# 武汉地产活动策划工作总结(优选25篇)

来源：网络 作者：雾花翩跹 更新时间：2024-08-01

*武汉地产活动策划工作总结1一、工作回顾及总结20xx年是本人参与项目执行工作最多的一年，在集团公司总裁和项目公司的悉心关怀下，个人得到快速的成长，工作效率及质量有较大提高，主要完成工作如下：1、项目执行工作宝龙广场项目是本人进公司来重点跟进...*

**武汉地产活动策划工作总结1**

一、工作回顾及总结

20xx年是本人参与项目执行工作最多的一年，在集团公司总裁和项目公司的悉心关怀下，个人得到快速的成长，工作效率及质量有较大提高，主要完成工作如下：

1、项目执行工作宝龙广场项目是本人进公司来重点跟进的项目，主要开展市场招商调研、客户接待、文案活动策划执行方面的工作，具体如下：

完成宝龙广场项目策划推广文案、20xx年度总结写作；项目前期招商接待工作；协助接待中心启用前期装饰安装工作；项目相关软文写作；跟进并实施项目宣传推广事宜；协助专题片制作组完成制片工作；持续跟进并协助报广设计、现场包装及物料设计工作，并充分运用报纸、电视台、广播电台、自办刊物等广告资源对项目开展了多渠道的宣传；完成项目阶段推广计划、客户营销活动方案写作等；协助项目推广工作的开展及\*\*宣传的跟进工作。

2、个人学习及提升在本职工作完成之余，通过计划性的跑盘工作及区域市场研究来熟悉市场情况，从而加深对青岛与九江市房地产市场的进一步了解，同时还时刻关注行业\*\*的变化。

坚持进行专业文章及项目软文的写作，用来提高个人的写作能力及逻辑思维能力，为项目的策划推广工作打好坚实的基础。

3、工作总结回顾20xx年工作，本人感觉从专业能力及工作态度上，较之于20xx年有了一定的进步和提高，主要表现在：

工作态度有明显进步；对项目策划推广工作的计划性与推动力有深刻的认识；能\*\*完成项目策划推广执行过程中的部分工作；策划报告写作能力有较大的进步；有意识进行专业提升及个人学习。但同时还有许多的不足之处有待提高：

工作主动意识需要进一步加强；沟通及表达能力需要不断提高；执行工作中细节关注不够；专业提升及个人学习需有计划性并及时进行总结。

二、 心得体会

基于20xx年度工作回顾及总结，也有一些心得体会来进行分享：

1、专业，来自沉淀不积硅步，无以至千里。任何一个人的知识与能力的提升都是在项目服务过程中，不断积累，不断修正，不断完善的。只有专业的沉淀与坚持不懈的努力，才能取得团队和个人的成功。我在具体的项目执行工作中，也是在有计划地完成专业沉淀，完成原始积累，并在今后的工作中修正。不敢求一步到位，将来再行完善。只有达到足够的专业沉淀，才能真正做到“厚积而薄发”。

2、团队，在于有效沟通没有一个团队是可以不通过培养和耐心的沟通就可以达到团结\*\*的。只有有效沟通才有理解，有理解才有更好的合作，有好的合作才能建立高效的团队，有高效的团队才可能有强大的专业公司。在企划工作中，没有个人行为，只有团队行为，唯有团队合作才能发挥强大聚集力量，达到事半功倍的效果。但在现实工作中，无论是\*\*者和团队成员之间，还是团队成员之间存在着或多或少的沟通障碍，这就要求发现问题及时沟通、及时协商和解决，在沟通中构建巩固和健全的团队精神。

3、学习，永无止境企划是一个复合型的行业，除专业的策划推广知识外，还需要了解从项目前期规划、设计、工程建设及后期物业管理的方方面面。任何一个小的细节问题都需要大量的时间和精力去摸索、研究，对于一个优秀的房地产企划人来说，学习应该是永无止境的。

三、20xx年展望及建议

1、个人展望专业能力快速提升

通过项目实践结合自我学习，快速提升个人专业能力，积累丰富的操盘经验，并及时的总结和调整。扩宽个人的知识面，积累丰富的专业知识，提高个人的口头表达和书面表达能力，真正做到一名优秀的策划人。

突破商业地产知识瓶颈入职近二年来，参与的项目基本为商业地产项目。继住宅地产开发主流之后，商业地产现正逐渐成为地产开发市场的新宠儿。如果想成为一名优秀的策划人，对于商业地产知识应该去充分的了解和学习，准确的产品定位、目标消费群体定位和招商是商业物业成功开发的关键所在。在20xx年本人将通过案例借鉴和自我学习，在商业地产方面有所突破。参与团队建设希望能够参与到团队建设中去，熟悉项目执行过程中的各个环节度，明确工作目标，提高工作效率，加强内部人员间的团结合作，互相紧密配合，充分挖掘集体的潜力。对工作的每一个细节进行检查核对，对工作的经验进行总结分析，从怎样节约时间，如何提高效率，尽量使工作程序化、系统统化、条理化、从而更进一步，达到新层次，进入新境界。

2、对于公司的建议个人认为，公司是一个能让员工价值有足够展示空间的企业，公司发展同科学管理模式的运用和团队、个人发展密不可分，一流的专业公司应同时具备一流的管理水\*，技术和管理两方面都是不能偏颇的。我能有幸成为宝马的一员，也希望真正与团队一起，努力实现公司效益和个人价值最大化。

从公司层面来说，员工也需要得到公司的充分信任与认可，让我们在公司提供的\*台上，可以尽情地发挥出各自的主观能动性，为公司创造更大的价值。回首总能够发现差距，展望总能够找到力量。新的一年有新的开始，“厚积薄发，学而知新”的理念\*\*我在策划推广这个行业中一步一步往前走。

**武汉地产活动策划工作总结2**

20xx年时间终点的“警报”已经拉响，,在即将踏入20xx年之际，促使自我向时间发起最后总攻，力争以最大的收获对这一年的工作绩效画上一个圆满的句号。回首在20xx年走过的历程，感慨甚多，它伴随着对策划认知高度的提升与工作中存在的一些“缺陷”共同走过。回顾半年的工作经历，有业务上的“丰满”(基本能够\*\*完成本职工作)，也有专业的“骨干”(工作中存在的不足）。

6月1日，这是一个特殊的日子，是我走进华西希望集团.南部县美好家园房地产开发有限公司的起始点。短短的6个月时间，在策划专业方面跨进了一大步。在这期间，我被公司求真、务实、团结、激情、创新的工作作风及团队进取、吃苦的精神深深所感染，而公司极具潜力的发展前景、远见卓识和\*\*的魅力更给我留下了深刻印象。六个月的时间，在整个团队的配合和协助下，策划工作进展顺利，基本达到预期目标，下面是我个人对策划工作状况的简单回顾：20xx年，策划工作主要表现为；充分利用现有资源、项目优势，营造奥体中心项目营销氛围，整合南部及周边城市资源，现将本年度工作做以下几方面总结：

一、20xx年策划工作完成情况：

（一）项目前期策划完成情况；

1、6月上旬完成了新世纪购物中心尾盘营销策略报告初稿；奥体中心体育场运营方案初稿。6月中旬至下旬，到经营管理公司熟悉

业务，协助杨经理进行招商，询价等工作。

2、7月份完成了置业团队组建方案初稿，协助公司\*\*一起\*\*三千越甲对奥体中心的策划方案以及对新世纪购物中心互联网招商攻略，完成了新世纪购物中心活动策划方案的初稿。

3、8月份完成了9月16日国际钓鱼节开幕式奥体中心体育场现场包装所需物料设计的更改；完成了美好奥体不夜城DM单、招商手册、手提袋、扇子设计的更改；

4、9月16日前，协助天天广告圆满完成了国际钓鱼节开幕式奥体中心体育场、美好奥体步行街现场包装以及项目户外（单立柱、道旗）的推广。

5、10月，完成了美好奥体步行街DM单、抽纸盒、档案袋等设计更改，新世纪购物中心交房策划报告。

6、11月完成了美好奥体不夜城销售部现场的布置、挂历、台历、纸巾包设计的更改以及户外（落地看板、奥体中心体育场、美好奥体步行街围栏）广告、娱乐、经营场所X展架广告的布置与落实。7、12月完成以下物料的设计、制作：户外落地看板广告的更换、房交会会刊、现场展厅喷绘、DM单、宣传车喷绘、空飘、奥体中心会员卡，美好奥体不夜城销售部X展架、现场协助工程办理交房事宜等。

（二）、工作中存在的不足：

由于工作做得不够全面,在20xx年工作中仍存在以下的不足:

1、日常工作中与其它同事的沟通欠缺,工作开展得还不够充分;

2、对集团的发展史及企业文化了解不够深入;

3、岗位专业知识还须提升,与\*\*简单沟通较少，没有100%领会到\*\*的真实想法，实际工作中走了一些弯路。

二、20xx年策划主要工作安排：

针对20xx年工作中存在的不足,为了更好地完成20xx年度的工作,将重点做好以下几个方面:

1、完善南部房地产市场数据库整理工作，建立健全奥体中心项目市场推广数据库”，并进一步对县、市乃至全国同行业的商业地产项目、在建项目和经营项目进行了解，建立完善市场项目数据库。

2、继续奥体中心所有项目整合营销推广计划，完成项目的策划、包装、收集、汇总等工作；推进正在准备的策划方案，做好房交会、项目开盘的准备工作。

3、结合公司规划，\*\*相关人员研究制定策划工作规划，有效整合相关优势资源，形成对外开展策划工作的合力。

4、建立健全策划管理\*\*，实施策划工作\*\*，充分发挥策划部门的作用，整合工作资源，提升策划业务能力。

5、继续协助销售部根据市场动态做好营销方案的调整，充分利用各方\*台，认真筛选，提前做好项目营销的对接洽谈工作，扩大奥体中心项目对外宣传影响，提高公司形象，提高营销成效。

6、更深入了解公司的发展历史与企业文化,使自己更好地融入公司这个大家庭;

7、加强与同事之间的沟通,以利于工作的更高效开展。

8、坚持原则、落实\*\*,履行岗位职责;

9、做好保密工作，涉及到公司机密内容决不\*\*。

10、协助其他部门的工件，做到分工不分家，落实个人责任制，团结奋进、共同进步的工作作风。

11、要做好广告预前刊评估工作，要“以四俩搏千斤”的方式来应对广告燃钱的残酷事实，以少量的广告投入量来达到最大收获成效。

12、要深化BSC（绩效管理和绩效考核）、SWOT（竞争优势，竞争劣势，机会和威胁）、5S（整理、整顿、清扫、清洁、素养）、PEST（企业所处宏观环境分析）、价值链、战略、目标、策略、企业愿景、工作理念、职业素养、团队、鱼骨图（质量管理）、头脑风暴（智力激励法）管理理念，提升个人的综合能力与综合素质，达到复合性能力的高度。

根据以上总结情况和20xx年度工作的安排，我作为策划执行人，要充分发挥个人职能，努力学习专业知识，让自己提高更快、更强、站得更高、走得更远，做好\*\*、协调、策划、督促等工作，在房地产市场处于疲软的状态下，开展有效的营销策略，逐步有序的完善推广工作，提高项目的知名度、信誉度，达到热销有目的。以“整合营销，提高品质内涵，加大信誉度”来逐步建立新的客户群，从而提高南部房地产市场的占有率。

**武汉地产活动策划工作总结3**

策划最重要的工作就是为销售提供坚强的推广策略和推广思路。在此次的房地产策划中我的职位是文案员，主要负责项目建设方案和内容.以下是个人总结:

一、通过此次策划的工作和学习积累的一点认识。

一开始接触到策划案，一点感觉都没有，不明白项目这样的情况是多危及，系列的策划案又是怎样力挽狂澜的。但是在我看了大量的策划方案后，写策划案马上就有很大进步了。所以对待工作，不要总找借口，要从自身出发，不断加强学习更新观念，不断分析认识提高自己，自觉的做好本职工作。做任何事都要有自信，相信自己可以做到。我在策划某些项目时，总会遇到一些问题。而对待问题有两种选择：一种不怕问题，想方设法解决问题，千方百计消灭问题。结果是圆满完成任务，一种是面对问题，一筹莫展，不思进取，结果是问题依然存在，任务也不会完成，所以说思想观念认识是一个关键的问题。

1.做策划我们要锐意进取，勇于创新，不断结合新的市场，把自己的有深度的思想推向策划案，从而增强了策划的独具魅力，也更增强了我奋发向上、要有所作为的想法。特别是在做建设目标，可以运用创新的思维基于土地和市场的分析，可以减少不必要的投入，节约成本。

2.要有一个明确的目标。目标是成功的基石，一个切实可行的计划，不能盲目的制定！有了目标，就会产生一种流淌着的动力。即使是茫茫的黑夜，也仍不致迷失方向。有了目标，就可以一步一步的根据目标方向制定计划、确定建设的思路。

3.团队成员必须有强烈的意愿去达成目标。做团队项目的策划，不光要知道自己要做什么，还要知道其他人的分工，要有总局的把握。按照项目的流程一人的项目做好了再做下一个人的项目，保障策划具有连续性。这个项目就可以变的很完整。4.做要充分的了解区域市场、客户情况；

二、认真学习，使自己不断得到提高、加强学习工作能力。

爱岗敬业的职业道德素质是每一项工作顺利开展并最终取得成功的保障。在此次策划的时间里，我兢兢业业做好本职业工作，积极、认真地完成好每一项任务，认真履行自己的职责，团结队员、不断提升自己的团队合作精神。

三、不足和需改进方面。

业精于勤而荒于嬉”，在以后的学习中我要不断提高知识，通过多看、多问、多学、多练来不断的提高自己的策划技能。学无止境，时代的发展瞬息万变，各种学科知识日新月异。我将坚持不懈地努力学习各种知识，并用于指导实践。在今后工作中，要把自己的学习工作创造性做好做扎实，贡献自己的力量。

**武汉地产活动策划工作总结4**

20xx年即将结束，我进入公司已经两个月了，总结一下工作的心得。

一、专业技能

1、策划案写作

策划案的核心是给这个项目的定位，以及怎么在各方面做到这个定位。每个策划案都有很多花哨的部分，一是为了渲染项目定位的感觉，二是美观，三也是展现能力的一种体现。

策划案是有模板和套路的，写过几个之后，就可以不自觉的就大量套用模板。要求不高时，合适的模板，不管在板式还是文字上，都可以大量沿用，只需要改动里面的部分文字即可。因为我们公司\*\*项目多，几乎可以找到所有需要运用的模板，这对我这个刚学做策划的是很方便的。如果需要的话，我自己也可以做出比较漂亮的模板。

2、报广

报广方面，我目前还是简单的写了一些，\*时没感觉的一些“盛大开盘、荣誉开启”之类的词，到自己想就觉得不简单了，可能也是因为自己刚开开始写吧，反正也都是有套路的。

整个项目的报广内容是分阶段的，一、筹备期 二、蓄水期 三、预热期 四、强销期 五、持销期 六、开业期 七、养市期，每个阶段的报广侧重点不一样，如筹备期和蓄水期就注重整体的概念、定位基调的宣传，到预热期开始就涉及到一点产品的信息，再到强销期或以后，就要体现具体的产品信息，各种的营销活动则会掺杂在各个阶段。

3、案场改进方案

开发商由于对自己案场的布置\*\*\*\*，很多很明显的需要改进的地方都忽视了。或者只想到一两点，无法成为系统，\*\*商站在旁观者的角度，专业的来矫正很有必要。

我们给外滩中心做案场改进方案的时候，发现开发商因为几个\*\*要操心的事情太多了，重心偏向销售，没有专门的推广部门;历史遗留的问题又比较严重，前一个\*\*的作风是想到一个做一个，毫无连贯性可言，宣传推广的画面也是根据他的喜好选择多种亮色交杂在一起，无法体现项目的高端品质。我们接过这个项目，直叹这么好的项目，做成这样真是被埋没了。改进方案里，我们提出泛现场的概念，将项目的宣传布展扩大到周围 一公里内，从道旗、展示牌、工地围挡、高炮到售楼处包装都\*\*更改，项目的高端有序的形象马上就出来了。

4、具体活动方案

活动展现出来的，其实都是简单的聚人气、彰显楼盘品质的东西，真正要命的是活动的核心及其想要达到的效果。

比方说都是参加房展会，你在房展会上要展示什么?有些楼盘展示是的定位和品质，有些楼盘就会在房展会上大肆打折促销，有些楼盘则会用高品质的活动吸引成交，属于比较隐晦的促销。

5、踩盘

踩盘的目的是什么呢?该开始经理让我去踩盘，我是很晕的，去楼盘转了一圈就回来了，售楼员说了一大通，不知道该听什么，楼盘里各种各样的东西，不知道该重点看哪些，记下哪些。事实上需要知道的资料网上都可以查得到，而且我们公司房地产信息研究很强大，可以查到各个楼盘的销售情况(不过有一定的滞后性)。踩盘一定要带着很强的目的性的。

策划经理带我的时候，踩盘就是要看项目的资源、现场的包装、小区的设计和产品的细节，这些都是要到项目现场去亲自看才知道的，思考为什么他们是这个定价，项目是不是受市场欢迎，消费者主要来自哪里，不过要求是比较感性的，市场情况知道一些就可以。

销售经理来了之后，对我的踩盘则提出另外的要求，销售率成了踩盘的重点，整体销售了多少?哪些户型销售的好?客户是哪个地区?要尽可能的得出具体准确的数据。

踩盘是有很多技巧的，这个到下个篇章再具体来说。

二、学习方法

1、多看

要看大量的策划方案，但是自己的经验对于理解这些方案是很大关系的。一开始接触到策划案，一点感觉都没有，不明白项目这样的情况是多危及，系列的营销活动又是怎样力挽狂澜的。在听臧总分析项目，并写过策划案之后，看策划案马上就有很大进步，立马可以抓出策划案的核心，知道他们想要干嘛，会采取哪些方法来做。不过方法光看是没用的，凡是亲身经历了才知道水深水浅，才有经验。

2、实践

做事情前，要对为什么做这个事情，会达到什么效果心里要有数，不光要知道自己要做什么，还有知道其他人的分工，要有总局的把握。然后做的时候就验证预期的时候，这个过程可以变的很有趣。如果你是一个不怎么重要的角色，整个活动你知道的信息不会很多，对活动的把握自然就没有。那么就在做的过程中认真观察，梳理出来每批人都在负责什么，要想达到什么效果，在活动结束后，就能最大可能的掌握活动内容。各大活动大同小异，包括的都是几个部分。这次公司\*\*的\*旅游地产论坛，规模是很大的，来了很多全国重量级地产人物，参与到\*\*活动的其中，以前对大型活动，大型公司、\*\*\*的崇拜感一下子就没了。再大的活动，重要的不外乎几点：制造出可以供不断炒作的噱头，请到大量的重量级人物，联系好重要\*\*，安排好他们的行程和食住。

3、跟在师傅们的后面

很多东西不是口教或者安排课程来教会的，就是需要时间的潜移默化的。默默的跟在师傅们后面，看他们怎么说话，怎么行事，耳濡目染，提高自己。

4、自己创新

任何活动都要积极参与进去，当成安排到自己的任务，尽可能的想出解决的方法，并最好有多种方法。已经知道的方法，懂得怎么做就可以。创新很重要，想到大家没想过的，在你知道自己说出这个想法，可以得到赞许时，找机合适的时候发表自己的看法，如果不确定，先问过你的直接上司或者同事。

创新，并且能创新到很好，可以让上司关注到你，对于我来说，我是很喜欢创新的人，而且是喜欢大的创新，比方说创新造一座城之类的，在我进公司前，说我这些想法是会被取笑死的，但是在公司后，大家都\*\*\*\*的鼓励创新，在我以前看来是大的创新，在这里都有可能实现，大家会给很多的建议。我曾经提出来就专门为富二代做一个项目，完全满足他们炫酷的生活方式，提供一个集中的大舞台来给这样一批人来玩乐，师傅们听了觉得不错，就好好的谈论了番。在去外滩中心提案的时候，我发现他们的经理也是很有意思的，他想要在他们的项目做一个大型的海上广场，免费提供给华谊兄弟，只要他们把所有的最新产品发布会都放在这里举行，每个月让他们的一个或几个一线明星来这里表演一次。这样的话，不仅仅是对项目有很大的意义，对海口、海南来说都是非常棒的，游客来海南不仅仅可以看风景，更可以享受追星的乐趣。无意之中听到经理说，有人要在万绿园做一条艺术长廊，把世界级的艺术品拿过来展出，这样的话，海口的文化层次有\*\*一个台阶，万绿园完全靠风景的局面就完全得到改变。海南就是一个娱乐场，是\*\*\*的冒险城，他们可以随心所欲的打造一个个惊奇。虽然比不上迪拜，但我能有幸参与，或者说是观望到这样的游戏，也让我激动不已。

这两个月收获很丰富，但我销售经验的不足明显影响到对项目的理解，要想办法增加自己的销售经验了。暂时先总结到这里，再接再厉，多多学习专业知识。

销售经理来了之后，对我的踩盘则提出另外的要求，销售率成了踩盘的重点，整体销售了多少?哪些户型销售的好?客户是哪个地区?要尽可能的得出具体准确的数据。

踩盘是有很多技巧的，这个到下个篇章再具体来说。

二、学习方法

1、多看

要看大量的策划方案，但是自己的经验对于理解这些方案是很大关系的。一开始接触到策划案，一点感觉都没有，不明白项目这样的情况是多危及，系列的营销活动又是怎样力挽狂澜的。在听臧总分析项目，并写过策划案之后，看策划案马上就有很大进步，立马可以抓出策划案的核心，知道他们想要干嘛，会采取哪些方法来做。不过方法光看是没用的，凡是亲身经历了才知道水深水浅，才有经验。

2、实践

做事情前，要对为什么做这个事情，会达到什么效果心里要有数，不光要知道自己要做什么，还有知道其他人的分工，要有总局的把握。然后做的时候就验证预期的时候，这个过程可以变的很有趣。如果你是一个不怎么重要的角色，整个活动你知道的信息不会很多，对活动的把握自然就没有。那么就在做的过程中认真观察，梳理出来每批人都在负责什么，要想达到什么效果，在活动结束后，就能最大可能的掌握活动内容。各大活动大同小异，包括的都是几个部分。这次公司\*\*的\*旅游地产论坛，规模是很大的，来了很多全国重量级地产人物，参与到\*\*活动的其中，以前对大型活动，大型公司、\*\*\*的崇拜感一下子就没了。再大的活动，重要的不外乎几点：制造出可以供不断炒作的噱头，请到大量的重量级人物，联系好重要\*\*，安排好他们的行程和食住。

3、跟在师傅们的后面

很多东西不是口教或者安排课程来教会的，就是需要时间的潜移默化的。默默的跟在师傅们后面，看他们怎么说话，怎么行事，耳濡目染，提高自己。

4、自己创新

任何活动都要积极参与进去，当成安排到自己的任务，尽可能的想出解决的方法，并最好有多种方法。已经知道的方法，懂得怎么做就可以。创新很重要，想到大家没想过的，在你知道自己说出这个想法，可以得到赞许时，找机合适的时候发表自己的看法，如果不确定，先问过你的直接上司或者同事。

创新，并且能创新到很好，可以让上司关注到你，对于我来说，我是很喜欢创新的人，而且是喜欢大的创新，比方说创新造一座城之类的，在我进公司前，说我这些想法是会被取笑死的，但是在公司后，大家都\*\*\*\*的鼓励创新，在我以前看来是大的创新，在这里都有可能实现，大家会给很多的建议。我曾经提出来就专门为富二代做一个项目，完全满足他们炫酷的生活方式，提供一个集中的大舞台来给这样一批人来玩乐，师傅们听了觉得不错，就好好的谈论了番。在去外滩中心提案的时候，我发现他们的经理也是很有意思的，他想要在他们的项目做一个大型的海上广场，免费提供给华谊兄弟，只要他们把所有的最新产品发布会都放在这里举行，每个月让他们的一个或几个一线明星来这里表演一次。这样的话，不仅仅是对项目有很大的意义，对海口、海南来说都是非常棒的，游客来海南不仅仅可以看风景，更可以享受追星的乐趣。无意之中听到经理说，有人要在万绿园做一条艺术长廊，把世界级的艺术品拿过来展出，这样的话，海口的文化层次有\*\*一个台阶，万绿园完全靠风景的局面就完全得到改变。海南就是一个娱乐场，是\*\*\*的冒险城，他们可以随心所欲的打造一个个惊奇。虽然比不上迪拜，但我能有幸参与，或者说是观望到这样的游戏，也让我激动不已。

这两个月收获很丰富，但我销售经验的不足明显影响到对项目的理解，要想办法增加自己的销售经验了。暂时先总结到这里，再接再厉，多多学习专业知识。

**武汉地产活动策划工作总结5**

目前在营销和宣传等方面存在的问题：(1)信息网络还不够健全，信息量和信息来源渠道还不够多。(2)招商方式创新不够，仍以传统的为主，面对面接触居多，招商效率低；(3)招商面还不够宽泛，信息含金量偏低。(4)已建的厂房结构比较单一，缺乏个性化，不能切合市场企业多样化厂房需求的实际。(6)给客户承诺的配套设施跟不上，工程不能同时完工。(7)与\*\*2xxxx园区，横向纵向的比较，在价格上没有优势，价格相对偏高，尤其是销售价格。(8)厂房的设计合理性和园区的规划不是市场需求的最佳体现(9)工业城的定位缺乏远瞻性和市场引导性,内部招商\*\*结构建立的不科学，宣传推广的力度比较小。

**武汉地产活动策划工作总结6**

日历的翻阅伴随着岁末敲响钟声即将迎来20xx年，新的工作篇章将继续在新年度再次抒写。20xx年时间表的终结就像大海浪滔的声音，呼唤着自我工作激情应有滔滔浪涛的猛劲、心胸比大海更加宽广，应有海纳百川之气魄、不断进取的\'步伐应像春风吹又生永烧不尽之精神、攀登人生的高峰，向世人展示自我的能与才；自我创新，打破常规，让策划的理念引领南部商业地产，让公司的项目独占鳌头，成为商业地产的领跑者！须高举标杆，总结经验、展望来年，更新绩效薄的历史记录，将是新的一年首要任务说明。

回首在20xx年走过的历程，感慨甚多。从财务工作的转移加入策划的队伍，让我明白了知识的海洋就是一个无底深渊、学无止尽的真谛；时间跨度的延伸伴随着对策划认知高度的提升共同走过。回顾一年的工作经历，有业务上的高点，也有专业上需要提升之处。

20xx年，策划工作主要表现为；充分利用现有资源、项目优势，营造奥体中心项目营销氛围，整合南部及周边城市资源，下面是我个人对策划工作状况的简单回顾，做以下几方面总结：

一、20xx年策划工作完成情况：

（一）项目前期策划完成情况；

1、1月2月完成了新世纪购物中心和奥体中心财务统计、报表统计、协助新世纪房屋交接的办理和房交会展厅布置、活动推广参与、创新建议，以及日常的车辆保养维护、接送同事外出办事与公司设施设备管理、维护等工作完成。

2、3月份工作重心转向项目策划，完成了公司企业LOGO的创新设计、企业文化宣传手册的方案的落成与参与设计创作，以及日常的车辆保养维护、接送同事外出办事等工作。

3、4月份完成了企业文化宣传手册的设计与更改，协助新世纪购物中心售楼部的拆迁、布置临时奥体中心销售部现场，以及协助完成南部各大乡镇挂横幅标语、销售推广的创作和空中玫瑰的询价，以及日常的车辆保养维护、接送同事外出办事、户外广告巡查等工作完成。

4、5月份协助完成了人人农家乐广告牌、奥体中心指示牌的安装与该广告牌的广告设计、奥体中心开放日活动方案、奥体中心美操队的实施办法以及奥体中心销售、新世纪购物中心招商等广告的设计和健美操视频的剪裁，协助完成奥体中心业主花舞人间体验之旅的相关事宜，以及日常的车辆保养维护、接送同事外出办事、户外广告巡查等工作完成。

5、6月份完成奥体中心围栏、刀旗广告的设计和摄像机、奥体中心\*\*、放映厅设施设备询的询价，协助3D高清宣传片的修改、刀旗、奥体中心销售部闭路\*\*系统的安装位置落实与安装方案的落成，以及日常的车辆保养维护、接送同事外出办事、户外广告巡查等工作。6、7月份协助完成了奥体中心刀旗、吸塑字，围栏广告、小道旗广告的制作安装和奥体中心销售部里面广告、销控表的设计、桌椅、沙发、窗帘等布置、放映厅音视频设备、闭路\*\*、等的制作安装，以及协助工程部装修销售部和日常的车辆保养维护、接送同事外出办事、户外广告巡查等工作完成。

7、8月份协助完成了奥体中心销售部盆栽的租赁摆放、销售电话的移机、宽带的安装、开放日前期的推广方案、所需广告的设计和开放日所需物料的准备、安排、计划、布置和当天活动举办等相关事宜，以及完成集团杂志广告的广告设计、LED节目的制作、更换和日常的车辆保养维护、接送同事外出办事、户外广告巡查等工作完成。

8、9月份的工作协助完成了国际钓鱼节、教师节的推广方案、钓鱼节所需DM单的设计、现场广告设计安装、刀旗拆装、小道旗转移、\*\*房广告位安装等待相关事宜，以及LED节目的制作、更换和日常的车辆保养维护、接送同事外出办事、户外广告巡查，参加跳健美操等工作完成。

9、10月的工作协助完成了奥体中心销售部包装方案的广告的设计与修改，卡通人物的询价等相关事宜，以及LED节目的制作、更换和日常的车辆保养维护、接送同事外出办事、户外广告巡查，参加跳健美操等工作完成。

10、11月份的工作协助完成奥体中心销售外立面的整体效果修改、现场广告包装、圣诞老人隔离带询价、招商DM单设计修改、落地看板广告创新设计现场安装，圣诞节前夕销售部节日快乐包装方案等相关事宜，以及LED维修、节目的制作、更换和日常的车辆保养维护、接送同事外出办事、户外广告巡查，参加跳健美操、刀旗手续的审批、处理应急小组互联网攻略等工作的完成。

11、12月份的工作完成了奥体中心招商DM单的最终修改和制作、设计了新世纪购物中心6楼的广告设计。协助完成了奥体中心销售部吸塑字拆装、节日快乐等泡沫字的询价、美好奥体不准夜城入口的广告围栏搭建、广告安装和销售部里面圣诞节包装等相关事宜，以及LED节目的制作、更换和日常的车辆保养维护、接送同事外出办事、户外广告巡查，参加跳健美操、刀旗手续的审批、处理应急小组互联网攻略等工作的完成。二、工作中存在的不足：

由于工作做得不够全面,在20xx年工作中仍存在以下的不足:

1、日常工作中与其它同事的沟通欠缺，工作开展得还不够充分;

2、创新意识还不够深入，没有达到公司要求的高度

3、岗位专业知识还须提升。

二、20xx年策划主要工作标向：

针对20xx年工作中存在的不足,为了更好地完成20xx年度的工作,将重点做好以下几个方面:

1、完善南部房地产市场数据库整理工作，建立健全奥体中心项目市场推广数据库”，并进一步对县、市乃至全国同行业的商业地产项目、在建项目和经营项目进行了解，建立完善市场项目数据库。

2、继续奥体中心所有项目整合营销推广计划，完成项目的策划、包装、收集、汇总等工作；推进正在准备的策划方案，做好房交会、美好奥体熙城开盘的准备工作与推广事件营销等相关工作。

3、结合公司规划，\*\*相关人员研究制定策划工作规划，有效整合相关优势资源，形成对外开展策划工作的合力。

4、建立健全策划管理\*\*，实施策划工作\*\*，充分发挥策划部门的作用，整合工作资源，提升策划业务能力。

5、继续协助销售部根据市场动态做好营销方案的调整，充分利用各方\*台，认真筛选，提前做好项目营销的对接洽谈工作，扩大奥体中心项目对外宣传影响，提高公司形象，提高营销成效。

6、更深入了解公司的发展历史与企业文化,使自己更好地融入公司这个大家庭;7、加强与同事之间的沟通,以利于工作的更高效开展。8、坚持原则、落实\*\*,履行岗位职责;

9、做好保密工作，涉及到公司机密内容决不\*\*。

10、协助其他部门的工件，做到分工不分家，落实个人责任制，团结奋进、共同进步的工作作风。

11、要做好广告预前刊评估工作，要“以四俩搏千斤”的方式来应对广告燃钱的残酷事实，以少量的广告投入量来达到最大收获成效。

根据以上总结情况和20xx年度工作的安排，我作为策划执行人，要充分发挥个人职能，努力学习专业知识，让自己提高更快、实力更强、站得更高、走得更远，做得更好；并且做好\*\*、协调、策划、督促等工作，在房地产市场处于疲软的状态下，开展有效的营销策略，逐步有序的完善推广工作，提高项目的知名度、信誉度，达到热销的目的。

以“整合营销，提高品质内涵，加大信誉度”来逐步建立新的客户群，从而提高南部房地产市场的占有率。

**武汉地产活动策划工作总结7**

(一)不怕困难，建立把项目策划好的信心。

认真分析新形势新情况，正视新挑战，沉着应对，及时调整工作策略。一是认真学习\*\*工业地产宏观环境和相关\*\*和规划，提高对它的理解和认识，以积极的姿态迎接困难，树立信心，始终保持旺盛的工作精神，千方百计挖潜营销思路。二是注重市场信息的收集和鉴别、分析能力，应对竞争对手的营销策略和市场推广策略，以之来调整我们的营销战略和策略;三是积极争取\*\*的\*\*和帮助，在制定营销策略和市场推广方案的时候，由于各自存在思维差别，肯定会出现意见不一致的情况，但对出现的问题和遇到的难题，会认真\_把脉、会诊\_，及时调整方式方法。虽然我离完成公司期望指标和自己计划的目标还存在差距，但在目前严峻困难的形势下，我认为所付出的努力和艰辛一定不会白费。

(二)从细分市场找到目标客户

力求按照不同的特征来进行市场细分，市场细分有三条好处，一个是获得消费者高度的忠诚度，一个是保护适当利润，一个是容易获得成功。比如追求相似利益的企业、具有相同行业特性的企业、相同\*\*的企业等等。

虽然园区在设计研发的时候就进行了市场的细分，但是这种细分往往相对是粗线条的，因此在具体实施销售的时候有必要进行更为明确的目标市场细分，根据产品推广的不同阶段，针对更加明确的目标客户，使用合适的营销策略和方式。

(三)与世俱进，转变策划观念和思维模式。

工业地产作为客观存在的比较特殊的产品，其营销思路和推广方法也会与其他产品有所差别，尤其是民用地产，它的特点是以感性诉求为主。而工业地产的特点是从理性诉求的角度进行宣传策划。工业厂房的需求量及其目标客户群的隐蔽性和分散性，就决定了它的宣传模式必须创新和\*\*选择更具针对性。所以转变策划观念和思维模式是势在必行，把联东工业园打造成为具有全国前沿性和战略性的工业地产的典范。(四)提升自身专业素养和工作技能，提高工作效率 在常规工作的基础上，注重自身专业素养、沟通技能与工作能力的提升。自我抓基储抓内功，一是抓实效工作，不断提高自我工作素质，使自己成为策划的行家里手;二是注重自我工作作风的培养及业务能力的提高，着力提高工作效能。三、存在的问题

目前在营销和宣传等方面存在的问题：(1)信息网络还不够健全，信息量和信息来源渠道还不够多。(2)招商方式创新不够，仍以传统的为主，面对面接触居多，招商效率低;(3)招商面还不够宽泛，信息含金量偏低。(4)已建的厂房结构比较单一，缺乏个性化，不能切合市场企业多样化厂房需求的实际。(6)给客户承诺的配套设施跟不上，工程不能同时完工。(7)与其他园区，横向纵向的比较，在价格上没有优势，价格相对偏高，尤其是销售价格。(8)厂房的设计合理性和园区的规划不是市场需求的最佳体现(9)工业城的定位缺乏远瞻性和市场引导性,内部招商\*\*结构建立的不科学，宣传推广的力度比较校

**武汉地产活动策划工作总结8**

20xx年是中国房地产行业的一个转折点，房地产市场从卖方市场转入买方市场，受世界金融危机影响和上半年国家宏观调控政策影响，市场急剧萎缩，出现严重持币观望情绪。我们在公司领导的正确指挥下；在营销部经理积极的带领下。营销部克服种种困难，把握市场机遇。达到了在整个集团公司完成指标百分比第二、营销费用控制最好，宜宾本地销售份额占有率最高，的可喜成绩。

作为宜宾鲁能营销部一员，在今年激烈的市场博弈中;在我们一次次市场调研、预测、目标客户的分析、把握，以及制定出阶段性目标和相应的工作计划并严格执行中;在一次次部门沟通协调，思想碰撞中;在领导不断委以重任，充分信任并实时的培养指教下；在全部门畅通沟通，积极配合下。担任推广管理工作岗位的我，收益颇多，也成长不少。同时我也很荣幸能在鲁能公司任职，得到锻炼和提高的同时也在实践工作中成长展示了自己。现对xx年全年工作总结如下：

>首先在推广主线上，xx年我们一共有3条推广主线：

1、以上半年为主的林中漫步的蓄客、强销、持销的推广;

2、从年中开始的鑫空间项目的蓄客、强销的推广；

3、贯穿全年的一个山水绿城大盘品质、区域生态、提高品牌美誉度和忠诚度品牌推广。

>其次在媒体资源整合上，我们现有媒体一共有：

1、大众媒体报媒，以新三江周刊、日报、晚报为主。再充分考虑宜宾本地阅读习惯和考察了各报媒影响力和投放量后，我们采取了增加新三江投放量，适量减少日报、晚报投放量。在具体实施过程中我们采取软硬结合，即给客户强势的视觉冲击，又注重引导其消费观念。

2、大众媒体电视广告，电视广告以宜宾电视台为主，也做到项目线和品牌线相结合，即时更新电视广告内容，突出当时我公司推广重点，另外在调查发现潜在郊县客户量巨大后，我部从8月开始在各大郊县投放了县有线电视广告，即时把我公司产品信息、销售信息传达到郊县市场。

3、网路网站，xx年我公司产品小户型居多，客户群趋向年轻一代，所以我部投放了以零距离网络、泡菜坛网络、宜宾新闻网、三江房产网等本地网络媒体。即时发布我公司各重大节点信息，销售信息等。另外xx年我部重新规划了我公司网站，让公司有一个独立的全面的网站。

4、户外媒体，户外媒体据客户来电来访分析为最有效的媒体，所以xx年我部对户外媒体投放进行统一规划，对一些位置不好，可视效果不佳的户外广告予以终止，新增加了戎州桥，郊县户外。另外在项目内户外也进行了规划，开通了山水庭院高炮、外江路4个灯箱广告光亮效果；新增加了财富广场2个户外广告；统一规划了项目内所有灯箱道旗广告，预计xx年年初能执行。最后在全年户外布点基础上，我部即时更换户外信息，定期检查户外效果，力保户外发布即时有效。

5、其他媒体，xx年我部针对直接目标客户，进行了以大企业团购为单位的巡展，走访，以郊县目标客户为主的DM单直邮，郊县巡展。

再次在活动方面，1月成功举办了“倾城七年，一路有您”山水绿城幸福大家庭春节晚会，巩固了鲁能品牌形象，2月林中漫步样板房开放活动，4月林中漫步休闲长廊开放、林中漫步开盘活动，5月份宜宾房产文化节活动，6月鑫空间样板房开放既魅力香港游活动，7月山水绿城运动嘉年华活动开幕，8月份鑫空间看盘活动，10财富中心开工仪式、宜宾住博会。活动营销一是维护老客户关系，提升品牌美誉度，提高口碑宣传。还有配合销售，各客户一种尊贵感，荣誉感，提高成交率。

>另外在销售物料道具放方面，

1、先后2次对销售中心在费用不足的情况下进行了装饰调整，

2、先后配合协调了林中漫步和鑫空间样板房装修工作，并顺利按时的完成任务。

3、规划定做了鑫空间的景观沙盘模型，并能充分体现鑫空间优势。

4、按时制作了林中漫步、鑫空间项目的楼书、户型单页等销售物料，给销售现场密切配合，强有力的支持。

5、其他一些销售现场修补，布置工作都在得到通知或发现后迅速完成。

最后在和集团公司汇报、部门间合作和团队工作协调工作方面。每月按时准确的汇报了报集团公司营销费用计划等各项集团公司要求提交的资料，做到营销费用控制良好，汇报准确。在部门合作方面积极配合工程部开工竣工典礼活动的.举行，协调样板房装修事宜等。在更换营销策划代理公司后，我们积极主动的和新推广公司交流畅谈，提供项目以前的推广思路，方法资料。尽量让新策划公司尽快上手，同时也协调销售代理公司、策划代理公司等组织会议沟通，让推广和销售结合。

>回顾xx年全年工作，我们取得部分成绩的同时自己也提高不少。通过对以往工作总结，也发现很多缺点和不足，xx年我应从一下几点入手工作：

1、加强市场调研工作，特别是来点来访客户分析，正确把握目标客户群体的特征、喜好、开展有针对性的推广渠道、推广思路，和诉求点。

2、加强媒体效果评估工作，以此来指导我们xx年营销费用在各媒体渠道投放比例，并随时指导调整我们的推广策略，做到营销费用效果最大化。

3、在推广节奏上，结合房市相关政策、本地消费习惯和我们相应节点进行节奏性推广，做到市场好或我们有重大节点时能强势推广，火爆销售。

4、在媒体渠道方面，争取发觉利用一些更直接针对目标客群的特殊媒体，一来可以节约营销费用，二来效果显著。

5、完善户外布点，做到以项目所在地、老城区等人流集中地区为中心，各郊县进城入口包围的布点格局，严格挑选户外位置，做到在人流集中地能多次强制曝光，各区域都能兼顾的户外布点。

6、活动方面除要认真完成固定的几个大活动（如房交会、开盘等）外，还应充分利用我公司老客户资源，针对老客做活动，提高品牌美誉度、忠诚度，充分发挥老客户口碑宣传效果。

7、在团队合作方面，加强各代理公司之间的沟通，做到销售与推广结合，相互配合，积极引导一种健康快乐的团队氛围。

xx年是个崭新的开始，我们应继续努力学习提高，在认真工作的同时不断成长，争取在xx年工作中取得更好的成绩。

**武汉地产活动策划工作总结9**

>一、专业技能

1、策划案写作

策划案的核心是给这个项目的定位，以及怎么在各方面做到这个定位。每个策划案都有很多花哨的部分，一是为了渲染项目定位的感觉，二是美观，三也是展现能力的一种体现。

策划案是有模板和套路的，写过几个之后，就可以不自觉的就大量套用模板。要求不高时，合适的模板，不管在板式还是文字上，都可以大量沿用，只需要改动里面的部分文字即可。因为我们公司\*\*项目多，几乎可以找到所有需要运用的模板，这对我这个刚学做策划的是很方便的。如果需要的话，我自己也可以做出比较漂亮的模板。

2、报广

报广方面，我目前还是简单的写了一些，\*时没感觉的一些“盛大开盘、荣誉开启”之类的词，到自己想就觉得不简单了，可能也是因为自己刚开开始写吧，反正也都是有套路的。

整个项目的报广内容是分阶段的，一、筹备期 二、蓄水期 三、预热期 四、强销期 五、持销期 六、开业期 七、养市期，每个阶段的报广侧重点不一样，如筹备期和蓄水期就注重整体的概念、定位基调的宣传，到预热期开始就涉及到一点产品的信息，再到强销期或以后，就要体现具体的产品信息，各种的营销活动则会掺杂在各个阶段。

3、案场改进方案

开发商由于对自己案场的布置\*\*\*\*，很多很明显的需要改进的地方都忽视了。或者只想到一两点，无法成为系统，\*\*商站在旁观者的角度，专业的来矫正很有必要。

我们给外滩中心做案场改进方案的时候，发现开发商因为几个\*\*要操心的事情太多了，重心偏向销售，没有专门的推广部门；历史遗留的问题又比较严重，前一个\*\*的作风是想到一个做一个，毫无连贯性可言，宣传推广的画面也是根据他的喜好选择多种亮色交杂在一起，无法体现项目的高端品质。我们接过这个项目，直叹这么好的项目，做成这样真是被埋没了。改进方案里，我们提出泛现场的概念，将项目的宣传布展扩大到周围 一公里内，从道旗、展示牌、工地围挡、高炮到售楼处包装都\*\*更改，项目的高端有序的形象马上就出来了。

4、具体活动方案

活动展现出来的，其实都是简单的聚人气、彰显楼盘品质的东西，真正要命的是活动的核心及其想要达到的效果。

比方说都是参加房展会，你在房展会上要展示什么？有些楼盘展示是的定位和品质，有些楼盘就会在房展会上大肆打折促销，有些楼盘则会用高品质的活动吸引成交，属于比较隐晦的促销。

5、踩盘

踩盘的目的是什么呢？该开始经理让我去踩盘，我是很晕的，去楼盘转了一圈就回来了，售楼员说了一大通，不知道该听什么，楼盘里各种各样的东西，不知道该重点看哪些，记下哪些。事实上需要知道的资料网上都可以查得到，而且我们公司房地产信息研究很强大，可以查到各个楼盘的销售情况（不过有一定的滞后性）。踩盘一定要带着很强的目的性的。

策划经理带我的时候，踩盘就是要看项目的资源、现场的包装、小区的设计和产品的细节，这些都是要到项目现场去亲自看才知道的，思考为什么他们是这个定价，项目是不是受市场欢迎，消费者主要来自哪里，不过要求是比较感性的，市场情况知道一些就可以。

销售经理来了之后，对我的踩盘则提出另外的要求，销售率成了踩盘的重点，整体销售了多少？哪些户型销售的好？客户是哪个地区？要尽可能的得出具体准确的数据。

踩盘是有很多技巧的，这个到下个篇章再具体来说。

>二、学习方法

1、多看

要看大量的策划方案，但是自己的经验对于理解这些方案是很大关系的。一开始接触到策划案，一点感觉都没有，不明白项目这样的情况是多危及，系列的营销活动又是怎样力挽狂澜的。在听臧总分析项目，并写过策划案之后，看策划案马上就有很大进步，立马可以抓出策划案的核心，知道他们想要干嘛，会采取哪些方法来做。不过方法光看是没用的，凡是亲身经历了才知道水深水浅，才有经验。

2、实践

做事情前，要对为什么做这个事情，会达到什么效果心里要有数，不光要知道自己要做什么，还有知道其他人的分工，要有总局的把握。然后做的时候就验证预期的时候，这个过程可以变的很有趣。如果你是一个不怎么重要的角色，整个活动你知道的信息不会很多，对活动的把握自然就没有。那么就在做的过程中认真观察，梳理出来每批人都在负责什么，要想达到什么效果，在活动结束后，就能可能的掌握活动内容。各大活动大同小异，包括的都是几个部分。这次公司\*\*的\*旅游地产论坛，规模是很大的，来了很多全国重量级地产人物，参与到\*\*活动的其中，以前对大型活动，大型公司、\*\*\*的崇拜感一下子就没了。再大的活动，重要的不外乎几点：制造出可以供不断炒作的噱头，请到大量的重量级人物，联系好重要\*\*，安排好他们的行程和食住。

3、跟在师傅们的后面

很多东西不是口教或者安排课程来教会的，就是需要时间的潜移默化的。默默的跟在师傅们后面，看他们怎么说话，怎么行事，耳濡目染，提高自己。

4、自己创新

任何活动都要积极参与进去，当成安排到自己的任务，尽可能的想出解决的方法，并有多种方法。已经知道的方法，懂得怎么做就可以。创新很重要，想到大家没想过的，在你知道自己说出这个想法，可以得到赞许时，找机合适的时候发表自己的看法，如果不确定，先问过你的直接上司或者同事。

创新，并且能创新到很好，可以让上司关注到你，对于我来说，我是很喜欢创新的人，而且是喜欢大的创新，比方说创新造一座城之类的，在我进公司前，说我这些想法是会被取笑死的，但是在公司后，大家都\*\*\*\*的鼓励创新，在我以前看来是大的创新，在这里都有可能实现，大家会给很多的建议。我曾经提出来就专门为富二代做一个项目，完全满足他们炫酷的生活方式，提供一个集中的大舞台来给这样一批人来玩乐，师傅们听了觉得不错，就好好的谈论了番。在去外滩中心提案的时候，我发现他们的经理也是很有意思的，他想要在他们的项目做一个大型的海上广场，免费提供给华谊兄弟，只要他们把所有的最新产品发布会都放在这里举行，每个月让他们的一个或几个一线明星来这里表演一次。这样的话，不仅仅是对项目有很大的意义，对海口、海南来说都是非常棒的，游客来海南不仅仅可以看风景，更可以享受追星的乐趣。无意之中听到经理说，有人要在万绿园做一条艺术长廊，把的艺术品拿过来展出，这样的话，海口的\'文化层次有\*\*一个台阶，万绿园完全靠风景的局面就完全得到改变。海南就是一个娱乐场，是\*\*\*的冒险城，他们可以随心所欲的打造一个个惊奇。虽然比不上迪拜，但我能有幸参与，或者说是观望到这样的游戏，也让我激动不已。

这两个月收获很丰富，但我销售经验的不足明显影响到对项目的理解，要想办法增加自己的销售经验了。暂时先总结到这里，再接再厉，多多学习专业知识。

**武汉地产活动策划工作总结10**

回顾10年感触颇多，由xx年地产的疯狂到10年地产的萧条可谓冰火两重天，10年一场由\*\*次贷危机引起的百年不遇的金融风暴卷起千堆雪，在经济全球化的趋势之下，持续10年高增长的\*经济也不能独善其身，面对来势汹汹的金融风暴，\*地产更是首当其冲，把地产行业推\*\*风口浪尖，一场地产行业变革势在必行。

xx年年12月3日我从锦绣半岛项目回到\*\*锦绣御景苑项目工作，又一次回到起点，正所谓归零新起点，我重新梳理作为地产策划人的工作思路，重新总结工作经验，一级地产市场的高标准、严要求；一级地产市场的信息\*\*度；一级市场的推广思路；一级市场的细节关注度等都是二级市场要借鉴的经验。10年度的楼市低迷，客户持币观望，是危机，也是机遇，也是对地产从业人员的洗涤及教化，让我们明白卖楼不是买菜，在低迷的楼市之下我们唯有练好内功，方能度过寒冬，否则潮水褪去之时就是那些没有穿泳裤的地产人士贻笑大方之时，所以我觉得10年就是一个心态的考验，一个对地产行业是否动摇的考验，10年地产从业人员是固守阵地还是放弃就成了心灵的煎熬。

锦绣御景苑项目在10年度销售业绩超4亿，在大市低迷时期，御景苑项目不会大起大落，有如下特点：

其二：御景苑项目销售团队具有强有力的凝聚力，基层员工至高层\*\*齐心协力，项目的每次活动，每次推货大家都是尽自己最大的力去做好，在荔城各个项目中我盘员工的精神面貌和素质都是不错的，在楼市低迷的时候，销售团队的一鼓作气也是成败的关键，在楼市不稳定之时，心态也是战胜市场的关键。

其三：有了好的销售队伍，还有好的产品，锦绣御景苑项目是荔城公认的外立面最漂亮的社区，西瓦、米色围墙、澳洲砂岩、精雕细琢，经典无限；当然还有\*\*贝尔高林打造的立体式园林景观，移步换景，风景如画。

锦绣御景苑项目推广回顾：

锦绣御景苑项目经过近3年的开发，由一期到目前的四期，一步一步拉升项目的形象，由毛坯到装修房，由洋房到别墅，一次又一次通过实践来验证市场，通过市场来调整推广策略，调整推货思路。

期数推广名广告主题语推广方式效果评估御景苑一期锦绣御景苑湖畔尚品美宅单张、影视、户外、电台、\*\*日报首期开盘通过线上线下多种推广方式进行推广宣传，在xx年5月引领荔城楼市焦点御景苑二期湖畔豪园观山望湖宽生活影视、短信、户外、单张、2期开盘是以产品为推广的重点，以实景体验生活为目标，是对一期形象推广的延伸和弥补，以10个标准来塑造好房子。御景苑三期御品名苑荣耀人生享受非凡影视、短信、户外、\*\*、广日、dm3期开盘不但是御景苑产品的升级，更是项目形象的升级，别墅小区才是真正的\*\*社区，方能尊享非凡生活。御景苑四期峰景生活在风景之上影视、短信4期是洋房产品升级版，有别墅旁的花园洋房之称，为满足市场需要，御景苑项目也打造精装修洋房，弥补毛坯交楼的单一

“实践是检验真理的唯一标准”，那么地产楼市则是“市场才是检验楼市的唯一标准”只有市场才有话语权，市场认可的产品、认可的价格在10年低迷的楼市的大背景才能逆市飘红，才不会被遗忘。

xx年度御景苑项目策划部配合销售做了以下具体工作：

其一：常规的现场物料包装，从细节入手，体现\*\*社区的细节，过程\*\*打造结果\*\*。

其二：销售宣传资料的准备，及时无误的准备好楼书、单张、户型图等销售道具。

其四：\*\*推广宣传，户外广告以形象宣传为主，手机短信锁定目标客户群发送推货信息，影视广告从形象片到实景效果，然后又到形象片，频繁更换画面，增加新鲜度，几乎每周修改标版、走动字幕，为销售推货输出大量有效的信息，吸引客户到场。

其五：表演活动，10年楼市低迷，销售现场人气日趋下滑，而销售现场人气是否旺盛也是销售成交的关键，御景苑项目几乎每个月都举办一次销售现场的表演活动，涵盖高雅的舞台表演、寓教于乐的摊位游戏、活泼可爱的卡通真人秀、吸引客户参与的diy创意活动、让客户停留更多时间的美食品鉴活动，有新春派利是，喜庆的嘉年华活动、有抓住奥运热点的泳池开放日活动、也有锁定目标客户通过亲子联动的亲子运动会活动。总之目的一个活动就是为了集聚人气，为销售现场营造良好的销售气氛，促进销售成交。

经历了\*地产与“牛”同飞，与“熊”共舞的之后的我，心态更加\*和，“牛市卖概念，熊市产品”，\*时练好内功，抓好细节，做过程\*\*，在风云变幻的楼市面前，唯有不变的是心态，是对地产的执着，我坚信通过国家对楼市的扶持，由“危”转“机”只是时间问题，09年挑战与机遇并存，路漫漫其修远兮，吾将上下而求索。

岁末年终，今年的工作即将接近尾声，迎接我的是全新的XX年，在过去的一年中，有所感觉，有所收获，有所学习，有所心得。在新的一年工作开始之前，我有必要对今年的工作做一个全面的分析和总结，对公司的各种情况做一个建议，对自身遇到的情况做一个剖析，对明年的工作做一个计划。希望公司\*\*认真看待我所做总结反映的问题和内容。

我自七月份进入公司，已将近半年的时光。初入公司时，我在市场开发部担任企划专员的工作，负责公司内刊与部门\*\*交代的一些相关任务。在此期间，工作虽不算勤勉却也认真负责。后部门调整，转入销售部，任职营销策划。工作期间努力尽责，对销售部\*\*交给的任务认真对待，尽快完成做好。

刚到公司时，我对房产行业并不熟悉，对新事物存在一个了解的过程，经过半年时间的学习和了解，我对房产行业有了一个概括和大致的认识，对我的策划和文案工作提供了很大的帮助，能够很快上手做出公司需要的方案、稿件。做为企业的门面，企业的窗口，自己的一言一行也同时\*\*了一个企业的形象。所以更要提高自身的修养，高标准要求自己。加强自己的专业知识和专业技能，广泛了解整个房地产市场的动态，走在市场的前沿。

企划宣传工作对房地产行业来说，是一个重要的窗口，是宣传企业文化的前沿。在以“为做好企业宣传”为目的的前提下，树立企业形象，打造企业品牌，与团队共同完成项目推介与产品的对外宣传工作，开展对外与业务和产品相关的宣传、公关活动，及时准确掌握社会公众对公司的意见，并反馈到公司；楼盘广告、期刊的写作、广告展牌及宣传资料的制作与发放，通过利用视觉信息活动传递给外界对企业的评价，塑造企业形象，与同行业的竞争对手产生差别化；向广大客户在意见和建议。

最后，公司的管理\*\*及薪酬假期等\*\*也应该一视同仁。

对明年工作的计划和建议：

1、在新的一年即将到来之时，一如既往的做好自己的本职工作，按时完成\*\*布置的各项工作。

2、在新的一年里，对未来的工作做好统筹规划。

3、在新的一年里，努力学习策划的相关专业知识，提高自己的专业水\*。

回首过往，展望未来，才能够对过去和未来作出反思，才能有所收获。敬呈公司\*\*过目！

**武汉地产活动策划工作总结11**

岁月不居!转眼间我来到xxx工作将近一年了。时间催促我即将告别20xx，憧憬激励我在20xx年开创事业的新高。为了更好地完成工作，总结经验，扬长避短，现将20xx年工作情况总结如下：

>一、工作汇报

自20xx年x月x日工作以来，我认真完成工作，努力学习，积极思考，工作能力逐步提高。伴随着xx房产的蓬勃发展，特别是20xx年又荣获“xxx”，我所工作的策划部作为公司的宣传部门尤为重要。对外宣传的每一篇资料，每一句话都代表着公司的形象。所有，我在实际工作中，时时严格要求自己，做到谨小慎微。

此外，火车跑的快还靠车头带，由于刚参加工作，无论从业务能力，还是从思想上都存在许多的不足。在这些方面我都得到了公司领导、部门领导的正确引导和帮助，使我在工作能力提高，方向明确，态度端正。从而，对我的发展打下了良好的基础。

>二、思想汇报

20xx年是我真真正正走上工作岗位的第一年，对于工作或者说事业，每个人都有不同的认识和感受，我也一样。对我而言，我通常会从两个角度去把握自己的思想脉络。

首先是心态，套用米卢的一句话“态度决定一切”。有了正确的态度，才能运用正确的方法，找到正确的方向，进而取得正确的结果。具体而言，我对工作的态度就是选择自己喜爱的，然后为自己的所爱尽自己最大的努力。我一直认为工作不该是一个任务或者负担，应该是一种乐趣，是一种享受，而只有你对它产生兴趣，彻底的爱上它，你才能充分的体会到其中的快乐。我相信我会在对这一业务的努力探索和发现中找到我工作的乐趣，也才能毫无保留的为它尽我最大的力量。可以说，懂得享受工作，你才懂得如何成功，期间来不得半点勉强。

其次，是能力问题，又可以分成专业能力和基本能力。对这一问题的认识我可以用一个简单的例子说明：以一只骆驼来讲，专业能力决定了它能够在沙漠的环境里生存，而基本能力，包括适应度、坚忍度、天性的警觉等，决定了它能在沙漠的环境里生存多久。具体到人，专业能力决定了你适合于某种工作，基本能力，包括自信力，协作能力，承担责任的能力，冒险精神，以及发展潜力等，将直接决定工作的生命力。一个在事业上成功的人，必是两种能力能够很好地协调发展和运作的人。

20xx年，我将以崭新的精神状态投入到工作当中，努力学习，提高工作、业务能力。积极响应公司加强管理的措施，遵守公司的规章制度。

>三、主要活动及成绩

1、20xx年4月，准备并参加xx房展会。主要工作为宣传资料准备、现场资料的收集与存档。

2、20xx年5月，准备企业内刊《xxx》的资料收集及酒店公寓资料的收集。

3、20xx年6月，返校一个月，考察xxx楼市。如：xxxx、xxxx、xxxx、xxx、xx商旅酒店(产权式)、假日酒店等。

4、20xx年7月，第二期《xxxx》收尾工作，与印刷厂协作印刷。撰写“xxxx项目说明”、“xxxx示范区可行性报告”等系列\*\*\*府报告。

5、20xx年8月，xxx

6、20xx年9月，网站文字改版工作全部完成，重新启动留言板功能。

7、20xx年10月，xxxx商业房产考察。

**武汉地产活动策划工作总结12**

拚搏、摸索、奋进的两个月多月已经过去，两个多月来，由从事市场一线的工作到研究市场进行项目营销策划,是从感性认识上升到理性认识层面的阶段，不断思索创新，感觉收获颇多。同时我带着兴奋、肩负责任度过了繁忙而又充实的两个多月！短短两个月，这是我人生转换的过程，是我职业方向发生改变的过程，是我成长的过程，从此有了对联东国际工业城经营理念、营销环境以及其使命更加了解；在赵总的全心帮助和大力\*\*下，我对工业地产项目策划由生疏到熟悉、从热爱到愿意为之付出的心路历程，同时我也深感责任重大。回顾总结两个月的工作，主要感受、心得，思路等其他几个方面总结如下：

>20xx年10月-12月工作总结

按照自己制定的工作思路及各阶段性工作目标，实出重点，讲究实效，勤思考，并通过努力，千方百计，不折不挠地开展工作，逐步推进工业城项目，提高其知名度。但从总体来说，是在摸索上升的阶段。

>一、工作进展情况回顾

第一次接触工业地产项目策划，对它的营销推广是一个陌生的、模糊的概念，经历了初期放水养鱼，摸着\*\*\*\*的艰苦探索后[网-找文章，到网]，初步明确了它的性质和方向。但任何工作都离不开人的主体元素。于是首先就从学会做人，踏实工作做起；其次是掌握国家和开发区宏观\*\*，企业本身内部环境和企业投资环境，比如开发区优惠\*\*、×××\*总体规划、行业发展动态和城市建设发展动态等；还有微观环境和园区竞争情况；再次是饮水思源，摸索有效的营销推广方案，经常思考这样的问题：怎样花最少的\*到最好的宣传效果？通过什么样的方式才能找到准客户？现阶段工业城项目还存在什么问题，应该先从哪方面入手解决营销难的问题？

>20xx年10月-20xx年12月的主要工作如下：

1、配合完成中秋晚会

2、协助完成汽配展活动

3、完成网络推广工作

4、积极配合公关活动

5、完成工业城招商的内部协调和调研，帮助完善招商基础资料

6、配合同事完成其他工作内容

7、推陈出新,不断完善营销思路,制定营销策略

8、完成临时\*\*代的任务

>二、基本工作情况和做法

(一)不怕困难，建立把项目策划好的信心。

认真分析新形势新情况，正视新挑战，沉着应对，及时调整工作策略。一是认真学习\*\*工业地产宏观环境和×××的相关\*\*和规划，提高对它的理解和认识，以积极的姿态迎接困难，树立信心，始终保持旺盛的工作精神，千方百计挖潜营销思路。二是注重市场信息的收集和鉴别、分析能力，应对竞争对手的营销策略和市场推广策略，以之来调整我们的营销战略和策略；三是积极争取\*\*的\*\*和帮助，在制定营销策略和市场推广方案的时候，由于各自存在思维差别，肯定会出现意见不一致的情况，但对出现的问题和遇到的难题，会认真\_把脉、会诊\_，及时调整方式方法。虽然我离完成公司期望指标和自己计划的目标还存在差距，但在目前严峻困难的形势下，我认为所付出的努力和艰辛一定不会白费。

(二)从细分市场找到目标客户

力求按照不同的特征来进行市场细分，市场细分有三条好处，一个是获得消费者高度的忠诚度，一个是保护适当利润，一个是容易获得成功。比如追求相似利益的企业、具有相同行业特性的企业、相同\*\*的企业等等。

虽然园区在设计研发的时候就进行了市场的细分，但是这种细分往往相对是粗线条的，因此在具体实施销售的时候有必要进行更为明确的目标市场细分，根据产品推广的不同阶段，针对更加明确的目标客户，使用合适的营销策略和方式。

(三)与世俱进，转变策划观念和思维模式。

工业地产作为客观存在的比较特殊的产品，其营销思路和推广方法也会与其他产品有所差别，尤其是民用地产，它的特点是以感性诉求为主。而工业地产的特点是从理性诉求的角度进行宣传策划。工业厂房的需求量及其目标客户群的隐蔽性和分散性，就决定了它的宣传模式必须创新和\*\*选择更具针对性。所以转变策划观念和思维模式是势在必行，把联东工业园打造成为具有全国前沿性和战略性的工业地产的典范。(四)提升自身专业素养和工作技能，提高工作效率 在常规工作的基础上，注重自身专业素养、沟通技能与工作能力的提升。自我抓基础、抓内功，一是抓实效工作，不断提高自我工作素质，使自己成为策划的行家里手；二是注重自我工作作风的培养及业务能力的提高，着力提高工作效能。

>三、存在的问题

目前在营销和宣传等方面存在的问题：

(1)信息网络

还不够健全，信息量和信息来源渠道还不够多。

(2)招商方式创新不够，仍以传统的为主，面对面接触居多，招商效率低；

(3)招商面还不够宽泛，信息含金量偏低。

(4)已建的厂房结构比较单一，缺乏个性化，不能切合市场企业多样化厂房需求的实际。

(6)给客户承诺的配套设施跟不上，工程不能同时完工。

(7)与\*\*2xxxx园区，横向纵向的比较，在价格上没有优势，价格相对偏高，尤其是销售价格。

(8)厂房的设计合理性和园区的规划不是市场需求的最佳体现

(9)工业城的定位缺乏远瞻性和市场引导性,内部招商\*\*结构建立的不科学，宣传推广的力度比较小。

>四、工作中的体会与思考

通过我两个月对工业地产营销的认识和实践，主要有以下几条体会和思考：

1、\*\*对营销的重视程度及其思想观念是营销策略的制定和营销思路能否成功施行的决定因素。

一是\*\*对部门或个人的重视，使得个人能力增强，获得更多的资源和协助，对营销方案的真正实施也有帮助，甚至可能扭转乾坤。二是战略重点的定位重视，比如说\*\*对工业城的主体思路，对投入产出比的概念的认识，要建立品牌就得加大投入，不断创新，连贯实施。实践证明，\*\*对指导性工作重视了，认识到位、支撑到位了，有机构，有人手，有支撑，有管理，有推动，事情就会办的更好。相反，倘若仍停留在\_等、靠、要\_的阶段，则只能走下坡路。

2、优化\*\*结构，畅通内部信息沟通渠道，明确责任，提高工作效率的是前提。

提高工作效率的关键是明确个人工作职责，部门分工明确，发挥个人专长，完善\*\*架构，\*\*结构扁\*化，保障信息沟通无障碍，事事有人做，人人有人管。

3、加快工业园的软硬件环境，完善营销\*\*，提高营销推广实施力度，加强公关是当务之急。

基于工业城要打造成知名的工业地产项目，提高工业城的核心竞争力是当务之急，也就对园区硬环境基础设施、厂房建筑档次、工业园规划档次等和软环境物业服务、物业管理、园区文化建设等方面提出更高要求。通过创新观念、盘活思路制定出有效科学的营销战略和营销策略，同时加强公关以辅助作用。

两个月来，我所取得的每一个进展，都是行政中心各位同事关心\*\*的结果，我还存在着许多不足，所能看到的成果不大，实现目标的距离还比较远，希望通过总结学习，不断提升自己，按照20xx年既定的目标前进，做好每一件事。

**武汉地产活动策划工作总结13**

回首在20xx年走过的历程，感慨甚多。从财务工作的转移加入策划的队伍，让我明白了知识的海洋就是一个无底深渊、学无止尽的真谛；时间跨度的延伸伴随着对策划认知高度的提升共同走过。回顾一年的工作经历，有业务上的高点，也有专业上需要提升之处。

20xx年，策划工作主要表现为；充分利用现有资源、项目优势，营造奥体中心项目营销氛围，整合南部及周边城市资源，下面是我个人对策划工作状况的简单回顾，做以下几方面总结：

一、20xx年策划工作完成情况

项目前期策划完成情况

1月—2月完成了新世纪购物中心和奥体中心财务统计、报表统计、协助新世纪房屋交接的办理和房交会展厅布置、活动推广参与、创新建议，以及日常的车辆保养维护、接送同事外出办事与公司设施设备管理、维护等工作完成。

3月份工作重心转向项目策划，完成了公司企业LOGO的创新设计、企业文化宣传手册的方案的落成与参与设计创作，以及日常的车辆保养维护、接送同事外出办事等工作。

4月份完成了企业文化宣传手册的设计与更改，协助新世纪购物中心售楼部的拆迁、布置临时奥体中心销售部现场，以及协助完成南部各大乡镇挂横幅标语、销售推广的创作和空中玫瑰的询价，以及日常的车辆保养维护、接送同事外出办事、户外广告巡查等工作完成。

5月份协助完成了人人农家乐广告牌、奥体中心指示牌的安装与该广告牌的广告设计、奥体中心开放日活动方案、奥体中心美操队的实施办法以及奥体中心销售、新世纪购物中心招商等广告的设计和健美操视频的剪裁，协助完成奥体中心业主花舞人间体验之旅的相关事宜，以及日常的车辆保养维护、接送同事外出办事、户外广告巡查等工作完成。

6月份完成奥体中心围栏、刀旗广告的设计和摄像机、奥体中心\*\*、放映厅设施设备询的询价，协助3D高清宣传片的修改、刀旗、奥体中心销售部闭路\*\*系统的安装位置落实与安装方案的落成，以及日常的车辆保养维护、接送同事外出办事、户外广告巡查等工作。

7月份协助完成了奥体中心刀旗、吸塑字，围栏广告、小道旗广告的制作安装和奥体中心销售部里面广告、销控表的设计、桌椅、沙发、窗帘等布置、放映厅音视频设备、闭路\*\*、等的制作安装，以及协助工程部装修销售部和日常的车辆保养维护、接送同事外出办事、户外广告巡查等工作完成。

8月份协助完成了奥体中心销售部盆栽的租赁摆放、销售电话的移机、宽带的安装、开放日前期的推广方案、所需广告的设计和开放日所需物料的准备、安排、计划、布置和当天活动举办等相关事宜，以及完成集团杂志广告的广告设计、LED节目的制作、更换和日常的车辆保养维护、接送同事外出办事、户外广告巡查等工作完成。

9月份的工作协助完成了国际钓鱼节、教师节的推广方案、钓鱼节所需DM单的设计、现场广告设计安装、刀旗拆装、小道旗转移、\*\*房广告位安装等待相关事宜，以及LED节目的制作、更换和日常的车辆保养维护、接送同事外出办事、户外广告巡查，参加跳健美操等工作完成。

10月的工作协助完成了奥体中心销售部包装方案的广告的设计与修改，卡通人物的询价等相关事宜，以及LED节目的制作、更换和日常的车辆保养维护、接送同事外出办事、户外广告巡查，参加跳健美操等工作完成。

11月份的工作协助完成奥体中心销售外立面的整体效果修改、现场广告包装、圣诞老人隔离带询价、招商DM单设计修改、落地看板广告创新设计现场安装，圣诞节前夕销售部节日快乐包装方案等相关事宜，以及LED维修、节目的制作、更换和日常的车辆保养维护、接送同事外出办事、户外广告巡查，参加跳健美操、刀旗手续的审批、处理应急小组互联网攻略等工作的完成。

12月份的工作完成了奥体中心招商DM单的最终修改和制作、设计了新世纪购物中心6楼的广告设计。协助完成了奥体中心销售部吸塑字拆装、节日快乐等泡沫字的询价、美好奥体不准夜城入口的广告围栏搭建、广告安装和销售部里面圣诞节包装等相关事宜，以及LED节目的制作、更换和日常的车辆保养维护、接送同事外出办事、户外广告巡查，参加跳健美操、刀旗手续的审批、处理应急小组互联网攻略等工作的完成。

二、工作中存在的不足

由于工作做得不够全面，在20xx年工作中仍存在以下的不足：

1、日常工作中与其它同事的沟通欠缺，工作开展得还不够充分。

2、创新意识还不够深入，没有达到公司要求的高度。

3、岗位专业知识还须提升。

三、20xx年策划主要工作标向

针对20xx年工作中存在的不足，为了更好地完成20xx年度的工作，将重点做好以下几个方面：

1、完善南部房地产市场数据库整理工作，建立健全奥体中心项目市场推广数据库，并进一步对县、市乃至全国同行业的商业地产项目、在建项目和经营项目进行了解，建立完善市场项目数据库。

2、继续奥体中心所有项目整合营销推广计划，完成项目的策划、包装、收集、汇总等工作；推进正在准备的策划方案，做好房交会、美好奥体熙城开盘的准备工作与推广事件营销等相关工作。

3、结合公司规划，\*\*相关人员研究制定策划工作规划，有效整合相关优势资源，形成对外开展策划工作的合力。

4、建立健全策划管理\*\*，实施策划工作\*\*，充分发挥策划部门的作用，整合工作资源，提升策划业务能力。

5、继续协助销售部根据市场动态做好营销方案的调整，充分利用各方\*台，认真筛选，提前做好项目营销的对接洽谈工作，扩大奥体中心项目对外宣传影响，提高公司形象，提高营销成效。

6、更深入了解公司的发展历史与企业文化，使自己更好地融入公司这个大家庭。

7、加强与同事之间的沟通，以利于工作的更高效开展。

8、坚持原则、落实\*\*，履行岗位职责。

9、做好保密工作，涉及到公司机密内容决不\*\*。

10、协助其他部门的工件，做到分工不分家，落实个人责任制，团结奋进、共同进步的工作作风。

11、要做好广告预前刊评估工作，要\_以四俩搏千斤\_的方式来应对广告燃钱的残酷事实，以少量的广告投入量来达到最大收获成效。

根据以上总结情况和20xx年度工作的安排，我作为策划执行人，要充分发挥个人职能，努力学习专业知识，让自己提高更快、实力更强、站得更高、走得更远，做得更好；并且做好\*\*、协调、策划、督促等工作，在房地产市场处于疲软的状态下，开展有效的营销策略，逐步有序的完善推广工作，提高项目的知名度、信誉度，达到热销的目的。以\_整合营销，提高品质内涵，加大信誉度\_来逐步建立新的客户群，从而提高南部房地产市场的占有率。

**武汉地产活动策划工作总结14**

在过去一个月的工作学习中，由于是刚刚接触这份工作和这个工种，有种担心兴奋，担心在很多方面不懂会做错，但也兴奋能在这样一个没有接触过的岗位上学习和进步。但总体来说在这一个月的工作学习中，我学习到了很多知识，从刚开始的无所适从到现在慢慢的适应自己应该要做什么，收获颇多。在过去的一个月工作学习中存在的不足与成绩如下：

>一、工作中存在的不足与问题

、在工作中的学习还没达到标准

在这一个月的工作学习中，我处于边工作边学习的状态，在从头开始学习，虽然在\*\*及同事的指导帮助下，学习了不少的知识，但对于市场\*\*及营销策划系统的学习还不够，对于市场\*\*及策划知识的学习深度还不够。

、对于整个项目存在的市场情况的了解深度不足

在将近一个月的\'工作中虽然对整体的市场情况有所了解，但在了解的过程中还不够详细，对于整体市场走向及行情了解的深度还不够深。在这方面包括对整体市场的存储量，市场的价格走势，\*\*\*的出台对于市场走势的影响等了解的还不够。

、对于市场的走势分析，市场行情的分析还不够

现在我还在模仿别人，包括写市场\*\*报告及其他的报告都在模仿别人格式及写法，而对于市场走势的分析及市场行情的分析却只是自己主观的、肤浅的看法。对于这方面的知识还不扎实需要进一步的学习，尤其是对于整体市场情况分析及认识，要在了解市场的情况下客观的做出自己的分析。

>二、工作的成绩

、对自身工作的性质得到了深层的认识

短短的一个月工作时间，但在这一个月内对于市场\*\*，营销策划这份工作有了新的认识，了解到这份工作的重要性。也了解到市场\*\*对于企业的决策及行走路线的重要性。市场\*\*做好了，那么对产品的定位、定价起到决策作用，那么对产品的销售是否顺利也起到关键作用。

、很快的进入了自己的工作角色

因为我以前没接触过这个工种，也知道这个工作的重要性。虽然很紧张，但却很快的进入了这个工作角色，了解到自己的工作职责，并进入角色开展工作。具体表现在，作为地产项目在进行市场\*\*的时候该从哪些方面入手，在\*\*其他项目的时候应该注意哪些要点，知道自己\*\*的重点是什么。这对于我以后开展更深层工作打下了良好的基础。

>三、下一阶段工作计划及安排

、对整体的市场情况进行深层的了解

在未来的工作中，我将对整体的长寿地产市场进行深层的了解，包括整体市场的存储量、整体的长寿地产市场的走势、价格行情、\*\*\*的出台对消费者的影响、\*\*隐隐出现的通货膨胀对市场的影响方面入手来进行\*\*。

、对专业知识的加强及学习

在未来一段的工作时间，我将会把重心放在学\*\*。系统的对市场\*\*及营销策划进行深层次的学习，一边工作一边学习，尽可能的在实践中学习，总结经验力求把以后的工作做到更好。

>四、对现在工作环境的感受及建议

对现在的工作环境，工作氛围，我非常满意，因为给了我一种家的感觉。同事们之间包括和\*\*之间很融洽，所有的同事在工作中都很努力，也很勤奋。在生活中大家更像一家人一样。所以说我非常喜欢这样的一个工作和生活环境。但是我也在工作中发现了一些现象，就这些现象我想提一些自己的建议。

我认为我们作为一个服务机构，那么我们在工作中就必须要体现出一种主人翁意识，也将要作为一种企业文化在所有的员工心中进行培养，所有的要有一种危机感，做任何工作时把自己当作企业的主人来对待，有这样一种企业文化，我们的企业将会走的更远，更久。所以我建议公司在这方面能有所考虑，从思想上对员工进行培训，让每个人在思想上有一种主人翁意识，在工作中将会很大程度上提高工作效率，给公司和所有人带来更大的利益。

这是我结合最近工作中看到的一些现象，提出的一些不成熟的建议，希望\*\*能给出更多的指导和帮助。

**武汉地产活动策划工作总结15**

当华美的叶片落尽，生命的脉络才历历可见。在这半年里我从一名还未初出茅庐的大学生到正式加入博思堂大家庭，从象牙塔般的大学校园来到一个充满未知和挑战的职场舞台，完成了一次华丽的转身。这一梦想

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