# 房产销售的月度工作计划(热门17篇)

来源：网络 作者：逝水流年 更新时间：2024-03-09

*房产销售的月度工作计划1四月的房产销售工作计划包括宗旨、目标、工作开展计划和计划评估总结四部分。>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...*

**房产销售的月度工作计划1**

四月的房产销售工作计划包括宗旨、目标、工作开展计划和计划评估总结四部分。

>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”地段优势并且做到应用自如。

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，并且做初步分析后录入，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。

3、在用电话与客户交流的过程中，实时掌握其心理动态，并且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，并且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，并且向上级汇报，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，争取让自己做得更好。

**房产销售的月度工作计划2**

四月是一个舒适的季节，冷热适宜，而春天的气息也是弥漫在整个四月。在这么好的一个季节我们的工作肯定会更加的忙碌一些，当然三月的我们工作也并不轻松，但我们这些销售员工也都完成了哪些工作。我相信四月份的我肯定也是能够很好的处理自己工作上的事情，让自己在事业上得到更大的突破。下面就四月份做一个小小的工作计划：

>一、思想上

还是需要以领导的指示为首要方向，听从领导制定的规划，遵从领导的各个决定，这样才能让我们全体员工都能够共同发力，更好的工作。还是需要把公司的利益放在第一位，在去思考其他的内容，毕竟我是公司的一员，我领着公司发给我的薪水就需要为公司着想，为公司做出应该有的贡献。工作的态度上也需要戒骄戒躁，不能因为之前的自己做出了一点成绩就感到骄傲。历史上哪些骄傲的人不就是一个很好的例子吗，只有保持谦虚，一直虚心向别人请教才能够一直向前的走下去，而不是中途陨落。除了谦虚以外还是要和同事们处好一个好的关系，这样团结友爱的团队才能够更好的完成公司给予我们的任务。

>二、工作上

和之前就达成交易的.客户也要有良好的关系，说不定在我们需要的时候还能够用的上呢，这都是说不准的，不能过河就拆桥。而那些有意向但是还没有定下的客户就更加需要我们的努力了，当然也不能操之过急引起客户的反感，要把握好一个沟通的度既能让客户感到舒心的同时也让我们完成自己的目的。对于公司一些新的房产资源需要更加努力的去了解，不能作为一名销售还不了解自己的产品。也要去关注我们的哪些竞争对手，去了解他们的优缺点，这样在客户犹豫的时候，我们就可以进行对比，让客户能够看得清楚优劣势。

当然在晚上闲暇之余也不能因为是休息时间就放松起来，要想在工作中得到更大的成绩，就要付出因有的代价。在晚上也可以看看那些大师们的课程，学习怎么样更好的工作，也可以学习怎么样合理的分配自己的时间或者看看心理学。了解的越多，在面对不同的场合时也就能够越发的镇定，越发的做到自己想做的事情。

三月份即将过去，而四月份也是必将来临的，只有做好万全的准备，才能够让我们在四月份得到更大的收获，有更好业绩。

**房产销售的月度工作计划3**

>一、下面是公司xx年总的销售情况：

从上面的销售业绩上看，我们的工作做的是不好的，可以说是销售做的十分的失败。在河南市场上，xx产品品牌众多，xx天星由于比较早的进入河南市场，xx产品价格混乱，这对于我们开展市场造成很大的压力。

客观上的一些因素虽然存在，在工作中其他的一些做法也有很大的问题，主要表现在：

1)销售工作最基本的客户访问量太少。市场部是今年四月中旬开始工作的，在开始工作倒现在有记载的客户访问记录有xx个，加上没有记录的概括为xx个，八个月xx天的时间，总体计算三个销售人员一天拜访的客户量xx个。从上面的数字上看我们基本的访问客户工作没有做好。

2)沟通不够深入。销售人员在与客户沟通的过程中，不能把我们公司产品的情况十分清晰的传达给客户，了解客户的真正想法和意图;对客户提出的某项建议不能做出迅速的反应。在传达产品信息时不知道客户对我们的产品有几分了解或接受的什么程度，洛阳迅及汽车运输有限公司就是一个明显的例子。

3)工作没有一个明确的目标和详细的计划。销售人员没有养成一个写工作总结和计划的习惯，销售工作处于放任自流的状态，从而引发销售工作没有一个统一的管理，工作时间没有合理的分配，工作局面混乱等各种不良的后果。

4)新业务的开拓不够，业务增长小，个别业务员的工作责任心和工作计划性不强，业务能力还有待提高。

>二、市场分析

现在河南xx市场品牌很多，但主要也就是那几家公司，现在我们公司的产品从产品质量，功能上属于上等的产品。在价格上是卖得偏高的价位，在本年销售产品过程中，牵涉问题最多的就是产品的价格。有几个因为价格而丢单的客户，面对小型的客户，价格不是太别重要的问题，但面对采购数量比较多时，客户对产品的价位时非常敏感的。在明年的销售工作中我认为产品的价格做一下适当的浮动，这样可以促进销售人员去销售。

在郑州区域，因为xx市场首先从郑州开始的，所以郑州市场时竞争非常激烈的市场。签于我们公司进入市场比较晚，产品的知名度与价格都没有什么优势，在郑州开拓市场压力很大，所以我们把主要的市场放在地区市上，那里的市场竞争相对的来说要比郑州小一点。外界因素减少了，加上我们的销售人员的灵活性，我相信我们做的比原来更好。

市场是良好的，形势是严峻的。在河南xx市场可以用这一句话来概括，在技术发展飞快地今天，明年是大有作为的一年，假如在明年一年内没有把市场做好，没有抓住这个机遇，我们很可能失去这个机会，永远没有机会在做这个市场。

>三、20xx年工作计划

在明年的工作规划中下面的几项工作作为主要的工作来做：

1)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。

2)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。

3)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。

4)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。

5)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。我认为公司明年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。

以上是我对20xx年销售工作计划的一些不成熟的建议和看法，如有不妥之处敬请谅解。

**房产销售的月度工作计划4**

所以为了我的目标能够实现，我觉得四月份应重点做好以下几个方面的工作：

1、依据前面几个月的销售情况和市场变化，着重寻找A类客户群，发展B类客户群，以扩大销售渠道。

2、四月份至少成交三套以上，因为这样才能支付房子的首付。

3、听从领导安排，积极收集客户信息。

4、自己在搞好业务的`同时计划认真学习业务知识、技能及销售实战来完善自己的理论知识，每月看一本书，力求不断提高自己的综合素质。

5、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。勇挑担子，勇担重任。

在下一个月，我相信我能够做的更好，这是我肯定要做好的！

**房产销售的月度工作计划5**

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。为了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。

>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。

以上是我部门的销售工作计划，希望我们公司蒸蒸日上！计划中如有不妥之处，请各位领导和同志们批评指正。

**房产销售的月度工作计划6**

20××年是我们xx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，充分认识并做好房地产个人工作计划。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20××年房产公司个人工作计划：

>一、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、 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。

2、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。

3、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。

4、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！

>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、 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。

以上，是我对20××年个人工作计划的一些设想，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20××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。

**房产销售的月度工作计划7**

即将进入下一步的实质性工作阶段，回顾上的工作，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20xx年以来“房产销售”的理解和感悟，特对20xx年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

在明年，要对该月的工作成果、计划执行情况做一次评估，总结得失，为明年的工作开展做准备。

**房产销售的月度工作计划8**

下面是我对四月份的工作计划与安排：

首先，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销售员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，关于四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xx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。

**房产销售的月度工作计划9**

房地产销售年度工作总结和计划首先，就本年度市场的整体环境现状进行总结，诸如行业市场容量变化、品牌集中度及竞争态势、竞品市场份额排名变化、渠道模式变化及特点、终端型态变化及特点、消费者需求变化、区域市场特征等等，目的在于了解整体市场环境的现状与发展趋势，把握市场大环境的脉动，

其次，深刻分析市场上主要竞品在产品系列、价格体系、渠道模式、终端形象、促销推广、广告宣传、、营销团队、战略合作伙伴等等方面表现，做到知彼知己，百战不殆。目的在于寻找标杆企业的优秀营销模式，挖掘自身与标杆企业的差距和不足。

最后，就是自身营销工作的总结分析，分别就销售数据、目标市场占有率、产品组合、价格体系、渠道建设、销售促进、品牌推广、营销组织建设、营销管理体系、薪酬与激励等方面进行剖析。有必要就关键项目进行SWOT分析，力求全面系统，目的在于提炼出存在的关键性问题并进行初步原因分析，然后才可能有针对性拟制出相应的解决思路。

运筹于帷幄之中，决胜在千里之外。新年度营销工作规划就是强调谋事在先，系统全面地为企业新年度整体营销工作进行策略性规划部署。但是我们还要明白年度营销工作规划并不是行销计划，只是基于年度分析总结而撰写的策略性工作思路，具体详细的行销计划还需要分解到季度或月度来制定，只有这样才具有现实意义。

目标导向是营销工作的关键。在新年度营销工作规划中，首先要做的就是营销目标的拟订，都是具体的、数据化的目标，包括全年总体的的销售目标、费用目标、利润目标、渠道开发目标、终端建设目标、人员配置目标等等，并细化分解。如终端类产品的销售目标就要按品项分解到每个区域、每个客户、每个系统等等;流通类产品分解到每个区域、每个客户等。

其次就是产品规划。根据消费者需求分析的新产品开发计划、产品改良计划;通过销售数据分析出区域主导产品，拟制出区域产品销售组合;根据不同区域市场特征及现有客户网络资源状况，拟制出区域产品的渠道定位。然后就要拟制规范的价格体系，从到岸价到建议零售价，包括所有中间环节的价格浮动范围。有时非常必要结合产品生命周期拟制价格阶段性调整规划。

如果企业仍存在空白区域需要填补、或者现有经销商无法承担新产品销售等原因，还需要制定区域招商计划或者客户开发计划。终端类产品还需要完善商超门店开发计划。

然后拟制品牌推广规划，致力于扩大品牌影响力，提升品牌知名督、美誉度、忠诚度，需要分终端形象建设、促销推广活动、广告宣传、公关活动等来明确推广规划主题、推广组合形式

最后，就是营销费用预算，分别制定出各项目费用的分配比例、各产品费用的分配比例、各阶段的费用分配比例。

如此，整体年度工作总结和新年度营销工作规划才算完整、系统。但是为了保障营销工作顺利高效地实施，还需要通过从企业内部来强化关键工作流程、关键制度来培养组织执行力。

房地产销售年度工作总结和计划在过去的一年里，\_\_?\_\_中心经历了开盘前积累期、开盘期、后续稳销期;在项目组全体工作人员的共同努力下，项目客户经历了从无到有，从少到多的积累，逐步实现了预期销售进度值，实现为开发公司回笼资金1000万，上客320组，现将本公司进驻新安?邻里中心项目部以来截至20\_\_年1月15日主要营销活动及销售工作总结如下：

一、营销总结

1、20\_\_年10月3日：本公司进驻新安?邻里中心

注：进场之前已完成售楼部物料准备、人员及车辆配备等工作

2、20\_\_年10月6日：新安?邻里中心售楼部盛情开放注：活动当天来客14组，并在10月6日前完成各媒体、媒介推广工作。

通过此次活动，将\_\_?\_\_中心售楼部开放信息有效传达，并引起一定的市场关注度。为后期一系列的营销推广活动奠定了坚实的基础。

3、20\_\_年12月9日—20\_\_年1月9日：新安?邻里中心开盘前系列活动

注：活动期间客户积累达150余组，为开盘工作顺利的推进起到关键的作用。期间主要采取以售楼部

门前演出活动及单页发放并重的营销方式，取得了良好的效果。并在此期间完成保安及周边乡镇同类项目的调研工作，并写出详细的调研报告

4、20\_\_年1月10日：新安?邻里中心一期首批房源正式开盘

注：\_\_?\_\_中心正式打开销售的序幕，开盘当天定出房源17套。在此之前完成开盘前所有的广告及准备工作。开盘达到预期效果，为后期资金的回笼及项目能够很好地延续打下坚实的基础，也为新安?邻里中心在保安地产界奠定龙头老大的口碑。

5、20\_\_年1月25日：启动\_\_?\_\_中心春节营销计划

注:此期间主要推出针对保安当地各村有影响力(各村村支书)的人物发放优惠卡活动并为他们带去油、酒等新春礼品，并鼓励其为本项目介绍客户，若介绍成功奖励其202\_元/套。事实证明此种推广方式效果还是有一点的，但作用不是太大，还有一点点的负面影响，就是有的客户先到售楼部交过定金后才找的他们。

6、20\_\_年4月20日—20\_\_年五一期间：推出“首批商铺完美售罄，房源应急加推”活动

注：将7#号楼正式推向市场并接受预定，但由于7号楼的工期一再延期，导致销售工作没有很好地

推进。此期间前期房源的价格首次调整，8号楼上调20元/㎡。此次活动首次采用短信的推广方式，可能是由于对号段的掌握并不准确，短信的效果并不明显。

7、20\_\_年7月16日—8月30日：推出“清凉一夏”买房送空调活动。

注：因7、8月份是房地产销售的淡季，且新安?邻里中心销售进度缓慢，适时推出“清凉一夏”买房送空调、看房送凉扇活动，并配合农村村口电影放映等营销方式，打破市场僵局。此期间的7月31日也是首批房源的合同约定交房日期，但由于8号楼刚刚封顶，水电及道路迟迟不到位，交房延期，也对销售工作产生一些负面影响。

8、20\_\_年9月10日—10月7日：推出“庆中秋，迎国庆”活动

注：期间推出看房送月饼及凭\_\_?\_\_中心宣传单页购房可在其他优惠基础上再优惠1000元活动。中秋国庆假期相连，推出的活动也很顺应市场，但由于开发公司与施工方关系处理不当，导致10月12日施工人员对售楼部打砸，此次影响恶劣。致本项目前期精心、努力所建立的良好口碑毁于一旦，楼盘形象一落千丈，而且此恶劣影响也没有在短期内有所好转。保安地方不大，百姓人云亦云，而且夸大其辞，事实证明此影响在短期内是无法根除的，也为后期的销售推进带来一定的难度。且在此期间国家推出整治小产权，对本项目也有一定的影响

9、20\_\_年11月2日：\_\_?\_\_中心一期二批商铺房源盛大公开

注：将D区、E区新建商铺房源推向市场，推出商铺交1000抵3万活动，市场反应强烈。当月售出商铺6套，住宅3套。此月为新安?邻里中心除开盘外单月销售量最多的一个月。但当月由于开发公司的张总与丁总在安置房源等方面问题互不沟通，致可销售房源较少，也导致后期释放房源失去销售时机。

10、20\_\_年12月27日：新安?邻里中心正式启动针对返乡置业潮营销计划

注：因私家小院销售进度缓慢，主要推出购私家小院送10件品牌电器活动：液晶电视、空调、洗衣机、太阳能、抽油烟机、燃气灶、高压锅、电动车、微波炉、豆浆机。并降低购房门槛，将私家小院的首付定为5万元，但由于本项目的私家小院楼距较近，只有5米，且价格相对较高，市场反应一般。

11、20\_\_年元月6日：农贸市场正式搬迁至\_\_?\_\_中心，农贸大街正式启用。

注：农贸市场正式搬迁至本项目的菜市场内，市场摊位正式搬迁至农贸大街，为本项目的繁华奠定了坚实的基础，将\_\_?\_\_中心又推向另一个高度。

小结：\_\_?\_\_中心整体营销活动能够整体连贯及很好地衔接，能够根据市场情况适时做出调整，顺应节点，做出不同的有针对性的营销计划，并能够很好地实施执行到位。

二、销售总结

1、新安邻里中心多层住宅房源共4栋

注：从已售住宅来看，8号楼销售最多，因为8号楼的户型是本公司根据当地市场为开发公司精挑细选的户型，面积为㎡及㎡的三室房源，事实证明本公司给予开发公司的建议是正确及非常明智的。14、15号楼是开发公司在本公司进驻之前就确定的，由于开发公司的丁总盲目自信，对本公司的建议有所保留，不能够完全采纳，导致14、15号楼的两室房源一直滞销。

2、\_\_\_\_中心私家小院房源共2栋

注：本项目的私家小院在原有规划上并没有此房源，开发公司的丁总不顾本公司的建议只考虑项目的容积率，认为增加房源，就是为项目增加利润。事实证明此决定并不成熟，因为此两栋楼是后加房源，在楼间距、阳光照射的采光度及舒适度等问题上并没有过多的考虑，导致此两栋楼采光受影响且视觉压抑，所以销售进度一直缓慢。

3、\_\_\_\_中心商铺房源150套注：本项目的商铺可售房源较少共40套，此40套房源大多为位置稍差的房源，除菜市场门口的9套外，其余大多为拆迁户挑剩下的房源，未售的17套房源其中有7套为转角且面积多为200㎡以上，面积较大，另有2套为通道房源，市场接受度较低。

小结：本项目虽拥有专业的营销建议及培训有素的销售人员，但也并不意味着可以不顾市场需求，与市场背道而驰。保安市场竞争激烈，地产项目较多，大大小小地产公司总共8家，市场存量房较多，\_\_\_\_二期、\_\_小区二期及\_\_小区的二期都将在20\_\_年春节之前集中推向市场，推出房源较多，而且价格相对较低。在保安，经济基础较好人员都已经选择在市区购房，而留守人口经济基础差，百姓投资意识更差，大部分人由于经济原因，暂无购房计划或延缓购房计划。后期\_\_?\_\_中心面临的竞争威胁依然激烈，\_\_\_\_中心如何在竞争日益激烈的市场中站稳脚跟，并能够持续稳定的发展都将是后期要面临及要解决的问题。

三、后期计划

1、案场管理方面

一个科学、系统而简约的管理制度和管理方式是凝聚团队走向成功的基石，作为销售部门尤为重要，为了打造更优秀的销售团队，计划将从绩效、激励、行为、心态、奖惩等销售人员最困惑的问题及因素出发，制定更为完善的销售管理制度。

2、销售培训方面

一个地产项目的成功与否，离不开硬件建设(地段、资金、户型、配套、建筑品质)，也离不开软件塑造(物业、推广、销售)，作为软件环节中直接面对客户的先锋，销售人员综合素质的优劣在一定程度上成为客户订房签约的关键因素，为此，塑造一流的销售团队尤为重要，针对20\_\_年的销售计划和市场情况，将在培训中添加针对性的培训内容，同时更加细化，培训涵盖市场调研、房地产基础知识、项目知识、销售技巧、销售基本流程与特例操作方案等7大项，以循序渐进、优胜劣汰的培训方法提高置业顾问的专业水准。

3、营销策划方面

市场竞争日益激烈，对产品的包装及计划性的经营，显得尤为重要。针对新安?邻里中心的营销方式要更好的“闰土”及“接地气”，适应当地市场，将新安邻里中心的销售工作在平稳中更好的推进，适时利用节点推出适合当地市场的营销活动，把新安?邻里中心在现有基础上再推向另一个高度。

四、个人总结

回顾20\_\_，一切历历在目，时间在不知不觉中飘然而过。在公司领导的带领帮助下，严格要求自己，按照公司的要求，较好的完成了自己的本职及其他工作，通过近一年兢兢业业的工作和切身反思，工作模式有了新的突破，工作方式有了较大的改观，人生最可怕的就是虚度光阴，20\_\_年过去了，在这一年里，我看到了公司的进步，公司的成长，我自己也渴望成长，我希望公司能够向中国大地产企业看齐，我也希望自己成为一位名副其实的地产精英。20\_\_，我要和公司一起努力，一起成长。在公司领导的带领下，迎接挑战，创造辉煌。

房地产销售年度工作总结和计划光阴似箭，201\_年即将过去，回顾这整整一个念头，生活、工作没有太大的变化，平平淡淡的过了一年，有过开心有过失落，得到一些东西的时候同时也在失去很多可贵的东西，过去的永远过去了，我不再去想它，只抱定信念，用一颗赤热的心迎接新的一年，相信自己是最棒的。

\_\_年10月份，一次偶然的机会我接触到房地产行业，通过整整一个月的培训我成为了一名房地产销售人员。我非常热爱这份工作，通过自己的努力取得较好的业绩。201\_年10月8日，我成为\_\_公司的一名销售人员，在这里我学到了很多为人处世的道理，大家都像一家人相处的特别融洽，工作上互相帮助，互相支持，为了最终的业绩共同努力。我来公司两个月了，非常感谢各位领导和同事对我的照顾，我会好好学习，努力工作的。

201\_年12月1日\_\_盛大开盘，销售业绩再创呼市佳绩。从前期的客户积累到后期的成功销售基本两个月的时间，整个销售过程都非常的顺利。在接待客户当中，自己的销售能力有所提高，慢慢的对于销售这个概念有所新的认识。从自己那些已经购房的客户中，在对他们进行销售的过程里，我也体会到了许多销售心得。

谁也不能否认，情绪是会传递的，当你以一颗乐观的热情的心去接待客户时，客户也会被你快乐的情绪所感染，如果你给客户带来的是抱怨，忧郁和黑暗，那么客户也会回应给你抱怨，忧郁和黑暗。所以说，情绪很重要，我们要学会控制自己的情绪，在接待当中，始终要保持热情和良好的心态。良好的心态是迈向成功的第一步，无论做什么事都要保持一颗积极乐观的心态，这样才会事半功倍。

如果没有一个良好的心态，那肯定是做不好的。在工作中我觉得态度决定一切，当个人的需要受挫时，态度最能反映出你的价值观念。积极、乐观者将此归结为个人能力、经验的不完善，他们乐意不断向好的方向改进和发展，而消极、悲观者则怪罪于机遇、环境的不公，总是抱怨、等待与放弃!什么样的态度决定什么样的生活.

20\_\_年，我会给自己制定周详的计划，找出并认清自己的目标，不断坚定自己勇往直前、坚持到底的信心，这个永远是最重要的。龟兔赛跑的寓言，不断地出现在现实生活当中，兔子倾向于机会导向，乌龟总是坚持核心竞争力。现实生活中，也像龟兔赛跑的结局一样，不断积累核心竞争力的人，最终会赢过追逐机会的人。

人生有时候像爬山，当你年轻力壮的时候，总是像兔子一样活蹦乱跳，一有机会就想跳槽、抄捷径;一遇挫折就想放弃，想休息。人生是需要积累的，有经验的人，像是乌龟一般，懂得匀速徐行的道理，我坚信只要方向正确，方法正确，一步一个脚印，每个脚步都结结实实地踏在前进的道路上，反而可以早点抵达终点。如果靠的是机会，运气总有用尽的一天。

**房产销售的月度工作计划10**

>第一阶段：项目开发前期阶段

对公司拟投资项目进行初步考察，掌握基本情况和信息，制订具体的市场调查计划，开展正式的房地产市场调研工作，提出项目操作的初步总体思路，对项目入行初步的市场定位，为公司管理层的投资项目决策提供依据。

主要工作内容

一、对项目位置、规划红线图、项目相关的法律手续文件、项目周边环境、项目所在区域的市政规划入行了解熟悉;

二、开展房地产市场调查

①市场环境调查分析

对项目所在地的城市规划、宏看经济、人口规模、土地资源和房地产市场入行考察

②房地产市场调查分析

对项目所在地的房地产市场供给、需求状况、价格现状和趋势、产品类型及市场缺位、销售渠道入行具体调查。

三、项目初步定位

根据相应的市场研究分析后，初步明确项目的`形象定位、产品定位、价格定位等，为项目开发提供切实可行的依据。

四、提出初步的项目操作总体思路。

>第二阶段：项目开发阶段

跟踪动态市场行情，进行竞争楼盘和竞争对手调查、消费者调查，对本开发进行优劣势分析，入一步明确的项目市场定位和项目的总体操作思路，提出相应的营销策略;

主要工作内容

一、开展房地产市场动态调查

深入了解项目所在区域的房地产市场供应、需求状况，价格现状和未来发展趋势，产品类型、销售渠道。

二、开展竞争楼盘和竞争对手势态调查分析

①竞争楼盘扫描

②替在竞争对手入入可能扫描;

③供给量分析

④竞争对手的产品分析，包括房型、规划、土地、综合配套;

**房产销售的月度工作计划11**

四月份的个人销售计划：

>一、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。

>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、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。我会适时的根据需要调整我的学习方向来补充新的能量。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。

**房产销售的月度工作计划12**

>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、xxxx年10月底—xxxx年12月，借大的推广活动推出—项目

2、xxxx年10月底—xxxx年11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、xxxx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、xxxx年1月下旬，春节之前，开盘销售强销。

>二、销售准备（xxxx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xx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xxxx年12月31日前完成—项目销将资料包括以下几个部分：

（1）购买的理由：产品稀缺性销讲

（2）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。xxxx年12月31日前，由—整理后，统一作为产品和项目优势说辞。

（3）建筑工艺及材料：需要在xx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。xxxx年12月31日前，由—整理后，作为材料工艺说辞。

（4）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。

（5）样板区销讲：不利因素公示

（6）置业顾问培训：预售证由销售内页负责，于xxxx年1月10号前完成

3、面积测算：由销售内页负责，于xxxx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xxxx年1月10号前完成

5、交房配置：由工程设计线蒋总负责，于xxxx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xxxx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：

（1）确定对y区沿线情调、步行道的`包装方式和具体要求；

（2）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；

（3）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xx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xxxx年1月10日提出销售价格表和销售政策。

**房产销售的月度工作计划13**

有计划才会有方向，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计划，给之后的工作树立正确的方向。以下是我七月份的工作计划：

>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xx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。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，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。

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。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！

**房产销售的月度工作计划14**

在已过去的20xx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，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。在20xx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20xx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20xx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20xx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20xx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20xx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20xx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，我将在部门经理与同事的帮助下，进行相关的专业知识培训，使销售工作达到销售商铺的要求，上升到一个新的高度。

**房产销售的月度工作计划15**

一年的工作就要结束了，而来年的工作也是接踵而至，作为房地产的一名销售人员，我也是要做好XX年的工作计划，让自己更加清楚一年要做什么事情，哪些是更加重要的，哪些是需要我继续努力去提高的。

>一、销售目标

XX年我要按照主管的要求，达成销售的目标，按照年度的目标去分解，制定好每月的销售计划任务，让自己每个月都明确自己要达成的目标是多少，需要销售多少套房子出去，只有将目标分解下来，一个个的去做好，那么才能在到达年底的时候完成年度的销售任务。通过分解目标，然后再有计划的去找到目标客户，去进行销售，而不是在营业部等待，那样的话是完成不了任务的。

>二、要提升自己的销售能力

XX年的工作虽然做完了，任务也达标了，但是感觉有一些运气的成分在，而自己的销售能力其实还是需要进一步的去提升的，一些本来可以拿到手的客户却最后还是没有成功的拿下，而这也是我的销售能力不过关的原因，在XX年我要去提升我的销售能力，参加一些销售的课程培训，学习一些销售的方法和技巧，让自己能在这一年的工作中做得更加的好，而不是还保持原来的样子，虽然工作也是会让自己提升，但是多学一些，能提升的更快，也是能更有把握的完成销售的目标。

>三、对新楼盘的了解

XX年有一个新的`楼盘要开盘，虽然今年有了解一些情况，但是具体的如何，却是需要进一步的去了解，同时根据自己了解的楼盘情况去进行归纳和总结，转化为销售的话语来跟客户去沟通商谈。对于新楼盘来说，公司也是抱有很大的期望，希望能销售出一个好的业绩，我也是要努力的抓住这个机会，新的楼盘来看的客户也是特别的多，只有把楼盘的情况了解清楚，那么我就能在这些潜在的客户中更好的找到有意向的客户，促成销售，最后达成签约。

新的一年，有新的任务，也有新的期盼，在新的一年，我要完成我的销售任务的同时积极的去学习，让自己的销售能力变得更好，这样也是能再促进工作完成。同时对于自己这一年所犯的一些错误，和不足的地方也是要在新的一年里改进，完善，不再犯这些错误了。我相信在XX年，我一定可以按照计划，认真的去把工作做好的。

**房产销售的月度工作计划16**

>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，是熟识项目的首要目标。

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。

**房产销售的月度工作计划17**

随着企业之间竞争态势的发展，企业的市场观念发生了巨大的变化，已经有越来越多的企业放弃了以往站在自身的立场上，为生产而生产的导向，开始以市场和消费者的需求为产品生产的出发点，并且在销售活动中，也正在放弃具有\_强销\_色彩的推销观念，转而根据市场需求和市场需求的.变化进行市场营销活动。为了适应市场的变化，对20xx年的工作做出了如下计划。

加强广告的投入。企业的广告活动原来只担负站在企业立场上向消费者推销产品的任务，成为企业推销观念的翻版。而策划观念的引入，则使市场和消费者受到了高度重视，市场分析、消费行为分析、产品分析、竞争对手分析成为广告决策的前提，从而顺应了企业从推销导向向营销导向的变化。

在房地产行业，广告策划不仅要考虑地产开发项目的区域经济情况、而且要考虑地产开发项目周围的市场情况和区位情况。房地产策划是一个庞大的系统工程，各个策划子系统组成一个大系统，缺一不可，密切联系，有机统一。同时它的理念、创意、手段应着重表现为超前、预见性。在市场调研阶段，要预见到几年后房地产项目开发的市场情况；在投资分析阶段，要预知未来开发的成本、售价、资金流量的走向；在规划设计阶段，要在小区规划、户型设计、建筑立面等方面预测未来的发展趋势；在营销推广阶段，要弄清当时的市场状况，并在销售价格、推广时间、楼盘包装、广告发布等方面要有超前的眼光。

另外，房地产策划要适应市场的需求，吻合市场的需要：

一是房地产策划自始至终要以市场为主导；

二是房地产策划要随市场的变化而变化；

三是房地产策划要造就市场、创造市场。它的策划要比较和选择多种方案。房地产策划方案不是一成不变的，应在保持一定稳定性的同时，根据其市场环境的变化，不断对策划方案进行调整和变动，以保证策划方案对现实的适应状态。

房地产策划在房地产开发项目建设中自始至终贯穿一起，为项目开发成功保驾护航。房地产开发项目建设要完成一个项目周期，需要经过市场调研、项目选址、投资研究、规划设计、建筑施工、营销推广、物业服务等一系列过程，房地产策划参与项目的每个环节，通过概念设计及各种策划手段，使开发的商品房适销对路，占领市场。

目前，一些房地产开发项目策划已初步表现出以上观念的转变，房地产策划的思想活跃、理论丰富，这些都给房地产企业以智力、思想、策略的帮助与支持，给房地产企业出谋划策，创造更多的经济效益。所以，在新的一年，每个人都应该加把劲，把业绩做到最好！

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！