

最新海外房地产样 房地产工作计划(优秀7篇)

当我们有一个明确的目标时，我们可以更好地了解自己想要达到的结果，并为之制定相应的计划。那关于计划格式是怎样的呢？而个人计划又该怎么写呢？下面是我给大家整理的计划范文，欢迎大家阅读分享借鉴，希望对大家能够有所帮助。

海外房地产样 房地产工作计划篇一

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

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

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

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

海外房地产样 房地产工作计划篇二

20xx是我们每个人全新的'出发，也是这条奋斗路上一段充满好奇和向往的旅程，因此接下来的时光我们不仅要努力，也要懂得在努力中享受生活。岁月很匆忙，而我也该为接下来的岁月做一次计划了。以下是我对20xx一年的个人计划，如果有哪里不妥当的地方，还请领导可以指正。

自从我步入这个岗位以来，我一直都非常的谨慎，细心。我是一个比较喜欢抓细节的人，就像是一种强迫症一样，如果

细节没有做好，我整个人也会觉得有些不舒服，甚至是有些反感自己的这个行为。对待今后的工作，我一定会继续保持这样的状态进行工作的，细节是一件很重要的事情，很多漏洞的产生往往就出现在细节这个点上。如果我们细节没有做好，也许就会发生一系列的“病变”，不仅把自己拖入泥潭之中，更是没有办法对这份工作负责。所以未来的第一个要求就是要做好自己的本职工作，好好协助经理，把工作更好的进行下去。

在经理助理这个岗位上我时常会觉得有一些自卑，自己进入这份岗位也不是很久，很多地方都有一些缺乏，所以我也只能慢慢的学习，慢慢的去改进。未来的第二步就是要提升自己的能力，让自己能够在自己擅长的领域里将自己的能力发挥到极致。这样才不会辜负自己长期的努力坚持，也不会辜负领导以及同事对我寄予的希望。在一份岗位上，想要有所进步，学习是无法避免的，我会在将来的时间里更加勤快的学习，努力的提升自己的个人能力，尽量将自己这份工作做到完美。

时间是一件难以琢磨的事情，有时候很快，有时候很慢。接下来的一年看似漫长，其实它也非常的短暂，在我们日常的工作当中，时间概念是一件很重要的事情，我们应该抓紧对时间的利用，不去浪费精力，用最好的状态去承担这份工作。我们才会逐渐更加的轻松一些。工作也会逐渐变得更好一些了。所以不管以后怎样，我想我都会每日提醒自己保持清醒且理智的状态，从容的面对工作当中的每一件事情，想自己树立的目标不断的前行。未来一年已经抵达眼前，我也会好好做个准备，收拾好行囊，就立即出发！

海外房地产样 房地产工作计划篇三

进公司时已由我的上级行政主管和人力专员给我介绍公司相关工作和我的本职位工作，五天工作下来，能按时完成上级交代工作，虽然不很熟练，经过和领导、员工的交流，也在

网上也有查阅一些前台文员的工作，根据公司的实际情况，据此也有了我下一年度的工作构想和计划。

仪表、着装加强规范自身的仪表、着装，尽量是职业装，重点是端庄大方。

电话接听和转接，收发传真、信件和报刊

1、做到迅速辨别来者者地目的，问清对方姓名，再给领导、同事传达简洁准确信息，做好记录，不遗漏、延误。

2、及时将收到的邮件送到主人手中。

客户的接待

1、基本咨询和引见，端茶送水，保持良好的礼节礼貌并通报相关接见人员。

2、及时打扫会客后的垃圾。

卫生

1、尽量提前二十分钟到公司打扫好前台办公区域。

2、咨询接待室的卫生清洁及桌椅摆放，并保持整洁干净。

3、制定合理、科学的卫生轮值安排表，并督促同事们完成。

4、定期抽空让各部门用业余时间大扫除。

办公用品

1. 必须定期安排检查库存, 以便能及时补充办公用品。

做好物品领用，购进的登记。

做好低值易耗品的分类整理工作。

管理维修打印机、传真机、复印机等办公器材。

做好办公室设备的维护和保养工作。

打印、复印文件和管理各种表格文件

1. 文档要格式规范，打印复印要尽量节约成本。

做好了各类公文的登记、上报、下发等工作。

把原来没有具体整理的文件按类别整理好放入贴好标签的文件夹内。

通知公告根据上级意思，发布通知和公告，并督促大家执行，完成。

员工考勤和外出登记

1. 对于出差人员的出入时间事件地点的登记。

接受行政主管工作安排并协助人事文员的工作完成各种临时的指派工作，让工作有条不紊的进行。

安排约会、会议室及差旅预定将事件按照标准、重轻急缓程度，排先后顺序，并及时与与会者沟通时间安排。

保管各种手续、手册做好专门的存档记录

更新和管理员工通讯地址和电话号码等联系方式

1. 及时的变更通讯资料，加强联系

温馨的，人性化的：留意同事的生日，及时送上生日祝福。

配合上级领导与各部门的协助工作、组织好公司活动

1. 协助上级做好节假日的排班、值班等工作，确保节假日期间公司的安全保卫工作。

认真、按时、高效率地做好领导交办的其它工作。

积极调动人员的参与

沟通

1. 做好各部门服务，加强与各部门之间人员的联络与沟通，系统的、快速的传递信息，保证信息在公司内部及时准确的传递到位。

做好员工服务，及时的将公司员工的信息向公司领导反馈，做好员工与领导沟通的桥梁。协助公司上级领导完善公司各项规章制度，不懂就虚心问，合理的提出想法。

1. 留心检查洗手间，橱柜，电器等损耗，及时联系物业维修，督促检查饮水情况。

就算不是本职工作，如果有时间主动请求给领导、同事帮忙。

1. 积极工作，尽可能每天超额完成一件任务。

每天下班写好日报，每周五交周报，积极的提出意见和看法。

下班后要做好第二天的工作预备以及计划，有计划有着重点的工作。

严格按照办公室的各项规章制度办事。

工作之余，提高个人修养和业务能力方面，积极参加公司安排的基础性管理培训，提升自身的专业工作技能；多阅读相

关管理的书刊，多学习一些简单水电器的维修，向领导和同事学习工作经验和方法，快速提升自身素质，更好的服务于同事们的工作。

6. 加强和同事们的沟通协作。尽管前台文员（前台接待招聘）的工作是繁杂的小事多，但是任何事情都有个累积，小事顾全了才能做大事，沉淀到了个度，就是质的飞跃。将根据实际情况进行合理分工、合理安排，认真落实岗位责任制，确保工作井然有序；还要创造性地工作，不断探索工作的新思路、新办法和新经验；增强工作创造性的同时，礼貌、诚实待人，放下面子，才能挣回“面子”。这是我的大概计划，许多都是文字性的说教，计划是静态的，我会用我的行动证明我每每天的进步。

海外房地产样 房地产工作计划篇四

促进xx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。

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。

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。

xx年元月末，随着***号楼的竣工验收和其他住宅、部分沿街

商铺相继结顶、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*完成公司计划的全年各项目标工作任务。

海外房地产样 房地产工作计划篇五

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。

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。

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

- 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性的目标市场，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。

海外房地产样 房地产工作计划篇六

工作计划网发布2019年房地产工作计划范例，更多2019年房地产工作计划范例相关信息请访问工作计划网工作计划频道。

工程方面

一、以“山水城”项目建设为重点，统筹安排，切实做好建设任务

(一)20xx年底前力争方案报批通过

11月份：参与制订规划方案，配合公司领导完成规划方案在市规划局的审批通过。

12月份：配合公司高层完成规划方案的市长办公会议通过，办理环境保护意见表的工作。

(二)20xx年度工作安排

1月份：组织编制环境评估报告及审核工作；办理项目选址(规划局)，参与项目的扩大初步设计，并完成项目场地的地质勘察报告。

2月份：参与工程的施工图设计及图纸审查；编制项目申请报告，办理项目核准(发改委)；完成桩基础的工程招投标工作，工程监理招标工作，并组织场地的地下排水工作。

3月份：办理工程规划许可证工作(报市规划局)，并进行场地周围的止水帷幕、护壁桩的施工。

4月份：完成工程主体的招投标工作，办理桩基础工程的施工许可工作。

5月份：办理工程主体的施工许可工作，确定主体工程的施工队伍，至6月中旬完成桩基础工程的施工工作。

6-9月份：基础工程完成。

(三)、报建工作。

工程部应适时做到工程报建报批，跟进图纸设计。元月份完成方案图的设计；二月份完成扩初图的设计。在承办过程中，工程部应善于理顺与相关部门关系，不得因报建拖延而影响工程开工。另外，工程部应加强工程合同、各类资料的`存档管理，分门别类、有档可查。建立一套完整的工程档案资料。

(四)、工程质量。

“特洛伊城”项目是市重点工程，也是“特洛伊城”品牌的形象工程。因而抓好工程质量尤为重要。工程部在协助工程监理公司工作的同时，应逐渐行成公司工程质量监督体系。以监理为主，以自我为辅，力争将“特洛伊城”项目建成为优质工程。

(六)、预决算工作。

1、认真编制工程预算，配合工程部及时做好工程手续的洽谈协商、变更，及时掌握材料的变动情况，配合工程部做好工程进度的控制工作，做好工程的两表对比，限度的节约使用资金。

2、制定工程资金使用计划，“特洛伊城”项目工程估算需用资金4.6亿元左右；其中基础部分需用约0.8亿元；地上商业部分约用1.4亿元；公寓部分约用2.43亿元，做好工程资金的使用计划对项目的建设起着关键性的作用，工程部、预决算部、财务部、采购部以及招商部等职能部门必须紧密联系、团结协作，使各项工作顺利进行。

财务方面

(一)切实完成开工前融资工作和招商工作任务，力保工程进度不脱节

公司确定的二00八年工程启动资金约为2亿元。融资工作的开展和招商任务的完成，直接关系到第一期工程任务的实现。故必须做好融资、招商营销这篇大文章。

1、拓宽融资渠道，挖掘社会潜能

拟采取银信融资、厂商融资、社会融资、集团融资等方式，拓宽融资渠道。通过产权预售、租金预付等办法扩大资金流，以保证“特洛伊城”项目建设资金的及时到位。

2、采取内部认购房号的形式，回笼资金、扩大现金流。

3、实行销售任务分解，确保策划代理合同兑现。

20xx年公司建设工程款总需求是4.6亿元。按“特洛伊城”所签协议书，招商销售任务的承载体为策划代理公司。经双方商议后，元月份应签订新的年度任务包干合同。全面完成招商销售任务，在根本上保证工程款的跟进。在营销形式上努力创造营销新模式，以形成自我营销特色。

招商方面

(一)、全面启动招商程序，注重成效开展工作

招商工作是“特洛伊城”项目运营的重要基础。该工作开展顺利与否，也直接影响公司的项目销售。因此，在新的一年里，招商应有计划地、有针对性地、适时适量地开展工作。

1、合理运用广告形式，塑造品牌扩大营销

新的一年公司将扩大广告投入。其目的—是塑造“特洛伊城”品牌，二是扩大楼盘营销。广告宣传、营销策划方面，“特洛伊城”应在广告种类、数据统计、效果评估、周期计划、设计新颖、版面创意、色调处理等方面下功夫，避免版面雷同、无效重复、设计呆板、缺乏创意等现象的产生。

2、努力培养营销队伍，逐步完善激励机制

策划代理公司的置业顾问以及公司营销部的营销人员，是一个有机的合作群体。新的一年，公司将充分运用此部分资源。策划代理公司首先应抓好营销人员基本知识培训工作，使营销人员成为一支能吃苦、有技巧、善推介的队伍。其次是逐步完善营销激励机制，在制度上确立营销奖励办法，具体的奖励方案由营销部负责起草。

1、结合市场现状，制订可行的招商政策

按照公司与策划代理公司所签合同规定，“特洛伊城”应于20xx年出台《招商计划书》及《招商手册》，但目前该工作已经滞后。公司要求，上述两书在一季度由策划代理公司编制出台。

2. 房地产销售工作计划ppt范例

5. 营销工作计划范例

6. 银行工作计划范例

7. 文秘工作计划范例

8. 医生工作计划范例

海外房地产样 房地产工作计划篇七

一、以“山水城”项目建设为重点，统筹安排，切实做好建设任务

（一）20xx年底前力争方案报批通过

11月份：参与制订规划方案，配合公司领导完成规划方案在市规划局的审批通过。

12月份：配合公司高层完成规划方案的市长办公会议通过，办理环境保护意见表的工作。

（二）20xx年度工作安排

1月份：组织编制环境评估报告及审核工作；办理项目选址（规划局），参与项目的扩大初步设计，并完成项目场地的地质勘察报告。

2月份：参与工程的施工图设计及图纸审查；编制项目申请报告，办理项目核准（发改委）；完成桩基础的工程招投标工作，工程监理招标工作，并组织场地的地下排水工作。

3月份：办理工程规划许可证工作（报市规划局），并进行场地周围的止水帷幕、护壁桩的施工。

4月份：完成工程主体的招投标工作，办理桩基础工程的施工许可工作。

5月份：办理工程主体的施工许可工作，确定主体工程的施工队伍，至6月中旬完成桩基础工程的施工工作。

6—9月份：基础工程完成。

10—12月份：工程主体完成至底六层封顶。

（三）、报建工作。

工程部应适时做到工程报建报批，跟进图纸设计。元月份完成方案图的设计；二月份完成扩初图的设计。在承办过程中，工程部应善于理顺与相关部门关系，不得因报建拖延而影响工程开工。另外，工程部应加强工程合同、各类资料的存档管理，分门别类、有档可查。建立一套完整的工程档案资料。

（四）、工程质量。

“特洛伊城”项目是市重点工程，也是“特洛伊城”品牌的形象工程。因而抓好工程质量尤为重要。工程部在协助工程监理公司工作的同时，应逐渐行成公司工程质量监督体系。以监理为主，以自我为辅，力争将“特洛伊城”项目建成为优质工程。

（五）、预决算工作。

1、认真编制工程预算，配合工程部及时做好工程手续的洽谈协商、变更，及时掌握材料的变动情况，配合工程部做好工程进度的控制工作，做好工程的两表对比，最大限度的节约使用资金。

2、制定工程资金使用计划，“特洛伊城”项目工程估算需用资金4.6亿元左右；其中基础部分需用约0.8亿元；地上商业部分约用1.4亿元；公寓部分约用2.43亿元，做好工程资金的使用计划对项目的建设起着关键性的作用，工程部、预

决算部、财务部、采购部以及招商部等职能部门必须紧密联系、团结协作，使各项工作顺利进行。

（一）切实完成开工前融资工作和招商工作任务，力保工程进度不脱节。

公司确定的二00八年工程启动资金约为2亿元。融资工作的开展和招商任务的完成，直接关系到第一期工程任务的实现。故必须做好融资、招商营销这篇大文章。

1、拓宽融资渠道，挖掘社会潜能。

拟采取银信融资、厂商融资、社会融资、集团融资等方式，拓宽融资渠道。通过产权预售、租金预付等办法扩大资金流，以保证“特洛伊城”项目建设资金的及时到位。

2、采取内部认购房号的形式，回笼资金、扩大现金流。

为了使工程建设项目快速回笼资金、扩大现金流，考虑在工程开工同时在公司内部采取认购房号销售计划，比列约为公寓面积的10 — 15%。

3、实行销售任务分解，确保策划代理合同兑现。

20xx年公司建设工程款总需求是4.6亿元。按“特洛伊城”所签协议书，招商销售任务的承载体为策划代理公司。经双方商议后，元月份应签订新的年度任务包干合同。全面完成招商销售任务，在根本上保证工程款的跟进。在营销形式上努力创造营销新模式，以形成自我营销特色。

（一）、全面启动招商程序，注重成效开展工作。

招商工作是“特洛伊城”项目运营的重要基础。该工作开展顺利与否，也直接影响公司的项目销售。因此，在新的一年里，

招商应有计划地、有针对性地、适时适量地开展工作。

1、合理运用广告形式，塑造品牌扩大营销。

新的一年公司将扩大广告投入。其目的—是塑造“特洛伊城”品牌，二是扩大楼盘营销。广告宣传、营销策划方面，“特洛伊城”应在广告类种、数据统计、效果评估、周期计划、设计新颖、版面创意、色调处理等方面下功夫，避免版面雷同、无效重复、设计呆板、缺乏创意等现象的产生。

2、努力培养营销队伍，逐步完善激励机制。

策划代理公司的置业顾问以及公司营销部的营销人员，是一个有机的合作群体。新的一年，公司将充分运用此部分资源。