

# 2023年房产销售个人总结报告 房产销售 个人工作计划(优秀10篇)

报告，汉语词语，公文的一种格式，是指对上级有所陈请或汇报时所作的口头或书面的陈述。报告的作用是帮助读者了解特定问题或情况，并提供解决方案或建议。这里我整理了一些优秀的报告范文，希望对大家有所帮助，下面我们就来了解一下吧。

## 房产销售个人总结报告篇一

众所周知，现代房产销售的'竞争，就是服务的竞争。服务分为售前服务、售中服务和售后服务，而我们房产销售也是一种“服务“，所以前期工作即就是售前服务更是我们工作的重中之重。正是因为如此，我的工作开展计划也是围绕“售前服务”来进行。

1. 多渠道广泛地收集客户资料，并做初步分析后录入，在持续的信息录入过程中不断地提高自己的业务知识，使自己在对房产销售特点掌握的基础上进一步的深入体会，做到在客户面前应用自如、对答如流。

2. 对有意向的客户尽可能多地提供服务(比如根据其需要及时通知房原和价格等信息)，目的让客户了解房源和价格，在此基础上，与客户进行互动沟通。其次给客户一种无形的压力，比如：房源紧张，价格要上涨，等。挑起其购买欲望。

3. 在用电话与客户交流的过程中，实时掌握其心理动态，并可根据这些将客户分类。

4. 在交流的过程中，锁定有意向的客户，并保持不间断的联系沟通，在客户对我们的“产品”感兴趣或希望进一步了解的情况下，可以安排面谈。

5. 在面谈之前要做好各种充分准备，做到对房源，面积，单价等了如指掌。
6. 对每次面谈后的结果进行总结分析，并向上级汇报，听取领导的看法克服困难、调整心态、继续战斗。
7. 在总结和摸索中前进。

## 房产销售个人总结报告篇二

在房产市场营销中，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。
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。

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。

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、社会的趋向。

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。

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。

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产代理公司代理销售。

服务：提供全面的物业管理。

：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。

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。

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。

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。

## 房产销售个人总结报告篇三

转眼之间又要进入新的一年了，新年要有新气象，在总结过去的同时，我们要对新的'一年一个好的计划。我是一个从事工作时间不长，经验不足的销售人员，很多方面都要有一定的要求，这样才能在新的一年里有更大的进步和成绩。

对于一个刚刚踏入房地产中介市场的新人来说，这是一个充满挑战，机遇与压力的开始的一年。为了我要调整工作心态、增强责任意识、服务意识，充分认识并做好房产中介的工作。为此，在房产部的x□x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：

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、在第一季度，以业务学习为主，由于我们公司正值开张期间，部门的计划制定还未完成，节后还会处于一个市场低潮期，我会充分利用这段时间补充相关业务知识，认真学习公司得规章制度，与公司人员充分认识合作；通过到周边镇区工业园实地扫盘，以期找到新的盘源和了解镇区工业厂房情况；通过上网，电话，陌生人拜访多种方式联系客户，加紧联络客户感情，到以期组成一个强大的客户群体。

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化！

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。

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。

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。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。

## 房产销售个人总结报告篇四

某房产项目位于郑州房产市场的东南板块，在郑汴路路南，凤凰东路、凤台路(在建)和青年路三条路中。

商品大世界、名优建材市场等分开。

某房产现有的物业形态由连排别墅、普通现房多层和在建的小户型多层组成。一期连排别墅市场定位发生失误，出现了销售障碍。一期5#、7#、9#、11#、13#、15#六栋多层吸取了别墅的教训，以超低价位入市，顺利的实现了销售，但没有为开发商实现预期的利润，没有树立中、高档物业的品牌形象，无意中形成某房产下一期小户型开发和小高层开发的品牌障碍。

现在，一期多层尚有37套现房、准现房，销售额850万元。其中159.7m<sup>2</sup>的三室两厅有23套，以五、六楼为主;127m<sup>2</sup>的三室两厅7套;这两种房型的销售金额占一期余额的90.4%。

二期小户型总销售金额预计2800万元，临街商铺1700万元，合计4500万元。预售许可证预计20××年5月底办下。

由此可见，目前某房产的可售资源由三种不同的物业组成：期房小户型、现房大户型和商铺。其中二期小户型占所有可



售金额的52%，一期大户型销售额16%，二期临街商铺占32%。如何解决可售资源过于分散的障碍，是我们面对的重大挑战之一。

## a□东南板块及郑汴路商圈。

郑州房产市场的东南板块主要由三部分组成：郑汴路沿线、东明路南段沿沿线、航海东路与107国道沿线。

郑汴路沿线主要由建业、英协、百合花苑、东方明珠等中高档楼盘组成。在郑汴路商圈的支撑下，这里已经成为明确的高尚住宅区。某房产位于这一区位之内。与英协、建业几乎是一路之隔。但某房产在操盘过程中，没有除理好商务环境与居住环境的品牌区分与借势，纯粹以低价位的品牌内涵介入竞争，不仅没有收获天然的地段价格优势，而且为二期、三期制造了品牌障碍。

东明路南段沿线目前竞争非常激烈，主要由东明花园、佳艺花园等楼盘组成。

航海东路与107国道沿线是xxxx年以来的楼市亮点，宝景、金色港湾、悉尼阳光、燕归园等一批中价位大型楼盘。其中燕归园是某房产二期小户型明确的竞争楼盘，其它几乎所有的楼盘都和某房产一期159、127平米现房形成明确的竞争关系。（详见附1：郑汴路市场调研报告）

## b□小户型市场概况。

自xxxx年底时尚party介入郑州楼市以来，小户型这种物业形态迅速发展起来。尤其是xxxx年初，青年居易(easy-go)以1900余套的投放量冲击市场，形成了小户型的“市场黑洞”，彻底打破了市场的竞争格局，实现了小户型从供小于求到供大于求的转变。今年4月份更是破天荒地出现了小户型销售量的急剧下降局面。

燕归园位于货站街东段，由盛煌房产公司开发，已成功实现一期的开发，在几乎没有什么竞争的情况下，收获了小户型市场的第一批需求者，现在燕归二期正在认购阶段。燕归园提前介入了小户型市场，并且认识到小户型的主力市场是60-80平米的两室户型和100平米的三室两厅。这与我们的市调结果完全一致。此次燕归二期开发的正是此类户型(两室两厅75平米，三室两厅95平米)。可以说，同燕归园的户型配比上比较，我们没有优势。

(小户型市场详见附2：郑州市小户型的调查报告)

## c□ 商铺市场

商铺是一个比较特殊的物业形态，商铺的价格是由商铺能为房东带来的租金多少决定的。目前郑州的商铺市场尚处于起步阶段。某房产二期商铺位于商品大世界、名优建材市场南端，即将建成的大卖场的商业价值将会决定二期商铺的价格。人们对大卖场的商业认同也将影响二期商铺的价格。

和二期商铺有竞争的主要楼盘是建业新天地的临街商铺、英协尚未售出的部分商铺。

### 一) 优势

1) 郑汴路商圈天然的地段优势，这里是财富的俱乐部，富翁的制造厂，在这里百万富翁比比皆是，每年都有新一代需求产生，源源不断的需求是我方楼盘最有力的支撑。

市场细分如下：

a□ 高端市场被英协、建业等高档楼盘满足，这一部分客户大部分是第二次或第三次置业，是终极消费，10年内不会再置业。

b□中端市场被东方明珠、百合花苑、虹景家园等中档楼盘满足，属过度消费和终极消费的结合。

c□复合市场。某房产一期是一个大众楼盘，从价位角度划分，属中低档楼盘。某房产二期小户型项目的目标群，预计业主身份复杂，置业心理不尽相同，故推广过程中，不能拘泥于单一的推广主线。

本区域年轻人多为收入较低的蓝领阶层，有效需求不足。如果某房产二期销售象青年居易一味的向年轻时尚族诉求，我方楼盘销售可能面临比较严峻的局面。（详见郑汴路市场调研报告）

## 郑汴路市场调研报告

调查目的：了解郑汴路市场的整体收入水平和消费者对小户型的认知和接受程度(某房产购房消费支撑力度)

调查方法：分层随机抽样(不同年龄层)和分块随机抽样

调查范围：郑汴路东建材市场、灯饰市场、管材市场、名优建材市场、商品大世界

调查时间□xxxx.4.14

郑州，银基批发市场和郑汴路建材市场是商业比较密集的两大大板块，这里聚集了数以万计的大小商贩，他们收入不菲，他们绝大部分是外地人，他们是郑州房产消费的主力军。了解这一人群的收入水平、消费习惯将对房产的投资有一定的指导意义。

xxxx.4.14□动力公司市场部走访了郑汴路建材市场，对小户型的市场消化力做了调查，而这些建材市场的小老板们对此漠不关心，或拒不作答，说明消费者对房地产市场敏感度不够。

消费疲软，市场敏感度不高，纯小户型在郑汴路这块市场前景严峻。

对建材市场调查发现：

- 1、大部分员工租房住，潜在客户存在；市场潜量比较大，但需要推广的成本较高
- 2、大部分员工来自外地或郊县，收入水平偏低，消费力不足
- 3、小户型需求弹性非常大，对价格非常敏感
- 5、外地人居多，他们辛苦拼搏，如果要买房子的话，更喜欢一步到位
- 6、商铺为上下两层，一般下面做门面，上面做仓库和员工宿舍
- 7、附近都市村庄较多，租务市场一般80—150元/月
- 8、作为首次购买者，最重要的还是价格
- 9、他们讨厌郑汴路目前的工作和居住环境，他们寻求方便、安逸、清净
- 10、相当一部分是河南总代理，无须过多的`现场销售

## 房产销售个人总结报告篇五

即将进入下一步的实质性工作阶段，回顾上的工作，非常感谢公司领导和各位同事的顶力支持，使我掌握相关业务知识。基于本人是第一次接触房产销售行业，面临困难和压力较大，针对行业特点、现状，结合本人20xx年以来“房产销售”的理解和感悟，特对20xx年制定以下房产销售工作计划。

本工作计划包括宗旨、目标、工作开展计划和计划评估总结，日计划，等五部分。

本计划是，完成销售指标100万和达到小组增员10人。制定本计划的宗旨是确保完成指标、实现目标。

- 1，全面、较深入地掌握我们“产品”地段优势并做到应用自如。
- 2，根据自己以前所了解的和从其他途径搜索到的信息，搜集客户信息1000个。
- 3，锁定有意向客户30家。
- 4，力争完成销售指标

众所周知，现代房产销售的竞争，就是服务的竞争。服务分为售前服务、售中服务和售后服务，而我们房产销售也是一种“服务“，所以前期工作即就是售前服务更是我们工作的重中之重。正是因为如此，我的工作开展计划也是围绕“售前服务”来进行。

- 1，多渠道广泛地收集客户资料，并做初步分析后录入，在持续的信息录入过程中不断地提高自己的业务知识，使自己在对房产销售特点掌握的基础上进一步的深入体会，做到在客户面前应用自如、对答如流。
- 2，对有意向的客户尽可能多地提供服务（比如根据其需要及时通知房原和价格等信息），目的让客户了解房源和价格，在此基础上，与客户进行互动沟通。其次给客户一种无形的压力，比如：房源紧张，价格要上涨，等。挑起其购买欲望。
- 3，在用电话与客户交流的过程中，实时掌握其心理动态，并可根据这些将客户分类。

4, 在交流的过程中, 锁定有意向的客户, 并保持不间断的联系沟通, 在客户对我们的“产品”感兴趣或希望进一步了解的情况下, 可以安排面谈。

5, 在面谈之前要做好各种充分准备, 做到对房源, 面积, 单价等了如指掌。

6, 对每次面谈后的结果进行总结分析, 并向上级汇报, 听取领导的看法。克服困难、调整心态、继续战斗。

7, 在总结和摸索中前进。

在明年, 要对该月的工作成果、计划执行情况做一次评估, 总结得失, 为明年的工作开展做准备。

## 房产销售个人总结报告篇六

进入xx县福满花园项目已有一年了。20××年的主要工作是协助王经理组建和管理销售部。经过所有销售部工作人员的努力, 在过去这一年中取得了良好的销售业绩。为了提高自己的工作能力和效率, 找出工作中的不足之处, 现将20××年年度工作情况总结如下:

销售部于20××年3月份开始组建, 至今销售人员6人, 管理人员2人, 策划人员1人。初期的销售人员没有工作经验和房地产知识, 工作开展进度很慢, 在制定培训文件和培训计划后, 协助王经理开展培训工作。现销售人员接待工作有所提高, 对日常销售部的工作已能基本完成。

20××年度到访客户共记850人次。客户来访的数据每星期收录电脑一次, 详细记录来访时间、意向户型、电话等, 为将来的客户鉴定做好基础工作。前期的数据存在许多问题, 客户的数据不清晰, 多数客户的职业和认知途径没有填写, 对后期的宣传工作有一定影响, 经过销售部周会提出此问题后,

现阶段对客来访数据已有所改善。

在20××年7月27日开展的vip卡活动，开始建立销售书面文件和电子档案两种。到20××年11月8日选房活动后，对已销售的商品房的认购书档案、商铺(vip增值确认书)、款申请书、退款确认书统一管理，按房号进行分区。所有的档案在书面文件和电子档案同步更新。

销控管理分为对外和对内两种，对外是以销控版贴红旗公开面对客户的形式。对内是王经理和我两层销控把关，分为书面文件和电子档案两种，书面文件只是简单的房号控制，电子档案对已售和未售商品房数据详细记录，包括客户资料、面积、价格、已付款等等。所有房号需要两人认可后才可签定认购书，确保不出现一房两卖的情况。

安排销售人员的日常值班，针对每个销售期随时调整值班人员和值班时间，配合策划部进行各项宣传活动。现场管理由王经理主持每周召开例会，进行日常工作安排，销售人员在会议中交流意见和经验，项目的优劣势共享，发现问题及时解决，对客户提出的主要问题进行统一解答，提高销售率和销售人员接待客户的积极性。

虽然08年销售部取得良好的成绩，但销售工作也不有许多不足之处。在一期参与了价格体系的制定，从中看到了自己知识面的不足之处；户型更改的过程也明白了自己对市场的敏感度不够。房地产的专业知识还需要进一步的提升，自己的工作能力需要加强提高。首先就是工作的积极性和主动性，很多时候都是都是陆总的提醒才去做的工作，在09年要改正，学会自己去找事做。对数据和图纸要加强理解和分析，让产品进更进一步的适合市场。自身的写作能力也是需要提高的一个重点。

我相信在新的一年里，通过大家的努力，我们会做得更好。希望20××年的销售成绩比20××年的成绩更上一个台阶。

## 房产销售个人总结报告篇七

光阴迅速，一眨眼就过去了，很快就要开展新的工作了，写一份计划，为接下来的学习做准备吧!计划到底怎么拟定才合适呢?下面小编给大家带来了房产销售个人工作计划，希望大家喜欢!

房地产销售这份工作一直以来从未被我轻视过，也正因为如此我才会在销售工作中全力以赴地对待每一项任务，最终在完成每月业绩的基础上还提升了个人的能力，使得自身越来越适应房地产销售这样一份工作，因此我打算先制定房地产销售下半年工作计划用以应付下半年可能出现的突发状况。

首先我觉得自己应该要充实自己大脑中对房地产知识的储备量，因为有些时候面对一些对房地产比较熟悉的客户只有用专业性的知识才能打动他们，因此除了最基本的销售话术之外还应该要懂得分析不同房产的优劣，这样的话对于我自身工作能力的提升也是有着一定的帮助的，当然如果在房地产销售工作的过程中出现任何问题的话可以及时向销售经理进行请教，这也相当于对自身专业知识的一个薄弱面进行的补充。另外针对不同的客户应该在分析他们的心理需求的基础上再进行房地产推销，毕竟有些客户的潜在需求是隐藏很深的，要了解他们具体是买房还是说想要租赁房子，对于房子又有着怎样的需求与顾虑。

其次我可以将自己手头的客户信息进行归纳与整理，毕竟现在对房产没有需求的客户并不代表着将来也不会有需求，或者说以目标客户为中心并在客户周围发展更多的客户，就像是捕鱼一般进行撒网，只要善于抓住机会的话总能够捕到几条鱼的。而且我不应该仅仅只是满足于自身所拥有的那些客户，毕竟如果客户现在没有需求的话一定有着属于他们自身的考虑，我所应该做的就是将客户想要了解的信息告诉他们并等待客户做出最终决定。



最后我应该根据对房地产市场的分析来制定一个个的小目标，每天的客户电话拨打量以及需要拜访哪些客户都应该要准备好，另外我应该在下半年提升一下自己制作ppt的能力，毕竟如果随身携带电脑资料的话可比纯纸质资料更能有使人阅读的兴趣。或许我应该在下半年的工作中更加注重对信息的收集与整理，毕竟如果与客户的交涉失败也能够提升自己的专业知识水平，不应该将所有的精力全都放在与客户的争执上面。

实际上目前我也只是先确定一下下半年行动的大致方针，具体的规划还需要我根据以后工作中遇到的问题进行补充，相信这样提前做好准备再去进行推销的话，一定能够提升销售成功并签单的几率的，即便是推销不成功我也能够从中获得成长。

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应手。

1、在第一季度，以业务学习为主，由于我们公司正值开张期间，部门的计划制定还未完成，节后还会处于一个市场低潮期，我会充分利用这段时间补充相关业务知识和认真学习公司得规章制度，与公司人员充分认识合作；通过到周边镇区工业园实地扫盘，以期找到新的盘源和了解镇区工业厂房情况；通过上网，电话，陌生人拜访多种方式联系客户，加紧联络客户感情，以期组成一个强大的客户群体。

2、在第二季度之际，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即可逐步渗入进来了，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的发展做出努力。

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。我将尽我的能力减轻领导的压力。

## 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免春节假期。
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：

1. 20\_\_年10月底—20\_\_年12月，借大的推广活动推出-项目
2. 20\_\_年12月底—20\_\_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。
3. 20\_\_年1月中旬，开放样板房，同时策划师对市场进行第二次摸底。
4. 20\_\_年1月下旬，春节之前，开盘销售强销。

## 二. 销售准备 (20\_\_年1月15日前准备完毕)

### 1. 户型统计：

由工程部设计负责人、营销部-共同负责，于20\_\_年12月31日前完成

鉴于-项目户型繁多，因此户型统计应包含对每一套房型的统计，包括户型、套内面积、户型编号、所在位置。

### 2. 销讲资料编写：

由营销部-、策划师负责，于20\_\_年12月31日前完成

-项目销将资料包括以下几个部分：

购买-的理由：产品稀缺性销讲

基本数据：-的主要经济指标、户型面积统计、配套情况、建筑风格、景观设计、交通情况、交房时间、主要交房配置、物管收费；涉及到设计单位的，由其出具销讲材料。20\_\_年12月31日前，由-整理后，统一作为产品与项目优势说辞。

建筑工艺及材料：需要在20\_\_年12月15日前由工程部出具项目采用的新工艺材料，新技术等基本基本资料。20\_\_年12月31日前，由-整理后，作为材料工艺说辞。

客户问题集：以答客问形式书写，针对英郦庄园的优劣势，做出销讲解解决办法。

样板区销讲：

不利因素公示

3. 置业顾问培训：

由营销部-负责，培训时间从20\_\_年11月底—20\_\_年1月

培训内容包括：

销讲资料培训，时间：20\_\_年11月底—20\_\_年12月初

建筑、景观规划设计培训，时间：20\_\_年12月初

工程工艺培训，时间：20\_\_年12月初

样板区、样板房培训，时间：20\_\_年1月9日

销售培训，时间：20\_\_年12月—20\_\_年1月出

## 2. 预售证

由销售内页负责，于20\_\_年1月10号前完成

## 3. 面积测算

由销售内页负责，于20\_\_年1月10号前完成

## 4. 户型公示

由于-项目户型种类繁多，户户均不同，所以在销售前应准备户型的公示，方便客户选房，避免置业顾问出错。

由策划师负责，于20\_\_年1月10号前完成

## 5. 交房配置

由工程设计线蒋总负责，于20\_\_年1月10号前完成

## 6. 一公里外不利因素

由策划师负责，具体调研后，与销售经理-会商后，于20\_\_年1月10号前完成，分析总结后，作为销售时重点关注的抗性，专门进行培训。

## 三. 样板区及样板房

### (一) 样板区

1. 样板区范围：考虑到-项目销售必须突出良好居住环境的气氛，因此我们将-售楼中心至1#样板房区域所包含的整个大区都打造成为样板区。物管，保洁等须按照样板房的管理规定进行管理。其中有两套样板房、售楼部到样板间的步行情趣长廊、叠水喷泉、及10#的临时景观区域。（注：从售楼部至样板房之间的参观浏览线路，以下暂定为y区）

2. 样板区作用：最大限度的展现温江宜居，城在林中氛围、家居水畔的氛围，体现国色天香大社区远见、高档、生态、宜居、增值的社区概念，体现独具特色的建筑风格。

3. 样板区展示安排：

确定对y区沿线情调、步行道的包装方式与具体要求；

确定y区道路沿线灯光布

布置方案，灯具选型要求与效果交底；

明确样板区工程施工、营销包装整体与分步实施节点、任务分解；

具体见附后(参观园线说明)

## (二) 样板房

1. 样板房选择：样板楼选定为1#楼，1#楼一方面靠近售楼部，由于样板间前10#修建时间较晚，样板间会有较好的景观视线，另外1#楼位于英邛庄园主入口不远，不会影响后期其他楼幢施工，同时也不产生其他楼幢施工影响客户参观的情况。选定1#楼平层、底跃各一套。

2. 样板房作用：考虑到-项目户型面积偏大，通过样板房精装修设计可以引导客户更好的理解户型设计，同时也是对推广所倡导的享乐主义生活的一种实体诠释。

3. 样板房展示安排：

前期设计，包装由项目部同事负责，-跟进协调。样板房应于20\_\_年12月底前完成，以便于先期推广时，到访客户时参观。样板房的日常管理工作由营销部-负责，。

## 四. 展示道具

包括沙盘模型、户型模型、户型图的制作：

1. 沙盘模型：-和策划师协商后，由策划师联系相关单位制作
2. 户型模型：-和策划师协商后，由策划师联系相关单位制作
3. 户型图：-和策划师协商后，由策划师联系相关单位制作

## 五. 价格策略

均价确定：包括销售均价及赠送面积等由策划师与销售部职业顾问踩盘整理数据，策划员协同-写出定价报告，报领导审批后执行。价格按建筑面积计算，不包括赠送面积。价格策略包括：销售均价，销售起价，销售实得单价，套内单价。价格走势分析，节点价格初步预计，职业顾问优惠权限，销售主管优惠权限，销售经理优惠权限，内部员工推荐优惠权限，公司领导优惠权限，一旦确定优惠权限，坚决执行，防止权限不明，私放优惠，扰乱现场销售。

时间安排：营销策划部于20\_\_年1月10日提出销售价格表与销售政策。

## 六. 推广：

20\_\_年10月底前确定广告推广公司，20\_\_年11月底前出具具体的推广方案。

一、加强自身业务能力训练。在\_\_年的房产销售工作中，我将加强自己在专业技能上的训练，为实现\_\_年的销售任务打下坚实的基础。进行销售技巧为主的技能培训，全面提高自身的专业素质。确保自己在\_\_年的销售工作中始终保持高昂的斗志、团结积极的工作热情。

二、密切关注国内经济及政策走向。在新的一年里中，我将仔细研究国内及本地房地产市场的变化，为销售策略决策提供依据。目前政府已经出台了调控房地产市场的一系列政策，对\_\_年的市场到底会造成多大的影响，政府是否还会继续出台调控政策，应该如何应对以确保实现\_\_年的销售任务，是我必须关注和加以研究的工作。

三、分析可售产品，制定销售计划、目标及执行方案。我在\_\_年的房产销售工作重点是\_公寓，我将仔细分析可售产品的特性，挖掘产品卖点，结合对市场同类产品的研究，为不同的产品分别制定科学合理的销售计划和任务目标及详细的执行方案。

四、针对不同的销售产品，确定不同的目标客户群，研究实施切实有效的销售方法。我将结合\_\_年的销售经验及对可售产品的了解，仔细分析找出有效的目标客户群。我将通过对工作中的数据进行统计分析，以总结归纳出完善高效的销售方法。

五、贯彻落实集团要求，力保销售任务圆满达成。我将按计划认真执行销售方案，根据销售情况及市场变化及时调整销售计划，修正销售执行方案。定期对阶段性销售工作进行总结，对于突然变化的市场情况，做好预案，全力确保完成销售任务。

六、针对销售工作中存在的问题及时修正，不断提高销售人员的业务技能，为完成销售任务提供保障。明年的可售产品中商铺的所占的比重较大，这就要求我要具更高的专业知识做保障，我将在部门经理与同事的帮助下，进行相关的专业知识培训，使销售工作达到销售商铺的要求，上升到一个新的高度。

四月是一个舒适的季节，冷热适宜，而春天的气息也是弥漫在整个四月。在这么好的一个季节我们的工作肯定会更加的



忙碌一些，当然三月的我们工作也并不轻松，但我们这些销售员工也都完成了哪些工作。我相信四月份的我肯定也是能够很好的处理自己工作上的事情，让自己在事业上得到更大的突破。下面就四月份做一个小小的工作计划：

## 一、思想上

还是需要以领导的指示为首要方向，听从领导制定的规划，遵从领导的各个决定，这样才能让我们全体员工都能够共同发力，更好的工作。还是需要把公司的利益放在第一位，在去思考其他的内容，毕竟我是公司的一员，我领着公司发给我的薪水就需要为公司着想，为公司做出应有的贡献。工作的态度上也需要戒骄戒躁，不能因为之前的自己做出了一点成绩就感到骄傲。历史上哪些骄傲的人不就是一个很好的例子吗，只有保持谦虚，一直虚心向别人请教才能够一直向前的走下去，而不是中途陨落。除了谦虚以外还是要和同事们处好一个好的关系，这样团结友爱的团队才能够更好的完成公司给予我们的任务。

## 二、工作上

和之前就达成交易的客户也要有良好的关系，说不定在我们需要的时候还能够用的上呢，这都是说不准的，不能过河就拆桥。而那些有意向但是还没有定下的客户就更加需要我们的努力了，当然也不能操之过急引起客户的反感，要把握好一个沟通的度既能让客户感到舒心的同时也让我们完成自己的目的。对于公司一些新的房产资源需要更加努力的去了解，不能作为一名销售还不了解自己的产品。也要去关注我们的哪些竞争对手，去了解他们的优缺点，这样在客户犹豫的时候，我们就可以进行对比，让客户能够看得清楚优劣势。

当然在晚上闲暇之余也不能因为是休息时间就放松起来，要想在工作中得到更大的成绩，就要付出因有的代价。在晚上也可以看看那些大师们的课程，学习怎么样更好的工作，也

可以学习怎么样合理的分配自己的时间或者看看心理学。了解的越多，在面对不同的场合时也就能够越发的镇定，越发的做到自己想做的事情。

三月份即将过去，而四月份也是必将来临的，只有做好万全的准备，才能够让我们在四月份得到更大的收获，有更好业绩。

## 房产销售个人总结报告篇八

### 一、项目简介：

商品大世界、名优建材市场等分开。

某房产现有的物业形态由连排别墅、普通现房多层和在建的小户型多层组成。一期连排别墅市场定位发生失误，出现了销售障碍。一期5#、7#、9#、11#、13#、15#六栋多层吸取了别墅的教训，以超低价位入市，顺利的实现了销售，但没有为开发商实现预期的利润，没有树立中、高档物业的品牌形象，无意中形成某房产下一期小户型开发和小高层开发的品牌障碍。

现在，一期多层尚有37套现房、准现房，销售额850万元。其中159.7m<sup>2</sup>的三室两厅有23套，以五、六楼为主；127 m<sup>2</sup>的三室两厅7套；这两种房型的销售金额占一期余额的90.4%。

二期小户型总销售金额预计2800万元，临街商铺1700万元，合计4500万元。预售许可证预计20xx年5月底办下。

由此可见，目前某房产的可售资源由三种不同的物业组成：期房小户型、现房大户型和商铺。其中二期小户型占所有可售金额的52%，一期大户型销售额16%，二期临街商铺占32%。如何解决可售资源过于分散的障碍，是我们面对的重大挑战之一。

型将社区同周边的

## 二、市场概况及基本竞争格局：

### a□ 东南板块及郑汴路商圈。

郑州房产市场的东南板块主要由三部分组成：郑汴路沿线、东明路南段沿沿线、航海东路与107国道沿线。

郑汴路沿线主要由建业、英协、百合花苑、东方明珠等中高档楼盘组成。在郑汴路商圈的支撑下，这里已经成为明确的高尚住宅区。某房产位于这一区位之内。与英协、建业几乎是一路之隔。但某房产在操盘过程中，没有除理好商务环境与居住环境的品牌区分与借势，纯粹以低价位的品牌内涵介入竞争，不仅没有收获天然的地段价格优势，而且为二期、三期制造了品牌障碍。

东明路南段沿线目前竞争非常激烈，主要由东明花园、佳艺花园等楼盘组成。

航海东路与107国道沿线是x年以来的楼市亮点，宝景、金色港湾、悉尼阳光、燕归园等一批中价位大型楼盘。其中燕归园是某房产二期小户型明确的竞争楼盘，其它几乎所有的楼盘都和某房产一期159、127平米现房形成明确的竞争关系。（详见附1：郑汴路市场调研报告）

### b□ 小户型市场概况。

自x年底时尚party介入郑州楼市以来，小户型这种物业形

态迅速发展起来。尤其是x年初，青年居易(easy-go)以1900余套的投放量冲击市场，形成了小户型的“市场黑洞”，彻底打破了市场的竞争格局，实现了小户型从供小于求到供大于求的转变。今年4月份更是破天荒地出现了小户型销售量的急

剧下降局面。

燕归园位于货站街东段，由盛煌房产公司开发，已成功实现一期的开发，在几乎没有什么竞争的情况下，收获了小户型市场的第一批需求者，现在燕归二期正在认购阶段。燕归园提前介入了小户型市场，并且认识到小户型的主力市场是60-80平米的两室户型和100平米的三室两厅。这与我们的市调结果完全一致。此次燕归二期开发的正是此类户型(两室两厅75平米，三室两厅95平米)。可以说，同燕归园的户型配比上比较，我们没有优势。

(小户型市场详见附2：郑州市小户型的调查报告)

## c□ 商铺市场

商铺是一个比较特殊的物业形态，商铺的价格是由商铺能为房东带来的租金多少决定的。目前郑州的商铺市场尚处于起步阶段。某房产二期商铺位于商品大世界、名优建材市场南端，即将建成的大卖场的商业价值将会决定二期商铺的价格。人们对大卖场的商业认同也将影响二期商铺的价格。

和二期商铺有竞争的主要楼盘是建业新天地的临街商铺、英协尚未售出的部分商铺。

## 三、项目swot分析

### 一) 优势

1) 郑汴路商圈天然的地段优势，这里是财富的俱乐部，富翁的制造厂，在这里百万富翁比比皆是，每年都有新一代需求产生，源源不断的需求是我方楼盘最有力的支撑。

市场细分如下：

a□高端市场被英协、建业等高档楼盘满足，这一部分客户大部分

是第二次或第三次置业，是终极消费□20xx年内不会再置业。

b□中端市场被东方明珠、百合花苑、虹景家园等中档楼盘满足，

属过度消费和终极消费的结合。

c□复合市场。某房产一期是一个大众楼盘，从价位角度划分，

属中低档楼盘。某房产二期小户型项目的目标群，预计业主身份复杂，置业心理不尽相同，故推广过程中，不能拘泥于单一的推广主线。

本区域年轻人多为收入较低的蓝领阶层，有效需求不足。如果某房产二期销售象青年居易一味的向年轻时尚族诉求，我方楼盘销售可能面临比较严峻的局面。（详见郑汴路市场调研报告）

郑汴路市场调研报告

调查目的：了解郑汴路市场的整体收入水平和消费者对小户型的认知和接受

程度(某房产购房消费支撑力度)

调查方法：分层随机抽样(不同年龄层)和分块随机抽样

调查范围：郑汴路东建材市场、灯饰市场、管材市场、名优建材市场、商品

大世界

调查时间：. 4. 14

郑州，银基批发市场和郑汴路建材市场是商业比较密集的两大大板块，这里聚集了数以万计的大小商贩，他们收入不菲，他们绝大部分是外地人，他们是郑州房产消费的主力军。了解这一人群的收入水平、消费习惯将对房产的投资有一定的指导意义。

. 4. 14，动力公司市场部走访了郑汴路建材市场，对小户型的市场消化力做了调查，而这些建材市场的小老板们对此漠不关心，或拒不作答，说明消费者对房地产市场敏感度不够。消费疲软，市场敏感度不高，纯小户型在郑汴路这块市场前景严峻。

对建材市场调查发现：

1、 大部分员工租房住，潜在客户存在；市场潜量比较大，但需要推广

的成本较高

2、 大部分员工来自外地或郊县，收入水平偏低，消费力不足

3、 小户型需求弹性非常大，对价格非常敏感

4、 市场上有很大不稳定因素，8-9月份建材市场要拆迁到莆田，固有

的建材市场要做升级换代

5、 外地人居多，他们辛苦拼搏，如果要买房子的话，更喜欢一步到位

6、 商铺为上下两层，一般下面做门面，上面做仓库和员工宿舍

- 7、附近都市村庄较多，租务市场一般80—150元/月
- 8、作为首次购买者，最重要的还是价格
- 9、他们讨厌郑汴路目前的工作和居住环境，他们寻求方便、安逸、清静
- 10、相当一部分是河南总代理，无须过多的现场销售

## 房产销售个人总结报告篇九

冬至，我徘徊在鼎盛的.售楼部门口，回想起我的20××年慢慢的接近尾声，心中不禁激起一番涟漪，在这一年对于我来说收获了许多。从xxx前线一名青涩的置业顾问到现在的销售主管。完成了一次华丽的转身，从销售的战场上来到一个全新充满未知和挑战的职场舞台。在xxx获得的收获包含了太多的艰辛与不易，它既离不开这一年多来在xxx的勤奋努力，更与同事和领导们给与我的支持和帮助密不可分。

20××年七月份，刚走出社会的我开始逐渐接触房地产，本来就怀揣着梦想的我也因为工作的开始而更加努力，不断的学习，不断的锻炼自己使我认识这个世界没有什么都不去努力就能成功的事。

在20××年七月份，我有幸加入xxx[]在公司与经理的指导下全面系统地学习房地产知识。随着年后全国房市的回暖[]xxx在xx的品牌扩张和销售速度大大加快，在这段时期里，我的个人能力和业务知识也在飞快提升。这也为以后从事销售主管的工作打下了一个良好的基础。

20××年11月10日，可算是我工作上的另一个转折点，是对我到xxx一年来的一次总结，更是一个全新的开始——鼎盛公元完美开盘，4小时全部售罄。让我们体会到了收获的喜悦，

几个月来的日日夜夜的辛苦，每个人的脸上总算露出了久违的微笑！

不知不觉，入职已有一年多。回想已经过去的20××年，在一年里，我在xxx获得的实在太多太多，说也说不完，要感谢的不单是一两个人，更不是一个简单的道谢就能表达的。

我原本只是一个普普通通的高中毕业生，学的是文科，没有太高的文凭和令人艳羡的自身条件，有的仅仅是外向的性格、澎湃的激情和初入社会积累的销售经验，在那段令人怀念的青涩时期，我做过水暖销售，做过销售顾问。从事了大量和销售有关的工作。感谢销售经理安经理，是你让我有机会踏入xxx也是你的细心栽培，让我从一个普通的工作者成长为一个合格的地产工作人员，晋身到销售这一行列中，学到的不再是那枯燥无味的知识。在鼎盛的工作生涯中，安经理对我们定期的系统培训以及职业化的行为操守规范，让我真正从一名职场人士转变成鼎盛一员并能很快适应置业顾问的角色。直到后来晋升销售主管，安经理让我在管理上学到更多的知识。

在任职销售主管期间，自身有着管理知识的匮乏，是她用女性特有的细腻和情感，包容和教导我，很多次的利用下班时间跟我沟通管理方法，改正了我很多积重难返的毛病。同时在工作中适时的给我压力和激励，让我时而如履薄冰，时而又充满信心，从不敢轻易有所松懈，逐渐在销售主管这个岗位上越来越胜任。

晋职以来，从对销售流程加深的技巧和管理的方法，背后其实下了不少功夫，也用了不少时间，当然更少不了同事间的帮助。接触销售主管的工作后才知道，工作量不大，要学的却是无比的多，管理知识永远是个无底深渊。也正因为如此，我才乐此不疲，越来越喜欢这份工作。以前常听说销售员之间为了比拼业绩，争夺提成，经常是不择手段，诡计迭出。幸运的是我们拥有一个成熟和谐的销售团队，同事之间既有



竞争更有帮助，每次分歧总能在沟通中消除，每次难题也常常在集思广益中化解。正因为有这样一群同事，我才能在管理部门方面迅速提升自己。俗话说，近朱者赤近墨者黑，因为有xxx这样浓厚的企业氛围和团队精神，才给了我成长所需的养份。

我一直相信“天道酬勤”，所以，在日常的工作中，不仅帮助同事做一些力所能及的事，以及帮助行政整理报表，辅助经理完成“中蓝”系统的使用情况，从今年八月中初第一次以销售主管身份参与按揭的办理阶段内，对于公司的销售任务都能按时完成。同时，在日常销售工作中，我充分发挥善于思考的优点，通过对领导的观察学习以及对经验的归纳，总结出许多新的销售技巧和客户维护方式，并在随后的工作中通过实践加以修改和完善。事实证明，知识和创意永远是无穷无尽的。

但是，通过工作，还是发现自身仍存在许多缺点急待来年解决。首先，在管理方面上我还不是特别能运用自如。我想作为像xxx这样一个大企业的销售主管，不仅要精通卖房业务，对管理方面的一些知识也必须详细了解，这样才能更好的为客户服务，让客户感觉xxx无论是从企业品牌、社区环境、物业质量以及员工素质各方面都比其它楼盘有优势，坚定客户购买的信心。针对这个问题，我近期已经在网上下载大量相关的文章，寄望通过自学还有请教同事和银行朋友的方式来充实自己。

另外，由于已经进公司有一年多了，但肯定还有很多地方不够清楚，这方面也急待在来年的工作生活中得到改进，一方面自己会多学多问，另一方面也希望领导的鞭策，同事的提点。

20××年，既是新的一年，又是我一个全新的开始。对于即将到来的一年，对生活，对工作，我有着太多的希望和梦想。虽然近期政府频繁公布房市新政，肯定有抑制房价上涨的可

能，更有许多人开始预测新一年房价必然下跌。但是，通过在销售工作中跟客户的接触以及国中在渠道工作中对xx城市居民住宅需求的了解，我认为，在新的一年里□xx楼市必然还有很大的市场。

我认为：这即将到来的20××年，对于xx□对于楼市，对于xxx□还有对于我，虽然有严峻的挑战，但是我们应该当做充满希望的一年。我深知个人的发展离不开公司的发展，而热爱则是做好每件工作所必不可缺的。所以，在这充满希望的新一年里，我必将全力服务公司，热爱岗位，勤奋工作，严于律己，认真专研，继续学习，用使命般的激情面对客户，用认真严谨的态度面对我的职业，为客户制造感动，为公司创造利润！

## 房产销售个人总结报告篇十

随着房地产行业的高速发展，客户的需求也日益丰富，信息技术的应用也随之变得越来越重要。传统的销售方式导致一系列问题，今天本站小编给大家整理了房产销售个人工作总结，谢谢大家对小编的支持。

在繁忙的工作中不知不觉又迎来了新的一年，回顾这一年的工作历程，作为\*企业的每一名员工，我们深深感到\*企业之蓬勃发展的热气，\*人之拼搏的精神。

中。在开盘之际，该同志基本上每天都要加班加点完成工作。经过一个多月时间的熟悉和了解，立刻进入角色并且娴熟的完成了自己的本职工作。由于房款数额巨大，在收款的过程中该同志做到谨慎认真，现已收取了上千万的房款，每一笔帐目都相得益彰，无一差错。此外在此销售过程中每月的工作总结和每周例会，该同志不断总结自己的工作经验，及时找出弊端并及早改善。销售部在短短的三个月的时间将二期房屋全部清盘，而且一期余房也一并售罄，这其中与和其他

销售部成员的努力是分不开的。

xx年这一年是有意义的、有价值的、有收获的。公司在每一名员工的努力下，在新的一年中将会有新的突破，新的气象，能够在日益激烈的市场竞争中，占有一席之地。

不知不觉中20xx已接近尾声，加入某某房地产发展有限公司公司已大半年时间，这短短的大半年学习工作中，我懂得了很多知识和经验20xx是房地产不平凡的一年，越是在这样艰难的市场环境下，越是能锻炼我们的业务能力，更让自己的人生经历了一份激动，一份喜悦，一份悲伤，最重要的是增加了一份人生的阅历。可以说从一个对房地产“一无所知”的门外人来说，这半年的时间里，收获颇多，非常感谢公司的每一位领导和同仁的帮助和指导，现在已能独立完成本职工作，现将今年工作做以下几方面总结。

一、学习方面;学习，永无止境，这是我的人生中的第一份正式工作，以前学生时代做过一些兼职销售工作，以为看似和房地产有关，其实我对房产方面的知识不是很了解，甚至可以说是一无所知。来到这个项目的时候，对于新的环境，新的事物都比较陌生，在公司领导的帮助下，我很快了解到公司的性质及房地产市场，通过努力的学习明白了置业顾问的真正内涵以及职责，并且深深的喜欢上了这份工作，同时也意识到自己的选择是对的。

二、心态方面：刚进公司的时候，我们开始了半个月的系统培训，开始觉得有点无聊甚至枯燥。但一段时间之后，回头再来看这些内容真的有一样的感触。感觉我们的真的是收获颇丰。心境也越来越平静，更加趋于成熟。在公司领导的耐心指导和帮助下，我渐渐懂得了心态决定一切的道理。想想工作在销售一线，感触最深的就是，保持一颗良好的心态很重要，因为我们每天面对形形色色的人和物，要学会控制好自己的情绪，要以一颗平稳的、宽容的、积极的心态去面对工作和生活。

三、专业知识和技巧;在培训专业知识和销售技巧的那段时间,由于初次接触这类知识,如建筑知识,所以觉的非常乏味,每天都会不停的背诵,相互演练,由于面对考核,我可是下足了功夫。终于功夫不负有心人,我从接电话接客户的措手不及到现在的得心应手,都充分证明了这些是何等的重要性。当时确实感觉到苦过累过,现在回过头来想一下,进步要克服最大的困难就是自己,虽然当时苦累,我们不照样坚持下来了吗当然这份成长与公司领导的帮助关心是息息相关的,这样的工作氛围也是我进步的重要原因。在工作之余我还会去学习一些实时房地产专业知识和技巧,这样才能与时俱进,才不会被时代所淘汰。

四、细节决定成败:从接客户的第一个电话起,所有的称呼,电话礼仪都要做到位。来访客户,从一不起眼的动作到最基本的礼貌,无处不透露出公司的形象,都在于细节。看似简单的工作,其实更需要细心和耐心,在整个工作当中,不管是主管强调还是提供各类资料,总之让我们从生疏到熟练。在平时的工作当中,两位专案也给了我很多建议和帮助,及时的化解了一个个问题,从一切的措手不及到得心应手,都是一个一个脚印走出来的,这些进步的前提涵盖了我们的努力与心酸。

有时缺乏耐心,对于一些问题较多或说话比较冲的客户往往会针锋相对。其实,对于这种客户可能采用迂回、或以柔克刚的方式更加有效,所以,今后要收敛脾气,增加耐心,使客户感觉更加贴心,才会有更多信任。

对客户关切不够。有一些客户,需要销售人员的时时关切,否则,他们有问题可能不会找你询问,而是自己去找别人打听或自己瞎琢磨,这样,我们就会对他的成交丧失主动权。所以,以后我要加强与客户的联络,时时关切,通过询问引出他们心中的问题,再委婉解决,这样不但可以掌握先机,操控全局,而且还可以增加与客户之间的感情,增加客带的机率。

五、展望未来[]20xx这一年是最有意义最有价值最有收获的一年，但不管有多精彩，他已是昨天它即将成为历史。未来在以后的日子中，我会在高素质的基础上更要加强自己的专业知识和专业技能，此外还要广泛的了解整个房地产市场的动态，走在市场的最前沿。

俗话说“客户是上帝”，接好来访和来电的客户是我义不容辞的义务，在客户心理树立良好的公司形象，这里的工作环境令我十分满意，领导的关爱以及工作条件的不断改善给了我工作的动力。同事之间的友情关怀以及协作互助给了我工作的舒畅感和踏实感。所以我也会全力以赴的做好本职工作，让自己有更多收获的同时也使自己变的更加强壮。总之，在这短短半年工作时间里，我虽然取得了一点成绩与进步，但离领导的要求尚有一定的差距。

六、总结一年来的工作，自己的工作仍存在很多问题和不足，在工作方法和技巧上有待于向其他业务员和同行学习[]20xx年自己计划在去年工作得失的基础上取长补短，重点做好以下几个方面的工作：

(一)、依据20xx年销售情况和市场变化，自己计划将工作重点放在中重点类客户群。

(二)、针对购买力不足的客户群中，寻找有实力客户，以扩大销售渠道。

(三)、为积极配合其他销售人员和工作人员，做好销售的宣传的造势。

(四)、自己在搞好业务的同时计划认真学习业务知识、技能及销售实战来完善自己的理论知识，力求不断提高自己的综合素质，为企业的再发展奠定人力资源基础。

(六)、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。

(七)、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)。

(八)、为确保完成全年销售任务，自己平时就积极搜集信息并及时汇总，力争在新区域开发市场，以扩大产品市场占有率。

今后我将进一步加强学习、踏实工作，充分发挥个人所长，扬长补短，做一名合格的销售人员，能够在日益激烈的市场竞争中占有一席之地，为公司再创佳绩做出应有的贡献!

在繁忙的工作中不知不觉又迎来了新的一年，回顾这一年的工作历程，作为经房企业的每一名员工，我们深深感到某企业之蓬勃发展的热气，某人之拼搏的精神。

看似简单的工作，更需要细心与耐心。在我的整个工作中，提供各类销售资料，平凡单调的工作成为了销售助理的奠基石。通过管理这些资料，让我从生疏到熟悉，进一步了解公司的房地产项目及相关客户等工作内容。刚开始由于对房地产知识掌握的不熟悉，常常在接听客户电话时，让我措手不及，销售部是对外的形象窗口，我们回答客户的每一个问题，都跟公司的利益息息相关，每说一句话都要为公司负责，为树立良好的公司形象做铺垫。在此方面，我深感经验不足，部门领导和同事都向我伸出了援助之手，给了我很多好的建议和帮助，及时化解了一个个问题。每接待一次客户后，还要善于总结经验和失误，避免同一类差错的再次出现，确保

在下次工作中有新的提高。随着工作的深入，现已开始接触销售部管理的客户工作，电话拜访、催款是一门语言艺术，这不仅需要好的表达方式，还需有一定的经验。俗话说：“客户是上帝”，招待好来访的客户是我义不容辞的义务，在客户心理树立好公司形象。

就总体的工作感受来说，我觉得这里的工作环境是比较令我满意的。第一是领导的关爱以及工作条件在不断改善给了我工作的动力；第二是同事间的友情关怀以及协作互助给了我工作的舒畅感和踏实感。

刚到房产时，我对房地产方面的知识不是很精通，对于新环境、新事物比较陌生。在公司领导的帮助下，我很快了解到公司的性质及房地产市场。作为销售部中的一员，我深深感觉到自己身肩重任。作为企业的门面，企业的窗口，自己的一言一行也同时代表了一个企业的形象。所以更要提高自身的素质，高标准的要求自己。在高素质的基础上更要加强自己的专业知识和专业技能。此外，还要广泛了解整个房地产市场的动态，走在市场的前沿。经过这段时间的磨练，我已成为一名合格的销售人员，并且努力做好自己的本职工作。

我是销售部门的一名普通员工，刚到房产时，该同志对房地产方面的知识不是很精通，对于新环境、新事物比较某很快了解到公司的性质及其房地产市场。作为销售部中的一员，该同志深深觉到自己身肩重任。作为企业的门面，企业的窗口，自己的一言一行也同时代表了一个企业的形象。所以更要提高自身的素质，高标准的要求自己。在高素质的基础上更要加强自己的专业知识和专业技能。此外，还要广泛了解整个房地产市场的动态，走在市场的前沿。经过这段时间的磨练，某同志已成为一名合格的销售人员，并且努力做好自己的本职工作。

房地产市场的起伏动荡，公司于20xx年与美国美嘉公司进行合资，共同完成销售工作。在这段时间，某同志积极配合某

公司的员工，以销售为目的，在公司领导的指导下，完成经营价格的制定，在春节前策划完成了广告宣传，此文来源于文秘家园为某月份的销售高潮奠定了基础。最后以某个月完成合同额某万元的好成绩而告终。经过这次企业的洗礼，某同志从中得到了不少专业知识，使自己各方面都有所提高。

角色并且娴熟的完成了自己的本职工作。由于房款数额巨大，在收款的过程中该同志做到谨慎认真，现已收取了上千万的房款，每一笔帐目都相得益彰，无一差错。此外在此销售过程中每月的工作总结和每周例会，该同志不断总结自己的工作经验，及时找出弊端并及早改善。销售部在短短的三个月的时间将二期房屋全部清盘，而且一期余房也一并售罄，这其中与某同志和其他销售部成员的努力是分不开的。

今年销售情况：房子5套。车库大概77个。销售的不理想。主要自身问题。没有销售出一个好的成绩。在明年会更加努力，希望能有更好成绩。房地产销售工作总结20xx年这一年是有意义的、有价值的、有收获的。公司在每一名员工的努力下，在新的一年中将会有新的突破，新的气象，能够在日益激烈的市场竞争中，占有一席之地。