

# 最新房地产销售总监月度工作计划(汇总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。计划可以帮助我们明确目标，分析现状，确定行动步骤，并制定相应的时间表和资源分配。以下是小编为大家收集的计划范文，仅供参考，大家一起来看看吧。

## 房地产销售总监月度工作计划篇一

作为销售部的一员，而从事的`是房地产行业，我觉得我们最主要工作就是做好市场营销。面对xx年的金融风暴，也为了比去年有一个好的房地产营销状况，我个人对此制定了相关销售工作计划。

不管做什么，我相信只要先制定目标，才会有所追求，有所奋斗，有所实践。

而在制定目标前，我们销售部应先做好市场调查，及时了解市场的规模，顾客的需求量，观念和购买行为趋势。同时辨明竞争对手他们的规模，目标，市场占有率，产品质量，市场营销策略以及任何有关意图和行为。

当然我指的目标是市场营销目标。例如：如果有公司想得180万的利润，并且其目标利润率为销售额的百分之十，那么，必须确定一个销售收益为1800万的目标，而如果公司确定每单元售价20万元，则其必须售出90套房子。

目标的实现也有很多的途径，比如：可以通过增大房屋的销售来实现；可以扩大市场，提高市场占有率来获得；可以通过开展广告活动宣传高价性，高舒适的特点来间接达到销售目的。

而从另一方面来讲，作销售，其专业水平也为极其重要的一部分。在销售过程中，我们要做到：

- 1、准确熟悉掌握销售知识，如：项目地块坐落，面积，周边配套，建筑材料，每个空间利用的作用和安排等等。
- 2、认识熟悉整个沙盘，并能生动讲解沙盘。
- 3、认识并能看明白图纸，并能准确讲解图纸。
- 4、要有较好的心态。每个销售员在每天不同的情况下会遇到不同的顾客，遇到态度好的那好还：遇到脾气怪的那也不是没有。可我们做的不是和他们硬碰硬到底，而是心底慢慢独自调节，为了缓解这气氛，当然我们可以适当的给顾客讲下生活趣事。

我不晓得我说的我想的会对公司或对销售业绩来讲有多少多少的帮助，但这至少是我参加工作，从事这行业来最真挚的想法与感受。我始终也相信自己一点，我会很再接再厉的。。不求最好，只求更好。

## 房地产销售总监月度工作计划篇二

销售总监是公司上级领导与销售职员和具体工作之间的纽带，销售总监与销售团队代表着公司的形象与品牌，对销售职员而言，销售总监代表着管理、指令、纪律、执行力和进步收进、提升职位的代言者。所以销售总监作为一位销售负责人，就必须对公司、对客户及销售职员尽职尽责。

承上启下的销售工作，除要忠实履行本岗位职责，更要有苏醒的市场意识、经营意识、创新意识、服务意识，要求自己要有掌控、驾驭、分析、解决题目的能力和强烈的使命感。

工作责任主要表现在：催促销售职员的工作、制定销售计划、

销售团队的管理、定期的销售总结、定期对销售职员的绩效考核的评定、上下级的沟通、销售职员的工作扶持、大客户订单的制定、销售职员工作的分配和协助技术部工作等。

实在我个人以为，每位销售职员都会有自己的一套销售理念。一开始，我是不能够即时知道每位销售职员的特点在哪里，需等完全了解的时候，就应当充分发挥其潜伏的上风，假如某个别销售职员存在可发掘的潜力，我会对其进行相应的督导，我们相互学习，帮助完成公司下达的销售指标，从而来弥补其不足的地方。

作为销售负责人，需要做的工作很多：

- 1、分析市场状态，正确作出市场销售猜测报批；
- 2、拟订年度销售计划，分解目标，报批并督导实施；
- 3、根据业务发展规划公道进行职员配备；
- 4、汇总市场信息，提报产品改善或产品开发建议；
- 5、洞察、猜测危机，及时提出改善意见报批；
- 6、关注所辖职员的思想动态，及时沟通解决；
- 7、根据销售预算进行进程控制，下降销售用度；
- 8、参与重大销售谈判和签定合同；
- 9、组织建立、健全客户档案；
- 10、向直接下级授权，并布置工作；
- 11、定期向直接上级述职；

12、定期听取直接下级述职，并对其作出工作评定；

13、负责参与制定销售部分的工作程序和规章制度，报批后实行；

负责催促销售职员的工作：

1、销售部工作目标的完成；

2、销售指标制定和分解的公道性；

3、工作流程的正确执行；

4、开发客户的数目；

5、造访客户的`数目；

6、客户的跟进程度；

7、独立的销售渠道；

8、销售策略的应用；

9、销售指标的完成；

10、确保贷款及时回笼；

11、预算开支的公道支配；

12、良好的市场拓展能力

13、纪律行为、工作秩序、整体精神面貌；

14、销售职员的计划及总结；

15、市场调查与新市场机会的发现；

16、成熟项目的营销组织、调和和销售绩效管理；

进行销售业绩的制定：

销售业绩的制定要有一定的根据，不能凭空想象。要根据公司的现状，已及公司产品种类，细细划分。

随后要做的事情就是落实到每个销售职员的身上，乃至可以细分到每个销售职员月. 半年. 一年销售业绩是多少，从而很完善的完成公司下达的季销售业绩。终究完成每一年的销售指标。

制定一份很好的销售计划，一样也是相当重要的事情。有句话说的好，没有理想就永久不可能达成。可见，销售计划的重要性。固然销售计划也是要根据实际情况而制定的。

### **房地产销售总监月度工作计划篇三**

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\_\_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。

## 房地产销售总监月度工作计划篇四

销售团队的管理：

销售团队的管理可以说是一个学问，也是公共关系的一个重要方面。如今的销售模式不再是单纯的单唯一个销售职员的魅力了。很好的完成销售任务，起决定性左右的就应当是销售团队。

在所有销售团队里面的成员心齐、同一，目标明确为一个基本条件的基础上，充分发挥每成员的潜能上风，是其感觉这样的工作很合适自己的发展。感觉加进我们的销售团队就像加进了一个温馨的大家庭中间。我想，每个队员都会喜欢自

己的工作，喜欢我们的环境的。

公司为大家创造了很好的企业文化，同时也给大家提供和搭建了很好的销售平台，所以，销售职员应当感觉到满足，并胸怀感恩的心，我希望能让每位销售职员学到相应的东西。

绩效考核的评定：

绩效考核的评定固然比较繁琐，但是势在必行。对很好的完成销售指标，绩效考核是一个比较直接的数据。

- 1、本来计划的销售指标。
- 2、实际完成销量。
- 3、现有客户的造访数目。
- 4、月合同量。
- 5、销售职员的行为纪律。
- 6、工作计划、汇报完成率。
- 7、需求资源客户的回复工作情况。

上下级的沟通：

销售总监也起着穿针引线的作用。根据公司上级领导布置的任务，具体的落实到每位销售职员的身上。在接受任务的同时，也能够反应基层职员所碰到的实际困难。

销售职员的培训：

- 1、提升公司整体形象。

2、提升销售职员的销售水平。

3、顺利构成合同达成。

以上说的这些都是我觉得销售计划中比较重要的。所以我简单的罗列出来了。实在作为销售负责还有很多的事情要做。比如：配合财务部分帐款的收取，销售职员的定位题目，市场评估等等，在这里我也不逐一说明了，但是这些事情都是为了整个销售部分能很好很快的完成销售任务。

销售部分就是冲锋陷阵的兵士，公司的战略目的很明确，既然要设立一个销售部，我就要让销售部活起来，让我们的业绩明显的体现出来。

## 房地产销售总监月度工作计划篇五

作为销售总监，为了我使公司的各方面的工作顺利进行，特作出20xx年工作计划。

一、综述：作为任何一个以营利为目的的单位来说——只有销售部才是唯一的赢利单位，其它的都部门均为成本单位。而我们公司的销售部充其量也只能算是销货部，以目前家具市场的竞争激烈程度来看，销售部必需升级，从被动销售升级为有科学计划、有执行标准、有量化考核的主动销售。

三、销售部门的职能：

1、进行市场一线信息收集、市场调研工作；

7、建立、完善各级客户资料档案，保持与客户之间的双向沟通；

8、潜在客户以及现有客户的管理与维护；



9、配合本系统内相关部门作好推广促销活动；

10、按照推广计划的要求进行货物陈列、宣传品的设计、发放；四、关于品牌：“英\*\*”品牌建立时间较长，有一定的先入为主的优势。这个优势将继续扩大。另外的独立品牌要做出差异化，在产品风格、装修氛围和受众方面要有准确的定位。差异化体现在产品、装饰、饰品等方面，产品方面就包括了材料、结构、元素等，我们不光要学习，还要超越。

五、渠道管理：由原来的散货向专卖升级，这也是这次改革的主要目的，充分利用现有的客户资料，优化经销商的构成，从夫妻店、个体户向集体单位、集团单位升级，慢慢向地区、省、市总经销发展。这并不遥远，只要我们的产品品质和服务经得起客户的检验，做深层次的沟通，自然会有大客户感兴趣。有赚钱的机会，就会有发现它的人，问题是我们要把机会准备好。

六、信息管理和利用：现在有两千多家(外商八百多家)经销商、家具卖场、商场的联系信息，因职权不明，还没能好好的划分利用。另有全国各区域人口、经济资料统计、全国百强县排名等。还有网上收集的卖场招商信息、主动联系有专卖意向的客户资料等。这些都是做市场的珍贵资料，由于销售部被动等客的惯性思维和领导层的决策等原因，这些东西都被放在抽屉里了，很可惜。要充分利用，更快、更准的确定目标市场和目标客户。