# 房地产客户归属

来源：网络 作者：花开彼岸 更新时间：2024-10-09

*第一篇：房地产客户归属房地产客户归属规定一、客户归属以电子档《客户登记表》及个人《客户登记本》为原始依据，原则上实行首接业绩制，即客户由第一次接待的置业顾问负责到底，业绩和佣金归最初接洽置业顾问所有。二、客户来到现场时，一接主动问明是否初...*

**第一篇：房地产客户归属**

房地产客户归属规定

一、客户归属以电子档《客户登记表》及个人《客户登记本》为原始依据，原则上实行首接业绩制，即客户由第一次接待的置业顾问负责到底，业绩和佣金归最初接洽置业顾问所有。

二、客户来到现场时，一接主动问明是否初次来访、是否有人电话邀约或者是否有工作人员联系过，以判断客户归属。

三、如客户来到现场，能说出销售员姓名或大致长相，由原销售员接待；若该销售员休息或因公外出，且知道该客户可能要来并告知同事或主管，则由最后一位轮序人员热情接待，事后需及时（当天）向主管和原接待人通报（此种情况不列为有效轮值接待客户）。

四、客户第一次来访后，第二天必须回访，根据第二天回访内容判断客户意向，根据客户意向按原定回访时间进行回访。若已超出回访期限，则视之为新客户。

五、来电咨询的客户，由个人详细登记在“来电登记表”，并发送服务短信。来电客户回访至少1次/周，并做相应回访登记。此客户来访则归为原置业顾问。否则，则视为新客户。

六、老带新：

1、老客户带新客户过来，找原置业顾问或原置业顾问认出老客户，并且新客户之前没有到访或来电过，则归属原置业顾问；若带来的新客户在此之前已经来访或登记过，则归属首次登记的置业顾问。

2、如果因置业顾问服务中出现重大错误，导致客户明确提出不愿意由此置业顾问接待。则由各组主管了解清楚情况后安排其他置业顾问进行服务，客户归属为新进行服务的置业顾问，成交后两置业顾问按5:5分配此客户佣金。此客户若再带新客户来，则进行服务的置业顾问与原置业顾问7:3分配佣金。客户归属为进行服务的置业顾问。

七、客户带看：

1、客户到访表明带看，置业顾问需问明真正购房客户信息并进行登记，则该购房客户归属为此置业顾问；若没有登记购房客户信息，则按照客户信息首登制划定归属。

2、多名置业顾问与同一组买房客户及亲属联系，但不知情，称为撞单。首先查证回访记录，按照直系亲属首接制划分（直系亲属区分顺序：配偶、父母、子女、兄弟姐妹、其他亲属）。

**第二篇：房地产项目销售人员客户归属确认管理范本**

房地产项目销售人员客户归属确认管理范本

由于销售人员的收人绝大部分来自佣金，因此有可能出现销售人员为了获取更多的佣金而抢客的现象，为了避免这种恶性的竞争，影响团队的团结，应制定相应的客户归属确认制度。

（1）客户接待的轮序管理

a)销售代表以每天到售楼处时间先后签到，然后按此顺序轮流接待来访客户，电话仅做义务咨询。

b)销售代表接待来访客户，首先应礼貌，巧妙地探询出该客户是否来过，若来过应将该客户交给先接待过的同事。

c)若销售代表在接待老客户时，错过了一次轮流接待客户的机会，在接待完老客户后可以补回一次接待客户的机会。

d)未接待完客户的销售代表，在售楼处有其他同事在场的情况下不得再接待其他客户或终止正在进行的接待。

（2）新老客户判断管理

a)销售代表接待来访客户，必须认真填写“客户信息登记表”，以作为

今后销售代表结算奖金的依据。登记有效期为2个月。

b)超过登记有效期（即超过一个月），再次接待该客户则视为接待客户

一次；在登记有效期内，该客户再次到售楼处，可重新填写“客户信息登记表”登记有效期可重新计算。超过登记有效期，由其他销售代表接待客户并成交，佣金算给成交的销售代表。

c)若老客户来访，没有指明要哪个销售人员来接待，同时以前接待过

这个客户的销售代表也没有把这个客户认出来，则该客户算新客户，由轮值的销售人员接待。

（3）甲销售代表接待过的客户，在登记有效期内（以“客户信息登记表”

为依据）来到售楼现场，甲若未辨认出来，该客户也未找甲，而由乙销售代表接待，而乙销售代表也未主动询问该客户是否来过，并可能出现以下情况时：

a)客户在与其他销售代表交谈中，甲辨认出来。

b)客户未落定，走后甲想起来。

c)客户决定落定（马上交款），甲辨认出来。

d)客户落定后，甲辨认出来。

e)第d）种情况的客户，后又带来的新客户。

f)客户在第二次、第三次来时，甲还未辨出来，然后出现a）～d）的情

况。

具体处理如下：

a)出现a）、b)、c)情况时，甲销售代表应马上向项目经理反映，由项目

经理协调，由甲重新接待该客户，成交奖金算给甲。

b)出现d）情况时，甲和成交的销售代表按7：3分成（即甲7，成交的销售代表3）。

c)出现e）情况时，应由甲接待，成交后佣金算给甲。

d)出现f）情况时，佣金算给成交的销售代表。

（4）如甲销售代表接待的客户第一次来时只拿了资料和甲的名片就离开，第二次来时甲不在，由乙销售代表接待，乙做了大量的工作促使成交，佣金按3~：7~6分成（即甲3~4，乙7~6），比例的确定由甲、乙双方

协商解决，协调不成由项目主管根据甲乙的劳动付出予以裁定。

（5）如前后两次客户登记确认为夫妻、父子、母子等直系亲属关系，视为

同一人以第一次登记视为有效登记，归属第一次登记和接待的销售代表。非直系亲属关系以成交的客户所对应的销售代表为准，如有争议由现场经理和销售经理根据具体情况进行裁决。

（6）老客户介绍的新客户的管理

a)老客户陪同新客户来现场

1)原当事置业顾问当日当班，有优先接待权，当日成交后业绩和佣金

归原当事职业顾问。

2)原当事置顾问当日不当班，但委托过现场负责人指派或委托当班置

顾问代为接待（仍具有优先接待权），当日成交后业绩和佣金归原当事置业顾问。

3)原当事置业顾问当日不当班，并未委托过现场负责人指派或委托当班置业顾问代为接待（放弃优先接待权），由当日当班置业顾问轮流接待，当日成交后业绩和佣金归当班置业顾问。

4)原当事置业顾问当日不当班，但未委托过现场负责人指派或委托当班置业顾问代为接待，由当事置业顾问确已做过一定跟踪和服务工作（如带老客户为新客户看房，敦促其尽早带新客户来现场等），同时多次电话访问，并能当场提供顺时间式跟踪记录或新客户的联系电话。不论成交与否，该客户、业绩、佣金原当事置业顾问和现当事置业顾问各50%。

b)老客户未陪同新客户来现场

1)新客户指名，被指名者有优先接待权，当日成交后业绩和佣金归被

指名销售代表。

2)新客户未指名或者指名，被指名者当日未当班，由当日当班销售代

表轮流接待，当日成交后业绩和佣金归当日接待的销售代表。

3)新客户未指名或者指名，但被指名者当日未当班，由当日当班销售

代表轮流接待，事后若有争议，经了解确认新客户来现场之前，原当事销售代表确已做过一定的跟踪和服务工作（如带老客户为新客户看房，敦促其尽早带新客户来现场），同时多次电话访问，并能当场提供时间式跟踪记录或新客户的联系电话。不论成交与否，该客户、业绩、佣金原当事置业顾问和现当事置业顾问各50%。c)当事人自行来现场

当事人第一次来现场，伟提起受带其看房者推荐，被其他当班销售代表接待，若第二次来现场，提起受带其看房者推荐，该客户应归接待带其看房者的销售代表，若未提起，归接待当事人的销售代表所有。

（7）对一进售楼现场就表明其推销或看装修身份，并且只拿一份资料就

走或直接去看样板房的客户，可不算接待，销售代表可以接待下一个客户，但销售代表对此类客户只能给资料，不能留名片或者手机，否则视为接待客户。

（8）撞单和抢单的管理

a)一般撞单现象的处理规定。客户确认的原则：客户确认严格以销售代表已上交的“客户信息登记表”的电脑记录或文字形式登记在先者为准。

时效性：发生撞单现象之日（含当日）起，之前10日内做好处理的客户信息登记表有效，如果10日内没做好处理，该客户资料将充公，将来业绩、提成全部上交公司。

撞单现象的处理还要遵循有效性、准确性。

b)抢单现场的处理规定。抢单是指违背事实真相，或捏造事实而发生的故意争抢客户的现象。抢单现象一经发现，最低扣发该人员一个月底薪，严重者开除。如发生不在上述情况范围内的其他情况的“撞单”现象，本着销售人员相互协作、增进团结的目的，以销售人员自行协商解决为原则。

**第三篇：房地产销售案场客户归属规定**

客户归属规定

一、客户上门时间以《来客登记表》及《客户跟进登记》为原始依据，原则上实行首接业绩制，即客户由第一次接待的置业顾问负责到底，业绩和佣金归最初接洽销售员所有。

二、客户来到现场时，案场秘书须主动问明是否初次来访、是否有人电话邀约或者是否收到宣传单页，以判断客户归属。

三、如客户来到现场，能说出销售员姓名或大致长相，应该销售员接待；若该销售员休息或因公外出，且知道该客户可能要来并告知同事和秘书，则由最后一位轮序人员热情接待，事后需及时（当天）向现场经理和原接待人通报（此种情况不列为有效轮值接待客户）。

四、客户的第一次来访后，第一次回访须在3天内回访，第二、三次回访须在10天以内，第四次及以上须在15天以内回访，若已超出客户有效期限，则视之为新客户。

五、来电咨询的客户，详细登记在“来电登记表”，由秘书分配。以邀约来访率进行考核。

六、多名置业顾问与同一组买房客户联系，但不知情，称为撞单。首先查证回访记录，符合客户认证标准的，实行分单:业绩和佣金归所有接洽销售员所有。

七、客户介绍客户上门。

1.客户经推荐后，点名要找原销售员，由原销售人员接待；如该机密

第 1 页

2024-4-1 销售人员不在，则由当值人员接待，如此客户成交业绩归当值人员所有，佣金两人均分。

2.如客户经秘书询问后没有表明客户介绍，也没有提出找原销售员的，由轮值人员接待，业绩和佣金归属该轮值人员。

八、与本公司有业务来往的客户、本公司领导带上门的客户及业务伙伴带上门的客户购房，如果对方未指定置业顾问接待，则由当轮人员接待，属于该置业顾问业绩。

九、客户第二次上门，如第一次接待的置业顾问认出该客户，或是该客户指认该置业顾问的，应主动交还第一次接待人员继续接待；如第一次接待的置业顾问正常轮休或者因工外出，且已告知秘书或经理今天该客户要来的，当轮人员应该义务接待；如果未和该客户约好时间，且由当轮当场促成签约的，实行分单，如果成交业绩归原销售员所有，佣金首接销售员占70％，错过接待轮次不予补接；如第一次接待的置业顾问在场，而没有认出该客户，该客户也没有指认该置业顾问，当成新客户接待。

十、客户中途要求更换销售人员的，如属于服务质量问题，销售经理确认后应予以更换并由销售经理指定销售人员负责客户今后联系与接待，成交后前销售人员将不再享受提成分配；如属其它原因，销售部经理有权根据实际情况予以确定。

十一、若有销售人员离职或被辞退，其全部客户资料应转交现场销售经理，并由营销经理合理分配。

十二、不详之处，由现场销售经理作出解释，并权衡处理。

机密

第 2 页

2024-4-1

**第四篇：销售客户归属界定方法**

销售客户归属界定方法

为加强和完善的销售的管理,使客户归属做到有章可循,使之秩序化、公正化、制度化,创造一个透明度公正、进取、团结轻松的工作环境,制定本界定方法实施细则.第一条：所有客户的接待、管理归销售部,销售员接待客户按客户首次到售楼部的顺序依次轮流接待的方法执行,即采用单一客户循环制,所有销售员均应服从本界定方法的管理.第二条：客户首次至售楼处接待完毕后,销售人员必须在《客户来访登记表>上作好登记,并视作客户归属的唯一依据,《客户来访登记表》由销售人员填写,每填写一页即存销售主管处以备查考,月末将《客户来访登记表》上交公司存档,销售人员各自建立个人客户资料库，客户有限期15日内有效。

第三条：以《客户来访登记表》为准,客户管理办法采用销售部集中管理和个人管理相结合的办法.第四条：销售人员利用电话接待客户不作为客户归属的依据,不得利用电话变通客户归属问题.第五条 ：销售部客户资源和客户接待轮次由销售主管负责管理.第六条 :公司职员公司关系户介绍的客户资源归销售,并由主管按轮次分配到具体销售人员参与接待轮次。

第七条:已离开公司的销售人员的客户资源归销售部并电话统一追踪,未下订单的客户视作新客户参与正常的销售轮次,由销售主管统一安排,销售人员不得将已离开公司销售人员的客户资源据为己有或变通.第八条:已来访客户但其未在《客户来访登记表》上记录姓名等相关资料的客户,视为销售员工作失职,客户资源不归原接待销售员,作新客户处理.第九条 :销售员轮休时不参与客户接待轮次,但可在不影响销售部正常工作的情况下接待意向性强的老客户.第十条 :客户介绍的客户资源如该客户指定销售人员接待,则该销售员的该接待轮次提前.第十一条:销售人员严格执行轮流接待的规则,并在售楼处作好销售本职工作,如客户已到售楼处但该轮销售人员无论何种原因不在售楼处,即由下一轮销售员接待(不能代接待)

第十二条:楼处午餐时间由销售人员轮流值班,并做好对来访客户的接待,客户来访,值 1

班人员应先作好客户的接待工作,值班时间由值班人员接待的新客户归当值班销售人员,值班人员接待客户后不影响正常轮次排位.第十三条 :若有老客户来访,由该客户所属销售员接待,轮到该销售员接待轮次时,如老客户来访时间长,来访新客户则由下一轮次的销售员接待,不得因为急于接待新客户而怠慢老客户.如老客户来访时,该销售员正在接待新客户,则由下一轮销售员辅助接待.第十四条:销售员接待的客户如是同行(对方主动说明或认出),仍需认真接待以树立公司和个人良好形象,接待轮次按正常循环不重复接待.第十五条:销售员的老客户到访,而该销售员因轮休或其他原因不在售楼现场由该轮次销售员接待,已签单客户不计轮次.第十六条 :销售员在接待过程中(无论是新老客户)如有客户投诉,或是未按《行为规范》接待客户,销售经理及主管有权随时取消其接待咨格,按轮次移交下一位销售员接待.第十七条 :因违反公司规章制度而被除名销售员,客户资源归属按本细则第九条规定执行,已完成销售未提成的不再计发销售提成.第十八条:有客户归属的裁决权,销售员必须无条件服从.第十九条:公司正常裁员销售员的客户资源归属销售部,如已完成销售并签定购房合同的按公司规定计提销售提成,如未完成销售客户归属按本细则第九条规定执行.第二十条:按公司规定办理辞职手续的销售员(提前期30天书面申请),如已完成销售并签订购房,按公司规定计提销售提成.第二十一条:下列情况之一者,可对其予以停岗3—6天至除名的行政处罚,并予以考虑100—300元的经济处罚:

1.不服从领导安排与同事不协作,抢客户;

2.对同事的客户不理不睬;

3.与客户发生争吵;

4.挑剔客户;

5.利用职务之便,收取客户佣金;

6.为接待新客户而怠慢老客户.

**第五篇：售楼处接待制度及客户归属**

接待制度及客户归属

售楼部只有建立了一个公平、公正的客户轮接制度，使众多销售员在一个合理、有序的氛围下参与业务竞争，才能加快项目的销售，创造销售佳绩。售楼部销售人员按以下方式决 定客户资源的归属应遵循以下原则：

售楼部客户接待实行轮接制，按售楼部规定的秩序，按顺序安排轮见。

销售人员一定要注意，接待客户一定要做记录登记，是作为你接待的依据凭证。轮空 处理指：接待完该客户后若不在轮值业务员位置，按原顺序接待。

客人进入售楼处应询问其之前是否曾经到访，当客人明确否定后方可跟进。如客人表示 之前曾经到访并道出A销售员姓名，则应交由A销售员跟进。如A销售员不在场，则由排首 位的B销售人员负责跟进(必须立刻与A售楼员联络，若A不能来现场，得到A同意并了解 情况后才能接待)，若当天成交，成交后的佣金由A和B销售人员平分，业绩归属A销售人 员。若当天无法成交，客户归还A销售人员继续跟进。如出现销售人员在知情的情况下刻意 隐瞒真相，则成交后佣金归原销售人员。

已成交的客户介绍新客户来买房时，新客户提出找A销售人员而其不在场的情况下，由 轮值销售人员B打电话与A联系，如果A不能亲自回现场跟进或时间紧迫，得到A同意并了 解情况后才能接待，当天成交后，则A、B销售人员平分佣金。如当天不能成交，该客户以 后则由A销售人员继续跟进。

若第一接触是销售员A的客户介绍的（包括来电介绍和亲自带领上门）新客户甲，则新 客户资源甲仍应归属销售员A。同样，甲带来的客户资源乙应归属销售员A，以后依此类推。但此原则仅适应于新上门客户指明找销售员A或老客户介绍在先，不包括不期而遇的。电话接听客户的，若没有具体预约的（留下客户姓名，预约看房时间，并向客户留下自己的姓名），客户到现场后，依然按轮次表接待，若有预约的，由谁负责预约的销售人员接待。

销售人员A正准备接待新客户时，该销售人员A的旧客户来了，销售人销售人员A 接待旧客户，新客户则由下一位轮值销售人员B轮见，两销售人员不存在分单。销售人员A因为私事外出不在场，而轮见其见客户，可由下一位轮见，该销售人销售人员A视为轮空，下一轮才能见客户；如果因为公事外出不在场，则优先其接待新客户。轮见按轮见表顺序进行。如出现轮错或抢客现象，则该销售人员所接待的客户视为无效客户，业绩归原应接待之销售人员。若上门客户是销售人员的亲属或朋友，则其资源权应优先归属该销售人员，若该业务未能第一接触而事先又无记录，则不能拥有此客户资源。通常，销售员对老客户资源的拥有不可能无限期。为了使销售员产生忧患意识，积极主动地与客户保持联糸、及时追踪，促成业务成交，其拥有客户资源的时效为三个月。但客户资源中不泛犹豫型客户，成交过程较慢，这类客户在三个月后重新登记，登记表须经销售经理签字确认后，该销售人员才能重新获得对此客户的拥有权。

如看过的客户又过来看，以前未做客户登记，又没有销售人员认出来或客户也记不清哪

位销售人员接待，则归属轮值销售人员，以后再记起原销售人员的，仍归属此次轮值销售人员，原销售人员归属无效。销售人员在成交后，要求由下定、补定跟进至客人签约、催款、全额房款付清为止，期间需配合相关部门同事共同解决客人在办理银行按揭手续时所提出的问题。销售人员如不能亲自到现场跟进，则必须联系销售经理安排同事帮忙跟进，如无出现特殊状况，佣金由原销售人员享有。为了避免节外生枝，原则上要求销售人员亲自回现场跟进。

如客户属第一次来现场，并与其他销售人员无电话预约，则由轮值销售人员接待并计接待客户一次；如某个销售人员的预约客户来现场，轮值销售人员应及时通知有约业务员接待；如有约业务员因正在接待客户、病假、休息、因公外出，轮值销售人员应协助接待其预约客户并不做轮空处理；除上述原因之外，该客户归属轮值销售人员，计轮值销售人员接待客户一次；如该客户只为交定金或签约而来，轮值销售人员算义务协助，不做轮空处理；如该客户不一定为交定金而来，因轮值销售人销售人员作到位使其当场缴纳定金，该客户应归属轮值销售人员，计轮值销售人员接待客户一次。如有老客户在场，无论买或不买，签没签合同，该业务员均不得接待新客户，如轮到该销售人员接待客户，则轮空处理；如现场人较多或销售人员正接待已签约客户(投诉除外)，所有销售人员都在接待客户，而现场又有新客户无人接待，该销售人员可根据老客户实际情况选择接或不接新客户。

正接待投诉客户的销售人员，按轮空处理。表明非客户身份的(推销、广告，找工程部，接水，同行者在大厅里确认)，或施工方、发展商等合作公司的不算接待客户。如果客户实际只为了了解公司的其它资料或为踩盘，则该客户不计入该销售人销售人员所接待的客户，该销售人销售人员继续按顺序轮见。

如客户进售楼处，只问价格，只取材料，也算接待一次。

如一个客户接待时间较长，业务员已排过一个轮回，不做轮空处理。

如有多个客户要买同一房号，由销售人员按照“谁先交钱卖给谁”原则做客服，额外交代暂留的除外，不允许销售人员发生争执。

预约客户指:客户进门时声明或经轮值销售人员在第一时间问询得知，曾经来访并认出或说出业务员，未来访但知道电话预约业务员的。不做轮空处理指：接待完该客户后无论是否应排在轮值业务员位置，均排在轮值业务员位置，之后按原顺序接待。

售楼员接待来访客户，必须认真填写《客户信息登记表》，以作为今后售楼员结算奖金的依据。登记有效期为三个月。

超过登记有效期（即超过三个月），再次接待该客户则视为接待客户一次；在登记有效期内，该客户再次到售楼处，可重新填写《客户信息登记表》登记有效期可重新计算。超过登记有效期，由其他售楼员接待客户并成交，奖金算给成交的售楼员。

售楼员有相互协助的义务和责任，不得因义务协助而争单，当同事的客户来到售楼现场，而同事又不在时，其他售楼员应帮助接待，并设法促成交易或帮忙办理其它手续。对此类协作，售楼员可接待下一个客户。

抢单：销售员明知客户已与其他销售员联系过，为了个人利益不择手段。将此客户成交

业绩及佣金据为已有，视为抢单。抢单将受到公司最严厉的处罚：辞退,并且业绩佣金归已与客户联系过的销售员。

撞单：多名销售员与同一买房客户联系，但不知情，称为撞单。销售员在得知与其他销售员撞单的情况下，为了获取业绩和佣金，私下联络客户换名，或采用其他办法购房等不择手段的行为，一旦查出，将没收佣金，并予以辞退处理。

公司工作的非销售人员，不得将接待的客户不经营销部指定介绍给某个特定的销售员。允许售楼员休息时自愿上班，只限于和客户有预约，不得按轮次表接待。

因公事接待轮空，可补接，其余情况原则上视为自动放弃，特殊情况可与项目经理议定。接待上门客户或热线电话时如发现该客户是某位销售员在其他项目时的客户或熟人，但该销售员从未向该客户介绍过我项目并且该客户并未提及该销售员的名字，则该客户与该销售员无关，按正常的上门或热线接待。

如有归属暂未清晰的客户，原则上以第一次接待客户的业务员为暂时归属，销售管理人员划定归属后，按划定后的归属接待客户；禁止因客户归属未明拒不接待或怠慢客户，如有发生将处以口头警告，严重者给予50元罚款。

因业务员离职或被解雇，其客户由销售经理统一安排归属。

本文档由站牛网zhann.net收集整理，更多优质范文文档请移步zhann.net站内查找