

2023年房地产销售专员工作总结(精选6篇)

工作学习中一定要善始善终，只有总结才标志工作阶段性完成或者彻底的终止。通过总结对工作学习进行回顾和分析，从中找出经验和教训，引出规律性认识，以指导今后工作和实践活动。优秀的总结都具备一些什么特点呢？又该怎么写呢？下面是小编为大家带来的总结书优秀范文，希望大家可以喜欢。

房地产销售专员工作总结篇一

光阴似箭，20xx即将过去，回顾这整整一个念头，生活、工作没有太大的变化，平平淡淡的过了一年，有过开心有过失落，得到一些东西的时候同时也在失去很多可贵的东西，过去的永远过去了，我不再去想它，只抱定信念，用一颗赤热的心迎接新的一年，相信自己是最棒的。

xx年10月份，一次偶然的机会我接触到房地产行业，通过整整一个月的培训我成为了一名房地产销售人员。我非常热爱这份工作，通过自己的努力取得较好的业绩。20xx年10月8日，我成为xx公司的一名销售人员，在这里我学到了很多为人处世的道理，大家都像一家人相处的特别融洽，工作上互相帮助，互相支持，为了最终的业绩共同努力。我来公司两个月了，非常感谢各位领导和同事对我的照顾，我会好好学习，努力工作的。

20xx年，我会给自己制定周详的计划，找出并认清自己的目标，不断坚定自己勇往直前、坚持到底的信心，这个永远是最重要的。龟兔赛跑的寓言，不断地出现在现实生活当中，兔子倾向于机会导向，乌龟总是坚持核心竞争力。现实生活中，也像龟兔赛跑的结局一样，不断积累核心竞争力的人，

最终会赢过追逐机会的人。人生有时候像爬山，当你年轻力壮的时候，总是像兔子一样活蹦乱跳，一有机会就想跳槽、抄捷径；一遇挫折就想放弃，想休息。人生是需要积累的，有经验的人，像是乌龟一般，懂得匀速徐行的道理，我坚信只要方向正确，方法正确，一步一个脚印，每个脚步都结结实实地踏在前进的道路上，反而可以早点抵达终点。如果领先靠的是机会，运气总有用尽的一天。

凡事不是尽力而为而是全力以赴，所以这半年来我一直坚持做好自己能做好的事，一直做积累，一步一个脚印坚定的向着我的目标前行。xx年这一年是有意义的、有价值的、有收获的。

祝愿公司在每一名员工的努力下，在新的一年中将会有新的突破，新的气象，能够在日益激烈的市场竞争中，占有一席之地。祝愿我们的公司明天更加美好，同时给大家拜个早年，新年快乐。

20xx年，在公司党委的正确领导下，营销战线广大干部职工，围绕“12345”总体奋斗目标，创造性地开展各项营销工作，克服了供需矛盾突出，白莲铝厂停产等诸多不利因素。群策群力，奋力拼搏，资产经营取得了丰硕成果，实现了“三确保、三实现、三推进”的年度营销工作目标，为提高经济效益和企业的发展，做出了新的贡献！

主要指标完成情况：

——售电量完成33325万kwh□比年度计划增长4.1%，如剔除白莲铝厂因素超幅18.2%。

——售电均价完成386.33元/kkwh□比年度计划372.46元/kkwh上升13.87元/kkwh□

——售电收入完成14155万元。

——当年电费回收率100%，历欠电费回收97.4万元，历欠回收率20.7%。

——线损率完成7.54%，比市公司下达计划下降0.01个百分点。

——营业普查156807户，3.838亿174起，违约用电171起，补收电量107万kwh万元，收取违约使用电费37.0万元，合理增收共计95.4万元，超计划完成20.4万元。

——推广电热锅炉1台，容量270kw□

一年来，我们重点开展了以下几项工作：

针对白莲铝厂停产和年初供电形势紧张局面，公司树立大营销观念，始终把开拓用电市场作为一项全局性的龙头工作来抓。通过加强需求侧管理，抓季节用电高峰，抓招商引资机遇，稳定了工业用电市场，拓展了生活用电市场，克服了铝厂停产而减少电量5600万千瓦时的影响，实现电量同比18.2%的增幅。

一方面，积极向县委政府汇报，争取了各级政府和广大电力客房的理解与支持，同时采取适当限电和调控小水电上网发电等多项措施，确保了20xx年元旦、春节、“五一”黄金周及高考期间电网安全稳定运行，确保了全县有序用电，最大限度地满足了全县经济发展和城乡居民生活用电需求。同时，各单位根据供用电形势的变化制订了电网迎峰渡夏供电预案，并按照“先让电，再限电，后拉闸”的原则，严肃调度纪律确保了城乡居民生活、农业生产、重点单位部门和用户用电。

另一方面，对年初确立的20家企业大的电量增长点采取领导责任制的方式实行大客户经理负责制上门跟踪服务，促成新增电量3600万千瓦时。同时积极主动为全县招商引资提供服务，优质高效办理了奎拓公司、福星铸钢、兰溪油料、兰溪电石厂、稳健公司、金辉石料、散花中泰公司以及围绕浠水

河、巴河流域等大小92家等客户的报装增容工作，促成早日送电投产。

各单位积极开拓电力市场，取得明显成效，如绿杨、兰溪、丁司当、竹瓦等四个单位，电量同比增幅分别达到281.8%、99%、54.2%、54.2%。

去年市公司将“全面完成公变台区化管理”作为九件大事之一，把实行公变台区化管理作为营销精细化管理的重要手段。年初，《黄冈供电公司推行台区营销管理工作实施方案》制订下发以后，我们迅速成立了一把手挂帅的台区化管理工作领导小组，制定了详细的实施方案。同时，对全县台区计量装置情况进行调查摸底，确定改造方案，在市公司专项资金和公司县城网项目的大力支持下，对城区126个城镇公变台区和乡镇区的219个台区进行了计量装置改造和安装，为公变台区化管理提供了必备的技术基础。各单位对所有公变用户进行了清理，杜绝了台区间的交叉互供、私拉乱接现象，并重新以台区为单位编制抄表本（卡），核对客户用电基本信息，完善客户档案，为公变台区化管理提供了必备的管理基础。

在方法上，以城区、散花供电营业所为试点，以线损、电费回收、营业质量和优质服务为主要考核指标，注重指标测算的科学性、考核办法的可操作性。公司先后两次召开会议，交流试点经验，推广典型作法，边实施，边完善。在台区化管理过程中，由于原来没有对10kv线路和专变用户管理纳入统一考核，出现了线损向上转移的现象。对此，一是修改办法，将10kv线路、专变用户全部纳入考核范围，实行分层管理；二是对全县10kv级计量装置现状进行调查统计，提出了改造方案。

依照《黄冈供电公司公变台区化管理验收办法》，我们制订了“基础管理、计量装置改造、线损管理、电费回收和优质服务”五大部分制订评分细则，对各单位组织了验收。通过公变台区化管理的推行，调动了基层营销员工的工作积极性，

差错率大幅降低，电费回收率普遍提高，公变台区线损率下降，为企业增加了经济效益。

为了防止电费呆死帐的发生，最大限度控制企业经营风险，公司“全面推进预购电制，努力改革电费回收模式”作为20xx年市场营销工作目标之一。主要从三个方面入手，一是争取政策支持。县经贸转发了市经贸委以黄经贸[20xx]160号文下发了《关于进一步加强电费回收工作的通知》，对长期拖欠电费或结算信誉不高的用户，要求必须签订预购电协议，安装预购电装置，实行先购后用。二是在大力推行预购电制基础上积极争取市公司对于推进预购电制补助。三是制定实施方案。明确专人负责，落实预购电制推广名单，安排时间进度，将“ic卡预付费箱”和“购电控”相结合，重点对小炼钢等“五小”企业、抗旱排涝和交费信誉不高的用户严格实行预购电制，并进行跟踪督办，将这一技术措施落实到位。截止去年底，已经安装ic卡预付费装置42户、购电控12户，同时，对8家大用户实行分旬收费，如浠水宜化公司、奎拓公司、福星铸钢等用户，促进了电费回收任务的完成。

去年，公司领导高度重视市场营销竞赛活动，成立了组织机构，按照市公司市场营销竞赛活动要求，结合浠水公司实际，补充了竞赛内容，修订了《市场营销竞赛办法》和《评分标准》。在开展活动过程中，注重“三个结合”：第一，将竞赛活动与市场营销日常工作有机结合，以活动为载体，将营销基础管理工作和各种专项工作纳入活动中，同时通过日常检查和专项检查，促进活动开展；第二，将竞赛活动与农村供电所规范化管理动态考核相结合，从九月份开始，对规范化管理已经验收的农村供电所进行动态抽查，并将抽查结果纳入竞赛考核；第三，将竞赛活动与创“双十佳”相结合。

加强竞赛的过程管理。10月份，公司工会和市场营销科一起组织专班，对各单位市场营销竞赛工作进行了一次全面的检查，并将检查结果进行了通报。针对市场营销竞赛检查过程

中发现的薄弱环节和存在的突出问题，在11月份的农村供电所动态抽查检查过程中进行全面的跟踪督办。同时，组织了市场营销竞赛自查和自评分[]20xx年元月初，结合年终大检查，对各单位市场营销竞赛进行了检查评比。

古语有云：磨刀不误砍柴工。就是放在今天的社会工作中，也深刻的指引和提示着我们。要在进取工作的基础上，先找准思想方向，即要有着明确意识感和积极的工作态度，方能付诸于努力工作的实践之中。使之事半功倍，取得良好业绩。

回顾这一周来，自己的工作情况，扪心自问，坦言总结。在诸多方面还存在有不足。因此，更要及时强化自己的工作思想，端正意识，提高专卖销售工作的方法技能与业务水平。

首先，在不足点方面，从自身原因总结。我认为自己还一定程度的存在有欠缺强力说服顾客，打动其购买心理的技巧。

作为我们红蜻蜓专卖店的一名销售人员，我们的首要目标就是架起一坐连接我们的商品与顾客的桥梁。为公司创造商业效绩。在这个方向的指导下，怎样用销售的技巧与语言来打动顾客的心，激发起购买欲望，就显得尤为重要。因此，在以后的销售工作中，我必须努力提高强化说服顾客，打动其购买心理的技巧。同时做到理论与实践相结合，不断为下一阶段工作积累宝贵经验。

其次，注意自己销售工作中的细节，谨记销售理论中顾客就是上帝这一至理名言。用自己真诚的微笑，清晰的语言，细致的推介，体贴的服务去征服和打动消费者的心。让所有来到我们红蜻蜓专卖店的顾客都乘兴而来，满意而去。树立起我们红蜻蜓专卖店工作人员的优质精神风貌，更树立起我们红蜻蜓的优质品牌。

再次，要深化自己的工作业务。熟悉每一款鞋的货号，大小，

颜色，价位。做到烂熟于心。学会面对不同的顾客，采用不同的推介技巧。力争让每一位顾客都能买到自己称心如意的商品，更力争增加销售数量，提高销售业绩。

最后，端正好自己心态。其心态的调整使我更加明白，不论做任何事，务必竭尽全力。这种精神的有无，可以决定一个人日后事业上的成功或失败，而我们的专卖销售工作中更是如此。如果一个人领悟了通过全力工作来免除工作中的辛劳的秘诀，那么他就掌握了达到成功的原理。倘若能处处以主动，努力的精神来工作，那么无论在怎样的销售岗位上都能丰富自己人生的经历。

人工作计划，学习业务知识和提高销售意识。扎实进取，努力工作，为公司的发展尽自己绵薄之力！

房地产销售专员工作总结篇二

两年的房地产销售经历让我体会到不一样的人生，特别是在xx的案场，严格、严谨的管理下的洗礼也造就了我稳重踏实的工作作风，房地产销售工作总结。

回首过去一步步的脚印，我总结的销售心得有以下几点：

坚持不懈，不轻易放弃就能一步步走向成功，虽然不知道几时能成功，但能肯定的是我们正离目标越来越近。有了顽强的精神，于是事半功倍。持续的工作，难免会令人疲倦，放松一下是人之常情，在最困难的时候，再坚持一下也就过去了；同样在销售中客人提出各种各样的异议，放弃对客户解释的机会，客户就流失了；而再坚持一下、说服一下也就成交了。往往希望就在于多打一个电话，多一次沟通。同时坚持不懈的学习房地产专业相关知识，让自己过硬的专业素养从心地打动客户。

我认为一个好的销售人员应该是个好听众，通过聆听来了解

客户的各方面信息，不能以貌取人，不应当轻易以自己的经验来判断客户“一看客户感觉这客户不会买房”“这客户太刁，没诚意”，导致一些客户流失，应该通过客户的言行举止来判断他们潜在的想法，从而掌握客户真实信息，把握买房者的心理，在适当时机，一针见血的，点中要害，直至成交。

辛勤的工作造就优秀的员工，我深信着这一点。因此自从我进入xx公司的那一刻起，我就一直保持着认真的工作态度和积极向上的进取心，无论做任何细小的事情都努力做到最好，推销自己的产品首先必须要先充分的熟悉自己的产品，喜爱自己的产品，保持热情，热诚的对待客户；脚踏实地的跟进客户，使不可能变成可能、使可能变成现实，点点滴滴的积累造就了我优秀的业绩。同时维护好所积累的老客户的关系，他们都对我认真的工作和热情的态度都抱以充分的肯定，又为我带来了更多的潜在客户，致使我的工作成绩能更上一层楼。这是我在销售工作中获得的最大的收获和财富，也是我最值得骄傲的。

每个人都有过状态不好的时候，积极、乐观的销售员会将此归结为个人能力、经验的不完善，把此时作为必经的磨练的过程，他们乐意不断向好的方向改进和发展，而消极、悲观的销售员则怪罪于机遇和时运，总是抱怨、等待与放弃！

生活当中，兔子倾向于机会导向，乌龟总是坚持核心竞争力。现实生活中，也像龟兔赛跑的'结局一样，不断积累核心竞争力的人，最终会赢过追逐机会的人。人生有时候像爬山，当你年轻力壮的时候，总是像兔子一样活蹦乱跳，一有机会就想跳槽、抄捷径；一遇挫折就想放弃，想休息。人生是需要积累的，有经验的人，像是乌龟一般，懂得匀速徐行的道理，我坚信只要方向正确，方法正确，一步一个脚印，每个脚步都结结实实地踏在前进的道路上，反而可以早点抵达终点。如果领先靠的是机会，运气总有用尽的一天。一直以来我坚持着做好自己能做好的事，一步一个脚印踏踏实实的坚定的

向着我的目标前行。

年的上半年已经过去，新的挑战又在眼前。在上半年里，有压力也有挑战。年初的时候，房地产市场还没有完全复苏，那时的压力其实挺大的。客户有着重重顾虑，媒体有各种不利宣传，我却坚信青岛地产的稳定性和升值潜力，在稍后的几个月里，房市回升，我和同事们抓紧时机，达到了公司指标，创造了不错了业绩。

1. 不做作，以诚相待，客户分辨的出真心假意。得到客户信任，客户听你的，反之，你所说的一切，都将起到反效果。

2. 了解客户需求。第一时间了解客户所需要的，做针对性讲解，否则，所说的一切都是白费时间。

3. 推荐房源要有把握，了解所有的房子，包括它的优劣势，做到对客户的所有问题都有合理解释，但对于明显硬伤，则不要强词夺理，任何东西没有完美的，要使客户了解，如果你看到了完美的，那必定存在谎言。

4. 保持客户关系，每个客户都有各种人脉，只要保证他们对项目的喜爱，他们会将喜爱传递，资源无穷无尽。

5. 确定自己的身份，我们不是在卖房子，而是顾问，以我们的专业来帮助客户。多与客户讲讲专业知识，中立的评价其它楼盘，都可以增加客户的信任度。

6. 团结、协作，好的团队所必需的。

对于一些问题较多或说话比较冲的客户往往会针锋相对。其实，对于这种客户可能采用迂回、或以柔克刚的方式更加有效，所以，今后要收敛脾气，增加耐心，使客户感觉更加贴心，才会有更多信任。

有一些客户，需要销售人员的时时关切，否则，他们有问题可能不会找你询问，而是自己去找别人打听或自己瞎琢磨，这样，我们就会对他的成交丧失主动权。所以，以后我要加强与客户的联络，时时关切，通过询问引出他们心中的问题，再委婉解决，这样不但可以掌握先机，操控全局，而且还可以增加与客户之间的感情，增加客带的机率。

房地产销售专员工作总结篇三

从自己那些已经购房的客户中，在对他们进行销售的过程里，我也体会到了许多销售心得。在这里拿出来给大家看看，也许我还不是做的很好，但是希望拿出来跟大家分享一下。本站小编为大家整理了一篇关于房地产销售工作总结范文1000字，仅供参考。

在房地产行业工作也已经半年多了，在销售方面还有待提高。虽然自己的水平有限，但还是想把自己的一些东西写出来，即从中发现得到提高，也可以从中找到自己需要学习的地方，完善自己的销售水平。经历了上次开盘，从前期的续水到后期的成功销售，整个的销售过程都开始熟悉了。在接待客户当中，自己的销售能力有所提高，慢慢的对于销售这个概念有所认识。从自己那些已经购房的客户中，在对他们进行销售的过程里，我也体会到了许多销售心得。在这里拿出来给大家看看，也许我还不是做的很好，但是希望拿出来跟大家分享一下。

第一、最基本的'就是在接待当中，始终要保持热情。

第二、做好客户的登记，及进行回访跟踪。做好销售的前期工作，有于后期的销售工作，方便展开。第三、经常性约客户过来看看房，了解我们楼盘的动态。加强客户的购买信心，做好沟通工作，并针对客户的一些要求，为客户做好几种方案，便于客户考虑及开盘的销售，使客户的选择性大一些，避免在集中在同一个户型。这样也方便了自己的销售。

第四、 提高自己的业务水平，加强房地产相关知识及最新的动态。在面对客户的时候就能游刃有余，树立自己的专业性，同时也让客户更加的想信自己。从而促进销售。

11、12月份持续尾房销售工作，培训员工，与开发商协商收盘，解决客户投诉。

xx年工作中存在的问题

1、锦绣江南一期产权证办理时间过长，延迟发放，致使业主不满；

在与开发商的沟通中存在不足，出现问题没能及时找开发商协商解决，尤其是与李总沟通较少，以致造成一度关系紧张。

房地产销售专员工作总结篇四

一、营销管理工作

本年度围绕公司年初制定的“网点必须带租约售出、公寓楼基本到达清盘、办公楼注重人气”的目标，做好本职工作，尽力完成领导下达的各项任务。

4、做好促销活动。

二、营销策划准备工作

2、做好项目环境调研。主要针对本项目的地理位置、周边配套进行分析；

3、做好中国人居金牌试点项目的活动方案；

4、销售前期准备事宜。包含样品房装饰部分、项目定位和推广思路、销售道具准备和物业公司等等事宜。

三、个人工作感受

4、为人处世是关键。作为团队中的一人，我们要善待周围的一切，看到别人的优点，谦虚谨慎地向别人学习；互通有无，自我的长处就应与同事分享，到达大家共同成长的目的。

房地产销售专员工作总结篇五

在不知不觉中□20xx年已经过了一半，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。

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。

房地产销售专员工作总结篇六

又是一年末，在这洗旧迎新的日子里回首过去仿佛点点滴滴就在昨日。这一年有硕果累累的丰收，有与同事协同攻关的艰辛，有遇到困难和挫折时的惆怅时光过得飞快，不知不觉中，充满希望的一年就伴随着新年伊始即将临近。

20xx年的春节已过；同龄的同学朋友们都背起背包登上汽车与家人拜别去往他们的希望以及未来，而我还在家中惆怅迷茫。面对着电脑登上了人才信息网，无数次的发送个人简历直至3月份的一天中旬我的电话铃声响起。第二天我神采奕奕如约前往xxx城的售楼部；这个xx人竟皆知的大楼盘新城市。

填写了个人简历后又通过了“面试官”的初次交流，次日我有幸加入了这个光荣的团队学习。对于我而言这是一份填补空白的新工作陌生的开始所以一切都需要学习。但是我们很幸福因为上有领导的关心和照顾下有同事的支持和帮助，更还有案场黄主管给我们呕心沥血每天加班加点和细心耐心真心的培训学习。通过日子的磨砺我们可以初步进入销售，刚来时的不安稳因素和急躁心理已逐渐平稳下来。

通过了这半年有余的工作积累和摸索，对于未来的发展方向也有了一个初步的规划，我个人也渐渐的认为适合在这一行业走下去。

今年总的客户接待量算是比较多，但是成绩却不容乐观。客户在观望的比较多当然同行的竞争也激烈，在4月份到5月份一度停歇各楼盘也纷纷的做各种活动但都是黔驴技穷。经过一番讨论我们楼盘决定亲自下乡宣传而不再在售楼部守株待兔，到达各个乡镇街道我们发海报介绍户型邀约客户到项目参观，效果很显著成绩也理想，后来我们有连续下了几次乡镇。

总之，一年来，我做了一定的工作，也取得了一些成绩，但离要求有一定的差距，我将不断地总结经验，加强学习，更新观念，提高各方面的工作能力。紧紧围绕公司的中心工作，以对工作、对事业高度负责的态度，脚踏实地，尽职尽责地做好各项工作。

今后，我会弥补自己在工作中的不足，改进提升自己的工作方法，提高工作效率，多学多问，切实提高自己的业务水平。并且在工作的提升中，加强理论学习，提高自己的思想政治水平。为公司的发展建设出一份力。

一个好的房地产营销方案必须有一个好的计划书，以在整体上把握整个营销活动。

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。

房地产营销计划的内容

1、在房地产市场营销中，制订出一份优秀的营销计划十分重要。一般来说，市场营销计划包括计划概要：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。

要之后。

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。

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。

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。

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。

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。

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。

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。

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：主要通过各大著名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。使顾客能够得到最大的满足。

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。

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。