

房地产个人工作计划书 房地产工作计划书 (通用8篇)

通过制定培训计划，可以有针对性地满足学习者的学习需求。律师工作计划的范文可以激发律师们的灵感，帮助他们更好地发挥自己的才能和能力。

房地产个人工作计划书篇一

20xx年以来，我公司在佳宝房地产开发集团有限公司和董事会的领导下，经过全体员工的努力，各项工作进行了全面地展开，为使公司各项工作上一个新台阶，在新的年度里，公司在确保20xx年底方案报批的前提下其工作计划如下：

工程方面

一、以“特洛伊城”项目建设为重点，统筹安排，切实做好建设任务

(一)20xx年底前力争方案报批通过

11月份：参与制订规划方案，配合公司领导完成规划方案在市规划局的审批通过。

12月份：配合公司高层完成规划方案的市长办公会议通过，办理环境保护意见表的工作。

(二)20xx年度工作安排

1月份：组织编制环境评估报告及审核工作；办理项目选址(规划局)，参与项目的扩大初步设计，并完成项目场地的地质勘察报告。

2月份：参与工程的施工图设计及图纸审查；编制项目申请报告，办理项目核准(发改委)；完成桩基础的工程招投标工作，工程监理招标工作，并组织场地的地下排水工作。

3月份：办理工程规划许可证工作(报市规划局)，并进行场地周围的止水帷幕、护壁桩的施工。

4月份：完成工程主体的招投标工作，办理桩基础工程的施工许可工作。

5月份：办理工程主体的施工许可工作，确定主体工程的施工队伍，至6月中旬完成桩基础工程的施工工作。

6-9月份：基础工程完成。

(三)、报建工作。

工程部应适时做到工程报建报批，跟进图纸设计。元月份完成方案图的设计；二月份完成扩初图的设计。在承办过程中，工程部应善于理顺与相关部门关系，不得因报建拖延而影响工程开工。另外，工程部应加强工程合同、各类资料的存档管理，分门别类、有档可查。建立一套完整的工程档案资料。

(四)、工程质量。

“特洛伊城”项目是市重点工程，也是“特洛伊城”品牌的形象工程。因而抓好工程质量尤为重要。工程部在协助工程监理公司工作的同时，应逐渐行成公司工程质量监督体系。以监理为主，以自我为辅，力争将“特洛伊城”项目建成为优质工程。

(六)、预决算工作。

工程部、财务部必须严格工程预算、决算工作的把关。严格

执行约定的定额标准，不得擅自增加工程量和无据结算。不得超预算支付工程款，在20xx年工程进展的同时做好以下两项工作：

1、认真编制工程预算，配合工程部及时做好工程手续的洽谈协商、变更，及时掌握材料的变动情况，配合工程部做好工程进度的控制工作，做好工程的两表对比，最大限度的节约使用资金。

2、制定工程资金使用计划，“特洛伊城”项目工程估算需用资金4.6亿元左右；其中基础部分需用约0.8亿元；地上商业部分约用1.4亿元；公寓部分约用2.43亿元，做好工程资金的使用计划对项目的建设起着关键性的作用，工程部、预决算部、财务部、采购部以及招商部等职能部门必须紧密联系、团结协作，使各项工作顺利进行。

财务方面

(一)切实完成开工前融资工作和招商工作任务，力保工程进度不脱节

公司确定的二0xx年工程启动资金约为2亿元。融资工作的开展和招商任务的完成，直接关系到第一期工程任务的实现。故必须做好融资、招商营销这篇大文章。

1、拓宽融资渠道，挖掘社会潜能

拟采取银信融资、厂商融资、社会融资、集团融资等方式，拓宽融资渠道。通过产权预售、租金预付等办法扩大资金流，以保证“特洛伊城”项目建设资金的及时到位。

2、采取内部认购房号的形式，回笼资金、扩大现金流。

为了使工程建设项目快速回笼资金、扩大现金流，考虑在工

程开工同时在公司内部采取认购房号销售计划，比列约为公寓面积的10 - 15%。

3、实行销售任务分解，确保策划代理合同兑现。

20xx年公司建设工程款总需求是4.6 亿元。按“特洛伊城”所签协议书，招商销售任务的承载体为策划代理公司。经双方商议后，元月份应签订新的年度任务包干合同。全面完成招商销售任务，在根本上保证工程款的跟进。在营销形式上努力创造营销新模式，以形成自我营销特色。

房地产个人工作计划书篇二

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.

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新人来说,也是一个充满挑战,机遇与压力的开始的一年.为了我要调整工作心态、增强责任意识、服务意识,充分认识并做好厂房中介的工作.为此,在厂房部的朱、郭两位同事的热心帮助下,我逐步认识本部门的基本业务工作,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,我订立了以下年度工作计划:

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20*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最大化！

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）。

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更多的客户，争取更多的单，完善厂房部门的工作。相信自己会完成新的任务，能迎接20*年新的挑战。

房地产个人工作计划书篇三

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。

在公司的正确领导下，与各职能部门团结协作，努力完成公

司制定的目标，具体如下：

1、近期完成桂花苑1#~3#楼的验收工作；

3、树立乐富强品牌形象，处理好阳光花园、桂花苑的客户投诉、维修问题，尽可能的使客户满意。

工作建议：

1、加强品牌及人力资源管理

企业管理包括成本控制、质量管理、进度控制、供应商管理和投资管理，也包括营销管理、品牌管理和人力资源管理。经过这次全球经济振荡，只有牢牢夯实品牌基础并有一支拼搏进取、反应灵敏和快捷的反应系统，才能更快的走出当前的危机。

2、加咳嗽迸嘌涤胙

结合公司发展战略，有针对性的对人员进行培养，造就一支精管理、懂技术、善经营、高素质的团队，力争做到人尽其才，才尽其用，并采取创造性的激励办法对人员进行考评，给员工创造各种锻炼和学习机会。

随着全国经济情况的好转局势，我们公司正迈着坚实的步伐，推行不断满足顾客要求并超越顾客的期望理念并建立顾客服务程序，以人为本，关注并认真落实顾客各阶段的需求思想，进一步提升公司综合管理平台，公司开发规模不断扩大，开发产品结构不断优化，经济效益、综合实力不断增强。面对公司发展，工程部将积极推进以项目精细管理为核心的工作体制，将“精心”是态度、“精细”是过程、“精品”是结果融入到项目管理中。展望未来，工程部人员正以饱满的精神、昂扬的斗志、十足的信心去迎接公司更新的发展与挑战。

房地产个人工作计划书篇四

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，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、制订学习中的工作计划。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。

20房地产销售工作计划书

作为带动国家经济发展的重要行业之一的房地产行业，目前正处于高速发展，同时在很多城市也是国家重视的。新的一年，从事这些行业的企业和个人要制定怎样的房地产销售工作计划呢?以下为您提供相关资料参考。

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销售计划书，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，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。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!

将本文的word文档下载到电脑，方便收藏和打印

推荐度：

点击下载文档

搜索文档

房地产个人工作计划书篇五

经过两个月的工作，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，为了让自己在销售行业中有更高的收获，自身有更高的提升，现将本月的工作计划如下：

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xx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。正在本月乃至以后，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，还是不断地有新问题的出现，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，本月要对项目的学习，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。

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，本月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，前期先照搬他人在销售过程中，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！在今后的日子里，我会和大家一起齐心协力，从新的起点开始，迈向成功！

房地产个人工作计划书篇六

展望xx年是充满机遇和挑战的一年，根据xx县的实际情况，多家房地产开发商进入市场，商品房的开发逐步放量，国家加大对房地产政策的宏观调控，这将对我公司一次严峻的挑战和重大考验。我公司在总经理的领导下，全体同仁决心以苦练内功，建立与之相适应的规范管理体系，专业化管理团队、职业化管理理念，培育具有审时适度的核心竞争力。在品质上狠下功夫，确保多项关键经营指标与目标的完成，争取本公司在xx县的龙头地位。树立地产界的美誉度，使迈出二期工程的关键战略举措。随着企业的迅速成长，为了工程进展顺畅、有序、安全，我公司将采取有力的措施，培养一批能自觉学习、勇于负责、忠于企业、能打硬仗的职业化骨干队伍。为此，公司经慎重讨论，特提出xx年工作计划如下：

一、配合当地政府和相关职能部门促进华星路的拆迁工作，在法规允许的范围内认真协助职能部门以维稳、和谐的大原则为前提，审时度势，做出适度的让步。既减轻当地政府和职能部门的工作压力，力争在xx年促进建设路的开建、竣工，又使公司在二期工程中全面、有序展开。

二、工程进度计划及投资计划：

5#—9#楼建筑面积xxm²计划在xx年12月份全部竣

工。1#、2#、3#建筑面积xxm2□争取在本年度内完成80%以上□
a区内配套设施绿化、硬化、亮化计划在本年度内全部完
成□xx年项目总投资约x万元。

三、销售和效益指标。

根据建设路的逐步拆、建具体进展，在条件具备的情况下，
随时跟进，大面积、全方位、快速度地进场施工。计划全年
新开工房屋总建筑面积x平方米，总户数x套，计划实现销售
超亿元。预计上缴税费、行政规费约xx万元。

四、质量安全和服服务计划实施

xx年元月末，随着号楼的竣工验收和其他住宅、部分沿街商
铺相继结顶、预售，配套设置逐步完善，将迎来业主乔迁一
期小区。更需加强安全防范意识，贴心服务意识，工程质量
意识，规范管理意识。合格率达到100%，把安全作为头等大
事；把“七分安全，三分生产”的理念贯彻始终，把服务理念贯
彻最佳常态。

在新的一年里，任重和梦想同在，挑战与机遇共存，站在新
的起点上，我们将吸取前一年工作的经验和教训，统一思想、
与时俱进、努力拼搏，争取圆满完成公司计划的全年各项目
标工作任务。

房地产个人工作计划书篇七

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，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，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最大化！

□

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）。

积极主动地把工作做到点上、落到实处。我将尽我最大的能

力减轻领导的压力。

以上，是我对下半年六个月的工作计划，可能还很不成熟，希望领导指正。在今后的日子里，我会更加努力地工作，争赢的机会去寻求更多的客户，争取更多的单，完善厂房部门的工作。相信自己会完成新的任务！

房地产个人工作计划书篇八

一、市场调研：

1， 前言-----本次市调的背景、动机、运用手段、目的等。

2， 市场分析

(1) 当前市场分析(开发总量、竣工总量、积压总量)。

(2) 区域市场分析(销售价钱、成交情况)

3. 近期房地产的有关政策、法规、金融形势。

4. 竞争个案项目调查与分析。

5， 消费者分析

(1) 购买者地域分布。

(2) 购买者动机。

(3) 功能偏好(外观、面积、地点、格局、建材、公共设施、价钱、付款方式)。

(4) 购买时机、季节性。

(5) 购买反应(价钱、规划、地点等)。

(6) 购买频度。

6, 结论

二、项目环境调研

1. 地块状况

(1) 位置。

(2) 面积。

(3) 地形。

(4) 地貌。

(5) 性质。

2. 地块本身的优劣势。

3. 地块周围景观(前后左右, 远近景, 人文景观, 综述)。

4. 环境污染及社会治安状况(水、空气、噪音、土地、社会治安)。

5. 地块周围的交通条件(环邻的公共交通条件、地块的直入交通)。

6. 公共配套设施(菜市场、商店、购物中心、公共汽车站、学校、医院、文体娱乐场所、银行、邮局、酒店)。

7. 地块地理条件的强弱势分析(swot坐标图、综合分析)。

三、项目投资分析

1. 投资环境分析

(1) 当前经济环境(银行利息、金融政策)。

(1) 房地产的政策法规。

(2) 目标城市的房地产供求现状及走势(价钱、成本、效益)现实土地价值分析判断(以周边竞争楼盘的售价和租价作为参照)。

2. 土地建筑功能选择(见下图表)。

3. 现实土地价值分析判断(以周边竞争楼盘的售价和租价作为参照)。

4. 土地延展价值分析判断(十种因素)。

5. 成本敏感性分析

(1) 容积率。

(2) 资金投入。

(3) 边际成本利润。

6. 投入产出分析

(1) 成本与售价模拟表。

(2) 股东回报率。

7. 同类项目成败的市场因素分析

四、营销策划

(一) 市场调查

1. 项目特性分析(优劣势判断, 在同类物业中的地位排序)。
2. 建筑规模与风格。
3. 建筑布局 and 结构(实用率、绿地面积、配套设施、厅房布局、层高、采光通风、管道布线等)。
4. 装修和设备(是豪华还是朴素、是进口还是国产、保安、消防、通讯)。
5. 功能配置(游泳池、网球场、俱乐部、健身房、学校、菜场、酒家、剧院等)。
6. 物业管理(是自己管理还是委托他人管理、收费水平、管理内容等)。
7. 发展商背景(实力、以往业绩、信誉、员工素质)。
8. 结论和建议(哪些需突出、哪些需弥补、哪些需调整)。

(二) 目标客户分析

1. 经济背景

经济实力。

行业特征……公司(实力、规模、经营管理、模式、承受租金、面积、行业)。

家庭(收入消费水平、付款方式、按揭方式)。

2. 文化背景: 推广方式、媒体选择、创意、表达方式。

(三) 价钱定位

1. 理论价钱(达到销售目标)。
2. 成交价钱。
3. 租金价钱。
4. 价钱策略。

(四) 入市时机、入市姿态。

(五) 广告策略。

1. 广告的阶段划分。
2. 阶段性的广告主题。
3. 阶段性的广告创意表现。
4. 广告效果监控。

(六) 媒介策略

1. 媒介选择。
2. 软性新闻主题。
3. 媒介组合。
4. 投放频率。
5. 费用估算。

(七)、推广费用

1. 现场包装(营销中心、示范单位、围板等)。
2. 印刷品(销售文件、售楼书等)。
3. 媒介投放。

五、概念设计

1. 小区的规划布局 and 空间组织。
2. 小区容积率的敏感性分析。
3. 小区道路系统布局(人流、车流)。
4. 小区公共配套布局安排(学校、会所、购物等)。
5. 小区建筑风格的形式及运用示意。
6. 小区建筑外立面色彩的确定及示意。
7. 小区户型比例的搭配关系。
8. 小区经典户型的功能判断及其面积划分。
9. 小区环境绿化概念原则。
10. 小区环艺小品主题风格确定及示意。

六、识别系统

(一) 核心部分

1. 名称。
2. 标志。

3. 标准色。

4. 标准字体。

(二) 运用部分

1. 现场.

1.1 工地围板。

1.2 彩旗。

1.3 挂幅。

1.4 欢迎牌。

2, 营销中心。

2.1 形象墙。

2.2 门楣标牌。

2.3 指示牌。

2.4 展板规范。

2.5 胸卡。

2.6 工作牌。

2.7 台面标牌。

3. 工地办公室。

3.1 经理办公室。

3.2 工程部。

3.3 保安部。

3.4 财务部。

4. 功能标牌。

4.1 请勿吸烟。

4.2 防火、防电危险。

4.3 配电房。

4.4 火警119。

4.5 消防通道。

4.6 监控室。

1. 建筑规模与风格。

2. 建筑布局 and 结构(实用率、绿地面积、配套设施、厅房布局、层高、采光通风、管道布线等)。

3. 装修和设备(是豪华还是朴素、是进口还是国产、保安、消防、通讯)。

4. 功能配置(游泳池、网球场、俱乐部、健身房、学校、菜场、酒家、剧院等)。

5. 物业管理(收费水平、管理内容等)。

6. 发展商背景(实力、以往业绩、信誉、员工素质)。

7. 结论和建议(哪些需突出、哪些需弥补、哪些需调整)。

七、营销管理

销售实务与人员培训