

**CONTRACT DE PRESTĂRI SERVICII PENTRU TRAINING OPEN nr. 5xx**

Încheiat astăzi, 30 septembrie 2009

**Art. 1 PĂRȚILE CONTRACTULUI**
**Art. 1 PĂRȚILE CONTRACTULUI**

**S.C. Concept Marketing & Vânzări S.R.L.**, cu sediul social în București, sector 4, Intrarea Căltuna nr. 17, înregistrată la Registrul Comerțului București sub nr. J 40 / 13602 / 19.12.2002, cod unic de înregistrare nr. 15105331, atribut fiscal R, având cont nr. RO95BPOS81002701911ROL01 deschis la Banc Post S.A., Sucursala Coșbuc, reprezentată de dl. Laurențiu Curcă, cu funcția de administrator, în calitate de **Prestator**, pe de o parte,

și

**S.C. CLIENT S.R.L.** cu sediul social în localitatea ....., județul ....., Strada ....., ....., înregistrată la Registrul Comerțului sub nr J...../....., cod unic de înregistrare nr....., atribut fiscal R, având cont nr. ...., deschis la banca....., reprezentată de dl. **NUME DIRECTOR**, cu funcția de **Director Comercial**, în calitate de **Beneficiar**, pe de altă parte,

au convenit să încheie prezentul contract de prestări servicii, cu respectarea următoarelor clauze:

**Art. 2 OBIECTUL CONTRACTULUI**

2.1. Obiectul contractului îl reprezintă prestarea de către prestator de servicii de instruire– training in management de vanzari `Cele 12 munci ale managerului de vanzari` pentru un numar de angajati ai beneficiarului, dupa cum reiese din anexa – fisa de participare.

Trainingul se desfasoara pe parcursul a 4 zile, timp de 8...10 ore / zi, in functie de nivelul participantilor si ritmul de asimilare a informatiilor. Trainingul se bazeaza pe sistemul PARETIP: **Problema / Aplicatie – Rezolvare – Explicare – Tema pentru acasa – Implementare – Prezentare**, cu aplicatii specifice, probleme si feed-back dat la fata locului.

Materialele pe care le primeste clientul, si care raman in folosinta acestuia:

- Manualul pentru managerul de vânzări: cuprinde toate subiectele tratate în training, scrise în Word, cu exemple, exerciții și chestionare, structurat pe capitole tratate. 1 copie pentru fiecare participant.
- Brosura pentru managerul de vanzari – o broșura în format de buzunar, care conține toate informațiile de baza din curs.
- Aplicatiile, problemele si instrumentele de vanzare in format electronic, pe CD.

Furnizorul asigura toate materialele necesare, inclusiv sala / locul de desfasurare, insa nu asigura cazarea. Acest contract nu se refera la actiunile de follow-up, sau de coaching, care urmeaza sa fie tratate separat.

**2.2. Structura cursului**
**ZIUA 1**

Capitol	Subiecte / Teme de lucru
<b>Introducere si obiective</b>	<b>Introducere: prezentarea Concept MV, a trainerilor si a participantilor. Reguli de desfasurare a cursului.</b>
	Obiectivele acestui curs; Intrebări la care vrem sa raspundem in acest curs. Ce probleme intampinati in activitatea de zi cu zi?
	Prezentarea structurii cursului
<b>Test de verificare a cunostintelor curente</b>	20 de intrebari cu raspunsuri grila, inclusiv probleme si aplicatii specifice
<b>Rolul managerului de vanzari</b>	Intrebare: Care sunt cele 12 munci ale managerului in vanzari? (munca in echipa, rezultate scrise pe flipchart)
	Carierea in vanzari / Responsabilitatile managerului in de vanzari. Cele 12 munci ale managerului de vanzari: raspunsul trainerului
<b>Construirea afacerii</b>	<b>Munca 1: Distributia.</b> Obiective si strategii.

<b>(vanzare si distributie)</b>	Intrebare: Ce inseamna distributie? Care sunt elementele de bază / standard ale distribuției?
	DPSM. Elementele de baza ale distributiei. Principiile distributiei. Regulile McDonalds
	Distributie numerica; distributie ponderata
	<b>Problema 1: Obținerea distribuției ponderate</b>
	<b>Munca 2: Evaluarea pietii, estimarea cererii si previzionarea vanzarilor</b>
	Metode de previzionare a vanzarilor
	<b>Problema 2: sezonalitatea vanzarilor</b>
	<b>Munca 3: Lista de clienti.</b> Segmentarea clientilor.
	Clientii nostri; Triunghiul distribuției
	<b>Munca 4: Structura vizitei, sectiuni si teritorii</b>
	Procedura de vizitare (pasii vanzarii)
	Acoperirea teritoriala, rutele si dezvoltarea rutelor. Impartirea pe sectiuni. Desenarea teritoriilor si rutelor. Criterii de eficienta.
	Implementarea politicii comerciale
	<b>Munca 5: Organizarea fortei de vanzari ca si marime si structura</b>
	Metode de calcul a marimii fortei de vanzari
	<b>Problema 3: setarea prioritatii (sortimentatie eficienta)</b>
	<b>Munca 6: Logistica si organizarea muncii</b>
	Sistemul de vanzare si de livrare
	Procedura zilnica de lucru
	Flota de masini si livrarile
	Politica comerciala (de acordare a creditelor, de acordare a discounturilor)
	Reaprovizionarea clientilor si OOS
	Incasarea banilor / instrumente de plata
	Contractele cu clientii
	<b>Problema 4: utilizarea palm-urilor</b>
	<b>Munca 7: Promotii (trade marketing)</b>
	Calendarul de initiative
	<b>Problema 5: imbunatatirea prezentei la raft</b>
	<b>Problema 6: buget autogenerant</b>
	Prezentari ale solutiilor la problemele date
	<b>SFARSITUL PRIMEI ZILE</b>

**ZIUA 2**

Capitol	Subiecte / Teme de lucru
<b>Test de verificare a cunostintelor curente</b>	20 de intrebari cu raspunsuri grila, inclusiv probleme si aplicatii specifice
<b>Construirea echipei</b>	<b>Munca 8: Resurse umane:</b> recrutare, fise de post, organigrama, program de lucru, orar, concedii, personal de rezerva
	Recrutarea si selectarea candidatilor pentru forta de vanzari
	Procedura de dimineata / procedura de seara
	Plan de concedii, vacante, absente, vanzatorii de rezerva
	Vacanțe, absențe, securitate
	Echipamentele si vehiculele de vanzare si utilizarea acestora (car policy)
	<b>Problema 7: exemplul unui vanzator foarte bun</b>
	<b>Munca 9: Targete si indicatori de performanta</b>
	Stabilirea cotelor de vanzare si indicatorilor de performanta
	Masurarea si evaluarea performantei agentului de vanzari

	Pregatirea planurilor si bugetelor
	<b>Problema 8: targetul facut de distribuitor si plata performantelor distribuitorului</b>
	<b>Munca 10: Controlul activitatii: instrumente de masura si rapoarte</b>
	Îndatoririle vânzătorilor / indici de performanță urmăriți
	Factori de productivitate
	Monitorizarea comportamentului fortei de vanzari (etica, responsabilitati, legal)
	Instrumente de masurarea a performantelor de vanzare. Rapoartele cerute
	Analizarea volumului de vanzare, costurilor de vanzare si profitabilitatii agentului
	<b>Munca 11: Organizarea comunicarii si instruirea personalului</b>
	Dezvoltarea fortei de vanzari. Instruirea agentilor de vanzari
	Planul de pregatire, instruire si training
	Informatiile din piata. Relatiile cu clientii
	Raportarea. Sedintele.
	Scrierea de rapoarte si informari
	<b>Problema 9: feed-back catre un vanzator</b>
	<b>Munca 12: Motivarea personalului (recunoastere si recompensare)</b>
	Motivarea fortei de vanzari
	Programul de recunoastere si recompensare
Compensarea și recunoașterea performanțelor	
Compensarea echipei de vânzare	
<b>Problema 10: realizarea unui sistem de compensare</b>	

### TEMA DE LUCRU (APLICATIA DE CONSTRUIRE A UNEI DISTRIBUTII)

<b>Aplicatie - exemplu: construirea unei distributii</b>	
Pas 1	Calcularea potentialului zonei. Transformarea potentialului in target
Pas 2	Impartirea pe sectiuni geografice. Selectarea oraselor principale
Pas 3	Alegerea depozitelor; criteriile de acoperire. Alocarea populatiei pe fiecare depozit
Pas 4	Triunghiul clientilor, tipul de magazin (A, B, C, Z), calculul numarului pentru fiecare, pentru intreaga regiune si pe fiecare sectiune
Pas 5	Criteriile de selectie ABC; calculare necesarului de acoperire; estimarea modificarii / evolutiei necesarului de acoperire
Pas 6	Calcularea duratei vizitei unui vanzator; diferentierea timpului alocat pe tipuri de clienti (ABC)
Pas 7	Alegerea tipului de vanzare folosit (direct, pre-selling) precum si a structurii de personal, de vanzari si de livrari necesar. Calcularea numarului si tipul de agenti necesar. calcularea necesarului de personal auxiliar
Pas 8	Determinarea programului de lucru zilnic, si a numarului de ore efectiv alocate vanzarii. Calcularea numarului de vizite posibile pe zi.
Pas 9	Alocarea vanzatorilor pe sectiuni. Calcularea numarului de clienti, si a tipului acesora, pe fiecare sectiune. Desenarea rutelor.
Pas 10	Calcularea mijloacelor de productie si a investitiilor necesare. Calcularea costurilor cu personalul
<b>SFARSITUL ZILEI 2</b>	

### ZIUA 3

Capitol	Subiecte / Teme de lucru
<b>TEMA DE LUCRU (APLICATIA DE CONSTRUIRE A UNEI DISTRIBUTII) - PREZENTARE</b>	
	<b>Prezentari ale proiectului de dezvoltare a distributiei ( fiecare echipa in parte)</b>

	<b>Feed-back si evaluari</b>
<b>Test de verificare a cunostintelor curente</b>	20 de intrebari cu raspunsuri grila, inclusiv probleme si aplicatii specifice
<b>RECAPITULARE - CELE 12 MUNCI</b>	RECAPITULARE DIN PRIMUL CURS: DISCUTII LIBERE. DISCUTII LEGATE DE REZOLVAREA TESTULUI DE VERIFICARE A CUNOSTINELOR. Q&A.
	DPSM. Elementele de baza ale distributiei. Principiile distributiei. Regulile McDonalds
	Distributie numerica; distributie ponderata Cele 12 munci ale managerului de vanzari. Raspunsul trainerului
<b>FINANTE DE VANZARI</b>	<b>Adaos (mark-up) vs. Realizare (Marja, Margin, Discount)</b>
	<b>Problema 1 - Adaos si Realizare</b>
	<b>Profit, Net, brut</b>
	<b>Problema 2 –Recuperarea Capitalului Investit (Return on Investment, ROI)</b>
	<b>Cum mananca inflatia profitul</b>
	<b>Problema 3 - Cash Flow vs. Profit</b>
	<b>Venit din capitalul Angajat (ROCE)</b>
	<b>Problema 4 - Afacerea cu Coca-Cola</b>
	<b>Capitalul circulant</b>
	<b>Problema 5 - Construiesti o casa</b>
	<b>Cash Flow (Flux de numerar)</b>
	<b>Problema 6 - Rentabilizeaza o afacere de distributie</b>
	<b>PAUZA</b>
	<b>Rotatia stocului</b>
	<b>Problema 7 –Rotatia Stocului (Stockturns)</b>
<b>Zile Stoc</b>	
	<b>Aplicatie - exemplu: construirea unei distributii, costuri, P&amp;L, cash flow - Aplicatie dupa Excel</b>
<b>SFARSITUL ZILEI 3</b>	

**ZIUA 4**

<b>Capitol</b>	<b>Subiecte / Teme de lucru</b>
<b>Test de verificare a cunostintelor curente</b>	20 de intrebari cu raspunsuri grila, inclusiv probleme si aplicatii specifice
<b>APLICATIE - STRUCTURA DE COST A DISTRIBUTIEI - FINANTE DE VANZARI</b>	<b>RECAPITULARE - TEMA DE LUCRU (APLICATIA DE CONSTRUIRE A UNEI DISTRIBUTII + TEMA NOUA - MODEL DE COST PENTRU DISTRIBUTIE) PE ECHIBE</b>
	<p>Impartirea pe sectiuni geografice. Selectarea oraselor principale. Alegerea depozitelor si justificarea acestei alegeri. Alocarea populatiei pe depozit. Alegerea unui indicator de consum si aplicarea acestuia la populatia acoperita.</p> <p>Calcularea potentialului zonei. Transformarea potentialului in target. Impartirea targetului pe luni, pe fiecare depozit in parte. Alegerea ponderii in distributie directa si distributie indirecta: justificare. Pe baza numarului de locatii de vizitat direct, si a targetului, alegerea tipului de distributie, a sistemului de livrare, a masinii pentru vanzatori, a masinilor de transport. Alegerea tipului de vanzare folosit (direct, pre-selling) precum si a structurii de personal, de vanzari si de livrari necesar. Calcularea numarului si tipul de agenti necesar. calcularea necesarului de personal auxiliar</p>

	Calcularea duratei vizitei unui vanzator; diferentierea timpului alocat pe tipuri de clienti (ABC). Determinarea programului de lucru zilnic, si a numarului de ore efectiv alocate vanzarii. Calcularea numarului de vizite posibile pe zi. Calculul costului unei vizite.
	Estimarea costurilor personalului vanzator si auxiliar. Definirea structurii de personal. Estimarea costurilor cu personalul.
	Estimarea costurilor logistice lunare.
	Alegerea politicii comerciale. Calculul discountului mediu. Echilibrul intre canale.
	Calcularea mijloacelor de productie si a investitiilor necesare. Calcularea costurilor cu personalul
	Completarea unui P&L simplu. Ajustarea costurilor, si a indicatorilor de performanta pana la obtinerea unui profit convenabil.
	Estimarea costurilor necesare pornirii unei distributii (inclusiv cash flow-ul pentru primii 2 ani)
	Studierea profitului odata cu modificarea modului de plata a performantelor distribuitorului.
	<b>Aplicatie - exemplu: construirea unei distributii, costuri, P&amp;L, cash flow - Aplicatie dupa Excel</b>
	<b>RECAPITULARE - TEMA DE LUCRU (APLICATIA DE CONSTRUIRE A UNEI DISTRIBUTII + TEMA NOUA - MODEL DE COST PENTRU DISTRIBUTIE) PE ECHIBE</b>
<b>SFARSITUL CURSULUI</b>	

### Art. 3 DURATA CONTRACTULUI

- 3.1 Prezentul contract se încheie pentru o perioadă de care incepe cu data de semnare a prezentului contract, demareaza dupa efectuarea platii si se incheie la sfarsitul livrării trainingului. Trainingul urmeaza sa se tina pe datele de 10-13 decembrie, intr-o locatie asigurata de beneficiar: hotel Grand Rin din Bucuresti.
- 3.2 Acest contract nu se poate prelungi. In cazul în care, din motive obiective, justificate și agreate de ambele părți, neținând de forța majoră, contractul nu poate fi executat, în forma finită și integral, la termenele stabilite, executarea contractului se va tine la o data ulterioara, agreata de parti.

### Art. 4 PREȚUL CONTRACTULUI

- 4.1. Părțile contractante au convenit asupra prețului contractului prin negociere, acesta fiind de **390 Euro / participant** (o trei sute nouazeci euro), exclusiv T.V.A., sumă platibilă în lei la cursul comunicat de B.N.R. din ziua emiterii facturii. Pentru numare de participanti de **(patru)** aceasta inseamna ca valoarea acestui contract este de **1,560 Euro (o mie cincisute saizeci euro), fara TVA**. Pentru mai mult de 4 participanti, pretul e de 990 Euro/ 5 participanti + 290 Euro pentru fiecare participant suplimentar.
- 4.2. Prețul contractului se va achita integral în cel târziu 5 zile de la facturare, astfel incat banii sa intre in contul presatorului cu cel puțin 20 zile inaintea inceperii training-ului.
- 4.3. Intârzierea plății si depasirea termenului de plata de 20 zile inainte de data tinerii cursului, atrage dupa sine anulara prezentului contract.

### Art. 5 DREPTURILE ȘI OBLIGAȚIILE PĂRȚILOR

#### 5.1 Prestatorul serviciilor se obligă:

- 5.1.1 Să presteze acțiuni de instruire și training apentru participantii la curs angajati ai beneficiarului la termenul și în condițiile stabilite prin prezentul contract și actele adiționale aferente. Să ajusteze cursul la nevoile și nivelul participanților. Sa editeze si tipareasca manualele ajutatoare pentru fiecare participant la curs. Sa inmaneze manualele, documentele necesare tinerii cursului in format tiparit si electronic.
- 5.1.2 Să emită factura corespunzătoare serviciilor executate și plăților de primit, așa cum reies din paragraful 4.1. Să plătească toate taxele și impozitele legale în legătură cu plățile efectuate de către beneficiar.
- 5.1.3 Sa asigure materialele ajutatoare necesare (flipchart, instrumente de scris, materiale de identificare, retroproiector, copiator pentru copierea manualului de vanzare), precum si locul de desfasurare si gustari pentru participanti.

#### 5.2. Prestatorul serviciilor are urmatoarele drepturi:

- 5.2.1. Prestatorul are dreptul sa nu accepte sau sa intrerupa prezenta la curs a oricarui participant care nu respecta rigorile cursului, asa cum sunt acestea definite la inceputul cursului, intarzie, este in stare de ebrietate sau oboseala inaintata, are o tinuta sau o atitudine necorespunzatoare, sau interfera repetat cu trainerul, impiedicand astfel buna desfasurare a cursului. In acest caz pretul corespunzator participarii la curs nu se returneaza, chiar daca beneficiarul nu a primit serviciile platite, urmand ca partile sa se inteleaga, de la caz la caz, pentru servicii alternative ulterioare.
- 5.2.2. Prestatorul are dreptul sa nu accepte prezenta la curs a oricarui participant, daca plata cursului nu s-a efectuat in termenii stabiliti la paragraful 4.2.

#### 5.3 Beneficiarul lucrării se obligă:

- 5.3.1 Să stabilească condițiile pentru executarea lucrării la termenul și în condițiile stabilite de comun acord cu prestatorul serviciilor.
- 5.3.2 Să plătească prețul potrivit înțelegerilor stabilite de părți prin prezentul contract;
- 5.3.3 Să păstreze confidențialitatea lucrărilor oferite de către prestator respectiv a trainingului / manualului de vânzare, în caz contrar urmând a suporta daune-interese pentru eventualele pagube suferite de beneficiar din nerespectarea acestei obligații, așa cum reies ele din clauza de confidențialitate.
- 5.3.4 Sa informeze prestatorul cu toate detaliile necesarea ajustarii cursului, inainte de tinerea acestuia, asa cum sunt descrise in Anexa 3 – fisa de participare.
- 5.3.5 Sa participe la curs, si anume participantii sa soseasca inainte de inceperea propriu- zisa a cursului, anuntata dinainte. Sa dea feed-back prestatorului despre continutul cursului in timp util, astfel incat cursul sa fie tinut la datele planificate.

#### 5.4. Beneficiarul serviciilor are urmatoarele drepturi:

- 5.4.1. Beneficiarul are dreptul sa fie informat asupra modificarilor structurii cursului, in cazul in care acestea survin.
- 5.4.2. Beneficiarul are dreptul sa primeasca raspunsuri corecte si pertinente la intrebarile puse. In cazul in care raspunsul necesita mai mult timp, prestatorul poate raspunde in afara cadrului cursului.
- 5.4.3. **Garantia furnizorului:** Beneficiarul are dreptul sa ceara returnarea integrala sau partiala a sumei platite, daca este nemulțumit de calitatea cursului, sau considera ca obiectivele cursului, asa cum au fost ele completate anterior, in fisa de participare, nu au fost atinse. Furnizorul va returna suma corespunzatoare, de la caz la caz, fie imediat, fie dupa trecerea unei perioade de evaluare, in care sa se constate daca efectele de crestere ale vanzarilor scontate s-au intamplat.

### Art. 6 RĂSPUNDEREA CONTRACTUALĂ

#### 6.1 Cesiunea contractului

- 6.1.1 Părțile contractante nu vor putea cesiona drepturile și obligațiile care rezultă din prezentul contract fără acordul scris al celeilalte părți.
- 6.1.2 Acordul prevăzut anterior trebuie comunicat în termen de 15 zile de la data solicitării, în caz contrar se prezumă că partea în cauză nu a consimțit la cesiunea contractului.

#### 6.2 Clauza penală

- 6.2.1 În cazul în care una dintre părți nu își îndeplinește obligațiile contractuale sau și le îndeplinește în mod necorespunzător, se obligă să plătească daune-interese pentru pagubele suferite.
- 6.3 **Forța majoră.** Forța majoră, astfel cum este definită de lege, exonerează de răspundere partea care o invocă numai la nivelul și pe durata pentru care îndeplinirea obligațiilor a fost afectată de acea situație.
- 6.3.1 Partea care invocă forța majoră este obligată să notifice celeilalte părți producerea evenimentului și să ia toate măsurile posibile în vederea limitării consecințelor lui.
- 6.3.2 Dacă în termen de 30 zile de la producere, evenimentul respectiv nu încetează, părțile au dreptul să-și notifice încetarea, de plin drept a prezentului contract, fără ca una dintre ele să pretindă daune-interese.

### Art. 7 NOTIFICĂRI ÎNTRE PĂRȚI

- 7.1 În accepțiunea părților contractante, orice notificare este valabil îndeplinită dacă va fi transmisă la sediul prevăzut în partea introductivă a prezentului contract.
- 7.2 În cazul în care notificarea se face pe cale poștală, ea va fi transmisă, prin scrisoare recomandată, cu confirmare de primire și se consideră primită de destinatar la data menționată de oficiul poștal primitor pe această confirmare. Dacă notificarea se transmite prin e-mail, telex sau fax, ea se consideră primită în prima zi lucrătoare după cea în care a fost expediată.
- 7.3 Notificările verbale nu se iau în considerare de nici una dintre părți, dacă nu sunt confirmate, prin intermediul uneia din modalitățile prevăzute la alineatele precedente.

### Art. 8 ÎNCETAREA CONTRACTULUI

- 8.1 Prezentul contract încetează de plin drept, fără a mai fi necesară intervenția unei instanțe judecătorești / tribunal arbitral, în cazul în care una dintre părți:
- 8.1.1. Nu își execută oricare dintre obligațiile esențiale enumerate la punctele 5.1.1. și 5.3.2. din prezentul contract;
- 8.1.2. A fost declanșată procedura de lichidare judiciară înainte de începerea executării prezentului contract sau în timpul executării contractului;
- 8.1.3. Cesionează drepturile și obligațiile sale prevăzute în prezentul contract fără acordul celeilalte părți;
- 8.1.4. Își încalcă una dintre obligațiile sale după ce a fost avertizată, printr-o notificare scrisă, de către cealaltă parte, că o nouă nerespectare a acestora va duce la rezilierea prezentului contract;
- 8.2 Rezilierea totală sau parțială a clauzelor contractului nu are nici un efect asupra obligațiilor deja scadente între părți și nu este de natură să înlăture răspunderea părții din culpa căreia a încetat contractul.

### Art. 9 CLAUZA DE CONFIDENȚIALITATE

- 9.1. Părțile înțeleg că întreg conținutul trainingului de vânzări predat **este proprietatea firmei Concept Marketing & Vânzări**. Beneficiarul se obligă să păstreze confidențialitatea informațiilor primite, să nu execute copii sau să facă public, parțial sau integral, părți ale cursului și manualului de vânzare, precum și să nu le utilizeze pentru dezvoltarea de documente sau traininguri proprii, fara acordul scris expres al prestatorului.
- 9.2. Încălcarea de către beneficiar a obligațiilor asumate la paragraful 9.1. obligă pe acesta la plata unei sume compensatorii, echivalentă cu valoarea prezentului contract, sau a prejudiciului estimat de partea pagubita.

- 9.3. De asemenea, beneficiarul se obligă să nu facă public acest contract, sau părți ale acestuia, sau să furnizeze informații legate de preț, durată și conținut către o terță parte.
- 9.4. Întrucât în cursul executării acestui contract, părțile vor intra în posesia unor informații legate de activitatea desfășurată de cealaltă parte sau le vor fi oferite anumite informații confidențiale despre parte și / sau activitatea acesteia, care nu sunt publice, părțile se obligă să nu facă public, direct sau indirect, sau să dezvăluie către terțe părți / conținutul acestor informații.
- 9.5. Încălcarea de către una dintre părți a obligațiilor asumate la paragraful 9.4. obligă partea în culpă la plata unei sume compensatorii, cu titlu de daune interese, echivalentă cu valoarea acestui contract, sau cu valoarea prejudiciului estimat.

#### **Art.10 DISPOZIȚII FINALE**

- 10.1. Modificarea prezentului contract se realizează numai în formă scrisă prin act adițional încheiat între părțile contractante.
- 10.2. Totalul penalităților poate depăși cuantumul sumei asupra căreia sunt calculate.
- 10.3. Prezentul contract reprezintă voința părților și înlătură orice altă înțelegere verbală dintre acestea, anterioară sau ulterioară încheierii lui.
- 10.4. Orice diferend intervenit între părți privind validitatea prezentului contract sau rezultat din interpretarea, executarea ori încetarea acestuia, va fi soluționat de părți pe cale amiabilă.
- 10.5. În cazul în care litigiul nu se soluționează pe cale amiabilă, părțile se vor adresa instanțelor judecătorești competente, de pe teritoriul României.

Prezentul contract a fost încheiat astăzi, în 2 exemplare, câte unul pentru fiecare parte, astăzi 30 septembrie 2009, data semnării lui, la sediul prestatorului, și trimis spre contrasemnare prin curier postal către beneficiar.

**Prestator,**  
S.C. Concept Marketing & Vânzări S.R.L.

prin Laurențiu Curcă  
Administrator

**Beneficiar,**  
S.C. CLIENT S.R.L.

prin NUME DIRECTOR  
Director Comercial