

2023年房地产销售周总结与周计划(通用7篇)

时间过得真快，总在不经意间流逝，我们又将续写新的诗篇，展开新的旅程，该为自己下阶段的学习制定一个计划了。因此，我们应该充分认识到计划的作用，并在日常生活中加以应用。下面是小编整理的个人今后的计划范文，欢迎阅读分享，希望对大家有所帮助。

房地产销售周总结与周计划篇一

定期检查核实经销高的产品库存，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。

目标市场：

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。

重点促销产品：

鸡汁和果汁在x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。

销售队伍人力资源管理：

1. 人员定岗

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。

对于x年工作计划我心里已留底，我相信一切在于行动，把我们所有的计划和目标都付诸于行动，当我们年底再总结的时候一切会有不同的收获。

房地产销售周总结与周计划篇二

（一）销售节奏的制定原则：推广销售期指从市场导入开始至产品开盘销售，较大规模的项目一般持续3-4个月的时间，因为-项目一期体量较小，建议以2个月左右为好，再结合以实际客户储备情况最终确定；另外，由于销售节点比工程节点易于调整，一般情况下为项目部先出具基本的工程节点，据此营销策划部制定销售计划。制定本计划的重要节点时间时，未与工程部跟进。故本销售计划相关节点只是初稿。待工程节点确定后，再最终定稿。

1. 推广销售期安排3-4个大的推广节点，节点的作用在于不断强化市场关注度，并使销售保持持续、连贯。
2. 鉴于年底临近过年的情况，开盘销售强销期应避开春节假期。
3. 开盘销售前应确保样板区、样板房景观、工程施工达到开放效果。

（二）-销售节奏安排：

1. 20xx年10月底—20xx年12月，借大的推广活动推出-项目
2. 20xx年12月底—20xx年1月初，召开产品发布会，正式启动某项目，同时策划师对市场进行第一次摸底。

3.20xx年1月中旬，开放样板房，同时策划师对市场进行第二次摸底。

4.20xx年1月下旬，春节之前，开盘销售强销。

1. 户型统计：

由工程部设计负责人、营销部-共同负责，于20xx年12月31日前完成

鉴于-项目户型繁多，因此户型统计应包含对每一套房型的统计，包括户型、套内面积、户型编号、所在位置。

2. 销讲资料编写：

由营销部-、策划师负责，于20xx年12月31日前完成

-项目销讲资料包括以下几个部分：

购买-的理由：产品稀缺性销讲

基本数据：-的主要经济指标、户型面积统计、配套情况、建筑风格、景观设计、交通情况、交房时间、主要交房配置、物管收费；涉及到设计单位的，由其出具销讲材料□20xx年12月31日前，由-整理后，统一作为产品和项目优势说辞。

建筑工艺及材料：需要在20xx年12月15日前由工程部出具项目采用的新工艺材料，新技术等基本基本资料□20xx年12月31日前后，作为材料工艺说辞。

客户问题集：以答客问形式书写，针对英郦庄园的优劣势，做出销讲解决办法。

样板区销讲：

不利因素公示

3. 置业顾问培训：

由营销部-负责，培训时间从20xx年11月底—20xx年1月

培训内容包括：

销讲资料培训，时间□20xx年11月底—20xx年12月初

建筑、景观规划设计培训，时间□20xx年12月初

工程工艺培训，时间□20xx年12月初

样板区、样板房培训，时间□20xx年1月9日

销售培训，时间□20xx年12月—20xx年1月出

2. 预售证

由销售内页负责，于20xx年1月10号前完成

3. 面积测算

由销售内页负责，于20xx年1月10号前完成

4. 户型公示

由于-项目户型种类繁多，户户均不同，所以在销售前应准备户型的公示，方便客户选房，避免置业顾问出错。

由策划师负责，于20xx年1月10号前完成

5. 交房配置

由工程设计线蒋总负责，于20xx年1月10号前完成

6. 一公里外不利因素

由策划师负责，具体调研后，与销售经理-会商后，于20xx年1月10号前完成，分析总结后，作为销售时重点关注的抗性，专门进行培训。

（一）样板区

1. 样板区范围：考虑到-项目销售必须突出良好居住环境的气氛，因此我们将-售楼中心至1#样板房区域所包含的整个大区都打造成为样板区。物管，保洁等须按照样板房的管理规定进行管理。其中有两套样板房、售楼部到样板间的步行情趣长廊、叠水喷泉、及10#的临时景观区域。（注：从售楼部至样板房之间的参观浏览线路，以下暂定为y区）

2. 样板区作用：最大限度的展现温江宜居，城在林中氛围、家居水畔的氛围，体现国色天香大社区远见、高档、生态、宜居、增值的社区概念，体现独具特色的建筑风格。

3. 样板区展示安排：

确定对y区沿线情调、步行道的'包装方式和具体要求；

确定y区道路沿线灯光布置方案，灯具选型要求和效果交底；

明确样板区工程施工、营销包装整体和分步实施节点、任务分解；

具体见附后（参观园线说明）

（二）样板房

1. 样板房选择：样板楼选定为1#楼，1#楼一方面靠近售楼部，由于样板间前10#修建时间较晚，样板间会有较好的景观视线，另外1#楼位于英酃庄园主入口不远，不会影响后期其他楼幢施工，同时也不产生其他楼幢施工影响客户参观的情况。选定1#楼平层、底跃各一套。

2. 样板房作用：考虑到-项目户型面积偏大，通过样板房精装修设计可以引导客户更好的理解户型设计，同时也是对推广所倡导的享乐主义生活的一种实体诠释。

3. 样板房展示安排：

前期设计，包装由项目部同事负责，-跟进协调。样板房应于20xx年12月底前完成，以便于先期推广时，到访客户时参观。样板房的日常管理工作由营销部-负责，。

包括沙盘模型、户型模型、户型图的制作：

1. 沙盘模型：-和策划师协商后，由策划师联系相关单位制作

2. 户型模型：-和策划师协商后，由策划师联系相关单位制作

3. 户型图：-和策划师协商后，由策划师联系相关单位制作

均价确定：包括销售均价及赠送面积等由策划师和销售部职业顾问踩盘整理数据，策划员协同-写出定价报告，报领导审批后执行。价格按建筑面积计算，不包括赠送面积。价格策略包括：销售均价，销售起价，销售实得单价，套内单价。价格走势分析，节点价格初步预计，职业顾问优惠权限，销售主管优惠权限，销售经理优惠权限，内部员工推荐优惠权限，公司领导优惠权限，一旦确定优惠权限，坚决执行，防止权限不明，私放优惠，扰乱现场销售。

时间安排：营销策划部于20xx年1月10日提出销售价格表和销

售政策。

20xx年10月底前确定广告推广公司□20xx年11月底前出具具体的推广方案。

房地产销售周总结与周计划篇三

在已过去的20**年里，作为一名房产销售人员，我所在销售部在公司领导的正确带领下和各部门的积极配合下提前完成了全年的销售任务。这一年全球的经济危机蔓延，房地产市场大落大起，整个销售团队经历了房地产市场从惨淡到火爆的过程。为了以后在这个既充满了机遇又充满了挑战的房地产行业更好地销售，现将销售工作计划如下：

在20**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20**年的销售任务打下坚实的基础。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20**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。

在新的一年里，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20**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20**年的销售任务，是我必须关注和加以研究的工作。

我在20**年的房产销售工作重点是***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。

我将结合20**年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。

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。

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。

房地产销售周总结与周计划篇四

房地产行业一直是带动国家经济发展的重要行业之一，尤其是最近几年，我国房地产事业取得了巨大的发展，不过也产生了很多的泡沫，导致全球金融危机到来之后我们国家的房地产行业出现了巨大的危机。为了应付这次危机，我们相处了很多的办法，但是都是治标不治本，所以我们一定要相处一个号的办法和计划来。

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。

1. 房地产营销计划的内容

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：

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。

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。

只要按照上面的销售计划来工作，即使不能够回到前几年销售高峰的时候，也会回到一个不错的境界，因为我们是根据我们最实际的情况来工作的，这样我们的销售工作才会做到最好。相信我们的国家经济一定会很快的恢复过来，而我们的房地产市场一定会恢复繁荣！

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，房产销售每月工作计划。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。

一. 宗旨

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。

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。

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。

四. 计划评估总结

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。

经过20xx年两个月的工作，我对房地产销售有了更深层次的了解，同时也学到了很多的东西，为了让自己在新的一年里有更高的收获，自身有更高的提升，特总结去年展望今年，根

据自身的实际情况，特做出具体的计划。

一、业务的精进

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的信心，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。

二、自身素质的提升

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。

最后，感谢公司所有的领导和同事，因为我个人的进步离不开大家的帮助和支持。20xx年我会不断学习，努力工作。我要用全部的激情和智慧创造效益，让事业充满生机和活力！我们是一个整体，奔得是同一个目标！我会和大家一起齐心协力，从新的起点开始，迈向成功！

房地产销售周总结与周计划篇五

转眼之间又要进入新的一年20--年了，新年要有新气象，在总结过去的同时我们要对新的一年一个好的计划。我是一个从事工作时间不长，经验不足的工作人员，很多方面都要有一定的要求，这样才能在新的一年里有更大的进步和成绩.，也对自己制定了房地产销售部个人工作计划，相信我会做得更好。

20--年是我们地产公司发展非常重要的一年，对于一个刚刚踏入房地产中介市场的人来说，也是一个充满挑战，机遇与

压力的开始的一年。为此我要调整工作心态、增强责任意识、服务意识，充分认识并做好房中介的工作。为此，我也充分认识到自己目前各方面的不足，为了尽快的成长为一名职业经纪人，我订立了以下工作计划：

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应手。

20--年以业务学习为主，我会充分利用这段时间补充相关业务知识，认真学习公司的规章制度，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市区售楼情况；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，组成一个强大的客户群体。

二、扩大客户量，加强与重点客户的联系

有目标才会有方向，有方向才会有不断努力的动力，给自己定量客户。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。

房地产销售周总结与周计划篇六

我于__年进入市场部，并于__年4月__营业部开业后被任命客户经理主管，和公司一起度过了三年的岁月，现在我将这期间的工作做个汇报。

这半年在懵懂中走过来。我自己也是深感压力重重，无所适从。但是我遇到了好的领导和一个属于我的团队。他们的帮助和包容是我个人现阶段成长的重要因素。也是我在参加工

作的这段时间里对于做人和做事的理解中收获最多的半年。

过去的已经过去。每一天都是一个新的起点，一个新的开始。

在今年的工作中，以“勤于业务，专于专业”为中心，我和我组成员要做到充分利用业余时间，无论是在专业知识方面和社区活动，还是在营销策略方面，采取多样化形式，多找书籍，多看，多学，多跑。开拓视野，丰富知识。让大家把学到的理论与客户交流相结合，多用在实践上，用不同的方式方法，让每个人找到适合自己的工作方式，然后相辅相成，让团队的力量在业绩的体现中发挥作用。为团队的合作和发展补充新鲜的血液和能量。同时在必须提高自己的能力、素质、业绩的过程中。以“带出卓越的团队”为己任，要站在之前所取得的经验基础之上。创今年业绩的同时，让每个人的能力、素质都有提升，都要锻炼出自己独立、较强的业务工作能力。将来无论是做什么，都能做到让领导放心、满意。

走进这个竞争激烈的社会，我们每个人都要学会如何生存？不论做什么。拥有健康、乐观、积极向上的工作态度最主要。学做人，学做事。学会用自己的头脑去做事，学会用自己的智慧去解决问题。既然选择了这个职业，这份工作，那就要尽心尽力地做好。这也是对自己的一个责任。

通过这今年的工作，我感同身受。我看到了公司所发生的变化。也感觉到了公司必然要向前发展的一种决心。我相信：“公司的战略是清晰的，定位是准确的，决策是正确的”因此，在今后的工作中，我会带领“天天涨”团队全体员工随着公司的发展适时的调整自己，及时正确的找到自己的角色和位置。为公司在蓬勃发展的过程中尽我们个人的微薄之力。

回首过去，我们热情洋溢；展望未来，我们斗志昂扬。今天，“天天涨”团队因为在此工作而骄傲；明天，“天天涨”

团队部会让公司因为我们的工作而自豪!

房地产销售周总结与周计划篇七

江房地产开发有限公司在20年度的主要工作，是开发建设并经营门面房一、二期工程，在园区党工委、政府领导的关心支持下，经过全体员工的共同努力，“门面房”项目各方面工作都取得了很大进展。为顺利完成该项目，努力达到政府的要求，实现项目的经济效益和社会效益，总结工作经验，找出工作中的差距，合理安排来年的工作，现将20年度年度工作情况总结如下：

门面房一期工程已于20年竣工，本年度主要是进行销售和资金回笼工作，以及交户后的质量保修回访工作；门面房二期工程主要施工内容已于20年基本结束，20年主要进行销售和资金回笼工作，以及门面房门前大理石铺装，和路亮化及广告牌等其它配套设施的施工，门面房二期工程已于20年11月28日举行了竣工验收会；现在已进入全面交户阶段和后期手续的办理。

一、项目开发、建设工作

在项目建设施工过程中，我公司从项目组织管理、工程质量控制、现场管理等几个方面开展工作。

在项目组织管理方面：首先明确项目组织管理体系、项目工程部主要工作职责，确定项目管理的任务，制定工程四大总体目标(质量、进度、投资、安全的协作下，使得商业用房工程得以顺利进行，通过工程例会协调各项工作、解决日常施工中的矛盾，加强相互之间的沟通，及时有效地控制好工程的质量、进度、成本、安全文明。

在工程质量控制方面：质量管理上，项目部着重抓了三个环节：确立质量目标、确定质量预控方案；产品形成的过程控

制;验收控制。开工前确定质量预控方案，公司提出“建精品工程、树形象”的质量目标，对监理及单分包单位明确目标、验收标准等。并审定监理大纲及施工单位的施工组织设计。针对监理、施工单位在节能、智能、质量通病防治等方面的薄弱环节提出改进要求，协助其完善施工工艺、措施的制定。抓好过程质量控制，在过程控制上，发挥监理在质量管理上的职能，对监理充分授权、有效监督;严把原材料质量关，项目部对进场材料质量、数量、规格验收，并监督现场取样送检，以检查到场材料是否符合合同要求。工程项目部在对于施工单位的质量管理上，主要抓其质保体系建设，发挥质保体系在质量管理上的作用，从思想上重视质量管理，在日常的管理中重点工作是质量巡查，质量跟踪，并结合施工的阶段，组织一些有针对性的质量管理活动，有效利用工程例会制度，讲问题、提问题、解决问题。现场管理中，强调服务意识，为乙方生产质量优质产品创造条件，提供技术支持、管理支持。产品的验收控制中，主要是要求施工方做到自检、互检和交接检，严格监理验收制度，确保按工序报验制度执行。总之，门面房工程的施工质量总体是好的，能较好地按规范施工，按规范验收，现在门面房二期工程已经各级质量监督检验部门验收合格。

在安全与文明现场管理方面：本工程施工场地较小工作面较大，且在镇区主要交通要道占道施工，现场安全较难管理，工程项目部结合实际情况，和施工、监理研究，实时调整现场临时设施，根据本工程安全文明项目管理目标，督促施工单位在施工过程中贯彻执行国务院及各部门颁发的安全规程、生产条例和规定;为了提升工地形象和安全文明施工，科学安排、合理调配使用施工场地，并使之与各种环境保持协调关系，要求施工单位按安全文明标化工地标准进行施工;督促监理工程师做好安全控制，目的是保证项目施工中没有危险、不出事故、不造成人身伤亡和财产损失;督促监理工程师和承包商按照有关法规要求，使施工现场和临时用地范围内秩序井然，文明安全，环境得到保护，交通畅达，防火设施完备，居民不受干扰，场容和环境卫生均符合要求。

二、销售工作

总体销售状况：门面房一二期工程应销售总额为12348万元，现已销售9147万元，资金已回笼8006万元，未销售部分3201万元，另外尚有1140万元已销售资金没有回笼。

项目开发的最要一环是销售，开发成功与否，主要看销售情况，所以公司采取了多种销售策略，多方开源，通过多种渠道，联系多层次客户。公司在上半年主要是对一期工程交户后的客户进行催款，落实二期门面房开发资金，对资金困难的客户，积极联系银行，动员客户及时按揭贷款，以加快公司资金回笼；在二期工程开发建设过程中，对直接分包的分项工程，优先考虑购置门面房的施工单位，以房款抵工程款，以减小工程建设的支付压力，如玻璃门工程和室外亮化工程；另外，动员地方一些有实力的个体老板购置门面房，以及一些有意投资商铺的外地老板购买，动员本项目的施工承包人购买本工程的一处较大的商铺，用以抵扣工程款；当然，还用了其它销售手段，比如充分利用户外广告宣传，采用涨价手段，动员公司员工亲朋来购买等。

三、20年工作计划

镇卫生院门前门面房开发，开发面积约3500平方米，该处门面房属于原门面房二期工程，各项手续齐全，有现成的施工图纸，在协调好外部关系和补办一些手续后可直接施工建设，该处一旦确定开发，可以在5个月内竣工，且可以很快完成销售。

进一步对门面房一二期工程剩余门面房进行销售，确保后期开发项目有充足的流动资金。

四、20年工作思路

总结门面房一二期工程的开发建设，存在四个方面的问题，

一是门面房总体开发利润并不算高;二是销售不力,目前门面房销售相对滞销;三是工程建设扫尾工作缓慢,往往无法及时交户;四是现有管理理念相对落后,开拓进取精神不够。针对以上问题,我们总结出如下工作思路:

1、针对开发利润不高的问题,这里诚然有一个社会效益的方面,开发的初衷是为了形象的提高,也包含了路改造的投资,但其中实际上仍有利润上的开发潜力,比如,在开发规划的初期,没有对房地产开发做全面的调查和研究,没有对投资效益做全面的论证,对其中的部分费用没有充分考虑,以致于在开发过程中产生了许多意想不到的开支,如消防和供电工程等;还有在工程建设的管理上也存在一些问题,没有充分协调质量、进度和成本之间的关系,致使了工程建设成本有所提高;另外,在考虑销售价格时,没有制定严谨科学的销售策略也对整体的利润有一定的影响;当然还有一些其它方面,总而言之,开发利润不高的问题不是某一方面或其中几个方面造成的,这里涉及到一个系统的成本管理,而系统的成本管理也就是科学的成本管理,是需要在实际工作当中积累经验并不断完善的,同时更需要学习,学习系统的理论和科学的管理方法。我们要在今后的工作中,结合房地产业的实际情况,制定严谨科学的成本管理体制;要从源头抓起,从决策规划和初步设计到施工图设计,到工程施工完毕和最后的竣工决算,甚至可以延伸到项目的寿命周期,都要有详细的成本计划;要加强学习,学习先进的成本管理理念,学习大房地产公司的成本管理经验,努力将房地产开发的经济效益和社会效益最大化。

2、针对目前门面房相对滞销的问题,尽管目前剩余商铺量并不大,但由于总体利润不高,如不将剩余商铺尽快销售出去,就会导致公司周转资金量不足,这对房地产公司来说是非常严重的问题,必须要加以解决。而从市场因素看,仍有市场空间可供开发,而放眼整个以及乃至全国,市场空间更大,这就需要在市场上做好调研,进一步开拓市场,而不能坐等;另外在销售策略上也有文章可做,我们在之前的销售策

略上相对比较呆板和保守，需要在销售策略上进一步解放思想。我们将在以后的工作当中进一步拓展思路，在市场开发方面，不能只局限于永安洲，而更应该放眼更大的市场空间，要做好宣传广告工作，可以先在区域内做好宣传，充分利用传媒力量，在区域内做广告宣传，吸引有购买力的业主来投资，即使没有投资购买，那也是对的一种宣传，对今后的开发也有长远意义；在销售策略上，要起到刺激市场的效果，针对目前门面房的销售现状，我们应在原有销售价格的基础上适当上调销售单价，这样对那些已购买商铺的业主是一种安慰，让他们感受到房屋升值的理想结果，同时他们也会对我们开发建设的门面房做一些间接的宣传，而对那些持币观望的业主却是一种强烈刺激，会促使他们果断购买；另外在今后的开发规划上要做足文章，要确定所开发的项目有充分的市场，所建房型要能最大限度地满足用户的切实需要，同时还要考虑不同层次的购买力人群，侧重于中低收入人群的需求。

3、针对目前门面房工程扫尾进度不快的问题，总结的关键原因是没有科学合理的进度计划和详细的规划设计，另外在择优选择施工队和合同管理方面也存在一些问题。我们在以后工作中，要抓好各项配套工程的施工，制定详细的工作计划；抓好工程质量，完善各项竣工验收资料，做好工程竣工验收准备工作；在以后的项目招标中，要选择有实力、有信誉的施工单位。

4、关于现有管理理念落后和开拓进取精神不够的问题，我们认为解决问题的关键是改革现有运行体制，要面对市场，采取纯公司化运作；制定公司长远发展规划，建立公司人才计划，投资计划，管理计划，并建立和完善相应的制度；要有将公司发展壮大，做大做强的观念，不可坐享其成；要加强学习，坚持走出去，引进来，要将先进的管理理念为我所用。

以上是我公司20年度的工作总结及20年工作计划和工作思路，我公司全体员工，将在到来的20年的工作当中，放眼未来，着重眼前，各司其职，做好本职工作。

燃气安全工作计划(三)为进一步加强我镇燃气安全生产管理,加快建立燃气安全隐患排查治理工作长效机制,全面提升燃气从业单位的安全生产水平,严厉打击非法经营等违法违规行为,坚决消除事故隐患,杜绝燃气安全事故发生,根据《中华人民共和国安全生产法》、《中华人民共和国消防法》、国务院《城镇燃气管理条例》、《特种设备安全监察条例》、《省燃气管理条例》等法律法规和市《关于进一步加强燃气安全监管工作的实施意见》结合我镇实际,制订燃气安全监管工作实施方案。

一、指导思想以“科学发展观”为指导,以国家有关安全生产法律、法规为依据,树立安全发展理念,坚持“安全第一、预防为主、综合治理”的方针,进一步整顿和规范燃气市场经营秩序,依法履行安全监管职能,消除安全隐患,确保村居供气、用气安全。

二、目标任务深化专项治理整顿,严厉打击非法违法行为;建立健全由政府统一领导、各部门齐抓共管、全社会共同参与的长效管理机制,实现我镇燃气安全监管工作常态化、制度化、规范化。

三、整治重点(一)推进隐患排查治理工作长效机制的建立。落实各相关单位安全隐患排查治理的主体责任,建立和完善隐患排查治理工作制度;定期进行隐患排查,建立隐患排查治理工作台账,形成隐患排查治理长效机制。(二)依法查处燃气企业经营中的违法违规行为。查处充装不合格钢瓶、缺斤少两、掺杂二甲醚等违规行为;查处为未取得燃气经营许可证的单位和个人提供经营性气源的行为;查处销售不合格钢瓶等违法行为。(三)依法查取小液化气供应网点经营中的违法违规行为。取缔不符合规划、无证照小液化气供应网点;查处价格欺诈、强买强卖、违章倒灌、倒残等损害消费者利益的违规行为;查处超范围经营、擅自在未经核准场所经营、非法改装液化石油气钢瓶、超量存放实瓶等违法行为。(四)规范宾馆、饭店、小餐饮、企事业单位等用户的燃气采购、储存和使用安全管理。查处使用不合格燃气和不合格燃烧器具、不符合安全规范的瓶库使用行为;查处不规范瓶组、擅自改装燃烧器具、液相直烧、管道瓶装气混用等违法使用燃气行为。

四、职责分工各相关职能部门根据法律法规规定的职责,认真组织、有效开展燃气行业违法违规行为的查处。对各村居,

机关各办、服务区、镇属各单位工作职责明确如下：新河派出所、新河交警中队：负责依法查处禁行区域内未按“危险化学品道路运输车辆进入禁行区域时间、路线规定”的运输危险化学品行为；查处液化气运输超载行为；查处未取得危险化学品运输资质、擅自从事液化气运输的行为；负责危化品运输车辆的清理整治工作；规范“三车”（三轮车、电瓶三轮车、三轮摩托车）运送及其运输工具的安全管理；协助质监、行政执法中队做好对运输途中的气瓶检查工作。村镇建设办公室：负责村居燃气行业的监督管理，做好日常检查管理工作，确保站内设备设施安全运行；加强应急救援管理，提高应对突发事件的能力。安监中队：依法行使安全生产监督管理职权，指导、协调、监督、检查全镇燃气行业的安全生产工作，并将燃气安全纳入全镇安全生产监管工作内容。行政执法中队：负责依法查处未取得燃气经营许可证或不按照燃气经营许可证的规定从事燃气经营活动的违法行为；依法查处经营单位和个人、燃气用户（重点宾馆、饭店、小餐饮、企事业单位）及有关单位和个人的违法行为。消防中队：负责对宾馆、饭店、小餐饮、企事业单位等场所消防安全的监督检查，对不符合消防安全技术标准、存在消防安全隐患的提出整改意见，对严重危害公共安全的单位和经营者，报发证机关依法吊销经营许可证和工商营业执照。工商分局：负责依法查处未取得营业执照或不按照营业执照的规定从事燃气经营活动的违法行为；在营业执照有效期内被依法吊销、撤销燃气经营许可证或者燃气经营许可证有效期届满的。各办、服务区：将燃气安全作为安全生产工作的重要内容，负责本服务区的燃气安全监管工作，配备专兼职燃气安全管理员；开展燃气安全隐患排查，每月配合执法中队开展燃气安全隐患专项整治，重点整治宾馆、饭店、小餐饮、小液化气供应站等经营场所；负责重点单位隐患整改跟踪和督查，对治理不落实，整改不到位的，通知相关职能部门依法查处。

五、工作要求

（一）提高认识，加强领导。机关各办、服务区，镇属各单位要认真分析燃气安全生产形势和存在的问题，充分认识燃气经营违规、违法行为的危害性和安全监管工作的重要性和紧迫性，牢固树立责任意识。为加强对燃气安全监管工作的领导，镇政府

成立燃气安全监管工作领导小组(组成人员名单详见附件),各办、服务区、镇属有关单位要抽调精干人员成立监管机构,切实加强对安全监管工作的领导。