

最新房地产销售目标计划参考图 房地产销售工作计划及目标(模板5篇)

时间流逝得如此之快，我们的工作又迈入新的阶段，请一起努力，写一份计划吧。我们在制定计划时需要考虑到各种因素的影响，并保持灵活性和适应性。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。

房地产销售目标计划参考图篇一

_年以来，我公司在佳能房地产开发集团有限公司和董事会的正确领导下，经过全体员工的努力，各项工作按部就班的全面的展开，为使公司各项工作上一个新台阶，在新的一年里，公司在确保20_年底方案报批的前提下其工作计划如下：

工程方面

一、以“山水城”项目建设为重点，统筹安排，切实做好建设任务

(一)_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，办理环境保护意见书的工作。

(二)、_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

工程部、财务部必须严格工程预算、决算工作的把关。严格

执行约定的定额标准，不得擅自增加工程量和无据结算。不得超预算支付工程款，在20_年工程进展的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。

财务方面

(一)切实完成开工前融资工作和招商工作任务，力保工程进度不脱节公司确定的二00八年工程启动资金约为2亿元。融资工作的开展和招商任务的完成，直接关系到第一期工程任务的实现。故必须做好融资、招商营销这篇大文章。

1、拓宽融资渠道，挖掘社会潜能

拟采取银信融资、厂商融资、社会融资、集团融资等方式，拓宽融资渠道。通过产权预售、租金预付等办法扩大资金流，以保证“特洛伊城”项目建设资金的及时到位。

2、采取内部认购房号的形式，回笼资金、扩大现金流。

3、实行销售任务分解，确保策划代理合同兑现。

20_年公司建设工程款总需求是4.6亿元。按“特洛伊城”所

签协议书，招商销售任务的载体为策划代理公司。经双方商议后，元月份应签订新的年度任务包干合同。全面完成招商销售任务，在根本上保证工程款的跟进。在营销形式上努力创造营销新模式，以形成自我营销特色。

招商方面

(一)、全面启动招商程序，注重成效开展工作

招商工作是“特洛伊城”项目运营的重要基础。该工作开展顺利与否，也直接影响公司的项目销售。因此，在新的一年里，招商应有计划地、有针对性地、适时适量地开展工作。

1、合理运用广告形式，塑造品牌扩大营销

新的一年公司将扩大广告投入。其目的—是塑造“特洛伊城”品牌，二是扩大楼盘营销。广告宣传、营销策划方面，“特洛伊城”应在广告类种、数据统计、效果评估、周期计划、设计新颖、版面创意、色调处理等方面下功夫，避免版面雷同、无效重复、设计呆板、缺乏创意等现象的产生。

2、努力培养营销队伍，逐步完善激励机制

策划代理公司的置业顾问以及公司营销部的营销人员，是一个有机的合作群体。新的一年，公司将充分运用此部分资源。策划代理公司首先应抓好营销人员基本知识培训工作，使营销人员成为一支能吃苦、有技巧、善推介的队伍。其次是逐步完善营销激励机制，在制度上确立营销奖励办法，具体的奖励方案由营销部负责起草。

1、结合市场现状，制订可行的招商政策

按照公司与策划代理公司所签合同规定，“特洛伊城”应于20_年出台《招商计划书》及《招商手册》，但目前该工作

已经滞后。公司要求，上述两书在一季度由策划代理公司编制出台。

为综合规范招商销售政策，拟由招商部负责另行起草《招商政策》要求招商部在元月份出初稿。

2、组建招商队伍，良性循环运作

从过去的一年招商工作得失分析，一个重要的原因是招商队伍的缺失，人员不足。新的一年，招商队伍在引入竞争机制的同时，将配备符合素质要求，敬业精神强、有开拓能力的人员，以期招商工作进入良性循环。

行政管理方面

“特洛伊城”品牌的打造是公司的战略目标之一。现代品牌打造的成功必须依赖于企业的现代管理模式。新的一年，我们将在建立现代企业管理体系上下功夫。

(一)、建立完善公司组织结构，不断扩大公司规模

公司目前设立的部门是：总经理室、办公室、工程部、人力资源部、招商部、财务部，即“两室四部”。随着“特洛伊城”项目进入建设施工阶段，拟增设运营部、企业策划部、预决算等部门共同成为集团公司的基础。使公司内部机构成为功能要素齐全、分工合理的统一体。

公司的设想是在集团公司的统一领导下，公司实行独立核算，独立完成年利润指标及其它相关指标，在整体上提升集团的竞争力。

(二)、建立现代企业管理体系，推行工作标准到人到岗

现代企业的高效运行，均来自于企业的高效管理。新的一年，

公司将根据国家有关规范、条例和集团公司的要求，制定本公司工作标准，并到人到岗。各项工作按标准程序行事，减少人为指挥，逐步形成“特洛伊城”特色的企业管理体系。同时，根据不同的工作岗位，制定岗位职责和 workflows，强化企业管理意识，最大化地提高企业管理水平，向管理要效益。

(三)、以”特洛伊城”发展为历史契机，加快集团公司总体建设。

“特洛伊城”的发展是历史的使命，也是市场的要求，同时更是集团总司蓬勃发展树立企业形象地良好契机，我们应顺应这一时代的需要，不断完善自我，发展自我，调整机制，集聚“内功”，合理发挥员工动能，以使佳宝集团傲立于房地产之林。

人力资源方面

以能动开发员工潜能为前提，不断充实企业发展基础，“特洛伊城”的企业精神：“开放式管理，以人为本；实事求是，科学求真”决定了“特洛伊城”品牌的打造。公司的建立，必须充实基础工作、充实各类人才、充实企业文化、充实综合素质。新的一年，公司将在“四个充实”上扎扎实实开展工作。

(一)、充实基础工作，改善经营环境

公司所指充实基础工作，主要是指各部门各岗位的工作要做到位，做得细微，做得符合工作标准。小事做细，细事做透。务实不求虚，务真不浮夸。规范行为，细致入微。通过做好基础工作，改善内部工作环境和外部经营环境。该工作的主要标准，由办公室制定的公司《工作手册》确定，要求员工对照严格执行。为对各部门基础工作开展的利弊得失实行有效监督。

(二)、充实各类人才，改善员工结构

企业的竞争，归根结蒂是人才的竞争。我们应该充分认识到，目前公司员工岗位适合率与现代标准对照是有距离的。20_年，公司将根据企业的实际需求，制定各类人员的招聘条件，并设置招聘流程，有目的地吸纳愿意服务于“特洛伊城”的各类人才，并相应建立“特洛伊城”专业人才库，以满足公司各岗位的需要。

(三)、充实企业文化，改善人文精神

企业文化的厚实，同样是竞争力强的表现。新的一年，“特洛伊城”策划代理公司在进行营销策划的同时，对于“特洛伊城”文化的宣传等方面，亦应有新的举措。对外是“特洛伊城”品牌的需要，对内是建立和谐企业的特定要求。因此，“特洛伊城”文化的形成、升华、扬弃应围绕“特洛伊城”企业精神做文章，形成内涵丰富的“特洛伊城”企业文化。

(四)、充实综合素质，提高业务技能

“特洛伊城”开工建设后，有着不同专业的合作公司，也有不同的工作岗位。员工能否胜任工作，于个人的综合素质、业务技能的提高，亦与整体素质相关。新的年度，办公室应制定切实可行的员工培训计划，包括工程类、运营类、招商营销类、地产类、物业管理类等，并逐季度予以实施，使员工符合企业的工作岗位要求。

(五)、以强化企业管理的手段，全面推行公司各项制度

现代企业的一个重要特征，就是制度完善、齐全，执行有据，行之有效。为使公司管理有序进行，公司将推行绩效考核制、推行责任追溯制、推行末尾淘汰制、推行例会制、推行各级责任制。通过“五个推行”，把员工锻造为符合企业要求的一流的群体。

1、推行绩效考核制，以日常工作为考核内容

绩效考核是国际流行的企业管理形式，公司要求每个员工坚持登记《绩效考核手册》，公司定期对员工考核手册进行检查。考核等级的评定，主要以如期如质完成本职工作，遵守纪律等为主要考核内容。方法为领导考核、交叉考核、员工考核等，以客观评定每个员工工作的优劣。员工《绩效考核手册》每月由办公室负责检查。

2、推行责任追溯制，以提高员工的荣誉感和责任心

责任追溯是落实岗位责任制的重要方法，也是对事故根源防漏堵缺的可行良策。公司将制定责任追溯制(包括奖励赔罚制度等)。强化措施，分明奖罚。即可以责任到人，又能避免无据推论，使员工树立荣誉感，增强责任心。

3、推行末尾淘汰制，以提高企业市场竞争力

企业的生存发展，除市场客观环境外，很大程度取决于员工的个人竞争力。只有把员工打造为特别能工作，特别富于创造力、特别富于团队精神的群体，才能在市场竞争中立于不败之地。因此，要符合这一要求，公司必然推行员工末尾淘汰制。其方法以考绩为依据，综合考评员工的工作能力、工作表现。按考评等级，实行末尾淘汰。

4、推行例会制，提高阶段性工作总结工作

20_年实行的例会制，对阶段性工作总结提高，对时段工作安排布置，起了良好的作用。新的一年，例会制在坚持的同时，作好以下调整：

一是例会时间。在每星期二的上午进行。

二是会议主持。每次例会除工作小结及工作布置外，确定一

个工作主题，分别由分管该项工作的总经理、项目经理、主管工程师主持。

三是建立例会工作布置检查制度，即前次会议布置的工作在规定完成的时段内，落实部门应汇报执行情况，以利总结经验，改进方法，完善提高。

5、推行各级责任制，有效实行分工合作

公司的战略目标之一是建立科学高效的公司管理机制。这一既定目标客观上要求公司领导层、部门中层进行各级负责，且分工合作，以防止责任推诿，办事拖沓，效率低下的现象发生。

公司领导层分工：

总经理：负责全面工作，主持融资、重大合作，主持公司日常工作，分管财务部。

项目经理：负责工程的实施全过程管理。分管工程部。负责与设计单位、施工单位、监理公司及相关部门的工作对接。

行政副总经理：负责公司行政工作，分管办公室、招商运营部、物业管理部，负责各项对外工作的对接。

营销副总经理：负责营销工作，分管营销部、企划部。负责营销广告策划，与销售代理公司、策划代理公司、媒体单位的工作对接。

公司各中层负责人，按原定职责行使管理责任，新的岗位职责出台后，按新办法执行。

全年工作计划，它是大纲式统领全局的文件，不可能细致到部门各细节。因此，公司要求所属各部门，应根据公司的20_

年工作计划，在元旦前相应制定出本部门的年度工作计划，有的放矢，以利于“山水城”项目的早日建成和投入市场运营。

房地产销售目标计划参考图篇二

江房地产开发有限公司在20xx年度的主要工作，是开发建设并经营门面房一、二期工程，在园区党工委、政府领导的关心支持下，经过全体员工的共同努力，“门面房”项目各方面工作都取得了很大进展。为顺利完成该项目，努力达到政府的要求，实现项目的经济效益和社会效益，总结工作经验，找出工作中的差距，合理安排来年的工作，现将20xx年度年度工作情况总结如下：

门面房一期工程已于20xx年竣工，本年度主要是进行销售和资金回笼工作，以及交户后的质量保修回访工作；门面房二期工程主要施工内容已于20xx年基本结束□20xx年主要进行销售和资金笼工作，以及门面房门前大理石铺装，和路亮化及广告牌等其它配套设施的施工，门面房二期工程已于20xx年11月28日举行了竣工验收会；现在已进入全面交户阶段和后期手续的办理。

一、项目开发、建设工作

在项目建设施工过程中，我公司从项目组织管理、工程质量控制、现场管理等几个方面开展工作。

在项目组织管理方面：首先明确项目组织管理体系、项目工程部主要工作职责，确定项目管理的目的任务，制定工程四大总体目标(质量、进度、投资、同事的协作下，使得商业用房工程得以顺利进行，通过工程例会协调各项工作、解决日常施工中的矛盾，加强相互之间的沟通，及时有效地控制好工程的质量、进度、成本、安全文明。

在工程质量控制方面：质量管理上，项目部着重抓了三个环节：确立质量目标、确定质量预控方案；产品形成的过程控制；验收控制。开工前确定质量预控方案，公司提出“建精品工程、树形象”的质量目标，对监理及单分包单位明确目标、验收标准等。并审定监理大纲及施工单位的施工组织设计。针对监理、施工单位在节能、智能、质量通病防治等方面的薄弱环节提出改进要求，协助其完善施工工艺、措施的制定。抓好过程质量控制，在过程控制上，发挥监理在质量管理上的职能，对监理充分授权、有效监督；严把原材料质量关，项目部对进场材料质量、数量、规格验收，并监督现场取样送检，以检查到场材料是否符合合同要求。工程项目部在对于施工单位的质量管理上，主要抓其质保体系建设，发挥质保体系在质量管理上的作用，从思想上重视质量管理，在日常的管理中重点工作是质量巡查，质量跟踪，并结合施工的阶段，组织一些有针对性的质量管理活动，有效利用工程例会制度，讲问题、提问题、解决问题。现场管理中，强调服务意识，为乙方生产质量优质产品创造条件，提供技术支持、管理支持。产品的验收控制中，主要是要求施工方做到自检、互检和交接检，严格监理验收制度，确保按工序报验制度执行。总之，门面房工程的施工质量总体是好的，能较好地按规范施工，按规范验收，现在门面房二期工程已经各级质量监督检验部门验收合格。

在安全与文明现场管理方面：本工程施工场地较小工作面较大，且在镇区主要交通要道占道施工，现场安全较难管理，工程项目部结合实际情况，和施工、监理研究，实时调整现场临时设施，根据本工程安全文明项目管理目标，督促施工单位在施工过程中贯彻执行国务院及各部门颁发的安全规程、生产条例和规定；为了提升工地形象和安全文明施工，科学安排、合理调配使用施工场地，并使之与各种环境保持协调关系，要求施工单位按安全文明标化工地标准进行施工；督促监理工程师做好安全控制，目的是保证项目施工中没有危险、不出事故、不造成人身伤亡和财产损失；督促监理工程师和承包商按照有关法规要求，使施工现场和临时用地范围内秩序

井然，文明安全，环境得到保护，交通畅达，防火设施完备，居民不受干扰，场容和环境卫生均符合要求。

二、销售工作

总体销售状况：门面房一二期工程应销售总额为12348万元，现已销售9147万元，资金已回笼8006万元，未销售部分3201万元，另外尚有1140万元已销售资金没有回笼。

项目开发的最要一环是销售，开发成功与否，主要看销售情况，所以公司采取了多种销售策略，多方开源，通过多种渠道，联系多层次客户。公司在上半年主要是对一期工程交户后的客户进行催款，落实二期门面房开发资金，对资金困难的客户，积极联系银行，动员客户及时按揭贷款，以加快公司资金回笼；在二期工程开发建设过程中，对直接分包的分项工程，优先考虑购置门面房的施工单位，以房款抵工程款，以减小工程建设的支付压力，如玻璃门工程和室外亮化工程；另外，动员地方一些有实力的个体老板购置门面房，以及一些有意投资商铺的外地老板购买，动员本项目的施工承包人购买本工程的一处较大的商铺，用以抵扣工程款；当然，还用了其它销售手段，比如充分利用户外广告宣传，采用涨价手段，动员公司员工亲朋来购买等。

三、20xx年工作计划

镇卫生院门前门面房开发，开发面积约3500平方米，该处门面房属于原门面房二期工程，各项手续齐全，有现成的施工图纸，在协调好外部关系和补办一些手续后可直接施工建设，该处一旦确定开发，可以在5个月内竣工，且可以很快完成销售。

进一步对门面房一二期工程剩余门面房进行销售，确保后期开发项目有充足的流动资金。

四、20xx年工作思路

总结门面房一二期工程的开发建设，存在四个方面的问题，一是门面房总体开发利润并不算高；二是销售不力，目前门面房销售相对滞销；三是工程建设扫尾工作缓慢，往往无法及时交户；四是现有管理理念相对落后，开拓进取精神不够。针对以上问题，我们总结出如下工作思路：

1、针对开发利润不高的问题，这里诚然有一个社会效益的方面，开发的初衷是为了形象的提高，也包含了路改造的投资，但其中实际上仍有利润上的开发潜力，比如，在开发规划的初期，没有对房地产开发做全面的调查和研究，没有对投资效益做全面的论证，对其中的部分费用没有充分考虑，以致于在开发过程中产生了许多意想不到的开支，如消防和供电工程等；还有在工程建设的 management 上也存在一些问题，没有充分协调质量、进度和成本之间的关系，致使了工程建设成本有所提高；另外，在考虑销售价格时，没有制定严谨科学的销售策略也对整体的利润有一定的影响；当然还有一些其它方面，总而言之，开发利润不高的问题不是某一方面或其中几个方面造成的，这里涉及到一个系统的成本管理，而系统的成本管理也就是科学的成本管理，是需要在实际工作当中积累经验并不断完善的，同时更需要学习，学习系统的理论和科学的管理方法。我们要在今后的工作中，结合房地产业的实际情况，制定严谨科学的成本管理体制；要从源头抓起，从决策规划和初步设计到施工图设计，到工程施工完毕和最后的竣工决算，甚至可以延伸到项目的寿命周期，都要有详细的成本计划；要加强学习，学习先进的成本管理理念，学习大房地产公司的成本管理经验，努力将房地产开发的经济效益和社会效益最大化。

2、针对目前门面房相对滞销的问题，尽管目前剩余商铺量并不大，但由于总体利润不高，如不将剩余商铺尽快销售出去，就会导致公司周转资金量不足，这对房地产公司来说是非常严重的问题，必须要加以解决。而从市场因素看，仍有市场

空间可供开发，而放眼整个以及乃至全国，市场空间更大，这就需要在市场上做好调研，进一步开拓市场，而不能坐等；另外在销售策略上也有文章可做，我们在之前的销售策略上相对比较呆板和保守，需要在销售策略上进一步解放思想。我们将在以后的工作当中进一步拓展思路，在市场开发方面，不能只局限于永安洲，而更应该放眼更大的市场空间，要做好宣传广告工作，可以先在*区域内做好宣传，充分利用传媒力量，在*区域内做广告宣传，吸引有购买力的业主来投资，即使没有投资购买，那也是对一种宣传，对今后的开发也有长远意义；在销售策略上，要起到刺激市场的效果，针对目前门面房的销售现状，我们应在原有销售价格的基础上适当上调销售单价，这样对那些已购买商铺的业主是一种安慰，让他们感受到房屋升值的理想结果，同时他们也会对我们开发建设的门面房做一些间接的宣传，而对那些持币观望的业主却是一种强烈刺激，会促使他们果断购买；另外在今后的开发规划上要做足文章，要确定所开发的项目有充分的市场，所建房型要能最大限度地满足用户的切实需要，同时还要考虑不同层次的购买力人群，侧重于中低收入人群的需求。

3、针对目前门面房工程扫尾进度不快的问题，总结的关键原因是没有科学合理的进度计划和详细的规划设计，另外在择优选择施工队和合同管理方面也存在一些问题。我们在以后工作中，要抓好各项配套工程的施工，制定详细的工作计划；抓好工程质量，完善各项竣工验收资料，做好工程竣工验收准备工作；在以后的项目招标中，要选择有实力、有信誉的施工单位。

4、关于现有管理理念落后和开拓进取精神不够的问题，我们认为解决问题的关键是改革现有运行体制，要面对市场，采取纯公司化运作；制定公司长远发展规划，建立公司人才计划，投资计划，管理计划，并建立和完善相应的制度；要有将公司发展壮大，做大做强的观念，不可坐享其成；要加强学习，坚持走出去，引进来，要将先进的管理理念为我所用。

以上是我公司20xx年度的工作总结及20xx年工作计划和工作思路，我公司全体员工，将在到来的20xx年的工作当中，放眼未来，着重眼前，各司其职，做好本职工作。

房地产销售目标计划参考图篇三

在安全与文明现场管理方面：本工程施工场地较小工作面较大，且在镇区主要交通要道占道施工，现场安全较难管理，工程项目部结合实际情况，和施工、监理研究，实时调整现场临时设施，根据本工程安全文明项目管理目标，督促施工单位在施工过程中贯彻执行国务院及各部门颁发的安全规程、生产条例和规定；为了提升工地形象和安全文明施工，科学安排、合理调配使用施工场地，并使之与各种环境保持协调关系，要求施工单位按安全文明标化工地标准进行施工；督促监理工程师做好安全控制，目的是保证项目施工中没有危险、不出事故、不造成人身伤亡和财产损失；督促监理工程师和承包商按照有关法规要求，使施工现场和临时用地范围内秩序井然，文明安全，环境得到保护，交通畅达，防火设施完备，居民不受干扰，场容和环境卫生均符合要求。

二、销售工作

总体销售状况：门面房一二期工程应销售总额为12348万元，现已销售9147万元，资金已回笼8006万元，未销售部分3201万元，另外尚有1140万元已销售资金没有回笼。

项目开发的最要一环是销售，开发成功与否，主要看销售情况，所以公司采取了多种销售策略，多方开源，通过多种渠道，联系多层次客户。公司在上半年主要是对一期工程交户后的客户进行催款，落实二期门面房开发资金，对资金困难的客户，积极联系银行，动员客户及时按揭贷款，以加快公司资金回笼；在二期工程开发建设过程中，对直接分包的分项工程，优先考虑购置门面房的施工单位，以房款抵工程款，

以减小工程建设的支付压力，如玻璃门工程和室外亮化工程；另外，动员地方一些有实力的个体老板购置门面房，以及一些有意投资商铺的外地老板购买，动员本项目的施工承包人购买本工程的一处较大的商铺，用以抵扣工程款；当然，还用了其它销售手段，比如充分利用户外广告宣传，采用涨价手段，动员公司员工亲朋来购买等。

三、20xx年工作计划

镇卫生院门前门面房开发，开发面积约3500平方米，该处门面房属于原门面房二期工程，各项手续齐全，有现成的施工图纸，在协调好外部关系和补办一些手续后可直接施工建设，该处一旦确定开发，可以在5个月内竣工，且可以很快完成销售。

进一步对门面房一二期工程剩余门面房进行销售，确保后期开发项目有充足的流动资金。

四、20xx年工作思路

总结门面房一二期工程的开发建设，存在四个方面的问题，一是门面房总体开发利润并不算高；二是销售不力，目前门面房销售相对滞销；三是工程建设扫尾工作缓慢，往往无法及时交户；四是现有管理理念相对落后，开拓进取精神不够。针对以上问题，我们总结出如下工作思路：

- 1、针对开发利润不高的问题，这里诚然有一个社会效益的方面，开发的初衷是为了形象的提高，也包含了路改造的投资，但其中实际上仍有利润上的开发潜力，比如，在开发规划的初期，没有对房地产开发做全面的调查和研究，没有对投资效益做全面的论证，对其中的部分费用没有充分考虑，以致于在开发过程中产生了许多意想不到的开支，如消防和供电工程等；还有在工程建设的管理上也存在一些问题，没有充分协调质量、进度和成本之间的关系，致使了工程建设成本有

所提高;另外,在考虑销售价格时,没有制定严谨科学的销售策略也对整体的利润有一定的影响;当然还有一些其它方面,总而言之,开发利润不高的问题不是某一方面或其中几个方面造成的,这里涉及到一个系统的成本管理,而系统的成本管理也就是科学的成本管理,是需要在实际工作当中积累经验并不断完善的,同时更需要学习,学习系统的理论和科学的管理方法。我们要在今后的工作中,结合房地产的实际情况,制定严谨科学的成本管理体制;要从源头抓起,从决策规划和初步设计到施工图设计,到工程施工完毕和最后的竣工决算,甚至可以延伸到项目的寿命周期,都要有详细的成本计划;要加强学习,学习先进的成本管理理念,学习大房地产公司的成本管理经验,努力将房地产开发的经济效益和社会效益最大化。

2、针对目前门面房相对滞销的问题,尽管目前剩余商铺量并不大,但由于总体利润不高,如不将剩余商铺尽快销售出去,就会导致公司周转资金量不足,这对房地产公司来说是非常严重的问题,必须要加以解决。而从市场因素看,仍有市场空间可供开发,而放眼整个以及乃至全国,市场空间更大,这就需要在市场上做好调研,进一步开拓市场,而不能坐等;另外在销售策略上也有文章可做,我们在之前的销售策略上相对比较呆板和保守,需要在销售策略上进一步解放思想。我们将在以后的工作当中进一步拓展思路,在市场开发方面,不能只局限于永安洲,而更应该放眼更大的市场空间,要做好宣传广告工作,可以先在*区域内做好宣传,充分利用传媒力量,在*区域内做广告宣传,吸引有购买力的业主来投资,即使没有投资购买,那也是对一种宣传,对今后的开发也有长远意义;在销售策略上,要起到刺激市场的效果,针对目前门面房的销售现状,我们应在原有销售价格的基础上适当上调销售单价,这样对那些已购买商铺的业主是一种安慰,让他们感受到房屋升值的理想结果,同时他们也会对我们开发建设的门面房做一些间接的宣传,而对那些持币观望的业主却是一种强烈刺激,会促使他们果断购买;另外在今后的开发规划上要做足文章,要确定所开发的项目有充分的市场,

所建房型要能最大限度地满足用户的切实需要，同时还要考虑不同层次的购买力人群，侧重于中低收入人群的需求。

3、针对目前门面房工程扫尾进度不快的问题，总结的关键原因是没有科学合理的进度计划和详细的规划设计，另外在择优选择施工队和合同管理方面也存在一些问题。我们在以后工作中，要抓好各项配套工程的施工，制定详细的工作计划；抓好工程质量，完善各项竣工验收资料，做好工程竣工验收准备工作；在以后的项目招标中，要选择有实力、有信誉的施工单位。

4、关于现有管理理念落后和开拓进取精神不够的问题，我们认为解决问题的关键是改革现有运行体制，要面对市场，采取纯公司化运作；制定公司长远发展规划，建立公司人才计划，投资计划，管理计划，并建立和完善相应的制度；要有将公司发展壮大，做大做强的观念，不可坐享其成；要加强学习，坚持走出去，引进来，要将先进的管理理念为我所用。

以上是我公司20xx年度的工作总结及20xx年工作计划和工作思路，我公司全体员工，将在到来的20xx年的工作当中，放眼未来，着重眼前，各司其职，做好本职工作。

在不知不觉中□20xx年已经过了，加入公司的时间拼拼凑凑也有不少的时间了。在这段时间里，从一名置业顾问一步步晋升为销售经理，我不断的学习的知识并积累了很多的经验，也同时锻炼和提高了业务能力，这让自己的人生多了一份激动，一份喜悦，一份悲伤，最重要的增加了一份人生的阅历。可以说在九阳的这段时间中，收货颇多，感触颇多。在这里，非常感谢公司的每一位领导和同仁的帮助和指导，现在已能独立完成本职工作，现对目前的工作做以下总结。

一、任务完成

今年实际完成销售认购签约回款佣金的情况和竞争对手易居

的对比的情况。

二、团队管理方面

1、招聘面试方面

自己在招聘面试的时候缺少精心的设计和安排，有时候自己也不加重视，总是奔着你情我愿的想法，没有必要跟着面试者讲太多，正是因为自己的不重视应聘这个环节从而导致一部分优秀人员的流失，也给人事部部门增添了不少麻烦。

2、团队培训工作

没有计划的培训，培训目的的不明确，培训前没有系统的准备对团队的打造目标不够明确比较笼统，培训的计划做的也比较笼统，因此在培训工作开展时想到什么就培训什么，感觉团队缺少什么就培训什么，有的时候很少培训，有的时候天天都在培训也达不到预期的效果。不但增加了置业顾问的负担更影响大家的心情。

对于培训没有一个长期统筹安排和布置，自己也没有提前做好充足的准备工作。自己不但没有得到锻炼，更使整个团队裹足不前。也没有研究过老的置业顾问和新人进行区别培训，导致新人学习难度增大，老的置业顾问也感觉付出了时间却得不到较好的效果。

3、监督、督促工作方面的

很多事情都是及时的安排下去，但是没有给予及时的督促和监督，导致安排下去的事情做的不理想甚至是基本上没有完成。例如置业顾问的约电约客问题，自己很少去督促和检查他们的来电来客，导致置业顾问在这方面的工作开展的不是很理想。有的置业顾问甚至很长时间对客户都不进行约访，损失了公司难得的客户资源。

4、及时总结学习方面的

当工作期间遇到一定难题的时候，自己很少去总结学习更谈不上将自己总结的东西传授给团队，有时候难题过去就过去了，不再过多的进行回顾总结和传授。当遇到问题客户的时候，总是想尽一切办法给予解决但总是忽略产生这些问题的根源在那，因而重复的问题不断出现，如何将该问题在前期解决掉或避免该问题的产生自己却不总结和传授。

5、公司制度的执行和落实方面的

例如有的工作人员偶尔迟到三五分钟，但出于不忍心就不再严格按照公司制度给予其罚款，从而导致了其它置业顾问心理不平衡，给管理工作带来了一定的困难。究其原因做为一名销售部负责人首先必须严格按照公司的管理制度进行相应的处罚，对其违纪行为视而不见于心不忍不给予其进行罚款可实际上就是在纵容其行为，因此对于我来说是一种失职行为。公司最基本的管理制度自己都因为种种原因执行和落实不到位，更谈不上让自己的团队按照制度去严格要求自己。

6、销售一线工作出现的问题敏感性。

由于销售一线工作灵活多变，因此需要根据实际情况及时制定出相应的制度策略。在这方面自己的主动积极意识存在很大的欠缺，总是习惯于领导将工作安排完事以后自己才去执行，不动脑子去想过多事情，从而使很多工作做起来很被动。

7、团队之间的沟通。

曾经也认真制定过与工作人员之间的沟通计划，但是实施一段时间后便抛向脑后，因为各种原因落下了，在置业顾问提成方面因为没有事先沟通，向团队说明公司的情况，导致了一些小的情况发展，不仅仅影响了团队的士气也影响了正常工作的进行。通过这件事才让我深刻的意识到及时的沟通是

多么的重要。

三、案场管理方面的

1、案场谈客监督及把握方面当问题客户出现的时候，自己都想办法及时给予解决，在案场自己也时常全程并及时的给予置业顾问的谈客进行指导，同时提示或组织其它置业顾问给予适当的造势来创造氛围，常组织置业顾问交流谈客过程的关键点把握，从而提高了部分置业顾问的成交率。尤其是对新的置业顾问谈客自己都及时给予点评，并组织其它置业顾问给予及时的旁听来提高谈客技巧。

2、案场问题客户处理方面

当出现问题客户的时候自己都很有耐心的给予解释和解决，减少了异议客户，增加了客户对公司的信任感和认同感。

四、执行力方面的

我深刻的意识到自己办事比较拖沓，总有一种不到最后一刻绝不完成的想法，因此对领导安排或者其其它的事情总是能往后拖就往后拖，深知自己拖沓的习惯害人害己，自己也要努力改掉这样拖沓的坏毛病。

在公司工作的这段时间里，深知自己身上存在各种各样的问题和不足，在以后的日子里我要给自己进行重新定位，振奋信心、保持本色、重燃激情，在改掉自己不足的前提下努力学习知识提高自身各方面的能力，并做出了以下工作计划。

1、首先在个人心态方面不仅好好调整，无论在任何的困境下都要和公司团队荣辱与共，共渡难关。用自己的良好的心态去影响身边的人和公司的团队。

2、其次对于个人在团队管理上存在的不足自己要制定出详细

的团队管理目标和实施方案。

3、学习招聘面试方面的技巧，重视每次的招聘面试工作，每次在面试之前都要设计出面试的方案，尽最大可能为公司吸纳和留住优秀人才。

4、在培训工作方面，制定出详细的培训方针和大纲，每个月末都要根据实际情况做出下个月详细的培训计划，针对新人和老人区别做出培训计划。并尽最大努力严格按照培训计划执行。落实项目部日常的管理制度，并严格按照管理制度去执行，无论任何人只要触犯公司的原则问题都一视同仁绝不姑息，牢牢记住“管理即是严格的爱”。

5、针对自己的沟通不足问题。每周固定两次和置业顾问进行有效沟通。及时的了解并掌握置业顾问的心态和动态。

6、关于监督督促工作在春节前也要形成制度，有奖有罚奖罚分明。

7、关于执行力不足问题，制定出关于执行力不到位的奖罚措施，争取任何事情达到第一时间，高质量的去完成。关于做事拖沓问题，自己要从每天上班开始锻炼，要求自己每天上班必提前20分钟到项目部，制定出处罚措施由秘书监督进行处罚。

都说公司是自己的第二个家，既然是家，没有谁有理由不爱自己的家，在这个家里我一直都是，忠诚可靠，乐于奉献，一切以公司利益为出发点，忠于职守，不以权谋私，敢于管理，尽心尽力，尽职尽责，管的公平、公正、一视同仁，心胸宽广，宽容善待他人，任人为贤。积极热情、充满活力。用自己的热情去感染自己的下属，关心他们的工作和生活。当然没有谁是十全十美的，我也有很多的不足之处，在执行力方面的欠缺，有时候性格的过于温和，对团队管理经验的不足，以及和下属沟通的欠缺，都给工作的进行带来了一定

的困扰。作为一名销售经理，想好更好的发展，这些缺点和不足都需要一一的克服和解决，我有信心能够很好的解决。

学习犹如逆水行舟，不进则退，深刻的认识到自身知识水平有限及能力的不足，对未来我充满着期待和信心，相信在公司领导不断的批评和指导下我会进步的更快，变的更加成熟。

共2页，当前第2页12

房地产销售目标计划参考图篇四

一、市场调研：

- 1， 前言-----本次市调的背景、动机、运用手段、目的等。
- 2， 市场分析----- (1) 当前市场分析(开发总量、竣工总量、积压总量)。

(2) 区域市场分析(销售价格、成交情况)
3. 近期房地产的有关政策、法规、金融形势。
4. 竞争个案项目调查与分析。
- 5， 消费者分析

(1) 购买者地域分布。

(2) 购买者动机。

(3) 功能偏好(外观、面积、地点、格局、建材、公共设施、价格、付款方式)。

(4) 购买时机、季节性。

(5) 购买反应(价格、规划、地点等)。

(6) 购买频度。

6, 结论

二、项目环境调研

1. 地块状况

(1) 位置。

(2) 面积。

(3) 地形。

(4) 地貌。

(5) 性质。

2. 地块本身的优劣势。

3. 地块周围景观(前后左右, 远近景, 人文景观, 综述)。

4. 环境污染及社会治安状况(水、空气、噪音、土地、社会治安)。

5. 地块周围的交通条件(环邻的公共交通条件、地块的直入交通)。

6. 公共配套设施(菜市场、商店、购物中心、公共汽车站、学校、医院、文体娱乐场所、银行、邮局、酒店)。

7. 地块地理条件的强弱势分析(swot坐标图、综合分析)。

三、项目投资分析

1. 投资环境分析

(1) 房地产的政策法规。

(2) 目标城市的房地产供求现状及走势(价格、成本、效益)现实土地价值分析判断(以周边竞争楼盘的售价和租价作为参照)。

2. 土地建筑功能选择(见下图表)。

3. 现实土地价值分析判断(以周边竞争楼盘的售价和租价作为参照)。

4. 土地延展价值分析判断(十种因素)。

5. 成本敏感性分析

(1) 容积率。

(2) 资金投入。

(3) 边际成本利润。

6. 投入产出分析

(1) 成本与售价模拟表。

(2) 股东回报率。

7. 同类项目成败的市场因素分析

四、营销策划

(一) 市场调查

1. 项目特性分析(优劣势判断, 在同类物业中的地位排序)。
2. 建筑规模与风格。
3. 建筑布局 and 结构(实用率、绿地面积、配套设施、厅房布局、层高、采光通风、管道布线等)。
4. 装修和设备(是豪华还是朴素、是进口还是国产、保安、消防、通讯)。
5. 功能配置(游泳池、网球场、俱乐部、健身房、学校、菜场、酒家、剧院等)。
6. 物业管理(是自己管理还是委托他人管理、收费水平、管理内容等)。
7. 发展商背景(实力、以往业绩、信誉、员工素质)。
8. 结论和建议(哪些需突出、哪些需弥补、哪些需调整)。

(二)、目标客户分析

1. 经济背景

经济实力。

行业特征……公司(实力、规模、经营管理、模式、承受租金、面积、行业)。

家庭(收入消费水平、付款方式、按揭方式)。

2. 文化背景: 推广方式、媒体选择、创意、表达方式。

(三) 价格定位

1. 理论价格(达到销售目标)。
2. 成交价格。
3. 租金价格。
4. 价格策略。

(四) 入市时机、入市姿态。

(五) 广告策略。

1. 广告的阶段划分。
2. 阶段性的广告主题。
3. 阶段性的广告创意表现。
4. 广告效果监控。

(六) 媒介策略

1. 媒介选择。
2. 软性新闻主题。
3. 媒介组合。
4. 投放频率。
5. 费用估算。

(七)、推广费用

1. 现场包装(营销中心、示范单位、围板等)。
2. 印刷品(销售文件、售楼书等)。
3. 媒介投放。

五、概念设计

1. 小区的规划布局 and 空间组织。
2. 小区容积率的敏感性分析。
3. 小区道路系统布局(人流、车流)。
4. 小区公共配套布局安排(学校、会所、购物等)。
5. 小区建筑风格的形式及运用示意。
6. 小区建筑外立面色彩的确定及示意。
7. 小区户型比例的搭配关系。
8. 小区经典户型的功能判断及其面积划分。
9. 小区环境绿化概念原则。
10. 小区环艺小品主题风格确定及示意。

六、识别系统

(一)核心部分

1. 名称。
2. 标志。

3. 标准色。

4. 标准字体。

(二) 运用部分

1. 现场。

1.1 工地围板。

1.2 彩旗。

1.3 挂幅。

1.4 欢迎牌。

2, 营销中心。

2.1 形象墙。

2.2 门楣标牌。

2.3 指示牌。

2.4 展板规范。

2.5 胸卡。

2.6 工作牌。

2.7 台面标牌。

3. 工地办公室。

3.1 经理办公室。

3.2 工程部。

3.3 保安部。

3.4 财务部。

4. 功能标牌。

4.1 请勿吸烟。

4.2 防火、防电危险。

4.3 配电房。

4.4 火警119。

4.5 消防通道。

4.6 监控室。

1. 建筑规模与风格。

2. 建筑布局 and 结构(实用率、绿地面积、配套设施、厅房布局、层高、采光通风、管道布线等)。

3. 装修和设备(是豪华还是朴素、是进口还是国产、保安、消防、通讯)。

4. 功能配置(游泳池、网球场、俱乐部、健身房、学校、菜场、酒家、剧院等)。

5. 物业管理(收费水平、管理内容等)。

6. 发展商背景(实力、以往业绩、信誉、员工素质)。

7. 结论和建议(哪些需突出、哪些需弥补、哪些需调整)。

七、价格定位

1. 理论价格(达到销售目标)。
2. 实际价格(在预期内顺利达到销售目标的成交价格)。
3. 租金价格(最能反映商品房实际售价的价格)。
4. 价格策略。

八、广告策略

1. 广告的阶段划分(准备期、导入期、推广期、成熟期、巩固期)。
2. 阶段性的广告主题。
3. 阶段性的广告创意表现。
4. 广告效果监控。

九、媒介策略

1. 媒介组合。
2. 软性新闻主题。
3. 投放频率。
4. 费用估算。

十、推广费用

1. 现场包装(vi设计、营销中心、示范单位、围板等)。
2. 印刷品(销售文件、售楼书等)。
3. 阶段性广告促销费用。

十一、营销管理

销售实务与人员培训

房地产销售目标计划参考图篇五

销售准备工作是一项时间较长内容较庞杂的工作，包括制定销售计划、酝酿价格策略、选择销售模式、确立开盘时机、安排销售节奏、编制卖场包装方案及开展员工培训等内容，只有逐一搞好统筹，才能做到有条不紊，万无一失。下面是本站小编收集整理关于房地产销售计划的资料，希望大家喜欢。

成功地产公司一般的经验是销售工作在项目具体开始时就介入，并根据项目概况，编制项目推广资料，为项目销售、租赁做好准备工作。

一、地产项目销售计划体系

二、地产项目营销工作模块

三、销售流程设计

四、项目营销整体部署

1、企业发展战略的定位

企业已有的业绩和目前发展状况

企业的中长期展规划和财务状况

企业所秉承的企业的理念

本项目的利润目标和财务安排

2、市场调查与分析

本区域范围内楼盘的市调

与同样价位不同区域的楼盘进行比较

与目前正处于强销期的楼盘进行比较

与即将推出的楼盘进行比较

与销售成功的楼盘进行比较

3、市场定位、策划方向确认

楼盘的细分市场定位

楼盘的产品定位，客源定位

楼盘的竞争定位

楼盘的设计基调，设计风格确定

楼盘广告基调和广告风格的确定

4、策划部与建筑师协调沟通确定产品特性

产品功能规划的沟通

产品总体规划、细部结构、公共配置的沟通

产品外立面图形的沟通

产品内部三维空间处理的沟通

产品内部单元房型设计的沟通

产品的面积配比、格局配比的沟通

产品建材设备选择确认的沟通

5、楼盘名称及确定标识

楼盘的命名

mark或logo type的设计

标准字体的设计

标准颜色的确定

6、销售现场和促销活动的场地安排

销售中心的选址

销售中心至工地现场沿线景观美化

销售中心风格定位、设计、施工和室内布置

销售中心室外空间规划、设计、布置

放置标示牌、广告围板、各类旗帜、灯光照明、引导看板

促销活动现场的选址、设计和布置

7、销售中心主要销售道具

交通位置图，区域环境图

楼盘鸟瞰图、透视图的绘制

建筑模型的制作

室内墨线图、家具配置图的绘制

室内室外灯片选择和灯箱制作

销售中心销售道具的布置与安排

销售中心销售道具使用注意事项

8、样板房的装修

样板房的户型选择

样板房的楼层、景观选择

样板房室内装潢的设计、施工和督导

样板房家具配置的设计、选择和实施

样板房室内灯光照明，日常生活什物摆设

样板房清洁卫生和监护工作

9、印刷品的制作

说明书规划、设计、方案、完稿、印刷

dm规划、设计、方案、完稿、印刷

海报规划、设计、方案、完稿、印刷

平面图册规划、设计、方案、完稿、印刷

请柬设计、方案、完稿、印刷

各类印刷物套设计、完稿、印刷

10、报刊媒体的制作与安排

新闻报道的安排、撰写和发稿

报纸广告企划、设计、文案、完稿、发布

杂志广告企划、设计、文案、完稿、发布

电视影片的企划、撰写、设计、拍摄

广播广告的企划、撰稿、制作、发布

11、广告发布计划

不同种类、不同时间、不同篇幅的报纸广告的选择

不同种类、不同时间、不同篇幅的杂志广告的选择

不同电台、不同时间、不同栏目的电视广播广告的选择

不同地区、不同时间、派报夹报的选择方式

不同媒体的发布组合安排

发布数量、发布节奏的安排和控制

12、各项事务的发包与控制

品质要优良，不可粗制滥造

数量要足够，不可偷工减料

价格要合理，与品质相符

厂商的请款方式要能配合公司

注意制作过程中的品质控制，发现问题，及时调整

了解生产周期，掌握完成时间，务必与整个销售计划相协调

货比三家，慎重决定

13、价格制定与价格控制

基价和差价系数的确定

底价价目表与表价价目录的拟订

付款方式的确定

优惠折扣的条件和方式

置业顾问、销售经理等各级人员的让价空间和权责范围

14、推出时间计划

依天气状况、季节特性而定

依民情民性、财政情势而定

依施工进度、资金状况而定

依准备工作、市场概况而定

15、业务训练计划

置业顾问的体能训练

置业顾问的房地产基本知识教育

答客问的制作

答客问的反复演练及修正

置业顾问制服、名片的设计制作

销售状况表的设计、完稿、制作

销售队伍的组织编派和奖金制度的拟订

16、现场销售执行

电话接听，电话追踪

现场来访客户接待，介绍楼盘

带看楼盘实地，详介楼盘，环境

客户追踪、拜访

收取大定、小定、直至最后签约

各类报表的填定

销售检讨会

现场考勤值日、卫生保洁

17、房屋销售相关文件

大、小定金收据

内外销商品房预售合同

内外销商品房销售合同

房屋租凭合同

签定以上相关文书的注意事项

18、促销活动的主题选择

新楼盘说明会

房地产投资捷径讲座

儿童绘画比赛等亲情活动

影星、歌星联谊晚会

大家乐有奖抢答游戏

促销活动计划、实施、效果评判和费用安排

19、广告效果和销状况分析

各种媒体来电状况分析

各种媒体来人状况分析

每周每月客户情况分析

每月销售情况总体分析

下一阶段销售计划安排与建议

20、销售总结

销售结束总结报告

总结报告审核并存档

工地用品清理完毕公司收存

计算置业顾问的奖金，激励士气

举办庆功活动

江房地产开发有限公司在20xx年度的主要工作，是开发建设并经营门面房一、二期工程，在园区党工委、政府领导的关心支持下，经过全体员工的共同努力，“门面房”项目各方面工作都取得了很大进展。为顺利完成该项目，努力达到政府的要求，实现项目的经济效益和社会效益，总结工作经验，找出工作中的差距，合理安排来年的工作，现将20xx年度年度工作情况总结如下：

门面房一期工程已于20xx年竣工，本年度主要是进行销售和资金回笼工作，以及交户后的质量保修回访工作；门面房二期工程主要施工内容已于20xx年基本结束□20xx年主要进行销售和资金笼工作，以及门面房门前大理石铺装，和路亮化及广告牌等其它配套设施的施工，门面房二期工程已于20xx年11月28日举行了竣工验收会；现在已进入全面交户阶段和后期手续的办理。

一、项目开发、建设工作

在项目建设施工过程中，我公司从项目组织管理、工程质量控制、现场管理等几个方面开展工作。

在项目组织管理方面：首先明确项目组织管理体系、项目工程部主要工作职责，确定项目管理的目的任务，制定工程四大总体目标(质量、进度、投资、同事的协作下，使得商业用

房工程得以顺利进行，通过工程例会协调各项工作、解决日常施工中的矛盾，加强相互之间的沟通，及时有效地控制好工程的质量、进度、成本、安全文明。

在工程质量控制方面：质量管理上，项目部着重抓了三个环节：确立质量目标、确定质量预控方案；产品形成的过程控制；验收控制。开工前确定质量预控方案，公司提出“建精品工程、树形象”的质量目标，对监理及单分包单位明确目标、验收标准等。并审定监理大纲及施工单位的施工组织设计。针对监理、施工单位在节能、智能、质量通病防治等方面的薄弱环节提出改进要求，协助其完善施工工艺、措施的制定。抓好过程质量控制，在过程控制上，发挥监理在质量管理上的职能，对监理充分授权、有效监督；严把原材料质量关，项目部对进场材料质量、数量、规格验收，并监督现场取样送检，以检查到场材料是否符合合同要求。工程项目部在对于施工单位的质量管理上，主要抓其质保体系建设，发挥质保体系在质量管理上的作用，从思想上重视质量管理，在日常的管理中重点工作是质量巡查，质量跟踪，并结合施工的阶段，组织一些有针对性的质量管理活动，有效利用工程例会制度，讲问题、提问题、解决问题。现场管理中，强调服务意识，为乙方生产质量优质产品创造条件，提供技术支持、管理支持。产品的验收控制中，主要是要求施工方做到自检、互检和交接检，严格监理验收制度，确保按工序报验制度执行。总之，门面房工程的施工质量总体是好的，能较好地按规范施工，按规范验收，现在门面房二期工程已经各级质量监督检验部门验收合格。