

**北汽集团滨州汽车零部件生产基地配套住宅项目-九水御熙项目营销策划
及销售代理委托合同书**

.....

双方当事人：

委托方：北汽（滨州）置业有限公司 （以下简称甲方）

住所：山东省滨州经济技术开发区渤海十九路356号

法定代表人：寇伟

受托方：济南十翼房地产咨询有限公司 （以下简称乙方）

住所：济南市槐荫区张庄路247-1号

法定代表人：李振

.....

甲乙双方根据《中华人民共和国民法通则》《中华人民共和国合同法》及房地产相关法律法规的有关规定，本着平等互利、友好合作的原则，就甲方委托乙方负责甲方开发的北汽集团滨州汽车零部件生产基地配套住宅项目（以下称本项目）的独家营销策划及销售代理服务工作，达成以下合同条款，双方愿自觉遵照执行。

第一条 委托内容

1、项目概况

本项目位于山东省滨州市长江五路以南、渤海十九路以东，总用地66666.35平方米，总建筑面积为133717.11平方米。除非另有特别约定，甲乙双方同意按房地产交易中心出具的测量面积为准，以签约合同费率进行结算。本项目推广名和实际名称的改变不影响本合同的履行。

2、代理物业类型：住宅、仓储、车位。

3、本合同中的销售任务及考核周期所涉及的月度、季度、年度为自然月度、自然季度和自然年度。

第二条 服务内容

1、营销顾问工作内容

本项目营销顾问工作，主要是从市场及销售可行性的角度出发，实施本项目的全面营销顾问工作，内容包括（但不限于）以下内容：

- 1.1、市场分析及客户定位；
- 1.2、项目营销定位；
- 1.3、增加项目附加值；
- 1.4、制定营销竞争对策、各销售阶段销售价格体系；
- 1.5、宣传推广策略；
- 1.6、现场包装策略；
- 1.7、微信及微社群运维。

2、独家销售代理工作内容

甲方委托乙方独家负责本项目的销售代理工作。乙方组建专门的销售队伍，负责本项目可销售物业的销售代理工作，并按不低于甲乙双方协商确定的目标销售价的价格进行销售。

第三条 代理期限及代理权

1、本合同的代理期为本合同生效之日起一年。后续阶段服务视项目销售情况及乙方服务情况、销售完成率，甲乙双方可签订补充协议，合同终止后，对于乙方在本合同代理期内完成的销售成交的未尽事宜，乙方还应负责相关善后处理工作至全面履行完毕为止。

2、代理权。甲方确认本项目代理房屋由乙方独家代理销售，并确认其在本合同代理期内不再委托他方代理销售本项目项下的可销售物业。

第四条 销售代理服务及相关要求

1、销售价格

1.1、项目底价表

乙方需要认可甲方目前已有的定价原则及体系，具体定价原则与定价体系在合同签订时双方本着坦诚合作的态度进行沟通、协商、确定，最终以甲方认可（认可的标准是北京恒盛本部审批完成，滨州公司确认）的单套房屋底价表执行。

1.2、项目报价表

具体销售价格表由乙方根据底价表和产品特点及市场情况提出建议，并报甲方审批执行，甲方在乙方开始执行销售任务前予以审核确定。

2、销售条件

2.1、甲方负责于乙方进场销售前完成与乙方销售团队的客户资料交接（资料交接应有相应的明细及交接日期）；

2.2、甲方负责于乙方进场销售前完成销售所需模型、看板等销售展示工具的制作。完成销售面积测量、销售资料（楼书、户型图集、宣传单页等）印制；

2.3、甲乙双方应该按照双方认可的营销策划方案、推广计划如期执行。

3、销售代理佣金及结算、支付

3.1、营销顾问月费，计12万元人民币/月，在本合同签订完成后，前3个月支付营销顾问月费的50%，第4个月开始按照月度支付营销顾问月费，服务月前提交该月的计划工作内容清单，甲方审核确认后，在当月15日以支票形式或银行划账的形式向乙方支付当月的营销顾问月费，营销顾问月费支付满5个月后，甲方不再支付营销顾问月费，在第1个付款周期（2020年三季度末）开始扣除前期已发生的营销顾问月费（扣回时间点与付款周期节点一致），直至全部扣回为止。

3.2、乙方在本项目收取销售代理佣金，销售代理佣金按照购房合同签约金额的一定比例提取，佣金计提方式如下：

3.2.1 佣金结算标准：

乙方应认同目前招标人已有的项目目标与各年度任务，并在甲乙双方在合同签订后围绕项目目标与各年度任务共同确认每个季度的楼盘销售任务，并据

此进行考核，若乙方在代理期间连续两个季度未完成考核目标，或连续三个月（有效时长），每月销售房源不足 10 套，甲方有权单方终止合同，且甲方不赔偿乙方已支出费用和不再支付扣留的

20%的销售考核保证金, 甲方可将本项目自行或委托他人另行销售。

基础点位：

约定统一销售代理基准费率 1.78% ， ，若任务完成率达到相应季度销售任务，则按下表 B 档标准执行；

(1) 奖励机制：

若任务完成率超出达到相应指标，则按下表 A 档标准执行；

(2) 惩罚机制：

若任务完成率低于任务达到相应指标，则按下表 C 档标准执行。

附表：

任务档次	季度销售指标完成率	销售代理费率	备注
A	105%及以上	1.78%+0.2%	
B	100%~105% (含 100%)	1.78%	销售代理基准费率
C	100%以下	1.78%-0.3%	

3.2.2、为促进销售甲方实行全民营销机制，由滨州公司员工推荐成交的房源与北汽集团内部组织的团购所销售的房源甲方仅需支付该房源总佣金数的 40%作为销售服务费。

3.3、销售代理佣金按本项目所售物业部分的合同签约金额计算。合同签约金额指甲方与相关买受方签订《滨州市商品房现房买卖合同》的成交金额。

3.4、销售代理佣金支付：

3.4.1、销售代理佣金：

乙方按季度在季度末向甲方提交该阶段的《服务费结算申请表》。甲方收到后，以完成签订商品房买卖合同作为可以结算佣金的依据，并确认《服务费结算申请表》的房款已经到达甲方账户后，应按要求签署确认《服务费结算申

请表》，并在乙方提交申请且甲方审核完成确认后的 10 个工作日内以支票形式或银行划账的形式向乙方支付已到房款对应销售代理佣金的 80%，入住手续办理完成后支付剩余 20%的销售代理佣金（销售考核保证金）。

3.4.2、溢价佣金：

单栋楼体销售完毕后（不包含合同签订前已经开盘销售签约的房源，双方签订时应明确此前已签约房源的明细，并有确认单），在甲方签字同意的基础上，销售溢价部分乙方按照溢价的 25%计提佣金（溢价佣金部分扣除对应的销售代理佣金），溢价计算方式为：单栋楼体实际销售价格减去单栋楼体项目底价表中价格，溢价的计算有效期同合同代理期（12 个月），合同期限届满后，溢价不因合同的续签而接续计算。

3.4.3、乙方在收取销售代理佣金前，应向甲方提供等额的增值税专用发票。

3.4.4、乙方因收取销售代理费而应缴的税费，由乙方自行承担。

3.5、项目佣金包含营销顾问月费、销售代理佣金、渠道带客费用、全民经纪人提点、电 CALL、派单、各种拓客的人员工资等各种费用（不包含营销推广及广告服务）

3.6、乙方收款前应出具符合规定的增值税专用发票，在甲方支付乙方销售代理费前交付甲方。

第五条 销售费用

1、甲方需承担的销售费用包括以下供乙方项目销售所需的设施、销售工具以及营销推广宣传等费用（双方另有约定的除外）：

1.1、提供样板间（含装修、装饰、办公家具）、销售中心（含水、电、冷/暖空调设备、装修、装饰）、示范环境体验区、看房停车位等，并承担相关的设计、制作、安装、保洁、安全设施、维护保养与维修等；

1.2、负责承担销售热线、客服热线等固定电话的购置以及相关通讯及网络费用；

1.3、聘用物业、保洁和保安人员，并负责上述人员服务费福利等一切费用。

- 1.4、负责广告公司月费；
- 1.5、负责户外广告牌、工地围墙广告的审批及制作费用；
- 1.6、负责展示会、促销及客户联谊活动（含奖品部分）相关费用；
- 1.7、负责销售中心展板、模型审批、制作及相关费用；
- 1.8、负责报纸、杂志、网络、广播、DM直投等媒体广告制作、审批、内容审核；
- 1.9、宣传品（包括但不限于楼书、三折页、户型图单页、客户通讯等）审批制作费用；
- 1.10、管理工具：甲方负责提供乙方进行信息管理、客户档案管理的工具；
- 1.11、推广过程中的其他有关费用。
- 2、乙方需承担费用包括：
 - 2.1、乙方团队日常发生的办公费用及团队文化用品费用；
 - 2.2、乙方项目团队人员的人工费用、销售提成、交通费、差旅费、各种员工福利待遇等。
 - 2.3、营销顾问月费、销售代理佣金、渠道带客费用、全民经纪人提点、电CALL、派单、各种拓客的人员工资等各种费用

第六条 甲方权利义务

- 1、拥有对本项目合同项下服务相关的服务思路、工作内容、工作形式、工作分析方法、具体执行人员及相关背景、工作进度情况的知情权；
- 2、有权对乙方的工作进展及工作成果进行质量评判，并指出乙方工作中存在的疏漏，或对工作的内容和重点进行调整；
- 3、有权对本合同约定的营销策划和销售代理工作提出具体要求；
- 4、有权审定乙方提供的营销顾问、销售代理方案并提出合理补充要求和修改意见；
- 5、对本项目合同项下约定的服务实施全程监督，有权要求乙方项目小组在双方确定的时间向甲方汇报前期营销顾问、销售代理工作进展情况，有权参

加乙方组织或经甲方同意乙方委托他人组织的现场调研工作；

- 6、甲方有权要求乙方对甲方提交的资料内容进行保密；
- 7、甲方应设置专门的专项服务协调小组，该小组应由_____负责对接工作以配合乙方的策划工作。在本项目策划工作期间乙方若需要到相关项目现场进行实地调查，该小组成员有义务安排并陪同乙方人员进行相关工作的开展；
- 8、为保证本项目工作进行顺利，甲方应无偿提供经双方确认的资料清单中的各类材料及资料，并保证所提供资料的真实性、合法性、准确性及完整性。资料清单随项目发展进度，可由乙方提出资料清单的需求，经与甲方协商签字确认后，作为合同中的附件与本合同具有同等法律效力。如因甲方提供资料存在缺陷或存在权利瑕疵导致乙方出具的报告或其他工作成果不完善、不准确或侵害他人合法权益的，由甲方独立承担全部法律后果；
- 9、在乙方为甲方提供本合同项下的服务过程中，如资料清单中涉及的关键性内容发生变化，其变化将影响乙方对项目进行判断的正确性时，甲方应对提供的资料进行及时更新；
- 10、甲方应将承诺提供的资料，自本合同签订之日起5日内提供给乙方。甲方有义务为乙方向有关部门、单位或个人查阅、抄录本项目服务所必需之资料提供必要的协助；
- 11、甲方应尊重并保护乙方对其所完成的工作成果的署名权，尊重乙方的内部管理权利（包括但不限于人员管理及薪酬绩效标准等）；
- 12、保证本项目按滨州市现行房屋建造质量标准交付使用；
- 13、按规定办理本项目开发及销售法律手续，具备并向乙方提供《商品房预售许可证》\《商品房销售许可证》等本项目销售所需的一切法律文件。保证在正式开盘前完成与按揭银行的签约工作，使买家具备办理个人购房贷款的条件；
- 14、完成销售所需模型、看板等销售展示工具的制作；
- 15、指定专职人员负责销售收款（款项进入甲方账户）、办理预售登记、网上

签约、双方工作协调等几方面的工作；

16、根据本合同有关内容，准时足额向乙方支付相关费用；

17、因买卖合同纠纷、房屋质量、房屋产权抵押、房屋交付等引起的争议，由甲方负责处理和承担责任；

18、本合同约定的其他义务。

第七条 乙方权利义务

1、乙方应具备完成本合同项下全部服务的相关资质。在乙方开展工作的过程中，有权要求甲方提供人员、资料等方面的协助。营销团队的基本要求：

在项目代理销售过程中，保证本项目服务人员不少于12名，派驻现场的销售人员不少于8名。乙方派驻本项目的服务人员数量可根据项目实际情况增加，不能减少，尾盘阶段经甲方同意可适当减少。

营销团队应经过甲方审核通过后，方可上岗，执业。

2、乙方在合同服务期间拥有对本项目营销策划及销售代理工作的独立组织、运作权；

3、乙方享有对其完成的工作报告及成果的署名权；

4、乙方拥有依合同约定如期取得全额劳务报酬的权利；

5、保守甲方的商业机密，妥善保管和使用甲方提供的商业数据资料并尽保密之责，未经甲方同意不得公开或泄露给第三方；

6、本项目形成的研究报告及数据成果用途仅限于本项目营销策划及销售代理工作目的，非经甲方书面确认，禁止对甲乙双方之外的第三方以任何形式提供部分或全部文件及资料。确保完成的工作报告及成果的知识产权（署名权除外）在甲方付清本合同项下的款项后完全归甲方所有；

7、工作期间，乙方应定期或不定期进行市场调研，针对变化做出相应建议；应甲方要求对项目方案设计提出参考意见；不断完善和及时调整策划方案，确保策划方案有效可行；

- 8、应就本项目的工作进展情况及存在的问题及时向甲方进行汇报。在本项目工作期间乙方就本项目发生、发现的重大问题，应及时与甲方进行专项沟通；
- 9、按时完成所有合同项下约定的工作内容，并保证工作成果符合本合同要求；
- 10、在甲方保证其提供的信息及资料等真实、完整、不存在任何侵犯他人合法权益的情况下，乙方应对其提供的信息或资料的准确性、合法性负责；
- 11、乙方进行的本合同项下约定的工作及完成的工作成果、建议等须依据本项目的规划要求，同时不得与《中华人民共和国土地管理法》、《中华人民共和国城市房地产管理法》、《中华人民共和国城市规划法》以及其他有关规范性文件的规定相抵触；
- 12、乙方应在接到甲方反馈的各项意见后及时修改和完善原有工作计划；
- 13、根据甲方要求，派人参加甲方相关会议，提供甲方所需的与合同服务内容相符的建议方案及意见；
- 14、按照专业、独立、客观的原则，保证工作的科学性及真实性，工作严谨、成果可行，并履行本合同所规定的各项要求；
- 15、在接受委托期间与甲方保持密切的沟通，根据甲方建议对有关工作进行及时的调整，严格执行甲方确认的方案；
- 16、为保证本项目销售推广的最佳效果，乙方在如下方面提供专业意见或专业资源的支持：
 - 16.1、销售中心及样板间的建筑、装修、装饰的设计建议；
 - 16.2、工地现场包装建议；
 - 16.3、项目引导建议。
- 17、在合作期间，负责推广、销售策略的制定和调整及具体实施；
- 18、协助并指导甲方委托的广告公司完成各种营销推广工作，包括媒体广告、

路牌、户外广告、现场围墙广告、宣传品（包括楼书、折页、DM页、户型图单页、客户通讯等）设计建议性工作。负责展示会、促销及客户联谊活动筹备和组织工作；

- 19、保证销售过程真实，对客户不作未经甲方允许之承诺；
- 20、指定专职项目经理及销售员若干名组成本项目销售团队进行销售。销售团队应保持相对稳定，必须变更的，必须事先书面通报甲方并得到甲方的认可；
- 21、负责本项目销售现场管理、收集客户资料、反馈客户意见、协助甲方办理客户合同签署等工作。建立客户档案并备份其资料（包括备份客户签约合同）；
- 22、在客户签署购房合同及办理按揭贷款时，销售人员应指导客户备齐按揭银行所需的完整客户资料，协助签约律师、按揭律师完成相关工作；
- 23、承担乙方在销售现场开展销售工作的日常办公费用；
- 24、协助甲方完成成交客户的付款、入住手续资料收集及投诉解决等工作。

第八条 知识产权及保密条款

- 1、乙方因进行营销策划及销售代理服务所知悉、持有或获得的甲方任何信息、资料、文件等，未经甲方书面许可，不得引用、发表或提供给任何第三方；未经乙方书面许可，甲方亦不得向其他第三方提供或披露乙方向甲方提交的营销策划报告、成果及相关文件。
- 2、甲、乙双方在本合同代理期内及本合同代理期满后应严格保守对方的商业秘密。未经双方书面同意不得将该等保密信息对外发布或披露、提供给任何第三方。
- 3、本条约定的保密义务一直有效，直至相关保密信息已依法在社会上公开；
- 4、甲方在付清本合同约定的款项后拥有本项目营销策划成果除署名权以外的知识产权。
- 5、乙方有权在本项目所有营销宣传资料上展示自己公司的 Logo 或其他标识、

文字。

- 6、除双方一致同意外，乙方应向甲方单独进行工作汇报，任何工作汇报均不得安排以下第三方在场：房地产销售代理公司、房地产顾问公司、房地产策划公司等其他同行业、同性质的公司。

第九条 不可抗力及免责条款

- 1、在本合同履行过程中，由于地震、台风、水灾、战争、重大疾病灾害、政策变化以及其他不能预见并且对发生和后果不能防止或避免的不可抗力事故，致使直接影响合同的履行或者不能按约定的条件履行时，受影响一方应当及时书面通知对方，以减轻可能给对方造成的损失，并应在合理期限内提供证明，甲乙双方可协商解除或中止履行本合同；如双方协商同意中止履行本合同，则待导致协议中止的不可抗力情形消失后，本合同可继续履行；
- 2、因不可抗力致使甲乙双方解除本合同的，双方仍应对乙方已经完成的营销策划及销售代理服务进行费用结算；
- 3、甲乙双方互不承担任何因不可抗力所致合同终止的责任。

第十条 违约责任

- 1、本合同生效后，甲、乙双方应严格遵守本合同，除按照法律规定或本合同规定，任何一方如在合作期间单方面无故中止或解除本合同，应向对方赔偿经济损失；
- 2、在本合同代理期间，甲方无故终止或解除本合同，乙方有权要求甲方支付已签约（含认购且在乙方撤场后转签约）房屋销售代理佣金，上述已签约的销售代理佣金不足以弥补乙方的损失的，甲方还应赔偿乙方的直接经济损失。

甲方擅自引入第三方代理机构，应向乙方支付违约金 30 万元，乙方有权解除合同。

- 3、在本合同代理期内，乙方无故终止或解除本合同，乙方无权再向甲方收取已成交的销售代理佣金，销售代理佣金不足以弥补甲方的损失的，乙方还

应继续赔偿由此给甲方造成的直接经济损失。

- 4、由于乙方原因造成不能按期、准时、完整地完成任务成果，不能及时解决由乙方原因导致的缺陷，以及不能按时向甲方提交相关文件、资料的，甲方由此遭受的损失由乙方承担。此外违约行为每持续一日，乙方应当按照服务费用总额的百分之一向甲方支付违约金，持续 10 日以上时，甲方有权解除本合同。
- 5、 未经甲方事前书面许可，乙方撤回或更换服务人员（包括项目经理）的，甲方有权解除合同，乙方应返还甲方支付的全部费用，同时赔偿甲方因合同解除而遭受的全部损失。如果服务人员因疾病或其他原因不能提供服务或提供的服务不符合本合同约定的，甲方有权扣减相应费用或要求乙方延长相应服务时间，服务人员不能提供服务时间连续超过 2 日或累计超过 5 日的，甲方有权要求乙方更换服务人员，若造成甲方损失的，乙方还应赔偿由此给甲方造成的损失。
- 6、乙方不得私收房款及预订款，乙方若有任何未经甲方同意私收房款、预订款以及其它挪用行为，视为违约，乙方应当按照服务费用总额的百分之一向甲方支付违约金，甲方有权追究乙方法律责任。
- 7、乙方须负责对销售人员进行销售培训和管理，乙方在交易中，如有因乙方及其指定的工作人员处理不当、错误引导或工作疏忽导致虚假书面承诺、口头承诺的行为，乙方须承担相应后果，如果因此发生客户退房的行为，乙方需退还该销售单位已收取的销售代理佣金并按照服务费用总额的百分之一向甲方支付违约金。
- 8、因股东变更、产权交易或其他原因导致本项目产权方变更的，不影响本合同的效力，甲方应向新委托方说明本合同的有效性，并敦促新委托方与甲、乙方就本合同的权利义务转移和债权债务关系等事宜另行签订协议，否则甲方构成对本合同的根本违约，应承担相关违约责任。

第十一条 送达

11.1 本合同项下涉及发出的所有通知，一方应以通过电子邮箱、专人送达、电话传真、预付邮资的挂号信或受认可的快递公司发往另一方在本合同下的地址或传真号码或发往另一方就该目的不时向该方通知的地址或传真号码。各方收发通知的地址和传真号码如下：

甲方：：北汽（滨州）置业有限公司

地址：山东省滨州经济技术开发区渤海十九路 356 号

电话号码：

联系人：

电子邮件：

乙方：济南十翼房地产咨询有限公司

地址：济南市槐荫区张庄路 247-1 号

电话号码：17326922272

联系人：张祯

电子邮件：86761812@qq.com

11.2 任何此类通知或传达应以以下方式进行：

11.2.1 如果通过电子邮箱送达，自发出邮箱显示发送成功一日内送达；

11.2.2 如果通过专人送达，应被视为同时送达；或

11.2.3 如果通过预付邮资的信件，应被视为在投邮后的三个营业日后送达；或

11.2.4 如果通过快递方式，应被视为在快递公司收到包裹之日起三个营业日后送达。

第十二条 分包及转委托

非经甲方事先书面同意，乙方无权就本项目的内容签订分包或转委托合同。

第十三条 争议解决方式

1、本合同受中华人民共和国法律、法规及其他规范性文件的管辖并应根据其进行解释。

2、因本合同引起的或与本合同有关的任何争议，双方本着友好协商的原则解决。经协商不能解决的，任何一方有权将争议提交中国国际经济贸易仲裁委员会，按照申请仲裁时该会现行有效的仲裁规则进行仲裁。仲裁地为北京。仲裁裁决为终局裁决，对双方均有约束力。

第十四条 合同生效条款及其他事项

1、本合同经双方法定代表人或授权代表签字并加盖单位公章或合同章后生效。

2、本合同壹式肆份，双方各持贰份，均具有同等的法律效力。

3、经甲乙双方协商一致可对本合同的条款或附件进行修改或补充，本合同及其任何修改、补充在双方法定代表人或授权代表签字并加盖单位公章或合同章后立即生效。

（以下无正文）

(本页无正文，为《北汽集团滨州汽车零部件生产基地配套住宅项目-九水御熙项目营销策划及销售代理委托合同书》的签字、盖章页。)

甲方(签章):
司

乙方(签章):济南十翼房地产咨询有限公

法定代表人(签字)

法定代表人(签字)

或授权代表(签字):

或授权代表(签字):

年 月 日

年 月 日

附件：北汽集团滨州汽车零部件生产基地配套住宅项目-九水御熙项目营销策划及销售代理服务内容

1、确定本项目形象定位

1.1、根据发展策划成果及规划设计方案研究理解项目

1.2、形象定位分析

1.3、确定形象定位

2、制定销售计划

2.1、根据市场规律及开发进度计划，制定销售步骤安排，划分销售阶段

2.2、选择推售时机

3、制定营销策略

3.1、价格策略

3.1.1、制定整体销售价格水平及各销售阶段的价格控制策略

3.1.2、付款方式及优惠折扣设定

3.2、广告策略

3.2.1、广告主题、风格、手法建议

3.2.2、广告诉求点提纯

3.2.3、各阶段诉求点（宣传策略及阶段性计划、主题、创意表现方式建议）

3.2.4、媒体选择及组合

3.2.5、广告投放配合措施

3.3、促销策略

3.3.1、销售促进策略

3.3.2、公关推广策略

3.4、项目包装策略

3.4.1、项目整体形象包装

- 3.4.2、开发商形象包装
- 3.4.3、项目工地现场包装（工地围挡、建筑主体、主出入口、参观线路的设置及包装建议）
- 3.4.4、项目所处地段的户外包装
- 3.4.5、项目周边引导系统设置建议
- 3.4.6、项目销售卖场的设置及包装（室内装修设计建议、展板等销售道具的设计建议、办公设备配置建议、销售流程动线及功能分区建议）
- 3.4.7、项目样板示范单元、园林环境展示的设置及包装（室内装修设计建议）

4、营销计划及实施执行

- 4.1、制定广告宣传、推广活动方案（如展销、公关活动，作为专业公司的配合者）
- 4.2、制定月度宣传推广计划、费用预算和跟进广告设计、媒体广告发布的实施
- 4.3、宣传推广效果质量监控、评估、修正建议
- 4.4、营销计划实施过程中，检讨各阶段（主要指项目公开发售后）的宣传推广思路与目标，根据市场变化提出营销对策的建议、媒介传播策略、宣传推广策略的调整建议
- 4.5、每月提交营销计划执行总结和调整建议，主要包括媒体反馈和调整、宣传推广策略的反馈和调整、宣传推广活动的总结

5、销售宣传推广执行方案

- 5.1、各阶段（主要指项目公开发售后）的宣传推广思路与目标
- 5.2、各阶段（主要指项目公开发售后）的销售均价控制方案
- 5.3、销售现场的环境氛围营造方案

6、制定工作流程及工作安排计划

7、销售代理工作内容

7.1、营销策划方案跟进工作

7.1.1、贯彻执行营销策略

7.1.2、协助选择广告宣传媒体

7.1.3、协助确定宣传推广主题

7.1.4、协助选择宣传推广形式

7.1.5、协助确定各营销宣传推广阶段的时机及主题

7.1.6、协助进行项目现场的包装

7.1.7、协助制作宣传资料

7.1.8、月度宣传推广计划、费用预算及效果质量的监控、评估、修正建议

7.1.9、根据市场变化提供销售对策的建议

7.2、现场销售全程执行工作

7.2.1、正式公开销售前销售部署

7.2.1.1、制定销售工作流程

7.2.1.2、确定销售计划及各阶段性指标

7.2.1.3、制定销售物料的标准使用规范

7.2.1.4、正式公开发售前各项准备工作

7.2.2、现场销售管理及销售执行

7.2.2.1、实时监控销售情况，每月月末提交本月的销售状况统计分析总结和 下月的工作计划。总结主要包括营销数据的统计、媒体分析、客户分析、 去化分析、价格分析等；计划主要包括销售指标、营销部署、销售主要问 题的解决方式等

7.2.2.2、控制销售节奏

7.2.2.3、营造销售现场的环境氛围

7.2.2.4、对销售人员进行系统培训

7.2.2.5、现场接待和促成成交

7.2.2.6、建立客户档案（客户资料、合同档案、销售数据），未购客户资料、已购客户资料、签约客户资料、按揭客户资料汇总并每月的提报

7.2.2.7、签署房屋买卖的合同文件

7.2.2.8、协助办理银行按揭手续

7.2.2.9、协助催收各期房款

7.2.2.10、客户关系维系

7.2.2.11、客户投诉处理

7.2.3、制定物业交付工作流程及应变方案并协助完成物业交付工作