# 最新地产公司经理的工作计划(十三篇)

来源：网络 作者：空谷幽兰 更新时间：2024-06-10

*地产公司经理的工作计划一一、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...*

**地产公司经理的工作计划一**

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。

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!

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、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。我将尽我最大的能力减轻领导的压力。

以上，是我对20xx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20xx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20xx年新的挑战。

**地产公司经理的工作计划二**

4月份是个春暖花开的季节。3月份不论是辉煌还是昏暗，都已经成为过去，我们每个人都应该具有归零的心态。展开新的工作，迎接美好的每一天。20xx年4月的工作计划如下：

之前一直都是白经理每周给大家培训，其他人员偶尔会参与其中。从本月开始，培训人员以我为主，两名主管为辅，内容以房地产相关知识为主。其他人员也可以自告奋勇，关于培训就两点要求，一是要积极向上，二是要以工作息息相关。我暂时计划4月份前两节课由我培训，内容为谈客流程及谈客技巧，如果时间允许我想给大家讲一下，关于情商的问题。这些都与我们的工作和生活息息相关。

4月份的业绩目标目前还暂时未定，但是根据4月份的活动，我们跟开发商申请了一部分优惠的点位和付款比例，这个月的业绩目标一定要比上个月高。不论市场政策出现什么变化，只要我们一心一意的努力总会有希望，所以我计划暂定目标14套。源于本年的销售任务是个亿，在开盘前尽力销售，不能把希望都寄托在开盘，每个人都尽力而为。

目前售楼处只有8名可以接客户的销售，还有5名新人，这5名新销售争取早日上岗，达到可以接客户的标准。目前5名新人都已进入到模拟对练阶段，老销售们依然要付出一部分精力。等到新人全部上岗后，售楼处就变成了真正的战场，新人和老人之间就会发生一场没有硝烟的战争。有竞争就是有业绩，“比学赶帮超”才会发挥的淋漓尽致。

除了每天的例行工作外，利用闲暇时间多多学习，俗话说“技多不压身”，多学点东西对自己而言是成长所必须的。

以上就是我4月的工作计划，根据白经理制定的业绩，包括提升自己，我都会继续用心的做。争取4月份超额完成任务，这就是我最大的目标。

**地产公司经理的工作计划三**

进入某房地产公司工作的这段时间里，深知自己身上存在各种各样的问题和不足，在以后的日子里我要给自己进行重新定位，振奋信心、保持本色、重燃激情，在改掉自己不足的前提下努力学习知识提高自身各方面的能力，并做出了以下工作计划。

1、首先在个人心态方面不仅好好调整，无论在任何的困境下都要和公司和团队荣辱与共，共渡难关。用自己的良好的心态去影响身边的人和公司的团队。

2、其次对于个人在团队管理上存在的不足自己要制定出详细的团队管理目标和实施方案。

3、学习招聘面试方面的技巧，重视每次的招聘面试工作，每次在面试之前都要设计出面试的方案，尽可能为公司吸纳和留住优秀人才。

4、在培训工作方面，制定出详细的培训方针和大纲，每个月末都要根据实际情况做出下个月详细的培训计划，针对新人和老人区别做出培训计划。并尽努力严格按照培训计划执行。落实项目部日常的管理制度，并严格按照管理制度去执行，无论任何人只要触犯公司的原则问题都一视同仁绝不姑息，牢牢记住“管理即是严格的爱”。

5、针对自己的沟通不足问题。每周固定两次和置业顾问进行有效沟通。及时的了解并掌握置业顾问的心态和动态。

6、关于监督督促工作在春节前也要形成制度，有奖有罚奖罚分明。

7、关于执行力不足问题，制定出关于执行力不到位的奖罚措施，争取任何事情达到，高质量的去完成。关于做事拖沓问题，自己要从每天上班开始锻炼，要求自己每天上班必提前20分钟到项目部，制定出处罚措施由秘书监督进行处罚。

作为一名销售经理，我也有很多的不足之处，在执行力方面的欠缺，有时候性格的过于温和，对团队管理经验的不足，以及和下属沟通的欠缺，都给工作的进行带来了一定的困扰。想好更好的发展，这些缺点和不足都需要一一的克服和解决，我有信心能够很好的解决。

学习犹如逆水行舟，不进则退，深刻的认识到自身知识水平有限及能力的不足，对未来我充满着期待和信心，相信在公司领导不断的批评和指导下我会进步的更快，变的更加成熟。

**地产公司经理的工作计划四**

作为一名房地产的员工，怎么给公司带来更大的效益，自己赚更多的钱才是工作的唯一目标，为此一定要有属于自己的工作计划，结合自己的个人情况，制定工作计划才最好，我在公司的岗位只是一名水电安装员，在公司工作了两年了，成绩一直都非常的一般，在公司的反响也不大，今年的工作马上就要进入正轨，为此我为自己制定了以下的工作计划：

一、学习经验安装案例，总结经验

二、对方案能提出自己的想法

一名优秀的水电工，一定要能对公司设计师对房间的水电设计图提出自己的见解，毕竟自己才是专业的，怎么做才能更省材料，更方便，用什么材料最好都是值得考究的，不能一味的按照公司的设计图来走，哪怕自己知道这是非常不对的方案，但是有时候设计师也会有他的考虑，这就需要双方的沟通了解了。一个方案经得起推敲的，才能算的上是好方案。

三、总结自身，做出改变

我从我以往的工作来看，不难发现我做事太过于细致了，整个安装过程都是小心翼翼的，就好像是在完成一件艺术品一样，但是实际性作用并不大，虽然我的安装结果得到过领导的赞赏，但是却得到了不少公司同事们的鄙夷，因为在我非常认真仔细的安装背后肯定是要浪费很多的时间，一定程度上耽误了他们后续工作的开展。更何况这些线路管道最后都要被沙子水泥掩埋的，好不好看一点也无所谓的，我只要保证整个线路管道能正常的使用就可以了，我今后也会注意，改变自己的这个习惯，尽可能的给后面等着施工的同事节省时间。

**地产公司经理的工作计划五**

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。

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，并按市场细分与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、差益额和纯利润等的资料。

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。

1.机会与挑战分析

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。

2.优势与劣势分析

应找出公司的优劣势，与机会和挑战相反，优势和劣势是内在因素，前者为外在因素，公司的优势是指公司可以成功利用的某些策略，公司的劣势则是公司要改正的东西。

3.问题分析

在这里，公司用机会与挑战和优势与劣势分析的研究结果来确定在计划中必须强调的主要问题。对这些问题的决策将会导致随后的目标，策略与战术的确立。

四、目标

此时，公司已知道了问题所在，并要作为与目标有关的基本决策，这些目标将指导随后的策略与行动方案的拟定。

有两类目标-----财务目标和市场营销目标需要确立。

1.财务目标

每个公司都会追求一定的财务目标，企业所有者将寻求一个稳定的长期投资的盖率，并想知道当年可取得的利润。

2.市场营销目标

财务目标必须要转化为市场营销目标。例如，如果公司想得180万元利润，且其目标利润率为销售额的10%，那么，必须确定一个销售收益为1800万元的目标，如果公司确定每单元售价20万元，则其必须售出90套房屋。

目标的确立应符合一定的标准：

·各个目标应以明确且可测度的形式来陈述，并有一定的完成期限。

·各个目标应保持内在的一致性。

·如果可能的话，目标应分层次地加以说明，应说明较低的目标是如何从较高的目标中引申出来。

五、市场营销策略

应在此列出主要的市场营销策略纲要，或者称之为”精心策划的行动”。在制定营销策略时往往会面对多种可能的选择，每一目标可用若干种方法来实现。例如，增加10%的销售收益的目标可以通过提高全部的房屋平均售价来取得，也可以通过增大房屋销售量来实现。同样，这些目标的每一目标同样也可用多种方法取得。如促进房屋销售可通过扩大市场提高市场占有率来获得。对这些目标进行深入探讨后，便可找出房屋营销的主要策略。

策略陈述书可以如下所示：

目标市场：高收入家庭，特别注重于男性消费者及各公司，注重于外企。

产品定位：质量高档的外销房。有商用、住家两种。

价格：价格稍高于竞争厂家。

配销渠道：主要通过各大著名房地产代理公司代理销售。

服务：提供全面的物业管理。

广告：针对市场定位策略的定位的目标市场，开展一个新的广告活动，着重宣传高价位、高舒适的特点，广告预算增加30%。

研究与开发：增加25%的费用以根据顾客预购情况作及时的调整。使顾客能够得到最大的满足。

市场营销研究：增加10%的费用来提高对消费者选择过程的了解，并监视竞争者的举动。

六、行动方案

策略陈述书阐述的是用以达到企业目标的主要市场营销推动力。而现在市场营销策略的每一要素都应经过深思熟虑来作回答：将做什么?什么时候去做?谁去做?将花费多少?等等具体行动。

七、预计盈亏报表

行动方案可使经理能编制一个支持该方案的预算，此预算基本上为一项预计盈亏报表。主管部门将审查这个预算并加以批准或修改。

八、控制

计划的最后一部分为控制，用来控制整个计划的进程。通常，目标和预算都是按月或季来制定的。这样公司就能检查各期间的成果并发现未能达到目标的部门。

有些计划的控制部分还包括意外应急计划，简明扼要地列出可能发生的某些不利的情况时公司应采取的步骤。

**地产公司经理的工作计划六**

展望20xx年是充满机遇和挑战的一年，根据\*\*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，这将是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\*\*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20xx年工作计划如下：

一、配合当地政府和相关职能部门促进路的拆建工作，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m2，计划在xx年12月份全部竣工。1#、2#、3#建筑面积 m2，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\*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\*平方米，总户数\*套，计划实现销售超亿元。预计上缴税费、行政规费约\*\*万元。

四、质量安全和服务计划实施

xx年元月末，随着号楼的竣工验收和其他住宅、部分沿街商舖相继结頂、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。

**地产公司经理的工作计划七**

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的工作计划。

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。

**地产公司经理的工作计划八**

一、销量指标：

上级下达的销售任务30万元，销售目标35万元，每个季度万元

二、计划拟定：

1、年初拟定《年度销售计划》;

2、每月初拟定《月销售计划表》;

三、客户分类：

根据接待的每一位客户进行细分化，将现有客户分为a类客户、b类客户、c类客户等三大类，并对各级客户进行全面分析。做到不同客户，采取不同的服务。做到乘兴而来，满意而归。

四、实施措施：

1、熟悉公司新的规章制度和业务开展工作。公司在不断改革，订立了新的制度，特别在业务方面。作为公司一名部门经理，必须以身作责，在遵守公司规定的同时全力开展业务工作。

2、制订学习计划。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。适时的根据需要调整我的学习方向来补充新的能量。专业知识、管理能力、都是我要掌握的内容。知己知彼，方能百战不殆。

3、在客户的方面与客户加强信息交流，增近感情，对a类客坚持每个星期联系一次，b类客户半个月联系一次，c类客户一个月联系一次。对于已成交的客户经常保持联系。

**地产公司经理的工作计划九**

时间过得真快，转眼间我们即将进入新的一年。新年是充满挑战、机遇和压力的一年，对我来说也是非常重要的一年。因此，我制定了一个工作计划，现在计划如下：

上级下达的销售任务30万元，销售目标35万元，每季度7万元，5万元

1.《房地产年度销售计划》是年初起草的

2.每月初拟《房地产月销售计划表》

根据收到的每个客户，将现有客户分为三类：a类客户、b类客户、c类客户，对各级客户进行综合分析。实现不同的客户，采用不同的服务。愉快地来，满意地回。

1、熟悉公司新的规章制度和业务工作。该公司不断改革和建立新系统，尤其是在商业领域。作为公司的部门经理，你必须自己承担责任，在遵守公司规定的同时，尽最大努力开展业务工作。

2.制定学习计划。学习对于业务人员来说非常重要，因为它直接关系到一个业务人员与时俱进的步伐和业务活力。根据需要调整自己的学习方向，补充新能源。专业知识和管理能力都是我想掌握的内容。只有知己知彼，才能百战不殆。

3.加强与客户的信息交流，增加感情，坚持每周联系一次a类客户，半个月联系一次b类客户，每月联系一次c类客户。始终与已经达成交易的客户保持联系。

**地产公司经理的工作计划篇十**

度过了紧张的20\_\_年之后，房地产行业总算是保住了市场上的地位。我在房地产公司上班也是有很长时间了，对房地产市场的情况不说是十分的了解，但总是还有点造诣的。相信随着市场的逐渐回暖，房地产市场是会回到一个正确的轨道中来的。我对房地产公司的前景还是比较看好的，所以我会一直坚持在房地产公司上班!

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!

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毛司的员工。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。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。

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，更多的挑战在等着我，我已经做好准备了。在新的一年，我相信我能够做的更好，这是我肯定灰要做好的。展望这过去一段时间的工作，我对将来的工作有了更多的期待，我相信我能够做的更好。在不断的发展中，公司得到了进步，我的知识和业务水平也都得到了进步，相信自己一定能够做好，20\_\_年，我一直在期待!

**地产公司经理的工作计划篇十一**

公司的发展离不开员工的整体素质、公司的方针和团队建设。提高执行力水平，建立良好的销售团队，拥有良好的工作模式和工作环境是工作的关键。作为一名销售经理，我制定了一个为期一年的工作计划，以使我的销售部门的各个方面顺利工作。

1.销售目标

今年销售的基本目标是做月利润表。根据公司下达的销售任务，根据具体情况分解成月、周、日；向每个销售人员分解每月、每周和每天的销售目标，并完成每个时间段的销售任务。并在完成销售任务的基础上提升销售业绩。

2.建立一个相对稳定的熟悉业务的销售团队。

人才是企业最宝贵的资源，所有的销售业绩都来源于拥有一个优秀的销售人员。建立一个团结合作的销售团队是企业的基础。在明年的工作中建立一个和谐而有杀伤力的团队是一项重大任务。

3.完善销售体系，建立一套清晰系统的业务管理方法。

销售管理是企业长期存在的问题。销售人员出差，看到客户处于放任自流的状态。完善销售管理体系的目的是使销售人员在工作中发挥主观能动性，对工作有高度的责任感，提高主人翁意识。

4.培养销售人员发现问题，总结问题，不断完善自己的习惯。培训销售人员发现和总结问题的目的是提高销售人员的综合素质，发现和总结工作中的问题，提出自己的意见和建议，从而将业务能力提高到一个新的水平。

根据今年出差期间遇到的一系列问题，由于预定客户突然更改行程、违约、车辆不在家，导致预定行程中断，无法顺利完成出差目的。造成时间和金钱的浪费。

以上是我的销售工作计划。希望我们公司蒸蒸日上！如果计划有问题，请批评指正。

**地产公司经理的工作计划篇十二**

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。

一、 环境分析

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;

(2) 整体总价低，对一般工厂管理层有巨大吸引力;

(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

(1) 周边工厂均为效益、福利待遇较良好的企业，使得工业人群收入逐步提高，

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

1、35-60岁之间经济富裕有投资意识或习惯的投资者;

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。

(2)制订针对性宣传，加强知名度，以广告炒作带动销售;

(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

考虑到项目投入、总价等方面相对比较低，不适合投入大量宣传费用的原则，同时结合元旦，根据实际情况，作出以下三种主要的针对性营销推广方法：

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，媒体投放推荐：今媒体 选择理由：今媒体，无须订阅，且送报对象主要为商铺以及公司，此类人群具备投资意思并有相对的购买能力。

宣传主题：元旦促销限时钜惠，团购优惠活动

接收人群：城区内商业经营户，公司白领、具备一定投资实力的人群

4、电话营销

由于目前客户数据库尚不够完全，电话营销效果不明显，但是回访工作仍要做到位，同时分两步进行：

(1) 针对之前前来看房的客户进行一系列的宣传促销优惠，团购等等信息通知工作。

(2) 促销活动后，将及时记录下来的看房客户进行持续跟踪回访工作。

六、 线下准备

1、道路指引牌的工作落实;

2、咨询处的活动包装工作;

3、三级市场——中介公司的放盘工作;

4、各项优惠制订;

**地产公司经理的工作计划篇十三**

一、策划的总体思路

1.全面把握：首先是建立在对当前最优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，从而实现最优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、超越同行业的最高水平，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，规划用地位于某某某某西路北侧，某某某路东侧、某某中路西，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)

商铺部分：约15000㎡

商住部分：

销售住宅：约17000㎡

返迁住宅面积：约10000㎡

绿化面积约3000㎡(包括平台绿化)

地下建筑：约6000㎡

3.相关部门给定的规划设计要点

某某市规划局建设用地规划设计要点(略)

4.用地红线图

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

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。

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。

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。

综合提升某某某某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，颠覆旧有商业格局。

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。

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