

# 最新售楼处设计方案效果图(通用5篇)

方案在解决问题、实现目标、提高组织协调性和执行力以及提高决策的科学性和可行性等方面都发挥着重要的作用。方案对于我们的帮助很大，所以我们要好好写一篇方案。接下来小编就给大家介绍一下方案应该怎么去写，我们一起来了解一下吧。

## 售楼处设计方案效果图篇一

在\_\_年的工作中，我首先应该感谢的是24地产和公司领导，为我提供了这样一个可以展现自我价值的平台。其次更应该感谢的是我们3组的每位伙伴，因为是他们不离不弃和全力支持。才能够让我在\_\_年，不但创造了团队业绩的第一，更创造了个人业绩的第一。

现在的社会没有完美的个人，只有完美的团队。团队自\_\_年10月组建初期的我一个人，到现在的11个人。队伍在不断的壮大，团队实力和战斗力也在不断的增强。从中我不仅看到了自己的成长，更看到了团队每位伙伴的成长。尤为让我感到欣慰和自豪的是，在\_\_年全年的销售工作中，团队的前三名都在我们组。

刘\_和刘\_c最初从事的是铁路工作，面对房产销售是一无所知。但是他们在\_\_年通过自己的努力，夺得了团队的第二名和第三名，创造了让人刮目相看的成绩。由此可以看出面对新的工作，只要用心学习专业知识和努力付出行动，一样可以做到优秀!像我们组另一位伙伴张\_\_，刚来的时候，见人说话就结巴和脸红。到如今，面对客户的神采飞扬和侃侃而谈。让我们见证了销售可以改变一个人的形象和气质。还有很多优秀的伙伴，因为时间的问题就不一一列举了。

我们组在\_\_年共完成新签\_套，总成交面积\_万\_千多平米，总

成交额\_百万。其中刘\_新签\_套，总成交面积\_平米，总成交额\_，刘\_c新签\_套，总成交面积\_平米，总成交额\_，张\_\_40套，总成交面积\_平米，总成交额\_，王\_新签38套，总成交面积\_平米，总成交额\_，张\_\_(已离职)新签\_套，总成交面积\_平米，总成交额\_，杜\_新签\_套，总成交面积\_平米，总成交额\_，马\_(已离职)新签\_套，总成交面积\_平米，总成交额\_，杨\_\_新签\_套，总成交面积\_平米，总成交额\_，李\_10新签\_套，总成交面积\_平米，总成交额\_，王\_新签\_套，总成交面积\_平米，总成交额\_，马\_\_新签2套，总成交面积\_平米，总成交额\_，王\_新签4套，总成交额\_，何\_新签4套，成交\_平米，总成交额\_，离职员工3套，成交\_平米，总成交额\_。

在\_\_年初，我为自己制定了\_套的新签任务。今年共完成了\_套，因为\_套退单，实际成交了\_套。其中\_郡和\_国际各一套。完成总成交面积，\_多平米，总成交额\_百万。针对\_\_年的工作，我自己是比较满意的。在一期开盘的时候，因为自己身体的原因，导致了在春节前，只签了5套单。在2月份，身体好了以后，快速的调整好了状态，用激情和努力证明了自己的实力。遗憾的是那11套的退单，如果自己再多一点耐心，多一点沟通，现在也许已经完成自己制定的目标。

经过这一年时间的磨练，不管是对自己还是团队管理上。我懂得了许多，也改变了许多。从最初的单兵作战，到如今的团队作战。虽然我还差很多，但是我一直在努力。

在团队管理工作中，我认为首先自己应该以身作则，并且要公平公正的对待每位伙伴和每件事。遇到事的时候，首先要让自己冷静，认真了解和分析问题并及时的和领导沟通，给出一个正确的解决方案。这样才会让伙伴们心悦诚服的接受你安排的每一项工作。并且要学会调动每位伙伴的团队荣誉感，团队并肩作战的凝聚力和协作能力。这样才可以打造出一支优秀的销售团队。

\_\_年我国的房地产市场是不平凡的一年，是房地产的政策年。

政策越来越紧，各种手段层出不穷，经历史上最严厉的一年。面对政策的不断干预，和客户的持币等待观望。给我们的房产销售工作带来了巨大的影响，不断的挑战着我们的生存极限和心理极限。在这一年中，我们付出了的努力和行动，来成就了自己的梦想。我们在冰冷的市场中，验证了我们团队的优秀。从\_\_年12月20日多层的开盘，到\_\_年7月22日盛大的开盘仪式。让的人了解并认可了我们的楼盘，这就是我们的成绩。

在\_\_年里，我收获颇多，首先是在公元\_\_，我买到了自己中意的房子。再就是对公司的性质，及房地产市场工作模式和团队管理，有了一定的见解。作为一名专业的置业顾问和销售主管，我深知自己所担负的责任。要带好团队，促使我必须努力的提高自己的素质，加强自己的专业知识和专业技能。只有以身作则，才能服众。平时还要保持一颗积极良好的心态，和充满热情的工作状态。去面对客户和伙伴们，去传递一种正确的理念。

\_\_年1月和2月本组共制定新签任务30套，目前共完成了12套，其中刘\_，刘\_c何\_，张\_\_各一套，王\_2套，我自己6套。在1号到14号之间约访进场和现场接待客户137组。其中，马\_\_11组，刘\_13组，刘\_c13组，王\_12组，张\_\_12组，何\_11组，杜程10组，王\_14组，李\_9组，杨\_\_11组，我自己是21组. 收集信息432条，悬挂布标185条，发放dm单6千份，目前可操作a类客户17组。

在接下来的工作中，我们主要还是以挂布标为主。因为冬天挂布标，不容易被撕扯，停留的时间比较长。应该是一种比较好的宣传方式。临近春节，外出购物的人比较多，我们会集中在飞马财富，汇嘉，亚中门口，多派发一些dm单。针对现在所剩房源的情况，我让伙伴们打一些，这样房源的广告来吸引客户，以便促成的交易机会。

在2月1号到7号的工作中，除了每天带领和督促伙伴们，完成

正常的工作外，在每天的系会上，会着重强调春节期间的安全和稳定人心的工作。保证长假过后，每位伙伴，都能够安全及时的回到我们的团队。在2月20号，23号，25号 3天的系会上，我准备了3场陈安之的视频演讲。以达到快速激起每位伙伴的企图心，以充满激情和饱满的精神状态，投入到\_\_年的销售工作中。

\_\_年针对目前所剩房源和二期的开盘，我们团队共制定了400套的任务。其中杜程30套，马\_\_30套，李\_30套，王\_30套，何\_30套，刘\_40套，刘\_c40套，王\_30套，张\_\_30套，杨\_\_30套，我自己制定了70套。具体的工作安排，我们会在日常的工作中，根据实际情况，不断的完善和落实。并且会在每个月总结和制定计划时，随时修正和完善。在上半年共制定了200套，下半年在完成全年任务的体具同时，争取能够再多成交一些。创造出团队和个人更优秀的业绩。除了正常的展页方式外，从我做起，我会加大对报广的投入。来告诉伙伴们，付出和收获是成正比的。

我们将会通过每个人的努力，来完成自己制定的任务，创造的业绩，来验证我们的团队是最棒的！

在充满激情和希望的\_\_年，我相信公司会有新的突破点！在日益激烈的房地产市场竞争中，扎稳脚跟，占有一席之地。

最后，祝愿24地产在房地产行业路越走越宽，缔造业界新的辉煌和传奇！祝愿各位领导和伙伴家庭幸福！事业有成！在\_\_年挣的盆满钵满！谢谢！

## 售楼处设计方案效果图篇二

在商业地产销售发展日益成熟的今天，房地产营销策划在商业地产的销售与招商过程中越来越重要，商铺要想卖得好，前期的营销策划必不可少，而且必须做到位。

××商业城项目是××房地产开发公司开发的精品物业，将成为××市北区的新型休闲地产商业的经典作品。

××商业城座落于××市城区北部的××广场旁，是××地产开发公司的新建项目。本项目占地7000平方米，根据目前的建筑设计建议方案，项目由三层裙楼（含负一层）和两栋塔楼（分别高四层）组成，总建筑面积约为15000余平方米，地下车库及设备用房建筑面积为1500多平方米，商业裙楼建筑面积约8500平方米，塔楼建筑面积约6500余平方米。项目总投资约1800万元。

经过前期的市场调研分析，本项目初步确定为现代化、多功能的休闲购物商城。根据这个初步设想，结合目前项目现状，本营销企业方案对本项目做了比较系统的市场定位及营销可\*作\*分析，从营销策划的角度出发，对项目的整体形象包装、营销组织运行、市场推广、广告策略安排、销售促进等方面都做了全局\*和可\*作\*的论述。

## 一、项目营销总体策略

营销总体策略是仔细分析、科学划分并准确切入目标市场，通过全方位地运用营销策略，最大限度提升项目的附加价值，获取项目的最大利润，并全面树立和提升企业形象及项目形象。概括本项目的营销总体策略，可以简述为“五个一”，即树立一个新锐概念、倡导一个财富理念、提炼一个鲜明主题、启动一个前卫市场、酝酿一场热销风暴。

## 二、项目营销目标方针

根据本项目“五个一”的总体营销策略，拟订本项目的营销目标方针如下，作为本项目营销工作纲领的完善和充实。

1. 树立一个新锐概念：休闲式购物商业。

2. 倡导一个财富理念：创投\*商业、休闲式购物、稳定\*回报。
3. 提炼一个鲜明主题：产权式商铺、休闲式商业。
4. 启动一个前卫市场：崇尚“创投\*商业、休闲式购物”，摒弃传统商业的纯购物环境压抑与约束，主要面向年轻新锐、有自己个\*的消费群体，让其体验到休闲模式的商业环境，购物主题明确。
5. 酝酿一场热销风暴：本项目将传统商业行为上升为现代全新的休闲商业，力争推动商业房地产市场开发的全新变革，避开传统商业的竞争，在一个全新市场里掀起一场热销风暴。

### 三、销售目标及目标分解

1. 销售（招商）目标
2. 销售目标分解

### 四、营销阶段计划

根据项目的定位及施工进度计划，将营销工作分为四个阶段，各阶段工作重点如表8-5所示。

### 五、项目销售时机及价格

为了更好地在后续营销过程中充分体现总体营销策略和达成目标方针的实现，综合项目要素资源和营销推广传播要素，结合项目定位，确定以下销售时机及价格。

#### （一）项目入市时机及姿态

- 2、入市姿态：以全市乃至西北地区“财富地产、休闲购物”形象登场，开创全新休闲商业投资经营理念。

## （二）价格定位及价格策略

- 1、价格定位的原则：采用比价法和综合平衡法。
- 2、价格定位：整个商业项目的销售均价为3580元/平方米，其中起价为3328元/平方米，最高价为4000元/平方米。
- 3、价格策略：采取“低开高走”型平价策略，开盘后半年作为第一阶段的价格调整（略升），均价为3380元/m<sup>2</sup>，尾盘销售变相略降。

## 六、宣传策略及媒介组合

### （一）宣传策略主题

- 1、个\*特\*：“××商业城财富地产投资商业”是我市首家也是唯一一家将商业开发从“建造建筑产品”上升到“营造全新休闲购物方式”，倡导“投资财富地产、获取稳定回报”的投资理念。
- 2、区位交通：本项目地处××广场旁，地段绝佳，高尚居住区地标建筑，交通便捷，是北部区域首选的理想商业地产投资环境。
- 3、增值潜力：处于\*规划重点发展区域的核心区域，发展前景好，购置成本低，升值潜力大，是投资置业的首选。

### （二）宣传媒介组合

- 1、开盘前期：主要以软\*新闻及广告进行全新“财富投资，稳定回报”理念的深度挖掘，媒体主要以报纸为主，电视为辅。
- 2、开盘后的强势推广期：即项目营销推广的重要时期，宣传

媒介以“报纸、电视、户外广告牌三位一体”为主，配以相关杂志、直邮广告等形式。

3、开盘后的形象展示期：为了展示形象，以软文\*深入挖掘为主，媒介选择主要是电视和报纸，重点辅以\*\*、促销活动、项目招商说明会等形式。

## 售楼处设计方案效果图篇三

招商指发包方将自己的服务、产品面向一定范围进行发布，以招募商户共同发展。下面是商铺招商方案范文，欢迎参阅。

### 第一部分：项目商业经营规划

#### 一、整体商业定位

商业项目的前期定位，要根据区域市场的居民消费水平，消费偏好决定!最好先做一个详细的市场调研!!

#### 二、项目主题概念提炼

商业项目的策划时已引入了“城市客厅”、“绿色商务”、“城市休闲广场”的概念，因此对商铺的定位可延续原有的理念。

#### 商铺招商方案主题一：“城市客厅”——人气

业主的第二客厅，依据其超前的运营管理水准和开发商独具匠心的开发思路，将成为惠州市的“城市客厅”，成为人们休闲购物心之所向的地方。项目所处的麦科特大道，是惠州现代城市建设景观最具代表性的区域之一，无论是现状，还是远景规划，都是广州当之无愧的“城市客厅”，并成为展示惠州新形象的一个窗口。风尚国际商业项目的启动无疑将带动本片区甚至整个城市建设和经济发展，成为人们新的生



活聚集地。

商铺招商方案主题二：“城市休闲生活广场”——氛围

城市园林休闲空间拥有商业广场、叠级树池、春主题雕塑、玉柱喷泉叠水、望秋亭、水景墙、秋主题雕塑、景观柱灯、特色风格雕塑、休闲广场等，景观丰富，彰显从容与健康。

同时商铺的功能定位为购物休闲一体化的商业中心，将生活与休闲完美结合，突显现代城市人们的生活方式。

商铺招商方案主题三：核心区的时尚中心——活力

### 三、商业功能定位

打造成包容时尚、文化、休闲、娱乐、购物等综合功能的休闲生活广场，以此来满足惠州市中产阶级休闲文化需求，从而达到满足自由、放松、交流、时尚和购物等多种生活目的。

随着人们消费水平的提高，单纯的购物服务已难以满足顾客的需要，利用双休日和节假日进行休闲、娱乐型购物消费已成为一种趋势，因此，我们可以在主营零售业的基础上引入娱乐、休闲及其他服务行业以方便顾客，带旺商场。我司建议的功能如下：

对于零售业，我们的要求是中高档的零售企业和知名品牌。餐饮以简洁式、休闲式为主，主要是为了实现商场的购物人群的便利，但为保持环境清洁，拒绝有厨房的餐饮行业。

### 四、商铺布局及销售方式建议

方法一：规定业态分布

#### 1) 布局方式

对各楼层分别确定其用途，按拟订的用途招商和销售。

## 业态分布表

一楼业态眼镜、珠宝、皮装、电子专卖

## 四-六楼

2)特点主题性专卖店主题性专卖店外资企业、证券、银行办公家居市场娱乐城、休闲中心

以上布局中限定的商铺投资者投资规模都比较大，经营面积要求也将比较高。这样便于提升风尚国际商业地位和形象，避免因经营户较多而出现的无序和混乱。由于风尚国际的楼盘素质较好，地理位置也非常优越，采用这种着力招进主力店的做法容易实现。而且，采用这种方式招商销售速度快，能缩短销售期。但这种经营格局和商铺销售规划可能出现有部分大型的投资者不愿购买商铺产权的问题。我们将对此采取的措施是，在完成招商后继续拟订销售方案，最终将产权转移出去。

## 方法二：分割式销售

分割式销售，是在商铺销售前对商铺进行有针对性的合理、有效的分割，对分割后的单元进行招商和销售。（具体分割方式另行拟订）

### 1) 商铺分割的原则

#### (1) 主题的原则

商铺的分割，必须遵循主题的原则。即结合商铺推广的主题功能来进行分割。不同性质的商业种类，对分割有不同的要求，这是前提。因此商业项目的商业主题定位是必须考虑的

内容。

例如，如果项目将来的定位是以服装、音像业为主，则那些进深与开间之比大于4:1的商铺销售不会有太大困难，因为经营服装、音像业不需要太宽的门面，而商铺的后部又可以用来存货。

## (2) 人性化的原则

商铺的分割，必须遵循人性化的原则。也就是说，分割出的商铺，要符合业主经营、使用的要求。分割出的道路，要符合消费者的购物习惯、购物心理和走路习惯。这句话包含两层意思：第一，所有人性化所要求的人流通路设计必须要有；第二，所有不符合人性化所要求的人流通路设计必须去除。这两点对于商铺的销售有非常重要的意义。

商业场所内部的步行系统设计是用以调节和分配人流量的重要和有效手段。如果按人性化所要求的人流通路没有，必然会影响部分商铺的人流量，给销售和经营带来困难。而如果不符合人性化所要求的人流通路的存在，又会造成面积上的极大浪费，因为通路的唯一作用就是用来走路，不会产生经济上的效益。

## (3) 科学利用的原则

商铺的分割，必须遵循科学利用的原则。即在满足消防要求的前提下，尽可能的充分利用有效空间面积，所有可有可无的空余面积都应该利用起来作为商铺，尽量减少和压缩辅助功能区的面积。这是提高使用率，降低公摊比例的唯一有效途径。

## 2) 特点

分割后将产生较多小单元，销售和招商速度相对较慢。零星

尾盘销售会有一定难度。另外分割后经营者自行经营可能会出现经营上的无序，商业品质可能出现下降，不利于塑造良好的商业形象和商业氛围的形成，有悖于中高档商业物业的总体定位。

建议：

根据上述分析，我司建议风尚国际商铺采用方式一招商和销售。

## 五、项目商业营运规划

### (一)项目商业营运规划原则

4、合理有效使用空间的原则，首先做到合理的空间分割；

5、经济效益原则，应充分考虑商户的经营利益，达成商户与市场经营者双赢的局面；

10、视觉形象原则，整个经营布局应充分考虑商品陈列的视觉冲击力和形象同意。

### (二)项目商业营运规划

#### 1、统一招商

——除经营户购买的，用于自营的商铺外，为统一形象，尽快繁荣市场，对剩余商铺采用统一招商的原则。——市场的招商采用品牌联营、资本联营、招商引资和租赁等展开，其中大商户和品牌商户可采用以上多种方式展开。

#### 2、“出租过度，最终出售”的收益模式

——对于有投资楼盘意向且能接受购买产权的商户，将产权转移，由购买者自行经营或出租给他人经营。

### 3、整和市场

——整和市场功能，集购物、娱乐、休闲、餐饮四大功能于一体；

——整和市场空间，进行合理商品布局；

——整和招商，因有部分商铺可能需要先租再售，该部分商铺进行统一招商；

——整和推广，避免单兵作战，整个市场有经营方进行统一的广告、促销推广；

### 4、合理回报

——保证市场和经营户合理的收益，实现双赢；

——完善商业物业的管理和服务功能，提升市场软环境的竞争力；

——通过市场经营业绩的提升，促进存量盘的销售；

## 第二部分：招商及销售策略

### 一、项目整体营销策略

营销工作面对的是市场中各种要素的组合，而各种影响市场的因素都是变动的，特别是房地产市场。因此，房地产营销活动必然是动态的。只有动态的营销才能保证房地产营销的效果。风尚国际商铺的营销采用“机动营销策略”。所谓机动的房地产营销策略，就是要根据市场中各种要素的变化，不断地调整营销思路，改进营销措施，使营销活动动态地适应房地产市场变化。

## 售楼处设计方案效果图篇四

20xx年马上过去，不知不觉中，我在新的岗位上结束了一年的工作，现总结如下：在领导和全体同志的关怀、帮助、支持下，紧紧围绕xx单位内部保洁为中心工作，充分发挥岗位职能，不断改进工作方法，提高工作效率。较好地完成了各项工作任务。我始终把学习放在重要位置，努力在提高自身综合素质上下功夫。

### 一、一年来的工作表现

（一）强化形象，提高自身素质。我坚持以诚待人，爱岗敬业，正确处理苦与乐，得与失、个人利益和集体利益的关系，坚持甘于奉献、诚实敬业。经过一年的学习和摸索，我能够把xx单位内部各项保洁工作有条不紊的完成。

（二）严于律己，不断加强作风建设。一年来我对自身严格要求，始终把耐得平淡、舍得付出、默默无闻作为自己的准则，脚踏实地，埋头苦干。在工作中，严格遵守各项规章制度，尊重领导，团结同志，不断改进工作作风，不计较干得多，干得少，只希望把所有工作圆满完成。

### 二、工作中的不足与今后的努力方向

一年来的工作虽然取得了一定的成绩，但也存在一些不足，在今后工作中，我一定认真总结经验，克服不足，努力把工作做得更好。

## 售楼处设计方案效果图篇五

活动招商方案 2008-10-07 15:15 赞助形式一：冠名赞助招商（限1家）“影响衡阳市民生活100品牌”大型主题调查评选活动“品牌强市·质量兴市”论坛暨颁奖典礼及“×××之夜”大型时尚派对酒会冠名赞助招商。赞助费用：50-60万元

赞助形式：现金 大赛及广告宣传的覆盖范围：全市及各县市范围内 冠名赞助商权益：

- 1、赞助商标准称呼：“影响衡阳市民生活100品牌”大型主题调查评选活动“品牌强市·质量兴市”论坛暨颁奖典礼及“×××之夜”大型时尚派对酒会冠名赞助商。
- 2、活动标准称呼：“×××（赞助企业名称或主打产品名称）影响衡阳市民生活100品牌‘品牌强市·质量兴市’”论坛暨颁奖典礼、“×××（赞助企业名称或主打产品名称）之夜‘影响衡阳市民生活100品牌’”大型时尚派对酒会。
- 3、冠名赞助商可以在合约规定的品牌产品的包装、影视广告、平面广告等上使用“影响衡阳市民生活100品牌”大型主题调查评选活动“品牌强市·质量兴市”论坛暨颁奖典礼及“×××之夜‘影响衡阳市民生活100品牌’”大型时尚派对酒会冠名赞助商称谓（一年时间），并体现企业标识。经活动主办方授权许可后，可自行组织相关的媒体宣传及推广活动。
- 4、冠名赞助商跟组委会签订第三方合同，享有优先考虑“影响衡阳市民生活100品牌”大型主题调查评选活动形象代言人为其企业或产品进行为期一年形象代言或宣传推广的权利（代言宣传的所需费用另计）。
- 5、冠名赞助商享有一般赞助商的权益。 赞助回报：
  - 1、活动回报 （1）衡阳市人民政府授予冠名赞助企业“影响衡阳市民生活100品牌”荣誉奖牌。（2）在论坛暨颁奖典礼仪式及大型时尚派对酒会上，冠名赞助企业1名主要领导担任特邀嘉宾致辞(3-5分钟)，并在大型时尚派对酒会现场签名墙上签名留念。（3）论坛暨颁奖典礼现场的主背景板为“×××‘影响衡阳市民生活100品牌’‘品牌强市·质量兴市’”论坛暨颁奖典礼，并体现企业标识。（4）大型时尚

派对酒会现场的主背景板为“×××之夜‘影响衡阳市民生活100品牌’”大型时尚派对酒会，并体现企业标识。（5）在论坛暨颁奖典礼仪式及大型时尚派对酒会现场，主持人特别介绍冠名赞助企业，并在口头上鸣谢赞助商支持2次。（6）在论坛暨颁奖典礼和酒会现场，组织冠名赞助企业领导与参会各级政府官员、全国知名经济学家、品牌战略研究专家以及著名企业家合影留念。

## 2、媒体宣传

（1）《尔雅》杂志每期将以4个版面(总计16个版面)对冠名赞助企业进行宣传推广。（2）免费成为《尔雅》杂志理事单位，时间为一年。

3、现场展示（1）为冠名赞助企业设计制作一块3米×2米的高精度宣传广告，参加莲湖广场万人品牌宣传展和县市品牌推广周活动，并为其在现场提供主题空飘球2个，以供冠名赞助企业进行现场推广。（2）论坛暨颁奖典礼现场，为冠名赞助企业设计制作广告牌一块，并为其在现场显要位置安排专门展位2个作现场展示。（3）在大型时尚派对酒会现场入口处，为冠名赞助企业提供专门展位2个作现场展示。（4）在论坛暨颁奖典礼及大型时尚派对酒会现场主要入口指示牌上，体现冠名赞助企业名称和标识。（5）冠名赞助企业可以在论坛暨颁奖典礼现场派发企业宣传资料。（6）论坛暨颁奖典礼及大型时尚派对酒会现场，为冠名赞助企业提供大型横幅各2条。（7）论坛暨颁奖典礼及大型时尚派对酒会现场外部，为冠名赞助企业提供大型充气拱门各1个。（8）论坛暨颁奖典礼及大型时尚派对酒会现场外部，为冠名赞助企业提供活动主题空飘球各2条。

助企业可以在封

## 二、封



三、封底及内页1个跨版任选一处，对企业进行形象广告宣传，并回赠企业10本。