

2023年房地产销售方案 房产销售方案(精选5篇)

为了确保事情或工作得以顺利进行，通常需要预先制定一份完整的方案，方案一般包括指导思想、主要目标、工作重点、实施步骤、政策措施、具体要求等项目。那么我们该如何写一篇较为完美的方案呢？以下是我给大家收集整理方案策划范文，供大家参考借鉴，希望可以帮助到有需要的朋友。

房地产销售方案篇一

在房产市场营销中，制订出一份优秀的营销计划十分重要。

一般来说，市场营销计划包括计划概要：

1. 对拟议的计划给予扼要的综述，以便管理部分快速浏览。
2. 市场营销现状：提供有关市场，产品、竞争、配销渠道和宏观环境等方面的背景资料。
3. 机会与问题分析：综合主要的机会与挑战、优劣势、以及计划必须涉及的产品所面临的问题。
4. 目标：确定计划在销售量、市场占有率和盈利等领域所完成的目标。
5. 市场营销策略：提供用于完成计划目标的主要市场营销方法。
6. 行动方案：本方案回答将要做什么？谁去做？什么时候做？费用多少？
7. 预计盈亏报表：综述计划预计的开支。

8. 控制：讲述计划将如何监控。

要之后。

计划的这个部分负责提供与市场、产品、竞争、配销和宏观环境有关的背景资料。市场情势

应提供关于所服务的市场的资料，市场的规模与增长取决于过去几年的总额，并按市场细分与地区细分来分别列出，而且还应列出有关顾客需求、观念和购买行为的趋势。

2. 产品情势

应列出过去几年来产品线中各主要产品的销售量、价格、差益额和纯利润等的资料。

3. 竞争情势

主要应辨明主要的竞争者并就他们的规模、目标、市场占有率、产品质量、市场营销策略以及任何有助于了解其意图和行为的其他特征等方面加以阐述。

4. 宏观环境情势

应阐明影响房产未来的重要的宏观环境趋势，即人口的、经济的、技术的、政治法律的、社会文化的趋向。

经理应找出公司所面临的主要机会与挑战指的是外部可能左右企业未来的因素。写出这些因素是为了要建议一些可采取的行动，应把机会和挑战分出轻重急缓，以便使其中之重要者能受到特别的关注。

2. 优势与劣势分析

应找出公司的优劣势，与机会和挑战相反，优势和劣势是内

在因素，前者为外在因素，公司的优势是指公司可以成功利用的某些策略，公司的劣势则是公司要改正的东西。

3. 问题分析

在这里，公司用机会与挑战和优势与劣势分析的研究结果来确定在计划中必须强调的主要问题。对这些问题的决策将会导致随后的目标，策略与战术的确立。

此时，公司已知道了问题所在，并要作为与目标有关的基本决策，这些目标将指导随后的策略与行动方案的拟定。

有两类目标——财务目标和市场营销目标需要确立。财务目标

每个公司都会追求一定的财务目标，企业所有者将寻求一个稳定的长期投资的盖率，并想知道当年可取得的利润。

2. 市场营销目标

财务目标必须要转化为市场营销目标。例如，如果公司想得180万元利润，且其目标利润率为销售额的10%，那么，必须确定一个销售收益为1800万元的目标，如果公司确定每单元售价20万元，则其必须售出90套房屋。

目标的确立应符合一定的标准

- 各个目标应以明确且可测度的形式来陈述，并有一定的完成期限。
- 各个目标应保持内在的一致性。
- 如果可能的话，目标应分层次地加以说明，应说明较低的目标是如何从较高的目标中引申出来。

应在此列出主要的市场营销策略纲要，或者称之为”精心策划的行动”。在制定营销策略时往往会面对多种可能的选择，每一目标可用若干种方法来实现。例如，增加10%的销售收益的目标可以通过提高全部的房屋平均售价来取得，也可以通过增大房屋销售量来实现。同样，这些目标的每一目标同样也可用多种方法取得。如促进房屋销售可通过扩大市场提高市场占有率来获得。对这些目标进行深入探讨后，便可找出房屋营销的主要策略。

策略陈述书可以如下所示

目标市场：高收入家庭，特别注重于男性消费者及各公司，注重于外企。

产品定位：质量高档的外销房。有商用、住家两种。

价格：价格稍高于竞争厂家。

配销渠道：主要通过各大著名房产代理公司代理销售。

服务：提供全面的物业管理。

广告：针对市场定位策略的定位的目标市场，开展一个新的广告活动，着重宣传高价位、高舒适的特点，广告预算增加30%。

研究与开发：增加25%的费用以根据顾客预购情况作及时的调整。使顾客能够得到最大的满足。

市场营销研究：增加10%的费用来提高对消费者选择过程的了解，并监视竞争者的举动。

策略陈述书阐述的是用以达到企业目标的主要市场营销推动力。而现在市场营销策略的每一要素都应经过深思熟虑来作

回答：将做什么？什么时候去做？谁去做？将花费多少？等等具体行动。

房地产销售方案篇二

销售团队是房地产公司的一张“脸”，是公司先于产品对市场进行的展示，专业的素质优越的服务是吸引市场的基础。对销售人员加强专业及服务培训是建设一个优秀的销售团队必经的途径。以下是房产销售团队建设方案，欢迎阅读！

高效的房产销售团队，是在遵守《商品房销售规范》的基础上，在开发商或代理商限定的时间内，完成或超额完成指定项目的销售工作的一定数量的员工集合。

一、组建一支高效的营销团队，必须要做到以下几点：

1、强有力的执行力。必须要做到上传下达，使销售计划、营销策略得到很好的执行。

2、适当、清晰的目标和相关的专业技能。要制定适当和清晰的团队销售目标和个人销售目标，并把这些目标与个人激励机制挂钩。销售人员应该熟悉房产相关知识，擅长房产销售，最重要的是要有团队意识，相互之间能够良好的合作，完成任务。

3、良好的沟通能力和相互信任。良好的沟通能力是一个销售人员必不可少的，这包括外部沟通和内部沟通。外部沟通主要是跟客户的良好沟通，内部沟通包括同事间的沟通和跟上级领导间的沟通。相互信任则是员工对公司的信任，对产品的信任，对领导的信任和同事之间彼此品行和能力的相互信任。

4、恰当的领导和内外部的支持。优秀的销售管理者在团队中往往是担任教练和后盾的角色，他们对团队提供指导和支持，

并不试图去控制它。

二、营销团队的组建

1、人才的多元化、组合化，以实现技能的互补。房产销售团队要有有效的运作，需要几种不同技能类型的成员。第一、要有技术专程，熟悉房地产相关法律、知识，擅长销售的人员，作为介绍组。第二、要有高效的沟通技巧，要善于聆听、反馈、解决客户疑问，作为洽谈组。第三、迎宾组，年轻，相貌端庄，代表公司形象。第四、有解决问题和决策的能力，能够发现问题并提出自己的建议，作为主管人员。

2、薪酬福利、绩效考核

一般认为，薪酬福利就是底薪和提成，绩效考核就是任务的完成与否。其实这只是其中的一方面。

(1)、在薪酬福利中，薪和利主要指物质奖励，也就是底薪和提成。酬和福指精神方面的奖励，包括公司对员工的认可，上级同事给予的关怀和认可，晋升的机会，对企业文化的认可等等，从而形成很强的凝聚力。

(2)、绩效考核，绩是指工作过程，效是指工作结果，考是检验，核是检查、核实、反馈和修改。这其中并不是单纯看完成任务与否的结果，（如甲接待了100个客户成交了10套，乙接待了50个客户也成交了10套。结果一样，但过程不一样）也要看过程。考核的时候，除了检查核实以外，还要反馈和修改。

3、房产销售团队的专业素质与精神支持——团队培训。

包括个人培训和整体培训。个人培训包括销售人员的心理素质培训和潜能培训，专业知识培训和销售技巧培训。整体培训注重团队的工作协调性和相互信任感的培养，增强团队的

凝聚力。

5、加强对团队销售工作的追踪。公司要建立一系列表格表单。如要求销售人员填写《日销售报表》、《日客户接待表》。销售主管则要填写《周销售报表》、《周客户情况统计表》、《周客户情况统计分析表》等。仅通过报表、报单、报告来追踪销售情况还不够，还要定期进行电话或面对面的沟通，了解销售人员的思想动态变化，了解销售人员业绩未能达成的深层次原因，以便制定解决问题的应对措施。

三、营销团队的组建流程

该项目在西南财经大学附近，可充分利用高校资源，招聘一批刚毕业或大四实习的学生，他们虽然没有工作经验和专业知识，但是年轻，有活力有激情，有闯劲。工作经验和专业知识可以通过一段时间的培训和实践来实现。

[房产销售团队建设方案]

房地产销售方案篇三

为了更好达到销售目标，实现公平、公正、公开按劳取酬的薪金制度特制定本办法。本办法适用于xxxx房地产经纪公司各项目组项目在职销售人员。

本办法共分为两章。分别为：基本佣金提成办法、惩罚办法、特殊贡献奖励办法以及其他奖励办法。

1、基本佣金：为销售人员在完成销售部规定任务额及超出部分应得薪酬。

2、特殊贡献：为销售部在职人员对本岗位或部门特定工作有突出贡献，或有重大立功表现，经公司及部门评议，所给予的一定数额物质奖励。

3、 其他奖励：为公司临时性或不定期下发任务，在公司规定时间内完成，公司根据该任务奖励办法给予的薪酬。

一、 基本任务额

基本任务额是销售部根据项目开发进程、施工进度及销售部销售计划。对年度销售计划进行月度任务分解后，下达给销售人员的基本销售任务。

二、 基本提成比例：0.2% (此比例适用于完成销售基本任务额80%及以上销售人员。)

三、 销售提成奖惩性规定：

- 1、 月销售总额未达到基本任务额80%：0.15%；
- 2、 月销售总额达到80%至120%：0.2%；
- 3、 月销售总额超过120%至150%：0.22%；
- 4、 月销售总额超过150%至200%：0.25%；
- 5、 月销售总额超过200%：0.3%。

四、 佣金结算规定：

- 1、 按揭贷款销售计入当月销售业绩，但不计入佣金。佣金结算时间为银行将贷款打入房地产公司帐户当月。
- 2、 分期付款销售全额计入当月销售业绩，但佣金依据付款比例的80%结算。结余佣金结算时间为业主结算全部房款当月。
- 3、 每月28日前完成交易，销售额计入当月销售业绩及佣金，28日及以后计入下月。

- 4、 销售人员离职未按规定提前预告者，离职当月及前一月销售佣金不予结算。
- 5、 佣金发放日期为每月20日。
- 6、 连续三个月未能完成基本任务额80%以上者，停发第三个月佣金。
- 7、 已结算佣金销售额，在出现退房、变更等情况下，在退房、变更当月佣金中扣除前者已提佣金。

一、 基本规定：

- 1、 基本任务：销售业绩达到基本任务额80%及以上；
- 2、 考核期：每三个月为一个考核期。

二、 惩罚办法：

- 1、 置业顾问未完成当月基本任务，当月根据完成基本任务额比例发放工资；(最低发放工资总额不低于项目所在地最低工资规定。)
- 2、 置业顾问连续两个考核期未完成基本任务者辞退；
- 3、 销售主管未完成所在销售部当月基本任务，当月根据完成基本任务额比例加发放工资；(最低发放工资总额不低于项目所在地最低工资规定。)
- 4、 销售主管连续两个考核期未完成基本任务者降职为置业顾问；

一、 销售奖励：

- 1、 月销售总额超过150%至200%：当月加发基本薪金50%；

- 2、月销售总额超过200%：当月加发一个月基本薪金，享受4天带薪假；
- 3、年度销售总额超过个人当年总任务额180%：年终奖励总销售额0.05%；
- 4、年度销售冠军：奖励5000元，给15天带薪假。

二、贡献奖励：

- 1、销售人员针对销售推广方案、广告推广方案提出合理化建议，经公司及销售部审议采纳，并在工作实施中获得成功及收益。一次性奖励500至1500元。
- 2、销售人员针对公司管理及运营中提出合理化改进方案，经公司审议并采纳。一次性奖励500元。
- 3、其他根据具体情况及公司有关决议执行。

房地产销售方案篇四

销售团队是房地产公司的一张“脸”，是公司先于产品对市场进行的展示，专业的素质优越的服务是吸引市场的基础。对销售人员加强专业及服务培训是建设一个优秀的销售团队必经的途径。以下是房产销售团队建设方案，欢迎阅读！

高效的房产销售团队，是在遵守《商品房销售规范》的基础上，在开发商或代理商限定的时间内，完成或超额完成指定项目的销售工作的一定数量的员工集合。

- 1、强有力的执行力。必须要做到上传下达，使销售计划、营销策略得到很好的执行。
- 2、适当、清晰的目标和相关的专业技能。要制定适当和清晰

的团队销售目标和个人销售目标，并把这些目标与个人激励机制挂钩。销售人员应该熟悉房产相关知识，擅长房产销售，最重要的是要有团队意识，相互之间能够良好的合作，完成任务。

3、良好的沟通能力和相互信任。良好的沟通能力是一个销售人员必不可少的，这包括外部沟通和内部沟通。外部沟通主要是跟客户的良好沟通，内部沟通包括同事间的沟通和跟上级领导间的沟通。相互信任则是员工对公司的信任，对产品的信任，对领导的信任和同事之间彼此品行和能力的相互信任。

4、恰当的领导和内外部的支持。优秀的销售管理者在团队中往往是担任教练和后盾的角色，他们对团队提供指导和支持，并不试图去控制它。

1、人才的多元化、组合化，以实现技能的互补。房产销售团队要有效的运作，需要几种不同技能类型的成员。第一、要有技术专程，熟悉房地产相关法律、知识，擅长销售的人员，作为介绍组。第二、要有高效的沟通技巧，要善于聆听、反馈、解决客户疑问，作为洽谈组。第三、迎宾组，年轻，相貌端庄，代表公司形象。第四、有解决问题和决策的能力，能够发现问题并提出自己的建议，作为主管人员。

2、薪酬福利、绩效考核

一般认为，薪酬福利就是底薪和提成，绩效考核就是任务的完成与否。其实这只是其中的一方面。

(1)、在薪酬福利中，薪和利主要指物质奖励，也就是底薪和提成。酬和福指精神方面的奖励，包括公司对员工的认可，上级同事给予的关怀和认可，晋升的机会，对企业文化的认可等等，从而形成很强的凝聚力。

(2)、绩效考核，绩是指工作过程，效是指工作结果，考是检验，核是检查、核实、反馈和修改。这其中并不是单纯看完成任务与否的结果，(如甲接待了100个客户成交了10套，乙接待了50个客户也成交了10套。结果一样，但过程不一样)也要看过程。考核的时候，除了检查核实以外，还要反馈和修改。

3、房产销售团队的专业素质与精神支持——团队培训。

包括个人培训和整体培训。个人培训包括销售人员的心理素质培训和潜能培训，专业知识和销售技巧培训。整体培训注重团队的工作协调性和相互信任感的培养，增强团队的凝聚力。

5、加强对团队销售工作的追踪。公司要建立一系列表格表单。如要求销售人员填写《日销售报表》、《日客户接待表》。销售主管则要填写《周销售报表》、《周客户情况统计表》、《周客户情况统计分析表》等。仅通过报表、报单、报告来追踪销售情况还不够，还要定期进行电话或面对面的沟通，了解销售人员的思想动态变化，了解销售人员业绩未能达成的深层次原因，以便制定解决问题的应对措施。

该项目在西南财经大学附近，可充分利用高校资源，招聘一批刚毕业或大四实习的学生，他们虽然没有工作经验和专业知识，但是年轻，有活力有激情，有闯劲。工作经验和专业可以通过一段时间的培训和实践来实现。

房地产销售方案篇五

随着xx月份的结束，也意味着进入下一步的实质性工作阶段。回顾这一个月的工作，非常感谢公司领导和各位同事的顶力支持，使我掌握相关业务知识。基于本人是第一次接触房产销售行业，面临困难和压力较大，针对行业特点、现状，结合本人这一个多月来对“房产销售”的理解和感悟，特对11

月份房产销售工作制定以下计划。

1. 全面、较深入地掌握我们“产品”地段优势并做到应用自如。
2. 根据自己以前所了解的和从其他途径搜索到的信息，搜集客户信息1000个。
3. 锁定有意向客户30家。
4. 完成销售指标100万。

众所周知，现代房产销售的竞争，就是服务的竞争。服务分为售前服务、售中服务和售后服务，而我们房产销售也是一种“服务”，所以前期工作即就是售前服务更是我们工作的重中之重。正是因为如此，我的工作开展计划也是围绕“售前服务”来进行。

1. 多渠道广泛地收集客户资料，并做初步分析后录入，在持续的信息录入过程中不断地提高自己的业务知识，使自己在对房产销售特点掌握的基础上进一步的深入体会，做到在客户面前应用自如、对答如流。

2. 对有意向的客户尽可能多地提供服务(比如根据其需要及时通

知房源和价格等信息)，目的让客户了解房源和价格，在此基础上，与客户进行互动沟通。其次给客户一种无形的压力，比如：房源紧张，价格要上涨等，激发其购买欲望。

3. 在用电话与客户交流的过程中，实时掌握其心理动态，并可根据这些将客户分类。

4. 在交流的过程中，锁定有意向的客户，并保持不间断的联

系沟通，在客户对我们的“产品”感兴趣或希望进一步了解的情况下，可以安排面谈。

5. 在面谈之前要做好各种充分准备，做到对房源，面积，单价等了如指掌

6. 对每次面谈后的结果进行总结分析，并向上级汇报，听取领导的看法。克服困难、调整心态、继续战斗。

7. 在总结和摸索中前进。

在一个月后，我要对该月的工作成果、计划执行情况做一次评估，总结得失，为下个月的工作开展做准备。