# 房地产销售人员工作总结(五篇)

来源：网络 作者：静谧旋律 更新时间：2024-06-27

*房地产销售人员年度工作总结 房地产销售人员工作总结一\_\_年10月份，一次偶然的机会我接触到房地产行业，通过整整一个月的培训我成为了一名房地产销售人员。我非常热爱这份工作，通过自己的努力取得较好的业绩。201x年10月8日，我成为\_\_公司的一...*

**房地产销售人员年度工作总结 房地产销售人员工作总结一**

\_\_年10月份，一次偶然的机会我接触到房地产行业，通过整整一个月的培训我成为了一名房地产销售人员。我非常热爱这份工作，通过自己的努力取得较好的业绩。201x年10月8日，我成为\_\_公司的一名销售人员，在这里我学到了很多为人处世的道理，大家都像一家人相处的特别融洽，工作上互相帮助，互相支持，为了最终的业绩共同努力。我来公司两个月了，非常感谢各位领导和同事对我的照顾，我会好好学习，努力工作的。

201年12月1日\_\_盛大开盘，销售业绩再创呼市佳绩。从前期的客户积累到后期的成功销售基本两个月的时间，整个销售过程都非常的顺利。在接待客户当中，自己的销售能力有所提高，慢慢的对于销售这个概念有所新的认识。从自己那些已经购房的客户中，在对他们进行销售的过程里，我也体会到了许多销售心得。

谁也不能否认，情绪是会传递的，当你以一颗乐观的热情的心去接待客户时，客户也会被你快乐的情绪所感染，如果你给客户带来的是抱怨，忧郁和黑暗，那么客户也会回应给你抱怨，忧郁和黑暗。所以说，情绪很重要，我们要学会控制自己的情绪，在接待当中，始终要保持热情和良好的心态。良好的心态是迈向成功的第一步，无论做什么事都要保持一颗积极乐观的心态，这样才会事半功倍。

如果没有一个良好的心态，那肯定是做不好的。在工作中我觉得态度决定一切，当个人的需要受挫时，态度最能反映出你的价值观念。积极、乐观者将此归结为个人能力、经验的不完善，他们乐意不断向好的方向改进和发展，而消极、悲观者则怪罪于机遇、环境的不公，总是抱怨、等待与放弃!什么样的态度决定什么样的生活.

20\_\_年，我会给自己制定周详的计划，找出并认清自己的目标，不断坚定自己勇往直前、坚持到底的信心，这个永远是最重要的。龟兔赛跑的寓言，不断地出现在现实生活当中，兔子倾向于机会导向，乌龟总是坚持核心竞争力。现实生活中，也像龟兔赛跑的结局一样，不断积累核心竞争力的人，最终会赢过追逐机会的人。

人生有时候像爬山，当你年轻力壮的时候，总是像兔子一样活蹦乱跳，一有机会就想跳槽、抄捷径;一遇挫折就想放弃，想休息。人生是需要积累的，有经验的人，像是乌龟一般，懂得匀速徐行的道理，我坚信只要方向正确，方法正确，一步一个脚印，每个脚步都结结实实地踏在前进的道路上，反而可以早点抵达终点。如果靠的是机会，运气总有用尽的一天。

凡事不是尽力而为而是全力以赴，所以这半年来我一直坚持做好自己能做好的事，一直做积累，一步一个脚印坚定的向着我的目标前行。\_\_年这一年是有意义的、有价值的、有收获的。

**房地产销售人员年度工作总结 房地产销售人员工作总结二**

房地产行业前几年最中国是最火的行业，房价节节攀升，房地产行业迎来了大发展时刻，可是也产生了很多的泡沫经济。随着全球金融危机的到来，中国的房地产行业迎来了很大的考验，房子卖不出去，房价步步走低，导致中国经济的发展也出现很大的放缓。国家正在想出各种办法来促进内需的消费，希望能够快速的增长中国的经济。

20\_\_年是我们地产公司业务开展至关重大的开局之年，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，机遇与压力并重的开始的一年。因此，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：

一、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。

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、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、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!

2、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。

3、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。

4、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。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。

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，能迎接新的挑战。

20\_\_年的工作不好做，这我知道，我已经做好了心理准备了，我会努力克服困难的，虽然这是有些困难的。我相信我能够在如此困难的工作中做出一定的工作业绩的，不辜负领导和同事对我的信任。我相信我们国家的经济能够快速的恢复到快速发展的时刻，我也相信房地产行业也会更加的理性，公司的前景也会更加的美好!

**房地产销售人员年度工作总结 房地产销售人员工作总结三**

一、策划的总体思路

1.全面把握：首先是建立在对当前产品设计与操盘策略的全面把握之上的，全面掌握他人犯下的错误，避免重蹈覆辙----先求不败而后求全胜。

2.项目对接：强调对项目所在区域及个性特点详尽深入的调查与研究，并对项目的资源优势和劣势进行判断与整合，从而实现模式与项目自身进行完美对接。

3.创新超越：每一个地产项目都需要超越自我、超越同行业的水平，通过在未来领域的积极开拓，不仅为项目自身创造出竞争优势，还可以为地产企业奠定行业地位。

二、项目背景

1.用地概述

本地块为国土资源局代号为“市物资再生公司地块用地”，规划用地位于\_\_\_\_西路北侧，\_\_x路东侧、\_\_中路西，北至金凤凰广常本地块总面积为11400㎡，其中出让面积9327㎡，规划区间道路面积2024㎡，区间道路由受让方按规划要求建造。

2.项目规划

商业形式：独立商铺布局+大开间框架自由分割商业布局

住宅形式：小户型酒店式公寓布局(不含返迁楼)

2.1商铺部分：约15000㎡

2.2商住部分：

销售住宅：约17000㎡

返迁住宅面积：约10000㎡

2.3绿化面积约3000㎡(包括平台绿化)

2.4地下建筑：约6000㎡

3.相关部门给定的规划设计要点

\_\_市规划局建设用地规划设计要点(略)

4.用地红线图

(见附件)

三、企业资源分析、企业目标的界定

---效益和品牌

1.项目销售按目标计划顺利完成

1.1短期销售必须成功，顺利渡过项目风险期，实现资金流的良性运作，确保后续开发资金。

1.2总销售额、回款额、销售进度、利润目标的合理实现。

2.项目对企业品牌及后续项目的拉动和贡献。

2.1借助项目运作的成功，永泰田房地产公司确立在昆山房地产行业的地位和影响力。

2.2综合提升\_\_\_\_房地产公司的品牌知名度、美誉度和扩张力。

四、核心目标——树立品牌

原理：达到商业房地产的三赢境界

品牌时代需要有品牌时代的房地产开发经营的游戏规则，需要有品牌时代的语言与消费者对话，这种全新的沟通语言与游戏规则，就是“房地产品牌语言与品牌运营规则”。品牌时代的消费者需要的不只是房地产产品，而更是房地产品牌，品牌时代的房地产开发商需要学会生产房地产品牌，需要学会运用“房地产品牌运营”的规则生产适销对路的房地产品牌。

品牌经营与消费者处于动态的平衡，消费者不断将自身的体验反馈给经营者，经营者对房地产品牌进行维护与调整，使品牌体验不断更新，品牌价值不断提升。所谓三赢是指开发商企业价值、消费者客户价值、项目所处的区域价值三种价值的同步提升。通过对楼盘潜在价值、开发商潜在资源、客户的潜在需求的全方位的挖掘与激活，形成强大的品牌势能：消费者欲望燃烧、品牌光芒闪耀、区域能量引爆。最终达到财富涌流、社会进步的全新局面。

五、项目开发总建议

引进先进的商业规划，特别注意引进新业态和设计好项目的业态组合。通过前期招商，引进众多国内、国际知名商业企业和品牌，旧有商业格局。注意引入商业物业和统一运营管理概念，对项目精心包装。通过超常规宣传，通过事件营销进行造势炒作，让该项目的开发成为当地市民关注的热点，并形成良好的口碑并且节约宣传费用。通过适当灵活划分商铺面积来控制“总价”，推出短期租赁政策，尽量降低投资门坎，使项目积聚大量的潜在客户群。

**房地产销售人员年度工作总结 房地产销售人员工作总结四**

年初我们曾为今年工作定下以市场营销为核心、以成本控制为重点的十个工作重点，并定下了全年完成11亿的销售目标。迄今时间已过去八个月，今天我们有必要共同总结一下过去大半年的工作情况，统一一下思想，共同计划所余四个月的工作，力争完成全年销售目标。

一、 工作小结

1、市场营销初创业绩 初立品牌

今年是新地产在广州有史以来推出销售楼盘和规模最大的一年，今年计划要推出岭南、东方、z、时代四个大盘，在楼盘数量和档次跨度上都是空前的，这不但对市场营销系统提出了非常高的要求，也是对项目管理中心各部门协作能力的提出全新考验。或许年初确定今年目标时，不少同事对今年目标都持有保留甚至怀疑态度，八个月过去了，相信同事们应该已高兴地看到，岭南组时间过半完成销售目标已过半，东方组总销售业绩也已近半，z项目开售时间因故推迟，但整体业绩亦令人满意。取得这样的成绩是靠市场营销系统的同事开拓创新、团结协作、全情投入、点点滴滴取得的，当然项目组、公司各职能部门的同事的支持和配合也是分不开的。

除了销售业绩，上半年四盘推出以及公司于8月5日举行的新中地产地区总部迁入珠江新城的庆典，均对公司在业界的形象产生了质的变化。相信同事们应该都已感受到了传媒、政府、购房者对新地产品牌认识的提高和对新地产产品的认同，岭南、东方的知名度和品牌应该讲在同区、同档次盘中建立了很好形象和地位，z开售也已取得了初步的品牌效应。前不久一年一度对集团各项目中心均作一次考察的香港媒体代表团和证券分析员代表团访问广州，对广州区近四年来取得的进步和公司目前的业务表现也给予了充分的肯定。

2、内部优化 初见成效

为适应公司业务重点的转移和发展需要，公司上半年进行了较大的组织架构优化调整，取消了分区副总及分区设置，全面清理和明确了各职能部门的职责分工，明确了项目组、营销组、物管处为单位的项目协调工作机制。半年来的工作证明，有关机制明显地提高了工作效率，增加了责任感。其运行的效果是令人满意的。

岭南项目，营销组、项目组、物管处密切配合，出色地完成了五一黄金周营销、2b-1、2期交楼、现在正密锣紧鼓地为9月19日 2b-3的营销做准备工作。z、z两位经理和岭南项目、营销组同事的工作态度、合作精神和工作经验是值得其它部门学习的。

东方项目组在不到半年时间里也已基本理顺了以往遗留的问题，包括项目内部欠缺协调、合作单位间缺乏信任、工期和造价失控等情况。在开发管理部的直接支持下，克服了政府部门政策严重不协调造成的困难，出色地取得了项目及营销所需的有关证照。东方营销组、项目组间近月来配合明显加强，为在九、十月销售旺季出佳绩，文今朝、劳慧儿和两组同事正积极筹备一些重要活动。相信东方组在“十一”黄金周会有出色表现。

z项目是公司在广州、在中国地产项目中举足轻重的项目，规模大、设计复杂，过往设计、建造过程和营销策划也遗留下不少问题。项目组和营销组均在五月份改组，经过等同事的努力，保障了“五一”试盘、八月开盘、八月写楼入伙等重大时间节点;项目和营销间的配合逐步加强;项目部内部及项目部与顾问公司、承建商的合作有了明显改进;工程建造已基本顺利;营销部和代理及广告公司间的合作机制也已形成并取得明显成绩。项目取得令人满意的销售成绩和市场形象，项目组、营销组的工作是值得肯定和表扬的。

时代项目，由于历史、地理位置等因素造成了该项目市场营销的特殊困难。经过项目部、营销部和公司有关部门的努力，现在已正式取得政府“天河软件园时代新地产园区”及“高科技开发区时代新地产园区”的批文，同时也取得了“民营新支持中心”的批复。这为时代新地产下一步走“住宅营商”的市场路向打下了非常好的基础。相信只要用心做好下一步内部组织工作，一定能为公司创造出好的成绩。

四个项目上半年的成绩，初步证明了目前项目协调机制的有效性，也证明了新架构下各职能部门积极配合，共同支持项目发展需要的服务态度和职业水平正在得到全公司的认同和发扬。

为进一步理清部门、各职位的职责，为各职位的职业化发展，建立绩效考核及更合理的薪酬和奖励体系，人事行政部现在正与顾问公司进行有关职位、绩效、职业化等的项目，在项目完成后，相信各职位的职责、各职位的职业化发展方向、各职位的绩效考核以及奖励体系会更加清晰，公司的组织架构和职能将更系统化和科学化。

3、存在问题

回顾前阶段的工作，市场营销和内部调整各方面都取得了一定的成绩，但内部也表现出不少的问题

首先表现在：责任心不够强，配合不够默契，有事互相推委等。例如东逸业主投诉处理不及时，公司曾收到投诉函件，并有一定的不良影响;东方有客户因对银行按揭不满而退订;因部门工作不利造成东方营销部因电话欠费被停机等。

其次，内部成本核算不清，成本控制不利。直接成本算不清，财务、销售、行政费用缺乏积累和与同行的比较，造成公司在决策过程中一直缺乏基本财务数据有利支持。

再次，权力与职责不匹配，授权不清、流程审批流于形式等。

总结上半年工作情况和问题，公司认为，上半年公司在营销、工程、内部调整优化等方面都取得了一定成绩。现在看，年初定下的全年销售目标的确是艰巨的，但并非不可能的。所余四个月时间希望各项目部、各部门加强协作、全力以赴 、做好销售、力争完成全年销售目标。

二、 下段工作思路

1、工作核心：加强协作、全力以赴、做好销售、力争完成全年销售目标

2、各方面业务重点

2.1东方项目做好做细，创造佳绩

2.2z项目做出口牌，做出品牌

2.3岭南项目保持势头，注重后劲

2.4时代项目出奇制胜，改变形象

2.5内部管理明确分工，加强协作

2.6市场营销做好服务，做好品牌

2.7工程建造控制成本，保障质量

2.8产品开发继承改良，创造优势

2.9财务管理理清成本，控制开支

2.10 人力资源建全体系，专业进步

2.11 行政后勤改善服务，节约开支

2.12 物业管理理清机制，节约成本

2.13 遗留问题基本理顺或清晰思路

3、管理方面

3.1 加强协作，增加凝聚力

3.2 改良财务核算及成本核算体系

3.3 建立、提炼、推广企业文化

3.4 试行推动绩效考核体系

3.5 改进优化业务流程

3.6 加强项目管理知识体系的培训

3.7 成本费用，算清算准，靠近同行，好于往年

3.8 总结今年工作，提前做好明年计划

三、 方法和措施

1、简化改进授权及审批

即将公布新的财务及合同审批授权，重点是：改变以往过程负责，无人负责的情况，改由谁分管谁批准，谁批准谁负责。

2、加强预算管理，简化日常审批流程

2.1 业务开支，年度预算控制执行预算(项目预算、阶段预算或经常性开支预算)，执行预算控制合同。授权副总、总监签批绝大部分日常业务金额的预算审批。副总、总监、部门经理、项目负责人审批主要经济合同及合同签署

2.2 日常行政费用分解预算，由部门控制，减少中间审批环节

各项目部、营销部、职能部门将分别获得包括交际应酬费、旅差费、交通费、电话费等日常行政开支的预算。由各项目部、营销部、职能部门主管控制开支，保障业务需要，同时尽量节省费用开支。

3、先进奖励先进

3.1岭南项目组、岭南营销组取得成绩已得到表彰

3.2八月、九月、十月表现出色的项目部、营销部，对公司销售业绩做出特殊贡献的部门和个人，公司将在十月份销售业绩出来后给予个别奖励，对营销造成不利影响的部门和个人给予处分。全体动员、全力以赴、决战九、十月份。每一个人都可以为销售做出贡献，每一个部门的工作都会直接影响销售。希望各营销部、项目部、职能部门能及时发现、推荐为公司销售做出特别贡献的优秀个体和事迹，并汇总至总监办公室。

3.3完成业绩全民得益

公司拟拿出相当于二个月全公司薪金的现金，即约二百万元人民币作为全公司的今年的奖励基金。当然此基金会与公司全年销售完成计划的情况挂钩，公司将会按项目或公司整体销售额、年终考核成绩来决定每个组别和每个人的所得。按现在的销售业绩看，只要全公司同事全心全意，全力以赴，做好销售，每一位同事都应该取得好于往年的奖励!

**房地产销售人员年度工作总结 房地产销售人员工作总结五**

一、 工作小结

1、市场营销初创业绩 初立品牌

今年是新地产在广州有史以来推出销售楼盘和规模最大的一年，今年计划要推出岭南、东方、z、时代四个大盘，在楼盘数量和档次跨度上都是空前的，这不但对市场营销系统提出了非常高的要求，也是对项目管理中心各部门协作能力的提出全新考验。或许年初确定今年目标时，不少同事对今年目标都持有保留甚至怀疑态度，八个月过去了，相信同事们应该已高兴地看到，岭南组时间过半完成销售目标已过半，东方组总销售业绩也已近半，z项目开售时间因故推迟，但整体业绩亦令人满意。取得这样的成绩是靠市场营销系统的同事开拓创新、团结协作、全情投入、点点滴滴取得的，当然项目组、公司各职能部门的同事的支持和配合也是分不开的。

除了销售业绩，上半年四盘推出以及公司于8月5日举行的新中地产地区总部迁入珠江新城的庆典，均对公司在业界的形象产生了质的变化。相信同事们应该都已感受到了传媒、政府、购房者对新地产品牌认识的提高和对新地产产品的认同，岭南、东方的知名度和品牌应该讲在同区、同档次盘中建立了很好形象和地位，z 开售也已取得了初步的品牌效应。前不久一年一度对集团各项目中心均作一次考察的香港媒体代表团和证券分析员代表团访问广州，对广州区近四年来取得的进步和公司目前的业务表现也给予了充分的肯定。

2、内部优化 初见成效

为适应公司业务重点的转移和发展需要，公司上半年进行了较大的组织架构优化调整，取消了分区副总及分区设置，全面清理和明确了各职能部门的职责分工，明确了项目组、营销组、物管处为单位的项目协调工作机制。半年来的工作证明，有关机制明显地提高了工作效率，增加了责任感。其运行的效果是令人满意的。

岭南项目，营销组、项目组、物管处密切配合，出色地完成了五一黄金周营销、2b-1、2期交楼、现在正密锣紧鼓地为9月19日 2b-3的营销做准备工作。z、z两位经理和岭南项目、营销组同事的工作态度、合作精神和工作经验是值得其它部门学习的。

东方项目组在不到半年时间里也已基本理顺了以往遗留的问题，包括项目内部欠缺协调、合作单位间缺乏信任、工期和造价失控等情况。在开发管理部的直接支持下，克服了政府部门政策严重不协调造成的困难，出色地取得了项目及营销所需的有关证照。东方营销组、项目组间近月来配合明显加强，为在九、十月销售旺季出佳绩，文今朝、劳慧儿和两组同事正积极筹备一些重要活动。相信东方组在“十一”黄金周会有出色表现。

z项目是公司在广州、在中国地产项目中举足轻重的项目，规模大、设计复杂，过往设计、建造过程和营销策划也遗留下不少问题。项目组和营销组均在五月份改组，经过等同事的努力，保障了“五一”试盘、八月开盘、八月写字楼入伙等重大时间节点;项目和营销间的配合逐步加强;项目部内部及项目部与顾问公司、承建商的合作有了明显改进;工程建造已基本顺利;营销部和代理及广告公司间的合作机制也已形成并取得明显成绩。项目取得令人满意的销售成绩和市场形象，项目组、营销组的工作是值得肯定和表扬的。

时代项目，由于历史、地理位置等因素造成了该项目市场营销的特殊困难。经过项目部、营销部和公司有关部门的努力，现在已正式取得政府“天河软件园时代新地产园区”及“高科技开发区时代新地产园区”的批文，同时也取得了“民营新支持中心”的批复。这为时代新地产下一步走“住宅营商”的市场路向打下了非常好的基础。相信只要用心做好下一步内部组织工作，一定能为公司创造出好的成绩。

四个项目上半年的成绩，初步证明了目前项目协调机制的有效性，也证明了新架构下各职能部门积极配合，共同支持项目发展需要的服务态度和职业水平正在得到全公司的认同和发扬。

为进一步理清部门、各职位的职责，为各职位的职业化发展，建立绩效考核及更合理的薪酬和奖励体系，人事行政部现在正与顾问公司进行有关职位、绩效、职业化等的项目，在项目完成后，相信各职位的职责、各职位的职业化发展方向、各职位的绩效考核以及奖励体系会更加清晰，公司的组织架构和职能将更系统化和科学化。

3、存在问题

回顾前阶段的工作，市场营销和内部调整各方面都取得了一定的成绩，但内部也表现出不少的问题：

首先表现在：责任心不够强，配合不够默契，有事互相推委等。例如东逸业主投诉处理不及时，公司曾收到投诉函件，并有一定的不良影响;东方有客户因对银行按揭不满而退订;因部门工作不利造成东方营销部因电话欠费被停机等。

其次，内部成本核算不清，成本控制不利。直接成本算不清，财务、销售、行政费用缺乏积累和与同行的比较，造成公司在决策过程中一直缺乏基本财务数据有利支持。

再次，权力与职责不匹配，授权不清、流程审批流于形式等。

总结上半年工作情况和问题，公司认为，上半年公司在营销、工程、内部调整优化等方面都取得了一定成绩。现在看，年初定下的全年销售目标的确是艰巨的，但并非不可能的。所余四个月时间希望各项目部、各部门加强协作、全力以赴 、做好销售、力争完成全年销售目标。

二、 下段工作思路

1、工作核心：加强协作、全力以赴、做好销售、力争完成全年销售目标

2、各方面业务重点

2.1东方项目做好做细，创造佳绩

2.2 z项目做出口牌，做出品牌

2.3 岭南项目保持势头，注重后劲

2.4 时代项目出奇制胜，改变形象

2.5 内部管理明确分工，加强协作

2.6 市场营销做好服务，做好品牌

2.7 工程建造控制成本，保障质量

2.8 产品开发继承改良，创造优势

2.9 财务管理理清成本，控制开支

2.10 人力资源建全体系，专业进步

2.11 行政后勤改善服务，节约开支

2.12 物业管理理清机制，节约成本

2.13 遗留问题基本理顺或清晰思路

3、管理方面

3.1 加强协作，增加凝聚力

3.2 改良财务核算及成本核算体系

3.3 建立、提炼、推广企业文化

3.4 试行推动绩效考核体系

3.5 改进优化业务流程

3.6 加强项目管理知识体系的培训

3.7 成本费用，算清算准，靠近同行，好于往年

3.8 总结今年工作，提前做好明年计划

三、 方法和措施

1、简化改进授权及审批

即将公布新的财务及合同审批授权，重点是：改变以往过程负责，无人负责的情况，改由谁分管谁批准，谁批准谁负责。

2、加强预算管理，简化日常审批流程

2.1 业务开支，年度预算控制执行预算(项目预算、阶段预算或经常性开支预算)，执行预算控制合同。授权副总、总监签批绝大部分日常业务金额的预算审批。副总、总监、部门经理、项目负责人审批主要经济合同及合同签署

2.2 日常行政费用分解预算，由部门控制，减少中间审批环节

各项目部、营销部、职能部门将分别获得包括交际应酬费、旅差费、交通费、电话费等日常行政开支的预算。由各项目部、营销部、职能部门主管控制开支，保障业务需要，同时尽量节省费用开支。

3、先进奖励先进

3.1岭南项目组、岭南营销组取得成绩已得到表彰

3.2 八月、九月、十月表现出色的项目部、营销部，对公司销售业绩做出特殊贡献的部门和个人，公司将在十月份销售业绩出来后给予个别奖励，对营销造成不利影响的部门和个人给予处分。全体动员、全力以赴、决战九、十月份。每一个人都可以为销售做出贡献，每一个部门的工作都会直接影响销售。希望各营销部、项目部、职能部门能及时发现、推荐为公司销售做出特别贡献的优秀个体和事迹，并汇总至总监办公室。

3.3完成业绩全民得益

公司拟拿出相当于二个月全公司薪金的现金，即约二百万元人民币作为全公司的今年的奖励基金。当然此基金会与公司全年销售完成计划的情况挂钩，公司将会按项目或公司整体销售额、年终考核成绩来决定每个组别和每个人的所得。按现在的销售业绩看，只要全公司同事全心全意，全力以赴，做好销售，每一位同事都应该取得好于往年的奖励!

本文档由站牛网zhann.net收集整理，更多优质范文文档请移步zhann.net站内查找