

2023年房地产外拓工作计划(汇总9篇)

光阴的迅速，一眨眼就过去了，成绩已属于过去，新一轮的工作即将来临，写好计划才不会让我们努力的时候迷失方向哦。通过制定计划，我们可以将时间、有限的资源分配给不同的任务，并设定合理的限制。这样，我们就能够提高工作效率。以下是小编收集整理的工作计划书范文，仅供参考，希望能够帮助到大家。

房地产外拓工作计划篇一

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，还有2016奥运会带来的无限商机，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）。

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。

房地产外拓工作计划篇二

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)xx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)□xx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标投标工作，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：完成工程主体的招标投标工作，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,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亿元左右;其中基础部分需用约亿元;地上商业部分约用亿元;公寓部分约用亿元,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。

20xx年公司建设工程款总需求是亿元。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。

(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

策略陈述书可以如下所示：

目标市场：高收入家庭，特别注重于男性消费者及各公司，注重于外企。

产品定位：质量高档的外销房。有商用、住家两种。

价格：价格稍高于竞争厂家。

配销渠道：主要通过各大房地产代理公司代理销售。

服务：提供全面的物业管理。

广告：针对市场定位策略的定位的目标市场，开展一个新的广告活动，着重宣传高价位、高舒适的特点，广告预算增加30%。

研究与开发：增加25%的费用以根据顾客预购情况作及时的调整。使顾客能够得到的满足。

市场营销研究：增加10%的费用来提高对消费者选择过程的了解，并监视竞争者的举动。

一、行动方案

策略陈述书阐述的是用以达到企业目标的主要市场营销推动力。而现在市场营销策略的每一要素都应经过深思熟虑来作回答：将做什么？什么时候去做？谁去做？将花费多少？等等具体行动。

二、预计盈亏报表

行动方案可使经理能编制一个支持该方案的预算，此预算基本上为一项预计盈亏报表。主管部门将审查这个预算并加以批准或修改。

三、控制

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。

1. 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。
2. 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. 机会与问题分析：综合主要的机会与挑战、优劣势、以及计划必须涉及的产品所面临的问题。
4. 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。
5. 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。
6. 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？
7. 预计盈亏报表：综述计划预计的开支。
8. 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

应列出过去几年来产品线中各主要产品的销售量、价格、差益额和纯利润等的资料。

3. 竞争情势

主要应辨明主要的竞争者并就他们的规模、目标、市场占有率、产品质量、市场营销策略以及任何有助于了解其意图和行为的其他特征等方面加以阐述。

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。

三、机会与问题分析

应以描述市场营销现状资料为基础，找出主要的机会与挑战、优势与劣势和整个营销期间内公司在此方案中面临的问题等。

1. 机会与挑战分析

经理应找出公司所面临的主要机会与挑战指的是外部可能左右企业未来的因素。写出这些因素是为了要建议一些可采取的行动，应把机会和挑战分出轻重急缓，以便使其中之重要

者能受到特别的关注。

2. 优势与劣势分析

应找出公司的优劣势，与机会和挑战相反，优势和劣势是内在因素，前者为外在因素，公司的优势是指公司可以成功利用的某些策略，公司的劣势则是公司要改正的东西。

3. 问题分析

在这里，公司用机会与挑战和优势与劣势分析的研究结果来确定在计划中必须强调的主要问题。对这些问题的决策将会导致随后的目标，策略与战术的确立。

四、目标

此时，公司已知道了问题所在，并要作为与目标有关的基本决策，这些目标将指导随后的策略与行动方案的拟定。

有两类目标——财务目标和市场营销目标需要确立。

1. 财务目标

每个公司都会追求一定的财务目标，企业所有者将寻求一个稳定的长期投资的盖率，并想知道当年可取得的利润。

2. 市场营销目标

财务目标必须要转化为市场营销目标。例如，如果公司想得180万元利润，且其目标利润率为销售额的10%，那么，必须确定一个销售收益为1800万元的目标，如果公司确定每单元售价20万元，则其必须售出90套房屋。

目标的确立应符合一定的标准：

- 各个目标应以明确且可测度的形式来陈述，并有一定的完成期限。
- 各个目标应保持内在的一致性。
- 如果可能的话，目标应分层次地加以说明，应说明较低的目标是如何从较高的目标中引申出来。

五、市场营销策略

应在此列出主要的市场营销策略纲要，或者称之为”精心策划的行动”。在制定营销策略时往往会面对多种可能的选择，每一目标可用若干种方法来实现。例如，增加10%的销售收益的目标可以通过提高全部的房屋平均售价来取得，也可以通过增大房屋销售量来实现。同样，这些目标的每一目标同样也可用多种方法取得。如促进房屋销售可通过扩大市场提高市场占有率来获得。对这些目标进行深入探讨后，便可找出房屋营销的主要策略。

房地产外拓工作计划篇三

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。其目的一是塑造“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

策略陈述书可以如下所示：

目标市场：高收入家庭，特别注重于男性消费者及各公司，注重于外企。

产品定位：质量高档的外销房。有商用、住家两种。

价格：价格稍高于竞争厂家。

配销渠道：主要通过各大房地产代理公司代理销售。

服务：提供全面的物业管理。

广告：针对市场定位策略的定位的目标市场，开展一个新的广告活动，着重宣传高价位、高舒适的特点，广告预算增加30%。

研究与开发：增加25%的费用以根据顾客预购情况作及时的调整。使顾客能够得到的满足。

市场营销研究：增加10%的费用来提高对消费者选择过程的了解，并监视竞争者的举动。

一、行动方案

策略陈述书阐述的是用以达到企业目标的主要市场营销推动力。而现在市场营销策略的每一要素都应经过深思熟虑来作回答：将做什么？什么时候去做？谁去做？将花费多少？等等具体行动。

二、预计盈亏报表

行动方案可使经理能编制一个支持该方案的预算，此预算基本上为一项预计盈亏报表。主管部门将审查这个预算并加以批准或修改。

三、控制

房地产外拓工作计划篇四

为了加快房地产公司的工作进程，合理、有效的制定年度工作计划，切实保障各部门、各岗位工作的顺利开展，针对公司当前的现状，有必要做系统调整和规划。我们必须去伪存精，优化工作流程和人员结构，实行业绩和收入挂钩的分配体系，加大监管力度，实行总公司和房地产公司双线管理的模式，统筹资源、切实解决工作中存在的系列问题。

一、体制改革

采用多项目运作模式，双线管理。

各项目以项目部的形式开展工作。实行项目经理负责制。项目经理负责本项目的一切事务管理，包含与总公司管辖范围内的对接事务，如：财务、采购、人员、考核等。

总公司负责财务(资金调度、税务、融资)，中高层人员(招聘、调度、管理)，资源开发(土地)，建筑材料采购。

项目部负责报建、外部关系处理、工程计划、工程进度、工程质量、成本控制、现场安全管理、人员管制、建筑材料管理(验收、实地评价、保管)、现场签证、业主关系、与监理关系、与设计院关系、工程变更、工程验收、工程资料(收集、建档)等事务。

二、强有力的人力资源保障

实行总公司和项目部联手招聘的模式，中高层以上的骨干人员由总公司负责招募、考核、录用，以下派的方式给各项目部配置，既受项目部经理管制，又受总公司监督。

各项目部负责基层岗位人员的招聘。

建立人才梯队，为人员甄选、更新作储备。

三、组织关系重组

梳理现有的配置，重新设计新的架构。原则是：以岗定人。绝对不是以人定岗。不能因为现有某人而设一个无效的岗位。

明确各部门的《部门职责》和《个人岗位说明书》，明确每个人的工作范围、权限和对应的责任，能够有效地防止职务重叠、责任扯皮，鸭多不下蛋的局面。

优化部分富余人员。优化的原则是：价值、工作量、匹配度、综合考量的结果。

四、工作流程的整合

改变现在的独立管理流程，增加总公司监督的工序。原则是：复杂的事情简单化，以加快工作效率。

加强横向联系的力度，杜绝“各自为政”的现象发生。

五、建立新的《薪酬体系》

完善福利体系。结合国家的法律法规，给在职人员办理社保，进一步实现：员工生日祝贺、婚丧礼仪、年度旅游、教育培训等福利。

六、建立目标管理制

公司制定长期、中期工作目标，下发到各部门，由各部门提交详细的月度、季度工作计划。交总公司“监督委员会”备案，总公司安排专人跟踪计划的实施情况，并直接对总裁负责。

所有人员都必须提交《周工作计划》，一份给自己的直接上司，一份给总公司“监督委员会”。工作计划里面要详细注明：事项、预计完成时间、具体负责人、协助人、完成情况、未完成的原因、改进措施。工作计划的达标率是年度绩效考核的主要依据。每季度由总公司“监督委员会”召开一次“工作检讨会”。分析各岗位的工作执行情况，并开展“批评与自我批评”，责任到人，精确到每一件事。

七、签订“工作责任状”，实行风险收入，对保质保量完成工作任务的人员实行重奖，对完不成工作任务的人员进行经济处分。

八、完善劳动关系

每个人都必须和公司签订《劳动合同》和《保密协议》。

新进人员必须体检上岗，预防不必要的事件发生。

房地产外拓工作计划篇五

1. 全面把握：首先是建立在对当前最优产品设计与操盘策略的全面把握之上的，全面掌握他人犯下的错误，避免重蹈覆辙——先求不败而后求全胜。

2. 项目对接：强调对项目所在区域及个性特点详尽深入的调查与研究，并对项目的资源优势 and 劣势进行判断与整合，从而实现最优模式与项目自身进行完美对接。

3. 创新超越：每一个地产项目都需要超越自我、超越同行业的最高水平，通过在未来领域的积极开拓，不仅为项目自身创造出竞争优势，还可以为地产企业奠定行业地位。

二、项目背景

1. 用地概述

本地块为国土资源局代号为“市物资再生公司地块用地”，规划用地位于西路北侧，路东侧、中路西，北至金凤凰广常本地块总面积为11400m²，其中出让面积9327m²，规划区间道路面积2073m²，区间道路由受让方按规划要求建造。

2. 项目规划

商业形式：独立商铺布局+大开间框架自由分割商业布局

住宅形式：小户型酒店式公寓布局(不含返迁楼)

2.1 商铺部分：约15000m²

2.2 商住部分：

销售住宅：约17000m²

返迁住宅面积：约10000m²

2.3 绿化面积约3000m²(包括平台绿化)

2.4 地下建筑：约6000m²

3. 相关部门给定的规划设计要点

xx市规划局建设用地规划设计要点(略)

4. 用地红线图

三、企业资源分析、企业目标的界定

---效益和品牌

1. 项目销售按目标计划顺利完成

1.1短期销售必须成功，顺利渡过项目风险期，实现资金流的良性运作，确保后续开发资金。

1.2总销售额、回款额、销售进度、利润目标的合理实现。

2. 项目对企业品牌及后续项目的拉动和贡献。

2.1借助项目运作的成功，永泰田房地产公司确立在昆山房地产行业的地位和影响力。

2.2综合提升x房地产公司的品牌知名度、美誉度和扩张力。

四、核心目标——树立品牌

原理：达到商业房地产的三赢境界

品牌时代需要有品牌时代的房地产开发经营的游戏规则，需要有品牌时代的语言与消费者对话，这种全新的沟通语言与游戏规则，就是“房地产品牌语言与品牌运营规则”。品牌时代的消费者需要的不只是房地产产品，而更是房地产品牌，品牌时代的房地产开发商需要学会生产房地产品牌，需要学会运用“房地产品牌运营”的规则生产适销对路的房地产品牌。

品牌经营与消费者处于动态的平衡，消费者不断将自身的体验反馈给经营者，经营者对房地产品牌进行维护与调整，使品牌体验不断更新，品牌价值不断提升。所谓三赢是指开发商企业价值、消费者客户价值、项目所处的区域价值三种价值的同步提升。通过对楼盘潜在价值、开发商潜在资源、客户的潜在需求的全方位的挖掘与激活，形成强大的品牌势能：消费者欲望燃烧、品牌光芒闪耀、区域能量引爆。最终达到财富涌流、社会进步的全新局面。

五、项目开发总建议

引进先进的商业规划，特别注意引进新业态和设计好项目的业态组合。

通过前期招商，引进众多国内、国际知名商业企业和品牌，颠覆旧有商业格局。

注意引入商业物业和统一运营管理概念，对项目精心包装。

通过超常规宣传，通过事件营销进行造势炒作，让该项目的开发成为当地市民关注的热点，并形成良好的口碑并且节约宣传费用。

通过适当灵活划分商铺面积来控制“总价”，推出短期租赁政策，尽量降低投资门坎，使项目积聚大量的潜在客户群。

房地产外拓工作计划篇六

20__年是一个充满挑战、机遇与压力的一年。对于当今的金融危机，就业竞争激烈而且是一个非常现实的社会，想让自己成为一个真正有实力的管理者，为了自己的未来，有着重要的战略意义。

一、熟悉公司新的规章制度和工程管理开展工作。

公司在不断改革，订立了新的规定，作为公司一名工作人员，必须以身作责，在遵守公司规定的同时全力开展工程管理工作。

1、明确职员工的职责和工作任务调度分派各职员工必须履行工厂员工应尽义务和《工程部管理职责》规定的职责，其工作任务可根据公司部门需要服从上级随时调配支持。

2、制订部门职员工管理规范，加强职员工自觉约束自己工作散漫等不良行为的意识，促使其培养文明修养，积极爱岗的精神风貌，使其日常上班工作符合公司职业规范和要求。

3、各职员工应按时出勤，未经工程部负责人批准，请假将依工厂考勤记录为准作旷工论处；正常上班时间被发现窜岗逗留作风散漫当事人需作警戒和书面检讨。

4、工作方法改善：加强部门协作沟通，营建和谐进取的企业文化氛围，发生异常时第一时间到现场去了解问题，分析问题，解决问题，制订符合实情的工程及相关部门工作反馈改善方案和办法，建立培训部门，让培训工作成为20__年个人工作计划的重点，加强技能训练和心态教育，稳定人员流失。

5、工程设计管理过程中要充分听取各方面的意见，发扬技术民主，对争议较大的问题，组成审查班子进行认真的论证，如还有疑义则寻求第三方的论证。

二、明确自己的发展方向，正确认识自己，纠正自己的缺点。

认真听取他人忠恳意见。更加勤奋的工作，刻苦的学习，努力提高文化素质和各种工作技能，充分发挥自己的能力，让自己真正走上管理道路。我也会向其它同事学习，取长补短，相互交流好的工作经验，共同进步。征取更好的工作成绩。

房地产外拓工作计划篇七

实现认购*套，签约*套，签约金额*万元(含商业*万元)，销售回款*万元人民币(含商业*万元)。

已在1月推出*号楼，预计在4月推出*号楼商业，*号住宅，*月推出*号楼住宅与*号楼商业。根据销售进度拟于*月推出*号楼住宅与*楼商业、办公；地下室将根据执行情况适时调整。

(二) 财务资金流量预测

一、标段

- 1、5月完成弱电、智能化系统方案优化审批。
 - 2、*完成天然气设计审批。
 - 3、*完成高压配电接入点确认。
 - 4、*完成市政绿化方案及项目绿化方案规划审批。
 - 5、*完成市政排污及给水接入点确认。
 - 6、*完成住宅公共区域、商业外墙精装工程。
- 7□20xx年1月完成除总坪、市政相交部分外，主体各分项工程全部施工。

二、标段

- 1、*完成主体、砌体工程。
 - 2、其他分项工程将根据施工作业面，从*陆续插入。
 - 3、*楼将根据销售、施工场地临时调整。
- 1、持续做好前期*题的跟进解决。
 - 2、按项目控制节点要求，做*期施工许可证》、《预售许可证》，按揭回款，市政绿化方案报规，《暂三房产资质》换证工作。
 - 3、根据工程进度计划，做好给水、强电、燃气、通讯、光纤等专项配套工程设计、方案优化、审批备案、合同、进场施

工管理工作。

4、完成新的招标代理、造价咨询等单位的确定。完成合格供方信息库建设，及合作单位询价比选，为工程造价预、结算审核工作做好基础性工作，对施工现场的签证、变更，及时、准确、合理、真实，逐级上报签批。

5、*确定*包*。

7、持续做好公司月度、年度资金、工作总结、计划;并尽快完善招商团队、工程、预算工程人员配置。

8、尽快取得公积金、*按揭贷款银行审批。

9、充分发挥财务监管指导作用，加强公司物资、资金管理，做到资金收、支依据完善，程序合法，严格按领导签批的政策执行;物资进、出入库签收合规，发放耗损合理，指导各部做好台帐工作，不定期进行抽盘。

10、一如既往的按要求，细致做好工程安全、质量、进度、成本控制工作。

上月度已成为历史，在下个月度，我们走过了从艰辛起步到顺利开盘的历程，使我们各方面都变得成熟、专业。在下个月度里，工作任务仍很繁重，但对我们来说，既是挑战，又是机遇。我们将依靠一流的工程质量，先进的营销理念，良好的服务意识和优秀的员工队伍，走过摆在我们面前的一条并不平坦的路，我们坚信，在董事长与公司经营班子的正确领导下，只要我们坚定信念，奋发进取，团结协作，就能跨越前进道路上的任何障碍，我们的事业就能取得新的更加辉煌的胜利。

房地产外拓工作计划篇八

一、加强自身业务能力训练。在20xx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20xx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。

二、密切关注国内经济及政策走向。在新的一年中，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20xx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20xx年的销售任务，是我必须关注和加以研究的工作。

三、分析可售产品，制定销售计划、目标及执行方案。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。

四、针对不同的销售产品，确定不同的目标客户群，研究实施切实有效的销售方法。我将结合自己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。

五、贯彻落实集团要求，力保销售任务达成。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。

六、针对销售工作中存在的问题及时修正，不断提高销售人员的业务技能，为完成销售任务提供保障。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。

房地产外拓工作计划篇九

一、工程方面

一、以“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。

“城”项目是市重点工程，也是“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“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，“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。

二、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20xx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“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。

为了使工程建设项目快速回笼资金、扩大现金流，考虑在工程开工同时在公司内部采取认购房号销售计划，比列约为公寓面积的10 - 15%。

3、实行销售任务分解，确保策划代理合同兑现。

20xx年公司建设工程款总需求是4.6亿元。按“城”所签协议书，招商销售任务的承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。

三、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“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、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。其目的是一是塑造“城”品牌，二是扩大楼盘营销。广告宣传、营销策划方面，“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，“城”应于20xx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。

四、行政管理方面

“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“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“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“城”发展为历史契机，加快集团公司总体建设。

“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，“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[]20xx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“城”的各类人才，并相应建立“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，“城”策划代理公司在进行营销策划的同时，对于“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

“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，来源于个人的综合素质、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

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时间内，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20xx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“城”项目的早日建成和投入市场运营。