**采购需求**

**一、采购单位名称：**兰溪市鸿业建设有限公司

**二、项目名称：**兰溪市鸿业•新城花园安置小区房屋策划销售代理服务项目

**三、项目概况：**

1、项目地址：位于兰溪市兰江街道西山路鸿业•新城花园

2、项目规模：兰溪市鸿业•新城花园安置小区安置房共建设 1002套，目前已完成安置分配683套，剩余319套,营业用房剩余未售总面积13411.8m2,该批房源为国有出让性质。采购人已办理房屋产权证，属于二手房交易。具体可销售房源以采购方提供的房产明细表为准。

3、服务要求：达到招标要求，服从采购人的安排。

4、采购人提供约200-300m2的展厅、沙盘、模型，中标人承担销售现场网络、通讯费、水电费、物业费以及在销售过程中所发生的工作人员使用的包括电脑、桌椅、打印机、纸等各类低值易耗品的费用。

**四、房产营销要求：**

（一）房产营销工作内容：

前期策划工作、市场推广策划工作、销售代理、过户办证、银行按揭、不动产过户等工作。

（二）房产营销工作主要要求及说明：

1、前期策划工作

1.1 从策划和销售角度为采购人提供专业意见和建议： 可根据采购人需要提供项目市场、客户调研报告、产品定位建议、经济测算、项目销售及推广策略。

1.2 可根据采购人需要提供项目区域市场调研、市场动态分析，当出现突发的政策调整及市场激变的情况，可应采购需要提供专业分析及对策建议。

1.3 在公开发售前的筹备阶段，中标人提供项目的整体营销推广策略、销售节奏安排、价格策略、开盘方案、推广活动及项目包装方案等重要策略建议，并对方案的准确、可靠、及时性负责。经采购人认可后由中标人负责执行和实施，并及时向采购人汇报。

1.4在公开发售前期筹备阶段，中标人通过市场调查及分析，参照类似地段销售房价格，提出合理的销售价格方案，采购人审批同意后实施。

2、市场推广策划工作

2.1 中标人于合同签订当月组建项目广告策划服务团队。中标人负责采购人项目的全程营销 整合推广工作。

2.2 每周召开一次例会，中标人负责向采购人提供《项目推广策划方案》，内容包括项目总策划思路，全年及阶段性营销推广思路，全年及阶段性推广主题、总体时间、单个工作的时间节点和推广工作安排建议，推广节奏、媒体预算、媒体选择及投放计划等。

2.3 中标人负责本项目包装定位策划工作，海报及报纸、楼书、灯媒体广告及户外建议等相关文案和平面设计报采购人审批同意后实施 ，相关费用由采购人承担。

2.4 根据采购人需要对现场、售楼中心及样板房装饰设计及制作安装提供咨询及建议。

2.5 负责公关活动的策划宣传及执行配合，包括协助客户联系、寻找关系单位。中标人向采购人无偿开放中标人自有宣传媒体平台，如内刊、展会、网站等。

2.6 销售中心进场后，组织召开例会，需要增加关于新的推广总体计划、每月推广计划及宣传等各类活动、周边市场分析、销售情况分析等内容。

3、销售代理工作

3.1 销售模式建立。

3.2 现场销售人员的配备、培训及管理。

3.3 现场执行： A 、销售解说； B 、公开条规； C 、内部条规； D 、售楼接待。

3.4 计划执行： A 、销售预算； B 、销售目标； C 、价格执行； D 、付款执行； E 、让利执行；F 、合同签订； G 、协助贷款按揭手续办理； H 、客户统计分析； I 、销售报表统计分析。

3.5 交房协助工作： A 、交房通知； B 、交房服务。

3.6 中标人可提供有偿产权代办服务。

3.7 中标人需组织每周例会，采购人共同参与听取销售情况及相关工作汇报。

4、人员要求:

4.1 中标人需委派经验丰富并具有相应资历的项目负责人1名、销售主管1名、销售策划主管1名负责本项目的销售执行工作。

4.2 在正式驻场前三十天，投标人组建本项目销售团队，统筹本项目营销工作。销售团队确保常驻现场人员6名以上，在强销期或应采购人要求，投标人应根据实际现场销售情况，分阶段增配销售人员，以满足现场销售需求现场销售人员或有调整，应报采购人进行确认，经采购人确认同意后方可更换。

4.3 中标人负责中标人工作人员的工资、佣金、社会保险及相应的福利等。

5、广告人员涉及费用由中标人承担并落实完成。

6、中标人根据总体策划方案，做好与本次策划及销售相关内容的各环节及各委托单位的沟通和协调工作，并提出合理建议和实施方案。

**【★】五、商务要求：**

1、浮动计提比例（俗称跳点）：完成目标任务实现率计提佣金，目标任务实现率具体分段如下：

（1）当住宅销售量在总可售房源的70%（含）以内按中标佣金2.5%计算（不超过2.5%，以投标人投标报价为准，详见投标报价表）

（2）当住宅销售量在总可售房源的70%-90%（含）部分，该部分按“中标佣金%+0.5%”计算（其中代理佣金同第一点，详见投标报价表）

（3）当住宅销售量在总可售房源的90%以上部分，该部分按“中标佣金%+0.5%+0.5%”计算（其中代理佣金同第一点，以投标人投标报价为准，详见投标报价表）

（4）当**商业用房销售量在可售房源套数的50%（含）**以内按中标佣金2.5%计算（不超过2.5%，以投标人投标报价为准，详见投标报价表）

（5）当**商业用房销售量在可售房源套数的50%-70%（含）部分，**该部分按“中标佣金%+0.5%”计算（其中代理佣金同第一点，详见投标报价表）

（6）当**商业用房销售量在可售房源套数的70%-90%（含）部分，**该部分按“中标佣金%+0.5%+0.5%”计算（其中代理佣金同第一点，详见投标报价表）

（7）当**商业用房销售量在可售房源套数的90%以上部分，**该部分按“中标佣金%+0.5%+0.5%+0.5%”计算（其中代理佣金同第一点，以投标人投标报价为准，详见投标报价表）。

2、成功销售标准：客户已签订的《房屋买卖合同》并已按约将全款收缴到采购人银行账户。

3、付款方式：

1、佣金及跳点结算方式为一个月为一个结算周期，结付标准以客户正式签定购房合同且采购人收到购房款全款为准。一个结算周期最后一天为结算日，并于次月支付。

2、住宅销量在**可售房源套数的70%（含）**以下时，佣金及支付至该结算周期金额的70%，由于中标人的原因未履行完合同的，扣除剩余佣金的10%；

3、住宅销量达到**可售房源套数的70%-90%（含）**时，支付至全部可结算佣金及跳点的85%，由于中标人的原因未履行完合同的，扣除剩余佣金的5%；

4、住宅销量达到**可售房源套数的**90%以上时，支付全部可结算佣金及跳点，中标人应开具有效发票。

5、商业用房按已出售房源套数支付佣金，中标人应开具有效发票。

**6、服务期限： 12个月。**