

专项检查党费整改报告 银行服务检查专项整改报告(通用5篇)

计划是一种为了实现特定目标而制定的有条理的行动方案。我们该怎么拟定计划呢？那么下面我就给大家讲一讲计划书怎么写才比较好，我们一起来看一看吧。

房产销售工作计划篇一

20xx年度营销管理部计划实现商品房销售签约额4299.98万元以上，实际完成5017.88万元，其中：开原地王国际花园项目实际完成签约额4338.38万元；抚顺大商中心城项目实际完成签约额407.03万元；塞纳家园项目实际完成签约额272.47万元。超额完成签约额717.9万元，计划完成比例为117%。

20xx年度营销管理部计划实现商品房销售资金回收额3439.97万元以上，实际完成4450.36万元，其中：开原地王国际花园项目实际完成资金回收额3672.02万元；抚顺大商中心城项目实际完成资金回收额427.9万元；塞纳家园项目实际完成资金回收额350.44万元。超额完成资金回收额1010.39万元，计划完成比例为129%。

20xx年度营销管理部销售费用计划控制在476.33万元以下，实际支出361.26万元，其中：开原地王国际花园项目实际支出219.59万元；抚顺大商中心城项目实际支出44.86万元；塞纳家园项目实际支出96.81万元□20xx年度节省销售费用支出115.07万元，计划完成比例为76%。

（营销费用以财务最终调整完的数据为准）

（以上数据统计时间截止到20xx年12月31日）

进入20xx年以来，宏观经济方面，中央经济会议指出保持经

济运行在合理区间，强调深化改革，做到“调速不减势，量增质更优”，我国经济仍在改革中平稳前行，但由于内外部因素影响，经济增长将进一步放缓。货币信贷方面，中央仍将继续实施积极的财政政策和稳健的货币政策，其中，“积极的财政政策要有力，货币政策要更加注重松紧适度”，面对当前不断增加的经济下行和通缩压力，整体货币环境保持稳健。房地产政策方面，限购限贷等行政手段逐渐退出，调节回归市场化，长效机制逐步建立，同时受不同城市市场分化影响，地方政策调整也更趋灵活。

市场趋势方面，根据“中国房地产中长期发展动态模型”分析，宏观经济在结构转型中增速略有放缓，货币环境稳健，调控回归市场化的背景下□20xx年全国房地产市场呈现出“销售面积小幅回升，新开工期稳，投资增速持续放缓”的特点。成交方面□20xx年货币政策支持力度进一步加大，购房需求有序释放，商品房销售面积小幅回升□20xx年市场仍以去库存为主，价格保持平稳或小幅下跌，但不同城市价格表现分化，一线城市和少数热点二线城市存在上涨压力。

综上所述，在熬过低迷的20xx年房地产熊市，期盼20xx年市场转机。年初开发公司与集团签下商品房销售签约额4300万元的责任状。本年度虽有新政发布、金融调整、舆论导向等利好频现，但市场形势依然严峻，并未实现托市目标。面对20xx年扑朔迷离、楚囚对泣的市场环境，开发公司各项目在20xx年度能够实现营销指标，离不开集团、公司领导的倾力关怀，离不开公司各部门的通力配合、离不开房实营销团队的不懈努力，现将20xx年度营销工作总结如下：

（一）根据市场动态适时调整价格策略

年初抚顺项目周边竞品价格下浮明显，营销管理部通过实地走访、电话调研、明访、暗调等方式，保证调研信息准确真实。在摸清市场脉搏、掌握竞品动向的同时，对房产新政、

市场形势、竞品变化等诸多问题进行深度研讨。为促进项目现场房源销售，在c地块剩余的555套房源中优选103套房源进行价格下探，及时与市场价格保持一致。

开原项目在上半年结合自身特点，通过成交转轮抽大奖、加大购买楼王客户

及一次性付款客户的优惠力度、赠送装修基金、赠送洗车卡等多项优惠形式，使成交价

格保持在区域内合理水平。既在价格方面与竞品顺利接轨，又规避了前期成交客户心理产生质疑的风险。进入下半年后，开原市场形势未见好转，价格方面持续下滑，营销管理部在开发公司领导的指导下，通过制定买楼王赠送非住宅产品的优惠组合、划定特价房源等方式，使销售现场房源价格形成即可保证高价顶账，又可进行低价销售的双轨并行模式。

价格策略的及时、准确调整，对开发公司完成全年销售指标起到了重要的保障作用。

（二）齐心并力精兵简政，实现减员不减效

20xx年度是集团的调整、优化、强化管理年，开发公司在年初也明确了“以销售为中心”、“以成本控制和强化管理为重点”的工作重心。进入20xx年以来，集团、公司提出减员增效，对于开发公司营销管理部人手本不富裕的实际情况来看，精简难度属实很大。营销管理部面对人员调整的大方向出令则行，年度减员共计5人，在对离职人员工作进行妥善交接的同时，也重新调整了公司各项目部门内的工作分工及工作流程，做到精兵简政。

减员后的工作压力的确有所增加，为保证做到减员不减效，努力调动部门员工的工作积极性的同时，结合骨干员工的培养计划，适度加大骨干员工的权责范围，使骨干员工的工作

带头作用发挥化。因此，在部门内骨干员工的带领下，在部门经理的监督下，在公司领导的关怀下，各项目销售及相关工作保持平稳运行，实现了减员不减效。

（三）调整推广渠道为销售业绩破冰突围

为保证全年指标时间过半任务过半以至最终的顺利达成，开发公司总经理多次组织召开营销工作研讨会，探寻销售形势所处寒冰窘境的突围之道。如何使宣传推广既有创新、又有突破，如何提升销售现场客户到访的数量和质量、如何促进房源成交转化率等诸多问题成为会议讨论重点。通过多轮研讨、缜密部署，最终确定以城市转战乡村及深挖业主资源作为20xx年度开原项目营销工作的两条主线。

城市转向乡村，深度挖掘周边乡镇客源。销售人员走访开原市周边19个乡镇后，筛选出4至6个经济水平较高的乡镇大集作为推广重点，以“想买好现房、开原看地王”为主题，通过高密度的组织路演、有奖互动、置业顾问现场派单及讲解、看房车免费接送等方式加大周边乡镇的推广力度，使农村客群在本乡本土即可充分了解到地王国际花园项目的详细销售信息。

此外，为配合乡镇营销，粉刷村镇墙体广告、与郊线公交及农村校车合作也是地王营销人在下乡推广方面的创新举措。随着各项“城市转战乡村”营销工作的开展实施，“想买好现房、开原看地王”也将深入开原市周边各乡镇百姓人心。

20xx年开原项目通过“老带新”实现销售的套数占年度销售总量的18.18%，可见该渠道成交比重很高。因此，与老业主拉近距离、增进情感、挖掘销售资源也是营销工作的重中之重。“我用彩笔画童年”儿童彩陶涂鸦活动；“小树和我共成长”植树活动；“对酒当歌共消夏、地王齐嗨啤酒节”园区露天烧烤啤酒节活动；8月，“相约地王爱情月、共度露天电影节”??不间断的活动，激发业主的参与热情，感受得到

园区独特的文化氛围、使意向客户聆听到老业主更多的真心赞誉。

（四）维护项目形象，扩大品牌效应，持续释放销售信息

在20xx年上半年，抚顺项目区域市场寒冰重重，各家销售均保持低迷状态，受资金状况影响，各家开发公司对项目的形象维护、宣传推广等方面的支出也都进行了大幅收缩，多个项目都给人以从沈抚新城房地产市场逐渐淡出的不利销售印象。20xx年3月抚顺项目对大商中心城c地块楼体大字、工地围挡、售楼处led字幕屏等方面进行了更新维护，在及时释放销售信息的同时，也增强了区域内百姓对大商中心城项目的认可和信心，展现出项目良好的销售状态和开发公司坚挺的运营实力。

6月，结合抚顺大商集团新玛特店庆和六一儿童节两个节点，抚顺项目在新玛特沈抚新城店举办了以“欢庆六一，放飞梦想”路演活动，在路演过程中，置业顾问、直销派单员进行现场答疑。20xx年抚顺沈抚新城房地产嘉年华暨第四届旅游文化节”于6月13日~6月17日在抚顺沈抚新城金风湾公园盛大召开。大商中心城作为沈抚新城的主力地产项目出席了本次展会活动，并推出15套主打户型的特惠房源供市民选购。

房产销售工作计划篇二

本文是关于二手房销售工作计划，仅供参考，希望对您有所帮助。

销售计划看似很难，只有有方法就简单多了。不妨看看下面的《二手房销售工作计划》范文，仅供参考学习。

一：单店店长职权

1，主持门店的整体工作，组织实施公司有关业绩销售方面的

决议会议，负责完成公司下达的业绩任务。

2，组织实施门店年度，季度，月度工作和业绩销售以及广告促销计划。3，拟定门店内部管理机构设置方案及各职位的职责范围和标准。4，与区域经理共同拟定门店的基本管理制度和人事奖惩制度。

6，制定门店经纪人的各项具体管理规章制度。

7，提请聘任或者解聘门店经纪人。并报区域经理或相关主管领导审批。8，聘任或者解除应由上级主管聘任或者解聘以外的房地产经纪人。9，制定经纪人的招聘、工作指导与培训计划。

10，行使公司和主管上级授予的其他职权

11，制定门店内奖金的分配奖励方案。

12，门店顾客关系维护和顾客投诉处理。

13，对直接下属的奖惩权力以及对下属的工作的监督和检查权力。14，有限资金的支配权力。（店内资金）

15，对直接下属的工作争议裁决权力。

16，单店店长职权范围内的其他管理和职权。

二：单店店长岗位职责，1，负责门店日常工作业绩销售计划、量化目标的制定和落实。

2，负责组织销售市场调研、信息收集和政策法规的研究工作，及时掌握市场动态，跟踪把握市场行情，及时提出合理的整体业绩销售计划和方案，认真组织落实和努力完成门店的业绩销售目标。

3, 负责门店内各项业务(如: 门店环境和员工工作状态监督、广告, 门店会议、销售、培训、合同、按揭、收款、过户、房客源管理开发、财物管理、市场商圈调研, 等等)的协调完成。

4, 及时协调和整理解决客户和业主的各类投诉并及时反馈有关信息, 认真做好门店各项服务工作。维护公司和门店服务水平以及美誉度。

5, 负责向上级提交门店销售统计与分析报表。

6, 把握重点顾客, 参加谈判和签定合约, 责成交合同的签收及审核。7, 制定实施业绩销售费用计划及广告预算, 严格控制销售成本。8, 负责制定实际销售提成方案及定期统计提交公司审核发放。

9, 负责对门店内房地产经纪人进行培训和管理, 根据实际工作情况向公司建议奖励、留用、处罚及解聘房地产经纪人。

10, 定期向区域经理提交工作报告及工作计划。

11, 负责处理门店内的经纪人之间的纠纷, 做好协调工作。做到公平公正。对事不对人。12, 服从领导的工作安排, 协调好上下级关系。

13, 负责门店内经纪人的各项具体工作要求和安排。定期和经纪人进行沟通和鼓励。14, 负责门店内经纪人心态和工作状态的随时调整, 保持门店内工作士气的状态。15, 分析门店和竞争对手的销售业绩, 找出原因, 提升销售业绩。

16, 与区域经理和公司其他店长沟通和协调, 共同探讨业务发展状况和解决门店经营中碰到的问题。

17, 制定出详细的经纪人培训计划, 并监督实施。

19, 举行门店公关活动、促销活动、软性宣传主题文字及发布等, 上报区域经理, 做到有计划按步骤的开展促销活动宣传工作。

20, 组织门店销售会议和每日例会, 21, 根据公司规定, 对经纪人进行考核。

22, 完成公司或者区域经理交办的任务。

23, 负责健全部门组织架构, 对门店分工授权、检查、报告制度, 对其业绩

24, 处理门店突发事件和公关危机处理, 门店的公共关系拓展

25, 审核关于门店广告包括报纸广告□dm单, 橱窗房源内容等。

26, 建立良好市场口碑, 延伸和提高公司品牌形象。

27, 提升员工工作士气, 未来相关储备人才的培养。

28, 其他单店店长需要履行的职责。

一、销售现状

二、原因分析

1、客户资源不足, 没有大量的客户积累;

2、对产品推广力度不够;

3、外展点位设置太少;

4、销售人员数量不足。

三、解决方案

在吴家山区域内拓展二手房销售门店成为产品代销点，按成交客户投资周期给予投资额的0.5%—1%作为销售返点，提高其代销意愿，返点表如下：

优势：

- 1、二手房门店有大量买房、卖房客户积累；
- 2、点位分布广，可控制公司在设置外展点位上的成本；
- 3、每个二手房门店中都有多个销售人员，且销售经验丰富。

四、资源配合为了更好的完成二手房门店产品代销点的拓展，需要提供以下支持：

- 1、对二手房门店产品代销点的销售返点要及时；
- 2、报销二手房门店拓展所产生的交通费用。

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201x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。我将尽我的能力减轻领导的压力。以上，是我对201x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201x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。

销售工作计划

房产销售工作计划篇三

- 1、每天准时到公司，（能提前20分钟到公司，做到风雨无阻！）
- 2、找开电脑，查看前一天所新增楼盘，熟悉市场行情，养成每天背诵楼盘和发现自己所需要之笋盘。
- 3、打开电脑，随时查阅公司“新闻公告”、“员工论坛”等栏目，及时了解公司业务动态同规章制度，跟上公司日新月异发展的步伐。
- 4、查看区域广告(包括本公司和外公司)发现自己客户所需要的盘或笋盘主动找回盘源,增加成交量进而增加业绩(及分类广告).
- 5、本分行或本区域若有新收的匙盘,坚持拿匙看房,日积月累,区域内的所有户型你都会了若指掌.
- 6、每天必须认真按质清洗十五个盘源.清洗任何盘源必须与业主彻底交流,了解真实情况.
- 7、洗盘过程中,了解业主有换楼的需要。在业主未出售前,先行约业主看房(每周至少一个)。
- 8、下决定每天找寻一个新客户(暂时未需要,但半年内会买的客户)
- 9、尝试考核本身对买卖过程中,税费及各项手续费的计算方法。
- 10、每天必须尽量保证带两个客户看房。

- 11、每天必须即时跟进自己客户及每天洗十个公客。
- 12、主动到公交站或盘源不足的指定目标派发宣传单张，争取客源及盘源。
- 13、自行辑录五个笋盘，不停寻找客户作配对，机会自然大增
- 14、跟进以往经自己成交的租盘或卖盘，(租客到期完约否？会否另觅新居？会买房否？)做好自己的“客户回访”工作。
- 15、跟进以往经自己租出的楼盘业主，会否买多一个单位作投资(收租)
- 16、有时间到附近交易活跃的社区兜客，及地产公司门口拉客。
- 17、自己洗盘时认为和自己沟通比较好的业主多联系，加深感情争取控盘(签委托)
- 18、晚上是联络客户与业主时间，坚持在8-9点间跟客户、业主沟通。
- 19、业务员应多了解东莞市及国内房地产之要闻，令本身在这方面的知识增加，从而在与业主及客户交谈的时更有内容，塑造“专家”形像。
- 20、谈判过程中，遇上挫折，是平常不过之事，并要将问题症结之所在记下，不要重犯。
- 21、工作总结(看房总结经验)，准备第二天工作计划(客与业主需联系)
- 22、心动不如行动，心勤不如手勤，主动出击，才能争取入息。各位同仁：请随时随地将自己的工作与以上“日常工作”

进行比较，检查自己做到了什么，没做到什么！建议将此“日常工作”摘录于自己工作簿上，时常鞭策自己，指引自我！长此以往，成功之时指日可待！

房产销售工作计划篇四

一、熟悉公司的和基本业务工作。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和认真学习公司规章制度，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，陌生人等多种方式联系客户，加紧联络客户感情，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化！

二、制订。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。我将尽我的能力减轻领导的压力。以上，是我对20__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20__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。

房产销售工作计划篇五

1、加强团体的力量

在团体中能够更好的发挥自身的能力，同时对提升个人素质具有更大的帮助，在与同事们两个月的相处中，我发现我和郝姗在性格上有很多的共同处，同时也有很多的不同，其中有许多是我要学习加强的，这种性格上的互补，在具体的工作中可以帮助我们查缺补漏，提升自己。在新年中，我更要加强队员的团结，团结是我不断成长的土壤。

2、熟识项目

销售最重要的是对自己所从事项目的精度了解，我在年前散发传单不断的与人接触的过程中，对本项目有了深度的了解，但在接待顾客的过程中，还是不断的有新问题的出现，让我无法流利的回答顾客的提问，主要是对项目及相关房产知识的不够了解，在新年之后，对项目的学习，对房产知识的了解，是熟识项目的首要。调盘，新年后又新起了几个楼盘，在与同行之间比较能够更好地加强对自己销售对象信心，在不断的学习中充实自己，在不断的实践中提升自己。

3、树立自己的目标

有目标才会有方向，有方向才会有不断努力的动力。在每个月的月初都要对自己订立下目标，先从小的目标开始，即独立流利的完成任务，然后再一步步的完成奖励下授的销售任务，直到超额完成任务。在每月的月初订立下自己当月的销售目标，同时记录下当天接待顾客中出现的问题及解决之道，不时的翻动前期的工作日志，温故而知新。

销售的产品可以不同，但销售的目的相同，都是为了把自己的产品卖出去，用实物换成钱。因我从未正式的接触过销售，所以在推销及推销技巧处有很大的不足，所以提升自身就要从提升自己的销售能力开始。首先，书籍是活的知识的最有利的途径，新年后要大量的阅读有关销售及销售技巧的书籍，同时不断的关注房地产方面的消息，及时的充实自己，总结自己的实践经验。其次，实践出真知，所有的理论只有与实践相结合，才能被自身很好的吸收，提升自己，从基础的做起，重新对销售流程进行学习，在演练中对项目加深印象，同时对顾客关心的合同条款进行熟读并学习。了解最新的法律法规知识。在与顾客的交流中，不断的发现问题，在团队的交流中，解决问题，不断的提升自己。最后，在生活中用心的观察他人的销售方式，尤其是在同行之间更能学到，前期先照搬他人销售过程中，遇到问题后的解答方式，经过后期的语言加工，再遇到问题时就能有自己的方式解答。

房产销售工作计划篇六

1、项目组销售套数及累计销售率，销售套数为 394套 ， 销售率80%。

2、销售目标的实现基础。

a□销售目标的实现须按本月的推广计划和配合有效的促销优惠，推动高层单位及北向三房等难点户型的消化。

b□现场园林展示及物业管理品质的展现是突破80%的前提基础。

1、目前剩余房号存在的问题

剩余房号户型不存在缺陷，但针对原目标客户群优势减弱，如高楼层，总价走高，北向，噪音大。

2、剩余房号所针对的目标客户群

根据剩余房号目前存在高层北向有噪音且总价偏高的问题及其拥有的景观优势，对于前者，香港客户敏感性相对弱，而对环境和景观因素较为敏感重视，因此，目标客户重点仍是针对香港市场，一方面以“低成本，高品质”更准确精细的诉求挖掘打动原有客户群，同时以度假休闲概念拓展目标客户群，同时结合春交会展示注意挖掘本地客户。

3、内外销市场的分析

4月底，深圳楼盘外销推广及销售相对淡静，多数楼盘在准备投入五月的春交会。从片区来看，除鹏兴花园园林展示带动成交明显上升，其他如聚福花园、鹿茵翠地及帝锦花园、百仕达三期等罗湖外销楼盘销售都较缓慢。

1、以世联外销展厅为据点，加强客户营销和服务。

2、品质+促销即通过园林展示、环境景观资源及促销配合推动剩余房号的消化，力争销售率突破80%。

1、参加世联香港外销展厅。

2、结合月底园林工程的完成，通过现场“嘉年华活动”开展客户营销；

3、结合剩余房号的特点以外销为主同时继续发挥分展场的作用，利用软文宣传，注意挖掘本地客户。

4、对于莲塘新放的80套房号，以保留房号的形式推出，自然消化。

1、项目组保持11人，配合尾盘的激励措施，先完成12套指标的同事优先考虑调盘。

2、团队建设

a□针对存量户型南向两房□e□c□及北向三房□c□d□做专题讨论：规范障碍点的统一口径/ 如何引导客户/锁定目标，挖掘户型卖点，以此加强大家对产品的了解和信心。

b□对分展场实行当周小组达标现金奖励99元，以进一步调动大家的积极性，另增加分展场的巡盘制度，以确保大家在展场的良好工作状态。

c□团队活动完成“广州看楼一日游”。

妨碍预定销售目标的因素：

1、现场园林工程进度滞后；

2、物业管理形象展示较差；

- 3、两个发展商之间意见难以统一；
- 4、后期推广费用控制紧。

房产销售工作计划篇七

公司绩效产生的源泉——招聘，对于新店来说，只有招聘做好了，其他问题才能迎刃而解。

持续招聘的好处：

1. 不断的发现销售精英；
2. 给公司源源不断的活力和激情；
3. 给老经纪人以压力；
4. 为公司储备人才, 为开第二、第三家做准备；
5. 获得淘汰不称职经纪人的机会

招聘经纪人的条件：

1. 吃苦耐劳
2. 有责任心
3. 沟通能力
4. 热爱房地产事业
5. 具有团队精神
6. 具有上进心
7. 认可公司企业文化

招聘的渠道：

1. 转介绍(通过熟人、朋友、客户介绍来的经纪人，这种人不容易流失，因为他们是被推荐来的，他们能看到我们身边成功的希望，而且对于本行业有一定的了解，知道过程可能很苦，但马上就有好的业绩，因此他们能坚持做下去，将会很快成为店面的主力。)

2. 店面招聘(非常直观，能够直接了解店面情况，来之前就有一定的思想准备，落差感不强。)
3. 人才市场(目前去人才市场招募的中介公司会比较多，效果不是太明显。)
4. 网络(通过58同城赶集网等现有网络发布招聘信息，但是要把好关来后思想落差比较大。)
5. 其他行业的销售人员(销售相通，适应能力强。)
6. 挖人(短期应急可以，但是他们的忠诚度不够强，不能够与公司同舟共济，在这期间店面需要不断培养自己的销售团队。)
7. 毕业大学生(大中专生、高中生、技校生，他们学历中等，做起工作踏实，没有太多想法，会一心一意的工作。)

招聘人数：

根据新店前情运营情况来看，将人数迅速扩充起来，对于新的店面来说，店里比较好留人，因为大家基本上是同一批进入公司的员工，相互之间没有隔阂，有共同语言，而且一人签单带动一片的作用，容易营造竞争氛围。

保证店内至少达到5人(含店长)这样可保证店内正常运营！

对于新店来讲，培训是重中之重，人招聘来了，下面就是培训。培训是员工的福利，要让员工感觉在我们公司内可以学到东西，可以得到提高。对于我们这一行业来讲，其培训主要包括二手房基础知识、专业知识、专业销售技巧和客户服务，可根据运营时间及人员结构安排以下培训课程：

1. 公司介绍(企业文化)

2. 二手房基础知识(各种专业术语的解释、二手房市场的分类、房屋建筑年代，影响房价的因素等)
3. 如何开展工作
4. 开发房源和客户的方法和技巧，及如何筛选优质房源
5. 经纪人的工作计划
6. 判定优质房源和优质客户的标准
7. 贷款过户及其中介费等费用计算
8. 贷款过户等日常工作操作流程
9. 接待客户的流程，以及方法和技巧
10. 带客户看房的方法和技巧及注意事项
11. 客户如何跟进回访
12. 买卖、租赁合同的签订
13. 签单前、签单中、签单后应做哪些工作
14. 服务质量
15. 房源的推广方法
16. 国家相关法律的规定，及风险的防范

当然以上基础培训希望由公司安排总统一培训完成，其他专业知识和技巧由店长完成，也可以邀请优秀连锁店长来讲，这样做可以使店内员工感觉到我们讲师团队比较强大，对公司充满信任，形成资源共享，从而达到更好的培训目的。培

训结束后要进行一次测试。加深员工的印象，反复练习，让经纪人养成良好的工作习惯。

会议是了解店内员工的方式，通过开会，及时了解店内员工动态和业务能力，分享优质房源，帮助快速成单，提高员工的自信心，带动店内气氛。

早会：

第一. 早上8：20准时开始(全体员工参加可轮流主持)。

第二. 全体员工熟记公司企业文化店内口号(声音要洪亮，鼓舞士气，让员工进入工作状态。)

第三，对昨天员工优秀的表现给予表扬

第四. 全体员工分享优质房源客源，形成匹配带看

第五. 全体员工向店长汇报当天详细的工作计划

晚会：

第一. 晚上6：00准时开始。

第二. 店内员工向店长汇报当日工作和遇到的问题，店长统计活动量上墙。第三. 做第二天详细工作计划。

第四. 对于员工的工作给予肯定。督促员工计划的实施。

无规矩不成方圆，店内一定要有奖有罚，让员工按照公司的流程一步一步向前走，建设健康、有序的团队。但其中最关键一点就是店长一定要起到带头作用，要带头遵守公司的规章制度，带头按照公司的流程工作，这样才能更好的带动员工，从而形成一个有组织有纪律的团队。

1. 罚款当做店内基金，用做店内集体活动或奖励给店内业绩优秀的经纪人。

2. 值班制度：合理安排值班表，每天一组值班，营造组内竞争氛围，提高组内经纪人的积极性。值班出去看房，须告之店长。

3. 房源、客户分配制度：以房客的录入时间和准确度为准。

1. 印制dm单页及名片，沿着门店周边商业区及小区宣传，提高店面知名度。

2. 网络宣传，主要是网络房源的发布和推广。

3. 社区活动，到成交量大的小区做社区，抢占市场。

开展以上业务是为了让经纪人必须从店里走出去，有事做足够的了解市场需求，做到对自己的社区非常熟悉。以此为基础，才能更好的开展业务。

房产销售工作计划篇八

1、每天准时到公司，（能提前20分钟到公司，做到风雨无阻！）

2、找开电脑，查看前一天所新增楼盘，熟悉市场行情，养成每天背诵楼盘和发现自己所需要之笋盘。

3、打开电脑，随时查阅公司“新闻公告”、“员工论坛”等栏目，及时了解公司业务动态同规章制度，跟上公司日新月异发展的步伐。

4、查看？区域广告（包括本公司和外公司）发现自己客户所需要的盘或笋盘主动找回盘源，增加成交量进而增加业绩

（及分类广告）。

- 5、本分行或本区域若有新收的匙盘，坚持拿匙看房，日积月累，区域内的所有户型你都会了若指掌。
- 6、每天必须认真按质清洗十五个盘源。清洗任何盘源必须与业主彻底交流，了解真实情况。
- 7、洗盘过程中，了解业主有换楼的需要。在业主未出售前，先行约业主看房（每周至少一个）。
- 8、下决定每天找寻一个新客户（暂时未需要，但半年内会买的客户）
- 9、尝试考核本身对买卖过程中，税费及各项手续费的计算方法。
- 10、每天必须尽量保证带两个客户看房。
- 11、每天必须即时跟进自己客户及每天洗十个公客。
- 12、主动到公交站或盘源不足的指定目标派发宣传单张，争取客源及盘源。
- 13、自行辑录五个笋盘，不停寻找客户作配对，机会自然大增
- 14、跟进以往经自己成交的租盘或卖盘，（租客到期完约否？会否另觅新居？会买房否？）做好自己的“客户回访”工作。
- 15、跟进以往经自己租出的楼盘业主，会否买多一个单位作投资（收租）
- 16、有时间到附近交易活跃的社区兜客，及地产公司门口拉客。

17、自己洗盘时认为和自己沟通比较好的业主多联系，加深感情争取控盘（签委托）

18、晚上是联络客户与业主时间，坚持在8—9点间跟客户、业主沟通。

19、业务员应多了解东莞市及国内房地产之要闻，令本身在这方面的知识增加，从而在与业主及客户交谈的时更有内容，塑造“专家”形像。

20、谈判过程中，遇上挫折，是平常不过之事，并要将问题症结之所在记下，不要重犯。

21、工作总结（看房总结经验），准备第二天工作计划（客与业主需联系）

22、心动不如行动，心勤不如手勤，主动出击，才能争取入息。各位同仁：请随时随地将自己的工作与以上“日常工作”进行比较，检查自己做到了什么，没做到什么！建议将此“日常工作”摘录于自己工作簿上，时常鞭策自己，指引自我！长此以往，成功之时指日可待！

房产销售工作计划篇九

1，掌握自己所处的地理优势（包括公司所负责片区的所有楼盘名称、单价及小区属性）

2，每天房源及时反馈量？把握手中优质房源做到与房东之间的磨合，为后期谈价打好基础

3，加大熟悉楼盘资开度，及时掌握“附近”新房源，便于及时匹配给客户

4，网络宣传房源突出房源卖点（名称、年代、户型、设施、

配套、交通等价值高的条件要突出重点)

1、三月份工作重点以建立二手房经纪人网络和推广使用房牛加软件为主。

2、建立二手房经历网络分为线上和线下两个层面：(1)线上以建立二手房经纪人虚拟群落为主；(2)线下对象分为中介公司经理、店长等大客户和零散经纪人，主要工作内容是为其提供驻点服务和商谈如何推广房牛加软件。

3、线上部分由二手房部门全体人员共同维护。线下大客户方面主要有青总负责，吴思和书婷负责零散经纪人的联络和回访工作。

二、工作进度安排 1、3月23日房产下午茶活动。地点暂定大学东街茶楼，邀请经纪公司和中介老总。活动以聊天沟通，联络感情为中心。1、1活动安排：

(1) 布置会场，张贴海报，发放二手房和房牛加软件宣传手册，安置宣传易拉宝。(与会人员礼品发放还在商讨中。)

(2) 活动开始播放宣传广告片，之后讲解人ppt展示，讲解、宣传房牛加软件，并进一步宣传乐居二手房的部分工作内容和能够提供的服务。

(3) 活动内容以聊天，沟通感情为主，引导与会人认识接受房牛加软件 and 了解我们所提供的服务。活动期间书婷负责活动记录和登记与会人联系方式。1.2活动目的：

(1) 宣传推广中介老板接受房牛加软件，并且鼓励其员工安装、注册房牛加。(2) 了解呼和浩特市大的房产中介下半年工作计划和动向。(3) 沟通感情为主线。

2、3月29日房牛加产品发布会。地点暂定伊泰华府。前期工作首要熟悉掌握产品，准备发布会材料和邀请函，发放邀请

函。

3、继续推广房牛加软件。

(1) 3月17-21日之间二手房全部门和小蜜蜂一起继续扫店，之前的扫店工作效果明显但是仍有不足，这次扫店扩大范围，补充上一次活动产品介绍不足问题，另作为使用回访。活动中单独记录使用者联系方式，以便建立线上虚拟社群。(2) 预计为店长准备一些房牛加宣传手册、宣传单或者易拉宝，借助店长工作时间帮助宣传。

4、建立线上虚拟社群。目前以建立和维护经纪人q群为主。目前该工作由书婷负责，作为我们的长期工作。

5、人事和团建工作。二手房刚刚成立，本月所有人员首要了解公司业务范围、产品销售、各职能部门。青总要求每一个二手房工作人员要密切关注楼盘部门和新闻部门动态，每天养成习惯接受房产信息。

二手房部门建立早会+晚报备的工作制度。6、店商活动。

6.1目前本部门有三个店商需要维护，海亮广场、阳光小镇和金隅丽港城。员工抽时间去驻场，了解店商工作内容和提供服务。主要帮助其签合同和刷pos机。

1、本月工作任务繁重，员工均为新入职，要积极、快速了解房地产业和二手房市场，要熟悉房牛加产品和二手房部门工作核心。

2、加大力度推广房牛加软件。从身边朋友到工作对象，要求认真、耐心的介绍房牛加，鼓励更多人群下载、注册。并兼顾问题回访工作，及时将问题回馈给总部。

3、积极建立房产经纪人网络，与其建立长久、稳固的工作关

系，互惠互利。了解房产经纪人需求，并尽全力为其提供帮助。

四、工作预期和结点

1、二手房部门成立不久，目前面临许多问题。急缺人手；刚入职员工对房地产行业了解不够深入；本部门与楼盘、新闻、媒体各部门的互动不足等。3月将会继续充实本部门人员和工作内容，争取月底建立完整的工作制度和工作内容安排。

2、经过之前的电话回访和于客户沟通，发现目前房牛加软件存在几个硬伤，导致软件使用率不高。

（1）软件定位不准确，大约80%以上用户表示推送房源多数是外地房源。

（2）推送房源信息不准确，多数无购房意向或者是过期信息。

（3）软件注册不上的情况时有发生，约有2%的用户下载之后无法注

册，青总这边系统存在问题，无法通过注册。

上述问题导致房牛加卸载率高，使用率低。大部分已经下载的经纪人并不使用该软件，有些已经卸载。通过回访和线上了解，大部分用户表示房牛加不好用，因为用户信息不准使用起来十分“抓狂”。

公司绩效产生的源泉——招聘，对于新店来说，只有招聘做好了，其他问题才能迎刃而解。持续招聘的好处：1.不断的发现销售精英；2.给公司源源不断的活力和激情；3.给老经纪人以压力；4.为公司储备人才，为开第二、第三家做准备；5.获得淘汰不称职经纪人的机会 招聘经纪人的条件：

1. 吃苦耐劳 2. 有责任心 3. 沟通能力 4. 热爱房地产事业 5. 具有团队精神

6. 具有上进心 7. 认可公司企业文化 招聘的渠道：

1. 转介绍(通过熟人、朋友、客户介绍来的经纪人，这种人不容易流失，因为他们是被推荐来的，他们能看到我们身边成功的希望，而且对于本行业有一定的了解，知道过程可能很苦，但马上就有好的业绩，因此他们能坚持做下去，将会很快成为店面的主力。)2. 店面招聘(非常直观，能够直接了解店面情况，来之前就有一定的思想准备，落差感不强。)3. 人才市场(目前去人才市场招募的中介公司会比较多，效果不是太明显。)4. 网络(通过58同城 赶集网 等现有网络发布招聘信息，但是要把好关来后思想落差比较大。)5. 其他行业的销售人员(销售相通，适应能力强。)6. 挖人(短期应急可以，但是他们的忠诚度不够强，不能够与公司同舟共济，在这期间店面需要不断培养自己的销售团队。)7. 毕业大学生(大中专生、高中生、技校生，他们学历中等，做起工作踏实，没有太多想法，会一心一意的工作。)招聘人数：

根据新店前情运营情况来看，将人数迅速扩充起来，对于新的店面来说，店里比较好留人，因为大家基本上是一批进入公司的员工，相互之间没有隔阂，有共同语言，而且一人签单带动一片的作用，容易营造竞争氛围。

保证店内至少达到5人(含店长)这样可保证店内正常运营!二. 培训

4. 开发房源和客户的方法和技巧，及如何筛选优质房源 5. 经纪人的工作计划

13. 签单前、签单中、签单后应做哪些工作 14. 服务质量 15. 房源的推广方法

16. 国家相关法律的规定，及风险的防范

会议是了解店内员工最好的方式，通过开会，及时了解店内员工动态和业务能力，分享优质房源，帮助快速成单，提高员工的自信心，带动店内气氛。早会：

第四. 全体员工分享优质房源客源，形成匹配带看 第五. 全体员工向店长汇报当天详细的工作计划 晚会：第一. 晚上6：00准时开始。

第二. 店内员工向店长汇报当日工作和遇到的问题，店长统计活动量上墙。第三. 做第二天详细工作计划。第四. 对于员工的工作给予肯定。督促员工计划的实施。四. 店内制定规章制度：

无规矩不成方圆，店内一定要有奖有罚，让员工按照公司的流程一步一步向前走，建设健康、有序的团队。但其中最关键一点就是店长一定要起到带头作用，要带头遵守公司的规章制度，带头按照公司的流程工作，这样才能更好的带动员工，从而形成一个有组织有纪律的团队。

1. 罚款当做店内基金，用做店内集体活动或奖励给店内业绩优秀的经纪人。

2. 值班制度：合理安排值班表，每天一组值班，营造组内竞争氛围，提高组内经纪人的积极性。值班出去看房，须告之店长。

3. 房源、客户分配制度：以房客的录入时间和准确度为准。

五. 业务开展

1. 印制dm单页及名片，沿着门店周边商业区及小区宣传，提高店面知名度。

只有合作才能共赢，我们二手房行业更注重这一点。特别是新店，更应该主动走出去，只有店里有经纪人开单了有了业绩，才能带动和刺激其他没有开单的经纪人，使整个店内的经纪人动起来，使店面整体业绩有大幅度提升。说到合作就要提到我什么时候上任新店长，我内心也十分渴望能早日上任店长为公司作出业绩，还有我认为现阶段店长最应该做的事就是节省开支，因为新店起步开支很大，新员工较多业绩可能会受到影响，但我有能力做到以上工作有信心经营好我的店铺！同时也希望我现在店内的业绩不受影响，能出现新的领跑人，不希望我上任了自己的老店业绩下滑影响店内工作氛围。我会在接下来这段时间内多多帮助新员工成长多多成交使我们的团队同事自信，斗志昂扬。我也相信身边每天合作的同事将在今年年底就会出现新的领跑者。当现店内员工业绩稳定，新老有序就是我上任之时！！

房产销售工作计划篇十

一、销售现状

4、销售人员数量不足。

在吴家山区域内拓展二手房销售门店成为产品代销点，按成交客户投资周期给予投资额的0.5%—1%作为销售返点，提高其代销意愿，返点表如下：优势：

1、二手房门店有大量买房、卖房客户积累；

2、点位分布广，可控制公司在设置外展点位上的成本；四、资源配合支持：

3、每个二手房门店中都有多个销售人员，且销售经验丰富。

为了更好的完成二手房门店产品代销点的拓展，需要提供以下

1、对二手房门店产品代销点的销售返点要及时;2、报销二手房门店拓展所产生的交通费用。

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201x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)。

1，主持门店的整体工作，组织实施公司有关业绩销售方面的决议会议，负责完成公司下达的业绩任务。

2，组织实施门店年度，季度，月度工作和业绩销售以及广告促销计划。3，拟定门店内部管理机构设置方案及各职位的职责范围和标准。4，与区域经理共同拟定门店的基本管理制度和人事奖惩制度。

6，制定门店经纪人的各项具体管理规章制度。

7，提请聘任或者解聘门店经纪人。并报区域经理或相关主管领导审批。8，聘任或者解除应由上级主管聘任或者解聘以外的房地产经纪人。9，制定经纪人的招聘、工作指导与培训计划。10，行使公司和主管上级授予的其他职权，制定门店内奖金的分配奖励方案。，门店顾客关系维护和顾客投诉处理。力。，有限资金的支配权力。(店内资金)，对直接下属的奖惩权力以及对下属的工作的监督和检查权，对直接下属的工作争议裁决权力。

二：单店店长岗位职责，，单店店长职权范围内的其他管理和职权。

1，负责门店门工作业业绩销售计划、量化目标的制定和落实。2，负责组织销售市场调研、信息收集和政策法规的研究工作，及时掌握市场动态，跟踪把握市场行情，及时提出合理的整体业绩销售计划和方案，认真组织落实和努力完成门

店的业绩销售目标。3，负责门店内各项业务(如：门店环境和员工工作状态监督、广告，门店会议、销售、培训、合同、按揭、收款、过户、房客源管理开发、财物管理、市场商圈调研，等等)的协调完成。

4，及时协调和整理解决客户和业主的各类投诉并及时反馈有关信息，认真做好门店各项服务工作。维护公司和门店服务水平以及美誉度。

5，负责向上级提交门店销售统计与分析报表。

24，处理门店突发事件和公关危机处理，门店的公共关系拓展

等。25，审核关于门店广告包括报纸广告□dm单，橱窗房源内容

27，提升员工工作士气，未来相关储备人才的培养。28，其他单店店长需要履行的职责。26，建立良好市场口碑，延伸和提高公司品牌形象。