

职员培训情况的心得体会 公司职员入职培训情况的心得(模板5篇)

总结是对前段社会实践活动进行全面回顾、检查的文种，这决定了总结有很强的客观性特征。大家想知道怎么样才能写一篇比较优质的总结吗？以下是小编精心整理的总结范文，供大家参考借鉴，希望可以帮助到有需要的朋友。

实习工作总结ppt篇一

现在进入公司已经将近有3个月的时间，这一个月的学习过程对我来说是至关重要，在这段时间里我学到了很多新的东西，比如业务上的谈判，产品知识的实际运用以及新环境下同事之间的和睦相处等等，现就本周的一些心得与体会写一下。

一、总结：

x月份截至目前出了三单的成绩，完成了自己的初步任务目标，在这里我要感谢xx□xx的帮忙。没有她们的帮助这个单子是不会这么顺利拿下来的。

经过这不到一个月的电话营销，自己也总结了一下小小的心得经验：

1. 首先确定产品的使用目标，在和客户沟通之前，要充分的了解客户，因为我自己认为不能为了打电话而打电话，是为了成单而打电话。针对不同的客户侧重讲不同的内容，正如每个人的心态不同，与我同年这一辈多是自傲的人，他们的虚荣心不允许他们在别人面前承认自己某方面缺陷，因此他们对保健品十分排斥，或者他们本身十分健康，根本不需要这些。此刻作为最大的消费人群，我们要换个角度，从父母下手，百善孝为先，可以以情动人。

2. 其次要有正确的决策者。在工作中能找到一个真正的决策者也是需要下一番工夫的，在没有确定接电话的人是否是决策者时轻易不要暴露自己的身份，可以从旁去询问出哪些人有决策权，要出电话与姓名，这时需要的我的说话艺术，对大数的人来说，他(她)们在不是很忙的情况下会很热心的告诉你一些情况，如果在工作烦忙时会很暴，这时就不易过多的谈话，并表示出你的感谢马上挂电话。

3. 再者要有积极地心态和正确的话术。虽然平时会受到许多质疑甚至侮辱，但我明白，自己必须承受压力和调节好个人情绪的变化，每天工作时都要保持一个很热情很积极的心态，用你的热情去打动对方。

4. 对于意向客户。对于意向客户要时时及时的跟踪，坚持不懈的跟踪。目前我的客户中自己感觉有意向的，有30个。我认为自己目前所做的是了解这些人，获悉他们徘徊的缘由，从根本下手，争取一举拿下。

5. 但经过长期的训练，本人认为要做到取舍。对于钉子户，要敢于放弃，也许一个人的时间可以换来二个客户。同时不能气馁，心态摆正，卖不出，不一定永远卖不出。

二、计划

爱自己的工作，爱自己的团队

实习工作总结ppt篇二

我是支行的信贷员，调查贷款客户达150位，成功放款30笔，发放贷款达700万元，而且所有贷款均属于正常类贷款。自在信贷路上从零开始的艰辛跋涉。以下是我的工作总结。

从20xx年参加工作以来，需要三天两头跑到客户家中，实地了解客户的基本情况、经营信息，调查掌握客户的贷款用途、

还款意愿，分析客户的还款能力。这些对于不善与人交流的我来说，实在是太难了。起初的一个月里，我总在心里想，把钱放出去还不上怎么办？有时打起了退堂鼓，觉得还是继续干老本行比较好。

支行领导了解到信贷员们的普遍心态后，及时和大家座谈，让大家解放思想，放下包袱，说：“还没干就不要轻易否定自己，你们一定会慢慢地喜欢上信贷这个岗位的。”领导的耐心开导和对发展前景的描绘，使大家对自己的工作渐渐鼓起了勇气。思想顾虑消除了，整个队伍开始有了活力。我和大家一样，也受到了很大鼓舞，下定决心从零开始学起。

通过支行前期的大力宣传，陆续有一些有需求的客户开始上门咨询，我也迎来了第一位贷款客户。那天，我怀着复杂的心情，与另一名同事坐了一个半小时的公车来到了xx村。这位客户是个农户，有十多年的养殖历史，对市场非常了解。在客户家，我作了自我介绍后，便开始按培训时要求的调查顺序逐项询问。由于是第一次与客户进行“营销”交流，加上对xx行业了解不够，心里很紧张，问了不到20分钟，客户突然说：“我不贷了，你们走吧，不就是从你们银行贷点款嘛，跟审犯人似的。”我见状，赶忙解释，可这位农户就是不再配合了。无奈，我与同事扫兴而归，第一次营销就此“流产”。

回去的路上，我翻来覆去地回忆刚才的场景，又问同事的感受是什么。经过分析，我找到了答案：问题不在客户，完全是自己根本不会跟客户交流，不懂对方的需求和困难所在才造成了尴尬局面。

扪心自问，如果总是这样不善于与客户交流沟通，以后谁还敢来找我贷款？不行，必须改，从头练！从此，每天上班后就和同事们一起上街作宣传，与小商户们聊天，练习介绍贷款业务；下班后还走亲访友，介绍银行小额信贷，把他们当成练习对象。功夫不负有心人。现在我自认为交流技巧有了很大

提高。辛劳踏出丰收路开发信用村将是支行以后的重点发展客户，深入了解掌握农户的经营情况和规律，尽快了解行业，是自己的首要任务。通过亲戚找到几户农户，与同事一起实地去了解情况。时间一长，渐渐地习惯了这种工作。半年的工作业绩虽然不理想，但我深感自己的工作离不开领导和信贷部团队对我的关心和支持；同时，更感激一直默默无闻在背后支持我工作的家人。我要用“舍小家顾大家”的敬业精神，努力工作争起做一名合格的银行信贷员。

实习工作总结ppt篇三

上半年，华晋销售分公司认真贯彻落实集团公司20xx年工作会议安排部署，紧紧围绕“33599”年度工作目标和经营，科学组织营销活动，克服销售环节中的各种困难，加强产运销衔接，主要产品销量、营业收入超额完成进度计划，同比有较大幅度增长。

（一）主要产品销量超计划，同比增长较快

上半年，销售分公司累计销售自产煤121.66万吨，其中：沙曲矿108.01万吨，吉宁矿13.63万吨，完成均衡计划的114.77%，比上年同期增长23.38万吨，增长23.79%，由于销量增长影响销售收入增长0.74亿元。其中：沙曲矿同比增长9.74万吨，增长9.91%，吉宁矿同比增长13.63万吨，增长100%。

（二）营业收入完成进度计划，同比增幅较大

上半年，销售分公司累计自产煤销售收入11.16亿元，其中：沙曲矿10.24亿元，吉宁矿0.91亿元，完成均衡计划的103.33%，同比3.78亿元，增长51.22%，其中：沙曲矿同比增长2.86亿元，增长38.75%，吉宁矿同比增长0.91亿元，增长100%。

（三）各类产品销售价格均比上年同期有所增长，商品煤综合售价虽未达到计划标准，但比上年同期增幅较大。

上半年，销售公司销售的各类煤炭产品销售平均价格均比上年同期有所增长，由于价格增长影响销售收入增长3.04亿元。其中：精煤平均售价1376.77元，比上年同期增长86.34元，增长6.69%，中煤平均售价204.62元，比上年同期增长45.25元，增长28.39%，煤泥平均售价42.74元，比上年同期增长14.86元，增长53.29%。原煤的销售价格不具可比性，但收入因此增长0.91亿元。

（四）销售费用使用情况

上半年销售费用1366.81万元，比上年同期增长229.09万元，增长原因为预提的办公楼修理费用。可控经费273.87万元。

主要工作思路：贯彻落实山西焦煤集团和中煤能源集团工作会议精神，围绕华晋公司“33599”年度工作目标和“十二五”发展战略，抓好主体矿、整合矿、贸易煤（销售公司）三大板块的煤炭销售，理顺销售关系、完善销售票据手续；不断加强销售管控力度，认真分析研究市场，根据商品煤品种的增加和差异化的用户需求，合理调整优化市场结构；严密关注商品煤质量变化，继续做好“平质保牌”工作，及时处理商务纠纷；发挥好铁路运输计划和专用线的优势，利用现有的销售网络平台，做好多品种、跨区域的交叉销售模式，全力支持销贸一体化运行，实现华晋销量的稳步增长；多种方式与用户或洗选加工企业合作，最大限度地把原煤转化成精煤，走精煤战略，提高产品附加值；继续加强员工的全方面培训，提高业务素质，发挥个体专长，打造一支煤炭营销行业精英团队。（一）充分认识加强销售工作的紧迫性，围绕安全销售中心工作苦干实干，形成和谐高效的运行机制。

地销精煤的价格变化。对产得出、运得走、销路畅的矿，要加大生产力度，增产增销，并要做好优化劳动组合、安全生产、

加强质量标准化管埋。要根据市场需求变化,科学协调煤炭生产,加强组织产销协调和运输衔接。根据市场需求,控制总量,在稳定煤炭市场供应的同时,合理控制煤炭企业库存,处理好安全与生产、安全与效益、眼前利益与长远利益的关系,坚持科学发展。在强化煤炭生产的组织管理的基础上,努力提高矿井持续发展能力,利用当前煤炭市场调整时机,积极调整销售组织。

作为销售公司,我们的中心任务就是搞好销售,我们的各项工作都应该紧紧围绕这个中心,服从和服务于这个中心工作。做好服务工作,首先要大力弘扬“三不”精神,推广“一线工作法”,跑现场,抓质量,肯于吃苦,乐于奉献,靠前指挥,工作到位,及时研究解决生产销售过程中出现的各种困难和问题。必须杜绝技术服务不到位、工作质量不高、信息反馈不及时、业务衔接不顺畅等突出问题,努力实现正规循环、稳产高效。其次,要牢固树立“安全责任重于泰山,职工生命高于一切”的安全理念,坚决贯彻落实国家安全生产方针,正确处理安全与生产、安全与质量、安全与效益的关系,当生产与安全发生冲突时,生产必须给安全让路,坚决做到不安全不生产。再次,要努力做好宣传动员和职工思想政治工作,把集团党政的工作部署转化为职工的自觉行动,保持职工队伍高昂的工作热情,形成和谐高效的运行机制。

(二)积极主动出击,加强市场调研,不断开拓市场,及时、真实、准确地了解和掌握宏观、微观经济信息,达到合理配路资源。

要积极关注市场变化,及时掌握了解煤炭市场行情,尤其把握不同季节煤炭需求增加的有利时机,加强产运销调解,不断开拓市场,巩固老用户,开拓新用户,组织开展形式多样的促销活动,加大省内外、国内外市场的开拓力度,坚持让利不让市,要有长远意识,宁可暂时牺牲点眼前利益,也要保住长期的战略合作伙伴关系和市场已有的份额。要大力发扬老煤炭运销人员的“走遍千山万水、想尽千方百计、说尽千言万语、历经

千难万险”的精神,主动出击,巩固老用户,开辟新市场。尤其是与电力与用煤大户签订中长期的供需协议,确保煤炭市场稳定。要把企业的生产经营和销售工作纳入市场经济的大循环圈,以开展“敬业、严管、降成本、增效益”活动为契机,在煤炭质量、销售环节、售后服务等方面进行严格管理。要把质量视为企业的生命,不允许发出的煤炭有质级不符或亏吨现象存在。要进一步端正经营思想,严格执行煤质运销管理办法,加强煤质监控,确保华晋焦煤的优质品牌,进一步落实“三不”政策,加强货款回收。

(三) 树立市场意识,改进营销策略,提高服务质量,保持加快发展的危机感,为公司谋求长远利益。

首先要改变过去的官商作风,树立用户就是上帝的观念,从方便用户、促进销售出发,扩大服务事项、延伸服务内容,实行销售、财务结算、发运“一条龙”服务,简化客户购煤手续,满足用户定矿、定点发售要求,保证外运煤的数量、质量经得住用户的'认可和检验。其次在运用灵活的营销策略方面,要遵循市场经济的规律,超前思考,因势利导,适时应变,突出焦煤重点,抓住用煤大户,兼顾一般用户;价格上,实行优惠政策,让利不让市,暗降明不降;营销方式上,多管齐下,采取联营、代理、仓储、赊销、易货贸易等,开辟新途径,加大销售量,尽最大可能降低库存量。在实施营销策略中,本着互惠互利、利益均沾的原则,建立供需双方利益共同体;促销要更新观念,设立必要的中介费制度,搞活流通渠道,调动销售人员的积极性。

市场总监、销售经理、区域经理,大大小小上百家企业都在抢人才,抢市场,大家已经真的地感受到市场的残酷,坐以只能待毙。总结是为了来年扬长避短,对自己有个全面的认识。

转眼间□20xx年已成为历史,但我们仍然记得去年激烈的竞争。天气虽不是特别的严寒,但大街上四处飘飘的招聘条幅足以让人体会到20xx年阀门行业将会又是一个大较场,竞争将更加白热化。市场总监、销售经理、区域经理,大大小小上百家

企业都在抢人才，抢市场，大家已经真的地感受到市场的残酷，坐以只能待毙。总结是为了来年扬长避短，对自己有个全面的认识。

实习工作总结ppt篇四

今年以来，面对市区高星级和同星级酒店的环境林立，面对各类商务酒店、特色餐饮店对市场的冲击，德华宾馆占据的市场份额越来越少，如何突破此瓶颈，营销部全体员工以宾馆年初制定的“外抓营销，内强管理”为指导，充分发挥各自的主观能动性，在总经办的带领下，劲往一处使，想尽千方百计，积极拓展新客户，稳定老客户，在这一年中95%的协议客户选择了继续在德华消费，还新增部分优质协议客户。在各行政单位不断地压缩接待经费和人事变动较大的不利的背景下，协议客户消费与去年同期比较略有上升。

一是始终坚持“管家式”服务。

在坚持“管家式”服务基础上，我们有效的开展“一站式”服务，想客户之所想，急客户之所急，在今天的文明城市创建接待中，营销部积极发挥协调作用，配合接待服务、及时传达信息，积极搞好外联，真正用服务品质成就了德华会议服务的品牌。

二是不断开拓会议市场。

我们注重加强与协议单位的联系，不放松任何信息捕捉，我们既是营销员又是服务员，从会议接进来开始，就对餐饮、客房、会务全程进行跟踪和全方位进行服务，这样不仅使客人减少了麻烦，还与客人建立了长期合作的友情，尽管我们的会议室的硬件不如四星、五星级的宾馆，但由于我们“管家式”和“一站式”的优质服务，赢得了客人的一致好评，今年一年，我们共接待各类型会议批次，全年会议收入比去年同期增长万元。

三是稳定旅游团队市场。

在过去的一年里，通过严谨细致的市场调查后，结合宾馆的实际情况，制定了相应的接待价格政策和接待方案，加大了与协议旅行社的回访和联络，提高了客房入住率，弥补了宾馆在会议淡季的客房闲置，带来了一定的经济效益。同时，使宾馆的知名度也随团队的入住而提升。

账款回笼是我们今年工作的重点，也是工作的难点，主要是因为今年宾馆销售收入相对比去年有所增长，而我们的协议客户95%都是财政拨款单位，资金受拨款的限制，我们根据实际情况区别对待，对于老账，呆账采取多次上门催收；账款数额大的，就化整为零分次催收，在催收的过程中，虽然是遇到了许多意想不到的困难，有时是冷脸挨热脸，有时是话语不客气，我们怀着一片诚心，凭着对宾馆的炽热情怀，保证全年回笼了对外应收账款万元，并理清理顺了各类老账笔，保证了宾馆资金的安全回笼。

今年，我们把拜访维护客户作为重要工作来抓，开展形式多样的客户拜访，坚持了每位营销员每日上门拜访4家客户的形式，并在节假日或重大营销举措出台前利用企信通，手机给客人发送信息，为客户提供时尚、新颖、健康、快捷的短信内容！客户生日及时送上蛋糕、鲜花表示祝贺，既联络了感情又能精确地锁定我们的消费者，创建了德华营销特色。此外，还经常与客户电话沟通，既征求工作意见又送上一声声美好的祝福，通过这些形式，我们的客户与营销员建立了良好的消费合作关系，现在客人来宾馆消费80%是通过打电话给营销员预定，保证了宾馆客源的稳定性。

拓展零客市场。零客市场一直是宾馆的一个销售弱点，近些年，常德酒店业市场的迅猛发展，令业内人士叹为观止，可以说已经到了一个群雄逐鹿的局面，“僧多粥少”的现象更为严峻，为开发这一市场，营销人员通过登门拜访、传真等方式进行了宣传工作，特别是对现有协议客户的维护和管理

方面，通过对客户档案资料的整理后，每周营销人员定期对客户进行拜访，一方面加强联系，另一方面及时掌握客人反馈信息和客户的消费动态，争取更多的零客入住。

今年，宾馆格外重视对客户信息、意见与建议的收集，同时重视酒店市场的最新动态，它关系着宾馆生死存亡，也为宾馆决策层和经营部门及时调整经营思路和改正工作中的不足提供有力的参考。

营销部担负着信息获取和与客户交流。每天和协议客户的沟通交流，我们清楚的认识到我们宾馆的优劣势，我们及时把各种意见反馈给经营部门沟通，都得到了相关部门的高度重视，做出了相应的调整和优化，让消费者下一次进入德华宾馆时感受到的是提高和对他们的尊重；我们还不定期调研常德酒店市场信息，获取其他酒店的经营信息，为宾馆决策层做下一步决策时提供了参考的依据。

面对20xx年销售人员的流动，我们有针对性地对新任人员加强了培训工作，使他们能以最快的速度进入角色，同时也加强了内部员工的学习与交流，使团队的战斗力得到了一定的提升。

我们坚持每周一例会，制定每周工作计划，培养员工学习意识，培训员工服务意识，提高员工安全意识、提高员工营销技巧，提升团队的整体协作水平，稳定了员工队伍。通过培训与管理，使全体人员从被动营销到主动营销，从无序工作到有序工作，从低效与客人沟通到高效与客人交流，从无市场调研分析粗放型管理，到每月一次市场调研分析和每季客户排名回访的'精致型管理，提高了营销能效和营销品质，赢得了营销业绩的显著回升。

营销部的安全工作主要是账款回收时的资金安全，在这一方面我们加强对员工的培训，要求员工和协议客户接洽时尽量使用转账支付，在确有现金支付时，我们要求至少要有两名员

工同时前往，或回馆时交通工具尽量使用的士，从而确保员工的生命安全和宾馆的资金安全，本部门全年度无任何安全责任事故的发生。

过去的一年，固然取得了一定的成绩，但我们知道，无论客户多么满意，精益求精的要求不能丢，无论市场多么变幻，诚信经营的原则不能丢；我们更知道，我们还有许多的不足需要我们去改正和创新。市场纵有千变万化，营销独有一墨之规。百舸争游，非进必退。在充满挑战的20xx年，营销部全体员工在宾馆领导的正确领导下，立志以前瞻的视野，超前的营销，勇于创新，迎难而上，勤勉工作，全身心投入宾馆的经营发展，在确保完成宾馆下达的目标任务的前提下，塑造营销部的新形象、新境界！

实习工作总结ppt篇五

转眼间□20xx年就要挥手告别了，在这新年来临之际，回想自己半年多所走过的路，所经历的事，没有太多的感慨，没有太多的惊喜，没有太多的业绩，多了一份镇定，从容的心态。

进入一个新的行业，每个人都要熟悉该行业产品的知识，熟悉公司的操作模式和建立客户关系群。在市场开发和实际工作中，如何定位市场方向和产品方向，抓重点客户和跟踪客户，如何在淡旺季里的时间安排以及产品有那些，当然这点是远远不够的，就应不断的学习，积累，与时俱进。

在工作中，我虽有过虚度，有过浪费上班时间，但对工作我是认真负责的。经过时间的洗礼，我相信我会更好，俗话说：只有经历才能成长。世界没有完美的事情，每个人都有其优缺点，一旦遇到工作比较多的时候，容易急噪，或者不会花时间去检查，也会粗心。工作多的时候，想得更多的是自己把他搞定，每个环节都自己去跑，、我要改正这种心态，再发挥自身的优势：贸易知识，学习理解。不断总结和改善，提高素质。

自我剖析：以目前的行为状况来看，我还不是一个合格业务员，或者只是一个刚入门的业务员，本身谈吐，口才还不行，表达潜力不够突出。根源：没有突破自身的缺点，脸皮还不够厚，心理素质但是关，这根本不象是我自己，还远没有发掘自身的潜力，个性的飞跃。在我的内心中，我一向相信自己能成为一个优秀的业务员，这股动力；这份信念一向储藏在胸中，随时准备着爆发，内心一向渴望成功。“我要像个真正的男人一样去战斗，超越自己。。。。。”“我对自己说。

20xx年工作设想

依据10年销售状况和市场变化，自己计划将工作重点划分区域，一是；对于老客户，和固定客户，要经常持续联系，在有时间有条件的状况下，送一些小礼物或宴请客户，好稳定与客户关系。二；在拥有老客户的同时还要不断从老客户获得更多的客户信息。三；要有好业绩就得加强业务学习，开拓视野，丰富知识，采取多样化形式，把学业务与交流技能相结合。

- 1、每月要增加1个以上的新客户，还要有几个潜在客户。
- 2、见客户之前要多了解客户的状态和需求，再做好准备工作才有可能不会丢失这个客户。
- 3、要不断加强业务方面的学习，多看书，上网查阅相关资料，与同行们交流，向他们学习更好的方式方法。
- 4、对所有客户的工作态度都要一样，但不能太低三下气。给客户一好印象，为公司树立更好的形象。
- 5、客户遇到问题，不能置之不理必须要尽全力帮忙他们解决。要先做人再做生意，让客户相信我们的工作实力，才能更好的完成任务。
- 6、自信是十分重要的。要经常对自己说你是最好的，你是独一无二的。拥有健康乐观用心向上的工作态度才能更好的完成任务。

工作中出现的问题及解决办法：

- 1、不能正确的处理市场信息，具体表此刻：

缺乏信息交流，使很多有效信息白白流失。在今后的工作中，应采取有效措施，发挥信息的作用，加强处理信息的潜力，加强沟通交流，能够正确决定信息的准确性。

3、缺乏计划，缺少保障措施。

4、对客户的信息要及时响应并回复；对客户的回复不能简单的一问一答，要尽可能全面、周到，但不可嗦。语言尽显专业性与针对性，否则失去继续交谈的机会。

5、报价表，报价应报得恰如其分，不能过低，也不能过高；好东西不能贱卖，普通的产品不能报高。因为客户往往会从你的报价来决定你的诚实性，并同时决定你对产品的熟悉程度；如果一个十分简单普通的产品你报一个远离市场的价位，甚至几天都报不出来，这说明诚实性不够，根本不懂这一行，自然而然客人不会再理会。

以上是个人一年以来的工作总结，如有不足之处，望批评指正。

感谢公司的培养，感谢我的老板和关心我的跟人对我言传身教的悉心指导，我必须会以用心主动，自信，充满激情的心态去工作。

实习工作总结ppt篇六

20xx年房地产市场售价急速上涨，政府出台诸多调控政策，房地产行业受到各方舆论的压力随之而来。在今年激烈的市场博弈中；在一次次部门沟通协调、思想碰撞中；在公司领导的正确指挥下；在全部门畅通沟通、积极配合下；我们进行了一次次市场调研、预测、目标客户的分析把握，以及制定出阶段性目标和相应的工作计划并严格执行。策划部同销售部一起克服种种困难，把握市场机遇，在今年的工作中完成公司销售任务，控制营销成本，有效提升品牌形象。

2□cbd返祖模式的学习培训及广告推广

在这期间，我们部门人员与宝资天项目组在河池进行了两次系统的沟通讨论，对此模式的产生、运作有了一定的了解。那时曾想计划于7月中旬，两部门人员与你就此方案进行沟通，因时间原因和工会项目的介入，不了了之。本部门按原定的cbd推广计划时间表，安排及准备cbd营销工作，同时要求宝资天项目组对其项目组相关工作人员进行了的cbd的返祖销售模式接待及销售培训，等待cbd的正式开盘。

我们于9月中旬开始了汉军·cbd的户外广告已出街，目的主要是：首先，抢先在河池上cbd的案名，防别人与我们争cbd的概念，有利于汉军·cbd先入为主，有利于市场形象深入人心；其次，考虑到现阶段在住宅上无大手笔和cbd销售时间时机不成熟等因素的影响，我们暂不进行住宅的广告推广，而把这段时间空挡留给cbd的形象推广，在河池树立汉军·cbd第一高楼、地标建筑、商务中心的形象定位，引导市民关注其的建设、装修进度□cbd的物业管理，关注这些河池没有的新事物在河池的发展。

3、综合楼的酒店、办公区、一楼大厅的装修设计

对于综合楼的装修设计，我们只能对于色彩、轮廓、造型上说一些自己的认识与看法，在整个设计方案明确后，兰振主要从技术角度上跟进酒店、办公区、一楼大厅的设计图出图及装修工作，月底酒店和一楼大厅施工图已出，装修队伍未定，办公区样板区已有三家拿出设计，兰振手头留有两家的设计效果图，其余一家再做，时间未定。办公区样板的设计方案等你回来后再定。

由于该项目来得快，接触时间少，又加上是我公司第一次与政府部门以合作形式开发建设，经验不是很足，需要我们依据以前房地产开发经验，找出解决问题的办法。第一是要明

确双方的合作框架协议；第二是要明确开发合作方式，明确我方的主导权；第三是资产的评估；第四是土地证的办理；第五是双方的现有资金及出资时间安排。

在公司领导下，我部门人员积极配合，做好各项准备工作。目前我公司已与市总工会完成了双方合作开发建设合同书的签署，双方在合同中明确了第一、二、三点的内容。为使该项目尽早开工，明确双方合作建设意向，我部门提前做好开工庆典方案，在规定的时间内，做好了开工庆典活动，取得了圆满成功，更重要的是，该活动的成功举办，更加提升了我公司的实力及形象，河池第一大开发商的美誉已逐渐形成，同时市工会与我公司合作开发已名声在外，项目中途变卦合作者的可能性更加小了。谁终止合同谁就付出巨大的经济损失。

为保证上述计划及工作能顺利完成，在9月开工庆典活动结束后，我们销售部门与公司工程部积极配合，就对该项目的总平设计公司委托合同书、场地的地界定点与放线，场地地块周边的规划及项目开工建设情况、周边路网规划及坐标、标高情况，进行了全面的摸底与详细调查了解，能要的文字资料，尽可能通过市工会向相关本门索取。同时对项目的总平及建设规模大小及产品户型的设计，我们积极与宝资天进行沟通，他们在10月10日左右拿出对该项目的住宅、商业的设计建议。

5□xx月上旬，完成一次河池房地产市场的调查，了解房地产市场的发展、各开发商现状及项目建设在发展过程中遇到的困难及解决办法，对于我们明年开发市工会项目和汉军·龙江帝景项目进行借鉴与评估。

1、价格与销售策略

销售价格的制定与销售策略一直是我们工作的重中之重。面对国家调控□20xx年房地产价格的一路飙升、飞速上涨。在这

样的市场机遇与压力之下，通过市场调研分析，我们在客观务实的基础上，制定出了f栋和a栋的开盘定价方案，并结合市场状况行之有效的完成了今年的销售任务。接下来对区域市场又做了大量的市场调研，金龙湾的开盘对我们的销售价格影响是很大的，并且起到了积极推进的作用。在开盘前期的排号卡发售中，我们最后一次探底客户心理价位，最终均价定为3100元每平方米，我们的定价在区域市场处在领先地位，基本与金龙湾价格持平，可以说是做到了利益的最大化。今年在楼层定价时，我们吸取先进高层的定价方案，将楼层差价分为三个线，低楼层、中间楼层和高楼层的差价分档，充分考虑客户的消费心理，做到科学理性。

2、本案产品分析与产品建议

为更好的促进销售，销售部协同策划完成项目区位分析及销售卖点提炼。今年为河池项目的规划做准备，策划部又销售部门进行了多次市场调研，对河池市场现有项目的外立、户型、小区规划、景观规划等多方面深入考查。

3、市场调研

了解市场信息并做出正确分析建议是编制销售策略计划的根据，一年来我们进行多次深入的市场调研，并编写了相关市场调研报告，及时为公司领导提供了第一手信息，并制定了行之有效的系列营销方案。面对国家调控，市场调研应做在营销工作之前，也是明年我们需要加重的工作任务。

4、开盘活动

开盘活动是全年工作中的重点[]20xx年我们成功举行一次开盘活动。策划部从前期策划到活动的流程安排、设计品的设计制作、人员的分配、物料的选购、媒体的发布、活动公司的选用，再到活动当天的执行沟通做了大量的工作并投入了极大的工作热情。前期大量的工作，都是为活动当天的成功做

准备。展示的是我们公司的形象，是河池项目的品牌。

在媒体资源整合上，我们今年使用的媒体共有：

(1) 大众媒体报媒，以河池日报、雄基信息报、广西南国广告为主。再充分考虑到消费者的阅读习惯和考察了各报媒影响力和投放量后，我们确定了这三家报刊。河池日报的专业性在市场上影响力很大、受众目标性强，客户素质统一；雄基信息报其广告的到达率是这些报刊内最好的；广西南国早报受众面也比较广。在具体实施过程中我们采取软硬结合，即给客户强势的视觉冲击，又注重引导消费。

(2) 户外媒体，今年对项目围挡的使用做到信息的及时更换，我部门做到即时更换户外信息，定期检查户外效果，力保户外发布即时有效，达到宣传企业文化，传达给广大顾客最新的销售信息，优惠政策等。

1、加强市场调研工作，特别是来电来访客户分析，正确把握目标客户群体的特征、喜好、开展有针对性的推广渠道、推广思路，和诉求点。

2、加强媒体效果评估工作，以此来指导我们20xx年营销费用在各媒体渠道投放比例，并随时指导调整我们的推广策略，做到营销费用效果最大化。

3、在推广节奏上，结合房市相关政策、本地消费习惯和我们相应节点进行节奏性推广，做到市场好或我们有重大节点时能强势推广，火爆销售。

4、在媒体渠道方面，争取发觉利用一些更直接针对目标客群的特殊媒体，一来可以节约营销费用，二来效果显著。

5、活动方面除要认真完成固定的几个大活动（如开盘）外，还应充分利用我公司老客户资源，针对老客做活动，提高品

牌美誉度、忠诚度，充分发挥老客户口碑宣传效果。

6、在团队合作方面，加强与宝姿天策划公司和7604广告公司之间的沟通，做到销售与推广结合，相互配合，积极引导一种健康快乐的团队氛围。

20xx年是个崭新的开始，我们的团队在认真工作的同时不断成长，争取在20xx年工作中取得更好的成绩。