变更合同。

2.乙方如连续\_\_\_\_\_\_个月不能达到甲方所定下的销售目标，甲方视乙方为自动终止本协议。

3.本协议期满后，由双方协商是否续签本协议。

五、违约责任

1.对于乙方的以下行为，甲方可随时中止或终止本协议，如乙方违约(例如存在以下前三项的任一行为)，则追究乙方的违约责任：

a.乙方超越销售范围销售甲方软件产品;

b.乙方违反了结算规定，货款超过了规定的付款期限未支付;

c.乙方每月的销售额连续\_\_\_\_\_\_个月未能达到甲方要求的销售额;

d.乙方经营遇到巨大困难或管理发生实质性变化，如由他人承包、可能破产，导致甲方的权利无法得到保障时。

2.本协议发生争议，双方以友好协商的方式解决，协商不成时，可申请仲裁或由甲方所在地人民法院管辖，依法处理。

六、附则

1.本协议有效期：自本协议签定后自\_\_\_\_\_\_年\_\_\_\_\_\_月\_\_\_\_\_\_日至\_\_\_\_\_\_年\_\_\_\_\_\_月\_\_\_\_\_\_日止。

2.本协议一式两份，双方各执一份，签名盖章后即生效。

3.本合同未尽事宜，双方另行签订补充协议。

4.乙方收货人员确认书是本合同的附件。

甲方：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_乙方：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

签约代表：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_签约代表：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

签约日期：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

本DOCX文档由 www.zciku.com/中词库网 生成，海量范文文档任你选，，为你的工作锦上添花,祝你一臂之力！