# 地产销售半年总结

来源：网络 作者：暖阳如梦 更新时间：2024-01-11

*地产销售半年总结汇总5篇紧张而忙碌的一年马上就要结束了，经过一年的努力工作，我们又积累了不少的经验，现在这个时候，你会有怎样的总结呢？可是到底怎么写才能引起领导的关注和重视呢？以下是小编整理的地产销售半年总结，欢迎大家借鉴与参考!地产销售半...*

地产销售半年总结汇总5篇

紧张而忙碌的一年马上就要结束了，经过一年的努力工作，我们又积累了不少的经验，现在这个时候，你会有怎样的总结呢？可是到底怎么写才能引起领导的关注和重视呢？以下是小编整理的地产销售半年总结，欢迎大家借鉴与参考!

**地产销售半年总结【篇1】**

一、 总则：

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。本办法适用于内蒙古杰茂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。

二、 概念：

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。

第一章 基本佣金提成办法

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。

第二章 惩罚办法

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；

第三章 特殊贡献奖励办法

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。

**地产销售半年总结【篇2】**

不知不觉就又半年过去了，这半年我做了很多事，当然我也加入了清风集团，成为了一名置业顾问。说到成都清凤集团，公司以房地产开发为龙头，融房地产开发、建筑施工、物业管理、园林绿化为一体的综合性房地产集团公司，是我们公认的金堂自主有信誉的房地产开发商，实力十分雄厚，所以我很荣幸自我能加入我们销售--代表集团形象直接应对客户的这样一个团队。很多成功的前辈都说，销售这个行业是最锻炼人的工作，因为自我的年轻和经验不足，所以更需要锻炼自我！这天我的年终总结是对上半年来的工作学习进行回顾和分析，从中找出经验和教训，引出规律性认识，以指导今后工作和实践活动的这样一个总结。

上半年来我们的销售成绩是有目共睹的，完成的十分棒，这些归功于我们的前辈。那我呢？其实我踏入这个行业算是比较晚的，没有什么明显的成绩出来，就算这样我对自我以及公司的前途和前景还是十分看好，能够说在如今房产销售较为低弥的市场中我们的公司在整个金堂的房地产开发中算是佼佼者!了，所以相对来说，作为销售人员选对这样一个展现自我的工作平台也是很重要的，当然我选对了！

在这段时间与客户的交流中我是深深的体会到房产的重要性，为顾客选对一套属于自我的家是我们作为置业顾问应尽的职责，做自我的工作不仅仅要对自我的工资负责，更要对自我的顾客负责。能够这样说，房产是销售中最慎重的买卖，不仅仅是买卖，更是对自我的一生拼搏的总结、一辈子奋斗的开始，而这些，就是我们置业顾问的天职。其实像我们谈客户是具有很大的竞争力的，虽然我们的房子质量好，绿化好，位置好，环境好，服务好，但是作为顾客来讲究是该多比较多比较之后再来决定的，所以这个时候我们的工作潜力就表现出来了，如何让让顾客买我们集团的房子呢？当然是让我们的顾客了解我们房子的优势，价格、位置、环境、档次都成了思考的因素，需要我们去协调、去综合。一般来说销售工作中往往会存在以下的失误和问题：

1、主观认识不足，谈客户时思路不够清晰；

2、自身没有足够的意志，对自我的销售欲望不够坚定；

**地产销售半年总结【篇3】**

不知不觉，在工作已经足月有余，在这个把月里，工作量不大，要学的却不少，尽管自己原来也是从事房地产销售，可是销售知识永远是个无底深渊。也正因为如此，我才乐此不彼，越来越喜欢这份工作。以前常听说也遭遇过销售员之间为了比拼业绩，争夺提成，经常是不择手段，诡计迭出。幸运的是目前的拥有一个和谐的销售氛围，同事之间既有竞争更有互相帮助，每次分歧总能在沟通中消除，每次难题也常常在集思广益中(即便我们只有4人)化解。正因为有这样浓厚的企业氛围和团队精神，才给了我在成长所需的养分。

但是通过工作，还是发现自身仍存在许多缺点急待解决。首先，刚进入，对地产的企业文化及这个项目的相关情况还没能够了然于心，跟客户介绍的时候不足为企业和项目展示很好的口碑与形象，致使客户对我们的企业品牌与项目一知半解。我想作为一个大企业的置业顾问，不仅要精通卖房业务，更要让客户感觉无论是从企业品牌，社区环境，物业质量以及员工素质各方面都比其他楼盘有优势，坚定客户购买的信心。针对这个问题，我已经与同事小沈深刻讨论过，多学习，多讨教，从自身做起树立对本企业品牌的绝对信心与优越感，以此感染每个客户。

其次，由于进入时所有的住房已基本售罄，唯有两套170平大户型以及商铺在售，所以对于商铺销售基本可以说是毫无经验。我想，相对于住宅，商铺客户这类高收入投资群体的购房心态及个人气质各方面肯定也有所不同，因此对于这两类客户的销售方式也必须有相应的变化。比如商铺客户考虑的更多的是收益回报率问题，那么我们就应该着重介绍周边的发展趋势与发展前景，坚定客户购买的信心，让其买得开心，买得放心。以前总以为一个优秀的销售员必须有自己的个性，没有个性的销售员不过是个服务员而已。但是通过实践工作我才发现，一个真正成功的销售员除了必须有能够感染客户的个性外，更应该具备能够随时适应不同消费者心态的应变能力，同时牢记，专业、礼貌、主动服务、给予客户比他想象的更多，并坚持公司利益至上的职业操守。所以，为了做好商铺的销售工作，我急待提高自身修养，无论从个人气质和专业能力方面都要把自己打造成一个适合地产大气之风的置业顾问。

另外，由于进入的时间不长，所以自己对公司的一些规章制度和流程方面还没有机会完全了解，偶尔犯下一些低级错误。虽然在主管的帮助下已经改善了许多，但肯定还有很多地方不够清楚，这方面也急待在今后的工作生活中得到改进，一方面自己会多学多问，另一方面也希望领导的鞭策，同事的提点。

我深知个人的发展离不开企业的发展，而热爱则是做好每件工作所必不可缺的。所以，在这充满希望的企业里，我必将全力服务公司，热爱岗位，勤奋工作，严于律己，认真专研，继续学习，用使命般的激情面对客户，用认真严谨的态度面对我的职业，为客户制造感动，为公司创造利润!

**地产销售半年总结【篇4】**

一、活动背景

“五一黄金周”历来是各商家的一个重要的销售时节，特别是冰箱、空调等夏季需求性较大的家电产品，同时也是楼市的一个旺点。为把握五一销售时机，建议联合市内较大、综合实力较强的家电经销商共同开展五一促销活动。整合家电与房产两大主力时尚资源，以丰富的产品面及较大的广告号召力、较强的现场煸动力促进双方产品的市场认知度、促进双方产品的销售。

同时活动较之于平面广告更能加强产品的市场印象，能增进与消费者的互动，更好的调动起消费者对楼盘关注的积极性与购买欲。联合造势既可减少广告投入，又能提高市民对活动的关注度，是双赢之举。

二、活动目的

1、与消费者零距离交流、扩大各自产品的市场影响力；

2、以优惠的措施，促进各自产品的销售；

三、活动对象

1、活动区域固定居民

2、观光旅游人士

3、各自的目标消费群

四、活动时间

4月28日——5月3日（可根据活动效果、天气另行调整时间）

五、活动地点

以人口较为集中，有一定购买力的区域作为选择的标准。

六、活动内容

1、歌舞演出

2、有奖问答

3、发放宣传单

4、楼盘/产品咨询

七、促销措施

（一）楼盘促销

1、多层单位的特价房先到先得。

2、多层单位非特价房活动期间购买，除了享受二千、三千的优惠额度外，赠送指定空调或冰箱一台；但是不再享受任何折扣优惠。

3、活动期间购买商铺的客户除正常折扣外，获赠指定空调或冰箱一台；但是不再享受任何金额优惠。

4、来活动现场中答者，可获得礼品伞一支。

5、项目已购老客户在五一当天可至售楼部现场领取礼品一份，礼品暂定为\_\_。

（二）家电促销

1、当天认购家电额外优惠一定金额（未定）

2、现场有奖问答，获赠小礼品

八、活动流程（每天上下午各一场、共两场轮流演出）

1、9：00主持人开场白

2、9：05节目

3、9：15楼盘项目/家电产品介绍

4、9：25节目

5、9：45有奖问答

6、10：00节目

7、10：15发放宣传单及咨询

九、现场布置

1、展板2块，规格2.4x1.2，铁架焊制可折叠收放

2、易拉宝一个

3、音响一对含无线话筒

4、拱门1——2个（双方各提供一个）红地毯

5、咨询台1-2张、椅子6张

6、宣传折页、资料袋若干

7、礼品伞200支

8、冰箱、空调若干台（经销商提供）

9、家电类宣传展板由经销商制作安排

10、帐篷4顶（经销商提供）

十、广告宣传

1、活动短信：5万条

2、电视流字1周

3、宣传单页（各自制作、发布）

4、户外广告牌（长年效应）

十一：活动费用

1、活动短信：5万条\_\_元/条=x元（各出50%）

2、电视流字1周\_\_元/天=x元（各出50%）

3、演员费用：约x元/天·人\_\_人x5天=x元（经销商）

4、场地费用：x元/天·地x 5天=x元（开发商）

5、拱门审批：x元/天x 5天=x元（经销商）

6、绶带：4条x 30元/条=x元（经销商）

7、地毯、台布：约x元（开发商）

8、展板：x元/个x 2个=x元（开发商、含喷绘）

9、汽车租赁：250元x 5天=1250元（各出50%）

10、户外广告喷绘约x元（开发商）

11、其他费用共计x元

**地产销售半年总结【篇5】**

一、目的及意义：

十周年是一个企业发展的里程碑，恰是时候回顾历史，展望未来。而且借此契机提升企业知名度，大力打造企业和品牌形象，可谓师出有名，机遇难得;借助活动平台，宣传x总经理荣获“中国mba英雄”，塑造公司管理层的统帅风范和领导魅力;促进公司和俱乐部目标会员的感情交流，为即将成立的俱乐部奠定基石，对俱乐部的传播和推广大有裨益;为x现代城网罗人气和客户资源，以便顺利打开市场;高尔夫是健康时尚的体育运动，历来为高端人士所推崇，举办高尔夫球比赛能够充分彰显x公司和x城的不凡品位。

二、主题和口号：

主标语：网聚现代商务英雄——采用的标语与x现代城推广主题语相互呼应，突现与会者在现代商界的尊贵地位，同时表明这是一次精英的会聚。

参考标语：

1、商务英雄聚精之源

2、重塑现代商务文明

三、时间：20\_\_年7月25日(有待最后确定);

地点：x高尔夫球场，x宾馆(新闻发布会及联谊会地点)

四、活动对象和规模：

本次活动的主要对象是在x商界出类拔萃的高层人物和具备消费能力及购买能力的客户。为了发挥媒体和口介的传播作用，邀请一定数量的新闻记者和原x公司所开发项目的业主(如x湾、x花园、x等)。

1、x商界领袖人物(人数)

2、意向大客户(人数)

3、x湾业主(人数)

4、新闻媒介记者(人数)

5、x公司企业员工(人数)

6、代理商工作人员(人数)

总计：若干人

五、活动组织及内容：

活动安排大致分为三个部分，即上午举行新闻发布会，下午高尔夫比赛，晚上举行宴会。形式多样。内容丰富。

1、出于提高权威性、扩大影响力的考虑，建议本次活动中的高尔夫球赛由x企业家协会作为主办单位，x公司作为承办单位。

2、本次活动面向x商界领袖人物、意向大客户、业主、新闻媒介朋友、开发商工作人员和代理商公司员工

3、活动采用新闻发布会、户外高尔夫球竞赛活动、联谊宴会三种形式贯穿进行：

a.新闻发布会：邀请x企业家协会领导致辞，由开发商代表回顾企业十年成就，并对x项目和x俱乐部做宣传介绍,建议邀请有广东知名俱乐部组建经验的权威人士或是属于某俱乐部成员的名流畅谈俱乐部。

b.高尔夫球赛：高尔夫运动具有浓烈的商务性质和绅士气质，能够完美地诠释本活动对象的不凡品质。参赛者在挥杆比赛激烈角逐中，深化友谊，促进交流，览尽x山迷人风光。凡是对高尔夫感兴趣的活动参与者特别是意向大客户都可以报名参加比赛，此次球赛意在为俱乐部成立和项目销售做好铺垫。

c.联谊宴会：宴会目的在于在轻松的氛围中拉近感情距离.宴会上由企业领导对比赛颁奖，推荐x项目。企业家协会成员、媒体记者等与会者在会上自由交流沟通。

4、活动大体流程如下：

参与人员报到(x宾馆)→新闻发布会(x企业家协会领导致辞、开发商代表发言、项目推荐、广东嘉宾论俱乐部，x宾馆)→中午作息(x宾馆)→高尔夫比赛(x高尔夫球场)→联谊宴会(领导总结陈述、宴会联欢，以上活动中穿插颁奖和项目推荐，x宾馆)→全天活动结束

六、组织渠道：

x企业家协会发函召集会员参加的方式是本次活动主要的组织途径，除此之外，补充采用其它方式。

1、以x企业家协会名义通过直邮向协会成员、媒体记者发放本项目概念楼书及邀请函。

2、开发商以信函、电话等方式邀约其商界友人、x湾客户。

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！