

房地产区域规划 区域经理工作计划(通用6篇)

时间过得真快，总在不经意间流逝，我们又将续写新的诗篇，展开新的旅程，该为自己下阶段的学习制定一个计划了。通过制定计划，我们可以更好地实现我们的目标，提高工作效率，使我们的生活更加有序和有意义。那么下面我就给大家讲一讲计划书怎么写才比较好，我们一起来看一看吧。

房地产区域规划 区域经理工作计划篇一

本人是早20xx三月份来到本公司的，之前从未接触与了解过此类行业与工作性质，但是，在公司这个大家庭，各位哥哥姐姐对我的帮助以及包容，从陌生到了解的过程中，让我一点点的进步，成长再成长，感谢人民感谢党，感谢组织对我的培养，对此是十分心存感恩以及感谢的，好了，废话就不多说了，就说下我20xx的进步吧！

1 熟悉了公司的工作流程

记得刚来公司时，是个啥也不懂得毛毛小丫头，不知道怎么借货，不知道怎么入账，不知道怎么交款，也不知道怎么减货，什么都弄的乱起八糟的，都是公司行政部的各位姐，一直对我的教导帮助与包容，让我一步一步慢慢的熟悉了这些流程，所以，对于我的这些进步，首先是要感谢她们的！虽然有时候会骂我，会吼我，但是我知道，每个人的表达方式是不一样的，她们这也是爱我喜欢我的一种别样表达，所以，在这里，深深地，谢谢！！

2 了解了市场各个店的位置及老板脾性

因为之前一直是在从事幼儿行业的，所以对各个店的地理位置及老板就不是很熟悉，甚至说都不知道在哪儿，有的地点

因为不能合理安排而全给搭在了路上，白白浪费了时间浪费了精力，所以，对于这次的进步，首先感谢zz□zz□zz对我的帮助，在他们耐心以及不辞辛苦的帮助下，我逐渐熟悉了各个店的地理位置，以及合理路线，其次，感谢公司的各位姐和哥了，名字就不一一叙述了，大家都懂了，在他们的帮助下，我学会了与老板打交道，学会了正确的表达公司对市场的种种政策。这对于以前的我来说，真的是大进步了，以前我表达，真的是很欠缺，有时自己都是云里雾里的，所以，对于这些进步，我真诚的想对你们说，谢谢!!

对于不足，废话就不多说了，我总结了两点，随性与表达问题

1 随性

凡是了解我这个人的吧，都可能大概都了解那么一点，不管是对人或对事以及或对工作，都有点太随性，怎么说呢，就是心情好就很努力的去工作，心情不好就有点敷衍的去完成工作，对于这点，我认为十分不正确的，不管对于工作还是对于事，我这样都是不正确的，我应该保持乐观的心态去对待任何工作任何事，不能让情绪左右了我的思想，但是，俗话说的好，人生不如意总有那么两三，所以，对于这种每隔段时间就有的不良情绪要及时调节与改正，争取每天以健康的心态及生活态度来面对新的一天，新的工作!

2 表达

还是那句话，凡是了解我的人，或者说是和我说过话的人都知道，我，话真多，呵呵，这个吧，虽然不算缺点，也算不上是优点，尤其是话多吧，还表达不对点，说话从来不过脑，对于这点我真的是深有感悟，俗话说的好，祸从口出，我觉得吧，我表达不清楚问题是因为我大脑里的思路不清晰，往往没想好就争先表达，所以总是让人云里雾里，也让我云里雾里，甚至说，容易得罪人，也容易让人生气，以及顺带的

觉得不成熟，还是孩子的感觉，往往让人不能对我表达的问题引起重视，所以，以后说话表达一定过下大脑，思路一定要清晰再表达，争取不再像以前那样咋咋呼呼的！

最后，在20xx年末□20xx年初，我感谢公司给了我一个发展与成长的机会，感谢公司各位姐与哥对我的帮助与包容，在新的一年里，一定不辜负你们的期望，努力进步，健康成长！

房地产区域规划 区域经理工作计划篇二

1□20xx年全年完成任务的计划，任务分解分析。

2、保障完成任务的方式：

1) 用服务打动顾客，维护好老顾客。

2) 增强导购的销售技巧：加强培训，能正确运用到实际销售中。增加店里的骨干力量。

3) 统一思想，紧盯目标任务不放松，劲往一处使，

4) 加强外围宣传，增加新的客源。

5) 优化库存，加强导购的断货意识。

6) 多了解适时社会团队活动，抓住时机，挖掘潜在的团购顾客。

7) 公司要搞得一些活动我们尽力抓住机会提升销量。

营销计划

1□20xx年全年促销计划：三八妇女节：以旧换新的活动基础上有有利于女人的活动（如：三八当天买女裤可以享受抽奖

活动) 五一: 随公司的活动。父亲节、母亲节: 节日当天为父母买裤子的顾客由百圆裤业为他父母送出的一份礼品。

2、全年顾客管理

a□vip顾客管理:

- 1) 节假日、生日送祝福短信;
- 2) 换季时有新品到店首先及时通知;
- 3) 公司有活动及时通知;
- 4) 把经常消费、很多人用一张卡的顾客分类管理

b□普通顾客管理: 尽快让普通顾客晋升成vip□(经常提醒顾客差多少分就可以晋级了)

c□特体顾客管理:

d□团购顾客管理:

1、区域经理所要开发课程 (3—4个课题)

2、全年12次的培训计划。

3、区域四个季度的内训计划

4、店内不同岗位的货品培训计划

1、区域各店分价位、断货、新品的不同陈列推广计划。(附表)

2、如何定义区域内各店的产品定位, 产品差异化的分析。

（附表）

房地产区域规划 区域经理工作计划篇三

金立基公司从1996年进入粘合剂行业，经过10多年的发展，已经在印后包装行业这个细分市场取得了不错的成绩，但是业务的发展还是局限在珠三角尤其是广东地区。而据不完全统计整个广东省生产同类产品的厂家不下500家，而胶水行业是一个技术门槛相对较低的行业，导致了行业竞争已经呈现一种白热化状态，带来的直接后果是市场的萎缩和毛利率的下降。公司要想取得进一步扩张和规模效益，已经不能仅仅局限于珠三角市场，另外国家区域经济的振兴计划让长三角以及中西部地区的工业呈现快速增长的过程，其中当然包括印后包装行业，公司管理层在此种环境下做出走出广东、开拓全国市场的决策是非常英明的。我有幸能够参与这场抢占全国市场，塑造金立基品牌的战斗中，感到非常自豪，但是也深感任务的沉重，以下是我根据公司决策层制定的销售计划而做出的区域市场开发计划，仅作参考，希望能对公司有所帮助，请帮忙斧正！（此计划以华东区为目标区域）

根据公司整体规划，今年6到12月份华东区6省2市（浙江省、江苏省、四川省、山东省、安徽省、湖北省、上海市、重庆市）共承担销售指标1092万，其中包括直营店3家（销售定额180万，每人每月7.5万），开发大、中型专业客户（终端）13家以上（销售定额720万，每人每月30万），开发经销商4家（销售定额192万，每家每月8万）。充分利用行业内大客户影响力和杠杆效应，带动中小客户的销售。另外通过设立直营门店以及广告宣传等方式让当地市场对金立基的产品和服务有个初步的了解，透过经销商和业务人员的努力，实现业务的快速增长和品牌形象的初步建立。

华东市场是金立基从来没有涉猎的空白市场，没有任何经验作为借鉴，并且今年留给我们的时间并不多，任务的艰巨程度可想而知。要想保证销售任务能顺利地完，必须要有一

个完整而细致的规划作为指导。

第一阶段（5月8号至6月30号）

区域经理和营销人员一起细分区域，要把握以下几个原则：第一，为了方便区域经理的管理工作，区域办事处所在城市要由区域经理亲自负责。第二，公平原则，每个营销人员所负责区域以及承担指标成正比，指标可以根据以后市场的实际情况作适当调整，第三，自愿原则，营销人员可以根据自己的实际情况选择自己熟悉或者有优势的区域，前提是其他人员也同意。若两个营销人员选择同一个区域，则采取“抓阄”方式决定。区域一旦划定短期内将不会再做更改，营销人员必须严格遵守公司规定，不得跨区销售或报价，特殊情况需报区域经理批准方可。

2) 业务员spin技巧培训（5月10日上午）

1. 首先，利用情况性问题[situation questions]（例如贵司生产什么样产品？…）来了解客户的现有状况以建立背景资料库（行业、产品、目前选用哪家供应商…），从业人员透过资料的搜集，方能进一步导入正确的需求分析。此外，为避免客户产生厌烦与反感，情况性问题必须适可而止的发问。

2. 然后，营销人员会以难题性问题[problems questions]（如你的保障够吗？对目前所使用产品满意吗？…）来探索客户隐藏的需求，使客户透露出所面临的问题、困难与不满足，由技巧性的接触来引起准保户的兴趣，进而营造主导权使客户发现明确的需求。

3. 其次，营销人员会转问隐喻性问题[implication questions]使客户感受到隐藏性需求的重要与急迫性，由从业人员列出各种线索以维持准客户的兴趣，并刺激其购买欲望。

2、区域营销人员在去对应城市拜访客户之前要提交拜访计划

给区域经理，经区域经理同意才可出差。销售人员每周六之前将自己在本周在本周的工作情况汇总成文档形式提交给区域经理，其中必须包括拜访客户公司名称，拜访人姓名，职位，谈话内容以及取得成效，竞争对手相关信息等资料，不得随意编造，否则不批相关费用报销。

3、营销人员在每个月的5号之前将自己的出差费用报销发票贴好，交给区域经理签字批准后统一寄回给公司。必须要有相应的正规发票，不得用其它不想干发票“滥竽充数”，一旦发现不予报销。

4、营销人员开发出来的任何客户都是公司客户，无条件接受公司重新分配，一切要以公司利益为上，不得利用公司资源谋私人福利。一旦发现有违背此条，视情节轻重做出警告以至开除的惩罚。

5、团队内部要团结一致，互相帮助，严格遵守区域划分界限，不得跨区域开发客户，特殊情况必须报区域经理批准方可，禁止“先斩后奏”行为。

6、销售人员作为公司的形象代表，在与客户交往的过程中必须对自己进行严格要求，注意自己的言行举止得体、衣着打扮干净整洁，不做任何对公司形象有损的事情。

1，营销费用的支持，要让马儿跑就不能让马儿为草担心。所以我希望公司能够在前两个月给予业余人员出差费用（住宿费，车费，电话费，公关费）的全额实报实销，每月每人不超过5000元，之后根据销售量酌情增减。并且准予业务员在下派区域市场之前向公司预借一定额度的费用（3000左右），时候根据实际报销费用多退少补。另外因为本次出差外省的营销人员自身都没有太多的资金可以垫支，所以希望公司对于外省市场的报销费用尽量能在收到报销发票后的三个工作日内审核完毕并给予报销。

2, 产品价格的支持, 要想成功进入一个新兴市场, 必须首先攻克当地业界具备一定影响力的大型客户, 找到切入点以后才能以点带面充分发挥其杠杠效应, 撬动整个市场。因此在面临此种类型的客户的时候, 一定会出现客户强烈要求我们提供其大客户的优惠价格, 希望公司在定价基础上适当考虑对此种客户给予一定幅度的优惠。

3, 产品供应及物流的支持, 在客户和供应商合作的初期, 往往是供应商没有太多话语权的时候, 所以在这段时间我们务必要保证供货的稳定和交货期的正常。

4, 业务方式支持, 对于攻克某些重要客户发生的公关费用, 以及佣金等方面, 希望公司政策能够给予灵活支持。

在公司领导高屋建瓴的战略规划和倾力支持下, 本区域全体营销人员将竭尽全力, 充分发挥集体智慧, 坚决执行公司整体营销战略方针, 努力完成全年销售目标任务。

房地产区域规划 区域经理工作计划篇四

金立基公司从1996年进入粘合剂行业, 经过10多年的发展, 已经在印后包装行业这个细分市场取得了不错的成绩, 但是业务的发展还是局限在珠三角尤其是广东地区。而据不完全统计整个广东省生产同类产品的厂家不下500家, 而胶水行业是一个技术门槛相对较低的行业, 导致了行业竞争已经呈现一种白热化状态, 带来的直接后果是市场的萎缩和毛利率的下降。公司要想取得进一步扩张和规模效益, 已经不能仅仅局限于珠三角市场, 另外国家区域经济的振兴计划让长三角以及中西部地区的工业呈现快速增长的过程, 其中当然包括印后包装行业, 公司管理层在此种环境下做出走出广东、开拓全国市场的决策是非常英明的。我有幸能够参与这场抢占全国市场, 塑造金立基品牌的战斗中, 感到非常自豪, 但是也深感任务的沉重, 以下是我根据公司决策层制定的销售计划而做出的区域市场开发计划, 仅作参考, 希望能对公司有

所帮助，请帮忙斧正！（此计划以华东区为目标区域）

根据公司整体规划，今年6到12月份华东区6省2市（浙江省、江苏省、四川省、山东省、安徽省、湖北省、上海市、重庆市）共承担销售指标1092万，其中包括直营店3家（销售定额180万，每人每月7.5万），开发大、中型专业客户（终端）13家以上（销售定额720万，每人每月30万），开发经销商4家（销售定额192万，每家每月8万）。充分利用行业内大客户影响力和杠杆效应，带动中小客户的销售。另外通过设立直营门店以及广告宣传等方式让当地市场对金立基的产品和服务有个初步的了解，透过经销商和业务人员的努力，实现业务的快速增长和品牌形象的初步建立。

华东市场是金立基从来没有涉猎的空白市场，没有任何经验作为借鉴，并且今年留给我们的时间并不多，任务的艰巨程度可想而知。要想保证销售任务能顺利地完 成，必须要有一个完整而细致的规划作为指导。

第一阶段（5月8号至6月30号）

区域经理和营销人员一起细分区域，要把握以下几个原则：第一，为了方便区域经理的管理工作，区域办事处所在城市要由区域经理亲自负责。第二，公平原则，每个营销人员所负责区域以及承担指标成正比，指标可以根据以后市场的实际情况作适当调整，第三，自愿原则，营销人员可以根据自己的实际情况选择自己熟悉或者有优势的区域，前提是其他人员也同意。若两个营销人员选择同一个区域，则采取“抓阄”方式决定。区域一旦划定短期内将不会再做更改，营销人员必须严格遵守公司规定，不得跨区销售或报价，特殊情况需报区域经理批准方可。

2) 业务员spin技巧培训（5月10日上午）

1. 首先，利用情况性问题 [situation questions] 例如贵司生

产什么样产品？…）来了解客户的现有状况以建立背景资料库（行业、产品、目前选用哪家供应商…），从业人员透过资料的搜集，方能进一步导入正确的需求分析。此外，为避免客户产生厌烦与反感，情况性问题必须适可而止的发问。

2. 然后，营销人员会以难题性问题[problems questions]（如你的保障够吗？对目前所使用产品满意吗？…）来探索客户隐藏的需求，使客户透露出所面临的问题、困难与不满足，由技巧性的接触来引起准保户的兴趣，进而营造主导权使客户发现明确的需求。

3. 其次，营销人员会转问隐喻性问题[implication questions]使客户感受到隐藏性需求的重要与急迫性，由从业人员列出各种线索以维持准客户的兴趣，并刺激其购买欲望。

2、区域营销人员在去对应城市拜访客户之前要提交拜访计划给区域经理，经区域经理同意才可出差。销售人员每周六之前将自己在本周在本周的工作情况汇总成文档形式提交给区域经理，其中必须包括拜访客户公司名称，拜访人姓名，职位，谈话内容以及取得成效，竞争对手相关信息等资料，不得随意编造，否则不批相关费用报销。

3、营销人员在每个月的5号之前将自己的出差费用报销发票贴好，交给区域经理签字批准后统一寄回给公司。必须要有相应的正规发票，不得用其它不想干发票“滥竽充数”，一旦发现不予报销。

4、营销人员开发出来的任何客户都是公司客户，无条件接受公司重新分配，一切要以公司利益为上，不得利用公司资源谋私人福利。一旦发现有违背此条，视情节轻重做出警告以至开除的惩罚。

5、团队内部要团结一致，互相帮助，严格遵守区域划分界限，不得跨区域开发客户，特殊情况必须报区域经理批准方可，

禁止“先斩后奏”行为。

6、销售人员作为公司的形象代表，在与客户交往的过程中必须要对自己进行严格要求，注意自己的言行举止得体、衣着打扮干净整洁，不做任何对公司形象有损的事情。

1，营销费用的支持，要让马儿跑就不能让马儿为草担心。所以我希望公司能够在前两个月给予业余人员出差费用（住宿费，车费，电话费，公关费）的全额实报实销，每月每人不超过5000元，之后根据销售量酌情增减。并且准予业务员在下派区域市场之前向公司预借一定额度的费用（3000左右），时候根据实际报销费用多退少补。另外因为本次出差外省的营销人员自身都没有太多的资金可以垫支，所以希望公司对于外省市场的报销费用尽量能在收到报销发票后的三个工作日内审核完毕并给予报销。

2，产品价格的支持，要想成功进入一个新兴市场，必须首先攻克当地业界具备一定影响力的大型客户，找到切入点以后才能以点带面充分发挥其杠杠效应，撬动整个市场。因此在面临此种类型的客户的时候，一定会出现客户强烈要求我们提供其大客户的优惠价格，希望公司在定价基础上适当考虑对此种客户给予一定幅度的优惠。

3，产品供应及物流的支持，在客户和供应商合作的初期，往往是供应商没有太多话语权的时候，所以在这段时间我们务必要保证供货的稳定和交货期的正常。

4，业务方式支持，对于攻克某些重要客户发生的公关费用，以及佣金等方面，希望公司政策能够给予灵活支持。

在公司领导高屋建瓴的战略规划和倾力支持下，本区域全体营销人员将竭尽全力，充分发挥集体智慧，坚决执行公司整体营销战略方针，努力完成全年销售目标任务。

房地产区域规划 区域经理工作计划篇五

夏天逐渐过去，我们马上又要迎来逐渐凉爽的十月了，在十月里远离了燥热的天气，想必我们的销售工作能够更加有效率的完成。

在之前的时间里，我在房产销售工作上算是有一些成果，虽说不多，但是从趋势上来看我的销售额却是在稳步推进。我的一些销售技巧也在工作实践中获得了很大的提高，相信这种提高还会随着我的不断工作锻炼而越来越迅猛。为此，我根据我的情况以及对未来工作的一些预测，做下了如下销售计划，希望能够助我在十月取得更好地成绩。

一、加强自我充电学习

在之前的工作之中，虽说在不断进步，但是可以说越是进步越是能够发现自身的短板和不足，因此我在这个月里决定要加强对自我的学习，给自己的大脑充电，让我能够更加适应如今社会的销售工作，与房地产业最新线接轨，让我能够在工作中凭借着知识量向客户提供一些比较专业和实用的建议，方便客户更好地选择判断。

我在这之前就通过网络等方式了解到了很多的渠道，因此在这个月里我会去着重的听房产界的销售专家xx老师的网络课程，阅读以及，等专业书籍，并且认真的对这些学习进行心得记录，将自己学生时代的学习劲头拿出来，让我的工作能够更加出色，能够更加好的把握住客户的理想心理。

二、加强销售工作中的工作素质

在十月份的工作中，我要求自己一定要做到无时无刻不笑脸迎客，以饱满的热情来面对客户。毕竟销售人员最重要的就是态度以及口才，其中态度起到一个非常重要的促进作用，能够让我们的工作开展更加顺利，推销更容易获得认可和成

果。

我认为，一名成功的销售人员必定是态度上热情认真，能够无时无刻不让人认为你是站在客户那一边真心为客户着想，并且有着优秀的专业知识能力的可靠型推销人才。在这方面我还欠缺的很多，虽说足够真诚，但是很多时候有想当然的情况，限制了我的成长。所以在十月份我要加强这方面的提升，提高自己的外在表现才能够提高自己的业绩。

虽说十月还没开始，但是当我看着计划却不由得产生一种胸有成竹的感觉，我相信在这个月我能够严格的按照计划进行工作和学习，在十月的业绩榜上再进一步，获得自我和成就的双重提高。

房地产区域规划 区域经理工作计划篇六

1执行公司的各项规章制度，带领全体员工完成每月的销售目标并细化分配落实到人头。

2合理分配小组成员，并将业绩目标进行分解。

3制定分店的培训计划，将培训课题和培训人员分解到每周，由店长进行培训，培训结束以后要进行必要的考试，对员工的培训效果。

4制定月、周、日的工作计划，每月要最少要找员工3次上谈心。

5每周要针对业绩倒数的员工进行座谈，帮助分析问题；针对业绩突出的员工要适当的进行鼓励，同时提醒戒骄戒躁。

6除公司的激励政策以外，开展店内业务竞赛，制定本店的激励。

7对不称职的业务人员，经融谈后在相应时间无效果，其退公司行政部处理。

8对店内的卫生、店长着时进行检查和监督。

9带领团队完成公司每月下达业绩指标；

10制定和完成本店培训计划，帮助员工成长；

11检查本店成员的工作计划与完成情况，处理好员工在工作中遇到的实际存在的问题。

12熟悉团队每笔业务的具体情况；对每天的业务进程进行统计，分析与跟踪。

13制定和完成团队房源及客户开发计划；房源客源店内配对共享。

14挑选和培养优秀小组成员向公司推荐；为公司进行储备人才
15组织、撮合、协调委托客户就交易进行谈判，并良好的控制交易节奏。

16建立房客源档案、成交客户档案。

17进行竞争对手的市场调查，想出对应措施。

18处理业务中一般性具体问题：业务咨询、电话沟通、谈判组织、价格协调、物业交接、售后服务等。