## **项目**

## **整体广告推广服务合同**

项目地点 ：

合同编号 ：

****甲方（委托方）：****

****乙方（受托方）：****

甲乙双方经友好协商，根据《中华人民共和国民法典》和《中华人民共和国民法典》《中华人民共和国广告法》的有关规定，就甲方委托乙方提供                     建设项目（以下简称“该项目”）整体广告推广服务事宜，达成以下协议，并承诺共同遵守。

****第1条  服务内容****

甲方委托乙方负责该项目的广告推广及创意、设计、制作等工作。该项目坐落于                     。该项目总占地约         平方米，规划总建筑面积约         万平方米,容积率为                      。

经双方商定，在合同有效期内，由乙方完成委托项目的广告推广、创意、设计和制作等工作。广告服务内容包括，前期定调阶段服务内容和后续执行阶段服务内容（详见附件一《整体广告推广服务内容》）。乙方应完成的广告工作包含但不限于以上内容，以实际推广需要和甲方具体要求为准。

****第2条  服务方式****

2.1  双方应本着相互信任，尽职尽责的原则开展各项事宜的合作；

2.2  甲方指定                     为本项目与乙方保持工作联络的联系人。该人员负责代表甲方与乙方签订各种文件、制定推广计划，协调有关项目推广所需的甲方内部关系及资源，但涉及服务费变更的文件需加盖甲方公章后才能生效;

2.3  乙方指定                     出任本项目负责人，全权代表乙方与甲方保持工作联络，负责与甲方签订各种文件、制订推广计划，协调有关本项目推广所需的乙方内、外部关系;

2.4  乙方所有工作的开展必须获得甲方书面同意，乙方方可进行，否则，一切责任由乙方自行承担，甲方有权不支付相关工作费用;

2.5  为确保工作顺利开展及提高服务质量，甲方要求乙方专案组成员提供全程广告整体推广服务。专案组成员至少应包括总监1名、平面设计1名、文案1名、客服人员1名;

2.6  每周举行一次工作例会，沟通并解决本周及下周的工作内容，会议时间和地点、方式由甲方确定并提前通知乙方。会议内容包括，总结上一销售阶段推广工作中的经验和存在的问题、下一销售阶段中原定推广方案的调整情况以及下一销售阶段内的具体工作项目及双方分工等。乙方应充分做好会前、会后工作：至少在会前提前1日提供会议讨论文稿及所需资料；会后乙方应于1日内形成会议纪要提交甲方。乙方与会人员包括：乙方项目负责人及专案组成员。双方可根据工作需要临时增加工作例会；

2.7  乙方应于每月初以工作月报形式提交上月工作总结及本月工作安排；

2.8  乙方根据甲方下达的《工作任务单》（详见附件二）执行工作，每次提案乙方应提交不少于两套不同设计风格方案供甲方选择；乙方提交的设计稿、方案及其它文件资料格式等应符合甲方要求，并在甲方规定的时间内完成，每逾期一天，甲方有权按人民币        元/天的标准要求乙方支付违约金：

  (1) 服务内容中讨论稿及设计稿需提供矢量文件、图片等，如AI 、TIF、 JPG等格式；

  (2) 服务内容中市场分析、广告策略、推广方案等可以文本文档、PPT图纸、图片等文档方式提供，并向甲方提交电子文件；

  (3) 服务内容中不包括作为使用实体的制作、印刷（含出片打样）以及广告的发布代理、公关活动费用；如甲方委托乙方办理实体的制作、印刷（含出片打样）及广告的发布代理、公关活动等，由甲乙双方另行签订协议。若不委托乙方打样制作，乙方则应详细标注打样标准及材质等要求，并由双方共同确认。

2.9  对达成一致的方案、设计，甲乙双方代表签署《工作成果签收单》（详见附件三）；对不能达成一致的方案、设计，若甲方对该方案提出异议，乙方应当按照甲方的意见进行修改，并根据实际工作量，在         日内重新提交工作成果；如果重新提交的工作成果，三次仍不能达到甲方的要求时，甲方有权单方解除合同；

2.10  在平面、网络、影像等各类媒体上发布的与本项目相关的任何内容中，经甲方同意，按甲方要求的方式出现乙方“整合推广”信息。

****第3条  合同期限****

3.1  本合同期限为         ，自         年        月        日起至         年        月        日止。合同期满，如双方同意续约，则应另行签订书面续约合同，乙方承诺无论续约期限长短，均维持本合同约定的月度服务费收取标准。

3.2  因政府政策、不可抗力事件或房地产市场行情影响导致甲方决定本项目延期开盘或销售中止，甲方有权利延期开始或中止本广告合同，延期或中止期间，甲方不支付费用。

****第4条  服务费用及付款方式****

4.1  甲乙双方约定，月度服务费标准为人民币        元/每月（大写                     元整/月），即本合同的总价款为人民币        元/每月（大写                     元整/月）。

4.2  月度服务费标准已包括乙方完成本合同规定的所有服务内容的全部费用（包括所有直接和间接费用、管理费、利润、税金等，包括但不限于行政费用和服务人员的薪金、现场服务、福利、保险、交通、食宿和通讯等所有费用）。

4.3  月度服务质量考核：甲方应在每月5日前对乙方完成的上个月度服务工作质量进行考核评估（详见附件：项目广告服务质量考核细则），根据考评结果确定应支付的实际月度服务费。

4.4  合同履行中，实际服务不满一个月的，服务费计算方法为：月度服务费/30天\*实际工作天数。

4.5  采取按月付款的方式支付，支付时间为每月         日前支付上月服务费。月服务费结算支付以电汇支付方式进行。

4.6  本服务费不包含出片打样、媒体发布、租片、专业摄影摄像、制作、外文翻译、公关活动等费用。

4.7  对于甲方每次所付款项，乙方应开具税务机关认可的足额增值税发票。

4.8  本合同中甲方应支付乙方的款项因需经甲方财务部门内部审核程序，如当月不能支付上月服务费，可延至下月         日前支付，不视为甲方违约。

4.9  乙方应于每月         日前，向甲方提交上月付款结算资料（包括但不限于上月工作总结及下月工作安排、上月完成的策略方案、推广方案、设计、文案等），如因乙方提交的付款结算资料不完整或迟延的，则甲方有权按乙方最终完整提交结算资料的日期相应顺延支付服务费。

4.10  关于广告发布事宜，如最终甲方委托乙方负责代理发布，相关代理或中介费用已包含在月服务费中，乙方不再另行收取任何中介服务费。同时甲方有权另行委托专业发布代理公司进行广告版位预定和广告发布，所产生的费用由甲方自行承担。

****第5条  甲方权利与义务****

5.1  甲方需将本项目报规资料的复印件或电子版于本合同生效后         日内提交给乙方；

5.2  甲方保证所提供的资料准确、完整，甲方还需对其所提供资料的真实性和有效性承担责任；

5.3  甲方将参与各项实际工作的展开，并对乙方工作进行服务质量考核验收（详见附件三）；

5.4  根据市场形势及本项目情况，在与乙方沟通后，制订营销目标及广告推广计划；

5.5  甲方有权审定并确认乙方提交的项目各阶段广告推广计划、创作设计表现、制作发布方案及预算；

5.6  甲方对乙方交付的工作成果有异议时，甲方需及时书面通知乙方，并应详细、明确地表明甲方的意见和时间要求，以便乙方修改或变更；如果乙方未能在甲方要求时间内重新提交工作成果或提交的工作成果三次仍不能达到甲方的要求时，甲方有权单方解除合同；

5.7  所有涉及项目的设计成果，一旦提交给甲方，知识产权归甲方所有；

5.8  甲方有权审定并确认乙方提交的项目小组人员名单（详见附件四）；乙方项目小组人员的工作达不到甲方要求，经甲方提出合理意见后仍达不到要求的，甲方有权利要求更换，更换的小组成员应当在         日内到位。如经    三     次更换，仍达不到甲方要求，甲方有权单方解除合同；

5.9  根据本合同项下之规定，甲方应按合同约定期限向乙方支付服务费用。甲方未按本合同约定期限向乙方支付款项的，应按日向乙方承担未付款项的         ‰的违约责任。乙方任一期款项迟延付款超过        日的，乙方有权解除本合同。乙方解除合同的，甲方除应向乙方承担应付款项的迟延付款违约金外，还应向乙方承担合同总价款的        %的违约金。

****第6条  乙方权利与义务****

6.1  乙方须认真执行本合同中的各项工作，并接受甲方的监督与考核；

6.2  乙方应提交项目专案组成员名单，并作为合同附件。如确有特殊原因发生人员变动，必须提前一个月书面告知甲方，经甲方同意后，提交调整后的小组人员名单供甲方确认；

6.3  乙方须在每月         日前提交下个月度工作时间表及月度广告推广主题规划，经甲方确认后，按时执行和完成项目各阶段的方案及设计，并保证质量；乙方未按前述约定提交相关工作成果的，甲方有权延期结算支付当月服务费，并不承担违约责任；

6.4  根据本项目的实际销售情况和市场形势，每月向甲方提出建议、调整方案；

6.5  乙方应按甲方审定的策划方案并在规定的时间内，保质保量完成各项工作，否则乙方应承担违约责任。每延误一天，乙方应按日向甲方支付合同总价款        ‰的违约金，超过         个工作日乙方仍不能完成的（以甲方下达的工作单为准），甲方有权解除本合同且乙方应支付合同总价款        %作为违约金；

6.6  乙方将设计方案提交给甲方，甲方收到乙方文件之日起         个工作日内须就乙方提供之文件做出书面确认或修改意见（如为报纸版，须于见报前书面确认），若甲方对该方案提出异议，乙方应当按照甲方的书面意见进行修改，根据实际工作量，在         日内重新提交工作成果；如果未能在甲方要求时间内重新提交工作成果或提交的工作成果     三    次仍不能达到甲方的要求时，甲方有权单方解除合同且乙方应支付合同总价款        %作为违约金。因乙方工作延误造成甲方的直接损失（如：媒体撤版等）由乙方承担；

6.7  乙方在双方合作期间不得为合同项下物业项目周边十公里范围内同档次、同类物业形态、同类销售价格、同类型竞争型物业提供服务；否则视为乙方违约，甲方有权单方解除本合同，乙方应向甲方支付合同总金额的        %作为违约金；

6.8  乙方公司的本合同项目负责人及专案组主要成员，需每周（具体时间由甲方确认后告知乙方）参加甲方召开的工作例会，专案组主要成员必须是本合同附件中所列项目小组成员，或经甲方同意予以调整的人员。

6.9  若乙方月服务质量考核分数低于80分，高于70分（含），甲方有权扣减当月服务费的        %，即按照月度服务费标准的        %向乙方支付服务费；若月度考核分数低于70分，高于60分（含），甲方有权扣减当月服务费的        %，即即按照月度服务费标准的        %向乙方支付服务费；若月考核分数低于60分的，甲方有权扣减当月服务费的        %，即按照月度服务费标准的        %向乙方支付服务费，如连续两个月考核分数均低于60分，甲方有权单方解除合同并有权按照服务费总额的        %向乙方收取违约金。乙方如对甲方的考核结果有异议，需在甲方通知后三日内提出书面复核申请，否则，视为接受甲方考核结果。

****第7条  知识产权****

7.1  合同履行中，乙方提出的涉及本项目的广告策划、设计方案（无论甲方是否采纳），包括但不限于图片、图形、文案等，知识产权归甲方所有。

7.2  乙方为甲方设计稿件选用的图片等须具备法律规定的使用权限或取得权利方的认可，并需注明使用权期限，如无注明，视为甲方有权无限期使用。若出现所选用图片等材料侵犯知识产权等法律及经济赔偿责任时，均由乙方承担，若因此给甲方造成损失的，甲方有权向乙方追偿。

7.3  乙方承诺在履行本合同约定的过程中不侵犯他人包括著作权在内的其他任何权利，否则，乙方应承担相应的侵权法律责任；若因此造成甲方承担赔偿责任或遭受损失的，甲方有权向乙方追偿，乙方依据本合同完成的所有广告策划、设计方案的知识产权归甲方享有，乙方如需在与本项目销售无直接相关的场所、媒体、活动中使用，必须征得甲方书面同意，否则，甲方有权向乙方主张使用费。

****第8条  保密责任****

8.1  甲乙双方对本合同的价格及其他条款应采取一切合理措施，使其免于传播、披露、滥用及被无关人员接触。避免向任何人、任何公司透露相关内容；

8.2  为履行本合同，甲方向乙方提供经营、业务、产品技术等有关的文件、信息、图纸及软件等，乙方对甲方所提供的上述资料负有保密义务，并应采取一切合理的措施以使其所接触到的资料免于散发、传播、披露、复制、滥用及被无关人员接触。如乙方违反本条款，甲方将有权解除本合同，乙方须承担因此为甲方造成的全部损失，并向甲方支付本合同总金额的        %作为违约金。

****第9条  转让条款****

未经合同相对方书面同意，一方不得全部或部分转让其在本合同项下的权利和义务。

****第10条  违约责任****

10.1  乙方违反本合同约定单方解除合同，须付给甲方合同总金额的        %作为违约金；

10.2  本合同执行过程中，乙方出现如下问题，甲方有权单方解除合同（本合同另有约定的从其约定）：

  (1) 乙方工作重大失误    三     次以上（包括但不限于：大众媒体广告设计中出现销售电话错误、项目名称错误、开发商名称错误、销售价格错误、其他信息错误等）；

  (2) 因乙方的作品侵犯他人的著作权，而致使本合同无法继续履行或导致甲方名誉及经济受到严重损害的；

  (3) 对甲方提供的资料及数据，乙方未履行保密义务的；

  (4) 在服务期间，未经甲方书面同意，擅自更换本项目服务人员的；

  (5) 在服务期间，若乙方工作能力、服务水平未能达到甲方要求，则甲方出具整改意见书，要求乙方进行整改，经整改    三     次仍未能达到甲方要求的；

  (6) 未约定的其他重大过失。

10.3  乙方违反本合同约定的任何义务、承诺和保证的，甲方有权要求乙方限期纠正，乙方不纠正、逾期纠正或纠正不符合本合同约定的，甲方有权解除合同。

10.4  甲方依据约定解除本合同的，乙方应向甲方支付合同总金额的20%作为违约金。如该违约金不足以弥补因违约行为给甲方造成的全部经济损失直接损失，还应赔偿甲方的损失。

10.5  对本合同项下乙方应承担的违约金、赔偿金，甲方均有权在应支付的服务费中予以扣除，不足的部分甲方有权向乙方追偿。

10.6  因一方违约导致另一方向第三方支付违约金或赔偿金的，违约方应向对方予以赔偿。

****第11条  解除合同****

11.1  双方在以下条件下可以解除合同，在结清所约定的已发生款项之后，任何一方无须承担其它法律责任：

  (1) 合同到期；

  (2) 项目销售完毕；

  (3) 不可抗力。

11.2  双方不得无故终止合同，同时为保证双方权利，双方可以在友好协商的基础上在本合同期限内解除合同。如有一方单方面希望终止本合同，应至少提前一个月以书面方式通知对方并得到对方书面同意。

解除合同的，乙方应完成当月设计任务，并将已由甲方选用过的全部设计稿件刻录成光盘交于甲方；甲方于下月         日前，结清经甲方确认的相应服务费。

11.3  如因该项目推广销售周期提前结束，甲方没有相关工作委托乙方，甲方可以终止本合同，不视为甲方违约。相应服务费用按第四条约定的标准结算,不足1月按相应服务天数折算服务费。

****第12条  不可抗力****

由于不能预见、不能避免和不能克服的自然原因或社会原因，致使本合同不能履行或者不能完全履行时，遇到上述不可抗力事件的一方，应立即书面通知合同相对方，并应在不可抗力事件发生后十五天内，向合同相对方提供经不可抗力事件发生地区公证机构出具的证明合同不能履行或需要延期履行、部分履行的有效证明文件，由合同各方按事件对履行合同影响的程度协商决定是否解除合同、或者部分免除履行合同的责任、或者延期履行合同。

****第13条  本合同的修改、补充、续约****

本合同经双方协商一致，可以修改、补充、完善。合同未尽事宜，双方可另行制订补充协议，其效力等同于本合同。补充协议内容如与本合同约定事项不一致，以补充协议约定内容为准。

合同期满前一个月，如双方同意续约，需另行签订续约合同。

****第14条  附件****

本合同的附件系本合同的组成部分，同本合同正文具有同等的法律效力。本合同的附件是指（包括但并不限于）下列文件：

合同附件一：《整体广告推广服务内容》

合同附件二：《工作任务单》。

合同附件三：《工作成果签收单》。

合同附件四：乙方项目专案组成员简介。

合同附件五：项目广告服务质量考核细则

合同附件六：考评表

营业执照副本和组织机构代码证复印件加盖公司公章作为合同附件。

****第15条  其它约定****

本合同一式         份，甲方         份，乙方         份，经双方代表签字并加盖公司公章后生效，双方应共同遵守。

****第16条  争议的解决****

本合同未尽事宜由双方协商解决，协商不成时，任何一方应向甲方项目所在地有管辖权的人民法院提起诉讼。

签署时间：         年         月        日

****甲方（盖章）：****

授权代表：

联系人：

联系方式：

地址：

****乙方（盖章）：****

授权代表：

联系人：

联系方式：

地址：

附件一：《整体广告推广服务内容》

### ****前期定调阶段服务内容****

****其一、分析****

1、市场分析

◎宏观市场分析

◎区域市场的现状分析

◎区域市场政策动态及对本项目的影响

◎区域市场的市政规划分析

2、竞争分析

◎竞争楼盘扫描

◎竞争对手的市场定位趋向（区域、目标对象群、时间点）

◎竞争对手的推广方式分析

3、消费者分析

◎社会特征

◎消费关注

◎消费心理

◎需求分析

◎沟通渠道及媒介分析

4、产品分析

◎本项目的地段价值分析

◎本项目周边环境分析

◎环境、配套、交通、教育、人文分析

◎本项目SWOT分析

****其二、定位****

◎项目市场定位（对象、区域、层级）

◎推广切入方式

◎项目核心价值总结

◎广告定位

◎广告总精神

◎产品卖点归纳

◎项目属性定位语推荐

◎项目阶段推广口号推荐

****其三、策略****

◎推广总策略

◎项目推广主线

◎项目推广逻辑

◎媒介选择策略

◎活动策略建议

◎物料创作策略

◎现场包装策略

◎看楼通道包装策略

### **后续执行阶段服务内容**

****一、小区形象应用设计****

1. 小区道路、绿化指示牌

2. 小区幢数墙牌

3. 小区公告牌

4. 车库及停车场出入口指示牌、停车月卡、出入证件

5. 小区入口物业告示牌

6. 园林亲情指示牌

7. 小区管理处、物业部、值班室、保卫部、洽谈室、休息室等各部门门牌

8. 小区其它告示，提示类永久性招牌设计

9. 会所金卡、银卡

10. 会所门牌

****二、物料****

1. 各期会刊构架、组织、设计

2. 户型单张策划、文案、创意、设计

3. 形象期海报策划、文案、创意、设计

4. 概念楼书策划、文案、创意、设计

5. 产品楼书策划、文案、创意、设计

6. 产品折页/海报/建议楼书策划、文案、创意、设计

7. 各阶段海报策划、文案、创意、设计

8. 各阶段单张/DM策划、文案、创意、设计

9. 户型单张/手册策划、文案、创意、设计

10. 算价纸/置业计划书创意、设计

11. 项目网站框架策划

12. 项目网站调性设计

13. 其它需要设计的文件

****三、广告创作****

1. 各阶段户外广告牌广告语总结，广告创意、文案、设计

2. 各阶段车体广告语总结，广告创意、文案、设计

3. 各阶段网络广告策划、创意、文案、设计

4. 各阶段广播广告策划、文案创意、出品监控

5. 各阶段楼宇广告策划、创意、文案、出品监控

6. 各阶段电梯间各种广告策划、创意、文案、设计

7. 各阶段候车亭广告策划、创意、文案、设计

8. 各阶段短信广告撰写

9. 各阶段报纸广告策划、创意、文案、设计

10. 各阶段杂志广告策划、创意、文案、设计

11. 系列软文规划、创意及撰写、版面设计

12. 配合各种活动的各种策划、文案、创意、设计执行

13. 配合展会、外站点的包装、设计、策划、文案执行

14. 其它各种应用媒体的策划、创意、文案、设计

****四、策略部分****

1. 各阶段媒体选择策略

2. 各阶段主题确定

3. 各阶段促销活动建议

4. 各阶段会员活动建议

5. 各阶段新媒体推荐

6. 各阶段媒体表现策略

7. 各阶段包装策略

8. 各阶段体验活动建议

****五、其它（附加部分）****

1. 各种制作出品质量监督

2. 样板房、样本园林等体验建议

3. 市场调查月报、周边竞品推广监测周报

****六、合同期间需要实施的其它设计****

附件二：

### **《工作任务单》**

编号：

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 项目名称 |  | 完成期限 |  |
| 发出期限 |  |
| 甲方联系人 |  | 联系电话 |  |
| 乙方联系人 |  | 联系电话 |  |
| 工作内容 |  | | |
| 工作要求 |  | | |
| 其他说明 |  | | |
| 甲方负责人 |  | 日期 |  |
| 备注 | 1. 所有项目须填写清楚，如某项无内容，请填写“无”。  2. 合作方（乙方）对上述内容确认无误后，电子邮件或签字回传给甲方，至此，本《工作任务单》具备正式效力。 | | |
| 乙方负责人 |  | 日期 |  |

附件三：

### **《工作成果签收单》**

编号：

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 基本信息 | | | |
| 甲    方 |  | 乙    方 |  |
| 项目名称 |  | 委托形式 |  |
| 日    期 |  | 地    点 |  |
| 工作成果类型 |  | 输出形式 |  |
| 工作成果清单 | | | |
| 01 |  | | |
| 02 |  | | |
| 03 |  | | |
| 04 |  | | |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 乙方成品审核 | | | |
| 乙方项目经理 |  | 创意总监 |  |
| 文    案 |  | 设 计 师 |  |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 甲方回馈信息 | | | |
| 甲方负责人 |  | 接收日期 |  |

附件四：乙方项目专案组成员简介（略）

附件五：

### **项目广告服务质量考核细则**

****一、权益****

乙方每月度优质高效完成项目工作计划任务，且每月度综合满意度测评得分达到

80分（含）则可获得当月全额月服务费。

****二、考核细则****

1. 每月度例会原则上不少于         次，乙方每无故缺席一次例会应向甲方支付违约金人民币        元；如因项目工作任务繁忙，经双方确定取消或改期的例会不在范围内（以双方签字确认的项目工作联系函为准）。

2. 每次例会由乙方负责记录，会议后24个小时内由乙方向甲方提供会议纪要一份，应由双方出席会议人员当日职位最高主管确认主要内容，作为开展工作依据。会议纪要每逾期一天乙方应向甲方支付违约金人民币        元。

3. 非乙方原因造成的工作节点时间延误，应在影响工作节点时间延误的情况发生后         日内，向甲方提交书面报告，经甲方书面确认后，工作节点时间予以顺延（以双方签字确认的项目工作联系函为准）。

4. 乙方应对其工作质量负责，有关广告设计制作稿件，一经定稿，提交制作或发布，如有文字及相关重要信息错误，每错一处，乙方应向甲方支付违约金人民币        元；如为项目基础信息数据错误，每错一处，乙方应向甲方支付违约金人民币        元。如因以上错误造成甲方制作成品的经济损失，则乙方应承担相应的制作成品经济损失费用。

5. 若乙方在服务过程中出现严重的水准下降或不能贯彻及配合甲方的意图，甲方有权向乙方提出书面改善服务质量意见。

6. 若乙方月服务质量考核分数低于80分，高于70（含），甲方有权扣减当月服务费的 5%；若月度考核分数低于70分，高于60分（含），甲方有权扣减当月服务费的 10%；若月考核分数低于60分的，甲方有权扣减当月服务费的50%，如连续两个月考核分数均低于60分，甲方有权单方解除合同。

7. 乙方如有以上问题出现，除应依照本细则规定向甲方支付违约金外，甲方还应在每月度综合满意度测评中进行相应扣分。

附件六：  考评表

### **考评表**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 考评指标项 | 考评要求 | 项目组评分 | 评分说明 |
| 工作完成质量考核 | 广告2次或2次以上报审未通过，每次扣1—3分 |  |  |
| 报审未通过最后由甲方项目组自行完成，每次扣5分 |  |
| 出街广告表现中缺乏创新力、缺乏对项目理解，每次扣2分 |  |
| 提交报批广告中出现错误，每次扣1分 |  |
| 乙方直接交付制作、发布稿件，如与甲方最终确认稿样不一致，每次扣5分 |  |
| 对所有稿件中明确由乙方自行确认、负责，出现错误每次扣5分 |  |
| 工作完成效率考核 | 对临时性工作不能快速对应与调整，每次扣2分 |  |
| 未按双方确定的规定时间完成工作计划，每次扣2分 |  |
| 执行力与综合满意度考核 | 对甲方项目组提出的书面意见未及时做出调整与回应，每次扣2分 |  |
| 合作过程中服务质量（态度）受甲方项目组有效书面投诉，一次2—3分 |  |
| 合作中出现通讯联系不顺畅，3次以上，每超一次扣1—3分 |  |
| 加分项 | 广告当日来电数量超过100组   +5分 |  |
| 大型销售物料收到甲方高层领导好评  +5分 |  |
| 针对性提出营销策略建议，被甲方项目组采纳实施   +5分 |  |
| 总分 | 100分 | |