

# 2023年地产运营工作计划(模板9篇)

计划可以帮助我们明确目标、分析现状、确定行动步骤，并在面对变化和不确定性时进行调整和修正。通过制定计划，我们可以更加有条理地进行工作和生活，提高效率和质量。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。

## 地产运营工作计划篇一

在物业公司“持续改善经营状况，持续提升服务品质”的“双提升”指导思想引领下，运营管理部以公司行政管理制度和质量管理体系文件为准绳，以服务、协调、监督、指导为宗旨，充分贯彻，严格落实，确保公司各项经营和管理目标的实现。为此，根据公司实际情况，制定运营管理部20xx年度管理计划。

20xx年，运营管理部主要从计划管理、质量管理体系管控、品质管理、培训管理、投诉处理、法律事务管理6个方面对一年来的工作目标进行全面规划和描述。

计划管理是确保公司经营指标和管理指标按时完成的重要手段，为此，运营管理部在20xx年加强计划管理职能。

1、经营指标计划管理。结合财务管理部，加强公司各部门预算决算管理，确保经营情况始终处于可控制状态，每月初整合、反馈于相关责任人。

2、管理指标管理。以管理计划为突破口，确定工作内容、目标、责任人及完成时间，加强绩效管理，对未完成工作计划者，给予责任人确定具体的完成时间，并给予相应的经济处罚和行政处罚。

3、健全绩效管理体系。配合人力资源部，完善绩效管理体系，使目标、指标和成绩与薪资紧密挂钩，定期考核，严格执行、落实。并根据公司实际情况，建立起计划外奖励制度，激发员工的工作积极性，增加经营收入。

在质量管理体系上，通过对质量管理体系的整合，建立起符合康居物业原则的服务标准，使物业高品质服务贯穿于每个小区，使每个小区的物业管理在原有的基础上大幅度提升，促进富美地产的快速发展。同时，随着公司业务范围的不断拓展，结合相关部门制定相应的商业物业的服务标准及要求，用以满足工作的需要。

具体措施：（1）强化执行质量管理体系文件，定期考核，规范公司各岗位工作流程及标准，持续提高服务品质。（2）对体系以外的服务项目，如商业街等，制定服务标准及要求，拓展服务范围。

1、整合公司质量管理体系，完善管理体系流程、标准，并进行试用、考核、修订，建立起更高的服务平台，提高服务品质。

2、会同人力资源部，分类分岗位设置书面考题和现场考核项目进行体系考核，全面了解服务过程中存在的薄弱环节，限期要求责任部门整改，制定纠正预防措施。

3、加强对各部门管理体系的考核和指导。运营管理部计划采取一区域项目交叉考核另一区域项目的方式，每季度考核一遍，让每个项目既是考核者，又是被考核者，充分掌握体系规范及标准，确保服务质量标准的实现。

4、以业主满意度为中心，调整工作方法，换位思考，开展精细化服务工程，不断修订体系文件，提高服务品质。

1、建立培训考核机制，确保各岗位培训达到既定的目标。

2、拓宽培训内容：充分利用康居物业自身的资源，拓宽培训思路，及时与地产相关部门沟通，利用富美地产多年的实践积累，结合培训需求，请各专业人士对欠缺部分通过现身案例说法、专业知识讲解和现场操作等充实培训内容。

3、培训绩效实行量化管理。对各项培训进行不同形式的考核，并评估培训绩效，保证培训效果。并且要做到多方协作，形成顺畅高效的协调机制和培训体系。

4、整合培训理念：1) 整合各种有效的培训手段、培训技术和培训工具；2) 整合物业内部和外部可以利用的资源，使之服务于培训；3) 通过整合，使培训成为传播的工具，把培训理念最大化。

5、加强与外部的联系，牵头做好外培和晋升培训。针对性的与专业培训机构合作，开发相关的培训课程，借助名家名师的培训拓展员工的思路和眼界，提升整体竞争意识。

6、针对各岗位的工作特点，分类建立详实的资料库，形成一整套康居物业的培训资料。

1、结合长垣县实际情况，深入项目，了解业主投诉原因，掌握业主投诉心理，在维护公司利益的原则上处理业主投诉。

2、针对长垣县业主对物业管理认知度较低，投诉问题相对集中、甚至有些业主不讲理的问题上，制定有效的投诉处理预案，提高业主投诉处理效率。

3、加强物业管理法律法规的宣传。充分利用公司现有资源和各小区宣传栏，制作物业管理法律法规专栏，加大物业管理宣传，提高业主对物业管理的认知和接受能力。

4、建立快速反应机制。针对业主的一些重大投诉，建立快速反应机制，成立重大事件处置小组，妥善处理各项目紧急事

件。

1、配合服务中心、分公司，运用法律知识，协助解决客户投诉纠纷，总结经验教训，通过法律途径，对违约客户进行起诉，追讨欠费等，双月汇总并公布。

2、配合人力资源部，作好员工法律知识培训工作，规避风险，提高工作效率。

3、依据《合同法》的相关规定，对公司文件及合同进行审核。总之□20xx年度运营管理部人员积极开展学习意识、创新意识、开源节流意识、换位思考意识、深入一线服务意识和团队协作意识，增强公司凝聚力，全面提高员工的职业素养和文化修养，促进公司快速发展。

## 地产运营工作计划篇二

继续对业务经理实行精细化管理，多渠道、多方式提升业务经理履职水平，培养业务经理组织领导能力，充分发挥业务经理在基层网点的管理与监督职能。

一、是继续坚持业务经理例会制度。继续坚持每月召开业务经理例会，不断丰富例会的形式和内容，完善对业务经理的精细化管理，指明业务经理的工作重点和方向，增强业务管理能力和技能水平，达到巩固、学习、提升业务知识水平和加强风险内控管理的根本目标。

二、是继续对业务经理进行全方位培训。继续实行部门联动，定期组织各条线业务部门对业务经理进行业务知识、风险防范和履职等方面的培训，促进基层网点业务水平和内控实力的双提升。定期对业务经理履职能力进行测评，借助支行组织的季度水平考试帮助业务经理顺利地、高标准地完成省行组织的各项测试，提高业务经理的工作水平。

三、是加大对业务经理履职的检查力度。加大对业务经理履职的检查力度，严格按照省行每季度检查的机构数不低于本辖机构总数的25%，全年检查必须覆盖所有机构的时间目标。在实施检查方面，支行将采取现场和非现场形式通过观察、询问、查阅等手段对业务经理履职进行深入细致地检查。

四、是严格执行业务经理轮岗和准入退出制度。对业务经理实施轮岗计划，根据业务经理个人素质、业务知识水平以及履职能力对业务经理进行岗位轮换。同时，支行将采取网点推荐，严格笔试和支行研讨的方式充实业务经理后备队伍。对于一些虽然已在岗，但却不符合所在岗位任职资格的业务经理，支行将适度采取淘汰措施，对业务经理进行岗位调整，进一步提升业务经理整体素质和履职能力。

五、是进一步强化业务经理绩效考核制度。根据《中国银行广东省分行经营性分支机构业务经理派驻制实施细则(20xx年版)》重新对白云支行业务经理考核制度进行修订，通过真实反映、客观评价业务经理工作绩效来提升业务经理工作积极性，促进业务经理队伍工作效能最大化，保障网点业务的稳健、持续发展。

六是进一步提升业务经理队伍素质。建立业务经理内控信息反馈制度，保证业务经理派驻管理中沟通工作的实时性和实效性。不定期组织业务经理助理层面人员进行培训和座谈，及时与网点进行沟通，准确把握基层真实现状，努力提升营业机构内控管理能力，不定期组织业务经理开展户外拓展活动，增强业务经理团队凝聚力。

一、是全力以赴保障it蓝图顺利上线。做好各机构网点人员合理安排，兼顾日常工作和it蓝图的培训学习，组织员工在投入大量时间学习新系统和新业务流程的同时，既要做好现阶段各项工作的跟进和处理，也要做好风险内控防范。进一步加强it蓝图新旧线过渡期的内控管理，切实做到业务管理和内控措施同步，防范风险于未然，确保上线前后内控管理的连续

性。根据蓝图会计核算调整方案，配合资金业务与支付业务、国债业务、内部往来业务及其他表内、表外业务与利息核算等总账账户进行的数据迁移工作，并完成收付业务外围系统的转培训工作。做好全行思想动员，明确职责分工，增强制度执行力，做好bgl新旧账户补录工作。

二、是继续开展常规检查，保持检查监督强度。根据运营工作检查安排，继续对网点进行运营内控检查工作，保持现场与非现场检查监督强度。采取组织人员对全辖运营业务进行常规检查、录像抽查、突击检查相结合方式，进一步加强人民币收付业务的检查，制订相关业务操作规程，规范员工操作，充分发挥各职能部门的联动作用，加强内控管理工作。

一、是抓好资金收付清算管理。督导落实支付清算帐务核对，提高支付清算帐户核算质量，按照相关管理规定规范操作与管理，抓好资金收付清算业务的监控管理，防范清算操作风险，确保各项管理指标达到省行规定要求及资金安全，并完成省行各项收付帐务指标。

二、是抓好网点业务培训。充分利用支行联动培训，对新规定、新要求进行讲解，确保第一时间将文件精神传达至各网点。组织网点一线人员开展人民币收付业务（含反假货币）培训，切实掌握现金收付业务管理和操作要求，提高反假货币鉴别能力、合规操作意识和服务水平。根据省行it蓝图出纳业务上线进程安排，有序组织全辖it蓝图出纳业务培训工作。

三、是抓好业务应急演练。继续组织网点开展现金业务应急学习和演练，提高各网点人员对现金业务突发事件的应急反应能力，妥善处理各类突发事件，防范现金业务风险。

四、是严格落实一线柜员上岗制度。按照人民银行每年反假货币上岗资格考试安排，统一组织未持证柜员参加考试。督促考试人员加强复习，提高考试通过率，努力实现一线柜员100%持证上岗的要求。

一、是严格执行出纳管理及安全方面的有关规定。进一步抓好人民币收付业务的检查，完善我行人民币收付业务管理，提高收付水平。完善出纳中间环节的交接手续，严格履行岗位职责，严格执行各项管理规定，规范操作程序。同时，搞好反假币培训管理工作，提高柜员反假币能力。

二、是加大检查力度，规范网点出纳业务操作。对网点尾箱实施细则、人民币收付业务和atm现金管理的执行情况进行全面、深入的检查，实现现场检查覆盖面50%，利用视频联网监控进行非现场检查覆盖面50%，全年现场及非现场检查覆盖面100%的检查要求，力求防患于未然，降低出纳业务差错数量，防范出现重大问题。严格监控网点现金库存，结合我行实际情况，调整现金运转流程，提高现金流转效率，有效降低全辖现金占用量，减少无息资产占用。

一、是明确岗位职责，加强对账人员管理。明确专职对账人员的职责，相对固定兼职对账人员，增强对账人员的责任心。进一步加强对账管理的督导，落实辖内网点银企对账岗位相互制约的要求设置，提高全辖银企对账的意识，全面促进对账回执回收率的提升。

二、是及时处理未达账项，提高对账质量。继续跟进落实银企对账外包公司的监督管理工作，对余额不符的做到及时处理未达账项，用未达账项余额调节表进行调节，真正实现面对面对账。

三、是突出重点账户对账，及时调整重点对账账户名单。除完成规定的重点对账任务外，根据实际情况将新开户账户、新注册网上（电话）银行账户、新更换预留印鉴账户，以及业务发生频繁、资金异动等高风险账户纳入重点对账范围，定期将筛选出的重点对账账户名单及时下发各网点，由对账员进行对账，加大异常账户资金异常情况的核实和排查。

一、是规范印章使用流程。规范辖属网点运营条线业务印章

管理使用流程，落实对网点的检查和核对工作，发现问题及时跟进，切实防范案件风险。

二、是落实人员培训，配合重空凭证直配模式的转型工作。全力组织辖内各机构、业务部门对广东重空系统2.0版本进行业务培训及操作演练。同时，对重空凭证库存进行全面清理，确保我行顺利完成重空配送模式的转型。

三、是加强会计档案管理。加强对会计档案库的管理工作，按规定落实相关的清理归档管理工作计划，确保会计档案的完整性及安全性。

## 地产运营工作计划篇三

xx是新的开始。随着中国经济的快速发展和公司规模的不不断扩大，提升公司在行业内的市场竞争力和影响力，最终实现公司的年度经济指标(xx万项目合同额)，是今年业务部工作的主要指导思想。所以作为业务部门的主要领导，如何才能适应公司的发展趋势？如何完成今年的任务？如何将业务部门的运营管理制度化？实现这些目标需要对工作的热情和更详细的个人工作计划。

经过公司业务部门的种种变动，最终在xx确定了董事模式，加强了业务部门的业务能力，但开拓力度滞后。这一点应该在xx的业务工作中加以改进，及时掌握第一手信息是决定业务成败的主要因素之一。再者，没有敏锐的市场洞察力，容易迷失目标，迷失方向，市场地位无法提升。它从来都是跟随市场的步伐，而不是用自己的力量去引导市场的走向。

“内外一体”就是一个改善这种现象的方案。所谓“内部”，就是增加信息搜索人员(2人)，具有一定的营销经验，能够为公司重点服务的行业掌握第一手信息。通过建立工程档案等金融、政府、外资企业等系统。让业务部门的信息真正做到由点到面的控制。



项目信息可以分为重点项目和一般项目两大类，技术部门的合作强度可以因级别而异，这样就可以将工程项目分为主次，从而集中优势，争取重点项目的成功率。

一是这种分类可以避免因频繁投标而影响技术部门士气的低成功率，

利用业内人士提供的信息，xx有一些成功的例子。这种资源非常宝贵，需要维护。加强沟通和联系，并使之成为一种制度和习惯。这类资源还有很深的拓展空间，必须在xx加强。合作公司和设备公司的销售人员都是公司的潜在业务人员。这需要公司在这方面的政策有一个特殊的倾向。

为了成功完成今年的业务任务，需要挖掘客户和人员的潜力。老客户项目的延续和老客户引进新客户是公司目前最重要的经营手段。这种业务是公司实力的体现，是对公司服务的一种回报。然而，这种业务仍然有很大的潜力可以挖掘。换句话说，业务部门应该承担延续关系和挖掘潜在业务的工作。定期回访，及时反映，配合工程部做好售后工作。这里需要工程部的协调配合。其实业务部门承诺的事情基本都是工程部实现的，有时候步调不一致可能会造成极其严重的后果。在人员潜力挖掘方面，提高工作技能，加快工作效率，增强专业知识，定期在公司学习专业知识，及时参加社会上的一些专题会议和展览，经常下到施工现场，深入到招标书中描述的每一个工作环节，是一个培训学习的过程。

目前公司的业务部门由两位董事经营管理，分工明确，职责分明，而目前只有5名基层员工。从公司的发展来看，需要一个相对完善的管理体系来管理各个部门，尤其是业务部门，这可能会直接影响公司的发展。在xx，业务部门要结合公司现有制度制定一套切实可行的操作制度，包括奖惩机制、考勤补贴、差旅费报销、培训计划、项目分析、月度总结等。

目前公司的项目通常都是时间紧凑的。为了完成任务，部门

之间或多或少会有不一致的工作步骤。如何避免这种现象，将不良后果降到最低，也是今年业务部门工作的重点。这包括与兄弟部门的合作和与客户的联系。

新的一年，平舆县电商协会要充分认识新形势下电子商务工作的重要性和紧迫性，把电子商务的应用和推广作为协会的职能所在，与此同时，积极配合政府相关部门，紧紧围绕电商运营服务中心的建设与启动工程开展调研、宣传、推广等工作，推进电子商务在各个产业和行业中的应用□20xx年度主要做好以下几个方面的工作。

（一）做好会员服务，加强与会员单位沟通和联系。协会为更好发挥与会员单位的作用，将按年度、季度定期召开全体会员代表大会、理事会和各类型专门会议。为协会工作出谋献策，解决协会工作遇到的实际问题。同时，不定期召开不同类型的专题会议，加强与会员单位的联谊和沟通，收集会员的需求和建议，以更好为会员服务。为扩大电子商务协会的服务范围和影响力，今年将继续发展新会员，扩大会员队伍□20xx年度的会员发展任务是，新增企业会员不少于10家，新增普通个人会员不少于50名。

（三）组织开展各种电子商务培训和讲座活动。协会结合会员单位的实际需要，依托炎黄职业技术学院等协会成员单位的优势资源，通过开展各种不同层次项目和专题培训，主办公益性的会议和论坛，推动我县信息化及电子商务工作的宣传、推广和普及□20xx年度协会将积极建议召开平舆县电子商务论坛，组织全县范围内的电子商务公益讲座及小型公益性电商沙龙，组织电子商务专家学者进企业现场服务，并促使炎黄职业技术学院成为县电子商务人才培训基地。同时，协会将联合县劳动就业服务中心、玉川村镇银行等单位，举办创业大赛或电子商务人才对接交流活动，促进我县企业能在本地遴选到优秀的电商人才，倡导创客文化，发掘和培养创新人才。

（四）组织参观考察和学习，加强同行业的交流。20xx年度协会将继续不定期组织会员单位及相关企业到电子商务应用比较好的企业、单位及产业园区进行参观学习。同时我们将继续紧扣电子商务发展趋势，根据会员需求和行业发展需要，组织各会员单位及相关企业参加国内各类电子商务研讨及专题会议及培训活动。

## 地产运营工作计划篇四

度过了紧张的20xx年之后，房地产行业总算是保住了市场上的地位。我在房地产公司上班也是有很长时间了，对房地产市场的'情况不说是十分的了解，但总是还有点造诣的。相信随着市场的逐渐回暖，房地产市场是会回到一个正确的轨道中来的。我对房地产公司的前景还是比较看好的，所以我会一直坚持在房地产公司上班！

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。

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）。

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、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！

2、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。

3、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。

4、第三季度的“十一”“中秋”双节，市场会给后半年带来一个良好的开端。并且，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。

以上，是我对20xx年的一些设想，可能还很不成熟，希望领导指正。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。展望20xx年，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。

20xx年，更多的挑战在等着我，我已经做好了准备了。在新的一年里，我相信我能够做的更好，这是我肯定灰要做好的。展望这过去一段时间的工作，我对将来的工作有了更多的期待，

我相信我能够做的更好。在不断的发展中，公司得到了进步，我的知识和业务水平也都得到了进步，相信自己一定能够做好□20xx年，我一直在期待！

## 地产运营工作计划篇五

一、以“特洛伊城”项目建设为重点，统筹安排，切实做好建设任务

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。

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。

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。

“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。

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。

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。

xxxx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。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xxxx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。

为综合规范招商销售政策，拟由招商部负责另行起草《招商政策》要求招商部在元月份出初稿。

## 地产运营工作计划篇六

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\*\*\*m<sup>2</sup>计划在xx年12月份全部竣工。1#、2#、3#建筑面积\*\*\*\*m<sup>2</sup>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。

## 地产运营工作计划篇七

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。

# 地产运营工作计划篇八

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。其目的一是塑造“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。

## 地产运营工作计划篇九

致使公司销售工作进展缓慢，最终导致销售部员工积极性降低，营销工作整体陷入低谷状态。针对此情况，结合公司整体发展战略及我个人对策划营销工作的经验积累，制订本计划，提请公司领导审阅。

### 一. 广告策划执行

明确广告目标，找准目标的诉求点，在广告中将诉求点的中心表现出来！

对公司项目内外及延吉整体市场进行充分的市场调研，分析公司的强势与弱势(swot分析)。做出市场假设，针对市场假设制订详细的广告推广计划以及预选主题，充分利用项目及公司各项资源，达到广告的最佳效应。对市场进行细分，定位以及预测而最后得到市场认可，得到最佳的市场份额。选择好广告推广合作伙伴，提出战略性合作建议，做出详细的广告预算及投放周期。

1.1 对产品卖点进行再次定位，对项目的资源进行再次的整合。项目在前期的销售过程中，已经产生了许多独特的卖点。在后期的工作中，我们将再次发现、整理、挖掘、包装、展现。由此建议对住宅、商铺分开突破，在原有基础上对项目重新定位，重新包装，然后再次推出。对项目形象进行调整。

可采取前期软文攻势，对后期的旺季销售季节广告投入做好铺垫，以吸引市场关注度。做好广告投放媒体的整合。

1.1.1 项目楼盘卖点整合从项目硬件、建筑风格、空间价值、区位价值、产品附加值、及各种原创理念。以最佳的方式将项目形态、功能等信息传递给消费者。做好引导消费者、激发消费者与产品进行直接对话的衔接。

1.2 对媒体进行再次的调整，电视台广告主题进行更换。报纸广告建议放缓，选择其它媒体有针对性进行投放。现阶段思路为住宅选择短信方式，采取分批分次方式投放，同时要求广告公司提供相应号段资料及投放情况回溃要求销售人员做好来电渠道统计，以监督广告效果。

1.2.1 电视台广告可采用三维，区域实景拍摄及样板间实景拍摄相结合。以实显项目及户型的品质与个性。

1.2.2 报纸广告突出现阶段长白路上项目的独有特征。包括火车站商圈的独 特地理位置。

1.3 对商铺前期采取dm单直邮方式进行推广。做一些有针对性的营销活动，满足不同的客群的需要，减少投资成本，将风险降到最低。要 求合作广告公司提供相应投放人员资料，并由广告公司人员设计dm 单样稿，交由公司审核后投放。

1.3.1 dm单内容突出项目投资优势，从国家房地产金融政策，区域政策，地块潜力等方面进行深入的分析研究。

1.3.2 在投放过程中全程监督投放效果及信息反溃在投放的同时做好软文的配合。

1.4 采取理念性推广模式。由简单的售房概念转变到精神层面上来，好的理念能为项目提高品质，提升楼盘内涵，对公司，项目品牌的建立做好铺垫。在理念概念出来之前，我们

必须找出能够高度概括项目规划理念的推广口号，写出对理念全方位诠释的软文。

1.5 销售淡季广告投放以缓而不断，突出重点为要点，力求达到连锁效应，控制好广告投放的节点，以保证公司以最小的资金投入，达到最大的铺盖范围及效益。

1.6 广告媒体的选择与整合。现阶段延吉的主要媒体为户外、报刊杂志、广播电视等。在宣传过程中，信息传播功能方面各有所长也各有所短。为了更好的发挥媒体的效率，使公司有限的广告费用收到最大的经济效益。我们应该对不同类型的媒体在综合比较的基础上，加以合理的筛癣组合、以期取长补短，以优补拙。

1.7 因为房地产的“不动产”特征，我们可以重点选择户外、印刷及平面媒体。其中户外媒体因为位置固定，比较偏重于楼盘周围的区域性客源。印刷媒体可以定向派发，针对性和灵活性都较强，平面媒体自觉性强，覆盖面广，客源层多。三者取长补短。可以采取纵深的广告周期，横向的媒体覆盖相配合。

## 二. 销售工作执行

### 2.1 建立完善销售部组织框架及管理制度

完善销售部门人员编制及组织框架，对各岗位职责进行细化。建立销售经理负责制，强化销售经理责任。明确销售经理的职责及管理权限，建立销售部会议制度。

### 2.2 制订详细的销售人员培训计划

针对销售员的职业要素，对销售员进行不定期培训。建立销售员日常培训机制与随机培训机制。同时针对培训情况进行系统的考核，实行末尾淘汰制。