

商品房销售计划书 房产销售工作计划 (实用8篇)

时间过得真快，总在不经意间流逝，我们又将续写新的诗篇，展开新的旅程，该为自己下阶段的学习制定一个计划了。怎样写计划才更能起到其作用呢？计划应该怎么制定呢？下面是小编为大家带来的计划书优秀范文，希望大家可以喜欢。

商品房销售计划书 房产销售工作计划篇一

工程方面

以“特洛伊城”项目建设为重点，统筹安排，切实做好建设任务

(一)20xx年底前力争方案报批通过

11月份：参与制订规划方案，配合公司领导完成规划方案在市规划局的审批通过。

12月份：配合公司高层完成规划方案的市长办公会议通过，办理环境保护意见表的工作。

(二)20xx年度工作安排

1月份：组织编制环境评估报告及审核工作；办理项目选址(规划局)，参与项目的扩大初步设计，并完成项目场地的地质勘察报告。

2月份：参与工程的施工图设计及图纸审查；编制项目申请报告，办理项目核准(发改委)；完成桩基础的工程招投标工作，工程监理招标工作，并组织场地的地下排水工作。

3月份：办理工程规划许可证工作(报市规划局)，并进行场地周围的止水帷幕、护壁桩的施工。

4月份：完成工程主体的招投标工作，办理桩基础工程的施工许可工作。

5月份：办理工程主体的施工许可工作，确定主体工程的施工队伍，至6月中旬完成桩基础工程的施工工作。

6-9月份：基础工程完成。

(三)、报建工作。

工程部应适时做到工程报建报批，跟进图纸设计。元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，工程部应善于理顺与相关部门关系，不得因报建拖延而影响工程开工。另外，工程部应加强工程合同、各类资料的存档管理，分门别类、有档可查。建立一套完整的工程档案资料。

(四)、工程质量。

“特洛伊城”项目是市重点工程，也是“特洛伊城”品牌的形象工程。因而抓好工程质量尤为重要。工程部在协助工程监理公司工作的同时，应逐渐行成公司工程质量监督体系。以监理为主，以自我为辅，力争将“特洛伊城”项目建成为优质工程。

(六)、预决算工作。

1、认真编制工程预算，配合工程部及时做好工程手续的洽谈协商、变更，及时掌握材料的变动情况，配合工程部做好工程进度的控制工作，做好工程的两表对比，最大限度的节约使用资金。

2、制定工程资金使用计划，“特洛伊城”项目工程估算需用资金4.6亿元左右；其中基础部分需用约0.8亿元；地上商业部分约用1.4亿元；公寓部分约用2.43亿元，做好工程资金的使用计划对项目的建设起着关键性的作用，工程部、预决算部、财务部、采购部以及招商部等职能部门必须紧密联系、团结协作，使各项工作顺利进行。

商品房销售计划书 房产销售工作计划篇二

房产销售人员要对楼盘情况了如指掌，来看看房产销售人员的工作计划是怎样的吧！下面是本站小编收集整理的房产销售工作计划，欢迎阅读。

经过20xx年两个月的工作，我对房产销售有了更深层次的了解，同时也学到了很多的东西，为了让自己在新的一年里有更高的收获，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！

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，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，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20xx年新的挑战。

工程方面

一、以“特洛伊城”项目建设为重点，统筹安排，切实做好建设任务

(一)20xx年底前力争方案报批通过

11月份：参与制订规划方案，配合公司领导完成规划方案在市规划局的审批通过。

12月份：配合公司高层完成规划方案的市长办公会议通过，办理环境保护意见表的工作。

(二) 20xx年度工作安排

1月份：组织编制环境评估报告及审核工作；办理项目选址(规划局)，参与项目的扩大初步设计，并完成项目场地的地质勘察报告。

2月份：参与工程的施工图设计及图纸审查；编制项目申请报告，办理项目核准(发改委)；完成桩基础的工程招投标工作，工程监理招标工作，并组织场地的地下排水工作。

3月份：办理工程规划许可证工作(报市规划局)，并进行场地周围的止水帷幕、护壁桩的施工。

4月份：完成工程主体的招投标工作，办理桩基础工程的施工许可工作。

5月份：办理工程主体的施工许可工作，确定主体工程的施工队伍，至6月中旬完成桩基础工程的施工工作。

6-9月份：基础工程完成。

(三)、报建工作。

工程部应适时做到工程报建报批，跟进图纸设计。元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，工程部应善于理顺与相关部门关系，不得因报建拖延而影响工程开工。另外，工程部应加强工程合同、各类资料的存档管理，分门别类、有档可查。建立一套完整的工程档案资料。

(四)、工程质量。

“特洛伊城”项目是市重点工程，也是“特洛伊城”品牌的形象工程。因而抓好工程质量尤为重要。工程部在协助工程监理公司工作的同时，应逐渐行成公司工程质量监督体系。

以监理为主，以自我为辅，力争将“特洛伊城”项目建成为优质工程。

(六)、预决算工作。

1、认真编制工程预算，配合工程部及时做好工程手续的洽谈协商、变更，及时掌握材料的变动情况，配合工程部做好工程进度的控制工作，做好工程的两表对比，最大限度的节约使用资金。

2、制定工程资金使用计划，“特洛伊城”项目工程估算需用资金4.6亿元左右；其中基础部分需用约0.8亿元；地上商业部分约用1.4亿元；公寓部分约用2.43亿元，做好工程资金的使用计划对项目的建设起着关键性的作用，工程部、预决算部、财务部、采购部以及招商部等职能部门必须紧密联系、团结协作，使各项工作顺利进行。

商品房销售计划书 房产销售工作计划篇三

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。

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□xx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□xx3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xx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xx月28日可增加xx5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xx5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。

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xx00户，完成认筹1428组，完成来访20xx组，按xx3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。

目标市场□xx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xx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。

1□xx月xx日前完成商业策划公司及广告公司的签订。

2□xx月xx日前完成各媒体资源的整合及筛选

3□xx月xx日前完成第一批广告画面的设计并制作发布

4□xx月xx日前分别完成家居大卖场及小商品城人员到岗经理

及以上级别2人，销售及相关人人员6人，共计18人。

6□xx月xx日家居大卖场或小商品城开始接受客户诚意登记（认筹）。

7□xx月中下旬视认筹情况确定时间开盘

8□xx月上旬家居大卖场或小商品城开始接受客户诚意登记（认筹）。

9□20xx年xx月中下旬视认筹情况确定时间开盘

10□xx月xx日前，一期标铺开始诚意登记

11□xx月xx日前，一期标铺视认筹情况确定时间开盘

（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. xx年xx月底—xx年xx月，借大的推广活动推出-项目
2. xx年xx月底—xx年xx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. xx年xx月中旬，开放样板房，同时策划师对市场进行第二次摸底。
4. xx年xx月下旬，春节之前，开盘销售强销。

销售准备□xx年xx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xx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xx年xx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□xx年xx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xx年xx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□xx年xx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xx年xx月底—xx年xx月

培训内容包括：

销讲资料培训，时间□xx年xx月底—xx年xx月初

建筑、景观规划设计培训，时间□xx年xx月初

工程工艺培训，时间□xx年xx月初

样板区、样板房培训，时间□xx年xx月9日

销售培训，时间□xx年xx月—xx年xx月出

2. 预售证

3. 面积测算

商品房销售计划书 房产销售工作计划篇四

商品大世界、名优建材市场等分开。

某房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

a□东南板块及郑汴路商圈。

郑州房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。某房产位于这一区位之内。与英协、建业几乎是一路之隔。但某房产在操盘过程中，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xx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。其中燕归园是某房产二期小户型明确的竞争楼盘，几乎所有的楼盘都和某房产一期159、127平米现房形成明确的竞争关系。（详见附1：郑汴路市场）

b□小户型市场概况。

自xx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xx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。

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，10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(某房产购房消费支撑力度)

调查：分层随机抽样(不同年龄层)和分块随机抽样

调查时间□xx□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。

对建材发现：

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

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、清静

10、相当一部分是河南总代理，无须过多的现场销售

商品房销售计划书 房产销售工作计划篇五

在已过去的**年里，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**年工作计划。

在**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**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**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。

在新的一年里，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**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**年的销售任务，是我必须关注和加以研究的工作。

我在**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。

我将结合**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。

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。

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。

商品房销售计划书 房产销售工作计划篇六

经过**年两个月的工作，我对房地产销售有了更深层次的了解，同时也学到了很多的东西，为了让自己在新的一年里有更高的收获，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。

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。楼盘，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。

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。**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！

商品房销售计划书 房产销售工作计划篇七

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。

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。

1. 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. 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。

4. 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。

5. 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？

6. 预计盈亏报表：综述计划预计的开支。

7. 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

3. 竞争情势

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。

商品房销售计划书 房产销售工作计划篇八

20xx年，公司要在xx集团的领导下，依托集团的优势，依靠自身地努力，审时度势，求真务实，克服困难，改进20xx年工作中存在的不足，抓好xxxxxx一期住宅□xxxx项目的建设和交付工作；力促xxxx项目按计划开工建设；狠抓xx项目□xx项目□xx的销售和资金回笼；在取得xx旧城改造项目和xxx旧城改造项目的前提下，踏踏实实做好项目建设的各项前期工作。在新的一年里，抓住机遇，完善管理，确保企业的持续稳步发展。

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□

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方法，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，加强广告宣传，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。

xx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。

xx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拍。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企业文化，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，参与企业管理，发挥每一个人的潜能，成就一支懂专业，讲纪律，具活力，勇创新的房产专业队伍。

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，中国的房产还将有长期的、广阔的发展空间。在新政的影响下，房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！