# 房地产销售工作计划 房地产销售工作计划和总结(五篇)

来源：网络 作者：静谧旋律 更新时间：2024-09-02

*做任何工作都应改有个计划，以明确目的，避免盲目性，使工作循序渐进，有条不紊。相信许多人会觉得计划很难写？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。房地产销售工作计划房地产销售工作计划和总结篇一1、近期完成桂花苑1...*

做任何工作都应改有个计划，以明确目的，避免盲目性，使工作循序渐进，有条不紊。相信许多人会觉得计划很难写？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。

**房地产销售工作计划房地产销售工作计划和总结篇一**

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、加强人员培训与学习

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。

**房地产销售工作计划房地产销售工作计划和总结篇二**

房地产行业一直是带动国家经济发展的重要行业之一，那么房地产销售人员的工作计划是怎样的呢? 下面是本站小编收集整理关于房地产

销售工作计划

的资料，希望大家喜欢。

销售目标：5000万

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20xx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、电话薄、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，商档居住小区附近，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：20xx.7.5 13：00------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：20xx.7.9 13：30--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：20xx.7.10 14：00--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：20xx.7.11 14：00--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。

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。

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：20xx.7.21 13：30--16：00 培训目标：让销售人员能够针对各种问题熟悉应对。

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。

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。

一. 销售节奏

(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：

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。

共

2

页，当前第

1

页

1

2

**房地产销售工作计划房地产销售工作计划和总结篇三**

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。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!

**房地产销售工作计划房地产销售工作计划和总结篇四**

1、区域环境

项目位于南部新城三栋数码工业园内，周边主要为工厂，人群较为密集，区域未来发展看好。

2、居住环境

项目所处为工业区，交通存在一定缺陷，生活配套不完善。

3、商业环境

三栋数码工业园区正在高速发展，周边工厂大部分为效益良好的知名企业，未来，工业区将得到持续良好发展，人群和商业配套将迅速增长。

4、竞争环境

区域内目前周围尚未有同类可比性产品竞争，优势突出。

二、 swot分析

1、优势

(1) 房型全部为小户型，并带装修出售，即买即住即租;

(3) 位于工业区内，人口密度大，投资价值明显;

(4) 在工业区可属高档公寓，租赁市场前景良好，对投资者有足够吸引力。

2、劣势

(1) 无法按揭，导致非常多年轻购房族客户流失;

(2) 小产权房无证，一定程度上影响消费者购买信心;

(3) 区域相对偏僻，生活、商业配套尚不完善;

(4) 消费者传达率不高，缺乏知名度，应加强目标人群的针对性宣传。

3、机会

购买力得到有效的提高;

(2) 当前区域内尚无可竞争楼盘，这就为本案提供了契机。

(3) 无需缴纳相关税费，不计入房产数量，不受调控影响;

4、威胁

(1) 项目所处环境相对偏远，客源局限性非常大;

(2) 工业人群虽多，但对购房有能力者相对较少;

(3) 虽无同类产品威胁，但项目本身缺乏个性，导致一定程度上的客户流失。

三、 目标购房人群

2、月入3000以上有购房需求的周边工厂员工;

3、周边有特殊需求的企业主或部分有需要改善高管待遇的企业主;

4、少量周边有购房需求的村民。

四、 营销阻碍与对策

1、阻碍

(1)朝向差、背阴的单位较难消化;

(2)知名度推广欠缺，日看房人较少;

(3)销售渠道局限。

2、对策

(1)结合元旦促销，将部分朝向差、背阴的单位作出足够吸引力的让利，作为特价限时限量单位发售，引爆住宅销售热点，带旺其他单位，促进销售。

(3)利用公司优势，同时将放盘给中介公司，借此多一种宣传以及销售途径。

五、 营销推广方法

1、短信营销

短信作为最直接的营销方法之一，长期以来有着非常显著的效果

。发送前最好加入周边工厂管理层、企业主以及来访过的客人电话，直接将优惠信息及楼盘信息传递给目标客户。

短信内容：元旦促销限时钜惠

接收人群：周边企业主、管理层、投资者

2、dm单直投

传统的派单模式虽然局限性较强，但是对区域的宣传是最到位的。 dm单内容：元旦促销限时钜惠，团购优惠活动接收人群：周边企业主、管理层、村民、商铺店主。

备注：加入团购优惠内容，主要是考虑到dm单的局限性，借团购之名行宣传之实，借有意识投资的人带动更多有潜藏投资欲望的客户。

3、媒体投放

选择最佳的投放媒体，才能创造最佳的宣传效果，媒体投放

**房地产销售工作计划房地产销售工作计划和总结篇五**

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20xx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、电话薄、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，商档居住小区附近，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：20xx.7.5 13：00------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：20xx.7.9 13：30--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：20xx.7.10 14：00--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：20xx.7.11 14：00--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。

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。

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：20xx.7.21 13：30--16：00 培训目标：让销售人员能够针对各种问题熟悉应对。

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。

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。

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