# 2023年房地产销售计划方案 房地产销售考核制度方案(模板二十三篇)

来源：网络 作者：梦回唐诗 更新时间：2023-05-05

*为了确保事情或工作有序有效开展，通常需要提前准备好一份方案，方案属于计划类文书的一种。怎样写方案才更能起到其作用呢？方案应该怎么制定呢？以下是小编为大家收集的方案范文，欢迎大家分享阅读。房地产销售计划方案 房地产销售考核制度方案篇一1、完善*

为了确保事情或工作有序有效开展，通常需要提前准备好一份方案，方案属于计划类文书的一种。怎样写方案才更能起到其作用呢？方案应该怎么制定呢？以下是小编为大家收集的方案范文，欢迎大家分享阅读。

**房地产销售计划方案 房地产销售考核制度方案篇一**

1、完善部门组织职能;

2、完成部门人员配备;

3、提升行政从业人员专业技能和业务素质;

4、提高部门工作质量要求;

5、圆满完成本部门年度目标和公司交给的各项任务。

二、建立职位分析制度,通过职位分析既可以了解公司各部门各职位的任职资格、工作内容，从而使公司各部门的工作分配、工作衔接和工作流程设计更加精确，也有助于公司了解各部门、各职位全面的工作要素，适时调整公司及部门组织架构，进行扩、缩编制。也可以通过职位分析对每个岗位的工作量、贡献值、责任程度等方面进行综合考量，以便为制定科学合理的薪酬制度提供良好的基础。

三、继续绩效评价体系的完善工作，并保证与薪资挂钩,从而提高绩效考核有效性。绩效考核工作的根本目的不是为了处罚未完成工作指标和不尽职尽责的员工，而是有效激励员工不断改善工作方法和工作品质，建立公平的竞争机制，持续不断地提高组织工作效率，培养员工工作的计划性和责任心，及时查找工作中的不足并加以调整改善，从而推进企业的发展.第九年行政部着手进行公司绩效评价体系的完善，并持之以恒地贯彻和运行。

1、行政部在操作过程中将注重听取各方面各层次人员的意见和建议，及时调整和改进工作方法。从正面引导员工用积极的心态对待绩效考核，以期达到通过绩效考核改善工作、校正目标的目的。

2、绩效考核工作本身就是一个沟通的工作，也是一个持续改善的过程。行政部在操作过程中会注意纵向与横向的沟通，确保绩效考核工作的顺利进行。

3、绩效考核工作牵涉到各部门各职员的切身利益，因此行政部在保证绩效考核与薪酬体系链接的基础上，要做好绩效考核根本意义的宣传和释疑。

第二部分建立内部纵向、横向沟通机制,强化日常行政管理.

行政部的工作涉及到各个部门和公司工作的各个层面，日常工作中人力资源还有许多不可预见的工作任务。此处其他目标是部门工作中比较重要的部分。包括：企业文化的塑造;建立公司内部沟通机制;办公室管理等三部分。

一、企业文化的深化塑造

企业文化的深化塑造，企业文化的形成是一个不断累积、不断传承、不断发扬光大的过程，在一个拥有良好企业文化的企业，员工的向心力和凝聚力会不断增强，企业的团队精神和拼搏精神也非常明显。

1、将公司发展多年来积累的优良传统和企业文化精髓加以总结归纳，此建议如通过，争取在第一季度内完成。

1、修改《员工手册》，将企业理念、企业精神、企业发展简史、企业宗旨、企业奋斗目标等内容增加进《员工手册》，并在第一季度内完成此项工作。

3、对所有新进员工，在正式上班前，不仅做好人事培训和工作培训，还要做好企业文化的培训。一、建立内部纵向、横向沟通机制，调动公司所有员工的主观能动性，建立和-谐、融洽的企业内部关系。集思广益，为企业发展服务。

4、加强对优秀员工、好人好事的宣传力度，弘扬正气。

二、建立公司内部沟通机制

1、建立民-主评议机制。行政部计划在第九年对公司部门主管进行民-主评议。原则上计划半年一次。对部门主管工作作风、工作能力、工作效率、工作成绩、模范作用、员工信任度等德、智、能、勤方面进行综合评议。评议结果作为年度部门主管绩效评价参考依据之一。通过评议建立一个对部门经理的监督机制，也可以避免公司对部门主管的评价的主观性。

2、行政部在第九年将加强行政部员工晤谈的力度。员工晤谈主要在员工升迁、调动、离职、学习、调薪、绩效考核或其他因公因私出现思想波动的时机进行，平时行政部也可以有针对性地对与员工进行工作晤谈。目标标准为：每月晤谈员工不少于5人次，并对每次晤谈进行文字记录，晤谈掌握的信息必要时应及时与员工所在部门经理或总经理进行反馈，以便于根据员工思想状况有针对性做好工作。

3、其他沟通机制的完善。如员工满意度调查、部门经理会议等传统行政部将继续保持和完善。

4、规范使用《工作协调单》，部门间的信息传递多用口头传达，容易造成因一方忘记而导致工作疏忽和责任不清，从而造成个人误会与矛盾，不利于工作的开展。行政部在第九年一月三十一日前完成对使用工作联系单的规范。

三、员工培训制度

员工培训是培养员工忠诚度、凝聚力的方法之一。通过对员工的培训与开发，员工的工作技能、知识层次和工作效率、工作品质都将进一步加强，从而全面提高公司的整体人才结构构成，增强企业的综合竞争力。

1、大力加强员工岗位知识、技能和素质培训，加大内部人才开发力度.

2、争取对有培养前途的职员进行轮岗培训;以老带新培训;员工自我培训(读书、工作总结等方式)等。

3、培训不能形式化，要做到有培训、有考核、有提高。行政部应注意培训后的考评组织和工作绩效观察。其结果存入员工个人培训档案，作为员工绩效考核、升迁和调薪、解聘的依据之一。

第三部分建立人才招募与评定薪资标准.

行政的招聘与配置，不单纯是开几场招聘会如此简单。行政部要按照既定组织架构和各部门各职位工作分析来招聘人才满足公司运营需求。也就是说，尽可能地节约人力成本，尽可能地使人尽其才，并保证组织高效运转是行政的配置原则。所以，在达成目标过程中，行政部将对各部门的人力需求进行必要的分析与控制。

考虑到公司目前正处在发展阶段和变革时期，行政部对人事招聘与配置工作会做到三点：满足需求、保证储备、谨慎招聘。

一、招聘具体实施方案：

1、招聘前应做好准备工作：与用人部门沟通,了解特定需求;招聘广告(招聘职位与要求)的撰写;公司宣传品;一些必需的文具;招聘用表单。

2、安排面试应注意：面试方法的选定;面试官的选定;面试题的拟定;面试表单的填写;面试官的形象;面试结果的反馈。

3、规范行政招聘与配置，行政部起草完成《公司人事招聘与配置规定》,请公司领导审批后下发各部门。

4、计划采取的招聘方式：以网络为主，兼顾报刊、推荐等。其中网络招聘主要考虑：中华英才网、前程无忧人才网等(具体视情况另定)。

二、人员流动与劳资关系

协调处理好劳资双方关系，合理控制企业人员流动比率，是行政部门的基础性工作之一。在以往的人事工作中，此项工作一直未纳入目标，也未进行规范性的操作。第八年行政部将把此工作作为考核本部门工作是否达到工作质量标准的项目之一。

1、人员流动控制年度目标：正式员工(不含试用期内因试用不合格或不适应工作而离职人员)年流动争取控制在10%以内，保证不超过15%。

2、劳资关系的协调处理目标：完善公司合同体系，除《劳动合同》外，与相关部门一些职位职员签定配套的《保密合同》《廉洁合同》《培训合同》等，熟悉劳动法规，尽可能避免劳资关系纠纷。争取做每一个离职员工没有较大怨言和遗憾，树立公司良好的形象。

三、薪酬管理

根据公司现状和未来发展趋势，目前的薪酬管理制度将有可能制约公司的人才队伍建设，从而对公司的长远发展带来一定的影响。通过行政部对公司各阶层人员现有薪资状况的了解，建议尽快建立公司科学合理的薪酬管理体系。

四、员工福利与激励

员工福利政策是与薪酬管理相配套的增强企业凝聚力的工作之一。而与薪酬政策不同的是，薪酬仅是短期内因应行政市场竞争形势和人才供求关系的体现，所以在各种因素影响下，薪酬是动态中不断变化的。而员工的福利则是企业对雇员的长期的承诺，也是企业更具吸引力的必备条件。行政部根据公司目前状况，

在第八年，计划对公司福利政策进行大幅度的变革，使公司“以人为本”的经营理念得到充分体现，使公司在人才竞争中处于优势地位。

1、计划设立福利项目：员工食宿补贴、加班补贴(上述两项进行改革与完善)、满勤奖、节假日补贴、社会医疗保险、社会养老保险、住房公积金(服务满三年以上职员方可享受此项福利)、员工生日庆生会、每季度管理职员聚餐会、婚嫁礼金、年终(春节)礼金等。

2、计划制订激励政策：月(季度)优秀员工评选与表彰、年度优秀员工评选表彰、内部升迁和调薪调级制度建立、员工合理化建议(提案)奖、对部门设立年度团队精神奖、建立内部竞争机制(如末位淘汰机制)等。

3、第八年第一季度内(3月31日前)完成福利项目与激励政策的具体制订，并报公司总经理审批，通过后进行有组织地宣贯。

4、自4月份起，行政部将严格按照既定的目标、政策、制度进行落实。此项工作为持续性工作。并在运行后一个季度内(6月30日前)进行一次员工满意度调查。通过调查信息向公司反馈，根据调查结果和公司领导的答复对公司福利政策、激励制度再行调整和完善。

第四部分第八年行政费用预算

行政管理费用主要是由两大部分组成,人事费用和行政费用。在总结上年年度行政总费用的同时,其中有两件事值得在以后的工作中完善：

1、网络招聘注意事项，公司的招聘形式主要是网络招聘，网络招聘的优势是授众广，价格低，但缺点是，无效的信息太多，因此在以后的招聘中，一定把招聘广告书写清楚详尽，并且避免在一个网站连续登记2个月以上。

2、行政费用控制，公司的行政消耗整体来说不是很高，但是在工作中不是没有问题，比较明显的就是使用跟踪，第九年无论是低值易耗品还是设备将建立相应的跟踪机制。

**房地产销售计划方案 房地产销售考核制度方案篇二**

20xx年是集团公司全面执行五年发展规划的第五年，也是集团发展的关键之年，房产公司全体员工在集团公司的正确领导下，在房产开发项目多、投入大、时间紧、任务重的大背景下，坚持“以人为本、规范运作、协调沟通、节源高效”的工作指导思想，遵循集团“品牌、责任、规范、服务、效率”的经营理念，在项目开发、经营管理、项目运作、高效节源等方面取得了较好的成绩，推动了房产公司规范、稳定、持续的发展。

20xx年房产公司全体人员积极转变工作理念，认真分析各项工程现状，克服各种不利因素，齐心协力、扎实工作。基本完成了年初集团公司制定的各项目标计划，现将20xx年主要工作做如下总结：

一、树立正确发展理念

根据年初集团公司制定的工作目标和发展方向，结合自身的需求，房产公司充实各岗位人员配置，首先，从队伍建设上下功夫，聘用高管人员，技术人员，项目开发人员，招募销售团队，并做到分工明确、各负其责，房产公司队伍建设得到了加强，这也为公司的发展打下了良好基础。其次是完善房产公司管理模式，加强房产公司的规范运作，使公司进入正规的运行轨道;再次是营造企业和谐的外部环境，房产公司通过自身的努力，积极主动加强同外部各方协调沟通，为企业的项目建设和经营运作创造了良好的外部环境，进而为企业项目建设和经营运作，节约开支，降低成本，提高效率。

二、项目建设扎实推进

经过一年的努力工作，各工程项目建设有序推动：

1、领先花园1#、2#高层底商住宅楼项目

该项目总用地面积10884、27平方米，总建筑面积98727、82平方米。其中商业建筑面积21111平方米，住宅建筑面积69257平方米，公建建筑面积90平方米，地下停车场面积8269、82平方米。项目总投资2、5亿元，其中工程建设费2、08亿万元;该项目在年初仅有建筑设计条件通知书的基础上，办理了大量的前期手续，取得了该项目立项批复报告、可研报告、环评报告，并完成了图纸设计、图纸审核、招投标工作、合同签订、合同备案、临时用电、基坑支护等工作;多家单位对地下管线进行现场勘察并确定了改道线径，包括广电、移动、联通、铁通、电信、暖气等单位。该项目于6月10日正式基坑开挖，7月11日钢材进入施工现场，对于基坑开挖深度约-12、9米的工程项目来说，基坑加固是重点，经多方现场勘察，后期研究，历经两个多月完成了可行的基坑加固施工;11月4日完成了该项目的消防审核手续，11月8日两栋楼地下室封顶，11月30日+0以下部分土方回填完毕，11月16日完成了720万农民工工资的发放工作。今年，该项目商混投入20396立方米，共计660、18万元，钢筋投入2593吨，约848、54万元，基坑支护投入300万元，高压线防护工作，搭建脚手架防护，经过转变思路，调整方案后，由原来100余万的工程量，降至8万元，顺利完成了防护工作。土方开挖投入196万元，劳保统筹费先行缴纳了100万元，人防易地建设费先行缴纳10万元。为完善施工前期手续，该项目还缴纳了配套费764、83万元、土方填埋费10、24万元、拉运砂石料、卫生费3、25万元、履约保证金80万元。剩余部分也与各单位主管领导对接，给予了先行缓缴的优惠政策，暂时减轻了公司的资金压力。上述投资数额足以说明，该项目资金投入大，这就要求我们更要重视施工中的每个环节，把握好施工中的各个细节。

在现场施工过程中，我工程技术负责人每天都到工地检查工程质量，督促安全进度，如有不符合图纸设计的、生产质量的、安全规范的、进度要求的，都及时向现场监理及施工单位提出整改意见;对于设计图纸与实际施工不相符的，及时联系设计院，并提出合理化建议，对局部图纸进行修改变更;同时还定期组织召开施工例会，有效解决施工中存在的问题。建设局及其下属部门(安监部门)也多次对我施工现场进行了大检查，检查中对现场高压线防护工作、消防审核意见、楼梯钢筋设置提出了整改意见，后期我单位积极整改，妥善解决了上述问题。确保消除安全隐患，确保安全施工。目前该项目处于冬季停工状态，根据天气情况，计划20xx年3月16日复工。

2、购物广场10千伏电线线路改造项目

该电路改造项目长度达2232米，该路径位于城市中心，途径单位多，施工难度大，施工期间遭遇到各单位阻碍，但都通过积极的对外协调，得到了解决，促使该项目正常有序施工。

该电线线路改造项目在仅有规划局红线图的基础上，取得了建设工程规划许可证。于今年三月完成了电缆招投标工作，签订了178万元电线、电缆、电杆订购合同，该项目前期电力公司工程报价470万元，后多家对比，多方询价，最终确定青海正盛公司以110万元的工程价承接此项目，为企业节约了投入资金。

该项目4月中旬开始施工，工程部指派专人负责监督施工进度情况，于8月底完成第一间隔的用电，9月底完成自建间隔回路的敷设，接火供电。其中自建间隔的设计也受到了电力公司的阻碍，最终将设备施工成本由60万元降至40万元。该项目的占道费也由起初的6、6万元谈妥至5千元，大大降低了资金投入。目前第二间隔正办理进站手续，预计20xx年元月底可接火供电，至此该项目全部完工，便可进行竣工验收。

3、嘉苑大厦项目

该项目5月10日前完成了外保温苯板外贴、水电表安装、室内防火门安装、供水设备安装及分包消防工程的扫尾工作。工程完工后及时与设计院联系，落实施工全过程的所有变更签字确认，并做好嘉苑大厦工程的决算审核工作。随后又对施工资料全面复查，保证在竣工完成后能将资料及时移交档案馆，确保工程能顺利办理相关手续。6月17日由我公司组织，质监站、施工单位、监理单位、共同参与进行了工程竣工验收。于7月5日正式通知业主办理入住手续，交付业主使用，该项目涉及到的536万元的拆迁置换款，征收办也进行了审核认可。

4、世纪大厦、中山大厦项目

世纪大厦项目，缴清了46万元的人防易地建设费;整合了世纪大厦与嘉苑大厦的配电柜并更换了电表;完成了土地招牌挂手续及征迁办对1200万元拆迁置换金额的认可，后经社会公示、四邻界限的核实，缴纳土地出让金(1107万元)契税33、78万元后，通过不断的协调，联系相关职能部门，最终于12月23日取得了世纪大厦的土地证。该项目的相关资料，通过整理已向档案馆提交，监理资料已完整，前期资料还剩余13项，竣工资料还剩余5大项，及7家分包单位的相关工程资料，资料及手续完善工作是接下来要重点推进的工作。

中山大厦项目，通过近半年的奔忙，联系原施工单位资料员，补齐了缺失的土建资料及消防资料，由建设单位提供的前期文件，也都通过自查、外单位补办、一一收齐，该项目所有资料已在12月5日全部移交档案馆，并出具归档认可。市质监站也对该项目进行了房屋竣工验收备案，接下来便可办理房屋产权证。该项目在提交工程资料，完善前期手续过程中，房产公司全体人员都做了大量的工作，工作采取分工负责，专人对接联系的工作方法，解决了该项目遗留4年的资料手续问题。

三、项目销售积极推动

资金快速回笼对公司后继发展起着至关重要的作用，这就要求重点做好房屋的销售工作，公司自组建销售团队以来，针对哈密房地产市场现有房源项目进行了3次的市场调查，对各周边项目及商业区进行了价格及项目卖点的对比。结合哈密当地情况，首先对公司在售的两个楼盘进行了分析，对周边楼盘进行询价分析后，合理调整了世纪大厦的房价，对领先花园1#2#楼进行了合理定价，制定了可行的销售计划，通过广告宣传，车展宣传、建筑博览会现场、dm单发放等方式，扩大楼盘的影响力，进而增加客户的收集量。同时协助阿拉尔、克拉玛依公司，对其项目进行销售分析，编制可参考的销售计划，主要也是以了解周边楼盘情况，摸清居民收入，分析市场行情为基础，对楼盘做合理定价。其次是完善了销售流程，加强对来电、来访客户的接待工作，做到来访客户信息登记，后期积极回访。通过有效的宣传和规范的销售流程，今年9月前，共积蓄了630位新客户，为随后的开盘销售打下了良好基础。

截止12月，领先花园一期销售住宅2套，回款926600元;世纪大厦销售住宅3套，回款1376285元;嘉苑大厦销售住宅1套，回款605892元。领先花园1#2#楼销售住宅97套，回款928万元;世纪大厦销售一层、二层商铺5间，面积约1290、22平方米，回款1824、99万元;三层交通银行2191、3㎡，回款2366、60万元，共计销售回款5410、47万元。嘉苑大厦未售住宅6套，面积为795、44㎡，世纪大厦未售住宅71套，面积为10135、97㎡，商业剩余面积2846、27㎡。此外，嘉苑大厦交房工作分7月、8月两次进行，共办理了136户的业主入住手续，现仍有6户业主因在外地未办理入住手续。

四、工程预结算认真审计

经过对20xx年审计工作量进行梳理统计，工程审计核算多达442次，其中哈密购物广场、嘉苑大厦及其他零星工程共有124次;1#2#楼23次;克拉玛依一期、二期、白碱滩共有102次;阿克苏有84次;阿拉尔有74次;库尔勒有35次。归纳后主要由以下几个方面构成。

(1)月施工进度款、土方、基坑支护、钢材、商混、消防、空调设备、钢网架、桥架、石材等材料款、设备的复核，还有设计、监理等费用的复核。主要涉及到克拉玛依一、二期、阿拉尔d1-d3地块、哈密花园1-2号楼。这部分工作量比较大，也是房产公司工作中的重点。

(2)协调工程结算复核。今年嘉苑大厦、库尔勒影视城、阿克苏三个大项目进入工程结算环节。通过对管理公司上报的结算进行复核，嘉苑大厦上报的审核数与最后定案数核减8万元。库尔勒影视城结算经反复修正，到库尔勒现场对甲方代表提出的十几条进行逐项核实，最终核减170万。阿克苏项目主要是对签证资料与管理公司多次沟通。购物广场维修工程结算的审核，小型零星维修改造完成的有6-7项，合计核减约16万元。

(3)其他费用的复核。主要有设计费、监理费、招标代理费、分包完工项目的尾款支付等。

五、各项事务有序管理

(1)按集团公司要求，严格考勤制度，做好调休统计及值班安排，按时上报日常考勤表，供财务部审核;对来文、来函做好接收登记，并呈报相关负责人;按时组织公司人员例会并做好会议纪要;对工程档案、资料分类整理、分盒造册，建立电子档案，方便管理查阅。

(2)做好各项目暖气费的统计报表，并与热力公司协调减免部分费用，其中世纪大厦、中山大厦停暖费合计56606元，嘉苑大厦供暖费63、28万元;

(3)做好与阿克苏、阿拉尔的工作衔接、文件收发、上传下达工作。顺利办理了哈密房产开发资质四级延期业务的手续，并配合阿拉尔完成了房地产企业开发资质的申报工作;配合克拉玛依办理人防审批的相关手续。

(4)配合克拉玛依、阿拉尔协调好施工进度，确认变更签证的内容及施工方案的审核。

六、20xx年工作计划

1、继续加强员工队伍建设，最主要是提高员工工作积极性和主动性，提高工作效率，能认真理解和执行集团的决策和部署。

2、坚持规范运作的企业运作模式，杜绝施工进行与前期手续办理脱轨现象，真正规范施工。建设良好外部的环境，维系和谐友好的对外关系，促进企业项目建设，营造良好的外部环境，仍是要推进的工作。为公司节源降耗，提高效率仍是我们要积极完善的工作。

3、规范房屋销售，抓住机遇搞好销售及资金回笼工作。加大宣传力度，做好来人、来电的接待及住户的服务工作;

4、抓紧时间办理世纪大厦缺失手续，提交相关资料，严把领先花园1#2#楼项目的工程质量关，确保安全施工，对工程进度严格审核;协助克拉玛依公司、阿克苏分公司和阿拉尔公司做好工程指导、技术监督的工作。与其他各地州分公司财务部、工程部共同协作，认真把好关工程项目审核关。

在新的一年，全体员工愿在集团公司领导下，抓住发展的主线，扎实工作、强化管理、为打造领先品牌，发扬领先精神做出积极的贡献。

**房地产销售计划方案 房地产销售考核制度方案篇三**

初来公司，曾经很担心，不知能否做好工作，但是领导和同事耐心的关心、帮助及耐心指导，是我在较短的时间内适应了公司的工作环境，也熟悉了公司的整个操作流程：从学习房地产相关专业知识习到潍坊xx名都项目相关知识，到后来的单独接待客户，以致最终客户认筹，我都能熟练操作完成。同时我每天坚持打电话，积极开拓积累客户，并且经常给老客户打电话做好维系工作，使老客户能够给我带新客户，提高成交量。从入职到现在，我从对房地产行业的初步了解，到现在可以熟练的讲解沙盘接待客户，并且抓住客户心理，努力成交。在此，我

要特别感谢公司领导及同事对我的指引及帮助，感谢他们对我工作中出现的失误的提醒和指正。

在工作中，我自觉遵守公司的规章制度，对待工作认真负责，高标准严要求，不懂的问题及时虚心向同事学习请教，不断努力提高充实自己。在到公司的这一年几个月中我认真的学习了公司的各相关资料，并从网上摄取了大量有用素材，对同行优势及劣势有了一定的认识与了解，同时也意识到了公司的壮大对房地产行业所起的作用。

我所在的销售部门是一个充满激情和挑战的部门，我的主要工作是客户的接待及商品房的销售。在经历了一年两个多月的专业知识的学习及向领导同事的学习请教后，自身有了很大的提高。

在一年多，对我的人生产生了极大的影响，不管是从为人处事上，还是心理素质上，我都获得了很大的提升。首先我要感谢给了我这么好的机会，使我从一个莽莽撞撞的孩子，变成了一位处事不惊落落大方的人。在每一天我都感觉自己在变化，而且是向好的方向发展，每天我都在进步。在压力很大不假，但是也正是由于有这样大的压力，当自己面对压力的时候才能适时的把压力变成动力，使自己在这样有压力的环境中，不断的成长进步，不断的走向成熟。一个人如若在一个非常安逸的环境中成长，那么他会慢慢的腐化，从而慢慢的被社会淘汰。而对于风华正茂的我们，需要的正是这充满机遇与挑战的环境，需要在这种环境中不断的成长与进步，所以说选择了，是我人生中做的很正确的一次选择。再次感谢领导给了我不断发展进步的机会，在一年多里，我们经历过酸甜苦辣，有过欢颜，有过悲伤，从前期的客户储备到开盘，作为老员工，我们经历的很多很多，不是用语言就能表达完整的，我们见证了潍坊xx名都的成长及不断的发展变化，如果把潍坊xx名都比作一个“小孩”，那么我完完全全见证了这个“小孩”的成长。我感到荣幸并且庆幸来到了潍坊xx名都。

20xx年10月31日，我有幸来到我们潍坊金碧置业有限公司，我正式踏进了房地产公司的门坎，开始了学习和实践，通过自己的努力在这期间我的学习是做得最好的。随着整个房地产市场环境的变化我们潍坊xx名都项目20xx年5月1日开盘，历经7个多月，终于盼来了期望已久的开盘，我们所有的人对这一天都期盼好久了，开盘当天场面非常的壮观，也非常的火爆，这一天的开盘是非常成功的，开盘当天连算运转单都算不过来了。仅仅是开盘当天房源就售出了差不多一半。这使我获得了从交付定金到签订合同全过程的操作经历，对我来说受益匪浅。开盘现场的火爆和客户对公司品牌的信任，对整个潍坊房地产市场产生了轰动的影响。截止到目前我们楼盘已成功销售1000多套商品房，创造了潍坊房地产行业的奇迹。截止到目前，我已成功销售85套商品房，销售总金额约6000万。我的目标是要售出110套，销售总金额8000万。这离我的目标还有一段距离，但是我也会不断地努力去实现目标。这么轰动成功的开盘，大家的心里也都非常的开心，虽然开盘那几天案场的所有人都很忙碌，虽然也会经常加班，但是每个人心里也都很开心。因为我们成功收获了，成功开盘，对我们每个人都产生了很大的影响，也给我们的人生上了美好的一课。

这次的销售工作，增加我经验的同时，也是我体会到了作为一名“xx集团员工”的荣幸。希望自己在以后的工作中，不仅可以深度传递我们公的品质，更能体现我们公司的文化素质和发展实力。

经历了开盘，我的房地产的学习算是拿到了毕业证。我们的开盘无疑是轰动的，我的学习和努力也有了成果，我感激也感动着，愿我们的开盘是一个好的开始，更长更远的路还要我们不断的努力在20xx年。从开盘到现在，我不断地练习专业知识，努力提高自己的专业技能及专业知识，学习同事的成交技巧，经过自己的不断努力，

从20xx年5月1日开盘到现在，我一共销售出了85套房子。

这次的销售工作，增加我经验的同时，也是我体会到了作为一名“潍坊金碧利置业员工”的荣幸。希望自己在以后的工作中，不仅可以深度传递我们公的品质，更能体现我们公司的文化素质和发展实力。

在以后的工作中，我要不断地总结经验教训，完善对客户的服务和跟踪，倾听客户的意见，了解客户的需求，学习销售技巧，将客户需求转变为真实成交量。

在这两个多月的工作中，我对置业顾问这项工作的内容和重要性有了更深的认识。同时我也意识到我要在以后的工作中进一步努力提高：

首先，我还要对房地产专业知识刻苦学习，对市场营销、土建工程、建筑设计、政策法规、市场行情、投资理财等方面的知识，都要很好的了解和掌握，扩大自己的知识面，不断提高自己的交流沟通能力、公关能力和宣传能力。

其次，我的工作技巧还要磨练。比如，我现在的客源及我的工作技巧还需要磨练，加强对老客户的回访，主动和老客户沟通，提高老客户带新客户的数量，努力提高成交量。在接下来的工作中，我要多和自己的客户沟通，定期回访。并向有经验的同事们学习客户回访技巧，经常和客户探讨与楼盘有关的市场、环境、地段、价位、增值发展潜力等话题。通过回访和沟通，一方面可以进一步介绍和宣传公司楼盘品质，另一方面能良好的利用手上的客户资源进行销售。

再次，加强和客户的交流与沟通，要学会换位思考，与客户交换立场，真正站在客户的角度，思考客户的疑虑，从而更好的打消客户的疑虑，取得客户的信赖，为下一步的成交做好铺垫。

最后，我要更加注意接待工作的细节。接待客户时，要提高自己的接待礼仪，注重细节，仔细观察倾听客户的心声，细心解答客户疑虑。

在以后的工作中要努力做到“四心”：

一要关心，要站在客户的立场上去考虑他们的利益和价值，让客户明白消费，物有所值。

二要耐心，对客户提出的各种问题，要耐心地给予圆满的，不厌其烦的回答。

三要热心，对客户遇到的困难和疑虑，要热忱相助，点拨指引，解答疑虑，化解矛盾。

四要诚心，对客户要进行诚信服务引导，既要为卖方负责，也要为买方负责，用诚信争取客户的信任。

在工作中我深切感受到，我要更加热爱置业顾问之一职业。置业顾问这一职业看似简单，但要干好也是不容易的。置业顾问不是一般的售楼员，除了通过热情服务引导顾客购买楼盘外，还应该要为客户提供投资的置业的专业化，顾问式服务。不但应该熟悉售楼的循环流程，掌握销售技巧和分析客户心理，能够给客户提供买房、贷款及市场分析等顾问服务。要做到这一点，首先要热爱置业顾问这份具有巨大创造力的工作，专注于其中，要让自己更加忙碌起来，忙碌于工作，忙碌于学习，忙碌能不断地带来灵感和热情。工作时要摒弃杂念，不能将私人的事务带到工作中来。希望我能通过自己的不断努力学习，是自己成为一名有能力，对工作充满热情的置业顾问。同时希望通过自己的努力能向更高层面发展，希望自己不仅仅是做职业顾问一职，希望能往更高的管理层面发展，希望自己能有这个机会，同时能够把握好这个机会。

20xx年是我人生的重要转折点，进入xx地产集团给我的人生带来了新的挑战与机遇。在这段时间里，在领导的谆谆教诲，耐心指导下。在同事的关荣体贴，无私帮助下，我克服了前期的种种不适用。然而我参加房地产工作的时间还很短，需要学习的地方还很多，我的实践经验还有待于进一步的提高，为人处事的能力还有待于进一步的加强。在以后的工作中，我会继续保持积极进取的心态，确立长远的人生目标，讲求职业道德，谦虚谨慎，不断学习，做到学有所得业务专精。同时在工作中兢兢业业，认真负责，敬业爱岗，诚实守信，将每一件事情做好，将每一个环节做好，圆满完成公司领导交给的每一项任务。

20xx年是给力的一年，是充满希望的一年，是充满机遇与挑战的一年。在新的一年里，在公司各级领导的带领下，我们仍会奋力拼搏，努力完成公司下达的指标任务。20xx年新的开始，新的征程，也是我人生中新的起点，在新的一年里我将以更加饱满的激情和热情投入到我的工作当中，紧跟公司发展的大步伐。我作为销售人员，对20xx年的工作做如下计划：

第一要给自己充电，专业化自己的专业知识及对业界房地产项目的充分了解，提高自己的学习能力。虽然在去年的工作中，自己也积累了不少的工作经验，但房地产这行政策变化性比较快。我需要对金融、财经、政府调控政策等方面增强敏感性。如果一个房产营销人员不能及时的掌握政府对房产的调控政策，他就很难再房产销售上作出很棒的业绩。很多限制性的政策需要对客户有个好的说辞，自己只有不断地总结经验教训，不断地学习积累，才能有能力做说客。只有不好的业务员，没有不好的客户，没有销售不出的产品，只看销售人员是否具备销售的能力。

第二认真接待好区域及案场的每一位客户，做好互帮互助，展现我们的团队力量，发掘潜力客户，努力促成交。

第三个人业绩要提高，20xx年我的年度奋斗目标是成功销售120套商品房，销售额到达9000万;季度销售目标是成功销售30套商品房，销售额达到两千万;月度销售目标是成功销售10套商品房，销售额达到七百万;周度销售目标是成功销售3套商品房，销售额达到二百万;每2天成功销售一套商品房，销售额达六十万。

第四认真遵守公司制度，积极的学习培训，为未开盘的项目做好充分的准备，及完善专业化知识。

没有做不到，只怕想不到。我将以我的实际行动来实现我的奋斗目标!

对公司发展合理化建议：

我们公司是一个充满激情和活力的团队，在以后的工作中我经更加努力的学习专业知识及团队协作精神。

1、做好细节工作，现在部门间工作因沟通不到位，在给购房客户办理相关业务时造成办公繁琐，效率低下的感觉。

2、针对各部门的衔接工作，做好相关的一些流程制度，并以书面的形式颁布。

3、希望20xx年能多举办一些关于公司企业文化的培训，针对公司修改的一些章程、规定等及时让员工学习，让每一名基层员工对企业有更深刻的认识。

4、复杂问题简单化，简单问题条理化，各部门在加强紧密联系的同时，提高办事效率。

5、提高人文关怀，增强企业凝聚力

6、希望公司加强团队协作，做好各部门之间的配合，真正做到一条龙服务，真正成为相亲相爱的一家人。

7、做好上传下达工作，做好上下级之间的配合，减少不必要的误会，提高工作效率。

8、简化工作程序，复杂问题简单化。

9、一个公司要发展，要壮大，单单靠自己的力量是不够的，想在短期内取得更大的辉煌，团队建设是至关重要的。一个公司团队建设做的好，对公司的发展是很有帮助的，而且在短期内就会有非常明显的体现。

公司给了我们一个自我发展和自我提高的平台，我也很希望通过自己的努力在这个平台上发光发亮，为公司的辉煌献出自己的微薄之力!和公司同发展共壮大!

**房地产销售计划方案 房地产销售考核制度方案篇四**

随着11月份的结束，也意味着进入下一步的实质性工作阶段，房产销售每月工作计划。回顾这一个月的工作，非常感谢公司领导和各位同事的顶力支持，使我掌握相关业务知识。基于本人是第一次接触房产销售行业，面临困难和压力较大，针对行业特点、现状，结合本人这一个多月来对“房产销售”的理解和感悟，特对12月分工作制定以下房产销售工作计划。

本工作计划包括宗旨、目标、工作开展计划和计划评估总结，日计划，等五部分。

一.宗旨

本计划是，完成销售指标100万和达到小组增员10人。制定本计划的宗旨是确保完成指标、实现目标。

二.目标

1. 全面、较深入地掌握我们“产品”地段优势并做到应用自如。

2. 根据自己以前所了解的和从其他途径搜索到的信息，搜集客户信息1000个。

3. 锁定有意向客户30家。

4. 力争完成销售指标

三.工作开展计划

众所周知，现代房产销售的竞争，就是服务的竞争。服务分为售前服务、售中服务和售后服务，而我们房产销售也是一种“服务“，所以前期工作即就是售前服务更是我们工作的重中之重。正是因为如此，我的工作开展计划也是围绕“售前服务”来进行。

1.多渠道广泛地收集客户资料，并做初步分析后录入，在持续的信息录入过程中不断地提高自己的业务知识，使自己在对房产销售特点掌握的基础上进一步的深入体会，做到在客户面前应用自如、对答如流。

2.对有意向的客户尽可能多地提供服务(比如根据其需要及时通知房原和价格等信息)，目的让客户了解房源和价格，在此基础上，与客户进行互动沟通。

其次给客户一种无形的压力，比如：房源紧张，价格要上涨，等。挑起其购买欲望.

3.在用电话与客户交流的过程中，实时掌握其心理动态，并可根据这些将客户分类。

4.在交流的过程中，锁定有意向的客户，并保持不间断的联系沟通，在客户对我们的“产品”感兴趣或希望进一步了解的情况下，可以安排面谈。

5.在面谈之前要做好各种充分准备，做到对房源，面积，单价等。了如指掌

6..对每次面谈后的结果进行总结分析，并向上级汇报，听取领导的看法。克服困难、调整心态、继续战斗。

7.在总结和摸索中前进。

四.计划评估总结

在一个月后，要对该月的工作成果、计划执行情况做一次评估，总结得失，为下个月的工作开展做准备。

**房地产销售计划方案 房地产销售考核制度方案篇五**

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。

**房地产销售计划方案 房地产销售考核制度方案篇六**

经过20xx年两个月的工作，我对房地产销售有了更深层次的了解，同时也学到了很多东西，为了让自己在新的一年中有更高的收获，自身有更高的提升，特总结去年展望今年，根据自身的实际情况，特做出具体的计划。

一、业务的精进

1、加强团体的力量

在团体中能够更好的发挥自身的能力，同时对提升个人素质具有更大的帮助，在与同事们两个月的相处中，我发现我和郝姗在性格上有很多的共同处，同时也有很多的不同，其中有许多是我要学习加强的，这种性格上的互补，在具体的工作中可以帮助我们查缺补漏，提升自己。在新年中，我更要加强队员的团结，团结是我不断成长的土壤。

2、熟识项目

销售最重要的是对自己所从事项目的精度了解，我在年前散发传单不断的与人接触的过程中，对本项目有了深度的了解，但在接待顾客的过程中，还是不断的有新问题的出现，让我无法流利的回答顾客的提问，主要是对项目及相关房产知识的不够了解，在新年之后，对项目的学习，对房产知识的了解，是熟识项目的首要。调盘，新年后又新起了几个楼盘，在与同行之间比较能够更好地加强对自己销售对象的信心，在不断的学习中充实自己，在不断的实践中提升自己。

3、树立自己的目标

有目标才会有方向，有方向才会有不断努力的动力。在每个月的月初都要对自己订立下目标，先从小的目标开始，即独立流利的完成任务，然后再一步步的完成奖励下授的销售任务，直到超额完成任务。在每月的月初订立下自己当月的销售目标，同时记录下当天接待顾客中出现的问题及解决之道，不时的翻动前期的工作日志，温故而知新。

二、自身素质的提升

销售的产品可以不同，但销售的目的相同，都是为了把自己的产品卖出去，用实物换成钱。因我从未正式的接触过销售，所以在推销及推销技巧处有很大的不足，所以提升自身就要从提升自己的销售能力开始。首先，书籍是活的知识的最有利的途径，新年后要大量的阅读有关销售及销售技巧的书籍，同时不断的关注房地产方面的消息，及时的充实自己，总结自己的实践经验。其次，实践出真知，所有的理论只有与实践相结合，才能被自身很好的吸收，提升自己，从基础的做起，重新对销售流程进行学习，在演练中对项目加深印象，同时对顾客关心的合同条款进行熟读并学习。了解最新的法律法规知识。在与顾客的交流中，不断的发现问题，在团队的交流中，解决问题，不断的提升自己。最后，在生活中用心的观察他人的销售方式，尤其是在同行之间更能学到，前期先照搬他人在销售过程中，遇到问题后的解答方式，经过后期的语言加工，再遇到问题时就能有自己的方式解答。

最后，感谢公司所有的领导和同事，因为我个人的进步离不开大家的帮助和支持。20xx年我会不断学习，努力工作。我要用全部的激情和智慧创造效益，让事业充满生机和活力!我们是一个整体，奔得是同一个目标!我会和大家一起齐心协力，从新的起点开始，迈向成功!

**房地产销售计划方案 房地产销售考核制度方案篇七**

今年，我公司在县委、县政府和建设局的正确领导和支持下，公司由原有的管理理念转变为\"变则通，通则久\"的管理方针，督促全体干部职工进一步解放思想，转变观念，以新的思路解决工作中遇到的新问题。公司全体干部职工团结一致，扎实苦干，在新的管理方针的指引下，积极向上，开拓进取，各项工作都取得了较好的成绩，圆满地完成了年初制定的各项工作目标。现将全年的工作情况总结如下：

一、各项工作的完成情况

1、经营指标的完成情况：

全年新开发建筑面积约1、5万m2，其中商业街占7300m2，竣工楼房3栋(33#、34#、35#)，竣工面积9000m2，完成建设投资约800万元，实现销售收入1062万元，销售面积9327m2、续贷900万元，累计贷款约1100万元。减少应付工程款350万元。自存货房屋总计约9300m2，其中1-6区房屋面积为4734m2，商业街房屋面积为4566m2，存货约为1117万元，应收款243万元。公司机关人员工资约40万元，银行利息约90万元，办公费30万元，招待费17万元，小区物业公司维修费21万元，总费用约每年200万元。本年度公司经营状况较往年有所好转，望全体职工继续努力工作，再接再励。

2、小区的建设情况：

今年雅居园小区新开住宅楼3栋，建筑面积1、5万平方米，收尾工程8000平方米。在工程建设中，一是抓工程质量，二是抓工程进度，三是抓安全文明施工。

雅居园商业街建设项目，是我公司领导班子经过慎重、周密考察后决定建设的，位于济阳新老城结合部，十中以东，与兴化步行街互应，建成后将成为济阳商业领域又一热卖点。规划楼为二至三层的独立单体楼房，建筑面积1万平方米，建设投资约800万元，又可根据用户需求在南侧自行按照统一规划建设，满足不同层次的消费者。现已全面竣工并可以使用。

3、房屋销售经营情况：

针对当前我县住房市场供大于求的实际，公司一是积极调整销售价格，尽最大限度降低售价;二是降低工程建设成本;三是应客户需求，能甩项甩项处理，由住户自行设计;同时，积极利用宣传单、宣传牌、电视台、报纸、网络等多种形式进行宣传，宣传小区优越的位置、良好的

物业管理及优质的售后服务，提高了知名度和社会信誉。针对顶层楼房销售难的问题，公司经研究决定降低售价，优惠于内部职工，既解决了部分职工住房困难，又有利于资金的回收。全年销售房屋120套，销售面积9327平方米，销售收入1062万元，销售率85%。

4、宣传措施的转型情况：

现今社会是网络信息迅速发展的科技时代，公司也充分的认识到了这点，所以积极开拓新思路。今年通过办公室人员的努力，初步架设完成了自己的网站系统，全面立体的展示公司各方面的发展和业绩，既节约了宣传经费的重复投入，又扩大了公司的社会效益和影响力，对于公司发展信息的及时传递和网络信息的准确接受提供了便利。

5、党务工作：

在新的党支部的所有全体成员以及新一任的支部书记的努力下，建立健全了党内各项工作制度。年内发展预备党员2名，转正2名，新培养入党积极分子3名，党支部的各项工作逐步完善。

6、物业管理情况：

物业管理公司是一个自主经营自负盈亏的企业，但多年来一直没有摆脱围绕总公司吃饭的不利局面。去年总公司投入近30万元的维修费，今年公司又投入了20余万元的维修费，锅炉、管道年久失修，公司年年往里投钱，收取的费用不够开支，造成连年亏损，入不敷出。

今年，为使广大用户过一个温暖舒适的冬天，总公司今年9月下旬就对锅炉管道维修进行了部署，成立了专门领导班子，在人力、物力、财力上给予了物业公司最大限度的支持。并调整了领导班子，由公司副总袁树忠亲自抓，并印发了《致雅居园小区用户一封信》，为使广大居民过一个温暖祥和的冬天，说明情况，让居民知道，因物价因素、煤炭价格上涨，今年的取暖费价格较往年有所提高，敬请广大用户予以理解和支持。

物业公司是自负盈亏的企业，没有多余的财力来照顾大家，在取消福利取暖的今天，只能取之于民，用之于民，完全是一种市场行为，因此希望各区居民要顾全大局，如果你居住的一家停暖，将给周围住户造成很大影响，使整体热源受到很大损失，也影响到采暖设施的热平衡。为了广大居民的利益和不影响物业公司的管理，欢迎您积极地参与采暖。作为物业公司的主管单位-开发公司，在今后的冬季供暖工作中，将进一步深化企业改革，加强内部管理，积极消化和克服种种困难，搞好设备维修和基础设施建设，最大限度地满足广大居民的需求，为今后取暖做出更大的努力。

二、存在的问题

一是年开发总量少，建设规模小，不能适应新形势的需要;二是资金回笼慢，造成公司经营困难，难以开展大的经营活动;三是由于国家土地政策至今仍在冻结，公司没有土地资源来发展业务;四是企业改革力度不够，真正形成激励机制的目标还没有实现;五是小区物业管理人员素质水平和业务技能不高，与居民之间存在这样那样的矛盾，经营状况不佳;六是各分公司的开拓市场意识还不强，围着公司转的经营模式仍没有改观;七是各项工作制度不健全，管理水平不高;八是员工的思想还不够解放，始终未能真正认识到\"变则通，通则久\"的管理方针的可行性和持续性，思想观念保守。

三、2oxx年工作计划和发展战略目标

1、解放思想，转变观念，认清形势

(1)定位好职工的公司形象位置。

首先给予全体干部职工一个称号\"公司形象代言人\"，职工个人在公司外面的言行代表着本公司全体，直接影响着公司的形象和声誉。因此应从长远利益和整体利益出发，采取多种方法树立公司的自豪感，产生公司的向心力，全体职工要自觉地维护公司的声誉和利益，让员工随时感觉到自己的一切行为都代表着公司，让员工们真正认识到公司主人翁的重要性所在，时刻以此来约束自己的行为，来达到改变思想的目的，正所谓\"行为思动\"就是这个道理。

(2)认清企业的市场形势，把握好时机寻求发展。

商场如战场，当今社会要想跟上时代的发展，要想有立足之地，要想在激烈的市场竞争中站稳脚步，就必须做到\"知己知彼\"，所以明年我公司要把市场形势和发展动态明朗化，通过网络信息的广泛搜集充分掌握好市场发展前景，并随时传递给每一位职工，让其真正改变思想观念，充分发挥好自己的职责和能力。

(3)\"没有了铁饭碗，擦好自己的吃饭碗。

\"大家要明白一个道理：我们搞的是开发公司，不是保险公司，铁饭碗哪里都没有了。为什么要加强学习，提高认识，认清形式，要努力实现在建设上有创新。新一轮解放思想、加快发展的热潮正在全县迅速兴起。聚精会神搞建设，一心一意谋发展。务求做到发展要有新思路，改革要有新突破，开放要有新局面，工作要有新举措。要牢固树立市场观念和精品意识，对每一项建设项目做到精心策划，精心施工，不断提高城建项目的工程质量、功能质量和艺术水平。这也就是\"擦好自己的吃饭碗\"。

(4)党的思想政治工作决不是可有可无，无所作为，而是必不可少，大有作为的。面对新形势新情况，思想政治工作和发扬优良传统的基础上，必须在内容、形式、方法、手段、机制等方面努力进行创新和改进，特别是要在增强时代感、加强针对性、实效性、主动性上下功夫。这要成为今后加强和改进思想政治工作的重点。

2、公司的规划及战略目标：

(1)加大开发力度，制定长远规划。

因国家土地政策从去年至今仍在冻结，使我们的计划不能实现，我们继续等待时机，一有时机，公司计划从雅居园小区以南新征土地200亩，主要建设雅居园小区二期工程。在雅居园经五路以南建一个起点高、规划好、功能全，无论是从整体配套，还是从安全文明，真正做到用我们的\"诚心、真心、爱心和信心\"，让购房者\"买的放心，住的安心，感觉舒心，生活开心，对未来和城建开发事业充满信心\"。计划绿化覆盖率45%以上，各项指标都达到国家标准，争创全国优秀小区。

规划方案设计新颖、布局合理、户型多样化，为了方便用户，根据各家庭条件的不同和需要，用户也可按照小区规划标准自行建设，但不能影响整体布局，也可两家或四家一体，也可独家独院，只要不影响小区整体规划，公司可提供几套户型供用户选购，用户自行建设时，公司可提供水、电、暖大配套。计划用3-4年的时间开发建筑面积8-10万平方米。公司将大力倡导科技、健康、人文\"的二十一世纪科技住宅新概念，致力于建设\"设计人性化、环境生态化、建设高档化、服务舒适化\"的精品楼盘，打造城建开发品牌，为建设县城、美化县城、服务社会做出积极的贡献。

(2)加快旧城改造建设，抢抓短、平、快项目。公司在制定长期规划的同时，还要制定一些短、平、快项目，那就是旧城改造项目，公司的领导班子要务时高效，选择有利地型抓住机遇，不能放过老城区的任何黄金地段，特别是沿街商业用房，要抢占先机，要看的准、建的快，只有这样公司才能迅速发展。

(3)瞅准时机，全面迅速启动富阳新村的建设开发工作。

公司开发的富阳新村项目坐落于济北开发区南，248线西，距济南机场8公里，位于济阳县新城规划区中心街。居住最佳，两桥一路通车后，到济南只需20分钟，到机场10分钟，是新城区唯一的黄金地段。富阳新村项目占地总面积为xx2亩，总建筑面积5万平方米，其中商务会所7000平方米。新村绿化率45%以上。富阳新村以联体、多体组合为主，多层、高层点缀，是现代生活居住的理想场所。(富阳新村规划设计方案、总平面图见附图)

(4)要有纵横发展的战略思路。

解放思想、干事创业、加快发展，必须有敢想敢干、敢闯敢试的精神，有敢为人先的胆略，一个国家、一个地区、一个单位，要实现繁荣兴旺，就必须始终保持开拓创新的精神，不要畏首畏尾，左顾右盼，要有发展的目光，与时俱进。具体地说公司要想在激烈市场竞争中站稳脚，必须要有纵横发展的战略思想，就是说济阳县城建开发有限公司要想得到长足发展，在保住济阳大本营的情况下，要横向东西、纵向南北，说的大一点就是加速企业融入全球经济一体化。我们无论能否成功，首先要敢想敢做，只有新思想，才有新思路，如果连想都不敢想，怎么去做。所以我们一有机遇，排除一切干扰和困难，大胆地走出去。

3、建立健全各项规章管理制度。

企业改制不是万能的，但根据公司的实际状况看，不规范完善各项制度也是不行的。天冷冷在风里，人穷穷在债里，公司乱乱在管理上，没有好的管理就没有好的效益。任何公司运行中，无论大小都必须有游戏规则，没有游戏规则就没有正常的游戏运行。所以需要规范完善各项管理制度，规则制定后，还要切实地执行。这又要求完善的管理活动，公司要求生存、求发展，无论是管理制度还是管理活力，都要严谨完备、精益求精。特别是在当今激烈的市场竞争中，企业要赢得竞争力，就必须具备科学有效的管理，高速度发展的社会，要求企业必须高效运转，因此对于任何一家公司而言，首先一条是做到各部门之间权、责分明，不能相互重叠，更不能互相推诿，否则就会导致效率低下。现代公司的组织分工管理制度，是防止互相扯皮，提高工作效率的唯一正确手段，为此公司要制定切实可行的、全面的、相应的各项管理制度。

4、要对各分公司实施全面内部完善和改革。

由于各分公司经营状况不容乐观，近几年来各分公司始终没有摆脱围绕前总公司要活吃饭的不利局面，都有不同程度的亏损。为进一步深化企业内部改革，从20xx年元月1日前将各分公司从总公司都独立出去，让分公司自我发展，自负盈亏。使公司下属各单位能够发挥自身潜在的能力，找准一条自我发展的路子，只有这样才能摆脱旧的观念，真正的走出去。总公司腾出时间来，一心一意地搞好开发建设事业。

总之，在过去的一年里取得的成绩是鞭策我们奋进的准绳，过去一年里存在的问题是激励我们发展的动力。认清形势的严峻性，掌握好市场的发展趋势，才能使我们在竞争日益激烈的市场中立于不败之地。从目前的形势看，公司上下齐心协力，干劲十足，职工的精神面貌焕然一新，对公司今后的发展都充满期望和信心，全体干部职工会始终坚持公司确定的\"抓住开发主线、发展多种经营、加大改革力度、提高建筑质量、内部强化管理、外树良好形象\"的工作思路，解放思想、与时俱进，努力拼搏，扎实工作，为打造城建开发品牌，为建设县城、美化县城、服务社会做出积极的贡献。

**房地产销售计划方案 房地产销售考核制度方案篇八**

一个好的房地产营销方案必须有一个好的计划书，以在整体上把握整个营销活动。

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。

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。

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。

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。

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。

**房地产销售计划方案 房地产销售考核制度方案篇九**

不知不觉，进入公司已经有1年了。也成为了公司的部门经理之一。现在20xx年将结束，我想在岁末的时候写下了201x年工作计划。

转眼间又要进入新的一年201x年了，新的一年是一个充满挑战、机遇与压力开始的一年，也是我非常重要的一年。生活和工作压力驱使我要努力工作和认真学习。在此，我订立了本年度工作计划，以便使自己在新的一年里有更大的进步和成绩。

一、销量指标：

上级下达的销售任务30万元，销售目标35万元，每个季度7.5万元

二、计划拟定：

1、年初拟定《年度销售计划》;

2、每月初拟定《月销售计划表》;

三、客户分类：

根据接待的每一位客户进行细分化，将现有客户分为a类客户、b类客户、c类客户等三大类，并对各级客户进行全面分析。做到不同客户，采取不同的服务。做到乘兴而来，满意而归。

四、实施措施：

1、熟悉公司新的规章制度和业务开展工作。公司在不断改革，订立了新的制度，特别在业务方面。作为公司一名部门经理，必须以身作责，在遵守公司规定的同时全力开展业务工作。

2、制订学习计划。学习，对于业务人员来说至关重要，因为它直接关系到一个业务人员与时俱进的步伐和业务方面的生命力。适时的根据需要调整我的学习方向来补充新的能量。专业知识、管理能力、都是我要掌握的内容。知己知彼，方能百战不殆。

3、在客户的方面与客户加强信息交流，增近感情，对a类客坚持每个星期联系一次，b类客户半个月联系一次，c类客户一个月联系一次。对于已成交的客户经常保持联系。

4、在网络方面

充分发挥我司网站及网络资源，做好房源的收集以及发布，客源的开发情况。做好业务工作

以上，是我对201x年的工作计划，可能还很不成熟，希望领导指正。火车跑的快还靠车头带，我希望得到公司领导的正确引导和帮助。展望20xx年，我会更加努力、认真负责的去对待每一个业务，争取更多的单，完善业务开展工作。相信自己会完成新的任务，能迎接201x年新的挑战。

**房地产销售计划方案 房地产销售考核制度方案篇十**

在度过了紧张的20xx年之后，房地产行业总算是保住了市场上的地位。我在房地产公司上班也是有很长时间了，对房地产市场的情况不说是十分的了解，但总是还有点造诣的。相信随着市场的逐渐回暖，房地产市场是会回到一个正确的轨道中来的。我对房地产公司的前景还是比较看好的，所以我会一直坚持在房地产公司上班!

20xx年是我们\*\*地产公司业务开展至关重大的开局之年，对于一个刚刚踏入房地产中介市场的新人来说，也是一个充满挑战，机遇与压力并重的开始的一年。因此，为了我要调整工作心态、增强责任意识、服务意识，充分认识并做好厂房中介的工作。为此，在厂房部的朱、郭两位同事的热心帮助下，我逐步认识本部门的基本业务工作，也充分认识到自己目前各方面的不足，为了尽快的成长为一名职业经纪人，我订立了以下年度工作计划：

一、加强自己思想建设，增强全局意识、增强责任感、增强服务意识、增强团队意识。积极主动地把工作做到点上、落到实处。我将尽我最大的能力减轻领导的压力。

二、制订学习计划。做房地产市场中介是需要根据市场不停的变化局面，不断调整经营思路的工作，学习对于业务人员来说至关重要，因为它直接关系到一个业务人员与时俱进的步伐和业务方面的生命力。我会适时的根据需要调整我的学习方向来补充新的能量。工业知识、营销知识、部门管理等相关厂房的知识都是我要掌握的内容，知己知彼，方能百战不殆(在这方面还希望公司给与我们业务人员支持)。

三、熟悉公司的规章制度和基本业务工作。作为一位新员工，本人通过对此业务的接触，使我对公司的业务有了更好地了解，但距离还差得很远。这对于业务员来讲是一大缺陷，希望公司以后有时间能定期为新员工组织学习和培训，以便于工作起来更加得心顺手。

1、年底的工作是一年当中的顶峰时期，加之我们一年的厂房推界、客户推广，我相信是我们厂房部最热火朝天的时间。我们部门会充分的根据实际情况、时间特点去做好客户开发工作，并根据市场变化及时调节我部的工作思路。争取把厂房工作业绩做到最大化!

2、在第一季度，以业务学习为主，由于我们公司正值开张期间，部门的计划制定还未完成，节后还会处于一个市场低潮期，我会充分利用这段时间补充相关业务知识，认真学习公司得规章制度，与公司人员充分认识合作;通过到周边镇区工业园实地扫盘，以期找到新的盘源和了解镇区工业厂房情况;通过上网，电话，陌生人拜访多种方式联系客户，加紧联络客户感情，到以期组成一个强大的客户群体。

3、在第二季度的时候，公司已正式走上轨道，工业厂房市场会迎来一个小小的高峰期，在对业务有了一定了解熟悉得情况下，我会努力争取尽快开单，从而正式转正成为我们公司的员工。并与朱、郭两经理一起培训新加入的员工，让厂房部早日成长起来。

4、第三季度的“十一”“中秋”双节，市场会给后半年带来一个良好的开端，。并且，随着我公司铺设数量的增加，一些规模较大的客户就可以逐步渗入进来了，为年底的厂房市场大战做好充分的准备。此时我会伙同公司其他员工竭尽全力为公司进一步发展做出努力。

以上，是我对20xx年的一些设想，可能还很不成熟，希望领导指正。火车跑的快还靠车头带，我希望得到公司领导、部门领导的正确引导和帮助。展望20xx年，我会更加努力、认真负责的去对待每一个业务，也力争赢的机会去寻求更多的客户，争取更多的单，完善厂房部门的工作。相信自己会完成新的任务，能迎接新的挑战。

20xx年，更多的挑战在等着我，我已经做好准备了。在新的一年，我相信我能够做的更好，这是我肯定灰要做好的。展望这过去一段时间的工作，我对将来的工作有了更多的期待，我相信我能够做的更好。在不断的发展中，公司得到了进步，我的知识和业务水平也都得到了进步，相信自己一定能够做好，20xx年，我一直在期待!

**房地产销售计划方案 房地产销售考核制度方案篇十一**

一、计划概要

针对枣阳光彩产业城一期标铺、家居大卖场、小商品城20xx年需回款3亿元的销售目标，制定如下市场分析及销售计划。

二、机会与问题分析

项目以百盟集团为背景，拥有充足的商业支持力以及丰富的专业市场运作经验。也得到了市场和枣阳人民的一致认可，这点从第一次开盘能达到1400多组认筹中就足以证明。

1.机会与挑战分析

基于襄阳百盟的影响力，枣阳人民对百盟是抱有很大希望、对于百盟产业城的顺利开业也是充满期待的。但由于几年来，枣阳市先后出现枣阳万象城、汉城等模仿百盟的商业模式先后面世，带走了一批投资户及自营户，但由于他们的不专业、不负责任，也伤害了一批投资户及自营户。我们现在要做的就是找回客户的信心，然他们重新回到百盟的怀抱。

2.优势与劣势分析

枣阳百盟光彩产业城从地段、规模、规划、物流、仓储、办公配套以及政府支持力无论是枣阳还是襄阳，甚至武汉都是独一无二的。但目前在项目整体包装、推广上面，并没有将项目本身大气、航母般的气势诠释出来。对于一个近百万方的超大项目，几个板块同时启动，无论是规划、施工、宣传、策划、人员等都是极大的挑战。在3个多月，103天的时间内完成3亿元的回款不是问题，但目前市场的预热、形象的出街、沙盘模型的制作、各媒体资源的确定、蓄客、各种政策的制定及人员等等工作都没有启动，要完成3亿元回款的目标，在目前看来，困难是巨大的。

3.问题分析

截止到今天，总共认筹112组，离10月28日开盘仅有33天时间，按现在平均每天3、4组的来访量，到10月28日可增加105组新客户来访。70%成交率，可增加74组认筹。加上之前的累计认筹189组。认筹全部认筹也才增加105组认筹，按照70%的转筹率，可完成实际成交132组，50万/套，开盘可完成6598万销售额。这是经过半年时间的准备才达到成绩。如果想在短短3个月时间时间完成近5个亿的销售额，3个亿的实际回款，按目前的来电及来访量显然是不行的。完成的开盘商业地产一般都遵循“销售未动，招商先行”的原则，目前已经签订的商户也是投资客以及自营客比较关心的。公布已进驻的商户信息，不管是对招商、还是对销售，都可以起到积极的推动作用。

三、目标

1.财务目标

一期标铺、小商品城、家居大卖场年内完成销售额5亿元，完成回款3亿元

2.市场营销目标

一期标铺剩余可售近500套，全部销售可完成2.5亿元销售额，可完成实际回款1.5亿元。小商品城以及家居大卖场两个板块须完成2.5亿元销售额，完成实际回款1.5亿元。反推成交套数为1000户，完成认筹1428组，完成来访2040组，按103天的周期，平均每天接待新客户来访20组。分为三个卖场同时接待，每个卖场每天接待新客户来访7组。

四、市场营销策略

目标市场：枣阳市高收入家庭、个体户、公务员，年龄在35--55岁之间。

产品定位：低风险、低投入、高回报纯商业地产投资项目。

价格：价格稍高于市场水平。

配销渠道：1、通过专业广告公司，对项目整体进行从新包装(包括户外广告、报纸广告、海报、楼书、宣传单张、折页、纸杯、手提袋等等)销售物料的设计制作。2、通过专业的商业策划公司，对项目定位、推广、营销、各类宣传活动的方案的制定。3、成立一支精英的销售及招商团队，招商与销售相结合，客户资源利用最大化。4、服务：提供全面的商业物业管理。

广告：1、针对10月28日一期标铺的开盘，设计一套新的广告画面及文案，着重宣传超大的商业航母，给客户提供最大的商业保障。2、针对即将面的家居大卖场和小商品城，设计一套品牌型的广告画面，在逐步更换主题卖场、炒作、认筹、开盘等画面。

五、控制

按照以上行动计划，每个月都有一次开盘活动。推出的产品过于可能对于自营户有区别，但对于投资户，几乎是一致的的。要想每个板块都能完成开盘的销售任务，且不至于让客户无所适从，我们只能制造产品的差异化，尽量填补不同客群的不同投资需求。

**房地产销售计划方案 房地产销售考核制度方案篇十二**

一. 销售节奏

(一)销售节奏的制定原则：推广销售期指从市场导入开始至产品开盘销售，较大规模的项目一般持续3-4个月的时间，因为-项目一期体量较小，建议以2个月左右为好，再结合以实际客户储备情况最终确定;另外，由于销售节点比工程节点易于调整，一般情况下为项目部先出具基本的工程节点，据此营销策划部制定销售计划。制定本计划的重要节点时间时，未与工程部跟进。故本销售计划相关节点只是初稿。待工程节点确定后，再最终定稿。

1. 推广销售期安排3-4个大的推广节点，节点的作用在于不断强化市场关注度，并使销售保持持续、连贯。

2. 鉴于年底临近过年的情况，开盘销售强销期应避开春节假期。

3. 开盘销售前应确保样板区、样板房景观、工程施工达到开放效果。

(二)-销售节奏安排：

1. 20xx年10月底—20xx年12月，借大的推广活动推出-项目

2. 20xx年12月底—20xx年1月初，召开产品发布会，正式启动某项目，同时策划师对市场进行第一次摸底。

3. 20xx年1月中旬，开放样板房，同时策划师对市场进行第二次摸底。

4. 20xx年1月下旬，春节之前，开盘销售强销。

二. 销售准备(20xx年1月15日前准备完毕)

1. 户型统计：

由工程部设计负责人、营销部-共同负责，于20xx年12月31日前完成

鉴于-项目户型繁多，因此户型统计应包含对每一套房型的统计，包括户型、套内面积、户型编号、所在位置。

2. 销讲资料编写：

由营销部-、策划师负责，于20xx年12月31日前完成

-项目销将资料包括以下几个部分：

购买-的理由：产品稀缺性销讲

基本数据：-的主要经济指标、户型面积统计、配套情况、建筑风格、景观设计、交通情况、交房时间、主要交房配置、物管收费;涉及到设计单位的，由其出具销讲材料。20xx年12月31日前，由-整理后，统一作为产品和项目优势说辞。

建筑工艺及材料：需要在20xx年12月15日前由工程部出具项目采用的新工艺材料，新技术等基本基本资料。20xx年12月31日前，由-整理后，作为材料工艺说辞。

客户问题集：以答客问形式书写，针对英郦庄园的优劣势，做出销讲解决办法。

样板区销讲：

不利因素公示

3. 置业顾问培训：

由营销部-负责，培训时间从20xx年11月底—20xx年1月

培训内容包括：

销讲资料培训，时间：20xx年11月底—20xx年12月初

建筑、景观规划设计培训，时间：20xx年12月初

工程工艺培训，时间：20xx年12月初

样板区、样板房培训，时间：20xx年1月9日

销售培训，时间：20xx年12月—20xx年1月出

2. 预售证

由销售内页负责，于20xx年1月10号前完成

3. 面积测算

由销售内页负责，于20xx年1月10号前完成

4. 户型公示

由于-项目户型种类繁多，户户均不同，所以在销售前应准备户型的公示，方便客户选房，避免置业顾问出错。

由策划师负责，于20xx年1月10号前完成

5. 交房配置

由工程设计线蒋总负责，于20xx年1月10号前完成

6. 一公里外不利因素

由策划师负责，具体调研后，与销售经理-会商后，于20xx年1月10号前完成，分析总结后，作为销售时重点关注的抗性，专门进行培训。

三. 样板区及样板房

(一)样板区

1. 样板区范围：考虑到-项目销售必须突出良好居住环境的气氛，因此我们将-售楼中心至1#样板房区域所包含的整个大区都打造成为样板区。物管，保洁等须按照样板房的管理规定进行管理。其中有两套样板房、售楼部到样板间的步行情趣长廊、叠水喷泉、及10#的临时景观区域。(注：从售楼部至样板房之间的参观浏览线路，以下暂定为y区)

2. 样板区作用：最大限度的展现温江宜居，城在林中氛围、家居水畔的氛围，体现国色天香大社区远见、高档、生态、宜居、增值的社区概念，体现独具特色的建筑风格。

3. 样板区展示安排：

确定对y区沿线情调、步行道的包装方式和具体要求;

确定y区道路沿线灯光布

布置方案，灯具选型要求和效果交底;

明确样板区工程施工、营销包装整体和分步实施节点、任务分解;

具体见附后(参观园线说明)

(二)样板房

1. 样板房选择：样板楼选定为1#楼，1#楼一方面靠近售楼部，由于样板间前10#修建时间较晚，样板间会有较好的景观视线，另外1#楼位于英郦庄园主入口不远，不会影响后期其他楼幢施工，同时也不产生其他楼幢施工影响客户参观的情况。选定1# 楼平层、底跃各一套。

2. 样板房作用：考虑到-项目户型面积偏大，通过样板房精装修设计可以引导客户更好的理解户型设计，同时也是对推广所倡导的享乐主义生活的一种实体诠释。

3. 样板房展示安排：

前期设计，包装由项目部同事负责，-跟进协调。样板房应于20xx年12月底前完成，以便于先期推广时，到访客户时参观。样板房的日常管理工作由营销部-负责，。

四. 展示道具

包括沙盘模型、户型模型、户型图的制作：

1. 沙盘模型：-和策划师协商后，由策划师联系相关单位制作

2. 户型模型：-和策划师协商后，由策划师联系相关单位制作

3. 户型图：-和策划师协商后，由策划师联系相关单位制作

五. 价格策略

均价确定：包括销售均价及赠送面积等由策划师和销售部职业顾问踩盘整理数据，策划员协同-写出定价报告，报领导审批后执行。价格按建筑面积计算，不包括赠送面积。价格策略包括：销售均价，销售起价，销售实得单价，套内单价。价格走势分析，节点价格初步预计，职业顾问优惠权限，销售主管优惠权限，销售经理优惠权限，内部员工推荐优惠权限，公司领导优惠权限，一旦确定优惠权限，坚决执行，防止权限不明，私放优惠，扰乱现场销售。

时间安排：营销策划部于20xx年1月10日提出销售价格表和销售政策。

六. 推广：20xx年10月底前确定广告推广公司，20xx年11月低前出具具体的推广方案。

**房地产销售计划方案 房地产销售考核制度方案篇十三**

随着20xx年的到来，也意味着进入下一步的实质性工作阶段。回顾以往的工作，非常感谢公司领导和各位同事的顶力支持，使我掌握相关业务知识。基于本人是第一次接触房产销售行业，面临困难和压力较大，针对行业特点、现状，结合本人对“房产销售”的理解和感悟，特对20xx年工作制定以下房产销售工作计划。

一、宗旨

本计划是，完成每月指定销售指标和达到小组增员人数。制定本计划的宗旨是确保完成指标、实现目标。

二、目标

1、全面、较深入地掌握我们“产品”地段优势并做到应用自如。

2、根据自己以前所了解的和从其他途径搜索到的信息，搜集客户信息1000个。

3、锁定有意向客户30家。

4、力争完成销售指标。

三、工作开展计划

众所周知，现代房产销售的竞争，就是服务的竞争。服务分为售前服务、售中服务和售后服务，而我们房产销售也是一种“服务“，所以前期工作即就是售前服务更是我们工作的重中之重。正是因为如此，我的工作开展计划也是围绕“售前服务”来进行。

1、多渠道广泛地收集客户资料，并做初步分析后录入，在持续的信息录入过程中不断地提高自己的业务知识，使自己在对房产销售特点掌握的基础上进一步的深入体会，做到在客户面前应用自如、对答如流。

2、对有意向的客户尽可能多地提供服务（比如根据其需要及时通知房原和价格等信息），目的让客户了解房源和价格，在此基础上，与客户进行互动沟通。其次给客户一种无形的压力，比如：房源紧张，价格要上涨等，挑起其购买欲望。

3、在用电话与客户交流的过程中，实时掌握其心理动态，并可根据这些将客户分类。

4、在交流的过程中，锁定有意向的客户，并保持不间断的联系沟通，在客户对我们的“产品”感兴趣或希望进一步了解的情况下，可以安排面谈。

5、在面谈之前要做好各种充分准备，做到对房源，面积，单价等。了如指掌

6、对每次面谈后的结果进行总结分析，并向上级汇报，听取领导的看法。克服困难、调整心态、继续战斗。

7、在总结和摸索中前进。

我希望在新的一年里，能够圆满完成自已订立的目标，我也将朝着这个目标去奋斗！

**房地产销售计划方案 房地产销售考核制度方案篇十四**

作为带动国家经济发展的重要行业之一的房地产行业，目前正处于高速发展，同时在很多城市也是国家重视的。新的一年里，从事这些行业的企业和个人要制定怎样的房地产销售工作计划呢?以下为您提供相关资料参考。

房地产行业一直是带动国家经济发展的重要行业之一，尤其是最近几年，我国房地产事业取得了巨大的发展，不过也产生了很多的泡沫，导致全球金融危机到来之后我们国家的房地产行业出现了巨大的危机。为了应付这次危机，我们相处了很多的办法，但是都是治标不治本，所以我们一定要相处一个号的办法和计划来。

一个好的房地产营销方案必须有一个好的销售计划书，以在整体上把握整个营销活动。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。

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。

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。

只要按照上面的销售计划来工作，即使不能够回到前几年销售高峰的时候，也会回到一个不错的境界，因为我们是根据我们最实际的情况来工作的，这样我们的销售工作才会做到。相信我们的国家经济一定会很快的恢复过来，而我们的房地产市场一定会恢复繁荣!

**房地产销售计划方案 房地产销售考核制度方案篇十五**

一、 环境分析

1、区域环境

项目位于南部新城三栋数码工业园内，周边主要为工厂，人群较为密集，区域未来发展看好。

2、居住环境

项目所处为工业区，交通存在一定缺陷，生活配套不完善。

3、商业环境

三栋数码工业园区正在高速发展，周边工厂大部分为效益良好的知名企业，未来，工业区将得到持续良好发展，人群和商业配套将迅速增长。

4、竞争环境

区域内目前周围尚未有同类可比性产品竞争，优势突出。

二、 swot分析

1、优势

(1) 房型全部为小户型，并带装修出售，即买即住即租;

(2) 整体总价低，对一般工厂管理层有巨大吸引力;

(3) 位于工业区内，人口密度大，投资价值明显;

(4) 在工业区可属高档公寓，租赁市场前景良好，对投资者有足够吸引力。

2、劣势

(1) 无法按揭，导致非常多年轻购房族客户流失;

(2) 小产权房无证，一定程度上影响消费者购买信心;

(3) 区域相对偏僻，生活、商业配套尚不完善;

(4) 消费者传达率不高，缺乏知名度，应加强目标人群的针对性宣传。

3、机会

(1) 周边工厂均为效益、福利待遇较良好的企业，使得工业人群收入逐步提高，

购买力得到有效的提高;

(2) 当前区域内尚无可竞争楼盘，这就为本案提供了契机。

(3) 无需缴纳相关税费，不计入房产数量，不受调控影响;

4、威胁

(1) 项目所处环境相对偏远，客源局限性非常大;

(2) 工业人群虽多，但对购房有能力者相对较少;

(3) 虽无同类产品威胁，但项目本身缺乏个性，导致一定程度上的客户流失。

三、 目标购房人群

1、35-60岁之间经济富裕有投资意识或习惯的投资者;

2、月入3000以上有购房需求的周边工厂员工;

3、周边有特殊需求的企业主或部分有需要改善高管待遇的企业主;

4、少量周边有购房需求的村民。

四、 营销阻碍与对策

1、阻碍

(1)朝向差、背阴的单位较难消化;

(2)知名度推广欠缺，日看房人较少;

(3)销售渠道局限。

2、对策

(1)结合元旦促销，将部分朝向差、背阴的单位作出足够吸引力的让利，作为特价限时限量单位发售，引爆住宅销售热点，带旺其他单位，促进销售。

(2)制订针对性宣传，加强知名度，以广告炒作带动销售;

(3)利用公司优势，同时将放盘给中介公司，借此多一种宣传以及销售途径。

五、 营销推广方法

考虑到项目投入、总价等方面相对比较低，不适合投入大量宣传费用的原则，同时结合元旦，根据实际情况，作出以下三种主要的针对性营销推广方法：

1、短信营销

短信作为最直接的营销方法之一，长期以来有着非常显著的效果。发送前最好加入周边工厂管理层、企业主以及来访过的客人电话，直接将优惠信息及楼盘信息传递给目标客户。

短信内容：元旦促销限时钜惠

接收人群：周边企业主、管理层、投资者

2、dm单直投

传统的派单模式虽然局限性较强，但是对区域的宣传是最到位的。 dm单内容：元旦促销限时钜惠，团购优惠活动 接收人群：周边企业主、管理层、村民、商铺店主。

备注：加入团购优惠内容，主要是考虑到dm单的局限性，借团购之名行宣传之实，借有意识投资的人带动更多有潜藏投资欲望的客户。

3、媒体投放

选择最佳的投放媒体，才能创造最佳的宣传效果，媒体投放推荐：今媒体 选择理由：今媒体，无须订阅，且送报对象主要为商铺以及公司，此类人群具备投资意思并有相对的购买能力。

宣传主题：元旦促销限时钜惠，团购优惠活动

接收人群：城区内商业经营户，公司白领、具备一定投资实力的人群

4、电话营销

由于目前客户数据库尚不够完全，电话营销效果不明显，但是回访工作仍要做到位，同时分两步进行：

(1) 针对之前前来看房的客户进行一系列的宣传促销优惠，团购等等信息通知工作。

(2) 促销活动后，将及时记录下来的看房客户进行持续跟踪回访工作。

六、 线下准备

1、道路指引牌的工作落实;

2、咨询处的活动包装工作;

3、三级市场——中介公司的放盘工作;

4、各项优惠制订;

**房地产销售计划方案 房地产销售考核制度方案篇十六**

昨年的全球金融危机使世界经济和中国经济都受到了很大的冲击，虽然从20xx年开始中国经济有所回暖，但迪拜债务危机的发生再次告诫人们，全球金融危机还未远去。为了刺激消费，国家出台了相关的调控和优惠政策，促使20xx年房屋成交量不断上升。面对经济形势的不稳定，以及房地产市场的风云变幻，在公司董事会的正确领导和决策下，全体同仁通过进一步观念认识，认真分析当前的形势，努力克服各种不利因素，齐心协力，扎实工作，基本完成了年初工作目标计划。现将公司一年来的工作总结如下：

一、20xx年度工作总结

(一)业务能力

我是一个喜欢学习的人，总觉得人的一生是学习的一生，特别在当今发展迅速的时代，学习就更加重要，一个人不学习，就跟不上时代的需要，必定被时代所淘汰。我在工作上除了学习党的理论知识和国家方针政策外，重点是学习《房地产销售技巧》、《房地产具体销售流程》、《市场营销》等书籍。还学习社会管理知识、法律知识等现代科学文化知识，做到学深学透，掌握在脑海中，运用到实际工作中，为自己做好房地产营销工作打下坚实的基础。通过学习，我提高了自身素质，能较好地结合实际情况加以贯彻执行，具有较强的工作能力，能完成较为复杂、繁琐的工作任务，取得良好成绩，这一点，我自己感到很欣慰。

(二)工作情况与工作成绩

作为房地产营销部经理，今年我的工作主要是：1、负责房地产开发公司全年产品总销售。我们坚持以市场开拓保生存、保发展，主动适应市场、把握市场，努力在竞争中赢得主动。建立了贴近市场的信息情报系统，收集和分析相关的房地产产品信息，市场环境，业内其它企业营销状况，加强对市场前景、客户需求、竞争对手、企业能力、发展瓶颈、营销措施等方面的研究分析，建立数据库，对客户信息进行采集分析，为确定项目的产品定位，广告营销计划提供依据，同时也为商品房定价提供依据，实现对客户的动态监控，培养敏锐的捕捉能力和判断能力，真正做到深入市场，了解对手，及时准确地响应市场变化。我们充分运用各种营销手段，通过相互配合，通力合作，销售取得骄人业绩。全年销售住房万平方米，合同额x亿元，回拢资金x亿元，特别是二期开盘x天x夜通宵卖房，x天内全部售清。2、负责全年公司对外的广告发布。我们营销部立意让客户通过对户外广告、电视广告、道旗广告、公交车车身广告作品的观摩、欣赏，引起丰富的生活联想，树立新的消费观念，获得精神上美的享受，从而在艺术的潜移默化中产生购买的欲望。3、部门人员的培训、管理。加大培训工作的频次，营造学习氛围，提升员工服务理念及个人技能;进行服务理念、主人翁意识培训，调整员工工作状态，增强全体人员的工作热情和团结力、凝聚力，将服务做细、做精，提高客户满意度。制定市场销售绩效考核制度，加强考核，让每一位员工都要有危机感，为公司发展不断提供新的思维，新的工作方法推动企业的长久稳定进步。把工作细化、把思维细化、把想法细化来避免错误的发生从而提高工作效率。在此基础上，建设效能型团队,发掘现有业务人员的个性能力和创造力，达到整体配合，团队稳定。4、对外单位的协调、沟通。为了确保公司的发展有序进行，提高公司的运行效率。我们营销部的x位业务人员同时与建设局、国土局、税务局、银行、政府、城管、公安等部门打交道，期间，我们做了大量协调沟通工作。积极与相关主管部门联系，争取相关部门对我公司的理解与支持，最大限度的利用国家相关的福利企业税收优惠政策，为公司节约每一分资金，创造经济效益，确保公司发展和生产经营工作的正常开展。虽然在税务协调沟通的工作中遇到了不少困难，但是我们为了公司，为了尽到财务人员的职责，即使硬着头皮，也会努力做好做完。(尊敬的客户，我已将您的要求融入了你的主要4点工作中，如需修改请联系)

二、20xx年度工作计划

回顾今年以来的工作，虽然做出了一定成绩，但同样也发现有不少需要加以改进和提高的地方：一是在具体的营销活动中，营销渠道还是比较单一，成功的营销模式和有效的营销手段不多，虽然也在努力尝试一些新的营销模式，但力度不够大，效果还不明显。二是在客服工作方面，思想意识上没有足够的重视，有些工作做的不到位，主动服务的意识不强，影响到客户服务的质量。三是在团队管理上，没有充分挖掘团队每个成员的作用，也没能够充分发挥团队作战应有的战斗力和团队的价值。对于以上的不足之处我们营销部制定了以下几点计划:

1、大胆尝试一些新的营销模式，学习其他公司优秀营销手段，以科学发展观为指导，对于创新和业绩两手都要抓，两手都要硬。

2、狠抓培训工作的力度，营造学习氛围，进行服务理念、主人翁意识培训，调整员工工作状态，充分挖掘团队每个成员的作用，增强全体人员的工作热情和团结力、凝聚力。在此基础上，建设效能型团队,发掘现有业务人员的个性能力和创造力，达到整体配合，团队稳定。

3、制定市场销售绩效考核制度，加强考核，让每一位员工都要有危机感，把工作细化、把思维细化、把想法细化来避免错误的发生从而提高工作效率和客户满意度。

总结过去，是为了肯定成绩，找出不足;展望未来，是为了以后进一步的提高。新起点、新希望。站在20xx年的起点，我们将满怀信心，以更清醒的头脑、更旺盛的斗志、更奋发的姿态、更勤奋敬业的精神和更充沛的干劲，把工作做的更加出色。

**房地产销售计划方案 房地产销售考核制度方案篇十七**

在已过去的20--年里，做为一名房产销售人员，我所在的销售部在公司领导的正确带领下和各部门的积极配合下提前完成了全年的销售任务，

房产销售员工作计划。这一年全球的经济危机蔓延，房地产市场大落大起，整个销售团队经历了房地产市场从惨淡到火爆的过程。准备明年在中国经济复苏和政府调控房地产市场的背景下，销售工作将充满了机遇和挑战。现制定20--年房-

地产销售个人工作计划。

一、加强自身业务能力训练。在20--年的房产销售工作中，我将加强自己在专业技能上的训练，为实现20--年的销售任务打下坚实的基矗进行销售技巧为主的技能培训，全面提高自身的专业素质。确保自己在20--年的销售工作中始终保持高昂的斗志、团结积极的工作热情。

二、密切关注国内经济及政策走向。在新的一年中，我将仔细研究国内及本地房地产市场的变化，为销售策略决策提供依据。目前政府已经出台了调控房地产市场的一系列政策，对20--年的市场到底会造成多大的影响，政府是否还会继续出台调控政策，应该如何应对以确保实现20--年的销售任务，是我必须关注和加以研究的工作。

三、分析可售产品，制定销售计划、目标及执行方案。我在20--年的房 。产销售工作重点是-公寓，我将仔细分析可售产品的特性，挖掘产品卖点，结合对市场同类产品的研究，为不同的产品分别制定科学合理的销售计划和任务目标及详细的执行方案。

四、针对不同的销售产品，确定不同的目标客户群，研究实施切实有效的销售方法。我将结合20--年的销售经验及对可售产品的了解，仔细分析找出有效的目标客户群。我将通过对工作中的数据进行统计分析，以总结归纳出完善高效的销售方法。

五、贯彻落实集团要求，力保销售任务圆满达成。我将按计划认真执行销售方案，根据销售情况及市场变化及时调整销售计划，修正销售执行方案。定期对阶段性销售工作进行总结，对于突然变化的市场情况，做好预案，全力确保完成销售任务。

六、针对销售工作中存在的问题及时修正，不断提高销售人员的业务技能，为完成销售任务提供保障。明年的可售产品中商铺的所占的比重较大，这就要求我要具更高的专业知识做保障，

**房地产销售计划方案 房地产销售考核制度方案篇十八**

公司的发展是与整个公司的员工综合素质，公司的指导方针，团队的建设是分不开的。提高执行力的标准，建立一个良好的销售团队和有一个好的工作模式与工作环境是工作的关键。作为销售经理，为了我使我销售部门的各方面的工作顺利进行，特作出20xx年工作计划。

一、销量指标：

上级下达的销售任务30万元，销售目标35万元，每个季度7.5万元

二、计划拟定：

1、年初拟定《年度销售计划》;

2、每月初拟定《月销售计划表》;

三、客户分类：

根据接待的每一位客户进行细分化，将现有客户分为a类客户、b类客户、c类客户等三大类，并对各级客户进行全面分析。做到不同客户，采取不同的服务。做到乘兴而来，满意而归。

四、实施措施：

1、熟悉公司新的规章制度和业务开展工作。公司在不断改革，订立了新的制度，特别在业务方面。作为公司一名部门经理，必须以身作责，在遵守公司规定的同时全力开展业务工作。

2、制订学习计划。学习，对于业务人员来说至关重要，因为它直接关系到一个业务人员与时俱进的步伐和业务方面的生命力。适时的根据需要调整我的学习方向来补充新的能量。专业知识、管理能力、都是我要掌握的内容。知己知彼，方能百战不殆。

3、在客户的方面与客户加强信息交流，增近感情，对a类客坚持每个星期联系一次，b类客户半个月联系一次，c类客户一个月联系一次。对于已成交的客户经常保持联系。

4、在网络方面

充分发挥我司网站及网络资源，做好房源的收集以及发布，客源的开发情况。做好业务工作

以上，是我对20xx年的工作计划，可能还很不成熟，希望领导指正。火车跑的快还靠车头带，我希望得到公司领导的正确引导和帮助。展望20xx年，我会更加努力、认真负责的去对待每一个业务，争取更多的单，完善业务开展工作。相信自己会完成新的任务，能迎接20xx年新的挑战。

**房地产销售计划方案 房地产销售考核制度方案篇十九**

经过xx年两个月的工作，我对房地产销售有了更深层次的了解，同时也学到了很多东西，为了让自己在新的一年中有更高的收获，自身有更高的提升，特总结去年展望今年，根据自身的实际情况，特做出具体的计划。

一、业务的精进

1、加强团体的力量

在团体中能够更好的发挥自身的能力，同时对提升个人素质具有更大的帮助，在与同事们两个月的相处中，我发现我和郝姗在性格上有很多的共同处，同时也有很多的不同，其中有许多是我要学习加强的，这种性格上的互补，在具体的工作中可以帮助我们查缺补漏，提升自己。在新年中，我更要加强队员的团结，团结是我不断成长的土壤。

2、熟识项目

销售最重要的是对自己所从事项目的精度了解，我在年前散发传单不断的与人接触的过程中，对本项目有了深度的了解，但在接待顾客的过程中，还是不断的有新问题的出现，让我无法流利的回答顾客的提问，主要是对项目及相关房产知识的不够了解，在新年之后，对项目的学习，对房产知识的了解，是熟识项目的首要。调盘，新年后又新起了几个楼盘，在与同行之间比较能够更好地加强对自己销售对象的信心，在不断的学习中充实自己，在不断的实践中提升自己。

3、树立自己的目标

有目标才会有方向，有方向才会有不断努力的动力。在每个月的月初都要对自己订立下目标，先从小的目标开始，即独立流利的完成任务，然后再一步步的完成奖励下授的销售任务，直到超额完成任务。在每月的月初订立下自己当月的销售目标，同时记录下当天接待顾客中出现的问题及解决之道，不时的翻动前期的工作日志，温故而知新。

二、自身素质的提升

销售的产品可以不同，但销售的目的相同，都是为了把自己的产品卖出去，用实物换成钱。因我从未正式的接触过销售，所以在推销及推销技巧处有很大的不足，所以提升自身就要从提升自己的销售能力开始。

首先，书籍是活的知识的最有利的途径，新年后要大量的阅读有关销售及销售技巧的书籍，同时不断的关注房地产方面的消息，及时的充实自己，总结自己的实践经验。

其次，实践出真知，所有的理论只有与实践相结合，才能被自身很好的吸收，提升自己，从基础的做起，重新对销售流程进行学习，在演练中对项目加深印象，同时对顾客关心的合同条款进行熟读并学习。了解最新的法律法规知识。在与顾客的交流中，不断的发现问题，在团队的交流中，解决问题，不断的提升自己。

最后，在生活中用心的观察他人的销售方式，尤其是在同行之间更能学到，前期先照搬他人在销售过程中，遇到问题后的解答方式，经过后期的语言加工，再遇到问题时就能有自己的方式解答。

最后，感谢公司所有的领导和同事，因为我个人的进步离不开大家的帮助和支持。xx年我会不断学习，努力工作。我要用全部的激情和智慧创造效益，让事业充满生机和活力!我们是一个整体，奔得是同一个目标!我会和大家一起齐心协力，从新的起点开始，迈向成功!

**房地产销售计划方案 房地产销售考核制度方案篇二十**

一、项目简介：

某房地产项目位于郑州房地产市场的东南板块，在郑汴路路南，凤凰东路、凤台路(在建)和青年路三条路呈

商品大世界、名优建材市场等分开。

某房地产现有的物业形态由连排别墅、普通现房多层和在建的小户型多层组成。一期连排别墅市场定位发生失误，出现了销售障碍。一期5#、7#、9#、11#、13#、15#六栋多层吸取了别墅的教训，以超低价位入市，顺利的实现了销售，但没有为开发商实现预期的利润，没有树立中、高档物业的品牌形象，无意中形成某房地产下一期小户型开发和小高层开发的品牌障碍。

现在，一期多层尚有37套现房、准现房，销售额850万元。其中159.7m2的三室两厅有23套，以五、六楼为主;127 m2的三室两厅7套;这两种房型的销售金额占一期余额的90.4%。

二期小户型总销售金额预计2800万元，临街商铺1700万元，合计4500万元。预售许可证预计20xx年5月底办下。

由此可见，目前某房地产的可售资源由三种不同的物业组成：期房小户型、现房大户型和商铺。其中二期小户型占所有可售金额的52%，一期大户型销售额16%，二期临街商铺占32%。如何解决可售资源过于分散的障碍，是我们面对的重大挑战之一。

型将社区同周边的

二、市场概况及基本竞争格局：

a、 东南板块及郑汴路商圈。

郑州房地产市场的东南板块主要由三部分组成：郑汴路沿线、东明路南段沿沿线、航海东路与107国道沿线。

郑汴路沿线主要由建业、英协、百合花苑、东方明珠等中高档楼盘组成。在郑汴路商圈的支撑下，这里已经成为明确的高尚住宅区。某房地产位于这一区位之内。与英协、建业几乎是一路之隔。但某房地产在操盘过程中，没有除理好商务环境与居住环境的品牌区分与借势，纯粹以低价位的品牌内涵介入竞争，不仅没有收获天然的地段价格优势，而且为二期、三期制造了品牌障碍。

东明路南段沿线目前竞争非常激烈，主要由东明花园、佳艺花园等楼盘组成。

航海东路与107国道沿线是x年以来的楼市亮点，宝景、金色港湾、悉尼阳光、燕归园等一批中价位大型楼盘。其中燕归园是某房地产二期小户型明确的竞争楼盘，其它几乎所有的楼盘都和某房地产一期159、127平米现房形成明确的竞争关系。(详见附1：郑汴路市场调研报告)

b、 小户型市场概况。

自x年底时尚party介入郑州楼市以来，小户型这种物业形

态迅速发展起来。尤其是x年初，青年居易(easy-go)以1900余套的投放量冲击市场，形成了小户型的“市场黑洞”，彻底打破了市场的竞争格局，实现了小户型从供小于求到供大于求的转变。今年4月份更是破天荒地出现了小户型销售量的急剧下降局面。

燕归园位于货站街东段，由盛煌房地产公司开发，已成功实现一期的开发，在几乎没有什么竞争的情况下，收获了小户型市场的第一批需求者，现在燕归二期正在认购阶段。燕归园提前介入了小户型市场，并且认识到小户型的主力市场是60-80平米的两室户型和100平米的三室两厅。这与我们的市调结果完全一致。此次燕归二期开发的正是此类户型(两室两厅75平米，三室两厅95平米)。可以说，同燕归园的户型配比上比较，我们没有优势。

(小户型市场详见附2：郑州市小户型的调查报告)

c、 商铺市场

商铺是一个比较特殊的物业形态，商铺的价格是由商铺能为房东带来的租金多少决定的。目前郑州的商铺市场尚处于起步阶段。某房地产二期商铺位于商品大世界、名优建材市场南端，即将建成的大卖场的商业价值将会决定二期商铺的价格。人们对大卖场的商业认同也将影响二期商铺的价格。

和二期商铺有竞争的主要楼盘是建业新天地的临街商铺、英协尚未售出的部分商铺。

三、项目swot分析

一)优势

1) 郑汴路商圈天然的地段优势，这里是财富的俱乐部，富翁

的制造厂，在这里百万富翁比比皆是，每年都有新一代需求产生，源源不断的需求是我方楼盘最有力的支撑。

市场细分如下：

a、高端市场被英协、建业等高档楼盘满足，这一部分客户大部分

是第二次或第三次置业，是终极消费，20xx年内不会再置业。

b、中端市场被东方明珠、百合花苑、虹景家园等中档楼盘满足，

属过度消费和终极消费的结合。

c、复合市场。某房地产一期是一个大众楼盘，从价位角度划分，

属中低档楼盘。某房地产二期小户型项目的目标群，预计业主身份复杂，置业心理不尽相同，故推广过程中，不能拘泥于单一的推广主线。

本区域年轻人多为收入较低的蓝领阶层，有效需求不足。如果某房地产二期销售象青年居易一味的向年轻时尚族诉求，我方楼盘销售可能面临比较严峻的局面。(详见郑汴路市场调研报告)

郑汴路市场调研报告

调查目的：了解郑汴路市场的整体收入水平和消费者对小户型的认知和接受

程度(某房地产购房消费支撑力度)

调查方法：分层随机抽样(不同年龄层)和分块随机抽样

调查范围：郑汴路东建材市场、灯饰市场、管材市场、名优建材市场、商品

大世界

调查时间：.4.14

郑州，银基批发市场和郑汴路建材市场是商业比较密集的两大板块，这里聚集了数以万计的大小商贩，他们收入不菲，他们绝大部分是外地人，他们是郑州房地产消费的主力军。了解这一人群的收入水平、消费习惯将对房地产的投资有一定的指导意义。

.4.14，动力公司市场部走访了郑汴路建材市场，对小户型的市场消化力做了调查，而这些建材市场的小老板们对此漠不关心，或拒不作答，说明消费者对房地产市场敏感度不够。消费疲软，市场敏感度不高，纯小户型在郑汴路这块市场前景严峻。

对建材市场调查发现：

1、 大部分员工租房住，潜在客户存在;市场潜量比较大，但需要推广的成本较高

2、大部分员工来自外地或郊县，收入水平偏低，消费力不足

3、小户型需求弹性非常大，对价格非常敏感

4、 市场上有很大不稳定因素，8-9月份建材市场要拆迁到莆田，固有

的建材市场要做升级换代

5、外地人居多，他们辛苦拼搏，如果要买房子的话，更喜欢一步到位

6、商铺为上下两层，一般下面做门面，上面做仓库和员工宿舍

7、附近都市村庄较多，租务市场一般80—150元/月

8、作为首次购买者，最重要的还是价格

9、他们讨厌郑汴路目前的工作和居住环境，他们寻求方便、安逸、清净

10、 相当一部分是河南总代理，无须过多的现场销售

11、 同类产品多，竞争激烈，压缩销售成本是公司发展最重要的问题，故一般员工无福利分房的可能

**房地产销售计划方案 房地产销售考核制度方案篇二十一**

公司的发展是与整个公司的员工综合素质，公司的指导方针，团队的建设是分不开的。提高执行力的标准，建立一个良好的销售团队和有一个好的工作模式与工作环境是工作的关键。作为销售经理，为了我使我销售部门的各方面的工作顺利进行，特作出xx年工作计划。

1、销售目标

今年的销售目标最基本的是做到月月有进帐的单子。根据公司下达的销售任务，把任务根据具体情况分解到每月，每周 ，每日;以每月，每周 ，每日的销售目标分解到各个销售人员身上，完成各个时间段的销售任务。并在完成销售任务的基础上提高销售业绩。

2、建立一支熟悉业务，而相对稳定的销售团队。

人才是企业最宝贵的资源，一切销售业绩都起源于有一个好的销售人员，建立一支具有凝聚力，合作精神的销售团队是企业的根本。在明年的工作中建立一个和谐，具有杀伤力的团队作为一项主要的工作来抓。

3、完善销售制度，建立一套明确系统的业务管理办法。

销售管理是企业的老大难问题，销售人员出差，见客户处于放任自流的状态。完善销售管理制度的目的是让销售人员在工作中发挥主观能动性，对工作有高度的责任心，提高销售人员的主人翁意识。

4、培养销售人员发现问题，总结问题，不断自我提高的习惯。 培养销售人员发现问题，总结问题目的在于提高销售人员综合素质，在工作中能发现问题总结问题并能提出自己的看法和建议，业务能力提高到一个新的档次。

5、在地区市建立销售，服务网点。

根据今年在出差过程中遇到的一系列的问题，约好的客户突然改变行程，毁约，车辆不在家的情况，使计划好的行程被打乱，不能顺利完成出差的目的。造成时间，资金上的浪费。

以上是我的销售工作计划，不妥之处，请各位领导和同志们批评指正。

**房地产销售计划方案 房地产销售考核制度方案篇二十二**

作为一名房产销售人员，我所在的销售部在公司领导的正确带领下和各部门的积极配合下提前完成了全年的销售任务。这一年全球的经济危机蔓延，房地产市场大落大起，整个销售团队经历了房地产市场从惨淡到火爆的过程。准备明年在中国经济复苏和政府调控房地产市场的背景下，销售工作将充满了机遇和挑战。

一、加强自身业务能力训练。

我将加强自己在专业技能上的训练，为实现20\_\_\_年的销售任务打下坚实的基础。进行销售技巧为主的技能培训，全面提高自身的专业素质。确保自己在销售工作中始终保持高昂的斗志、团结积极的工作热情。

二、密切关注国内经济及政策走向。

在新的一年中，我将仔细研究国内及本地房地产市场的变化，为销售策略决策提供依据。目前政府已经出台了调控房地产市场的一系列政策，对市场到底会造成多大的影响，政府是否还会继续出台调控政策，应该如何应对以确保实现销售任务，是我必须关注和加以研究的工作。

三、分析可售产品，制定销售计划、目标及执行方案。

我将仔细分析可售产品的特性，挖掘产品卖点，结合对市场同类产品的研究，为不同的产品分别制定科学合理的销售计划和任务目标及详细的执行方案。

四、针对不同的销售产品，确定不同的目标客户群，研究实施切实有效的销售方法。

根据以往的销售经验及对可售产品的了解，仔细分析找出有效的目标客户群。我将通过对工作中的数据进行统计分析，以总结归纳出完善高效的销售方法。

五、贯彻落实集团要求，力保销售任务圆满达成。

我将按计划认真执行销售方案，根据销售情况及市场变化及时调整销售计划，修正销售执行方案。定期对阶段性销售工作进行总结，对于突然变化的市场情况，做好预案，全力确保完成销售任务。

20\_\_\_年，我将在部门经理与同事的共同努力下，进行相关的专业知识培训，使销售工作上升到一个新的高度。

**房地产销售计划方案 房地产销售考核制度方案篇二十三**

作为一名房产销售人员，我所在的销售部在公司领导的正确带领下和各部门的积极配合下提前完成了全年的销售任务。这一年全球的经济危机蔓延，房地产市场大落大起，整个销售团队经历了房地产市场从惨淡到火爆的过程。准备明年在中国经济复苏和政府调控房地产市场的背景下，销售工作将充满了机遇和挑战。现制定20xx年房地产销售个人工作计划。

一、加强自身业务能力训练

我将加强自己在专业技能上的训练，为实现20xx年的销售任务打下坚实的基础。进行销售技巧为主的技能培训，全面提高自身的专业素质。确保自己在销售工作中始终保持高昂的斗志、团结积极的工作热情。

二、密切关注国内经济及政策走向

在新的一年中，我将仔细研究国内及本地房地产市场的变化，为销售策略决策提供依据。目前政府已经出台了调控房地产市场的一系列政策，对市场到底会造成多大的影响，政府是否还会继续出台调控政策，应该如何应对以确保实现销售任务，是我必须关注和加以研究的工作。

三、分析可售产品，制定销售计划、目标及执行方案

我将仔细分析可售产品的特性，挖掘产品卖点，结合对市场同类产品的研究，为不同的产品分别制定科学合理的销售计划和任务目标及详细的执行方案。

四、针对不同的销售产品，确定不同的目标客户群，研究实施切实有效的销售方法

根据以往的销售经验及对可售产品的了解，仔细分析找出有效的目标客户群。我将通过对工作中的数据进行统计分析，以总结归纳出完善高效的销售方法。

五、贯彻落实集团要求，力保销售任务圆满达成

我将按计划认真执行销售方案，根据销售情况及市场变化及时调整销售计划，修正销售执行方案。定期对阶段性销售工作进行总结，对于突然变化的市场情况，做好预案，全力确保完成销售任务。

20xx年，我将在部门经理与同事的共同努力下，进行相关的专业知识培训，使销售工作上升到一个新的高度。

本文档由撇呆范文网网友分享上传，更多范文请访问 撇呆文档网 https://piedai.com