# 最新房地产销售主管述职报告范文(推荐)(五篇)

来源：网络 作者：静水流深 更新时间：2024-12-14

*最新房地产销售主管述职报告范文(推荐)一在实践工作中，我又对销售有了新的体验，在此我总结几点与大家分享：(一)不做作，以诚相待，客户分辩的出真心假意。得到客户信任，客户听你的，反之，你所说的一切，都将起到反效果。(二)了解客户需求。第一时间...*

**最新房地产销售主管述职报告范文(推荐)一**

在实践工作中，我又对销售有了新的体验，在此我总结几点与大家分享：

(一)不做作，以诚相待，客户分辩的出真心假意。得到客户信任，客户听你的，反之，你所说的一切，都将起到反效果。

(二)了解客户需求。第一时间了解客户所需要的，做针对性讲解，否则，所说的一切都是白费时间。

(三)推荐房源要有把握，了解所有的房子，包括它的优劣势，做到对客户的所有问题都有合理解释，但对于明显硬伤，则不要强词夺理，任何东西没有完美的，要使客户了解，如果你看到了完美的，那必定存在谎言。

(四)保持客户关系，每个客户都有各种人脉，只要保证他们对项目的喜爱，他们会将喜爱传递，资源无穷无尽。

(五)确定自己的身份，我们不是在卖房子，而是顾问，以我们的专业来帮助客户。多与客户讲讲专业知识，中立的评价其它楼盘，都可以增加客户的信任度。

**最新房地产销售主管述职报告范文(推荐)二**

市场营销计划更注重产品与市场的关系，是指导和协调市场营销努力的主要工具、房地产公司要想提高市场营销效能，必须学会如何制订和执行正确的市场营销计划。

1.房地产营销计划的内容

在房地产市场营销中，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：

1.计划概要：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。

一、计划概要

计划书一开头便应对本计划的主要目标和建议作一扼要的概述，计划概要可让高级主管很快掌握计划的核心内容，内容目录应附在计划概要之后。

二、市场营销现状

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。

1.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

应阐明影响房地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。

三、机会与问题分析

应以描述市场营销现状资料为基础，找出主要的机会与挑战、优势与劣势和整个营销期间内公司在此方案中面临的问题等。

1.机会与挑战分析

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。

四、目标

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。

1.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。

五、市场营销策略

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地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。

六、行动方案

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。

七、预计盈亏报表

行动方案可使经理能编制一个支持该方案的预算，此预算基本上为一项预计盈亏报表。主管部门将审查这个预算并加以批准或修改。

八、控制

计划的最后一部分为控制，用来控制整个计划的进程。通常，目标和预算都是按月或季来制定的。这样公司就能检查各期间的成果并发现未能达到目标的部门。

有些计划的控制部分还包括意外应急计划，简明扼要地列出可能发生的某些不利的情况时公司应采取的步骤。

**最新房地产销售主管述职报告范文(推荐)三**

一、实习目的

(一)通过实习，一方面检验所学专业知识，学习课课外知识，开阔视野，另一方面为我们以后进一步走向社会打下坚实的基础。

(二)通过实习，让我充分的认识到自己所学的知识真的太少了，校园与社会是两个完全不同的概念，同时也让我产生动力开拓自己，使自己在实习中有一个知识的升华。

(三)通过实习，将我大学所学的知识运用于实践，将我大学所积累的知识运用于工作。在工作中更好的认识自己，提高自己。

(四)通过实习，让我发现自己的不足，认识自己的缺点，在工作中慢慢改进，积极进取，去实现自己的目标，为自己的将来奋斗。

(五)通过实习，将自己的理论知识与实践融合，把自己所学的财务知识与相关专业知识相结合并且完成从学生到职员的过渡。

二、实习单位介绍

三、实习内容

公司根据我的特点和性格，给我的定位是做销售方面的工作。前期先接受公司培训，对自己的项目了解，经过一系列考核(讲沙盘、讲户型、讲市场等)然后做市场调查，对楼盘周边区域的楼盘、竞争楼盘做市调。之后直接安排到一个小组开始接待、接电的工作，有时配合办公室人员处理日常工作。

公司的每位员工进入公司的第一份工作都是销售，这是整个行业的一个硬性的要求。从销售做起这样才能够方便以后开展更多工作。

(一)熟悉整个产品

对产品的了解是销售的第一关键之处，要对自己的产品了如指掌才能去说服感染其他的人，而产品的组成又是分很多种不同情况的。房子是件不一般的物品，消费者在消费时也会花很多心思在上面，一旦介绍失误就会为公司和自己带来一连串的麻烦，也给该消费者本身带来很多不愉快。

(二)熟悉整个销售流程

销售是份很有学问的工作，每天和不同的客户谈产品。客户的问题是多种多样的。每天都在处理一些复杂的小事，也就是这些复杂的小事在一步步的锻炼着我，一开始总是以学生的姿态去处理那些事情，但最终发现这是非常错误的，这也使自己走了很多弯路。销售的售前、售中和售后都是一门高深的学问，在处理时的心态上也需要很大的调整，客户总是有无限多的问题，但怎样去把这些问题化整为零，是需要一些人格魅力去解决的，而不是单单靠嘴皮子耍耍功夫。

销售之后的工作也是复杂多变的，银行按揭的办理，公积金的申请核审，对客户的不完全掌握使得银行和公积金中心手续的办理出现了很多问题，这也直接导致销售进度的放缓，无形之间也给自己增加了一些心理压力。心态上怎样去处理好这些事情是最关键的，特别是作为还没出校门的学生，职场上是没有太多人情味的。

(三)接待客户a.接待工作描述：

接待的时候第一句是：您好，光临弘盛华庭，您之前来过我们这里吗?要是客户说来过，就得给客户找接待过他的销售人员，这么做是防止撞单或者恶意抢单的情况发生。然后介绍沙盘，户型等。然后顺利的话就是交定金-签约-办按揭-办入住。这就是整个过程。异地此接待过的客户，根据实际情况把相关内容填写在客户登记表上。b.接电工作描述：第一句是，您好，这里是弘盛华庭售楼处，然后客户放电话前要问是怎么了解我们项目的，根据实际情况把相关内容填写在客户登记表上。

四、具体实习过程

第一个月作为一个实习生，我要做的也是最基本的，所以开始做的是销售顾问。刚进公司我觉得自己就是一打杂的。什么都要做，但是又跟销售房地产完全不搭边。我觉得果然与长辈所说的那样，新进员工总会被前辈们欺负，也只能忍着。但是这样我工作的一点都不痛快。这样下去完全不行，与公司员工的关系越来越差，也不会有人指导我，最主要的是完全学不到经验。终于糟糕到我连那些不搭边的资料都看不下去，完全无所事事，我意识到自己不得不改变。

第二个月浑浑噩噩的在重复看资料，背资料的度过了一个月。经过星期天的调整，心情好多了。毕竟很老师都有告诫我们开始工作的时候就是要不怕吃亏，不能斤斤计较。“老一辈”的都喜欢勤勤恳恳的员工。而且能者多劳，在这些看似无用的打杂中，也能学到相当多的知识。

最简单的帮忙打印材料，复制，跑腿，让我很快熟悉了各个部门，和他们的职位。在帮助别人的过程中我也结交到许多有能力的前辈。第二个月我工作愉快，心情放松。虽然我还是一直在看些往年的销售记录和客户记录等资料，但是我也清楚这些对我以后上手的基础，所以也就有了动力。斗志高傲的做了一个月的工作。

第三个月对于自己喜欢的事情总是充满激情。一大早前辈们就问我资料背的如何，还开玩笑的说要抽查，被吓了一跳，虽然我是有看过，但是那么多，我肯定记不清楚。幸好他们只是玩笑。这个月我终于可以开始简单的接待、登记、回访工作。开始几天接待的人都是很客气的，问的问题也比较简单，看了那么多资料，我是可以简单做些介绍。比起看资料我还是喜欢和人打交道，可以从顾客身上学到很多知识。这一个月的工作很顺利，帮前辈整理资料，有时也会跟着前辈们学习销售。在看他们销售的过程中也是受益无穷的。

第四个月可能前面我做的太顺，这周状况连连。一开始是有顾客上门吵架，不幸的是我接待的。看来这位很有眼力，一看就知道我是新人好欺负，我还真是被他问的傻了眼，很是委屈。他在贷款这一块出了问题，好像是他的贷款利率比别人的要高。我是知道相关环节的，毕竟学过些知识，可是应付这类人我完全没办法。说不出一句话来，结果经理一来就和那人道歉。我连忙闪到一边，经理说的话很是“委曲求全”，这是在我看来的。不过经理还是让我大开眼界，他很快就发现问题所在，原来顾客对比利率的那人，首付的金额不同，所以两人的贷款利率才不同。这么简单的问题我竟然解决不了，真觉得白学了知识。

第五个月虽然上个月经理没有怎么批评我，但是我真的深受打击，决心好好看看课本知识，狂补了一番。所以这周我总是显得有些疲倦，不过总是有收获的。我总算可以和一些比较难缠的客户打交道，而且接触更多工作，参与到楼盘的介绍，可以陪同客户看房签约，虽然是跟着前辈们一起去打下手的。

第六个月转眼在这里工作的第六个月，和公司的职员也混得比较熟了，大家教会我很多道理，以后工作我都会借鉴的，新人最主要的就是虚心学习。这个月参加会议我已经可以提出些许建议，不像开始总是听着别人讲，虽然他们说的都很有道理，但是只听别人的我总是有些不甘心。我学会了与团队合作。配合同事成交，促进小组、案场业绩提升，在工作中不断自我学习、不断提高相关业务水平。

五、实习体会

实习结束了，回想从开始到现在，这一路走来我的感受是自己成熟多了。不仅丰富了我的人生阅历，还让我品尝到了工作的辛苦，成长的快乐。

通过这几个月的实习，虽然时间不长，但在这段时间中我确确实实学到了很多在学校及书本上不曾有过的东西，尽管以前也有过很多社会实践的经历，但都是做短时间的促销，这次感觉与之前几次有很大的不同，而且感觉比以前收获更多。这次的实习更加让我意识到自己是将要踏进社会的人了，工作的时候不再像在学校那样有老师，有作业，有考试，而是所有东西都需要你主动去学习。

首先我们作为新人必须尽快的对这家公司的各个部门的职能，负责人，人员构成有详细的了解。特别是我们所在的销售部门，更是必须的。细致到了解每个人的兴趣爱好，性格，喜好等。这样，你就可以很准确的定位自己在这家公司或这个部门的位置。有助于你很快融入这个团体。房地产销售工作跟别的行业销售区别在于同事之间的关系将直接影响到你个人的升职机会，甚至销售业绩。

工作的时候，我们不只是为公司创造了效益，同时也提高了自己。像我们这样没工作经验的新人，更需要通过多做事情来积累经验。特别是现在实习工作并不像正式员工那样有明确的工作范围，如果工作态度不够积极就可能没有事情做，所有平时一定要主动争取多做事，这样才能多积累，多提高。我们需要多做，多听，少说。

人际交往方面上，书上只会教你应该如何做，怎么做会比较好，而社会上的人际交往非常复杂，这是在书上、在学校里不能够体会到的。社会上有着各种各样的人群，每一个人都有自己的思想和自己的个性，要跟他们处好关系还真的需要许多技巧。这种技巧通常来自社会阅历与经验的。交际中要求你在不能改变一件东西的时候，你只能去适应它，不行的话要调整适应的方法。这就让我们必须具备不管遇到什么困难都不能被它吓倒，不轻言放弃的品质。我们要练就顽强坚持的性格，勤奋努力的生活作风，以及一个积极向上的心态。这样我们即使遇到失败与挫折，我们也可以克服，然后吸取经验教训再次站起来。

所以遇到业绩不好的时候千万别怀疑自己，甚至去埋怨别人或者运气。不要让人感觉出你有任何情绪波动。地产销售是为数不多的只要自己努力就有回报的工作，你要知道别人跟你是站在一个平台的，别人的业绩好是因为那个人比你努力或者比你做得时间长，比你的经验多，比你客户多，做事的方法好等等。要克服这些，你必须多思考，多做。比如比别人早30分钟上班，陪值班的同事，他们接不过来的客户你可以去接待，做一些有帮助的琐事等等。

相反，我们应该做任何事情都要有激情。然而激情不等于冲动，激情是发自内心的，从血液里流出来的东西。现实生活中不会像想象中那么华丽，即使做到总裁的位置，也还是枯燥的。但我们绝不能因为枯燥，因为不喜欢而敷衍。要告诉自己这是一份伟大的工作。要培养自己的激情，我们可以指定一个相对短期目标，当你实现该目标后，你会觉得付出会有回报，便会积极前进，并投入自己的激情。

在公司一定要有良好的人际关系。只有在快乐，充实的工作氛围下才能更好的工作。不管你的内心的什么样的，你都要把很自信，精力充沛的，大方得体，整洁干练的一面展现给大家。你不要把自己的感情强加在同事身上，这里不是江湖黑社会，更不是学校。同事也不是朋友，你必须用你阳光的一面去影响别人，这样别人才会去欣赏你，认可你。与同事相处更是一门学问，对前辈们要有礼貌，谦虚，虚心向前辈们请教，才能真正的学到东西，才能使自己进步更快，也能使我们少走很多弯路。对同事们要宽容，相互关心，相互帮忙与体谅，切忌不要与上司发生口角。

“你给我一个苹果，我给你一个苹果，我还是一个苹果;你给我一种思想，我给你一种思想，我就有两种思想。”这就是团队精神。工作往往不是一个人的事情，是一个团队在完成一个项目，在工作的过程中如何去保持和团队中其他同事的交流和沟通也是相当重要的。

一位资深人力资源专家曾对团队精神的能力要求有这样的观点：要有与别人沟通，交流的能力以及与人合作的能力。合理的分工可以使大家在工作中各尽所长，团结合作，配合默契，共赴成功。个人要想成功及获得好的业绩，必须牢记一个规则：我们永远不能将个人利益凌驾于团队利益之上，在团队工作中，会出现在自己的协助下同时也从中受益的情况，反过来看，自己本身受益其中，这是保证自己成功的最重要的因素之一。

所以碰到撞单的事情的时候，你要知道这个业绩不是你一个人的，是你们整个一个组的，所以不要显得很无所谓。也不要争得面红耳赤，毫不讲理。要学会利用公司制度和同事关系来维护自己的利益。

业绩好了之后要学会跟同事分享你的工作经验，但是不要傲慢地去说教，要有一个平常心。这样你会发现同事的经验有时候是对你很有帮助的，你的进步会越来越快速。销售的境界是倾听，要为客户排忧解难，千万别给他制造麻烦和没必要的思考。倾听客户的的想法后对症下药，你会发现工作越来越轻松。

最后，感谢\_\_x地产有限公司给了我实习的机会，感谢周围的同事给予了我帮助及鼓励，感谢所有关心我的人尊重了我决定，并给予我支持。感谢老师的培养，和同学们的关心。

**最新房地产销售主管述职报告范文(推荐)四**

甲方：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

地址：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

邮码：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

电话：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

法定代表人：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

职务：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

乙方：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_房地产中介代理有限公司

地址：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

邮码：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

电话：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

法定代表人：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

职务：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

甲乙双方经过友好协商，根据《中华人民共和国民法通则》和《中华人民共和国合同法》的有关规定，就甲方委托乙方(独家)代理销售甲方开发经营或拥有的\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_事宜，在互惠互利的基础上达成以下协议，并承诺共同遵守。

第一条 合作方式和范围

甲方指定乙方为在\_\_\_\_(地区)的独家销售代理，销售甲方指定的，由甲方在\_\_\_\_\_\_\_\_ 兴建的\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_项目，该项目为(别墅、写字楼、公寓、住宅)，销售面积共计\_\_\_\_\_\_\_\_平方米。

第二条 合作期限\_\_\_\_\_\_\_\_个月，自\_\_\_\_年\_\_\_\_月\_\_\_\_日至\_\_\_\_年\_\_\_\_月\_\_\_\_日。在本合同到期前的\_\_\_\_天内，如甲乙双方均未提出反对意见，本合同代理期自动延长\_\_\_\_ 个月。合同到期后，如甲方或乙方提出终止本合同，则按本合同中合同终止条款处理。

2.在本合同有效代理期内，除非甲方或乙方违约，双方不得单方面终止本合同。

3.在本合同有效代理期内，甲方不得在\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_地区指定其他代理商。

第三条 费用负担

本项目的推广费用(包括但不仅包括报纸电视广告、印制宣传材料、售楼书、制作沙盘等)由甲方负责支付。该费用应在费用发生前一次性到位。

具体销售工作人员的开支及日常支出由乙方负责支付。

第四条 销售价格

销售基价(本代理项目各层楼面的平均价)由甲乙双方确定为\_\_\_\_元/平方米，乙方可视市场销售情况征得甲方认可后，有权灵活浮动。甲方所提供并确认的销售价目表为本合同的附件。

第五条 代理佣金及支付

1.乙方的代理佣金为所售的\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_项目价目表成交额的\_\_\_\_%，乙方实际销售价格超出销售基价部分，甲乙双方按五五比例分成。代理佣金由甲方以人民币形式支付。

2.甲方同意按下列方式支付代理佣金：

甲方在正式销售合同签订并获得首期房款后，乙方对该销售合同中指定房地产的代销即告完成，即可获得本合同所规定的全部代理佣金。甲方在收到首期房款后应不迟于3天将代理佣金全部支付乙方，乙方在收到甲方转来的代理佣金后应开具收据。

乙方代甲方收取房价款，并在扣除乙方应得佣金后，将其余款项返还甲方。

3.乙方若代甲方收取房款，属一次性付款的，在合同签订并收齐房款后，应不迟于5天将房款汇入甲方指定银行帐户;属分期付款的，每两个月一次将所收房款汇给甲方。乙方不得擅自挪用代收的房款。

4.因客户对临时买卖合约违约而没收的定金，由甲乙双方五五分成。

第六条 甲方的责任

1.甲方应向乙方提供以下文件和资料：

(1)甲方营业执照副本复印件和银行帐户;

(2)新开发建设项目，甲方应提供政府有关部门对开发建设\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_项目批准的有关证照(包括：国有土地使用权证书、建设用地批准证书和规划许可证、建设工程规划许可证和开工证)和销售\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_项目的商品房销售证书、外销商品房预售许可证、外销商品房销售许可证;旧有房地产，甲方应提供房屋所有权证书、国有土地使用权证书。

(3)关于代售的项目所需的有关资料，包括：外形图、平面图、地理位置图、室内设备、建设标准、电器配备、楼层高度、面积、规格、价格、其他费用的估算等;

(4)乙方代理销售该项目所需的收据、销售合同，以实际使用的数量为准，余数全部退给甲方;

(5)甲方正式委托乙方为\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_项目销售(的独家)代理的委托书;

以上文件和资料，甲方应于本合同签订后2天内向乙方交付齐全。

甲方保证若客户购买的\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_的实际情况与其提供的材料不符合或产权不清，所发生的任何纠纷均由甲方负责。

2.甲方应积极配合乙方的销售，负责提供看房车，并保证乙方客户所订的房号不发生误订。

3.甲方应按时按本合同的规定向乙方支付有关费用。

第七条 乙方的责任

1.在合同期内，乙方应做以下工作：

(1)制定推广计划书(包括市场定位、销售对象、销售计划、广告宣传等等);

(2)根据市场推广计划，制定销售计划，安排时间表;

(3)按照甲乙双方议定的条件，在委托期内，进行广告宣传、策划;

(4)派送宣传资料、售楼书;

(5)在甲方的协助下，安排客户实地考察并介绍项目、环境及情况;

(6)利用各种形式开展多渠道销售活动;

(7)在甲方与客户正式签署售楼合同之前，乙方以代理人身份签署房产临时买卖合约，并收取定金;

(8)乙方不得超越甲方授权向客户作出任何承诺。

2.乙方在销售过程中，应根据甲方提供的\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_项目的特性和状况向客户作如实介绍，尽力促销，不得夸大、隐瞒或过度承诺。

3.乙方应信守甲方所规定的销售价格，非经甲方的授权，不得擅自给客户任何形式的折扣。在客户同意购买时，乙方应按甲乙双方确定的付款方式向客户收款。若遇特殊情况(如客户一次性购买多个单位)，乙方应告知甲方，作个案协商处理。

4.乙方收取客户所付款项后不得挪作他用，不得以甲方的名义从事本合同规定的代售房地产以外的任何其他活动。

第八条 合同的终止和变更

1.在本合同到期时，双方若同意终止本合同，双方应通力协作作妥善处理终止合同后的有关事宜，结清与本合同有关的法律经济等事宜。本合同一但终止，双方的合同关系即告结束，甲乙双方不再互相承担任何经济及法律责任，但甲方未按本合同的规定向乙方支付应付费用的除外。

2.经双方同意可签订变更或补充合同，其条款与本合同具有同等法律效力。

第九条 其他事项

1.本合同一式两份，甲乙双方各执一份，经双方代表签字盖章后生效。

2.在履约过程中发生的争议，双方可通过协商、诉讼方式解决。

甲方：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

代表人：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_年\_\_\_\_月\_\_\_\_日

乙方：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

代表人：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_年\_\_\_\_月\_\_\_\_日

**最新房地产销售主管述职报告范文(推荐)五**

房地产行业经过了比实力、拼品牌、斗景观之后，新一轮的竞争正渐渐地转变为由硬件的竞争升级到软件的竞争。因此企业在做好硬件方面的有关事项之后，必须要把精力集中在软件方面，销售人员作为现在房地产软件战斗中的核心队伍，其战斗力显得尤为重要。战斗前的准备——培训将成为日后战斗成败的关键要素。

步骤一：地产精英需要技术的培训

随首产业结构、科技时代、消费模式、社会价值观等诸多方面的变化，服务的技术和素质要求成为确保服务质量的关键。提高技术水平，改善服务技巧是各个服务机构的核心工作，因此，学习、学习、再学习、培训、培训再培训成了我们日常管理的最重要的一个环节。

策略a：培训的三大要战剖析

1、销售技巧、服务技能、礼仪、结构、建筑、设计、风水等专业课程和相关的法律法规等专业培训，面向全体员工。

2、财务会计、经济分析、计算机、网络、心理学等管理技能培训，主要面向公司拟培养的业务骨干。

3、会议组织、沟通与交流方式、绩效评估、合作与效率、销售组织与管理等领导技巧方面的培训，主要针对公司业务骨干与中层干部。

培训的目的就是为了整合目标与理念、提高素质、统一行动和提高效率。对于服务机构来讲，效率是第一位的，员工也是第一位的。有了一大批技术能手成为公司的业务骨干，公司的发展就有基本的保障。

策略b：培训计划的探讨

1、培训工作的战略思想

紧紧围绕中心工作目标来规划全年工作，始疑义有极高的站位，胸怀中心全局，在培训养人才大事上始终不懈怠。通过循序渐进的培训方式，将知识转变成技能，将要求转变成素质，将技能与素质化为财富，培养一批地产精英，为公司更上一个台阶做好人才储备。

2、培训工作目标

培养骨干人才，适应公司成长;

建立学习团队，营造成功环境;

形成培训模式，弘扬企业文化。

3、培训任务

通过培训，普遍提高管理者管理水平和业务人员的专业技能;建立和完善新员工培训体系、管理者技能培训体系，业务技能培训体系、能力与素质提升体系;形成良好的学习氛围和习惯，建立一支学习能力、适应能力、应变能力和操作能力强，对公司忠诚的员工队伍。

4、培训方式

采取部门培训、普通培训、骨干培训和高级培训相结合的方式进行。部门培训是部门员工均必须参加的培训，主要内容以提高专业技能为目的来设置;普通培训是为全员设置的交流培训，主要学习讨论公司规章制度，优质服务课程以及多元化法律专题讲座和多种咨询服务，档案建设技巧等课程;骨干培训是为公司的中流砥柱——骨干员工所设置，课程的内容是围练能力提高和素质训练来进行;高级培训为部门负责人设置，主要目的是提高管理者管理技能和水平。

骨干培训名单由培训门负责人审批，报办公室培训主管备案;高级培训名单由总助审批，报办公室培训主管备案。普通员工参与骨干和高级培训均须通过审批程序来进行。

培训形式有教授、讲座、调研、模拟、考试、参观、考察、深造等。培训师资包括公司培训的专职培训人员，公司合格的管理者以及外请的专家、教授以及同业资深人士。

策略c：考核的办法

1、培训采取学分制，参加不同的培训须得到相应的学分。三级职员一年须满60分，二级职员须个满75分，一级职员须修满90分，部门助理以上负责人须修满105分。

2、配合一线专业需求，部门培训设置“发牌制精英课程”。课程每6个月循环一次，学习完后，经考核通过发给“资格认证书”。评估部、交易部、市场管理部、策划部、信息研究部人员持证上岗。

3、对于培训效果每一季度考核一次。不参加考核者一次做旷工半天处理，考核不合格者不得该项考核学分。

步骤二：地产精英售前有效培训

售楼员是销售的具体执者，因此，培训是必要的，其目的正是为日后销售的战斗作好充分的准备。其具体方式包括以下两种：

策略a：现场的服务培训

按照整合营销的思想，销售队伍的形象、服务方式秘须与项目形象一致，因此销售人员应统一着装、统一形象。在服务态度上，要不卑不亢、平等相待，类似于名牌专卖店的服务风格(可请五星级宾馆培训)。同时老业主、员工、合作伙伴、股东都是销售队伍的一员，对公司员工应进行培训，统一口径;对老业主、合作伙伴，则通过联谊会等传播信息，以通过他们向外扩散。同时，加强楼盘卖点，制定奖励措施，鼓励公司全员销售，调动销售人员的积极性。

策略b：专题的培训活动

建立更有战斗力的营销团队，需要更加有效的培训机制和激励机制相配套。必须要从基础做起，开展专题培训活动，以期建立一支能打硬杖，爱学习、会学习的营销团队。

1、培训——基础性的企业管理工作

地产公司的培训工作必须建立自己的特色，建立与完善培训制度。

首先是要建立具有较强组织策划能力的培训小组，调动员工自觉参与学习、培训的积极性。其次是要有系统可行的培训计划与主题，在培训方式与内容上确保培训效果。第三是要有一定特质或资金保证。

地产公司的素质培训活动分阶段进行，先是导入期和强化期。可邀请地产公司或其他专业人士作短期集中培训，然后是持续和自我培训期。这是一项长期持续的过程，从而建立自己特色的培训制度。

2、培训——21世纪战争致胜的法宝

市场的竞争正是人才与团队战斗力的竞争。商战竞争的现实告诉我们，有效有培训与激励机制，正是新世纪市场营销致胜的法宝。市场营销专家警言：“培训，正是为了迎接全员营销时代的到来!”21世纪地产市场营销，已步入全员营销的时代!必须要有真正适应21世纪社会发展的人才队伍。卖楼，也绝不仅仅是销售人员的事，而是公司上下、全体员工、从规划、调研、设计、建筑、采购、销售、后勤、物业、管理等全过程的协作与创造。除了制度与规定约束外，培训是实现这一共同目标的捷径!

步骤三：销售精英四大准则培训揭秘

准则一：寻求客户心理的突破口

1、了解客户对楼盘的兴趣和爱好

2、帮助客户选择最能满足他们需要的楼盘

3、向客户介绍所推荐楼盘的优点

4、回答客户提出的疑问

5、帮助客户解决问题

6、说服客户下决心购买

7、向客户介绍售后服务

8、让客户相信购买此楼盘是明智的选择

准则二：迎合客户的最佳途径

1、热情友好、热情接待

2、提供快捷的服务

3、有礼貌与耐心

4、介绍所购楼盘的优点及适当的缺点

5、耐心倾听客户的意见和要求

6、能提出建设性的意见

7、能提供准确的信息

8、帮客户选择合适的楼盘和介绍服务项目

9、关心客户的利益，急客户所急

10、竭尽全力为客户服务

11、记住客户的偏好

12、帮助客户做出正确的选择

准则三：明确自己的岗位职责

1、积极主动向客户推介公司楼盘

2、按照服务标准指引，保持高水准服务质素

3、每月总结销售业绩

4、保持服务台及展场的清洁

5、及时反映客户情况

6、准时提交月结

7、培养市场意识、及时反映竞争对手的发展动向

8、爱护销售物料，包括公卡、工衣等

9、不断进行业务知识的逢我补充与提高

10、严格遵守公司的各项规章制度

11、服从公司的工作调配与安排

三、态度

态度可以大致地解释为我们向外在世界表达感觉的方式。态度的主要万分是感情或感觉，所以我们常常把态度描绘成积极的、自信的、焦虑的、受挫的、进取的、消极的等等。这引起都是我们内部感觉的外部表现形式。

一般说来，态度既不能从学校中学来，也不能通过日常工作中的实践学到。它们是我们整个生活的产物，因此它戴上面具，用世故的客套来加以掩饰，但即使这样也需反复操练，并常常会造成一些压力。无意识中我们也放将一些消极、侵犯或酸溜溜的态度传给了客户。结果这种态度对双方都带来了影响。

我们在见到客户之前要意识到并努力使这三个要素达到最佳水平。如果其中的一个达到标准，我们就很难在洽谈时达到预期目标，而且很可能会造成我们完全可以通过事先预备而避免的困境。尤其是在那些对检验有更多要求领域，更要注意我们的态度，更要注意我们的态度，因为我们的态度会随着一天内所经历的事情而时常变化。

步骤六：如何避免企业培训陷入“无解”方程

组织和管理员工培训需要从一开始就与企业的发展目标或子目标联系在一起，从而使员工培训的投入是集约化的、是高效的。另一方面，员工培训又是自居体系的，在时间、内容等方面是相对独立的，因此，对员工培训要做专项研究、专门看待。一定程度上，特别是定位于“综合素质提高”的培训，要游离于企业的日常工作，以期取得最佳效果。

以培训售楼员为例，我们试列一个方程式：

成功的培训=明确宗缆目标+确立培训议程式+培训预算+培训的有效组织

策略a：明确宗旨和目标

即培训的大政方针是什么，期望值是什么。可以是全面的培训，也可以是分解式的、技术性的培训，所期望达成的目标也有大有小，正如同做股票的人有长短线的取舍，这一点是至关重要的!

策略b：确立培训方式

培训式方可以有若干种，常用的是课堂式培训——这一方式无论从便于组织、节约开支方面，还是从知识灌输、双向沟通等方面都有着显而易见的益处。只是问题有：a.请谁来讲授;b.讲授效果怎么评价;c.讲授内容谁来定。如“谈判技巧”的内容是商业心理学为主还是以实战分析为主?是高屋建瓴式的，还是解剖麻雀式的?——在这些问题上一定要采取程序化的操作，即先解决什么，再解决什么，最后解决什么，操作以效用最大为原则!

策略c：预算

不做预算的培训一定是失败的培训!懂得经营的企业领导必须懂得投入的重要性。这不仅表现在间接的投入上(如工作时间被子压缩)，更表现在员工培训直接相关的经费投入——组织费用、专家费用、信息资料费用等等。如果采取封闭式的培训，还会发生食宿费用、差旅费用等。为保证培训工作的圆满完成，需要提前做好准确的预算。不做预算、或预算规模与培训工作有着巨大缺口时，其它方面的努力都很难取代“钱”的分内工作。

策略d：培训工作的事中组织

培训的事前组织工作是十分重要的，事中组织也同等重要!将培训的内容传授给员工是容易，但让员工依此形成心得则是困难的。况且推销工作今后面对的人复杂、城市复杂、文化背景复杂，这些需要大量的感性认识积累，培训是替代不了的。但也正是因为售楼员将面对多变，所以他们需要掌握原则、拥有思路，并且能够激发想象、产生创造力!故而，要求受训人员积极地投入，积极地思考是非常重要的。这一定程度上要依赖组织工作，即组织者的督促作用。

想像在这一方程式上，再加上一个企业营销活动的变量，员工培训就是“有解”了

本DOCX文档由 www.zciku.com/中词库网 生成，海量范文文档任你选，，为你的工作锦上添花,祝你一臂之力！