

最新物业交房前期客服工作计划(大全8篇)

时间流逝得如此之快，前方等待着我们的的是新的机遇和挑战，是时候开始写计划了。相信许多人会觉得计划很难写？以下是小编收集整理的工作计划书范文，仅供参考，希望能够帮助到大家。

物业交房前期客服工作计划篇一

按照公司对20__年销售工作的总体安排，销售部全体员工继续以“严、细、实”为目标，全面提高内部管理水平，使销售工作取得了进一步的发展，为公司稳起向好的发展做出了积极的贡献。产品销售遍布石家庄及其周边十余个县市，以过硬的产品质量和优质的售后服务赢得了广泛的市场认可，有效推动了石家庄地区新型墙体材料的发展，促进了淘汰落后产能和产品上档升级。

但同时，我们的工作中也存在着一些问题与不足，我们将在今后工作中查找总结，不断完善。

一、上半年的工作及指标完成情况：

1、20__年底市场范围：石家庄及鹿泉、正定、平山、井陘矿区、灵寿、新乐、辛集、栾城、藁城、赵县、晋州、新乐、无极、行唐14个县市。20__年初至今我公司产品又打入保定阜平市场，晋州、新乐市场在原有基础上也取得了更大的市场份额。

2、在第一季度销售淡季，我们未雨绸缪，与客户商谈让客户多备货，这样可以错开发货的高峰期，保证了我们上半年4、5月份高峰期的发货量，而且为完成全年的任务打下了坚实的基础。在保证销量的情况下，我们根据市场逐步的提

高了价格，由年初的0.4元/块提高到现在的0.44元/块，现平均单价已达到0.412元/块，超出了公司给我部门下达的任务。

3、加强与各地墙改部门的关系，定期由部门主管带队去各地墙改办回访，及时了解市场动态，尤其是晋州、新乐地区墙改部门对我公司的支持力度不断加大。

4、坚持每周例会制度，每周都对上周的销售情况做总结，对下周工作做计划，合理的安排工作，解决内部问题。为了销售的提高我们共同找问题，想办法。

5、强化内部管理，精细人员分工，使车队与内勤的手续更加简洁、明了、规范，使账目更加清晰，提高效率，减少失误。及时更新内勤及车队人员的综合考核制度，提高人员素质教育，加强销售队伍建设，改进、强化销售手段，逐步实现控制市场能力。

6、参考20__年车队车辆的变化，为了更好的保证我们高峰期的发货量，我们定制了车队车辆购车协议，上半年购车5辆，很好的控制了车辆难调配的问题，不仅保证了我们4、5月份高峰期的发货量，还为今年车队的整体环境作了有效的改善，为保证全年的发货量作了准备。

7、今年我们加大了非承重的推广力度，我们已经去省标办申请了石家庄地区的标准，目前正在办理当中。已经和石家庄市好几个设计院加大了接触，通过我们的努力鹿泉中医院已经使用了我们的产品，反应良好。晋州、新乐、平山等有几个工地也在准备使用，销售部所有人员正在积极的为新产品投入市场做着全面的准备工作。

9、打造一个团结、友爱、有能力、有方法的销售团队，我们更加细致的划分了业务区域，各项程序严格的按照销售管理办法执行，做到关系共享，互相帮助。将每一个客户分别建立档案虚心的接受客户对产品质量、售后服务等问题提出的

一些合理要求，整理备档，为下一次合作做好提前准备，今年公司的回头客比去年增加了5个，其中有两个是石家庄较大的建筑公司。

13、指标完成情况：

发出kp1砖(一等)49487892块 kp1

配砖6417348块

非承重44678块

合计55949918块

平均单价 0.412元/块

销售收入2305万元

回款：完成回款任务2468万元，回款率137%。

二、下半年工作安排

1、严格按照销售管理办法中的各项规章制度去管理和要求去管每个人，做每件事。对于人员的调整、工作的调整，及时变更绩效考评表，让每个人都按规矩办事。

2、继续坚持每周的例会制度，对每周的工作情况进行总结及分析，对工作中的难点进行讨论，集思广义，共同想办法、定措施，解决问题。

3、加强市场的控制，扩大销售区域，下半年我们将对阜平、定州市场重点作为扩张区域，在用半年的时间将市场的占有率提高到50%使之成为我公司的又两个重点市场，同时进一步巩固与各地墙改办的关系，使之为我服务。

4、随着市场的发展，非承重产品将是我们必推产品，我们在保证kp1销量的同时，下半年将加大非承重产品的销售和推广，计划宣传工作做到石家庄所以较大设计院，销售量突破20__方，为公司产品的转型做准备。

5、加大我们的产品宣传，打质量品牌，树品牌意识，开展与大开发商及建设相关部门联谊活动，增进感情联络，进一步扩大公司的知名度。

6、随正人员的成本越来越高、油价的不断攀升，车队的建设就是一个“稳”字，我们将未雨绸缪，适应市场，不让我们的销售在这个环节拉后腿，反之成为我们与其它企业竞争的一个优势、一个亮点。

经过三年多的磨合，销售部现在已经越来越成熟，在应对突发情况时体现出了一个优秀的团队应有的水平。销售部全体员工坚信，在公司领导的大力支持下，在销售部全体员工的共同努力下，我们将继续内抓管理、外拓市场，有信心、有决心一定能够圆满完成全年的销售任务。

物业交房前期客服工作计划篇二

针对枣阳光彩产业城一期标铺、家居大卖场、小商品城201x年需回款3亿元的销售目标，制定如下市场分析及销售计划。

二、机会与问题分析

项目以百盟集团为背景，拥有充足的商业支持力以及丰富的专业市场运作经验。也得到了市场和枣阳人民的一致认可，这点从第一次开盘能达到1400多组认筹中就足以证明。

1. 机会与挑战分析

基于襄阳百盟的影响力，枣阳人民对百盟是抱有很大希望、

对于百盟产业城的顺利开业也是充满期待的。但由于几年来，枣阳市先后出现枣阳万象城、汉城等模仿百盟的商业模式先后面世，带走了一批投资户及自营户，但由于他们的不专业、不负责任，也伤害了一批投资户及自营户。我们现在要做的就是找回客户的信心，然他们重新回到百盟的怀抱。

2. 优势与劣势分析

枣阳百盟光彩产业城从地段、规模、规划、物流、仓储、办公配套以及政府支持力无论是枣阳还是襄阳，甚至武汉都是独一无二的。但目前在项目整体包装、推广上面，并没有将项目本身大气、航母般的气势诠释出来。对于一个近百万方的超大项目，几个板块同时启动，无论是规划、施工、宣传、策划、人员等都是极大的挑战。在3个多月，103天的时间内完成3亿元的回款不是问题，但目前市场的预热、形象的出街、沙盘模型的制作、各媒体资源的确定、蓄客、各种政策的制定及人员等工作都没有启动，要完成3亿元回款的目标，在目前看来，困难是巨大的。

3. 问题分析

截止到今天，总共认筹112组，离10月28日开盘仅有33天时间，按现在平均每天3、4组的来访量，到10月28日可增加105组新客户来访。70%成交率，可增加74组认筹。加上之前的累计认筹189组。认筹全部认筹也才增加105组认筹，按照70%的转筹率，可完成实际成交132组，50万/套，开盘可完成6598万销售额。这是经过半年时间的准备才达到成绩。如果想在短短3个月时间时间完成近5个亿的销售额，3个亿的实际回款，按目前的来电及来访量显然是不行的。完成的开盘商业地产一般都遵循“销售未动，招商先行”的原则，目前已经签订的商户也是投资客以及自营客比较关心的。公布已进驻的商户信息，不管是对招商、还是对销售，都可以起到积极的推动作用。

三、目标

1. 财务目标

一期标铺、小商品城、家居大卖场年内完成销售额5亿元，完成回款3亿元

2. 市场营销目标

一期标铺剩余可售近500套，全部销售可完成2.5亿元销售额，可完成实际回款1.5亿元。小商品城以及家居大卖场两个板块须完成2.5亿元销售额，完成实际回款1.5亿元。反推成交套数为1000户，完成认筹1428组，完成来访2040组，按103天的周期，平均每天接待新客户来访20组。分为三个卖场同时接待，每个卖场每天接待新客户来访7组。

四、市场营销策略

目标市场：枣阳市高收入家庭、个体户、公务员，年龄在35-55岁之间。产品定位：低风险、低投入、高回报纯商业地产投资项目。价格：价格稍高于市场水平。

配销渠道：1、通过专业广告公司，对项目整体进行重新包装(包括户外广告、报纸广告、海报、楼书、宣传单张、折页、纸杯、手提袋等等)销售物料的设计制作。2、通过专业的商业策划公司，对项目定位、推广、营销、各类宣传活动的方案的制定。3、成立一支精英的销售及招商团队，招商与销售相结合，客户资源利用化。4、服务：提供全面的商业物业管理。

广告：1、针对10月28日一期标铺的开盘，设计一套新的广告画面及文案，着重宣传超大的商业航母，给客户提供的商业保障。2、针对即将面的家居大卖场和小商品城，设计一套品牌型的广告画面，在逐步更换主题卖场、炒作、认筹、开盘

等画面。

物业交房前期客服工作计划篇三

不经意间□20xx年已悄然离去。时间的步伐带走了这一年的忙碌、烦恼、郁闷、挣扎、沉淀在心底的那份执着令我依然坚守岗位。

20xx年项目业绩

从元月至12月末的十二个月里，销售业绩并不理想□xxx共销售住房80套，车库及储藏间57间，累计合同金额15637000元，已结代理费金额计仅218899元整。

20xx年工作小结

元月份忙于年度总结、年度报表的核算工作；2月份接到公司新年度工作安排，做工作计划并准备9号楼的交房工作；3、4、5月份进行9号、12号楼的交房工作，并与策划部刘老师沟通项目尾房的销售方案，针对锦绣江南的尾房及未售出的车库、储藏间我也提出过自己的一些想法，在取得开发商同意后，6、7月份锦绣江南分别举办了“南昌县小学生书画比赛”和“南昌县中学生作文大赛”，在县教育局的协助下，希望通过开展各项活动提高中磊房产的美誉度，充实锦绣江南的文化内涵，当然最终目的还是为销售起推波助澜的作用，遗憾的是在销售方面并没有实现预想中的效果，但值得欣慰的是活动本身还是受到了业主及社会各界的肯定。

8、9月份接到公司的调令，在整理锦绣江南收盘资料的同时，将接手碧水华庭的销售工作。当我听说这个消息时真是欣喜若狂，初进公司就是维多利亚华庭招聘销售人员，第一个接触的项目也是维多利亚华庭，而在公司的整体考虑后我却分配到锦绣江南。没能留在维多利亚华庭做销售一直是我心中的遗憾，现在我终于能在维多利亚华庭的续篇——碧水华

庭项目工作，我觉得公司给我一个圆梦的机会，那段时间我是心是飞扬的，多么令人不愉快的人，在我眼中都会变得亲切起来；为了能在规定时间内将锦绣江南的收盘账目整理出来，我放弃休假，甚至通宵工作，可收盘的计划在开发商的坚持下还是无疾而终。10月份我游走在碧水华庭和锦绣江南之间：维多利亚华庭的尾房销售、碧水华庭的客户积累、锦绣江南的二期交付……我竭尽全力做好两边的工作，虽然辛苦但我觉得一切都那么令人愉快。我不知道该说意想不到，还是该说意料之中，碧水华庭项目另换他人的变化令我从峰顶跌到谷底，总之我花了许多时间来调整自己的状态，来接受这个事实。11、12月份持续尾房销售工作，培训员工，与开发商协商收盘，解决客户投诉。

xx年工作中存在的问题

- 1、锦绣江南一期产权证办理时间过长，延迟发放，致使业主不满；
- 3、年底的代理费拖欠情况严重；
- 4、销售人员培训(专业知识、销售技巧和现场应变)不够到位；
- 5、销售人员调动、更换过于频繁，对公司和销售人员双方都不利；

在与开发商的沟通中存在不足，出现问题没能及时找开发商协商解决，尤其是与李总沟通较少，以致造成一度关系紧张。

物业交房前期客服工作计划篇四

从开头说起吧，刚做销售员或者刚到一个新的公司，你所要做的工作是先了解产品，再了解销售渠道，再了解市场。先不忙着写销售计划，等你觉得对市场情况，产品情况都有一

定的了解后，就要写出第一份销售计划。这份计划应该是你销售思路的体现，并不需要写出具体的任务，只需要写出你自己销售途径，怎样培养客户以及你对产品销售的认识。总之，是一份销售渠道和销售方法的概要。当你已经更进一步得了解市场后，再对自己的计划做以调整和补充。

一般写销售计划包括以下几个方面：

1. 市场分析。也就是根据了解到的市场情况，对产品的卖点，消费群体，销量等进行

5. 考核时间。销售工作计划可分为年度销售计划，季度销售计划，月销售计划。考核的时间也不一样。

有计划的做销售会使我们的工作更具有指导性和规范性，也是自己考查销售工作的一杆标尺，坚持不懈的做下去，你会发现你的销售技能在提高，你的销售任务在提高，更重要的是你的销售管理能力在提高。能从销售员做到销售经理或者是老板位置上的人，95%都是有销售计划的人，更是会制定销售计划的人。

物业交房前期客服工作计划篇五

一、市场方面：

1、市场动向：信息搜集不够，对其他楼盘信息掌握不够全面，影响与客户的沟通。

二、管理方面：

1、来客来电登记不够明确，多数自到客户都不能留下联系方式以至于流失客户；

3、对于休假、请假的管理松散，使得员工心态散漫，不能全

身心的投入工作中；

三、销售回款方面

物业交房前期客服工作计划篇六

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

- 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*的客户。

3、媒体投放

选择的投放媒体，才能创造的宣传效果，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；

楼盘销售工作计划精选

一、加强自身业务能力训练。在20xx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20xx年的销售任务打下坚实的基矗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20xx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20xx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20xx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20xx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20xx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。

楼盘销售工作计划范文

(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。

一、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。

二、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。

三、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。

物业交房前期客服工作计划篇七

从开头说起吧，刚做销售员或者刚到一个新的公司，你所要做的工作是先了解产品，再了解销售渠道，再了解市场。先不忙着写销售计划，等你觉得对市场情景，产品情景都有必须的了解后，就要写出第一份销售计划。这份计划应当是你销售思路的体现，并不需要写出具体的任务，只需要写出你自我销售途径，怎样培养客户以及你对产品销售的认识。总之，是一份销售渠道和销售方法的概要。当你已经更进一步得了解市场后，再对自我的计划做以调整和补充。

一般写销售计划包括以下几个方面：

1. 市场分析。也就是根据了解到的市场情景，对产品的卖点，消费群体，销量等进行定位。
2. 销售方式。就是找出适合自我产品销售的模式和方法。
3. 客户管理。就是对一开发的客户如何进行服务和怎样促使

他们提高销售或购买;对潜在客户怎样进行跟进。我觉得这一点是十分重要的，应在计划中占主要篇幅。

4. 销量任务。就是定出合理的销售任务，销售的主要目的就是要提高销售任务。仅有努力的利用各种方法完成既定的任务，才是计划作用所在。完成了，要总结出好的方法和模式，完不成，也要总结，还存在的问题和困难。

5. 考核时间。销售工作计划可分为年度销售计划，季度销售计划，月销售计划。考核的时间也不一样。

有计划的做销售会使我们的工作更具有指导性和规范性，也是自我考查销售工作的一杆标尺，坚持不懈的做下去，你会发现你的销售技能在提高，你的销售任务在提高，更重要的是你的销售管理本事在提高。能从销售员做到销售经理或者是老板位置上的人，95%都是有销售计划的人，更是会制定销售计划的人。

物业交房前期客服工作计划篇八

不经意间□20xx年已悄然离去。时间的步伐带走了这一年的忙碌、烦恼、郁闷、挣扎、沉淀在心底的那份执着令我依然坚守岗位。

从元月至12月末的十二个月里，销售业绩并不理想□xxx共销售住房80套，车库及储藏间57间，累计合同金额15637000元，已结代理费金额计仅218899元整。

元月份忙于年度总结、年度报表的核算工作;2月份接到公司新年度工作安排，做工作计划并准备9号楼的交房工作;3、4、5月份进行9号、12号楼的交房工作，并与策划部刘老师沟通项目尾房的销售方案，针对锦绣江南的尾房及未售出的车库、储藏间我也提出过自己的一些想法，在取得开发商同意后，6、7月份锦绣江南分别举办了“南昌县小学生书画比赛”和“南

昌县中学生作文大赛”，在县教育局的协助下，希望通过开展各项活动提高中磊房产的美誉度，充实锦绣江南的文化内涵，当然最终目的还是为销售起推波助澜的作用，遗憾的是在销售方面并没有实现预想中的效果，但值得欣慰的是活动本身还是受到了业主及社会各界的肯定。

8、9月份接到公司的调令，在整理锦绣江南收盘资料的同时，将接手碧水华庭的销售工作。当我听说这个消息时真是欣喜若狂，初进公司就是维多利亚华庭招聘销售人员，第一个接触的项目也是维多利亚华庭，而在公司的整体考虑后我却被分配到锦绣江南。没能留在维多利亚华庭做销售一直是我心中的遗憾，现在我终于能在维多利亚华庭的续篇——碧水华庭项目工作，我觉得公司给我一个圆梦的机会，那段时间我是心是飞扬的，多么令人不愉快的人，在我眼中都会变得亲切起来；为了能在规定时间内将锦绣江南的收盘账目整理出来，我放弃休假，甚至通宵工作，可收盘的计划在开发商的坚持下还是无疾而终。10月份我游走在碧水华庭和锦绣江南之间：维多利亚华庭的尾房销售、碧水华庭的客户积累、锦绣江南的二期交付……我竭尽全力做好两边的工作，虽然辛苦但我觉得一切都那么令人愉快。我不知道该说意想不到，还是该说意料之中，碧水华庭项目另换他人的变化令我从峰顶跌到谷底，总之我花了许多时间来调整自己的状态，来接受这个事实。11、12月份持续尾房销售工作，培训员工，与开发商协商收盘，解决客户投诉。

1、锦绣江南一期产权证办理时间过长，延迟发放，致使业主不满；

3、年底的代理费拖欠情况严重；

4、销售人员培训(专业知识、销售技巧和现场应变)不够到位；

5、销售人员调动、更换过于频繁，对公司和销售人员双方都

不利；

在与开发商的沟通中存在不足，出现问题没能及时找开发商协商解决，尤其是与李总沟通较少，以致造成一度关系紧张。

新年的确有新的气象，公司在莲塘的商业项目——星云娱乐城，正在紧锣密鼓进行进场前的准备工作，我也在岁末年初之际接到了这个新的任务。因为前期一直是策划先行，而开发商也在先入为主的观点下更为信任策划师杨华；这在我介入该项目时遇到了些许的麻烦，不过我相信通过我的真诚沟通将会改善这种状况。

新年计划：

- 1、希望锦绣江南能顺利收盘并结清账目。
- 2、收集星云娱乐城的数据，为星云娱乐城培训销售人员，在新年期间做好星云娱乐城的客户积累、分析工作。
- 3、参与项目策划，在星云娱乐城这个项目打个漂亮的翻身仗。
- 4、争取能在今年通过经纪人执业资格考试。

新的一年已来临，我又投入新一轮的紧张工作，其中有与同行的竞争、与同事的竞争，更有与自己的竞争。希望猴年能够圆满结束锦绣江南销售的工作，鸡年成为新项目的经理，为公司创造更多的财富。

祝愿锦绣江南所有销售人员身体健康、共同进步！

祝愿公司在新的—年中，生意兴隆、财源广进！