



二手房销售工作计划范本

Second hand housing sales work plan model

(销售工作计划)

姓 名：_____

单 位：_____

日 期：_____



二手房销售工作计划范本

计划简介：经常制订工作计划，可以使人的生活、工作和学习比较有规律性，养成良好的习惯，因为习惯了制订工作计划，于是让人变得不拖拉、不懒惰、不推诿、不依赖，养成一种做事成功必须具备的习惯，本内容由人工校对，请预览觉得合适可以下载直接打印使用。

【篇一】

一、业务的精进

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。201x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！

【篇二】

一、年度营销指标完成情况

201x 年度营销管理部计划实现商品房销售签约额 4299.98 万元以上，实际

完成 5017.88 万元，其中：开原地王国际花园项目实际完成签约额 4338.38 万元；抚顺大商中心城项目实际完成签约额 407.03 万元；塞纳家园项目实际完成签约额 272.47 万元。超额完成签约额 717.9 万元，计划完成比例为 117%。

201x 年度营销管理部计划实现商品房销售资金回收额 3439.97 万元以上，实际完成 4450.36 万元，其中：开原地王国际花园项目实际完成资金回收额 3672.02 万元；抚顺大商中心城项目实际完成资金回收额 427.9 万元；塞纳家园项目实际完成资金回收额 350.44 万元。超额完成资金回收额 1010.39 万元，计划完成比例为 129%。

20xx 年度营销管理部销售费用计划控制在 476.33 万元以下,实际支出 361.26 万元，其中：开原地王国际花园项目实际支出 219.59 万元；抚顺大商中心城项目实际支出 44.86 万元；塞纳家园项目实际支出 96.81 万元。20xx 年度节省销售费用支出 115.07 万元，计划完成比例为 76%。

(营销费用以财务最终调整完的数据为准)

(以上数据统计时间截止到 201x 年 12 月 31 日)

二、201x 年度营销工作总结

进入 201x 年以来，宏观经济方面，中央经济会议指出保持经济运行在合理区间，强调深化改革，做到“调速不减势，量增质更优”，我国经济仍在改革中平稳前行，但由于内外部因素影响，经济增长将进一步放缓。货币信贷方面，中央仍将继续实施积极的财政政策和稳健的货币政策，其中，“积极的财政政策要有力，货币政策要更加注重松紧适度”，面对当前不断增加的经济下行和通缩压力，

整体货币环境保持稳健。房地产政策方面，限购限贷等行政手段逐渐退出，调节回归市场化，长效机制逐步建立，同时受不同城市市场分化影响，地方政策调整

也更趋灵活。

市场趋势方面，根据“中国房地产中长期发展动态模型”分析，宏观经济在结构转型中增速略有放缓，货币环境稳健，调控回归市场化的背景下，201x年全国房地产市场呈现出“销售面积小幅回升，新开工期稳，投资增速持续放缓”的特点。成交方面，201x年货币政策支持力度进一步加大，购房需求有序释放，商品房销售面积小幅回升。201x年市场仍以去库存为主，价格保持平稳或小幅下跌，但不同城市价格表现分化，一线城市和少数热点二线城市存在上涨压力。

综上所述，在熬过低迷的201x年房地产熊市，期盼201x年市场转机。年初开发公司与集团签下商品房销售签约额4300万元的责任状。本年度虽有新政发布、金融调整、舆论导向等利好频现，但市场形势依然严峻，并未实现托市目标。面对201x年扑朔迷离、楚囚对立的市场环境，开发公司各项目在201x年度能够实现营销指标，离不开集团、公司领导的倾力关怀，离不开公司各部门的通力配合、离不开房实营销团队的不懈努力，现将201x年度营销工作总结如下：

(一)根据市场动态适时调整价格策略

年初抚顺项目周边竞品价格下浮明显，营销管理部通过实地走访、电话调研、明访、暗调等方式，保证调研信息准确真实。在摸清市场脉搏、掌握竞品动向的同时，对房产新政、市场形势、竞品变化等诸多问题进行深度研讨。为促进项目现场房源销售，在c地块剩余的555套房源中优选103套房源进行价格下探，及时与市场价格保持一致。

开原项目在上半年结合自身特点，通过成交转轮抽大奖、加大购买楼王客户

及一次性付款客户的优惠力度、赠送装修基金、赠送洗车卡等多项优惠形式，
使成交价

格保持在区域内合理水平。既在价格方面与竞品顺利接轨，又规避了前期成交客户心理产生质疑的风险。进入下半年后，开原市场形势未见好转，价格方面持续下滑，营销管理部在开发公司领导的指导下，通过制定买楼王赠送非住宅产品的优惠组合、划定特价房源等方式，使销售现场房源价格形成即可保证高价顶账，又可进行低价销售的双轨并行模式。

价格策略的及时、准确调整，对开发公司完成全年销售指标起到了重要的保障作用。

(二) 齐心并力精兵简政，实现减员不减效

201x 年度是集团的调整、优化、强化管理年，开发公司在年初也明确了“以销售为中心”、“以成本控制和强化管理为重点”的工作重心。进入 201x 年以来，集团、公司提出减员增效，对于开发公司营销管理部人手本不富裕的实际情况来说，精简难度属实很大。营销管理部面对人员调整的大方向出令则行，年度减员共计 5 人，在对离职人员工作进行妥善交接的同时，也重新调整了公司各项目部内的工作分工及工作流程，做到精兵简政。

减员后的工作压力的确有所增加，为保证做到减员不减效，努力调动部门员工的工作积极性的同时，结合骨干员工的培养计划，适度加大骨干员工的权责范围，使骨干员工的工作带头作用发挥化。因此，在部门内骨干员工的带领下，在部门经理的监督下，在公司领导的关怀下，各项目销售及相关工作保持平稳运行，实现了减员不减效。

(三) 调整推广渠道为销售业绩破冰突围

为保证全年指标时间过半任务过半以至最终的顺利达成，开发公司总经理多次组织召开营销工作研讨会，探寻销售形势所处寒冰窘境的突围之道。如何使宣传推广既有创新、又有突破，如何提升销售现场客户到访的数量和质量、如何促

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。
如要下载或阅读全文，请访问：

<https://d.book118.com/237152121016006063>