

# 房地产论文(汇总6篇)

无论是身处学校还是步入社会，大家都尝试过写作吧，借助写作也可以提高我们的语言组织能力。大家想知道怎么样才能写一篇比较优质的范文吗？下面是小编为大家收集的优秀范文，供大家参考借鉴，希望可以帮助到有需要的朋友。

## 房地产论文篇一

在繁忙的工作中不知不觉又迎来了新的一年，回顾这一年的工作历程，作为xx企业的每一名员工，我们深深感到xx企业之蓬勃发展的热气，某人之拼搏的精神。

看似简单的工作，更需要细心与耐心。在我的整个工作中，提供各类销售资料，平凡单调的工作成为了销售助理的奠基石。通过管理这些资料，让我从生疏到熟悉，进一步了解公司的房地产项目及相关客户等工作内容。刚开始由于对房地产知识掌握的不熟悉，常常在接听客户电话时，让我措手不及，销售部是对外的形象窗口，我们回答客户的每一个问题，都跟公司的利益息息相关，每说一句话都要为公司负责，为树立良好的公司形象做铺垫。在此方面，我深感经验不足，部门领导和同事都向我伸出了援助之手，给了我很多好的建议和帮助，及时化解了一个个问题。每接待一次客户后，还要善于总结经验 and 失误，避免同一类差错的再次出现，确保在下次工作中有新的提高。随着工作的深入，现已开始接触销售部管理的客户工作，电话拜访、催款是一门语言艺术，这不仅需要好的表达方式，还需有一定的经验。俗话说：“客户是上帝”，招待好来访的客户是我义不容辞的义务，在客户心理树立好公司形象。

就总体的工作感受来说，我觉得这里的工作环境是比较令我满意的。第一是领导的关爱以及工作条件在不断改善给了我工作的动力；第二是同事间的友情关怀以及协作互助给了我

工作的舒畅感和踏实感。

刚到房产时，我对房地产方面的知识不是很精通，对于新环境、新事物比较陌生。在公司领导的帮助下，我很快了解到公司的性质及房地产市场。作为销售部中的一员，我深深感觉到自己身肩重任。作为企业的门面，企业的窗口，自己的一言一行也同时代表了一个企业的形象。所以更要提高自身的素质，高标准的要求自己。在高素质的基础上更要加强自己的专业知识和专业技能。此外，还要广泛了解整个房地产市场的动态，走在市场的前沿。经过这段时间的磨练，我已成为一名合格的销售人员，并且努力做好自己的本职工作。

我是销售部门的一名普通员工，刚到房产时，我对房地产方面的知识不是很精通，对于新环境、新事物比较某很快了解到公司的性质及其房地产市场。作为销售部中的一员，深深感觉到自己身肩重任。作为企业的门面，企业的窗口，自己的一言一行也同时代表了一个企业的形象。所以更要提高自身的素质，高标准的要求自己。在高素质的基础上更要加强自己的专业知识和专业技能。此外，还要广泛了解整个房地产市场的动态，走在市场的前沿。经过这段时间的磨练，已成为一名合格的销售人员，并且努力做好自己的本职工作。

房地产市场的起伏动荡，公司于20xx年与xx公司进行合资，共同完成销售工作。在这段时间□x同志积极配合某公司的员工，以销售为目的，在公司领导的指导下，完成经营价格的制定，在春节前策划完成了广告宣传，为xx月份的销售奠定了基础。最后以某个月完成合同额x万元的好成绩而告终。经过这次企业的洗礼，某同志从中得到了不少专业知识，使自己各方面都所有提高。

在此期间主要是针对房屋的销售。经过之前销售部对房屋执行内部认购等手段的铺垫制造出某火爆场面。在销售部，某同志担任销售内业及会计两种职务。面对工作量的增加以及销售工作的系统化和正规化，工作显得繁重和其中。在开盘

之际，该同志基本上每天都要加班加点完成工作。经过一个多月时间的熟悉和了解，立刻进入角色并且娴熟的完成了自己的本职工作。由于房款数额巨大，在收款的过程中该同志做到谨慎认真，现已收取了上千万的房款，每一笔帐目都相得益彰，无一差错。此外在此销售过程中每月的工作总结和每周例会，该同志不断总结自己的工作经验，及时找出弊端并及早改善。销售部在短短的三个月的时间将二期房屋全部清盘，而且一期余房也一并售罄，这其中与某同志和其他销售部成员的努力是分不开的。

今年销售情况：房子x套。车库大概x个。销售的不理想。主要自身问题。没有销售出一个好的成绩。在明年会更加努力，希望能有更好成绩。

## 房地产论文篇二

根据专业教学计划安排，从就业的实际情况出发，学校安排我到昆钢集团房地产开发有限公司进行为期两个月、以了解建筑工程定额与预算为主要内容的实习活动。在实习过程中，使我能够把理论知识联系到实际的工作中去，虽然遇到很多困难和挫折，但通过指导老师的认真教导和自己的努力，克服困难并从中学到许多课本上学不到的知识。现在实习已经顺利结束了，我非常地感谢为我安排和提供实习的学校和房地产公司，以及在实习中对我认真辅导的指导老师。现将有关情况报告如下：

### 一、实习时间：

\_\_年11月16日—\_\_年年1月5日

### 二、实习目的：

综合利用所学的专业知识和技能，密切联系建筑工程实际，熟悉建筑工程预算的基本程序。初步掌握建筑工程预算的相

关法规和原则，学会使用建筑工程定额手册并初步了解建筑工程预算的相关应用软件。培养独立进行建筑工程预算的基本技能，完成课题项目的建筑工程预算。

### 三、工程课题：

昆钢凌波小区商住楼0111型土建工程

### 四、工程简介：

昆钢凌波小区商住楼0111型土建是框架结构建筑，总建筑面积为1392.7平方米，建筑总高度为24.75米。一共有七层，一层为管理用房，二层以上为住宅，建筑耐火等级为二级，建筑耐久年限为二级，合理使用年限为50年。

### 五、实习内容：

根据我们的实际情况，辛老师给我们各小组分别布置了相关课题，并分发了工程设计图样。我们为2人一组完成一套图纸，在仔细分析研究图纸后，我们拟定了预算方案，分为建筑部分和结构部分，我进行建筑部分的预算工作。

建筑部分的计算步骤如下：

(1) 场地平整：根据定额手册中的定额规则，按建筑物外墙外边线或构筑物底面积外边线每边各加2米，以平方米计算。

(2) 建筑面积：因为建筑物共有七层，所以建筑面积按各层面积之和进行计算。

(3) 挖基础土方：工程量以立方米计算。

(4) 散水：按图示尺寸以面积平方米计算，即散水中心线长度

乘以散水宽度。

(5) 余土外运  $v_{\text{运}} = v_{\text{挖}} - v_{\text{填}} \times 1.14$

(6) 砖基础：基础与墙身使用同一种材料时，以设计室内地坪为界。以下为基础，以上为墙身。

(7) 砌体工程量：按扣除门窗洞口后的面积乘以墙体计算厚度以立方米计算。

$v = (\text{墙身} \times \text{门窗洞口} - \text{门窗洞口面积}) \times \text{计算高度} - \text{独立过梁} - \text{构造柱体积}$

(8) 卫生间的面积及贴瓷砖还有厨房的面积及贴瓷砖，都是以主墙间净空面积进行计算。

(9) 屋面防水工程量：工程量 = 屋面水平面积 + 增加面积

附加层、接缝收头、找平层的嵌缝已计入定额内，不另计算。

建筑部分工程量计算完成后，我们根据《云南省建筑工程消

耗量定额》、《云南省建筑工程措施项目计价办法》进行套价。计算总价为：1224184.42元(壹佰贰拾贰万肆仟壹佰捌拾肆元肆角贰分)。

## 六、体会与感想

通过这次为期两个月的实习，首先使我深切体会到实践经验对我们所学习专业知识的重要性，使所学的理论知识与实际的工作联系起来，做到理论与实际相统一。其次，使我初步

掌握了预算说明书的编制流程，熟悉了建筑工程预算的相关法规和原则，并初步了解工程预算相关软件的应用。再次，工程预算是一项复杂的工作，需要极大的耐心和细心，我在这次的实践中克服自己粗心和急躁的毛病，端正态度，真正做好每一件事情。在未来的工作中，我将以严谨的科学态度面对所遇到的问题，不断进取，精益求精，充分体现人生价值和展示自我魅力，为实现理想而不断奋斗！

\_\_年1月3日

## 房地产论文篇三

由于房地产与一般商品具有异质性，如其资金投入巨大、生产周期短、具有价值升值和货币功能、能够半成品销售、品质基本不能提升、入市价格低、开盘多、竞争激烈等等。随着房地产竞争的日趋激烈，相应的营销策划也十分火暴，因此策划创新成为制胜之道。对于房地产的营销策划，主要是围绕消费者的消费行为、生活方式在产品的设计、提升产品价值、营销传播、支付方式等方面进行创新，激发潜在消费需求或争夺现有顾客，其创新可以体现在创造一种新产品(如规划设计方面的独特性);提供一种服务模式(如管家式的物业服务);倡导一种生活方式(如运动、健康、休闲、品位等);营造一种文化等等。

### 一、未来发展趋势

一方面是房地产已经进入品牌竞争时代，房地产市场的竞争已从价格竞争、概念竞争转而进入品牌竞争阶段，企业更注重对品牌的培养与利用。因此应注重对品牌的不断强化，输出品牌核心价值，进行统一品牌之下的分品牌战略;同时广告意识要超前，推广手段整合性强，利用一切可以利用的传播资源强化产品的概念。另一方面是消费市场日趋理性和个性化，近年经济持续放缓，居民收入(包括预期收入)持续下降，

实惠性的心理占据主导地位;消费者经过长期的广告浸淫,偶然性、冲动性购买行为减弱,理性购买行为增强;各种不同类型的消费者对楼盘的选择逐渐建立自己的标准和喜好,消费者对商品房的选择会更趋“个性化”,会更加考虑自己的心理需求,寻找更加适合自己的楼盘。随着房地产市场竞争的加剧,大型化、集约化楼盘将成为未来市场竞争的热点;针对不同消费者的市场细分趋势日趋明朗,以满足不同类型消费需求的消费群;“设计时代”开始回归,发展商更加重视产品的开发,对楼盘的前期规划和设计将更加重视。竞争手段将会全方位、多元化,如一些大型的楼盘具备综合的竞争优势,而中小型盘就必须以其个性化和特色需求也在市场占据一席之地。在未来的发展过程中,将进一步追求境界(如历史、人文、文化等);追求近距离(如与商务区、高效、车站等接近);追求洁净(对光线、绿化、天然气配备等);追求宁静(密度低、生态景观台等)等等,不仅对配套设施的需求提高,而且对房地产开发商的品牌高要求;不仅对设计有相应要求,可能还会对社区居民的生活群和社交圈具有相应要求;不仅对楼盘的品牌有要求,可能对设计和制造过程中的环节比较关注。在市场竞争形势进一步白热化的情况下,如何进一步挖掘自身楼盘的附加价值,稳定价格、吸引客源?如何根据目标消费群的理性购买需求,进一步深化自身楼盘的优点,使目标消费群产生“物有所值”的感觉?如何继续建立自己独特的品牌个性,突破强劲对手的包围,在市场上继续掀起一股新的旋风?如何适应“个人置业时代”的新趋势?这些都迫使开发商需要进行系统的全程营销策划。

## 二、房地产全程营销策划

一是策划为先。在整个项目开发过程中,从思维上应该策划在先,包括项目认证、风险评估、资金渠道、市场定位、规划设计、施工招标、工程管理、材料选择、形象包装、开盘销售、广告宣传、营销策略、物业管理、品牌塑造、效益提升等等都需要系统策划,策划是建立在相应的市场调查的基础上,调查既可以是一手的资料,也可是二手的,如包括政

府统计口径、银行统计口径、统计局、商业局、房管局、国土局、税务局等部门的统计年鉴，了解和分析市场购买力及消费趋势等等。根据不同的环节有针对性的展开调查，如围绕消费者的生活形态，围绕区域的楼盘情况，围绕促销策略等等。二是创新为赢。在整个策划过程中均应该进行营销策划创新，包括建筑形态、布局规划、户型设计、整合营销、广告宣传、公关活动、物业管理、融资方式等等，如在支付方式上，与金融有效结合；在价格制定上，有效利用消费者的心理；在宣传和定位上，利用消费者好奇、虚伪等心理。如关注小孩教育、与名人做邻居、零首付、组合销售、在促销上合家欢礼品组合：丈夫赠送健身礼券、妻子赠送美容礼券、儿女赠送少年宫课程一门、老人赠送全面身体检查一次等等。同时要全程为握，房地产开发的全程策划，每个环节、每道工序、每个细节都相当重要。如市场调研、市场分析、市场定位、市场形象、市场促销。

三是塑造差异。差异化能够创造竞争优势，在房地产策划过程中，应在不同层面塑造差异，如建筑风格、外立面、风系设计、光系设计、户型设计、布局空间设计、功能设计、智能化设计、逃生设计等等。在差异的塑造过程中，应在价值提升、吸引眼球、新颖性和成本方面权衡考虑，因为企业的目的是营利为本。

四是整合营销。一方面房地产企业在项目开发或经营中要体现人性化意识，关注企业形象、项目形象、员工形象、产品用料、营销方式等等，另一方面要善于整合，在定价方式、开盘起价、价格策略、付款方式、营销主题、广告创意、投放媒体、投放时间、媒体选择、卖点营造、物管承诺等方面都应该组合和整合。如引进组合家电、组合厨房；社区综合配套，整合内外部资源等等。在传播方面，从炒地段到炒升值潜力，从炒概念到炒设计和户型；从软文到单页，从电视广告到车体、广播和户外广告等，在生活方式、生活品味等方面区塑造创意点。在品牌定位方面，根据消费形态和楼盘实际情况，寻找相应的目标消费群体，同时要善于培育楼盘的子



品牌。当然，对于房地产销售力的实现，单纯靠品牌概念的输出无法达成，实在的产品和价格才是实现销售力的关键所在，因此应输出多元化的产品信息，提升楼盘的价值感，打动更加理性的消费群，为产品注入一些新的元素，赋予产品更加新鲜的形象，从而保持品牌的新鲜感。

总之，未来的社区将更加在产品自身方面加以关注：如园林设计好，有较大的休闲活动空间；间隔合理、实用率高、采光好、空气流通；楼距较大，有开敞的空间和视野；完善的小区配套，物业管理好，最好是封闭式管理；交通、购物方便，使房子成为有文化气息的房子，成为有创造力的房子。在营销传播上：抓住目标消费者的心态，务求直指人心，在销售策略、广告策略投其所好，促成他们购买，同时根据目标消费群的特性，配合产品的特点，使广告投入针对性更强更直接。一方面是组合利用软文、公关和不同形式的广告，在设计和投放过程中创新，另一方面是有效把握目标消费群体的消费心理和行为，关注其消费形态，从而有针对性地开展相应地传播和促销活动。

## 房地产论文篇四

(一)透过实习，一方面检验所学专业知识，学习课课外知识，开阔视野，另一方面为我们以后进一步走向社会打下坚实的基础。

(二)透过实习，让我充分的认识到自己所学的知识真的太少了，校园与社会是两个完全不同的概念，同时也让我产生动力开拓自己，使自己在实习中有一个知识的升华。

(三)透过实习，将我大学所学的知识运用于实践，将我大学所积累的知识运用于工作。在工作中更好的认识自己，提高自己。

(四)透过实习，让我发现自己的不足，认识自己的缺点，在

工作中慢慢改善，用心进取，去实现自己的目标，为自己的将来奋斗。

(五)透过实习，将自己的理论知识与实践融合，把自己所学的营销知识与相关专业知识相结合并且完成从学生到职员过渡。

## 二、实习项目介绍

弘盛地产有限公司，成立于2002年1月，公司位于泰安市青年路90号，主要从事房地产开发销售及服务，具有国家一级开发资质，公司注册资金1.2亿元，透过几年的不懈努力，目前已发展成总资产过50亿元，年开发潜力100万平方米的现代化开发企业。公司以住宅开发为主导，在山东房地产开发企业中，弘盛地产的综合实力名列前茅。自创立伊始，弘盛人便始终坚持精品战略，把“雕塑精品工程，打造百年品牌”作为企业市场观念，在几年的风雨历程中，不断创新观念，先后在山东省成立了二十家分公司。在齐鲁大地，弘盛地产已树立了良好的品牌形象。

## 三、实习资料

公司根据我的特点和性格，给我的定位是做销售方面的工作。前期先理解公司培训，对自己的项目了解，经过一系列考核(讲沙盘、讲户型、讲市场等)然后做市场调查，对楼盘周边区域的楼盘、竞争楼盘做市调。之后直接安排到一个小组开始接待、接电的工作，有时配合办公室人员处理日常工作。

公司的每位员工进入公司的第一份工作都是销售，这是整个行业的一个硬性的要求。从销售做起这样才能够方便以后开展更多工作。

### (一)熟悉整个产品

对产品的了解是销售的第一关键之处，要对自己的产品了如指掌才能去说服感染其他的人，而产品的组成又是分很多种不同状况的。房子是件不一般的物品，消费者在消费时也会花很多心思在上面，一旦介绍失误就会为公司和自己带来一连串的麻烦，也给该消费者本身带来很多不愉快。

## (二) 熟悉整个销售流程

销售是份很有学问的工作，每一天和不同的客户谈产品。客户的问题是多种多样的。每一天都在处理一些复杂的小事，也就是这些复杂的小事在一步步的锻炼着我，一开始总是以学生的姿态去处理那些事情，但最终发现这是十分错误的，这也使自己走了很多弯路。销售的售前、售中和售后都是一门高深的学问，在处理时的心态上也需要很大的调整，客户总是有无限多的问题，但怎样去把这些问题化整为零，是需要一些人格魅力去解决的，而不是单单靠嘴皮子耍耍功夫。

## (三) 接待客户

### a. 接待工作描述：

接待的时候第一句是：您好，欢迎光临弘盛华庭，您之前来过我们那里吗要是客户说来过，就得给客户找接待过他的销售人员，这么做是防止撞单或者恶意抢单的状况发生。然后介绍沙盘，户型等。然后顺利的话就是交定金-签约-办按揭-办入住。这就是整个过程。异地此接待过的客户，根据实际情况把相关资料填写在客户登记表上。

### b. 接电工作描述：

第一句是，您好，那里是弘盛华庭售楼处，然后客户放电话前要问是怎样了解我们项目的，根据实际情况把相关资料填写在客户登记表上。

## 四、具体实习过程

### 第一个星期

作为一个实习生，我要做的也是最基本的，所以开始做的是销售顾问。刚进公司我觉得自己就是一打杂的。什么都要做，但是又跟销售房地产完全不搭边。我觉得果然与长辈所说的那样，新进员工总会被前辈们欺负，也只能忍着。但是这样我工作的一点都不痛快。这样下去完全不行，与公司员工的关系越来越差，也不会有人指导我，最主要的是完全学不到经验。最后糟糕到我连那些不搭边的资料都看不下去，完全无所事事，我意识到自己不得不改变。浑浑噩噩的在重复看资料，经过星期天的调整，情绪好多了。毕竟很老师都有告诫我们开始工作的时候就是要不怕吃亏，不能斤斤计较。在帮忙别人的过程中我也结交到许多有潜力的前辈。

### 第二个星期

对于自己喜欢的事情总是充满\_。一大早前辈们就问我资料背的如何，还开玩笑的说要抽查，被吓了一跳，虽然我是有看过，但是那么多，我肯定记不清楚。幸好他们只是玩笑。这个月我最后能够开始简单的接待、登记、回访工作。开始几天接待的人都是很客气的，问的问题也比较简单，看了那么多资料，我是能够简单做些介绍。比起看资料我还是喜欢和人打交道，能够从顾客身上学到很多知识。

### 第三个星期

虽然上个月经理没有怎样批评我，但是我真的深受打击，决心好好看看课本知识，狂补了一番。所以这周我总是显得有些疲倦，但是总是有收获的。我总算能够和一些比较难缠的客户打交道，而且接触更多工作，参与到楼盘的介绍，能够陪同客户看房签约，虽然是跟着前辈们一齐去打下手的。

转眼在那里工作的第三个星期，和公司的职员也混得比较熟了，大家教会我很多道理，以后工作我都会借鉴的，新人最主要的就是虚心学习。这几天参加会议我已经能够提出些许推荐，不像开始总是听着别人讲，虽然他们说的都很有道理，但是只听别人的我总是有些不甘心。我学会了与团队合作。配合同事成交，促进小组、案场业绩提升，在工作中不断自我学习、不断提高相关业务水平。

## 五、实习专题资料分析

### ——房地产营销策略分析

#### (一) 营销观念

在房地产销售上，开发商应思考到自己的特点和个性，从各种功能出发，实施特色营销。

(1) 经济功能人们对房地产的需求分为消费和投资两大类。开发商采取了保值和增值的营销战略，首期价位比同段房价低，吸引了大批客源。

(2) 社会功能现代化住宅小区给居住者带来了沟通交流的机会。

(3) 美景享受功能，弘盛华庭定位于南加州风情，从开发理念、社区配套立足于百万超级大型项目长远发展，旨在呈现一个适合都市人生活的多元化纯熟居住社区。

#### (二) 产品介绍

弘盛华庭——给你一个原生态的家

##### 1、建筑类别为：多层

伴随着城市化进程的推进，海阳传统核心区域已严重超载，需要将中心功能向外延展。二环线内土地资源稀缺，无法承

接新的城市中心功能，这部分功能必将由二、三环间的区域承接。随着城市规划的逐步落实，交通环线的成型，二、三环之间成为发展重点。与海阳市市城区二、三环之间的其他片区相比，南加州片区是离城市中心最近的版块。

一期3万平方米自带商业——弘盛华庭规划大体量的社区商业，包括大体量商超，精品店，健身中心，酒店式公寓满足百万社区的购物需求。

## 2、价格策略

影响房地产价格的因素有供求状况、经济因素、人口因素、社会因素和行政因素、心理因素和国际因素。价格制定要贴合定价环境和企业经验目标，持续必须的竞争性。

(2)组合定价项目中内含商业、住宅、车库、办公等多种类型产品，定价就务必采用组合定价，以求整个项目的利润化。

(3)折扣定价付款期限折扣策略：如一次性付款9.5折，按揭9.8折；

数量折扣策略：如十人以上团购九折。

## 4、促销策略

根据自身楼盘特点，按营销周期划分为：筹备预热期、开盘发售期、强销期、持续期、清盘结案。在预热期，要做好前期工作，组建本案项目组，进行任务分工。开盘期做好准备工作：售楼展示中心布置完毕，销售人员招聘及培训，价格策略制定。销售时，要有计划的推盘，制定销售流程及费用预算。正式开盘的工作安排有报纸广告配合，开盘广告应气势宏大；现场提前做好接待准备；制造现场热销场面；来人来电统计及追踪，为后续的销售工作积累客源。在强销期应举办客户答谢会，再次吸引市场目光。进行广告卖点更新，营销

策略调整。在强销期阶段，运用新的卖点去冲击市场，打动潜在客源，不断挖掘新的客户市场，维持销售恒温。在前期销售顺利的基础上，进行提价。透过物业管理事宜的筹备工作，进一步进行市场炒作，鉴定客户的购房信心。最后前期销售工作总结，市场动态反馈。销售进入持续期，很可能遇到“销售瓶颈”。研究“销售瓶颈”，根据销售一线反馈信息，制定应对策略，调整营销方案，密切关注竞争对手的状况。

## 六、实习体会

实习结束了，回想从开始到此刻，这一路走来我的感受是自己成熟多了。不仅仅丰富了我的人生阅历，还让我品尝到了工作的辛苦，成长的快乐。

透过实习，虽然时间不长，但在这段时间中我确实实学到了很多在学校及书本上不曾有过的东西，尽管以前也有过很多社会实践的经历，但都是做短时间的促销，这次感觉与之前几次有很大的不同，而且感觉比以前收获更多。这次的实习更加让我意识到自己是将要踏进社会的人了，工作的时候不再像在学校那样有老师，有作业，有考试，而是所有东西都需要你主动去学习。

首先我们作为新人务必尽快的对这家公司的各个部门的职能，负责人，人员构成有详细的了解。个性是我们所在的销售部门，更是务必的。细致到了解每个人的兴趣爱好，性格，喜好等。这样，你就能够很准确的定位自己在这家公司或这个部门的位置。有助于你很快融入这个团体。房地产销售工作跟别的行业销售区别在于同事之间的关系将直接影响到你个人的升职机会，甚至销售业绩。

人际交往方面上，书上只会教你就应如何做，怎样做会更好，而社会上的人际交往十分复杂，这是在书上、在学校里不能够体会到的。社会上有着各种各样的人群，每一个人都都有自己的思想和自己的个性，要跟他们处好关系还真的需要

许多技巧。这种技巧通常来自社会阅历与经验的。交际中要求你在不能改变一件东西的时候，你只能去适应它，不行的话要调整适应的方法。这就让我们务必具备不管遇到什么困难都不能被它吓倒，不轻言放下的品质。我们要练就顽强坚持的性格，勤奋努力的生活作风，以及一个用心向上的心态。这样我们即使遇到失败与挫折，我们也能够克服，然后吸取经验教训再次站起来。

所以遇到业绩不好的时候千万别怀疑自己，甚至去埋怨别人或者运气。不要让人感觉出你有任何情绪波动。地产销售是为数不多的只要自己努力就有回报的工作，你要明白别人跟你是站在一个平台的，别人的业绩好是因为那个人比你努力或者比你做得时间长，比你的经验多，比你客户多，做事的方法好等等。要克服这些，你务必多思考，多做。比如比别人早30分钟上班，陪值班的同事，他们接但是来的客户你能够去接待，做一些有帮忙的琐事等等。

在公司必须要有良好的人际关系。只有在快乐，充实的工作氛围下才能更好的工作。不管你的内心的什么样的，你都要把很自信，精力充沛的，大方得体，整洁干练的一面展现给大家。你不要把自己的感情强加在同事身上，那里不是江湖，更不是学校。同事也不是朋友，你务必用你阳光的一面去影响别人，这样别人才会去欣赏你，认可你。与同事相处更是一门学问，对前辈们要有礼貌，谦虚，虚心向前辈们请教，才能真正的学到东西，才能使自己进步更快，也能使我们少走很多弯路。对同事们要宽容，相互关心，相互帮忙与体谅，切忌不要与上司发生口角。

业绩好了之后要学会跟同事分享你的工作经验，但是不要傲慢地去说教，要有一个平常心。这样你会发现同事的经验有时候是对你很有帮忙的，你的进步会越来越快速。销售的境界是倾听，要为客户排忧解难，千万别给他制造麻烦和没必要的思考。倾听客户的想法后对症下药，你会发现工作越来越简单。



## 七、实习推荐

我觉得以后不管在什么面试之前，都要认真的了解公司的整体状况和工作制度，这样在面试的时候才能有足够的信心，才能够做到知己知彼，百战百胜，这样面试成功的几率也大些，以后进入公司后工作起来也更加得心应手。

工作的时候更应如此，在我们销售行业，若是没有准备就向客户介绍，必定得不到客户的信任，甚至受到鄙视。当你不了解自己的产品，就不会明白产品的特点，没有介绍重点，自然也不会吸引到客户。不了解所在行业的市场状况，不明白竞争对手的优劣势，就不能向客户咨询市场行情的疑惑，不能展现出我们公司的优势，客户凭什么相信我们，相信公司。没有信任就没有下文，就没有订单。

以后工作的时候要记得，我们已不再是学生的身份，不要嘻嘻哈哈，散漫的做事情。公司都有必须的规章制度，工作也来不得半点马虎，不然很可能会出错，给公司带来损失。感谢山东弘盛地产有限公司给了我实习的机会，感谢周围的同事给予了我帮忙及鼓励，感谢所有关心我的人尊重了我决定，并给予我支持。感谢老师的培养，和同学们的关心。

## 房地产销售报告范文3

### 房地产论文篇五

从0x年9月14日我成为经开房地产管理处一名房地产客服以来，至今，已经九个多月过去了。九个月，并不算太长的时间，却让我真心的喜欢上了这个岗位。

想起来，虽然毕业不久，但这却是我至今所在的第三个岗位了。第一个岗位是两年前，在沈阳金钱豹餐饮美食百汇，在

那个遥远的地方，因为与家的距离，始终找不到归属感，也或许是因为第一次走上工作岗位，总是带着彷徨与无措；第二个岗位是一年前的香格里拉金花饭店，那时候我是一名小小的中餐服务员，有着一群很好的同事，却也带着彷徨，对自己理想的彷徨。

然后，我走上了现在这个岗位。

房地产，这曾经是一个我比较陌生的词。但至今，我却真正的融入了房地产客服这个岗位。

从刚来时候的青涩，到现在的成熟。

从开始的不知所措，到现在熟练的业务能力。

从开始的小心翼翼，到现在的放手施为。

九个月，让我成长了好多。

在这里，我的主要工作就是日常的打印复印以及收发传真，这是每天必做的工作，虽然看似轻松，实际却很忙碌，我要面对的分为两大类，一是对外，主要是我所服务的泾渭新城办，我们房地产要想他们所想，急他们所急，沟通在这里很重要，有时管委会领导要过来，我们要通知各个班组做好准备，不能有一丝马虎；因为是政府机构，不免有群众上访事件发生，这个不止是保安的工作，更有我们的职责，在他们没有进入园区之前，我们要安抚他们，尽快跟上面有关部门联系。此类的事情时有发生，这就要求我们有很强的应变能力。还有一类对外就是供应商，我们要做好业主与供应商的桥梁，联系他们及时送货，及时开发票，园区办有什么需求尽量跟他们去沟通，催凑应付供应商的款，以便大家更好的合作。二是对内，就是公司内部的人，作为一名客服，要积极和各班组沟通，配合各班组的工作，协调各班组之间的问题，使我们的团队更加出色，这就要求我有更强的责任心；其次，要

做好公司每月要求上交的考勤，工作计划，采购计划，分库盘点表等，我们也担当着内勤的工作，耐心、细心。这就是我和我的岗位，平凡而重要。

在这里，我第一次有一种把公司当做自己家的感觉，每一名同事都像是家人，友爱、互助、更难得的是大家的心很团结。每一天走上岗位，看着他们的笑脸，都像阳光一样温暖，他们尊重彼此，礼貌待人。这里有我很多的第一次，第一次写剧本，第一次当主持人，第一次带领团队参加比赛，第一次因为培训成绩好而得到奖金，也是第一次，我觉得自己的能力有了发挥之处，第一次又找回了丢失已久的理想。

在这里，第一次觉得自己很重要。

尤其每一次看到领导们鼓励的眼神的时候，每一次看到同事们伸出的双手的时候，每一次看到客户们满意的笑容的时候。我会发自内心的欣喜，为了自己的选择，为了自己的岗位，为了这个团体。

“加油吧，这个岗位需要你！”我这样的对自己说。

哪怕再多的困难，再多的风雨，我也会在我的岗位上一直努力下去。

总有一天，青涩的小草会成长为一棵大树，加油！

## 房地产论文篇六

从中国加入国际贸易组织以来，经济与国际接轨，国内的经济进入了高速发展的阶段。房地产行业也跟着迅速腾飞，高速发展的房地产业急需新型营销人才，需要具有创新意识、专业知识和富有团队作业能力的房地产市场营销新人。

我四年的市场营销专业知识学习和丰富的房地产市场兼职实

践经历，使我对房地产营销职业的兴趣和技能方面获益匪浅。我从坎坷曲折中一步步走过，脱离了幼稚、浮躁和不切实际，心理上更加成熟、坚定，专业功底更加扎实。

在学习专业的主修课程上，我掌握了大量营销专业理论和房地产营销技能，同时使计算机应用水平、英语水平、社交能力有了很大程度的提高；素质：吃苦耐劳，工作积极主动，能够独立工作、独立思考，勤奋诚实，具备团队协作精神，身体健康、精力充沛，可适应高强度工作。四年的大学学习和一年有余的房地产公司营销岗位见习工作磨练，培养了我良好的工作作风和团队意识，比如多角度了解和觉察客户的购买需求，全方位进行房产客户服务工作，埋头苦干的求实精神以及随机应变的推销能力等。相信在今后的工作中，我会紧密配合公司销售需要，任劳任怨的工作，成为一名称职的房地产营销能手。

我的生活准则是：认认真真做人，踏踏实实工作。朝夕耕耘，图春华秋实；十年寒窗，求学有所用。在沉淀了四年的宏图伟略，希望能在贵公司大放异彩，为房地产行业拉动内需，高速发展更添辉煌。

高速发展的房地产业需要新型营销人才，需要具有创新意识、专业知识和富有团队作业能力的房地产市场营销新人。

素质：吃苦耐劳，工作积极主动，能够独立工作、独立思考，勤奋诚实，具备团队协作精神，身体健康、精力充沛，可适应高强度工作。四年的大学学习和一年有余的房地产公司营销岗位见习工作磨练，培养了我良好的工作作风和团队意识，比如多角度了解和觉察客户的购买需求，全方位进行房产客户服务工作，埋头苦干的求实精神以及随机应变的推销能力等。相信在今后的工作中，我会紧密配合公司销售需要，任劳任怨的工作，成为一名称职的房地产营销能手。

我的生活准则是：认认真真做人，踏踏实实工作。我的最大

特点是：勇于拚搏，吃苦耐劳，不怕困难。在实际工作中，更重要的是牢固树立了强烈的事业心、高度的责任感和团队精神。朝夕耕耘，图春华秋实；十年寒窗，求学有所用。相信在贵司的培养和自我的奋斗下，我定会胜任本职工作。