

工作计划房地产营销 房地产营销工作计划 (通用5篇)

做任何工作都应改有个计划，以明确目的，避免盲目性，使工作循序渐进，有条不紊。我们该怎么拟定计划呢？以下我给大家整理了一些优质的计划书范文，希望对大家能够有所帮助。

工作计划房地产营销 房地产营销工作计划篇一

一、加强学习，同心同德，团结协作，努力开创新局面

1、加强政治思想学习，继续深入学习实践科学发展观活动，开展干部选拔任用工作四项监督制度集中学习月活动。公司领导非常注重抓好员工的思想道德建设，认真开展好党支部的民主生活会和各种思想政治活动，认真贯彻学习“十六”大、“十七”大精神；通过开展集中学习月活动，组织全公司广大干部职工认真学习四项监督制度，使领导干部熟悉、纪检组织人事干部精通、干部群众了解四项监督制度，切实增强各级领导干部贯彻执行四项监督制度的自觉性，进一步匡正选人用人风气，努力提高我公司的选人用人公信度和群众满意度。

2、在上级党委、政府的正确领导下，公司领导班子团结一致、干部员工凝聚一心，充分发挥强有力的组织能力和业务能力，积极谋求公司的经济发展大计。在经济建设方面，大多数时候领导都能亲力亲为，从实处抓起，一般情况都与党支部班子及中层领导一起研究工作，在做重大工作决策和实施工作计划时，都及时召开中层以上领导会议或职工会议，抓动员落实责任到部门，做到决策无失误，落实有成效。

二、积极实施职能工作和发展经济建设具体情况

根据公司工作计划，半年来，在市委、市政府的领导下积极开展职能的旧村改造、房地产开发、土地开发等工作，取得较大的成绩。

1、全面开展金富公寓小区建设工作，经过数月筹备办理前期有关手续，完善设计图纸，于5月初完成工程招投标，目前已完成基础打桩处理工程，待验收后进行基础工程建设。

2、鑫山工业园区标准化厂房建成建筑面积8223平方米，完成两栋厂房工程，宿舍楼已封顶，目前正在抓紧装修。

3、继续执行市委、市政府下达的旧村改造任务，对松花22队、松花6队、垌心五队的旧村进行改造，松花6队旧村改造区建设及拆迁后安置回建16份。签订商品房购买合同18份，建房户放线12份。

三、20xx年下半年工作计划

1、积极执行市委、市政府布置的各项新任务。

2、继续加快松花22队、松花6队、垌心五队旧村改造的延续工作。

3、继续做好“城乡清洁工程”的清洁、保洁和机关行政效能建设工作。

4、加紧鑫山工业集中区标准化厂房和金富公寓小区建设。

5、认真贯彻学习“十七”大精神，继续学习实践科学发展观，提高员工思想道德建设。

6、充分作出可行性研究，打好预算，进行新的地块房地产开发项目。

(一)、经营管理指标完成情况

上半年公司紧紧围绕年初总公司制定的20xx年度经营计划指标开展各项工作，努力克服各种不利因素，齐心协力，扎实工作，基本完成了上半年工作目标计划。

1、项目工程实现竣工面积平方米(1楼平方米、2平方米、3平方米、4平方米、5平方米、10平方米、11平方米、12平方米、13平方米、17平方米、18平方米、19平方米、20平方米)，完成上半年计划的72%。

2、圆满完成了1、2、3、4、5楼的交房工作(17楼计划6月21日交房、19楼计划6月18日交房、20计划6月20日交房)，截至6月11日共计交付350套。

(二)、项目销售完成情况

上半年(截止6月8日)商品房销售共计26套(其中住宅25套，商铺1套);完成销售面积2272平方米(其中住宅销售2079平方米，商铺销售193平方米);实现销售收入1283万元(其中住宅实现销售收入1110万元，商铺实现销售收入173万元);完成上半年计划的33%。

上半年公司在销售中组织了多次有成效、有特色的宣传活动，为促进销售打下了坚实的基础：筹备参与了沈阳市房管局主办的“沈阳市夏季房交会”活动，联系参与了沈北看房团活动。各项活动的组织都取得了较好的经济效益和社会效益，从不同程度上提高了项目的知名度和美誉度;同时公司还加强了商品房售后管理工作，售后工作不仅解决了业主的维修困惑，同时又树立了公司的正面形象，提升了公司美誉度，上半年共接报修户226户，维修质量合格率达100%，维护了公司的良好信誉和社会形象。

(三)、项目工程施工节点完成情况

1、1~5楼工程收尾完成，已竣工交付业主；

2、6~9、14楼已于交付使用，上半年工程维保工作正常进行；

8、给水、消防、燃气、暖气、雨水、污水外网均已施工完成；

11、有线电视及宽带外网施工均已完成，计划6月30日信号接入户内；

13、园区景观绿化工程：西立面围墙砌筑、抹灰、铁艺完成，会所以西多层、洋房及1~5楼南侧区域种植土换填完成，景观小品完成30%，主入口大门主体结构完成，计划6月30日完成草皮种植，园区景观绿化基本到位。

(四)、存在的问题及解决措施

1、营销方面存在的问题：

沈阳项目与售楼中心门前因市政改造，面对着交通管制、封路、造成客户到销售现场以及客户到项目现场难以通行的影响，大大降低了对客户的吸引力。导致到访、成交量的萎靡。因面对项目延期交房、交付房屋质量问题、项目未达到交付条件等原因，导致在市场上我项目口碑被大大破坏，意向客户的购买欲望大大降低。前印象的消除，最终达到成交目的。积极与各个媒体进行沟通，在重塑品牌形象、产品优点上做足工作。

2、项目工程目前存在的问题

(1)、地下室剩余工程量还较大，主要为地下室顶板及墙板漏水情况严重，造成室内大白大面积污染；地下室通风系统、排污系统设备电源及配电箱未到位，人防系统配电箱及备用电源

(柴油发电机组)未到位等。

(2)、会所施工处于停滞状态，剩余工程较多，主要为室内地热系统、楼地面、大白、外墙涂料等项目均未施工，消防控制室设备未到位，各相关系统联动调试无法进行。

(3)、施工总包方竣工资料不齐全，造成15、16楼、会所、地下室及各单体楼商业网点暂无法组织竣工报验。

工作计划房地产营销 房地产营销工作计划篇二

在去年金融危机之前，我们国家的房地产市场一片繁荣，楼房的价格被炒到了历史最高，不过在我看来只不过是虚假的繁荣，果然自从全球金融危机到来之后，我们国家的楼市持续低迷，虽然房地产厂家想出了多种促销方式，不过似乎作用一直不大。

房地产的持续低迷也影响了国家经济的发展，所以很多地产商在投资的时候更加谨慎了，一般的地段是不会再投资了，不过已经盖好的楼房却需要销售，我做房地产策划工作已经很多年了，奉命写出了房地产公司营销策划书。

1、项目简介。其内容包括开发商、基地面积、总建筑面积、住宅面积、公建面积、容积率、绿化率、建筑密度、停车位、自行车停放面积、住宅总套数、地理位置等。

2、区域市场分析。其内容包括地理位置、交通配套、个案市场调研等。

3、swot分析。主要是在区域市场分析的基础上分析本案的优势[strength]、弱点[weakness]、机会点[opportunist]及存在的问题[threats]

4、客源分析。包含客层分析、年龄层分析、客户来源分析等。

通过对目标客户的分析，从而可以对产品进行定位。这部分内容通常可以用饼图来显示，较直观。

5、产品定位。包括产品建议、价格建议及付款建议。在产品建议中必须罗列出为什么这样定论的理由和房型配比建议，在价格建议中也要罗列出定价的理由和随工程进度和销售率可能达到的价格。

包括：

1、广告总精神。

2、诉求重点。

3、广告标题初拟。

4、媒体计划。

主要包括销售阶段的分析、业务策略及执行计划两大部分。其中销售阶段分析一般分为三阶段（引导期、强销期、持续期）做详细阐述。业务策略及执行计划也分为三部分：策略拟定、销售通路及业务执行等做一一陈述。

（1）纯代理；

（2）代理（即包括广告）；

（3）包销。这三种方式的代理价格与佣金提取方式都是不同的，可以在报告书中罗列出来，由发展商去选择，双方再做进一步的商讨。“提案报告书”写出来后，做一个闪亮的包装也是很必要的。这可以给开发商一个醒目的感觉，使开发商感觉营销公司对提案报告是相当重视的，也可以让开发商对营销公司的实力有充分的了解。从而赢得开发商的信任。

总之，撰写“提案报告书”的主要目的在于能够成功地取得销售代理权，让开发商觉得“非你莫属”。

“以正合，以奇胜”房地产策划之体会

你的市场定位是否适应市场的需求，产品定位是否满足目标客户需求，这是项目成败的关键所在。“金×豪园”失败的定位是一个有力的反面例证。

投资时机的决定是建立在房地产市场把握的基础上。如果对投资开发时机的决策失误，则你所策划的项目很可能在未出世前已注定失败。“汇展阁、东海一期”的成功正是很好地把握时机的结果；“爵×大厦、中×时代广场”的失败正是生不逢时的例证。对时机的把握关键的要点是你要清楚在什么时候应投资开发什么类型的房地产，还要清楚在不同的时期，房地产投资的利润水平会有所不同。因此，做好项目的前期分析是策划的第一步工作。

位置的选择取决于发展商的投资眼光。同样一块地，对于不同的投资者有不同的价值；不同位置的地块，其地价水平也不同，在选择位置时要清楚地价成本是楼宇总建造成本中决定的因素，能否取得物有所值的地块将直接影响着投资的利润水平。因此，了解发展商地价水平，做好项目的可行性分析是策划的第二步工作。“罗湖商业城”地块是物业集团在90年以4亿2千万的天价投标所得，这在当时被认为是一个失败的投资项目，但现在看来，再没人怀疑其敏锐的投资眼光了。

在接受代理楼盘时，发展商往往会要求其写出“营销策划书”。根据“提案报告书”的好坏，发展商决定由哪一家营销公司来代理其楼盘，所以，“提案报告书”制作的好坏，基本上决定了营销公司生存的命运。一份好的“营销策划书”，必须由营销公司的研展部门、企划部门、业务部门通力合作，才能很好地完成。撰写“营销策划书”来时，首先

必须要求发展商提供个案资料、建筑规划设计初稿或蓝图，以及其他相关资料。在此基础上，再收集个案所处区域的都市计划图、人口统计资料、交通建设计划、公共工程建设计划及其他利多利空资料。同时，还要收集该个案区域市场的市场调查资料表，作为“营销策划书”的附表，据以作为提出“价格建议”、“产品定位”的数据资料。

其实我感觉策划书并不是最重要的，最重要的还是楼房的设计和地位问题，策划书只不过是一个参考，明眼人都知道策划书的作用只不过是一种宣传，至于宣传的效果，楼房的质量问题是最重要的。

做房地产策划已经还是不错的，不过最近的房地产市场普遍低迷，我知道这也许是暂时的，不过楼房确实要降价了，现在的房子实在太贵，超出了一般人的承受范围。我会在今后的工作中继续努力的！

工作计划房地产营销 房地产营销工作计划篇三

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）和青年路三条路呈型将社区同周边的商品大世界、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；127m²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。其中二期小户型占有所有可售金额的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。

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20xx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。

工作计划房地产营销 房地产营销工作计划篇四

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应手。

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。我会适时的根据需求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的客户，争取的单，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。

工作计划房地产营销 房地产营销工作计划篇五

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)。

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。