# 2024年销售目标责任书(十三篇)

来源：网络 作者：独酌月影 更新时间：2024-06-10

*在日常的学习、工作、生活中，肯定对各类范文都很熟悉吧。那么我们该如何写一篇较为完美的范文呢？这里我整理了一些优秀的范文，希望对大家有所帮助，下面我们就来了解一下吧。销售目标责任书篇一绩并综合考虑多种可能的影响因素，为充分调动销售部营销人员的...*

在日常的学习、工作、生活中，肯定对各类范文都很熟悉吧。那么我们该如何写一篇较为完美的范文呢？这里我整理了一些优秀的范文，希望对大家有所帮助，下面我们就来了解一下吧。

**销售目标责任书篇一**

绩并综合考虑多种可能的影响因素，为充分调动销售部营销人员的销售积极性，以确保公司年度销售目标的实现，在平等、自愿、协商一致的基础上，特制定本销售目标任务和相应的激励政策，并明确公司与责任人的权利与责任。双方共同遵守以下约定的条款，严格考核和遵守执行。

一、目标销售责任人：\_\_\_\_\_ 。销售区域：\_\_\_\_\_ 。

二、目标销售任务： 20xx年责任目标\_\_\_\_\_元。

三、完成目标销售任务期限：

20xx年1月1日——20xx年xx月31日

四、销售责任人的义务

责任人应在签订年度销售目标责任书后以此作为年度的工作重心来进行工作，组织计划，勤勉工作，保证目标实现，并对其现有销售模式有所改进，公司将适时进行绩效考评、经营活动监督;积极分析市场状况，提供市场分析报告，为公司决策提供准确市场依据。责任人在签订本责任书后后，要严格控制经营成本和营销成本，遵守职业道德，保守商业机密、切实维护企业的权益;遵守国家法律、法规及公司的各项规章制度;接受总公司及授权经理的领导和监督;不得违背职业道德，不得从事和本公司无关的第二职业，不得从事有损本公司声誉的任何活动。

五、目标考核办法及奖励措施

1、目标实现原则。各签订人应严格执行所提交的指标任务，进行年度销售工作。公司组建评价小组，对目标的完成情况进行评价打分。

2、考核与激励原则。以目标是否100%完成，作为奖励的基准。在完成的基础上，最终奖励金额=奖励金额系数\*项目评价得分/100 。

3、奖励方式。根据项目难易程度确定奖励金额基数。负责人与成员根据一定比例对最终奖励金额进行分配。

4、对未完成年度指标的责任人进行考核。

监督人： 责任人：

20xx年 月 日 20xx年 月 日

**销售目标责任书篇二**

根据公司的营销目标，按照对市场的预测，综合考虑多种可能的影响因素。为充分调动部门各人员的营销积极性，以确保公司阶段性营销目标的实现。在平等、自愿、协商一致的基础上，特制定本营销目标任务和相应的激励政策，并明确公司与责任人的权利与责任。双方共同遵守以下约定的条款，严格考核和遵守执行。

一、业务人员：

二、执行监督人：

三、负责销售区域：

四、销售任务

经公司研究决定，现授权，全面负责公司在区域品牌的宣传、推广、销售活动的权利。同时，完成以下年度目标营销任务：基本任务：回款\*\*万元，开新发客户家;注：以上任务和人员薪资等待遇均以人民币结算!

五、完成区域销售任务期限：天

自\*\*年\*\*月\*\*日点至\*\*年\*\*月\*\*日点

六、业务人员职责和义务

1、职责：

a、根据公司营销规划，完成公司下达的销售任务指标;

b、负责区域内的市场具体开拓和客户维护，保证销量的完成;

c、做好客户与公司的沟通桥梁工作并保证公司政策的顺利执行;

d、负责竞争对手的市场、产品、策略等信息的收集汇报;

e、负责公司产品在该地区的培训、售后和技术支持服务;

f、负责公司交办的其他事务处理。

2、义务：

a、自觉遵守国家法律和公司纪律，诚实守信的，杜绝黄、赌、毒的事件发生;

b、自觉接受公司的监督和工作指导，按时提交各项管理报表及时汇报工作进度和状况;

c、负责本区域的市场推广，维护公司整体形象;

d、根据公司绩效考核要求，参与公司绩效考核(细则按各级考核表

规定执行)

七、薪酬规定：

基本月薪+绩效+补助

1、基本工资按有效工作日核算;

2、绩效工资按月度发放。

3、考核发放办法：

(1)任务额完成率<50%者无绩效，出差费用按总费用的50%核算;

(2)任务额完成率≥50%不足80%者，发放本月奖金总金额的50%—80%核算;出差费用按总费用的50%—80%核算;

(3)任务额完成率≥80%不足90%者，发放本月奖金总金额的100%;出差费用按总费用的100%核算;

(4)任务额完成率≥90%不足100%者，发放本月奖金总金额的100%;出差费用按总费用的100%核算;另外享受特别奖励!出差费用包括车费、生活补助、住宿补助、通讯补助等，补助标准按公司财务相关制度执行。

4、未满合同期离开公司(不论原因，特殊情况例外)无绩效工资。

备注：回款数据以财务统计出货数据为准。

八、奖励规定：

超额累计完成销售任务者，除全额享有绩效工资，另外享受总经理特别奖励!(升职、加薪、现金重奖、期权奖励等视具体情况决定);

九、附则

1、本责任书一式三份，销售部一份、销售主管一份、业务员一份。

2、本责任书自签订之日起，公司和业务员与销售主管应共同努力、携手并进、互励共勉，以期顺利完成目标责任。

销售部(盖章)：

部门主管签字：

业务人员(签字)：

日期：

**销售目标责任书篇三**

根据公司20xx年度的销售目标，按照对市场的预测，参考历史销售业绩并综合考虑多种可能的影响因素，为充分调动销售部营销人员的销售积极性，以确保公司年度销售目标的实现，在平等、自愿、协商一致的基础上，特制定本销售目标任务和相应的激励政策，并明确公司与责任人的权利与责任。双方共同遵守以下约定的条款，严格考核和遵守执行。

一、目标销售责任人：

销售区域：

二、目标销售任务：20xx年责任目标元。

三、完成目标销售任务期限：

20xx年1月1日——20xx年12月31日

四、销售责任人的义务责任人应在签订年度销售目标责任书后以此作为年度的工作重心来进行工作，组织计划，勤勉工作，保证目标实现，并对其现有销售模式有所改进，公司将适时进行绩效考评、经营活动监督;积极分析市场状况，提供市场分析报告，为公司决策提供准确市场依据。责任人在签订本责任书后后，要严格控制经营成本和营销成本，遵守职业道德，保守商业机密、切实维护企业的权益;遵守国家法律、法规及公司的各项规章制度;接受总公司及授权经理的领导和监督;不得违背职业道德，不得从事和本公司无关的第二职业，不得从事有损本公司声誉的任何活动。

五、目标考核办法及奖励措施

1、目标实现原则。各签订人应严格执行所提交的指标任务，进行年度销售工作。公司组建评价小组，对目标的完成情况进行评价打分。

2、考核与激励原则。以目标是否100%完成，作为奖励的基准。在完成的基础上，最终奖励金额=奖励金额系数\*项目评价得分/100。

3、奖励方式。根据项目难易程度确定奖励金额基数。负责人与成员根据一定比例对最终奖励金额进行分配。

4、对未完成年度指标的责任人进行考核。

监督人：

责任人：

20xx年\*\*月\*\*日

20xx年\*\*月\*\*日

**销售目标责任书篇四**

根据公司20xx年度的销售目标，按照对市场的预测，参考历史销售业绩并综合考虑多种可能的影响因素，为充分调动销售部营销人员的销售积极性，以确保公司年度销售目标的实现，在平等、自愿、协商一致的基础上，特制定本销售目标任务和相应的激励政策，并明确公司与责任人的权利与责任。双方共同遵守以下约定的条款，严格考核和遵守执行。

一、目标销售责任人：

销售区域：

二、目标销售任务： 20xx年责任目标 元。

三、完成目标销售任务期限：

20xx年1月1日——20xx年12月31日

四、销售责任人的义务 责任人应在签订年度销售目标责任书后以此作为年度的工作重心来进行工作，组织计划，勤勉工作，保证目标实现，并对其现有销售模式有所改进，公司将适时进行绩效考评、经营活动监督;积极分析市场状况，提供市场分析报告，为公司决策提供准确市场依据。责任人在签订本责任书后后，要严格控制经营成本和营销成本，遵守职业道德，保守商业机密、切实维护企业的权益;遵守国家法律、法规及公司的各项规章制度;接受总公司及授权经理的领导和监督;不得违背职业道德，不得从事和本公司无关的第二职业，不得从事有损本公司声誉的任何活动。

五、目标考核办法及奖励措施

1、目标实现原则。各签订人应严格执行所提交的指标任务，进行年度销售工作。公司组建评价小组，对目标的完成情况进行评价打分。

2、考核与激励原则。以目标是否100%完成，作为奖励的基准。在完成的基础上，最终奖励金额=奖励金额系数\*项目评价得分/100 。

3、奖励方式。根据项目难易程度确定奖励金额基数。负责人与成员根据一定比例对最终奖励金额进行分配。

4、对未完成年度指标的责任人进行考核。

监督人： 责任人：

年 月 日 年 月 日

**销售目标责任书篇五**

根据公司20xx年度的销售目标，按照对市场的预测，参考历史销售业绩并综合考虑多种可能的影响因素，为充分调动销售部营销人员的销售积极性，提高服务质量，以确保公司年度销售目标的实现，在平等、自愿的基础上，特制定本销售目标任务和相应的激励奖罚政策，并明确公司与责任人的权利与责任。

一、目标销售责任人：

二、目标销售任务

经公司研究决定，现授权销售责任人负责公司所经营的所有药品(西药、中药饮片、保健品、医疗器械)的销售，并负责客户的维护、服务、配送工作。同时，完成以下年度目标销售任务，按季度进行考核。

1、20xx年度销售\*\*万元;

2、客户投诉次数不大于\*\*次。

3、客户回访率%;重点客户满意率%。

三、完成目标销售任务期限：20xx年12月21日——20xx年12月20日

四、销售责任人的销售区域(服务对象)：

五、具体实施办法：

1、责任人应在签订年度销售目标责任书后十日内向公司提供一份20xx年销售目标完成计划书。

2、由公司和责任人对20xx年销售任务按季度进行分解，公司在每季度末考核责任人销售任务完成情况，如果完成销售任务，超出部分按照销售额的1%进行奖励;未完成计划销售目标任务的，差额部分按照0.8%进行处罚，且责任人须书面向直接上级说明未完成计划任务的原因，并提出改进措施。如果连续四个季度未完成销售任务，公司将评估责任人的销售能力和责任心，决定责任人是否能继续胜任营销员一职。

3、责任人必须响应公司组织的各项促销活动，做好举办活动的前期准备计划、流程，活动结束后需提交的客户参与信息、活动分析及活动效果等相关资料等。本项列入公司考核责任人内容，每违反一项，处罚50元。

4、根据公司《部门及个人考核办法》要求，参与公司考核;(细则按各级考核表规定执行)。

5、加强新客户发展工作，对业务量较大、信誉良好的非“三统一”非我公司客户，责任人通过努力客户连续两个季度均有购进记录且每季度购进量超过一万元，发展每个客户奖励责任人500元。

6、做好客户维护工作，每个季度必须对所有的服务对象进行一次现场回访工作，宣传公司的销售政策，了解客户需求，拉近与客户之间距离，公司将不定期向客户核实责任人是否现场回访，如果责任人没按公司要求回访客户，每次处罚50元。如果客户流失，连续2个季度未在公司购进药品，责任人必须书面向公司做出客户流失的具体原因，经公司核实因责任人原因造成，每流失一个客户处罚500元。

7、接受公司及药监部门对市场营销活动的检查、监督，如有违反相关的法律、法规和公司销售规定，损害公司形象、损害客户利益、损害公司利益的行为，一经核实，立即停止责任人销售工作，按照《部门及个人考核办法》和《销售协议》，承担相应的责任。

8、根据客户的经营状况，允许责任人每月最大欠款额为万元，超过部分，按照贷款行息每月扣除。

六、目标责任人的权利

1、要求公司在责任人实施市场销售活动过程中须提供必要的药品品种、车辆支持和保障。

2、公司业务部必须按照市场行情及时调整药品价格，药品品规尽量满足客户需求。公司对于重点客户可以采用灵活价格政策。

3、公司有义务协助责任人清收回款难度较大货款。

4、每月按时结算责任人销售提成;每季度按时对责任人考核并兑现。

七、本责任书与公司的各项管理制度并行，如有冲突以公司管理制度为准。本责任书一式三份，办公室一份、销售副总一份、年度销售目标责任人一份。本责任书自签订之日起，公司和销售目标责任应共同努力、携手并进、互励共勉，以期顺利完成目标责任。

总经理(签字)：

日期：

销售责任人(签字)：

日期：

**销售目标责任书篇六**

销售目标责任书是根据企业年度营销目标，按照市场预测，参考现有行业现状等综合考虑多种可能影响因素，为充分调动各部门各人员销售积极性，以确保企业年度营销目标实现，在平等自愿协商一致基础上制定的。

企业销售目标责任书包括：企业总经理销售目标责任书、业务主管销售目标责任书、业务员销售目标责任书;还包括彩钢板公司销售目标责任书、医药销售目标责任书、生物销售目标责任书、食品企业销售目标责任书。

根据xx年度营销目标，按照市场预测，参考现有行业现状等综合考虑多种可能影响因素，为充分调动各部门各人员营销积极性，以确保公司年度营销目标实现，在平等自愿协商一致基础上，特制定本营销目标任务和相应的激励政策，并确保公司与责任人的权力与责任。双方共同遵守以下约定的条款，严格考核和遵守执行。

一、 目标营销责任人：

二、 目标责任人职务：

三、 目标营销区域：

四、 目标营销任务：

经公司决定，现授权营销责任人 全面负责公司在 营销、市场推广活动，同时完成以下年度目标营销任务：

年度目标分解表

季度

春季大豆

秋季小麦

基础目标

挑战目标

飞跃目标

完成各个目标任务期限：xx年6月1日和xx年12月1日

五、营销责任人的义务

1、责任人在签订目标责任书后应对本区域提出相应营销计划，积极配合公司相应政策落实

2、关注竞品动态，最好每月提供竞品销售数量及促销信息

3、加强自身学习，不断提高自我水平

4、严格执行公司各项管理制度，按照公司基本考核执行

5、接受公司检查、监督，维护好各方面关系

6、严格执行公司价格政策

六、薪酬规定

1、营销目标责任人年薪=月基本工资+季度销售提成+年度奖金

2、季度销售提成参考公司每季度销售提成方案执行

3、年度奖金：按照公司财务出示的个人本年度创造的总营业额—成本—个人开支=个人纯利润，按照公司领导制定的奖金政策给予发放。

4、达不到基础目标的不享受销售提成，但根据工作努力情况可以享受年底奖金。

七、附则

1、本责任书一式贰分

2、目标责任人如果本年度内因故离职，不享受年度销售提成

3、本责任书自签订之日起，公司和营销目标责任人有共同努力，携手共进，互励共勉。以期顺利完成年度目标

公司(签章)： 目标责任人：

日期： 日期：

**销售目标责任书篇七**

根据公司20xx年度的销售目标，按照对市场的预测，参考历史销售业绩并综合考虑多种可能的影响因素，为充分调动销售部营销人员的销售积极性，以确保公司年度销售目标的实现，在平等、自愿、协商一致的基础上，特制定本销售目标任务和相应的激励政策，并明确公司与责任人的权利与责任。双方共同遵守以下约定的条款，严格考核和遵守执行。

一、目标销售责任人：

销售区域：

二、目标销售任务： 20xx年责任目标 元。

三、完成目标销售任务期限：

20xx年1月1日——20xx年12月31日

四、销售责任人的义务 责任人应在签订年度销售目标责任书后以此作为年度的工作重心来进行工作，组织计划，勤勉工作，保证目标实现，并对其现有销售模式有所改进，公司将适时进行绩效考评、经营活动监督;积极分析市场状况，提供市场分析报告，为公司决策提供准确市场依据。责任人在签订本责任书后后，要严格控制经营成本和营销成本，遵守职业道德，保守商业机密、切实维护企业的权益;遵守国家法律、法规及公司的各项规章制度;接受总公司及授权经理的领导和监督;不得违背职业道德，不得从事和本公司无关的第二职业，不得从事有损本公司声誉的任何活动。

五、目标考核办法及奖励措施

1、目标实现原则。各签订人应严格执行所提交的指标任务，进行年度销售工作。公司组建评价小组，对目标的完成情况进行评价打分。

2、考核与激励原则。以目标是否100%完成，作为奖励的基准。在完成的基础上，最终奖励金额=奖励金额系数\*项目评价得分/100 。

3、奖励方式。根据项目难易程度确定奖励金额基数。负责人与成员根据一定比例对最终奖励金额进行分配。

4、对未完成年度指标的责任人进行考核。

监督人： 责任人：

年 月 日 年 月 日

**销售目标责任书篇八**

根据公司20xx年度的营销目标，按照对市场的预测，参考现有行业现状等综合考虑多种可能的影响因素，为充分调动各部门各人员的营销积极性，以确保公司年度营销目标的实现，在平等、自愿、协商一致的基础上，特制定本营销目标任务和相应的激励政策，并明确公司与责任人的权利与责任。双方共同遵守以下约定的条款，严格考核和遵守执行。

一、目标营销责任人：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

二、目标责任人职务：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

三、目标营销区域：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

四、团队(部门)人员定员数量：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

五、目标营销任务

经公司研究决定，现授权营销责任人\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_全面负责公司在\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_区域品牌的宣传、推广、营销等经营活动的权利。同时，完成以下年度目标营销任务：

1、年度营销(以\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_为主)目标任务：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_万元;

2、年度营销(以\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_为主)挑战任务：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_万元。

六、完成目标营销任务期限：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

七、营销责任人的义务

1、责任人应在签订年度营销目标责任书后十日内向甲方提供具体的、可操作的、可衡量的、可实现的、有时间性的目标实施详细计划书(电子版)，在获得公司认可后以此作为对营销目标责任人进行绩效考评、经营活动监督和控制的依据;

2、营销目标责任人必须定期或不定期地按甲方要求报送以下经营活动有关的各项文字资料：

(1)月份、季度、年度各项工作计划及营销数据的分析报告;

(2)年度营销政策及实施情况的跟踪报告;

(3)公司要求提供的其它相关文字资料;

(4)考核当月末完成计划营销目标任务的，责任人须向直接上级说明未完成计划任务的原因，并提出改进措施。

(5)每月对：各类与之相关促销活动、员工考核、奖励评比按时上报数据。

3、根据公司绩效考核要求，参与公司绩效考核;(细则按各级考核表规定执行);

4、分析市场状况，提供市场分析报告，为公司决策提供准确市场依据;

5、加强部门内部管理，不断提高内部管理水平;

6、接受公司对经营活的检查、监督，并对公司就经营管理活动提出的整改、完善意见进有效贯彻和落实。

7、严格控制公司的各项费用，确保在\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_以内。

费用明细为：

1)市场费用

省部费用(老市场6.25%，新市场8.25%)

a.超市进场产生的条码费用;

b.省区投入的挂网、端架、堆头等陈列费用;

c.临时人员工资(促销人员、临时业代等);

d.省内规划的终端促销及渠道促销活动费用;

2)销售费用—人员费用5.73%

3)物流费用—4%

八、目标责任人的权利

1、要求公司在责任人实施经营活动过程中须提供必要的资金、设备、后勤等人、财、物的支持和保障;

2、根据工作需要，对部门内部员工工作进行自主安排、调动;

3、具有对部门内部员工的任免提出建议的权利，且公司将以此建议作为该部门内部员工最终任免的主要依据。

4、具有对部门内部员工的年度奖金分配的权利，且公司将其建议作为该部门内部员工最终年度奖金分配的主要依据。

九、薪酬规定：

营销目标责任人的年薪=目标任务对应的年薪--月薪×12 月+月度和年度销售提成

薪详见各级人员薪酬制

十、奖励规定：

1、完成目标任务年薪总额(含税)：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

2、完成挑战任务年薪总额(含税)：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

十一、附则

1、本责任书一式两份，公司一份、年度营销目标责任人一份。

2、目标责任人如果本年度内因故离职，则不享受年薪，只享受正常的月薪。

3、本责任书自签订之日起，公司和营销目标责任人应共同努力、携手并进、互励共勉，以期顺利完成目标责任。

公司(盖章)： 目标营销责任人(签字)：

日 期： 日 期：

**销售目标责任书篇九**

根据老爹生物公司20xx年制定的年度销售目标，按照市场预测，参考历史的销售业绩，本责任书规定的目标任务相当大。为充分调动营销人员的销售积极性，以确保公司年度销售目标的实现，在平等自愿协商一致的基础上，特制定本销售目标、任务和相应的激励政策，并明确公司与销售责任人的责任与权利。

一、目标责任人和考核公司

考核公司：湘西老爹生物有限公司。

二、目标利润、目标销售任务、销售责任人的待遇(销售责任人绩效待遇不核算入15%销售费用内)

经公司研究决定，现授权销售责任人全面负责公司生产的猕猴桃“果王”系列饮料、休闲食品类产品的销售、品牌宣传、品牌推广等活动的权利。同时完成以下销售利润和销售目标任务。

(一)目标利润

完成销售目标，其毛利润达600万元。毛利润=含税销售收入—生产成本—税收—15%以内的销售费用。

(二)年度销售产品以饮料类为主，休闲食品为辅的系列产品，基本任务3000万元(含税)或3500万以上(含税)。

1、完成基本任务年销售收入3000万元，月250万元。责任人年薪30万元(不含税)，月底薪6000元，按月考核，实行基本工资加绩效;

2、完成基本任务年销售收入3000万元，月250万元的80%以上，责任人月底薪6000元，下月补足未完成任务。

3、完成目标任务年销售收入3500万元，月290万元。责任人年薪40万元(不含税)，月底薪6000元，按月考核，实行基本工资加绩效;

4、完成基本任务年销售收入3500万元，月290万元的80%以上，责任人月底薪6000元，下月补足未完成任务。

(四)绩效工资实行季度、年度相结合的考核方式，按季发放绩效工资70%，年末30%，在考核结束10日内兑现发放。

(五)如果责任人连续两个季度无法完成基本任务80%，公司将据实际情况终止与责任人签订的目标责任书，重新聘用该项目的责任人。

三、销售费用

1、销售费用严格控制在15%以内即：

①产品自出库后发生的费用;

②销售人员工资、出差和绩效工资;

③印刷宣传品及促销推广费用;

④办公费用;

⑤产品销售所产生的杂费。

2、不包括因产品质量问题而发生的起诉、应诉、抽检、处罚、补偿以及与此相关的费用。如因产品致命质量等问题引发区域市场销量萎缩，经销商放弃经销权，公司须降低销售目标的总任务销量;

3、不包括公司为宣传自身形象而投入的规模较大的广告宣传。

四、销售责任人执行期限

目标责任书签订后，因须重新调整部门组织结构人员的布置、新绩效方案的制定，以及重新布局市场调整战略。公司对销售责任人进行业绩考核的时间：自本责任书签订和部门经理任命后3个月之后实施，为期一年。

五、责任期销售价格

1、严格执行公司20xx年7月调整后的新价格(附价格表)，且所有饮料产品出厂价格、批发价格统一由饮料专营部归口管理;

2、新产品以及新规格的产品生产成本价必须由财务核算、总经理确认，加20%具实告知销售责任人。

六、销售收款方式

公司销售实行现款交易，款到发货，特殊情况经总经理批准方可发货，有信誉的老客户(指超市酒店)按原销售方式发货但应收账款不超过期初余额，并保证全额回收(不可抗拒因素除外)。

七、责任人风险抵押的保证条款

(一)基本原则：

1、利益保障原则，保障销售责任人合法利益;

2、董事会通过，没有损害其它股东利益;

3、预交原则，切实投入资金，而不是从年薪中扣除;

4、有利于调动积极性原则，既有利于调动销售责任人积极性，又不损害其它管理人员和职工的积极性。因此，销售责任人要求其它相关部门同样和公司签订责任书，防止因生产、供应、质量等原因而影响饮料销售部目标任务的顺利完成。若出现不可预测的影响，公司须对责任人规定的销售目标任务作适当的调整。

(二)风险抵押金数额，现有高级管理人员依据自身职责与贡献的差异，其交纳风险抵押金的数额拟定为：

1、高级管理人员：抵押金相当于年度年薪的50%;

2、部门管理人员：抵押金相当于年度年薪的30%;

3、生产、销售、技术骨干：抵押金相当于年度年薪的20%。

(三)保证金额：

1、为保证销售目标的实现，目标责任人自责任书签订10日之内按薪酬比例交保证金，比例后风险抵押金人民币贰拾万元(￥20万元)，否则重新聘用该项目的责任人;

2、返还：责任人期满，由公司董事会对高层管理人员上一年度的经营行为进行考核评价，如果在任期间没有假公济私行为，也没有发生由于管理不当给公司造成重大经济损失的情况，且全面完成目标任务，公司将双倍返还上年度的风险抵押金;

3、退还：责任人离开部门，由公司董事会对其进行离任审计，如果在任期间没有假公济私行为，也没有发生由于管理不当给公司造成重大经济损失的情况，公司将如数退还风险抵押金;

4、责任人任期间发生假公济私行为，或者由于管理不当给公司造成了重大经济损失，公司将扣除其风险抵押金。

八、责任人的权利及义务

1、权利

①任职期内享受公司行政职权和期权激励。责任书签订一年内完成任务即享受长期行政职权及公司期权：销售责任人贰佰万元(￥200万元)销售部门壹佰万(￥100万);

②享有对部门的部门经理、副经理的任免权利，且由公司对任命的部门经理、副经理以会议的形式进行正式任聘，下发聘任书后到岗工作，且享有对营销中心的其他综合管理的行政权力;

③要求对销售额提取的15%费用，每月核算后出具具体数字金额，销售责任人有自主掌管权，支配权、市场投入权和部门员工工资待遇及绩效工资的拟定发放权。但须呈送公司审核备案;

④要求公司在销售责任人实施经营活动前须提供必要的资金、办公用品、吉首市内送货车添置增加、后勤等人、财、物的支持和保障;

⑤根据工作需要，享有对部门内部员工工作进行自主安排、调动; ⑥所有相关猕猴桃“果王”系列饮料、休闲食品类产品必须归口销售责任人管理，核算其总销量即总销量以生产为准;

⑦新产品以及新规格的产品销售责任人有权根据市场自主定价，在保证公司20%的利润情况下，多余盈利由销售责任人自主控制即新产品以及新规格的产品可大于15%用于以下方面：

①产品自出库后发生的费用;

②销售人员工资、出差和绩效工资;

③印刷宣传品及促销推广费用;

④办公费用;

⑤产品销售所产生的杂费。

2、义务

①责任人应在签订年度销售目标责任书后10日内向公司提供具体的、可操作性的、有时间性的目标实施详细计划书(含电子文档)，在公司认可后以此作为对销售目标责任人进行绩效考评，且作为市场开发销售活动监督、控制的依据;

②按月、季、年度提交各项工作计划、销售数据、市场调查的分析和总结报告，分析市场状况，为公司决策提供准确的市场依据;

③及时提供公司需求的相关资料，如客户信息合同等;

④考核当月未完成目标任务，责任人须书面说明未完成任务的原因，并提出改进措施;

⑤积极组织公司的营销工作，并指导、协调、激励下属工作，确保目标任务顺利完成。

九、公司的权利及义务

为保证第一年整个目标任务3000万至3500万顺利完成，且是在销售费用严格控制在15%以内，其难度相当大。所以公司必须满足以下四点：

1、新产品或新规格的产品开发生产必须在销售目标任务书签订后3个月内完成，且新产品包装由饮料专营部审批后印刷;

2、公司产品形象代言广告带制作须立即着手制作，到时方能踏踩最佳时期在湖南都市、经视、电视剧、影视等地方频道播出，为招商工作作铺垫;

3、公司所有生产人员、技术人员、供应人员、销售人员、管理人员精诚团结、形成合力。建议公司对公司的饮料核心文化和目标任务在厂内进行一次张贴大字宣传;

4、公司领导要为饮料专营部制定的市场布局、人员布局和战略方针(三年饮料销售过亿)作支持后盾。支持重新制定销售人员薪金制定和绩效工资方案(绩效方案必须是目前销售行业最先进的)，支持销售人才、市场维护人才的引进，且下命人事部为饮料专营部储备销售人才作积极的工作。储备人才的工资不列入销售费用15%以内。

十、附则

1、本责任书一式四份，董事长、总经理、销售责任人、公司财务部各一份;

2、本责任书自签订之日起公司和销售目标责任人应共同努力、互励共勉以确保目标任务的顺利完成;

3、本责任书未尽事宜由公司董事会依据具体情况商定解决。

董事长(签字): 总经理(签字):

日期: 日期:

销售责任人(签字): 财务总监(签字):

日期: 日期:

**销售目标责任书篇十**

根据公司20xx年度的销售规划，通过对市场的预测，参考历史销售业绩并综合考虑多种可能的影响因素，为充分调动销售部营销人员的销售积极性，提高服务质量，以确保公司年度销售目标的实现，在平等、自愿的基础上，特制定本销售目标任务和相应的激励奖罚政策，并明确公司与责任人的权利与责任。

一、目标销售责任人： 授权职务： 营销总监

二、销售责任人的销售区域： 全完成目标销售任务期限：自20xx年11月1日起——20xx年12月25日止。

三、目标销售任务及考核指标

经公司研究决定，现授权销售责任人负责公司所经营药品的销售，并负责客户的维护服务、配送工作。同时，完成以下年度目标销售任务，按季度进行考核。

1、20xx年11、12月销售任务 200.0522 万元;20xx年11月、12月仅对销售任务和回款进行考核，其他指标不考核。详见20xx年任务分解表。

2、责任人在20xx年12月25日前负责完成清收历年遗留销售货款118万元。

3、20xx年度销售任务 20xx.0220 万元;

4、基药产品省内各市县乡镇医院覆盖率达90%，otc产品覆盖率达80%以上。 5、客户投诉季度次数不大于 10 次。

6、客户回访率 80 %;重点客户满意率 100 %。

7、退货率不超过 0.2 %。，破损率不超过 0.02 %。

四、费用指标分解与控制

1、责任人应严格按照公司预算执行及控制，如有超支，应提前一月就超支部分以书面报告说明原因，并提请财务审核后由总经理批准，否则从市场部年度总费用中扣减。

2、费用分解(详见财务部门核定的费用分解表)

五、具体实施办法：

1、责任人应在签订年度销售目标责任书后十日内向公司提供一份20xx年销售目标完成计划书。根据公司计划责任人需在20xx年完成归芪三七口服液和麻杏止咳糖浆在省外2—3家省级医保或基药报批。

2、由公司和责任人对20xx年销售任务按季度进行分解，公司在每季度末考核责任人销售任务完成情况，如完成销售任务，则按照约定薪资标准全额发放;超额完成任务就超出部分按照销售额的0.5%进行奖励;不能完成任务，则对绩效部分薪资同比例下浮。且责任人须书面向直接上级说明未完成计划任务的原因，并提出改进措施。如果连续四个季度未完成销售任务，公司将评估责任人的销售能力和责任心，决定责任人是否能继续胜任其职务。

3、责任人必须响应公司组织的各项促销活动，做好举办活动的前期准备计划、流程，活动结束后需建立完善客户档案及信息、活动分析及活动效果等相关资料等。本项列入公司考核责任人内容，每违反一项，处罚50元。

4、根据公司统一制定的《绩效考核办法》要求，参与公司日常考核;(细则

按各级考核表规定执行)。

5、做好客户维护工作，每个季度必须对所有的服务对象进行一次现场回访工作，宣传公司的销售政策，了解客户需求，拉近与客户之间距离，公司将不定期向客户征询回访情况及满意度，如果责任人没按公司要求回访客户，每次处罚50元。如果客户流失，连续2个季度未购进药品，责任人必须书面向公司做出客户流失的具体原因，经公司核实因责任人原因造成，每流失一个客户处罚500元。

6、接受公司及药监部门对市场营销活动的检查、监督，如有违反相关的法律、法规和公司销售规定，损害公司形象、损害客户利益、损害公司利益的行为，一经核实，立即停止责任人销售工作，按照《部门及个人考核办法》和《销售协议》，承担相应的责任。

7、按照公司规定按时制定销售月报、季报、年报。于次月4日前上报销售月报表，每滞后一天处罚责任人50元。

六、目标责任人的权利

1、要求公司在责任人实施市场销售活动过程中须提供必要的药品品种、车辆支持和后勤保障。

2、公司销售部必须按照公司规定的药品销售价格执行，如有药品价格变动需报总经理审批。药品品规尽量满足客户需求。

3、每月按时结算责任人销售提成;每季度按时对责任人考核并兑现。

七、本责任书与公司的各项管理制度并行，如有冲突以公司管理制度为准。 本责任书一式四份，办公室一份、总经理及财务各一份、年度销售目标责任人一份。自签订之日起，公司和销售目标责任人应共同努力、携手并进、互励共勉，以期顺利完成目标责任。

总经理(签字)： 销售责任人(签字)：

日 期： 日 期：

**销售目标责任书篇十一**

根据老爹生物公司20xx年制定的年度销售目标，按照市场预测，参考历史的销售业绩，本责任书规定的目标任务相当大。为充分调动营销人员的销售积极性，以确保公司年度销售目标的实现，在平等自愿协商一致的基础上，特制定本销售目标、任务和相应的激励政策，并明确公司与销售责任人的责任与权利。

一、目标责任人和考核公司

销售责任人：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_，行政职务：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_。

考核公司：湘西老爹生物有限公司。

二、目标利润、目标销售任务、销售责任人的待遇(销售责任人绩效待遇不核算入15%销售费用内)

经公司研究决定，现授权销售责任人全面负责公司生产的猕猴桃“果王”系列饮料、休闲食品类产品的销售、品牌宣传、品牌推广等活动的权利。同时完成以下销售利润和销售目标任务。

(一)目标利润

完成销售目标，其毛利润达600万元。毛利润=含税销售收入—生产成本—税收—15%以内的销售费用。

(二)年度销售产品以饮料类为主，休闲食品为辅的系列产品，基本任务3000万元(含税)或3500万以上(含税)。

1、完成基本任务年销售收入3000万元，月250万元。责任人年薪30万元(不含税)，月底薪6000元，按月考核，实行基本工资加绩效;

2、完成基本任务年销售收入3000万元，月250万元的80%以上，责任人月底薪6000元，下月补足未完成任务。

3、完成目标任务年销售收入3500万元，月290万元。责任人年薪40万元(不含税)，月底薪6000元，按月考核，实行基本工资加绩效;

4、完成基本任务年销售收入3500万元，月290万元的80%以上，责任人月底薪6000元，下月补足未完成任务。

(四)绩效工资实行季度、年度相结合的考核方式，按季发放绩效工资70%，年末30%，在考核结束10日内兑现发放。

(五)如果责任人连续两个季度无法完成基本任务80%，公司将据实际情况终止与责任人签订的目标责任书，重新聘用该项目的责任人。

三、销售费用

1、销售费用严格控制在15%以内即：

①产品自出库后发生的费用;

②销售人员工资、出差和绩效工资;

③印刷宣传品及促销推广费用;

④办公费用;

⑤产品销售所产生的杂费。

2、不包括因产品质量问题而发生的起诉、应诉、抽检、处罚、补偿以及与此相关的费用。如因产品致命质量等问题引发区域市场销量萎缩，经销商放弃经销权，公司须降低销售目标的总任务销量;

3、不包括公司为宣传自身形象而投入的规模较大的广告宣传。

四、销售责任人执行期限

目标责任书签订后，因须重新调整部门组织结构人员的布置、新绩效方案的制定，以及重新布局市场调整战略。公司对销售责任人进行业绩考核的时间：自本责任书签订和部门经理任命后3个月之后实施，为期一年。

五、责任期销售价格

1、严格执行公司20xx年7月调整后的新价格(附价格表)，且所有饮料产品出厂价格、批发价格统一由饮料专营部归口管理;

2、新产品以及新规格的产品生产成本价必须由财务核算、总经理确认，加20%具实告知销售责任人。

六、销售收款方式

公司销售实行现款交易，款到发货，特殊情况经总经理批准方可发货，有信誉的老客户(指超市酒店)按原销售方式发货但应收账款不超过期初余额，并保证全额回收(不可抗拒因素除外)。

七、责任人风险抵押的保证条款

(一)基本原则：

1、利益保障原则，保障销售责任人合法利益;

2、董事会通过，没有损害其它股东利益;

3、预交原则，切实投入资金，而不是从年薪中扣除;

4、有利于调动积极性原则，既有利于调动销售责任人积极性，又不损害其它管理人员和职工的积极性。因此，销售责任人要求其它相关部门同样和公司签订责任书，防止因生产、供应、质量等原因而影响饮料销售部目标任务的顺利完成。若出现不可预测的影响，公司须对责任人规定的销售目标任务作适当的调整。

(二)风险抵押金数额，现有高级管理人员依据自身职责与贡献的差异，其交纳风险抵押金的数额拟定为：

1、高级管理人员：抵押金相当于年度年薪的50%;

2、部门管理人员：抵押金相当于年度年薪的30%;

3、生产、销售、技术骨干：抵押金相当于年度年薪的20%。

(三)保证金额：

1、为保证销售目标的实现，目标责任人自责任书签订10日之内按薪酬比例交保证金，比例后风险抵押金人民币贰拾万元(￥20万元)，否则重新聘用该项目的责任人;

2、返还：责任人期满，由公司董事会对高层管理人员上一年度的经营行为进行考核评价，如果在任期间没有假公济私行为，也没有发生由于管理不当给公司造成重大经济损失的情况，且全面完成目标任务，公司将双倍返还上年度的风险抵押金;

3、退还：责任人离开部门，由公司董事会对其进行离任审计，如果在任期间没有假公济私行为，也没有发生由于管理不当给公司造成重大经济损失的情况，公司将如数退还风险抵押金;

4、责任人任期间发生假公济私行为，或者由于管理不当给公司造成了重大经济损失，公司将扣除其风险抵押金。

八、责任人的权利及义务

1、权利

①任职期内享受公司行政职权和期权激励。责任书签订一年内完成任务即享受长期行政职权及公司期权：销售责任人贰佰万元(￥200万元)销售部门壹佰万(￥100万);

②享有对部门的部门经理、副经理的任免权利，且由公司对任命的部门经理、副经理以会议的形式进行正式任聘，下发聘任书后到岗工作，且享有对营销中心的其他综合管理的行政权力;

③要求对销售额提取的15%费用，每月核算后出具具体数字金额，销售责任人有自主掌管权，支配权、市场投入权和部门员工工资待遇及绩效工资的拟定发放权。但须呈送公司审核备案;

④要求公司在销售责任人实施经营活动前须提供必要的资金、办公用品、吉首市内送货车添置增加、后勤等人、财、物的支持和保障;

⑤根据工作需要，享有对部门内部员工工作进行自主安排、调动;

⑥所有相关猕猴桃“果王”系列饮料、休闲食品类产品必须归口销售责任人管理，核算其总销量即总销量以生产为准;

⑦新产品以及新规格的产品销售责任人有权根据市场自主定价，在保证公司20%的利润情况下，多余盈利由销售责任人自主控制即新产品以及新规格的产品可大于15%用于以下方面：

①产品自出库后发生的费用;

②销售人员工资、出差和绩效工资;

③印刷宣传品及促销推广费用;

④办公费用;

⑤产品销售所产生的杂费。

2、义务

①责任人应在签订年度销售目标责任书后10日内向公司提供具体的、可操作性的、有时间性的目标实施详细计划书(含电子文档)，在公司认可后以此作为对销售目标责任人进行绩效考评，且作为市场开发销售活动监督、控制的依据;

②按月、季、年度提交各项工作计划、销售数据、市场调查的分析和总结报告，分析市场状况，为公司决策提供准确的市场依据;

③及时提供公司需求的相关资料，如客户信息合同等;

④考核当月未完成目标任务，责任人须书面说明未完成任务的原因，并提出改进措施;

⑤积极组织公司的营销工作，并指导、协调、激励下属工作，确保目标任务顺利完成。

九、公司的权利及义务

为保证第一年整个目标任务3000万至3500万顺利完成，且是在销售费用严格控制在15%以内，其难度相当大。所以公司必须满足以下四点：

1、新产品或新规格的产品开发生产必须在销售目标任务书签订后3个月内完成，且新产品包装由饮料专营部审批后印刷;

2、公司产品形象代言广告带制作须立即着手制作，到时方能踏踩最佳时期在湖南都市、经视、电视剧、影视等地方频道播出，为招商工作作铺垫;

3、公司所有生产人员、技术人员、供应人员、销售人员、管理人员精诚团结、形成合力。建议公司对公司的饮料核心文化和目标任务在厂内进行一次张贴大字宣传;

4、公司领导要为饮料专营部制定的市场布局、人员布局和战略方针(三年饮料销售过亿)作支持后盾。支持重新制定销售人员薪金制定和绩效工资方案(绩效方案必须是目前销售行业最先进的)，支持销售人才、市场维护人才的引进，且下命人事部为饮料专营部储备销售人才作积极的工作。储备人才的工资不列入销售费用15%以内。

十、附则

1、本责任书一式四份，董事长、总经理、销售责任人、公司财务部各一份;

2、本责任书自签订之日起公司和销售目标责任人应共同努力、互励共勉以确保目标任务的顺利完成;

3、本责任书未尽事宜由公司董事会依据具体情况商定解决。

董事长(签字): 总经理(签字):

日期: 日期:

销售责任人(签字): 财务总监(签字):

**销售目标责任书篇十二**

根据公司20xx年度的营销目标，为充分调动各部门各人员的营销积极性，在平等、自愿、协商一致的基础上，特制定本营销目标任务和相应的激励政策，并明确公司与责任人的权利与责任。双方共同遵守以下约定的条款，严格考核和遵守执行。

一、目标营销责任人：

二、目标责任人职务：

三、团队(部门)人员定员数量：

四、目标营销任务

经公司研究决定，现授权营销责任人 全面负责公司 营销等经营活动的权利。同时，完成以下年度目标营销任务：

1、年度营销(以 为主)目标净利润： 万元;

2、年度营销(以 为主)目标销量： 万元。

年度目标分解表：

五、完成目标营销任务期限：

六、经营条件和考核范围

1、公司提供资金人民币贰仟伍佰万元(￥25000000)和经营相应的办公设施、仓储场地，目标营销部门承担相应的费用。使用资金按月息1.2%计算的利息。

2、净利润考核范围是指扣除目标责任部门所有人员的工资(不包括年终考核提成和超额奖励)、使用资金按月息1.2%计算的利息、使用固定资产按公司固定资产管理制度计算的折旧、按 25%计算含税利润总额的应交所得税、日常经营管理发生的其他经营费用及公司固定的管理费用。

七、营销责任人的义务

1、责任人在签订目标责任书后应提出具体的、可操作的相应营销

计划，积极配合公司相应政策落实

2、营销目标责任人必须定期或不定期地按公司要求报送以下经

营活动有关的各项文字资料：

(1)月份、季度、年度各项工作计划及营销数据的分析报告;

(2)公司要求提供的其它相关文字资料;

(3)每月对员工考核、奖励评比按时上报数据。

(4)当月末完成计划营销目标任务的，责任人须向直接上级说明未完成计划任务的原因，并提出改进措施。

3、根据公司绩效考核要求，参与公司绩效考核

4、分析市场状况，提供市场分析报告，为公司决策提供准确市场依据;

5、加强部门内部管理，不断提高内部管理水平;

6、接受公司对经营活的检查、监督，并对公司就经营管理活动提出的整改、完善意见进有效贯彻和落实。

7、严格控制各项费用，确保在 以内。

九、目标责任人的权利

1、要求公司在责任人实施经营活动过程中须提供必要的资金、设备、后勤等人、财、物的支持和保障;

2、根据工作需要，对部门内部员工工作进行自主安排、调动;

3、具有对部门内部员工的任免提出建议的权利，且公司将以此建议作为该部门内部员工最终任免的主要依据。

4、具有对部门内部员工的年度奖金分配的权利，且公司将其建议作为该部门内部员工最终年度奖金分配的主要依据。

十、经营管理权利和限制

目标责任人在授权期间具有采购、销售的独立决策权，具有所需人员的聘任权，配置资金的使用权，在符合法律法规要求内的独立经营权。

目标责任人及所聘用员工必须遵守国家的法律法规和公司的规章制度，接受公司的考核和审计监督，出现侵害公司利益的舞弊行为、连续三个月亏损或单月出现 万元的重大亏损时，甲方有权终止授权。

十一、薪酬及奖励

1. 薪酬规定：

目标责任人每月固定工资人民币8000元，按考勤计算发放，享有公司各项福利待遇，扣除代扣个人款项及因违纪公司给予的各项处罚。

各单位采取按月考核、累计计算、年终结算的考核办法;

(1)月份工资

① 月完成计划利润单位，员工发基本工资;

② 当月完不成计划利润单位，下浮月基本工资10%;直到累计完成相应利润指标

③ 考核年度内累计扭亏并完成计划利润后，少发工资部分予以补齐。

(2)年终效益奖

① 全年完成计划利润指标单位，计划利润的10%作为分红给经营者。

②全年超额完成计划利润指标单位，按超过计划利润部分的60%作为提奖基数;

③ 各单位提奖总额的30%原则上奖励给单位正职，余70%各单位自主分配;

④ 资源部正职的年终效益奖基数按各单位正职的加权平均计算。(还是按购进钢材1元/吨提取)

2. 奖励规定：

(1)年终分红

年终以经过审计的决算为准，实际数量和净利润指标均完成，公司给予目标责任人人民币 万元的目标提成;如实际数量和净利润指标中一项完成一项未完成，则目标提成按未完成项完成比例折算;如数量和净利润两项指标均未完成，则目标提成按两项指标完成比例的乘积折算;如净利润为负数，则目标提成为零。实际目标提成70%当年结算后一月内发放，30%在次年按月平均发放。公司有权从中扣除代扣个人款项及因违纪公司给予的各项处罚。

(2)超额奖励

年终以经过审计的决算为准，实际完成净利润超过目标净利润的，公司给予目标责任部门超出目标净利润部分(超额净利润)60%的超额奖励，其中，40%的超额奖励归目标责任人，20%归目标责任部门的副职，40%由目标责任人分配给所属员工。超额奖励全部当年结算后一月内发放。公司有权从中扣除代扣个人款项及因违纪公司给予的各项处罚。

十二、附则：

1、目标责任人对上述具体数据负有保密责任，如有泄露对公司造成不良影响，公司有扣除留存30%目标提成的权利。

2、目标责任人若在20xx年度由于个人原因离职或因重大工作失误被公司解聘的，取消全年奖励。

3、执行中如有分歧，双方协商解决，协商不成可申请仲裁。

4、本责任书一式两份，公司一份、年度营销目标责任人一份。

5、本责任书自签订之日起，公司和营销目标责任人应共同努力、携手并进、互励共勉，以期顺利完成目标责任。

公司(盖章)：日 期：

期： 目标营销责任人(签字)：日

**销售目标责任书篇十三**

根据公司20xx年度的营销目标，按照对市场的预测，参考现有行业现状等综合考虑多种可能的影响因素，为充分调动各部门各人员的营销积极性，以确保公司年度营销目标的实现，在平等、自愿、协商一致的基础上，特制定本营销目标任务和相应的激励政策，并明确公司与责任人的权利与责任。双方共同遵守以下约定的条款，严格考核和遵守执行。

一、 目标营销责任人：

二、 目标责任人职务：

三、 目标营销区域：

四、 团队(部门)人员定员数量：

五、目标营销任务

经公司研究决定，现授权营销责任人 全面负责公司在 区域品牌的宣传、推广、营销等经营活动的权利。同时，完成以下年度目标营销任务：

1、年度营销(以 为主)目标任务： 万元;

2、年度营销(以 为主)挑战任务：万元。

年度目标分解表：

六、完成目标营销任务期限： 20xx年12月31日

七、营销责任人的义务

1、责任人应在签订年度营销目标责任书后十日内向甲方提供具体的、可操作的、可衡量的、可实现的、有时间性的目标实施详细计划书(电子版)，在获得公司认可后以此作为对营销目标责任人进

行绩效考评、经营活动监督和控制的依据;

2、营销目标责任人必须定期或不定期地按甲方要求报送以下经营活动有关的各项文字资料：

(1)月份、季度、年度各项工作计划及营销数据的分析报告;

(2)年度营销政策及实施情况的跟踪报告;

(3)公司要求提供的其它相关文字资料;

(4)考核当月末完成计划营销目标任务的，责任人须向直接上级说明未完成计划任务的原因，并提出

改进措施。

(5)每月对：各类与之相关促销活动、员工考核、奖励评比按时上报数据。

3、根据公司绩效考核要求，参与公司绩效考核;(细则按各级考核表规定执行);

4、分析市场状况，提供市场分析报告，为公司决策提供准确市场依据;

5、加强部门内部管理，不断提高内部管理水平;

6、接受公司对经营活的检查、监督，并对公司就经营管理活动提出的整改、完善意见进有效贯彻和落实。

7、严格控制公司的各项费用，确保在 以内。

费用明细为：

1)市场费用

省部费用(老市场6.25%，新市场8.25%)

a. 超市进场产生的条码费用;

b. 省区投入的挂网、端架、堆头等陈列费用;

c. 临时人员工资(促销人员、临时业代等);

d. 省内规划的终端促销及渠道促销活动费用;

2)销售费用—人员费用5.73%

3)物流费用—4%

八、目标责任人的权利

1、要求公司在责任人实施经营活动过程中须提供必要的资金、设备、后勤等人、财、物的支持和保障;

2、根据工作需要，对部门内部员工工作进行自主安排、调动;

3、具有对部门内部员工的任免提出建议的权利，且公司将以此建议作为该部门内部员工最终任免的主要依据。

4、具有对部门内部员工的年度奖金分配的权利，且公司将其建议作为该部门内部员工最终年度奖金分配的主要依据。

九、薪酬规定：

营销目标责任人的年薪=目标任务对应的年薪--月薪×12 月+月度和年度销售提成薪详见各级人员薪酬制

十、奖励规定：

1、完成目标任务年薪总额(含税)：

2、完成挑战任务年薪总额(含税)：

十一、附则

1、本责任书一式两份，公司一份、年度营销目标责任人一份。

2、目标责任人如果本年度内因故离职，则不享受年薪，只享受正常的月薪。

3、本责任书自签订之日起，公司和营销目标责任人应共同努力、携手并进、互励共勉，以期顺利

完成目标责任。

公司(盖章)： 目标营销责任人(签字)：

本文档由站牛网zhann.net收集整理，更多优质范文文档请移步zhann.net站内查找