

# 最新房地产主管计划与安排 房地产主管 工作计划(优质5篇)

计划是人们在面对各种挑战和任务时，为了更好地组织和管理自己的时间、资源和能力而制定的一种指导性工具。写计划的时候需要注意什么呢？有哪些格式需要注意呢？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。

## 房地产主管计划与安排篇一

随着11月份的结束，也意味着进入下一步的实质性工作阶段，回顾这一个月的工作，非常感谢公司领导和各位同事的顶力支持，使我掌握相关业务知识。基于本人是第一次接触房产销售行业，面临困难和压力较大，针对行业特点、现状，结合本人这一个月来对“房产销售”的理解和感悟，特对12月分工作制定以下房产销售工作计划。

本工作计划包括宗旨、目标、工作开展计划和计划评估总结，日计划，等五部分。

本计划是，完成销售指标100万和达到小组增员10人。制定本计划的宗旨是确保完成指标、实现目标。

1. 全面、较深入地掌握我们“产品”地段优势并做到应用自如。
2. 根据自己以前所了解的和从其他途径搜索到的信息，搜集客户信息1000个。
3. 锁定有意向客户30家。
4. 力争完成销售指标

众所周知，现代房产销售的竞争，就是服务的竞争。服务分为售前服务、售中服务和售后服务，而我们房产销售也是一种“服务”，所以前期工作即就是售前服务更是我们工作的重中之重。正是因为如此，我的工作开展计划也是围绕“售前服务”来进行。

1. 多渠道广泛地收集客户资料，并做初步分析后录入，在持续的信息录入过程中不断地提高自己的业务知识，使自己在对房产销售特点掌握的基础上进一步的深入体会，做到在客户面前应用自如、对答如流。

2. 对有意向的客户尽可能多地提供服务比如根据其需要及时通知房原和价格等信息，目的让客户了解房源和价格，在此基础上，与客户进行互动沟通。

其次给客户一种无形的压力，比如：房源紧张，价格要上涨，等。挑起其购买欲望。

3. 在用电话与客户交流的过程中，实时掌握其心理动态，并可根据这些将客户分类。

4. 在交流的过程中，锁定有意向的客户，并保持不间断的联系沟通，在客户对我们的“产品”感兴趣或希望进一步了解的情况下，可以安排面谈。

5. 在面谈之前要做好各种充分准备，做到对房源，面积，单价等。了如指掌

6. 对每次面谈后的结果进行总结分析，并向上级汇报，听取领导的看法。克服困难、调整心态、继续战斗。

7. 在总结和摸索中前进。

在一个月后，要对该月的工作成果、计划执行情况做一次评

估，总结得失，为下个月的工作开展做准备。

## 房地产主管计划与安排篇二

1、自己对内，首先是作为一名管理者管理好自己的团队。是公司与当地置业顾问的一个沟通桥梁。

2、对客户和甲方(开发商)作为客户的置业顾问，帮助客户去推荐他所需要的房子，并帮助置业顾问引导客户成交。对于甲方，是作为公司与甲方在当地的沟通人物，并及时和公司反映甲方的一些问题，保证本公司的利益不受到甲方的损害。

### 二、日常的管理办法及职责

1、对置业顾问定期的培训专业知识，和进行现场模拟考试。

2、制定考勤及卫生打扫的排班安排。

3、做出对置业顾问接待客户的排班安排。

4、做出置业顾问每天附近楼盘信息的收集和当地政府对房地产的政策调整收集，并及时反映给公司做出销售计划的调整。

5、做出对置业顾问每月，每周，销售任务的安排。

6、做出对置业顾问节假日的，放休，轮休，及调休的安排。

7、对当地的`宣传方式和效果每周，每月总结反映至公司。

8、定期与置业顾问开会，总结思想，并及时调整置业顾问的心态。自身职责对置业顾问的管理，及时向公司反映工作安排和计划。并做好和甲方的沟通协调。并作出每个月的销售任务指数。

### 三、销售记录的本案

- 1、电话咨询姓名电话
- 2、上门客户(多少人)姓名电话
- 3、置业顾问约客姓名电话
- 4、定金交款人姓名电话收取
- 5、成交人姓名电话付款方式付款多少。及根据付款方式的优惠
- 6、每天销售总款项是多少
- 7、每天总客户有多少
- 8、剩余房源多少
- 9、当日完成任务多少距离本月任务差多少。

### 房地产主管计划与安排篇三

20\_\_\_\_紧张的一年，也是忙碌的一年，也取得了一定的收获。回顾这一年的经历，经历了公司从来没有的策划模式，也完成了开始觉得不太现实的销售任务。让我对营销策划有了新的认识，也看到了大胆的广告推广方式。回顾这一年的工作，我在公司领导和同事们的支持与帮助下，提高自己的工作要求，按照公司的要求，认真的去完成了自己的本职工作，一年转眼即将结束，现对20\_\_\_\_工作情况做个总结以及提出计划。

#### 一、销售部日常管理工作

销售部门是公司对外展示的形象窗口，代表的是一个公司外

表，也是公司最赚钱的一个部门，是一个先锋部队。销售部工作也是最直接的，拿业绩说话。天天跟形形色色的人打交道也是最难的一件事情，特别有些客户不讲道理，死缠烂打。面对这些工作，为了完成任务目标，自我强化工作意识，提高工作效率，细化工作内容，冷静处理客户问题，力求达到客户的满意度，创造良好的客户口碑，力求各项工作准确，避免疏漏和差错，至今基本做的还是比较完善。

5、做好顾问的培训学习工作。及时捕捉政策信息，专业知识，课外知识等信息给销售人员分享。组织召开专题分享会使销售团队共同学习，共同进步。新员工的培训学习安排，考核。

## 二、加强自我学习，提高自身素养

公司加大了推广力度，更新了推广方式，不同新异的推广方式让我目不暇接，在这一年里我不断加强自身的学习，专业非专业知识不停地学习。

## 三、工作中存在的问题

在这一年来，取得了一些成绩，但也存在一些问题和不足，主要表现在：

第三，管理方式有些“粗犷”，不够细腻，管理制度的严密性与连续性没有监管到位。

新的一年开始了，我应努力做到加强学习，拓宽知识面，努力学习房产专业知识和相关法律常识。加强对房地产发展脉络、走向的了解，加强周围环境、同行业发展的了解、学习。与大家共勉，共同进步！

随着20\_\_\_\_到来，也意味着进入下一步的实质性工作阶段。回顾以往的工作，非常感谢公司领导和各位同事的顶力支持，使我掌握相关业务知识。基于本人是第一次接触房产销售行

业，面临困难和压力较大，针对行业特点、现状，结合本人对“房产销售”的理解和感悟，特对20\_\_\_\_年工作制定以下房产销售工作计划：

## 一、宗旨

本计划是，完成每月指定销售指标和达到小组增员人数。制定本计划的宗旨是确保完成指标、实现目标。

## 二、目标

- 1、全面、较深入地掌握我们“产品”地段优势并做到应用自如；
- 2、根据自己以前所了解的和从其他途径搜索到的信息，搜集客户信息1000个；
- 3、锁定有意向客户30家；
- 4、力争完成销售指标。

## 三、工作开展计划

众所周知，现代房产销售的竞争，就是服务的竞争。服务分为售前服务、售中服务和售后服务，而我们房产销售也是一种“服务”，所以前期工作即就是售前服务更是我们工作的重中之重。正是因为如此，我的工作开展计划也是围绕“售前服务”来进行。

- 3、在用电话与客户交流的过程中，实时掌握其心理动态，并可根据这些将客户分类；
- 5、在面谈之前要做好各种充分准备，做到对房源，面积，单价等。了如指掌；

7、在总结和摸索中前进。

我希望在新的一年里，能够圆满完成自己订立的目标，我也将朝着这个目标去奋斗！

## 房地产主管计划与安排篇四

明确的目标既是公司阶段性的奋斗方向，且又能够给销售人员增加压力增加动力。

目标分解：1、分解到人：已上岗员工每人420万/月任务，新入职未上岗人员190万(实际分配给老员工500万/人/月，新进员工250万/人/月);组任务分解：孙方志组2100万，腾格勒组1680万，刘佳组1220万(实际销售任务分配：孙立志组2500万，腾格勒组2000万，刘佳组1500万)。

2、分解到物业类型：商业回款3200万需销售2100平米左右、公寓回款1000万需销售1100平米左右、写字楼回款800万需销售1150平米左右。

销售策略：

思路决定出路，思想决定行动，只有在正确的销售策略指导下才能产生正确的销售手段，完成既定目标。销售策略不是一成不变的，在执行一定时间后，可以检查是否达到了预期目的，方向是否正确，可以做阶段性的调整。

1、外拓工作关系的初步建立并开展。

团体利用，加入一些商会、俱乐部、宗教团体、社会团体，从而获得一些潜在客户资源。刊物利用，从黄页、电话簿、同学会名录、专业团体人员名录上，也能发现一些有价值的客户信息。

2、开展行坐销结合，每天上下午各派4--6人(主管领头)出去贴海报、填门店调查表、发放dm单，来快速积累客户(dm单半天200张，门店调查表15份)。

地点：如大型商场，高档居住小区附近，高档会所俱乐部附近，写字楼等

时间：每天上午9：00——12：00下午4：00——7：00

3、电销的开展，每人半天打50组电话。

4、对于意向强而迟迟不下定的客户，采取换主管来帮追，或者约到之后由主管或经理帮谈。

5、前期已下定，未签约客户的款项跟进

6、对于前期积累的a类客户，充分利用近期房展会上的优惠活动逼定。

(以上内容由曹玉琪负责实施，销售部本体人员参与。)

培训计划：

1、培训内容：房地产基础知识培训时间：20\_\_\_.7.513：00——16：00培训目标：让接受培训人员了解商业房地产的基础知识，了解商业的基本模式。

2、培训内容：直销工作的开展培训培训时间：20\_\_\_.7.913：30——16：00培训目标：让接受培训人员能具备正确的心态，掌握正确开展工作的方法。

3、培训内容：房地产电话销售技巧培训时间：20\_\_\_.7.1014：00——16：00培训目标：让销售人员掌握电话回访、电话邀约的技巧。



4、培训内容：外拓客户的技巧培训培训时间：20\_\_\_. 7. 1114: 00——16: 00培训目标：让销售人员掌握外拓客户的正确渠道与方发。

5、培训内容：销售逼定技巧培训时间：20\_\_\_. 7. 1514: 00——16: 00培训目标：让销售人员掌握到逼定的技巧，机会的把握，语言的运用。

6、培训内容：价格谈判的技巧培训时间：20\_\_\_. 7. 1813: 30——16: 00培训目标：让销售人员能准确把握价格商谈的时机，学习价格商谈的原则和技巧，准确把握客户的价格心，提高成交率，而不是成为价格杀手。

7、培训内容：销售常见问题及处理方法培训时间：20\_\_\_. 7. 2113: 30——16: 00培训目标：让销售人员能够针对各种问题熟悉应对。

8、培训内容：客户类型分析培训时间：20\_\_\_. 7. 2513: 30——16: 00培训目标：让销售人员能够熟知各种类型客户的特点及应对侧重点。

9、培训内容：工作意味着责任培训时间：20\_\_\_. 7. 2913: 30——16: 00培训目标：倡导积极思考, 牢记工作就意味着责任，培养员工积极健康的工作心态激发团队成员内在潜能，塑造“积极向上，追求卓越”的企业文化。

10、培训内容：实地销售演练时间：每天由每组的销售主管带领组员进行对练。

整体培训目标：打造专业化的团队，使员工的综合素质，销售技巧有一个质的提升，配合阶段的工作内容安排相应的培训。

(以上培训内容由曹玉琪来主讲，培训对象销售部全部人员)

本月开展其他工作：

1、周边写字楼项目的市调(租金)及分析完成时间7.12参与人员：售楼部全体人员。(由销售人员去收集资料，销售经理来汇总)

目地：针对目前呼市写字楼市场的现状，通过对周边项目的调研，能够有效挖掘自身优势，冷静审视不足，发挥优势，提炼及整合成为卖点，利用各种积极的配合更大程度提升增值空间。

6、本月营销推广的现场配合接待完成时间7.31参与人员：销售部全体人员。

## 房地产主管计划与安排篇五

20\_\_年我个人计划回款100万元以上，保持增长345.9%，预计第一季度完成15万元回款，第二季度25万元回款，第三季度回款30万元，第四季度30万元，南京市内终端用户预计扩增至150家，分销商增到70家。

### 二、工作措施

#### 1. 对经销商的管理

定期检查核实经销商的产品库存，配合公司发货时间及物流工作，确保经销商的库存在短期内消化，不出现积压产品及断货现象，同时协调好各分销商的渠道，有销售网络重叠现象的，避免引起产品价格战。

#### 2. 解决产品冲货、窜货问题

实行奖罚分明制度管理体系，解决因产品价格大幅度波动造成的市场威胁，查找冲货根源，经核实无误后取消违规经销

商的产品促销资格，时间为1年。相反，提供有效信息并持有凭证的销售商，公司给予相应的促销补贴政策。

### 3. 销售渠道下沉

进一步将产品深度分销，由原来的批发市场深入至农贸市场，在终端的走访中，针对信息的收集，寻找对产品需求量大的消费群。目前，浓缩果汁产品的需求量集中在咖啡馆、茶馆，我们还需要在产品质量和价格上寻找相应的切入点。

## 三、目标市场

我将对扬州、泰州、盐城、淮安、镇江、连云港、芜湖、马鞍山、安庆、淮南、淮北等苏中、苏北、及安徽局部市场进行开发，搜罗并设立特约经销商，享有与南京经销商同样的经销政策，实行自然销售，特殊区域可视情况而定，是否增派销售人员。

### (一) 重点促销产品：

鸡汁和果汁在20\_\_\_\_年将被重点推广，两个产品的消化周期短，但在市场竞争方面优势不明显，准备将相应消化周期长的寿司醋、芥末油，辣椒油等停止促销，从而补贴鸡汁和果汁产品的促销，能起到重点产品的增量效果。

### (二) 销售队伍人力资源管理：

#### 1. 人员定岗

南京办固定人数5人，终端4人，流通1人，准备从终端调派1人兼跑流通市场，而原负责流通的人员兼跑省内周边城市，开拓空白市场。

#### 2. 人员体系内部协调运作

每日晨会进行前日的工作汇报，端人员将负责的区域业务工作表格化，流通人员将市场信息和竞品动态提供给终端人员，终端方面的供求信息 and 网络资料由流通人员安排解决，大家交换意见，进行信息沟通，为销售做好全方位的工作。

### 3. 关键岗位定义，技能及能力要求

终端人员销售对象为市内酒店，宾馆、咖啡茶馆等，面对直接消费者进行服务，要求在谈判技巧和国语标准化的程度上有所提高，要有实际的终端业务开发率，流通人员销售目标是为产品打开分销渠道，通过分销过程，最终到达消费者，流通人员要具备清醒的思维，长远的战略眼光，善于沟通、分析、认真看待问题的启发性和套路背后的逻辑性，打开每一个产品流通的环节，确保产品顺利分销。

### 4. 培训

给予全体办事处人员进行定期的培训，在销售技巧及谈判过程上进行实战的演习。