# 最新房地产工作计划表(十四篇)

来源：网络 作者：诗酒琴音 更新时间：2025-03-12

*房地产工作计划表一1、工程施工面积万m2，xxxxxx一期住宅、商铺万m2，xxxxxx万m2，xxxx项目万m2;其中新开工面积万m2。2计划完成投资额万元，其中xx项目工程完成投资万元，xxxxxx完成投资万元，xxxx花园完成投资万元...*

**房地产工作计划表一**

1、工程施工面积万m2，xxxxxx一期住宅、商铺万m2，xxxxxx万m2，xxxx项目万m2;其中新开工面积万m2。

2计划完成投资额万元，其中xx项目工程完成投资万元，xxxxxx完成投资万元，xxxx花园完成投资万元;xxxx项目完成投资万元;xxx旧城改造项目完成投资万m2，xxx旧城改造项目完成投资万m2。

3计划回笼资金万元，其中xx项目回笼万元，xx项目回笼万元，xxxx花园回笼万元，xxxx项目回笼万元;

4争取新贷万元。

5创利税前万元，其中xxx花园万元，xxxx项目万元，xxxxxx万元。

1、以xx项目、xxxx项目尾盘销售和xxxxxx续盘销售工作为重点，保证公司发展的资金来源，争取全年回笼资金万元。

据分析，20xx年国家将在前两年宏观调控的基础上加强对房地产市场的合理引导和有效控制，未来一年，房地产市场将总体维持平稳发展的态势。全体销售人 员要坚持以饱满的精神，积极的姿态，坚定的信心来面对销售工作，培养坚忍不拔的意志，锻炼高效专业的素质，全力以赴完成销售任务。在xx项目和xx项目的 尾盘销售中要坚持以下几点方针：1要一如既往地提高销售技能，做好售后服务，让品牌效应不仅停留在建筑上，更体现在销售人员的专业素质上，把最好的服务带 给客户，让口碑营销发挥最大的功能;2仍要积极拓展营销区域，重视周边乡镇的潜在购买力，争取最大的客源;3要多学习多借鉴，开拓新颖有效的营销，加 快销售速度，努力实现xx项目全年回笼资金万元，xx项目万元。

由于地域差异，xxxxxx的销售有其自身的特点，明年的现房销售是重头戏， 是xxxxxx能否营销成功的关键。随着前期开发的12幢住宅的竣工交付，小区绿化和环境营造的跟进，我们相信xx必将引来一个良好的销售年。xx公司销 售部要注重磨砺内功，打造一只过得硬的营销队伍，要抓住项目的优势特点，加强宣传，深化客户研究，找准有效的营销手段，实现全年销售资金回笼万元的目 标。

2、坚持不懈，狠抓落实，按时完成xxxx、xxxxxx的续建任务，确保xx一期12幢住宅按时交付使用。

的可开工期 很短，三月气温转暖后，xx公司要立刻投入紧张的工作，抓好续建项目的复工建设工作，抓好一期住宅室外网施工，抓好绿化环境工程，切实履行8月16日一期 住宅交付承诺。在完成12幢住宅的竣工工作的同时要做好计划新开工7幢住宅、商铺及主入口大门的建设工作，要继续协助酒店公司做好酒店工程的协调工作，加 强沟通，抓好酒店工程的外墙装饰、外墙窗、玻璃幕墙等工程的设计、招标和施工工作。

3、与xx各有关部门积极沟通协调，努力解决

环保问题，确保xxxx项目按计划开工建设。

项目原计划于20xx年底开工，由于受到神旺酒厂污水处理站环保问题的困扰，原定开工计划受到影响。xx公司须全力以赴和当地有关部门积极沟通，努力争取，力争在年初得到xx开发区委的明确结论，在此前提下，做好下一步工作。

4、争取新的项目，实现公司可持续发展目标。

发展是硬道理，除却资金问题外，土地储备，项目储备也是关系公司生存发展的命脉。公司在抓好已有项目开发建设的同时，必须开拓思路，抓住机遇，寻求突破，争取公司的持续健康发展。

年底前，在集团公司的领导下，公司已于xxxx物业集团多次接触，洽谈合作事宜，希望通过合作，优势互补，携手共进，取得“1+1〉2”的共赢效应。通 过协商，我们已就xx旧城改造项目达成合作协议，并于12月18日参与了该项目的挂牌竞投。在取得该项目开发权的基础上，明年的重点工作就是组建项目队 伍，扎实做好地块拆迁、方案设计等前期准备工作。此外，公司还将就xx集团属下xx建设开发有限公司的xxx改造项目进行前期合作谈判，将按照集团公司的 指示，做好有关股权转让的财务评估、法律文书签订等工作。公司要在新形势下，结合实际，求变求通，谋求持续发展。

5、顺应企业发展趋势，调整机构设置，完善企业制度，规范工作流程，加强人才开发和培养，做好内部管理工作。

随着企业的发展和变化，部分机构和人员设置已不适合新的形势，公司要审慎分析，研究对策，理顺机制，调整结构，以利于开创新的局面。在未来的一年中，公 司要进一步完善制度建设，规范工作流程，提升管理水平，要注重人才的`开发和培养，加强企业核心队伍的建设。尤其要向先进企业学习优秀的，制定合理 有效的内部培训和交流机制，提高员工的自我认知和学习能力，促使员工积极关心企业发展，参与，发挥每一人的潜能，成就一支懂专业，讲纪律，具活 力，勇创新的房地产专业队伍。

放远视线，把握形势，虽然未来几年住房需求速度将放缓，但居民的住房需求仍将保持较长时期的上升，潜力巨大。我 们坚信在国家的宏观调控政策逐渐显效，市场逐步规范后，中国的房地产还将有长期的、广阔的发展空间。在新政的影响下，房地产企业组织结构将得到调整，房地 产行业内部将得到整合。现阶段是一个优胜劣汰的整合期，谁在这个阶段稳固了自己，取得了生存的资本，谁就将赢得未来。我们面前的道路即是光明的，也是无比 严峻的，我们必须坚定信心，稳住脚步，努力学习，奋力工作，注重品质，追求创新，才能在新的一年里开创出属于一片属于自己的美好天地!

**房地产工作计划表二**

自xx年x月x日起，在佳能房地产开发集团有限公司和董事会的正确领导下，通过全体员工的努力，我公司的各项工作逐步展开。为了使我公司的各项工作达到一个新的水平，在新的一年里，在保证计划于20xx年底获得批准的前提下，我们的工作计划如下：

工程方面，围绕“山水城市”工程建设，统筹安排，切实做好建设任务

11月：参与规划方案的制定，配合公司领导在市规划局完成规划方案的审批。

12月：配合公司高层完成规划方案的市长办公会议审批，办理环保意见表工作。

1月：组织环境评价报告的编制和审核工作；办理项目选址（规划局），参与项目扩初设计，完成项目选址地质勘察报告。

2月：参与项目施工图设计和图纸审查；准备项目申请报告并处理项目审批（ndrc）；完成桩基工程招标和监理招标，组织现场地下排水。

3月：办理工程规划许可证工作（向市规划局申报），进行场地周边止水帷幕、挡土墙桩施工。

4月：完成工程主体招标工作，办理桩基工程施工许可工作。

5月：办理工程主体施工许可证，确定工程主体施工队伍，6月中旬完成桩基工程施工。

6—9月：基础工程完成。

10—12月：主体工程完成至底层六层顶部。

工程部应及时提交项目进行施工和审批，并跟进图纸设计。1月完成方案图的设计；2月份，完成了放大的初始图的设计。工程部门在承接工程过程中，应善于理顺与相关部门的关系，不得因施工申请延误而影响工程开工。此外，工程部应加强工程合同和各种资料的档案管理，并将其分类，有档案可查。建立完整的工程档案。

“特洛伊城”工程是城市的重点工程，也是“特洛伊城”品牌的形象工程。因此，掌握工程质量尤为重要。工程部在协助工程监理公司的.同时，应逐步建立公司的工程质量监督体系。以监理为主，以自我为辅，努力把“特洛伊城”工程建成优质工程。

工程部和财务部必须严格控制工程预决算。严格执行约定的定额标准，不得擅自增加工程量和结算。不得超过预算支付的项目，在20xx年的项目进展中同时做好以下两项工作：

1、认真编制工程预算，配合工程部及时协商变更工程程序，及时掌握材料的变化，配合工程部控制工程进度，比较工程的两表，最大限度地节约资金的使用。

2、制定项目资金使用计划。《特洛伊城》预计工程造价约4.6亿元。其中，基础部分需要8000万元左右；地上商业部分费用约1.4亿元；大约2.43亿元是花在公寓上的，并做好了使用计划。计划通过银行融资、供应商融资、社会融资和集团融资等方式拓宽融资渠道。通过产权预售和租金预付款的方式，扩大资金流动，确保“特洛伊城”项目建设资金及时到位。

3、采取内部认购房号的形式提现，扩大现金流。

为了快速提取资金，扩大工程建设项目的现金流，考虑在项目启动时采取公司内部认购房号的销售方案，约为公寓面积的10—15%。

4、实施销售任务分解，确保计划代理合同的履行。

20xx年，公司建设项目总需求为4.6亿元。根据“特洛伊城”签订的协议，招商销售任务的载体是策划机构。经双方协商，新的年度任务合同应于1月签订。全面完成招商销售任务，从根本上保证项目款项的后续。努力在营销形式上创造新的营销模式，形成自我营销特色。

**房地产工作计划表三**

(1)、前期组建渠道部各个组织构架。

(2)、制定拓客地图，寻找、洽谈目标客户单位和群体；(3)、调查客户群体的购买实力和购买诚意度，并进行综合评估；(4)、搜集客户的相关情况，洽谈合作方式、活动方式、优惠方式；(5)、将最新的销售信息、销售政策及时传递给渠道人员（小蜜蜂与渠道专员）；

(6)、保持与客户的维护与联系，最终以邀约上访到促进成交为主。

大客户组成员首先联系大客户单位的关键人物，要求此关键人物在大客户单位上具有一定的威信，能有效的组织相关群体参与活动，并对群体的\'购买行为产生一定影响，如商会主席，国有企业工会主席、办公室主任、企业高层管理人员、政府机关要员、办公室主任等。在大客户单位关键人物的介绍下，了解大客户单位的购房需求情况和活动范围；在大客户单位关键人物引荐下与员工或工作人员进行交流，并组织针对大客户单位的小型产品推介会。大客户组的成员经常和关键人物取得联系，了解对方的最新动态。关键人物也将根据其单位最终成交的套数，获得不同级别的购房优惠、现金及其他方式的奖励。

（1）、结合本项目客户拓展主要目标―商会、各类国有企业、机关事业型单位、各类建材、服装市场私营业主、学院单位；

（2）、在9月“团购季”活动期间、针对大渡口区域内：商会、各类国有企业、机关事业型单位、各类建材、服装市场私营业主、学院单位；进行一对一拜访。

1、客户团购优惠:

1）客户单位所有的成交客户，享受9月团购活动，享受一口价房源8500元/㎡。

四、活动时间：20xx年9月1日—20xx年9月30日

1、大客户单位信息搜集期20xx年5月1日—5月30日

(1)、大客户工作人员对商会、大型厂矿、学校、行政机关、银行单位进

行摸底、评估工作；

(2)、圈定目标团体单位，进行初步洽谈；

(3)、大客户工作人员搜集大客户单位的相关信息，如：该单位的员工数

量、近期内是否有自建房计划、自建房的规模如何、单位的整体购

买力以及单位内部是否有集体活动等；

(4)、每个大客户单位限找一名关键人物协助工作。该人员应熟知该单位

情况，有一定的影响力及号召力，有一定的决策权，如：资料架的摆放、了解该单位的集会时间等；

(5)、对该大客户单位进行综合评估，了解该大客户单位的购买实力及购

买意向，评选出需要重点跟进的目标单位。

2、大客户单位巡展期20xx年6月1日－7月1日

(1)、对前期评选出的单位进行重点深度发掘；

(2)、大客户工作人员与该单位关键人物联系，协商进一步合作事宜；

(3)、保持与关键人物的联系，随时掌握大客户单位的动向及各种活动，

并及时向管理人员反馈；

(4)、根据该单位的具体情况及购买意向，向大客户组管理人员申请举办

产品说明会；

(5)、大客户组工作人员应协助产品说明会的组织协调工作；

3、大客户单位签约7月1日以后

(1)、确定与商会、大型厂矿等大客户单位的活动方案并按时间节点实施；

(2)、收集大客户单位团购数量；

(3)、协助跟进大客户的选房签约工作；

(4)、保持与大客户单位的联系，进行大客户关系维护；

(5)、根据工作情况，准备新的合作活动和新一轮大客户单位的选点筹备工作。

（1）工作安排

（2）物料清单准备

**房地产工作计划表四**

房地产公司在董事会的领导下，经过全体员工的努力，20xx年的各项工作取得了丰硕的成果，＂xx＂品牌得到了社会的初步认同。总体上说，成绩较为喜人。为使公司的各项工作在新的一年里更上一个台阶，特制定本方案。

1.完成房地产开发面积xx万平方米。

2.实现楼盘销售额x万元。

3.完成土地储备x亩。

为确保20xx年度经营目标的实现，各部门需要做好如下工作。

（一）完成xx项目开发及后期销售工作

x项目是省、市的重点工程。市委、市政府对其寄予了殷切的\'期望。由于该项目所蕴含的社会效益和经济效益，我们必须高质量完成。因此，公司做出如下计划。

1.确保一季度x工程全面开工，力争年内基本完成一期建设任务

x项目一期工程占地面积为x亩，总投资x亿元，建筑面积x万平方米。建筑物为x商业广场裙楼、x大厦裙楼和一栋物流仓库。

（1）土地征拆工作

春节前后务必完成第一期工程的土地征拆工作。一月份完成征地摸底调查，二月份完成征地范围内的无证房屋拆迁，三月份完成征地范围内有证房屋拆迁及国土储备中心土地和集体土地的征收工作。

（2）工程合同及开工

一月份签订招投标代理合同，工程进入招投标阶段。二月份确定具有实力的施工企业并签订施工合同，确定监理企业并签订监理合同。三月份工程正式开工建设。

（3）报建工作

工程部应适时做到工程报建报批，跟进图纸设计。一月份完成方案图的设计，二月份完成扩初图的设计。在承办过程中，工程部应善于协调与相关部门的关系，不得因报建拖延而影响工程如期开工。

2.全面启动细化x项目招商工作

招商工作是x建成后运营的重要基础。该工作开展得顺利与否，也直接影响企业的楼盘销售。因此，在新的一年必须实现招商x户。

（二）加快x项目、x项目的施工速度

协调与施工单位的关系，加快x项目、x项目的施工速度，确保x项目的一期工程、x项目的二期工程在x月底前完成竣工验收。

（三）完成x项目、x项目的销售工作

x项目、x项目已全部竣工完成，为了迅速实现资金回流，结合项目所处地段及同类项目的价格，可以考虑采取适当的优惠措施，提高成交量。今年的目标销售额为x万元，销售率达到x%。

（四）参加土地招标

项目开发部要根据公司的实际情况，积极参与土地的招投标工作，确保企业土地储备达到x亩以上。

**房地产工作计划表五**

年初我们曾为今年工作定下以市场营销为核心、以成本控制为重点的十个工作重点，并定下了全年完成11亿的销售目标。迄今时间已过去八个月，今天我们有必要共同总结一下过去大半年的工作情况，统一一下思想，共同计划所余四个月的工作，力争完成全年销售目标。

今年是新地产在广州有史以来推出销售楼盘和规模最大的一年，今年计划要推出岭南、东方、z、时代四个大盘，在楼盘数量和档次跨度上都是空前的，这不但对市场营销系统提出了非常高的要求，也是对项目管理中心各部门协作能力的提出全新考验。或许年初确定今年目标时，不少同事对今年目标都持有保留甚至怀疑态度，八个月过去了，相信同事们应该已高兴地看到，岭南组时间过半完成销售目标已过半，东方组总销售业绩也已近半，z项目开售时间因故推迟，但整体业绩亦令人满意。取得这样的成绩是靠市场营销系统的同事开拓创新、团结协作、全情投入、点点滴滴取得的，当然项目组、公司各职能部门的同事的支持和配合也是分不开的。

除了销售业绩，上半年四盘推出以及公司于8月5日举行的新中地产地区总部迁入珠江新城的庆典，均对公司在业界的形象产生了质的变化。相信同事们应该都已感受到了传媒、政府、购房者对新地产品牌认识的提高和对新地产产品的认同，岭南、东方的知名度和品牌应该讲在同区、同档次盘中建立了很好形象和地位，z开售也已取得了初步的品牌效应。前不久一年一度对集团各项目中心均作一次考察的香港媒体代表团和证券分析员代表团访问广州，对广州区近四年来取得的进步和公司目前的业务表现也给予了充分的肯定。

为适应公司业务重点的转移和发展需要，公司上半年进行了较大的组织架构优化调整，取消了分区副总及分区设置，全面清理和明确了各职能部门的职责分工，明确了项目组、营销组、物管处为单位的项目协调工作机制。半年来的工作证明，有关机制明显地提高了工作效率，增加了责任感。其运行的效果是令人满意的。

岭南项目，营销组、项目组、物管处密切配合，出色地完成了五一黄金周营销、2b—1、2期交楼、现在正密锣紧鼓地为9月19日2b—3的营销做准备工作。z、z两位经理和岭南项目、营销组同事的工作态度、合作精神和工作经验是值得其它部门学习的。

东方项目组在不到半年时间里也已基本理顺了以往遗留的问题，包括项目内部欠缺协调、合作单位间缺乏信任、工期和造价失控等情况。在开发管理部的直接支持下，克服了政府部门政策严重不协调造成的困难，出色地取得了项目及营销所需的有关证照。东方营销组、项目组间近月来配合明显加强，为在九、十月销售旺季出佳绩，文今朝、劳慧儿和两组同事正积极筹备一些重要活动。相信东方组在“十一”黄金周会有出色表现。

z项目是公司在广州、在中国地产项目中举足轻重的项目，规模大、设计复杂，过往设计、建造过程和营销策划也遗留下不少问题。项目组和营销组均在五月份改组，经过等同事的努力，保障了“五一”试盘、八月开盘、八月写字楼入伙等重大时间节点；项目和营销间的配合逐步加强；项目部内部及项目部与顾问公司、承建商的合作有了明显改进；工程建造已基本顺利；营销部和代理及广告公司间的合作机制也已形成并取得明显成绩。项目取得令人满意的销售成绩和市场形象，项目组、营销组的工作是值得肯定和表扬的。

时代项目，由于历史、地理位置等因素造成了该项目市场营销的特殊困难。经过项目部、营销部和公司有关部门的努力，现在已正式取得政府“天河软件园时代新地产园区”及“高科技开发区时代新地产园区”的批文，同时也取得了“民营新支持中心”的批复。这为时代新地产下一步走“住宅营商”的市场路向打下了非常好的基础。相信只要用心做好下一步内部组织工作，一定能为公司创造出好的成绩。

四个项目上半年的成绩，初步证明了目前项目协调机制的有效性，也证明了新架构下各职能部门积极配合，共同支持项目发展需要的服务态度和职业水平正在得到全公司的认同和发扬。

为进一步理清部门、各职位的职责，为各职位的职业化发展，建立绩效考核及更合理的薪酬和奖励体系，人事行政部现在正与顾问公司进行有关职位、绩效、职业化等的.项目，在项目完成后，相信各职位的职责、各职位的职业化发展方向、各职位的绩效考核以及奖励体系会更加清晰，公司的组织架构和职能将更系统化和科学化。

回顾前阶段的工作，市场营销和内部调整各方面都取得了一定的成绩，但内部也表现出不少的问题：

首先表现在：责任心不够强，配合不够默契，有事互相推委等。例如东逸业主投诉处理不及时，公司曾收到投诉函件，并有一定的不良影响；东方有客户因对银行按揭不满而退订；因部门工作不利造成东方营销部因电话欠费被停机等。

其次，内部成本核算不清，成本控制不利。直接成本算不清，财务、销售、行政费用缺乏积累和与同行的比较，造成公司在决策过程中一直缺乏基本财务数据有利支持。

再次，权力与职责不匹配，授权不清、流程审批流于形式等。

总结上半年工作情况和问题，公司认为，上半年公司在营销、工程、内部调整优化等方面都取得了一定成绩。现在看，年初定下的全年销售目标的确是艰巨的，但并非不可能的。所余四个月时间希望各项目部、各部门加强协作、全力以赴、做好销售、力争完成全年销售目标。

加强协作、全力以赴、做好销售、力争完成全年销售目标

（1）东方项目做好做细，创造佳绩

（2）z项目做出口牌，做出品牌

（3）岭南项目保持势头，注重后劲

（4）时代项目出奇制胜，改变形象

（5）内部管理明确分工，加强协作

（6）市场营销做好服务，做好品牌

（7）工程建造控制成本，保障质量

（8）产品开发继承改良，创造优势

（9）财务管理理清成本，控制开支

（10）人力资源建全体系，专业进步

（11）行政后勤改善服务，节约开支

（12）物业管理理清机制，节约成本

（13）遗留问题基本理顺或清晰思路

（1）加强协作，增加凝聚力

（2）改良财务核算及成本核算体系

（3）建立、提炼、推广企业文化

（4）试行推动绩效考核体系

（5）改进优化业务流程

（6）加强项目管理知识体系的培训

（7）成本费用，算清算准，靠近同行，好于往年

（8）总结今年工作，提前做好明年计划

即将公布新的财务及合同审批授权，重点是：改变以往过程负责，无人负责的情况，改由谁分管谁批准，谁批准谁负责。

（1）业务开支，年度预算控制执行预算（项目预算、阶段预算或经常性开支预算），执行预算控制合同。授权副总、总监签批绝大部分日常业务金额的预算审批。副总、总监、部门经理、项目负责人审批主要经济合同及合同签署

（2）日常行政费用分解预算，由部门控制，减少中间审批环节

各项目部、营销部、职能部门将分别获得包括交际应酬费、旅差费、交通费、电话费等日常行政开支的预算。由各项目部、营销部、职能部门主管控制开支，保障业务需要，同时尽量节省费用开支。

（1）岭南项目组、岭南营销组取得成绩已得到表彰

（2）八月、九月、十月表现出色的项目部、营销部，对公司销售业绩做出特殊贡献的部门和个人，公司将在十月份销售业绩出来后给予个别奖励，对营销造成不利影响的部门和个人给予处分。全体动员、全力以赴、决战九、十月份。每一个人都可以为销售做出贡献，每一个部门的工作都会直接影响销售。希望各营销部、项目部、职能部门能及时发现、推荐为公司销售做出特别贡献的优秀个体和事迹，并汇总至总监办公室。

（3）完成业绩全民得益

公司拟拿出相当于二个月全公司薪金的现金，即约二百万元人民币作为全公司的今年的奖励基金。当然此基金会与公司全年销售完成计划的情况挂钩，公司将会按项目或公司整体销售额、年终考核成绩来决定每个组别和每个人的所得。按现在的销售业绩看，只要全公司同事全心全意，全力以赴，做好销售，每一位同事都应该取得好于往年的奖励！

**房地产工作计划表六**

作为一名销售人员，不仅要对自已的业务非常熟悉，而且要不断提高自已的综合能力。下面是我对20xx年做出的工作计划：

1 、加强协作，增加凝聚力

2 、改良绩效核算体系

3、建立、提炼、推广企业文化

4、改进优化业务流程

5、加强项目管理知识体系的培训

1、简化改进授权及审批

即将公布新的房产合同审批授权，重点是：改变以往过程负责，无人负责的情况，改由谁分管谁批准，谁批准谁负责。

2、加强预算管理，简化日常审批流程

3、加高团队先进奖励，提高团队积极性

4、树立明确的目标，规定一月之内售出多少楼盘

多看优秀书籍，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。

新的一年，只要全公司同事全心全意，全力以赴，做好销售，每一位同事都应该取得好于往年的奖励！

**房地产工作计划表七**

在20xx年的上半年，在李总的正确领导下，我给公司交出了一份令人满意的答卷，不仅提前完成了工作任务，圆满的完成了工作计划，还在之后的一段时间里继续不放松的做出了更加良好的业绩。为了让这样的劲头一直保持下去，在20xx年的下半年我做了如下计划将销售任务做的更加出色。

一、工作目标

1、对公司的的业务知识有更加全面和深刻的了解，面对客户的疑问能够形成条件反射般的回答出来。

2、收集现在市场上的信息，并且做到及时的更新。同时不断地收集新的客户的信息，积极地推广业务。

3、争取将下半年的销售任务超越上半年的，不断地激励自我，超越自己。

二、具体工作

现在的房地产销售方式也是一种服务上的竞争，向客户表达我们在这一方面有什么样的优势，在这样的竞争模式中，我针对的就是前期的工作而展开。

从多个方面来收集客户的信息，分析客户当前的状况，是否有购买房子的意向，对不同的客户进行适当的分类，记录现在所能够掌握的信息。在这期间不断地加深自己对于销售知识的理解，对客户的了解，在销售时做到胸有成竹。

对有意向购买的客户尽可能的提供服务，和客户之间不断地进行沟通交流，让他有兴趣进行面谈。在和客户交流时做好充足的准备，分析现在购买房子有什么样的优势，促使客户下定决心购买。

在每次和客户完成交流之后，对结果进行总结和分析，及时地回报给上级，听从领导给予的意见。

三、工作中的`总结

每完成一单之后，无论是成功或者是失败，对自己在当时的情境下，有什么地方做的不够到位的地方及时地总结，反思自己在销售过程中的缺点和不足。

在每天对自己没有什么没有做的地方及时的检查，每周的工作之后有个总结，在每月除了总结之外，还有每月的计划，对于细节进行打磨，让我的工作做的更加的出彩，做出更好的销售业绩。

**房地产工作计划表八**

今年1-6月商品房新开工面积1、03万㎡;共发放2个商品房预售许可证，预销售面积24126、69㎡，预销售新建商品房住宅达204套，商品房门面为1769、205㎡;截止目前(20xx年续建项目、20xx年新建项目)我县房地产开发总面积为379945、92㎡，其中商品房库存面积为20xx69㎡，新建商品房预计销售额为5、4亿元。

1、进一步加快房产管理信息化建设

上半年全县5家房产公司完成网上资质审批，有力促进房产管理工作的信息化和系统化。在房产信息管理工作上进一步优化了流程，变外循环为内循环，变串联审核为并联审核。为提高房产行政管理部门业务经办人员的平台应用和操作水平，规范房地产行业企业资质行政审批，完善房地产行业企业信用体系建设，增加信息透明度，促进行业规范化管理，实现高效行政和政务公开。

2、进一步规范全县房产市场秩序

一是抓企业资质年检。年初，对全县范围内的房地产开发企业进行了资质备案检查，共检查19家企业，按房地产开发资质等级区分：一级1家，二级1家，三级3家，四级1家，暂定9家，暂定免检3家。注册资资金在800万元以上的13家，300万元以上的5家。二是对开发企业资质年检、新建商品房预售款监管、重点工程建设工作进行了全面部署。三是积极化解房企与业主矛盾。上半年，共接待来信来访人员3人次，回复率为100%，对这些来信来访，我办通过实地察看、资料查证、约谈调查、会议调解等多种举措积极化解矛盾，避免了群众上访情况的发生，维护了全县房产事业大局的稳定。四是加强法律法规的宣传。组织房产普法知识宣传活动2次，发放宣传材料200余份，悬挂横幅2条，宣传版面1块，并及时下发了各类房产法律法规文件并组织房产企业培训学习。

3、房地产市场综合管理

今年2月我局开展了全县20家房地产市场专项检查整治工作，在局领导的带领下对全县所有房地产企业进行自查，进行了一次全面的摸底。检查主要内容有：预售商品房是否取得预售证;是否存在未取得预售许可证就以认购、预订、排号、发放vip卡等方式向买受人收取或变相收取定金、预定款等性质的费用的情况;销售现场预售许可证张挂公示情况，是否在规定时间内公示全部房源，销售现场楼盘销控表张挂公示情况是否真实;是否存在一房多售行为;是否存在采取返本销售、售后包租的方式预售商品住房行为;是否存在未取得预售许可证即发布预售广告情况;是否实行明码标价、申报价格与实际成交价格是否相符;是否有任意提高房价的行为;等其他违规情况。

五月对全县所有家房地产行业开展非法集资风险排查工作，主要针对房产公司20xx年续建及20xx年新建的项目，这些项目工程部、销售部、财务部等部门，相关问题进行了逐项排查：

一是对工程部的排查：进一步明确了公司开发项目均是在取得“国有土地使用证”、“建设用地规划许可证”、“建设工程规划许可证”、“建筑工程施工许可证”、“商品房预售许可证”的合法前提下进行销售的。

二是对财务部等相关部门的排查：20xx续建20xx新建所有项目计划投资共达66473、4万元，房产公司自有31500万元，经排查，各收入明细和相关银行贷款明细，账目清晰，来之有道，工商行管理局等税务部门审计均已合格，未出现“非法向社会公众集资现象”。

对房地产市场秩序的监控和整治有待加强，严格把关对房产资质审核和发放预售许可证。主要措施：

一是按照第二次中央新疆工作座谈会议和自治区党委八届七次全委(扩大)会议的部署要求，为进一步提高房地产市场监督服务水平，促进房地产市场平稳健康发展，推动实现新疆社会稳定和长治久安的总目标，紧紧抓住丝绸之路经济带建设带来的难得机遇，采取有效措施，不断提高房地产市场监管服务水平。

二是增强房地产开发的`计划性，联合相关部门确定合理的土地供应和房地产开发量，对房地产项目的开发进度提出更加严格的要求，实施有效的全过程监控。

三是引导开发企业研究开发中小户型，提高住宅规划设计水平，提倡精细设计，完善功能，在较小的套型内创造较高的居住舒适度。

四是坚持正确的舆论导向，加强对房地产市场调控政策的宣传，客观、公正报道房地产市场情况，引导广大群众树立正确的住房消费观念。

五是坚持从严监管，进一步规范市场秩序

1、加强房地产开发项目全过程、资金进行监管。对开发项目规划设计方案进行会审会签，作为跟踪管理的依据;在过程管理上，保证房地产开发项目的基础配套设施按规划设计建设到位，提高工程建设质量;在后期管理上，实行房地产开发项目交付使用制度，消除交付使用后的管理隐患。

2、加大依法行政，加大对违法、违规行为的整治查处力度，在坚持“警示函”制度的同时，对违规情节恶劣、性质严重的，依法给予经济处罚。

3、形成监管合力。房地产市场监管是综合系统工程，需要相关部门紧密配合，协调动作，形成合力。要提高横向协调能力，加强与国土、金融、税务、统计等部门的工作联系，全面加强市场监管的力度和深度。

六是及时受理和依法处理房地产市场消费纠纷，依法保护消费者合法权益。

1、注重积极引导，推动行业科学发展

按照国家和自治区、州、县有关房地产发展的最新政策和规定，结合自身职能职责，制定新一轮促进我县房地产业及房产企业发展的工作方案和具体措施。同时，积极引导房产企业挖掘自身潜力，利用自身优势，用活、用足上级有关政策，充分发挥政策的导向作用和推动效应，为促进我县房地产业科学和可持续发展提供动力。

2、注重抓好转型，继续实施“三大战略”

深入实施“大企业战略”、“数字信息化战略”及“品牌战略”，促进我县房地产业加快转型和创新，进一步提升行业整体发展质量和效益。

一是继续实施大企业战略。指导企业树立长远的战略眼光，制定中、长期发展规划及年度发展计划;鼓励企业间的兼并与重组，指导和帮助有条件的企业积极开展资质升级工作。同时，严把资质审查和申报关，提高房地产业的准入门槛，改变过去小打小闹，不成规模、不上档次的开发形式。并引导企业强化内部管理，由粗放式管理向精细化、规范化和信息化管理模式转变，增强企业的综合竞争力，从而有效提升我县房地产业的集中度和资源配置效率。

二是继续实施数字信息化战略。继续完善商品房预售款监管系统，进一步提升房产管理信息化水平。同时，鼓励有条件的房产开发企业加快推进数字化和信息化建设，将数字信息化管理模式应用于企业的材料采购、房地产营销，以及房地产中介、物业管理等业务当中，努力实现低成本、高效率的房产开发、房地产市场分析、营销策略研究、房产中介服务。为小区后期管理提供功能完备的技术平台，提升小区的整体形象。

三是继续实施品牌战略。坚持不断创新管理制度，积极探索科学的管理模式。加紧建立房地产开发企业信任评价体系，制定收集和评价企业信用信息的统一标准，建立和完善诚信评价、警示制度，营造诚信经营的良好环境，提高企业的合同履约率，打造房地产开发企业诚信品牌;同时，鼓励优势房地产开发企业与大、中建筑企业强强联合，发挥各自优势形成合力，共同创建优质品牌项目和品牌工程。加快制定和完善房地产企业创优评先的奖励措施，将创优评先工作与企业年终考核工作挂钩，提高企业创优评先的积极性，进一步提升企业的社会责任感和品牌形象。

**房地产工作计划表九**

20xx是我们每个人全新的出发，也是这条奋斗路上一段充满好奇和向往的旅程，因此接下来的时光我们不仅要努力，也要懂得在努力中享受生活。岁月很匆忙，而我也该为接下来的岁月做一次计划了。以下是我对20xx一年的个人计划，如果有哪里不妥当的地方，还请领导可以指正。

自从我步入这个岗位以来，我一直都非常的谨慎，细心。我是一个比较喜欢抓细节的人，就像是一种强迫症一样，如果细节没有做好，我整个人也会觉得有些不舒服，甚至是有些反感自己的这个行为。对待今后的工作，我是一定会继续保持着这样的状态进行工作的，细节是一件很重要的事情，很多漏洞的产生往往就出现在细节这个点上。如果我们细节没有做好，也许就会发生一系列的“病变”，不仅把自己拖入泥潭之中，更是没有办法对这份工作负责。所以未来的第一个要求就是要做好自己的本职工作，好好协助经理，把工作更好的进行下去。

在经理助理这个岗位上我时常会觉得有一些自卑，自己进入这份岗位也不是很久，很多地方都有一些缺乏，所以我也只能慢慢的学习，慢慢的去改进。未来的第二步就是要提升自己的能力，让自己能够在自己擅长的领域里将自己的能力发挥到极致。这样才不会辜负自己长期的努力坚持，也不会辜负领导以及同事对我寄予的希望。在一份岗位上，想要有所进步，学习是无法避免的，我会在将来的时间里更加勤快的学习，努力的提升自己的个人能力，尽量将自己这份工作做到完美。

时间是一件难以琢磨的事情，有时候很快，有时候很慢。接下来的一年看似漫长，其实它也非常的短暂，在我们日常的工作当中，时间概念是一件很重要的事情，我们应该抓紧对时间的利用，不去浪费精力，用最好的状态去承担这份工作。我们才会逐渐更加的轻松一些。工作也会逐渐变得更好一些了。所以不管以后怎样，我想我都会每日提醒自己保持清醒且理智的状态，从容的面对工作当中的每一件事情，想自己树立的目标不断的前行。未来一年已经抵达眼前，我也会好好做个准备，收拾好行囊，就立即出发！

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。

二：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。

三：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。

四：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。

五：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。

六：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？

七：预计盈亏报表：综述计划预计的开支。

八：控制：讲述计划将如何监控。

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。工作计划zpzls。

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。

一：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。

二：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。

三：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。

四：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。

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。

二：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。

三：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。

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。

一：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。

二：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。

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。

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。

**房地产工作计划表篇十**

礼仪接待服务工作中最基本的礼节有两大类：一类是体现在语言上的礼节，如称呼礼节、问候礼节、应答礼节;另一类是体现在行为举止上的礼节，如迎送礼节、操作礼节和次序礼节。

称呼礼节是指服务接待人员在日常工作中与来宾交谈或沟通信息时应恰当使用的称呼。

1、最为普通的称呼是“先生”、“太太”和“小姐”。当我们得悉客户的姓名之后，可与其姓氏搭配使用，以表示对他们的熟悉和重视。

2、遇到有职位或职称的先生、可在“先生”一词前冠以职位或职称，如“总裁先生”、“教授先生”等。

注：在服务接待工作中，要切忌使用“喂”来招呼宾客。即使宾客距离较远，也不能这样高声呼喊，而应主动上前去恭敬称呼。

问候礼节是指客服接待人员日常工作中根据时间、场合和对象，用不同的礼貌语言向宾客表示亲切的问候和关心。

1、与宾客初次相见时应主动说“您好，我能帮您做些什么?”

2、在向宾客道别或给宾客送行时，我们也应注意问候礼节，可以说“再见、您请、慢走”等。

3、宾客若患病或感觉不舒服，则需要表示关心，可以说“请多保重”，“是否要我去请医生来”等。

应答礼节是指服务接待中在回答宾客问话时的礼节。

1、应答宾客的询问时要站立说话，要思想集中的去聆听，不能侧身目视它处、心不在焉;交谈过程中要始终保持精神振作，不能垂头丧气;说话时应面带微笑、亲切热情、不能表情冷漠;反应迟钝，必要时还需借助表情和手势沟通和加深理解。

2、如果宾客的语速过快或含糊不清，可以说“对不起，请您说慢一点”或“对不起，请您再说一遍好吗?”，绝不能表现出不耐烦、急躁的神色，以免造成不必要的误会。

3、对于一时回答不了或回答不清的问题，可先向宾客致歉，待查询或请示后再向问询者作答，凡答应宾客随后作答之事，届时一定要守信。

4、回答宾客问题时还要做好语气婉转，口齿清晰、语调柔和、声音大小适中。同时，对话时要自动停下手中的`其它工作。遇到多人问询时，要从容不迫的一一作答。

5、对宾客的合理要求要尽量迅速作出答复;对宾客的过分或无理要求要能沉住气，婉言拒绝，如可以说“恐怕不得吧”，“很抱歉，我们无法满足您的这种要求”，“这件事我需要去同领导商量一下”等，要时时处处表现出热情、有教养、有风度。

6、对待宾客称赞你的良好服务时，切不可沾沾自喜，应保持头脑冷静，微笑、谦逊的回答，“谢谢您的夸奖”，“这是我应该做的”等。

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。

**房地产工作计划表篇十一**

20xx年度已经过去一半，在这半年的时间中我通过努力的工作，也有了一点收获，跨过年中，我感觉有必要对自己的工作做一下总结。目的在于吸取教训，提高自己，以至于把工作做的更好，自己有信心也有决心把下半年的工作做的更好。下面我对上半年及六月份的工作进行简要的总结：

关于上半年及五月份工作我总结有如下几点，首先是对年度的总结：

第一，总体工作业绩不是很理想，年业绩目标五十万现今只完成了46%(近二十三万)，离年度目标还有一定的距离!

第二，整年度自我对工作热诚不够高，重视度不高。

第三，对辖区分行团队的管理力度不够，很多任务与相关制度没有落实到位。第四，对公司的向心力不够，很多资源没有充分有效利用。其次下面我六月份的工作进行总结：

1、没有完成自定的业绩目标。

2、完成了辖区联华花园城社区盘源进行了又一次整合细分，租售资源信息清晰。

3、对笋盘与主推盘以及有效盘源重视度不够高，尤其表现在对主推盘的推荐不够积极配合，没有真正做到资源的合理有效利用。

4、对经纪的管理鞭策不到位，让他们对工作产生一定的惰性甚至开小差。

5、没有第一时间把握好业主及客人第一动态，导致有部分资源流失。

6、关于公司的制度没有明确化，执行不到位。

7、对新经纪工作心态与技能缺少相关的培训。

8、个人自己具有一定的惰性，没有做好自己本分的工作。

最后由于自己管理不到位不严厉，听到同行陆陆续续签单了，心里满是压抑的感觉，同时也为他们感到开心，因为证明我们这里是有市场的。但是我会坚持不懈的，我相信通过自己的努力，争取使自己的业务管理水平提到一个更高的高度，把自己的所学到的东西运用到工作当中，并利用这些知识教会战友达到我自己的目标。 希望带出一支战无不胜，攻无不胜的圣神之军，与战友们齐心协力，共同完成团队年度目标。

下面是我对下半年乃至六月份的工作计划与安排：

第一，严格执行公司的一切规章制度。

第二，开发更多更优质房客资源，提高业绩。

第第三，坚持引进新人才，提高团队力量为公司未来发展培养更多精英强将。

第四，严格把控珍惜好任何一个有效客源及盘源，做到无一遗漏错失。

第五，组织三堂以上关于房地产经纪的销售技能与心态的\'培训课，同时加深提高自我工作水平。其次，关于七月份的工作重点我们将放在客源及主推盘攻略：

1，自制户外宣传资料外发，重点区域下桥水果市场，1号执行至今已有两位客人闻讯而来，其中已成功签一租了，效果比较明显。

2，自己亲自把关带领团队把握跟紧好每一位有效客源，争取七月来个量的突破。

3，严格重视执行笋盘主推盘推荐制度，积极配合好各分行工作并要求各经纪无条件履行相关工作。

4，维系及开发好现辖区所有在租在售房源，要求大家地毯式清查消化。

5，加强对各经纪的工作技能与心态培训。

6，重视网络开发利用，达到经纪名下日常利用网络四个以上。

20xx年新的季度已经来临，新的任务摆在眼前，艰巨而圣神。作为公司分行主管，我深感自己肩负担子有多么重，但是相信我们会把这份压力化作动力，以高昂的斗志，饱满的热情，全心身带领我们的精英团队投入新的工作中去，为实现我们的全年度工作销售任务不懈努力。最后，预祝20xx年度的销售任务圆满完成。

**房地产工作计划表篇十二**

（一）销售节奏制定原则：推广销售期指从市场导入开始至产品开盘销售，较大规模项目一般持续3—4个月时间，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工程节点，据此营销策划部制定销售计划。制定本计划重要节点时间时，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个大推广节点，节点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。

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—理由：产品稀缺性销讲

基本数据：—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，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抗性，专门进行培训。

（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气氛，因此我们将—售楼中心至1#样板房区域所包含整个大区都打造成为样板区。物管，保洁等须按照样板房管理规定进行管理。其中有两套样板房、售楼部到样板间步行情趣长廊、叠水喷泉、及10#临时景观区域。（注：从售楼部至样板房之间参观浏览线路，以下暂定为y区）

2、样板区作用：最大限度展现温江宜居，城在林中氛围、家居水畔氛围，体现国色天香大社区远见、高档、生态、宜居、增值社区概念，体现独具特色建筑风格。

3、样板区展示安排：

确定对y区沿线情调、步行道包装方式和具体要求；

确定y区道路沿线灯光布置方案，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理解户型设计，同时也是对推广所倡导享乐主义生活一种实体诠释。

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

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。

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

**房地产工作计划表篇十三**

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：

对拟议的计划给予扼要的综述，以便管理部分快速浏览。

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。

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。

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。

提供用于完成计划目标的主要市场营销方法。

本方案回答将要做什么?谁去做?什么时候做?费用多少?

综述计划预计的开支。

讲述计划将如何监控。

**房地产工作计划表篇十四**

尊敬的公司领导：

xx年，我有幸竞聘为策划部经理一职。作为策划部经理，我已经上任一个月了，在这个一个月里做了茗园国际宣传资料、六堡镇林地使用权租用合同签订、六堡镇新片区的规划布局等工作。在新的一年里，公司迎来了大发展，策划部随时要做好各项活动的策划及公司的宣传。为了公司的发展我部门制定以下工作计划：

1、在三月份举行植树节活动，邀请全体公司工作人员参加，在梧州新闻发布。主体以宣传创建绿色环保生态小区为主体，让社会各界认识到我公司在建设绿色宜居小区进行着最大的努力，也为梧州市创建绿色森林城市贡献一份力量。

2、全年做好六堡镇土地租用合同的签订，努力完善签订合同的不足之处，寻求对公司最有利的法律途径来进行土地租用，对于已征用的土地做好标识。在没有任何证件的土地，我们要做到实地勘测，做好标记及指界人的签字认可等工作。努力做好租用土地的工作任务，不出现重复租用。

3、做好六堡茶农业旅游的观光策划工作，对各分区包含有六堡山庄、漫步小镇、休闲度假区、原生态养老区、园林种植区、环城物流园区等制定详细的方案设计。为发展六堡茶农业旅游做好前期策划工作，为项目的顺利开展穿针引线。

4、按照农业发展公司要求，结合公司以后一系列的多元化投资，提高公司在社会的认知度，做好茶叶品牌标志设计，完成对茶叶的包装设计，做到设计样式的新颖。为茶叶的促销，根据农业发展的要求及社会的实际反应，实时做好茶叶的\'宣传工作。针对不同的社会反应，寻找有利的促销手段，努力将茶叶的销售量提高。

5、配合销售部做好茗园国际售楼部的装修设计，督促户外广告的正常制作、安装和发布，并及时建立网络信息发布。针对目前的市场，做好市场跟踪调查。

6、根据茗园国际的开工程度，做好开盘活动的策划，广告信息的发布、楼书的制作等，根据情况选选择一些优惠活动或体验式活动吸引人气，提高成交。

7、配合公司领导做好“美景嘉园”的市场定位分析，充分发掘市场的需求潜力，组织开展广泛的市场调查活动，搜集顾客对房地产的需求信息，掌握本行业的市场动态。

8、协助公司完成举办梧州六堡茶的展示活动策划，做好六堡茶展示的布局安排及具体活动的安排，并在期间的将楼盘宣传活动的切入，以此提高本项目的知名度，打造一个浓厚的茶文化的商业氛围。在举办茶叶展销会期间，向前来展示和观光的茶商、茶客宣传本项目，预约购房大送礼的形式进行本项目推广，在有能力的情况下，进行开盘大酬宾活动。

9、做好泰和嘉园尾盘的策划宣传工作，为进一步提高泰和嘉园的销售量选择一些优惠的活动进行宣传，引导消费者购买。

10、制定一年一度的诚业之光的活动方案，努力缔造诚业投资有限公司的形象，提升社会公众的认知度及接受度。

11、完成领导交待其他设计策划活动，为公司的进一步发展做出努力。策划部门工作需要张扬个性，注重团队精神。只有在完善的管理机制下去张扬个性，才是对企业及团队有益无害的。新的管理机制包含以下内容：

一

1.1策划部经理完成日常与领导的接触，理解领导的意图，并将领导的指令下达到下属职工。

1.2策划部经理配合销售部及其他部门做好各项策划活动的安排，完成各项活动的设计送至上级领导审批。

1.3设计人员做好各项设计工作任务，完成上级领导交待的各项工作，服从领导的调配。

二

2.1实行工作分配绩效考核制度，对于不能完成工作的人员，扣除当月工资的5%进行处罚。

2.2下属员工不服从领导安排，次数达到3次以上的，扣除当月工资5%进行处罚，屡教不改者，给予不再聘任的处罚。

2.3对于迟到早退的下属员工，一次处罚10元。

领导多与下属员工进行沟通，了解其思想动态，做好各下属员工的思想工作，调到其工作积极性。

办公经费的预算：

以下费用不包含业务费用。

车费：20xx元/年

办公用品费用：1500元/年（包含打印机墨盒、打印纸、笔、笔记本、卷纸等）

通讯费用：600元/年

合计：4100元/年

策划部

xx年x月x日

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！